

## المتطلبات الأمنية والأبعاد القانونية للتجارة الإلكترونية

## Security requirements and legal dimensions of E-commerce

قندوز عائشة\*

جامعة الأغواط (الجزائر)

a.guendouz@lagh-univ.dz

تاريخ النشر: 2025/06/27	تاريخ القبول: 2025/06/11	تاريخ الاستلام: 2024/11/06
----------------------------	-----------------------------	-------------------------------

**Abstract :**

This paper aims to review e-commerce, its characteristics, its problems and security techniques, and addresses the legal dimensions of e-commerce and its importance. It has identified a large use between the sellers' and buyers' audiences that almost replaced traditional commerce for its substantial returns in exchange for economizing on trade transaction costs, not to mention saving time and effort. E-commerce has played a role in replacing the traditional trade that has stagnated during the recent pandemic crisis (2020) and the unprecedented halt, as the trend towards e-commerce has increased, in line with the general lockdown measures.

The analytical descriptive curriculum was used to describe and analyse web commerce. The study concluded that the use of electronic commerce created several legal difficulties, and that e-commerce's reliance on its tool information system was all electronic. The study recommended that e-government services should be provided while ensuring the security and integrity of information and that attention should be paid to the legislative and security framework of e-commerce, so that web-based business transactions could be carried out easily and safely.

**Keywords:** E-commerce, information security, E-commerce legal framework, Technological infrastructure.

**JEL Classification codes :** F10, F19, K12, K24.

**ملخص:**

تهدف هذه الورقة البحثية إلى استعراض التجارة الإلكترونية، خصائصها، مشاكلها والتقنيات الأمنية لها، كما تم التطرق للأبعاد القانونية للتجارة الإلكترونية وأهميتها حيث عرفت استخدام كبير بين جمهور البائعين والمشتريين كادت تصل إلى الحلول محل التجارة التقليدية لما توفره من عوائد كبيرة مقابل اتسامها بالاقتصاد في تكاليف المعاملات التجارية ناهيك عن توفير الوقت والجهد. لقد كان

\* المؤلف المرسل

للتجارة الإلكترونية دور في الحل محل التجارة التقليدية التي عرفت ركود خلال الأزمة الوبائية الأخيرة (2020) والتوقف الذي لم يسبق له مثيل، إذ ازداد توجه نحو المعاملات التجارية الإلكترونية، لتماشياً مع إجراءات الإغلاق العام.

استخدم المنهج الوصفي التحليلي لوصف التجارة عبر الويب وتحليل معطياتها إذ خلصت الدراسة إلى أن استخدام التجارة الإلكترونية خلق عدة صعوبات قانونية، كما أن اعتماد التجارة الإلكترونية على نظام معلومات أدواته كلها إلكترونية أضحت معرضة لأخطار القرصنة والاختراق لمواقعها وتدميرها. وأوصت الدراسة بضرورة توفير خدمات الحكومة الإلكترونية مع ضمان أمن وسلامة المعلومات وضرورة الاهتمام بالإطار التشريعي والأمني للتجارة الإلكترونية، لكي يتسنى القيام بالصفقات التجارية عبر الويب بسهولة وأمان.

**الكلمات المفتاحية:** تجارة الكترونية، أمن المعلومات، الإطار التشريعي للتجارة الإلكترونية، البنية التحتية التكنولوجية.  
**تصنيف JEL:** F10، F19، K12، K24.

## 1- مقدمة:

يعود ظهور التجارة الإلكترونية إلى ثلاثة عقود مضت من القرن الماضي، تعتمد هذه التجارة على نظام معلوماتي أدواته كلها إلكترونية تتمثل في الحاسب الآلي وملحقاته كشبكة الإنترنت، الهاتف والفاكس والتلكس إلى غيرها من التقنيات التي تلعب دوراً مؤثراً في نشاط التجارة، حتى سداد مقابل الوفاء في هذه التجارة فإنه يتم بطريقة إلكترونية وذلك عن طريق التحويلات الإلكترونية للنقود أو التسوق بطاقات الدفع والائتمان. وتشمل التجارة الإلكترونية كل المعاملات التجارية، من بيع وشراء للسلع والخدمات وقد اعتبرها المحللين الاقتصاديين بأنها محرك جديد للتنمية الاقتصادية وذلك كونها وسيلة فعالة وسريعة لإبرام الصفقات والمنتجات والخدمات وترويجها. ويجب أن ننظر إلى تعبير التجارة الإلكترونية من خلال تقسيمه إلى قسمين: القسم الأول التجارة وهي مصطلح يعبر عن نشاط اقتصادي يتم من خلاله تداول السلع والخدمات بين الحكومات والمؤسسات والأفراد في إطار نظم وقواعد متفق عليها، والقسم الثاني الإلكترونية، هي مجال أداء النشاط المحدد في المقطع الأول أي التجارة ويقصد بها أداء النشاط التجاري باستخدام الوسائط والأساليب الإلكترونية.

إن غياب طرق عملية وأمنة للتوقيع الإلكتروني وحماية شبكات المعلومات ومواقع الانترنت الخاصة بمواقع التجارة الإلكترونية من هجمات قرصنة الحاسوب والانترنت ومحاولة التزوير والتنصت وسرقة أرقام بطاقات الاعتماد والائتمان الزبائن في التجارة الإلكترونية وإرسال الفيروسات والتي قد تسبب أضراراً فادحة، وقد تعرقل عمل هذه المواقع على الشبكات، وانتشار عملية تشفير البيانات لحماية

الخصوصية والجهود المتواصلة لجعلها مضمونة مائة بالمائة، قد تكون لها سلبيات من جهة أخرى وهي تهديد الأمن الداخلي والدولي، إذ قد تستخدمها الشبكات ذات الأنشطة المشبوهة كعصابات المافيا، وتجار الأسلحة، والمخدرات، للتستر على أعمالها خاصة من خلال عملية تبيض الأموال، استدعى الأمر وجود الإطار القانوني الذي يضمن استمرار التجارة الإلكترونية وحماية حقوق الأطراف المتعاملة فيها وبإيجاد الأدوات القانونية التي تتناسب، والتعاملات الإلكترونية مثل وسائل التعاقد عبر شبكة الإنترنت أو البريد الإلكتروني والشروط اللازمة لذلك وفض النزاعات التجارية الإلكترونية سواء كانت في داخل المجتمع أم كانت بين أطراف دول مختلفة.

**أهمية الدراسة :** تكمن أهمية الدراسة في أهمية موضوع التجارة الإلكترونية التي أضحت تمثل بديلا أوفر ماديا وأسرع تنفيذا وأكثر ربحا للوقت والجهد من التجارة التقليدية بالإضافة إلى أهمية وسائل الدفع الإلكتروني في تفعيل التجارة الإلكترونية وتنميتها.

**أهداف الدراسة:** أما أهداف الدراسة فتتمثل في الوقوف على مفهوم الأبعاد والمتطلبات الأمنية والقانونية للتجارة الإلكترونية واستعراض مشاكلها ومحاولة رصد الحلول اللازمة لها.

