التجارة الإلكترونية : أهميتها ومتطلبات تطبيقها في دول شمال إفريقيا

منى عبدالله أحمد اللبودي(*)

مقدمة: تعد التجارة الإلكترونية أحد ثمار الثورة المعلوماتية التي يشهدها العالم اليوم، كما تمثل إحدى تطبيقات الاقتصاد الرقمي وتقنية المعلومات التي باتت تؤثر على مختلف الانشطة الاقتصادية،ولذلك فهي تعتبر حجر الأساس للإقتصاد الرقمي الحديث.

ومصطلح التجارة الإلكترونية (Electronic Commerce) يعتبر من المصطلحات الحديثة في عالم المال والأعمال. وهي إحدى التعبيرات الجديدة التي تعبر عن العديد من الأنشطة المرتبطة بثورة تكنولوجيا المعلومات والإتصالات, ولاشك أن نقطة البداية في دراسة التجارة الإلكترونية تقتضي الاتفاق حول مفهوم محدد لها واهميتها ومتطلباتها وخصوصا في دول شمال افريقيا .

الهدف: تهدف الدراسة إلى تحليل ظاهرة التجارة الإلكترونية، ومعرفة متطلباتها، والوقوف على ماوصلت اليه دول شمال افريقيا في تحقيق تلك المتطلبات.

تتناول تلك الدراسة ثلاثة محاور أساسية، حيث يتطرق المحور الأول إلى مفهوم التجارة الإلكترونية، والمحور الثاني سمات وانماط هذا النوع من التجارة، والمحور الثالث يتعرض لأهم متطلبات التجارة الإلكترونية ومدى توفرها في دول شمال افريقيا.

المحور الاول : مفهوم التجارة الإلكترونية

تتعد التعريفات لكن لم يكن هناك تعريف متفق عليه دولياً للتجارة الإلكترونية، وانما اجتهد المعنيون في هذا الشأن في إدراج العديد من التعريفات حول أدبيات موضوع التجارة الإلكترونية، محاولين الوصول إلى تعريف شامل وعام يقوم على خدمة المتعاملين بها, وبشكل عام تعريف التجارة الإلكترونية، بأنها أسلوب جديد يستخدم شبكة الإنترنت ويقدم ثلاثة أنواع مختلفة من الصفقات، أولها تقديم خدمات

(*) باحث دكتوراه - معهد البحوث والدراسات الأفريقية.

الإنترنت نفسها وشرح طريق الوصول إلى هذه الشبكة بالنسبة لرجال الأعمال والمستهلكين، والثانية التسليم الإلكتروني للخدمات،بما يعني تسليم صفقات المنتجات الخدمية للمستهلك في شكل معلومات رقمية، والثالثة استخدام الإنترنت كقناة لتوزيع الخدمات، حيث يتم شراء السلع عبر الشبكة[١].

ويمكن تعريف **التجارة الإلكترونية** من عدة مداخل مختلفة تتناول ماهيتها حيث تحتوى على النشاط التجارى، والدعائم الإلكترونية والتدويل ومن ثم العولمة، ولذا فهناك مداخل مختلفة ويمكن إختصارها في مفهومين ,مفهوم ضيق ومفهوم واسع للتجارة الإلكترونية.

اولا: المفهوم الضيق للتجارة الإلكترونية:

يقصد **بالتجارة الإلكترونية**، "جميع عمليات البيع أو الشراء للسلع والخدمات التى تتم بين الشركات التجارية، والأفراد والحكومات، وسائر المنظمات العامة والخاصة، بإستخدام شبكة الإنترنت". وهذا التعريف يتضمن أن يكون تسليم السلع والخدمات بإحدى طريقتين أحدهما تقليدية وهي تسليم السلعة أو الخدمة بالبريد أو بأي وسيلة نقل تقليدية والثانية الطريقة الإلكترونية حيث تتم جميع الإجراءات بما فيها التسليم عن طريق الوسيط الإلكتروني[٢] .

- **المفهوم الواسع للتجارة الإلكترونية:**

أما فى ظل هذا المفهوم فيقصد بالتجارة الإلكترونية" جميع عمليات البيع أو الشراء للسلع أو الخدمات التى تتم بين الشركات التجارية، والأفراد، والحكومات، وسائر المنظمات العامة والخاصة، باستخدام الشبكات المرتبطة بالحواسيب[٣].

---

[١] كامل ابو صقر، **الانترنت والتجارة الالكترونية**، الجوانب الادارية والاستراتيجية والفنية، سلسلة العولمة والاستثمار(٣)، الحكمه للطباعة والنشر، دبي، الامارات العربية المتحدة، الطبعة الاولى، ٢٠٠٣، ص٨٨:٩١.

[2] Abolhassani ، **M. Reviewing the requirements of traditional E.commerce**: www.e-eglobal.es/014/014

[٣] السيد احمد عبد الخالق، **التجارة الالكترونية والعولمة**،المنظمة العربية للتنمية الادارية،الطبعة الثانية ,٢٠٠٨،ص٣٢.

ويلاحظ هنا، أن الفرق بين المفهومين السابقين، يتمثل فى أن المفهوم الثاني – المفهوم الواسع– يشمل الصفقات التجارية الإلكترونية التى تتم سواء عن طريق شبكة الإنترنت أو غيرها من الشبكات مثل الهاتف والفاكس والتليفزيون ....الخ. ولا يقتصر على الصفقات التى تتم عبر شبكة الإنترنت فقط – كما فى المفهوم الضيق[1].

ويمكن أن نخلص إلى تعريف على النحو التالي:

هي نشاط تجاري يتم بفضل إجراءات تكنولوجية متقدمة، متعلق بتنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات، عن طريق بيانات ومعلومات تنسابعبر شبكات الاتصال والشبكات التجارية العالمية الأخرى، منها شبكة الإنترنت التي تعدت حدود الدول وحولت الركائز الورقية المستخدمة في المعاملات التجارية كالفواتير والعقود وقبض الثمن إلى ركائز إلكترونية تتم كلها عبر الجهاز الآلي، الذي يتقابل بواسطته كل من البائع والمشترى والمنتج والمستهلك لتحقيق معاملاته التجارية رغم بعد المسافات.

واختلاف الحدود الجغرافية،وتشمل كافة أنواع التعاملات التجارية التي تتم إلكترونيا عبر شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) سواء بين المشروعات بعضها البعض ، أو بين الشركات وعملائها من المستهلكين، أو بين المنشآت والأجهزة الرسمية.

المحور الثاني: سمات وأنماط التجارة الإلكترونية

تتناول دراسات ومقالات كثيرة سمات التجارة الإلكترونية وانواعها واهمية اللجوء اليها واعتمادها نمطا رئيسا للنشاط التجاري في عصر طريق المعلومات فائق السرعة ووسيتناول هذا المحور هذين الموضعين نظرا لاهميتهما العالمية وخدمتهم لهذه الدراسة :

---

[1] قد تم الأخذ بالمفهوم الضيق للتجارة الإلكترونية فى هذة الدراسة، نظرا لاهمية ظهور الانترنت الذي يعتبر السوق الإلكتروني لهذا النوع من التجارة واحتلاله المركز الاول في التجارة الالكترونية.

اولا : سمات التجارة الإلكترونية:

تتميز التجارة الإلكترونية بعدة خصائص فريدة تفرق بينها وبين التجارة التقليدية بحكم كونها وليدة عصر التكنولوجيا,وبحكم عالميتها وعدم محدوديتها,وانتشارها الكوني بصورة سريعة,مما يكسبها أهمية تتعاظم نتيجة هذه الخصائص والتي اكتسبتها من خصائص الإنترنت وتقنياته العالية، ومنها ما يلي:

١- إختفاء الوثائق الورقية في المعاملات التجارية:

يؤدي استخدام تقنية التجارة الإلكترونية إلى عدم وجود أية وثائق ورقية متبادلة في,إجراء المعاملات، ، وبالتالي سوف تحل الدعائم الإلكترونية محل الدعائم الورقية وهكذا تصبح الرسالة الإلكترونية هي السند القانوني الوحيد المتاح لكلا الطرفين في حالة نشوء أي نزاع بينهما[١].

٢- بيع وشراء وتسليم المنتجات إلكترونيا:

أتاحت شبكة الإنترنت إمكانية بيع وشراء وتسليم السلع غير المادية لبعض المنتجات مثل برامج الحاسب، التسجيلات الموسيقية، أفلام الفيديو، الكتب،الأبحاث والتقارير الإلكترونية، إلى جانب بعض الخدمات مثل الاستشارات الطبية أوالهندسية ,مع توفير السداد بالطرق الإلكترونية ,مما ساعد علي سرعة الإستجابة لطلبات العملاء إذا ما قورنت بالمعاملات الورقية التقليدية[٢].

٣- السرعة والبساطة Instantaneous

تأتي السرعة نتيجة إمكانية الإتصال المباشر بين المنتج والمستهلك[٣] ,

---

[١]محمد مدحت عزمي, **المعاملات التجارية الإلكترونية,الاسس القانونية والتطبيقات**,مركز الاسكندرية للكتاب, ٢٠٠٨, ص١٤٩.

[٢] Hossein Bidgoli, **Electronic Commerce, Principles and Practice**, Academic Press 2002,P, 57.

[٣] تتمثل أهم المكاسب التى تعود على المستهلك ١- إنخفاض الأسعار وسرعة الحصول على المنتج، وذلك من خلال مقارنة أسعار ونوعيات المنتجات بسهولة وسرعة فائقة إضافة إلى ذلك، فإن

والتواجد المستمر من خلال شبكة الانترنت ,حيث يستطيع العملاء الحصول على السلع والخدمات بمجرد ضغطة زر وإختيار الانسب من خلال المتاجر الإلكترونية على شبكة الانترنت[1].

أما البساطة ؛فتتضح في عدة أمور أهمها إمكانية التعرف على الأسعار والمواصفات, ومعاينة البضاعة بالإطلاع على صور ملونة لها في كتالوجات الكترونية والتعاقد وسداد الثمن ،واستلام البضاعة دون الحاجة الي الإنتقالات أو الترتيبات المسبقة لالتقاء البائع والمشتري[2].

٤- معايير عالمية : Standards Universal

تخضع التجارة الإلكترونية لمقاييس أو معايير شبكة الإنترنت، التي يتم من خلالها تعاملات التجارة الإلكترونية وبشكل موحد بين دول العالم، أما التجارة التقليدية فتخضع لمعايير ومقاييس محلية تعتمد على الدولة نفسها[3].

