

## خصائص التجارة الإلكترونية

يقصد بخصائص التجارة الإلكترونية السمات المميزة لهذا النوع من التجارة، والتي تجعله مختلفاً عن التجارة التقليدية، كما تجعله يتطلب توافر بيئة تنظيمية وتشريعية مختلفة عن تلك التي كانت كافية لإدارة التجارة التقليدية.

ومن أبرز الخصائص المميزة للتجارة الإلكترونية ما يلي (WIPO، رضوان وآخرون):

### (١) الطابع الدولي أو العالمي للتجارة الإلكترونية

فالتجارة الإلكترونية، أو بالأحرى الوسائط الإلكترونية التي يجري من خلالها أنشطة التجارة الإلكترونية، لاسيما الإنترنت، لا تعرف الحدود المكانية أو الجغرافية. ومن ثم فإن أي نشاط تجاري يقدم سلعاً أو خدمات على الإنترنت لا يحتاج إلى التوجه إلى منطقة جغرافية بعينها.

فإنشاء موقع تجاري على الإنترنت يزود الشركة صاحبة الموقع، حتى لو كانت شركة صغيرة، بإمكانية الوصول إلى أسواق ومستخدمي شبكة الإنترنت عبر العالم كله. من جهة أخرى يمكن إدارة المعاملات التجارية بكفاءة لأي شركة من خلال موقعها على الإنترنت من أي موقع جغرافي. وهذه السمة لها تبعات مختلفة خاصة في حالة السلع أو الخدمات التي تسلم "على الخط"، مثل صعوبة فرض الضرائب الجمركية عليها.

لكن تجدر ملاحظة أن الصفة العالمية للتجارة الإلكترونية هي صفة نظرية أو احتمالية، وأنها قد لا تنطبق على كل مواقع التجارة الإلكترونية القائمة. فبعض المواقع قد يتوجه إلى مناطق جغرافية بعينها؛ ربما أخذاً بالأحوط وتقليلاً للخسائر المحتملة (أنظر المثال المقدم في ملحق الكتاب حيث يقتصر تعامل شركة الإنترنت على الولايات المتحدة والمملكة المتحدة).

## (٢) الطابع المتداخل التخصصات<sup>١</sup> للتجارة الإلكترونية

فالشركات - كبيرها وصغيرها على السواء تجد أن الفواصل التقليدية بين القطاعات والتي تأسست أصلاً على الفوارق في المظاهر المادية للسلع والخدمات وكذلك على الفوارق في الوسائل المادية لتوزيعها أصبحت أقل حدة أو أقل وضوحاً. وهذا أمر واضح في السلع أو الخدمات التي يمكن توصيلها للمستهلك بالطرق التقليدية كما يمكن توصيلها "على الخط" مباشرة، مثل الموسيقى وأفلام الفيديو، والأقراص المدمجة<sup>٢</sup> التي تحتوى على برامج كمبيوتر أو معلومات أو إحصاءات وغير ذلك.

وهذه الخصيصة تولد ضغوطاً تنافسية شديدة، وتحفز الشركات على إعادة هيكلة نفسها لمواجهة ضيق المسافة مثلاً بين ما كان يعتبر سلعة وما كان يعتبر خدمة. كما أنه يثير صعوبات في مسألة تحديد هوية "المنتج" عند فرض الضرائب.

## (٣) غياب المستندات الورقية للمعاملات في التجارة الإلكترونية

حيث يمكن إتمام صفقة تجارية كاملة، بدءاً من التفاوض على الشراء والتعاقد ودفع قيمة البضاعة واستلامها إلكترونياً (في حالة السلع القابلة للترقيم) دون تبادل مستندات ورقية على الإطلاق.

وهنا تتور مشكلات جديدة في إثبات التعاملات والعقود وتوثيق الحقوق والالتزامات، وإثبات صحة التوقيعات والحفاظ على حقوق الملكية الفكرية.

<sup>١</sup> Interdisciplinary

<sup>٢</sup> CDs

ومن هنا شرعت منظمات دولية وحكومات متعددة فى وضع قانون خاص بالتجارة الإلكترونية يسبغ الصفة القانونية على المحررات الإلكترونية والعقود الإلكترونية والتوقيعات الإلكترونية والوفاء بالنقود الإلكترونية، وذلك على ما سياتى بيانه فيما بعد.

(٤) التعامل دون الكشف عن هوية المتعاملين أو دون التيقن منها، مع احتمال تعرض معلومات العملاء للإفشاء أو إساءة الاستخدام عند تقديمها

فمن الممكن أن تجرى عملية تجارية على الإنترنت بين طرفين لا يعرف أحدهما الآخر، حيث لا يرى أى منهما الآخر، وقد لا يملك أى منهما معلومات كافية عن الآخر، بما فى ذلك موطنه أو المكان الذى يجرى منه الاتصال. كذلك قد يقدم طرف لآخر معلومات زائفة أو خادعة دون أن تكون هناك دائماً طريقة ميسورة للاستيثاق من هذه المعلومات. ومن ذلك التعامل ببطاقة ائتمان مسروقة، أو الوعد بتقديم ضمانات أو خدمات ما بعد البيع دون ضمان حقيقى بأن يلتزم البائع بذلك، أو إدعاء صفة "بنك" وتجميع الأموال تحت إغراء الوعد بعائد كبير ودون وجود وسائل سهلة أو غير مكلفة يمكن أن يلجأ إليها المشتري للحصول على حقه.

وفى الحالات التى يقدم فيها طرف معلومات عن نفسه للطرف الآخر، قد تتعرض هذه المعلومات للإفشاء أو إساءة الاستخدام دون أن يملك صاحبها فرصة للسيطرة على استخداماتها أو مقاضاة من يسئ استخدامها. وهو ما يثير مسألة الخصوصية وسرية المعلومات. وهناك اجتهادات كثيرة فى هذا الشأن تعتمد فى الأساس على التكنولوجيا الرفيعة من أجل الحفاظ على الخصوصية وتوفير الأمان والموثوقية والنزاهة فى التعاملات التجارية عبر الإنترنت، وذلك على ما سيتم إيضاحه فى قسم لاحق.

(٥) سرعة تغير المفهوم وما يغطيه من أنشطة وما يحكمه من قواعد

فكما سبقت الإشارة ثمة تغيرات متسارعة فى نوعية الأنشطة التى تدرج تحت مفهوم التجارة الإلكترونية، وثمة احتمالات ضخمة لاتساع نطاق هذه

الأنشطة. ومن جهة أخرى، فإن ارتباط التجارة الإلكترونية بوسائل الاتصال الإلكتروني بصفة خاصة ومجالات الاتصالات والمعلومات بصفة عامة، وهي جميعاً تتعرض لتغيرات تكنولوجية متسارعة، يجعل النظم والترتيبات التي تخضع لها التجارة الإلكترونية عرضة هي الأخرى للتغير السريع.