

دور التكنولوجيا الحديثة في تطوير الأنظمة القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية

The role of modern technology in developing legal systems for e-commerce transactions

2- لقرع بن علي.

Benali lagraa

جامعة عبد الحميد بن باديس

مستغانم الجزائر

benali.lagraa@univ-mosta.dz

1- دراويش الطيب*

Draouich tayeb

جامعة عبد الحميد بن باديس

مستغانم الجزائر

tayeb.draouich.etu@univ-mosta.dz

تاريخ النشر: 2024/12/19

تاريخ الاستلام: 2024/12/11

ملخص: لقد أدى الانتشار الكبير لتكنولوجيات التقنيات الحديثة إلى ميلاد التجارة الإلكترونية كنتيجة للتفاعل الذي حدث بين تكنولوجيا الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وأصبحت المعاملات التجارية تتم بسرعة كبيرة جدا وبضغط زر واحدة على الجهاز الإلكتروني، ونظرا لسهولة إبرام العقود الإلكترونية فقد لاقت رواجاً كبيراً وأضحت من دعائم الإقتصاد الرقمي، مما دفع لإيجاد آليات قانونية لحمايتها وتنظيمها. كلمات مفتاحية: التكنولوجيا، المعاملات التجارية، الأنظمة القانونية.

Abstract:

The great spread of modern technology technologies has led to the birth of electronic commerce as a result of the interaction that occurred between communications technology and information technology. Commercial transactions began to take place very quickly and with the click of a button on the electronic device. Due to the ease of concluding electronic contracts, it has become very popular and has become one of the pillars of The digital economy, which prompted the creation of legal mechanisms to protect and regulate it

Keywords: : technology, commercial transactions, legal systems.

مقدمة:

لقد شهد العالم تحولاً جذرياً في العقود الأخيرة بفضل التطور المتسارع للتكنولوجيا،

* المؤلف المرسل: دراويش الطيب

وخاصة في مجال التجارة. فقد انتقلت المعاملات التجارية من الصيغة التقليدية إلى عالم رقمي واسع، حيث أصبحت التجارة الإلكترونية جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية. ومع هذا التطور الهائل، برزت تحديات جديدة تتعلق بتطوير الأنظمة القانونية لتتناسب مع طبيعة هذه المعاملات الإلكترونية، وذلك لضمان حماية حقوق الأطراف المتعاقدة وتسهيل سير المعاملات التجارية عبر الإنترنت، وعلى هذا الأساس فإن الإشكال المطروح هنا هو:

*ماهو تأثير التكنولوجيا الحديثة على المعاملات التجارية؟

المحور الأول: ماهية التجارة الإلكترونية

1- مفهوم التجارة الإلكترونية: أنها أداء العملية بين الشركاء التجاريين بإستخدام تكنولوجيا المعلومات الرقمية.

وهي عملية البيع والشراء عبر الشبكات الإلكترونية، على المستويين السلعي والخدمي بجانب المعلومات وبرامج إلكترونية وأنشطة أخرى تساعد على الممارسات التجارية.

كذلك تعرف على أنها هي نشاط تجاري يتم بفضل إجراءات تكنولوجيا متقدمة ومتعلقة بكل ما يتصل بعمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات عبر شبكات الإتصال التي تعتمد على الأنترنت وحولت المعاملات الورقية كالفواتير والعقود إلى معاملات إلكترونية تتم كلها عبر الجهاز الآلي الذي يتقابل أمامه البائع والمشتري والمنتج والمستهلك لتحقيق معاملات تجارية.

2- خصائص التجارة الإلكترونية: تتسم التجارة الإلكترونية بمجموعة من

الخصائص أهمها:

- التفاعل بين اطراف التجارة يكون عن بعد وإنعدام العلاقة المباشرة بينهما فهو يتم في شبكات التواصل المعلوماتية.
- تتم المعاملات إلكترونياً دون وجود للوثائق الورقية بين الأطراف.
- العولمة المصاحبة للتكنولوجيا المستخدمة فهي معاملات تجارية عابرة للحدود الجغرافية للدول وهو تجسيد حقيقي للعولمة.
- إمكانية بيع وشراء السلع غير المادية مباشرة، من خلال شبكة الأنترنت ومثال ذلك التقارير والدراسات والصور ومشابه ذلك.
- دعم وتطوير تقنيات الأعمال المالية والمصرفية وتطوير معايير المنافسة التجارية والأداء التجاري.
- توسيع نطاق الأسواق التجارية وتوفير خيارات التسوق الأفضل.
- السرعة والمرونة في تنفيذ المعاملات التجارية إلكترونياً.