أسعار المنتجات في التجارة الإلكترونية تكون أقل عن مثيلاتها في التجارة التقليدية نتيجة لانخفاض التكاليف الإدارية التي يتحملها المنتجون. ٢- الاستجابة لرغبات العميل حيث توفر التجارة الإلكترونية العديد من الخيارات للمستهلك نتيجة لإمكان الوصول إلى منتجات ومراكز تسوق لم تكن متوفرة بالقرب من المستهلك مع عرض تشكيلة واسعة من المنتجات وعرض مزاياها وأسعارها.

---

[1] محمد عادل عبد العزيز: **التجارة الالكترونيية والفكر المحاسبي** ,(القاهرة: شركة الوسيط التجاري,الطبعة الأولى,٢٠٠٥),ص١٩

[2] JEP (**the journal of economic perspectives**)، winter 2001،vol. 15،NO.1.this number contains asset of papers on Ecommerce (pp 3-82)

انظر ايضا: رشيد علا :مرجع سابق,,ص١٠٣

[3] إياد زكي محمد أبورحمة :أساليب تنفيذ عمليات التجارة الالكترونية ونظم التسوية المحاسبية عنها, دراسةتطبيقية,على البنوك العاملة في قطاع غزة ,**رسالة ماجستير**, (غزة :الجامعة الاسلامية,كلية التجارة 2009) ,**ص**٢٤,٢٥, انظر ايضا : محمد عادل عبد العزيز: **التجارة الالكترونيية والفكر المحاسبي** ,(القاهرة: شركة الوسيط التجاري,الطبعة الأولى,٢٠٠٥)ص١٩,

٥- فرص تسوقية وزيادة المبيعات والصادرات:

تسمح التجارة الإلكترونية للشركات الصغيرة بالنفاذ إلى الأسواق العالمية لتصريف منتجاتها وكسر إحتكار الشركات الدولية الكبيرة لهذه الأسواق. كما يعتبر الإعلان الإلكتروني عبر الإنترنت من أكثر وسائل الترويج جاذبية وانتشاراً في ظل الاتجاه نحو التسويق الإلكتروني، وتساهم التجارة الإلكترونية في فتح الأسواق العالمية أمام المنتجات الوطنية وبالتالي تمنح فرص لزيادة الصادرات مما يؤدي الي تشغيل أيدي عاملة لتلبية إحتياجات السوق المحلي والعالمي والرقي بالمنتجات الوطنية لتنافس المنتجات العالمية مما يؤدي الي زيادة الناتج المحلي والدخل القومي كما يساهم فى تحسين مقاييس الجودة للمنتجات العربية والرقي بها الى معايير الجودة العالمية[١].

٦- إنخفاض النفقات والمصاريف: lower costs and expenses

كانت عمليات التسوق للسلع والخدمات مكلفة جدا في التجارة التقليدية ,وبفضل التقنيات المستخدمة في التجارة الإلكترونية ادي الي انخفاض النفقات والتكاليف, وتشير بعض التقديرات إلى أن تكلفة شراء البرمجيات من خلال شبكة الإنترنت تبلغ ما بين ٠,٢ و٠,٥ دولار لكل معاملة مقابل ٥ دولارات للطلب من خلال الهاتف ونحو ١٥ دولارا لكل معاملة عند البائع بأسلوب التجزئة العادية[٢].

كما يرجع انخفاض التكاليف الي تخفيض الهياكل الإدارية والتنظيمية: Reduce administrative and organizational structures حيث يحتاج هذا النوع من التجارة

الي عدد قليل من العمالة ذات المهارة العالية من حيث الإلمام بمستويات

---

[١] عبدالسلام محمد الدراجي:**عوائق وأهمية تطبيق التجارة الإلكترونية بالدول العربية** ,ورقة بحثية للمشاركة بالمؤتمر العربي الرابع للمعلومات الصناعية والشبكات,(الرياض: ٢٠ . ٢٢ ديسمبر ٢٠٠٩م)

[٢] مجلس الغرف السعودية، **التقرير الاقتصادى**، العدد رقم ١٥، الرياض، يوليو ٢٠٠٩ ، ص ١٧

المعرفة, بجانب توفر النفقات الإدارية ومصاريف الإتصال وغيرها ,حيث تبلغ نسبة الوفر في هذه الامور حوالي ٨٠%, ذلك بالإضافة لتخفيض تكاليف المخزون, وتكاليف المباني ومخصصاتها[١].

كما يرجع انخفاض التكاليف ايضا الي انخفاض تكلفة الاعلان : Low cost advertising والتي يتم بصورة رقمية عبر شبكة الانترنت وبتكلفة إقتصادية للغاية ,تخفيض تكاليف الوسطاء : Reducing the costs of intermediaries وخصوصا في السلع والخدمات التى يتم تسليمها بشكل إلكترونى[٢].

٧- تحكم أفضل في إدارة المخزون:inventory management

تسهم التجارة الإلكترونية في خفض المخزون عن طريق استعمال عملية السحب في نظام إدارة سلسلة التوريد[٣]، وهذا من شأنه العمل على تقليص الدورة التجارية بدرجة كبيرة حيث يتم شحن المنتج مباشرة من المصنع إلى المشتري . ويظهر ذلك بشكل كبير في المنتجات والخدمات الرقمية، التي يتم تسليمها إلكترونيا, ومع تطور تقنية المعلومات والإتصالات وتدفق المعلومات بشكل أفضل فإنه من المتوقع أن ينخفض أثر المخزون على الدورة التجارية إلى حده الأدنى بل ربما ينعدم[٤].

---

[1] IDC"**Asia،s Internet E.Commerce Application Market Research**" International Data،July13،1999.

[٢]تقرير مركز المعلومات ودعم إتخاذ القرار بمجلس الوزراء:**مقترح المبادرة المصرية فى التجارة الألكترونية**,(القاهرة :١٩٩٨)ص ص ١١-١٣

[٣] نظام إدارة سلسلة التوريد: في هذا النظام تبدأ العملية بالحصول على الطلب التجاري من المشتري وتزويده بطلبه من خلال التصنيع في الوقت المطلوب.

[٤] رأفت رضوان,**التسويق والتجارة الإلكترونية,الاتحاد العربي لتكنولوجيا المعلومات**,٢٠٠٨-٢٠٠٩,ص ص٨٤:٨٣ .

٨- **زيادة معدلات التنمية الاقتصادية:** Increased rates of economic development

تشكل التجارة الإلكترونية عاملاً محرضا للشركات المتعاملة معها كي تطور خدماتها التجارية بشكل مستمر، فزيادة الأسواق المتاحة أمامها، تزيد ايضا من عدد منافسيها ، وهي مضطرة لمواجهة المنافسة في الأسواق الوطنية، وبالتالي يتشكل هذا العامل المحرض على تطوير القدرات التنافسية[١].

كما تزيد التجارة الإلكترونية من حدة المنافسة فيما يتعلق بتنظيم المواقع الافتراضية لمنتجاتهم وخدماتهم وهذا يؤدي بالضرورة إلى ازدياد الطلب على المعلومات والمعرفة واقتناء كل ما هو جديد في عالم الكومبيوتر, وبالنتيجة فإن صناعة البرمجيات ستزدهر. وهذه الصناعة هامة لتحقيق التنمية الاقتصادية داخل الدولة، حيث توفر العدد الكبير من الكوادر البشرية وتخلق فرص عمل جديدة ومتجددة دائما، مما يزيد من استقبال رؤوس الأموال الأجنبية[٢].

كما أن التسويق الإلكتروني يخفض من مكونات الإنتاج وتكلفته والمدخلات غير المباشرة وهذا يوفر للدول النامية فرصة تخفيض الأسعار لمنتجاتها النهائية مما يتيح قدراً اكبر من المنافسة[٣].

٩- **كثافة المعلومات: Information Density**

من أهم معالم التطور التكنولوجي وأشكال التجارة الإلكترونية التقدم الهائل في مجال المعلومات والتي تخدم قطاعات عريضة من المستخدمين وليس فقط

---

[١] عمرو أبو اليمين عبدالغني : **دور الإنترنت فى تغيير الإستراتيجيات التسويقية وتوجه العملاء نحو السوق الإلكترونية، بحث,** الملتقى الإدارى الثالث , للجمعية السعودية للإدارة (إدارة التغيير ومتطلبات التطوير فى العمل الإدارى (جدة : ٢٠٠٥) .

[٢] **المرجع السابق،** ص ٣٨.

[٣] سلمان الشحف، **مرجع سابق،** ص٦٧.

المتخصصين,مما يؤدى إلى توفير المعلومات الكافية عن العرض والطلب أمام البائعين والمشترين,حيث وفرت شبكة الانترنت النشرات وكتيبات المعلومات الخاصة بالمنتج والخدمة والمعلومات عن الأسعار بدون أي اتصال بشري ، وبذلك قللت من آلية البحث عن المعلومات والتخزين ومن تكلفة الاتصالات من جهة، ومن جهة أخرى زادت هذه التقنية من التوقيت الملائم للمعلومة Timeliness ودقتها,مما أتاح تزويد العملاء بالمعلومات الكاملة[1].

ثانيا : أنماط التجارة الإلكترونية Categories of Electronic Commerce:

نستخلص من تعاريف التجارة الإلكترونية بشكل عام، إنها كافة أنواع التعاملات التجارية التي تتم إلكترونيا عبر شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) بين المشروعات بعضها البعض أو بين الشركات وعملائها من المستهلكين، أو بين المنشآت والأجهزة الرسمية.

ويمكن توضيح هذا المفهوم باستعمال المصفوفة التي قدمها كوبل (Coppell)

مصفوفة كوبل لتطبيقات الإنترنت في الأنشطة التجارية و تبادل المعلومات

	حكومة	شركة	مستهلك
حكومة	حكومة لحكومة(G2G)	حكومة لشركة (G2B)	حكومة لمستهلك(G2C)
شركة	شركة لحكومة (B2G)	شركة لشركة (B2B)	شركة لمستهلك(B2C)
مستهلك	مستهلك لحكومة(C2G)	مستهلك لشركة(C2B)	مستهلك لمستهلك(C2C)

[1] إياد زكي محمد أبورحمة **:مرجع سابق** ,ص٢٤,٢٥

المصدر :إبراهيم فتحي إبراهيم محمد، **دور التجارة الإلكترونية في دعم الميزان التجاري المصري**، جامعة قناة السويس، ٢٠٠٥، ص٩.

