11

الفصل الحادي عشر

الحاسوب وعمليات التجارة الالكترونية

- انشطة المشروع التي يمكن حوسبتها .
- خطوات حوسبة انشطة المشروع الصغير .
- مزايا ومساوئ حوسبة المشروع الصغير .
- مفهوم التجارة الالكترونية .
- وسائل واساليب التكنلولوجيا المعاصرة .
- مزايا تبادل المعلومات الكترونياً .
- المكونات الاساسية لنظام التجارة الالكترونية .
- فوائد ومزايا نظام التجارة الالكترونية :
- الفوائد للمنظمات والمشروعات الصغيرة .
- الفوائد للمستهلكين .
- الفوائد للمجتمع .
- المعوقات والمحددات للتجارة الالكترونية .

تسود في العالم الان ثورة تكنولوجية متطورة، وقد انعكست هذه الثورة الان على عالم الاتصالات، حيث سهلت عملية الاتصال القيام بالانشطة التجارية والاقتصادية بسرعة فائقة وتكلفة منخفضة جداً مقارنة بوسائل الاتصال الاخرى، كما مكنت المستخدمين من الوصول الى عدد هائل من المعلومات والبيانات ذات الصلة بأنشطتهم وفعالياتهم الحياتية والاقتصادية، ويعود الفضل الكبير في هذا الى عنصرين اساسيين وهما تكنولوجيا الاتصالات وتكنولوجية المعلومات (Communication&Information Technology)، حيث مثل اندماج هذين العنصرين الى انشاء او تأسيس البنية التحتية للانترنت (Internet)، وساهم الانترنت في بناء القاعدة الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجيا لنشر التجارة الالكترونية (E.C) بين كافة المتعاملين بها، ولعل من اهم التطورات التي حصلت في التعامل مع الانترنت استخدام ما يسمى(www.world wide web) وانتشار واستخدام اساليب التصفح الميسرة والذي اعطى مستخدم الانترنت واجهة سهلة للتعامل في مواقع الانترنت، وقد ساهم ذلك في تفجير ثورة متميزة في مجال التجارة الالكترونية وانعكاس ذلك على تطوير فاعلية الانشطة الاقتصادية المحلية والدولية، (الصمادي، 2003 : 22).

ويمثل الانترنت (Internet) شبكة ضخمة مفتوحة لنقل المعلومات، حيث يتمكن المشتركين من تبادل المعلومات وابرام العقود والتخاطب والبحث عن مصادر المعلومات، وقد اصبح الانترنت اتحاداً لشبكة الاتصال يشمل العالم بأسره، ومن طرق الاتصال عبر الانترنت، وسيلة البريد الالكتروني (Email) ويمثل نظام ارسال الرسائل من حهاز الحاسوب الى اخر، وكذلك الشبكة العنكبوتية الدولية (www) وهي شبكة تتميز بسهولة الاستعمال وشموليتها ويمكن من خلالها نقل الملفات والبرامج من حاسوب الى اخر (الصمادي : 2003 : 28).

ان امكانية استفادة المشروعات الصغيرة من خدمات الحاسوب في مجال التجارة الالكترونية انما يتطلب الامر تهيئة البنية التحتية داخل المشروع للانشطة الحاسوبية، وهذا

يعني ضرورة ادخال الحاسوب الى المشروع وبرمجة الانشطة والفعاليات الصناعية والتجارية فيه، ويمكن برمجة الانشطة التالية في المشروع الصغير الكترونياً وهي :

1. البيانات والمعلومات ذات العلاقة بقسم ادارة الافراد، كمعلومات تفصيلية عن كل عامل وعدد العاملين والرواتب والاجور، والمكافئات والمزايا الاخرى كالضمان الاجتماعي والتأمين الصحي وغير ذلك وهذه تمكن ادارة المشروع من الاستغناء عن الاضابير الشخصية الورقية.
2. الملفات الخاصة بالعملاء، كعدد العملاء الرئيسين وكميات شرائهم، وعناوينهم.
3. الملفات الخاصة بالموردين، واعدادهم، وعناوينهم، والمواد التي يتم شرائها منهم مع بعض المعلومات الاضافية التي يحتاجها المشروع.
4. ملفات حسابات الدائنين، وهي ما يتم شرائه بالاجل، وارصدة هذه الحسابات وتأريخها، وما يتم سداده لهم، مع تحديد توقيتات تسديد الدفعات المستقبلية.
5. ملفات حسابات المدينين، وهي الحسابات الناجمة عن البيع للعملاء بالاجل، حيث تصنف وترتب حسب اسماء المدينين او حسب المواد وطبيعتها، وتحديد كميتها وارصدتها وسياسة التحصيل الخاصة بالمشروع.
6. ملفات المخزون واسلوب الرقابة عليه، وقيم تصنيف المخزون حسب طبيعة المواد، وكلف المواد الاولية وكمياتها وارصدتها وغيرها، والسلع التامة الصنع وارصدتها وكمياتها وتاريخ انتاجها وغير ذلك ويحدد الاسلوب الرقابي على كل مادة، واسلوب الجرد المعتمد، هل هو جرد دوري، ام مستمر لضمان الرقابة عليه.
7. ملفات الموجودات الثابتة، وتحدد انواع الموجودات الثابتة كالاثاث والمكائن والمعدات والسيارات وغيرها، كما تحدد طريقة احتساب الاندثار (الاستهلاك) على كل موجود. وبالتالي امكانية معرفة القيمة الدفترية لكل موجود.
8. ملف صيانة الموجودات الثابتة وخاصة في المشروعات الصناعية حيث يحدد اسلوب الصيانة هل هي وقائية ام دورية ام علاجية، وما هي الفترات التي ينبغي

فيها تنفيذ برنامج الصيانة، وما هي تكاليفها، ومن الذي يقوم بها، وهذه تمكن من الرقابة على هذه الموجودات لزيادة عمرها الانتاجي للمحافظة عليها وتحسين كفاءة ادائها.

9. ملف التحليل المالي، وهنا يمكن برمجة بعض المؤشرات المالية البسيطة لمعرفة طبيعة المركز المالي ومقارنته بالسنوات السابقة، او بالمنافسين او بالمؤشرات السائدة في السوق، وهذا يتيح لادارة المشروع إمكانية متابعة الاداء وتحديد نقاط القوة والضعف، ويمكن استخدام بعض المؤشرات منها معدل العائد على الاستثمار، معدل العائد على حق الملكية، ومعدل دوران المخزون، سيولة الذمم، سيولة المخزون، والمؤشرات الخاصة بالسيولة، والنمو والنشاط والربحية وغيرها.

10. ملف اعداد القوائم المالية، وذلك من خلال برمجة العديد من القوائم المالية وامكانية تغذية هذه الملفات بالبيانات المتوفرة وبالتالي يمكن معرفة نتيجة كل نشاط من خلال فترة زمنية قليلة كالميزانية العمومية، وكشف التدفقات النقدية، حساب المتاجرة، حساب كشف الدخل.

11. ملفات الرقابة المالية، وتشمل تدقيق العمليات المالية والحسابية، كما يمكن الرقابة على الاداء المالي سواء من خلال الموازنات المعدة سلفاً او من خلال بعض المؤشرات المستهدفة، وربط هذا الملف ببقية الملفات الخاصة بعمليات البيع والشراء وغيرها.

12. التسويق عبر الانترنت، حيث تمثل عمليات التجارة الالكترونية وسيلة مهمة واساسية لانتشار المشروع محلياً واقليمياً ودولياً، ويمكن الترويج للسلع والاعلان عنها والقيام بعمليات البيع والشراء من خلال الحاسوب، وكذلك امكانية استلام ودفع الالتزامات المالية، وهذا الموضوع الحيوي سيتم تناوله في الفقرة الخاصة بالتجارة الالكترونية وبالتفصيل.

