

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

المعهد العالي للدراسات المصرفية والمالية
أمانة البحوث والتوثيق

المجتمع المصرفى الخامس والثلاثون

التجارة الإلكترونية الواقع والإشكاليات
التطبيقية

إعداد:

الأستاذ/ عبد المنعم محمد الطيب

التجارة الإلكترونية

الواقع والإشكاليات التطبيقية

ترتبط التجارة الإلكترونية ارتباطاً مباشراً بالإنترنت الذي يمكن تعريفه بأنها شبكة عالمية تربط مجموعة من الحواسيب وفق عدة بروتوكولات إذ تكفل هذه البروتوكولات ضمان تبادل المعلومات فيما بينها بشفافية تامة، والإنترنت من الموضوعات المهمة ذات العلاقة بتقنيات المعلومات والاتصالات، وقد وصفت بالاختراع الثاني بعد الكهرباء قياساً على التغيرات التي أحدثتها على العالم، حيث تعتبر من أكبر الشبكات العالمية شمولية للمعلومات وأكثر استخداماً وأوسعها انتشاراً، حيث تصل بين أكثر من 3 مليون حاسب آلي في مختلف أرجاء العالم.

إن التطور المضطرب لشبكة الإنترنت وانتشارها وتوسيعها الملحوظ، خولها أن تلعب دور المنصة الرئيسية لعصر توظيف المعلومات وجعلها البنية التحتية في عالم الأعمال حيث أصبحت وسيلة هامة لإنجاز المعاملات بمحفظة أنواعها، وقد أدى ازدياد عدد مستخدمي الإنترنت البالغ حوالي 171 مليون مستخدم حول العالم في مايو 1999 إلى تنوع استخدامات الشبكة والاستفادة منها في جميع الحالات من بينها الترويج والإعلان والتسويق وصولاً إلى بيع وشراء السلع والخدمات عبر الشبكة العالمية، الأمر الذي عرف مؤخراً بالتجارة الإلكترونية Electronic Commerce .

ولقد بدأ استخدام مصطلح التجارة الإلكترونية في مطلع عام 1995، علماً بأن التجارة الإلكترونية عبر شبكات الحاسوب الخاصة ليست بالحديثة نسبياً حيث كانت هناك تقنيات Electronic Data Interchange (تبادل البيانات الإلكترونية) التي تستخدمها الشركات العملاقة في العالم لأغراض المبادرات التجارية فيما بينها عبر شبكات القيمة المضافة (VAN) Value Added Network الخاصة (ذات التقنية المغلقة) (1).

تقديم الخدمات المصرفية والمالية عبر شبكة الإنترنت:

أفضلت تطور التقنيات الإلكترونية إلى إمكانية خلق نقود إلكترونية تأخذ شكلاً رقمياً فعلياً بحيث توجد كوحدات قيمة على شكل Bytes مخزنة في ذاكرة الكمبيوتر الشخصي الذي يمكن دعمه أو عدم دعمه بحسابات احتياطية من النقود الحقيقية، ويمكن تحويل النقود من حساب ما أو تقديمها كقرض أو كدفع مالي، أو شراؤها ببطاقة ائتمان من خلال موقع على الإنترنت، وطالما كان في الإمكان التصديق على صحة النقد الرقمي وتوافرت الثقة في استمرار قبوله، فإنه يمكن تداوله بلا حدود، على نحو يسمح بتسوية الالتزامات وتنفيذ المدفوعات بين الأشخاص.

وقد أعطى تطور أدوات الدفع غير المادية الفكرة لبعض الشركات المتخصصة في المعلوماتية بعرض خدماتها في مجال إصدار وإدارة هذه الأدوات، ولكن غالبية القوانين المصرفية تحظر هذا النشاط بمؤسسات التسليف.

وقد صدر عن المفوضية الأوروبية خلال عام 1997 اقتراح يهدف إلى السماح بإقامة مؤسسات أوروبية غير مصرفية بإصدار عمليات إلكترونية، وقد تم تجاهيل هذا الاقتراح بفعل معارضة المصارف المركزية ومؤسسات النقد الأوروبي.

ويتوجب على المصرف أو المؤسسة اللذان يرغبان بتأدية الخدمات المالية الإلكترونية أن يحدد كل واحد منهم السياسة والاستراتيجية المتعلقة بعرض هذه الخدمات على شبكة الإنترنت وتنظيم وملائحة العمليات المتعلقة به، والتفكير المنطقي بهذا المضمون هو قيام السلطات المصرفية المختصة بإلزام المصرف أو المؤسسة الذي ينوي عرض الخدمات المصرفية والمالية من خلال شبكة الإنترنت بالحصول على ترخيص خاص لعرض هذه الخدمات يمنح بعد التأكيد من عدة أمور:

أ) تحديد السياسة العامة في تأدية الخدمات المصرفية والمالية الإلكترونية:

- الموقع على الشبكة الذي يؤدي منه تقديم الخدمة
- الاستراتيجية ووضع العرض بالنسبة للمنافسة
- دراسة حاجات وتوقعات الزبائن
- طبيعة ومنشأ الزبائن المستهدفين
- بنية التعرية
- الميزانية

ب) تحديد الخيارات التقنية والسياسة الرقابية:

- تحديد المخاطر وإعلام الإدارة بهذه المخاطر لمتابعتها
- إعداد وتدريب الموظفين
- وضع إجراءات خطية للعمليات المسموح بها وتحديد حدودها أو قيودها القصوى
- تعيين المسؤولين في المؤسسة (الإدارة أو القسم التنفيذي) من أجل تطبيق السياسة والعمل اليومي للموقع، لا سيما بالنسبة إلى الدخول إليه وتعديلاته بالإضافة إلى أعمال الرقابة على العمليات.
- وضع إجراءات من أجل منح الترخيص والموافقة على المراسلة الإلكترونية الداخلية والخارجية بين الموظفين والجمهور

- وضع إجراءات الرقابة الداخلية وإدخال عمليات الإنترنت ضمن تدقيق الحسابات

- تحديد إدارة المخاطر وتدخل مختلف مستويات الرقابة لدى المؤسسة (رقابة داخلية، تدقيق حسابات داخلية).