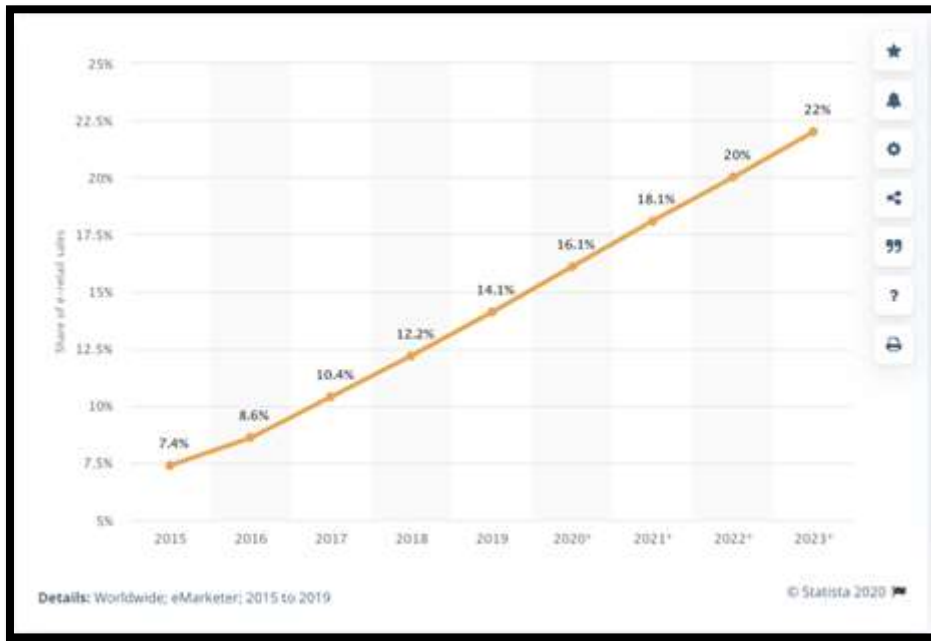
**منهجية الدراسة :** لقد تم استخدام المنهج الوصفي والتحليلي لوصف موضوع وأبعاده ومشاكله وتحليل متطلباته وأطره القانونية والأمنية.

**2- ماهية التجارة الإلكترونية:** يرتبط مفهوم التجارة الإلكترونية بتنفيذ عمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات، عن طريق بيانات ومعلومات تنساب عبر شبكات الاتصال والشبكات التجارية العالمية الأخرى، منها شبكة الإنترنت التي تعدت حدود الدول وحولت الدعائم الورقية المستخدمة في المعاملات التجارية كالفواتير والعقود وقبض الثمن إلى دعائم إلكترونية تتم كلها عبر الجهاز الآلي.

**1-2. تعريف التجارة الإلكترونية:** تُعرف الهيئة الأوروبية للمعلومات والتكنولوجيا والرقابة (EITO) التجارة الإلكترونية أنها النشاط الذي يؤدي إلى تبادل القيم عن طريق شبكات الاتصال. (بختي، 2008، صفحة 41)، وتُعرف التجارة الإلكترونية: " هي مجموعة متكاملة من عمليات الإنتاج، التسويق والبيع والتوزيع باستخدام الوسائل الإلكترونية وتتم عن طريق الشبكة العنكبوتية لتقديم الخدمات وطرق الوصول إليها من العملاء والمستهلكين والتسليم الإلكتروني للخدمات" (الأخرس، 2008، صفحة 249)، وهي "تمثل شكلا من أشكال التعامل التجاري الذي ينطوي على تفاعل أطراف التبادل الكترونيا بدلا من التبادل المادي أو الاتصال المادي المباشر". (علاق، 2006، صفحة 268)، وقد فتحت التجارة الإلكترونية أسواق جديدة يمكن من خلالها تزايد كفاءة النشاط الاقتصادي والاقتصاد الرقمي.

إن الطلب الكبير في السوق على معالجة الأوراق عالية الجودة في التجارة الدولية تولد التجارة الإلكترونية، وفي الوقت نفسه، تجلب التجارة الإلكترونية زخمًا قويًا في تعزيز تنمية التجارة العالمية. يمكن للتجارة الإلكترونية تعزيز التجارة الدولية في عدة طرق: خفض تكلفة المعاملات، وتحسين جودة التجارة والكفاءة، وزيادة الفرص التجارية، وتوفير وسائل تجارية جديدة. وهذه المزايا ليست غير مطلوبة. (Zheng ، 2020) ، يوضح الشكل تطور عدد المتعاملون في التجارة الإلكترونية من 2017 إلى غاية 2023 في العالم:

الشكل رقم 01 : تطور عدد المتعاملون في التجارة الإلكترونية عالميا (2017 – 2023)



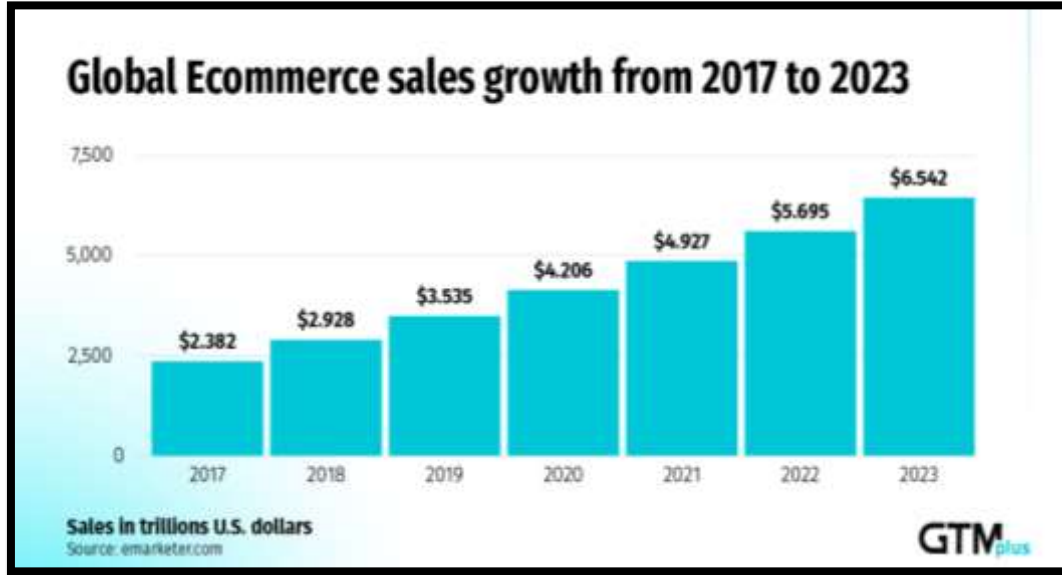
Source: <https://iwconnect.com/evolution-of-ecommerce>

وصل عدد المتسوقين الرقميين في العالم إلى 1.92 مليار في عام 2019، أي حوالي ربع سكان العالم، ووصلت القيمة الإجمالية لمبيعات التجزئة العالمية للتجارة الإلكترونية إلى 3.45 تريليون دولار في عام 2019، وهو ما يمثل نموًا بنسبة 21% على أساس سنوي. قدرت حصة التجارة الإلكترونية في إجمالي مبيعات التجزئة بين 8.6% و 13.3% في 2018، مع توقعات لعام 2020 تصل إلى 17.5%

وتتراوح معدلات انتشار المستخدمين في جميع أنحاء العالم من 7.4% للصناعة اليدوية والبستنة والحيوانات الأليفة إلى 33.3% للملابس. وكانت القطاعات الأكثر ديناميكية على مدى السنوات الخمس التي تلت هي الأثاث والأدوات المنزلية والألعاب والملابس والحقائب والإكسسوارات والطعام والمشروبات، التي تنمو جميعها بأكثر من 10% سنويًا. (uniglobalunion, 2019, p. 09)

وللتجارة الإلكترونية أثر متزايد بسبب قدرتها على الربط بين البائعين والمشتريين من بلدان مختلفة، تقوم المؤسسة الدولية للبريد (International Post Corporation)<sup>1</sup> بتحليل التجارة الإلكترونية عبر الحدود سنوياً من خلال دراسة استقصائية شاملة للأعضاء. وجد التحليل الأخير أن 38% من الطرود المشتراة في الخارج في عام 2018 تم شراؤها في الصين. عامة كان أكثر تجار التجزئة للتجارة الإلكترونية شعبية للمشتريين عبر الحدود هم أمازون (23%) و"علي بابا" (16%) و"إي باي" (14%) و"ويش" (10%). في سنة 2023 بلغ قطاع التجارة الإلكترونية (المنتجات والخدمات) 5.8 ترليون دولار بزيادة 10.5% على أساس سنوي. انخفضت مبيعات الإنترنت بنسبة 1.8% مقارنة بعام 2022. وارتفع قطاع الخدمات بنسبة 20% عن العام الماضي.