خطوات حوسبة انشطة المشروع الصغير:

هنالك مجموعة من الخطوات والاجراءات التي يمكن اعتمادها لحوسبة انشطة المشروع الصغير، وهي خطوات عامة ويمكن اختزالها او اضافة خطوات تفصيلية لكل خطوة عامة وحسب طبيعة نشاط المشروع وامكانياته ودرجة استخدامه للحاسوب، ومن هذه

الخطوات :

1. تحديد قائمة واضحة بالانشطة والفعاليات المطلوب حوسبتها حالياً ومستقبلاً .
2. الاقرار والتصميم على اي من هذه الانشطة والفعاليات التي يتطلب الامر حوسبتها الآن ، وما هو حجم هذه الانشطة ومستوياتها .
3. تحديد الموازنة المالية ، اي التمويل اللازم للقيام بعملية الحوسبة ، وهذا يتطلب تحديد الحاجة الى عدد الاجهزة ، وما هي الانواع المتوفرة في السوق ، وما هي اسعارها ، وكيف يمكن الحصول عليها من السوق المحلي او الخارجي ، وغير ذلك .
4. تحديد طبيعة البيانات والمعلومات لكل وظيفة من الوظائف التي يتطلب الامر حوسبتها كأسبقية اولى ، وذلك بهدف التعرف على امكانية توفيرها واعدادها .
5. السعي لشراء البرامجيات (software) المطلوبة والتي تساهم في حوسبة الوظائف والانشطة الخاصة بالمشروع .
6. اتخاذ القرار بشراء الاجهزة الحاسوبية (Hardware) .
7. السعي الى تحقيق التكامل في النظام ضمن اطار المشروع ، اي البدء بتنفيذ عمليات الحوسبة وجعله يعمل كنظام متكامل مع انظمة المشروع الاخرى .

مزايا حوسبة المشروع الصغير :

تحقق عملية ادخال الحاسوب الى مشروعات الاعمال الصغيرة المزايا التالية :

1. تقديم معلومات وبيانات جيدة ومتكاملة عن كافة انشطة المشروع .
2. تقديم معلومات خلال فترة زمنية قصيرة ، اي اختزال الزمن في الحصول على المعلومات .
3. تقديم معلومات دقيقة وتفصيلية عن كل نشاط في المشروع .
4. ينمي روح التجديد والابتعاد عن حالة الملل وسياقاته التقليدية (Monotony Eliminated) .
5. تحسين الرقابة الداخلية على انشطة المشروع وبفاعليه .
6. تحسين وتطوير الخدمات المقدمة الى العملاء والمستهلكين .

7. يُمكن من التشخيص المبكر للمشاكل والمعوقات التي قد يواجهها المشروع.
8. يسهل عملية اتخاذ القرارات وقياس فاعليتها، ويُمكن كذلك من امكانية اختبار دقة هذه القرارات.
9. يساهم في تحسين العمليات الانتاجية والرقابة على المخزون.
10. يساهم في زيادة الانتاجية لانشطة المشروع.

ويرى بعض الباحثين انه لربما هنالك بعض المساوىء الناجمة عن حوسبة هذه المشروعات الصغيرة، الا انه يمكن تلافي ومعالجة هذه المساوىء، وهي بالتالي لا يمكن مقارنتها مع مستوى المزايا التي يمكن الحصول عليها من حوسبة انشطة المشروع، ومن ابرز هذه المساؤي:

1. التكلفة والنفقات التي قد يتحملها المشروع من جراء حوسبة انشطته.
2. عدم توفر المدير او القائد او المالك الذي يؤمن بأهمية الحوسبة، وبالتالي عدم توفر الدعم الاداري لهذه النشاط.
3. قد تصبح عملية الحوسبة مكلفة ومرهقة عندما لم تتم برمجة هذه الانشطة بالشكل الصحيح.
4. عدم توفر الكفاءات الادارية ذات الالمام الكافي بأستخدام الحواسيب على مستوى هذه المشروعات.
5. قد تعتمد عليه الادارة كلياً وتراه السبيل الوحيد لاتخاذ القرارات، وتتجاهل الجوانب الانسانية والمشاركة في اتخاذ القرارات.
6. قد لا يحظى هذا الاسلوب بدعم المستهلكين وقد يؤدي الى نفورهم من المشروع، خاصة اولئك الذين لا يؤمنون بهذه التقنيات المتقدمة.
7. قد يولد حالة من القلق والجزع للعاملين في المشروع (Anxitety Employee)، ويرونه وكأنه البديل عن دورهم في المشروع، ويمكن ان يؤدي الى الاستغناء عن بعضهم.
8. الاهتمامات الصحية (Health Concern)، حيث قد تتولد عن استخدامات الحواسيب بعض الاثار الصحية المؤثرة على المستخدمين وخاصة امراض العيون وغيرها، وهذه يمكن معالجتها من خلال وضع المرشحات والواقيات وغيرها.

مفهوم التجارة الالكترونية: Concept Commerce Elcctonic

يعرف (Turban , 1999) التجارة الالكترونية بانها " ذلك النشاط الذي يصف عملية بيع وشراء المنتجات والخدمات والمعلومات باستخدام شبكة الانترنت " .

وتعرف منظمة التجارة الدولية التجارة الالكترونية بانها " انتاج وتسويق وبيع وتوزيع منتجات من خلال شبكات الاتصالات " ، وتعرف كذلك على انها " مجموعة العمليات التجارية المتكاملة - خدمات ومنتجات - والتي تتعامل معها كافة الفعاليات - مؤسسات وشركات وافراد - وتعتمد هذه العمليات على المعالجة الالكترونية - صوتاً وصورة ونصوصاً - ويتم توفر هذه العمليات من خلال شبكة الانترنت والتي تعتبر الشريان الاساسي او البنية التحتية لقاعدة التجارة الالكترونية (ملحم , 2000) .

والتجارة الالكترونية هي اشمل من كلمة تكنولوجيا حيث تتألف من تطبيقات واتصالات ومشاركة بالمعلومات بين الشركاء في التجارة بهدف تحسين العمل وتسهيل امكانية الوصول الى المعلومات والرسائل الخاصة وخدمات التسويق ، كما تشمل انواع متعددة من ادوات التكنولوجيا وكذلك قوانين التجارة والمحاسبة ووسائل الدفع المالي لقيم الصفقات التجارية . وبالتالي فان التجارة الالكترونية تتضمن تبادل المعلومات والخدمات وخلق سوق عالمي مفتوح وتعامل شامل ومتين بين الاطراف ذات العلاقة وعمليات دفع وتسديد مضمونة .

والتجارة الالكترونية ايضاً هي عملية البيع والشراء للمعلومات والمنتجات والخدمات بواسطة شبكات المعلومات ، وبتعبير اخر فان التجارة الالكترونية تعمل على تغطية كافة النشاطات الاقتصادية والتي يتم من خلالها التبادل والتفاعل بين الاطراف لتنفيذ الاعمال والمهام باستخدام البنية الرقمية .

وعلى ضوء ذلك فان التجارة الالكترونية هي صيغة محددة للتعامل التجاري التي تتم بطريقة الكترونية بين مجموعة من الاطراف المستفيدة بعيداً عن استخدام المستندات والوثائق الورقية ، وبما يضمن التنفيذ الفعال والكفوء لاتمام الصفقات والعمليات التجارية وتسديد اثمانها الكترونياً .

ويرى (krohm,2000) بأن " مجال التجارة الالكترونية هو اكبر واشمل من الانترنت، حيث انها تغطي العلاقات الخاصة بالبيع عبر الهاتف وعملية تبادل البيانات الالكترونية (EDI) فضلاً عن استخدام برمجيات متعددة " .

فالتجارة الالكترونية " تتضمن وجود سوق عالمي الكتروني يتمكن من خلاله جميع العاملين في الحلقات الانتاجية بالتعامل الآني والفوري مع بعضهم البعض لمصلحتهم المشتركة والمتبادلة " (ناصر الدين، 2000) ، ولذلك فأنها تخلق بيئة تُمكن الزبائن من التحكم بشكل اكثر فعالية في عملية الشراء وفي الحصول على معلومات خاصة وحسب الطلب .

ويعتبر تعريف (James , 1999) للتجارة الالكترونية من التعريفات الشاملة حيث يشير الى انها " ذلك النشاط الذي يشتمل على عمليات شراء وبيع وتسويق وتقديم للخدمة والتسليم والدفع الخاصة للمنتجات والخدمات والمعلومات من خلال الانترنت (Extranets Intranets, Internet) ومن خلال الشبكات الالكترونية الاخرى بين الشبكة الالكترونية الخاصة بالمشروع والمستهلكين والموردين وكل المستفيدين الآخرين " .

واعتماداً على ما تقدم، فان التجارة الالكترونية هي نظام تبادل الكتروني لصفقات ومعلومات تجارية ومالية باستخدام وسائل واساليب التكنولوجيا المعاصرة، حيث تستخدم ما يلي :

1. نظام تبادل المعلومات الالكترونية EDI .
2. البريد الالكتروني E-mail .
3. لوحات الحاسوب الاعلانية والالكترونية Computer Bulletin Boards .
4. نظام التحويلات المالية الالكترونية (EFT) Electronic Funds Transfer .
5. تقنيات اخرى يأتي في مقدمتها الانترنت كنظام قائم ومتكامل .

