

ماهية التجارة الدولية الإلكترونية وعلاقتها بالإنترنت

الباحث / صلاح محمد عبودي العوايشة

باحث لدرجة الدكتوراه كلية الحقوق جامعة عين شمس

ماهية التجارة الدولية الإلكترونية وعلاقتها بالإنترنت

الباحث/ صلاح محمد عبودي العوايشة

المخلص

في الحقيقة إن التجارة الدولية من الناحية العملية أقدم بالوجود من الإنترنت كشبكة عالمية ظهرت وانتشرت بسرعة كبيرة جداً، فقد كانت الأفراد ينتقلون من دولة لأخرى يحملون بضائعهم من أجل عرضها في أسواق تلك الدول، كما كان التجار ينتقلون من دولة لأخرى بحثاً عما يحتاجون من بضائع من أجل بيعها أو استثمارها، وكانت التجارة العابرة للحدود مقتصرة على فئات قليلة ممن يستطيعون السفر والحصول على البضائع والعودة لبلدانهم من أجل القيام ببيعها، وكانت التجارة الدولية مقتصرة على من يملك القدرة على السفر أو من ينيب شخصاً آخر عنه.

لكن هذا الأمر تغير بصورة كبيرة عندما ظهرت شبكة الإنترنت حيث أصبحت عمليات التفاوض والاتفاق من خلال الإنترنت أكثر سهولة ويسر وأصبح الأمر في متناول يد الجميع، فمن الممكن لأي فرد أو هيئة أو مجموعة أعمال تمتلك شبكة إنترنت أن تقوم بالتفاوض والاتفاق والحصول على البضائع والدفع بسهولة ويسر، والفضل بهذا كله يعود لشبكة الإنترنت التي وفرت كل هذه الإمكانيات والتي سهلت الموضوع على التجار بصورة كبيرة.

وان أهم ما يميز هذا الموضوع عن غيره ان التجارة الدولية لا تعترف بالحدود الجغرافية بين الدول: وذلك بسبب عدم تركيز عناصرها في إقليم دوله واحده فقد تسلس لها ميزه من أطرافها إذا ابرم العقد بين طرفين مختلفي الجنسية في مكان ابرامها او مكان تنفيذها وبالتالي تشتت عناصر هذه العلاقة العقدية في أكثر من دوله مما يجعلها مرتبطة بأكثر من نظام قانوني ومن ثم تثار اشكاليه تنازع بين القوانين ذات العلاقة بهذا العقد الدولي.

المقدمه

تعتبر شبكة الإنترنت من أبرز مظاهر المجتمع المعلوماتية، فقد حدثت طفرة في الاتصالات حولت العالم إلى قرية صغيرة فأصبح الإنسان يستطيع أن يرصد ما يجري على الطرف الآخر من الكرة الأرضية بالصوت والصورة في لحظة قيام الحدث، وأصبحت عملية تبادل المعلومات والمعارف سهلة وميسورة، وأدى انتشار المعلومات السريع عبر وسائل الاتصال المختلفة إلى تدفق هائل في المعلومات والأخبار والمعارف والأبحاث والرسائل الثقافية، ويعجز الإنسان بقدرته العادية عن متابعتها والالمام بها.

وكان الحدث الأبرز في هذا التطور ظهور شبكة الإنترنت، وهي الشبكة العالمية التي تمكن الشخص الاطلاع على أحداث العالم لحظة بلحظة، وهو جالس في بيته، فأصبح العالم قرية صغيرة، لا بل بيتاً صغيراً، يرى الانسان العالم من حوله وكأنه في قلب الحدث عبر هذه الشبكة العالمية وبهذا التطور كان لا بد من تسخير هذه الشبكة لخدمة البشرية، والاستفادة من سرعتها، وقدرتها على الاتصال في أي مكان في العالم. فأصبح كل إنسان يسخر هذه الشبكة في تحقيق مصلحته الخاصة، فالتاجر يستخدمها في عرض بضاعته، وتسويقها، والاطلاع على ما هو جديد من البضائع العالمية، والتعرف على أسعارها، وهذا كله أدى به إلى محاولة البيع والشراء عبر شبكة الإنترنت، ومحاولة التعرف على الوسائل التي تمكنه من ذلك، فاهتدى إلى العقود الإلكترونية، وهي تعني القيام بإبرام العقود التجارية عبر شبكة الانترنت. وتعتبر هذه العقود التجارية من اهم الركائز التي لا بد من وضع قوانين وانظمة تنظمها، وتبين حقوق الأطراف والتزامهم بها، مما يولد الثقة لديهم في ظل سهولة انتشار المعلومات عبر هذه الشبكة، ووجود الإمكانية لتغييرها، والتلاعب بها قبل أن يوصلها مستخدمو الشبكة إلى الطرف الآخر فأصبحت كل دولة تضع القوانين اللازمة لتنظيم هذه العقود، ولم تكف الدول بهذا القدر من التنظيم، فعقدت الاتفاقيات فيما بينها لتنظيم هذه العقود.

مشكلة الدراسة

تكمن مشكله الدراسة حول معرفه القانون المختص حول ماهية التجارة الدولية الإلكترونية وعلاقتها بالإنترنت، وإن التطور الحاصل في التجارة الإلكترونية، بما فيها إبرام العقود عبر شبكة الإنترنت، ولقد اثارت الطبيعة الخاصة لعقود التجارة الإلكترونية العديد من المشكلات القانونية غير المسبوقة على رأسها كيفية التوصل الى القانون الواجب التطبيق لتسوية المنازعات الناتجة عن العقود المبرمة في هذا العالم الافتراضي الجديد وهذا نتيجة عدم وجود قانون او تشريع خاص موضوعي ينظم مثل هذه الأنواع من العقود المستحدثة من جهة ومن جهة أخرى عدم صلاحية القواعد التقليدية في مواجهه هذا الفراغ التشريعي.

أسئلة الدراسة:

ويمكن تلخيص أسئلة الدراسة في هذا البحث بالتالي

مفهوم التجارة الدولية الإلكترونية وماهية التجارة الدولية الإلكترونية، وما خصائصها؟

ماهي أنماط التجارة الدولية الإلكترونية ومعوقاتها؟
ما هي إشكالات التجارة الإلكترونية ومعوقاتها؟

منهجه البحث

قام الباحث بتوظيف عدة مناهج للبحث العلمي بوصفها الأقدر على معالجة موضوع الدراسة المتمحوره حول ماهية التجارة الدولية الإلكترونية وعلاقتها بالإنترنت بشكل مفصل، فاستخدم لذلك كل من المنهج الوصفي حيث قام الباحث بإيراد عدة تعاريف فقهية لتجاره الدوليه الالكترونيه، والمنهج التحليلي حيث قام الباحث بعرض معالم وعناصر الموضوع ثم قام بتعمق بتحليلها وتقييمها وتأصيلها ومناقشتها حتى يتمكن القارئ من الوقوف على هدف هذه الدراسة وقام الباحث بتوظيف المنهج المقارن وهو المنهج الرئيسي في هذه الدراسه حيث قام بمقارنة بعض التشريعات الوطنيه بالاتفاقيات الدوليه ذات الاختصاص ومن ثم القيام بانتقاد ما رأى الباحث أنه موضع للانتقاد وبيان الرأي الذي يعتقد أنه الأجدر بالوجود في التشريع، وقام الباحث ايضاً بقرءة النصوص ومن ثم تحليلها لعدة جزئيات بحيث يسهل على الباحث الوقوف على حقيقتها وبعد تحليلها جمع هذه الجزئيات والخروج بتصور عام لها.

اهميه الدراسة

من ناحية الموضوع هو ان موضوع ماهية التجارة الدولية وعلاقتها بالإنترنت فأصبح أكثر المواضيع اهميه على الصعيد الدولي والسائدة فيه، اما السبب الثاني ميول الباحث ورغبته الدائمة في دراسة هذا الجانب من الموضوع خاصه لتعلقه الكبير بعقود التجارة الدولية وتسليط الضوء على القواعد القانونية المطبقة في حال غياب الإرادة وسكوت المشرع عن تحديد القانون الواجب التطبيق والفرغ التشريعي ان وجد.

