

من قضايا ومشكلات التجارة الإلكترونية في الدول النامية

ورقة بحثية

إعداد

أ-د/عطية عبد الحليم صقر

2003م

من قضايا ومشكلات التجارة الالكترونية في الدول النامية دراسة انتقائية لبعض مبادئ الاقتصاد الدولي.

- **تمهيد:** غني عن البيان في الوقت الحاضر ما تمثله العلاقات الاقتصادية الدولية من أهمية قصوى لمختلف دول العالم.

ونعني هنا بالعلاقات الاقتصادية الدولية جميع وجوه النشاط الاقتصادي التي تتم عبر الحدود السياسية المعترف بها دوليا لكل دولة، وعلى الأخص منها ما كان في شكل تبادل للسلع أو الخدمات، أو استثمار في رؤوس الأموال أو هجرة دولية للسكان بين دولة وأخرى، وذلك حيث ينشأ عن هذه الأشكال الثلاثة لوجوه النشاط الاقتصادي الدولي، نوعان من العلاقات هما:

علاقات ناشئة عن تحركات الأشخاص وتتمثل في الهجرة الدولية وعلاقات ناشئة عن تحركات السلع والخدمات ورؤوس الأموال، وتعرف بالمعاملات الاقتصادية الدولية التقليدية أو العادية.

على أن السمة الرئيسية لأشكال النشاط الاقتصادي الدولي بعلاقاته المتقدمة أنها تتم لا في داخل الدولة الواحدة، وإنما بين وحدات سياسية (دول) تتمتع كل منها بالسيادة على أراضيها، والاستقلال في تشكيل سياساتها القومية.

ونحن إذا تجاوزنا مذهب التجاريين والاقتصاديين التقليديين في نظرتهم الى مفهوم وأهمية وتميز التجارة الخارجية عن التجارة الداخلية، فإن الكثيرين من الاقتصاديين المعاصرين يرون وبحق أن خصوصية العلاقات الاقتصادية الدولية انما تتبع أساسا من دافع أن هذه العلاقات تضع وجها لوجه، المصالح القومية الخاصة لكل دولة في مواجهة المصالح القومية لباقي دول العالم أي في مواجهة الاقتصاد العالمي.

ومن المسلم به أن من حق كل دولة أن تتخذ القرارات وتنشئ السياسات التي تهم اقتصادها القومي وحتى الآن فإن التخصص الدولي في الانتاج يشكل اساسا مرضيا لقيام التجارة الدولية، وإن كان من المسلم به أن التخصص الدولي والعوامل المؤثرة في تشكيله وقيامه ليس مفروضا ولا حتميا ولا جامدا، إذ يمكن لكل دولة التحلل من مقتضياته وفقا لمرحلة النمو الاقتصادي التي تجتازها وإصرارها على الخروج من دائرته.

ويعتبر ميزان مدفوعات كل دولة مرآة صادقة تعكس التوازن أو الخلل في علاقاتها الاقتصادية الدولية وذلك في السير العادي للأمر، وعلى مستوى الأجل الطويل، حيث

يتوقع حينذاك أن تقي الدولة بقيمة مشترياتها من السلع والخدمات من الخارج، عن طريق بيع سلع وخدمات وطنية اليه.

وإذا كان قيام التبادل التجاري على النطاق الدولي يرجع كما أشرنا الى انتشار ظاهرة التخصص وتقسيم العمل على النطاق الدولي، وإذا كان لهذا التخصص في نطاقه المجرد مزايا عديدة لمختلف الدول فضلا عن كونه محركا لاتساع نطاق التجارة العالمية وأداة لتحقيق الحرية لها.

إلا أن المشاهد عمليا هو اتجاه مختلف دول العالم إلى الحد من حرية التجارة الدولية وفرض العقوبات أمام اتساع نطاق التبادل التجاري الدولي. ونحن لا يمكننا القول بأن الاعتبارات الاقتصادية البحتة هي الدافع الوحيد للسياسة التجارية لكل دولة في تقييد أو تحرير تجارتها الخارجية من القيود، إنما كثيرا ما تتداخل الاعتبارات الاقتصادية والسياسية واعتبارات الأمن القومي بل وأحيانا الضغوط التي تمارسها جماعات المنتجين الوطنيين، في تشكيل سياسة الدولة في هذا المجال.

ماهية السياسة التجارية: إن السياسة التجارية في مفهوم العلاقات الاقتصادية الدولية اصطلاح يقصد به مجموعة الأدوات والوسائل التي تلجأ إليها كل دولة في تجارتها الخارجية بغرض تحقيق أهداف معينة، قد تكون التنمية الاقتصادية في مقدمتها وقد يكون من بينها تحقيق التوظيف الكامل لعناصر الانتاج المتاحة لديها أو تحقيق الاكتفاء الذاتي من منتج معين، أو الحد من المنافسة غير المتكافئة لصالح المنتج الوطني، أو تثبيت سعر الصرف، وإقرار التوازن في ميزان مدفعتها إلى غير ذلك من الأهداف.

غير أن الذي ينبغي التنبيه عليه هو أن السياسة التجارية للدولة، ما هي إلا جزء من حزمة سياساتها الاقتصادية والنقدية والمالية والضريبية بل والاجتماعية كذلك، والتي يجب أن تتكامل جميعها في تحقيق الأهداف القومية العامة، بحيث لا ينقض بعضها ما يستهدف البعض الآخر تحقيقه.

والذي ينبغي التنبيه عليه كذلك هو أن السياسة التجارية ليست ذات نمط واحد أو قالب جامد لا يتغير، وإنما هي تختلف باختلاف النظام الاقتصادي للدولة وأهدافها وما تملكه من وسائل وأدوات لتحقيق أهدافها الاقتصادية وتنفيذ سياستها التجارية.

وعلى أية حال فقد جرت عادة الاقتصاديين على تقسيم السياسات التجارية إلى نوعين هما:

1 سياسة حرية التجارة.

2 سياسة الحماية التجارية.

