

الآثار الاقتصادية للتجارة الإلكترونية على العلاقات الاقتصادية الدولية
مع رؤية اقتصادية إسلامية

**The economic effects of e-commerce on international economic relations
With an Islamic economic vision**

محمد بن غازي الحبشي

Muhammad Ghazi

المملكة العربية السعودية

1444-2022

مستخلص البحث:

تعتبر التجارة الإلكترونية من أهم نتائج ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، لكونها تعتمد على وسائل الاتصال الحديثة، والشبكات الدولية متعددة الأطراف، ولها آثار اقتصادية هامة على العلاقات الاقتصادية الدولية، وقد خلص البحث إلى العديد من التوصيات والمقترحات لتفعيل دور التجارة الإلكترونية في حركة التبادلات سواء محلياً أو دولياً، ومنها:

1. ضرورة توفير بنية تحتية أساسية قوية لتقديم خدمة الإنترنت المجانية للمواطنين، ودخولها في مختلف مراحل التعليم، ويجب أن تكون هناك إدارات متخصصة لتطوير السياسات التجارية، وكذلك تفعيل عمليات التصدير بين الدول العربية.
2. إبرام الاتفاقيات الدولية لحماية التجارة الإلكترونية، ومكافحة الجرائم المرتكبة.
3. إنشاء شبكة دولية لتبادل المعلومات حول الأمن في مجال التجارة الإلكترونية.
4. اعتماد التوقيع الإلكتروني، باعتبار أنه من خلاله يمكن إبرام عقود التجارة الإلكترونية حتى يتمكن التجار في مجال التجارة من العمل، ولديهم ما يكفي من اليقين القانوني.
5. ضرورة سن تشريعات تتعلق بالتجارة الإلكترونية، لا سيما فيما يتعلق بتنظيم مراحل التعاملات الإلكترونية، ومكافحة الاحتيال، وحماية المستهلكين، والبيانات الشخصية، وتحديد الجهات المسؤولة عن القانون للتصديق الإلكتروني.
6. يقر الاسلام التجارة بصفة عامة والتجارة الإلكترونية باعتبارها وسيلة تسهل التبادل وترفع الحرج وتوفي اليسر في التعاملات والتبادل السلعي والخدمي في المجتمع وتسهم في اشباع حاجته وتوفير مستلزماته المتنوعة (سلع وخدمات وانتقال رأس المال).

abstract

E-commerce is considered one of the most important results of the information and communication technology revolution, as it relies on modern means of communication and multilateral international networks, and has important economic effects on international economic relations. internationally, including

1- The need to provide a strong basic infrastructure to provide free internet service to citizens, and its inclusion in the various stages of education, and there must be specialized departments for developing trade policies, as well as .activating export operations between Arab countries

Conclusion of international agreements to protect electronic commerce and
2.combat crimes

3-Establishing an international network for the exchange of information on .security in the field of electronic commerce

4-Adopting the electronic signature, given that through it electronic commerce contracts can be concluded so that merchants in the field of commerce can .operate, and they have sufficient legal certainty

5-The necessity of enacting legislation related to electronic commerce, especially with regard to regulating the stages of electronic transactions, anti-monopoly, consumer protection, personal data, and identifying the legal authorities responsible for electronic certification

6- Islam recognizes trade in general and electronic commerce as a means that facilitates exchange, raises embarrassment, provides ease in transactions and exchange of goods and services in society, and contributes to satisfying its needs and providing its various requirements (goods, services and capital transfer

الكلمات المفتاحية:

التجارة الإلكترونية – الاقتصاد الإسلامي – العلاقات الاقتصادية الدولية

International economic relations-Islamic economy -Electronic commerce

مقدمة:

يشهد العصر الحالي ثورة كبيرة في مجال تكنولوجيا المعلومات، مما أدى إلى تسريع عمليات التنمية، والتقدم بشكل غير مسبوق في جميع مناحي الحياة على مستوى العالم، وأصبحت مواكبة التطورات المتلاحقة مطلب أساسي لضمان الاستمرارية، والبقاء في هذا العالم الذي يتم التعامل في معظم مكوناته من خلال التكنولوجيا وتطبيقاتها، وانتشار استخدام الأنظمة الإلكترونية، وإدخال الأساليب الإدارية الحديثة لتحسين أداء العمل، وزيادة السرعة والدقة في إنجاز المعاملات (1)، وتعد التجارة الإلكترونية إحدى مفاهيم وأساليب الأعمال الحديثة التي ظهرت في عصرنا الحاضر، وتستخدم لإدارة أعمال الأفراد والمنظمات، وهي مرتبطة بنظام أعمال يتم تنفيذه من خلال البرامج الإلكترونية، وشبكات الاتصال.

إن وظيفة ممارسة الأعمال التجارية تتم من خلال استخدام الأنظمة والمعدات والبرمجيات الإلكترونية، التي تعتبر من المكونات الأساسية للتجارة الإلكترونية، إذا فالتجارة الإلكترونية وسيلة لتغيير العلاقات التجارية على نطاق عالمي، لأنها تمنح الشركات كفاءة ومرونة في التحكم في العمليات الداخلية، وتمنحها فرصة التواصل الجيد مع العملاء، وتلبية احتياجاتهم، وبالتالي اختيار الأفضل بغض النظر عن موقعهم الجغرافي، لأن العملاء متواصلون في جميع أنحاء العالم بهذه المؤسسات والقطاعات، بسبب الانفتاح على السوق العالمية

وللحصول على الآثار المتوقعة، تتطلب التجارة الإلكترونية إنشاء نظام تشريعي متكامل، من أجل تأمين المعاملات، وتسهيلها على الشبكة العالمية للمعلومات، مما يساهم في مكافحة جرائم المعلومات والأنشطة غير القانونية، وتحديد الجهات التي ينظم القانون مسؤولياتها عن التصديق على التوقيعات الإلكترونية، وإصدار اللوائح القانونية المناسبة لعملها، لكل هذا تمثل التجارة الإلكترونية العمود الفقري للتواصل العالمي ؛ لذا آثرت أن يكون موضوعي بعنوان: "الآثار الاقتصادية للتجارة الإلكترونية على العلاقات الاقتصادية الدولية مع رؤية اقتصادية إسلامية".

الباحث

(1) أحمد أمينة، (2016)، حماية المستهلك في عقود الإلكترونية - دراسة مقارنة (ط. مصر، دار النهضة العربي، ص12

مشكلة الدراسة:

في الوقت الذي نلاحظ فيه أن الدول المتقدمة قد أحرزت تقدماً كبيراً في مجال التجارة الإلكترونية، نلاحظ من ناحية أخرى أن الدول النامية ما زالت غير متقدمة في هذا المجال حتى وقت قريب، الأمر الذي جعل منظمات الأعمال و

الشركات في هذه الدول تتراجع في أدائها ، وتعاني من الخوف والقلق في استخدامها للتجارة الإلكترونية ، مما يتطلب المزيد من التخطيط والتنظيم العلمي لهذا الأمر ، وبالطبع مواجهة التحديات المتزايدة، مما يسهم في توفير بيئة مواتية لذلك ، ويفتح الطريق أمام الدول النامية للاستفادة من التقدم التقني المتاح في هذا المجال ، والذي بلاشك له مردود قوي على تحسين الأداء الاقتصادي على مستوى الاقتصاد العالمي ، ويعضد العلاقات الدولية الاقتصادية ، ويسهم في الحد من الأزمات المالية والاقتصادية التي تعرقل مسيرة العالم في طريقه لحل مشاكله الاقتصادية المتعددة ، وقد تركزت إشكالية هذه الدراسة في الأسئلة التالية:

1. ما مفهوم التجارة الإلكترونية، والعلاقات الاقتصادية الدولية؟
2. ما آليات تطوير التجارة الإلكترونية، وحجمها في التجارة الدولية؟
3. ما أثر التجارة الإلكترونية على تدفقات وتحسين القدرة التصديرية؟
4. ما اثر التجارة الإلكترونية على العلاقات الاقتصادية الدولية؟
5. ماهي المقترحات والمعالجات لتطوير التجارة الإلكترونية وتفعيل دورها الدولي؟

فرضيات الدراسة:

تفترض الدراسة ما يلي :

- 1- للتجارة الإلكترونية أثر واضح على العلاقات الاقتصادية الدولية
- 2- للاقتصاد الإسلامي رؤية جلية في العلاقة بين التجارة الإلكترونية والعلاقات الاقتصادية الدولية
- 3- العلاقات الاقتصادية من الأهمية بمكان ولذا تسعى الدول لتعزيزها

أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة أهميتها من أهمية الموضوع محل الدراسة، حيث تساعد الدراسة في إبراز الآثار الهامة لاستخدام التجارة الإلكترونية في مختلف الأعمال التجارية التي أصبحت بوابة لتحسين أداء الأعمال بشكل عام ، بالإضافة إلى تحسين جودة ذلك الأداء ، وتعكس الدراسة مدى توافر العوامل والمتطلبات الداعمة اللازمة للاستخدام الناجح للتجارة الإلكترونية ، لمعالجة والحد من الحواجز التي تؤدي إلى إبطاء الأعمال ، وتعطيل المصالح التجارية عالميا

منهجية الدراسة:

- أ- منهجية التحليل: تتبع الدراسة المنهج الاستقرائي الذي يستند على الوقائع والأصول من مصادرها الاصلية، وتحليل واستنباط الأفكار التي تخدم قضية البحث.
- ب- مصادر البيانات: المصادر الاصلية المتعلقة بالاقتصاد الإسلامي ومكوناته من كتب التراث المعتمدة.
- ج- حدود الدراسة: الحدود الموضوعية تتمثل في تصور أثر التجارة الالكترونية على العلاقات الاقتصادية الدولية

أهداف الدراسة:

1. التعرف على مفهوم التجارة الالكترونية، والعلاقات الاقتصادية الدولية.
2. بيان آليات تطوير التجارة الالكترونية، وحجمها في التجارة الدولية.
3. الوقوف على أثر التجارة الالكترونية على تدفقات وتحسين القدرة التصديرية.
4. تقديم المقترحات والمعالجات لتطوير التجارة الالكترونية وتفعيل دورها الدولي.
5. لقاء الضوء على رؤية الاقتصاد الإسلامي للتجارة الإلكترونية وتكييفها

المبحث الأول- الإطار النظري والدراسات السابقة

أولاً- الإطار النظري:

تعكس الدراسة مدى توافر العوامل والمتطلبات الداعمة اللازمة للاستخدام الناجح للتجارة الإلكترونية، لمعالجة والحد من الحواجز التي تؤدي إلى إبطاء الأعمال ، وتعطيل المصالح التجارية عالمياً ، مما يسهم في تحسين مستوى الأداء ، وزيادة كفاءة العاملين ، وتقديم أفضل الخدمات للعملاء في أسرع وقت ممكن ، وبأقل تكلفة ، وبأقل جهد بفضل تقنية المعلومات ، والتواصل الفعال والإنترنت ، هذا وهو ما يبرز ميزتها التنافسية.

