

التجارة الإلكترونية وأثرها على المحاسبة

الملخص

من اكثر موضوعات عصر المعلومات إثارة للجدل القانوني في وقتنا الحاضر موضوع التجارة الإلكترونية ، ومنتساع معا ، لماذا كان احدث وآخر إفرزات عصر المعلومات - من بين موضوعاتها وتحدياتها وقطاعاتها - اكثرها اثاره للجدل واكثرها محلا للاهتمام؟؟ ذلك ان استعراض خط ولادة ونماء التقنية العالية وخط تأثر النظام القانوني بموضوعاتها - وفقا لما اوضحناه تفصيلا في الفصل الاول من هذا القسم - يظهر ان الخصوصية وحماية الحياة الخاصة من مخاطر التقنية كانت اول موضوعات الاهتمام في اواخر الستينات ، ثم تبعها الاهتمام بجرائم الكمبيوتر ومنثم الملكية الفكرية لمصنعات المعلوماتية وتحديد البرامج اعتبارا من النصف الثاني للستينات ومطلع الثمانينات ، ومن ثم مسائل محتوى الموقع المعلوماتي مترافقة مع مسائل المعايير والمواصفات ومقاييس امن المعلومات ومسائل الاتمة المصرفية والمالية اعتبارا من مطلع التسعينات ، اما ولادة التجارة الإلكترونية فقد جاء لاحقا لمعظم هذه الموضوعات ومترافقا مع الجزء الاخير منها (منتصف التسعينات واواخر التسعينات بشكل واضح) ، فلماذا اذن هي التي تطفو على السطح؟؟

ان الاجابة على هذا التساؤل تكمن في تحليل عناصر ومسائل وتحديات التجارة الإلكترونية ، فالتجارة الإلكترونية تتطوي على عناصر وتثير تحديات في سائر الحقول والموضوعات المشار اليها ، امن المعلومات ووسائل الدفع الإلكتروني والملكية الفكرية والتعاقد الإلكتروني والحجية والمعايير و... الخ ، وحق لنا القول انها وان كانت التجارة الإلكترونية الدرجة الاخيرة ن درجات سلم التطور التاريخي لموضوعات تقنية المعلومات - في وقتنا الحاضر طبعا - وانها وان كانت جزءا من الاعمال الإلكترونية ، فانها بحق الاطار الذي عاد مجددا ليؤطر سائر موضوعات تقنية المعلومات ، بل لعلها المعبر عن تحديات فرع قانون الكمبيوتر بوجه عام؟؟

في هذا الفصل نتناول التجارة الإلكترونية ، فنعرض للمفاهيم والانماط والبيئة العامة للتجارة الإلكترونية ، ثم نتناول معالم رئيسة بخصوص واقع التجارة الإلكترونية ومزاياها ، ونعرض لتدابير الدولية والاقليمية لتنظيم التجارة الإلكترونية ، ونقف اخيرا امام التحديات القانونية

التي تثيرها التجارة الالكترونية وعناصر واشكالات التنظيم القانوني او ما يتعارف على تسميته (الاطار القانوني للتجارة الالكترونية) .

ماهية التجارة الالكترونية

1-1 المفهوم والانماط

تمثل التجارة الالكترونية واحدا من موضوعي ما يعرف بالاقتصاد الرقمي الرقمي Digital Economy حيث يقوم الاقتصاد الرقمي على حقيقتين :- التجارة الإلكترونية و تقنية المعلومات Information Technology- IT فتقنية المعلومات او صناعة المعلومات في عصر الحوسبة والاتصال هي التي خلقت الوجود الواقعي والحقيقي للتجارة الإلكترونية باعتبارها تعتمد على الحوسبة والاتصال ومختلف الوسائل التقنية للتنفيذ وادارة النشاط التجاري .

والتجارة الالكترونية (E-commerce) هي تنفيذ و إدارة الأنشطة التجارية المتعلقة بالبضاعة والخدمات بواسطة تحويل المعطيات عبر شبكة الإنترنت أو الأنظمة التقنية الشبيهة ، ويمتد المفهوم الشائع للتجارة الإلكترونية بشكل عام الى ثلاثة أنواع من الأنشطة :- الأول ، خدمات ربط او دخول الإنترنت وما تتضمنه خدمات الربط من خدمات ذات محتوى تقني ومثالها الواضح الخدمات المقدمة من مزودي خدمات الإنترنت ISPs - Internet Services Providers والثاني ، التسليم او التزويد التقني للخدمات . والثالث استعمال الإنترنت كواسطة او وسيلة لتوزيع الخدمات وتوزيع البضائع والخدمات المسلمة بطريقة غير تقنية (تسليم مادي عادي) وضمن هذا المفهوم يظهر الخلط بين الاعمال الالكترونية والتجارة الالكترونية واستغلال التقنية في أنشطة التجارة التقليدية وهو ما سنعمد الى ايضاحه لاحقا .

وفي الواقع التطبيقي ، فان التجارة الإلكترونية تتخذ أنماطا عديدة ، كعرض البضائع والخدمات عبر الانترنت وإجراء البيوع بالوصف عبر مواقع الشبكة العالمية مع إجراء عمليات الدفع النقدي بالبطاقات المالية او غيرها من وسائل الدفع ، وإنشاء متاجر افتراضية او محال بيع على الإنترنت ، والقيام بأنشطة التزويد والتوزيع والوكالة التجارية عبر الإنترنت وممارسة الخدمات المالية وخدمات الطيران والنقل والشحن وغيرها عبر الإنترنت .

محتوى تجاري

2- التجارة الإلكترونية اتجار بالخدمة لا بالبضائع

صنفت التجارة الإلكترونية عالميا ، في اطار مسعى منظمة التجارة العالمية (WTO) الى إيضاح طبيعتها وإطارها القانوني ، ضمن مفهوم الخدمات ، وقد تقرر ذلك في التقرير الصادر عن مجلس منظمة التجارة الدولية الخاص بالتجارة في الخدمات بتاريخ 17/3/1999 ، والمقدم الى المجلس العام لمنظمة التجارة الدولية (WTO) حيث ذهب هذا التقرير الى ان " تزويد الخدمات بالطرق التقنية يقع ضمن نطاق الاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات (جاتس - GATS) باعتبار ان الاتفاقية تطبق على كافة الخدمات بغض النظر عن طريقة تقديمها ، ولان العوامل المؤثرة على التزويد الإلكتروني للخدمات هي نفسها التي تؤثر على تجارة الخدمات ، ومن هنا تخضع عمليات تزويد الخدمة بالطرق التقنية ، الى كافة نصوص اتفاقية التجارة العامة في الخدمات (الجاتس) سواء في ميدان المتطلبات او الالتزامات ، بما فيها الالتزام بالشفافية ، التنظيم الداخلي ، المنافسة ، الدفع والتحويلات النقدية ، دخول الأسواق ، المعاملة الوطنية ، والالتزامات الإضافية) هذا مع مراعاة " ان هناك حاجة لتحديد الموقف من عملية تسليم البضائع المنتجة بطرق تقنية وهناك حاجة لتصنيف البضائع وذلك لتحديد ما إذا كانت هذه الأنشطة تخضع للاتفاقية العامة للتجارة في البضائع - السلع (جات - GAAT) أم اتفاقية التجارة في الخدمات (جاتس - GATS)

1-3 الفرق بين التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية

E- يشيع لدى الكثيرين استخدام اصطلاح التجارة الإلكترونية COMMARCE رديفا لاصطلاح الأعمال الإلكترونية E-BUSINESS غير ان هذا خطأ شائع لا يراعي الفرق بينهما ، فالأعمال الإلكترونية اوسع نطاقا واشمل من التجارة الإلكترونية ، وتقوم الاعمال الإلكترونية على فكرة اتمتة الاداء في العلاقة بين اطارين من العمل ، وتمتد لسائر الانشطة الادارية والانتاجية والمالية والخدماتية ، ولا تتعلق فقط بعلاقة البائع او المورد بالزبون ، اذ تمتد لعلاقة المنشأة بوكلائها وموظفيها وعملائها ، كما تمتد الى انماط اداء العمل وتقييمه والرقابة عليه ، وضمن مفهوم الاعمال الإلكترونية ، يوجد المصنع الإلكتروني المؤتمت ، والبنك الإلكتروني ، وشركة التأمين الإلكترونية ، والخدمات الحكومية المؤتمتة والتي تتطور مفاهيمها في الوقت الحاضر نحو مفهوم اكثر شمولا هو الحكومة الإلكترونية واية منشأة قد تقيم شبكة (انترانت مثلا) لادارة اعمالها واداء موظفيها والربط

بينهم . في حين ان التجارة الالكترونية نشاط تجاري وبشكل خاص تعاقدات البيع والشراء وطلب الخدمة وتلقيها بآليات تقنية وضمن بيئة تقنية.

وما سبقت الاشارة فان اشهر انماط التجارة الالكترونية تتمثل بطائفتين رئيسيتين ، الاولى :- من الاعمال الى الاعمال (business-to-business) وتختصر في العديد من الابحاث بصورة (B2B) ، والثانية من الاعمال الى الزبون (business-to-consumer) ، وتختصر في العديد من الابحاث بصورة (B2C) وهو المفهوم الدارج للتجارة الالكترونية لدى مستخدمي شبكة الانترنت ، والفرق بينهما كما يشير تعبيريهما يتمثل في طرفي العلاقة التعاقدية ، وفي محل وهدف التبادل الالكتروني ، فهي في بيئة الاعمال (B2B) علاقة بين اطارين من اطارات العمل التي تعتمد الشبكة وسيلة ادارة لنشاطها ووسيلة انجاز لعلاقاتها المرتبطة بالعمل ، وهدفها انجاز الاعمال وتحقيق متطلبات النشاط الذي تقوم به المنشأة ، اما في بيئة العلاقة مع الزبائن (B2C) فهي علاقة بين موقع يمارس التجارة الالكترونية وبين زبون (مشتر او طالب للخدمة) وهدفها تلبية طلبات ورغبات الزبون ومحتواها محصور بما يقدمه الموقع من منتجات معروضة للشراء او خدمات معروضة لجهة تقديمها للزبائن .

1-4 البيئة العامة للتجارة الالكترونية .

ثمة حقيقة منطقية ، لا تجارة الكترونية بدون وسائل إلكترونية ، وقطعا ، فان المعبر عن وسائل التكنولوجيا المدمجة هو نظام الكمبيوتر ، بمعناه الواسع الذي يتيح الربط بينه وبين غيره من الانظمة لضمان تبادل المعلومات وانتقالها وتحقيق عمليات الدخول ACCESS الى النظام ومنه الى الانظمة الاخرى . فالتجارة الالكترونية انما هي كمبيوتر وشبكة وحلول وموقع ومحتوى ، كمبيوتر يتيح ادخال البيانات ومعالجتها وتصميم عرضها واسترجاعها ، وشبكة تتيح تناقل المعلومات باتجاهين ، من النظام واليه ، وحلول تتيح انفاذ المنشأة لالتزاماتها وانفاذ الزبون لالتزاماته (حلول او برمجيات التجارة الالكترونية) ، وموقع على الشبكة لعرض المنتجات او الخدمات وما يتصل بها اضافة الى أنشطة الاعلام وآليات التسويق ، ومحتوى هو في ذاته مفردات الموقع من المنتجات والخدمات وما يتصل بها لكن ضمن اطار العرض المحفز للقبول والكاشف عن قدرات الموقع التقنية (وتحديد حلول التجارة الالكترونية) والتسويقية . وضمن هذا المفهوم العام لاحتياجات التجارة الالكترونية ، تتطوي كافة وسائل ممارسة انشطتها من اجهزة وبرمجيات وحلول وشبكات اتصال ووسائل اتصال وتبادل للبيانات واشتراكات على الشبكة وحلول بشأن امن المعلومات وتنفيذ عمليات

الوفاء بالثمن وتقديم الخدمات على الخط . ولان الانترنت ، هي شبكة الشبكات ، فقد ارتبط نماء التجارة الالكترونية ، بل وجودها في وقتنا هذا بشبكة الانترنت .

لقد غيرت الإنترنت وجه عالم التجارة والأعمال ، وقد ساهمت شبكات الإنترنت (والإنترنت والإكسترنانت) في تحقيق الوجود الفعلي للتجارة الإلكترونية ، ووفقا للدراسات الإحصائية والتقارير الرسمية وتقارير الجهات الخاصة ، فان نموها كبيرا ومطردا قد تحقق في سوق خدمات الإنترنت والاتجاه نحو التجارة الإلكترونية ، ففي الفترة من 98 وحتى 99 ازداد مستخدمو الشبكة العالمية بنسبة 55% ، وازدادت مواقع الخدمة بنسبة 128 % وازدادت نسبة عناوين المواقع المسجلة بنسبة 137 % .

ووفقا لدراسة حديثة أجرتها مؤسسة المعطيات العالمية (IDC) فان زيادة عدد مزودي خدمات الإنترنت (ISPs) في الولايات المتحدة بلغت 41 % ما بين عامي 98 و 99 وان معدل الزيادة السنوي بلغ 28 % للسنوات حتى 2003 في حين تشير الدراسة الى ان سوق تزويد خدمة الانترنت سيضيف للدخل العام ما يقارب 4,5 بليون سنويا خلال السنوات الثلاثة القادمة . ووفقا لدراسات مؤسسة (NUA) المتخصصة باستراتيجيات الإنترنت ، فقد بلغ عدد الأشخاص الذين دخلوا الى شبكة الانترنت حتى أيار 1999 (171 مليون شخص) اكثر من 50 % منهم في الولايات المتحدة وكندا ، ويوضح الجدول رقم (1) أعداد مستخدمي الانترنت كما في حزيران 1999 تبعا للمناطق الجغرافية ونسبة مستخدمي الإنترنت إلى عدد السكان في اكثر الدول استخداما للإنترنت.