وتعني سياسة الحرية:

أن تكون التجارة الدولية التقليدية حرة غير مكبلة بأية قيود أو عقبات من جانب مختلف الدول، ومن ثم فما ينبغي لأية دولة أن تفرض أية قيود تعوق من تدفق السلع عبر الحدود سواء في ذلك الصادرات أو الواردات، وبصفة عامة فإن الدول الصناعية الكبرى ذات الإنتاج الكبير والفنالإنتاجي المتقدم والقدرة على قيام الاحتكارات واحد من أكثر الأصوات إصراراً على تحرير التبادل التجاري الدولي من القيود وهي في ذلك تسوق عدداً من الحجج والمبررات التي لا مجال للحكم عليها الآن ومن هذه الحجج:

- أ - أن الحرية تساعد على التخصص في الإنتاج.
 - ب - أنها تؤدي دولياً إلى انخفاض أسعار السلع.
 - ت - أنها تشجع التقدم الفني في الإنتاج.
 - ث - كما أنها تساعد على قيام الإنتاج الكبير.
 - ج وأخيراً فإنها تمنع إحدى رذائل الحماية التجارية وهي سياسة افقار الغير.
- أما سياسة الحماية التجارية فإنها:

تعني تقييد التبادل التجاري للدولة مع الخارج حماية لاقتصادها القومي من غزو سلع الدول المتقدمة لأسواقها الوطنية، ومحافظة على فروع الإنتاج الأساسية لديها، وكما ساق أنصار الحرية التجارية حججاً لسياستهم، فإن أنصار سياسة الحماية التجارية يسوقون نوعين من الحجج، إحداهما اقتصادية والثانية غير اقتصادية ومن أبرز الحجج غير الاقتصادية ما يلي:

- 1 إمكانية الصمود أثناء الحرب التي قد تنشأ في أية لحظة بين الدولة وغيرها مع ما يمكن أن ينشأ عن هذه الحرب من قطع الامدادات الخارجية عن تلك الدولة.
 - 2 حماية الإنتاج الوطني وخاصة في قطاع الزراعة من أية منافسات أجنبية قد تكون غير متكافئة.
 - 3 المحافظة على الطابع القومي والأخلاقيات والسلوكيات الاجتماعية الموروثة. كما أن من أبرز الحجج الاقتصادية لسياسة الحماية التجارية ما يلي:
- 1 حماية الصناعات الوطنية الناشئة من المنافسة الأجنبية غير المتكافئة.
 - 2 تنويع الإنتاج الوطني وتحقيق الاستقرار الاقتصادي.
 - 3 إمكانية الوصول إلى التشغيل الكامل لعناصر الإنتاج المتاحة للدولة.

4 -الحد من التفاوت الصارخ بين ظروف الانتاج الوطني خاصة في الدول النامية وظروف الانتاج في الدول الأخرى المتقدمة.

5 -الحصول على ايراد لخزانة الدولة.

وتستخدم الدول عادة في تحقيق أهداف سياساتها التجارية نوعين من الوسائل الفنية هما:

1 -الوسائل السعرية.

2 -والوسائل أو الأساليب الكمية.

ويقصد بالوسائل السعرية:

مجموعة الوسائل التي يكون لها تأثير مباشر في أسعار الصادرات أو الواردات وتأثير غير مباشر في تيارات التبادل الدولي ومن أهم هذه الوسائل: الرسوم الجمركية _ إعانات الصادرات رسوم الإغراق وأخيرا الرقابة على الصرف بما تؤدي اليه من تنظيم عرض وطلب الصرف الأجنبي والشروط التي تحددها الدولة من أجل فرض سعر معين أو أسعار معينة لعملتها.

أما الوسائل أو الأساليب الكمية فإنها تنحصر في وسيلتين رئيسيتين:

أولاهما: نظام الحصص، حيث يتم من خلال هذا النظام فرض قيود على الاستيراد وأحيانا على التصدير _ خلال مدة معينة بحيث تضع الدولة الحد الأقصى للكميات المسموح باستيرادها أو بتصديرها سواء بالنسبة لكافة الدول أو لدول معينة

والثانية هي: تراخيص الاستيراد: حيث تخضع الدولة ومن خلال هذه الوسيلة للاستيراد بنظام التراخيص، فلا يسمح لتاجر باستيراد سلعة من الخارج إلا بعد حصوله مقدما على اذن من السلطة العامة باستيراد هذه السلعة أو الكمية منها.

والى جانب هذين النوعين من الوسائل الفنية التي تستخدمها الدول عادة لتحقيق أهداف سياساتها التجارية، فقد ظهر مؤخرا نوع ثالث من الوسائل أو الأساليب التنظيمية، التي يربطها جميعا اتصالها المباشر بالهيكل المنظم للمبادلات الدولية، وهي في إشارة سريعة لها تتمثل في:

- المعاهدات والاتفاقات التجارية الدولية ثنائية أو متعددة الأطراف.
- اتفاقات التجارة والدفع - الاتحادات الجمركية - المناطق الحرة الثنائية أو متعددة الأطراف -إجراءات الحماية الإدارية، وغالبا ما تأخذ الوسيلة الأخيرة شكل التعنت الصارخ إما في تطبيق التعريفات الجمركية أو في تقدير قيمة الواردات أو في تطبيق

لوائح الحجر الصحي أو قيودات بلد المنشأ أو غير ذلك، ولهذا فإنها تعتبر من أشد الوسائل وطأة على المبادلات التجارية من التدابير الحمائية الصريحة.

إذا تقرر ما سبق في شأن تبادل السلع والخدمات على النطاق الدولي، من حيث كون التخصص في الانتاج يشكل أساسا مرضيا لقيام هذا التبادل، ومن حيث أنه قد بات من المسلم به أن من حق كل دولة ذات سيادة اعتناق السياسة التجارية المحققة لأهدافها القومية، ومن حيث كون السياسات التجارية الخاصة بالتبادل الدولي للسلع والخدمات تتنوع الى نوعين سبقت الإشارة اليهما والى مبررات كل منهما والوسائل والأساليب والأدوات المتبعة أو التي يمكن استخدامها لتحقيق كل منهما، فإن السؤال الذي نطرحه هو، ماهي التجارة الإلكترونية، وماهي مجالاتها، وهل يمكن أن تكون منافسا في مجال التجارة التقليدية، ما هي الوسائل الفنية لحماية اقتصادات الدول النامية والآخذة في النمو منها، وهل يمكن وضعها في إطار النظريات التقليدية للعلاقات الاقتصادية الدولية، أم أن لها اطارا قانونيا خاصا يتناسب مع طبيعتها ومجالاتها ؟

هذه وغيرها تساؤلات تطرح كلما جاء ذكر التجارة الإلكترونية، وسوف نحاول أن نجيب عنها تباعا مع ما يستجد من تساؤلات أخرى بحسب مقتضيات البحث.

