

التجارة الإلكترونية و دورها في العولمة

أ. مداحي عثمان
قسم علوم التسيير

مقدمة:

عرف النشاط التجاري و الاقتصادي تطورا كبيرا، و قد شمل هذا التطور مضمون النشاط بحد ذاته سواء الاقتصادي أو التجاري بظهور صناعات جديدة و متنوعة نتيجة التطورات العلمية التي عرفها القرن العشرين ، مما نتج منه ظهور الكثير من الابتكارات و الاختراعات كما شمل هذا التطور أيضا الوسائل المستعملة لاسيما في المجال التجاري من خلال تطور وسائل النقل المستعملة في عملية التبادلات التجارية بما يسهل من نقل البضائع عبر مختلف بلدان العالم ، أو من خلال وسائل الاتصال الحديثة التي عملت على تقريب المسافات و تقليص الأوقات مما فرز زيادة حجم النشاط التجاري العالمي .

و قد ساعدت وسائل الاتصال الحديثة خاصة منها الالكترونية من تسهيل عمليات الدفع و انتقال الأموال و رؤوس الأموال بين البلدان المتباعدة مما زاد من إمكانية توسيع التبادلات التجارية الدولية .

و مع تطور وسائل الاتصال الالكترونية و ظهور شبكة الانترنت التي أعطت إمكانية اتصال الأفراد و الشركات مع بعضهم البعض من خلال الصورة و الصوت و الرسائل بالاعتماد على الحواسيب و دون اللجوء إلى الوسائل التقليدية للاتصال من هاتف و فاكس و قنوات تلفزيونية ، مع ما توفره هذه الشبكة من إمكانية تخزين الرسائل و العودة إليها في أي وقت ، و إمكانية اطلاع عدة أطراف عليها في نفس الوقت .

من هنا ظهرت التجارة الالكترونية و التي هي نتاج عملية تطور مستمر في الإنتاج و التسويق ووسائلهما و ما ينتج عنه من تطور في وسائل الدفع ، فالتجارة الالكترونية ليست منقطعة الصلة بما تشهده الاقتصاديات من تحول اقتصادي و اجتماعي (1)

و من الباحثين من يرى ضرورة التمييز بين التجارة الالكترونية بمفهومه الواسع و بين التجارة عبر شبكة الانترنت(2)

1- السيد أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية و العولمة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2007، ص3.
2- على رضا عبد الرحمن رضا، التوقيع الإلكتروني (دراسة مقارنة) ، المجلة العربية لقانون الإنترنت، العدد1، يناير2006 ، ص15.

و سوف يتم خلال هذه المداخلة تناول التجارة الالكترونية من خلال التطرق للعناصر التالية: المبحث الأول: التجارة لالكترونية.
المبحث الثاني: عوامل تطور التجارة الإلكترونية.
المبحث الثالث: المقومات الأساسية للتجارة الالكترونية.

المبحث الأول التجارة لالكترونية

مفهوم التجارة الالكترونية

تم تعريف التجارة الالكترونية من طرف منظمة التجارة العالمية "بأنها مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات و تأسيس الروابط التجارية و توزيع و تسويق و بيع المنتجات الالكترونية" (3)

و من أكثر التعريفات المقدمة للتجارة الالكترونية ذلك الذي يبين أن التجارة الالكترونية تمثل شكلا من أشكال التعامل التجاري الذي ينطوي على تفاعل أطراف التبادل الكترونيا بدلا من التبادل المادي أو الاتصال المادي المباشر. (4)

إلا أن هذا التعريف لا يشير إلى حيوية التجارة الالكترونية و التي هي في ميدان الممارسة تنطوي على حالة من توحيد الحاجات المتغيرة و التقنيات الجديدة بما يؤدي في المحصلة النهائية إلى إحداث ثروة في الطريقة التي يؤدي بها الأعمال .

ذلك أن الشركات انتقلت من الهياكل التنظيمية التقليدية ذات الأشكال الهرمية إلى الهياكل التنظيمية الحديثة ذات الأشكال المسطحة التي تتلاءم مع بيئة عصر الانترنت و الاقتصاد الرقمي .

و بناء عليه، فان التجارة الالكترونية أضحت وسيلة تمكين و دعم للشركات بهدف القيام بهذه التغيرات التي تجعلها أكثر كفاءة و مرونة في عملياتها الداخلية، و أكثر وثوقا مع مورديها، و أكثر استجابة و بشكل أفضل لحاجات و توقعات عملائها.