وتتضارب ارقام الدراسات الحالية حول عدد مستخدمي الانترنت ، فتشير دراسات نشرتها مجلة انترنت العالم العربي . الى ان العدد بلغ نهاية عام 2000 (226) مليون مستخدم ، في حين اشارت دراسة اخرى - اشرفنا لها سابقا - ان عدد مستخدمي الانترنت بلغ 400 مليون نهاية عام 2000 وانه يتوقع ان يصل وفق تقديرات الامم المتحدة الى 700 مليون نهاية عام 2001 ومع مراعاة التباين في تقدير الدراسات الذي يعزى الى تباين آليات حساب عدد المستخدمين الفعليين مقارنة بعدد الاشتراكات الفعلية ، فان الارقام المتقدمة تعكس النماء الهائل في استخدام الشبكة وتجاوز الواقع للتقديرات البحثية.

في هذه البيئة المفعمة بالنشاط الابداعي ، القائمة على اعلاء شأن المعلومات وتسييد العقل المبدع على كل قيمة سواه ، نشأت وبرزت أنشطة الاستثمار في المعلوماتية عموما ، ولم يعد حقا صناعة الحوسبة والاتصالات (اجهزة وبرمجيات) هما وحدهما قطاعي التكنولوجيا العالية ، بل أصبحت صناعة المعلومات الاطار الاكثر شمولا للتعبير عن مكانة التكنولوجيا

في تحريك عجلة الاقتصاد ورفد مصادر الدخل القومي . حتى ان التعبير عن العصر القائم لم يعد بالاصطلاح الشهير الذي ملأ الصحافة والاعلام على مدى التسعينات ((عصر المعلومات)) بل اصبح الحديث يتجه نحو وصف العصر الذي نحيا بانه (عصر طريق المعلومات فائق السرعة – The Information Superhighway) الذي تتحول فيه ركائز ومحددات اقتصاديات المشاريع الكبرى ، من القيم المادية ، الى القيم المعنوية :- المعلومات والملكية الفكرية وامتلاك التكنولوجيا وابداعات حلولها واستخداماتها . في هذه البيئة التقنية ، كان لا بد ان يطال التغيير سلوكنا ، وان تتحول انماط اعمالنا الاستثمارية من النمط اليدوي (المادي) الى النمط التكنولوجي (المعنوي بوجه عام) ، لا في ميدان الادارة ومعالجة البيانات وحفظها فحسب ، بل في كافة الميادين :- ادارة النشاط المصرفي ، وادارة حساباتنا المالية الخاصة ، وعمليات الانتاج ، وادارة شؤون العمل ، وعلاقات المنشأة بالزبائن والعملاء والوكلاء ، وتقديم الخدمات ، والتسويق ، والاعلان ، الخ ، هذا التغيير في السلوك كأثر طبيعي لشيوع التقنية العالية ، كان السبب الرئيس وراء ميلاد ونماء التجارة الالكترونية.

1- تنامي التجارة الإلكترونية

لا يجد مستخدم الانترنت أي عناء في استظهار التطور الهائل والسريع لمواقع التجارة الالكترونية ، فاذا كان واقع شبكة الانترنت في بداية اطلاقها يعكس ميلاد مواقع النشر الالكتروني التي تتضمن معلومات عامة وتعريفية واعلامية فان السائد في وقتنا الحاضر ونحن في الاشهر الاولى من القرن الجديد ، شيوع مواقع التجارة الالكترونية ، حتى المواقع المعلوماتية البحتة ، اضافت الى مواقعها مداخل لانشطة التسويق والخدمات على الخط ولا يكاد يخلو موقع من نشاط استثماري ومالي ، بشكل مباشر او غير مباشر . ان معدلات الزيادة في مستخدمي الانترنت رافقها نماء وتطور محتوى المواقع العاملة على الانترنت ، وذلك بإضافة خدمات إلكترونية ومداخل للبريد الإلكتروني والتواصل مع الموقع ، وذلك في مختلف أنماط وأنواع المواقع العاملة ، فوفقاً لمؤسسة (Media Matrix) فان أكثر 15 قطاع تعليمي استخداماً من حيث عدد الزائرين لم يكن يتضمن حتى عام 1996 أي خدمات تتصل بالتجارة الإلكترونية ، أما في الوقت الحاضر فان جميع المواقع التعليمية المشار إليها تعرض خدمات تجارة إلكترونية (اتصالات بريد إلكتروني ، أخبار عامة ، خدمات ذات علاقة بالهوايات ، ومعلومات حول الأعمال ، وتسوق على الخط)

ويظهر من واقع سوق التقنية وتقارير المؤسسات البحثية التي تعنى بالأنشطة المالية على الانترنت ، حصول زيادة كبيرة في اللجوء إلى التجارة الإلكترونية ، وتوفر شواهد كثيرة على ذلك ، فشركة (DELL) الشهيرة في عالم الكمبيوتر حققت زيادة كبيرة في مبيعاتها على الخط ، فقد تضاعفت مبيعاتها عام 1998 ، وبلغت الزيادة بمعدل 14 مليون يوميا وفي الربع الأول من عام 1999 بلغت الزيادة بمعدل 19 مليون يوميا بمبلغ إجمالي 5.5 بليون دولار خلال الربع الأول ، في حين بلغت 30 مليون في نهاية 1999 ، وتتوقع الشركة ان تزداد مبيعاتها بنسبة 50% حتى منتصف عام 2000.

وحققت شركة (Travelocity) خلال الربع الأول لعام 99 مبيعات عبر الخط بلغت 128 مليون دولار بنسبة زيادة تبلغ 156% عن مقدار المبيعات عن نفس الفترة من عام 1998 . وبنظرة سريعة على أعمال الوساطة والسمسرة عبر الانترنت ، يشير Riper Jaffray الى ان الوسطاء تمكنوا من زيادة عدد عملائهم عن الربع الأخير لعام 1998 بواقع 1.2 مليون وبلغت الزيادة في الاستثمارات 100 بليون دولار بزيادة يومية بلغت 49% .

لقد قدر تقرير التجارة الأمريكية لعام 1998 أعمال التجارة الإلكترونية بين قطاعات الأعمال (وليس قطاعات التسويق للمستهلك) ستزداد الى 300 بليون عام 2002 لكن ما تحقق في الواقع كان اكثر بكثير ، فالتقديرات الجديدة لتقرير التجارة الأمريكية لعام 1999 تشير الى ان مقدار عائد التجارة الإلكترونية سيبلغ 1.2 ترليون عام 2003 . أما عن أعمال التجارة الإلكترونية الخاصة بالبيع للمستهلك ، فقد كانت تقديرات عام 1998 تشير الى انها ستبلغ ما بين 7-15 بليون دولار لنفس الفترة في حين جاءت التقديرات اللاحقة تشير الى تحقيق معدلات نمو اعلى ، اذ لو تجاوزنا التقديرات الى ارقام حقيقة لوجدنا ان التقرير الامريكى للتجارة الالكترونية لعام 2000 الصادر وزارة التجارة الامريكية وعن مكتب الرئيس الامريكى يشير الى ان حجم أنشطة مؤسسات البيع في حقل التجارة الالكترونية بلغ 8.4 بليون دولار في نهاية الربع الثالث لعام 2000

وخلاصة الدلالات الرقمية (المختارة فيما تقدم) تظهر أن زيادة عالية قد تحققت في ميدان التجارة الإلكترونية ، ولا تزال هذه الأنشطة آخذة في النماء سواء في ميدان التجارة الإلكترونية بصورة (business-to-business) او بصورة (business- - consumer) (to

كثيرة هي الدراسات والمقالات التي تتناول مميزات التجارة الالكترونية واهمية اللجوء اليها واعتمادها نمطا رئيسا للنشاط التجاري في عصر طريق المعلومات فائق السرعة ، ويمكننا بايجاز عرض ابرز مميزات التجارة الالكترونية - تلك التي تهمننا اكثر في البيئة العربية - المستقاة من خلاصات الدراسات والتقارير المشار اليها على النحو التالي :-

ايجاد وسائل اتجار توافق عصر المعلومات

ففي عصر المعلومات والاتجاه نحو قضاء ساعات طويلة امام اجهزة الكمبيوتر ومواقع الانترنت ، تعدو الحاجة ملحة الى توافق الانماط التجارية مع سمات هذا العصر وسلوكياته ، من هنا مكنت التجارة الالكترونية من خلق أنماط مستحدثة من وسائل إدارة النشاط التجاري ، كالبيع عبر الوسائل الإلكترونية (RETIL E- commerce) والتجارة الإلكترونية بين قطاعات الأعمال (business-to- business E- commerce) وفي كلا الميدانين أمكن أحداث تغيير شامل في طريقة أداء الخدمة وعرض المنتج وتحقيق العرض الشامل لخيارات التسوق .

الدخول الى الاسواق العالمية وتحقيق عائد اعلى من الانشطة التقليدية :-

إن الصفة العالمية للتجارة الإلكترونية ألغت الحدود والقيود أمام دخول الأسواق التجارية ، وبفضلها تحول العالم إلى سوق مفتوح أمام المستهلك بغض النظر عن الموقع الجغرافي للبائع او المشتري ، واذا كانت اتفاقيات التجارة الدولية (جات ، جاتس ، تريس) تسعى إلى تحرير التجارة في البضائع والخدمات ، فان التجارة الإلكترونية بطبيعتها تحقق هذا الهدف دون الحاجة إلى جولات توافق ومفاوضات ، من هنا قيل إن التجارة الإلكترونية تستدعي جهدا دوليا جماعيا لتنظيمها ابتداء لانها بطبيعتها لا تعترف بالحدود والقيود القائمة وتتطلب ان لا تقيد بها أية قيود .

تلبية خيارات الزبون ببسر وسهولة

تمكن التجارة الإلكترونية الشركات من تفهم احتياجات عملائها وإتاحة خيارات التسوق أمامهم بشكل واسع ، وهذا بذاته يحقق نسبة رضاء عالية لدى الزبائن لا تتيجها وسائل التجارة التقليدية ، فالزبون يمكنه معرفة الأصناف والأسعار وميزات كل صنف والمفاضلة وتقييم المنتج موضوع الشراء من حيث مدى تلبية لرغبة وخيارات المشتري .

تطوير الأداء التجاري والخدمي :-

فالتجارة الإلكترونية بما تتطلبه من بنى تحتية تقنية واستراتيجيات إدارة مالية وتسويقية وإدارة علاقات واتصال بالآخرين ، تتيح الفرصة لتطوير أداء المؤسسات في مختلف الميادين ، وهي تقدم خدمة كبرى للمؤسسات في ميدان تقييم واقعها وكفاءة موظفيها وسلامة وفعالية بنيتها التحتية التقنية وبرامج التأهيل الإداري .

" كما أن نمو التجارة الإلكترونية يحفز الأبحاث على إيجاد أساليب جديدة ومحسنة لاستخدام القسائم والشيكات الإلكترونية ، وفي هذه الأثناء، هناك أساليب أعمال جديدة تزدهر على الإنترنت والتي لم تكن ممكنة في العالم الواقعي. فعلى سبيل المثال، تباع شركات عديدة متخصصة في التعامل مع الشركات فائض مخزونها عبر الشبكة بواسطة مزادات الإنترنت. وتتنبأ شركة "فورستر للأبحاث" أن المزادات بين الشركات عبر الإنترنت ستحقق مبيعات تتعدى 7.3 مليار دولار أميركي هذا العام فقط. والشيء الأكثر أهمية فيما يتعلق بمزادات الإنترنت هو تأثيرها على السعر المحدود ، ففي بيئة المزايمة ، لا يستطيع المنتج أو الموزع أن يحدد السعر بمفرده فسعر البضاعة أو الخدمة يتحدد فقط بحسب الطلب المسجل في السوق . وتؤكد الدراسات على ان " الحصول على الدعم لمفهوم التجارة الإلكترونية في جميع أقسام الشركة مسألة في غاية الأهمية. ويمكن الحصول على مثل هذا الدعم من خلال تثقيف الكادر الإداري ومدراء التسويق وتقنية المعلومات والمالية ومسؤولي المبيعات حتى يتسنى تمثيل جميع القطاعات في الشركة في القرارات التي تؤخذ بشأن التجارة الإلكترونية " هذه ابرز مزايا التجارة الالكترونية التي تضعنا امام فرصة استغلال هذا النمط من الاعمال لبلوغ اسواق قد لا تتيح التجارة التقليدية بلوغها ولانشاء مشاريع برؤوس اموال صغيرة قد تناسب فرص الاستثمار في البيئة العربية.

2-3 التجارة الالكترونية والاسواق العربية .

هل دخلت التجارة الالكترونية بيئة النشاط التجاري العربي ???

تشير الدراسات البحثية والاحصائية (14) الى ان اللغة العربية لا تمثل اكثر من 0.5% من مساحة الاستخدام على شبكة الانترنت ، وهذا يعد عائقا رئيسا امام نجاح تجارة التسوق الالكتروني في المنطقة العربية ، فمشكلة اللغة تمثل عاملا مهما يقيد نشاط التجارة الالكترونية العربية ، كما ان عدم الوعي بوسائل التجارة الالكترونية وتحديد وسائل الوفاء بالثمن عبر تقنيات الدفع النقدي وبطاقات الائتمان ، وضعف الثقة بالجوانب الامنية لحماية المعلومات مثلت عوامل حاسمة في ضعف شيوع هذا النمط المستحدث للانشطة التجارية .