ج) دراسة وإنما مختلف النتائج والمخاطر القانونية:

- القوانين والأنظمة الخاصة بعرض وتقديم الخدمة الإلكترونية
- الأصول الخاصة باستقطاب الزبائن
- تحديد مكان الخادم الإلكتروني لموقع المؤسسة أو الشخص الذي يقوم باسمها ولحسابها "وكيل مفوض" في بلد يقع ما وراء الحدود

د) تحديد الوسائل والإجراءات المتعلقة بحفظ المعلومات:

- وضع وحفظ التسجيلات (الصفقات، المعلومات المقدمة، البريد الإلكتروني المرسل والمسلتم، المعلومات الخاصة المستلمة)
- الطابع الدائم والثابت، وجهازيتها (داخلياً وخارجياً مثلاً من قبل السلطات المختصة): يجب أن تتناول الإجراءات المذكورة كيفية ومدة حفظ المعلومات المتعلقة بالموقع وتنظيم حفظ النسخات المتالية للموقع بالإضافة إلى إمكانية مراجعة الأرشيف لجميع العروض والعمليات المنفذة (2).

تعريف التجارة الإلكترونية:

التجارة الإلكترونية هي عملية بيع أو شراء السلع والخدمات من خلال شبكات الحاسوب المفتوحة كالإنترنت، وتنقسم التجارة الإلكترونية إلى نوعين من المعاملات على أساس طبيعة المعاملين:

- أ) تعامل بين شركة تجارية وشركة تجارية أخرى Business-to-Business.
- ب) تعامل بين شركة تجارية ومستهلك فردي Business-to-Consumer.

وبالرغم من أن حجم التجارة بين شركة وأخرى يمثل 80% من محمل التجارة الإلكترونية بشكل عام، إلا أن الاهتمام والانتباه يتراكم على الشريحة الأخرى المتمثلة بالتجارة بين شركة ومستهلك حيث بات هذا الأخير محور اهتمام الشركات المطورة لتطبيقات هذه التقنية وتوسيع انتشارها لطال المستوي الفردي في جميع أنحاء العالم⁽³⁾.

(1) لا يقتصر مفهوم السلعة على البضائع بل يشمل الخدمات والمعلومات وبرامج الكمبيوتر أيضاً

وتعتمد التجارة الإلكترونية على تكنولوجيا الاتصالات و المعلومات التي أفرزت الانترنت والذى يعتبر القاعدة الاقتصادية والاجتماعية لنشر التجارة إلكترونيا ما بين صغار ومتوسطي الناشطين في التجارة، ولم تعد هذه الوسيلة مقتصرة على كبار الشركات والمؤسسات التجارية الضخمة ويعود الاهتمام بالتجارة إلكترونيا خلال السنوات الماضية إلى ما حصل من تطور في أساليب استخدام الانترنت، وأهم تطور ما حصل في التعامل مع الانترنت باستخدام ما يسمى بالشبكة العنكبوتية (The World Wide Web WWW) وانتشار استخدام أساليب التصفح (Browsing) السهلة التي أعطت مستخدم الانترنت واجهة سهلة وموحدة للتعامل مع موقع الانترنت.

حصلت كل هذه التطورات بتسخير شبكات الاتصال التقليدية التي مضى على إنشائها عشرات السنين، ليس لأغراض تبادل البيانات أصلاً، بل لغرض المخاطبات الهاتفية التقليدية إلا أن القدرات التكنولوجية المستحدثة استطاعت تكيف هذه البنية وإتاحة تطورها لتقبل أنواعاً أخرى من التراسل تمثل بالنصوص والصور والرسوم إضافة إلى الصوت (4)

أهمية التجارة إلكترونيا:

تكمن أهمية التجارة إلكترونيا بالأساليب الحديثة التي تميز بها مقارنة بالأساليب المعتمدة في التجارة التقليدية، وستحدث تبعاً لها الاتجاهات الاقتصادية والاجتماعية للتغيرات في العديد من الجوانب، تشمل البيئة وطبيعة الأعمال ودور الحكومات في دعم تسهيلات التجارة والنهوض بكفاءتها.

وتبلور خمسة مشاهد رئيسية لتوسيع التأثيرات الاقتصادية والاجتماعية للتغيرات في التجارة إلكترونيا:

1) التجارة إلكترونيا عبر الانترنت تزيد من الترابط في الاقتصاد: ويشمل الترابط وحدات العمل بأحجامها المختلفة والعائلة والأفراد (5) ويعود ذلك إلى تدني تكاليف الحيازة على مستلزمات الاتصال بالإنترنت وتوسيع الخدمات والأجهزة التي يمكن ربطها على هذه الشبكة.

2) الانفتاح من أهم العوامل المساعدة على توسيع التجارة إلكترونيا: ففضل قياسية تصميم العديد من الوسائل الإلكترونية والبرمجية انتشرت صناعة ضخمة من نوع جديد، وتشكلت شركات بمختلف الأحجام تعنى بتكنولوجيا المعلومات ذات العلاقة بالإنترنت.

3) تأثير التجارة إلكترونيا على الأهمية النسبية لعامل الوقت في التجارة: يعد أن كان حجم الإنتاج والمسافة ما بين المنتج والمستهلك والإجراءات المالية والإدارية والجمركية كلها حواجز تؤثر في معظم الحالات سلباً على استكمال الصفقة التجارية في زمن قصير، كل هذه الحواجز بدأت تتقلص أو تخفي من خلال الأسلوب الجديد للتجارة.