3- أشكال التجارة الإلكترونية:

*التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال ووحدة أعمال Business toBusiness:
تستعمل هذا النوع في التجارة الإلكترونية مؤسسات أعمال مع بعضها البعض، فتقوم

منشأة الأعمال بإجراء الاتصالات لتقديم طلبات الشراء إلى مورديها باستخدام شبكة الاتصالات وتكنولوجيات المعلومات كما يمكنها أن تسلم الفواتير والقيام بعمليات الدفع عبر هذه الشبكة باستعمال هذه التكنولوجيا، هذا الشكل من التجارة هو الأكثر شيوعاً في الوقت الحالي سواء على المستوى المحلي أو على المستوى العالمي.

*التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال ومستهلك Business to Customers:

بظهور التسوق على الإنترنت أو ما يسمى بالمراكز التجارية على الإنترنت أصبح للمستهلك إمكانية للقيام بشراء السلع المتاحة ودفع قيمتها عن طريق بطاقات الائتمان أو المصارف الإلكترونية أو عن طريق النقود عند استلام السلعة.

*التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال والإدارة المحلية الحكومية: Business to Administration: يتوسع النشاط التجاري لوحدات الأعمال، أصبحت لا تستطيع أن تغطي كل معاملاتها الإدارية في وقتها ولهذا فإنه جرى استخدام التجارة الإلكترونية في تغطية معظم التحويلات، كدفع الضرائب، ومختلف المعاملات التي تتم بين الشركات والهيئات المحلية (الحكومية).

*التجارة الإلكترونية بين المستهلكين والإدارة المحلية (الحكومية) Administration to Customer: وهذا الشكل من أشكال التجارة الإلكترونية حديث النشأة وغير موسع وهو ينظم العديد من الأنشطة من بينها دفع الضرائب إلكترونياً.

4-مخاطر التجارة الإلكترونية: بالرغم من مزايا التجارة الإلكترونية

والتسهيلات التي منحتها، إلا أنه مازال هناك إحجام وتخوف من ممارستها بسبب المخاطر التي ينطوي عليها هذا النوع من التجارة، ويمكن إجمال هذه المخاطر فيما يلي:

أ-المخاطر الفنية: وتتجلى في مخاطر التداخل الكهرومغناطيسي لأجهزة التجارة الإلكترونية مع الأجهزة الأخرى، والتي بدأت أثارها الضارة تزداد مع زيادة سرعات الشرائح الإلكترونية، لذلك ألزمت التشريعات الأوروبية المنتجين بجعل الأجهزة أقل تأثراً بالتدخلات المغناطيسية وأقل قابلية لإصدارها لما تحدثه من أثار ضارة .

ب-عدم توفر الأمن والخصوصية اللازمة في معاملات التجارة الإلكترونية: فقد تتعرض بيانات طرفي المعاملة إلى القرصنة أو الاستعمال غير المشروع من قبل الغير في أي مرحلة من مراحل إبرام المعاملة، وذلك بالدخول إلى بيانات أحد الأطراف واستخدامها استخداماً غير قانوني كسرقة أرقام البطاقات، أو تزيف وتغيير البيانات.

ج- ثقة العملاء وحماية المستهلك: بما أن العملية الاستهلاكية ضرورة يمارسها المستهلك، فلا بد من وقايته من مخاطر ما يقتنيه من سلع وخدمات في مواجهة المنتج الذي قد يسعى إلى الترويج عن منتجاته، فيتغاضى عن المصالح المتعلقة بالمستهلك،

بل وقد يسعى إلى تضليله وخداعه بمزايا غير حقيقية وبالتالي يكون عرضة للتلاعب والغش والخداع من جهة، ومن جهة أخرى يعتبر المستهلك الطرف الضعيف في مواجهة المنتج أو المورد مركز القوة، لذا أوجب القانون حماية المستهلك في المعاملات التجارية الإلكترونية بوضع الآليات اللازمة لإعادة التوازن في العلاقات الاستهلاكية.

ومما لاشك فيه أن هناك مجموعة عوامل تؤثر في ثقة العملاء وحماية المستهلك سلبا أو إيجابا وهي:

- طبيعة المستهلك والبيئة التي يعيش فيها وهل تتعامل مع أنظمة المعلوماتية، ومدى استخدام الحاسب الآلي والانترنت.

- الإعلان الإلكتروني حيث قد يتعرض المستهلك إلى غبن نتيجة تأثره بالإعلانات.
- الحق في الإعلام، حيث ألزمت قوانين التجارة الإلكترونية المورد بإعلام المستهلك بكافة البيانات والمعلومات الخاصة بالمنتجات المعروضة والخدمات بغرض تنوير المستهلك معلوماتيا.