ان التحديات في حقل بناء تجارة الكترونية عربية ثلاثية الابعاد :- بعدها الاول ، متطلبات البنى التحتية ، وهو تحد ذو طبيعة تقنية يتصل به تحديات بناء وتطوير الكوادر البشرية في حقل المعرفة التقنية وتحديات استراتيجيات ادارة مشاريع المعلوماتية في القطاعين العام والخاص وسلامة التعامل مع لغتها ومتطلباتها . اما بعدها الثاني فيتمثل بتحديات البناء القانوني الفاعل المتوائم مع واقع المجتمع والامة والمدرک لابعاد التأثير على ما هو قائم من مرتكزات وقواعد النظام القانوني ، وهو تحد ذو طبيعة تنظيمية ، اما بعدها الثالث فيتمثل بتحديات التميز والاستمرارية والقدرة التنافسية ، وهو تحد يتصل بالاعمال او على نحو اذق بمفهوم تطوير الاعمال (business development) والباحث في الواقع العربي يلحظ تنامي الجهد بغية تحقيق متطلبات ومواجهة تحديات هذه الابعاد الثلاثة ، وهي جهود تتفاوت فيها المؤسسات عربية من حيث الاداء والانجاز والتميز ، لكن لا يمكننا القول ان الكثير قد تحقق في هذه الميادين ، اذ لما نزل غالبية الدول العربية تعاني من مشكلات البنى التحتية في حقل الاتصالات والحوسبة ، عوضا عن النقص او عدم الاستثمار الكافي للكفاءات والكوادر المؤهلة للتعاطي مع تحديات البناء التقني الفاعل ، مع غياب استراتيجيات اعادة بناء مساقات التعليم في حقل التكنولوجيا والمعلومات والتاهيل والتدريب التطبيقي ووسائلها جميعا ، ويتصل بهذا البعد عدم تخطي غالبية الدول العربية مشكلات السياسات التسعيرية لبدل الخدمات الاتصالية وخدمات تزويد الانترنت ، وهو عامل حاسم في زيادة عدد المشتركين كمدخل ضروري لوجود سوق التجارة الالكترونية العربية ، وهو هنا ليس مجرد سوق مواقع التجارة الالكترونية وانما في الاساس سوق المستخدم او الزبون الذي يتيح بقاء وتطور هذه المواقع .

اما في البعد الثاني ، البعد التنظيمي ومنتجه الاطار القانوني الناظم للتجارة الالكترونية ، فانه وحتى الان لم تقف المؤسسات التشريعية العربية بوجه عام وقفة شمولية امام افرازات عصر المعلومات وآثاره على النظام القانوني ويسود منطق التشريعات المبتسرة والحلول والتدابير الجزئية بدل الحلول الشاملة ، ونرى ان استراتيجية التعامل مع أي من موضوعات تقنية المعلومات ، كالتجارة الالكترونية مثلا ، يتعين ان ينطلق من احاطة شاملة بما يتصل بالموضوع مناط البحث ومحل التدابير ، اذ كيف يكون تشريع التجارة الالكترونية مثلا ذو فعالية وملائمة اذا لم يكن النظام القانوني المعني يعترف مثلا بالحماية الجنائية للمعلومات من اخطار جرائم الكمبيوتر والانترنت ، او كان النظام القانوني المعني لا يقبل حجية الوسائل الالكترونية ولا يعترف بمستخرجات الحاسوب بينة في الاثبات .

واما البعد الثالث ، والمتعلق بتطوير الاعمال الالكترونية لضمان الاستمرارية والتنافسية ، فانه وان كان يعتمد ابتداء على اتساع رقعة الاعمال وعلى اتساع حجم سوق التجارة الالكترونية العربية فان بناء المشاريع الالكترونية العربية - فيما تيسر لنا متابعته - لا يعكس اقرارا حقيقيا باهمية هذا البعد ولعلني هنا اکتفي بالقول ان المطلوب ليس مجرد الوجود على الشبكة ، لان وجودا دون قدرة تنافسية وتطور دائم يعادل عدم الوجود بل ربما يكون الخيار الاخير اقل كلفة ويوفر خسائر الوجود غير الفاعل على الشبكة .

ومع ذلك ، فان مئات المواقع العربية ، عبر تجاوز مشكلة اللغة باعتماد نظام لغة ثنائي وبرمجيات ترجمة وحلول خاصة بالبيئة العربية ، تمكنت من الدخول الى سوق التجارة الالكترونية ، وقد اعلنت العديد من البنوك وفي مقدمتها البنوك الكبرى في الامارات العربية المتحدة ، البدء بتقديم خدماتها المصرفية عبر الانترنت ، كما شاع تأسيس متاجر افتراضية على الشبكة ، ابرزها متاجر الملابس والحلويات ، كبعض المتاجر والمكتبات المصرية ، كما ظهرت مواقع خدماتية شاملة ، اخبارية واعلانية وتسويقية للعديد من السلع في مقدمتها المجالات ومنتجات التقنية من الاجهزة والبرمجيات ، وتعد مشروعات الاسواق الالكترونية (منصات استضافة مواقع البيع الالكتروني) في دبي والكويت والسعودية والاردن اكثر مشروعات التجارة الالكترونية طموحا ويتوقع ان تحققت خطط تطويرها نماء جيدا في سوق التجارة الالكترونية العربية .

ومع اتساع الاهتمام باحداث مواقع عربية على الانترنت لمختلف المؤسسات والهيئات التجارية في العالم العربي ، بدأت المواقع التي تأسست في السنوات السابقة باضافة خدمات التسوق الالكتروني وخدمات التجارة الالكترونية الاخرى ، وتظهر الدراسات ان نسبة تزايد انشطة التجارة الالكترونية في البيئة العربية تزداد على نحو متسارع يصعب رصده ، والتنبؤات تشير الى ان كل (7) من اصل (10) جهات عربية تستحدث موقعا على الانترنت ، تضيف ضمن خدمات الموقع انشطة تسويقية وعلامية وخدماتية تقع ضمن نطاق ومفهوم التجارة الالكترونية .

وعقب دراسة شاملة اجرتها الجهات الحكومية والقطاع الخاص في الامارات العربية ، توصلت الحكومة الى ان ابرز عائق امام انتشار التجارة الالكترونية ، عدم الثقة بمستوى الامن القائم على شبكة الانترنت والخشية من ان تصبح التعاقدات وعمليات الدفع عرضة لصيد القراصنة الذين يوجهون اهتماما جرميا كبيرا لمواقع التجارة الالكترونية ، ولتجاوز هذا العائق الرئيسي ، وبغية توفير اكفاً بنية تحتية لاطلاق التجارة الالكترونية ، فقد اسندت مهمة التجارة الالكترونية في الامارات الى مؤسسة الامارات للاتصالات - اتصالات ، وهي

مؤسسة قطاع خاص ، والتي بدورها اطلقت مشروع (كومتريست) الذي يقدم الحلول المتكاملة للتجارة الالكترونية في الامارات وبذلك ، تكون الامارات قد تجاوزت مع المبادئ التوجيهية العالمية في ترك هذا النشاط للقطاع الخاص ، وتجاوزت مع مفاتيح تطوره التي يقف في مقدمتها توفير الثقة لدى اصحاب المشاريع والزبائن معا بشأن سلامة وامن بيئة التجارة الالكترونية عند توليها من جهات تتوفر لها كفاءة تحمل المسؤولية القانونية عن سلامة الحلول المقررة في ميدان التجارة الالكترونية (15). لكن هذا التوجه لا يعني ان البيئات العربية الاخرى ملزمة بتبنيه ، اذ المهم اسناد النشاط للقادر على توليه والقادر على تحقيق الثقة لدى جهات الاستثمار ولدى الزبائن .

4-2 هل يمكن تجاهل التجارة الإلكترونية؟؟

امام واقع ومفرزات عصر التقنية العالية ، وناماء استخدام وسائل التقنية ، وتزايد الاقتناع باعتمادها نمطا لتنفيذ الاعمال ومرتكزا ومحددا للتطور ، وفي ظل دخول غالبية الدول العربية منظمة التجارة الدولية ، وفي ظل متطلبات التجارة الدولية المتمثلة بتحرير التجارة في السلع والخدمات ، ودخول الشركات الاجنبية الاسواق العربية كجهات منافسة حقيقية ، ولما توفره التجارة الالكترونية من تسهيل عمليات التنافس اذا ما توفرت المكنة لتأديتها وتحققت متطلبات نجاح مشاريعها ، فان تجاهلها - عوضا عن انه تعبير عن عدم القدرة على امتلاك ادواتها والتعامل مع تحديات عصر المعلومات - يعدو مغالاة في المحافظة على الانماط التقليدية التي يرى الباحثون انها لن تصمد طويلا ، فالانماط التقليدية للتجارة وان كانت لا تزال هي القائمة ، فان بنية تنفيذها تحولت شيئا فشيئا نحو استخدام الوسائل الالكترونية ، فاذا كانت المصارف لا تزال في غالبيتها تعتمد الوسائل العادية في تنفيذ طلبات الزبائن ، فانها تعتمد على منظومة من تقنيات العمل المصرفي التي تحل فيها التكنولوجيا يوما بعد يوم في كافة مناحي النشاط المصرفي ، مما يجعل تجاهل التجارة الالكترونية في هذا المثال ، امتناعا عن التعامل مع الواقع الذي تعيشه فعلا هذه المؤسسات . ونفس القول يرد على كافة القطاعات ، ليس نشاط الشحن البحري مثلا ينفذ عبر سلسلة من الوسائط والوسائل التقنية ، هل بقي في ميدان النقل والسياحة موضع لم تتم اتمنته وتحوله الى الانماط التقنية .

ان العالم الذي يتجه الى احلال التقنية في كل ميدان من ميادين النشاط الانساني ، وبشكل رئيس ، الخدمات الحيوية والخدمات التي تقدمها الدولة ، سيضع التجارة الالكترونية موضوعا على رأس موضوعات اجندة التطور والتنمية ، لهذا كله ، يعدو تجاهل التجارة الالكترونية

امرا غير متناسب مع رغبتنا في التعامل مع الافرازات الايجابية لعصر تقنية المعلومات وامتلاك وسائل مواجهة الاثار السلبية وافرازات عصر العولمة .

الاتجاهات الاقليمية والدولية

ان الوقوف على مواقف النظم القانونية الأجنبية والجهود التشريعية للهيئات والمنظمات ذات العلاقة بالتجارة الالكترونية ، من شأنه ان يساهم في تحديد المسائل القانونية الواجب التصدي لها ونحن نتعامل مع التجارة الالكترونية ، كما ان بحث الحلول المتخذة ومناقشتها يحدد الحلول الانجع والاكثر ملائمة لواقعنا وظروفنا في ظل تخطيط المؤسسات التشريعية العربية الى اتخاذ تدابير تشريعية لتنظيم التجارة الالكترونية ،،

وبالرغم من ان موضوع التجارة الالكترونية لما يزل حديثا وغير واضح المعالم بالقدر الكافي ، الا ان انشطة واسعة تحققت على المستويات الدولية والاقليمية والوطنية للتعامل مع مسائل هذا الموضوع ، فعلى الصعيد الدولي يتعين الوقوف امام اتجاهات منظمة التجارة الدولية (WTO) ، وجهود منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) وجهود لجنة قانون التجارة الدولية في الأمم المتحدة - يونسترال (UNCITRAL) ، أما على الصعيد الاقليمي ، فيبرز دور الاتحاد الأوروبي EU ، ومنظمة اسيا - الباسيفك للتعاون الاقتصادي (APEC) والنافتا الامريكية (FTTA) ، واما على الصعيد الوطني ، فان جهودا تشريعية مميزة قد تحققت في العديد من الدول لا يتسع المقام لاستعراضها جميعا لهذا نورد قائمة الدول التي اتخذت تدابير تشريعية في حقل التجارة الالكترونية او بعض جوانبها كالتوافق الرقمي وتعرض لتجارب بعض هذه الدول فنتخير منها الولايات المتحدة الأمريكية ودول الاتحاد الأوروبي ، اليابان ، وسنغافورة . وفي ميدان الهيئات المتخصصة ، يبرز جهد مميز لغرفة التجارة العالمية (ICC) ، وفي حدود المساحة المتاحة سنتناول ما انجز وما يخطط لانجازه لدى كافة المنظمات والهيئات والدول المذكورة .

1-3 على الصعيد العالمي :-

منظمة التجارة العالمية (WOT) .

ترجع الجهود الدولية المنظمة في ميدان تنظيم التبادل التجاري وتجاوز المعوقات امام التجارة الى عام 1947 عندما ابرمت اتفاقية الجات الاصلية (General Agreement on Tariff and Trade: GAAT) (الاصلية) بين 23 دولة من دول مؤتمر هافانا الذي جاء ضمن سياق السعي الدولي للخروج من حالة الركود الاقتصادي ، وقد قامت هذه الاتفاقية على مبادئ تحرير التجارة وازالة القيود امام حركة البضائع ، وارىد لهذه الاتفاقية والاطار

التنظيمي لها ان يمثل الضلع الثالث للنظام التجاري العالمي الجديد الى جانب صندوق النقد الدولي والبنك الدولي للانشاء والتعمير ، وعلى مدى ثمانية جولات من المفاوضات ، آخرها جولة الاورجواي 1986 - 1994 كانت الحويلة تأسيس منظمة التجارة العالمية (WTO - world trade organization) الوريث الجديد للاتفاقية القديمة ، وذلك في 15 نيسان 1994 بموجب اتفاقية مراكش ، وعهد الى منظمة التجارة العالمية مهام تنفيذ اتفاقيات جولة الاورجواي ابتداء من 1 كانون الثاني 1995 وهي (28) اتفاقية عالمية توّطرها ثلاث اتفاقيات رئيسة ، الأولى : الاتفاقية العامة للتعرفة والتجارة (جات) (General Agreement on Tariff and Trade: GAAT) وهي الاتفاقية المتعلقة بالتجارة في البضائع وتمثل اتفاقية الجات الاصلية مع تطوير لمبادئها العامة وتوسيع لنطاق المنتجات والبضائع موضوع ملاحقها التفصيلية ، والثانية : الاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات (جاتس) (General Agreement on Trade in Services : GATS) والتي جرى وضعها لمواجهة النشاط التجاري المستجد في ميدان خدمات النقل والخدمات المالية والاتصالات والخدمات التقنية والاستشارية وغيرها ، والثالثة ، اتفاقية الجوانب التجارية المتعلقة بالملكية الفكرية (ترس) (Trade Related Intellectual Property Rights - TRIPS) والتي تتعلق بمسائل حقوق المؤلف والعلامات والاسرار التجارية وبراءات الاختراع والتصاميم الصناعية والدوائر المتكاملة والمؤشرات الجغرافية والقواعد العامة المتصلة بالملكية الفكرية وعلاقتها بالتجارة العالمية . وتضم منظمة التجارة العالمية في عضويتها في الوقت الحاضر 137 دولة. أما بالنسبة للتجارة الالكترونية ، فقد اصدرت منظمة التجارة العالمية في مطلع عام 1998 الدراسة الخاصة حول التجارة الالكترونية ودور المنظمة في هذا الميدان وتناولت هذه الدراسة التي حملت عنوان ELECTRONIC COMMERCE AND THE ROLE OF THE WTO آليات التجارة الالكترونية وما يتعلق بمباشرتها باستخدام الانترنت ، وتوصلت الى اعتبار التجارة الالكترونية ضمن الأنشطة التجارية التي تستوعبها وتطبق عليها الاتفاقية الدولية الخاصة بالتجارة في الخدمات . وقد حددت المنظمة موقفها الرسمي من التجارة الالكترونية في مؤتمر منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية المنعقد في اوتاوا في شهر اكتوبر 1998 فجااء على لسان مديرها العام في ذلك الوقت Renato Roggiro ان المنظمة لا تسعى لوضع قواعد جديدة خاصة بالتجارة الالكترونية ، وانما تسعى لاستخدام التنظيم القانوني القائم والمحدد ضمن اتفاقية الجاتس الخاصة بالتجارة في اتفاقية التريس والاتفاق الخاص بخدمات الاتصال ، ومنذ ذلك الوقت واصلت المنظمة اعداد الدراسات وبرامج العمل بخصوص التجارة الالكترونية ، وقد كان هذا الموضوع واحدا من موضوعات برامج العمل العديدة المتعين التعامل معها او على الاقل

اقترح التعامل معه في مؤتمر سياتل الاخير للمنظمة (11/30 - 99/12/3) الذي لم يكتب له النجاح في اطلاق جولة جديدة من المفاوضات التجارية الدولية بسبب عوامل كثيرة ابرزها الخلافات الداخلية بين الدول الاعضاء وتمسك التكتلات الدولية بمصالحها الخاصة الى جانب التأثير الحاد والفاعل للجهات والافراد المناوئين للافرزات السلبية للعولمة وسياسات تحرير التجارة.

منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD)

كرست المنظمة اعمالها في عام 1998 بشكل رئيس للتجارة الالكترونية ، منطلقه من قناعة عبرت عنها اجهزتها مرارا مفادها ان التجارة الالكترونية تتطلب حولا دولية في مرحلة تنظيمها لان الحلول المتباينة لا تتفق مع الطبيعة الكونية لهذا النمط من الاعمال ، ولان التباين قد يقيم حدودا لا تقبلها التجارة الالكترونية ، ومن ابرز انشطة هذه المنظمة في ميدان التجارة الالكترونية المؤتمر العالمي للتجارة الالكترونية الذي عقد في الفترة من 7-9 اكتوبر 1998 في مدينة اوتاوا ، ويعد اوسع مؤتمر في هذا الاطار ، حيث حضره نحو الف مندوب يمثلون الدول الاعضاء في المنظمة وشارك عنها الوزراء وكبار المسؤولين عن التجارة والاقتصاد في هذه الدول ، وممثلون عن 12 دولة ليست عضوا في المنظمة ، و 12 منظمة دولية ، وممثلو الاتحادات النوعية التجارية والصناعية ، وممثلو مجموعات المستهلكين ، والمنظمات غير الحكومية الاقتصادية والاجتماعية . وقد ناقش المؤتمر على مدى يومين مسائل بناء الثقة لدى الزبائن والمستخدمين ، وتحديد معايير وقواعد حماية الخصوصية والبيانات الشخصية المخزنة في النظم والمتبادلة بين شبكات المعلومات ، ومسائل امن المعلومات التجارية على الخط وسياسات التشفير لمعلومات وبيانات القطاعين الخاص والعام ، ومسائل حماية المستهلك وتحديد قواعد الاختصاص القضائي وحل المنازعات وحقوق الاعلان على الانترنت والحماية من الانشطة غير القانونية والزائفة ، وتناول المؤتمر المسائل التي من شأنها ان تجعل التجارة الالكترونية ، عبر تنظيمها القانوني المحكم ، مشابهة تماما للتجارة التقليدية وما تركز ضمنها من قواعد كفلت قبولها والثقة فيها ، وتناول المؤتمر مسائل الدفع النقدي والتحويلات المالية عبر شبكات الاتصال والانترنت وحماية وسائل الدفع الالكتروني ومسائل العقود الالكترونية والتواقيع الالكترونية والسياسات الضريبية المتصلة بالتجارة الالكترونية ودور القطاعين العام والخاص في تنظيم اعمال التجارة الالكترونية ، وتوقف المشاركون في المؤتمر امام المتطلبات التقنية للتجارة الالكترونية والخطط والاستراتيجيات اللازم اتباعها في ميدان صناعة التقنية والاتصال وضمان البنية

التحتية الآمنة لهذه الانماط من الأنشطة المستجدة ، وعرج المشاركون على مسائل تعظيم منافع التجارة الالكترونية وتجاوز مشكلاتها عبر الاستراتيجيات الوطنية الشاملة لحماية المعلومات وضمان سلامة وامن الأنشطة التجارية ، والتنظيم القانوني لمشكلات التسليم المادي للبضائع والتنفيذ المادي للخدمات غير التقنية .

وقد خلص المؤتمر الى اقرار عدد من الاليات وتحديد مناطق الاهتمام القانوني الرئيسية ، وشملت التوصيات تكليف المنظمة نفسها بوضع خطط العمل وتكليف المنظمات غير الحكومية والحكومية الدولية لاجراء الدراسات ووضع التصورات وذلك لجهة انفاذ الاعلانات الصادرة عن المؤتمر بشأن حماية الخصوصية وامن الشبكات وحماية المستهلك والموثوقية في التجارة الالكترونية ، واتباع السياسات الضريبية التي تمنع اية قيود او اعباء على النشاط التجاري الالكتروني.

الامم المتحدة - لجنة اليونسترال (UNICITRAL)

اليونسترال هي لجنة قانون التجارة الدولية التابعة للامم المتحدة وتضم في عضويتها غالبية دول العالم الممثلة لمختلف النظم القانونية الرئيسية ، وغرضها الرئيس تحقيق الانسجام والتوائم بين القواعد القانونية النازمة للتجارة الالكترونية وتحقيق وحدة القواعد المتبعة وطنيا في التعامل مع مسائل التجارة العالمية ، وقد حققت اليونسترال العديد من الانجازات في هذا الميدان ابرزها ابرام عدد من الاتفاقيات الدولية اشهرها اتفاقية فينا للبيع الدولية لعام 1980 والاتفاقيات الخاصة بالتحكيم التجاري الدولي وغيرها .

وانطلاقا من ادراك اليونسترال ان التجارة الالكترونية تفتقر عن غيرها في حاجتها الى قواعد موحدة عالميا منذ البداية ، فقد كانت اليونسترال الاكثر وعيا لاهمية توحيد القواعد القانونية النازمة للتجارة الالكترونية ، ويسجل لها الريادة في التعامل مع هذا الهدف ، ففي عام 1996 ، واستنادا الى دراسات شاملة - بدأ بعضها منذ عام 1985 - لواقع النظم القانونية ومواقفها من مسائل التعاقد عن بعد ومشكلات الاثبات في القوانين الوطنية ، اطلقت اليونسترال القانون النموذجي للتجارة الالكترونية ، وذلك بغية مساعدة الدول لتحديد المواد الواجب تضمينها لمثل هذا التشريع الى جانب رغبتها واملها ان يعتمد القانون النموذجي المذكور من سائر الدول لما سيحققه من انسجام وتوافق ، خاصة ان مواضيع التجارة الالكترونية ، وتحديد الاجرائية منها ذات طبيعة دولية لا تتأثر في الغالب بالقواعد القانونية الوطنية المتباينة بين الدول . وتحليل محتوى القانون النموذجي يظهر ان اليونسترال تسعى الى ايجاد توازن بين التجارة التقليدية والتجارة الالكترونية وتحديد فيما يتعلق بانشطة التحويل

النقدي عبر الشبكات والتعاقد باستخدام وسائل التقنية ، ويعالج القانون موضوع العقود وإبرامها ومسائل التوافق الإلكتروني ومعايير الامن والحماية اللازمة للبيانات الشخصية وغيرها من الموضوعات. وحتى الان ، تم تبني هذا القانون بوضعه المقرر من اليونسترال من قبل سنغافورة وولاية الينوي في الولايات المتحدة الامريكية ، واعتمدت غالبية قواعده - حتى بشكل مطابق في الكثير من الحالات - من قبل الدول التي سنت تشريعات متصلة بالتجارة الإلكترونية كاسبانيا ، والولايات المتحدة الامريكية ، ومن بين الدول العربية فان مشروع قانون التجارة الاردني اعتمد بشكل اساسي على قانون اليونسترال النموذجي مع معالجات لعدد من الموضوعات التي لم يعالجها القانون النموذجي ، كما ان مشروع القانون اللبناني في حقل التوافق الإلكتروني اعتمد في احكامه ايضا على عدد من احكام القانون النموذجي . وتعد الحلول المتضمنة في القانون النموذجي ايضا اساسا معتمدا لدى غالبية الدول التي وضعت استراتيجيات او دراسات او وثائق مرجعية او ادلة ارشادية متصلة بالتجارة الإلكترونية كما هو شأن اليابان و كندا . ويتعين الاشارة في هذا المقام ان قانون اليونسترال النموذجي لم يتعرض لعدد من مسائل التجارة الإلكترونية لما تثيره من تناقضات بخصوص المعايير المتعين اعتمادها ، كمسائل الاختصاص القضائي والملكية الفكرية وامن التعامل التجاري الإلكتروني وغيرها . كما تجدر الاشارة الى استمرار لجنة اليونسترال في تناول عدد من المسائل المتصلة بالتجارة الإلكترونية والاسواق الإلكترونية وجاري العمل على استكمال بناء القسم الثاني من القانون النموذجي الخاص بتطبيقات التجارة الإلكترونية مترافقا مع جهد دولي موازي من قبل هيئات اوروبية في حقل الاختصاص والقانون الواجب التطبيق

2-3 على الصعيد الاقليمي وصعيد الهيئات المتخصصة :-

منظمة التعاون الاسيوية لمنطقة الباسيفك ASIA PACIFIC ECONOMIC COOPERATION (APEC)

في عام 1998 تأسست منظمة التعاون الاقتصادي لمنطقة اسيا- الباسيفك امام شعور هذه الدول بالدور الاقتصادي المتعاظم للمنطقة واهمية التكتل الاقتصادي لمواجهة تحديات النمو والمنافسة الاقتصادية ، وتضم في عضويتها 21 دولة حتى نهاية عام 1999 (16) وفي عام 1997 اتفق قادة الدول الأعضاء في المنظمة على وضع خطة عمل للتجارة الإلكترونية تكفل تحقيق الدول الاعضاء لمتطلباتها وإيجاد اطار قانوني موحد لهذه الغاية ، و

في عام 1998 وتحديدا في مؤتمر المنظمة المنعقد في كوالالامبور اصدر الاعضاء تصريحا يتضمن الدعوة لاطلاق النشاط التجاري الالكتروني في المنطقة وتطوير صيغ التعاون التقني وبناء البنية التحتية للتجارة الالكترونية والاستثمار في هذا القطاع .

منظمة التجارة الحرة الامريكية - نافتا

اتفاق التجارة الحرة لدول امريكا اوجد اطارا من الخبراء للعمل على اعداد مشروع خاص بالتجارة الالكترونية للدول الاطراف ، وقد عملت مجموعات الخبراء على كافة مسائل التجارة الالكترونية مركزة جهودها على الاستثمار المشترك في هذه الميادين والاطار القانوني الموحد للدول الاعضاء ، وقد ناقش الاعضاء وثيقة البرنامج النهائي للتجارة الالكترونية في لقائهم اواخر عام 1999 ، وقد جري تقييم تنفيذ الخطط والتوصيات في نهاية عام 2000 وتم ايكال عدد من المهام التنفيذية للجان ومجالى المنظمة لتنفيذها في العام 2001 .

غرفة التجارة الدولية (ICC)

غرفة التجارة العالمية منظمة عالمية متخصصة تهدف الى وضع قواعد قانونية موحدة في ميادين العمل التجاري عبر ما يعرف بنشرات الغرفة ، وترکز على توحيد القواعد ذات العلاقة بالانشطة القانونية القائمة عبر الحدود وبين الدول ، ولها قطاع آخر من النشاط والعمل يتمثل بالقيام بانشطة فض المنازعات التجارية الدولية عن طريق التحكيم ، وتضم غرفة او محكمة التحكيم التابعة للمنظمة في عضويتها 63 دولة ، وتضم الغرفة في عضويتها ايضا اكثر من 7000 عضوا من الشركات والمنظمات من اكثر من 130 دولة ،

وأما في ميدان التجارة الالكترونية ، فقد كان للغرفة دور قيادي ورائد في مؤتمر منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية المشار اليه اعلاه ، وذلك عبر تقديم الادلة الارشادية ونماذج القوانين والدراسات البحثية التي كان لها الدور الاكبر في تعميق مسائل البحث في المؤتمر والدور الاكبر في صياغة نتائجه وتوصياته ، ويعد دليل التجارة الالكترونية الصادر عن الغرفة احد اهم الادلة الشاملة التي تتيح مساعدة فاعلة في ميدان الانشطة التشريعية والتنظيمية اللازمة للتجارة الالكترونية . وقد تعزز هذا الدليل بصدور العديد من الادلة الاكثر تخصصا والمكاملة له كالدليل الخاص بالانشطة الاعلانية على الانترنت.

الولايات المتحدة الامريكية :-

في عام 1997 اطلق الرئيس الامريكي خطة العمل الخاصة بالتجارة الالكترونية ، وتضمنت الخطة مبادئ رئيسة خمسة هي :- اسناد قيادة التجارة الالكترونية للقطاع الخاص ، وتجنب الحكومة وضع القيود أمام الاستثمار والانشطة الابداعية في ميدان التجارة الالكترونية ، وللحكومة دور في كفالة وحماية الملكية الفكرية والخصوصية وامن الشبكات والمعلومات والشفافية والسرعة في حل المنازعات ، وعلى الحكومة دور في البناء الفاعل للوسائل التقنية ووسائل الاتصال ، والانترنت بيئة عالمية واطارها القانوني يتعين ان يكون عالميا وتحديدا بالنسبة للاختصاص القضائي .