الشكل رقم 02 : تطور نصيب التجارة الإلكترونية من سوق المنتجات واسعة الاستهلاك والخدمات عالمياً (2017-2023)

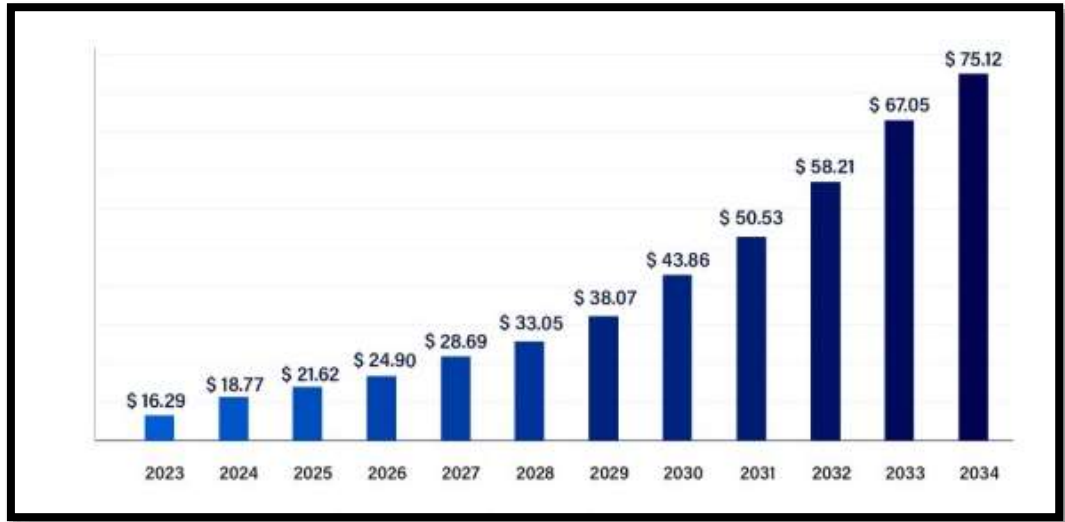


<sup>1</sup> International Post Corporation. Cross-border E-commerce Shopper Survey 2018. Key findings: January 2019.

<https://gtm-plus.com/evolution-of-ecommerce-trend-to-expect-in-Source:/2021>

يمثل الشكل 02 تطور نصيب التجارة الإلكترونية من سوق المنتجات واسعة الاستهلاك ومصاريف الخدمات من سنة 2017 حيث بلغت 2.38 ترليون دولار بنسبة 4.9% من إجمالي التجارة العالمية، وارتفعت إلى 5.3% في 2018 بقيمة حوالي 2.92 ترليون دولار ثم إلى 3.53 ترليون دولار أي بنسبة بلغت 5.7% سنة 2019، بداية 2020 عرف نصيب التجارة الإلكترونية ارتفاع معتبر بنسبة وصلت 4.20 ترليون لترتفع إلى 9.5% في فترة الحجر وهذا ما يفسر توجه العام نحو استخدام الإنترنت في اقتناء المنتجات الاستهلاكية، ودفع مستحقات الخدمات الذاتية. وتواصل ارتفاع قيم التجارة الإلكترونية من مجمل التجارة في أسواق السلع والخدمات إلى 4.92 و 5.69 و 6.54 ترليون دولار للسنوات 2021، 2022 و 2023 على التوالي يفسر ذلك التوجه العالمي نحو التجارة عن بعد وتهيئة البنية التحتية التكنولوجية والمادية والتشريعية لاستخداماتها.

الشكل رقم 03 : حجم سوق التجارة الإلكترونية عالميا وتوقعاتها من 2024 إلى 2034



Source : <https://www.precedenceresearch.com/e-commerce-market>

بلغ حجم سوق التجارة الإلكترونية العالمي 18.77 ترليون دولار أمريكي في عام 2024 ومن المتوقع أن تبلغ قيمته حوالي 75.12 ترليون دولار أمريكي بحلول عام 2034، بمعدل نمو سنوي مركب قدره 14.9% من 2024 إلى 2034.

## 2-2. متطلبات نجاح التجارة الإلكترونية : وتتوقف على ثلاثة أبعاد هي:

- متطلبات البنى التحتية والتي تمثل تطوير الكوادر البشرية في جعل المعرفة والتقنية وتحديات استراتيجية إدارة المشاريع المعلوماتية في القطاعين العام والخاص.
- متطلبات البناء القانوني الفاعل والمتلائم مع الواقع المجتمع و الأمة و المدرك لأبعاد التأثير على ما هو قائم من مرتكزات وقواعد النظام القانوني ويُعد هذا التحدي ذو طبيعة تنظيمية.
- متطلبات القدرة التنافسية من حيث الأداء والإنجاز والتميز وهي تتفاوت بين الدول. (الأخرس، 2008، صفحة 261)

إنّ رفع مستوى الوعي العام بأهمية التجارة الإلكترونية ، بما في ذلك الإجراءات التي تتخذها الحكومة لدعم القطاع وبناء الثقة في الاقتصاد الرقمي. يمكن أن تكون القنوات الرئيسية هي المقابلات التلفزيونية والمطبوعة ووسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الحكومية. (World Bank, 2020, p. 05)

## 3-2. خصائص التجارة الإلكترونية

تتميز التجارة الإلكترونية بالعديد من الخصائص أبرزها:

**2-3-1. الانفصال عن الموقع الجغرافي (المكان):** حيث يمكن للمؤسسة الاقتصادية إدارة تعاملات تجارية بكفاءة من خلال شبكة الانترنت من أي موقع جغرافي و ذلك نتيجة:

- أن مقر المعلومات الخاص بالمؤسسة يمكن أن يكون في أي مكان دون أن يؤثر ذلك على أدائها؛
- طبيعة الانترنت لا تضمن أن تكون العلاقة أو الربط بين العنوان الإلكتروني والإقامة والموقع المادي لأي طرف في المعاملة. هذا ما يصعب على الاتفاقيات الضريبية تطبيق الاخضاع الضريبي على هذه لمعاملات .

**2-3-2. تسهيل المبادلات التجارية الدولية :** حيث تساعد على التعاون داخل المنظمات، الأمر الذي يؤدي إلى تكثيف التجارة بين الدول، و ربما يكون ذلك دافعا للمؤسسات على زيادة حجم أعمالها في الخارج، كما ينجم عن التعاون داخل المنظمات تسهيل تقديم الخدمات من مختلف الدول ومن المستشارين الموجودين في أكثر من دولة، كما تسهل من التفاوض على المستوى الدولي.

**3-3-2. التقليل من عدد الوسطاء في المعاملات:** لا سيما في بعض أنواع التجارة الإلكترونية على غرار البرمجيات التجارية حيث تسهل عملية البيع المباشر للبرمجيات في شكل رقمي من المصمم إلى المستهلك دون المرور بحلقة البيع التقليدية من المنتج إلى تاجر الجملة إلى تاجر التجزئة إلى المستهلك، ولكن غياب هؤلاء الوسطاء يمثل تحديا جديدا للإدارة الضريبية نظرا للدور الهام الذي كان يقوم به هؤلاء الوسطاء في التجارة التقليدية كآليات رقابة من جهة، وتحصيل بعض أنواع الضرائب من جهة أخرى.