ثانياً- الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: (عثمان، 2018):

بعنوان: أثر التجارة الإلكترونية على نجاح المنظمات"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على بيئة التجارة الإلكترونية، ومقارنتها ببيئة التجارة التقليدية، ومعرفة مدى كيفية التعامل مع تلك البيئة ، وحصر المشكلات في ظل هذه البيئة إن وجدت، واقتراح بعض التوصيات التي تساهم في حلها.

كما اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وأسلوب دراسة الحالة، وكذلك تحليل نتائج الدراسة (الاستبانة) باستخدام برنامج (spss) حيث تم توزيع (50) استمارة ، وقد توصل الباحث لعدة نتائج من أهمها إن التجارة الإلكترونية في واقع الأمر تختلف عن الإدارة التقليدية في قدرتها على تسريع وتبسيط أسلوب تقديم الخدمة .

الدراسة الثانية: المخامرة (2017):

بعنوان أثر تبني التجارة الإلكترونية في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة تطبيقية على الخطوط الجوية الملكية الأردنية،

هدفت هذه الدراسة إلى بيان أثر تبني التجارة الإلكترونية في اكتساب الميزة التنافسية في الخطوط الجوية الملكية الأردنية، حيث اعتمد الباحث على تأثير عناصر التجارة الإلكترونية، وسهولة الاستخدام، وعناصر الفعالية من حيث التكلفة. لتحقيق أهداف الدراسة، واختبار فرضياتها.

كما تم استخدام المنهج الوصفي من خلال استبيان كان بمثابة خدمة جمع المعلومات الرئيسية التي تم تشكيلها.

وقد وزعت فقرات على عينة مجتمع الدراسة المتكونة من موظفين بلغ عدد هم (140) موظفاً وموظفة، يشغلون مناصب متنوعة، كما استخدمت الدراسة العديد من الأساليب والطرق الإحصائية.

وقد خلصت الدراسة إلى أن تبني التجارة الإلكترونية له أثره على الميزة التنافسية للخطوط الجوية الملكية الأردنية، وكشفت الدراسة أن التجارة الإلكترونية تمثل أهم العوامل للحصول على الميزة التنافسية.

المقارنة بين دراستي والدراسات السابقة:

تمثل دراستي إضافة للدراسات السابقة، وتسد ثغرة فيها، حيث اقتصرت الدراسات السابقة على بيان بعض الآثار وبعضها اقتصر على أثر واحد، ولكن دراستي تبنت التعرف على الآثار المتعدد للتجارة الإلكترونية، كما أن سنوات الدراسات السابقة مختلفة عن سنوات بحثي وهي دراسة معاصرة مما يصفها يمكنها بمتابعة اخر التطورات في هذا المجال.

الدراسة الثالثة: (امداح 2006): جاءت هذه الدراسة بعنوان " التجارة الإلكترونية من منظور الفقه الإسلامي ، للباحث احمد امداح ، جامعة الحاج لخضر باتنة ، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية ، قسم الشريعة ، 2006 وقد تناول الباحث هذا الموضوع من تقسيمه إلى ثلاثة فصول خصص الفصل الأول لبيان مفهوم التجارة الإلكترونية وخصائصها وانواعها ، بينما خصص الفصل الثاني لبيان مراحل تنفيذ التجارة الإلكترونية وأنظمة الدفع والسداد ، ثم خصص الفصل الثالث لبيان مرجعية التجارة الإلكترونية في ضوء مبادئ الفقه الإسلامي ، وقد اجاب الباحث على تساؤلات بحثه حيث بين مشروعية التجارة الإلكترونية ومبادئها، وقيم مفهومها ، وسرد الضوابط الفقيه اللازمة لقيامها .

المقارنة بين دراستي والدراسة السابقة:

تفترق دراستي عن تلك الدراسة بكونها تعد لبنة مضافة بعد هذه الدراسة حيث تصدت الدراسة السابقة المذكورة لبيان مفهوم ووضع ضوابط للتجارة الإلكترونية، لتكمل دراستي البناء ببيان هو أثر لتجارة الإلكترونية هذه على العلاقات الاقتصادية الدولية هو ما بنيت في ثنايا هذا البحث

المبحث الثاني: مفهوم التجارة الإلكترونية، والعلاقات الاقتصادية الدولية، وأهميتها، وتأصيلهما، وفيه ثلاثة مطالب:

المطلب الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية وأهميتها.

قبل بيان مفهوم التجارة الإلكترونية كوسيلة للتبادل التجاري أبين مفهوم التجارة بصفة عامة فيما يلي:

مفهوم التجارة:

التجارة في اللغة:

1- التجارة مأخوذة من تجر يتجر تجرا، وتجارة: أي باع وشري، واتجر، وهي مصدر دل على المهنة وقيل هي "تقليب العروض بقصد الأرباح"، أو هي عبارة عن عقد، وهو من التعاقد والتعاهد والالزام (1).

التجارة في الاصطلاح الفقهي:

عرفها الامام الجرجاني " شراء شيء لبيع بالربح " (2).

وقيل هي " التصرف في رأس المال طلبا للربح (3) وقيل هي تقليب المال بغرض الربح (4).

2- وقيل " نتيجة تلاقي ارتباط الايجاب مع قبول من البائع والمشتري "

3- مفهوم التجارة الإلكترونية:

وعن التجارة الإلكترونية فقد تم التوسع في استخدام مصطلح التجارة الإلكترونية مؤخرا ليشمل مختلف القطاعات الاقتصادية في جميع دول العالم، كما قد ظهرت مفاهيم متعددة للتجارة الإلكترونية باعتبارها مصطلحا حديثا يمكن أن نذكر منها ما يلي:

(1) لسان العرب، 4/88، ط:1، دار صادر، بيروت.
(2) الجرجاني، التعريفات ص72، 1، دار الكتاب العربي، بيروت، 1985.
(3) الموسوعة الفقهية، 10/151، وزارة الأوقاف الكويتية، (4) المفردات في غريب القرآن ص73

(4) - العروس من جواهر، محمد بن محمد بن عبد الرزاق المرتضى الزبيدي الناشر: طبعة الكويت ط: 2 ص33

1- التجارة الإلكترونية: هي " أي معاملة تجارية تتم من خلال الاتصالات، التي تستخدم تقنية المعلومات، وأسلوب التوثيق الإلكتروني بدلاً من الورق، بل تتم من خلال سلسلة من النبضات، فهي ليست عملية شكل جديد من التجارة، بل وسيط جديد لنفس تجارة السلع والخدمات.

2- وقيل هي " استخدام وسائل غير تقليدية لإبرام العقود، أو إثبات المعاملات"، لأنها تقلل من الحاجة إلى المستندات الورقية، ويمكن الاستغناء عن العملة التقليدية، واستبدالها بالنقود الإلكترونية، وتبادل المعلومات بالوسائل الإلكترونية".

3- وقيل هي " جميع أشكال المعاملات التجارية التي تتم إلكترونياً، عبر شبكات الاتصال، بما في ذلك المعاملات بين الشركات فيما بينها، أو بين الشركات وعملائها، أو بين الشركات والوزارات".

4- كما عرفتها منظمة التجارة العالمية (WTO) بأنها: " مجموعة متكاملة من عمليات الإنتاج، والترويج، والبيع، والتوزيع للمنتجات من خلال شبكات الاتصالات".

5- عرفها (KIM&Peterson,2017) بكونها " عمليات التعريف للبضائع والخدمات ثم تنفيذ عمليات عقد الصفقات، وإبرام العقود ثم الشراء والبيع لتلك البضائع والخدمات، ثم سداد القيمة الشرائية عبر شبكات الاتصال المختلفة سواء الانترنت، أو غيرها من الشبكات التي تربط بين المشتري والبائع. "إن ما يؤكد أهمية التجارة الإلكترونية المزايا التي تتمتع بها وتتميز بها عن التجارة التقليدية، من زيادة المبيعات وخفض التكلفة.

وقيل هي " ارتباط ايجاب بقبول على وجه يظهر أثره في المعقود عليه دون حضور مادي لطرفيه وذلك باستخدام وسيلة الكترونية للاتصال عن بعد كلياً او جزئياً ". (4)

وقد عرفتها منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية بكونها: " عملية انتاج وتوزيع وبيع وترويج المنتجات من خلال شبكة اتصال " (5)

نخلص من هذا الي تعريف للتجارة الالكترونية هو " هي عملية شراء وبيع السلع والخدمات، واجراء بالتحويلات المالية، ونقل البيانات والمعلومات باستخدام وسيط إلكتروني ".

أري ان هذا التعريف قد اوفي بالغرض المراد لإيجازه، ولشموله وتحديده للمعني المراد بدقة.

¹ طلال أبو غزالة ، 2002، التجارة الالكترونية " المستقبل القادم للثورة المعلوماتية ، مقالة بجريدة القيس الكويتية ،ص7.
¹ رأفت رضوان ، ورشاد عوض ، ولاء الحسيني ، 2000 ، الضرائب في عالم الأعمال الالكترونية ، مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية ، المعهد العربي للتخطيط ، الكويت ، المجلد الثاني ، العدد الثاني ، ص10.

(4)د. عبد العزيز فرج " التعاقد بالوسائل المعاصرة ،دراسة فقهية مقارنة ، ط1، 1010-2011،ص260



المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة التخصصات
العدد الثامن والخمسون شهر (٤) ٢٠٢٣

(5) تقرير منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية لعام 2021

ثانياً: أهمية التجارة الإلكترونية:

يمكن ايجاز أهمية التجارة الإلكترونية فيما يلي:

1. انخفاض التكلفة المادية: نظراً لكون الأمر لا يحتاج سوى مجرد تصفح على موقع تجاري، لكونه أداة لتنفيذ عمليات الشراء والبيع للمنتجات والتحويلات المالية، ونقل البيانات في وقت وجيز، وبتكلفة أقل، وتدفق أيسر للتبادل التجاري (1).

2. تعد إحدى نتائج اختراعات العصر الحديث؛ التي أتاحت تحقيق أرباح لم تكن متوقعة من قبل، عن طريق التجارة التقليدية، وذلك بسبب التكلفة المنخفضة لعملية التسويق.

3. تحقيق إيرادات أكبر من تلك التي يتحصل عليها من التجارة التقليدية.

4. سهولة عرض المنتجات الأكثر مبيعا، لعدم وجود قيود، حيث لم تعد التجارة الإلكترونية بحاجة إلى ترخيص في الدول الأجنبية لتمكن من بيع منتجاتها.

