

التجارة الإلكترونية

العيسوى ، إبراهيم

- التجارة الإلكترونية/ إبراهيم العيسوى .
ط ١ . - القاهرة: المكتبة الأكاديمية ، ٢٠٠٣ .
١٥٩ ص ؛ ٢٥ سم .

يشتمل على ملاحق

تدمك ٤ - ١٧٧ - ٢٨١ - ٩٧٧

عرض

د . علاء عبدالستار مغاوى

أساليب الناس فى تبادل السلع والخدمات ؛ لذا يسعى هذا الكتاب إلى التعرف على معانى التجارة الإلكترونية وفهم كيفية إتمام المعاملات التجارية عبر الوسيط الإلكتروني ، كما يحاول التعرف على الخصائص المميزة لهذا النوع من التجارة وما لها من آثار إيجابية أو سلبية . كذلك الوقوف على مدى انتشار هذا النوع من التجارة الحديثة على المستوى العالمى ، ثم المستويين العربى والمصرى . لذلك جاء الكتاب فى عشرة مباحث ، خصص الأول منها للتعريف بالتجارة الإلكترونية فيذكر أن ثمة تعريفات متعددة للتجارة الإلكترونية بعضها يميل إلى التضييق ، وبعضها الآخر يميل إلى التوسع فيما يندرج تحت هذا النشاط الاقتصادى . فهناك تعريف ضيق يقصر التجارة الإلكترونية على عمليات تبادل السلع والخدمات عن طريق وسيلة إلكترونية ، وهذا هو التعريف الذى أخذ به مشروع القانون المصرى للتجارة الإلكترونية . وفى ضوء التعريف السابق يمكن الحديث عن نوعين من التجارة الإلكترونية :

يكتسب الكتاب الذى بين أيدينا أهميته من نقطتين أساسيتين ؛ تتعلق الأولى منها بمؤلفه والثانية بموضوعه ، وفيما يخص النقطة الأولى فالكتاب لمؤلف متميز يتسم بغزارة الإنتاج واختياره لموضوعات غير مألوفة لمعالجتها وتقديمها بأسلوب سهل وبسيط . فمؤلفنا أستاذ للاقتصاد ومستشار لمعهد التخطيط القومى بالقاهرة والباحث الرئيسى بمشروع مصر ٢٠٢٠ بمنتهى العالم الثالث التابع للأمم المتحدة . ومن مؤلفاته الأخرى القياس والتنبؤ فى الاقتصاد (١٩٧٨) ومستقبل مصر (١٩٨٣) والدعم (١٩٨٦) ونحو خريطة طبقية لمصر (١٩٨٩) ومستقبل التخطيط فى الأفطار العربية (١٩٩٤) النمرور الأسيوية (١٩٩٥) والتنمية فى عالم متغير (٢٠٠٠) . أما بشأن النقطة الثانية فيدور موضوع الكتاب حول مصطلح جديد لم نسمع به من قبل فى عالم الاقتصاد والتجارة سوى من بضع سنوات ، ألا وهو التجارة الإلكترونية E-Commerce فلقد غزا هذا الوافد الجديد حياتنا فى أوائل عقد التسعينيات من القرن العشرين منذرا بتغيير

* التعاملات فيما بين الشركات والأجهزة الحكومية .

* التعاملات بين الشركات وبعضها البعض .

* التعاملات فيما بين الشركات والمستهلكين .

* التعاملات من المستهلك إلى الحكومة .

* التعاملات فيما بين المستهلكين والشركات .

* التعاملات فيما بين المستهلكين وأنفسهم .