4) **تأثير التجارة إلكترونيا على موقع السوق:** دور الوسيط التجاري والعلاقة ما بين المنتج والمستهلك بدأت تتغير واستحدثت قنوات جديدة، مباشرة في معظم الحالات، تربط ما بين ما هو معروض وما هو مطلوب، كذلك المتطلبات الخاصة بتكييف السلعة المعروضة للغرض المطلوب، كل ذلك يتم بشكل تعاوري (Interactive) والأساليب الجديدة تحتاج إلى مهارات وخبرات جديدة تنمو الآن مع انتشار هذه الوسائل الجديدة.

5) **التأثير المضاعف للتجارة إلكترونيا:** يمكننا اعتبار التجارة إلكترونيا ببساطة، أسلوباً من أساليب التجارة، وتكمم قدرة هذا الأسلوب بالأسلوب المتسارع الذي بدأ ينتشر فيه بفضل طبيعة الوسائل المادية والبرمجية (Hardware and Software) التي تجعل تعدد الترابط والتراسل ما بين الأطراف عبر الإنترن特 أمراً في غاية السهولة، فتجربة جديدة في موقع ما على الإنترن特 سرعان ما تنتشر وتتضاعف فوائدها عبر الشبكة بمساحتها الجغرافية والقطاعية الواسعة، وبات الارتباط ممكناً ما بين شركة وأخرى وما بين الشركات والأفراد أو شركات وإدارة حكومية وبينها وبين الأفراد (6)

التطورات الإقليمية للتجارة الإلكترونية:

1) أوربا: بلغت قيمة معاملات التجارة الإلكترونية في أوربا حسب تقديرات مؤسسة فوريستر للبحوث زهاء 1.2 مليار دولار في عام 1998، وترتفع إلى 64.4 مليار دولار في عام 2001، علماً بأن التجارة فيما بين الأنشطة التجارية ستمثل مصدر معظم النمو في الحجم (88%) واكتشفت دراسة استقصائية أجراها مؤسسة موري (MORI) شملت 900 نشاط تجاري في أوربا الغربية أن نصف مدريتها واثقون من أن التجارة الإلكترونية أفضل خيار لمستقبل نشاطهم، وبينت 25% من الشركات والتي تمارس نشاطها على شبكة إنترنوت أنها بدأت بالفعل تحقق أرباحاً من نشاطها على الخطوط المباشرة بينما حققت 58% منها وفورات كبيرة في التكاليف عن طريق استخدام شبكة إنترنوت في ممارسة تجاراتها.

ويبدو أن الكثير من المشاريع الصغيرة والمتوسطة في أوربا تنظر في فرص التجارة الإلكترونية عن كثب وبينت دراسة استقصائية في أغسطس 1998 بإشراف شركة الاتصالات السلكية واللاسلكية البريطانية أن 54% من الشركات متوسطة الحجم و33% من الشركات الصغيرة الحجم موجودة على شبكة إنترنوت وبينت 66% من الشركات الموصولة بشبكة إنترنوت أن البريد الإلكتروني أصبح الآن حاسماً بالنسبة لتجارتها.

2) إفريقيا والشرق الأوسط: تحسنت إمكانية ربط إفريقيا بشبكة الإنترنت بصورة كبيرة منذ أوائل التسعينات لكنها مازالت عند مستويات منخفضة جداً مقارنة بمستوياتها في الاقتصاديات المتقدمة.

أما في الشرق الأوسط، فقد شهدت هذه الدول التي تسمح بوصول الجمهور إلى شبكة الإنترنت زيادات كبيرة في عدد المستخدمين الموصلين بالشبكة، وتصدر إسرائيل المنطقة فيما يخص إجمالي عدد السكان الموصلين بالإنترنت وتغلغل هذه الشبكة. وقدرت دراسة استقصائية أجرتها مجموعة تكنولوجيا المعلومات بمجموع قيمة التجارة الإلكترونية في الشرق الأوسط بما يتراوح بين 9 ملايين و 11.5 مليون دولار في عام 1997.

3) أمريكا اللاتينية ومنطقة الكاريبي: تشير دراسة استقصائية أكاديمية أجريت بشأن الأنشطة التجارية الإلكترونية في أمريكا اللاتينية إلى أن مزودي خدمات الإنترنت يقومون بدور الرائد في تشجيع ممارسة التجارة الإلكترونية داخل المنطقة، ويعد التقرير زهاء 30 مزوداً من مقدمي خدمات إنترنت الأمريكتين والناطقين بالأسبانية، يعرضون تصميماً لشبكة ويب (WEB) وفهرساً مباشراً وإمكانيات الدفع المباشر وخدمات التدريب وإدماج النظم بالإضافة إلى إمكانية الوصول إلى خدمات إنترنت الأساسية، ويبدو أن معظم هذا النشاط موجه في الوقت الحاضر إلى سوق التجارة فيما بين الأنشطة التجارية.

4) آسيا والمحيط الهادئ: يقدر بمجموع عدد المستخدمين في المنطقة حالياً بـ 22 مليون شخص، ودرست بحوث مؤسسة البيانات الدولية مؤخراً الشركات الـ 1000 الأولى في المنطقة فووجدت أن 75% منها يملك حالياً موقع على شبكة ويب (WEB)، وقد ارتفعت هذه النسبة المئوية إلى أكثر من الضعف خلال العام الماضي، وتقرب الآن من النسبة المقدرة لسوق الولايات المتحدة التي تفيد أن 81% من شركات الولايات المتحدة التي تشغّل أكثر من الـ 100 موظف تملّك موقع تجاريًا على شبكة ويب (WEB).