ونظام تبادل المعلومات الالكترونية (EDI) يعني تبادل المعلومات التجارية والمالية بين حاسوب واخر وذلك باستخدام معايير وقواعد متعارف عليها، وبالتالي فأن تبادل المعلومات الالكترونية هو جزء مركزي وهام في نظام التجارة الالكترونية، لان هذا النظام

يعني وبكل بساطة تبادل المعلومات بين الشركات والبنوك بطريقة الكترونية وبشكل اسرع واقل تكلفة واكثر دقة مقارنة بنظم التبادل الورقي .

ولتبادل المعلومات الالكترونية عدة منافع منها :

1 . زيادة عدد وكمية ومعدل دوران الفرص التجارية فيما بين الشركات من جهة وفيما بين الشركات والحكومات من جهة اخرى ، مما ادى الى انتشار اوسع للمعلومات المتعلقة بالمشتريات وعطاءات التوريد على كافة الاصعدة الخاصة والعامة .

2 . تحسين جودة ونوعية العمل ، حيث استطاعت الشركات انتاج اساليب محاسبية جديدة اكثر دقة وخفضت في الوقت المطلوب لمعالجة المعلومات ، وقللت من مخاطر التفسير الشخصي الارتجالي للمعلومات والبيانات وقضت على الوقت الضائع في العمل المؤسسي .

3 . التقليل من مخاطر الموجودات والمخزون ، حيث باستخدام التجارة الالكترونية استطاعت الشركات من معالجة الطلبيات والوفاء بها بكفاءة زمنية واتباع اساليب جديدة وسريعة لادارة المخزون في السلع والمواد .

4 . تخفيض التكاليف الكلية للمراسلات البريدية ومعالجتها داخل الشركة الواحدة ، كذلك امكانية القضاء على ظاهرة فقدان الرسائل البريدية العادية .

5 . تخفيض الوقت المطلوب للاستلام والاجابة على الطلبيات واوامر الشراء ، فالطرق الالكترونية افضل من المعاملات الورقية التقليدية ، خاصة وان المستهلكين والعملاء يرغبون بالاستجابة السريعة لطلباتهم .

6 . تسريع عملية ارسال اوامر الدفع والفواتير قيد التحصيل كنتيجة منطقية لدخول طلبات الشراء عصر التجارة الالكترونية .

7 . امكانية تبني اساليب معلوماتية جيدة تساعد متخذي القرارات على اتخاذ قرارات علمية ورشيدة ، حيث ينتج عن نظام تبادل المعلومات دقة في نقل المعلومات ودقة في المعلومة نفسها وتحسين امكانية الرقابة والتدقيق المحاسبي ، واعطاء الشركة الفرصة المناسبة للبحث عن افضل الفرص التجارية والاستثمارية واختيار الافضل لها .

المكونات الاساسية لنظام التجارة الالكترونية:

يحقق الانترنت تفاعلاً بين اطراف العمليات التسويقية المختلفة حيث يساهم استخدام الشبكات الالكترونية الداخلية (Intranets) والشبكات الالكترونية الخارجية (Extranets) والشبكات الاخرى في تحقيق التفاعل بمستويات متعددة بين الاستراتيجية التسويقية للشركات ويعمل على تطويرها في تلبية احتياجات المستهلكين، حيث ان الهدف الاساسي للنشاط التسويقي هو جذب المستهلكين والمحافظة عليهم وزيادة مشترياتهم فضلاً عن تحسين المنتجات والخدمات المقدمة لهم. وتتحقق عمليات النشاط التسويقي في الانترنت باعتماد الخطوات الآتية :

1. تحديد وتقسيم المستهلكين الاساسيين.
2. تهيئة واعداد الاساليب الترويجية والاعلانية والوسائل التعليمية الاخرى.
3. وضع المواد والسلع ضمن الموقع الخاص بالشركة ليتمكن المستهلكون من البحث عنها.
4. التفاعل مع المستهلكين من خلال الحوار معهم والمناقشة المتفاعلة مع المستهلكين لتحديد الخصائص الخاصة بالسلع ومواصفاتها، وامكانية تحديد الاجابات لاسئلتهم.
5. التعلم مع المستهلكين (Learning From Customers) من خلال اعتماد التغذية العكسية ومعرفة ردود افعالهم عن الاعلانات، والاستراتيجية التسويقية، وتحديد الاسواق الجديدة، وامكانية استخدام الخبرة في تطوير منتج جديد.
6. تقديم خدمات فورية وآنية On-Line للمستهلكين بأعتماد السرعة وتقديم حلول لمشاكل المستهلكين.

ومن هنا تبرز اهمية استخدام الانترنت في مجال التجارة الالكترونية حيث يدعم عمليات تحليل المنافسين والاسواق ليضمن عدم تجاهل الاحتياجات الخاصة بالمستهلكين، فضلاً عن كونه يساهم في بناء قاعدة معلوماتية للشركات وكافة المتعاملين، وبالتالي فانه يعمل على تمكين المستهلكين من التركيز على الاعمال المختلفة للشركات.

ولذلك فان هنالك العديد من العوامل التي تبرر استخدام الشركات لشبكة الانترنت ولهدف اساسي وهو تحقيق قيمة اضافية للمستهلك وهذا يتحقق من خلال الآتي :

- تكاليف دعم ومساندة منخفضة لتمكين المستخدم من حل مشاكله وبشكل مستقل .
- تزويد المستهلك برؤية عالمية من خلال تهيئة قاعدة معلوماتية مهمة وفي كل الاوقات .
- تحسين الخدمات من خلال التركيز على الموارد الداخلية لدعم المستهلكين خاصة في المجالات المعقدة .
- تساهم في ايجاد برامج تسويقية لخدمة المستهلكين .
- يساهم في تحقيق تكامل وسائل الاتصالات المرئية والمسموعة وهذا ينعكس على الاستجابة السريعة ايجابياً .

فوائد ومزايا نظام التجارة الالكترونية:

تحقق التجارة الالكترونية فوائد متعددة لكافة المستفيدين والمتعاملين وبالذات المنشأت القادرة على فهم التقنية الحديثة للاسواق واستحداث التغيير المؤسسي فيما يتعلق بطرق ادائها لاعمالها ضمن المفهوم المعاصر ، وبالتالي بناء الاستراتيجيات المناسبة لمنتجاتها وذلك لاستثمار الفرص المتاحة من خلال ممارسة التجارة الالكترونية ، ويمكن تقسيم فوائد التجارة الالكترونية وفقاً للجهات المتعاملة وكما يلي (Turban,1999) :

أ- فوائد التجارة الالكترونية للمنظمات والمشروعات الصغيرة:

- تساهم في تخفيض التكاليف الخاصة بالعمليات والتوزيع والتخزين والعمليات الورقية حيث تعمل على تخفيض تكاليف ادارة المشتريات بنسبة (80٪) .
- تضمن نظام فعال للتسديد المالي لقيم الصفقات التجارية حيث تقلل من الفترة الزمنية بين عملية الانتاج والبيع واستلام ايرادات هذه السلع والخدمات .
- تقلل من تكاليف الاتصالات ، حيث ان الانترنت يكون رخيصاً مقارنة بتكاليف الوسائل الاخرى .

- تساعد التجارة الالكترونية المشروعات الصغيرة وتزيد من قدراتها في مواجهة اعمال المنظمات الكبيرة، وامكانية مسايرتها في فعاليتها التجارية.
- تُمكن من الوصول الى المستهلكين بسهولة وبسرعة وباقل ما يمكن من التكاليف خاصة للمتواجدين في مناطق بعيدة ومتعددة.
- تُمكن المشروعات من الوصول وبقدرة عالية الى الموردين، حيث تساهم فعالياتها في تخفيض تكاليف الموردين وخدماتهم.
- تُمكن المشروعات من تصريف منتجاتها الفائضة وبكلف ومصاريف منخفضة وبالتالي التخلص من السلع المخزونة.
- تُمكن التجارة الالكترونية من تهيئة تسهيلات للتعامل في التجارة الدولية، حيث تسمح وبسهولة للمشروعات بالدخول الى الاسواق الخارجية.
- تساهم التجارة الالكترونية في تعزيز الشفافية والوضوح في سوق التجارة الالكترونية وذلك من خلال عرض شبكة الانترنت لقوائم هائلة عن جميع انواع المنتجات والخدمات في العالم، اضافة الى توفير قاعدة معلوماتية واسعة عن مواصفات هذه المنتجات والخدمات من حيث النوعية والسعر وشروط التسليم وغيرها، مما يتيح معرفة عروض المنافسين كاملة.
- في ظل عولمة التجارة والانتشار الواسع لشبكة المعلومات وتقلص الحواجز واختفاء الحدود الجغرافية والاقتصادية واعتماد اسلوب التحاور الباشر (Interactive) بين المنتج والمستهلك، اصبح بأمكان المشروعات الدخول الى الاسواق البعيدة لزيادة حجم اعمالها، كما أُتيح للمستهلكين بدائل واسعة للتعامل مع المنتجين.
- تعمل التجارة الالكترونية على تحسين المراكز التنافسية للمشروعات وهذه ستعزز وتحفز المشروعات على تكييف منتجاتها مع رغبات وحاجات المستهلك الفعلية من حيث السعر وجودة المنتج او الخدمة المقدمة.
- تعمل التجارة الالكترونية على تحسين الاداء للمشروعات وهذه تتمثل في اعطاء مفهوم وصورة جديدة للتعامل التجاري من حيث ايجاد طرق جديدة لترويج المنتجات والوصول الى عدد اكبر من الزبائن بتصميم موقع الالكتروني تعرض من خلاله المنتجات ومواصفاتها واسعارها وامكانية اضافة خدمة البيع