**4-3-2. إمكانية رقمنة بعض المنتجات:** هناك العديد من المنتجات التي يمكن تبادلها إلكترونيا مثل البرمجيات وكل المعلومات المكتوبة والصور وأشرطة الفيديو... الخ، وهذا التحول من الشكل المادي للمعاملات التجارية إلى الشكل الرقمي يفرض في المجال الضريبي ضرورة إبراز العديد من القضايا المرتبطة بتصنيف الدخل وكيفية المعالجة الضريبية لها سواء تعلق الأمر بالقوانين الضريبية المحلية أو الاتفاقيات والمعاهدات الضريبية.

**5-3-2. ظهور وسائل جديدة للدفع:** لقد رافق التجارة الإلكترونية العمل على إيجاد وسائل دفع وتسوية المعاملات في مختلف أشكال الدفع الإلكتروني التي يصطلح عليها النقد الإلكتروني، غير أن هذه الأشكال الجديدة للدفع عقدت من عملية تتبع مسار استخدام هذا النوع من النقود خصوصا في المجال الضريبي. ( قدي، 2011)

**6-3-2. غياب المستندات الورقية للمعاملات:** حيث بالإمكان اتمام صفقة تجارية كاملة بدء من التفاوض إلى الاستلام دون تبادل مستندات ورقية، وذلك بفتح سجل إلكتروني بين أطراف العملية التجارية. ( أبو معليش، 2009)

#### **4-2. فوائد التجارة الإلكترونية :**

كثيرة هي الدراسات والمقالات التي تتناول مميزات التجارة الإلكترونية وأهمية اللجوء إليها واعتمادها نمطا رئيسا للنشاط التجاري في عصر طريق المعلومات فائق السرعة ، ويمكننا بإيجاز عرض أبرز مميزات التجارة الإلكترونية - تلك التي تهمنا أكثر في البيئة العربية - المستقاة من خلاصات الدراسات والتقارير المشار إليها على النحو التالي :

- إيجاد وسائل اتجار توافقت مع عصر المعلومات ففي عصر المعلومات والاتجاه نحو قضاء ساعات طويلة امام أجهزة الكمبيوتر ومواقع الانترنت، تعدو الحاجة ملحة الى توافق الأنماط التجارية مع سمات هذا العصر وسلوكياته، من هنا مكنت التجارة الإلكترونية من خلق أنماط مستحدثة من وسائل دارة النشاط التجاري، كالبيع عبر الوسائل الإلكترونية (E-commerce RETAIL) 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 أو المشتري، وإذا كانت اتفاقيات التجارة الدولية (جات، جاتس، تربس) تسعى إلى تحرير التجارة في البضائع والخدمات، فإن التجارة الإلكترونية بطبيعتها تحقق هذا الهدف دون الحاجة إلى جولات توافق ومفاوضات، من هنا قيل إن التجارة الإلكترونية تستدعي جهداً دولياً جماعياً لتنظيمها ابتداءً لأنها بطبيعتها لا تعترف بالحدود والقيود القائمة وتتطلب أن لا تقيد أي 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 تتيح 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.

## 5-2. مشاكل التجارة الإلكترونية :

إن التجارة الإلكترونية لا تخلو من مشاكل تهددها، سواء عملية أو تقنية وحتى قانونية وسنورد في هذا المطلب عرض موجز لأهم مشكلات التجارة الإلكترونية ( العوضي، 2010):

**2-5-1. مشكلة حجم التجارة الإلكترونية ونفقاتها الباهظة :** من خلال الاطلاع على دراسة في هذا الصدد وجدنا أن مشكلة حجم التجارة الإلكترونية ونفقاتها الباهظة قد طرحت بشكل كبير في الدول العربية، فإذا قورن مبلغ التسوق الإلكتروني في الدول العربية مع ما ينفق على الإعلانات في المواقع العالمية، نجده رقم هزيل جدا وهذا التقاعس الكثير من المصارف والمؤسسات التجارية العربية الكبيرة ورجال الأعمال والمهتمين بالتجارة عن الدخول بقوة إلى التجارة عن بعد أو التجارة الإلكترونية وهذا لا يخدمها، لذا يجب عليها مواكبة التطور الحاصل في التعاملات وأن تجعل التجارة الإلكترونية قاعدة أساسية في استراتيجيتها التجارية المحلية والعالمية والمستقبلية أيضا. لأنه وبالرغم من أن

الدول العربية تقف موقف المرتاب والمتردد والحذر تجاه التجارة الإلكترونية، فإن دولا أخرى مثل الصين تتقدم نحوها بقوة لتحقيق خطوات عملاقة نحو النمو الاقتصادي، إلى جانب تأثير حجم التجارة الإلكترونية بحجم مبلغ المبادلات التي تتم فيها، فإنها أيضا تتأثر بالرسوم أو الضرائب التي تفرضها على الشركات العاملة في قطاع التجارة الإلكترونية فخوف من التأثير السلبي لأنشطة التجارة الإلكترونية تطالب بعض الحكومات بفرض هذه الضرائب بغية تحقيق المساواة بين الشركات التي لا تعمل في مجال التجارة الإلكترونية.

**2-5-2. التكنولوجيا وانتقالها بين دول العالم :** من أهم ما ميّز القرن العشرين هو حدوث تقدم هائل في التكنولوجيا وبالأخص الحاسب الآلي والعلوم المرتبطة به، مما ترتب عنه تغير في النظم الإدارية والإنتاجية وانعكس كل ذلك على التسويق الإلكتروني أو التجارة الإلكترونية، فلم تعد كل الأنشطة التسويقية تتم في مبادلات شخصية بل أصبحت تشرك آلات البيع في كثير من الأنشطة . كما أصبح من الممكن قيام المشتري بتصفح قائمة عرض إلكتروني (Catalogue) وأن يختار ما يناسبه من السلع دون عناء التنقل من بائع لآخر للاستفسار عن سلعته. وحسب التقدم التكنولوجي السريع، سوف تتلاشي التجارة التقليدية فيحل التسوق الإلكتروني محل المحلات مما يقلل الحاجة إلى المخازن ورجال البيع وتكلفتها . فضلا عن كل ما سبق، فإن التقدم التكنولوجي وتفاوتته من دولة لأخرى سوف يقسم دول العالم إلى مجموعة مصدرة للتكنولوجيا وأخرى مستوردة لها وسينعكس ذلك على التجارة الإلكترونية، حيث تصبح الدول المتقدمة تسوق إنتاجها المتقدم من صناعة و سلع استهلاكية وخدمات ونظم معلوماتية ويكون دور بلدان العالم الثالث هو المستهلك في هذه التجارة، حيث يتلقى التكنولوجيا والسلع والخدمات من العالم المتقدم وهذا يجعلنا نخلص إلى أن المفهوم العام للاقتصاد هو واحد، حيث هناك عرض وطلب سواء في اقتصاد أساسه التجارة التقليدية أم التجارة الإلكترونية حيث الخلاف الجوهرى بين النظامين هو نوعية السلع وآليات إجراء التعامل فقط.