رجع أهمية هذه المصفوفة في أنها توضح أنماط التعامل بين كل طرف من الأطراف التي تتعامل مع التجارة الإلكترونية ,حيث تعرض كافة المعاملات التجارية التي تتم ليس فقط بين المؤسسات بعضها البعض أو بينها وبين المستهلكين ,او بين المستهلكين بعضهم لبعض , ولكن تشمل ايضا المعاملات التي تتم بين المؤسسات الحكومية وبعضها البعض أو بينها وبين المؤسسات والمستهلكين, وعليه يمكن تقسيم التجارة الإلكترونية حسب طبيعة وهوية الأطراف الأساسية المعنية بالتعامل التجاري كالآتي[١]:

١- التعامل بين مؤسسات الأعمال Business to Business (B2B) :

في هذا النمط يتم تبادل المنتجات أو الخدمات أو المعلومات بين مؤسسات الأعمال بعضها البعض من خلال شبكات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات[٢], ,ويعتبر هذا النوع هو الاكثر من حيث العائد المادي, ,وتقدر هذه المعاملات بما يتراوح بين ٨٠%و ٩٠ % من التجارة الإلكترونية[١].

---

[١]ابراهيم العيسوي,**التجارة الإلكترونية**,المكتبة الأكاديمية,٢٠٠٣,الطبعة الاولى,ص١٥,١٦.

[٢] التعامل بين مؤسسات الأعمال B2B (Business to Business) عادة ما تتم عن طريق التعامل التجاري البحت من شركة لشركة , ولكن الجزء الأهم هو ما يتم عن طريق إدارة سلسلة التزويد (Supply Chain Management) بين الشركات والتي أحيانا قد تصل إلى ٥ طبقات أو أكثر عند الشركات الصناعية وتكون السلاسل مربوطة عن طريق أنظمة تبادل المعلومات الالكترونية التي يوجد لها أشكال كثيرة، هذه السلاسل موجودة في شركات صناعية كبرى مثل تيوتا و أيربص وغيرها وترتبط بعدد كبير من الشركات الكبيرة والمتوسطة وصغيرة الحجم , وهذا النمط من التجارة الإلكترونية موجود من سنوات عديدة خاصة في تبادل البيانات إلكترونيا من خلال الشبكات.

٢- التعامل بين مؤسسة الأعمال والمستهلك: Business to Consumer (B2C) :

يقوم هذا النوع من التجارة الإلكترونية على التعامل بيعاً وشراءً بين المؤسسات التجارية والمستهلكون للسلع والخدمات عن طريق الموقع Web أو المراكز التجارية عبر الإنترنت Shopping Halls ، ويتم الدفع باستخدام التحويل البنكى من خلال البطاقات واستلام السلعة من خلال الـ Web إذا كانت برامج كمبيوتر أو من خلال وسائل البريد المتعارف عليها (التقليدية) إذا كانت السلعة أو الخدمة غير قابلة للتسليم إلكترونياً,وكذلك يشمل هذا التعامل التجارى الاتجاه العكسى أى (C2B) عندما يقوم الأفراد ببيع خدماتهم للمؤسسات التجارية ويتيح هذا التعامل استخدام نماذج التسعير العكسي حيث يحدد المستهلك أسعار المنتج أو الخدمة وهذه التعاملات مازالت تمثل نسبة ضئيلة نسبياً [٢]

ورغم ضئاله هذا النوع من التجارة بالنسبة للتجارة الإلكترونية (B2B) الا انها تنمو بشكل متسارع ,بجانب انها تلقت أكبر قدر من الاهتمام العالمي ،ويرجع ذلك جزئيا الي قضايا مثل ثقة المستهلك,وحماية البيانات[٣].

حسب إحصائيات ١٩٩٨ شكل التعامل بين مؤسسات الاعمال الحجم الأكبر من التعاملات بقيمة بلغت نحو ٤٣ مليار دولار

---

[١] عابد بن عابد العبدلي: مرجع سابق, ص ص٧-١٠

[2] El Gawady Zeinab Mohamed: **The Impact of E-commerce on Developed and Developing Countries,Case Study: Egypt and United States** (Giza: Misr University for Science and Technology,Faculty of Business & Economics),p.2

[3] **World Trade Organization:** e-commerce indeveloping countries ,Opportunities and challenges forsmall and medium-sized enterprises, (Geneva: Centre William Rappard,,2013),p.3

٣- **التعامل بين مؤسسات الأعمال والحكومة :** Business to Government (B2G)

يتضمن هذا النوع من التعاملات قيام الشركات باستعراض تفاصيل اعمالها والموارد المستخدمة ومخرجاتها والموازنة النقدية لها الكترونياً لتسهيل الاطلاع عليها من قبل الاجهزة الحكومية مثل هيئة الضرائب والجمارك لإتمام عمليات مدفوعات الضرائب ومدفوعات التراخيص التجارية ورسوم الجمارك وتخليص الواردات من البضائع ,او قيام الشركات ببيع او تقديم الخدمات الى الاجهزة الحكومية [١].

٤- التعامل بين المستهليكين Consumer to Consumer (C2C) :

في هذا النمط تكون عملية البيع والشراء بين مستهلك ومستهلك آخر من خلال وضع إعلانات على المواقع الشخصية على الإنترنت بهدف بيع الأغراض الشخصية أو بيع الخبرات للآخرين، ويشمل ذلك المزادات الإلكترونية التي تتم فيها التعاملات التجارية بين الأفراد ,مما يساعد في اتمام التعاملات التجارية بين العملاء بعضهم البعض بسهولة ويسر [٢].

٥- التعاملات بين الأفراد الحكومات: Government-to-Consumer(G2C):

يتمثل هذا النمط في الخدمات الإلكترونية التي تقدمها الحكومات للأفراد مثل إستخراج جوازات السفر ورخص القيادة وبطاقات الهوية, وجميع الوثائق

---

[١] علي قاسم حسن العبيدي واخرون : اثر استخدام التجارة الالكترونية في تخفيض التكاليف التسويقية,دراسة تطبيقية في شركة زين للأتصالات.

[٢] عماد أحمد إسماعيل النونو: التسوق عبر الإنترنت -دوافع التبني أو الرفض,دراسة ميدانية,**رسالة دكتوراه**(جامعة العالم الأمريكية,مايو -٢٠٠٧),,ص٣٥

الصادرة من الحكومة ,كشهادات الميلاد وغيرها ,كما يتم احتساب ودفع ضرائب الدخل الكترونيا, وهذا النوع من التعاملات يعرف بالحكومة إلكترونية,وبدأ هذا النوع من التعاملات يتوسع ويتطور في الفترة الاخيرة. [١]

٦- التعاملات بين الاجهزة الحكومية GOVERNMENT TO GOVERNMENT(G2G) :

يتضمن هذا النوع من التعاملات تبادل البيانات والمعلومات ما بين الاجهزة الحكومية بعضها البعض والتنسيق فيما بينها وتشمل ايضآ الجانب التجاري من خلال قيام بعض الاجهزة الحكومية بعرض موجوداتها للبيع الى اجهزة حكومية اخرى عن طريق التجارة الإلكترونية[٢].

٧- التعامل عبر جهاز الهاتف النقال Mobile Commerce :

يعدهذا النوع من التجارة الإلكترونية من أحدث الانواع ,حيث يتم بواسطته استخدام أجهزة هاتف نقال رقمية مصممة بشكل يمكنها من الاتصال بشبكة الانترنت من خلال مزود الخدمة والوصول الي المتاجر الإلكترونية والاطلاع على السلع المعروضة وإجراء عملية الشراء ويتم هذا النوع من المعاملات في بيئة لاسلكية من خلال استخدام جهاز المحمول المتصل بالانترنت[٣] .

---

[١] علي قاسم حسن العبيدي واخرون : مرجع سابق .

[٢] المرجع السابق. .

[3] Oluwaseun Ibikunle :**E-Commerce in Developing Nations: Issues and Challenges. Consumer Attitude In the Nigerian Market(**Arcada :2013). **pp:13,14**

كما يوجد انماط اخرى للتجارة الإلكترونية منها :

- **التعاملات بين مستخدم ومستخدم آخر(P2P) Peer-to-Peer :**

وهو نوع خاص من منصات التجارة الإلكترونية حيث يشترك الأفراد للتعامل مع الكمبيوتر دون استخدام خادم الويب.

- **التعامل داخل المنظمة الواحدة : Intra-Organizational-ecommerce :**

تتمثل فى التجارة الإلكترونية البينية فى إطار الشركات الدولية النشاط والتى تتبادل السلع ومستلزمات الإنتاج الأولية والوسيطة بين فروعها أو الشركات التابعة لها[1].

- **التعامل بين الاطراف:Exchange to Exchange:**

في هذا النمط يمكن للمشترين والبائعين الاتصال فيما بينهم على منصة التجارة الإلكترونية. ومن الامثلة على ذلك تعاملات البورصة[2].

- **التعاون التجاري Collaborative Commerce :**

هو نوع من منصات التجارة الإلكترونية حيث يلتقي الافراد والجماعات على الانترنت لغرض تصميم المنتج أو لأغراض أخرى[3].

---

[1] خالد مصطفى قاسم ، **دور آليات التجارة الإلكترونية في تفعيل التجارة العربية البينية** ،بحث، ندوة تشريعات التجارة الإلكترونية ودورها في دعم وتنمية الصناعة العربية ، (تونس :المنظمة العربية للتنمية الصناعية والتعدين، البنك الإسلامي للتنمية ، وزارة التجارة والصناعات التقليدية التونسية ، ١٩-٢١ أبريل ٢٠٠٦.).