إذن فهناك نوعيات متعددة من الأنشطة

التجارية التي يمكن إدراجها ضمن مفهوم التجارة الإلكترونية الآخذ في التزايد في الوقت الحاضر . وتناول المبحث الثاني من الكتاب على مدار صفحاته الاثنتي عشرة ، الوسيط الإلكتروني الشائع الاستخدام في التجارة الإلكترونية ويقصد به شبكة الإنترنت ، فهي شبكة اتصالات عالمية ومفتوحة واسعة النطاق تربط بين عدد ضخم من الشبكات الفرعية ، ولذا يطلق عليها شبكة الشبكات . وترجع نشأة الإنترنت إلى أواخر الستينيات من القرن الماضي ١٩٦٩ حين كونت وزارة الدفاع الأمريكية شبكة من أربعة حاسبات أطلقت عليها اسم أربانت أي شبكة وكالة المشروعات المتطورة للبحوث . وبطبيعة الحال كانت استخدامات تلك الشبكة للأغراض العسكرية وحتى انتقال الإشراف عليها عام ١٩٨٦ إلى الهيئة الأمريكية القومية للعلوم . وحينذاك اتسعت استخداماتها لتشمل البحوث العلمية . وعندما تحول الإشراف على الشبكة إلى القطاع الخاص في منتصف التسعينيات ضمت

* التجارة الإلكترونية التقليدية : حيث يتم تقديم طلب الشراء وسداد قيمة المشتريات إلكترونياً على أن يتم تسليم البضاعة بالبريد أو بأى وسيلة أخرى من وسائل النقل التقليدية وهو ما يعرف اختصاراً خارج الخط Off-Line .

التجارة الإلكترونية غير التقليدية : حيث يتم إتمام إجراءات طلب الشراء ودفء الثمن وكذلك تسليم البضاعة عن طريق الوسيط الإلكتروني وهو ما يعرف اختصاراً على الخط On-Line .

وثمة تعريف آخر أكثر اتساعاً من التعريف السابق يجعل مفهوم التجارة الإلكترونية مرادفاً لمفهوم الأعمال الإلكترونية ؛ أى إنجاز كل وظائف الأعمال عبر الشبكات ، وباستخدام أنظمة الحاسب الآلى . تأخذ بهذا التعريف عدة جهات مثل منتدى التعاون الاقتصادي لآسيا والباسيفيكي واللجنة الاقتصادية والاجتماعية لآسيا والباسيفيكي وكذلك بعض الدول مثل أستراليا . وأخيراً فهناك من يوسع مفهوم التجارة الإلكترونية ليشمل إنجاز مختلف أنواع الأعمال عن طريق الإنترنت . وطبقاً لهذا لتعريف الأخير نجد أن هناك تسعة أنواع من تطبيقات الإنترنت على الأنشطة التجارية وتبادل المعلومات هي :

* التعاملات فيما بين الأجهزة الحكومية وبعضها البعض .

* التعاملات فيما بين الأجهزة الحكومية والشركات .

* التعاملات فيما بين الأجهزة الحكومية والمستهلكين .

زيادة السرعة المتاحة على الشبكة لتصل إلى ألف ضعف مما هي عليه الآن ، كذلك دعم تطبيقات الشبكات في جميع المجالات وبخاصة التعليم عن بعد والمكتبات الرقمية والبحث العلمي . ويأتي المبحث الثالث من الكتاب في أربعة صفحات بعنوان خصائص التجارة الإلكترونية يعرض فيه الكتاب السمات المميزة لهذا النوع من التجارة والتي تجعلها مختلفة عن التجارة التقليدية ، كما تجعلها تتطلب توافر بيئة مختلفة . ومن أبرز الخصائص المميزة للتجارة الإلكترونية ما يلي :

* الطابع الدولي أو العالمي للتجارة الإلكترونية . فالوسائط الإلكترونية التي يجري من خلالها أنشطة هذه النوعية من التجارة لاسيما الإنترنت لا تعرف الحدود المكانية أو الجغرافية ، فإنشاء موقع تجارى على الشبكة لشركة ما يزودها بإمكانية الوصول إلى أسواق مستخدمى الإنترنت عبر العالم كله .

* الطابع المتداخل التخصصات للتجارة الإلكترونية . وهذه الخاصية تولد ضغوطا تنافسية شديدة وتحفز الشركات على إعادة هيكلة نفسها لمواجهة ضيق المساحة بين ما كان يعتبر سلعة وما كان يعتبر خدمة .