الالكتروني لهذه المنتجات وتوفير التكلفة والوقت وهي من العناصر المهمة لتحسين الاداء، وتفعيل الاجراءات باستخدام البنية الرقمية لتوفير خدمة افضل للزبائن والاستجابة بشكل اسرع لمتطلباتهم وتوقعاتهم.

ب- فوائد التجارة الالكترونية للمستهلكين:

- تزود المستهلكين بمجموعة كبيرة من الخيارات، حيث يتمكن المستهلكون من الاختيار بين مجموعة كبيرة من العروض المتاحة ومن منتجات متعددة.
- تزود التجارة الالكترونية المستهلكين بامكانية الاطلاع والمعاينة المستمرة والمتكررة والبحث عن انواع السلع والخدمات باقل ما يمكن من النفقات، كما انها تسمح لهم بامكانية الشراء من اماكن متعددة وارشادهم لاجراء المقارنات بين هذه المنتجات وفقاً لتفضيلاتهم.
- تمكن التجارة الالكترونية في بعض الحالات من امكانية الحصول السريع على السلع والخدمات بأقصر فترة زمنية ممكنة.
- تمكن المستهلكين من امكانية الشراء عقد الصفقات التجارية طيلة الاربع وعشرين ساعة او على مدار السنة ومن اي مكان بحكم توفر تسهيلات الاتصال والتفاوض مع المنتجين والموردين.
- تمكن المستهلكين من الحصول على معلومات تفصيلية وملائمة عن كل السلع والخدمات وبسرعة فائقة بدلاً من انتظار لايام طويلة او لاسابيع.
- تمكن التجارة الالكترونية المستهلكين من التوصية حسب الطلب (Customized) اي طلب السلعة او الخدمة وفق مواصفات محددة وذلك باستخدام الحاسب الشخصي وبأسعار تنافسية.
- تتيح التجارة الالكترونية الفرصة للمستهلكين والمشترين كافة من الاشتراك بعمليات المزايدة والمناقصات وبالتالي الحصول على السلع بالأسعار المناسبة.
- تسمح للمستهلكين بالتفاعل مع مستهلكين اخرين في مجال الاتصالات الالكترونية حيث تمكنهم من تبادل الآراء والافكار واجراء المقارنات وبالتالي الاستفادة من خبرة بعضهم البعض.

ج- فوائد التجارة الالكترونية للمجتمع:

- تمكن العديد من الافراد من تادية مهامهم التسويقية في منازلهم وباقل مايمكن من حالات التجول والسفر والتنقل، وبالتالي امكانية تحقيق غاياتهم بعيدا عن ازدحام الشوارع وماينجم عن ذلك من مزايا ايجابية في تقليل حالات التلوث البيئي.
- تمكن افراد المجتمع من الحصول على السلع والخدمات بأدنى الاسعار وهذا يعني امكانية الشراء وتلبية الاحتياجات الانسانية وزيادة معايير الرفاهية الاجتماعية.
- تمكن التجارة الالكترونية وقاعدتها المعلوماتية الافراد في بلدان العالم الثالث والمناطق الاقل تطورا من الاطلاع والتمتع بالسلع والخدمات المعروضة في هذه الشبكات والتي ربما لاتكون متاحة او متوفرة في اسواقهم، كما انها تهيء لهم فرصة زيادة الخبرة التخصصية في هذا المجال وزيادة معرفتهم بالتطورات التقنية الحاصلة في الدول المتقدمة.
- تساهم التجارة الالكترونية في تقديم تسهيلات الخدمات العامة التي تقدمها مختلف المؤسسات الحكومية والعامة، وبالتالي فانها تقلل من تكاليف التوزيع وتزيد من جودة وكفاءة النظم التوزيعية.

المعوقات والمحددات للتجارة الالكترونية:

تواجه عمليات التجارة الالكترونية وامكانية التوسع فيها، العديد من المعوقات والمحددات والتي يمكن ايجازها بمايلي (ملحم، 2000) و(Turban,1999):

1. صعوبة توفير البنية التحتية المناسبة للتجارة الالكترونية، فالاجهزة والبرامجيات والبنية التحتية للاتصالات وخدمات الانترنت والصيانة المستمرة للاجهزة والمعدات والتطوير الدائم، انما تمثل البنية الاساسية لممارسة التجارة الالكترونية بثقة عالية.
2. صعوبة توفير بيئة قانونية وتشريعية تتسم بالشفافية والمرونة، وذلك من خلال ملائمة وتكييف بعض القوانين المتعلقة بالضريبة والتعامل التجاري والملكية الفكرية والمعايير والمقاييس وغيرها من القوانين والانظمة وبما يلبي الضرورات

الملحة التي تفرضها التجارة الالكترونية، فضلا عن ضرورة اتسام هذه القوانين بالفاعلية والبساطة من الناحية الادارية بحيث لاتكون عائقا امام تطبيقات التجارة الالكترونية.

3. وجود الحاجة الدائمة الى اتخاذ التدابير اللازمة لضمان امن وسلامة المدفوعات الالكترونية.

4. تحديد اطار واضح للاعتراف بالتوقيع او الامضاء الالكتروني.

5. وضع سياسات او قواعد عامة، يكون الهدف منها حماية المستهلك والمحافظة على حقوقه.

6. صعوبة مواكبة التطورات المتسارعة في البرمجيات والتقنيات الالكترونية، حيث تتعرض ادوات تطوير البرامجيات الى تغيرات سريعة.

7. لاتزال عملية التوسع في استخدام الانترنت ذات نفقات مرتفعة، وهناك صعوبة في تهيئتها الى العديد من المستهلكين الرئيسيين.

8. غاليا ماتواجه عمليات التغير في الانشطة التسويقية والتجارية بعض المقاومة من قبل المستهلكين، ويعيق التكيف مع هذه التطورات بسرعة.

9. ضعف الخدمات المساندة او الداعمة لانشطة التجارة الالكترونية، خاصة فيما يتعلق ببعض المعلومات التفصيلية التي يحتاجها المستهلك لاتخاذ قراره التفضيلي بالشراء.

10. هناك اعتقاد سائد لدى معظم الافراد بان التجارة الالكترونية مكلفة وغير آمنة مما يقلل من استخدامها.

11. قلة عدد مستخدمي الانترنت في الوطن العربي بسبب ارتفاع تكلفة الاتصال مع الشبكة داخل الوطن، وعدم توفر الحملات للتوعية والارشاد لاستخدام الانترنت؛ فضلا عن ارتفاع اسعار اجهزة الحاسوب والاجهزة اللازمة للربط مع الشبكة وكذلك البطء في تراسل المعلومات عبر الشبكة داخل الوطن العربي.

12. عدم جاهزية المستهلكين في الوطن العربي لاستخدام الشبكة في مجال التجارة الالكترونية، فضلا عن عدم معرفة غالبيتهم بوجود مواقع تسوق عربية، حيث

اثبتت احدى الدراسات في عام 1998 ان (75٪) من المستخدمين العرب للشبكة لايعلمون بوجود مواقع عربية (PC magazine, May,1998, volume 4,issue5).

13. نقص الخبرة لدى بعض الموردين وغالبية المستخدمين وذلك بسبب عدم وجود المعرفة الحاسوبية والافتقار الى التجارب والمهارات، مما ادى الى صعوبة بناء مواقع التسوق الالكتروني وادارتها بفاعلية.