- الضرائب التي تشكل أعباء زائدة على المستهلك مما يؤدي إلى إجماعه عن التجارة الإلكترونية.

د- عدم التحقق من هوية طرفي المعاملة: وذلك نظرا لغياب العلاقة المباشرة بينهما، حيث يتم التواصل عن بعد وعليه يصعب التحقق من هويتهما انطلاقا من التباعد المكاني وعدم توفر المعلومات الكافية سواء من حيث المركز المالي، أو من حيث الأهلية والقدرة على إبرام التصرفات .

ه- إلغاء الحدود الجغرافية بين جميع دول العالم: أدى إلى خطر المنافسة على السوق المحلي حيث تحولت المنافسة إلى المستوى العالمي ووضعت الشركات أمام تحديات الجودة العالمية والسعر المنافس ، كما أن إلغاء الحدود الجغرافية أدى إلى إلغاء فكرة قيام المجتمعات على الاعتبارات الدينية والأخلاقية، بحيث ما يصلح ويجوز في دولة قد لا يصلح ولا يجوز في غيرها كالتعامل والترويج للأفلام الإباحية مثلا.

و- المخاطر الوظيفية: حيث تسهم التجارة الإلكترونية في إحداث العديد من التغييرات في المراكز والأدوار الوظيفية والتي ترتقي إلى مصاف المخاطر، كاختفاء إدارات التسويق بالمفهوم التقليدي، واختفاء دور رجل البيع التقليدي وحل بدلا عنه مواقع الأنترنت.

ز- مشكلة الإثبات: لأن قانون الإثبات اشترط في السند الكتابي الذي يتم إعداده كدليل إثبات شروط شكلية محددة تتعلق بكتابة السند والتوقيع الذي يمنحه الحجية في مواجهة موقعه بينما مسألة غياب السندات الورقية تعتبر من خصائص التجارة الإلكترونية، والمستند الإلكتروني يتم تدوينه على دعامة إلكترونية وبسهل تعديل بيانات أو تحريفها دون إتلاف الدعامة أو ترك أي أثر مادي ، وبالتالي لا تحظى بدرجة الموثوقية ذاتها في الإثبات.

ح- المخاطر القانونية: وتظهر في عدم كفاية الأطر التشريعية المنظمة للتجارة الدولية والمنصوص عليها ضمن اتفاقيات التجارة العالمية لمواجهة كافة المخاطر التي تواجه التجارة الإلكترونية، وعدم مواكبتها في التصدي لبعض الجرائم الإلكترونية، كالاختراق الإلكتروني، تقنية تجبير الموقع المستهدف تخليق أرقام بطاقات الائتمان

بالإضافة إلى ما تثيره مشكلة حل منازعات التجارة الإلكترونية واختيار القانون الواجب التطبيق. ولمواجهة هذه المخاطر وجدت بعض الحلول التقنية والقانونية التي توفر الأمان للمتعاملين، تتمثل في تشفير البيانات المتبادلة إلكترونياً ووجود الوسيط الذي يتولى مهمة التوثيق للتبادل الإلكتروني للبيانات بين أطراف التعاقد.

المحور الثاني: دور التكنولوجيا في تطوير الأنظمة القانونية:

أ- آثار التكنولوجيا على المعاملات التجارية:

1. التوقيع الإلكتروني والشهادات الرقمية:
 - حل محل التوقيع اليدوي التقليدي، مما ساهم في تسهيل إبرام العقود وإثبات هوية الأطراف المتعاقدة.
 - وفرت الشهادات الرقمية مستوى عالٍ من الأمان والثوقية في المعاملات الإلكترونية.
2. العقود الذكية:
 - عقود ذاتية التنفيذ تعتمد على التكنولوجيا المتقدمة مثل البلوكشين، مما يقلل من الحاجة إلى وسطاء ويضمن الشفافية والعدالة في تنفيذ الشروط المتفق عليها.
3. حل النزاعات عبر الإنترنت:
 - وفرت منصات للوساطة والتسوية عبر الإنترنت، مما ساهم في تسريع حل النزاعات التجارية الناشئة عن المعاملات الإلكترونية وتقليل التكاليف.
4. حماية البيانات الشخصية:
 - أدت إلى وضع قوانين صارمة لحماية البيانات الشخصية للمستهلكين، مثل قانون حماية البيانات العام (GDPR) في الاتحاد الأوروبي.
5. مكافحة الجرائم الإلكترونية:
 - دفعت إلى تطوير أدوات تكنولوجية متقدمة لمكافحة الجرائم الإلكترونية مثل الاحتيال والقرصنة.