[2] Oluwaseun Ibikunle:op,cit,pp,13,14

[3] Ibid.pp:.13,14

المحور الثالث : متطلبات التجارة الإلكترونية لدول شمال افريقيا

في ظل الأوضاع الاقتصادية التي تعيشها دول شمال افريقيا (مصر والمغرب والجزائر وتونس وليبيا) أضحت التجارة الإلكترونية بالنسبة لها ضرورة ملحة ومتطلبا تنمويا لزيادة إسهامها في التجارة الخارجية وكذلك تطوير قطاعاتها الإنتاجية المحلية والتسويقية وتوفير فرص واسعة لرفع نموها الاقتصادي. ولكي تحقق هذه الدول الاستفادة من التجارة الإلكترونية فإنه من الضروري أن تعمل على تذليل العقبات التي تواجه استخدام هذه التكنولوجيا فيها، وكذلك توفير متطلباتها الضرورية من البنية التكنولوجية التحتية والتي تعتبر تحدي ذو طبيعه تقنيه يتصل بها تحديات بناء وتطوير الكوادر البشرية المدربة على أستخدام تكنولوجيا المعلومات وعلى صيانة الاجهزه والمواقع ,بجانب الاهتمام بمتطلبات البيئة القانونية والتشريعية لتوفير الحماية والثقه للمتعاملين في التجارة الإلكترونية ,ولذلك يقسم هذا المحور الي ثلاث نقاط اساسية ,اولها متطلبات البنية التحتية للتجارة الإلكترونية ,وثانيهما المتطلبات القانونية والتشريعية للتجارة الإلكترونية ,واخيرا المتطلبات المالية للتجارة الإلكترونية.

اولا: متطلبات البنية التحتية للتجارة الإلكترونية

البنية التحتية للتجارة الإلكترونية هي كل وسائل الاتصالات التي تدخل كأداه في العمل التجاري الالكتروني, ,وكل انواع الخدمات التي تحتاجها التجارة الإلكترونية, بجانب الاجهزة الحاسوبية والاجهزة المساعدة في عمليات الدفع الالكتروني,وايضا رأس المال البشري المستخدم في الأعمال والتجارة الإلكترونية وهذا سيتضح كما يلي.

١- **البنيـة التحتيـة لتكنولوجيـا المعلومـات والاتصـالات** Connectivity and technology infrastructure

يتأثر انتشار التجارة الإلكترونية ايجابا وسلبا مع مدى استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات , والتي تعبر عن مدى امكانية الأفراد ورجال الأعمال على النفاذ إلى الشبكات اللاسلكية والانترنت وخدمات الويب المتطورة .[١]

وتنقسم البنية التحتية للتجارة الإلكترونية الي **مكونات مادية Hardware**(الأجهزة) والتي تتضمن البنية التحتية للشبكات[٢] والحواسيب الآلية وخدمات **Servers**، مسيِّر وموجه المعلومات **Routers**.[٣]، كابلات وتقنيات حديثة للإتصالات[٤] ,**ومكونات برمجية** Software والتي تتضمن برمجيات التشغيل **Operating Systems**، وبرمجيات التجارة الإلكترونية، وأساسيات البني التحتية للبرمجيات **software** والمكونات التي تستعمل في أغراض البيع والشراء والخدمات والمحادثة ما بين الشركة وزبائنها وشركائها التجاريين، ومقدمو

---

[١] جامعة دمشق :**الجاهزية الالكترونية** ,(دمشق: جامعة دمشق,كلية الهندسة المعلوماتية,السنة الخامسة – إدارة المشاريع)ص ص٩:٤.

[٢] البنية التحتية للشبكات: تشمل الإنترنت والإكسترانت وشبكة العمل المحلية والشبكة العالمية (van، wan، lan).

[٣]مسيِّر وموجه المعلومات يلعب دورا أساسيا في إدارة حركة المعلومات ويتركز عملها في التأكد بأن الرزم المعلوماتية تصل دائما إلى المكان المنشود.

[٤] لا تزال تقنية ال ADSL هي التقنية الرئيسية المستخدمة في خدمة الانترنت عالي السرعة في العالم العربي ويزداد استخدام هذه التقنية في كثير من الدول العربية خصوصا مع تركيز مزودي الخدمة على تحفيز استخدامها.

خدمات التوصيل بالشبكات [1](**Internet Service roviders**)، والخدمات المخولة [2]**Enabling Services**. [3] ومن اهم هذه التقنيات الانترنت.

أ- الإنترنت:

تقدم شبكة الإنترنت خدمات مهمة في مجال التسويق لرجال الأعمال وللموردين والمستهلكين بحيث تؤمن سرعة الاتصال بينهم ،كما تؤمن سرعة الاتصال بين الشركة وفروعها والأقسام التابعة لها من خلال الشبكة العنكبوتية (www) world wide web أو من خلال البريد الإلكتروني أو خدمة Talent.[4]

ويعد مؤشر حجم استخدام الإنترنت مقياسا مباشرا في معرفة حجم دخول المجتمع إلى الإنترنت، وبالتالي مؤشرا مهما في الاستدلال على انتشار التجارة الإلكترونية في المجتمعات[5].

ولكي نقترب من وضع دول شمال افريقيا بالنسبة لاستخدام الانترنت يجب الاشارة الي وضع مستخدمي الانترنت في افريقيا بالنسبة لدول العالم

نجد أن نسبة مستخدمي الانترنت في افريقيا لم يتجاوز ٣% عام ٢٠٠٧ ,وتزايدت هذه النسبة بشكل كبير حتى وصلت الي ٩,٨% عام ٢٠١٤ .

---

[1] مقدمو خدمات التوصيل :هي الجهات التي تقوم بتوفير خدمة الإنترنت في الدول.

[2] الخدمات المخولة :هي خدمات تتعلق بإتمام الصفقة التجارية كالإعلان وطرق الدفع والتسليم وخدمات التحقق من الأهلية وبرمجيات أجهزة السيرفر.

[3] خالد مصطفي قاسم، مرجع سابق، ص ص١٧ : ٢٣.

[4] خدمة Talent هي المزود للحوارات المفتوحة على شبكة الإنترنت.

[5] رشيد علا : عوائق تطور التجارة الالكترونية في الوطن العربي،دراسة حالة الجزائر ،**رسالة ماجستير غير منشورة**،(المملكة المتحدة:الاكاديمية العربية البريطانية،(٢٠٠٩/٢٠١٠),ص١٢٦.

وبالنسبة لمعدل استخدام الانترنت لدول شمال افريقيا فيوضح جدول (١) عدد مستخدمي الانترنت والسكان في هذه البلدان,ومدى تدني معدلات انتشار الانترنت ومقدار النمو في عدد مستخدمي الانترنت .

جدول(١) معدلات نمو مستخدمي الانترنت لدول شمال افريقيا ٢٠٠٠ – ٢٠١٤ وتوقعات ٢٠١٧

	معدل الانتشار		النمو	معدل الانتشار		النمو	عدد مستخدمي الانترنت عام 2014				المعدل المتوقع % 2017	
البلد	2000	2007	2000 : 2007	2008	2014	2008: 2014	ترتيب عالمي	بالمليون	بالنسبة لافريقي ا%	بالنسبة للعالم%	الانتشار	النمو 2012: (2017
مصر	0,6	16,0	2570	18,0	31,6	75,6	14	40,0	15,5	1,38	48,21	12
المغرب	0,7	21,5	2970	33,1	56,8	71,6	27	20,2	6,8	0,69	72,36	10
الجزائر	0,5	9,5	1800	10,2	18,1	77,5	54	6,7	2,2	0,23	45,46	18
تونس	2,8	17,1	511	27,5	46,2	68	66	5,1	1,7	0,17	68,81	12
ليبيا	0,2	4,7	2250	9,0	17,8	97,8	111	1,4	0,5	0,05	42,95	16

المصدر : اعداد الباحثة بالرجوع الي المصادر المذكورة في الهامش [١]

1 International Telecommunication Union, World Telecommunication/ICT development Report and database, and World Bank estimates,and Abdul Kader Al Kamli , Nidal Abou Zaki: Arab Knowledge Economy Report 2014,Orient Planet, MADAR Research and Development,Dubai

وزارة الإتصالات وتكنولوجيا المعلومات، جمهورية مصر العربية، مؤشرات الإتصالات وتكنولوجيا المعلومات، يناير ٢٠١٠.

حيث كان معدل انتشار مستخدمي الانترنت اقل من ١% بالنسبة للسكان عام ٢٠٠٠ على مستوى اغلب دول شمال افريقيا فيما عدا تونس التي وصل بها معدل انتشار مستخدمي الانترنت الي ٢,٨% من عدد السكان[1].

كما زاد معدل نمو مستخدمي الانترنت بشكل واضح في جميع بلدان شمال افريقيا في نفس الفترة من ٢٠٠٠- ٢٠٠٧ ,ووصلت نسبة هذا النمو اقصاها في المغرب بمعدل نمو ٢٩٧٠ تليها مصر بمعدل نمو ٢٥٧٠ ,ثم ليبيا بمعدل نمو ٢٢٥٠ والجزائر بمعدل ١٨٠٠ ولم يتجاوز معدل النمو في ليبيا ال ٥١١ .

ويوضح جدول(١) مدى انخفاض معدلات النمو في الفترة من ٢٠٠٨- ٢٠١٤ التي لم يتجاوز ٧٨% في دول شمال افريقيا فيما عدا ليبيا التي وصل معدل النمو بها ٩٧,٨% ,ويرجع انخفاض معدل النمو في هذه الفترة نظرا لاتساع نطاق استخدام الانترنت بشكل كبير في الفترات التي تسبق هذه الفترة.

ويتوقع زيادة معدلات النمو في دول شمال افريقيا حتى عام ٢٠١٧

يوضح جدول (١) مدى التقدم التي تحرزه المغرب في زيادة معدل انتشار استخدام الانترنت والتي من المتوقع أن يصل الي ٧٢,٣٦% عام ٢٠١٧ وبذلك تحتل الترتيب الاول لدول شمال افريقيا ,يليها تونس والتي بلغ معدل الانتشار المتوقع بها ٦٨,٨١% ,في حين تتقارب بقية دول شمال افريقيا في معدلات الانتشار حيث وصل في كل من مصر والجزائر وليبيا ٤٨,٢١% و ٤٥,٤٦% و ٤٢,٩٥% على التوالي ,وكان اكبر نمو متوقع للجزائر حيث بلغ ١٨%.

اما بالنسبة لإنتشار الإنترنت عريض النطاق فهو منخفض في دول شمال افريقيا بشكل عام , ويرجع هذا الانخفاض الي عده حقائق ,تشمل ضعف البنية التحتية وضعف اوعدم المنافسة بجانب ارتفاع اسعار الخدمات,مما أدي الي لجوء

1 Mohamed Sarrab etel : **Challenges of Computer Crime Investigation In North Africa's Countries,"** The International Arab Conference on Information Technology (ACIT'2013)"p:4

هذه المنطقة الي الإستعانة بالبنية التحتية البديلة من الألياف المنتشرة لشركات المرافق العامة ،مثل السكك الحديدية وشبكات الكهرباء والتي تؤدي بدورها الي خفض التكاليف[1].