و تمثل التجارة الالكترونية أحد فرعي الاقتصاد الرقمي الذي يقوم على حقيقتين هما :
التجارة الالكترونية و تقنية المعلومات، حيث أن تقنية المعلومات هي التي أسهمت في الوجود الحقيقي للتجارة الالكترونية.

3- أسرار محمد الجفري، تأثير التجارة الالكترونية على مجتمع المملكة العربية السعودية ، رسالة ماجستير غير منشورة، 2003 ص 3.

4- سعد غالب ياسين، بشير عباس العلق، التجارة الالكترونية، دار المناهج للنشر و التوزيع، الأردن، 2004، ص 125.

و من هذا المفهوم فالتجارة الالكترونية هي تنفيذ إدارة الأنشطة التجارية المتعلقة بالبضاعة و الخدمات بواسطة تحويل المعطيات عبر شبكة الانترنت أو الأنظمة التقنية الشبيهة ، و هي تشمل عرض البضائع و الخدمات عبر الانترنت و إجراء البيوع بالوصف عبر مواقع الشبكة العالمية مع إجراء عمليات الدفع النقدي بالبطاقات المالية أو بغيرها من وسائل الدفع (5)

و قد تأخذ التجارة الالكترونية عدة أشكال فقد تكون:

- من الشركات إلى المستهلك : و تشمل التسوق على الخط .
- من الشركات إلى الشركات: و تشمل تحقيق تكاملية عمليات التوريد للمنتجات و أداء الخدمات .
- من الحكومة إلى المستهلك : و تشمل البرامج و الخدمات الحكومية على الخط
- من الحكومة إلى الشركات: و تشمل المشتريات الحكومية الالكترونية.

إن التجارة الالكترونية تتيح مجالاً أفضل للشركات في اختيار أفضل الموردين دون الاهتمام بموقعهم الجغرافي ، و في بيع منتجاتها في الأسواق العالمية .

و يجب النظر إلى التجارة الالكترونية بمفهومها الواسع، حيث تعتبر المتاجرة الالكترونية واحدة من الحالات الخاصة في مضمار التجارة الالكترونية، أين يقوم المورد بتوفير السلع أو الخدمات إلى العميل مقابل مبلغ من المال. كما تعتبر تجارة التجزئة الالكترونية من الحالات الخاصة للتجارة الالكترونية أين يكون الطرف الثاني مجرد عميل و ليس شركة . إن هذه الحالات تمثل مجرد حالات محددة لحالات أكبر وأكثر شمولية للعمليات و التعاملات التي يمكن أن تنشأ و تقوم بها الأفراد و الشركات عبر وسائل الاتصال الالكترونية .

و هكذا فإن التجارة الالكترونية هي تكنولوجيا تغيير ، و لن تتأني للشركات الاستفادة من المنافع الرئيسية للتجارة الالكترونية إلا إذا كانت راغبة في إحداث تغييرات في تنظيماتها و عملياتها للوصول إلى استثمار أمثل للفرص التي تتيحها التجارة لالالكترونية .

وفق هذا المفهوم فإن التجارة الالكترونية هي أسلوب تجاري يعتمد في نجاحه على قدرة الشركة في تسويق منتجاتها سواء كانت سلعا أو خدمات أو أفكارا من خلال آليات إقناعية و خطط تسويقية محكمة تستهدف بالدرجة الأساس تحقيق رضا العميل حيث يتجسد هذا الرضا في نجاح الشركة بإشباع الحاجات و الرغبات الحقيقية للعميل.(6)

5- www.open directorysite.info/e-commerce

6- سعد غالب ياسين، بشير عباس العلق، مرجع سابق، ص 128.

خصائص التجارة الإلكترونية:

- تتمتع التجارة الإلكترونية بمجموعة من الخصائص يمكن إجمالها في العناصر التالية:
- أ- سرعة الاتصالات بين أطراف الصفقات مما يوفر الوقت و الكلفة,
 - ب-سهولة الحصول على المعلومات اللازمة للنفاد إلى الأسواق.
 - ت-الشفافية و المنافسة حيث يتعرف المستهلكون على الأسواق و الأسعار و السلع بصورة شمولية.
 - ث-تعتبر الإنترنت وسيلة عرض المنتجات و تسويقها.
 - ج- استخدام آليات جديدة مبتكرة تختلف عن آليات التجارة التقليدية مثل الفوترة الإلكترونية و النقود الإلكترونية.
 - ح- ظهور الأسواق الإلكترونية و ما تتطلبه من تنظيم قانوني جديد.(7)

تأثير التجارة الإلكترونية:

تتزايد التجارة الإلكترونية بمقدار الضعفين أو الثلاثة كل سنة، و سوف تصبح تشكل أكبر الوسائل فاعلية للوصول إلى المستهلكين في غضون العشر أو الخمسة عشر سنة المقبلة حين يصبح حوالي 1000 مليون شخص أي ما يعادل 20% من سكان العالم مرتبطين بشبكة الانترنت.