تاريخ التجارة الإلكترونية:

بدأت تطبيقات التجارة الإلكترونية في بداية السبعينات من القرن الماضي، من خلال تطبيقات تحويلات الأموال، وإن كانت البداية في التحويلات بين الشركات العملاقة، لكن كانت تتم أيضا بين بعض الشركات الصغيرة، وما لبث الأمر إلا أن ظهرت تطبيقات جديدة أخرى مثل بيع وشراء الأسهم، وتذاكر السفر من خلال الانترنت وغيرها من الخدمات (2).

ومنذ بداية التسعينات بدأ الانترنت ينتشر بصورة كبيرة، لاسيما مع تطور الشبكات والبروتوكولات والبرمجيات، ومع حلول عام 1999، بدأت التجارة الإلكترونية تزدهر من خلال الكثير من التطبيقات التي أصبحت تحاكي بل تفوق الوسائل المتاحة للتجارة التقليدية من الإعلان وغيره، خاصة بعد تحويل الولايات المتحدة الأمريكية لإدارة والاشرف على الشبكات الإلكترونية من الهيئة القومية للعلوم إلى القطاع الخاص، وذلك مع بداية ابريل من عام 1995.

أقسام التجارة الإلكترونية:

تنقسم التجارة الإلكترونية إلى قسمين رئيسيين هما:

1. تجارة الكترونية من شركات الى شركات:

يفيد هذا النوع في اتاحة التسويق للشركات في مختلف الدول خلال ساعات الليل والنهار، مما يوفر لها ميزة التواجد، والوصول إلى العملاء في أقل وقت، وبأقل تكلفة، وأيضاً تخفيض مصروفات الشركات، ويؤكد ذلك أن تكاليف صيانة الأسواق التقليدية تزيد كثيراً عن تكاليف صيانة المواقع الإلكترونية، كما أن التواصل الفعال بين العملاء يتحقق بصورة أيسر وأدق، من خلال الوسائل الإلكترونية مما يمهد الطريق لاستفادة الشركات من منتجات الشركات الأخرى الموردة.

2. تجارة الكترونية من الشركات إلى الافراد:

حيث يمثل الشركات الطرف الأول بينما الطرف الثاني هو الافراد، ويقصد بالافراد هنا المستهلكون النهائيون ويقترّب هذا النوع من تجارة التجزئة بينما يقترّب النوع الأول من تجارة الجملة.

3. تجارة الكترونية بين الأفراد: ويردا بهم المستهلكون النهائيون ويتم ذلك من خلال طرف ثالث يوفر الخدمة لهؤلاء العملاء (1).

4. تجارة من المستهلك الى الشركات: كما هو الحال في بيع تصميم موقع الكتروني لشعار الشركة مثلاً، وهنا يتم التعامل من خلال طرف اول هو الفرد وطرف ثاني هو الشركة.

(1) عبد الفتاح بيومي: النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية – دار الفكر العربي ص15

(2) السامرائي زاهد عبدالحميد ، العبدلي سمير، (2011)، ادارة المبيعات والبيع الإلكتروني، دار اثراء، عمان

،الاردن.ص4

معوقات وتحديات تواجه التجارة الإلكترونية:

ضعف البنية الإلكترونية:

تتنوع التحديات التي تواجه الدول فيما يخص التجارة الإلكترونية خاصة في الدول النامية؛ حيث تعد بنيتها التحتية التكنولوجية ضعيفة إلى حد كبير، كما هو الحال في خطوط الاتصال وبروتوكولات الاتصال، كما أن مجالات البحث والتطوير لاتزال متواضعة، حيث لا يتجاوز الانفاق على البحث العلمي فيها نسبة 0.2% من إجمالي الناتج القومي، بينما تصل النسبة في الدول المتقدمة ما يقرب من 3%، كما أن الشراكة الاقتصادية بين الدول النامية والمتقدمة في هذا المجال لاتزال محدودة، وضعف ما لديها من تطبيقات تسهم في تطوير التجارة الإلكترونية بها ، وتعد الشراكة الاقتصادية مع الدول المتقدمة سبيل ناجح لتطوير هذا القطاع الحيوي في التجارة الدولية .

1. ضعف المهارات والخبرات والمعرفة الإلكترونية:

تعد المعرفة الإلكترونية من الأهمية بمكان لهضة قطاع التجارة الإلكترونية ، ولما كانت الدول النامية ليس لديها هذا الجانب المعرفي والتقني بالقدر الكافي(2) ، لزم انخفاض مستوى الخبرة المعرفية في هذا المجال تبعاً لذلك مما ترتب عليه ضعف أيضاً في ادراك فوائد التجارة الإلكترونية والقيمة المضافة لها على مستوى الاقتصاد الوطني للدول النامية(3) ، ومما لاشك فيه أن ينبغي على هذه الدول الانخراط وبأقصى ما يمكن من سرعة في هذا الجانب المعرفي الهام ، ونقل الخبرات من خلال التعاقدات والاتفاقيات والشراكات مما يعود بالنفع على الأداء الاقتصادي ، وعلى العلاقات الاقتصادية والمالية الدولية بالنمو والازدهار .

(1) عبد الفتاح بيومي: النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية – دار الفكر العربي ص15

(2) السامرائي زاهد عبدالحميد ، العبدلي سمير، (2011)، ادارة المبيعات والبيع الإلكتروني، دار اثراء، عمان ،الاردن.ص4

(3)عزه علي محمد الحسن، (2014)، عقود التجارة الإلكترونية وفقاً لنظام التعاملات الإلكترونية السعودي - مكتبة الرشد، ص22

(2) US department of treasury An introduction to the Electronic Money issues, washington DC, 1996,p,12

(http://www.j-bradford- (3) J. B radford Delong, Macroeconomics Implication of the "New Economy", May 2000. Available at delong.net/OpEd/virtual/ne_macro.html



المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة التخصصات
العدد الثامن والخمسون شهر (٤) ٢٠٢٣

المطلب الثاني: مفهوم العلاقات الاقتصادية الدولية، وأهميتها:

مفهوم العلاقات الاقتصادية: يراد بها "دراسة وتحليل التفاعل المتبادل بين اقتصادات دولتين أو مجموعة دول". وتكون نتيجة للتبادل التجاري بين الدول او بين الدول والمنظمات الدولية ذات الصبغة الاقتصادية، مما يعني أثر لانتقال وتحرك عناصر الإنتاج.

أهمية العلاقات الاقتصادية الدولية:

1. تعد المحرك الرئيسي والأساسي لكافة مناحي الحياة على الصعيد المحلي والعالمي.
2. تحدد مستوى التنمية الاقتصادية، وتحقق آثارها الاجتماعية والثقافية والسياسية.
3. تحقيق التعاون الاقتصادي بين الدول.
4. تعبر عن تشكيل لوحات اقتصادية متعاونة فيما بينها تهدف إلى تحقيق العوائد الاقتصادية التي تعود بالنفع على المجتمعات.
5. زيادة معدل النمو الاقتصادي، وحماية الاقتصادات المحلية من تداعيات الازمات المالية والاقتصادية العالمية (1).

وبالتالي نرى أنه حتى تستطيع الدولة أن تعظم من مكاسبها من خلال علاقاتها الاقتصادية الدولية فإنه يتعين عليها أن تقوم بتطوير وتفعيل علاقاتها الاقتصادية والمالية، على نحو يتلاءم مع التطورات الاقتصادية العالمية، مع تطوير وتحديث الصناعات الوطنية حتى يتسنى لها مواجهة المنافسة العالمية، وتطوير السياسات المالية لتكون متوازنة ومتناسقة؛ لتجنب أي اختلالات اقتصادية مستقبلية، وبالتالي تتحقق الأهداف والعوائد الاقتصادية من خلال تلك العلاقات.

(1) ثروت عبد الحميد، (2012)، التوقع الإلكتروني ماهيته - مخاطره وكيفية مواجهتها مدى حجته في الإثبات. (د.ط). مصر: دار الجامعة الجديدة، ص3

موضوع العلاقات الاقتصادية الدولية:

ان موضوع العلاقات الاقتصادية الدولية ينصب على الاهتمام بدراسة وتحليل التفاعل المتبادل بين اقتصاد دولتين ، أو مجموعة دول" ، ويعتبر تبادل السلع والخدمات ، وحركة رأس المال ، وانتقال العمالة التي تتم عبر الحدود ضرورية في مجال العلاقات الاقتصادية الدولية ، بخلاف العلاقات الاقتصادية الداخلية ، والتي تتم إما بين أشخاص طبيعية وطنية ، أو أشخاص اعتبارية توصف بالوطنية ، ويطبق على هذا النمط من العلاقات الاقتصادية القانون الوطني المناسب للتعامل المراد وما اذا كان استثمارا سلعيا او مشروعاً خدمياً ، ومن البديهي أن هذا القانون لا يطبق إلا على أشخاص محددين

بخلاف العلاقات الاقتصادية الدولية- محل الدراسة - حيث تعد نمطا ثانيا من العلاقات الاقتصادية، ويعتبر أكثر تطورا، وتشعبا من العلاقات الاقتصادية الوطنية؛ لأنه يحمل معنى الانفتاح العالمي على التجارة والشركات ذات الغرض التجاري مبينا الآثار القانونية المترتبة على النشاط التجاري بوجه عام، وعلى علاقات قانونية معينة بحسب شكلها أو مضمونها، كما يبين ذات القانون الأعمال الاقتصادية.

المطلب الثالث: تأصيل التجارة الإلكترونية، والعلاقات الاقتصادية الدولية في الاقتصاد الإسلامي:

إن مصطلح التجارة الإلكترونية مصطلح مركب تركيب إضافي من مصطلحين هما: "التجارة" "الإلكترونية".

وقد دل على مشروعية التجارة بصفة عامة القران الكريم قول الله تعالى " يا أيها الذين امنوا لا تأكلوا اموالكم بينكم بالباطل إلا أن تكون تجارة عن تراض منكم "(1) ، ومن السنة النبوية المباركة قول رسول الله صلي الله عليه وسلم " التاجر الصدوق الأمين مع النبيين والصديقين والشهداء (2)

وعن تأصيل فكرة التجارة الدولية فقد أباح الإسلام التعامل من خلال وسيلة إلكترونية بشروطها وفقا للمصالح المرسله، كما أن الالتزام بأخلاقيات التاجر المسلم، وضوابط المعاملات التجارية سمة مهمة في عرف التجارة الإلكترونية من الصدق، والأمانة، وعدم الغش، والتحلي بالأخلاق الإسلامية.

كما أن الالتزام بالأخلاق الإسلامية في «التجارة الإلكترونية، والتأكد من توافر أخلاقيات التجارة الإلكترونية المتوافقة مع الشريعة من الأمور الهامة؛ لأنها وسيلة للكسب في الإسلام، وتحتاج إلى بيان وتأسيس في ضوء الفقه الإسلامي، لما لها من أهمية لحاجة الناس إليها، ولما تشهده التجارة المعاصرة من تطور سريع، وسأتناول ذلك على النحو التالي:

مدي توافر ما حدده الإسلام من شروط للمبيعات في التجارة الإلكترونية:

حدد الإسلام شروطاً للأشياء المبيعة، وأبرزها التراضي، فلا يتم البيع والشراء إلا بالتراضي لقوله تعالى (إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ) وانطبق ما يشترط في البائع والمشتري كطرفي عقد، وأن يكون المبيع جائزاً، فلا يجوز بيع الأشياء والمحرمة، وأن يكون مملوكاً، أو مأذوناً في بيعه، فلا يجوز أن يبيع الشخص ما ليس في ملكه.