التحديات القانونية لتطبيقات التجارة الالكترونية:

لمناقشة الجوانب القانونية الخاصة بالتجارة الالكترونية والابعاد التشريعية لها، انما تتطلب باحثا متخصصاً في المجال القانوني، ومن اجل استكمال جميع الابعاد الادارية والمالية والتنظيمية والتسويقية والتكنولوجية والتي تم التطرق اليها في الفقرات السابقة، اضافة الى الجانب القانوني وذلك بهدف بلورة صورة متكاملة عن التجارة الالكترونية، فقد تم الاعتماد على محاضرة للدكتور حسين غنايم وهي غير منشورة وانما تم القائها في دبي في مؤتمر الموازنات والاقتصاد الرقمي - نيسان 2004 وقد تم تلخيصها وعرض جزء منها، (وللامانة العلمية اقتضى التنويه لذلك).

ان دخول عصر التجارة الالكترونية يستلزم وضع قواعد قانونية جديدة تنظم مسائل مستجدة لا وجود لها في عصر التجارة التقليدية، ومن جانب اخر فإن هذا الدخول يتطلب اعادة النظر في بعض القواعد القانونية القائمة التي لا تتسق والطبيعة الخاصة للتجارة الالكترونية.

ومن المسائل المستجدة التي تتطلب وضع قواعد قانونية جديدة:

1. تحديد مدى مسؤولية الجهات القائمة على تنفيذ هذه التجارة والتي تملك البنية التحتية Infrastructure لخدمات الاتصال وتزويد خدمة الانترنت وغير ذلك من مستلزمات هذه التجارة عن الاشكالات المتفرعة عنها.
2. تحديد مدى مسؤولية الجهات الوسيطة On-Line Intermediaries كتلك التي تتولى خدمة التسليم المادي او خدمة الاعلان والتوثيق واصدار الشهادات.

3. توفير الحماية لحقوق ملكية فكرية جديدة تفرزها هذه التجارة مثل محتوى مواقع التجارة الالكترونية من المواد المكتوبة او السمعية او المرئية ، وتوفير الحماية لبرامج هذه التجارة والحلول التقنية للمسائل المرتبطة بها .

4. تجريم افعال جديدة تشكل مباشرتها اعتداء على الخصوصية وعلى حقوق اخرى ، وتحديد العقاب المقرر على مرتكبيها حيث لا جريمة ولا عقاب الا بنص .

ومن المسائل التي يؤدي دخول عصر التجارة الالكترونية لوجوب اعادة النظر في القواعد القانونية التقليدية التي تحكمها :

1. عدم التقاء طرفي العملية في التجارة الالكترونية في "مجلس عقد" وتلاقي ارادتيهما من خلال شبكة الاتصالات ، مما يثير التساؤل بشأن زمان ومكان انعقاد العقد .

2. عدم وجود وثائق ورقية متبادلة ، مما يجعل الرسالة الالكترونية بمثابة السند القانوني الوحيد لكليهما ، ويفتح الباب بالتالي لمسألة الاثبات القانوني .

3. مدى قبول التوقيع الرقمي Digital Signature ومسألة التشفير Cryptography التي تشكل عصب التجارة الالكترونية .

4. مدى القبول بأنظمة الدفع الالكتروني والمصارف الالكترونية وصولاً للوفاء بالثمن او بمقابل الخدمة ، سواء تمثل نظام الدفع في صورة نقد الكتروني Electronic Cash ام في بطاقة الكترونية Electronic Credit Card ام في شيك الكتروني Electronic Cheque ام في بطاقة ذكية Smart Card ام في تحويل الكتروني Electronic Fund Transfer (EFT) علما بان استخدام اي وسيلة من الوسائل السابقة يستلزم وجود اليات ضمان او امان Security Mechanism مثل :

أ. التشفير وحل الرموز (Encryption, Decryption) حيث يتم تحويل الرسالة من شكل مقروء الى اخر غير مقروء ومن ثم العكس باستخدام مفاتيح خاصة .

ب. التوقيع الرقمي حيث يتم الاتفاق بين الاطراف على التوقيع باستخدام الرموز لمزيد من الحماية والتأكد .

ج . الشهادة الالكترونية Electronic Certificate حيث يقوم باصدارها طرف ثالث .

5 . مدى صلاحية احكام الاختصاص القضائي والقانوني الواجب التطبيق حالياً لحكم المعاملات التي تتم عن طريق التجارة الالكترونية ، خاصة وان التجارة الالكترونية تشكل نافذه على العالم ولا تعرف الحدود .

وواقع الأمر ، انه يمكن الاستعانه - لدى وضع القواعد القانونية الجديدة - بتطبيقات الدول الاخرى ، وخاصة بقانون الاونسيترال النموذجي بشأن التجارة الالكترونية الصادر بموجب قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة رقم (51/ 162) والمؤرخ في 16 ديسمبر سنة 1996م ، كما يمكن الاسترشاد بالقوانين او بمشروعات القوانين الاخرى مثل مشروع القانون المصري للتجارة الالكترونية .

اما فيما يتعلق بالقواعد القانونية السائدة في نطاق التجارة التقليدية والتي يستلزم دخول عصر التجارة الالكترونية وجوب اعادة النظر فيها لتوائم طبيعة التجارة الالكترونية ، وبهذا الصدد فانه ستتناول ثلاثة مواضيع رئيسية وهي :

زمان ومكان انعقاد العقد في التجارة الالكترونية ، ومدى قبول البيانات الالكترونية في الاثبات بدلاً من المستندات الورقية ، والتوقيع الالكتروني .

- الفرع الأول : زمان ومكان انعقاد العقد .
- الفرع الثاني : مدى قبول البيانات الالكترونية في الاثبات بدلا من المستندات الورقية .
- الفرع الثالث : التوقيع الالكتروني Electronic Signature

الفرع الأول : زمان ومكان انعقاد العقد

هناك الكثير من المصالح الهامة التي ترتبط بتحديد الوقت الذي يعتبر فيه القبول متلاقياً مع الايجاب ، فتحديد هذا الوقت كثيراً ما يترتب عليه انعقاد العقد من عدمه . وهذا ما يتحقق في حالة انتهاء الميعاد المعين لإلزام الإيجاب ، او في حالة الرجوع في الإيجاب . فإذا كان الميعاد المذكور قد انتهى ، او كان الرجوع قد تم قبل تلاقي القبول بالإيجاب ، امتنع

انعقاد العقد وضاعت الصفقة على القابل. أما اذا لم يكن هذا الأمر او ذاك قد تحقق إلا بعد تلاقي القبول بالإيجاب فإنه لا يمنع من انعقاد العقد ومن التزام الموجب به.

وعلاوة على ذلك، فإن آثار العقد ذاتها ترتبط بتلاقي القبول بالايجاب، فابتداءً من هذا الوقت يصبح العقد ملزماً لطرفيه ومنتجاً لآثاره، فاذا كان العقد بيعاً مثلاً كانت الثمار التي ينتجها المبيع من حق المشتري وانتقلت ملكية المبيع للمشتري، واذا كان العقد عقد تأمين، وتحققت احد المخاطر المؤمن منها تحمل المؤمن تبعة تلك المخاطر.

ومن جانب آخر، فان تحديد مكان اقتران القبول بالايجاب ترتبط به مصالح لا تقل أهمية، فكثيراً ما تتحدد المحكمة المختصة إقليمياً بحكم ما قد ينشأ عن العقد من منازعات بهذا المكان، وكثيراً ما تجعل قواعد القانون الدولي الخاص القانون الواجب التطبيق على العقد قانون الدولة التي تم فيها انعقاده.

هذا ويعرف الفقه أربع نظريات يضمها اتجاهان رئيسيان لتحديد وقت التقاء الايجاب بالقبول، وبالتالي انعقاد العقد وهي:

1. نظرية اعلان القبول: ومقتضاها ان العقد ينعقد بمجرد تعبير القابل عن ارادته في القبول.
2. نظرية تصدير القبول: ومقتضاها ان العقد ينعقد بتصدير القبول اي بتسليمه للبريد مثلا او لرسول، يبلغه للموجب. وبمعنى اخر، فانه اذا عبر الموجب له عن قبوله بخطاب مثلا فان مجرد واقعة كتابة هذا الخطاب لا تكفي لانعقاد العقد، وانما يلزم لذلك تصديره بايداعه البريد او بتسليمه الى رسول يبلغه للموجب كما اسلفنا.