ب- التحديات التي تواجه الأنظمة القانونية:

1. سرعة التطور التكنولوجي:
 - يواجه صعوبة في مواكبة التطورات المتسارعة في مجال التكنولوجيا.
2. الطبيعة العابرة للحدود للتجارة الإلكترونية:
 - تتطلب تنسيقاً دولياً بين مختلف الأنظمة القانونية.
3. الحفاظ على التوازن بين الابتكار وحماية المستهلك:

- يجب إيجاد توازن بين تشجيع الابتكار وتطوير التقنيات الجديدة وحماية حقوق المستهلك.

ج-آفاق المستقبل:

- زيادة الاهتمام بالقانون التكنولوجي:
 - سيشهد ارتفاعاً في الطلب على المتخصصين في مجال القانون التكنولوجي.
- تطوير أنظمة ذكية لاتخاذ القرارات القضائية:
 - سيتم استخدام الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات واتخاذ قرارات قضائية أكثر دقة وسرعة.
- تعزيز التعاون الدولي:
 - سيكون هناك تعاون أكبر بين الدول لتطوير إطار قانوني موحد للتجارة الإلكترونية.

د-التحديات التي تواجه التجارة الإلكترونية في الجزائر:

- البنية التحتية: ضعف البنية التحتية للإنترنت في بعض المناطق، وارتفاع تكاليف الاتصال، مما يحد من انتشار التجارة الإلكترونية.
- الثقافة الاستهلاكية: اعتماد المستهلكين على التسوق التقليدي، وعدم الثقة الكافية في المعاملات المالية الإلكترونية.
- الإطار القانوني: غياب تشريعات واضحة وشاملة تحكم التجارة الإلكترونية، مما يخلق بيئة غير مستقرة للمستثمرين.
- المدفوعات الإلكترونية: محدودية خيارات الدفع الإلكتروني الآمن، وعدم انتشار ثقافة استخدام البطاقات الائتمانية.
- اللوجستيات: صعوبة توصيل الطلبات إلى جميع أنحاء البلاد، وارتفاع تكاليف الشحن.
- الموارد البشرية: نقص الكفاءات في مجال التجارة الإلكترونية، خاصة في مجالات التسويق الرقمي وتطوير المواقع الإلكترونية.

الفرص المتاحة لتطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر:

- سوق كبير: يمتلك السوق الجزائري إمكانات كبيرة للنمو، مع وجود شريحة كبيرة من الشباب الذين لديهم اهتمام بالتكنولوجيا والإنترنت.
- الدعم الحكومي: تسعى الحكومة الجزائرية إلى تشجيع التجارة الإلكترونية وتوفير البيئة المناسبة لنموها.
- تطور التكنولوجيا: تطور التكنولوجيا بشكل سريع، مما يوفر أدوات وأنظمة متقدمة لتسهيل التجارة الإلكترونية.
- الطلب المتزايد على المنتجات والخدمات: يزداد الطلب على المنتجات

والخدمات عبر الإنترنت، خاصة مع انتشار الهواتف الذكية وتطبيقات التجارة الإلكترونية.

متطلبات تطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر:

- تحسين البنية التحتية للإنترنت: الاستثمار في توسيع شبكات الإنترنت وتوفير خدمة إنترنت عالية السرعة بأسعار معقولة.
- تطوير الإطار القانوني: وضع قوانين واضحة وشاملة تحكم التجارة الإلكترونية، وحماية حقوق المستهلكين والموردين.
- تشجيع المدفوعات الإلكترونية: توفير أنظمة دفع آمنة وموثوقة، وتوعية المستهلكين بأهمية الدفع الإلكتروني.
- تطوير اللوجستيات: إنشاء بنية تحتية لوجستية فعالة، وتوفير خدمات توصيل سريعة وموثوقة.
- تدريب الكفاءات: الاستثمار في تدريب الكفاءات في مجال التجارة الإلكترونية، وتوفير برامج تدريبية متخصصة.
- التسويق الرقمي: الاستفادة من التسويق الرقمي لجذب العملاء وتشجيعهم على الشراء عبر الإنترنت.
- إنشاء منصات للتجارة الإلكترونية: دعم إنشاء منصات للتجارة الإلكترونية محلية، وتوفير التمويل اللازم للشركات الناشئة في هذا المجال.

خاتمة:

إن التكنولوجيا الحديثة تلعب دوراً محورياً في تطوير الأنظمة القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية. ومع ذلك، فإن هذا التطور يواجه تحديات كبيرة تتطلب جهوداً مشتركة من صناع القرار والمختصين في القانون والتكنولوجيا لحل هذه التحديات وبناء مستقبل قانوني أكثر مرونة وقدرة على مواكبة التطورات التكنولوجية المتسارعة.