و قد انتقل تأثير التجارة الإلكترونية من الموردين فيما بينهم إلى نشاطات تجارة التجزئة- مثل بيع الكتب، و السيارات و الكثير من السلع و الخدمات الأخرى. و يمكن ذكر بعض تأثيرات التجارة الإلكترونية على عدد من نشاطات الأعمال كما يلي:

(8):

- التسويق، المبيعات و تنشيط المبيعات.
- التمويل و التأمين.
- عمليات ما قبل البيع، عقود فرعية للتوريد.
- تعاملات تجارية: طلب، تسليم، دفع.
- خدمة المنتج و الصيانة.
- التطوير التعاوني للمنتج.
- العمل التعاوني للموزع.
- استخدام الخدمات العامة و الخاصة.
- التعاملات بين منشآت الأعمال و المنظمات الحكومية.
- النقل و الإمدادات.

7- www.syria.news.com/readnews

8- سعد غالب ياسين، بشير عباس العلق، مرجع سابق، ص 134.

- المتاجرة الآلية بالسلع الرقمية.
- التدبير العام(المشتريات الحكومية).
- المحاسبة؟.
- حل النزاعات.

المبحث الثالث عوامل تطور التجارة الإلكترونية

أصبح الاستخدام واسع النطاق للوسائل الإلكترونية في مجال الاقتصاد بصفة عامة و في مجال التجارة بصفة خاصة من الموضوعات التي أثارت الكثير من المسائل و القضايا على الساحة العالمية، ذلك لما تمثله وسيلة الانترنت من أداة إنتاج و توزيع على نطاق واسع ، بل أكثر من ذلك فإن هذا الاستخدام يجسد ثقافة جديدة لها منطقتها و آلياتها الخاصة .

و يشهد استخدام هذه الوسيلة المتطورة تطورا هائلا، سواء من حيث النظام الجغرافي أو عدد المستخدمين، أو بالنسبة للقطاعات النوعية التي أصبحت تشملها.أو من حيث التحديث المستمر في فنون أولويات إتمام التجارة الإلكترونية ذاتها و ما يسبقها من عمليات ، و ما ترتبه من نتائج، مثل تسوية المعاملات بواسطة المدفوعات الإلكترونية .

عوامل التطور في التجارة الإلكترونية:

هناك العديد من العوامل التي أسهمت في تطور التجارة الإلكترونية ، ذلك أن النشاط الاقتصادي التجاري هو نشاط اجتماعي و بالتالي كل ما يعرفه المجتمع من تطورات علمية و تكنولوجية ، و ما تعرفه الفلسفات من تحولات و السياسات العامة من تطورات إن منها ما تعلق بالاقتصاد أو التجارة ينعكس بصورة أو بأخرى على التجارة الإلكترونية، كما أن تطور رؤى و أهداف الفاعلين الأساسيين في هذا النوع من التجارة ، و المتمثلين أساسا في الشركات ، إضافة إلى تطور أهداف و استراتيجيات مجموعات الشركات المالية و المصرفية و موردي الخدمات التكنولوجية، كل ذلك يشكل عوامل تطور التجارة الإلكترونية.

- كما يقدم الدعم الحكومي دورا مهما في تطوير التجارة الإلكترونية ، من خلال توفير المقومات و البيئة الداعمة للتطوير و نمو التجارة الإلكترونية .
- كما يمكن للدعم الحكومي أن يسهم في توسيع نطاق تعاملات التجارة الإلكترونية من خلال تنظيمها قانونيا و توفير الأمن لها عبر حماية المتعاملين من خلالها من أعمال النصب و الخداع التي قد يتعرضون لها.