* غياب المستندات الورقية للمعاملات فى التجارة الإلكترونية ؛ حيث يمكن إتمام صفقة تجارية كاملة بدءاً من التفاوض ، ثم الشراء والتعاقد ودفع قيمة الثمن ، ثم الاستلام إلكترونياً دون تبادل مستندات ورقية على الإطلاق مثل العقود والتوقيعات الإلكترونية والوفاء بالنقود الإلكترونية .

استخداماتها التطبيقات التجارية كما حققت دمجا مفيدا لتكنولوجيات الحاسب الألى والاتصالات بعد أن كانت من قبل جزرا منعزلة . حتى أصبحت شبكة الإنترنت أداة فائقة لنشر المعلومات والتعاون والتفاعل بين الناس دونما اعتبار لمواقعهم الجغرافية . وارتبط تطور الإنترنت بتطورين آخرين على درجة عظيمة من الأهمية ، وهما ظهور الشبكة العالمية العنكبوتية www ، كذلك ظهور برامج الاستعراض والتجول فى الإنترنت -Brows ers . فلقد ظهرت الشبكة العنكبوتية فى عام ١٩٩٠ مكونة من مجموعة خادماات Servers يمكن أن تنتقل بينها البيانات على مدار الساعة لتلبية احتياجات المستخدمين . وتستخدم هذه الأجهزة فى حفظ الملفات واسترجاعها ونقلها وفق بروتوكول HTTP من خلال ما يعرف بالنص الفائق ، حيث تمكن هذه الأجهزة من مزج ملفات النصوص العادية وملفات الأشكال وملفات الأصوات سويا . وتعتبر الشبكة العنكبوتية هى الركيزة الأساسية للإنترنت . أما عن برامج الاستعراض لمحتويات الشبكة فقد كان أول ظهور لها فى نهايات عام ١٩٩٣ على أيدى باحثى المركز القومى للتطبيقات الحاسوبية فى الولايات المتحدة الأمريكية وهو برنامج موزايك -Mo saic . وتلى ذلك برنامج Netscape عام ١٩٩٤ ثم تابعت برامج أخرى لتبسيط وتحسين خدمة التجوال فى الإنترنت وتصفح مواقعها . وقد أعلنت الحكومة الأمريكية مؤخرا أنها بصدد تنفيذ مشروع جديد أطلقت عليه مبادرة الجيل الجديد من الإنترنت يهدف إلى

المجسمة والملونة لها . إلى جانب التعاقد وسداد الثمن فضلا عن استلام البضاعة دون مغادرة المنزل أو المكتب .

✳ تتيح التجارة الإلكترونية إمكانية الوصول إلى مختلف الأسواق نوعيات المشترين وكافة على امتداد العالم كله فهي تؤمن للمنتج والتاجر فرصة توسيع السوق والنفوذ إلى أسواق جديدة ، كما أنها تمكن المشتري في الوقت ذاته من التسوق على نطاق عالمي بطريقة موفرة للجهد والوقت والتكلفة .

✳ تمكن التجارة الإلكترونية من إقامة علاقات مباشرة ووثيقة بين الشركات وعملائها ومورديها مما يتيح لها الحصول على خدمات أفضل وأسرع وأرخص . كما أن العلاقة المباشرة بين المنتج والعميل تتيح إمكانية تقديم خدمات أفضل للعميل وكذلك السلع المصممة وفق ذوق العملاء ورغباتهم .

✳ اتساع مفهوم التجارة الإلكترونية ليشمل الاستعانة بالوسائط الإلكترونية في تنظيم العمل الداخلي للشركات فثمة إمكانات كبيرة لتمكين هذه الشركات من أن تنظم عملياتها المالية والإنتاجية والإدارية بمرونة أكبر وكفاءة أعلى .

✳ للتجارة الإلكترونية آثار مختلفة على الوظائف والتوظيف فقد يؤدي نمو التجارة الإلكترونية إلى فقدان بعض الوظائف في القطاعات التقليدية وبخاصة وظائف الوسطاء كالمساسة والوكلاء ، كما سيؤدي أيضا إلى خلق وظائف أخرى جديدة في مجال الاتصالات والمعلومات ونظم تأمين المعلومات

✳ التعامل دون الكشف عن هوية المتعاملين مع احتمال تعرض معلومات العملاء للإفشاء أو إساءة الاستخدام عند تقديمها . فمن الممكن إجراء عملية تجارية بين طرفين لا يعرف أحدهما الآخر ، وقد لا يملك أي منهما معلومات كافية عنه بما في ذلك موطنه . كذلك قد يقدم طرف آخر معلومات زائفة أو خادعة .