وسندا لهذه المبادئ تضمنت الخطة تسع توصيات رئيسة متصلة بالجوانب القانونية والتنظيمية للتجارة الالكترونية ، وتتمثل هذه التوصيات ، بعدم فرض اية ضرائب او تعرفه على أنشطة التجارة الالكترونية وايجاد نظام قانوني مرن للدفع النقدي يراعي سرعة التطور التقني لوسائل الدفع ، وتعديل القواعد القانونية التجارية بالنسبة للعقود التجارية والتوقيعات الالكترونية وقواعد الدفع والتبادل المالي ، حماية الملكية الفكرية وضمان حقوق المعلنين والمستثمرين المعنوية فيما ينشر الكترونيا وبخصوص الطول التقنية والبرمجيات ذات العلاقة ، حماية الخصوصية بحظر جمع البيانات الخاصة الا وفق القواعد التي تكفل حماية اصحابها وصحة البيانات والحق في تعديلها ومعرفة اوجه استخدامها ومعالجتها ، وحماية امن المعلومات وامن الشبكات وخلق معايير تشفير مقبولة ، وازالة كافة القيود أمام صناعة التقنية والاتصالات ، وتشجيع التنظيم الخاص من قبل القطاعات الصناعية التقنية بشأن القيود المفروضة على المحتوى المنشور ضمن القطاعات العاملة على الانترنت ، وايجاد معايير تقنية لاعمال الانترنت مستندة للسوق وليس الى معايير حكومية مفروضة .

وتنفيذا لهذه الخطة جرى اقرار العديد من التشريعات المنظمة لاعمال التجارة الالكترونية او المتصلة بها سواء على مستوى الولايات او المستوى الفدرالي آخرها القانون الخاص بحجية التوقيعات الالكترونية ومعايير قبول هذه التوقيعات كبينة في الاثبات (اقر في عام 2000) ، هذا بالرغم من ان النظام القانوني للولايات المتحدة الامريكية يتضمن عشرات التشريعات المنظمة لشؤون التقنية والكمبيوتر والشبكات .

الاتحاد الأوروبي :-

ان الدور المميز الذي يلعبه الاتحاد الأوروبي ومجلس أوروبا في صياغة قواعد موحدة للدول الأوروبية يظهر بشكل رئيس في ميدان التشريعات التجارية والاقتصادية ، ويمتاز هذه الدور بأنه يمارس بالاستناد الى دراسات واسعة لجهات خبرة مميزة ، وقد اطلقت كافة الدول منفردة وضمن النشاط الاقليمي لأوروبا استراتيجيات وخطط بشأن التجارة الالكترونية تمهيدا لاصدار التشريعات القانونية المناسبة ، وتتعلق دول أوروبا من الحاجة للعديد من التشريعات السابقة على التجارة الالكترونية لتغطية المسائل ذات العلاقة بأمن المعلومات وتدفقها وحماية الخصوصية وحماية استخدام الكمبيوتر والشبكات ، وقد سنت في غالبية دول أوروبا قوانين حماية البيانات الخاصة ، وقوانين تنظيم انتقال المعلومات داخليا وعبر الحدود وقواعد تتنازع الاختصاص في ميدان الأنشطة التقنية وقواعد حماية الملكية الفكرية في بيئة التقنية العالية وقواعد تنظيم الدفع الالكتروني عبر الشبكات، ولعل دول أوروبا تتقاطع مع النموذج القانوني الموحد للتجارة الالكترونية الموضوع من قبل اليونسكوتال ، وتمثل التجربة الأوروبية نموذجا مميزا للدراسة لجهة الافادة من الدراسات العميقة التي تسبق وترافق اقرار أي قانون .

ان التجربة الأوروبية تتميز بوضع ادلة تشريعية ارشادية من قبل هيئات الاتحاد الأوروبي تتناول التحديات التي تظهر في الواقع الأوروبي وتسعى الى توحيد الحلول والتدابير المتخذة من الدول الأوروبية ، وسوف نقف على ابرز هذه الادلة التشريعية في حقل التجارة الالكترونية والخدمات المالية الالكترونية لدى تناولنا لعدد من المسائل القانونية الخاصة بالاعمال الالكترونية في هذا الفصل وفي الفصول اللاحقة ، على ان نقف تفصيلا على محتوى التجربة الأوروبية في حقل تقنية المعلومات عموما في الاجزاء التالية من هذه الموسوعة .

اليابان :-

لم تسن اليابان حتى الان تشريعا متكاملا للتجارة الالكترونية ، وقد يستغرب البعض ذلك ، لكن سرعان ما يتبدد الاستغراب اذا علمنا ان اليابان اسندت الى هيئة حكومية عليا منذ عام 1996 مهمة وضع الاطار القانوني والتقني والتنظيمي للتجارة الالكترونية ، وقد قسمت هذه الهيئة اعمالها الى مرحلتين انجزت الاولى منها عام 1998 ، ولا تزال تتجز بقية محتوى وموضوعات المرحلة الثانية ، وقد سنت اليابان العديد من التشريعات التي يمكن وصفها بانها المتطلب السابق للتجارة الالكترونية ، وتحديدًا في ميدان حماية المعلومات والموثوقية وتنظيم قواعد شهادات ضمان صحة تبادل المعلومات ويبدو ان التجربة اليابانية ستمثل اكثر التجارب العالمية دقة وشمولا ، وتعكس حقيقة هامة ان اتخاذ التدابير التشريعية لا يتم على

عجل لكنه لا يحتمل التأخير ايضا ، انه جهد بحثي واسع وعمل شاق وشامل ، لكن منتجه النهائي سيكون بلا شك نموذجا مميزا وشاملا ، والى جانب الجهد التشريعي فقد اتخذت الحكومة اجراءات واسعة لتهيئة القطاعات العامة والخاصة لممارسة واسعة وناشطة للتجارة الالكترونية بالرغم من ان انشطتها ليست غريبة على البيئة اليابانية التي يسود فيها اكثر من غيرها نشاط ائتمة الاعمال وادارة الانشطة والمؤسسات .

سنغافورة :-

اشرنا فيما تقدم الى ان سنغافورة اعتمدت القانون النموذجي للتجارة الالكترونية المعد من قبل اليونسسترال فقد اصدرت عام 1999 قانون التجارة الالكترونية ، وجاء مطابقا للقانون النموذجي ، ونظم مسائل تبادل المعلومات وحمايتها وحجية التواقيع الالكترونية ، والقواعد الاجرائية اللازمة لممارسة التجارة الالكترونية بكافة صورها ، وتتميز سنغافورة بانها لم تعتمد النموذج القانوني الموحد دون مقارنته مع واقعها ، فان كان صحيحا انها سنت القانون على نحو مطابق مع النموذج ، الا ان ذلك استند الى دراسات بحثية شاملة ومشاركة واسعة بين قطاعات التجارة والصناعة والخدمات والقطاعات الحكومية امتدت على مدى الاعوام من 1997 وحتى 1999 ، ويظهر اثر هذه الدراسات في الانظمة التنفيذية التي سنت مترافقة مع القانون ، فهي انظمة اجرائية تفصيلية سدت نقاط النقص التي لا يغطيها القانون النموذجي وفسرت قواعده العامة واحالتها الى آليات تطبيق عملية تناسبت مع نتائج الدراسات والتوصيات التي اطلقتها الجهات المعنية في الدولة وفي مقدمتها القطاع الخاص .

• قائمة التشريعات الوطنية في حقل التجارة الالكترونية والتواقيع الرقمية :-

كما اشرنا فيما تقدم ، فان التدابير التشريعية في حقل التجارة الالكترونية وما يتصل بها من موضوعات على نحو مباشر انطلقت في عقب صدور قانون اليونسسترال النموذجي ، ورغبة في الافادة من دلالات حركة التشريع فاننا وجريا على المنهج المتبع في الفصول المتقدمة نورد فيما يلي قائمة بهذه القوانين (الجدول رقم 2) مضافا اليها خلاصة لجهود بعض الاطر الدولية مما اشرنا اليها اعلاه (باللغة الانجليزية) ، ونورد ايضاها بقائمة الهيئات والمنظمات الدولية والمتخصصة اضافة الى بيان خلاصة المسح التشريعي

التحديات القانونية للتجارة الالكترونية

تثير أنشطة التجارة الالكترونية والعلاقات القانونية الناشئة في بيئتها العديد من التحديات القانونية للنظم القانونية القائمة ، تتمحور في مجموعها حول اثر استخدام الوسائل الالكترونية في تنفيذ الأنشطة التجارية ، فالعلاقات التجارية التقليدية قامت منذ فجر النشاط التجاري على اساس الايجاب والقبول بخصوص أي تعاقد وعلى اساس التزام البائع مثلا بتسليم المبيع بشكل مادي وضمن نشاط ايجابي خارجي ملموس ، وان يقوم المشتري بالوفاء بالثمن أما مباشرة (نقدا) او باستخدام ادوات الوفاء البديل عن الدفع المباشر من خلال الاوراق المالية التجارية او وسائل الوفاء البنكية التقليدية ، والى هذا الحد فان قواعد تنظيم النشاط التجاري سواء الداخلية او الخارجية ، وبرغم تطورها ، بقيت قادرة على الاحاطة بمتطلبات تنظيم التجارة ، اذ بالرغم من تطور نشاط الخدمات التجارية والخدمات الفنية واتصال الأنشطة التجارية بعلاقات العمل والالتزامات المتعلقة بالامداد والتزويد ونقل المعرفة او التكنولوجيا ، فان القواعد القانونية النازمة للأنشطة التجارية والعقود امكنا ان تظل حاضرة وقادرة على محاكاة الواقع المتطور والمتغير في عالم التجارة ، لكن الامر يختلف بالنسبة للتجارة الكترونية ، فالمتغير ، ليس بمفهوم النشاط التجاري ، وانما بادوات ممارسته وطبيعة العلاقات الناشئة في ظلّه ، كيف لا ، ويتوسط كل نشاط من أنشطة التجارة الالكترونية الكمبيوتر والانترنت او شبكة المعلومات ، ان اثر وجود التقنية وهيمنتها على آلية انفاذ النشاط التجاري في ميدان التجارة الالكترونية ، بل ضرورتها لوجود التجارة الالكترونية ، كان لا بد ان يخلق تحديا جديدا امام النظم القانونية القائمة.

والسؤال الذي يثور ، ما هي التحديات القانونية التي ظهرت في حقل التجارة الالكترونية ؟؟
هل التجارة الالكترونية مجرد نشاط تجاري بين غائبين يمكن ان تطبق عليها نصوص التعاقد بين الغائبين المقررة في التشريعات المدنية ؟؟
وهل التحدي الوحيد انها تعاقد بين غائبين ؟؟

4-1 المشكلات القانونية في ضوء مراحل التجارة الالكترونية .

ان تحديد تحديات التجارة الالكترونية القانونية ، يستلزم تصور العملية من بدايتها وحتى نهايتها بشكل عام لا تفصيلي ، ومن ثم توجيه مؤشر البحث نحو استخلاص عناوين التحديات ، ومن ثم بيان محتوى التحدي وما تقرر من حلول مقارنة لمواجهته .

التجارة الالكترونية في صورتها العامة ، طلبات بضاعة او خدمات يكون فيها الطالب في مكان غير مكان المطلوب منه الخدمة او البضاعة ، وتتم الاجابة بشأن توفر الخدمة او البضاعة على الخط ، وقد يكون الوضع - كما في المتاجر الافتراضية - ان تكون

البضاعة او الخدمة معروضة على الخط يتبعها طلب الخدمة او طلب الشراء من الزبون المتصفح للموقع ، وعلى الخط ايضا ، وبالتالي يمثل الموقع المعلوماتي على الشبكة ، وسيلة العرض المحددة لمحل التعاقد وثمانه او بدله في حالة الخدمات على الخط (أي عبر شبكات المعلومات) . وتثير هذه المرحلة (السابقة على التعاقد فعليا) مشكلات وتحديات عديدة ، اولها ، توثق المستخدم او الزبون من حقيقة وجود الموقع او البضاعة او الخدمة . وثانيهما مشروعية ما يقدم في الموقع من حيث ملكية مواده ذات الطبيعة المعنوية (مشكلات الملكية الفكرية) . وثالثها تحديات حماية المستهلك من أنشطة الاحتيال على الخط ومن المواقع الوهمية او المحتوى غير المشروع للخدمات والمنتجات المعروضة . ورابعها :- الضرائب المقررة على عائدات التجارة الالكترونية عبر الخط ، ومعايير حسابها ، ومدى اعتبارها قيما مانعا وحادا من ازدهار التجارة الالكترونية . وهذه التحديات ايضا ترافق المراحل التالية من خط نشاط التجارة الالكترونية ، فالموثوقية وحماية المستهلك تحديان يسيران بتواز مع سائر مراحل أنشطة التجارة الالكترونية .