وتتوقع مؤسسة البيانات الدولية أيضاً أن تحصل إيرادات التجارة الإلكترونية بحلول عام 2001 إلى المستويات التالية في اقتصاديات البلدان الآسيوية التي حلّت بها التجارة الإلكترونية - الإيرادات المتوقعة في عام 2001 (بالمليون دولار).

البلد	إيرادات التجارة الإلكترونية
ماليزيا	1000

800	سنغافورة
200	تايلاند
أقل من 200	إندونيسيا
أقل من 200	الصين

5) الولايات المتحدة وكندا: تبين الدراسة الاستقصائية لاستخدام شبكة الإنترنت في الولايات المتحدة وكندا الصادرة عن مؤسسة Neilgencommerce أن عدد مستخدمي شبكة الإنترنت (16 سنة فأكثر) بلغ في يونيو 1998 أكثر من 79 مليون شخص، وازداد أيضاً عدد الأشخاص الذين يشترون سلعاً وخدمات على شبكة الإنترنت ليصل إلى 20 مليون شخص، وكشفت دراسة استقصائية أجرتها شركة IBM ، شملت 1000 مشروع تجاري صغير أن 67% منها موصول بشبكة الإنترنت و 24% يشغل موقعاً على شبكة ويب (WEB) العالمية، وبذلك بلغت الولايات المتحدة الكتلة الحرجة اللازمة لدعم صناعة تجارة إلكترونية قوية (7).

مقدرات إقامة إطار عالمي للتجارة الإلكترونية:

للمساعدة على ضمان أن تستمر الفوائد التي تتحققها الإنترنت والتجارة الإلكترونية وامتدادها إلى جميع أجزاء الاقتصاد العالمي، قدم عدد من الحكومات والمنظمات الحكومية الدولية مقدرات بإقامة إطار عالمي للتجارة الإلكترونية، وعلى الرغم من وجود اختلافات بين شتى الاستراتيجيات المقدمة، فإن توافقاً في الآراء أخذ في الظهور في الولايات المتحدة وأوروبا واليابان على ضرورة قيام القطاع الخاص بالدور الطبيعي في إقامة هذا الإطار العالمي، وسيكون التنسيق الدولي في مواءمة القوانين واللوائح التجارية القائمة أمراً ضرورياً من أجل تكثيف بيئة قانونية للتجارة الإلكترونية تتسم بالاتساق والشفافية، غير أنه يجري تشجيع قيام القطاع الخاص بالتنظيم الذاتي بوصفه بديلاً عن زيادة اللوائح التنظيمية الحكومية في مجالات مثل وضع المعايير وأمن المعلومات وإدارة المحتوى.

يركز التحليل التالي على المقدرات التي قدمتها الولايات المتحدة والاتحاد الأوروبي واليابان ومنظمة التنمية والتعاون الاقتصادي. وقد قدمت الجهات الثلاث الأولى مقدرات بسياسة فيما يتعلق بالتجارة الإلكترونية في مجالات مثل الجمارك وفرض الضرائب وإقامة إطار قانوني والقضايا المتعلقة بالوصول إلى الأسواق، وتقوم منظمة التنمية والتعاون الاقتصادي بإجراء بحوث واسعة النطاق فيما يخص بعد من قضايا السياسات ذات الصلة بالتجارة الإلكترونية كما نشرت عدداً من المبادئ التوجيهية المتعلقة بهذه السياسات.

ووفقاً لهذه المقترنات، ينبغي أن يتواصل على نحو نشط التعاون فيما بين الحكومة باستخدام القنوات القائمة للتفاوض مثل منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية، ومنظمة التجارة العالمية والمنظمة العالمية للملكية الفكرية ولجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي وذلك من أجل ضمان اشتراك الحكومات في وضع ما يلزم من اتفاقات وتشريعات نموذجية لدعم الإطار ككل، والورقات المختلفة المتعلقة بالسياسات التي أصدرتها الجهات الفاعلة الأربع المذكورة أعلاه، تعرض عدداً من المقترنات المالية والقانونية والمقترنات المتعلقة بالوصول إلى الأسواق.

a) **القضايا المالية:** وهي التي ترتبط بالجمارك والضرائب والمدفوعات الإلكترونية

i) الجمارك والضرائب في مجال التجارة الإلكترونية: حيث يوجد اتفاق على أن البيئة الراهنة الحالية من الرسوم الجمركية فيما يتعلق بالسلع والخدمات التي تقدمها شبكة الإنترنت والقنوات الإلكترونية الأخرى ينبغي الإبقاء عليها على الدوام، ولكن ذلك لا يشمل السلع المادية التي يتم شراؤها عن طريق شبكة الإنترنت وتسلم بالطرق التقليدية.

ومسألة فرض ضرائب على التجارة الإلكترونية في السلع الافتراضية مثل المعلومات والخدمات والسلع المادية هي مسألة معقدة، وموقف الولايات المتحدة هو أنه ينبغي عدم فرض ضرائب جديدة على التجارة الإلكترونية وأنه ينبغي للسلطات الضريبية أن تنسق أنشطتها لضمان أن تتسم نظم الضرائب بالبساطة من حيث الإدارة وألا تعوق التجارة أو تشوهها، وقد دأب الاتحاد الأوروبي تقليدياً على جبائية القيمة المضافة على السلع الافتراضية فضلاً عن السلع المادية ولكنه يقوم بتقييم تعريف نظم الضرائب الحالية، وتشترك الجهات الأربع جميعها في تبني موقف مؤداه أن الإنفاق في فرض الضرائب على السلع الإلكترونية بالمقارنة مع السلع المادية أي الحياد الضريبي وهو أمر لا بد منه.

ii) الآثار المتربطة على الأساليب الجديدة للموضوعات الإلكترونية: تمثل الموضوعات الإلكترونية أحد مجالات التكنولوجيا الناشئة التي من الممكن أن يكون لها تشعبات ذات شأن في مجال السياسة النقدية والأعمال المصرفية العالمية، وهناك حاجة مسلم بها إلى القيام برصد التطورات في هذا المجال عن كثب وذلك على الرغم من عدم قيام أي جهة من الجهات الفاعلة الأربع باقتراح أي زيادة في التنظيم الحكومي لهذا الأمر حتى الآن، بيد أن الولايات المتحدة وبلدان أخرى قد سلمت بأنه قد يلزم اتخاذ تدابير في المستقبل لضمان أصل وسلامة المدفوعات الإلكترونية والنظم المالية الدولية في الأجل الطويل.