ويوضح جدول(٢) عدد مشتركي الانترنت الثابت عريض النطاق ومشتركي الهاتف المحمول خلال الفترة من ٢٠٠٠- ٢٠١٤.

جدول (٢) **الاشتراكات في خدمات الهاتف المحمول ومشتركي الإنترنت الثابت عريض النطاق**

مشتركو خدمات الهاتف المحمول (لكل ١٠٠ فرد)					مشتركو الانترنت عريض النطاق (لكل ١٠٠ فرد)				
البلد	٢٠٠٠	٢٠٠٧	٢٠٠٨	٢٠١٤	معدل النمو ٢٠٠٨-٢٠١٤	٢٠٠٣	٢٠٠٧	٢٠٠٨	٢٠١٤	معدل النمو ٢٠٠٨-٢٠١٤
مصر	٢	٤١	٥٥	١١٤	١٠٧	٠,٠٨	٠,٦٤	١,٠٢	٣,٦٨	٢٦٠,٨
المغرب	٨	٦٥	٧٤	١٣٢	٧٨	٠,٠٨	١,٥٦	١,٥٩	٢,٩٦	٨٦,٢
الجزائر	٠,٠	٧٩	٧٦	٩٣	٢٢	٠,٠٨	٠,٨٢	٢٠,٨٢	٤,٠١	٣٨٩,٠
تونس	١	٧٦	٨٣	١٢٨	٥٤	٠,٠	٠,٩٣	٢,١٩	٤,٤٤	١٠٢,٧
ليبيا	١	٧٨	١٢٦	١٦١	٢٨	٠,٠	٠,٠	٠,٠	٣١,٠٤	١٠٤,٠

Source: International Telecommunication Union, World Telecommunication/ICT development Report and database, and World Bank estimates.

---

[1] Natalija Gelvanovska, Michel Rogy, and Carlo Maria Rossotto**: Directions in Development Communication and Information Technologies"Broadband Networks in the Middle East and North Africa"** Accelerating High-Speed Internet Access (the Worled Bank, 2014)pp:42:44

[٢] لم تتوفر بيانات اشتراكات النطاق العريض عام ٢٠٠٨ وتم استخدام معدل ٢٠٠٧

[٣] بيانات مشتركو الانترنت عريض النطاق الثابت في ليبيا عن عام ٢٠١٣.

يتضح من جدول (٢) النمو الكبير في نسبة عدد الهواتف لكل مائة فرد ,حيث البدايات الضعيفة جدا والتي لم تتجاوز ٨ افراد من كل مائة في المغرب ,ومدى الزيادة التي حدثت حتى وصل هذا المعدل في المغرب الي ١٣٢الكل مائة فرد وكانت اكبر نسبة لمشتركو الهواتف المحمولة في ليبيا والتي وصلت الي ١٦١ لكل مائة فرد ,وبالنسبة لمعدل النمو في الفترة ٢٠٠٣-٢٠٠٧ لمشتركي الانترنت عريض النطاق كان ايضا كبيرا جدا نظرا للبدايات الضعيفة والتي تكاد لاتذكر ,بجانب التوسع الشديد في الاشتراكات في الانترنت ذات النطاق العريض عامي ٢٠٠٦ و ٢٠٠٧ مما ادى الي هذا النمو الكبير في هذه الفترة .

وزاد انتشار النطاق العريض في دول شمال افريقيا في الفترة من ٢٠٠٨-٢٠١٤ , وحققت الجزائر اكبر معدلات نمو وصلت الي ٣٨٩ % تليها مصر بمعدل ٢٦٠,٨% ,ثم كل من تونس وليبيا بمعدلات تجاوزت المائة بقليل وكانت في اخر القائمة المغرب التي وصل معدل النمو فيها لمشتركي النطاق العريض ٨٦,٢% كما يظهر بجدول(٢).

٢- **خوادم الإنترنت الآمنة** Secure Internet servers:

كانت نسبة الخوادم الامنة ضعيفة جدا في دول شمال افريقيا فيكفي ان نذكر أن ايسلندا تصدرت الترتيب الاول بإمتلاكها ٢٩٢٢,٦ من الخوادم الأمنة لكل مليون ,في حين أن دول شمال افريقيا تأتي في زيل الترتيب بالنسبة لاعداد الخوادم ولم تتجاوز في احسن الاحوال ١٧ خادم آمن لكل مليون مستخدم في تونس والتي احتلت المرتبة ٨٣ ,وفي بقية بلدان شمال افريقيا اقل من اربع خوادم لكل مليون مستخدم [١].

٣- المحتوى الرقمي العربي:

المحتوى الرقمي العربي على الانترنت هو مصطلح يعبر عن مجموع مواقع وصفحات الويب المكتوبة باللغة العربية على شبكة الانترنت, ويوجد نحو ملياري صفحة عربية على الويب يمكن الوصول إليها من خلال محركات البحث الحالية[١]، وهي تمثل اثنين بالمئة(٢%) من إجمالي صفحات الويب المرئية على شبكة الإنترنت, وخلال السنوات ما بين ٢٠٠٧-٢٠١٢ شهد إجمالي محتوى الويب الذي أنتج في الدول العربية، بما في ذلك صفحات الويب العربية والإنجليزية نموا قدره بالمتوسط ٥٠ بالمئة سنويا[٢].

ومن المشاكل التي تقابلها دول شمال افريقيا في المحتوى هو أن نسبة انتشار اللغة العربية على الانترنت للويكيبيديا لاتتجاوز ال ١,٣٤% وهذه نسبة ضئيلة جدا بالنسبة للغات الاخرى مثل اللغة الانجليزية والتي تمثل ٣٢,١٥% واللغة الفرنسية التي تمثل ٦,٠٤%.والمكونات العربية الرقمية لاتتجاوز ٠,١٦٢% من الاجمالي المتاح على الانترنت ,كما أن ٤٢% فقط من الصفحات الشرق الاوسط وشمال افريقيا على الانترنت تكتب بالعربي[٣].

---

[١] يكاد يكون من المستحيل إعطاء رقم دقيق لعدد صفحات الويب الموجودة، وأفضل تقدير يشير إلى أن هناك على الأقل تريليون صفحة ,ويعتبر هذا الوجود متواضعا، مقارنة بعدد الناطقين باللغة العربية والذين يمثلون نحو خمسة بالمئة من سكان العالم، حتى أنه لا يتطابق مع نسبة الناطقين باللغة العربية من إجمالي مستخدمي الإنترنت في جميع أنحاء العالم، والتي تمثل أربعة بالمئة.

[٢] عماد بن يحيى: **مشهد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وشبكات التواصل الاجتماعي في العالم العربي** ,تقرير, الأخبار , الموقع :-www.tech-wd.com/wd/2012/12/22/arab-ict-use-report-2012/untitled32

[3] Natalija Gelvanovska, Michel Rogy, and Carlo Maria Rossotto**:op,cit.,,p.46**

٤- البنية التحتية للموارد البشرية المؤهلة:

يمثل جانب المهارات أحد مقومات نجاح التجارة الإلكترونية في أي مجتمع، وتشمل هذه المهارات الكوادر البشرية المتخصصة في قطاع تقنية المعلومات وشبكات الاتصال والإنترنت والبرامج التطبيقية ذات العلاقة بالتجارة عبر الإنترنت[١].

ولا تمتلك دول شمال افريقيا شأنها في ذلك شأن بقية بلدان العالم النامية حتى الآن أيدي عاملة متعددة المهارات في كافة المجالات المتصلة بالإنترنت، حتى وأن كان البعض متقدماً في مجال بناء هذه الطاقات.كما تشهد معظم هذه الدول بشكلٍ عام نقصاً ملحوظاً في عدد الأفراد الملمين جيداً بتقنيات الكمبيوتر والمعلومات,كما تفتقر الجامعات إلى التجهيزات اللازمة لتوفير التدريب المطلوب في مجال تقنية المعلومات الذي يحتاجه القطاع الخاص,بجانب عائق اللغة أمام استخدام الإنترنت في البلدان العربية والنامية لأن معظمها يعمل باللغة الإنجليزية[٢].

ولم يوجد في جميع دول شمال افريقيا اي فنيين في مجال البحث والتطوير حتى عام ٢٠٠٦ بإستثناء تونس التي كان لديها نسبة ٣٦ فني لكل مليون نسمة عام ٢٠٠٠, كما ظهر فنيون في المغرب عام ٢٠٠٦ وفي مصر بداية من ٢٠٠٧ ,في حين كانت ليبيا بعيدا تماما عن هذا المجال,كما أن القدرة على الابتكار ضعيفة جدا على مستوى دول شمال افريقيا فكل البلدان بدون استثناء ترتيبها في النصف الاخير في الترتيب العالمي[٣].

---

[١] , انظر ايضا:رشيد علا,مرجع سابق,ص٩٢ ' إسلام مأمون حسين مأمون :مرجع سابق ,ص ٢٠:٢٢.

[٢] سلمان الشحف، **مرجع سابق**، ص٣٢.

