

التحول نحو التجارة الإلكترونية باستخدام تكنولوجيا المعلومات

إعداد الأستاذ الدكتور

حسين مصطفى هلالى

المستشار بالإنحاد العربى

لتنمية الموارد البشرية

obeikandi.com

حول التجارة الإلكترونية

ECTRONIC COMMERCEEL

تعرف منظمة التجارة العالمية التجارة الإلكترونية على أنها مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات وتأسيس الروابط التجارية وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات بوسائل إلكترونية. كما يعرف البعض التجارة الإلكترونية بأنها تنفيذ بعض أو كل العمليات التجارية في السلع والخدمات عبر شبكة الإنترنت والشبكات التجارية العالمية الأخرى أى باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وهى وسيلة سهلة وسريعة لإبرام الصفقات التجارية إلكترونيا سواء كانت التجارة في السلع والخدمات، أو المعلومات وبرامج الكمبيوتر.

هذا وقد قامت كثير من البنوك بتقديم خدمة مصرفية جديدة بإصدار بطاقات فيزا خاصة بالإنترنت فقط وذلك لتشجيع عملائها على الدخول في عالم التجارة الإلكترونية بما توفره هذه البطاقات من سرعة وأمان (حيث يتم تأمين جميع المشتريات) وسهولة في التعامل وتقدم هذه البطاقات⁽¹⁾ خدمة مصرفية عالية حيث تشمل إطلاع العميل على الحسابات الجارية الخاصة به، وإمكانية التحويل بين الحسابات، وحسابات التوفير، وعداد مستحقات بطاقات الائتمان، وطلب دفتر شيكات، والوقوف على آخر أسعار العملات والاتصال بالبنك عن طريق البريد الإلكتروني للاستفسار عن الخدمات البنكية التي يقدمها.

¹ - قامت بنوده بإضافة خدمة جديدة إلى هذه البطاقات عن طريق ضمان البنك قيمة صفقات التجارة الإلكترونية إذا لم يمكن صاحب البطاقة من الحصول على حقه من التاجر الذي تعامله معه.

وقد انتشرت التجارة الإلكترونية في معظم دول العالم من الشرق إلى الغرب (الولايات المتحدة الأمريكية، غرب أوروبا، اليابان ودول أخرى كثيرة) وأثبتت نجاحها نتيجة لما شهده العالم من التقدم التكنولوجي الهائل وزيادة حدة الترابط بين الأسواق، والمستقبل المنظور يبشر لها بتعدد هائل على المستوى العالمي وستكون أحد الظواهر المميزة في العقد المقبل. حيث تشير التوقعات إلى ارتفاع حجم التجارة الإلكترونية إلى ٢٠٠ مليار دولار عام ٢٠٠٥ مقابل ١,٨ مليار عام ١٩٩٧.

أنواع التجارة الإلكترونية:

١ - تجارة الأعمال مع الأعمال Business of Business

يقتصر التعامل في هذا النوع من التجارة على الشركة وعدد من مورديها وعملائها الكبار، عن طريق شفرة^(١) وعناوين على شبكة الإنترنت (World Wide Web) خاصة بالشركة لا تنشر على الملأ وتبلغ نسبة هذا النوع نحو ٨٥٪ من إجمالي حجم التجارة الإلكترونية. ويساعد أسلوب التشفير في تحقيق المزايا التالية:

- خصوصية وسرية المعلومات.
- صحة الرسالة أي التأكد من عدم وقوع أى تغيرات أثناء حركة الرسالة.
- التأكيد على مسئولية البائع والمشتري نحو العقد.
- التوافق في إجراء العملية بحيث يستطيع المشتري والبائع إقامة هذه العملية من دون عوائق ناتجة عن اختلاف البرامج المستخدمة من الطرفين.

٢ - تجارة الأعمال مع المستهلكين Business to Consumer

ويطلق البعض على هذا النوع التسوق الإلكتروني Electronic Shopping أو تجارة التجزئة الإلكترونية Electronic Retailing لتمييزه عن التجارة

^١ - وتسمى المعاملات الإلكترونية (Set) وقد استحدثته شركة بطاقات الائتمان VISA و MasterCard وتضمن هذه المعاملات خصوصية ومنع أي تلاعب فيها.