ب) المسائل القانونية:

(i) وضع مرونة تجارية للتجارة الإلكترونية: تسلم الجهات الفاعلة الأربع جمِيعاً بالحاجة إلى مواءمة الإطار الحالي للمروّنات والتشريعات التجارية المنظمة لمعاملات التجارية من أجل تناول أوجه التعقيدات التي نشأت عن طريق التجارة الإلكترونية الدولية.

ويجري بذل جهود عديدة من أجل إثبات الصحة القانونية للمستندات الإلكترونية وقبول التوقيعات الرقمية وغيرها من إجراءات التوثيق المستخدمة في الصفقات التجارية، وذلك على الرغم من أن التشريعات ما زالت لم تعتمد بعد في بلدان كثيرة ويستشهد بقانون لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي (الأونيسترال) النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية كأحد الأمثلة على التعاون الدولي في وضع إطار قانوني مشترك وهو أمر ينبغي دعمه واتباعه في مجالات أخرى كذلك.

كذلك تقوم الغرفة التجارية الدولية بإنشاء قاعدة بيانات لمصطلحات التجارة الإلكترونية التي يمكن إدراجها في العقود التجارية المستخدمة في التجارة الإلكترونية.
(ii) حماية الملكية الفكرية: حظيت المعاهدات الدوليتان اللتان أبرمتا في إطار المنظمة العالمية للملكية الفكرية، بتأييد واسع النطاق. كذلك تعهدات الولايات المتحدة والاتحاد الأوروبي واليابان بالعمل على التصديق عليها على وجه السرعة ويجري التشجيع أيضاً على تنفيذ الاتفاق المتعلق بحاجب حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة.

(iii) العلامات التجارية وأسماء النطاقات: على الرغم من أن نظام أسماء النطاقات الذي يتعلق بتخصيص أسماء للمواقع على شبكة الويب (WEB) العالمية قد ظلت تحيم عليه حتى الآن الولايات المتحدة بوصفها رائدة الإنترنت، فإنه يسلم على نطاق واسع بأنه لابد من وضع ترتيب إدارة جديدة للحكم مدفوع بقوة السوق وينطوي على مشاركة دولية واسعة النطاق.

(iv) الخصوصيات على شبكة الإنترنت: وتدعم الولايات المتحدة في الوقت الراهن الجهود التي بذلها القطاع الخاص من أجل تنفيذ النظم الذاتية والتنظيم لهذه الخصوصيات.

ويوجد منشور لمنظمة التعاون والتنمية الاقتصادي بعنوان (مبادئ توجيهية بشأن حماية الخصوصيات وانسياب البيانات الشخصية عبر الحدود) يوصي بعدم

تقيد انسياپ المعلومات الشخصية عبر الحدود إلا عند قيام بلد المقصد بمراعاة المبادئ التوجيهية إلى حد كبير أو عندما يؤدي إعادة تصدير هذه البيانات إلى الالتفاف حول التشريعات المحلية المتعلقة يصون الخصوصيات.

(v) الأمان على شبكة الإنترنت: يجري حالياً بذل جهود في عدد من البلدان لتوفير إطار من أجل وضع معايير ترتكز على اعتبارات السوق ومن أجل خدمات إدارة المفاتيح العامة ومنتجات التشفير التي يمكن استرجاع مفاتيحيها. وهناك اتفاق عام على أن بيئه الوجود المباشر على الشبكة من شأنها أن تسمح بعدد من التكنولوجيات ذات الصلة (مثل التشفير والتوثيق ومراقبة كلمات السر والخواجز النارية) تدعيمها هيكل أساسية موثوق بها ومدفوعة باعتبارات السوق لإدارة المفاتيح والأمن، وقد نشرت منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية أيضاً مبادئ توجيهية بشأن نظم تشفير المعلومات وأمنها، وهناك اتفاق على ضرورة السماح بالوصول المشروع في إطار إنفاذ القوانين إلى البيانات المشفرة، غير أن الولايات المتحدة لا تزال تعترض على تصدير تكنولوجيات التشفير القوية لأسباب تتعلق بإنفاذ القوانين والأمن القومي.

ج) القضايا المتعلقة بالوصول إلى الأسواق:

(i) السياسات المتعلقة بالهياكل الأساسية للاتصالات السلكية واللاسلكية وبتكنولوجيا المعلومات: تسلم ورقات السياسات العامة لدى كل من الولايات المتحدة والاتحاد الأوروبي بأهمية السياسات المتعلقة بتحرير الاتصالات السلكية واللاسلكية على الصعيد الوطني لإقامة شبكة معلومات عالية متقدمة وذات قدرة عالية.

وتشدد المقترنات الأربع على أن التنفيذ الفعلي لاتفاق منظمة التجارة العالمية بشأن الخدمات الأساسية للاتصالات السلكية واللاسلكية هو الاتفاق المتعلق بتكنولوجيا المعلومات سيكون له أمر مقيد في إقامة الهياكل الأساسية للتكنولوجيا التي تقوم عليها شبكة المعلومات العالمية، وبالإضافة إلى ذلك تؤيد الولايات المتحدة والاتحاد الأوروبي أيضاً تبسيط إجراءات إصدار شهادات المنتجات عن طريق اتفاقيات الخفض المتبادل التي تسمح بالاعتراف الدولي بالشهادات التي تمنحها مختبرات المعايير الوطنية.