**2-5-3. مشكلات أداة الوفاء (بطاقات الائتمان-النقود الإلكترونية) :** لقد ترتب عن ظهور التجارة الإلكترونية ظهور فكرة النقود الإلكترونية، لأن استخدامها يؤمن سرعة وسهولة تسوية المدفوعات وتقليص حاجة الاحتفاظ بالنقود، مما يوسع عملية التبادل التجاري، وبالتالي يتم دفع الفواتير وتحويل المبالغ المالية لحسابات أخرى لجهات خارج البنك عن طريق الصرافة الإلكترونية. وتتم أعمالها عن طريق بطاقات الدفع الإلكتروني أو بطاقات الائتمان التي تحمل كل البيانات المتعلقة بصاحبها ليستعملها كأداة وفاء، ومن أنواعها بطاقات السحب الآلي، بطاقات الوفاء، بطاقات الشيكات و بطاقات الائتمان. ولكن هذه التقنية كما لها تسهيلات تقدمها، لديها أيضا مشاكل تترتب عنها تتمثل بإيجاز فيما يلي:

- إساءة استعمال بطاقات الدفع الإلكتروني من حامل البطاقة، كتقديم مستندات مرور للحصول على بطاقة ائتمان أو كاستعمال البطاقة بعد نهاية صلاحيتها أو استعمالها رغم إلغاء البنك لها.

- إساءة استعمال البطاقة من طرف الغير كسرقة البطاقة واستعمالها أو سرقة الرقم السري الخاص بصاحب البطاقة واستخدامه.
- تلاعب التاجر في بطاقات الوفاء كاستعماله بطاقات ليس لها أرصدة كافية للصرف أو قبول بطاقات مزورة من العملاء.
- تلاعب موظفي البنك المصدر للبطاقة بالاتفاق مع حامل البطاقة أو التاجر أو مع غيرهما كالسماح بتجاوز حد البطاقة في السحب أو تجاوز مدة الصلاحية .
- التلاعب في بطاقات الائتمان عن طريق شبكة الإنترنت باختراق لخطوط الاتصالات العالمية أو الحصول على الأرقام السرية والمعلومات من المواقع أو إنشاء مواقع وهمية على أنها مواقع أصلية وبتلقي طلبات المعاملات الخاصة بالتجارة الإلكترونية يتم الحصول على المعلومات المتضمنة فيها.
- اختلاق أرقام عن طريق استعمال معدلات رياضية وإحصائية بهدف تحصيل أرقام البطاقات الائتمانية المملوكة للغير واستعمالها في المعاملات غير المشروعة.

**2-5-4. حماية المستهلك في التجارة الإلكترونية :** لقد أصبح المستهلك في ظل الاقتصاد الحر وتحكم آليات السوق فيه عرضة للتلاعب بمصالحه ومحاولة غشه وخداعه، فقد يلجأ المنتج إلى التفاوضي عن سلامة وأمن المستهلك بإيهامه بمزايا غير حقيقية في إنتاجه ولذلك وجب حماية المستهلك والبحث عن الوسائل اللازمة لذلك. فالخطر الذي يتعرض له المستهلك في إطار التجارة الإلكترونية أكبر من الخطر في التجارة التقليدية لأن نطاق التجارة الإلكترونية أوسع وأشمل. ولهذا يجب مراعاة جانب الإعلام، لتمكين المستهلك من معرفة نوعية المنتج ومزاياه الحقيقية وحتى مساوئه أو بعض عيوبه. كذلك يجب مراعاة الجانب النفسي والثقافي لدى المستهلك وطبيعته بصفة عامة وبالنسبة إلى المستهلك العربي وبما أنه يشغل مساحة ضئيلة في التعامل عبر الشبكة، يجب الاهتمام بتنميتها عن طريق الاهتمام بالتجارة الإلكترونية العربية وتنمية الوعي المعلوماتي لدى المستهلك العربي. كما أنه من المهم تقديم المواقع التي يمكن التسوق من خلالها وتقديم النصائح للمستهلك وتبصيره حتى لا يتضايق من تعامله على الشبكة ويشعر بصعوبته وعدم أهميته بالنسبة له حق المستهلك في الإعلام ضروري لحمايته ولمساعدته في اتخاذ قرار بالتعاقد أو عدمه، وهو شرط يندرج ضمن عقود التجارة الإلكترونية.

**2-5-5. اختراق مواقع التجارة الإلكترونية و تدميرها :** إن أهم ما توصلنا إليه عند تعريفنا التجارة الإلكترونية هو أنه عبارة عن معلومات أو بيانات تناسب عبر وسائط معلوماتية عبر شبكات الاتصال. والإشكال هنا هو أنه يمكن اختراق أو التلاعب في هذه المعلومات طالما أنه قد أمكن اختراق النظام المعلوماتي نفسه وذلك بطرق عديدة. لذلك، ومن أهم ما يجب أن تتميز به التجارة الإلكترونية، هو حماية التجارة عن طريق سرية المعلومات وهذا لأن أغلب المعلومات المتعامل بها بصفة يومية يمكن حمايتها بنظم حماية عديدة، لكن الخطر الحقيقي هو أن أي عمل تجاري إذا

سُرقت معلوماته أو أفسدت سيشكل خطراً قد يؤثر سلباً ولهذا من أكبر التهديدات التي تحيط بالتجارة الإلكترونية هو إفساء سرية المعلومات.

### 3-التقنيات الأمنية للتجارة الإلكترونية

تشير الجرائم الإلكترونية إلى الأنشطة غير القانونية التي تتم من خلال استخدام أجهزة الكمبيوتر أو الإنترنت. تشمل أمثلة الجرائم الإلكترونية سرقة وبيع بيانات الشركات، والابتزاز مقابل الدفع لمنع هجوم، وتركيب الفيروسات على جهاز كمبيوتر مستهدف... إلخ لذلك يجب الاهتمام بموضوع الأمن الإلكتروني أو أمن المعاملات سواء تجارية أو غيرها.

### 3-1. أمن معاملات التجارة الإلكترونية

أصبحت مشكلة أمن البيانات والمعلومات، والحفاظ عليها من السرقة، التلاعب والاختراق موضع اهتمام الباحثين والأطراف المتعاملة على شبكة الإنترنت على حد سواء، ففي الماضي كانت المعاملات التجارية تتم مباشرة وجها لوجه، ولكن في ظل التطورات التي شهدتها تكنولوجيا المعلومات والاتصال صارت هذه المعاملات تتم عبر شبكة الإنترنت مع غياب الاتصال المباشر بين الأطراف ذات المصلحة، مما أدى إلى نشوء تخوف حقيقي لدى هؤلاء من التصنت على المعاملات، سرقة المعلومات السرية، إعادة صياغة الرسائل والصفقات أو تزويرها وغيرها.