الإلكترونية بين قطاعات الأعمال. وتبلغ نسبة هذا النوع نحو ١٥٪ من إجمالي حجم التجارة الإلكترونية.

أسلوب الدفع:

١ - الدفع بواسطة بطاقة الائتمان عبر شبكة الإنترنت، وهو أكثر أشكال الدفع ارتباطاً بالتسوق الإلكتروني.

٢ - الدفع عن طريق الشيك أو نقداً عند التسليم بعد الشراء من المواقع التجارية على الإنترنت.

أهمية التجارة الإلكترونية:

- تسمح التجارة الإلكترونية بالتسوق عبر شبكة الإنترنت عن طريق الاتصال الإلكتروني المباشر بين المتعاملين، وبذلك فهي تستغنى عن المستندات الورقية وما تستلزمه من نفقات، كما تساهم في تبسيط وتنظيم عمليات المشروعات وتحقيق أهدافها عن طريق القضاء على التأخير في إصدار القرارات الإدارية.

- توفر في النفقات الإدارية ونفقات الاتصال وغيرها حيث تعتبر بديلاً عن تخصيص جزء كبير من رأس المال في إقامة علاقات مستمرة بين البائعين والمشتريين، كما أنها تسمح بإتمام عملية التوزيع رأساً للمستهلك.

- ترشيد القرارات التي يتخذها كل من البائعين والمشتريين بما تتميز به من تدفق المعلومات بينهم في وقت مناسب وبطريقة منسقة ودقيقة.

- مما يسمح بسهولة المقارنة بين المنتجات سواء من ناحية الأسعار أو الجودة أو طريقة الدفع.

- تعتبر ذات أهمية خاصة لكل من المنتجين والمستهلكين خاصة في الدول النامية، حيث أنها تستطيع التغلب على الحواجز التقليدية للمسافات ونقص المعلومات عن الفرص التصديرية.

القانون الذى يحكم الالتزامات التعاقدية في التجارة الإلكترونية:

مما هو جدير بالذكر أن التجارة الإلكترونية تتميز بثلاث أمور تستدعى تطبيق أحكام قانونية خاصة بها:

- إبرام الصفقات بين مورد السلع أو الخدمة وطالبتها وهما على مسافة كل واحد من الآخر.

- لا تتقيد بالحدود، الأمر الذى يطرح عددا من المسائل القانونية أهمها القانون الواجب تطبيقه في حالة النزاع، وحماية العلامات المسجلة، واللغة التي يتعين إبرام الصفقة بها، والأنظمة المصرفية الواجب التقيد بها أو مراعاتها.

- تقوم على تعاقد بدون مستندات أو مرتكزات مادية، الأمر الذى يثير مسألة التزامات الأطراف المتعاقدين في القوانين التي لازالت تركز على أولوية الكتابة والوسائط الخطية في الإثبات.

لذلك يختلف القانون المطبق على الالتزامات التعاقدية في التجارة الإلكترونية في كل دولة حسبما يرفع النزاع⁽¹⁾ أمام قضاء دولة المستهلك أو أمام قضاء دولة مورد السلعة أو الخدمة وقد نظمت اتفاقية بروكسل المبرمة في عام ١٩٦٨ والتي يسرى مفعولها في ١٢ دولة من الدول الأعضاء في المجموعة الأوروبية - التعامل بأن جعلت للمستهلك من حيث المبدأ الخيار أما اللجوء إلى محاكم الدولة التي يقيم فيها أو إلى محاكم دولة المورد الذى تعاقد معه، بينما لا يستطيع الأخير سوى اللجوء إلى محاكم الدولة التي يقيم فيها المستهلك.

¹ - أظهرت نتائج مؤتمر ميكروسوفت 99 Future Business Links ان عدد المعاملات المنازع عليها والضمانات المشكوك في صحتها أصبح كبيرا لدرجة مقلقة وموزعة بين ٢٥% من أصحاب بطاقات يشكون من عدم تعرفهم على المنتج المشتري، ٢٥% أخرى ناتجة عن عمليات احتيال.