راجع في هذا التمهيد

- 1 أ.د/ عطية عبد الحليم صفر - مقدمة في التجارة الدولية والتعاون الاقتصادي الدولي - ط1 - 1997 - توزيع - دار النهضة العربية بالقاهرة.
- 2 أ.د/ أحمد جامع - العلاقات الاقتصادية الدولية - دارالثقافة الجامعية 1989.
- 3 أ.د/ أحمد الصفتي - العلاقات الاقتصادية الدولية - دار الثقافة العربية 1989
- 4 -جان س هو جيندرون، ويلسون ب براون - الاقتصاد الدولي الحديث ترجمة د/ محمد سمير كريم - مكتبة الوعي العربي 1984
- 5 جون هدرسون، مارك هرنذر - العلاقات الاقتصادية الدولية، ترجمة الاستاذان د/ طه عبد الله منصور، د/محمد عبد الصبور دار المريخ 1987
- 6 -أ.د/ علي حافظ منصور - اقتصاديات التجارة الدولية - 1981
- 7 أ.د/ محمد زكي المسير - مقدمة في الاقتصاديات الدولية - دار النهضة العربية 1983.

الفصل الأول

تصورنا الخاص لمفهوم التجارة الإلكترونية

أننا ومن خلال قراءتنا لمعظم ما كتب عن التجارة الإلكترونية وقناعتنا فيما كتب عنها من تصورات، يمكننا تعريف التجارة الإلكترونية بتعريفين أحدهما ضيق أو خاص لا يتعدى النظر الى الوسائط أو الأجهزة الفنية التي يتم انعقاد الصفقات التجارية من خلالها أو عن طريقها، والثاني: عام أو واسع يتعدى مجرد النظرة السابقة الى العمل التجاري نفسه ونطاق الخلاف بين خصائصه وأنواعه في نوعي التجارة الإلكترونية والتقليدية وسوف نرى في هذا الفصل كذلك أهم معايير التفرقة بين التجارة الإلكترونية وكل من التسوق من خلال التليفزيون والإعلانات التجارية التي تبث عبر خطوط التليفون المحمول، ثم أهمية ومجالات التجارة الإلكترونية.

أولا مفهوم التجارة الإلكترونية:

- **التعريف الأول:** التجارة الإلكترونية هي: الصفقات التجارية التي يتم عقدها من خلال الوسائط الإلكترونية (غير التقليدية)

شرح التعريف: قوله: (الصفقات التجارية) الصفقة التجارية هي كل عملية تجارية تنصب على تبادل سلعة أو مجموعة من السلع أو الخدمات، سواء كان طرفا عملية التبادل هما المنتج والمستهلك أو كان أحدهما منتجا أو مستهلكا والآخر وسيطا أو كان كلاهما وسيطا بين المنتج والمستهلك.

والشرط الجوهرى لاعتبار الصفقة عملا تجاريا منفردا أو عملا تجاريا بطبيعته حتى ولو بوشر لمرة واحدة وبصرف النظر عن صفة القائم به تاجرا كان أم غير تاجر، هو: أن يتم الشراء لأجل إعادة البيع والحصول على هامش ربح، ويميل هذا التعريف الى قصر الصفقات التجارية في مجال التجارة الإلكترونية على طائفة الأعمال التجارية المنفردة (أو بطبيعتها) دون ما يعرف في فقه القانون التجاري بالأعمال التجارية بالتبعية (النسبية) وهي تلك الطائفة من الأعمال التي تكتسب الصفة التجارية لا بسبب طبيعتها التجارية (فهي تكون مدنية في الأصل) وإنما بسبب صدورها من تاجر لشئون تتعلق بتجارته. ومن هنا كان هذا التعريف خاصا أي قاصرا في تعريف التجارة الإلكترونية على الصفقات التي يكون الغرض من عقدها هو إعادة بيعها والحصول على ربح هو عبارة عن الفرق بين سعر الشراء وسعر البيع.

وقوله: (من خلال الوسائط الإلكترونية) الوسائط جمع واسطة لا جمع وسيط، فإن الأخير جمعه وسطاء وهو يعني الشخص الذي يقوم بأعمال الوساطة بين طرفي العلاقات التعاقدية سواء كان ممتهنا أو غير ممتهن لأعمال الوساطة وهو غير مراد هنا، وإن كان هذا لا يلغي دوره في التجارة الإلكترونية فهي كما يمكن أن تتم بالمباشرة، يمكن أن تتم كذلك عن طريق الوسطاء.

وعلى ذلك يكون المراد بالوسائط ونحن بصدد شرح التعريف، الوساطة، أي الطريق أو الوسيلة التي تتعد بها الصفقة، حيث تتعد الصفقات الإلكترونية عن طريق الوسائل أو الوسائط الإلكترونية.

وحتى الآن تعتبر شبكة الانترنت الدولية أهم هذه الوسائط، ومن هنا جاءت نسبة هذا النوع من التجارة الدولية الى الأجهزة الفنية التي يتم انعقاد الصفقات التجارية من خلالها وعن طريقها، فالعقد الذي يعقد بين طرفي عمليات التجارة الإلكترونية يحرر على شاشات تلفزيونية، والتفاوض بشأن بنوده يتم بوسائل الإلكترونية، ومن هنا جاءت تسميته بالعقد الإلكتروني وإن كان يمكن نقله فيما بعد على وسيط ورقي، والتوقع الذي يتم من طرفي العقد يسمى بالتوقيع الإلكتروني لأنه لا يتم على الوسيط الورقي العادي ولا بالطريقة العادية، بل أن مفاتيح الاتصال بين طرفي الصفقات الإلكترونية هي الأخرى شفرات الكترونية من المفترض أن تظل سرا على غير طرفي الصفقة الإلكترونية، وبالجمله فإن جميع الوسائط في التجارة الإلكترونية وسائط الكترونية.

• **التعريف الثاني:** التجارة الإلكترونية هي: مجموعة الأعمال التي تتم عن طريق شبكة الإنترنت الدورية ويكون الغرض منها تبادل السلع والخدمات أو تسهيل تبادلها بين المنتج والمستهلك.

شرح التعريف : قوله (مجموعة الأعمال) أي التجارية سواء كانت أعمالا تجارية منفردة (الشراء لأجل البيع) أو كانت أعمال بنوك وسمسرة، أو كانت ضمن أعمال المقاولات التجارية (التوريد -الوكالة بالعمولة - النقل - البيع بالمزاد - التجارة البحرية) أو كانت أعمالا تجارية بالتبعية أو أعمال مختلطة، والشرط الجوهرى لاندراج هذه الأعمال في مفهوم التجارة الإلكترونية هو أن تتم عن طريق شبكة الإنترنت الدولية، وعلى ذلك يمكن أن يدخل في هذه الأعمال

(1) مجرد انشاء موقع أو فتح ملف (صفحة) على شبكة الإنترنت لمشروع ما،

لعرض منتجاته أو طلب منتجات الآخرين، حيث يشكل هذا العمل جانبا من

العرض أو الطلب الكلي العالمي لمنتجات معينة، وإن كان الأمر يتطلب وعلى نحو ما سيأتي الكثير من الخطوات والإجراءات حيث يشكل انشاء هذا الموقع نقطة ذات بال في سوق التجارة الالكترونية.