**3-1-1. تعريف أمن التجارة الإلكترونية:** يرتبط أمن التجارة الإلكترونية بالأمن على المعلومات والمعاملات بين كل طرف من أطراف التجارة الإلكترونية، ويعرف أمن المعلومات من الزاوية الأكاديمية بأنه ذلك العلم القائم على جملة من النظريات والاستراتيجيات والهادفة أساساً إلى حماية المعلومات من المخاطر التي تهددها، ويعرف من الناحية التقنية بأنه جملة من الأدوات، الإجراءات والوسائل المستخدمة لضمان حماية المعلومات من الأخطار الداخلية أو الخارجية، أما من الناحية القانونية فيعرف أنه مجموعة من التدابير و التشريعات الموضوعية أساساً لضمان سرية وسلامة محتوى المعلومات وحماية أنظمتها من أنشطة الاعتداء عليها (ليتيم و ليتيم، 2015) ويعرف الأمن على التجارة الإلكترونية بأنه مجموعة من الإجراءات والتدابير الوقائية المستخدمة للمحافظة على المعلومات من السرقة والتلاعب أثناء إجراء التبادلات التجارية الإلكترونية. ( عليان، 2015)

**3-1-2. التهديدات الأمنية في بيئة التجارة الإلكترونية:** عند الحديث عن أمن التجارة الإلكترونية هناك ثلاث نقاط معرضة للتهديد وهي الخادم، الزبون وقناة الاتصال، ويمكن تلخيص أهم التهديدات في (البرعي و منير، 2011) :

- النقاط حزم البيانات: إذ أن مراقبة حزم البيانات على الشبكة بفحصها الواضح وبدون تشفير، يتيح إمكانية النقاط ما يراد منها؛

- تعديل البيانات: حيث في هذه الحالة تتم سرقة حزم البيانات من الشبكة ثم تعديلها وإعادة إرسالها إلى المستقبل؛
- انتحال الشخصية: ويتم ذلك من خلال التقاط حزم البيانات على الشبكة وتعديلها، واستخدام عناوين بريد مزيفة، أي خداع المستقبل لهوية المرسل؛
- رفض الخدمة أو حجبها: هنا يكون هدف المخربين أساساً تعطيل خدمة من خدمات الشبكة للمستخدمين منها من خلال إصدار أوامر وهمية للخادم مما يشغله بالرد على هذه الأوامر والاستجابة للمستخدمين؛
- رجل في الوسط: وهي تعتبر من أشهر الهجمات في الشبكات بحيث يكون هناك طرف ثالث يعمل على سرقة البيانات المرسلة بين الأطراف والعمل على تعديلها وحتى عدم إيصالها بين هؤلاء الأطراف؛
- سرقة مفتاح التشفير: تتم سرقة المفتاح المستخدم للتشفير أو التعرف عليه عن طريق برامج كسر التشفير إذ لم يكن بالقوة المطلوبة؛
- الهجمات على طبقة التطبيقات: تؤثر هذه الهجمات على الشبكة وهذا البرامج المستخدمة فيها من خلال ما يسمى بالبرمجيات الخبيثة، ومن أشهرها الفيروسات والديدان التي تنتشر بفعل الثغرات الأنظمة، البرامج وحتى أخطاء المستخدمين؛
- تزوير أو سرقة بطاقات الاعتماد: وذلك من خلال وصول القرصنة إلى ملفات بطاقات الاعتماد ومعلومات الزبائن المخزنة على خدمات البائع، ليجري فيما بعد استخدام هذه المعلومات المسروقة لإنشاء بطاقات اعتماد بهويات وهمية؛
- تزيف المواقع: وذلك من خلال بناء مواقع مماثلة للمواقع الأصلية من حيث المحتوى، الألوان، الخدمات؛
- الإنكار: من خلال إنكار انجاز المعاملة وعدم الاعتراف بالنتائج المترتبة عنها.

**2-3. متطلبات أمن التجارة الإلكترونية:** لتجاوز أهم التهديدات الأمنية التي تتعرض لها التجارة الإلكترونية لا بد من توافر جملة من المتطلبات والتي يمكن تلخيصها في (ليتييم و ليتيم، 2015) :

- **التكاملية وسلامة المحتوى:** وهي القدرة على ضمان أن المعلومات المرسلة والمستقبلة عبر شبكة الإنترنت وعلى الموقع الإلكتروني غير قابلة للتعديل أو التبديل من أي شخص غير مخول له القيام به العملية؛
- **استمرارية توفر المعلومات والخدمة على موقع الانترنت:** وهي التأكد من أن موقع التجارة الإلكترونية يستمر في العمل الذي خطط له، ويحقق الهدف الذي أنشأ من أجله، وذلك من خلال استمرارية القدرة على التفاعل ضمنه، ومن خلال المعلومات والخدمات التي يوفرها، كما أن مستخدم المعلومات لن يتعرض إلى منع است

- **عدم إنكار التصرف المرتبط بالمعلومات:** وهي ضمان عدم إنكار المشاركين في أعمال التجارة الإلكترونية الأفعال التي قاموا بها على الخط، كطلب شراء قام به العميل على الموقع، أو إنكار الموقع أنه تعاقد فعلا مع هذا العميل؛
- **السرية:** وهي القدرة على ضمان أن المعلومات لا تكشف ولا يطلع عليها سوى الأشخاص المخولين بذلك؛
- **الخصوصية:** وهي قدرة المستخدم على التحكم في المعلومات المقدمة للبائع؛
- **التوثيق أو الموثوقية:** وهي القدرة على إثبات هوية الشخص أو الكيان الذي يتم التعامل معه على موقع المؤسسة على الانترنت.

#### 4-الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية

إن مواضيع التجارة الإلكترونية وتحديد الإجراءية منها ذات طبيعة دولية لا تتأثر في الغالب بالقواعد القانونية الوطنية المتباينة بين الدول، لذلك توجب وجود إطار تشريعي يحكم تلك المواضيع ويؤطرها.

#### 4-1. التحديات القانونية للتجارة الإلكترونية

تشير أنشطة التجارة الإلكترونية والعلاقات القانونية الناشئة في بيئتها العديد من التحديات القانونية للنظم القانونية القائمة، تتمحور في مجموعها حول اثر استخدام الوسائل الإلكترونية في تنفيذ الأنشطة التجارية، فالعلاقات التجارية التقليدية قامت منذ فجر النشاط التجاري على أساس الايجاب والقبول بخصوص أي تعاقد وعلى أساس التزام البائع مثلا بتسليم المبيع بشكل مادي وضمن نشاط ايجابي خارجي ملموس، وأن يقوم المشتري بالوفاء بالثمن أما مباشرة (نقدا) أو باستخدام أدوات الوفاء البديل عن الدفع المباشر من خلال الاوراق المالية التجارية أو 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 بالإمداد والتزويد ونقل المعرفة او التكنولوجيا، فان القواعد القانونية الناضجة للأنشطة التجارية والعقود امكنا ان تظل حاضرة وقادرة على محاكاة الواقع المتطور والمتغير في عالم التجارة، لكن الامر يختلف بالنسبة للتجارة الكترونية، فالتغير، ليس بمفهوم النشاط التجاري، وانما بأدوات ممارسته وطبيعة العلاقات الناشئة في ظلها، كيف لا ويتوسط كل نشاط من أنشطة التجارة الإلكترونية الكمبيوتر والانترنت او شبكة المعلومات، إن أثر وجود التقنية وهيمنتها على آلية إنفاذ النشاط التجاري في ميدان التجارة الإلكترونية، بل ضرورتها لوجود التجارة الإلكترونية، كان لا بد أن يخلق تحديا جديدا أمام النظم القانونية القائمة.

## 2-4. الأبعاد القانونية للتجارة الإلكترونية

وتتمثل هذه الأبعاد في :

**4-2-1. حقوق الملكية الفكرية:** من أبرز القضايا التي تطرحها التجارة الإلكترونية قضية العقود الإلكترونية التي قد تجرى إبرامها في شأن منح الترخيص واستعمال العلامات التجارية وبراءات الاختراع وما إليها، وقضية تحديد جهة الاختصاص القضائي في حالة ظهور نزاع حول هذه المسائل وتحديد القانون الواجب التطبيق (قانون الدولة) وأخيرا قضية تنفيذ الأحكام المتعلقة بنفس المنازعات حول حقوق الملكية الفكرية. ويمكن تعريفها بأنها مجموعة معلومات ومعارف وعلاقات وخبرات الشركة الخاصة بما في ذلك مكونات نشاطها وحضورها الرقمي (كما هو الحال في قواعد بياناتها، شبكات أعمالها، سلاسل القيمة القائمة على معلومات، مواقع الويب... الخ) التي تكون وتساهم في قدرة الشركة الداخلية والخارجية والتي يمكن تحويلها إلى رأس مال فكري كما لحقوق الملكية الفكرية تحديات في العصر الرقمي حيث لاشك في أن الإنترنت كانت شاملة التأثير لم تقتصر على التغير الواسع والكبير في ظهور قطاع الأعمال الإلكترونية، وإنما أيضا امتد تأثيرها إلى حقوق الملكية الفكرية، حيث توجد بعض التحديات التي تواجهها الأخيرة في مجال الأعمال الإلكترونية منها: مشكلة الاحتكار ومشكلة المحاسبة التقليدية وحقوق الملكية الفكرية.