✳ سرعة تغير المفهوم وما يغطيه من أنشطة وما يحكمه من قواعد . فارتباط التجارة الإلكترونية بوسائط الاتصالات والمعلومات بصفة عامة ، وهي جميعا تتعرض لتغيرات تكنولوجية متسارعة ، يجعل النظم والترتيبات التي تخضع لها التجارة الإلكترونية عرضة هي الأخرى للتغير السريع .

ثم يتناول المبحث الرابع من الكتاب المزايا والآثار المحتملة والمتوقعة للتجارة الإلكترونية . حيث ينسب لها مزايا متعددة كانت على النحو التالي :

✳ تحقق التجارة الإلكترونية السرعة والبساطة واليسر في إنجاز التعاملات الخاصة بالسلع والخدمات ، فالسرعة مرتبطة بنوعية الوسيط الذي تجرى من خلاله هذه التعاملات وهو هنا في الغالب الأعم شبكة الإنترنت . ومن ثم الاستغناء عن الوسطاء كما تتجلى السرعة في حالة السلع أو الخدمات التي يمكن توريدها على الخط Online . أما البساطة واليسر فيتضح من خلال عدة أمور أهمها إمكانية التعرف على الأسعار والمواصفات ومعاينة البضاعة من خلال الإطلاع على الصور

تعاملات عبر الشبكة هناك عدة جهات رسمية وغير رسمية تجتهد في هذا الشأن وتقدم تقديرات متفاوتة حول قيم المعاملات التجارية الإلكترونية التي تراوحت عام ١٩٩٩ بين ٧٠ مليار دولار كحد أدنى إلى ١٧٠ مليار دولار كحد أقصى . كما تتفاوت التوقعات أيضا حول الحجم المستقبلي للتجارة الإلكترونية العالمية . ففي عام ٢٠٠٣ تراوحت بين ١٢٤٤ مليار دولار إلى ٤٦٠٠ مليار دولار ، وقد يصل حجمها إلى ٥٠٠٠ مليار دولار عام ٢٠٠٥ .

* مؤشرات غير مباشرة : ونعني بها استخدام عدة مؤشرات خاصة بالتوسع في استخدام الحاسبات الشخصية وشبكة الإنترنت للدلالة على نمو التجارة الإلكترونية . وهي مؤشرات عامة ذلك لأن استخدام الإنترنت كوسيط إلكتروني ليس هو الاستخدام الوحيد لها . فالواقع أن المؤشرات غير المباشرة تعبر عن إمكانات متاحة واحتمالات مرتقبة أكثر مما تعبر عن الواقع الفعلي للتجارة الإلكترونية . ومن جهة أخرى فإن إحصاءات الحاسب الآلي والإنترنت ذاتها ليست دقيقة تماما وتخضع لقدر كبير من الاجتهاد في التقدير ؛ لذا يقدم الكتاب عدة جداول تبين تطور استخدام الحاسبات الآلية والإنترنت في الفترة من ١٩٩٠ حتى نهايات عام ٢٠٠٠ من حيث عدد الحاسبات الشخصية وعدد مستخدمي شبكة الإنترنت ، ثم عدد خطوط التليفون بالمليون على مستوى العالم كله . وخرج من ذلك بمجموعة من المؤشرات الهامة على النحو التالي :

وحماية الخصوصية ، بل إن هناك من يرى ظهور وسطاء متخصصين في تنظيم المزادات الإلكترونية .