ماهية التجارة الدولية الإلكترونية وعلاقتها بالإنترنت

إن التجارة هي العصب الرئيسي لاقتصاد الدول، فلولا وجود التجارة لما تأصل علم الاقتصاد بصورته الحديثة، وقد تطور مفهوم التجارة مع مرور الزمان في ظل عصر العولمة وأصبح من الممكن أن يتم التعامل فيما بين مجموعات من الأشخاص من دول وأقطار مختلفة، والتجارة الدولية أي الخارجية تعتبر اشد تعقيداً وقد تحتوي على مخاطر بصورة أكبر، إلا أن التوزيع غير المنتظم للموارد واختلاف الاحتياجات فيما بين البشر يحتم اللجوء إلى التجارة الدولية، فالتجارة الدولية هي محرك النمو في البلدان، وإن تجاوز الحدود بين الدول يعتبر معيار التجارة الدولية.

وقد أدى ظهور التقنيات الحديثة لا سيما شبكات الإنترنت إلى توسع التبادل التجاري بين الدول والأفراد من الدول المختلفة، وقد تنوعت عقود التجارة الدولية، وقد تصدت التشريعات في الدول على اختلافها لتنظيم هذه المسألة وتقنينها من أجل مواكبة تلك الوسائل التكنولوجية الحديثة، وقد أدت الإنترنت لزيادة أهمية وجود تنظيم دولي من خلال الاتفاقيات والمؤتمرات، وسيعمل الباحث من خلال هذا البحث إلى بيان تعريف وخصائص التجارة الدولية من خلال المبحث الأول: مفهوم التجارة الدولية الإلكترونية.

المبحث الأول

مفهوم التجارة الدولية الإلكترونية

من المفهوم أن الإنسان من الكائنات الاجتماعية التي لا يمكنها أن تعيش بمعزل عن بعضها البعض أو دون أن يقوم بالتواصل مع غيره من البشر، ونظراً لما شهدته البشرية من تطور في أنظمة الاتصالات ووسائل التواصل بين الأفراد وأصبح الوصول للبلدان وللأفراد من المسائل السهلة للغاية، بل أصبحت وسيلة سهلة وأسرع، لذلك فإن جميع الأنشطة البشرية خاصة تلك المتعلقة بالتجارة الدولية قد نمت وتطورت، ولا يقتصر التطور على وسائل الاتصال والتواصل، ولكن ذلك التطور قد شمل جميع النواحي المتعلقة بالتجارة الدولية.

ونظراً لأهمية التجارة وتعلقها بمعيشة وحياة الشعوب فإن جميع الأنظار اتجهت إليها واكتسبت اهتمام الأفراد فالتجارة ظهرت قبل عصر الصناعة وهدفها الرئيسي هو تصريف المنتجات التي تظهر نتيجة للزراعة أو الصناعة وغيرها من وسائل الإنتاج ولتوسع التجارة بصورة كبيرة واتخاذها منحى دولي عابر للحدود فقد امتد تأثيرها بصورة متبادلة على اقتصاديات الدول المختلفة وأصبحت التجارة هي الأداة المثلى والتي من شأنها أن تؤثر على حجم الأعمال وتصريف المنتجات في الدول.

ولهذا الأمر فقد أصبحت التشريعات المختلفة مهتمة بصورة كبيرة في تنظيم التجارة الدولية ووضع أطر وحدود لها بحيث يضمن كل متعامل من المتعاملين ما له من حقوق على الآخر، وقد اكتسبت التجارة الدولية خصوصية تميزها عن التجارة الداخلية بحيث أصبحت الأنظمة والقوانين الوطنية لا يمكنها مجاراة هذا النوع من التجارة نظراً لخصائصها المختلفة عن التجارة التقليدية وكذلك نظراً لما تتمتع به من أنماط تجعل منها مسألة مختلفة عن غيرها من الأنماط الأخرى من التجارة التقليدية، وحتى يتمكن الباحث من بيان مفهوم التجارة الدولية الإلكترونية وخصائصها وأنماطها قسم هذا المبحث إلى ثلاثة مطالب رئيسية، كما يلي:

- المطلب الأول: تعريف التجارة الدولية الإلكترونية
- المطلب الثاني: خصائص التجارة الدولية الإلكترونية

المطلب الأول

تعريف التجارة الدولية الإلكترونية

بالنظر للمصطلح أعلاه فإنه من الممكن ملاحظة احتوائه على ثلاثة كلمات رئيسية هي التجارة الدولية والإلكترونية وكل كلمة من هذه الكلمات له دلالتها الخاصة، والتي من خلالها يمكن تحديد ما هو المقصود بمصطلح التجارة الدولية الإلكترونية، والتجارة الدولية الإلكترونية من المصطلحات الحديثة التي أخذت بالظهور على الساحة الدولية وأخذت بالاتساع والانتشار حتى أصبحت من سمات هذا العصر، وظهرت شركات تقوم بالأعمال الإلكترونية عابرة الحدود بصورة كبيرة، ويتم من خلالها عمليات بيع وشراء، وتبادل للسلع والخدمات عبر الشبكات الإلكترونية وبصورة واسعة.

تعتبر التجارة الدولية الإلكترونية نوع من أنواع التجارة التي تقوم على تبادل السلع والخدمات بين مجموعة من الأشخاص، فإن تم تبادل سلعة بسلعة أو خدمة أخرى قامت التجارة⁽¹⁾، ويطلق لفظ السلعة على كل منتج سواء أكان صناعيا أو زراعيا، ويشترط في السلعة أن يكون لها تأثير ملموس على الإنسان بحيث يمكنه أن ينتفع بها ويستفيد منها، ولا ينطبق مصطلح السلعة على النقود⁽²⁾، فلا يمكن اعتبار النقود سلعة من السلع وإن تم تداولها، كما يمكن أن تكون الخدمات التي يتم تقديمها بمثابة سلع ويقصد بالخدمات ما يتم تقديمه للأشخاص مثل أعمال السياحة والترانزيت وتعتبر عمليات النقل من أبرز الخدمات التي يتم تقديمها كنوع من أنواع التجارة وكذلك الأعمال البنكية وعقود نقل التكنولوجيا، وخدمات الاتصال وغيرها⁽³⁾.

ولم تأخذ التجارة الدولية الإلكترونية الشكل المعروفة به الآن إلا بعد ان تم نقل شبكة الانترنت من الهيئة القومية للعلوم في الولايات المتحدة الأمريكية وتسليمها للقطاع

(1) حسين الفحل، الجاتس وفاق التجارة العربية في الخدمات، مجلة جامعة دمشق، المجلد ٢٣، العدد ٢، دمشق، ٢٠٠٧، ص ١٢٢.

(2) إياد احمد عبد اللاه، التجارة الدولية، المفهوم والخصائص والنظريات المفسرة لها، المجلد الثاني، جامعة عين شمس، القاهرة، ٢٠٠٣، ص ٦٣٠.

(3) عبد الخالق صالح معزب، الإطار القانوني للمعاملات الإلكترونية في التجارة الدولية، رسالة دكتوراه، جامعة النيلين، الخرطوم، ٢٠١٣، ص ٣.

الخاص أي في عام ١٩٩٥، حيث شكل هذا الأمر نقلة نوعية في التجارة الدولية الإلكترونية حيث أصبح النشاط التجاري على هذه الشبكة محسوساً، وقد بدء عقب ذلك بالإنترنت على الصعيد الوطني والدولي، حيث أصبح من الممكن تقديم الخدمات المالية والتجارية من خلال شبكة الإنترنت على نطاق واسع وبسرعات ومعدلات عالية نوعاً ما^(٤).