نخلص من هذا إلى إقرار الإسلام للتعاملات المالية والتجارة بالطرق التقنية الحديثة التي تسهل حياة الناس، وتيسر تعاملاتهم، ومنها بلاشك التجارة الإلكترونية.

ويشترط لانعقاد البيع مجموعة من الشروط؛ منها ما يتعلق بالعاقدين، ومنها ما يتعلق بالمعقود عليه، ومنها ما يتعلق بالصيغة، وفيما يلي بيان ذلك:

الشروط المتعلقة بالعاقدين:

يشترط في العاقدين، وهما البائع والمشتري، الشروط التالية:

1. أن يكونا أهلاً للتصرف؛ أي أن يكون العاقد عاقلاً مميزاً رشيداً حراً، واشترط الشافعية البلوغ؛ فلا ينعقد عندهم بيع الصبي لعدم أهليته.
2. أن يكون لهما ولاية على العقد؛ أي أن يكون العاقد مالكاً للمعقود عليه أو قائماً مقام ملكه، فيكون له سلطة تمكّنه من تنفيذ العقد، وترتيب آثاره عليه، إما أصالة عن نفسه، أو بالنيابة عنه.
3. أن يكون لهما حرية الاختيار؛ أي أن ينعقد العقد عن رضاً من العاقدين، فلا ينعقد عقد المكره إلا ما كان بحق، ولا شك أن التطبيقات التي يتم تلاقي الرغبات من خلالها توفر ذلك.



المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة التخصصات
العدد الثامن والخمسون شهر (٤) ٢٠٢٣

(1) (سورة النساء آية 29)

(2) الترمذي ج 3 ص 516 رقم 1209

الشروط المتعلقة بالمعقود عليه:

يشترط في المعقود عليه؛ أي السلعة والتمن، الشروط التالية:

1. أن يكون موجوداً حال العقد؛ لأن بيع المعدوم لا ينعقد لما فيه من الجهالة، كبيع الثمر قبل أن ينعقد على الشجر.
2. أن يكون مقدوراً على تسليمه؛ لأن ما لا يقدر على تسليمه لا يصح بيعه؛ لأنه معدوم، كبيع الطير في الهواء.
3. أن يكون مما يباح الانتفاع به؛ فلا يصح بيع ما لا نفع فيه، وبيع ما يحرم الانتفاع به؛ كالخمر والخنزير.
4. أن يكون معلوماً للمتعاقدين؛ لأن بيع المجهول يؤدي إلى النزاع والخصومة لما فيه من الغرر والجهالة
- 5- أن يكون ملكاً للبائع؛ فلا ينعقد بيع ما لا يملكه البائع وقت العقد. (1).
6. أن يكون خالياً من موانع الصحة؛ كالبيوع الربوية، والجهالة والغرر، وبالنظر في الشروط السابقة نجد انها متوافرة من خلال الية التجارة الالكترونية.
7. أن يكون القبول موافقاً للإيجاب؛ فلو خالف القبول الإيجاب لم ينعقد البيع، فلو قال البائع: بعثك هذه الدار بما فيها من مفروشات بألفين، فقال المشتري: قبلت شراءها دون ما فيها بألف مثلاً، لم ينعقد العقد (2).

(1) محمد إبراهيم التويجري، موسوعة الفقه الإسلامي، صفحة 385.

تكون بلفظ الماضي أو المضارع إن أريد به الحال؛ كقول البائع: بعته، ويقول المشتري: قبلت، أو بلفظ المضارع إن أريد به الحال مثل: أبيع وأشتري.

أن تكون في مجلس واحد؛ فإذا تراخي القبول عن الإيجاب أو العكس انعقد البيع ما دام في مجلس واحد، كما يشترط في عقد البيع حتى يعدّ عقد البيع صحيحاً الشروط التالية:

الشروط المتعلقة بالصيغة:

يشترط في صيغة عقد البيع؛ وهو الإيجاب والقبول، الشروط التالية:

انتفاء الجهالة.

1. أن يكون المبيع معلوماً عند المشتري والبائع علماً نافياً للجهالة؛ فلا يكون المبيع أو الثمن مجهولاً؛ جنساً أو نوعاً أو قدراً.
2. وما لا شك فيه أن التجارة الإلكترونية تنصب على سلع وخدمات تماثل تماما السلع الأخرى التي تباع في السوق التقليدي، لاسيما وأن كل الذي يحدث في اختلاف هو فقط في طريقة ووسيلة انتقال السلعة، وليس تغييرا في مضمون السلعة ومكوناتها، لذا فإذا انطبقت الشروط وتوافرت فالإسلام يجيزها وفقا للمصالح المرسله، ولما يتحقق من تيسير وسهولة في التعاملات، وانتقال السلع والخدمات للمحتاجين اليها في وقت قليل، وبتكلفة منخفضة.
3. وعن تأصيل التجارة الإلكترونية في الشريعة الإسلامية فاعرج على تعريفها في اللغة العربية والاصطلاح على النحو التالي:

التكييف الفقهي لعقد التجارة الإلكترونية:

وعن التكييف الفقهي لعقد التجارة الإلكترونية، فهو عقد كغيره من العقود، يقوم على مبدأ الرضا، وعن كونها " الكترونية"، فإنما هي مجرد وسيلة للتعاقد، وان وسائل التعبير عن الإرادة في العقد متعددة فقد ينعقد باللفظ أو الكتابة أو بالإشارة المعهودة عرفاً، مادام لا يوجد شك في الدلالة على التراضي.

وهي تتم من خلال الحاسب؛ وهو يكتب كتابة بحروف تمثل لغة مفهومة، وإن كانت من نوع خاص لكونها ليست على الورق خاصة وأن إرادة المتعاقدين متوافرة، كما أن الإيجاب والقبول في هذا العقد يتوافر فيهما اتصال أي حضورهما لمجلس التعاقد، وأيضا العلم، ولذا قيل إن العقد بمعني الاجتماع الواقع لأجل التعاقد.

وأیضا " المدة الزمنية التي تكون بعد الايجاب والطرفان مقبلان على التعاقد دون اعراض من أحدهما " وبذا يكون مجلس العقد في هذا العقد ممتدا مدة من الزمن الذي يظل فيه المتعاقدان مشتغلين بالتعاقد سواء بقيا، أو غادرا، أو هو " المدة التي تفصل بين صدور الايجاب والقبول المعتبرين شرعا ".

وأن التعاقد بين الغائبين يمكن أن يوجد فيه وسيط لإيصال إرادة أحد الطرفين في مباشرة العقد سواء كانت هذه الوسيلة آلة ميكانيكية، أو أتوماتيكية، كالهاتف، أو الفاكس، والانترنت، والظاهر من كلام الفقهاء أن مجلس العقد في حالة غياب العاقدين هو مجلس قبول من وجه له الكتاب، أو الرسالة في حالة غياب العاقدين.

ومن هنا فإن المراد من اتحاد مجلس العقد أنه لا يقتصر على كون المتعاقدين في مكان واحد أن ذلك يحدد بالوحدة الزمنية، أيضا، وخاصة أن أغلب العقود في أيامنا هذه إنما تتم والعاقدان لا يجتمعهما مكان واحد.

ومن هنا يكون مجلس العقد في وسائل الاتصال الحديثة كالإنترنت هو زمن وصول الرسالة أو مجلس تبليغ الرسالة، أو وصول الخطاب عن طريق الإنترنت؛ لأن هذه الوسيلة معبرة عن كلام المرسل فكأنه حضر بنفسه، وخطب بالإيجاب فينقذ العقد، وبذا فهو عقد أنشئ بالكتابة، وتم بالرسالة المرسله من خلال شبكات الإنترنت، ومن هنا تتوافر في هذا العقد ما يجب توافره في العقد التقليدي، لاسيما وأن الشريعة الإسلامية سريعة صالحة لكل زمان ومكان وأنها مع كل ما يبسر حياة الناس، ويسهل تعاملاتهم، مادام في حدود الضوابط الشرعية المطلوبة في التعاملات بصفة عامة.

(1) هبة الزحيلي، الفقه الإسلامي وأدلته، صفحة 3317.



المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة التخصصات
العدد الثامن والخمسون شهر (٤) ٢٠٢٣

أثر التجارة الإلكترونية على العلاقات الاقتصادية الدولية في ظل تعاليم الإسلام:

عن أثر التجارة الإلكترونية على العلاقات الاقتصادية الدولية في ظل تعاليم الإسلام فبالفعل يحث الإسلام على التبادل والتجارة؛ لما فيها من انتقال وتبادل السلع والخدمات بين الأفراد في المجتمع ولما فيها من مصالح على مستوى الفرد والدولة، وقد كان الاقتصاد العربي قبل الإسلام منفتحاً على الدول الأخرى بدليل ما كان يتم من رحلتي الشتاء والصيف بين مكة والشام واليمن، وحتى بعد الإسلام مازال الاقتصاد الإسلامي منفتحاً على الدول الأخرى بدليل إبقاء الرسول صلي الله عليه وسلم للدرهم الفارسي، والدينار الرومي، كوسيلتين للتعامل والتبادل بين الأفراد داخل المجتمع الإسلامي، فقد جاء الإسلام وكان الدرهم الساساني والدينار البيزنطي شائعين في العهد النبوي المبارك ونظرًا لانشغال النبي ﷺ وصحابته الأبرار بتوطيد أركان الدولة الإسلامية الناشئة والقضاء على المشركين والشرك أقرّ عليه الصلاة والسلام العملات النقدية المتداولة في عهده لتنظيم جباية الزكاة

وقد أدى التقدم السريع في تكنولوجيا المعلومات، والاستخدام الواسع للإنترنت عبر البلدان في جميع أنحاء العالم، إلى تحويل العديد من النماذج التقليدية للتجارة والأعمال والأنشطة الاقتصادية الأخرى إلى إلكترونية عبر الإنترنت، حيث يوفر الإنترنت فرصًا متعددة للدول التطبيق التجارة الإلكترونية في العديد من القطاعات التجارية والاقتصادية، سواء محليًا أو فيما بينها، والاستفادة من تطبيقات التجارة الإلكترونية وتظهر هذه العلاقة بتجلي فيما يلي:

أولاً: التجارة الإلكترونية وقطاع الخدمات المصرفية:

تقدم تقنية الإنترنت مجالاً واسعاً وواعداً لقطاع الخدمات المصرفية والمالية عالمياً، حيث لعبت هذه التكنولوجيا دوراً أساسياً في الدول المتقدمة في إعادة هيكلة مستقبل قطاعاتها المصرفية، على الرغم من أن القطاعات المصرفية في الدول النامية بشكل عام هي القطاعات الأكثر استخداماً للتكنولوجيا وتقنيات المعلومات، إلا أن انتشار الإنترنت والفرص والقدرات غير المسبوقة التي توفرها، يفتح المجال أمامها لمواكبة هذه الثورة المعلوماتية، والاستفادة من الفرص المتاحة في تطوير خدماتها المصرفية، وتحسين قدرتها التنافسية، وفتح طرق عبور جديدة للأسواق الإقليمية والعالمية (1).