**4-2-2. القانون الواجب التطبيق في عقود التجارة الإلكترونية:** أن مسألة تحديد القانون الواجب التطبيق في عقود التجارة الإلكترونية تعد مشكلة هامة في ظل عدم وجود مستندات ورقية، فضلا من انتقال العملية عبر الحدود الإقليمية للدول كما ناقش الفقه القانوني مسألة القانون الواجب التطبيق على الاستهلاك الإلكترونية وانتهى إلى خضوع عقود الاستهلاك الإلكترونية وانتهى إلى خضوع عقود المستهلك لقانون الإرادة أي القانون الذي يختاره المتعاقدان صراحة أو ضمنا، ولكن بتحفظ تام وهو أن الفقه وغالبية التشريعات قد أسفرت على أن اختيار الأطراف للقانون الواجب التطبيق، لا يجوز أن يتبعه حرمان المستهلك من الحماية التي توفرها له الأحكام الأمانة لقانون الدولة محل إقامته العادية. ( فضيل و ضويفي، 2011).

**4-2-3. الخصوصية وأمن معلومات التجارة الإلكترونية :** إن أمن المعلومات عموما وأمن التجارة الإلكترونية هو أمن المعلومات المتبادلة على الخط ولذا تضع الولايات المتحدة الأمريكية وبعض الدول المتقدمة قيودا ومراقبة على تصديرها خارج بلدانها، وتعتبر التشفير آلة ذات حدين، إذ أن استعمالها بدون مراقبة قد يضر بأمن الدولة لذا تصر بعض الدول على منح أنظمة تشفير متقدمة والتي يستعصى حلها أو منع تشفيرها كليا، وهذا طبعا لا يخدم التجارة الإلكترونية، غير أن التشفير سواء في المواقع الحكومية أو الخاصة

أصبح أمراً مقبولاً في ظل معايير التشفير التي هي جزء من أخلاقيات استخدام التقنية وتشريعات تنظيم استخدامها. ( فضيل و ضويقي، 2011 )

**4-2-4. إثبات العمليات:** تنتج هذه المشكلة من ممارسة إتمام الصفقات الكترونياً دون وجود مستندات ورقية، الأمر الذي يؤدي إلى صعوبة إثبات التعاملات والقيود وتحديد الالتزامات وذلك للحفاظ على الحقوق المكية والوفاء بالعقود الإلكترونية، وبالتالي السؤال الذي نجاب عليه الإجابة عليه وهو كيف يتم إثبات التعاملات المنفذة عبر الإنترنت وهي غير مادية، ومن أجل معالجة هذا الإشكال طرحت عدة طرق منها :

- توسيع شروط قبولية الإثبات بوسيلة التسجيل الإلكتروني؛
- إما توسيع فكرة بداية الإثبات الخطي؛
- إما بوضع استثناء جديداً للالتزام بالإثبات الخطي إلى جانب استثناءات قانونية قائمة.

ومن هنا كانت الحاجة الماسة فعلياً لإدخال تعديلات جوهرية على قوانين الإثبات وقوانين المعاملات التجارية بحيث تعترف بالاستناد الإلكتروني والتوقيع الإلكتروني والسجل الإلكتروني وغيرها.

#### 3-4. القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية

مع التسليم بأهمية المبادرات السابقة جميعها، إلا أن المبادرة الأهم، والتي حاولت إرساء قواعد قانونية متماسكة للتجارة الإلكترونية تتمثل في العمل التشريعي المنظم الذي وضعته لجنة الأمم المتحدة لقانون التجارة الدولية (الأونسيترال) سنة 1996 اعتماداً على دراسات شاملة بدأ بعضها منذ عام 1985 لواقع النظم القانونية الوطنية ووافقها من مسائل التعاقد عن بعد ومشكلات الإثبات في هذه القوانين، وقد اعتمده الجمعية العامة للأمم المتحدة في 16 ديسمبر 1996، اقتناعاً منها بأن وضع قانون نموذجي يبسر استخدام التجارة الإلكترونية، ويكون مقبولاً لدى الدول ذات الأنظمة القانونية والاجتماعية والاقتصادية المختلفة، يمكن أن يساهم على نحو هام في تنمية علاقات اقتصادية دولية منسجمة، ويساعد جميع الدول في تعزيز تشريعاتها التي تنظم استخدام بدائل للأشكال الورقية للاتصال وتخزين المعلومات، وعلى صياغة هذه التشريعات في حال عدم وجودها (بن وارث، 2008).

وتتمثل أهداف هذا القانون فيما يلي (القانون النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية، 2007) :

- وضع مجموعة من القواعد المقبولة دولياً أمام المشرعين الوطنيين لإزالة العقبات القانونية التي قد تعوق استعمال وسائل الاتصال الحديثة في التجارة، وتمكينهم من خلق بيئة قانونية أكثر أمناً؛

- إيجاد بديل للتشريعات التي تفرض ضمنا أو صراحة قيودا على استعمال الوسائل الحديثة للاتصال و تخزين المعلومات وذلك بالنص على سبيل المثال على استعمال المستندات المكتوبة أو الموقعة يدويا أو الأصلية؛
- تدارك المساوئ الناجمة عما يطرحه قصور التشريعات الوطنية من عقبات أمام التجارة الدولية، التي يرتبط قدر كبير منها باستعمال التكنولوجيات الحديثة للمعلومات و الاتصالات، كما أن التباين بين هذه التشريعات الوطنية التي تنظم استعمال تلك التكنولوجيات من شأنه أن يحد من الوصول إلى الأسواق الدولية؛
- إيجاد مخرج للاتفاقيات الدولية التي تسبب حواجز قانونية تعرقل استعمال أسلوب التجارة الإلكترونية كأن تشترط مثلا وجوب كون وثائق معينة في شكل مكتوب، إذ أن اعتماد القانون النموذجي من طرف الدول كفيل باعترافها باستعمال أسلوب التجارة الإلكترونية وبذلك يجنبها التفاوض لإبرام اتفاقيات جديدة من أجل ذلك؛
- توفير معاملة متساوية لمستعملي المستندات الورقية ومستعملي غيرها من الأساليب الحديثة في التجارة لتحقيق النمو والفعالية في التجارة الدولية . وينقسم القانون النموذجي إلى جزأين، الأول يتناول التجارة الإلكترونية عموما من خلال 15 مادة موزعة على ثلاثة فصول، أما الجزء الثاني فيتعلق بالتجارة الإلكترونية في مجالات محددة ويتكون من فصل واحد يحوي مادتين تتناولان التجارة الإلكترونية من حيث تطبيقها على نقل البضائع وقد ترك المجال مفتوحا لتناول الجوانب الأخرى لهذه التجارة مستقبلا.