(2) كما يمكن أن يدخل في الأعمال السابق الإشارة إليها مجرد تقديم خدمات الانترنت نفسها أي تقديم طرق الوصول الى هذه الشبكة بالنسبة لرجال الأعمال أو جمهور المستهلكين، سواء تم ذلك عن طريق مقاهي الانترنت أو مكاتب خدمة رجال الأعمال أو أي شركات أخرى متخصصة.

(3) ويدخل في هذه الأعمال كذلك التشفير الالكتروني لبيانات ومعلومات أصحاب المواقع على شبكة الإنترنت، وإدارة برامج هذه المعلومات.

(4) إنشاء منصات لسوق التجارة الإلكترونية في دولة ما، تكون همزة وصل بين الشركات الوطنية في هذه الدولة والشركات العالمية الرائدة في مجال التجارة الإلكترونية.

(5) إنشاء معارض للبيع والشراء الإلكتروني على شبكة الإنترنت.

(6) التسليم الإلكتروني للخدمات أي تسليم صفقات المنتجات الخدمية للمستهلك في شكل معلومات رقمية مشفرة.

(7) استخدام الإنترنت كقناة لتوزيع الخدمات، بحيث يتم عن طريق شبكة الانترنت شراء وبيع السلع والخدمات، على أن يتم تسليمها بعد ذلك الى المستهلك في شكل غير الكتروني.

ونحن من جانبنا لا نميل الى حصر هذه الأعمال حيث تطالعا أسواق التجارة الالكترونية بالمزيد منها بين الحين والآخر، وكل ما ينبغي التنبيه عليه ونحن بصدد شرح التعريف المائل هو أن يكون الغرض من أي عمل تجاري يتم عن طريق شبكة الإنترنت الدولية، لكي يندرج تحت أعمال التجارة الإلكترونية، تبادل السلع والخدمات أو تسهيل تبادلها بين المنتج والمستهلك سواء على المستوى المحلي أو على المستوى العالمي للسوق الإلكترونية.

وبهذا القيد يمكن إخراج المواقع الأخرى على شبكة الانترنت التي لا تهدف الى تبادل السلع والخدمات أو تسهيل تبادلها وفقا لإحدى نظريات المضاربة (الرغبة في تحقيق الربح) أو التداول (الوساطة في تداول الثروات) أو المقايضة (وجود تنظيم يهدف الى القيام بهذا النشاط على نحو مستمر) وذلك من نطاق التجارة الإلكترونية.

ثانيا: أهمية التفرقة بين التجارة الإلكترونية والتسوق عن طريق التلفزيون:

لقد كانت البدايات الأولى للتجارة الإلكترونية مجرد إعلانات عن طريق شبكة الانترنت من جانب منتج يحدد في الإعلان مواصفات الانتاج وأسعار المصنع ويبيدي استعداداه لتلبية احتياجات الشراء، أو من جانب مستهلك يحدد في اعلانه السلعة أو الخدمة التي يرغب في الحصول عليها وعدد وحداتها ومكان تسليمها ثم يترك عنوانه على رجاء اتصالات المنتجين به لإتمام التعاقد بالطريقة التي يتفقان عليها.

ورويدا رويدا تدخلت الشركات في عمليات التجارة الالكترونية بحيث أصبحنا نشاهد شركات عالمية رائدة في هذا المجال، بل وتحالفات استراتيجية بين شركات وطنية في بعض الدول وبين الشركات العالمية الرائدة لتمكينها من دخول السوق الإلكترونية، وأحيانا نشاهد شركات تؤسس لغرض مباشرة نشاط التجارة الإلكترونية، وما زالت التجارة الالكترونية في تطور سريع ومتلاحق.

أما التسوق عن طريق التلفزيون فإنه يبدو للباحت نوع آخر من التجارة يمكن أن يتشابه مع التجارة الالكترونية في الوسيلة أو الوسيلة التي التقت بمقتضاها ارادة المعلن والمستهلك أمام الصفة، وهي التلفزيون حيث يتم الإعلان من جانب احدى الشركات التجارية عن سلعة معينة أو منتج معين مع ابراز مواصفات هذه السلعة أو المنتج و السعر المحدد لها ومقابل الشحن أو التوصيل إلى محل إقامة المستهلك، ولكل من يرغب في الشراء الاتصال بالشركة المعلنه، حيث يتم الحصول على بياناته الشخصية والاتفاق على موعد التسليم، الذي يتولاه أحد مندوبي المبيعات في الشركة المعلنه بعد استلام الثمن ومقابل التوصيل.

لكن تبقى الفروق الجوهرية الأخرى بين التجارة الإلكترونية والتسوق من خلالالتليفزيون متمثلة في:

- 1 أن العقد أو المحرر الذي يعقد بين طرفي عملية التسوق من خلال التليفزيون عقد أو محرر عادي يتم التوقيع فيه من كليهما على وسيط ورقي، خلافا للتجارة الإلكترونية التي تكون محرراتها محررات الكترونية والتوقيعات عليها توقيعات الكترونية.
- 2 أن التسوق من خلال التليفزيون يخضع للقواعد المنظمة للتجارة الداخلية للبلد التي تم فيها إبرام العقد بتمام التوقيع عليه من حيث تحديد القانون الواجب التطبيق وتحديد المحكمة المختصة بنظر المنازعات الناشئة عن العقد ومن حيث الإثبات والحجية وقواعد حماية المستهلك، وهذا خلافا للتجارة الإلكترونية التي مازالت القواعد المنظمة لها حتى الآن في مرحلة التبلور والتطور نظرا لخلو القوانين والنظم التجارية لغالبية دول العالم من قوانين خاصة بها.

ثالثا أهمية التفرقة بين التجارة الإلكترونية والإعلانات التجارية التي تبث عبر التليفون المحمول (الجوال):

لقد أفرز التطور التكنولوجي في العقد الأخير من القرن العشرين عددا من التطورات في المجال التجاري، ومن هذه التطورات انه قد أصبح بالإمكان عن طريق موجات التردد اللاسلكي بين التليفون المحمول أو الجوال والسنترال التابع له، تحديد موقع حامله، كما أصبح بالإمكان كذلك إرسال إعلان تجاري لكل تليفون يحدد لحامله مطعما أو مسرحا أو شركة تجارية يكون على مقربة منها، وبالطبع هذا الإعلان مجاني بالنسبة لحامل التليفون لكنه مدفوع الأجر من جانب الشركة المعلنة الى شركة الاعلانات التي غالبا ما تكون شركة الاتصالات، وهو على أية حال عمل تجاري وفقا لنظريتي التداول والمقاوله معا، لكنه هل يندرج تحت أعمال التجارة الإلكترونية.