ولا تقتصر التجارة الإلكترونية على عمليات البيع والشراء للسلع والخدمات من خلال الإنترنت، فقد أصبحت التجارة الإلكترونية أكثر تطوراً حيث أصبح يتم من خلالها عمليات المعالجة لحركات البيع والشراء وعمليات التحويل المالي من خلال شبكات الإنترنت، كما أنها قد تحتوي على عمليات بيع وشراء البيانات والمعلومات نفسها، فالتجارة الإلكترونية الدولية ذات مفهوم واسع وشامل يتضمن العديد من العمليات التي تتقاطع مع التجارة التقليدية وكذلك العمليات الإلكترونية والدولية، والتجارة الإلكترونية الدولية مفهوم جديد يتضمن عمليات بيع وشراء وتبادل منتجات وخدمات من خلال الشبكة العالمية ووسائل الاتصال الحديثة وما تتيحه من وسائل تكنولوجية^(٥).

وعليه فإن التجارة الإلكترونية تم تعريفها بعدة تعريفات كان أبرزها تعريف منظمة التجارة العالمية والتي عرفتها على أنها "مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج وتوزيع وتسويق المنتجات بوسائل الكترونية"^(٦)، كما تم تعريفها على أنها "العملية التي تتم بين طرفين - بائع ومشتري - أو أكثر عن طريق استخدام الكمبيوتر عبر شبكة الإنترنت"^(٧)، وتختلف التجارة الدولية الإلكترونية في تعريفها تبعاً للزاوية التي يتم من خلالها النظر للتجارة الدولية الإلكترونية، ومن ذلك يمكن القول أن هذا المصطلح مصطلح عام متعدد الأوجه والزوايا^(٨).

(٤) هبة ثامر محمود عبد الله، عقود التجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، مكتبة السنهوري، منشورات زين الحقوقية، الطبعة الأولى، ٢٠١١، ص ٥١.

(٥) نضال أمين الصالحي، التجارة الإلكترونية، مفهومها وأهميتها وسبل الإفادة منها، دراسة تحليلية للواقع التجاري الأردني، جامعة اربد الأهلية، ٢٠٠٥، ص ٣.

(٦) محمد احمد ابو القاسم، التسويق عبر الإنترنت، الطبعة الأولى، دار الأمين، القاهرة، ٢٠٠٠، ص ١٧.

(٧) هدى حامد قشقوش، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية عبر الإنترنت، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٠، ص ٥.

(٨) بدوية عبد المنعم حسونة، شرح أحكام المسؤولية المدنية في الشريعة الإسلامية والقانون المدني السوداني لسنة ١٩٨٤، الطبعة الأولى، ٢٠١١، ص ١٧.

فمن وجهة نظر الأعمال التجارية يمكن القول بأن التجارة الدولية الإلكترونية هي تطبيق ما يمكن تطبيقه من تقنيات حديثة ووسائل اتصال بحيث تجعل من المعاملات التجارية العابرة للحدود تجري بصورة تلقائية وسريعة، فهي هيكل الكتروني يقوم على تقسيم العمل الدولي بصورة الكترونية في إطار الرأسمالية العالمية، ومن خلال هذا الهيكل يتم التبادل والتفاعل عبر الوسائل الحديثة الالكترونية وتعتبر هذا الشكل من التجارة الدولية جزء من الاقتصاد الدولي، وقد أدى هذا الشكل فتح الحدود الدولية أمام التبادلات التجارية^(٩).

وينظر البعض إلى التجارة الدولية الالكترونية بشكل أكثر اتساعاً حيث عرفوا التجارة الالكترونية على انها تمثل الأعمال الإلكترونية، أي أنه يمكن انجاز جميع الأعمال والوظائف من خلال الشبكات وأجهزة الحاسوب^(١٠)، ووفق التعريفات السابقة فإن التجارة الدولية الإلكترونية لا يمكن حصرها بعمليات التبادل البسيطة التي تتم بين أفراد الدول بصورتها البسيطة ولكنها قد تأخذ معنى واسع بحيث يشمل الأمر الصادرات والواردات المنظورة وغير المنظورة وكذلك حركة الأفراد ونقل البضائع عبر الحدود، ويشمل هذا أيضاً حركة رؤوس الأموال التي تتم بصورة إلكترونية من دولة لأخرى، وهذا يجعل من أعمال البنوك وتبادل الأموال من خلال الجولات النقدية وما يتم عليها من خصومات باعتبارها شكلاً من أشكال الخدمات جزء من التجارة الدولية الإلكترونية^(١١).

كما ويمكن تعريف التجارة الإلكترونية وفق منظور الإتصالات بأنها المقدره من الناحية العملية والفعلية على تسليم المنتجات أو الخدمات أو المعلومات أو السلع مع اتمام عمليات الدفع من خلال شبكة الانترنت والويب أو حتى عبر الهاتف الخليوي، ووفق منظور الواجهة المقابلة فإن التجارة الدولية الالكترونية تكون مختصة بتبادل العمليات التجارية على نطاق دولي بوسائل وأدوات وآليات إلكترونية ويمكن ان تتم العمليات المختلفة عليها بصورة ونطاق واسع أكثر من الوضع الإعتيادي في التجارة التقليدية^(١٢).

(٩) السيد عبد المنعم المراكبي، التجارة الدولية وسيادة الدولة، دار النهضة العربية، ٢٠٠٥، ص ١٥٦.

(١٠) ابراهيم العيسوي، التجارة الإلكترونية، المكتبة الأكاديمية، الطبعة الاولى، القاهرة، ٢٠٠٣، ص ١٣.

(١١) رعد حسن الصرن، أساسيات التجارة الدولية المعاصرة، سلسلة الرضا للمعلومات، دار الرضا للنشر، الجزء الأول، دمشق، ٢٠٠٠، ص ٢٩.

(١٢) خضر مصباح الطيبي، التجارة الالكترونية من منظور تقني وتجاري واداري، الطبعة الثانية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٧، ص ٣٢.

- وبالنظر لما سبق ذكره من تعريفات يمكننا أن نحدد أنواع العلاقات التي قد تنشأ كفرع من فروع التجارة الإلكترونية الدولية **قد تتكون مما يلي:**
١. خدمات المصارف والبنوك الدولية الإلكترونية.
 ٢. خدمات النقل الجوي وخدمات الطيران والتنقل العابر للحدود من خلال الحجوزات الإلكترونية الدولية.
 ٣. خدمات النقل البحري وما يتم من حجوزات للنقل البحري وشركات الملاحة البحرية.
 ٤. خدمات السفر العالمية.
 ٥. عمليات البيع وتبادل السلع عن طريق الشبكات التجارية الدولية.
 ٦. خدمات نقل الملكية الفكرية والسلع والخدمات الإلكترونية وعمليات شراء المساحات الإلكترونية ومساحات بث الفيديو والصوت عبر شبكات الإنترنت.
 ٧. عمليات الاستيراد والتصدير.
- والتجارة الدولية الإلكترونية تتعدى آثارها الاقتصاد الوطني بحيث لا بد إن يكون فيها طرف غير وطني قد شارك في العملية التجارية بصفته مقدم خدمة أو تاجر أو مستهلك كما قد يكون الطرف الدولي وسيطاً بين البائع أو مقدم الخدمة والمشتري، فالتجارة الدولية تؤدي إلى نقل البضائع والخدمات عن طريق الحدود، ومن أهم محلات التجارة الإلكترونية عقود المعلوماتية والائتمان التاجيري الدولي وقد تشتمل على معاملات مالية ومعاملات تتعلق بالاقتصاد الدولي كالعقود التجارية التي تعتمد على المبادلة دون وجود محل للنقد فيها^(١٣).
- يتضح مما سبق بأن التجارة الدولية الإلكترونية شريان الحياة بين الدول والأفراد، ويستوي في ذلك إن تكون تلك الشخصيات طبيعية أم اعتبارية فقد تتم التجارة الدولية من خلال أفراد عاديين أو تاجر أفراد كما قد تتم من خلال الشركات في القطاعين العام والخاص، وكلما توسعت التجارة وانتشرت نتيجة التطور التقني ووسائل الاتصال فإن ذلك ينعكس على الناتج المحلي الإجمالي للدول وهذا يثبت أن التجارة الدولية الإلكترونية تعود بالفائدة على الدولة بمجملها، ولذلك فقد تولت القوانين والدول تنظيم مسألة التجارة الإلكترونية الدولية، كما أن الدول تضع خطط من أجل إنعاش مثل هذا النوع من التجارة بحيث أصبحت تشكل أولوية لها^(١٤).