* أدى استخدام طرق التجارة الإلكترونية إلى تحقيق وفر ملموس في التكلفة وتمكن من تخفيض الأسعار ومن ثم خفض تكلفة الشراء والتوريد . وثمة مصدر آخر لانخفاض التكلفة في حالة التجارة الإلكترونية ألا وهو الانخفاض في تكلفة توزيع السلع والخدمات التي يمكن تسليمها إلكترونيا ، إذ في هذه الحالة يتحقق اختصار في سلسلة الوسطاء كما يتحقق هبوط ملحوظ في تكلفة المخزون . كما يشكل الاستغناء عن المستندات والسجلات الورقية وما تتطلبه من نظم حفظ تقليدية مصدرا ثالثا لانخفاض التكاليف .

ومما سبق نجد أن الأمر المتيقن منه هو أن انخفاض التكاليف والأسعار في التجارة الإلكترونية يصبح أمرا مؤكدا في حالين أولهما المنتجات القابلة للترقيم وثانيهما التجارة بين الشركات وبخاصة عند امتلاكهما لنظم التبادل الإلكتروني للمعلومات .

ثم جاء المبحث الخامس من الكتاب الذي يناقش فرص الانتشار السريع وإمكانات التراجع للتجارة الإلكترونية ، حيث يشير إلى نوعين من المؤشرات يستخدمان في بيان مدى انتشار التجارة الإلكترونية هما :-

* مؤشرات مباشرة عن حجم التجارة الإلكترونية تتعلق بقيمة ما يعقد من صفقات تجارية عبر الإنترنت . وعلى الرغم من صعوبة معرفة الحجم الحقيقي الدقيق لما يتم من

يتعلق بوضع التجارة الإلكترونية في مصر ينبغي أن نعلم أن الوسيط الإلكتروني للتجارة الإلكترونية (الإنترنت) لم يدخل إلى مصر إلا في عام ١٩٩٣ بواسطة مركز معلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس رئاسة الوزراء. وقد ظل استخدامها محدودا حتى عام ١٩٩٧ حيث بلغ عدد المستخدمين لها ٤٥ ألف شخص، ومع السماح للشركات الخاصة بتقديم خدمة الإنترنت في مصر شهدت طفرة ضخمة. فقد ارتفع عدد المستخدمين إلى أربعة أضعاف عام ١٩٩٨. ثم زاد بنسبة ٦٧٪ عام ١٩٩٩ ليصبح ٣٠٠ ألف مستخدم، كانت النسبة الأكبر منهم في القاهرة الكبرى والإسكندرية (٨٢٪). وفيما يتعلق بالمؤشرات غير المباشرة لمدى انتشار التجارة الإلكترونية في مصر، فقد جاءت تشير إلى تدنى قيم معظمها، فعدد مضيفي الإنترنت في مصر لا يزيد عن ٣٥ لكل مليون نسمة وعدد الحاسبات الشخصية لا يزيد عن ١,٤ حاسب لكل مائة نسمة، كما بلغت نسبة المصريين الذين لديهم خطوط تليفونات ١٠,٤٪ مع التركيز الشديد في الحضر عنه في الريف. ومن المرجح أن عمليات التجارة الإلكترونية في مصر بدأت عام ١٩٩٨، ومن أهم مجالاتها بيع وشراء الوجبات السريعة والسيارات والكتب والزهور. وغالبا ما تنحصر أنشطة التجارة الإلكترونية في البحث عن معلومات عن المنتج وتقديم طلب الشراء. أما التوريد وسداد الثمن فيتم بالطرق التقليدية Offline. وفيما يتعلق بوضع التجارة الإلكترونية في الدول العربية جاءت الإمارات العربية المتحدة في مرتبة الصدارة لتحتل

* استأثرت الولايات المتحدة الأمريكية وحدها بنحو ٧٥٪ من عدد مضيفي الإنترنت في العالم كله.

* ارتفاع عدد مستخدمي الإنترنت من ٢,٦ مليون نسمة عام ١٩٩٠ إلى ٣١١ مليون في عام ٢٠٠٠، أي أن إجمالي عدد مستخدمي الإنترنت في العالم يمثل حوالى ٥,١٪ من عدد سكان العالم.

* ارتفاع عدد الحاسبات الشخصية من ١٢,٠ مليون حاسب عام ١٩٩٠ إلى ٥٠٠ مليون حاسب في عام ٢٠٠٠، ومن المتوقع أن يصل العدد إلى ٦٧٠ مليون حاسب عام ٢٠٠٣.