الدور الحديث للبنوك في التجارة الإلكترونية تطور الأنظمة المصرفية

أدى التوسع في استخدام التجارة الإلكترونية إلى خلق تحدي جديد أمام اتجاهات العمل المصرفي، ومن ثم فإنه على البنوك أن تعيد النظر فيما تقدمه من خدمات وفي حجم وعدد فروعها، وكذلك حجم المخاطر ونوعيتها، وقد استجابت العديد من البنوك لهذا التحدي الجديد، وتراوحت تلك الاستجابة بين مجرد تأسيس موقع خاص بها على الإنترنت لتزويد العملاء بالمعلومات عن الخدمات التي يقدمها البنك، وبين استخدام الإنترنت كقناة إضافية لتقديم الخدمات المصرفية التقليدية (طلبات الحصول على بطاقات الائتمان - تحويل الودائع ... الخ)، إلا أن هذه الخطوات كانت البداية، ويتوقع قيام البنوك بدور أكبر من ذلك تنتقل فيه من مجرد وسيط مالي إلى وسيط تجاري بين البائع والمشتري، وذلك كما يعكسه الشكل رقم (١)، ولعل من أهم الوظائف التي يمكن أن تقوم بها البنوك في ذلك المجال ما يلي:

♦ تأسيس مواقع على الإنترنت يمكن للبايعين من خلالها عرض منتجاتهم ويقوم المشترون بزيارتها.

♦ تقديم خدمة حماية العملاء أثناء ممارستهم لعمليات التجارة الإلكترونية ضد مخاطر الاحتيال (التحقق من هوية أصحاب الحسابات في البنوك الأخرى) وبالتالي تأكد طرفي العملية من صلاحية من يتعاملون معهم.

إلا أن تقديم البنوك العديد من تلك الخدمات يعرضها لثلاثة أنواع من المخاطر

هي:

مخاطر المنافسة: سوف تغير التجارة الإلكترونية من صور المنافسة في الأعمال المصرفية بصورة يصعب التنبؤ أو الإستجابة لها بطريقة مناسبة، فعلى سبيل المثال فإن البنوك التي دخلت في مجال التجارة الإلكترونية تكون أقدر على تقديم قروض وقبول ودائع بأسعار تنافسية نظرا لعدم تحملها بتكاليف شبكة فروع وعمالة مقارنة بالبنوك الأخرى، وكلما تباطأت البنوك في الدخول في ذلك المجال كلما تزايدت حدة المنافسة المستقبلية بينها وبين البنوك التي سبقتها واستحوذت على شريحة من هذا السوق.

كما أن المنافسة لن تكون بين البنوك فيما بينها فقط بل بينها وبين المؤسسات الأخرى التي تعمل كمجمع للمعلومات في السوق الإلكتروني، والتي تقدم خدمات البحث بصفة عامة والتي سوف يستخدمها العملاء في الوصول إلى أفضل أسعار لكروت الائتمان والقروض والودائع، ومن ثم فالتسويق الإلكتروني سوف يخفض من الحواجز الجغرافية وذلك بهدف الوصول إلى أفضل صورة للخدمات المصرفية، ويقلص فرص البنوك في القدرة على السيطرة على السوق المحلي.

مخاطر التكيف الإستراتيجي: ويقصد بها عدم القدرة على تحديد النقطة التي ستتفوق عندها الأعمال المصرفية الإلكترونية على الأعمال المصرفية التقليدية، وما يترتب عليها من حجم وسرعة التغيير المطلوب في طبيعة الخدمات التي يقدمها البنك، وبالتالي نوعية العملاء ونوعية العاملين وخطة انتشار البنك وحجم شبكة فروعه وأماكن تواجدها والمزيج الأنسب من الخدمات (الإلكترونية - التقليدية) الذي يحقق أكبر ربح ممكن للبنك.