^(١٣) طارق الحموري، قراءة مبسطة في عقود التجارة الدولية، ندوة صياغة وإبرام عقود التجارة الدولية،

شرم الشيخ، ٢٥-٢٩ ديسمبر ٢٠٠٧، ص ٦.

^(١٤) وليد الزبيدي، التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت، الموقف القانوني، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر

والتوزيع، عمان، ٢٠٠٤، ص ١١.

وتتميز التجارة الإلكترونية عن التجارة بصورتها التقليدية بأن الثانية تتم من خلال وسائل الكترونية خاصة الشبكة المعلوماتية الدولية (الانترنت)، فقد يعبر عنها بعض الباحثين بأنها جميع العمليات التجارية التي تتم من خلال وسيط الكتروني بصورة عامة أو من خلال شبكة الانترنت على وجه الخصوص، والسبب في خصوصية الانترنت في التجارة الالكترونية الدولية أنها الشبكة الأكثر انتشاراً وأتساعاً، فقد أضحت هذه الشبكة في كل منزل ولا تكاد مدينة او قرية صغيرة تخلوا من الاتصال بهذه الشبكة^(١٥). ويمكن القول بأن التجارة الإلكترونية الدولية تقوم على مجموعة من العناصر الرئيسية المكونة لها والتي تتفق مع طبيعتها الخاصة وارتباطها بشبكة الإنترنت، كما يلي:

أولاً: وجود سلع وخدمات:

ويقصد بالسلع والخدمات ما يرغب البائع او التاجر في تسويقه، فالشركات التي تتولى التجارة الالكترونية لا بد ان يكون لها منتج او سلعة او أن تقوم بتأدية خدمة من الخدمات، فلا يعقل ان تكون هنالك تجارة دون وجود السلعة او الخدمة، فالتجارة الالكترونية تقوم على تبادل السلع والخدمات، والسلع والخدمات لا يمكن حصرها، فقد تكون على شكل برامج حاسوبية او كتب الكترونية او نوع من خدمات الاستضافة للمواقع، وليس بالضرورة ان يكون المنتج منتج الكتروني ولكن قد يكون ملابس او منتجات طعام او اجهزة الكترونية، حيث يتم شرائها عن طريق الكتروني ويتم تسليمها لاحقاً أو ارسالها عن طريق موظفين لدى البائع او المشتري^(١٦).

ثانياً: وجود مشتري أو زبون:

والزبون في التجارة الإلكترونية هو الشخص الذي يطلب الخدمة أو المنتج، وقد يكون الزبون أو المستهلك متواجداً من الناحية الواقعية في أي مكان متصل بالشبكة، والزبون يقوم بطلب الخدمة أو السلعة من المتجر الالكتروني أو من الشخص الذي يقوم بالبيع أي التاجر مقدم الخدمة، ويرسل الثمن بشكل الكتروني من خلال وسائل الدفع

^(١٥) محمد ابراهيم ابو الهيجاء، عقود التجارة الإلكترونية، الطبعة الخامسة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٢٢، ص ٤٤.

^(١٦) محمد علي صقر، التجارة الالكترونية ودورها في تطوير قطاع التجارة الخارجية، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، (مج ٢٩)، (٤٤)، دمشق، ٢٠٠٧، ص ١٥٤.

الإلكترونية المختلفة، أو من خلال عمليات التحويل البنكية أو عن طريق وسائل الصرافة المختلفة، ويترتب على دفع الثمن تلقي الزبون أو المشتري السلعة^(١٧).

ثالثاً: البائع أو المسوق الإلكتروني:

والمسوق هو صاحب المنتج أو مقدم الخدمة، أو وسيط تقديمها أو بيعها، وقد يتمثل المسوق بشركة كبيرة أو صغيرة أو محل تجاري كبير أو صغير، أو وسيط تجاري، ويعتبر المسوق من العناصر المهمة والتي لا تكتمل التجارة الإلكترونية دونها، وقد يستفيد المسوقون الإلكترونيون من التجارة الإلكترونية أكثر من صورتها العادية حيث يمكنهم عرض منتجاتهم وبضائعهم على آلاف الأشخاص ودون توقف حيث أن المواقع والمعارض الإلكترونية لا تغلق أبوابها كما يمكن لأي شخص دخولها بأي وقت من الأوقات وشراء ما يرغب من البضائع والأدوات^(١٨).

رابعاً: البنية التحتية:

وتعتبر البنية التحتية من أهم عناصر التجارة الإلكترونية، فالتجارة الإلكترونية لا يمكن أن تتم دون وجود تلك البنية التحتية، فمن غير الممكن أن تكون هنالك تجارة إلكترونية دون وجود شبكة يتم من خلالها تناقل البيانات من شخص لآخر، كما يجب أن يتوفر مكان من أجل عرض البضائع، ويطلق على هذا المكان صفحة الويب وهو يشبه بالصورة التقليدية المتجر، كما يجب أن يكون لهذا المكان عنوان واضح يمكن استخدامه من أجل الدخول والخروج له، ويجب أن يتضمن الموقع الإلكتروني آليات من أجل التبضع والدفع بصورة إلكترونية بسيطة، فيجب أن يحتوي الموقع على برمجيات لتسهيل عمليات الشراء (سلة مشتريات) وبذات الوقت الدفع عن طريق البطاقات الذكية أو الحسابات البنكية وغيرها من الوسائل الإلكترونية^(١٩).

^(١٧) نصار محمد الحلامه، التجارة الإلكترونية في القانون، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٢، ص ٥٢.

^(١٨) إبراهيم محمد عبيدات، تشريعات التجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، الطبعة الثانية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٢٢، ص ٣١.

^(١٩) أمجد صباح عبد العالي، و هيثم عبد الله سليمان، أهمية التجارة الإلكترونية ومعوقاتهما في اقتصادات دول مجلس التعاون الخليجي، مجلة الاقتصادي الخليجي، (٢٤ع)، الرياض، ٢٠١٣، ص ١٣٠.

ومن خلال ما سبق فإنه يمكن القول بأن التجارة الإلكترونية تتطلب وجود أجهزة حاسوب وآليات وخدمات، وكذلك يتطلب مسير وموجه ومعلومات، ويتطلب الأمر مجموعة من كابلات وتقنيات حديثة من اجل الاتصالات، كما أن ذلك يتطلب مجموعة من البرمجيات الخاصة بالتشغيل وكذلك برامج التجارة الخاصة التي يمكنها إن تقوم بعمليات البيع والشراء عن طريق الانترنت، وهذا الأمر يقتضي أن يكون هنالك مزود لخدمة التوصيل بشبكة الانترنت، وحتى يكون الأمر ضمن قواعد الائتمان يجب أن يكون هنالك خدمات تحويل والتي تتعلق بإتمام الصفقات التجارية والتي تتضمن طرق الدفع وخدمات التحقق من أهلية أطراف العملية التجارية^(٢٠).

وللتجارة الدولية الالكترونية أهمية بالغة خاصة إن علمنا بأن ٦٠% من الناتج القومي في الدول المتقدمة وثلاثي موظفيها يعملون في هذا المجال، فالتجارة الالكترونية تحتل مساحة كبيرة في الاقتصاد الدولي خاصة بالوسائل الالكترونية، وفي قطاع الخدمات على وجه التحديد، فالتجارة الالكترونية من اهم الوسائل لاقتحام الاسواق دون حدود، كما انها توفر فرص وإمكانيات من اجل عرض السلع والخدمات التي لم تكن متوفرة سابقاً وفتح اسواق جديدة لها وفي اكثر من دولة من دول العالم^(٢١).