وأخيرا إذا كانت معظم المؤشرات المباشرة وغير المباشرة قد أوضحت أن التجارة الإلكترونية قد شهدت معدلات نمو سريعة في السنوات الأربع الأخيرة من القرن العشرين، إلا أن بعض الدراسات قد سجلت تراجعاً في حجم التجارة الإلكترونية مع نهايات عام ٢٠٠٠. والواقع أن ذلك التراجع كان جزءاً من تراجع على نطاق أوسع لشركات الحاسبات الآلية وموردي الإنترنت. ولقد تفاوتت الآراء بشأن أسباب هذا التراجع، فالبعض يرى أنه جزء من مرحلة الركود في الاقتصاد العالمي، والبعض الآخر يرى أن المضاربة في البورصات العالمية بأسهم شركات الحاسب الآلى والإنترنت كانت هي العامل الأهم، ثم يتناول الكتاب في المبحث السادس منه ما يمكن أن نطلق عليه المبحث الأهم، فهو يتعرض على مدار عشر صفحات إلى وضع التجارة الإلكترونية في مصر والعالم العربى. وفيما

ثم يعرض لأبرز المشكلات التي تعترض التجارة الإلكترونية في النقاط التالية :

* المخاطر التي يتعرض لها الأفراد عند التعامل مع الشركات مثل عمليات السطو على المعلومات الخاصة ببطاقات الائتمان .

* المخاطر التي تتعرض لها الشركات صاحبة المواقع على الإنترنت مثل التخريب والتداخل والتشويش من جانب قرصنة الإنترنت .

* مخاطر عامة لمستخدمي الإنترنت مثل رسائل البريد الإلكتروني المتضمنة لفيروسات الحاسب الآلي ، والتي قد تؤدي إلى تدمير ذاكرة الحاسب الآلي وملفات التشغيل .

ثم جاء موضوع النقود الرقمية الالكترونية كعنوانا رئيسيا للمبحث الثامن للكتاب المعروف . فهي الأداة المثلى للتسوق عبر شبكة الإنترنت ، لكن المشكلة التي ظهرت بعد ذلك هي عمليات القرصنة والسطو على المعلومات الخاصة ببطاقات الائتمان التي ترسل عبر الشبكة ، لذلك تعمل شركات البرمجيات وشركات بطاقات الائتمان لإيجاد أفضل الطرق لتأمين هذه البطاقات . ولقد أدت متطلبات التسوق الآمن عبر شبكة الإنترنت إلى ظهور نوع جديد من النقود يطلق عليها النقود الرقمية ، وهي نظام لسداد المستحقات بتحويل رقم فريد أو مجموعة من الأرقام غير القابلة للتكرار من حاسب المدين إلى الحاسب الخاص بالدائن . ورغم ما توفره هذه النقود الجديدة من مزايا فإن البعض يخشى من أنها قد تساعد وتشجع عمليات غسيل الأموال والتلاعب بسعر الصرف للعملات المختلفة .

وضعا متميزا بين الدول العربية لمعظم مؤشرات الاتصالات والمعلومات ، فلديها أكبر عدد من مضيقي الإنترنت ، كما أنها تحتل المرتبة الأولى بالنسبة لعدد خطوط التليفونات مقارنا بسكانها . وربما ساعد على هذا الوضع أيضا أن لديها أعلى متوسط لدخل الفرد بالنسبة للدول العربية جميعا . تليها بعد ذلك المملكة العربية السعودية والبحرين وقطر على الترتيب . وإلى جانب ذلك يلاحظ أن بعض الدول العربية ما زالت بنيتها للاتصالات ضعيفة للغاية مثل السودان وجيبوتي وموريتانيا . وفيما يتعلق بالتهيمؤ عربيا لعصر التجارة الإلكترونية فقد أعلن مجلس الوحدة الاقتصادية العربية عن مشروع لإنشاء أكاديمية عربية للتجارة الإلكترونية تتولى إعداد الكوادر في جميع المجالات المرتبطة بالأعمال الإلكترونية . وثمة توقعات بالتوسع في التجارة الإلكترونية بين الدول العربية وبعضها البعض . ثم جاء المبحث السابع من الكتاب متناولا مشكلات التجارة الإلكترونية ومتطلبات الوفاء بها حيث يرى المؤلف أهمية توافر المتطلبات التالية لتوفير مناخ جيد للتجارة الإلكترونية :

* بيئة متطورة للاتصالات .