وقد أصبح استخدام تقنية الإنترنت في الخدمات المصرفية ضرورة ملحة ، و تعمل جميع الدول على إعداد وتطوير الاستراتيجيات المناسبة لتمكينها من التطبيق ، والتكيف مع التغيرات المصرفية العالمية ، لتحقيق مصالحها، من تقديم الخدمات المصرفية مثل إدارة الحسابات الشخصية ، وغيرها من الخدمات للعملاء ، بالإضافة إلى تمكين البنوك من جذب عملاء جدد ، لسهولة الوصول وسرعة التعامل مع البنوك على مواقعها الإلكترونية، لزيادة الكفاءة ، وتقليل التكاليف الإدارية من خلال تقديم الخدمات على مدار 24 ساعة في اليوم

وكذلك الامتناع عن إنشاء فروع مصرفية إضافية، أو تحويل بعض الفروع الحالية إلى فروع إلكترونية بدون موظفين، للحصول على مزايا تنافسية في المجالات التي لا تقدمها البنوك الأخرى.

تتيح الخدمات المصرفية الإلكترونية على مستوى المعاملات بين الدول الإسلامية، فرصة لتطوير العلاقات التجارية فيما بينها، وتوحيد شبكة المعلومات المصرفية، مما يسهل عملية ربط الحسابات والمعلومات الخاصة بالشركات التجارية والأفراد الذين يمارسون الأعمال في تلك الدول من ناحية أخرى، فإن اعتماد التجارة الإلكترونية من قبل البنوك التقليدية في الدول الإسلامية يساهم في نجاح التجارة الإلكترونية، حيث تعمل كوسيط بين البائعين والمشتريين لتسهيل وإتمام المعاملات الإلكترونية والوفاء بالالتزامات الناشئة عن العقود الإلكترونية، خاصة أن البنوك أطراف موثوق في تعاملاتها المالية، مما يبني ثقة العملاء وبالتالي يزيد من حجم المعاملات المصرفية وعائدات البنوك (1) .

ثانياً: التجارة الإلكترونية والتجارة الخارجية:

يعتبر قطاع التجارة الخارجية هو القطاع الاقتصادي الأكثر تأثراً بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والتجارة الإلكترونية، وتهدف التجارة الإلكترونية في قطاع التصدير إلى زيادة حجم التجارة، وتعزيز تنافسية الدولة في الأسواق الدولية، نظراً لسهولة الوصول إلى مصادر الطلب في أي مكان في العالم،

وسرعة عبور المعاملات للحدود الجغرافية والجمركية، بالإضافة إلى ذلك، فإن التجارة الإلكترونية لها تأثير أساسي على قطاع تصدير الخدمات (الصادرات غير المرئية)، والتي يمكن تحويلها إلى منتجات. ويمكن الاستفادة من تطبيقات التجارة الإلكترونية لدعم التجارة الخارجية، وتحسين وضعها وقدرتها التنافسية في الأسواق الدولية؛ وعلى مستوى العالم الإسلامي فلهذه العوامل التي تؤهلها ليكون له نصيب في التجارة الدولية من حيث المكونات البشرية ووزن السكان، فهو يعادل أكثر من خمس سكان العالم وأكثر من ربع سكان العالم النامي، ولديه مساحات شاسعة تعادل سدس مساحة الأرض، وعلى الرغم من امتلاك الدول الإسلامية لهذه المكونات، إلا أن حجم صادراتها لا يزال ضئيلاً مقارنة ببعض الدول الأخرى، علاوة على ذلك، تركز صادراتها بشكل أساسي على الصادرات السلعية، وخاصة المواد الأساسية مثل المنتجات الزراعية، والنفط الخام، والمنتجات البترولية، وهذا يتطلب أن تعمل هذه الدول على تنويع هيكل صادراتها، واعتماد برامج دعم لقطاعات التصدير، والاستفادة من التجارة الإلكترونية لتسويق منتجاتها في الأسواق الدولية، وذلك لأن التجارة الدولية تعد أهم مكوناتها هي لصادرات والتي تقتضي دفع قيمتها أموال تعبر حدود الدولة المصدرة فتزيد بها الثروة القومية، وتصبح ذمتها المالية موجبة، وبالتالي تُقَدِّد الصادرات تحت رمز (+) موجب بينما الواردات تقيد تحت رمز (-) سالب، وذلك لأنها تستلزم دفع الدولة المستوردة قيمة هذه الواردات، وبالتالي تعبر الأموال حدود الدولة إلى الخارج.

(2).

(1) العوضي، أحمد عبد الله، (2016)، العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد

(2) د. عطية صقر: مقدمة في التجارة الدولية. طبعة أولى 1977 ص35

وفي النظام المالي الإسلامي نجد أن ضريبة العشور تستهدف التجارة الخارجية لتحقيق الأثر الاقتصادية من دعم الدخل القومي، ودعم التنمية الاقتصادية حيث قررت أسعارًا متفاوتة على السلع التجارية التي تمر بحدود الدولة الإسلامية وحتى يكثر الجلب إلى الدولة الإسلامية (1) مع تخفيض هذه الأسعار على السلع الضرورية للمسلمين من هنا نجد ان الإسلام لا يمانع إقرار ما يسهل حياة الناس من وسائل وطرق وتوظيفات تحقق دخلا للدولة تضمن به تسيير مرافقها وانتظامها ، ومن هنا فالتجارة الإلكترونية تدعم التجارة الخارجية وتسرع من وتيرة انتقالها وتقلل التكلفة وتسرع حركة التبادل التجاري

بين الدول مما يسهم في توفير متطلبات الشعوب لاسيما في اوقات الازمات وليس جائحة كورونا بعيدة من هذا الوقت حيث اعتمد العالم كله على السبل الإلكترونية لتسليم وتسلم السلع والخدمات في ظل توقف حركة النقل بأنواعه المختلفة بين الدول.

المبحث الثالث: آليات تطوير التجارة الإلكترونية، وحجمها في التجارة الدولية وفيه مطلبان:

المطلب الأول: آليات تطوير التجارة الإلكترونية:

بدأت تطبيقات التجارة الإلكترونية منذ بداية السبعينيات من القرن الماضي، وذلك بفضل ابتكار نظام التحويل الإلكتروني، واقتصرت على نظام التحويل النقدي الإلكتروني، وكان يقتصر على الشركات والمؤسسات المالية فقط، وتطور الأمر مع ظهور التبادل الإلكتروني للبيانات، مع مشاركة اغلب الشركات والمصانع والموزعين والوكلاء حتى الوصول الى قطاعات السياحة والتمويل والبورصة، ومع تزايد مستخدمي الإنترنت ، والاستفادة منها في مجال التجارة الإلكترونية في مختلف القطاعات الاقتصادية، والخدمية، والسلمية ، وقد لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي عند صياغة قانون نموذجي للتجارة الإلكترونية في 1996 /13/16 حيث جاء في الفقرة الأولى من مادته الثانية امن من وسائل الاتصال للتجارة الإلكترونية البريد الإلكتروني والية لبرق والية التلكس والية النسخ البرقي (الفلكس) مما معهد الطريق لإصدار قوانين للتجارة الإلكترونية بعد ذلك مثل سنغافورة في عام 1998 ولولايات المتحدة الأمريكية في عام 1999 وفرنسا في عام 200 ثم مصر عام 2004 ، (1) وبذا تكون التجارة الإلكترونية قد ساهمت في تطوير اليات تتناسب مع طبيعتها ، وتسهم في تدفقها محليا وعالميا.

المطلب الثاني: حجم التجارة الإلكترونية في التجارة الدولية:

تؤكد الإحصائيات أن حجم التجارة العالمية بلغ حوالي 28.5 تريليون دولار في عام 2020، كما زيادة عدد مستخدمي هذه الشبكات في العالم من 4.5 مليون مستخدم عام 1991 إلى 20 مليون مستخدم عام 1996، وبلغ هذا العدد قرابة 600 مليون مستخدم عام (2)2006، ليسجل مع نهاية 2022 نحو 5.3 مليار مستخدم(3)، ومما يؤكد زيادة عدد مستخدمي هذه الشبكة في مجالات التجارة في المواد الخام والخدمات انه في عام 2017، بلغت مبيعات التجارة الإلكترونية بالتجزئة في جميع أنحاء العالم 2.3 تريليون دولار أمريكي، وبحلول عام 2021 وصلت إلى 4.88 تريليونات دولار أمريكي وعن عدد الأشخاص الذين يتسوقون بشكل متكرر عبر الإنترنت في منطقة الشرق الأوسط فقد بلغ -67 مليون شخص مع نهاية النصف الأول من التسعينيات، وبالنسبة للتجارة العربية البينية بشكل عام، نجد أن الصادرات البينية العربية قد زادت بمتوسط معدل تغير قدره 15.9٪، رغم أنه وفقاً لما قدمه البنك الدولي في عام 2006، كان هناك تحسن في المؤشر يشير إلى التحول نحو اقتصاد المعرفة في منطقة الشرق الأوسط، وخاصة العالم العربي الذي يصل إلى 5 نقاط مقارنة بالمتوسط العالمي البالغ 5.91 نقطة، كما بلغ حجم سوق التجارة الإلكترونية في عام 2021 4.88 تريليونات دولار أمريكي.1 بينما كانت في عام 2016 ما يقدر بحوالي 26مليار دولار (1).

(1) صندوق النقد العربي (2016) - التقرير الاقتصادي العربي الموحد.

(2) تقرير مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد) لعام 2020

(3) [/https://www.alarabiya.net](https://www.alarabiya.net)

بينما حجم سوق التجارة الإلكترونية في منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا وجنوب آسيا إلى 148.5 مليار دولار أمريكي في عام 2022، وبالرغم من صعوبة تحديد حجم التجارة الإلكترونية في الوطن العربي، فإن "بعض الدراسات البحثية والإحصائية أظهرت تواضع حجم وقدرات التجارة الإلكترونية فيه، حيث وصلت التجارة الإلكترونية العالمية إلى معدلات نمو عالية نسبياً منذ عام 1997، حيث بلغ معدل نموها (200%) سنوياً، وزادت إيراداتها من (26) مليار دولار عام 1997 إلى (330) مليار دولار عام 2001، وبلغت (1000) مليار دولار عام 2003، وقد وصلت إلى (5000) مليار دولار عام 2009، بينما حجم المعاملات في التجارة الإلكترونية العربية، لم يتجاوز 0.3% من حجم المعاملات العالمية، كما يوجد 90 مليون مستهلك لـ التجارة الإلكترونية في الدول العربية والشرق الأوسط، وعدد المتعاملين في الوطن العربي كان 15%، وقد وصل حالياً إلى 39% وهذا معدل تزايد مرتفع، وعن التوزيع النسبي لحجم التجارة الإلكترونية على مستوى العالم (2).