وواضح ان هاتين النظريتين تمثلان اتجاها تتغلب فيه مصلحة القابل على مصلحة الموجب.

3. نظرية العلم بالقبول: ومقتضاها ان العقد لا ينعقد الا حينما يعلم الموجب بالقبول، ولا يمكن اعتبار العقد منعقدا قبل ذلك.
4. نظرية استلام القبول: ومقتضاها ان العقد لا ينعقد الا بتسلم الموجب للقبول.

وواضح ان النظريتين الاخيرتين تمثلان اتجاها تتغلب فيه مصلحة الموجب على مصلحة القابل.

هذا وقد انحاز المشرع الاماراتي لنظرية العلم بالقبول حيث جاء نص المادة (142) من القانون الاتحادي رقم (5) لسنة 1985 في شأن المعاملات المدنية على النحو التالي :

1. يعتبر التعاقد مابين الغائبين قد تم في المكان والزمان اللذين يعلم فيهما الموجب بالقبول مالم يوجد اتفاق او نص يقضي بغير ذلك .
2. ويفترض ان الموجب قد علم بالقبول في المكان وفي الزمان اللذين وصل اليه فيهما هذا القبول مالم يقم الدليل على عكس ذلك .

وواضح ان هذا النص لا يقتصر على تحديد زمان انعقاد العقد وانما يضيف اليه تحديد مكانه ، فيقتضي بان التعاقد يتم بين غائبين في الزمان والمكان اللذين يعلم فيهما الموجب بالقبول . ومن المعلوم ان التعاقد بالتليفون - وان كان يعتبر تعاقدا بين حاضرين فيما يتعلق بزمان التعاقد وفقا للمادة (143) من قانون المعاملات المدنية الاماراتي - الا انه يعتبر تعاقدا بين غائبين فيما يتعلق بمكانه ، ولذلك فمكان التعاقد في هذا الصدد هو المكان الذي يوجد فيه الموجب وقت التعاقد باعتباره مكان علمه بالقبول .

ولكن ما الحكم بالنسبة لزمان ومكان العقد في نطاق التجارة الالكترونية؟

اجابت على هذا التساؤل المادة (15) من قانون الاونسيترال النموذجي بشأن التجارة الالكترونية حيث جاء نصها على النحو التالي :

1. مالم يتفق المنشئ والمرسل اليه على خلاف ذلك يقع ارسال رسالة البيانات عندما تدخل الرسالة نظام معلومات لا يخضع لسيطرة المنشئ او سيطرة الشخص الذي ارسل رسالة البيانات نيابة عن المنشئ .
2. مالم يتفق المنشئ والمرسل اليه على خلاف ذلك يتحدد وقت استلام رسالة البيانات على النحو التالي :

أ. اذا كان المرسل اليه قد عين نظام معلومات لغرض استلام رسائل البيانات يقع الاستلام :

- وقت دخول رسالة البيانات نظام معلومات معين .
- وقت استخراج المرسل اليه لرسالة البيانات في حال ارسالها لنظام معلومات تابع للمرسل اليه ولكنه مختلف عن النظام الذي تم تعيينه لاستقبال الرسالة .

ب . اذا لم يعين المرسل اليه نظام معلومات فإن الاستلام يقع عندما تدخل رسالة البيانات نظام معلومات يتبع المرسل اليه .

3 . ينطبق البند "-2" حتى لو كان المكان الذي يوجد فيه نظام المعلومات مختلفا عن المكان الذي تعتبر رسالة البيانات مستلمة فيه وفقا لحكم البند "4" من هذه المادة .

4 . مالم يتفق المنشئ والمرسل اليه على خلاف ذلك ، تعتبر رسالة البيانات مرسلة من المكان الذي يقع فيه مقر عمل المنشئ ، كما تعتبر مستلمه في المكان الذي يقع فيه مقر عمل المرسل اليه . ولأغراض هذا البند :

- اذا كان للمنشئ او للمرسل اليه اكثر من مقر عمل ، فان العبره بمقر العمل الذي له اوثق علاقة بالمعاملة المعنية ، او بمقر العمل الرئيسي حين لايوجد مثل ذلك المقر .
- اذا لم يكن للمنشئ او للمرسل اليه مقر عمل تكون العبرة بمحل اقامته المعتاد .

ويلاحظ على هذه المادة مايلي :

1 . **انها لاتقرر قاعدة آمره** ، وانما تتضمن قاعدة مكملة بحيث يجوز لطرفي التعاقد الاتفاق على مايخالفها ، كما انها تسمح للدولة التي تسترشد بهذا القانون النموذجي بعدم تطبيق احكامها على عقود ترى الدولة عدم تطبيقها عليها .

2 . **انها تقرر الاحكام التالية :**

أ . **بالنسبة لوقت إرسال رسالة البيانات** : فانها تعتبر مرسلة في اللحظة التي تدخل فيها الرسالة نظام معلومات لا يخضع لسيطرة مرسلها اة لسيطرة شخص ينوب عنه في ارسال البيانات .

ويقصد بلفظ " ارسال " هنا : البث الالكتروني للبيانات ، كما تعتبر البيانات " داخلة " في نظام المعلومات في اللحظة التي تصبح فيها تلك البيانات متوفرة للمعالجة في النظام ، وبغض النظر عما اذا كانت مفهومة ام لا ، قابلة للاستعمال من جانب متلقي الرسالة ام لا ، حيث قد ترسل بيانات مشفرة لشخص لمجرد حفظها لديه في سياق حماية حقوق الملكية الفكرية .

ب. بالنسبة لوقت تسلم رسالة البيانات: هنا يميز بين حالتين:

حالة الاتفاق بين الطرفين على ان يتسلم المرسل اليه رسالة البيانات بموجب نظام معلومات معين ؛ فعندها يعتبر ذلك المرسل اليه مستلماً لتلك الرسالة منذ لحظة تحقق احد الشرطين التاليين :

- منذ دخول رسالة البيانات نظام المعلومات معين ، والعبره هنا بدخول تلك الرسالة لذلك النظام لا بمجرد وصولها اليه .
- منذ استرجاع المرسل اليه لرسالة البيانات التي سبق ارسالها لنظام معلومات اخر لم يتم تعيينه الا انه تابع للمرسل اليه .

ج. بالنسبة لمكان ارسال رسالة البيانات:

فالاصل انها تعتبر مرسلة من المكان الذي يقع فيه مقر عمل مرسلها ، كما تعتبر مستلمه في المكان الذي يقع فيه مقر عمل المرسل اليه .

ومع ذلك فهناك امران لابد من اخذهما في الاعتبار ، وهما :

- اذا كان لأي منهما اكثر من مقر عمل ، فان العبره بمقر العمل الذي له اوثق علاقة بالمعاملة المعنية ، او بمقر العمل الرئيسي حين لايوجد مثل ذلك المقر .
- اذا لم يكن لأي منهما مقر عمل فان العبرة بمحل اقامته المعتاد .

الفرع الثاني : مدى قبول البيانات الالكترونية في الاثبات بدلا من المستندات الورقية:

سبقت الاشارة الى ان احكام قوانين التجارة التقليدية تقوم على مبدأ الاثبات بالكتابة اي المستندات الورقية ، وهو امر لا يتفق مع طبيعة التجارة الالكترونية .

فهل تقبل البيانات الالكترونية Electronic Evidences في الاثبات؟

وتنفيذا لذلك صدر القرار الوزاري رقم (73) لسنة1994 في دولة الامارات العربية المتحدة بشأن الاحتفاظ بالصور المصغرة - الميكروفيلم وغيره من اجهزة التقنية الحديثه - وقد استلزم القرار مراعاة مايلي عند الحصول على المصورات :

1. ضرورة التزام المنشأة لمراعاة الضوابط المشار اليها في المواد (26 - 30) من قانون المعاملات التجارية بالنسبة لأصول المصورات.

2. ضرورة قيام المنشأة بعرض الاصول على ادارة السجل التجاري قبل مباشرة عملية التصوير، وعلى الادارة المذكورة التأكد من مراعاة الضوابط المشار اليها في البند (أ) اعلاه.

3. ضرورة تأكد ادارة السجل التجاري من سلامة التصوير ومراجعته صفحه صفحة قبل السماح بإتلاف الاصول. ويمكن للمنشأة استنساخ نسخة او اكثر من المصورات للرجوع اليها عند الحاجة.