#### 4-4. القانون النموذجي للتوقيعات الإلكترونية

هو قانون تم اعتماده في 5 جويلية 2001 من طرف لجنة الأمم المتحدة لقانون التجارة الدولية (الأونسيتال) خلال دورتها الرابعة والثلاثين المنعقدة في فيينا من 25 جوان إلى 13 جويلية 2001، والهدف منه هو تطبيقه على كل المعاملات التجارية التي تستخدم فيها توقيعات إلكترونية وهو لا يلغي أي قاعدة قانونية القصد منها هو حماية المستهلك والأنشطة التي يسري عليها هذا القانون تشمل جميع العلاقات ذات الطابع التجاري، ونذكر منها على سبيل المثال لا الحصر (القانون النموذجي بشأن التوقيعات الإلكترونية، 2021) :أي معاملة تجارية لتوريد أو تبادل البضائع أو الخدمات، اتفاق التوزيع، التمثيل التجاري أو الوكالة التجارية، السمسرة، البيع الإيجاري، تشييد المنشآت، الخدمات الاستشارية، الأعمال الهندسية، منح الرخص، الاستثمار، التمويل، الأعمال المصرفية، التأمين، اتفاق أو امتياز الاستغلال، المشاريع المشتركة وغيرها من أشكال التعاون الصناعي ونقل البضائع أو الركاب جوا أو بحرا أو بالسكك الحديدية أو بالطرق البرية . وقد عرف هذا القانون التوقيع الإلكتروني بأنه بيانات في شكل إلكتروني مدرجة في رسالة بيانات أو مضافة إليها أو مرتبطة بها منطقيا، والتي يمكن أن تستخدم

لتعيين هوية الموقع صاحب رسالة البيانات ولبيان موافقته على المعلومات الواردة في هذه الرسالة.

### 5-الخاتمة :

أصبحت التجارة الإلكترونية لازمة للتبادل التجاري في العالم لذلك تعتبر من أقوى وأهم مرتكزات الاقتصاد الوطني حيث ما هي إلا مرحلة متطورة من التجارة تعتمد على النقل الإلكتروني للمعطيات والمعلومات المتعلقة بالنشاطات التجارية، بل اتجاه اتساعها ينبئ بأن شكل التجارة التقليدي هو بصدد التعويض بشكل آخر، ولا شك أن اتساعها بشكل سريع راجع إلى ما نتيجته من مزايا أهمها سرعة إتمام العمليات التجارية، وهو ما ينعكس على انخفاض التكاليف. تتطلب طرق تمويل ودفع الكترونية تتماشى مع طبيعتها. إن تطور استخدام التجارة الإلكترونية خلق عدة صعوبات قانونية، كما أن اعتماد التجارة الإلكترونية على نظام معلومات أدواته كلها إلكترونية أضحت معرضة لأخطار القرصنة والاختراق لمواقعها وتدميرها مما يتطلب إنشاء تشريع علمي متكامل بالتنسيق بين جميع دول العالم والهيئات.

إن المسائل التجارية المرتبطة بحماية المستهلك ومسائل أمن وسرية المعلومات عند انتقالها عبر شبكة الانترنت بالإضافة إلى اختلاف الأنظمة والتشريعات القانونية سواء التجارية أو المالية والضريبية التي تطرح مشكلة عدم التوافق على المستوى العالمي تشكل أهم مشكلات تنامي التجارة الإلكترونية. لذلك نقترح التوصيات التالية :

- ضرورة إعطاء الأولوية للاستثمارات في البنية التحتية الرقمية وتطوير المهارات الرقمية لحفز التجارة والنمو الاقتصادي؛
- استكمال الإطار القانوني اللازم لوضع خطط مناسبة لكل بلد لتعزيز نظامه التشريعي بالسياسات والأنظمة اللازمة للتحويل الرقمي؛
- لا بد من تفعيل الخدمات الإلكترونية من خلال تطبيق أساليب الدفع الإلكتروني وتعزيز تطبيقاتها على الأجهزة المحمولة لتسهيل المعاملات عبر الإنترنت، مما يقلل من حاجة الأفراد إلى زيارة المصارف ويقلل إلى أدنى حد ممكن من التفاعلات المصرفية المباشرة؛
- ضرورة التعاون الدولي في مجال البيانات والتجارة الإلكترونية لتطوير التجارة العالمية في العقد القادم؛
- يجب إعادة تدريب القوى العاملة وإعادة تأهيلها للتخفيف من الآثار السلبية للتكنولوجيا على الاقتصاد، ولا سيما فيما يتعلق بالعمالة؛
- لا بد من إزالة الحواجز أمام اشراك القطاع الخاص وتيسير دخول مشغلين جدد إلى سوق الاتصالات السلكية واللاسلكية عن طريق تشجيع المنافسة، وخفض رسوم الترخيص، وتقاسم الإيرادات؛
- العمل على تعزيز محو الأمية الرقمية والسعي إلى سد الفجوة الرقمية؛

– التثديد على توفير خدمات الحكومة الإلكترونية مع ضمان أمن وسلامة المعلومات.

### المراجع :

1. ا. الأخرس، الآثار الاقتصادية والاجتماعية لثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات على الدول العربية، (الإصدار طبعة أولى)، القاهرة، مصر: دار إيتراك للطباعة والنشر، 2008.
2. ا. بختي، التجارة الإلكترونية (مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة)، (الإصدار 2)، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2008.
3. أ.ع. العوضي، العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية، مجلة الاقتصاد والمجتمع(6)، الصفحات (163-189)، 2010.
4. البرعي عيسى، منير أ. م، استخدام تقنية IP security في تأمين البيانات على الشبكات ودورها في حماية أنشطة التجارة والمعاملات الإلكترونية عبر الانترنت، مجلة جامعة طيبة، 2011.
5. القانون النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية. 2007.
6. القانون النموذجي بشأن التوقيعات الإلكترونية. 2021.
7. ب. علاق، التسويق في عصر الانترنت والاقتصاد الرقمي، عمان، الأردن: المنظمة العربية للبحوث والتنمية، 2006.
8. ح. بن وارث. دور وأهمية التجارة الإلكترونية في الاقتصاد المعرفة-مع الإشارة للعالم العربي-. رسالة ماجستير. أم البواقي، الجزائر: جامعة العربي بن المهدي. 2008.
9. عبد المجيد قدي، دراسات في علم الضرائب. دار جرير للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2011
10. كامل عبد ربه أبو معلش، ضريبة الدخل في ظل التجارة الإلكترونية (المشكلات المحاسبية والحلول المقترحة)، رسالة ماجستير، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة. الأردن، 2009.
11. ر.م. عليان، البيئة الإلكترونية (الإصدار طبعة الثانية)، عمان: دار الصفاء، 2015.
12. ف. فضيل، ح. ضويفي. الأبعاد القانونية والضريبية للتجارة الإلكترونية في ظل وسائل الدفع المعتمدة. الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية التجارة الإلكترونية في الجزائر. معهد العلوم الاقتصادية والتسيير، المركز الجامعي خميس مليانة. 2011.
13. ف. ليتيم ، ن. ليتيم، الأمن المعلوماتي للحكومة الإلكترونية وإرهاب القرصنة، مجلة الفكر، العدد 12، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015
14. Uniglobalunion, E-COMMERCE:TENDANCES RECENTES ET IMPACT SUR LE TRAVAIL,2019
15. Zheng.Q , **Introduction\_to\_E-commerce**  
file:///C:/Users/Info%20TEC/Downloads/Introduction\_to\_E\_commerce.pdf,  
2020
16. World Bank ,  
<http://documents1.worldbank.org/curated/en/280651589394091402/pdf/Recommendations-to-Leverage-E-Commerce-During-the-COVID-19-Crisis.pdf>,  
2020.