ويمكن القول أن التجارة الدولية الالكترونية قد أصبحت بمثابة السوق والذي يحمل في طياته العديد من المزايا والفوائد التي تشجع على التنفيذ السريع والمتوازن للمشروعات على اختلاف انواعها، وتستفيد التجارة الالكترونية من الخدمات التي تقدمها شبكات الويب في سبيل ذلك، فهي غدت سوق عمل كبيرة يقصدها العديد من العمال كما اصبحت تغطي معظم دول العالم، ويستفيد من هذه السوق العديد من الافراد والشركات، كما أن شركات التوظيف على اختلاف انواعها تستفيد من هذه السوق من خلال توفير الخدمات والفرص لهذا القطاع^(٢٢).

(٢٠) ثناء ابو زيد، واقع التجارة الالكترونية والتحديات التي تواجهها عربيا ومحلياً، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، دمشق، (مج ٢٧)، (٤٤)، ٢٠٠٥، ص ٧١.

(٢١) السيد عطية عبد الواحد، التجارة الالكترونية، مشكلاتها ومستقبلها في ضوء توصيات المؤتمر الوزاري لمنظمة التجارة العالمية المنعقد في مايو ١٩٩٨، المؤتمر العلمي الثاني، الاعلام والقانون، حلوان، ١٩٩٩، ص ٧٣٠.

(٢٢) محمد الفاتح محمود بشير المغربي، التجارة الإلكترونية في الوطن العربي، المكتبة العصرية، الطبعة الاولى، المنصورة، ٢٠١٧، ص ١٨.

المطلب الثاني خصائص التجارة الدولية الإلكترونية

لا تختلف التجارة الدولية الإلكترونية من حيث المفهوم العام لها عن خصائص التعاقد التقليدية بين الأطراف والتي تتطلب من الناحية القانونية ما يتطلبه العقد التقليدي من توافر بعض الشروط والأحكام الخاصة، ومن تلك الشروط الإيجاب والقبول وتوافر ارادتين حرتين مع وجود أهلية قانونية للمتعاقدين، وعلى الرغم من هذا الأمر إلا أن التجارة الدولية الإلكترونية من حيث البناء القانوني وكذلك البناء الواقعي والعملي تتمتع بمجموعة من الخصائص التي تميزها عن التجارة الدولية والتقليدية، وسيتم استعراض أهم تلك الخصائص والميزات من خلال النقاط التالية^(٢٣):

أولاً: عدم وجود علاقة مباشرة بين الأطراف:

لقد جرت العادة في عقود التجارة التقليدية حتى وإن كانت دولية على أن يتم التعاقد في مجلس عقد واحد يجتمع فيه أطراف العقد ويقومون بالتوقيع على الاتفاق ويتم إبرامه في هذا المجلس، وقد يكون إبرام العقد على جلسة واحدة أو على عدة جلسات حسب واقع الحال، ولكن في عقود التجارة الإلكترونية الدولية يختلف الحال حيث أن مجلس العقد بالمعنى المعروف لا يكون مماثلاً للوضع في العقود التقليدية فأطراف العلاقة العقدية لا يتواجدون في ذات المكان، فقد يكون البائع في دولة والمشتري في دولة أخرى وقت التفاوض والتوقيع على العقد، كما أن المسافة قد تكون بعيدة بين الأطراف حتى وإن كانوا في ذات الدولة^(٢٤).

يشار هنا إلى أن وقت التعاقد قد يكون مختلفاً في مكان وجود طرف عن مكان وجود الطرف الآخر، ويكون هذا الاختلاف على الرغم من وجود الاتصال المباشر بينهما عبر الوسائل الإلكترونية، كما أن تلقي الإيجاب والقبول قد لا يكون بذات الوقت حيث أن رسالة القبول أو الإيجاب قد لا يتم فتحها أو تلقيها بذات الوقت الذي تم إرسالها بها، ويعود السبب في ذلك لعطل أو حدث تكنولوجي يعود للشبكة وطبيعتها^(٢٥)،

^(٢٣) طارق البختي، التجارة الإلكترونية وآليات تسوية النزاعات المرتبطة بها، مجلة الحقوق، (ع ٢١)، المغرب العربي، ٢٠١٩، ص ١٢٧.

^(٢٤) يوسف حسن يوسف، التجارة الإلكترونية وابعادها القانونية والدولية، الطبعة الأولى، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، ٢٠١١، ص ١٥.

^(٢٥) السيد عطية عبد الواحد، التجارة الإلكترونية، ماهيتها مجالاتها، مشكلاتها، معاملاتها الشريعية، مستقبلها، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، (مج ٨)، (ع ١٦)، المنوفية، ١٩٩٩، ص ١١٠.

ويترتب على هذه الخاصية وجود مجموعة من المزايا والعيوب للتجارة الدولية الالكترونية، كما يلي:

١. توفير الوقت والجهد من اجل البيع والشراء :

فمن المعلوم ان التجارة الإلكترونية وإن كانت دولية فإنها تمكن الزبائن من الحصول على احتياجاتهم بأقل جهد ممكن، فالتجارة التقليدية الدولية تتطلب من البائع او المشتري ان يقوم بالانتقال إلى الدولة التي يوجد بها الطرف الآخر والجلوس معه، وقد يتطلب الامر في بعض الاحيان الوقوف والانتظار في طوابير من اجل معاينة السلعة، كما قد يتطلب الأمر وجود وسطاء بين البائع والمشتري في حال عدم معرفة كل منهما الآخر او مكان تواجده، وجميع هذه الإشكاليات غير موجودة في التجارة الدولية الالكترونية حيث يمكن عرض المنتجات والدفع والتعاقد كله دون انتقال أي منهما من مكانه، ويؤدي هذا إلى توفير نفقات الانتقال والاقامة والتحويلات النقدية والمالية من دولة لأخرى^(٢٦).

٢. إنخفاض اثمان انشاء المتاجر وتكاليف العمل:

في الواقع إن إنشاء المتجر الإلكتروني أقل تكلفة بالمقارنة مع المتاجر بصورتها التقليدية، فالمتاجر التقليدية تتطلب وجود مقر ثابت للتجارة في مكان معين او في اماكن مختلفة وهذا الأمر يتطلب وجود كلف على عمليات المراقبة والتخزين والعرض والصيانة واجراء الحسابات والأهم من هذا كله استقبال الزبائن والتعامل معهم في مكان وجود المتجر، أما المتجر الإلكتروني فإنه لا يتطلب هذا كله بل إن السلع يتم عرضها عن بعد دون حاجة لحضور العميل إلى المتجر وتتم معاينتها من خلال المتجر الإلكتروني وهذا الأمر بالطبع اقل في التكلفة وهذا الأمر ينعكس بالفائدة على البائع بصورة واضحة وكبيرة^(٢٧).

٣. إنخفاض تكاليف الإتصال والتعاقد:

إن التجارة الالكترونية تعتمد بالدرجة الاولى على الإنترنت بإعتبارها الوسيلة الأولى والأهم في التعاقد الإلكتروني عن بعد، وعند قيام الأطراف بالإتصال عن طريق الإنترنت فإن تلك الوسيلة في الإتصال تعتبر الوسيلة الاقل كلفة مقارنة بالوسائل الاخرى، كما أن اجتماع البائع والمشتري او الاطراف على شبكة الانترنت لا يكلف الاطراف أي شيء مما يتطلبه الوضع التقليدي ولا يتطلب انتقال من مكان لآخر فإن معظم المنازل والشركات في العالم تمتلك تلك الشبكة، وهذا أيضاً يقلل من تكاليف

^(٢٦) لينده بومحراث، تسوية منازعات التجارة الالكترونية، دراسة مقارنة بين الفقه الإسلامي والقانون الوضعي، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، ٢٠١٩، ص ٦٩.

^(٢٧) طارق عبد العال حماد، التجارة الإلكترونية، المفاهيم- التجارب- التحديات- الابعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٣، ص ٧٢٢.

الدعاية والإعلان التي قد يدفع صاحب السلع والخدمات من أجل نشر منتجاته وسلعه حيث يمكنه الاستغناء عن إعلانات التلفاز والصحف والمجلات واللوحات الإرشادية التي يمكن أن يضعها في أماكن مختلفة حيث أن موضوع الإعلان وكلفه عبر الإنترنت أقل بكثير من مثلتها في النظام التقليدي^(٢٨).