4. ضرورة قيام ادارة السجل التجاري بايداع النسخة الاصلية (Copies Master) من المصورات في مغلف خاص يتم اغلاقه بمعرفتها وختمه بخاتمها وتثبيت تاريخ الاغلاق عليه قبل تسليم المغلف للمنشأه

هذا وقد حظر القرار فتح المغلف المختوم الذي يحتوي على النسخ الاصليه من المصورات الا بمعرفة ادارة السجل او بمعرفة المحكمة التي يطلب الاستناد لحجية هذه المصورات في مواجهتها، كما استلزم ان تحتفظ المنشأة بالنسخ الاصلية من المصورات لمدة لاتقل عن (5) سنوات يبدأ احتسابها من تاريخ ختم المغلفات التي تحويها، وقضى بأن تكون للنسخ الاصليه من المصورات المحفوظة على النحو السابق حجية اصولها في الاثبات.

كما استثنت المادة (38) من نفس القانون التاجر الذي يستخدم في تنظيم عملياته التجارية الحاسب الالي او غيره من اجهزة التقنية الحديثه من كثير مما يلتزم به التجار وخاصة مسك دفتري اليومية و الاستاذ العام وقيد بياناته فيهما والشروط المتعين مراعاتها بالنسبة اليهما، وقررت اعتبار المعلومات المستقاة من هذه الاجهزة او غيرها من الاساليب الحديثة بمثابة دفاتر تجارية الا انها استلزمت وضع ضوابط عامة تنظم عمليات استخدامها بقرار من وزارة الاقتصاد والتجارة.

وتنفيذا لذلك صدر القرار الوزاري رقم (74) لسنة 1994 بشأن استخدام الحاسب الالي وغيره من اجهزة التقنية الحديثة بدلا من الدفاتر التجارية.

وقد أكد القرار بأن على التاجر الذي يرغب في الاستفادة من الاستثناء ان يراعى مايلي بالنسبة لنظام الحاسب الالي المعمول به لديه :

1. تأمين ضوابط رقابية كافية على نظام التشغيل تحول دون التلاعب في المعلومات والبيانات .
2. ضمان سماح نظام الحاسب الالي باستخراج البيانات المالية بصورة مباشرة وبامكانية مراجعة تلك البيانات ايضا .

كما استلزم القرار ان يراعي التاجر الضوابط التالية بالنسبة للبيانات المستقاة من الحاسب الالي او غيره من اجهزة التقنية الحديثة .

- وجود ترقيم نسخ البيانات وتثبيت التاريخ عليها اليا .
- وجوب قيام مراجع حسابات الشركة او المديرين المخولين بالتوقيع على تلك النسخ وتثبيت التاريخ يدويا .
- وجوب تجميع النسخ المرقمة و المؤرخة و الموقعة على النحو السابق بصورة دورية ووضعها ضمن مغلفات تختم وتغلف وتؤرخ بمعرفة ادارة السجل التجاري الذي يتبعه التاجر . ويمكن للتاجر استنساخ مايرى استنساخه قبل ايداعها المغلفات وختمها .

وقضى القرار بانه لا يجوز فتح المغلفات المختومة الا بمعرفة ادارة السجل التجاري الذي يتبعه التاجر او بمعرفة المحكمة التي تطلب الاستناد لحجية البيانات المستقاة منها في مواجهتها ، كما قضى القرار بعدم قبول البيانات المخزنة الكترونيا ولكن بمراعاة ماسبق تكون للبيانات والمعلومات المستقاة من الاجهزة المشار اليها حجية الدفاتر التجارية في الاثبات واستلزم القرار ان يحتفظ التاجر بالمغلفات المؤرخة والمختومة بمعرفة ادارة السجل التجاري لمدة لا تقل عن (5) سنوات يبدأ احتسابها من تاريخ وضع الختم والتاريخ على المغلف الذي يشملها .

ومع ذلك فقد تعرضت التشريعات الحديثة لهذا الامر ، ففي المملكة المتحدة وخروجا على احكام قانون التفسير لسنة 1978 (Interpretation Act 1978) الذي يستلزم الكتابة

في الاثبات، فقد تم تجاوز ذلك بتخويل الوزراء الاعتراف بالاثر القانوني للاتصالات الالكترونية بموجب تشريع لائحي.

وقضت المادة (9) من قانون الاونسيترال النموذجي بمايلي:

1. في اية اجراءات قانونية لا يطبق اي حكم من احكام قواعد الاثبات يحول دون قبول رسالة البيانات كدليل اثبات.
   أ. لمجرد انها رسالة بيانات.
   ب. بدعوى انها ليست في شكلها الاصلي اذا كانت هي افضل دليل يتوقع بدرجة معقولة من الشخص الذي يستشهد بها ان يحصل عليه.
2. يعطى للمعلومات التي تكون على شكل رسالة بيانات ما تستحقة من حجية في الاثبات. وفي تقدير حجية رسالة البيانات في الاثبات يولي الاعتبار لجدارة الطريقة التي استخدمت في انشاء او تخزين او ابلاغ رسالة البيانات، ولجدارة الطريقة التي استخدمت في المحافظة على سلامة المعلومات وللطريقة التي حددت بها هوية منشئتها ولأي عامل اخر يتصل بالامر.

كما قضت المادة (10) من مشروع القانون المصري للتجارة الالكترونية بما يلي:

تتمتع المحررات الالكترونية بالحجية المقررة للمحررات العرفية في قانون الاثبات في شأن ما يرد في هذه المحررات من حقوق والتزامات بعد استيفائها للشروط والاوضاع المقرره في اللائحة التنفيذية.

وفي هذا الصدد قضت المادة(12/ 2) من قانون المعاملات و التجارة الالكترونية في دبي بمايلي:

يكون للمعلومات الالكترونية ماتستحقه من حجية في الاثبات، وفي تقدير هذه الحجية يعطى الاعتبار لما يلي:

أ. مدى امكانية التعويل على الطريقة التي تم بها تنفيذ واحده او اكثر من عمليات الادخال او الانشاء او التجهيز او التخزين او التقديم او الارسال.

ب. مدى امكانية التعويل على الطريقة التي استخدمت في المحافظة على سلامة المعلومات.

ج . مدى امكانية التعويل على مصدر المعلومات اذا كان معروفا .

د . مدى امكانية التعويل على الطريقة التي تم بها التاكد من هوية المنشئ اذا كان ذا صلة .

هـ . اي عامل اخر يتصل بالموضوع .

وفي لبنان تم اعداد مشروع قانون بتعديل بعض احكام قانون اصول المحاكمات المدنية، وقضى التعديل باضافة المواد التالية ذات الصلة بمسألة الاثبات في التجارة الالكترونية

المادة (142) مكررا "1"

يقوم الاثبات بالكتابة على تسلسل احرف او اشكال او اية رموز او اشارات تشكل معنى قابلا للقراءة وذلك ايا كانت الركائز والوسائل المستخدمه كسند لها او نقلها .

وبهذا تكون هذه المادة قد اتت بتعريف واسع للكتابة او الاثبات الخطي تكون الغاية منه إزالة الالتباس القانوني الناشئ عن الخلط بين مفهومي " الكتابة " او " الخطي " وبين الركيزة الورقية التي يتجسد هذا الخطي او هذه الكتابة بواسطتها .

وبالتالي فانه بموجب التعريف الجديد المقترح لا تعود الكتابة تعني بالضرورة الكتابة القائمة على مستند ورقي، بمعنى ان الكتابة القائمة على مستند الكتروني تكتسب وصف المستند الخطي تماما مثل الكتابة القائمة على مستند ورقي .

المادة (142) مكررا "2"

تقبل في معرض الاثبات الكتابة القائمة على سند الكتروني بقدر قبول الكتابة نفسها القائمة على سند ورقي وتكون لها القوة الثبوتية نفسها شرط ان يتوفر في السند الالكتروني امكانية تحديد هوية الشخص الذي اصدر السند، وشرط ان يكون هذا السند قد نظم وحفظ ونقل وفق شروط من شأنها ان تضمن صحة وسلامة محتواه .

المادة (143) مكررا "3"

عندما لاينص القانون على قواعد او اصول محددة للاثبات او عندما لا يكون هناك اتفاق متكافئ في اثبات الموجبات والحقوق بين الاطراف يبت القاضي في النزاعات القائمة

حول الاثبات بالكتابة عبر تحديد السند الاكثر صدقية ايا تكن ركيزته، وذلك عن طريق استخدام الطرق المتوفرة لديه.