مخاطر العمل: ويقصد بها الخطر الناجم عن تعطل في وظائف الحاسب الآلي وشبكات الكمبيوتر، إذ أن أحد عوامل نجاح البنوك في تسويق خدماتها وجذب

المزيد من العملاء بالسوق الإلكتروني يتوقف على استمرارية وكفاءة عمل الأجهزة الإلكترونية لديه، ومن ثم إذا تعطلت أو حدثت أى مشاكل بها فسيكون له أثرا سلبيا على سمعة البنك وقدرته على الاستمرارية في هذا السوق

Source: John Wemmomger, E-commerce, "current issue in economics and finance",
Federal reserve Bank of New York, No3 Vol. 6, March 2000.

إشكاليات ومعوقات الأعمال التجارية والعقود الإلكترونية

يشهد الاقتصاد العالمي ثورة هائلة من التطور التكنولوجي والاتصالات والمعلوماتية وعلى ما يبدو أن موجة الاتصالات والمعلومات لن تترك نشاطا إنسانيا دون أن تطبعه وتخصصه لأدواتها . ومن ثم فرضت التجارة الإلكترونية نفسها كأحد ثمار هذه الثورة وسوف تترك بصماتها على مختلف الأنشطة الاقتصادية، بما يجعل أسواق العالم تقف على أبواب مرحلة جديدة في بداية القرن الحادي والعشرين، حيث من المتوقع أن تصبح التجارة الإلكترونية خلال السنوات القادمة إحدى أهم أدوات النشاط التجارى المواكب لعصر المعلومات الذى تحتل فيه المعرفة والمعلومات ووسائل تخزينها وتبادلها قاعدة إستراتيجية لرأس المال.

وسبق وأن أشرنا إلى أنه من المقدر أن يصل حجم التجارة الإلكترونية الدولية إلى ٢٠٠ مليار دولار عام ٢٠٠٥ مقابل ١,٨ مليار عام ١٩٩٧. أما عن حجم التجارة الإلكترونية بمصر فمن المتوقع له أن يرتفع إلى مليار جنيه بنهاية عام ٢٠٠٥.

وقد أدى الاهتمام العالمي بالتجارة الإلكترونية إلى بذل الجهود لعلاج المشاكل والحد من المخاطر التى تعوق نمو هذه التجارة والتي منها إعادة النظر في بعض قواعد القانون الدولي الخاص، لاسيما تلك التى تتصل بالمسائل التجارية والمدنية في ظل الوسائل الإلكترونية.

ومن الجدير بالذكر أن التغيرات التى أحدثتها شبكة الإنترنت - التى تعد أساس التجارة الإلكترونية - تثير العديد من التحديات القانونية التى تستوجب

إصدار تشريعات جديدة مواهبة لهذا النشاط المستحدث وذلك نظرا لأن العقود الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني ووسائل إثباتها لا تخضع للقوانين الحالية هذا بالإضافة إلى مشكلات أخرى تتعلق بالضرائب والجمارك وحماية الخصوصية وحقوق الملكية الفكرية.

وقبل الخوض في التنظيم التشريعي لهذا التجارة التي تعد أكثر تعقيدا من التجارة التقليدية لابد من تحديد مفهوم ومضمون التجارة الإلكترونية والتي تعرف بأنها نظام تبادل غير ورقي لصفقات معاملات تجارية ومصرفية باستخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة والتي منها:

❖ نظام تبادل المعلومات الإلكترونية.

❖ البريد الإلكتروني.

❖ لوحات الحاسب الإعلامية الإلكترونية.

❖ التحويلات المالية الإلكترونية.

❖ تقنيات أخرى يأتي في مقدمتها الإنترنت كنظام قائم متكامل.

هذا ويثير تطبيق التجارة الإلكترونية مجموعة من المشاكل الهامة التي يجب سرعة علاجها ليتسنى تحقيق نمو وازدهار هذه التجارة وتعظيم المزايا المتحققة من استخدامها، ونشير فيما يلي إلى بعض المشاكل ذات الجانب التطبيقي والتي تعرض لها القانون المصري للتجارة الإلكترونية.