وعلى الرغم من جميع المزايا التي تحققها التجارة الإلكترونية الدولية من خاصية أنها تتم عن بعد إلا أن هذا الأمر يحمل في طياته مجموعة من المخاطر والسلبيات التي لا يمكن إغفالها، ومنها ما يلي:

١. عدم القدرة على التحقق من هوية الأطراف:

يعتبر هذا الأمر من سلبيات التعاقد عن بعد فإنه لا يمكن التحقق من شخصية الطرف الآخر، فمعظم معاملات التجارة الدولية الإلكترونية تتم بين أشخاص لا يوجد بينهم اتصال مباشر أو معرفة مسبقة، وهذا الأمر يخلق احتمالية كبيرة لأن يتم تداول أو التعامل من خلال معلومات غير صحيحة من قبل الأطراف (البائع أو المشتري)، فمن الممكن أن لا تصل الطلبات التي قمت بشرائها عبر الإنترنت، أو أن تلك البضائع قد تصل ولكن بمواصفات مغايرة لما هو معروض عبر المتجر الإلكتروني، فمن المأخذ المهمة على التعاقد عن بعد أن الشفافية تكون غير موجودة أو موجودة بدرجة أقل بكثير من الوضع الطبيعي والتقليدي، فقد يتم التعاقد مع شخص على تقديم خدمة ما ذات اعتبارات شخصية إلا أن هذا التعاقد بحقيقته يكون مع شخص آخر لا علاقة له بالموضوع^(٢٩).

٢. عدم توافر الأمن الحقيقي للمعاملات الإلكترونية:

إن أشد عيوب التجارة الإلكترونية كونها تتم عن بعد هو أن عملية تبادل المعلومات وكذلك الدفع الإلكتروني والتسليم الإلكتروني قد تتعرض هذه المعلومات إلى الإختراق أو القرصنة الأمر الذي يؤدي إلى سرقة البيانات وقد يتم استخدامها بصورة غير مشروعة، وقد يتم هذا الاعتراض أو التعرض للبيانات في أي مرحلة من مراحل التجارة الإلكترونية، فمن الممكن أن تتم سرقة بيانات البطاقة الائتمانية في مراحل الدفع المختلفة وذلك من خلال معرفة رقم البطاقة وكلمة المرور الخاصة بها الأمر الذي يؤدي

^(٢٨) السيد عطية عبد الواحد، التجارة الإلكترونية، مرجع سابق، ص ٩١.

^(٢٩) سميرة مرقاش، التجارة الإلكترونية : الفرص والتحديات، الملحق الدولي الثاني : المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، الشلف، الجزائر، ٢٠٠٧، ص ١٣.

لإقتطاع مبالغ مالية دون وجه حق، كما قد يتم التلاعب في بيانات استلام البضائع مما يؤدي لإستلام البضائع من شخص لا علاقة له بالصفة^(٣٠).

٣. صعوبة اثبات التصرفات:

إن عملية البيع والشراء والتعاقد التجاري عن بعد تواجه صعوبة كبيرة في إثبات التصرفات القانونية فمن المهم الإشارة إلى ان عدم معرفة هوية الطرف الآخر وعدم امكانية التحقق منها، وكذلك عدم توافر مستندات او وثائق خطية تشكل خطورة كبيرة على عملية الاثبات والتي تبرز اهميتها في حال حدوث نزاع قانوني بين الاطراف، فالكتابة الالكترونية على الرغم من تطورها بصورة متسارعة إلا انها لا تعادل الكتابة التقليدية، كما ان التوقيع الالكتروني لا زال يواجه مشكلات مختلفة مقابل التوقيع اليدوي التقليدي^(٣١).

ثانياً: وجود وسيط الكتروني:

يقصد بالوسيط الإلكتروني الأداة التي يتم التعاقد من خلالها أو تلك الأداة التي يتم الاتصال من خلالها بشبكة الاتصال أو شبكة الانترنت، وغالباً ما يكون هذا الوسيط هو جهاز الكمبيوتر أو الأجهزة اللوحية والطرفية الحديثة كالهواتف النقالة الحديثة، وتكون مهمة الوسيط الالكتروني أن يقوم بنقل إرادة الأطراف المتعاقدين بنفس اللحظة بغض النظر عن المسافات او المواقع التي تفصل بينهم، والوسيط الالكتروني يمثل في عمله عمل الوسيط في النظام التقليدي والذي يقوم على الربط بين الأطراف من بائع ومشتري^(٣٢).

ويمكن القول أن وجود الوسيط الإلكتروني له إيجابيات وسلبيات، فمن إيجابياته انه لا يتطلب عمولات باهظة مقارنة مع الوسيط في الوضع التقليدي، كما ان العمولات قد لا تكون موجودة في معظم الاحيان، ولكن يؤخذ على الوسيط الالكتروني أنه كثيراً ما يقع في اخطاء او يتعرض للأعطال مما يؤدي إلى توقف الصفقة او تعرضها لخطر الضياع، فمن الممكن ان يصل الإيجاب أو القبول بين الاطراف بصورة متأخرة او بصورة غير صحيحة، وهذا الأمر يؤدي لظهور اشكاليات في حال سحب القبول او

(٣٠) ليندة بومحراث، تسوية منازعات التجارة الإلكترونية، مرجع سابق، ص ٧٢.

(٣١) ابتسام الساسيس، وسائل الدفع في التجارة الالكترونية، رسالة ماجستير، جامعة ورقلة، الجزائر، ٢٠٢٠، ص ٤٤.

(٣٢) خالد ممدوح ابراهيم، لوجستيات التجارة الدولية، الطبعة الاولى، دار الفكر العربي، الإسكندرية، ٢٠٠٨، ص ١٥٢.

الإيجاب أو العدول عنهما قبل وصول الرسائل وتحديد مكان وزمان التعاقد وغيرها من الاشكاليات القانونية^(٣٣).

ثالثاً: السرعة في انجاز الأعمال:

يمكن للتجارة الدولية الإلكترونية أن تكون أكثر سرعة من مثلتها التقليدية، ومفهوم السرعة هنا ينعكس على العملية التجارية بأكملها حيث انه من الممكن ان يتم التعاقد بسرعة كبيرة، فالتعاقد يتم من خلال وسائل الكترونية لحظية ويتم بغض النظر عن الزمان والمكان، كما ان الدفع يتم دون حاجة لوقت طويل حيث يتم التسديد من خلال طرق الدفع الالكترونية المختلفة، وتسليم البضائع يتم بصورة سريعة حيث ان عملية التسليم تبدأ في وقتها المحدد دون حاجة للبيروقراطية الموجودة في الوسائل والطرق التقليدية للتجارة^(٣٤).

رابعاً: تخفيض المصاريف التجارية:

إن المصاريف التجارية لا تقتصر على السفر والانتقال خاصة في التجارة الدولية، ولكن الأمر يتعدى ذلك للعديد من التفاصيل الأخرى الأقل أهمية ولكنها يمكن أن تكون مؤثرة على المدى البعيد وتشكل عبء اقتصادي على البائع والمشتري، فالتجارة التقليدية تتطلب وجود مواقع للمتجر الإلكتروني وهذا يرتب صيانة وأجور للمكان وكذلك يتطلب المتجر التقليدي تكاليف كبيرة من الدعاية والإعلان، كما يتطلب الوضع التقليدي للتجارة وجود تجهيزات باهظة الثمن من اجل خدمة الزبائن، وكذلك إن العمل التجاري الدولي عن طريق التكنولوجيا الحديثة يتطلب عدد كبير من الموظفين^(٣٥).