المرحلة التالية تتمثل في ابرام العقد ، بحيث يتلاقى الايجاب والقبول على الخط ايضا ، ويتم ذلك بصور عديدة بحسب محتوى النشاط التجاري ووسائل التعاقد المقررة على الموقع ، اشهرها العقود الالكترونية على الويب ، والتعاقدات بالمراسلات الالكترونية عبر البريد الالكتروني ، وبوجه عام ، تتلاقى ارادة المزود او المنتج او البائع مع ارادة الزبون ، ويبرم الاتفاق على الخط ، وهنا تظهر مشكلتين رئيسيتين :- اولهما توثق كل طرف من صفة وشخص ووجود الطرف الاخر ، بمعنى التوثق من سلامة صفة المتعاقد . وحيث ان من بين وسائل حل هذا التحدي ايجاد جهات محايدة تتوسط بين المتعاقدين (سلطات الشهادات الوسيطة) لجهة ضمان التوثق من وجود كل منهما وضمن ان المعلومات تتبادل بينهما حقيقية ، وتمارس عملها على الخط من خلال ارسال رسائل التأكيد او شهادات التوثيق لكل طرف تؤكد فيها صفة الطرف الاخر . وثانيهما :- حجية العقد الالكتروني او القوة القانونية الالزامية لوسيلة التعاقد ، وهذه يضمنها في التجارة التقليدية توقيع الشخص على العقد المكتوب او على طلب البضاعة او نحوه او البينة الشخصية (الشهادة) في حالة العقود غير المكتوبة لمن شهد الوقائع المادية المتصلة بالتعاقد ان في مجلس العقد او فيما يتصل بانفاذ الاطراف للالتزامات بعد ابرام العقد ، فكيف يتم التوقيع في هذا الفرض ، وما مدى حجيته ان تم بوسائل الكترونية ، ومدى مقبوليته بينة في الاثبات ، وآليات تقديمه كبينة ان كان مجرد وثائق وملفات مخزنة في النظام ؟؟؟؟

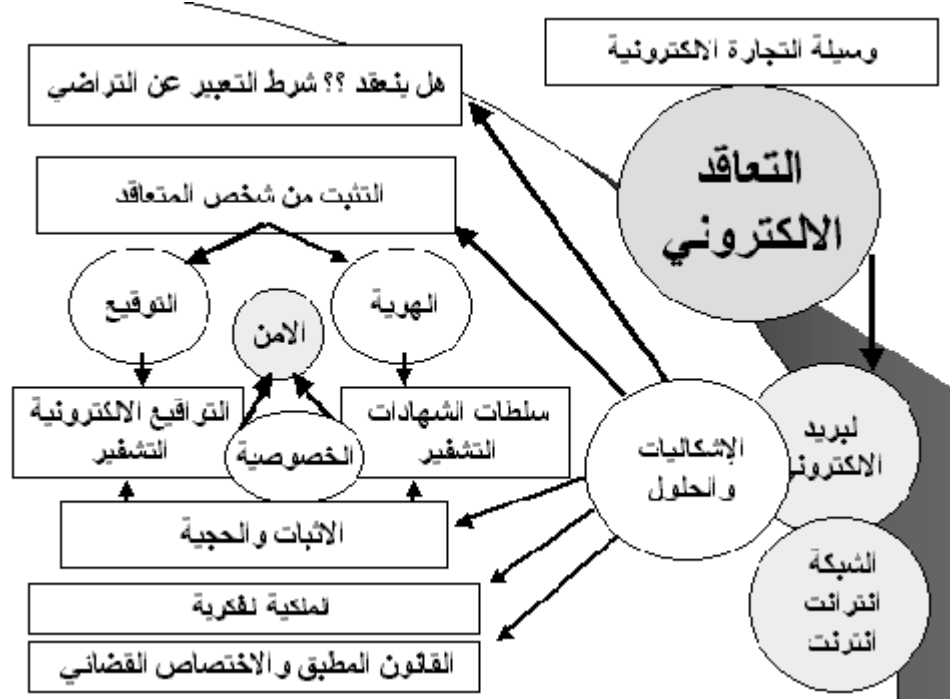
ان بيئة التجارة الالكترونية توجد وسائل تتفق وطبيعتها ومن هنا وجدت وسيلة التوقيع الرقمي (Digital Signature) لتحقيق وظيفة التوقيع العادي على نحو ما سنوضح فيما ياتي .
والمرحلة الثالثة تتمثل في انفاذ المتعاقدين لالتزاماتهما ، البائع او مورد الخدمة الملزم بتسليم المبيع او تنفيذ الخدمة ، والزبون الملزم بالوفاء بالثمن ، ولكل التزام منهما تحد خاص به ، فالالتزام بالتسليم يثير مشكلات التخلف عن التسليم او تأخره او تسليم محل تتخلف فيه مواصفات الاتفاق ، وهي تحديات مشابهة لتلك الحاصلة في ميدان الانشطة التجارية التقليدية ، أما دفع البدل او الثمن ، فانه يثير اشكالية وسائل الدفع التقنية كالدفع بموجب بطاقات الائتمان ، او تزويد رقم البطاقة على الخط ، وهو تحد نشأ في بيئة التقنية ووليد لها ، اذ يثير اسلوب الدفع هذا مشكلة امن المعلومات المنقولة ، وشهادات الجهات التي تتوسط عملية الوفاء من الغير الخارج عن علاقة التعاقد اصلا ، الى جانب تحديات الانشطة الجرمية في ميدان اساءة استخدام بطاقات الائتمان وانشطة الاستيلاء على رقمها واعادة بناء البطاقة لغرض غير مشروع.

يضاف الى هذه التحديات ، تحديات يمكن وصفها بالتحديات العامة التي تتعلق بالنشاط ككل لا بمراحل تنفيذه كتحدي خصوصية العلاقة بين المتعاقدين وخصوصية المعلومات المتداولة بينهما (الفصل 2 من هذا القسم) وتحد حماية النشاط ككل من الانشطة الجرمية لمخترقي نظم الكمبيوتر والشبكات ، او ما يعرف عموما بجرائم الكمبيوتر (الفصل 3 من هذا القسم) وتحدي مشكلات الاختصاص القضائي في نظر المنازعات التي تظهر بين اطراف العلاقة التعاقدية ، اذ في بيئة الانترنت ، تزول الحدود والفواصل الجغرافية ، وتزول معها الاختصاصات المكانية لجهات القضاء ، فاي قضاء يحكم المنازعة واي قانون يطبق عليها عند اختلاف جنسية المتعاقدين ، وهو الوضع الشائع في حقل التجارة الالكترونية ، وهو ما سنتناوله في الفصل 8 من هذا القسم .

ويوضح الشكل 4 الاطار العام لتحديات التجارة الالكترونية والوسائل التقنية لحل هذه التحديات .

شكل رقم 4

اطار توضيحي للتحديات القانونية للتجارة الالكترونية



2-4 المسائل القانونية للتجارة الالكترونية :-

يمكننا تبويب وعرض المسائل والمشكلات القانونية الناشئة في حقل التجارة الالكترونية - المتقدم ذكرها - مع التعرض لابرز عناصرها في حدود المساحة المتاحة وذلك ضمن الطوائف التالية :-

1-2-4

عقود التجارة الالكترونية وقانونية وسائل التعاقد ووثائقه وحجية التوقيعات الالكترونية .

لما كانت طلبيات البضاعة او الخدمات تتم عبر الشبكة ، أما بالدخول الى الموقع المعني من قبل المستخدم او عبر تقنية البريد الإلكتروني ، ولما كان ابرام العقد يتم على الشبكة ، فان اول ما اثير في هذا الميدان مدى حجية هذه المحررات والعقود التي لا تتضمن توقيعاً مادياً عليها من قبل أطرافها او مصدرها ، وكحل يتفق مع الطبيعة التقنية لانشطة التجارة الالكترونية ، استخدمت تقنيات التوقيعات الالكترونية ، أما كصور تناظرية ، او رموز رقمية ، ولا تعرف النظم القانونية القائمة التوقيعات الالكترونية ولا تألفها ، لذا كان لزاماً وضع القواعد التي تكفل قبول هذه التوقيعات وتضمن حجيتها وقوتها القانونية في الاثبات ، وامام قواعد الاثبات بوجه عام ، التي لا تقبل بالنسبة للمستندات غير المستندات الرسمية بدون حاجة دعوة منظمها للشهادة ، و المستندات العرفية الموقعة المبرزة عبر منظمها ، ولا تقبل المستندات غير الموقعة الا كمبداً ثبوت بالكتابة يستلزم بينة اخرى اذا ما اعترف بها كمبداً

ثبوت بالكتابة ابتداء - بحسب نوع النزاع - فان قبول القضاء للتعاقدات الالكترونية ، يتطلب اقرار حجية العقود الالكترونية والمراسلات الالكترونية (البريد الالكتروني مثلا) والتوقيعات الالكترونية وموثوقيتها كبينة في المنازعات القضائية . وقد تضمن القانون النموذجي للتجارة الالكترونية الذي وضعته (اليونسترال) ، وكذلك التشريعات التي سنت في الدول المتقدمة ، قواعد تقضي بالمساواة في القيمة ما بين التعاقدات التقليدية والتوقيعات العادية وبين رسائل البيانات الالكترونية والعقد الالكتروني والتوقيع الالكتروني الرقمي ، وقررت عدد من التشريعات معايير للحجية تقوم على اثبات حصول الاتصال وموثوقية الموقعين المتصلين ، كما اجازت بعضها عمليات التشفير التي تكفل حماية التوقيع من الالتقاط غير المصرح به .

وتثير العقود التقنية تحديا آخر ، يتمثل بالعقود النموذجية للتعاقد الموجودة أصلا على الموقع ، ويمكن ان نضيف اليها ، رخص الاستخدام المتعلقة بالمنتجات ذات الحقوق المعنوية لاصحابها (رخص الملكية الفكرية) ، ففي كثير من الحالات تكون شروط التعاقد موجودة على موقع النشاط التجاري على الشبكة ، وتتضمن شرطا صريحا بان مجرد طلب البضاعة او الخدمة يعد قبولا وقرارا بهذه الشروط ، أي ان القبول مربوط بواقعة مادية خارجة عن تصريح القبول ، تماما كما هو الحالة في عرض البضاعة مع تحديد سعرها المعروفة في القوانين المدنية السائدة ، واما بالنسبة للسلع التي تتصل بحقوق الملكية الفكرية ، كشرء حزمة برامج الحاسوب مثلا ، وهي ما اثرت جدلا قانونيا بشأن قانونية وحجية رخص فض العبوة عندما تتضمن العبوة الموضوع بها البرنامج عبارة تفيد ان فض العبوة بنزع الغلاف يعد قبولا لشروط التعاقد الواردة في الرخصة النموذجية - غير الموقعة ، او تنزيل البرامج عبر الشبكة بعد أداء المقابل المطلوب ، حيث يترافق تشغيل البرنامج في هذه الحالة مع ظهور الرخصة المخزنة (تقنيا) داخله ، وهي رخصة تتضمن شروط الملكية الفكرية ومتطلبات التسجيل ، وتتضمن ان مجرد تنزيل البرنامج يعد اقرارا بشروط الرخصة وقيود الاستخدام ، وقد اثير جدال حول مدى حجية مثل هذه العقود او الرخص المخزنة كنماذج شرطية داخل الوسائل التقنية ، هل تعد حجة على الاطراف ، المنتج او البائع بوصفه مدخلا لها ضمن الوساطة التقنية ، والمستخدم لتحقق القبول من ثبوت واقعة الطلب او او استخدام المنتج؟؟

ان مشكلات عدم الاطلاع فعليا على هذه الشروط في كثير من الحالات ، ومشكلات عدم معرفة قواعد الاثبات القائمة لهذه الشروط المخزنة داخل النظم كشرط نموذجية تثبت عناصر والتزامات التعاقد ، بسبب عدم التوقيع عليها وعدم ثبوت توجيهها لشخص بعينه ، وثبوت عدم مناقشتها بين الاطراف ، كل ذلك وغيره استوجب التدخل التشريعي لتنظيم آلية

ابرام العقد التقني او شروط حجيتة وموثوقيته ، سواء نتحدث عن العقد المتصل بالمبيع او عن رخص الاستخدام بوصفها التزاما بين جهتين . ونوضح فيما يلي ابرز العناصر والمسائل المتصلة بالعقود الالكترونية.

العقود الإلكترونية Web Wrap Agreement او Clickwrap Contracts.

قبل أن يكون هناك صفحات إنترنت web pages ، كان هناك البرمجيات ، وتاما كما اصبح لصفحات الويب ، عقود ويب (web wrap agreements) فقد كان للبرمجيات الجاهزة (software) عقودا مشابهة سميت (shrinkwrap agreement) وعقود (shrink wrap agreement) ، هي اتفاقيات الرخص (النقل) الرخص التي ترافق البرامج ، وهي على شكلين ، الأول ، التي رخص تظهر على الشاشة أثناء عملية تنزيل البرنامج على الجهاز ، وعادة لا يقرؤها المستخدم ، بل يكتفي بمجرد الضغط (أنا اقبل I agree) أو (accept I) ، إنها العقد الإلكتروني الذي يجد وجوده في واجهة أي برنامج ويسبق عملية التنزيل (Install) .

أما الصورة الثانية ، وهي السبب في أخذها هذا الاسم (الذي يعني رخصة فض العبوة) فإنها الرخص التي تكون مع حزمة البرنامج المعروضة للبيع في محلات بيع البرمجيات ، وعادة تظهر هذه الرخصة تحت الغلاف البلاستيكي على الحزمة وعادة تبدأ بعبارة (بمجرد فض هذه العبوة ، فانك توافق على الشروط الواردة في الرخصة) ومن هنا شاع تعبير (رخصة فض العبوة) .

وكانت هذه الطريقة في حقيقتها طريقة مقنعة للتعاقد ، لكنها لم تكن يوما طريقة واضحة ، ولم تكن تشعر أن العقد ملزم ، لان أحدا لم يكن يهتم لقراءة الرخصة قبل فض العبوة ، ولا حتى بعد فضها ، وربما عدد محدود من الاشخاص ممن احتفظوا بالرخصة نفسها ، ومن هنا رفضتها المحاكم في المرحلة الأولى . لكن وفي الفترة الأخيرة ، وتحديدا في عام 1998 وفي إحدى القضايا وهي الأشهر من بين قضايا رخص فض العبوة ، وهي قضية Pro CD v. Zeienberg ، قضت محكمة الاستئناف الامريكية / الدائرة السابعة ، بقبول حجية هذا العقد قياسا على العقود التي لا يجري معرفة شروط التعاقد إلا بعد الدفع فعلا كتذاكر الطائرة ، وبوالص التامين.

هذا العقد - عقد فض العبوة - مثل الأساس التاريخي والعملية لعقود الويب أو العقود الإلكترونية ، وسيكون لهذا العقد دور آخر في حقل العقد الإلكتروني عندما يكون محل القياس لدى بحث قانونية العقود الإلكترونية وسيجري قياس العقد الإلكتروني في قيمته القانونية أمام المحاكم الأمريكية .