(ii) تنظيم المحتوى على شبكة الإنترنت: يسود عبر الجموعات الأربع للمواقف توافق في الآراء على أن القواعد الخاصة بالمسؤولية عن المحتوى ينبغي أن تستند إلى مبادئ عامة بغية ضمان مجال للأداء يتسم بالاستواء.

(iii) وضع معايير تقنية: يبدو من هذه المقترنات وجود اتفاق واسع النطاق على ضرورة أن يتخد القطاع الخاص زمام المبادرة فيما يتعلق بوضع معايير تقنية مفتوحة وذلك بالتعاون مع الحكومات والمنظمات الدولية المختصة بوضع المعايير.

(iv) إمكانية الوصول المتاحة للمشاريع الصغيرة والمتوسطة الحجم: دأب الاتحاد الأوروبي واليابان والولايات المتحدة جمِيعاً على العمل بحكمة وجسارة في وضع برامج لضمان أن تستطيع المشاريع الصغيرة والمتوسطة الحجم الاشتراك على نحو كامل في شبكة المعلومات العالمية، وتشمل البرامج في هذا الصدد اتخاذ مبادرات لتنمية الموارد البشرية بغية معالجة ثغرة المهارات التي تشهدها الكثير من المشاريع الصغيرة والمتوسطة الحجم فيما يتعلق بالأحد بالتقنولوجيا في أعمالها (8).

التجارة الإلكترونية والإشكاليات التطبيقية المطروحة:

تواجده التجارء الإلكتروني عدد من الإشكاليات التطبيقية المطروحة، منها:

1) إشكالية دفع ورفع السوق الجمركية والأداء على القيمة المضافة: هذه الإشكالية مطروحة بصفة عسيرة الحل في التجارة الإلكترونية ذات الاتجاه (أعمال => مستهلك) حيث أن حل هذه المشكلة يستدعي اتخاذ إجراءات عملية من طرف إدارة الجمارك والرسوم

2) ، ولم تجد بعد هذه الإشكالية طريقها إلى الحل لأن الولايات المتحدة تطالب حلفاءها من الدول المتقدمة عدم فرض رسوم جمركية من شأنها أن تقلص من النمو التجاري لهذا المولود الجديد.

3) إشكالية الأدلة الثبوتية في التجارة الإلكترونية: وهي سؤال محير لكل أنواع التجارة الإلكترونية مؤسسة لمؤسسة Business to Business أو مؤسسة لحريف Consumer لمواجهة هذه المسألة يتعين على الشاري في الوقت الراهن أن يحتفظ بجميع الأدلة للعمليات التي قام بها عبر الويب (WEB) التجاري كطبع الشاشة الأولى التي تعرف بالكمبيوتر المضيف للويب (WEB) وعنوان البلد المقيم فيه وطبع نسخة من البريد الإلكتروني التي تحتوي على الفاتورة الإلكترونية . . الخ.

في التجارة الإلكترونية بصفة خاصة والإنترنت بصفة عامة لا بد من الاعتماد على أدوات أدلة جديدة. فالأدلة الثبوتية في العالم الواقعي لا تنطبق على عالم الإنترت، لذا حول المشروع الآن في الدول المتقدمة استخدام آليات جديدة في التعاطي والبحث عن

الأدلة كالسماح لرجال القضاء بمسك الذاكرة الصلبة للحاسوب وخاصة في الجرائم الاقتصادية.

4) إشكالية حماية العلامة التجارية والملكية الفكرية: طالت عمليات التزوير العلامات التجارية وعالم التجارة الإلكترونية وأصبحت ظاهرة من الظواهر العالمية وتتفنن المafia العالمية في عمليات التزوير لتطال من الشركات ذات العلامات الجيدة في البلدان النامية، ومن بين أساليب المحتالين هروبهم إلى التسجيل المبكر لعلامات الشركات المتميزة في سجلات نطاق الإنترنت لحوزة الأسماء ذات العلامات الممتازة تجاريًا ثم تبيعها نفس الشركات بأثمان غالمة عندما يبدون هؤلاء رغبتهم في خلق وابات بعلاماتهم التجارية، وهذه الإشكالية ناتجة عن خلاف تشريعي حول معنى العلامة التجارية واسم النطاق على الإنترنت والعلامة بينهم.

5) إشكالية حماية المستهلك: هذه المشكلة عسيرة ومطروحة لكل زبون على الإنترنت، في الظروف الراهنة فإن قانون البلد الشاري هو الذي ينطبق.

6) إشكالية الدفع الفوري: تطرح هذه المشكلة خاصة عند إحداث ويب (WEB) تجاري في الخارج (مؤسسة أجنبية => مستهلك أجنبى)، فال الحاج على الويب (WEB) يريد ضمان الدفع وأمانه.

في الوقت الحاضر هناك عدة بروتوكولات تستطيع أن تضمن عملية الدفع وهي مبنية على برمجيات متقدمة ومتطرورة تعتمد على التشفير والترميز.