[3], Soumitra Dutta,Thierry Geiger,Bruno Lanvin:: The Networked Readiness Index 2015,p,313

ثانيا :المتطلبات القانونية والتنظمية للتجارة الإلكترونية

تشكل التشريعات والقوانين المتعلقة بتنظيم التجارة الإلكترونية أحد أهم البنى التحتية لقيام ونمو التجارة الإلكترونية, ويمكن إيجاز المتطلبات والتحديات القانونية في بيئة التعاملات الإلكترونية وفق مراحل إتمام العملية التجارية الإلكترونية. ففي المرحلة الأولى التي تسبق عملية التعاقد، تظهر متطلبات وتحديات أبرزها مدى توثق المشتري أو الزبون من حقيقة وجود الموقع والسلعة أو الخدمة المعروضة، ومشروعية ما يقدم في الموقع من حيث ملكية مواده ذات الطبيعة المعنوية (مشكلة الملكية الفكرية)، وحماية المستهلك من عمليات الاحتيال سواء على الخط أو عبر المواقع الوهمية أو المحتوى غير المشروع للمنتجات المعروضة، وكذلك آلية احتساب الضرائب على عوائد التجارة الإلكترونية. وفي المرحلة التالية المتمثلة في إبرام العقد حيث يتلاقى الإيجاب والقبول في العقود الإلكترونية سواء في الموقع على الويب أو عبر مراسلات البريد الالكتروني. وهنا تظهر مشكلتان: أولها مدى توثق كل طرف من صفة وشخص ووجود الطرف الآخر، أي سلامة صفة المتعاقد، وهنا تظهر ضرورة وجود طرف محايد يتوسط بين المتعاقدين ويقوم بعملية التوثق والتأكد من صفة وحقيقة كل طرف. وثانيها مدي حجية العقد الإلكتروني ومدى قبوله في الإثبات، ومن هنا ظهرت فكرة التوقيع الرقمي (Digital Signature) ليقوم بدور التوقيع العادي. أما المرحلة الثالثة والمتمثلة في إنفاذ التزامات المتعاقدين من تسليم السلعة أو الخدمة، والوفاء بالثمن، فمن ناحية تسليم السلعة فتثور مشكلة التأخير أو الإخلال بمواصفات الاتفاق، ومن ناحية الوفاء بالثمن فإن التحدي يظهر في وسائل الدفع التقنية مثل السداد بالبطاقات الائتمانية أو تزويد بيانات البطاقة عبر الهاتف. وهذه التحديات ترتبط بمشكلة أمن المعلومات عبر شبكة الإنترنت. ويضاف إلى ذلك، تحديات أخرى مثل حماية الأنشطة التجارية من تطفل مخترقي نظم الكومبيوتر والشبكات أو ما يعرف بجرائم الإنترنت، وكذلك تحدي الاختصاص القضائي في فض النزاعات التي تحدث بين الأطراف المتعاقدة سواء على المستوى المحلي أو الدولي.

وتوجد ثلاثة اتجاهات للسلطة التشريعية في كل دوله من دول العالم نحو إصدار قانون معين لتنظيم مسألة ما ووضع القواعد القانونية الحاكمة لها ويمكن بلورة هذه الاتجاهات حسب الاسباب الدافعة والباعثة لإصدار القوانين على النحو الآتي:

اولا: اتجاه يتعلق بحجم المشكلات المثارة بشأن الموضوع المطلوب تنظيمة داخل تشريع أو قانون يصدر من السلطة القضائية في الدولة، ومفاد هذا الاتجاه أنه كلما زاد حجم تلك المشكلات كلما كان ذلك دافعًا للسلطة التشريعية لإصدار القانون وذلك بهدف علاج لهذه المشكلات ووقفها وتنظيم المجال الذي ظهرت فيه هذه المشكلات مما يحول دون ظهورها مرة أخرى.

ويمكن القول أن هذا الاتجاه قد أخذت به بعض دول شمال افريقيا ,كما هو الحال بالنسبة لليبيا فيما يتعلق بكافة تلك القوانين ,ومصر في بعض من هذه القوانين.

ثانيا: اتجاه يتعلق بتوافر الحد الأدنى من القواعد القانونية القائمة والسارية المفعول واللازمة لحل المشكلات المثارة بشأن الموضوع المطلوب ووضع أو إصدار تشريع تنظيمي له .

أي يترك للسلطة القضائية سلطة تطبيق النصوص القائمة في قوانين أخرى سارية المفعول على الوقائع والمنازعات التي تثور بشأن الموضوع المطلوب إصدار قانون أو تشريع له.

وهذا الاتجاه أخذت به مصر في شأن معاقبة مرتكبي الجرائم التي ترتكب عن طريق استخدام الوسائط الإلكترونية استنادًا على قانون العقوبات دون حاجة إلى إصدار قانون لمكافحة الجرائم الإلكترونية.

ثالثا: اتجاه يتعلق بضرورة توافر الغطاء التشريعي المتكامل واللازم لتنظيم الظاهرة أو الموضوع المطلوب تنظيمه حتى ولو كانت المشكلات المثارة بشأنه قليلة الأهمية وهذا الاتجاه هو الواجب الأخذ به من قبل السلطة التشريعية دائمًا،

فالمشرع الواعي يتجه دائمًا إلى إصدار ما يلزم من قوانين لعمل الغطاء التشريعي المطلوب دائمًا لتنظيم المجتمع في كافة مناحيه دون أن ينتظر الحاجة الملحة لإصدار التشريع فيصدره وغالبًا ما تكون تلك الحاجة هي تفشى المشكلات وتكاثرها دون وجود نظام قانوني يحكمها فيتحرك المشرع حينئذ لعمل التشريع وغالبًا ما يصدر هذا التشريع بشكل متسرع فيخلو من كثير من الأحكام الواجب أن يتضمنها[١].

١- التطور التشريعي للتجارة الإلكترونية في دول شمال أفريقيا.

رغم قيام اغلب دول شمال افريقيا بسن عدد من القوانين لتنظيم الفضاء الإلكتروني، إلا أن جميع هذه الدول تفتقر إلى توفر حزمة متكاملة من التشريعات الإلكترونية أو قانون شامل لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات يشمل مختلف المحاور.

وقطعت كل من مصر والمغرب وتونس شوطا كبيرا في سن عدد من التشريعات الخاصة بالتجارة الإلكترونية مقارنة مع جيرانهم في شمال افريقيا، بجانب تطوير البنية التحتية الرقمية، والبيئة القانونية المؤسسية الملائمة' حيث بدأت تونس زمام المبادرة لتطوير هذه القوانين ,ووضعت مصر وتونس قانون بشأن التوقيع الإلكتروني.تليهما خطوات لوضع هذا القانون من قبل المغرب ,كما بدأت ليبيا بالعمل في هذا المجال ,ورغم ذلك لاتزال هذه القوانين في وضع متخلف[٢].

ويبين جدول (٣) واقع التشريعات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية في دول شمال افريقيا .

---

[١] اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (الإسكوا) ,إدارة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات,**وضع التشريعات السيبرانية في دول شمال افريقيا والسودان,(بيروت:٢٠١٠)**

[2]- Economic Commission for Africa, Trade for Growth and Job Creation,Op.cit,p:**8**

جدول(3) التشريعات الخاصة بقوانين التجارة الإلكترونية لدول شمال افريقيا

	حماية الملكيه الفكرية	المعاملات الإلكترونية	حماية المستهلك	حماية الخصوصية والبيانات	الجرائم الإلكترونية
مصر	ق*(2) لحماية الملكية الفكرية عام 2002	ق(15) تنظيم التوقيع الالكتروني عام 2004 ق(10) تنظيم الاتصالات عام 2003	ق(67) حماية المستهلك 2006 عام		
المغرب	ق(200) حقوق المؤلف عام 2000 + تعديلاته ق(34) عام 2006	ق(53) التبادل الالكتروني عام 2005		ق (9) حماية البيانات الشخصية عام 2009	
الجزائر	ق (5) حقوق المؤلف لعام 2003 حقوق الملكيه الفكرية عام 2003	ق (3) انشطة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية لعام 2000 + مرسوم تنفيذي رقم(123) لعام 2001 ق (10) التوقيع الالكتروني لعام 2005 ,مرسوم تنفيذي رقم 162 لعام 200 للتوقيع الالكتروني7	ق.(3) حماية المستهلك لعام 2009		لايوجد
تونس	ق (36) حماية الملكية الادبية والفنية لعام 1994	ق (83) .المبادلات الإلكترونية لعام 2000 ق (51) التحويل الالكتروني للاموال عام 2007	ق (117) حماية المستهلك لعام 1992	ق (63) حماية البيانات الشخصية لعام 2004	
ليبيا	ق.حقوق المؤلف الليبي 1968				

الجدول من اعداد الباحثة بالاستعانة بعدة مصادر[1]

ق* تعنى قانون

[1] 1- United Nations Conference on Trade and Development Op. Cit,p.110 ,2- Economic Commission for Africa, Trade for Growth and Job Creation,Op.cit,p:**9**, 3- اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (الإسكوا) ,إدارة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات,مرجع سابق,

١- مصر:

صدر في مصر القانون رقم ٨٢ لعام٢٠٠٢ لحماية حقوق الملكية الفكرية,حيث تضمن هذا القانون ما يتعلق بالملكية الصناعية وحق المؤلف والحقوق المجاورة له ,كذلك أصدر المشرع المصري قانون تنظيم الاتصالات رقم ١٠ لعام ٢٠٠٣ الذي تضمن تنظيما جديدا للاتصالات السلكية واللاسلكية[١].

كما صدر القانون رقم ١٥ لعام ٢٠٠٤ بشأن تنظيم التوقيع الإلكتروني وإنشاء هيئة تنمية صناعة تكنولوجيا المعلومات., كما أصدر المشرع المصري القانون رقم٦٧ لعام ٢٠٠٦ بشأن حماية المستهلك[٢].

ومن القوانين التي تعتزم وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات المصرية إعدادها في المرحلة المقبلة قانون» تداول البيانات والمعلومات " وقانون" أمن الفضاء المعلوماتي " وقانون" التجارة الإلكترونية[٣]"

كما قامت الوزارة بإعداد مسودة لقانون بشأن مكافحة الجرائم الإلكترونية,وذلك بعد أن وافق عليه مجلس الوزاراء المصري عام ٢٠١٥ [٤].

٢- المغرب

يحكم المملكة المغربية القانون رقم (٠٥-٥٣) المتعلق بالتبادل الالكتروني للمعطيات القانونية وهو أول تشريع مغربي يهتم بتنظيم المعاملات الإلكترونية

---

[١] المرجع السابق.

[٢] المرجع السابق.

[٣] وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات المصرية

[٤] المرجع السابق.

ويركز على التوقيع الالكتروني باعتباره القاسم الأعظم المشترك في المعاملات الإلكترونية[1].

كما اضاف المشرع المغربي الي منظومة التشريعات الإلكترونية القانون رقم ٨ لعام ٢٠٠٩ ,المتعلق بحماية البيانات الشخصية ,ومن ضمن القوانين المغربية التي تمس الجوانب المعلوماتية أو الإلكترونية,القانون رقم ٢٠٠ لعام ٢٠٠٠ المتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة له,والتي تم اجراء تعديلات عليها بالقانون رقم ٥-٣٤ لعام ٢٠٠٦ والذي يحفظ حقوق المؤلف في برامج الحاسب الآلي وقواعد البيانات [2].

٣- الجزائر

اصدر المشرع الجزائري القانون رقم (٣) لعام ٢٠٠٠ المحدد لقواعد العامة المتعلقة بأنشطة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية ,حيث اكد القانون على خضوع هذه الانشطة لرقابة الدولة [3].