وواضح من النصوص السابقة مايلي:

1. اقرت المادة (142) مكررا "2" مبدأ اعتبار السند الالكتروني مقبولا في الاثبات بنفس قدر قبول الكتابة القائمة على سند ورقي، الا انه لكي يتمتع السند الالكتروني بحجية مماثلة للسند الورقي يجب ان يستوفي شرطين:
   - ان تتوفر فيه امكانية تحديد هوية الشخص الذي اصدره.
   - ان يكون السند قد نظم وحفظ وفق شروط من شأنها ان تضمن صحة ومصداقية محتواه.
2. عينت المادة (143) "3" القيمة القانونية او درجة القوة الثبوتية التي تمنح للسند الالكتروني اذا نصت على انه عندما لا ينص القانون على قواعد محددة، او في حالة عدم وجود اتفاق مخالف فيما بين الاطراف تترك للقاضي حرية في حسم النزاعات القائمة حول الاثبات بالكتابة عبر تقدير بكل الطرق للسند الاكثر مصداقية وتغليبه على سواه ايا كانت ركيزته: ورقية ام الكترونية.

الفرع الثالث: التوقيع الالكتروني: Electronic Signature

مما لاشك فيه ان التوقيع اليدوي للمتعاقد على وثيقة ما - باعتبار الموقع طرفا في تلك الوثيقة - قاطع في الدلالة على امرين رئيسين وهما:

1. دلالة التوقيع على هوية الموقع.
2. انصراف ارادة الموقع للالتزام ببنود وشروط تلك الوثيقة.

وازاء الافتقار للتوقيع اليدوي في نطاق التجارة الالكترونية، فقد اثير التساؤل بخصوص مدى حجية التوقيع الالكتروني، الامر الذي يستلزم الوقوف على تعريف التوقيع الالكتروني ومن ثم بيان مدى حجيته، والتعرض للواجبات التي يتحمل بها كل من الموقع الكترونيا، والمعتمد على التوقيع الالكتروني للتسليم بحجية ذلك التوقيع، وهو ما سنتناوله ببعض الايجاز فيما يلي:

تعريف التوقيع الالكتروني:

يعرف التوقيع الالكتروني بأنه عباره عن " البيانات الواردة في شكل الكتروني في رسالة البيانات، او الملحقة او المرتبطة بتلك الرسالة، والتي يمكن ان تستخدم لتحديد هوية الشخص الذي قام بتوقيع الرسالة، ولبيان موافقته على المعلومات التي تحتويها " .

ولكي يكون التوقيع الالكتروني فاعلا، فمن المتعين ان يكون صادرا عن المرسل وحده، وان يتعذر تغييره او التلاعب فيه . وغني عن القول ان الوصول الى ذلك يستلزم اللجوء الى تقنية جديدة تتمثل فيما يسمى بالكتابة المشفرة Cryptography ومن ثم اعتماد برنامج تشفير مأمون ASecure Encryption Program فعندما تريد الشركة " أ " مثلا ابرام صفقة الكترونية مع الشركة "ب" فإنه يمكن للقائمين على الشركة " أ " التوقيع على وثيقة الصفقة الكترونيا، ومن ثم تشفير الرسالة الكترونيا The Electronic Data الموقعه على نحو لايمكن معه فك تشفيرة الرسالة إلاّمن قبل القائمين في الشركة "ب" والذين يملكون وحدهم مفتاح الفك المناسب : The Appropriate Decryption Key وقد قننت ذلك المادة رقم (7) من قانون الاونسيترال النموذجي والتي جاء نصها على النحو التالي :

" عندما يشترط القانون وجود توقيع من شخص، فإن استيفاء ذلك الشرط بالنسبة لرسالة البيانات يعتبر متحققا اذا :

أ . استخدمت طريقة لتعيين هوية ذلك الشخص وللتدليل على موافقته على المعلومات الواردة في رسالة البيانات .

ب . كانت تلك الطريقة جديرة بالتعويل عليها بالقدر المناسب للغرض الذي انشئت او أبلغت من اجله رسالة البيانات في ضوء كل الظروف بما في ذلك اي اتفاق متصل بالامر . "

مدى حجية التوقيع الالكتروني :

اذا ثبت من خلال تطبيق اجراءات توثيق محكمة او معقولة تجاريا ومتفقا عليها بين الطرفين فأن التوقيع الالكتروني :

أ . ينفرد به الشخص الذي استخدمه .

ب . يسمح بتحديد هوية من استخدمه .

ج . يقع تحت سيطرة ذلك المستخدم تماما سواء بالنسبة لانشائه او وسيلة استعمالة وقت التوقيع .

د . يرتبط بالرسالة الالكترونية ذات الصلة ارتباطا مؤكدا .

وكقاعدة عامة ، فإن التوقيع الالكتروني يعتبر محميا ومقبولا مالم يثبت العكس ، وبمعنى اخر ولدى غياب البينه المناقضه ، فانه يفترض ان التوقيع الالكتروني محمي ويمكن التعويل عليه .

واجبات الموُقع الكترونيا :

تناولت المادة (22) من قانون المعاملات والتجارة الالكترونية رقم 2 لسنة 2002 في دبي والمادة (20) من مشروع قانون المعاملات والتجارة الالكترونية لدول مجلس التعاون الخليجي هذه الواجبات ، فنصتا على مايلي :

1. يجب على الموقع :

أ . ان يمارس عناية معقولة لتفادي استخدام اداة توقيعه استخداما غير مأذون ، وذلك على النحو الذي يحرص فيه مالك الختم على عدم سرقة ختمه .

ب . ان يخطر الاشخاص المعنيين بدون تأخير غير مبرر ، وذلك في حالة :

- معرفة الموُقع بأن اداة توقيعه قد تعرضت لما يثير الشبهة بالنسبة لدرجة امانها .
- دلالة الظروف المعروفة لديه على احتمال كبير بان تكون اداة التوقيع قد تعرضت لما يثير الشبهة فيها .

ج . ان يمارس عناية معقولة لضمان دقة واكتمال كل ما يقدمه من بيانات وتصريحات جوهرية ذات الصلة بالشهادة طيلة فترة سريانها ، وذلك في الحالات التي تستلزم فيها اداة التوقيع استخدام شهادة .

2. يكون الموقع مسؤولا عن تقصيره في استيفاء متطلبات البند "1" من هذه المادة.

شروط الاعتماد على التوقيع الالكتروني :

في مقابل تحمل الموقع الكترونيا بعدة واجبات تمت الاشارة اليها ، فقد تعرضت المادتان (21) من قانون المعاملات والتجارة الالكترونية رقم 2 لسنة 2002 في دبي و (19) من مشروع قانون المعاملات والتجارة الالكترونية لدول مجلس التعاون لضرورة اخذ من يعتمد على التوقيع الالكتروني عدة امور بعين الاعتبار لكي يعتد باعتماده على ذلك التوقيع ، وبالتالي يعتبر اعتماده على التوقيع اعتمادا معقولاً .

ومن المسائل التي يتعين عليه اخذها في الاعتبار طبيعة المعاملات المعززة بالتوقيع الالكتروني وقيمتها واهميتها اذا كان ذلك معروفا لديه ، وما اذا كان ذلك التوقيع معززا بشهادة ام لا ، او من المتوقع ان يكون كذلك ، وما اذا كان قد تم الاخلال والعبث بالتوقيع ام لا ، وما اذا كانت المعاملة متفقة مع سياق التعامل السابق بينه وبين منشئ الرسالة الالكترونية ، واذا كان التوقيع الالكتروني معززا بشهادة ، فمن المتعين عليه ان يتاكد من صحة ونفاذ تلك الشهادة وتبين ما اذا كانت معلقة او ملغاة او مقترنه بقيود معينه .

وخلاصة القول فانه اذا تبين ان الاعتماد على التوقيع الالكتروني او على الشهادة لم يكن معقولا في ظل الظروف المحيطة بالتوقيع ، فان الطرف الذي اعتمد على ذلك التوقيع الالكتروني او الشهادة يتحمل مخاطر عدم صحة ذلك التوقيع او تلك الشهادة .

12

الفصل الثاني عشر

الرقابة وتقويم الأداء في المشروعات الصغيرة

- مفهوم واهمية الرقابة في المشروعات الصغيرة .
- مراحل العمليات الرقابية في المشروعات الصغيرة .
- فوائد استخدام الرقابة الاستراتيجية في المشروعات الصغيرة .
- مفهوم الاداء في المشروعات الصغيرة .
- مفهوم تقويم الاداء واهميته في المشروعات الصغيرة .
- اهمية قياس اداء مشروعات الاعمال باستخدام المؤشرات المالية .
- الاخطاء القاتلة في ادارة المشروعات الصغيرة .
- دليل للمراجعة الادارية الشاملة للرقابة والتقويم في المشروعات الصغيرة.