نجد ان الولايات المتحدة الأمريكية تتأثر بـ 80% منها بينما النسبة 15% في أوروبا الغربية. والتبقي كنسبة لاتزيد عن 5% لباقي دول العالم، يلاحظ من هذه التقديرات انها تعكس القدرات المتفاوتة عالمياً في استخدام ومسيطة التجارة الإلكترونية والاستفادة من ما تقدمه للاقتصاد الوطني لتلك الدول على أساس سنوي، ومما يزيد من تعقيد انسياب وتدفق التجارة دولياً من خلال التجارة الإلكترونية، مع أن النمو الهائل للتجارة الإلكترونية يجعلها أداة ذات قيمة أساسية بشكل متزايد تمكن الشركات أيضاً من:

1. القدرة على المنافسة.
2. لوصول إلى المزيد من العملاء في أجزاء أكثر من العالم.
3. تمكين العملاء من التسوق في أي وقت، وفي أي مكان باستخدام أجهزتهم المفضلة.

المبحث الرابع : الآثار الاقتصادية للتجارة الإلكترونية على الاقتصاد القومي:

المطلب الأول: أثر التجارة الإلكترونية على رفع كفاءة الأداء:

أ. **دعم التجارة الخارجية:** ان توافر ميزة انفتاح الأسواق يمكن ان يسهم في زيادة القدرة التنافسية بين الدول بما يعود بتطوير القطاعات الصناعية والخدمية بدعم الاستثمار في البنية الأساسية حيث توفر التجارة الإلكترونية زيادة معدل الصادرات، وذلك من خلال سهولة الوصول إلى مراكز الاستهلاك الرئيسية، وبتكلفة محدودة، والقدرة على سرعة عقد وإنهاء الصفقات التجارية، وكذلك القدرة على تحليل الأسواق والاستجابة لتغير متطلبات المستهلكين، وقد تضاعف حجم التجارة الإلكترونية في العالم 4 مرات خلال السنوات الأربعة الماضية، حيث سجل في 2021 نحو 5 تريليون دولار في مقابل تريليون دولار خلال 2018.

ب- دعم التنمية الاقتصادية: تمثل المشروعات والمتوسطة والصغيرة محورا أساسا في التنمية الاقتصادية، وتعد التجارة الإلكترونية واحدة من الأدوات التي تحقق للمشروعات الصغيرة ومتوسطة الحجم القدرة على المشاركة في حركة التجارة الدولية بفاعلية وكفاءة بما تقدمه من خفض تكاليف التسويق والدعاية والإعلان، وتوفير الوقت والمكان اللازمين لتحقيق المعاملات التجارية، وهذا ينعكس إيجابا على تفعيل أنشطة هذه المشروعات الأمر الذي يدفع عجلة التنمية الاقتصادية للأمام.

أن انخفاض تكاليف العمليات التجارية عبر التجارة الإلكترونية فيما بين قطاعات الأعمال يمكن أن يؤدي إلى زيادة في نمو الناتج القومي الإجمالي بنسبة 0.25 % في السنة، وبوكذلك التجارة الإلكترونية وقطاع تقنية المعلومات كليهما قد أسهما عالميا بحوالي 30 % من نمو الناتج المحلي الإجمالي خلال الفترة 1995-1998م.

ج- دعم القطاعات التكنولوجية:

إن انتشار التجارة الإلكترونية على المستوى القومي يوجد بيئة ومناخ ملائمين لظهور قطاعات متخصصة في تقنية المعلومات والاتصالات، وذلك لدعم البنية التحتية الإلكترونية.

(1) دليلك الشامل لتتعرف إلى التجارة الإلكترونية في الدول العربية نشر في التجارة الإلكترونية بتاريخ أغسطس 26, 2022 الكاتب وليد اليافعي ص2.

(2) صندوق النقد العربي (2016) - التقرير الاقتصادي العربي الموحد.

ومع تطور ونمو التجارة الإلكترونية وانتشار استخدامها في التعاملات التجارية، يصبح هناك فرصاً استثمارية لتوجيه رؤوس الأموال للاستثمار في تطوير وتحسين وتحديث البنى التحتية الإلكترونية، والاستثمار في خدمات قطاع تقنية المعلومات والاتصالات، الأمر الذي يؤدي إلى خلق أو توطيد قطاعات تكنولوجية متقدمة تدعم الاقتصاد القومي.

تعتبر التجارة الإلكترونية من أهم إنجازات العولمة، حيث تمكن من إعادة ترتيب جميع الإجراءات اللوجستية ليتم تنفيذها من خلال تطبيقات إلكترونية مؤتمتة بالكامل (1).

كما تسهم في إمكانية الربط الإلكتروني بين الجهات الحكومية لإصدار شهادة منشأ واعتماد شهادات التفتيش وتأمين الشحن، كما تمكن من القدرة على مراقبة وتأمين أمن الشحنة طوال فترة سفرها، وتكنولوجيا التشفير الرقمي بدلاً من الشمع الأحمر والرصاص المنصهر والأختام، كطرق تقليدية لم تعد توفر الموثوقية اللازمة للمنتج، من هنا تتعاظم إمكانية إنشاء أسواق افتراضية تقوم بإجراءات المزادات والعطاءات بدقة عالية، واعتماد آليات متقدمة لتحديد الهوية، والتوقيع الإلكتروني والتشفير الرقمي وإنجاز جميع المعاملات من خلال هذه الآليات، بما يساعد على منع الاحتيال، أو غيره. كآثار للتدخل البشري، كل هذا – بالشك – يفعل إمكانية القيام بمهام الدعم اللوجستي كتحويل الرسوم الجمركية، والتخليص الرسمي للشحنات من قبل وسطاء معتمدين في نفس الأسواق الإلكترونية؛ من أجل ضمان الشفافية الكاملة للإجراءات المعززة المميكنة بما ساهم في تحقيق أعلى مستويات من الأمان والموثوقية التي تعزز معايير النزاهة والشفافية والمنافسة الحرة لحوكمة السوق والحد من الاحتكار.

(1) عرفه، محمد، (2009)، آثار التجارة الإلكترونية على الاقتصاد الكلي للدولة، مجلة الاقتصادية، النسخة الإلكترونية.

المطلب الثاني: أثر التجارة الإلكترونية على الإنتاج والنمو الاقتصادي والبطالة:

١- الأثر على الإنتاج:

توفر التجارة الإلكترونية المناخ المناسب لزيادة القدرة الإنتاجية؛ من خلال دعم الصناعات ذات الصلة، مثل صناعة الكمبيوتر، والبرمجيات، والتكنولوجيا مثل وسائط التخزين الإلكترونية والشبكات والاتصالات حيث تمثل هذه الصناعات البنية التحتية للتجارة الإلكترونية. (1)، ومع تطور التجارة الإلكترونية تحدث تغييرات في قدرة الشركات الإنتاجية حيث يتمثل ذلك في اختفاء إدارات التسويق التقليدية ليعوض عنها ببرامج الكمبيوتر، واختفاء دور رجل البيع التقليدي ليحل محله المتاجر الإلكترونية، وكذلك ظهور متاجر الكترونية افتراضية لا تحتاج زيارة المحلات بل يمكن معاينة البضائع الكترونياً، مع عدم الحاجة إلى المباني الضخمة في الشركات، وأيضاً تراجع أهمية المخازن التقليدية للشركات بحيث توجه الطلبات لمراكز الإنتاج.

ب- الأثر على النمو الاقتصادي:

تؤثر التجارة الإلكترونية على معدلات النمو الاقتصادي؛ لكونها تؤدي إلى تحقيق معدلات أعلى من الأجور بما يسهم في ارتفاع مستوى المعيشة وزيادة القدرة التسويقية، مما يترتب عليه زيادة نسب المبيعات، وبالتالي الصادرات، مما يتحسن معه معدل النمو لاسيما مع استخدام التقنيات الحديثة والتي تعد أساسية في التجارة الإلكترونية، (1).

وتؤثر التجارة الإلكترونية على المتغيرات الاقتصادية ومعدلات النمو، فهي تؤدي إلى زيادة الأجور، ورفع مستوى المعيشة للأفراد، وهيكل الأسواق وتوسيع نطاق التسويق، مما يعمل على زيادة المبيعات والصادرات، وبالتالي زيادة الإنتاج ومعدلات النمو باستخدام الدول للوسائل التكنولوجية الحديثة في التجارة يعمل على زيادة قوة اقتصادها ونموها.

ويعود ذلك بالنفع على القطاعات الاجتماعية والصحية والتعليم، جراء استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة في تعاملاتها، وفي ظل التجارة الإلكترونية يمكن تطوير الإنتاج بشكل يتوافق مع طبيعتها الإلكترونية مما يزيد المبيعات، ويعمل على زيادة أرباح الشركات، وتوفر التجارة الإلكترونية المناخ المناسب لزيادة الإنتاج ورفع كفاءته بدعم صناعات الحواسيب وبرمجياتها، والصناعة التكنولوجية وصناعات أخرى مرتبطة بها، مثل وسائط التخزين الإلكترونية، والشبكات والاتصالات، التي تعد البنية التحتية للتجارة الإلكترونية.

ويتطلب انتشار التجارة الإلكترونية المزيد من هذه المنتجات مما يعمل على زيادة إنتاجها، وخاصة ان استخدام الوسائل الإلكترونية في التجارة يعمل على رفع مستوى الإدارة والتنظيم داخل المؤسسة، وتطوير أنشطة إنتاجيتها، مثل البحث على شبكة الإنترنت عن مصادر تمويل جديدة في الخارج، وإنتاج أنواع جديدة من السلع تناسب طبيعة التجارة الإلكترونية، مما يعمل على دعم اقتصاديات الدول.

ج- الأثر على البطالة:

تخدم الأسواق الإلكترونية أكثر من 2 مليار متسوق عبر الإنترنت في جميع أنحاء العالم خلال عام 2020، يفهم من هذا حجم الوظائف التي تقدمها التجارة الإلكترونية حيث تسهم في توفير فرص جديدة للتوظيف، حيث تتيح إقامة مشروعات تجارية صغيرة ومتوسطة للأفراد، وربطها بالأسواق العالمية بأقل التكاليف الاستثمارية، لا سيما تجارة الخدمات التي توفر فيها التجارة الإلكترونية آلية للأفراد المتخصصين لتقديم خدماتهم على المستوى الإقليمي والعالمي.