أولا: المشاكل المترتبة على تطبيق التجارة الإلكترونية التي تناولها مشروع القانون:

أ - مشاكل متعلقة بالضرائب:

وتتعلق بكيفية تحصيل الرسوم أو الضرائب على التبادل التجاري الإلكتروني، فمن الطبيعي أن يتم تحصيل ضريبة على السلع أو الخدمات المتبادلة عن طريق التجارة الإلكترونية في بلد المنشأ والاستهلاك بحيث تنتفع

الدولتان، كما تحصل الدولتان الضرائب المباشرة على أرباح الشركات التي تتعامل من خلال التجارة الإلكترونية، وهو الأمر الذي يتطلب تنظيم الموقف الضريبي تدريجياً، وذلك وصولاً إلى وضع نظام حديث للمعاملة الجمركية والضريبية للسلع والخدمات التي يتم التعاقد عليها عن طريق التجارة الإلكترونية (باعتبار أن طرق ووسائل المعاملة الضريبية تختلف عنها في التجارة التقليدية)، ويؤدي إلى تلافي حالات التهرب الضريبي في مجال التعامل مع بعض السلع التي يتم تسليمها إلكترونياً.

وينص الفصل الثامن من مشروع القانون على أن تخضع الشركات والأفراد التي تجرى معاملاتها كلها أو بعضها بالوسائل الإلكترونية للقوانين واللوائح والقرارات المتعلقة بالضرائب والجمارك والرسوم التي تخضع لها المعاملات العادية بينما لا تخضع الإعلانات على شبكة الإنترنت لضريبة الدمغة.

ب - مشاكل متعلقة بحماية الملكية الفكرية:

ويقصد بها حماية حقوق المبدع أو المخترع من سرقة إنتاجه عبر شبكة الإنترنت مما يتطلب ضرورة إصدار قوانين منظمة لحماية حقوق الملكية الفكرية والعلامات والأسماء التجارية والتصدي للمستغلين لشبكة الإنترنت في أعمال التزوير والتهريب والتلاعب بحقوق المنتفعين من التبادل التجاري من خلال التجارة الإلكترونية.

ينص الفصلان الرابع والسادس على مواد تخص حماية حقوق الملكية الفكرية وتتمثل في تحديد الضوابط الخاصة بتشفير المحررات الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني وبطاقات الائتمان، وإنشاء مكتب يكون جهة إيداع لمفاتيح الشفريات التي يحتاج استخدامها إلى الحصول على ترخيص مسبق، وإنشاء جهة مختصة بمنح التراخيص لأصحاب الشأن لتسجيل أسماء المشروعات وفقاً للشروط والأوضاع المقررة في اللائحة التنفيذية، وتتقاضى نظير هذا الترخيص مقابل سنوي بما لا يتجاوز خمسة آلاف جنيه عن الاسم الواحد، وتكون الأولوية

بالنسبة للمشروع الأسبق في تسجيل الاسم. وتكون الأولوية عند التسجيل لصاحب الحق في الاسم أو العلامة أو العنوان التجاري المطابق لاسم المشروع المطلوب تسجيله أو الذى تم تجيله بالفعل وللجهة المرخصة تسجيل أسماء المشروعات على أن تتقاضى مقابل لا يتجاوز خمسمائة جنيه عن الاسم الواحد.

ج - مشاكل متعلقة بتأمين التجارة الإلكترونية:

بالرغم من المزايا العديدة التى توفرها شبكة الإنترنت للمؤسسات وكذا التسهيلات التى تقدمها في إنجاز الأعمال، إلا أن استخدام الإنترنت لا يخلو من المخاطر، ولعل أبرز هذه المشاكل هى مخاطر عدم توافر الأمان والسرية في نقل المعلومات والتي قد تحد من إقبال المؤسسات على الاعتماد كلياً على شبكة الإنترنت في إنجاز عمليات التبادل التجاري، وهنا يتعلق الأمر بتطبيق الوسائل التكنولوجية التى تضمن عدم اختراق شبكة المعلومات والدخول إليها ومعرفة الأسرار التى يتم التعامل عن طريقها، وبصفة خاصة تلك المتعلقة بعمليات الدفع، وكذا المعلومات المتعلقة بالنواحي الأمنية والوطنية للدولة التى يتعين الحفاظ على سريتها. الأمر الذى يستلزم بصفة دائمة ومستمرة تطوير وتأمين شبكات الاتصالات في الدول النامية كى تتمكن من خدمة القطاعات الاقتصادية داخلها بأساليب آمنة.