7) إشكالية تسليم البضائع: عندما يتم عملية الدفع لا بد أن يقوم الويب (WEB) التجاري بعملية تسليم البضائع وهذه العملية تتم عن طريق عدة وسطاء، خاصة إذا كان الحريف في بلد ليست له علاقات اقتصادية مع السودان، وكيفية إتمام تسليم البضاعة ونوعيتها هي رهينة هؤلاء العملاء وكفاءتهم وكيفية تقديم وإنجاز خدماتهم تتعكس إيجابياً أو سلبياً على صورة الويب (WEB) التجاري وحل هذه الإشكالية، فلا بد أن يتعاون البريد السوداني مع وسطاء إرسال بضائع معروفين بتقنياتهم وموجودين في عدة بلدان أمثال .DHL

8) إشكالية تبادل المعلومات بأمان عبر الإنترنت: هذه الإشكالية مطروحة في استعمال البريد الإلكتروني لنقل الوثائق الإلكترونية التجارية بصفة آمنة، في الوقت الراهن تشهد شبكة الإنترنت من حين لآخر أعمالاً تخريبية من طرف فئة من المشاغبين والعابثين في شكل بث برامج فيروسية (فيروس الدودة الآكولة، 11 يونيو 1999) وقد أندس في عدة شبكات داخلية منها شبكة ميكروسوفت، ينتقل هذا الفيروس بسرعة فائقة وسط

الشبكة فيتتج عن ذلك هدك بعض السجلات الإدارية ولو لا بعض المجهودات التي تتصدى لهذه الظاهرة لأصبح الإنترن特 عدم الجدوى.

كما أنه ليس هناك ما يمنع من استخدام الشبكة من طرف المافيا العالمية لتنفيذ جرائم من عدة أنواع كتهريب المخدرات وتهريب الأموال المزورة، وهناك خبابرات الدول الكبرى وإسرائيل وبعض الدول النائية التي تستعمل الشبكة في أغراض التحسس سواء اقتصادية منها أو عسكرية، المدف منها خلق أسلحة جديدة تطال البلدان العلوة في أنظمتها المعلوماتية، وهناك كذلك ما يسمى بالقرصنة وأغراضهم متعددة، ولتأمين تبادل المعلومات عبر الشبكة سواء عن طريق البريد الإلكتروني أو غيره فلا بد من اعتماد أنظمة تشغيل وترميز متطرفة.

٩) الإشكاليات المطروحة على المدى المتوسط والطويل: من الإشكاليات المطروحة على المدى المتوسط والطويل وحسب الكتاب الأبيض لدول المجموعة الأوربية، كل الأخصائيين متفقون على أن التجارة الإلكترونية ستؤثر سلبياً في أول الأمر على فرص العمل في المؤسسة لافتقارها لقدرات التأطير والتأنقلم ولكن في نفس الوقت ستتحقق التجارة الإلكترونية فرصاً أخرى من العمل ترتكز على التقنيات (٩).

الوضع الحالي للشبكات في السودان:

أنشئت الشركة السودانية للاتصالات (SUDATELL) في عام 1993 في إطار الاستخلاص، ولعل أهم خططها هو إنشاء شبكة من الألياف البصرية التي غطت معظم السودان على الرغم من اتساع رقعته، ليغوص طولها 3000 كيلومتر، وتتيح بذلك إمكانية ربط بسعة عالية تفوق الاحتياج الفعلي المالي، وقد شهد القطاع المصرفي عدد من الأحداث التي تشير لتقدم ملموس: أ. إنشاء الشبكات المحلية داخل المصارف الرئيسية وأفرعها وذلك تمهيداً لربطها في شبكة واسعة تتيح التبادل بيسراً.

ب. تحول البرمجيات المستخدمة للاستفادة من الشبكات الواسعة و شهد ذلك تحول في الإجراءات وقبول بعض المفاهيم.

ج. إنشاء شركة الخدمات المصرفية الإلكترونية والتي أوكل لها التنسيق وتقديم الخدمات بتكلفة تتناسب مع النمو التدريجي للعمل المصرفي.

د. التطلع لإعداد كادر بشري يتحمل تبعات التنفيذ.
إلا أن هذه الشبكات تحتاج إلى بذل المزيد من الجهد من أجل التوسيع والانتشار أكثر من ذلك (١٠).

شركة الخدمات المصرفية الإلكترونية المحدودة ودورها في تطوير العمل المصرفي:

من أهداف الشركة تقديم خدمات الربط الإلكتروني بين المصارف وخدمات الدفع المالي الإلكتروني داخل وخارج السودان، وكذلك تولى تبني مواصفات قياسية في البرمجيات تتيح للمصارف التعاون والتعامل مع بعضها عبر شبكة إلكترونية.

ولقد قامت الشركة الآن بتنفيذ مشروع خدمات شبكة جمعية SWIFT العالمية، الذي تتيح للمصارف السودانية خدمات الربط الآلي مع المصارف العالمية المشتركة في الشبكة والمستمرة على نطاق واسع من العالم، وتعتبر شبكة SWIFT من أكبر الشبكات الإلكترونية للمدفوعات المالية في العالم وتستفيد المصارف السودانية من هذه الخدمة لتنفيذ عمليات التحويل المالي من وإلى خارج البلاد لأغراض التجارة الخارجية لحركة الأموال والتبادل مع العالم (11).

الآثار التي تلحق بالتجارة والتنمية:

تبين فرص الأعمال الناشئة عن التجارة الإلكترونية تباينا يعتد به من قطاع إلى آخر، وكذلك من بلد إلى آخر، تبعاً لنكوص التجارة والسكان ومستخدمي الإنترنت في السوق المحلية وتبعاً لعوامل أخرى.

وبإضافة إلى ذلك فإن استخدام التجارة الإلكترونية يتتيح عدداً من المنافع غير الإيرادية مثل زيادة الكفاءة وتحفيض التكاليف التشغيلية، وينبغي للمديرين عند اتخاذ قرارات بشأن مدى قيامهم بالاستثمار في التجارة الإلكترونية بالنسبة إلى أنشطتهم التجارية المحلية والدولية على حد سواء، أن يضعوا في اعتبارهم عدداً من العوامل من بينها ما يلي:

أ) السوق المستهدفة وموقع التركيز الجغرافي للمشروع التجاري.

ب) المنتجات والخدمات المصرفية حالياً والمفترضات والخدمات المزمع عرضها عن طريق القنوات الإلكترونية.