ويرى الباحث أنه يمكن أن يندرج تحت أعمال التجارة الإلكترونية وفقا للمفهوم (التعريف) الثاني للتجارة الإلكترونية المشار إليه فيما تقدم، وان كان يجب التفرقة بين هذه الإعلانات، وبين الإعلانات الإلكترونية عبر شبكة الانترنت الدولية عن السلع والخدمات من حيث التزامات أطراف التعاقد الإلكترونياء هذا الإعلان ، ومدى اعتبار الإعلانات الإلكترونية وثيقة مكمله للعقد المبرم على أساسه.

رابعا: أهمية التجارة الإلكترونية:

أنه فضلا عن أن التجارة الالكترونية تساعد على امكانية عقد الصفقات التجارية أيا كانت قيمتها، دون حاجة إلى انتقال أي من طرفي التعاقد أو من يمثلهما والتقاءهما في مكان معين، وذلك مما يعتبر في حد ذاته توفيراً للجهد والوقت والمال، وهو الأمر الذي يتمشى مع طبيعة النشاط والعمل التجاري المبني أساسا على السرعة، حيث تعد السرعة من أهم صفات العمل التجاري بل هي في الواقع صفة ضرورية في كافة العمليات التجارية، حيث من الغالب أن يكون موضوع العمل التجاري سلعا أو بضائع معرضة إما لتقلبات الأسعار أو للتلف فإن التجارة الالكترونية فضلا عن ذلك توفر:

- 1 -قدرا معقولا من المرونة والقدرة على اتخاذ القرارات في الوقت المناسب
- 2 -قدرا مناسباً من الشفافية والمعلومات عن السلعة المطلوبة أو المعروضة يمكن أن يشكل أساسا في صنع واتخاذ القرار.

ونرى أنه لكي تؤدي التجارة الالكترونية هذين الدورين المهمين فلا بد وأن يكون في كل مؤسسة أو مشروع يمتلك موقعا على شبكة الإنترنت، مركزا ولوبيسيطا للمعلومات يضم عددا من أصحاب الخبرة، يختص بتجمع المعلومات والحصول عليها من مصادرها المختلفة، وينفها ويحللها ويعف كيفية استثمارها، ثم يصنعها أمام صانع القرار تمهيدا لوضع ما يتوصل اليه الجميع أمام متخذ القرار، فالمفروض في عملية صنع القرار أن تتوفر أمام صانع القرار كافة المعلومات من مصادر متعددة وطنية وأجنبية ليجعلها أساس في صنع القرار، تلاشيا للارتجالية والتخبط في صنع واتخاذ القرار.

ولا تكتسب التجارة الالكترونية أهميتها من الناحية النظرية بالنظر إلى الجوانب المشار إليها، فقط وإنما هي بالفعل أصبحت واقعا يزداد نموا وتطورا، حيث تشير المعلومات المتوفرة لدينا عند اعداد هذا البحث أن شبكة التجارة العالمية الإلكترونية تتكون من 23 مؤسسة وشركة عالمية وسوقا الكترونية وأنه مع نهاية عام 2000/99 بلغ حجم التجارة الالكترونية حوالي 171 مليار دولار، وأن التوقعات تشير الى أن هذا الحجم سيصل مع نهاية عام 2003 الى أكثر من 43 تريليون دولار، وأنه من المتوقع كذلك بحلول التاريخ المشار اليه أن يصل حجم الاستثمار على شبكة الانترنت الى 160 تريليون دولار أي نحو 60% من إجمالي استثمارات العالم، وسواء كانت هذه الأرقام حقيقة أو تقديرية فإن المستحيل يصبح ممكنا مع ثورة الاتصالات والمعلومات التي تجتاح العالم الآن، وقد لا يطول الوقت الذي تحل التجارة الالكترونية عنده محل التجارة الدولية التقليدية.

خامسا: مجالات التجارة الإلكترونية:

تتيح التجارة الإلكترونية مجالات واسعة في أسواق التعامل بين المنتجين والمستهلكين سواء فيما يتصل بإنتاج أو تداول واستهلاك السلع المادية أو فيما يتصل بإنتاج وتداول واستهلاك الخدمات، إلا أن دور التجارة الإلكترونية فيما يتصل بإنتاج وتداول السلع المادية قاصر فقط على مراحل التفاوض وعقد الصفقات وتقديم الضمانات، أما التسليم الفعلي لها فإنه لا يتصور إلا بالطرق التقليدية، إلا أنه تبقى للتجارة الإلكترونية في هذا المجال أهمية بالغة فيما تتيحه للمنتجين من فرص عرض منتجاتهم في الأسواق العالمية، وفيما تتيحه كذلك للمستهلكين من فرص التعرف على كل ما هو جديد ومبتكر من السلع التي يرغبونها، ومن الوقوف على الأسعار العالمية لها. ولعل المجال الأرحب للتجارة الإلكترونية يبقى فيما يتصل بإنتاج وتداول واستهلاك الخدمات، ولعله من المفيد هنا أن نصنف الخدمات التي يتم تداولها عن طريق التجارة الإلكترونية الى نوعين هما:

- 1 خدمات يمكن تسليمها إلكترونيا.
- 2 -خدمات لا يمكن تسليمها إلكترونيا.

أما الأولى فيندرج تحتها حتى الآن خدمات متعددة منها:

أ -الخدمات المصرفية الإلكترونية ومن أبرزها التحويلات النقدية، والفيزا كارد والصراف الآلي.

ب - الخدمات العلمية المتخصصة حيث أصبح بالإمكان الحصول على أية معلومات عن طريق الانترنت من المواقع التي تنشؤها مراكز الدراسات العالمية، أو من مواقع (صفحات) الإيميل (البريد الإلكتروني) الشخصية.

ج - الاستشارات الطبية والمحاسبية المجانية ومدفوعة الأجر، وهي تتم كذلك عن طريق مواقع الانترنت ومن هذه الخدمات كذلك التسويق السياحي،

د - الخدمات البريدية العاجلة، حيث أصبح بالإمكان بث وتبادل الرسائل البريدية عن طريق الانترنت على مواقع البريد الإلكتروني عند معرفة مفتاحه أو كلمة السر فيه.