ويعد العقد C lick Wrap Contract الصورة الأكثر شيوعا للعقد الإلكتروني وهو عقد مصمم لبيئة النشاط (على الخط) كما في حالة الانترنت ، وذلك بوجود (وثيقة) العقد مطبوعة على الموقع متضمنة الحقوق والالتزامات لطرفيه (المستخدم وجهة الموقع) منتهية بمكان متروك لطباعة عبارة القبول أو للضغط على إحدى العبارتين (اقبل) او (لا اقبل) او عبارات شبيهة ، وترجع تسميته المشار إليها الى حقيقة ان ابرام العقد يتم بالضغط (click) على اداة الماوس ، اما على ايقونة الموضع المتضمنة عبارة (انا اقبل) او في المساحة المخصصة لطبع هذه العبارة لغايات وضع المؤشر فيها عبر الضغط بالماوس ..

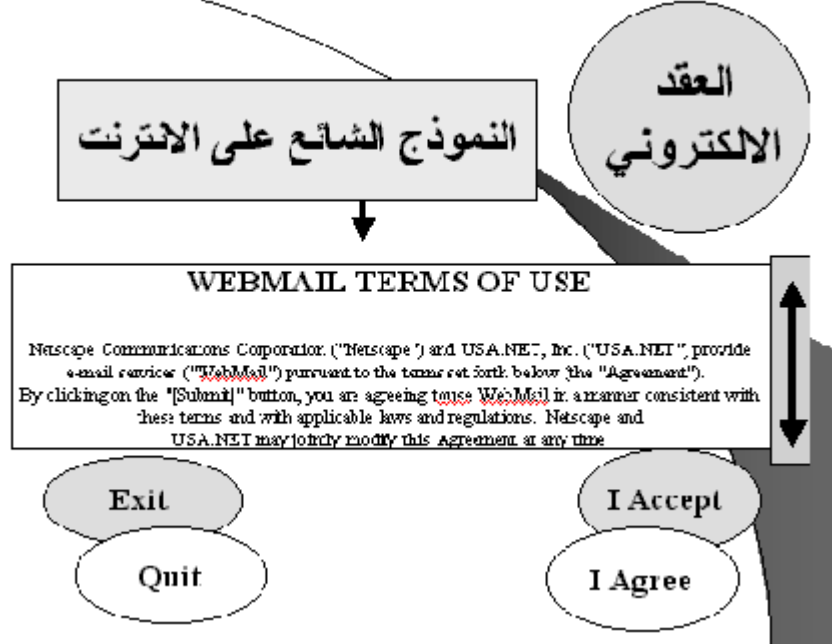
ويستخدم العقد الإلكتروني لكافة التصرفات محل الاتفاقات على الشبكة ، وبشكل رئيس :- انزال البرامج او الملفات عن الشبكة ، الدخول الى خدمات الموقع وتحديدات التي تتطلب اشتراكا خاصا في بعض الاحيان او مقابل مالي او لغايات الحصول على الخدمة (كالمحادثة ومجموعات الاخبار او الاعلان والادلة) او لغايات التسجيل والالتزام العقدي بانفاذ الخدمة المعروضة مجانا بشروط الموقع كخدمات البريد المجاني والاستضافة المجانية وغيرها. وكذلك لابرام التصرفات القانونية على الخط كالبيع والشراء والاستئجار وطلب القرض واجراء عملية حوالة مصرفية وابرام بوالص التأمين ودفع الثمن وغيرها .

ومن حيث أهمية العقد الإلكتروني ، فان تقنية العقود الإلكترونية توفر قدرة التعاقد على الشبكة وفي بيئتها والحصول على الخدمات والبضائع والمصنعات بارخص الاسعار ومن خلال قوائم اختيار معروفة وواسعة ومن أي موقع او مصدر للموردين على الخط (OSP) ، كما تتيح للمورد تحديد التزاماته بوضوح وتحديد نطاق المسؤولية عن الخطا والاضرار جراء التعاقد او بسبب محل التعاقد كأخطاء البرمجيات ومشاكلها ، وتساهم في تسهيل المقاضاة بين الطرفين لما تقرره من قواعد شاملة بالنسبة للحقوق والالتزامات .

وتتعدد انواع العقود الإلكترونية من حيث آلية ابرامها :- ويمكن ردها بوجه عام الى طائفتين ، اما عقود تتم بمجرد الضغط على ايقونة (مربع/ مستطيل) القبول وتسمى (Icon Clicking) . او عقود تتم بطباعة العبارة التي تفيد القبول (Type & Click) . اما من حيث المحل فتتمدد الى انواع غير حصرية باعتبارها تتعلق بمنتجات وخدمات وطلبات . ويوضح الشكل 5 الشكل الدراج للعقد الإلكتروني على مواقع الانترنت.

شكل 5

نموذج ايضاحي للعقد الالكتروني على الانترنت



وقد بحثت العديد من المحاكم في النظم القانونية المقارنة حجية هذه العقود ، وتباينت الاتجاهات بشأنها قبل ان يتم تنظيم حجيتها قانونا في عدد من الدول او الاستعداد التشريعي في عدد آخر تمهيدا لقبولها وقرار حجيتها ضمن شروط ومعايير معينة ، ويمكن القول ان الاتجاه العام قبل التدخل التشريعي اجاز قبول هذه التعاقدات قياسا على تراخيص فض العبوة في حقل البرمجيات ، وذلك ضمن شروط اهمها واولها ان يكون متاحا ببسر الاطلاع على شروطها وقراءتها وتوفر خيارات الرفض والقبول وان يتعزز القبول باجراء اكثر من مجرد الضغط على الماوس في حالة النوع الاول من هذه العقود المشار اليه اعلاه . وازادت بعض المحاكم شرط اعتمادية وسائل التعريف بشخصية المستخدم الى جانب وسائل الامان (قضية ProCD, Inc. v. Hotmail Corp v. Van Money Pic 1998 و قضية Hill v. Gateway 2000 Inc. 1997 & Brower v. Zeidenberg 1996 وقضية Gateway 2000 Inc. 1998)

• التوقيع الرقمي وتشفير البيانات المرسلة .

التوقيع الإلكتروني عبارة عن جزء صغير مشفر من بيانات يضاف الى رسالة إلكترونية كالبريد الإلكتروني أو العقد الإلكتروني ، وثمة خلط كبير في مفهوم التوقيع الرقمي ، حيث

يظن البعض انه أرقام ورموز أو صورة للتوقيع العادي . وهو ليس كذلك ، إذ لا تعد صورة التوقيع العادي بواسطة السكانر (الماسحة الضوئية) توقيعاً إلكترونياً.

فالتوقيع الإلكتروني على رسالة ما عبارة عن بيانات مجتزأة من الرسالة ذاتها (جزء صغير من البيانات) يجري تشفيره وإرساله مع الرسالة. بحيث يتم التوثق من صحة الرسالة من الشخص عند فك التشفير وانطباق محتوى التوقيع على الرسالة.

ويتم التوقيع الإلكتروني (الرقمي) بواسطة برنامج كمبيوتر خاص لهذه الغاية وباستعماله فان الشخص يكون قد وقع على رسالته تماما كما يوقع مادياً (في عالم الأوراق والوثائق الورقية) ، ويستخدم التوقيع الرقمي على كافة الرسائل الإلكترونية والعقود الإلكترونية .

أما وظيفة التوقيع الرقمي ، فيمكن من الوجة القانونية تبين ثلاث وظائف رئيسة لها هي :-

1- التوقيع الرقمي يثبت الشخص الذي وقع الوثيقة.

2- يحدد التوقيع الرقمي الشيء (الوثيقة) التي تم توقيعها بشكل لا يحتمل التغيير .

3- يخدم التوقيع الرقمي

ويثور التساؤل ، هل يحقق التوقيع الرقمي الوظيفة التي يحققها التوقيع العادي ؟

متى ما كان للتوقيع الرقمي القدرة على إثبات الشخص الذي وقع الوثيقة ، فانه يحقق وظيفة

التوقيع العادي التقليدي أو المادي (signature Traditional penned)

والحقيقة أن التوقيع الرقمي من زوايا متعددة يفضل التوقيع العادي ، كيف؟؟

ان التوقيع العادي عبارة عن رسم يقوم به الشخص ، انه فنا وليس علماً ، ومن هنا يسهل تزويره أو تقليده ، أما التوقيع الرقمي ، فهو من حيث الأصل وفي حدود أمن استخدام برنامجه من قبل صاحب البرنامج ، علم وليس فنا ، وبالتالي يصعب تزويره ، وان كان هذا لا يعني انه يمكن عند اختلال معايير الامن المعلوماتي قد يتم استخدام توقيع الغير الإلكتروني ، وتكمن صعغوبة (التزوير) في اختيار اجزاء من الوثيقة المرسله ذاتها ومن ثم تشفير هذه الاجزاء ، وهو ما يقوم به برنامج الكمبيوتر وليس الشخص ، وتحصين التوقيع الرقمي رهن بحماية سرية كلمة السر ومفتاح التشفير .

وفي بيئة التوقيع العادي على الأوراق أو المحررات ، يمكن اقتطاع الوثيقة عن التوقيع الوارد عنها أو اقتطاع جزء منها واستبداله ، في حين ذلك ليس أمراً متاحاً في الوثيقة الإلكترونية الموقعة رقمياً ، فالتوقيع الرقمي لا يثبت الشخص منظم الوثيقة فقط ، بل يثبت بشكل محدد

الوثيقة محل هذا التوقيع ، أنه جزء منها ورموز مقتطعة ومشفرة ، ولدى فك التشفير يتعين أن ينطبق التوقيع ذاته على الوثيقة . إنها مسألة أشبه بنموذج التقيب الذي يستخدم لمعرفة صحة الإجابات النموذجية في امتحانات الخيارات المتعددة ، انك تضع الكرت المثقب على الإجابة فتحدد فورا الصواب والخطا . وهنا يتعين أن ينطبق النموذج (التوقيع) على الرسالة فإذا تخلف ذلك كانت الوثيقة غير المرسله وكان ثمة تلاعب بالمحتوى . ومن هنا أيضا يفضل التوقيع الرقمي التوقيع العادي.

ويرتبط التوقيع الالكتروني بالتشفير ارتباطا عضويا ، والتشفير encryption- كما اوضحنا في القسم الاول - هو عملية تغيير في البيانات ، بحيث لا يتمكن من قراءتها سوى الشخص المستقبل وحده ، باستخدام مفتاح فك التشفير . وفي تقنية المفتاح العام يتوفر المفتاح ذاته لدى المرسل والمستقبل ويستخدم في عمليتي التشفير وفك التشفير .

والطريقة الشائعة للتشفير تتمثل بوجود مفتاحان ، المفتاح العام public-key وهو معروف للكافة ، ومفتاح خاص private-key ، يتوفر فقط لدى الشخص الذي أنشأه . ويمكن بهذه الطريقة لأي شخص يملك المفتاح العام ، ان يرسل الرسائل المشفرة ، ولكن لا يستطيع ان يفك شيفرة الرسالة . الا الشخص الذي لديه المفتاح الخاص .(17)

ما تقدم تظهر العلاقة بين التوقيع الرقمي والتشفير ، فالتوقيع الرقمي هو ختم رقمي مشفر ، يملك مفتاحه صاحب الختم . ويعني تطابق المفتاح مع التوقيع الرقمي على الرسالة الالكترونية ان مرسل الرسالة هو من ارسلها ، فعلا ، وليست مرسله من قبل شخص آخر كتب عنوانك البريد لتبدو كأنها مرسله باسمك . ويضمن التوقيع الرقمي عدم تعرض الرسالة لأي نوع من انواع التعديل ، بأي طريقة .

4-2-2 موثوقية التجارة الإلكترونية وتحديات اثبات الشخصية ومسؤولية الشخص الثالث .

عندما يدخل مستخدم ما على موقع يباشر انشطة التجارة الالكترونية على الخط ، يبدأ بطلب السلعة او المنتج او الخدمة ، وبالنسبة للقائم على موقع التجارة الالكترونية ، فان المهم لديه التوثق من صحة الطلب ، ويتطلب ذلك ابتداء التوثق من ان من يخاطبه هو فعلا من دون اسمه او عنوان بريده الالكتروني او غير ذلك من معلومات تطلبها مواقع التجارة الالكترونية ، فكيف يمكنه ذلك ، خاصة في ظل تنامي اجراءات الاختراق واساءة استخدام اسماء الغير ، في أنشطة جرمية على الشبكة وبنفس الوقت سيجيب موقع التجارة الالكترونية الطلب وتحديد الالتزام بتسليم محل التعاقد ، فما الذي يضمن للمستخدم ان ما وصله من معلومة انما جاءته من هذا الموقع وما الذي يضمن له ايضا ان هذا الموقع حقيقي وموجود على الشبكة ، ان

حل هذه المعضلة استتبع ايجاد حلول تقنية (كوسائل التعريف الشخصية عبر كلمات السر والارقام السرية ، او وسيلة التشفير عبر ما عرف بوسيلة المفتاح العام والمفتاح الخاص ، ووسائل التعريف البيولوجية للمستخدم كبصمات الاصابع المنقولة رقميا او تناظريا وسمات الصوت او حدقة العين او غيرها) ، وهي وسائل اريد منها ضمان تأكيد الاتصال واثبات صحة صدور المعلومة عن النظام التقني الصادرة عنه ، لكن لكل منها ثغراته الامنية وتعد بالعموم غير كافية - ليس دائما طبعا - وهذا ما استتبع اللجوء لفكرة الشخص الوسيط في العلاقة ، وهو جهة تؤكد صحة التعامل على الخط ، وهي شركات ناشطة في ميدان خدمات التقنية تقدم شهادات تتضمن تأكيدا ان الطلب او الجواب قد صدر عن الموقع المعني وتحدد تاريخ ووقت صدور الطلب او الجواب ، وحتى تضمن شخصية المخاطب توفرت تقنيات التعريف على الشخص ، بدأ بكلمة السر وانتهاء بالبصمة الصوتية ، اصف الى ذلك تقنيات التشفير التي يزداد الجدل حول مشروعيتها ، سيما في ظل اثرها المانع والمقيد لحرية تدفق البيانات وانسيابها ومساسها في كثير من الحالات بالخصوصية سيما عند اجراء عملية التوثق وتفتيش النظم التي تتطلب اطلاقا على معلومات مخزنة في النظام خارجة عن العلاقة العقدية المعنية .