وقد خصص مشروع القانون الفصلين العاشر والحادي عشر لمواجهة هذه المشكلة لذا يعاقب القانون كل من يقوم بالذات أو بالوساطة يكشف مفاتيح التشفير المودعة بمكتب كشف الشفرات أو إساءة استخدامه وكذلك كل من يقوم بفض معلومات مشفرة في غير الأحوال المصرح بها قانوناً بغرامة لا تقل عن ٢ آلاف جنيه ولا تزيد عن ١٠ آلاف جنيه وبالحبس مدة لا تقل عن سنة أو إحدى هاتين العقوبتين وفي حالة تكرار الجريمة تكون العقوبة غرامة لا تقل عن سنتين. كما نص مشروع القانون عن معاقبة كل من استخدم توقيماً إلكترونياً أو محا أو عدل في هذا التوقيع بغرامة لا تقل عن ألف جنيه ولا تزيد عن ٢٠٠٠

جنيه وبالحبس مدة لا تقل عن ثلاثة شهور أو بإحدى هاتين العقوبتين وفي حالة تكرار الجريمة تكون العقوبة بالفرامة التي لا تقل عن ٢٠٠٠ جنيه ولا تزيد عن ٥٠٠٠ جنيه وبالحبس لمدة لا تقل عن ثلاثة أشهر في كل الأحوال تحكم المحكمة بعدم الاعتداد بالمعاملة.

د - مشاكل متعلقة بالمعقود والتوقيع الإلكتروني وبالإثبات وحماية المستهلك:

تتمثل المشاكل المتعلقة بالمعقود في عدم وجود قانون تخضع له هذه المعقود الإلكترونية بالإضافة إلى ضرورة الاعتراف القانوني بصلاحية التوقيع الإلكتروني ومنحه القوة الإثباتية التي يتمتع بها التوقيع الخطي، ومشاكل متعلقة أيضا بحجية البيانات الواردة إلكترونيا واعتبارها مستندا أصليا.

أما فيما يتعلق بحماية المستهلك فإن الأمر يتطلب التزام المورد (عارض السلعة أو الخدمة) بتقديم المعلومات الكاملة مسبقا.

وقد خصص مشروع القانون في الفصول الثاني والثالث والخامس والسابع عددا من المواد التي تعالج هذه المشكلات، حيث ينص الفصل الثاني على الآتي:

" يسرى على الالتزامات التعاقدية في مفهوم وأحكام هذا القانون، قانون الدولة التي يوجد فيها المتعاقدان إذا اتحدا في الوطن أما أن اختلفا فيسرى قانون الدولة التي تم فيها ما لم يتفق المتعاقدان على غير ذلك ويعتبر العقد قد تم بمجرد تأكيد وصول القبول."

وينص الفصل الثالث على اعتبار التوقيع الإلكتروني توقيعا في مفهوم الإثبات ويتمتع بالحجية المقررة للتوقيع العادي على أن يستوفي الشروط والأوضاع المقررة في اللائحة التنفيذية حيث تقوم الجهة المختصة بمنح تراخيص اعتماد التوقيع الإلكتروني لأصحاب الشأن وفقا للشروط والأوضاع التي تحددها اللائحة التنفيذية.

وينص الفصل الخامس: على تمتع المحررات الإلكترونية بالحجية المقررة

للمحركات العرفية في قانون الإثبات في شأن ما يرد في هذه المحركات من حقوق والتزامات بعد استيفائها للشروط والأوضاع المقررة في اللائحة التنفيذية ويكون الوفاء من خلال الوسائط الإلكترونية مبرئاً للذمة على النحو المحدد باللائحة التنفيذية.