- و يتجلى هذا الدور أكر فأكثر في الدول النامية، و ذلك للأسباب الآتية:
- الضعف النسبي لدور القطاع الخاص .
 - ضعف البنية الأساسية فيها .
 - ضعف الوعي و الإدراك العام بأهمية هذه التجارة في مجتمعات تعاني من الفقر و ضعف الدخل. (9)

و من العوامل المساعدة لتطور التجارة الإلكترونية، التطورات الحاصلة في تكنولوجيا الاتصالات و المعاملات ، ذلك أن التطور العلمي و التكنولوجي من جهة، و اتساع انتشار شبكة متقدمة للاتصالات و المعلومات تقدم خدماتها بأسعار تنافسية رخيصة يمثلان فرصة لذوي الدخل المحدود لاستخدامها .

- كما تسهم المنافسة بين الشركات المختلفة للحصول على أكبر حصة من السوق و في أقصر وقت ممكن، و بسلع و خدمات متنوعة، دورا رئيسا في تطور التجارة الإلكترونية بكل مراحلها.

- و من العوامل التي تسهم في تطور التجارة الإلكترونية توفير مناخ من الحرية الاقتصادية و التجارية، و ذلك من خلال إزالة القيود و العراقيل على التبادل التجاري في الداخل، أو الخارج، و إتاحة حرية البحث عن المعلومات و تبادلها و تداولها.

مظاهر التطور في التجارة الإلكترونية:

يمكن التعبير عن التطور الكبير و السريع الحاصل في التجارة الإلكترونية من خلال عدة مظاهر أهمها:

أولا: عدد مستخدمي الانترنت:

عرف عدد مستخدمي الانترنت تطورا سريعا، فقد قدر الإتحاد الدولي للاتصالات أن حوالي 676 مليون شخص استطاعوا استخدام الانترنت عام 2003 و هو ما يمثل 8.11% من سكان العالم.

و يوضح الجدول التالي تطور عدد مستخدمي الانترنت من عام 2000 إلى غاية 2003

9- السيد أحمد عبد الخالق، مرجع سابق، ص 50.

جدول رقم(1)
تطور عدد مستخدمي الانترنت على مستوى العالم
خلال الفترة (2003-2000) بالآلاف

السنة	2000	2001	2002	2003
العدد	387532	495886	626579	676678
النسبة المئوية		%27.96	%26.36	%7.84

المصدر: السيد أحمد عبد الخالق، مرجع سابق، ص 52.

و قد ازداد عدد مستخدمي الانترنت خلال الألفية في الدول النامية بنسب أكبر عنه بما زاد في الدول المتقدمة، و الجدول التالي يبين ذلك.

جدول رقم(2)
مقارنة تطور عدد مستخدمي الانترنت بين الدول المتقدمة و الدول النامية
خلال الفترة (2003-2000) بالآلاف

المنطقة	2000	2001	معدل النمو	2002	معدل النمو	2003	معدل النمو
الدول المتقدمة	85480	339427	%19	388746	%15	396754	%2.06
الدول النامية	94352	139317	%48	209556	%50	246290	%17.53

المصدر: السيد أحمد عبد الخالق، مرجع سابق، ص 53.

ثانيا: عدد المواقع على الشبكة:

إن زيادة عدد مستخدمي الانترنت يمثل مؤشرا و دافعا قويا لزيادة عدد المواقع على الشبكة لاستخدامها من قبل المؤسسات في التجارة الإلكترونية في عمليات الإنتاج و التسويق، و هذا ما تؤكد عشرات الملايين من المواقع المفتوحة على شبكة الانترنت.

و قد كشفت إحدى الدراسات أنه في جوان 2004 بلغ عدد المواقع 51.6 مليون موقع بزيادة 26.13% عن جوان 2003 ، بينما كان العدد حوالي 4.9 مليون في يناير 1995، و 5.3 مليون في نوفمبر 1998. (10)

10- السيد أحمد عبد الخالق، مرجع سابق، ص 59.

ثالثا: الامتداد النوعي للتجارة الإلكترونية:

من أهم مظاهر تطور التجارة الإلكترونية امتدادها لتغطي قطاعات جديدة بشكل دائم و مستمر. فبعد أن بدأت التجارة الإلكترونية في قطاع دائرة الأعمال / أعمال في مجال الخدمات و التحويلات المالية، أصبحت تتم على نطاق واسع بين قطاعات مختلفة، بين رجال الصناعة و قطاع الأعمال، و بين قطاع الأعمال و المستهلكين. كما أن التجارة بدأت بالسلع البسيطة لتمتد إلى جميع أشكال السلع و الخدمات.