وأما طائفة الخدمات التي لا يمكن تسليمها إلكترونيا نظرا لطبيعتها أو لضرورة وجود متسلم فعلي لها، فهي أيضا متعددة وفي تزايد مضطرد ومنها: حجز تذاكر السفر بما في ذلك خدمات النقل الجوي والبحري والبري وحجز الفنادق والموتيلات وغيرها.

راجع في هذا الفصل

- 1 أ.د/ السيد عطية عبد الواحد - التجارة الإلكترونية (مشكلاتها ومستقبلها)
- 2 جون هيدسون - مارك هرنذر - العلاقات الاقتصادية الدولية ترجمة الأستاذان د/طه منصور، د/ محمد عبد الصبور - دار المريخ 1987
- 3 جان هو جيندرون، ويلسون براون - الاقتصاد الدولي الحديث ترجمة د/ محمد سمير كريم - مكتبة الوعي العربي 1984

الفصل الثاني

اشكالات التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية ومقترحات لتجنبها

يثور لدينا في بداية الحديث عن التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية تساؤل مهم هو: هل وضعت اتفاقية التجارة متعددة الأطراف المشهورة باسم جات 1994 إطاراً أو تنظيمًا قانونياً دولياً للتجارة الإلكترونية بما ينشأ عنه من انسياب حركة السلع والخدمات عبر الحدود السياسية للدول، شأنها في ذلك شأن التجارة الدولية التقليدية. إن الإجابة على هذا التساؤل بنعم تعني ضرورة توافق القوانين والنظم الداخلية الخاصة بالتجارة الإلكترونية في مختلف دول العالم مع مقتضيات والتزامات اتفاقيات التجارة متعددة الأطراف المشار إليها

ونحن نرى أنه وإن كانت التجارة الإلكترونية قد نشأت ونمت بعد الانتهاء من جولة أوروغواي وصدور اتفاقات التجارة متعددة الأطراف المشهورة باسم جات 1994، وهو الأمر الذي يعني أن هذه الاتفاقات لم تورد نصوصاً خاصة بالتجارة الإلكترونية، إلا أنه ومع ذلك فإن هذه الاتفاقات يمكن أن تشكل أساساً قانونياً دولياً حامياً للتجارة الإلكترونية من حيث إن روح ومضمون هذه الاتفاقات هو العمل على حرية التجارة الدولية وانسياب حركة السلع والخدمات عبر الحدود السياسية للدول الموقعة على هذه الاتفاقات، وذلك بما من مقتضاه إزالة كافة العقبات والإجراءات التي لا تتناسب مع حرية وانسياب التجارة بين مختلف دول الاتفاقات المشار إليها.

ومن حيث أن حقل التجارة الإلكترونية، هو ذات الحقل الذي تعمل فيه التجارة التقليدية وهو تبادل السلع والخدمات أو تسهيل تبادلهما بين المنتجين والمستهلكين لها على المستويين المحلي والدولي، وأن مركز الاختلاف بين نوعي التجارة المتقدمين ينحصر في القنوات أو الوسائط أو الطرق التي يتم التوصل من خلالها إلى التبادل التجاري. لذا: فإنه يمكن القول بأن الالتزامات القانونية في اتفاقية الجات بشأن حرية التجارة التقليدية، تنطبق على التجارة الإلكترونية وبذلك فإن اتفاقية الجات يمكن أن تشكل أساساً قانونياً دولياً للتجارة الإلكترونية غير أننا نلفت النظر إلى أن هذا الأساس قاصر فقط على درء الآثار السلبية للوسائل السعرية والأساليب الكمية التي تتضمنها سياسة الحماية التجارية، السابق الإشارة إليها في التمهيد لهذا البحث.

بيد أن الأمر يختلف تماماً بالنسبة للتنظيم القانوني الداخلي في كل دولة فإن قانون التجارة التقليدية، لا يصلح لتنظيم التجارة الإلكترونية في الكثير من جوانبها، وقد بات

الأمر يتطلب سرعة اصدار قانون خاص بالتجارة الإلكترونية، يضع على الأخص حلولاً للإشكالات التالية:

1 حجية العقد الإلكتروني:

من المعلوم كما أشرنا سابقاً أن الاتفاقات والعقود في التجارة الإلكترونية تبرم من خلال وسيط الكتروني هو موقع الإنترنت، والسؤال الذي يطرح نفسه هو: هل تكون للعقد الإلكتروني حجية مساوية لحجية العقد أو المحرر الورقي وما هي الشروط والأسس والقواعد المنظمة لهذه المساواة على افتراض إقرار القانون لها، إننا فعلاً بحاجة إلى أن يتضمن قانون التجارة الإلكترونية المبادئ القانونية التي تسمح بالمساواة بين المحرر الإلكتروني والمحرر الورقي، حتى تكون للأول نفس حجية الأخير، والا فعلى المشرع الوضعي أن يفصح عن قناعته في مدى حجية العقد الإلكتروني ومتطلباته في منحه لهذه الحجية.

2 حجية التوقيع الإلكتروني:

ونفس الأشكال كذلك بالنسبة للتوقيع الإلكتروني الذي يتم عن طريق الوسيط الإلكتروني، هل يتساوى في الحجية مع التوقيع التقليدي على المحررات الورقية، وما هي المبادئ القانونية التي تكفل حجية التوقيع الإلكتروني في الإثبات القانوني، وما هي الجهة الرسمية التي يناط بها اعتماد التوقيع الإلكتروني والحكم بصحته، وهل يختص بهذا الاعتماد البنك المركزي أم نقطة التجارة الدولية أم الغرفة التجارية أم وزارة التجارة أم المحاكم التجارية، وهل يمكن منح إحدى الشركات المتخصصة الترخيص بمباشرة نشاط اعتماد التوقيع الإلكتروني، وما هي القواعد والشروط والإجراءات المنظمة لهذا الاعتماد، أننا في حاجة إلى أن يعني قانون التجارة الإلكترونية بتحديد ماهية وطبيعة كل من العقد الإلكتروني والتوقيع الإلكتروني وكيفية الإثبات القانوني لهما وبهما.

3 تشفير البيانات والمحررات الإلكترونية:

سبق أن ذكرنا أن التجارة الإلكترونية ليست مجرد انشاء موقع أو فتح صفحة أو ملف على شبكة الانترنت الدولية لعرض أو طلب سلعة أو خدمة معينة وإن كان هذا يمثل جانباً منها، هو الجانب الظاهر الذي يمكن اعتباره اعلاناً عن الرغبة في التعاقد، فإذا التقت إرادة طرفي التعاقد بموجب هذا الإعلان على إتمام الصفقة، بدأ جانب آخر لابد وأن يخفي على غير طرفي التعاقد وهو الخاص بالبيانات والمعلومات الخاصة بكل طرف وبالعملية والصفقة ذاتها، والتي لا ينبغي لغير الطرفين الوقوف عليها.