وينص الفصل السابع على اعتبار الإعلانات ووثائق الدعاية المرسلة أو المبتوثة من خلال وسائط إلكترونية ووثائق تعاقدية مكملة للعقود التي يتم إبرامها للحصول على السلع والخدمات المعلن عنها ويلتزم أطراف التعاقد بكل ما ورد فيها. ولا يجوز لأية جهة تحصل على بيانات شخصية أو مصرفية خاصة بأحد العملاء أن تحتفظ بها بعد انتهاء المدة التي تقتضيها طبيعة المعاملة أو تستخدمها في غير الغرض المخصص لها أو بدون موافقة كتابية مسبقة من صاحبها، كما يجوز للمستهلك أن يفسخ العقد المبرم إلكترونياً خلال الخمسة عشر يوماً التالية على تاريخ تسلمه للسلعة أو من تاريخ التعاقد على تقديم الخدمة وذلك بدون الحاجة إلى تقديم أية مبررات.

ثانياً: المشكلات التي لم يتعرض لها مشروع القانون:

أ - تعارض بعض القوانين المنظمة مع آليات التجارة الإلكترونية:

الواقع أنه لا يوجد تنظيم تشريعي للتجارة الإلكترونية على المستوى المحلي والدولي، ولكن يوجد في مصر مجموعة من القواعد القانونية الحاكمة للتجارة، ومثال ذلك قانون المناقصات والمزايدات رقم ٨٩ لسنة ١٩٩٨ الذي ينظم مشتريات القطاع الحكومي والذي أشار في مادته الثانية إلى خضوع المناقصات العامة والممارسات العامة لمبادئ العلانية وتكافؤ الفرص والمساواة وحرية المنافسة عن طريق الإعلان عنها في الصحف اليومية، ويصح أن يضاف إلى ذلك وسائل الإعلام واسعة الانتشار وهو ما يعني عدم التقيد بالنشر في الصحف فقط ولكن أيضاً وسائل الاتصال الأخرى مثل الإنترنت، ومع ذلك نجد فيما يتعلق بالمناقصات المحلية والدولية أنه لا يمكن تقديم عطاءاتها عبر الإنترنت حيث نص

القانون صراحة على تقديم العطاءات في مظلوفين مغلقيين أحدهما للعرض الفني والأخرى للعرض المالي.

ومن ثم تكون هناك حاجة ملحة لإعادة النظر في القوانين الخاصة بالمشتريات والمناقصات نظرا لأن نصوصها الحالية تتعارض مع قواعد وآليات التجارة الإلكترونية والاتصال المباشر بين المشتري والبائع عبر الإنترنت. ومن ثم فإن إجراءات المناقصات الخاصة بالمشتريات الحكومية التي يتضمنها القانون لا بد أن تتغير لتتيح الإعلان من خلال الإنترنت وكذا تقديم العطاءات واختيار المنتجات والدفع، مع التأكيد على ضرورة الحفاظ على سرية العطاءات المقدمة.

ب - عدم وجود طرف ثالث في عملية التجارة الإلكترونية:

تتميز التجارة الإلكترونية باحتوائها لطرفين قد لا يكونا في مكان واحد مما يستوجب وجود وسيلة للتأكد من خلال وضع إطار تنظيمي وقانوني مناسب لوظيفة الطرف الثالث كالمؤسسات المالية والبنوك التي تقوم بدور المصادقة على الصفقات التجارية والتأكد من صحة تنفيذ عمليات الدفع الإلكتروني المباشر عبر الإنترنت، فقد أصبح دور البنوك أساسي ورئيسي في تنظيم هذه المعاملات حيث تستطيع البنوك إخطار مصلحة الضرائب بالتحويلات المالية التي تتم عن طريقها سواء كان أطراف المعاملة مقيمين في مصر أو الخارج، كما يمكن للبنوك متابعة التحويلات المالية عن طريق بطاقات الائتمان حيث يتم الدفع بتوسيط البنوك في عملية تسوية المدفوعات بين طرفي العلاقة التجارية.