رابعا: الامتداد الجغرافي للتجارة الإلكترونية:

من ملامح تطور التجارة الإلكترونية الامتداد الإقليمي لها لتصل إلى مختلف القارات. و إن تم هذا بمعدلات مختلفة، فبينما نجد أن حوالي 30% من حجم التعاملات في كوريا تتم إلكترونيا، و 20% في الفلبين و 75% في إنجلترا.

و يجب أن نسجل أن الزيادة الكبيرة في التجارة الإلكترونية تكون عادة مصحوبة بزيادة في استخدام المدفوعات الإلكترونية، و التي تتطور بتطور أشكال هذه التجارة، مما يؤدي بالضرورة إلى تطور و تغير في وظائف و دور البنوك و هيكلها و آلياتها المختلفة،

خامسا: تطور حجم التجارة الإلكترونية:

من الطبيعي أن تنعكس المظاهر السابقة للتطور في تطور حجم التجارة الإلكترونية من سنة لأخرى. و رغم التباين في هذا التطور بين مختلف البلدان، إلا أن هناك اتجاها عاما يتمثل في النمو المستمر في حجم التجارة الإلكترونية. و تمثل المؤشرات المتعلقة بالولايات المتحدة و أوربا الركيزة الأساسية في هذا الصدد.

و تمثل الولايات المتحدة الدولة الرائدة في هذا المجال ففي عام 2001 حققت مبيعات من نوع B2B حوالي 995 مليار دولارا ، بينما كانت القيمة في الاتحاد الأوربي حوالي 185 - 200 مليار في نفس السنة.

بينما بلغت قيمة تجارة B2C في الولايات المتحدة 43.5 مليار دولار في عام 2002 و 28.3 مليار في أوربا و 15 مليار في منطقة آسيا و الباسفيك و 2.3 مليار في أمريكا اللاتينية، و 4 ملايين في إفريقيا. (11)

11- السيد أحمد عبد الخالق، مرجع سابق، ص 62.

المبحث الثالث

المقومات الأساسية لتطور التجارة الإلكترونية

تعمل التجارة الإلكترونية على تحقيق تقدم و تطور مستمر في جميع المجالات الاقتصادية و العلمية، لما تتسم به من ديناميكية، لذلك لابد من توافر عدد من الركائز الأساسية التي تقوم عليها هذه التجارة.

و لعل من أهم المقومات الأساسية اللازمة لنمو و تطور التجارة الإلكترونية ما يلي:

أولاً: الإطار الاقتصادي الداعم:

يقصد به تبني سياسات اقتصادية ملائمة، و وجود اقتصاد متطور نسبياً، و ذي هيكل متطور.

1- السياسات الاقتصادية الملائمة:

إن السياسات الاقتصادية الملائمة لنمو التجارة الإلكترونية هي تلك التي توفر الحرية الاقتصادية و تفسح المجال أمام القطاع الخاص ليؤدي دوراً فاعلاً في عملية التنمية الاقتصادية و الاجتماعية. من هنا تتجلى أهمية انتهاج سياسات اقتصادية داعمة تشجع هذه التجارة و لا تعيقها، مثل الحرية التجارية و التخفيض من الأعباء الضريبية على السلع التي يتم تبادلها بهذا الأسلوب، و تهيئة البيئة المواتية لذلك في الداخل، و مع الخارج من خلال عقد الاتفاقات الثنائية .

2- هيكل اقتصادي متطور:

إن التجارة الإلكترونية بوصفها حلقة في سلسلة التطور الاقتصادي و التجاري، و بوصفها تجارة متقدمة لابد أن يدعمها وجود اقتصاد قوي متنوع الهيكل، و مرن يكون قادراً على تلبية الطلب الفعال، سواء في الداخل أو الخارج، و بمعنى آخر لابد أن يكون لدى الاقتصاد سلعا زراعية و صناعية و خدمات متقدمة يمكن توظيف التجارة الإلكترونية فيها. فالتجارة الإلكترونية هي في الواقع في خدمة القطاعات المختلفة، فضلا عن أنها ثمرة تطوراتها. لذلك نجد أن هذه التجارة الإلكترونية تنمو و تزدهر في الدول ذات الاقتصاديات

المتطورة و المتنوعة و المرنة، مثل الاقتصاد الأمريكي أو الأوربي أو الياباني، فكلما حققت الدول تقدما ، ازداد الاهتمام بالتجارة الإلكترونية.

ثانيا: البنية الأساسية:

يجب أن يتم اعتماد التجارة الإلكترونية على مقومات و ركائز أساسية للمعلومات و الاتصالات و أن يتم ذلك ضمن إستراتيجية واضحة المعالم تتسم بالشفافية و التماسك و الاستمرارية.