ولكن لما كانت هذه المعلومات والبيانات يتم تبادلها بين الطرفين عن طريق موقع الإنترنت، ولما كان في امكان الكثيرين الدخول الى هذا الموقع بلا استئذان، فان الأمر يتطلب تشفير هذه المعلومات والبيانات وفقا لبرامج معينة، وعند مرحلة التشفير هذه تبدأ اشكالات قانونية متعددة اذ ما هي الضوابط والقواعد المتعلقة بتشفير البيانات والمحركات الالكترونية وما هي طريقة ضمانات استخدام التشفير الإلكتروني، وما هي الوزارة المختصة بمنح الترخيص اللازم لمباشرة نشاط التشفير، وما هي جهة إيداع مفاتيح الشفرات، وما هي كيفية حماية الشفرات والبيانات المشفرة وما هي الكيفية التي يمكن عن طريقها فحص هذه الشفرات والبيانات المشفرة، وما هي كيفية حماية البيانات الشخصية والمصرفية الخاصة بأطراف العقود الإلكترونية، والمدة الزمنية لهذه الحماية، بل وكيفية حساب المدة الزمنية لهذه الحماية، إن قانون التجارة الإلكترونية مطالب بوضع المبادئ القانونية الكفيلة بإزالة هذه الإشكالات.

4+ الاعلان الالكتروني:

ويقصد به ذلك الإعلان الذي يتم على موقع المنتج بشبكة الإنترنت العالمية ويحدد جميع مواصفات السلعة أو الخدمة المعلن عنها - وقد يضع مجسما لها. كما يحدد شروط التعاقد وزمان التسليم وكل ما يهم المستهلك معرفته والوقوف عليه عن السلعة أو الخدمة المعلن عنها، ولا بأس أن يكمل هذا الاعلان اعلان آخر على وسائل الاعلان العادية يحدد مفتاح الدخول على موقع المنتج على شبكة الانترنت.

الاشكالية القانونية ليست في ذات الاعلاناإلكتروني أو الإعلانات العادية المكملة له، وإنما تكمن الإشكالية فيما لو تم التعاقد بناء على هذا الإعلان، فكيف يتم تحديد التزامات أطراف التعاقد الإلكترونياء هذا الإعلان، وهل يمكن اعتبار هذا الاعلان وثيقة مكملة للعقد المبرم على أساسه، وما هي طرق وكيفية حماية المستهلك من الاعلانات الالكترونية المضللة أو التي لا تتفق مع الواقع، إن على المشرع الوضعي أن يحدد وبوضوح موقف القانون من هذه الاشكالات.

5 إمكانية خضوع العقد الإلكتروني لفكرة عقود الإذعان:

إن فكرة عقد الإذعان في الفقه القانوني الحديث ⁽¹⁾ ترجعه للعقد الذي يسلم فيه الطرف القابل بشروط مقررة يضعها الطرف الموجب ولا يقبل مناقشة فيها وذلك فيما يتعلق

(1) د. عبد الرزاق السنهوري - الوسيط ج 1 ص 229 - 236.

بسلعة أو خدمة تكون محل احتكار قانوني أو فعلي أو تكون المنافسة محددة النطاق في شأنها.

وإذا كانت الصورة التقليدية للعقد تقوم على المساومة وتفرض مناقشة شروط العقد وبحثها بحرية من جانب طرفيه على قدم المساواة⁽²⁾، فإن التعاقد وفقاً لهذه الصورة يقتضي وقتاً طويلاً لإبرامه وهو ما قد يتناقض مع السرعة التي تقتضيها التجارة الإلكترونية، التي من مقتضاها إبرام أكبر عدد ممكن من العقود في أقل وقت وبأقل مجهود، وهو ما قد ينشأ عنه انفراد الموجب بتحديد شروط العقد واستحالة النقاش في شأنها عند إبرامه، وهو ما قد ينشأ عنه كذلك تفاوت محسوس في مركز طرفي العقد من الناحية الاقتصادية.

ومما يزيد من امكانية خضوع العقد الإلكتروني لفكرة عقود الإذعان تحقق أهم شرط من شروط الإذعان في العقد، وهو صدور الإيجاب إلى الناس كافة وبشروط واحدة وعلى نحو مستمر لمدة غير محددة، إضافة إلى إمكانية احتكار الموجب للسلعة أو الخدمة محل العقد احتكاراً قانونياً أو فعلياً. وهو الأمر الذي يتطلب تصدي قانون التجارة الإلكترونية لتحديد طبيعة ونطاق الإذعان في العقد الإلكتروني، ومفهوم الشرط التعسفي المفسد للعقد وكيفية حماية الطرف المذعن في العقد الإلكتروني.

6 فسخ العقد الإلكتروني ومدته:

ينعقد العقد الإلكتروني بين طرفين قد لا يلتقيان، وقد لا يعرف أحدهما الآخر إلا من خلال التشفير الإلكتروني، وقد يكونان من دولتين مختلفتين وقد يقعد أحدهما عن تنفيذ التزامه لسبب أجنبي لا يد له فيه بما قد يترتب عليه انقضاء التزامه، في الوقت الذي يكون فيه الطرف الثاني قد وفى بالتزامه أو على استعداد للوفاء به، قد يحدث كذلك أن يكون عدم التنفيذ كلياً أو جزئياً، أو يكون التنفيذ معيباً.

وفي العقود التقليدية يكون من حق الطرف الذي نفذ التزامه أو على استعداد لتنفيذه أن يطلب فسخ العقد حتى ينقضي التزامه هو الآخر ولكن بشرط أن يكون قادراً على إعادة الحال إلى ما كانت عليه قبل التعاقد وفي العقود التقليدية كذلك فإن الفسخ قد يتم إما بطريق القضاء أو بطريق الاتفاق بين الطرفين، ويترتب على الفسخ فيه آثار بين

(2) لمزيد من التفصيل عن عقد الإذعان راجع: أ.د./ عبد المنعم فرج الصدة - نظرية العقد دار النهضة

العربية بيروت - ص 134 وما بعدها. 1974

المتعاقدين أهمها عودة المتعاقدان الى الحالة التي كانا عليها قبل العقد فإذا استحال ذلك جاز الحكم بالتعويض، مع زوال كل أثر للعقد فيما بينهما.