ج - إلحاق الأضرار ببعض الأنشطة التجارية التقليدية:

بالرغم من مميزات التجارة الإلكترونية العديدة إلا أنه قد يؤخذ عليها إلحاق الضرر ببعض الأنشطة التجارية التقليدية مثل تجارة الكتب والمطبوعات، بعد أن أصبح من الأفضل شراء الكتب والمطبوعات والدوريات وتوصيلها لطالبيها (المشتريين) عبر شبكة الإنترنت مما قد يصيب هذه التجارة بالركود.

د - تيسير القيام ببعض الأعمال غير المشروعة:

ومن مساوئ استخدام التجارة الإلكترونية أيضا استفلالها في ممارسة بعض الأغراض غير المشروعة، ففي بريطانيا تم اكتشاف بعض المواقع على شبكة الإنترنت التي يتم من خلالها عقد صفقات لتجارة الأسلحة وتجارة الأعضاء الآدمية.

هـ - الاستغناء عن العمالة في بعض التخصصات

يمثل تطبيق التجارة الإلكترونية تمهيدا بالاستغناء عن العمالة في بعض التخصصات مثل التسويق الذي يتضمن وظائف المبيعات والمشتريات، حيث أن تنفيذ الصفقات التجارية من خلال التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت يتم بآليات تقوم بكل هذه الوظائف بالدقة والسرعة الفائقتين وبالتكلفة الأقل منها في العمليات التقليدية، لذا تتضاءل الحاجة إلى وظائف المبيعات والمشتريات التقليدية.

ومما سبق يتضح أن مشروع قانون التجارة الإلكترونية يصلح للتطبيق في الأجل القصير ثم يتطلب الأمر الذي بعد ذلك تعديل تشريعي في الأجل المتوسط والطويل ليشمل ما يلي:

- تعديل قانون التجارة ليشمل بابا خاصا بالتجارة الإلكترونية موضحا نطاق تطبيق القانون وتعريف المصطلحات الخاصة بها بالإضافة إلى أساليب تكوين العقود الإلكترونية.

- تعديل القوانين المتصلة بالشهر والتوثيق لتتلاءم مع التعاملات الإلكترونية وإنشاء جهة متخصصة لحفظ الوثائق الإلكترونية واعتمادها، هذا بالإضافة إلى تعديل التشريعات الضريبية والجمركية بما يتواءم مع متطلبات التجارة الإلكترونية.

- استحداث التشريعات الخاصة بحماية المستهلك وتعديل قانون العقوبات

والإجراءات الجنائية وتوضيح أساليب جمع الاستدلالات والتفتيش والتحقيق والأدلة الجنائية في الجرائم المعلوماتية لاسيما تلك الجرائم التي تخص أمن وحماية المستهلك.

- تعديل التشريعات المنظمة للمناقصات والمزايدات والتوريدات الحكومية للملاءمة التجارة الإلكترونية.

- تعديل التشريعات المنظمة للملكية الفكرية وتلك المنظمة للنقود الرقمية والبنوك الإلكترونية.

نود أن نؤكد على أن تنظيم التشريعات في هذا المجال إنما هي محاولات وبدايات لا بد منها حتى يتسنى التوصل إلى وضع القواعد القانونية الملائمة لمواكبة هذا النشاط المستحدث والمتطور والمتسارع باستمرار وما قد ينشأ عنه من نزاعات قضائية.

- د. نادية عبد العال، هدى شكرى " التجارة الإلكترونية والبنوك "،
المعهد المصرفي ٢٠٠٠.
- اتحاد المصارف العربية، ١٩٩٧.
- البنك الأهلي المصري، النشرة الاقتصادية، أعداد متفرقة.
- مجلة الدراسات المالية والمصرفية، عدد ديسمبر ٢٠٠٠.
- مجلة الأهرام الاقتصادي، عدد ١٢ مارس ٢٠٠١.
- جريدة الأهرام، أعداد متفرقة.