كما توفر التجارة الإلكترونية فرصا وظيفية في العديد من المجالات المختلفة ذات الصلة بتطبيقات التجارة الإلكترونية، مثل المتخصصين في إنشاء المواقع التجارية الإلكترونية، والعاملين والإداريين والفنيين في المتاجر الإلكترونية، بالإضافة إلى توفير الفرص الوظيفية في قطاع تقنية المعلومات.

(1) رأفت رضوان، ورشاد عوض، ولاء الحسيني، (2000)، الضرائب في عالم الأعمال الإلكترونية، مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، المجلد الثاني، العدد الثاني، ص10

ج- الأثر على البطالة:

تخدم الأسواق الإلكترونية أكثر من 2 مليار متسوق عبر الإنترنت في جميع أنحاء العالم خلال عام 2020، يفهم من هذا حجم الوظائف التي تقدمها التجارة الإلكترونية حيث تسهم في توفير فرص جديدة للتوظيف، حيث تتيح إقامة مشروعات تجارية صغيرة ومتوسطة للأفراد، وربطها بالأسواق العالمية بأقل التكاليف الاستثمارية، لا سيما تجارة الخدمات التي توفر فيها التجارة الإلكترونية آلية للأفراد المتخصصين لتقديم خدماتهم على المستوى الإقليمي والعالمي.

كما توفر التجارة الإلكترونية فرصا وظيفية في العديد من المجالات المختلفة ذات الصلة بتطبيقات التجارة الإلكترونية، مثل المتخصصين في إنشاء المواقع التجارية الإلكترونية، والعاملين والإداريين والفنيين في المتاجر الإلكترونية، بالإضافة إلى توفير الفرص الوظيفية في قطاع تقنية المعلومات

والاتصالات، التي تعتمد عليها التجارة الإلكترونية، من مهندسي الشبكات والبرامج اللازمة لتطبيقات التجارة الإلكترونية وغيرها، وتنمو التجارة الإلكترونية يوماً بعد يوم، وتخدم أكثر من مليار شخص حول العالم.

تعاني معظم دول العالم سواء كانت متقدمة أو نامية من مشكلة البطالة، ويمكن للتجارة الإلكترونية أن تسهم في هذا المجال من ناحيتين: :

أولاً: التمكن من إنشاء مشروعات الأعمال الصغيرة والمتوسطة وربطها بالأسواق العالمية بأقل تكلفة استثمارية مما يسهم في توافر فرص العمل وإيجاد وظائف واتحتها لطالبي العمل والراغبين فيه.

ثانياً: توفير فرص عمل جديدة في العديد من المجالات المختلفة المتعلقة بتطبيقات التجارة الإلكترونية ، مثل المتخصصين في إنشاء مواقع التجارة الإلكترونية ، والعاملين والإداريين والفنيين في المتاجر الإلكترونية ، بالإضافة إلى توفير فرص عمل في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الذي تعتمد عليه التجارة الإلكترونية ، كما تسهل التجارة الإلكترونية مسارات مختلفة لشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم ، حيث تساعد في تقليل تكاليف البناء والتكاليف الإدارية والتوظيف وتكاليف الإعلان والنفقات



المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة التخصصات
العدد الثامن والخمسون شهر (٤) ٢٠٢٣

التشغيلية الأخرى ، كما تساعد في توفير التكاليف ؛ لأنها تساعد على النجاح و تسويق المنتجات ، والعمل على توفير منتجات جديدة تتناسب مع حجم هذه المشروعات ، وقدرتها المالية ، مما يمنحها فرصة أكبر للبقاء والمساهمة في نجاحها.

المبحث الثالث: مقترحات ومعالجات لتطوير التجارة الإلكترونية وتفعيل دورها الدولي وفيه ثلاثة مطالب:

المطلب الأول: التحول من المزايا النسبية الى التنافسية:

تسهم التجارة الإلكترونية في التحول من المزايا النسبية الى التنافسية من خلال مساهمتها في اتساع السوق؛ حيث تعمل على الوصول إلى الأسواق العالمية، وخلق أسواق جديدة لم تتوافر في ظل التجارة التقليدية، لأن الممارسة التجارية عبر الإنترنت تجعل منتجات السلع والخدمات في متناول أكبر عدد ممكن من المستهلكين، وهذا يسمح للشركات الصغيرة والمتوسطة بالتواجد في الأسواق المحلية والدولية، مما يمنح المستهلك إمكانية أكبر للاختيار من بين المنتجات المعروضة. كما أن من المزايا المباشرة للتجارة الإلكترونية هو سهولة وفعالية وصول الشركات إلى الأسواق الدولية، لأن المنتجين والمستهلكين أصبحوا قريبين من بعضهم البعض من خلال الاتصال المباشر، دون تدخل الوسطاء التقليديين من الموردين والمصدرين وتجار الجملة وتجار التجزئة، مما يسمح بحضور إلكتروني وثيق بين البائع والمشتري، يؤدي إلى تحسين مستوى جودة المنتج من خلال ما قبل وخدمات ما بعد البيع، وتوفير معلومات عن طبيعة المنتجات وأسعارها والمنتجين في الأسواق، وكذلك الاستجابة السريعة لمتطلبات السوق؛ مما يؤدي في النهاية إلى تحسن درجة التنافسية في الأسواق الإلكترونية. بالإضافة إلى ذلك، فإن انخفاض تكاليف المعاملات التجارية والحد من الحواجز أمام دخول السوق من شأنه أن يحفز الأنشطة الاقتصادية، ويقودها إلى اقتصاد قائم على المنافسة الكاملة.

كما أن انخفاض تكاليف المعاملات التجارية من أهم اسهامات التجارة الإلكترونية حيث تشكل تكاليف المعاملات التجارية المتمثلة في جمع المعلومات والتفاوض ورسوم السمسرة وعمولات المبيعات والأعمال الورقية جزءًا كبيرًا من سعر المنتج السوق.

تتيح التجارة الإلكترونية أيضًا للشركات تنسيق استراتيجياتها ومواردها ومهاراتها من خلال بناء علاقات طويلة الأمد، لا سيما مع مؤسسات أو شركات التكنولوجيا كثيفة المعلومات، من خلال الشبكات الإلكترونية التي تسمح بمشاركة المعلومات،

كما تساعد التجارة الإلكترونية في تقليل التكاليف الإدارية للمؤسسات التجارية في توزيع وحفظ واسترجاع المعلومات الورقية، ويمكن أن تصل التكاليف الإدارية للمشتريات إلى 85٪، الأمر الذي يؤدي في النهاية إلى انخفاض أسعار المنتجات.

المطلب الثاني: خفض تكلفة تسويق وعرض المنتجات وتصديرها:

تعد التجارة الإلكترونية وسيلة متطورة للوصول إلى أسواق العالم في وقت قصير، وبتكلفة أقل، فضلاً عن مساهمتها في تبسيط الإجراءات، وتجنب التأخير في العمليات التجارية، لزيادة الربحية، ودوران رأس المال، من خلال تقليل الوقت، وتحسين الكفاءة، وتنظيم عمليات المؤسسات والمشاريع التجارية وتحقيق أهدافها من خلال الحد من البيروقراطية وبالتالي زيادة الربحية، مما يجعل عمليات التفاعل مع الأعمال أسهل وأسرع وأكثر اقتصاداً وفعالية، بالإضافة إلى ذلك، فإنه يؤدي إلى تقليل عدد الموظفين العاملين في المنشأة، بما يكون في صالح أصحاب المشروعات الصغيرة والمتوسطة، بالإضافة إلى تكاليف السفر والنقل أو حتى تكلفة فتح فروع ومكاتب خارجية، يمكن أن يحقق نتائج أفضل مما تم تحقيقه من خلال الطرق التقليدية على الرغم من ارتفاع تكلفتها.

المطلب الثالث: تطوير الآليات التشريعية، والتفاعل مع المنظمات الدولية ذات الصلة:

إن ثورة الاتصالات قد اختصرت المسافات بين الدول، فإن الانتقال إلى تطبيق التجارة الإلكترونية يتطلب خلق بيئة تشريعية محفزة، ويعد توقيع المستهلك الإلكتروني - علي سبيل المثال - أحد التطبيقات التي ظهرت وتطورت مع التوسع في استخدام الكمبيوتر وتقدم تطبيقاته وتقنياته، بطريقة جعلت سهلت الحياة اليومية للأفراد والبلدان الي حد كبير، حيث تطورت القوانين التجارية للقوائم ذات المتطلبات الإلكترونية وأهم القضايا المتعلقة بالمستندات الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني وإجراءات التعاقد عن بعد، وأيضا تقصير فترات التقاضي من خلال الاعتماد على آليات التحكيم لتسوية القضايا وإيجاد آليات لتقليل أوقات التقاضي وتسوية المنازعات، مع سرعة تنفيذ الأحكام، وذلك لما تتطلبه التجارة الإلكترونية من سرعة في تنفيذ المعاملات، ومما لا شك فيه أن للتجارة الإلكترونية دور واضح على تطوير الآليات التشريعية المنظمة للتجارة، وتحركات السلع والخدمات بين الدول، حيث يتطلب ذلك تقنين التشريعات اللازمة لانضباط وتسيير هذه العمليات بسهولة ويسر، دون عوائق وأورد فيما يلي نماذج وانماط.

إن ثورة الاتصالات قد اختصرت المسافات بين الدول، فإن الانتقال إلى تطبيق التجارة الإلكترونية يتطلب خلق بيئة تشريعية محفزة ، ويعد توقيع المستهلك الإلكتروني- علي سبيل المثال - أحد التطبيقات التي ظهرت وتطورت مع التوسع في استخدام الكمبيوتر وتقدم تطبيقاته وتقنياته، بطريقة جعلت سهلت الحياة اليومية للأفراد والبلدان الي حد كبير، حيث تطورت القوانين التجارية للقوائم ذات المتطلبات الإلكترونية وأهم القضايا المتعلقة بالمستندات الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني وإجراءات التعاقد عن بعد، وأيضا تقصير فترات التقاضي من خلال الاعتماد على آليات التحكيم لتسوية القضايا وإيجاد آليات لتقليل أوقات التقاضي وتسوية المنازعات، مع سرعة تنفيذ الأحكام، وذلك لما تتطلبه التجارة الإلكترونية من سرعة في تنفيذ المعاملات ، ومما لا شك فيه أن للتجارة الإلكترونية دور واضح على تطوير الآليات التشريعية المنظمة للتجارة، وتحركات السلع والخدمات بين الدول، حيث يتطلب ذلك تقنين التشريعات اللازمة لانضباط وتسيير هذه العمليات بسهولة ويسر، دون عوائق وأورد فيما يلي نماذج وانماط.