خامساً: المساهمة في خلق تسويق فعال:

من المؤكد ان الاعتماد على التسويق الشبكي عبر الانترنت يساعد على تسويق افضل، حيث يمكن للشركات المختلفة ان تقوم بعرض منتجاتها وخدماتها، ويكن هذا العرض مفتوحاً للعديد من دول العالم حيث ان التسويق بالطرق الالكترونية خاصة عن طريق شبكة الانترنت يصل إلى جميع مناطق العالم التي تصلها هذه الشبكة، ولا يخفى على احد مدى اتساع هذه الشبكة وانتشارها في شتى مدن العالم المتقدمة وغير المتقدمة، حتى أن دول العالم الثالث أصبحت الانترنت منتشرة فيها بشكل كبير، فيمكن

^(٣٣) خليفة راجح، حماية التعاقد في التجارة الإلكترونية، رسالة ماجستير، المركز الجامعي احمد زبانه، غليزان، الجزائر، ٢٠١٨، ص ٢٥.

^(٣٤) طارق البختي، التجارة الالكترونية وآليات تسوية النزاعات المرتبطة بها، مرجع سابق، ص ١٢٨.

^(٣٥) محمد علي صقر، التجارة الالكترونية، مرجع سابق، ص ١٥٥.

للتجار الوصول إلى مختلف اصقاع الكرة الارضية، والوصول للزبائن في بيوتهم ومختلف اماكن تواجدهم، ومن ناحية أخرى فإن إن التسويق الإلكتروني يكون فاعلاً من حيث الوقت فالتسويق الإلكتروني لا يقتصر على وقت محدد وعلى زمان معين، ولكنه يبقى متاح طيلة الوقت، فهو أكثر فعالية من هذه الناحية كذلك^(٣٦).

سادساً: سهولة التواصل مع العملاء:

يعتبر من الخصائص التي يتميز بها التسويق الإلكتروني عن غيره أن العملاء بعد القيام بالصفقات التجارية وعمليات البيع والشراء يمكنهم التواصل مع بعضهم البعض بشكل دائم وأكثر سهولة من النظم التقليدية، فالتجارة الدولية الإلكترونية تختصر المسافات وتعبر الحدود بسهولة ويسر، وهذا الأمر يوفر طرق أكثر فعالية لتبادل المعلومات والخدمات بين الشركات على الصعيد التوريدي، فيمكن للشركات الاستفادة من الفرص التي تتاح لها للحصول على البضائع والخدمات من الشركات الأخرى، ويشار إلى هذا الأمر بالتجارة البينية بين الشركات والتي تنعكس أفرادها على الزبائن الأفراد^(٣٧).

سابعاً: تعتبر التجارة الدولية الإلكترونية متوافقة مع العصر:

في الحقيقة إن جميع افراد المجتمع دون استثناء اصبح يستخدم شبكة الإنترنت، وتتعدد اسباب استخدام شبكة الإنترنت فالبعض يستخدم تلك الشبكة من اجل ممارسة الألعاب او من اجل التواصل الاجتماعي او من اجل تصفح الأخبار اليومية او من اجل التعارف وغيرها العديد من الأسباب، فقد اصبحت تلك الشبكة من سمات العصر الحالي فلا يستغني عنها فرد، وحتى يواكب التجار هذه السمة العصرية كان لا بد لهم ان يقوموا بالتطور من خلال انشاء التجارة الإلكترونية عبر المتاجر الافتراضية المنتشرة على الشبكة، حتى ان العديد من المتاجر التقليدية نقلت نشاطها إلى شبكة الانترنت من اجل مواكبة هذا التطور، ويعد هذا انعكاس على طبيعة وآليات التجارة الإلكترونية العصرية^(٣٨).

(٣٦) طالب حسن موسى، من قانون التجارة الدولية إلى القانون التجاري عبر الوسائط الإلكترونية، مجلة الحقوق، (مج ٤٢)، (١٤)، الكويت، ٢٠١٨، ص ٢٢٥.

(٣٧) هبة مصطفى كافي، التجارة الإلكترونية، الطبعة الاولى، القا للوثائق، قسنطينة، الجزائر، ٢٠١٧، ص ٨٤.

(٣٨) محمد ابراهيم أبو الهيجاء، عقود التجارة الإلكترونية، مرجع سابق، ص ٣١.

الخاتمة

إن ماهية التجاره الدوليہ وعلاقتها بالانترنت هي من اهم الركائز التي تستوحى أهميتها من التطور الكبير الحاصل في وقتنا الحاضر مما له اهمية بالغه في تقبيد التكنولوجيا المتطوره و قد حاول الباحث بقدر كبير مواكبة التشريعات والاتفاقات الدولية، وذلك رغبة من التشريعات الوطنيہ بمواكبة التطورات المتسارعة في عالم التكنولوجيا الذي يزداد تطوراً وفي ختام دراستنا هذه يمكننا أن نلمس مدى الاهتمام العالمي والذي ظهر جلياً من خلال الاتفاقيات الدولية متعددة الأطراف وواسعة الانتشار، وقد خُصت هذه الدراسة لمجموعة من النتائج والتوصيات، وتوصل الباحث بنتيجة دراسته التي كانت بعنوان ماهية التجاره الدوليہ وعلاقتها بالانترنت إلى عدة نتائج وتوصيات يوجزها بخاتمته، والتي يرى الباحث أن من شأنها النهوض بالواقع العملي إذا ما تم الأخذ بها على الصعيد التشريعي في القانون الوطني والمقارن كان من أبرزها ما يلي:

النتائج:

- (١) أن التجارة الدولية الإلكترونية شريان الحياة بين الدول والأفراد، ويستوي في ذلك إن تكون تلك الشخصيات طبيعية أم اعتبارية فقد تتم التجارة الدولية من خلال أفراد عادين أو تجار أفراد كما قد تتم من خلال الشركات في القطاعين العام والخاص.
- (٢) توصل الباحث كلما توسعت التجارة وانتشرت نتيجة التطور التقني ووسائل الاتصال فإن ذلك ينعكس على الناتج المحلي الإجمالي للدول وهذا يثبت أن التجارة الدولية الإلكترونية تعود بالفائدة على الدولة بمجملها، ولذلك فقد تولت القوانين والدول تنظيم مسألة التجارة الإلكترونية الدولية، كما أن الدول تضع خطط من اجل إنعاش مثل هذا النوع من التجارة بحيث أصبحت تشكل أولوية لها.
- (٣) أن وجود الوسيط الإلكتروني له ايجابيات وسلبيات، فمن إيجابياته انه لا يتطلب عمولات باهظة مقارنة مع الوسيط في الوضع التقليدي، كما ان العمولات قد لا تكون موجودة في معظم الاحيان، ولكن يؤخذ على الوسيط الإلكتروني أنه كثيراً ما يقع في اخطاء او يتعرض للأعطال مما يؤدي إلى توقف الصفقة او تعرضها لخطر الضياع، فمن الممكن ان يصل الإيجاب أو القبول بين الاطراف بصورة متأخرة او بصورة غير صحيحة، وهذا الأمر يؤدي لظهور اشكاليات في حال سحب القبول او الإيجاب او العدول عنهما قبل وصول الرسائل وتحديد مكان وزمان التعاقد.
- (٤) توصل الباحث ان التسويق الإلكتروني أن العملاء بعد القيام بالصفقات التجارية وعمليات البيع والشراء يمكنهم التواصل مع بعضهم البعض بشكل دائم وأكثر سهولة

من النظم التقليدية، فالتجارة الدولية الإلكترونية تختصر المسافات وتعبّر الحدود بسهولة ويسر، وهذا الأمر يوفر طرق أكثر فعالية لتبادل المعلومات والخدمات بين الشركات على الصعيد التوريدي، فيمكن للشركات الاستفادة من الفرص التي تتاح لها للحصول على البضائع والخدمات من الشركات الأخرى، ويشار إلى هذا الأمر بالتجارة البينية بين الشركات والتي تنعكس أفرادها على الزبائن الأفراد.

التوصيات:

يجب توحيد التشريعات بشأن تحديد زمان ومكان إبرام العقد الإلكتروني ففي حالة عدم وجود اتفاق بين طرفي العقد على تحديد وقت ومكان انعقاد العقد فإنه يمكن الأخذ بنظرية العلم بالقبول ووصول التعبير عن الإرادة كقرينة على العلم به، وإمعاناً في حماية المستهلك فإن العقد يتم وقت أن يستقبل المستهلك بالطريق الإلكتروني إفادة بعلم وصول قبوله وتأكيده بوصول هذا القبول إلى مقدم الخدمة.