ج) مدى مناسبة فرص التجارة القائمة على شبكة الإنترنت ونظم سلسلة العرض كأداة لتنمية الأعمال التجارية.

د) مدى توفر المعرفة والخبرة والتقنية اللازمة.

هـ) مدى توفر وتكلفة الوصول إلى خدمات شبكة الإنترنت واستضافتها.

و) مدى توفر وتكلفة المعلومات المتعلقة بأسواق المنتجات والأطراف المعاشرة على حد سواء.

ز) مدى توفر التمويل وإدارة المخاطر وبدائل الدفع (12).

عوائق انتشار التجارة الإلكترونية في السودان:

على الرغم من التوسيع والانتشار في ممارسة التجارة الإلكترونية وتنميّتها، إلا أن هناك عوائق تحول دون انتشارها في السودان منها:

- 1) قلة عدد مستخدمي الإنترنط
- 2) عوامل السرية والأمان
- 3) عدم استعداد المستخدمين لممارسة التجارة الإلكترونية
- 4) التكلفة المرتفعة لبناء الواقع
- 5) بطيء شبكة الاتصالات
- 6) عوامل أخرى

الخلاصة والتوصيات

خلصت هذه الورقة إلى أن التجارة الإلكترونية أصبحت سمة لازمة للتبادل التجارى في الدول المتقدمة، وواكب ذلك تكنولوجيا المصارف بتقديم خدمات مصرية ومالية عبر شبكات الإنترنط سادت بنفس الخطة صدقى إلى تسجيل التبادل السعى والخدمي عبر الشبكات الحاسوبية، وتعد أضخم الاهتمام بالتجارة الإلكترونية تزايداً عبر التكتلات الإقليمية، مما عضد فكرة إقامة إطار عالمي لها توقع مقتراحات فيما يتعلق بالقضايا المالية والمسائل القانونية تلك المتعلقة بالوصول إلى الأسواق، وعلى من الرغم من ذلك فتواجهاً التجارة الإلكترونية عدد من الإشكاليات التطبيقية المطروحة.

والآن تبذل جهود في السودان من أجل مساعدة المؤسسات المالية المصافية العالمية بإدخال نظام الشبكات وربط معظم المصارف بشبكة جمعية سويفت SWIFT، إلا أنه بالرغم من ذلك هناك عائق تحول دون انتشار التجارة الإلكترونية في السودان حتى تستفيد مؤسساتنا المالية والمصرفية والتجارية وعملاً منها من التعامل التجاري (سعى وخدمي) إلكترونياً نوصي بالآتي:

- 1) العمل على وضع إرساء قواعد قانونية لتنظيم وتفعيل التجارة الإلكترونية
- 2) المحافظة على علاقة المصرف مع الزبائن بواسطة استخدام كل الوسائل لإيصال أفضل وأسرع خدمة بأقل تكلفة ممكنة
- 3) المشاركة الفعالة بوضع قواعد التجارة الإلكترونية المطروحة في إطار المنظمة لعام 2000 من أجل مزيد من التحرير في قطاع الخدمات والاستثمار والمنافسة والتجارة الإلكترونية
- 4) استيعاب التغيرات الهائلة التي تحدث في أنظمة التجارة العالمية والمفاهيم التقليدية السائدة حالياً بين الدول الموقعة على اتفاقات تجارية واقتصادية، وإدراك حتمية التجارة الإلكترونية التي باتت تفرض ذاتها في تحديد مستقبل الدول وتطورها الاقتصادي.
- 5) العمل على محاربة الإنترنط وجعل هذه الخدمة متوفرة لأكبر عدد من المستخدمين في السودان

6) توفير التدريب والتأهيل اللازمين في كل الاتجاهات على كل المستويات.

المراجع:

- 1) نعمات العيش، التجارة إلكترونيا: أداة للمناقشة في الأسواق العالمية، حلقة عمل حول القدرة التنافسية للاقتصاديات العربية في الأسواق العالمية، صندوق النقد العربي، معهد السياسات الاقتصادية 1999، ص 96-98.
- 2) توفيق شميد، بعض الأحكام القانونية التي يقتضي مراعاتها في التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت، ندوة الربط الإلكتروني وأهمية الشبكات في العمل المصرفي والمالي، 2-5 نيسان (أبريل) 2000، الخرطوم، السودان، ص 5-6
- 3) نعمات العيش، مرجع سابق، ص 96-98
- 4) د. عبد الإله الديوه جي، التجارة الإلكترونية، التجارة الإلكترونية والخدمات المصرفية والمالية عبر الإنترنت، اتحاد المصارف العربية، 2000، ص 17-18
- 5) المرجع السابق، ص 5-6
- 6) المرجع السابق، ص 17-18
- 7) الاونكتاد، قضايا السياسة العامة المتصلة بامكانية المشاركة في التجارة الإلكترونية، ص 24-61
- 8) الاونكتاد، آثار المقترنات الأخيرة الرامية إلى إقامة إطار عالمي للتجارة الإلكترونية على التجارة والتنمية، مرجع سابق، ص 77-88
- 9) المنصف قرطاس، التجارة الإلكترونية والإشكاليات التطبيقية المطروحة، مجلة اتحاد المصارف العربية، العدد 230، المجلد العشرون، فبراير 2000، ص 101-104
- 10) الربط الإلكتروني واستخدام الشبكات الحاسوب في نظم المصارف ومستقبلها في السودان، ندوة الاتصالات شبكات الحاسوب في المصارف في السودان، ص 5
- 11) شركة الخدمات المصرفية الإلكترونية المحدودة، دراسة حول مشاريع الشركة، يناير 2000، ص 1-8
- 12) الاونكتاد، آثار المقترنات الأخيرة الرامية في إقامة إطار عالمي للتجارة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 89-90