* توافر التسهيلات اللازمة للوصول للإنترنت بتكلفة محدودة .

* إقامة بنية قانونية توفر الحماية والأمان للمتعاملين في التجارة الإلكترونية .

* توافر خدمات مصرفية ملائمة للتعامل عبر الإنترنت .

* قوة بشرية مؤهلة تأهيلا جيدا .

يتألف من ٣٥ مادة تتناول التعريف بالتجارة الإلكترونية والعقد الإلكتروني والتوقيعات الإلكترونية والضرائب والرسوم الجمركية وأخيراً أساليب الحفاظ على حقوق الملكية الفكرية . ثم ينتهي الكتاب بالمبحث العاشر والأخير ويعرض لموقف الدول النامية من التجارة الإلكترونية مبينا الحقائق التالية :

* ٨٨٪ من مستخدمي الانترنت يعيشون في الدول الصناعية المتقدمة التي لا تضم أكثر من ١٧٪ من سكان العالم .

* لا يكلف شراء حاسب شخصي المواطن الأمريكي أكثر من أجر شهر عمل في حين يكلف المواطن في بنجلاديش دخل ثمان سنوات .

* يقل عدد مضيبي الانترنت في أفريقيا عما لدى دولة صغيرة محدودة التقدم مثل بلغاريا .

كلها مؤشرات تشير إلى الوضع المأساوي للتجارة الإلكترونية في دول العالم النامية ، لذلك يجب أن تعقد هذه الدول المنتديات المتخصصة لتتناقش حول نقطة البدء المناسبة للخروج من هذا الوضع والعمل على تحسينه .

بقيت كلمة أخيرة في هذا العرض ، وهي الإشادة بمدى تناول الموضوعي المتسلسل لمباحث الكتاب ووجود الرابط المنطقي فيما بينها ، علاوة على اللغة السهلة القادرة على مخاطبة المثقف العام والفرد العادي ، لكي يلم بمفردة بمفردات العولمة ، ونقصد بها التجارة الإلكترونية .

البيئة القانونية للتجارة الإلكترونية هو عنوان المبحث التاسع من الكتاب الذي عرض من خلال مباحثه السابقة المشكلات التي تثيرها التجارة الإلكترونية ويمكن معالجتها باللجوء إلى الابتكارات التكنولوجية في مجال المعلومات والاتصالات . إلا أن هناك مشكلات أخرى لا سبيل لمعالجتها سوى بالتعامل مع مجالات التشريع والرقابة لذلك فمن المهم توفير بيئة قانونية لتسيير أمور التجارة الإلكترونية واستقرار المعاملات المالية وشيوع الثقة بين الأطراف الداخلة فيه . ويأتي دور الحكومات عند الحديث عن توافر هذه البيئة القانونية التي يجب أن يكون لها اليد الطولى في تطوير حجم التجارة الإلكترونية من خلال بيئة قانونية مستقرة من أجل تحقيق العناصر التالية :

* الحفاظ على الخصوصية للمتعاملين في التجارة الإلكترونية .

* حماية حقوق الملكية الفكرية .

* منع الغش وتوفير الثقة بين المتعاملين .

* تشجيع المنافسة المنصفة العادلة في أسواق التجارة الإلكترونية .

ولتحقيق الأهداف السالف ذكرها اعتمدت لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي عام ١٩٩٦ قانونا للتجارة الإلكترونية يمكن الإقتداء به من جانب الدول الأعضاء عند صياغة قوانين التجارة الإلكترونية الخاصة بهم . وعلى الصعيد الوطني أعدت الحكومة المصرية مشروعا لقانون التجارة الإلكترونية