١. يوصي الباحث بضروره اعمال مشروع قانوني دولي وطني يقوم على تنظيم المعاملات التجارية الالكترونيه وبقيدتها والرجوع اليها كلما لجنئت الحاجه اليه لتنظيم الحدود والإجراءات الداخليه بالنسبه للأطراف المتعاقدين ضمن حدود الانترنت والتجاره الالكترونيه فيما بينهم.

٢. يوصي الباحث بضرورة إنشاء مراكز متخصصة بإقامة الدورات الخاصة بفن ومهارات التفاوض، وذلك لإعداد جيل متمرس ومحترف في نفس الوقت بكيفية التفاوض، من أجل التوصل الى إبرام عقد متوازن لا ينقصه شيء، تقاديا للمنازعات المستقبلية.

٣. يوصي الباحث على الاتفاق على تسوية النزاع إلكترونياً عبر شبكة الإنترنت، وبطريقة تكفل السرية والسرعة في ذات الوقت، والإمام بطبيعة النزاع الإلكتروني.

٤. يوصي الباحث بأنشاء شبكه معلومات حديثه تقوم بالربط بين متلقي الخدمة والدورات التدريبية المستمرة التي تقوم بها لمعرفة التطورات الحديثة لإقضاء معرفه الحدود القانونية في التعامل الإلكتروني والعمل على بيان اهميه التعاقد الإلكتروني عبر وسائل الانترنت، والمخاوف والجزاءات المترتبة على استخدام الانترنت بشكل غير مشروع في التعاقد الإلكتروني.

المراجع

- (١) حسين الفحل، الجاتس وفاق التجارة العربية في الخدمات، مجلة جامعة دمشق، المجلد ٢٣، العدد ٢، دمشق، ٢٠٠٧.
- (٢) إياد احمد عبد اللاه، التجارة الدولية، المفهوم والخصائص والنظريات المفسرة لها، المجلد الثاني، جامعة عين شمس، القاهرة، ٢٠٠٣.

- ٣) عبد الخالق صالح معزب، الإطار القانوني للمعاملات الالكترونية في التجارة الدولية، رسالة دكتوراه، جامعة النيلين، الخرطوم، ٢٠١٣.
- ٤) هبة ثامر محمود عبد الله، عقود التجارة الالكترونية، دراسة مقارنة، مكتبة السنهوري، منشورات زين الحقوقية، الطبعة الاولى، ٢٠١١.
- ٥) نضال أمين الصالحي، التجارة الالكترونية، مفهومها وأهميتها وسبل الإفادة منها، دراسة تحليلية للواقع التجاري الأردني، جامعة اربد الأهلية، ٢٠٠٥.
- ٦) محمد احمد ابو القاسم، التسويق عبر الانترنت، الطبعة الأولى، دار الأمين، القاهرة، ٢٠٠٠.
- ٧) هدى حامد فشقوش، الحماية الجنائية للتجارة الإلكترونية عبر الانترنت، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٠.
- ٨) بدوية عبد المنعم حسونة، شرح أحكام المسؤولية المدنية في الشريعة الإسلامية والقانون المدني السوداني لسنة ١٩٨٤، الطبعة الأولى، ٢٠١١.
- ٩) السيد عبد المنعم المراكبي، التجارة الدولية وسيادة الدولة، دار النهضة العربية، ٢٠٠٥.
- ١٠) ابراهيم العيسوي، التجارة الإلكترونية، المكتبة الأكاديمية، الطبعة الاولى، القاهرة، ٢٠٠٣.
- ١١) رعد حسن الصرن، أساسيات التجارة الدولية المعاصرة، سلسلة الرضا للمعلومات، دار الرضا للنشر، الجزء الأول، دمشق، ٢٠٠٠.
- ١٢) خضر مصباح الطيطي، التجارة الالكترونية من منظور تقني وتجاري واداري، الطبعة الثانية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٧.
- ١٣) طارق الحموري، قراءة مبسطة في عقود التجارة الدولية، ندوة صياغة وإبرام عقود التجارة الدولية، شرم الشيخ، ٢٥-٢٩ ديسمبر ٢٠٠٧.
- ١٤) وليد الزبيدي، التجارة الإلكترونية عبر الانترنت، الموقف القانوني، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٤.
- ١٥) محمد ابراهيم ابو الهيجاء، عقود التجارة الإلكترونية، الطبعة الخامسة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٢٢.
- ١٦) محمد علي صقر، التجارة الالكترونية ودورها في تطوير قطاع التجارة الخارجية، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، (مج ٢٩)، (٤٤)، دمشق، ٢٠٠٧.
- ١٧) نصار محمد الحلالمة، التجارة الالكترونية في القانون، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٢.
- ١٨) ابراهيم محمد عبيدات، تشريعات التجارة الالكترونية، دراسة مقارنة، الطبعة الثانية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٢٢.
- ١٩) أمجد صباح عبد العالي، وهيثم عبد الله سليمان، أهمية التجارة الالكترونية ومعوقاتها في اقتصادات دول مجلس التعاون الخليجي، مجلة الاقتصادي الخليجي، (٢٤٤)، الرياض، ٢٠١٣.

- (٢٠) ثناء ابو زيد، واقع التجارة الالكترونية والتحديات التي تواجهها عربيا ومحليا، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، دمشق، (مج٢٧)، (٤٤)، ٢٠٠٥.
- (٢١) السيد عطية عبد الواحد، التجارة الالكترونية، مشكلاتها ومستقبلها في ضوء توصيات المؤتمر الوزاري لمنظمة التجارة العالمية المنعقد في مايو ١٩٩٨، المؤتمر العلمي الثاني، الاعلام والقانون، حلوان، ١٩٩٩.
- (٢٢) محمد الفاتح محمود بشير المغربي، التجارة الإلكترونية في الوطن العربي، المكتبة العصرية، الطبعة الاولى، المنصورة، ٢٠١٧.
- (٢٣) طارق البختي، التجارة الالكترونية وآليات تسوية النزاعات المرتبطة بها، مجلة الحقوق، (٢١٤)، المغرب العربي، ٢٠١٩.
- (٢٤) يوسف حسن يوسف، التجارة الالكترونية وابعادها القانونية والدولية، الطبعة الاولى، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، ٢٠١١.
- (٢٥) السيد عطية عبد الواحد، التجارة الالكترونية، ماهيتها مجالاتها، مشكلاتها، معاملاتها الشريعية، مستقبلها، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، (مج٨)، (١٦٤)، المنوفية، ١٩٩٩.
- (٢٦) لينده بومحراث، تسوية منازعات التجارة الالكترونية، دراسة مقارنة بين الفقه الإسلامي والقانون الوضعي، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، ٢٠١٩.
- (٢٧) طارق عبد العال حماد، التجارة الإلكترونية، المفاهيم- التجارب- التحديات- الابعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٣.
- (٢٨) سميرة مرقاش، التجارة الالكترونية: الفرص والتحديات، الملتقى الدولي الثاني: المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهماتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، الشلف، الجزائر، ٢٠٠٧.
- (٢٩) ابتسام الساسيس، وسائل الدفع في التجارة الالكترونية، رسالة ماجستير، جامعة ورقلة، الجزائر، ٢٠٢٠.
- (٣٠) خالد ممدوح ابراهيم، لوجستيات التجارة الدولية، الطبعة الاولى، دار الفكر العربي، الإسكندرية، ٢٠٠٨.
- (٣١) خليفة راجح، حماية المتعاقد في التجارة الالكترونية، رسالة ماجستير، المركز الجامعي احمد زبانه، غليزان، الجزائر، ٢٠١٨.
- (٣٢) طالب حسن موسى، من قانون التجارة الدولية إلى القانون التجاري عبر الوسائط الالكترونية، مجلة الحقوق، (مج٤٢)، (١٤)، الكويت، ٢٠١٨.
- (٣٣) هبة مصطفى كافي، التجارة الإلكترونية، الطبعة الاولى، الفا للوثائق، قسنطينة، الجزائر، ٢٠١٧.