وقد اثير في ميدان العلاقات القانونية للتجارة الالكترونية ، مسألة مسؤولية الشخص الثالث ، وتحديد مزودي خدمات الانترنت ، وجهات استضافة المواقع او الجهات المناط بها تسجيل الموقع ، هل تسأل عن أنشطة المواقع التي تحتال عبر الايهام بوجود نشاط تجاري الكتروني ، سواء اكان غير قائم او غير محقق لما يعلن عنه ، وتتجه التشريعات نحو ابراء الشخص الثالث من هذه المسؤوليات بكونه غريبا عن العلاقة العقدية ولتوفر وسائل الامن التقنية وشركات المثوقية المشار اليها التي تعطي اطراف العلاقة قدرة على ضمان حقوقهم بعيدا عن الشركات المزودة للخدمات التقنية ، لكن ذلك استدعى نصوصا قانونية صريحة ، نظرا لما تطاله القواعد العامة احيانا في ميدان المسؤولية التقصيرية التي تمتد الى المتسبب في الخطأ لا الى المباشر فقط .

أما عن مسؤولية الشركات المتعاقد معها لضمان اثبات شخصية الطرف الاخر وصحة الاتصال ، فان الاتجاه الغالب يذهب الى مسؤوليتها عند ايرادها معلومات خاطئة او غير دقيقة ، باعتبار ان التعاقد انبنى على هذه المعلومات وسندا لوجود التزام قانوني عليها ، في الغالب يكون لقاء ما يدفعه الزبون لها لضمان صحة تعاملاته التجارية على الخط .

هل بيئة الانترنت بيئة آمنة،؟؟؟ ربما لم نكن نتردد بالاجابة بالنفي قبل نحو خمس سنوات ، ولكننا نلمس نجاحات حقيقية في توفير وسائل ومعايير فاعلة في حقل امن الشبكة ، ومع ذلك لا نبالغ ان قلنا انها ليست آمنة بالقدر المتيقن على ان لا يفسر هذا الراي ضمن حقل واتجاهات اقامة العائق امام استخدامها او عدم التشجيع على ذلك ، ولكنه راي يستند الى ما يظهر في الواقع العملي من أنشطة اختراق لا تلاقي حولا قانونية رادعة ، واذا كان العالم قد اتجه منذ منتصف الثمانينيات الى اقرار قواعد لتجريم أنشطة اساءة استخدام الكمبيوتر والشبكات ، فان الحركة التشريعية في هذا الميدان لا تزال ضيقة ومتعثرة ، وقد دفعت التجارة الالكترونية واهميتها المتزايدة الى وجوب الوقوف امام اهمية التدابير التشريعية لحماية نظم المعلومات ، ومن هنا لم يكن كافيا اعتماد الحماية التقنية فقط - ومن اسف ان هناك تفریط في كثير من الحالات حتى في الحماية التقنية - فحماية أنشطة التجارة الالكترونية ، وتحديد أنشطة الوفاء بالثمن والدفع عبر الخط ونقل المال والمعلومات المالية وسائر أنشطة البنوك الالكترونية ، تستلزم حلول امن تقنية مميزة ومتجددة وشاملة ، وضمن حقيقة ان مجرمي التقنية والشبكات يسبقون حماتها بخطوة دائما ، كما تستلزم حماية قانونية وتدخلات تشريعية لتجريم كافة صور جرائم الكمبيوتر وتحديد اختراق النظم دون تصريح ، والتقاط المعلومات واعادة استخدامها للحصول على منفعة كما في اعادة بناء البطاقات المالية وأنشطة الغش المعلوماتي او احتيال الكمبيوتر وأنشطة التزوير في عالم التقنية .

ان امن المعلومات عموما وامن التجارة الالكترونية؟، هو امن المعلومات المتبادلة على الخط ، ولذا ، وجدت جهات الحلول التقنية في سلسلة التشفير مخرجا ملائما ، وتطور فن التشفير وحلوله الى المدى الذي امكن للمتخاطبين ضمان ان لا تفك رموز رسائلهم وتعاقدهم الا من الجهة التي تملك المفتاح المزود من قبلها ، لكن التشفير استلزم قواعد تشريعية في ميدان المعايير المقبولة حتى لا تتجاوز فائدته الايجابيات الى سلبيات حقيقية في ميدان انسياب المعلومات ونشرها ، ولنا في التجربة الامريكية مثلا حيا ، حيث قضى بعدم دستورية التشفير بصيغته التي اتبعت في عام 1996 لكن اصبح التشفير ، سواء في المواقع الحكومية او الخاصة امرا مقبولا في ظل معايير التشفير التي هي جزء من اخلاقيات استخدام التقنية وتشريعات تنظيم استخدامها المقررة بعد هذا التاريخ .

ان حماية البيانات المتصلة بالحياة الشخصية ، اثير في معرض حماية قواعد المعلومات ، لكنه عاد ليحتل مكانا بارزا لدى بحث اسرار العلاقات التجارية وخطورة تفتيش النظم وملاحقة المعلومات على حق الخصوصية ، اذ تشيع وسائل تقنية ، استلزمها التجارة الالكترونية ، تتيح تعقب الاتصالات ومعرفة معلومات تفصيلية عن مستخدم الشبكة ، واذا كان التناقض قائما بين موجبات الحماية الامنية وبين موجبات حماية الخصوصية ، فان التوفيق بينها جاء عبر القواعد التشريعية التي وضعت المعايير واجازت انشطة لا تخرق الخصوصية وفي الوقت ذاته تحمي نشاط التجارة الالكترونية . وحيث تناولنا تفصيلا فيما سبق موضوع الخصوصية المعلوماتية فاننا نحيل القاريء الكريم الى الفصل الثاني من هذا القسم .

4-2-5 تحديات الملكية الفكرية وتأثيرات اتفاقية ترس العالمية .

عالجنا في الفصل الرابع اعلاه مسائل الملكية الفكرية في البيئة الرقمية ، واشرنا اعلاه في البند الخاص بالعقود الالكترونية الى واحد من تحديات التجارة الالكترونية المتصلة الملكية الفكرية ، وهي رخص المنتجات المباعة المخزنة داخل النظم التقنية وكجزء من المبيع ، وتثور ايضا مشكلة رخص الملكية الفكرية المغلفة مع المبيع ، وكذلك ، حقوق الملكية الفكرية في ميدان النشر الالكتروني خصوصا مع تزايد الاستيلاء على التصاميم التي يستخدمها موقع ما ، وحقوق الملكية الفكرية على اسماء المواقع ، وعلى ملكية الموقع نفسه ، وحقوق الملكية الفكرية بالنسبة للعلامات التجارية للسلع والاسماء التجارية ، وكذلك حقوق المؤلفين على محتوى البرمجيات التقنية التي تنزل على الخط او تسوق عبر مواقع التجارة الالكترونية ، ان كل هذه المشكلات التي ضاعفت سطوتها التجارة الالكترونية استلزمت مراجعة شاملة للقواعد القانونية الخاصة بالملكية الفكرية وربطها بالانشطة التجارية الدولية في ميدان البضائع والخدمات ، وهي المبرر ايضا لاقرار اتفاقية ترس العالمية كواحدة من اتفاقيات منظمة التجارة الدولية التي تلتزم بها الدول الاعضاء ، ولا نضيف جديدا اذا قلنا ان العديد من الدول ارتجلت قواعد في ميدان الملكية الفكرية دون النظر الى متطلبات التجارة الالكترونية وهو ما جعل قواعدها ، رغم حداثة تشريعها ووضعها ، غير متوائمة مع متطلبات التجارة الالكترونية (18).

الضرائب .

4-2-6

تتجه السياسات الحكومية الى عدم اقرار اية ضرائب على انشطة التجارة الالكترونية انسجاما مع تحرير التجارة والخدمات ، فاذا كانت الانشطة التقليدية تتجه نحو

التحرير، فانه من باب اولى ان لا تفرض اية قيود على التجارة الالكترونية لانها بذاتها وطبيعتها عالمية لا تقيدها حدود ولا تعيقها الانظمة الجغرافية القائمة . ولا يتسع المقام للوقوف على هذا الموضوع المتشعب الذي أثرتنا ان يكون موضع معالجته الكتاب الرابع من هذه الموسوعة .

الهوامش

ومن الجدير بالذكر ان اتفاقية الجات ، هي الاتفاقية العالمية للتجارة والتعرفة والمتعلقة بتحرير التجارة في البضائع ، اما الجاتس فانها الاتفاقية العالمية للتجارة في الخدمات ، وقد اضيفت الاخيرة الى اتفاقيات التجارة الدولية ضمن جولة الاورغواي الخاصة بالمفاوضات العالمية المتعلقة بتحرير التجارة الدولية والتي نتج عنها - أي الجولة - تأسيس منظمة التجارة العالمية (WTO) في 15/4/1994 لتبدأ العمل في 1/1/1995 ، وتعد الجات والجاتس اضافة الى اتفاقية ترينس الخاصة بالملكية الفكرية ، واتفاق فض المنازعات ، الاتفاقيات الاربعة الرئيسية من بين اتفاقيات منظمة التجارة الدولية ^[1] مضافا اليها مجموعة ملاحق واتفاقيات يبلغ مجموعها الكلي 28 اتفاقية .

2- تشمل الاعمال الالكترونية من حيث المحتوى طوائف ثمانية سيصار الى معالجتها تفصيلا في الكتاب الرابع من هذه الموسوعة (The Eight Categories of e-business) وهذه الطوائف هي :- المجتمعات الالكترونية e-Communities والخدمات الالكترونية e-Service والعمليات الالكترونية e-Process والبنى التحتية الالكترونية e-Infrastructure والمشتريات الالكترونية e-Procurement والمحتوى الالكتروني e-Content والتحليل الالكتروني e-Analysis والاسواق الالكترونية e-Markets .

3- انظر تقرير The industry standard - April 26, 1999 <http://www.thestandard.com>

4- انظر أبحاث IDS ، 19/4/1999 على موقع WWW.IDC.COM

5- مجلة انترنت العالم العربي - عدد 5 السنة الثالثة .

6- يقول فرانك كيلش في كتابه ثورة الانفوميديا The Informedia Revolution :- ""

سيكون المحرك الاقتصادي للاقتصاد العالمي الجديد مكونا من صناعة الانفوميديا (Infomedia) ، وهي الحوسبة والاتصالات والالكترونيات الاستهلاكية ، وهذه الصناعات هي اكبر الصناعات العالمية الان واكثرها ديناميكية ونموا بحيث يبلغ 3 ترليون دولار ، وسيكون عصر الانفوميديا اعظم انطلاقة واضخم تعزيز على مدار التاريخ للاقتصاد العالمي ، خارج النطاق العسكري ، فسيكون محرك التقدم للتكتلات الاقتصادية والتجارية العظمى -

- آسيا واوروبا وامريكا الشمالية - في القرن المقبل . "" انظر المؤلف المذكور ، ط1 ، منشورات عالم المعرفة ، الكويت ، العدد 253 كانون ثاني 2000.
- 7- انظر الدراسة الصادرة عن المؤسسة المذكورة تحت عنوان تاريخ الانترنت 18 / 3 / 1999 على موقع <http://www.mediamatrix.com>) وتشير هذه الدراسة التي أجرتها مؤسسة (انتل كويست) بتاريخ 19 / 4 / 99 أن من بين 83 مليون أمريكي استخدمو الانترنت قام 56 مليون منهم بالتسوق عبر شبكة الانترنت (انظر :- <http://www.intelliquest.com>)
- 8- (انظر :- <HTTP://WWW.DELL.COM>)
- 9- (<http://www.sabre.com>)
- 10- (انظر :- U.S BANCORP RIPER JAFFRAY, press release. April <http://www.piperjaffry.com>, 26 1999)
- 11- (لطفا انظر :- U.S EMERGING DIGITAL ECONOY II - DEPARTMENT OF COMMERCE - JUNE 1999 <HTTP://WWW.ECOMMERCE.GOV>)
- 12- لطفا انظر دراستنا ، التجارة الالكترونية - منشورة بالتتابع في مجلة البنوك في الاردن ، الاعداد 7 و8 و9 - 1999
- 13- مجلة انترنت العالم العربي ، الاعداد ، 10 و11 ، العام الثاني ، 1999 .
- 14- انظر دراسة اجراها موقع نسيج (احد ادلة البحث العربي على الانترنت) نشرت خلاصاتها في هذا الموقع www.naseej.com وكذلك دراسة اجرتها مجلة انترنت العالم العربي ومنشورة على موقع المجلة على الانترنت تحت عنوان www.DITnet.co.ae .
- 15- انظر جريدة الحياة اللندنية ، العدد 13472 السبت 2000/1/29 ص 12 .
- 16- هذه الدول هي استراليا ، بروناي ، كندا ، اندوسيا ، اليابان ، كوريا ، ماليزيا ، نيوزلندا ، الفلبين ، سنغافوره ، تايلند ، امريكا ، الصين ، هونج كونج ، تايبوان ، المكسيك ، روسيا ، تشيلي ، فينتام ، البيرو .
- 17- يعتبر برنامج pgp و (data encryption standard,DES) ، الاكثر انتشارا بين البرامج التي تستخدم التشفير بطريقة المفتاح العام .
- 18- انظر للباحث - الحماية القانونية للمصنفات الرقمية - اصدار المركز العربي للقانون والتقنية العالية - معد للنشر في مجلة المعلوماتي السورية ، وكذلك ورقة العمل - الملكية

الفكرية لمصنفات المعلوماتية - مؤتمر الملكية الفكرية - جامعة اليرموك - الاردن 10-
2000/7/11 . كذلك انظر الفصل 4 من هذا القسم والكتاب الثالث من