أولاً: حجية الاثبات بالكتابة الإلكترونية في القانون:

تعترف الكثير من الدول باليات لتسهيل وإدارة التجارة الإلكترونية، كما هو الحال مع الكتابة اليدوية التقليدية، حتى تكون موثوقة سواء تم تخزين هذه الوثيقة أو المعلومات أو إرسالها كسجل إلكتروني، على أن يراعى ما يلي:

2. الاحتفاظ بالسجل الإلكتروني بالشكل الذي تم إنشاؤه به أو إرساله أو استلامه، بطريقة تسمح له بإثبات أن محتواه مطابق للمحتوى الذي تم إنشاؤه أو إرساله أو استلامه من خلاله.

3. الاحتفاظ بالسجل الإلكتروني مخزناً بحيث يمكن استخدامه والرجوع إليه لاحقاً.

3- الاحتفاظ في السجل الإلكتروني بالمعلومات التي تتيح تحديد المرسل والمتلقي، بالإضافة إلى تاريخ ووقت الإرسال والاستلام، ويجب مراعاة الضوابط والشروط للاحتفاظ بالسجلات الإلكترونية لاعتبارها دليلاً، حيث تعتبر المستندات الإلكترونية دليلاً لكون الوثيقة أو السجل أو المعلومات المقدمة إلى شخص آخر مكتوبة ومن ثم تقديمها في شكل إلكتروني يلبي هذا الهدف.

ثانياً: التوقيع الإلكتروني:

يُعرّف التوقيع الإلكتروني بأنه: "البيانات الإلكترونية المضمنة في معاملة إلكترونية أو المضافة إليها أو المرتبطة منطقيًا بها، والتي تُستخدم لإثبات هوية الموقع وموافقته على المعاملة الإلكترونية". واكتشاف أي تغييرات تم إجراؤها على هذه المعاملة بعد توقيعها، ويرتبط التوقيع كدليل للإثبات بالكتابة، أي إثبات كتابي أو كتابي، وبالتالي يعتبر نظام المعاملات الإلكترونية السعودي التوقيع حجة وإثباتاً في الإثبات إذا كان سجله الإلكتروني يستوفي الشروط المنصوص عليها في مادته السادسة، وقد ساوى النظام السعودي للمعاملات الإلكترونية التوقيع الإلكتروني مع التوقيع الكتابي من حيث الأصالة والآثار، كما ورد في المادة 14: "إذا كان التوقيع الكتابي مطلوباً على أي مستند أو عقد أو ما في حكمهما، فإن التوقيع الإلكتروني الذي يتم في وفقاً لهذا النظام يعتبر مستوفياً لهذا الشرط، فالتوقيع الإلكتروني هو بمثابة توقيع مكتوب وله نفس الآثار القانونية، وما لا شك فيه أن التجارة الإلكترونية تسهم في تفعيل التعامل الإلكتروني (1) الذي يسهل عقد الصفات وانتقال السلع والخدمات بطريقة قانونية وأمنة ومن هذه الآليات التوقيع الإلكتروني المشار إليه .

خاتمة:

بحمد الله توفيقه تم الانتهاء من هذا البحث والذي جاء معبراً عن رغبة الباحث في التطرق لهذا الموضوع الهام لما له من أثر طيب على التبادل التجاري بين الدول وتحسين الأداء الاقتصادي بينها.

وقد توصلت من خلال هذا البحث إلى النتائج والتوصيات التالية:

أولاً: النتائج:

1. ترتب التجارة الإلكترونية أثراً إيجابية على مستوى الاقتصاد الوطني للدول المتقدمة والنامية على حد سواء.
2. تسهم التقنية في تطوير التبادل الدولي والعلاقات الدولية الاقتصادية.
3. التجارة الإلكترونية أحد روافد تطوير القطاعات الاقتصادية الوطنية للدول.

4. العلاقات الاقتصادية الدولية تتجه بالعالم الى التقدم والرقى.
5. يقر الاسلام التجارة بصفة عامة والتجارة الإلكترونية باعتبارها وسيلة تسهل التبادل وترفع الحرج، وتوفي اليسر في التعاملات والتبادل السلعي والخدمي في المجتمع، وتسهم في اشباع حاجته، وتوفير مستلزماته المتنوعة (سلع وخدمات وانتقال رأس المال).

ثانيا: التوصيات:

1. السعي نحو استخدام التكنولوجيا والتقنية في العلاقات الاقتصادية الدولية، والتجارة الدولية للإسهام في توفير الوقت والجهد، والتبادل المثمر بين الدول
2. إقامة تكتلات اقتصادية عبر طرق التواصل الحديثة؛ مما يسهم في سرعة انتقال عناصر الإنتاج بين الدول، والحد من مشاكل تراجع سلاسل الامداد العالمي
3. تدريب الكوادر على استخدام التقنية في التعاملات التجارية بين الدول مما يسهم في تقدم الدول، وإنجاز المهام في أقل وقت ممكن وانتقال السلع والخدمات بين الدول بسرعة وسهولة ويسر مما يسهم في توفير السلع اللازمة لإشباع الحاجات المتنوعة للشعوب.
4. تفعيل التجارة الإلكترونية من خلال تبني هيكل لها في منظمة التجارة العالمية برعاية الأمم المتحدة.
5. ضرورة توفير بنية تحتية أساسية قوية لتقديم خدمة الإنترنت المجانية للمواطنين، ودخولها في مختلف مراحل التعليم، ويجب أن تكون هناك إدارات متخصصة لتطوير السياسات التجارية، وكذلك تفعيل عمليات التصدير بين الدول العربية.
6. إبرام الاتفاقيات الدولية لحماية التجارة الإلكترونية، ومكافحة الجرائم المرتكبة.
7. إنشاء شبكة دولية لتبادل المعلومات حول الأمن في مجال التجارة الإلكترونية.
8. اعتماد التوقيع الإلكتروني، باعتبار أن الإنترنت يتم من خلاله إبرام عقود التجارة الإلكترونية لهذا الأسلوب الجديد من الإثبات، وحتى يتمكن التجار في مجال التجارة من العمل ولديهم ما يكفي من اليقين القانوني.

9. ضرورة سن تشريعات تتعلق بالتجارة الإلكترونية، لا سيما فيما يتعلق بتنظيم مراحل التعاملات الإلكترونية، ومكافحة الاحتيال، وحماية المستهلكين والبيانات الشخصية، وتحديد الجهات المسؤولة عن القانون للتصديق الإلكتروني

المراجع:

1. محمد بن عيسى بن سؤرة بن موسى بن الضحاك، الترمذي، أبو عيسى (ت ٢٧٩هـ) سنن الترمذي ت/: أحمد محمد شاكر ومحمد فؤاد عبد الباقي الناشر: شركة مكتبة ومطبعة مصطفى البابي الحلبي - مصر الطبعة: الثانية، ١٣٩٥ هـ - ١٩٧٥ م
2. أبو عبيد القاسم بن سلام بن عبد الله الهروي البغدادي (ت ٢٢٤هـ)، ت: خليل محمد هراس
3. الأموال، الناشر: دار الفكر. - بيروت.
4. فتوح البلدان، أحمد بن يحيى بن جابر بن داود البلاذري (ت ٢٧٩هـ)، الناشر: دار ومكتبة الهلال- بيروت، ١٩٨٨ م
5. الموسوعة الفقهية، 151/10، وزارة الأوقاف الكويتية،)
6. أبو القاسم الحسين بن محمد المعروف بالراغب الأصفهاني (ت ٥٠٢هـ)، "المفردات في غريب القرآن لمفردات في غريب القرآن"، ت، صفوان عدنان الداودي، الناشر: دار القلم، الدار الشامية - دمشق بيروت، الطبعة: الأولى - ١٤١٢ هـ
7. متولي عبد المؤمن محمد المرسي، إيمان مأمون أحمد سليمان، (2018)، قواعد الإثبات في النظام السعودي والقانون المقارن - دار الإجابة - الطبعة الأولى.
8. منظمة التجارة العالمية، (2017)، التقرير الإحصائي للتجارة العالمية، سويسرا.
9. أحمد أمينة، (2016)، حماية المستهلك في عقود الإلكترونية - دراسة مقارنة (د.ط) مصر، دار النهضة العربي.
10. د. عطية صقر: مقدمة في التجارة الدولية. طبعة أولى 1977 ص35
11. صندوق النقد العربي (2016) - التقرير الاقتصادي العربي الموحد.
12. مشتريات مستخدمي الإنترنت حسب الفئة، نوفمبر، (2016) موقع Statista
13. مؤسسة التجارة الإلكترونية، (2016) تقرير التجارة الإلكترونية العالمية، هولندا
14. عزه علي محمد الحسن، (2014)، عقود التجارة الإلكترونية وفقاً لنظام التعاملات الإلكترونية السعودي - مكتبة الرشد.
15. ثروت عبد الحميد، (2012)، التوقيع الإلكتروني ماهيته - مخاطره وكيفية مواجهتها مدى حجيته في الإثبات. (د.ط.) مصر: دار الجامعية الجديدة.
16. جبريل، سعيد صالح، (2012)، واقع التجارة الإلكترونية في فلسطين وتحديات المستقبل، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، غزة .

17. السامرائي زاهد عبدالحميد ، العبدلي سمير، (2011)، ادارة المبيعات والبيع الإلكتروني، دار اثراء،عمان ،الأردن.
18. علام، رشيد، (2010)، عوائق تطور التجارة الالكترونية في الوطن العربي دراسة حالة الجزائر، الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي.
19. العوضي، أحمد عبد الله، (2016)، العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد 6.
20. ابو فارة يوسف، (2010)،التسويق الالكتروني، دار وائل، عمان ، الاردن.
21. عبد الخالق، السيد، (2009)، التجارة الإلكترونية والعولمة، القاهرة: المنظمة العربية للتنمية الإدارية.
22. عرفه، محمد، (2009)، آثار التجارة الإلكترونية على الاقتصاد الكلي للدولة، مجلة الاقتصادية، النسخة الإلكترونية.
23. حجازي، عبد الفتاح بيومي، (2004)، التجارة الإلكترونية وحمايتها القانونية.(ط)،مصر، دار الفكر الجامعي.
24. طلال أبو غزالة، (2002)، التجارة الالكترونية " المستقبل القادم للثورة المعلوماتية، مقالة بجريدة القبس الكويتية، ص7.
25. رأفت رضوان، ورشاد عوض، ولاء الحسيني، (2000)، الضرائب في عالم الأعمال الالكترونية، مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، المجلد الثاني، العدد الثاني، ص10.
26. دليلك الشامل لتتعرف إلى التجارة الإلكترونية في الدول العربية نشر في التجارة الإلكترونية بتاريخ أغسطس 26, 2022 الكاتب وليد اليافعي

US department of treasury An introduction to the Electronic Money issues, washington DC, 1996,p,12

J. Bradford Delong, Macroeconomics Implication of the "New Economy", May 2000. Available at (http://www.j-bradford-delong.net/OpEd/virtual/ne_macro.html)