ورغبة من الجزائر في الانخراط في التجارة الإلكترونية، جعلها تسن قانون التجارة الإلكترونية القانون (05-18) الذي اهتم بتوفير التغطية القانونية اللازمة للمعاملات الإلكترونية التي تنسم بالطابع اللامادي انطلاقاً من لحظة تكوينها ووصولاً لمرحلة المنازعة فيها.

ومن النتائج المتوصل إليها نذكر مايلي:

-التجارة الإلكترونية هي النشاط أو التجارة التي تعتمد على استخدام وسائل إلكترونية، بما في ذلك جهاز الحاسوب، وان الأنترنت ليست الوسيلة الوحيدة التي تمكن من إتمام عملياتها، بل تعد أهمها.

-تتسم التجارة الإلكترونية بعدة خصائص، أهمها الاعتماد على الركائز الإلكترونية وغياب الدعائم الورقية، الطابع العالمي للتجارة الإلكترونية، عدم الكشف عن هوية المتعاملين وانعدام التلاقي المباشر بل يتم عن بعد وإجراء العديد من المعاملات بين عدد كبير من المشتركين وفي آن واحد.

-للتجارة الإلكترونية أكثر من شكل بناء على العلاقة بين أطرافها الرئيسية وهي التجارة بين شركات أو وحدات الأعمال التجارية بين شركات الأعمال والمستهلكين، التجارة بين شركات الأعمال والدولة التجارة بين المستهلكين والإدارة المحلية الحكومية، والتجارة بين المستهلكين فيما بينهم.

-يترتب على ممارسة التجارة الإلكترونية بعض المخاطر الفنية والقانونية والوظيفية أهمها عدم توفر الأمن والخصوصية عدم التحقق من هوية طرفي المعاملة، مشكلة إثبات التصرفات حضر المنافسة على السوق المحلي.

-كرّس المشرع الجزائري التجارة الإلكترونية في بعض القوانين بشكل ضمني، ثم بعد ذلك نظمها بشكل صريح بصور قانون التجارة الإلكترونية القانون رقم 05-18 بسبب توسع وانتشار التعامل التجاري الإلكتروني في الجزائر، كان من الضروري إحاطة المشرع هذه المعاملات الإلكترونية بضوابط قانونية في شكل شروط ومتطلبات تتماشى وخصوصيتها .

وعلى ضوء هذه النتائج نقترح التوصيات التالية:

-نشر الوعي المعلوماتي والثقافي لدى أفراد المجتمع بتحسيسهم بفوائد التجارة الإلكترونية ومزاياها من أجل الإقبال عليها.

-نشر شبكة الأنترنت على نطاق واسع وبأسعار تنافسية وزيادة التدفق.

-توفير متطلبات قيام التجارة الإلكترونية وتذليل المعوقات التي تحد من تطبيق التجارة.

-على الدولة أن تمارس دورا فاعلا في تهيئة البيئة القانونية المناسبة التي تعمل فيها التجارة الإلكترونية بما يوفر عنصر الثقة والأمان لدى المتعاملين وتوفير عنصر الوضوح والشفافية والمرونة ومراعاة التقدم التقني.

قائمة المراجع

- 1 كريمه جاب الله، التسويق الالكتروني، مجله دراسات في العلوم الانسانيه، 2021
- 2 لقاء مطر النوري، اثر الذكاء التسويقي في تحقيق الاداء التنافسي، جامعه البصره
كلية الاداره والاقتصاد 2020
- 3 ذيب الشيخ، اثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صياغه الاستراتيجيات التسويقيه،
جامعه الفيصل المجله العلميه
- 4 سامح عبد المطلب عامر، وعلاء محمد سيد قنديل، التسويق الالكتروني، دار
الفكر توزيع الاردن 2012
- 5 سليمان الشطناوي، اثر استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي، جامعه جرش
الاردن 2019
- 6 معتز عبد الله، نموذج لقياس تسويق الرقمي، المجله العالميه للاقتصاد 2020
- 7 منذر بكر، الذكاء الاصطناعي، المجمع العلمي الاردن 2008
- 8 عبد الرحمن، اثر استخدام ذكاء الاصطناعي فعاليه التسويق الرقمي، كليه الاعلام
القاهره 2020
- 9 وليد فضيل، اسهامات تكنولوجيا الانترنت خدمه التسويق الرقمي في الجزائر،
مجله الابداع 2019
- 10 ياسين غالب، اساسيات نظم المعلومات، دار المناهج، الاردن 2017.