وبصفة عامة ,لم تسن الجزائر قانونا خاصا بالتجارة الإلكترونية ,ومع ذلك فقد سنت بعض القوانين والنصوص التطبيقية التي تمس بشكل أو بآخر أحد جوانب التجارة الإلكترونية كالقانون الخاص بموردي الانترنيت، أو المواد المتعلقة بالجريمة الإلكترونية، أو تلك المتعلقة بالملكية الفكرية والتي تتضمن موادا متعلقة بالملكية الصناعية[4], أما فيما يتعلق بالجريمة الإلكترونية وإجراءاتها الجنائية فلم يصدر المشرع في الجزائر اية قوانين خاصة بهذا الموضوع[5].

---

[1] اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (الإسكوا) ,إدارة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات,مصدر سبق ذكره.

[2] المرجع السابق ,ص٨.

[3] المرجع السابق ,ص١٢

[4] رشيد علا,,مرجع سابق ,ص١٤٦:١٤٠

[5] اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (الإسكوا),مصدر سبق ذكره,ص١٢

وبتاريخ ٩ مايو ٢٠٠١ أصدر المشرع الجزائري قانونًا يتعلق بنظام الاستغلال المطبق على كل نوع من أنواع الشبكات بما فيها اللاسلكية الكهربائية سواء كانت شبكات عامة أو شبكات خاصة وحدد هذا القانون خدمات القيمة المضافة ,وأعتبرها ضمن خدمات الاتصالات وكذلك خدمة التلكس[١].

كذلك فقد تم إدراج ثلاث مواد في المرسوم التنفيذي رقم (١٢٣) لعام ٢٠٠١ لتلبية الحاجة الملحة إلى تنظيمات متعلقة بالتوقيع الالكتروني .هذا بالإضافة إلى ما أجراه المشرع الجزائري من تعديلات في مواد القانون التجاري لتدعيم الموقف التشريعي من اعتماد التوقيع الإلكتروني في المعاملات المدنية والتجارية وإضفاء حجية الإثبات علية[٢].

كما نظم المشرع الجزائري حقوق المؤلف والحقوق المجاورة له بموجب القانون رقم (٠٥) لعام ٢٠٠٣ , كما وضع المشرع نصوص للعقوبات لانتهاك حقوق المؤلف[٣].

ومن ناحية أخرى فقد أعترف المشرع في الجزائر بالتوقيع الإلكتروني وبالكتابة الإلكترونية كوسيلة للإثبات وذلك بالقانون رقم(١٠) لعام ٢٠٠٥[٤].

وفيما يتعلق بالإثبات عن طريق الوسائل التقنية الحديثة بما في ذلك التوقيع الإلكتروني وكذا الجريمة الإلكترونية وإجراءاتها فتعالج بنصوص المرسوم التنفيذي رقم ١٦٢ لعام ٢٠٠٧ والذي ينص على أن سلطة البريد والاتصالات السلكية واللاسلكية في الجزائر لها الحق في تنظيم نشاط التصديق[٥].

---

[١] المرجع السابق ,ص١٣

[٢] المرجع السابق.

[٣] المرجع السابق

[٤] الجريدة الرسمية الجزائرية ، العدد 64 ،تاريخ ٢٦ يناير ٢٠٠٥ , ص24 .

[٥] اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (الإسكوا),مرجع سابق,,ص١٢

كما اصدر المشرع القانون رقم(٠٣)لعام ٢٠٠٩ بشأن حماية المستهلك وقمع الغش ,وحماية المصالح المادية والمعنوية للمستهلكين وعلى تأسيس جمعيات حماية المستهلكين,

كما تم اعداد مشروع قانون عن الجريمة الإلكترونية وإجراءاتها الجنائية وباقي على المناقشة والإصدار[١].

٤- تونس :

تعتبر تونس أول دولة عربية تسن قوانين خاصة وصريحة لتنظيم أعمال التجارة الإلكترونية، وقد أكتسب قانونها الجديد بعضًا من الشمولية، وتعدد في المواد،والموضوعات التي افتقرت إليها القوانين الأوروبية والأمريكية الذي سبقته بسنوات، فتضمنت مواد القانون أحكامًا تتعلق بتنظيم التجارة الإلكترونية وأحكامًا تتعلق بالإثبات عن طريق الوسائط الإلكترونية والتقنية وأخيرًا أحكامًا تتعلق ببعض الجرائم التقنية . إلا انه لم يتطرق القانون التونسي إلى تنظيم أسماء الدومين على سبيل المثال كأحد أهم الموضوعات الواجب تناولها في مثل هذه التشريعات الإلكترونية كما انه لم يغطي كافة الجرائم التقنية والتي ظهرت معالمها بعد إصداره.

فقد أصدر المشرع التونسي القانون رقم ١١٧ لعام ١٩٩٢ بشأن حماية المستهلك وذلك بهدف وضع القواعد العامة بسلامة المنتجات ونزاهة المعاملات الاقتصادية وحماية المستهلك[٢] .

كما أصدر المشرع التونسي القانون رقم ٣٦ لعام ١٩٩٤ والمتعلق بحماية الملكية الأدبية والفنية حيث حدد فيه المصنفات المعنية بحق التأليف والتي ستكون محورًا للحماية بموجب هذا القانون

---

[١] المرجع السابق.

[٢] اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (الإسكوا) ,مرجع سابق.

وفيما يتعلق بالمبادلات والتجارة الإلكترونية صدر القانون رقم ٨٣ لعام ٢٠٠٠ والذي أعتمد فيه المشرع التونسي الوثيقة الإلكترونية فأصبح لها حجة في الإثبات، كذلك أعتمد القانون التونسي الإمضاء الإلكتروني ,كما أنشأ القانون الوكالة الوطنية للمصادقة الإلكترونية وحدد لها مهامها .كما تناول المشرع التونسي المخالفات والعقوبات الخاصة بالتجارة الإلكترونية[١] .

واصدرت تونس القانون رقم٦٣ لعام ٢٠٠٤ في شأن حماية البيانات الشخصية والتي تضمن أحقية كل شخص في حماية بياناته الشخصية المتعلقة بحياته الخاصة[٢].

كما اصدرت تونس القانون رقم ٥١ لعام ٢٠٠٥ المتعلق بالتحويل الالكتروني للأموال، حيث تم تعديل الفصل ٧٦ من قانون المالية ليتضمن اعتماد الدفع الالكتروني ضمن الإيرادات العامة, كما اصدرت القانون التوجيهي رقم ١٣ لعام ٢٠٠٧ والمتعلق بتحديد الاقتصاد الرقمي. [٣]

٥-ليبيا :

لم يتطرق المشرع في الجماهيرية الليبية إلى سن القوانين المتصلة بالتجارة الإلكترونية أو بالمعاملات أو الإثبات بالوسائل التي تقع بالتقنيات الحديثة أو حتى الجرائم التي تقع بالتقنيات الحديثة ,أما فيما يتعلق بحماية المستهلك وحماية حقوق المؤلف فقد تعرض لها المشرع في ليبيا من خلال القانون التجاري حيث تضمن بعض النصوص في حماية المستهلك، والتي لم تميز المستهلك العادي للسلع والخدمات العادية التقليدية وبين المستهلك للسلع والخدمات التي تقدم له عن طريق

---

[١] المرجع السابق.

[٢] المرجع السابق

[٣] سمية ديمش : التجارة الالكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر, **رسالة ماجستير غير منشور**,(الجزائر:وزارة التعليم العالي والبحث العلمي,جامعة منتوري – قسنطينة–عام ٢٠١٠/٢٠١١), ص١٦٩.

الوسائط الإلكترونية أو أن تكون الخدمة ذاتها خدمة الكترونية .وعلى ذلك لم نجد في النصوص التي احتواها القانون التجاري الليبي أي أحكام خاصة تتعلق بالسلع والخدمات الإلكترونية وما يجب أن يحكمها من قواعد من أجل تحقيق الحماية اللازمة لمستهلكها[1].

كذلك الحال بالنسبة لقانون حماية حقوق المؤلف الليبي رقم ٩ لعام ١٩٦٨ فلم يفرد المشرع الليبي في هذا القانون أي أحكام تتعلق ببرامج الحاسب الآلي وقواعد البيانات.

ونخلص مما سبق بالاتي :

قد خطت دول شمال أفريقيا خطى متعاونة في سن القوانين اللازمة في موضوع الفضاء الالكتروني ، فمنها من قارب على وضع منظومة تشريعية شبه متكاملة في هذا الخصوص كما هو الحال في تونس، ومنها من أصدر بعض التشريعات الهامة في هذا المجال كما هو الحال في المغرب والجزائر، ومنها من أصدر الحد الأدنى من القوانين التي أرثاها المشرع عنده أنها ضرورية مرجئًا إصدار القوانين الأخرى لوقت قادم كما هو الحال في مصر، ومنها من ارتأى عدم لزوم إصدار غالبية تلك التشريعات الإلكترونية في الوقت الحالي كما هو الحال في ليبيا.

ثالثا : المتطلبات المالية:

تشمل أهم المتطلبات المالية للتجارة الإلكترونية قضية الرسوم الجمركية والضرائب,والتي تواجه تحديات اهمها التحول الي نظم السداد والدفع الالكتروني,حيث يوجد اتجاه عالمي لهذا التحول , وانتشار الشركات متعددة الجنسيات كما يلي.

---

[1] اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (الإسكوا) ,إدارة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات,مرجع سابق,ص١٧

قضية الرسوم الجمركية والضرائب:

تعد التجارة الإلكترونية تجارة في الخدمات تخضع من حيث قواعد التجارة الدولية إلى اتفاقية الجاتس الخاصة بالخدمات، وهي تلغي فكرة الموقع أو المكان بالنسبة للنشاط التجاري. وهي بذلك تثير مشاكل تحديد النظام القانوني المختص في أكثر من مسألة ومن ضمنها مسألة فرض الضرائب والجمارك على هذا النمط الجديد والذي يتطلب استراتيجيات ضريبية وجمركية مختلفة في المتابعة والكشف لما تثيره قواعد محاسبتها والدخل المتأتي منهما من تحديات ومشكلات، هذا إلى جانب حاجة المسائل الضريبية على هذا النوع من التجارة إلى تعاون وتنسيق إقليمي ودولي بسبب الطبيعة العابرة للحدود لصفقات التجارة الإلكترونية.