و تتمثل تلك العناصر الأساسية في:

- اعتماد إستراتيجية تكنولوجيا و معلوماتية بتحديد الأهداف ذات الأهمية الكبرى للدولة و الاقتصاد.

- اعتماد التجارة الإلكترونية في مجال البنية الأساسية للمعلومات على قاعدة اتصالات حديثة و متطورة.

- ضرورة توافر صناعات أخرى مغذية متطورة يدعمها قطاع البحث العملي و التطوير متطور بصفة مستمرة لتدعيم كل ما هو جديد بما يؤدي إلى حسن استغلال العناصر القائمة و زيادة فعاليتها.

- وجوب توافر أنواع عديدة من التكنولوجيا المادية (برامج و لغات) من أجل النفاذ ليس فقط إلى التجارة الإلكترونية و إنما أيضا من أجل تطويرها بشكل دائم و مستمر.

- أهم عناصر التكنولوجيا اللازمة للدخول في التجارة الإلكترونية بمفهومها الواسع هو وجود شبكة الانترنت و الانترنت و غيرها من البرامج المتقدمة بما فيها قواعد البيانات و الأجهزة و البرامج اللازمة لتحويل الكلمات إلى أرقام و رموز و التشفير.

ثالثا: الموارد البشرية:

يعد العنصر البشري عصب التنمية الاقتصادية و الاجتماعية بصفة عامة، و يلعب الدور الرئيس في تطوير التجارة الإلكترونية بصفة خاصة.

كما يلعب العنصر البشري دورا مهما في الإدارة العليا و المتوسطة في مجال تطور التجارة الإلكترونية، إذ يتوقف الأخذ بهذه الوسيلة و تطويرها على مدى إدراك و تفهم

عنصر الإدارة للدور الذي تؤديه التجارة الإلكترونية في تنمية و تطوير المؤسسة، و كذا قدرتها التنافسية مع غيرها من المؤسسات في الداخل أو الخارج.

رابعاً: الأمن و الثقة:

من أهم العوامل التي تعزز و تدعم بناء مجتمع المعلومات و نمو التجارة الإلكترونية هو توفير الأمن و تعزيز الثقة لدى المتعاملين، و ذلك من خلال إيجاد بيئة آمنة يعمل فيها كل الأطراف سواء البائعون أو الفنيون، و كل من لهم صلة بالتجارة الإلكترونية ، حيث يعتبر توفير الأمن و الحفاظ على السرية في المعاملات التي تتم عبر التجارة الإلكترونية من أهم عوامل تطور التجارة الإلكترونية.

و لقد أبدى الكثيرون – دولاً و أفراداً- تخوفهم من عدم تمكنهم من الحفاظ على سرية البيانات التي يجرى تداولها على الشبكات الإلكترونية مما قد يعيق تطور و نمو التجارة الإلكترونية.

و لتأمين الأمن و الثقة في المعاملات التي تتم في التجارة الإلكترونية لابد من استخدام وسائل إلكترونية فنية متطورة ، من جهة ، و من جهة أخرى لابد من إيجاد نظام قانوني متطور و مرن يتلاءم مع التطور في هذه الوسائل.

خاتمة

تعتبر التجارة الإلكترونية نتاج التطورات التكنولوجية العلمية في مجال الاتصالات و تكنولوجيا المعلومات، و لقد أصبحت تشغل حيزا كبيرا و متزايدا ضمن حجم المعاملات التجارية التي تتم بين مختلف الأطراف ، و يحتاج تطور و نمو هذه التجارة إلى وجود مقومات أساسية تعمل باستمرار على استخدام مختلف التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا المعلومات لجعل هذه التكنولوجيا في متناول أكبر عدد ممكن من المستعملين ، إلا أن أهم معوقات التجارة الإلكترونية هي مسألة الثقة و الأمن في المعلومات المتداولة من خلالها ، و هذا ما يدفع بالمجتمع الدولي إلى ضرورة إيجاد إطار قانوني يحمي الأطراف المستعملة من عمليات الخداع ، و كذا استخدام المعلومات السرية لإلحاق الضرر بأصحابها . من هنا تتجلى ضرورة تكاتف جهود المجتمع الدولي لسن القوانين و التشريعات التي تسمح بتبوء هذه التجارة لمكانتها خلال هذه الألفية الجديدة.