لكن الأمر قد يختلف بالنسبة للعقد الالكتروني سواء فيما يتصل بتحديد السبب الأجنبي الذي انقضى على أساسه التزام أحد طرفي العقد، أو فيما يتصل بجهة الاختصاص القضائي الذي يحكم بالفسخ، وكذا تحديد المدة التي يطلب الفسخ بعدها، وذلك بما يستدعي التدخل التشريعي لتحديد مدى امكانية وجواز فسخ العقد الالكتروني وشروط الفسخ ومدته وجهة الاختصاص القضائي فيه.

7 الحقوق والالتزامات الضريبية والجمركية لأطراف العقد الإلكتروني:

أصبح معلوما لدينا أن عقود التجارة الإلكترونية تتعقد قانونا بين طرفيها بواسطة الوسائط الإلكترونية، أما التسليم الفعلي للصفقات، فإنه في غير الخدمات التي يمكن تسليمها الكترونيا السابق الإشارة إليها، لابد وأن يتم بالطرق والوسائل التقليدية، ومن ثم فإننا نرى أنه لا مشكلة في المعاملة الجمركية لصفقات التجارة الإلكترونية المادية عند عبورها للدوائر الجمركية في احدى الدول، لكن المشكلة في المعاملة الضريبية والجمركية للتجارة الإلكترونية المادية تكون في حالتين:

الأولى: فيما لو تم التعامل على الصفقة الكترونيا وهي في منطقة انتاجها دون أن تعبر الدائرة الجمركية للمستورد الأصلي، الذي يكتسب صفتين في صفتين مرتبطتين (مشتريا وبائعا أو مستوردا ومصدرا) فكيف تعاملها جمركيا، وكيف تعامل أرباحها ضريبيا.

الثانية: هل تخضع صفقات التجارة الالكترونية التي يتم اعادة بيعها وهي في بلد انتاجها لمبدأ اقليمية الضريبة على الارباح التجارية وكيف تتم محاسبة الممول الوطني عن أرباحه التجارية التي تحققت في الخارج من صفقات التجارة الإلكترونية مطلوب من قانون التجارة الالكترونية أن يفصح عن الشروط والأسس الخاصة بالنماذج والإقرارات والأوضاع المتعلقة بخضوع المعاملات التي تتم بالوسائط الالكترونية لقوانين الضرائب والجمارك والتجارة التقليدية والا فمطلوب منه أن يضع من القواعد الضريبية والجمركية والإجراءات التحفظية والجرائم والعقوبات وتسوية المنازعات بما يتمشى مع طبيعة التجارة الالكترونية.

8 -وأخيرا فإن هناك اشكالا ثامنا على قانون التجارة الالكترونية أن يتصدى له :

وهو تحديد القانون الواجب التطبيق والمحاكم المختصة بالتصدي للنزاع في التجارة الإلكترونية، حتى ولو استدعى الأمر عقد اتفاقات دولية ثنائية أو متعددة الأطراف في هذا الشأن، وكذا في شأن المعاملة الضريبية والجمركية للصفقات الإلكترونية، إذ ليس من المعقول ولا من المقبول إطلاقاً أن تترك الشركات الوطنية في الدول النامية في حلبة التجارة الإلكترونية دون حماية قانونية وطنية لنشاطها، وليس من المقبول كذلك أن تخضع الشركات الوطنية في الدول النامية في معاملاتها الإلكترونية للقانون والمحاكم الأجنبية، لخلو قوانينها الوطنية من تحديد قواعد الاختصاص (قواعد الإسناد) المشار إليها. صحيح أن وضع قانون خاص بالتجارة الإلكترونية يتضمن المطالب آنفة البيان، يمكن أن يأتي في مرحلة لاحقة لقيام السوق الإلكترونية الوطنية لدولة هذا القانون، من حيث أن القانون إنما يوضع ليؤسس مواقف قائمة وغير مفترضة، ولا يؤسس لمواقف مستقبلية أو احتمالية.

لكن هذا لا يعني بالضرورة تراخي الدول النامية في وضع هذا القانون، فإن التجارة الإلكترونية قد أصبحت واقعا عالمياً يتطور بخطى سريعة لا بد من ملاحقتها تشريعياً. الفراغ التشريعي إذن في معالجة قضايا ومشكلات التجارة الإلكترونية وتطورها ونموها في الدول النامية يعد من أهم العقبات التي تحول دون قيام السوق الإلكترونية وتطورها ونموها في الدول النامية ولشغل هذا الفراغ لا بد من تطوير البنية القانونية في هذه الدول لمواكبة عصر التجارة الإلكترونية.

وإذا كان الفراغ التشريعي المشار إليه يمثل أهم العقبات التي تحول دون قيام السوق الإلكترونية وتطورها ونموها في الدول النامية فإن هناك عقبة أخرى لا تقل أهمية في سبيل قيام هذه السوق وهي:

انعدام منصات السوق الإلكترونية في الدول النامية، تلك المنصات التي تلعب الدور الرئيس والفاعل في مجالات العمل الآتية:

- أ - تحديث أنظمة المعلومات لأسواقها الإلكترونية الوطنية.
- ج - إقامة معارض للبيع والشراء الإلكتروني في أسواقها الوطنية.
- د - إتاحة الفرصة للمشروعات الإنتاجية الوطنية لدخول مجال التجارة الإلكترونية، من حيث أن هذه المنصات تعتبر بوابة الدخول والخروج أمام الموردين والمستوردين من وإلى أسواقها الوطنية.

هـ - توفير درجة الحماية المطلوبة لأطراف العقد الإلكتروني في أسواقها الوطنية وتتكون هذه المنصات من شركة أو مجموعة شركات وطنية يتم تأسيسها عن طريق تكوين تحالف استراتيجي بينها وبين الشركات العالمية الرائدة في مجال التجارة الإلكترونية ويتمحور نشاطها في المجالات آفة الذكر.

راجع في هذا الفصل

- 1 أ.د/ عطية عبد الحليم صقر - الجزء الخاص بالتجارة الالكترونية من مؤلفه مقدمة في التجارة الدولية والتعاون الاقتصادي الدولي مرجع سابق.
- 2 أ.د/ عبد الرزاق السنهوري _ الوسيط _ ج 1
- 3 أ.د/ عبد المنعم فرج الصدة _ نظرية العقد _ دار النهضة العربية بيروت 1974
- 4 بحراسات استراتيجية - أعداد مختلفة - مركز الأهرام للدراسات الاستراتيجية القاهرة.
- 5 الأهرام الاقتصادي - أعداد مختلفة - القاهرة
- 6 مشروع قانون التجارة الالكترونية في مصر -