وتعتبر قضية الرسوم الجمركية والضرائب أهم الموارد السيادية للدولة وخصوصا في دول شمال افريقيا,وتجد الحكومات في هذه الدول بعض الصعوبات ,ومما يزيد الامر صعوبة في التشريع الضريبي في هذه الدول, أن السيادة الضريبية على مستوى العالم تتحدد في الفكر التقليدي على أساس إحدى مبدأين[1]:

مبدأ إقليمية الضريبة: أي أن تفرض الدولة الضريبة على الدخل الذي يتحقق من مصادر داخل إقليمها بغض النظر عن جنسية الممول.

مبدأ عالمية الإيراد: أي أن تفرض الدولة الضريبة على الدخل الذي يحققه الممول الذي ينتمي إليها بغض النظر عن مصدر تحقق الدخل.

---

[1] رمضان صديق محمد، **المعاملة الضريبية للصفقات التي تتم عبر شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) أولى المشكلات الضريبية في القرن القادم**، المؤتمر الضريبي الأول بعنوان، الضريبة والقرن الواحد والعشرين، ١٢:١٣ ديسمبر ١٩٩٩.

والمعالجة الضريبية لانماط التجارة الالكترونيية يقع بينهما , فبينما يحرم مبدأ إقليمية الضريبة الدولة من فرض ضريبة تمثل عائداً للدولة من ممول يحقق دخلا عبر التجارة الالكترونيية من خلال عمله كوسيط بين مؤسسات موجودة خارج حدود الدولة أو الإقليم ,على اعتبار أن تحقق الدخل يرتبط بمحل تواجد الشركات .وعلى العكس فإن عالمية الإيراد تسمح بفرض ضريبة على دخل الممول بغض النظر عن المنشأ سواء تحقق داخل الدولة أو خارجها[1].

كما يوجد ايضا اتجاهين لفرض الضرائب على السلع والخدمات عبر التجارة الإلكترونية او عدم فرضها ,فا الإتجاه الأول يرى أن العدالة هي أن يتساوى مستوى تحصيل الرسوم الجمركية والضرائب بين السلع التي يتم تداولها عبر الإنترنت والسلع التي يتم تسليمها بالأساليب التقليدية,وهو اتجاه الدول النامية وبعض دول أوربا ,والاتجاه الثاني والتي تتوجه إليه الولايات المتحدة الأمريكية وبعض الدول المتقدمة، يرى إلغاء كل أنواع الضرائب والرسوم الجمركية على المعاملات الإلكترونية، التي يتم تنفيذها بالكامل على شبكة الإنترنت بما فيها أعمال التسليم[2].

والتشريعات الضريبية الحالية في دول شمال افريقيا قد لا تتلاءم نصوصها مع وجوب فرض الضريبة على الصفقات والمعاملات التى تتم من خلال التجارة الإلكترونية والأرباح الناتجة عنها , بإعتبار أنها تنصب أساساً على الصفقات والمعاملات المتعلقة بالتجارة التقليدية التى تختلف فى كثير من الأمور عن التجارة الإلكترونية مما يتطلب محاولة التعرف

---

[1] محمد عادل عبد العزيز: **التجارة الالكترونيية والفكر المحاسبي** ,(القاهرة: شركة الوسيط التجاري, طبعة اولى,٢٠٠٥), ص ص٧٠,٧١.

[2] أحمد عبد الله العوضي: العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية,(الكويت: **مجلة الاقتصاد والمجتمع** , العدد 6 لعام ٢٠١٠),,ص١٧٩.

على كيفية معاملة الصفقات التى تتم من خلال التجارة الإلكترونية والأرباح الناتجة عنها من الناحية الضريبية , والإجراءات اللازمة لمتابعة هذه الصفقات وتقديرها .ومايقابل ذلك من تحديات اهمها تحدي البيئة الرقمية ذاتها(الانترنت) والتي تزيد من سهولة التهرب الضريبي,. و صعوبة حصر مجتمع الممولين , الذين يمارسون نشاطهم التجارى الصناعى أو الخدمى أو المهنى من خلال شبكة الإنترنت بجانب صعوبة تحديد هوية الافراد او الشركات العاملة في الانشطة القابلة لفرض الضرائب عليها ومعرفة عنوان المنشأه وكيانها القانونى, وعدم توافر أدلة الإثبات المادية الملموسة لتعاملات التجارة الإلكترونية [١] .

كذلك تزيد الانترنت من الصعوبات التي تواجهها الاجهزة الضريبية وذلك عن طريق تعطيل قدرة التجار والمصرفيين وغيرهم من الوسطاء الذين يلعبون اليوم دورا هاما في جباية الضرائب او في توفير معلومات التجارة الإلكترونية.[٢]

بجانب وجود فجوة فى التشريع الضريبى الذى تم صياغته وفقاً لطبيعة المعاملات التجارية التقليدية ,ومستحدثات تكنولوجيا المعلومات، الأمر الذى يخضع المستهلك للضريبة وفقاً للتجارة التقليدية وعدم إخضاعه عندما يشترى نفس السلعة أو الخدمة إلكترونياً, مما يؤدي الي عدم تحقق العدالة الضريبية . مما يجعل الصناعات التي لا تعمل في

---

[١] الهام محمد الصحابي عبد الغفار : المعالجه الضريبيه للصفقات التي تتم من خلال التجاره الالكترونيه ,المشكلات ومقترحات العلاج , **رساله ماجستير غير منشورة** ,(القاهرة : جامعة عين شمس , كلية التجارة , ٢٠٠٤).

[٢] المركز الوطني للمعلومات : **مادة معلوماتية عن التجارة الالكترونية** ,(الجمهورية اليمنية ,مايو 2005, ص ص٤٧:٤٥.

مجال التجارة الإلكترونية تشعر بعدم العدالة في معاملتها أسوة بشركات التجارة الإلكترونية [1].

ومن المشاكل التي تواجه التجارة الإلكترونية مايلي:

أ- قضية التحول الي النقود الإلكترونية:

وتحل النقود الإلكترونية بمرور الزمن محل النقود الحقيقية في معاملات الافراد، الامر الذي سوف يزيد من الصعوبات التي تواجهها السلطات القائمة علي الضرائب, وهو مايشكل مخاطرة في تحصيل كل من ضريبة الدخل وضريبة المبيعات ، وتتفاقم هذة المشكلة لوصار ممكنا تسليم المدفوعات بالنقود الإلكترونية عبر الانترنت نتيجة إتجاه التطبيقات الحديثة لفكرة المال الرقمي [2].

ب-التحدي الناشيء عن طبيعة عمل وادوات الشركات متعددة الجنسية:

والنوع الاخر من التحديات التي تواجة السلطات الضريبية والجمركية يكمن في المعاملات التجارية داخل الشركات متعددة الجنسية التي تعمل في دول مختلفة ومنها دول شمال افريقيا، وقد تزايدت اهمية هذه المشكلة مؤخرا نظرا للنمو السريع في التجارة الدولية ولاسيما في المعاملات التجارية داخل الشركات متعددة الجنسية ، ويثير هذا النوع من التجارة مشكلات لسلطات الضرائب بسبب احتمال اساءة استخدام اسعار التحويل من جانب هذه الشركات بما في ذلك القروض المتبادلة فيما بينها وتوزيع المصاريف الثابتة

---

[1] Peter Keen.، Graig Balance، Sally Chan.، and Steve Schrump، **Electronic Commerce Relationships: Trust by Design** (Prentice-Hall PTR، New Jersy) .1999.

[2] المركز الوطني للمعلومات, مرجع سابق ,ص١٤٢

وتحديد قيمة العلامات التجارية وبراءات الاختراع، وهناك شواهد علي قيام بعض المؤسسات بالتلاعب في الاسعار لنقل الارباح من اوعية عالية الضريبة الي اوعية اخري منخفضة الضريبة.

ونستطيع أن نستخلص من ذلك أهم المشاكل الضريبة التي تقابلها دول شمال افريقيا بالنسبة للتجارة الإلكترونية ,اهمها تقليص إيراد الضريبة وخصوصاً في حالة بيع الكتب والبرامج إلكترونياً وأعمال الصرافة التي تختفي تدريجياً الأمر الذي يبرر للحكومات وضع بعض القيود التي بدورها تحد من انتشار التجارة الإلكترونية .

الخاتمة:

تناولت الدراسة مفهوم التجارة الإلكترونية من عدة مداخل مختلفة تتناول ماهيتها حيث تحتوى على النشاط التجارى، والدعائم الإلكترونية والتدويل ومن ثم العولمة, كما تناولت الدراسة سمات التجارة الإلكترونية ومن اهمها :إختفاء الوثائق الورقية في المعاملات التجارية, بيع وشراء وتسليم المنتجات إلكترونيا, السرعة والبساطة ,معايير عالمية,وفرص تسوقية وزيادة المبيعات والصادرات,إنخفاض النفقات والمصاريف, تحكم أفضل في إدارة المخزون ,زيادة معدلات التنمية الاقتصادية ,كثافة المعلومات.

كما تطرقت الدراسة الي أنماط التجارة الإلكترونية حسب طبيعة وهوية الأطراف الأساسية المعنية بالتعامل التجاري ,حيث شملت: التعامل بين مؤسسات الأعمال , التعامل بين مؤسسة الأعمال والمستهلك,التعامل بين مؤسسات الأعمال والحكومة ,التعامل بين المستهليكين ,التعاملات بين الأفراد و الحكومات,التعاملات بين الاجهزة الحكومية ,التعامل عبر جهاز الهاتف النقال .

وتناولت الدراسة متطلبات التجارة الإلكترونية لدول شمال افريقيا والتي تشمل : متطلبات البنية التحتية ,ومن اهمها الانترنت ,ونسبة الخوادم الأمنة, والمحتوى الرقمي العربي ومدى توافر الأيدي العاملة متعددة المهارات في كافة المجالات المتصلة بالإنترنت.

كما تناولت الدراسة التطور التشريعي للتجارة الإلكترونية في دول شمال أفريقيا, وبينت الدراسة أن دول شمال أفريقيا خطت خطى متعاونة في

سن القوانين اللازمة في موضوع الفضاء الالكتروني ، فمنها من قارب على وضع منظومة تشريعية شبه متكاملة في هذا الخصوص.

واخيرا اظهرت الدراسة اهم المتطلبات المالية وهي قضية الرسوم الجمركية والضرائب,والتي تواجه تحديات اهمها التحول الي نظم السداد والدفع الالكتروني.