

طرق التجارة واشكالها وطريقة التعاقد

اولاً: طرق التجارة الالكترونية واشكالها

أ- طرق التجارة الالكترونية:

يختلف الكتاب في تحديد طرق التجارة الالكترونية .. ولا توجد طريقة افضل من الأخرى الا ان الحاجة هي التي تعطي تفضيلاً لاختيار طريقة مناسبة لطبيعة النشاط التسويقي المعتمد .. فهناك من يحدد الطرق المناسبة في التجارة الالكترونية والتي بإمكانها تحقيق الأهداف المرجوة وهي :

١ . استيراد المنتجات من دولة منتجة الصين (مثلاً) وعرضها على الانترنت : تعد هذه الطريقة من أكثر الطرق الدارجة حالياً في الوطن العربي ، حيث ان اغلب التجار يستوردون المنتجات من دولة ما ويقوموا بعرضها على الانترنت اما على مواقع التواصل الاجتماعي أو يقومون بإنشاء موقع خاص بهم ، أي يعتمدون على الانترنت والاعلانات الممولة والارتقاء بمحركات البحث والنشر المكثف من خلال مواقع التواصل الاجتماعي ... الخ

٢ بيع المنتجات مقابل عمولة : هي حالياً من أكثر الطرق شهرة بالوطن العربي لأنها سهلة جداً ولا تحتاج الى صناعة المنتج او استيراده، فقط تأخذ رابط من موقع لديه العديد من المنتجات وتقوم بتسويق هذا الرابط الى المتابعين . اذ يمكن تسويق العروض عن طريق النشر المستمر عبر مواقع التواصل الاجتماعي او بناء الموقع الالكتروني المفيد وتكوين المتابعين وتحقيق الدخل

٣ - القيام بصناعة المنتجات الخاصة على شكل منتجات وخدمات رقمية : ان المنتجات الرقمية هي بشكل كتاب او شكل دورة تدريبية او كورس بالإمكان طرحها على شكل محاضرات مباشرة عن طريق الانترنت وغيرها ... وهي طريقة مفضلة لأنها تحقق نسبة أرباح كبيرة .

٤ - الإعلانات : بموجب هذه الطريقة يتم التسويق مباشرة واخذ مبالغ الاتعاب على عدد المشاهدين . لذا يجب ان يكون المعلن مشهوراً أو لديه عدد كبير من المتابعين عبر وسائل التواصل الاجتماعي او الموقع الالكتروني .. اذ سيتم تسويق عروض معينة تناسب المتابعين في كل مكان في العروض المناسبة .

ب- اشكال التجارة الالكترونية:

تقوم التجارة الالكترونية على علاقة بين جهتين ويختلف شكل كل علاقة على وفق نوع التجارة بينهما .. ومن اشكال التجارة الالكترونية ما يأتي :

قسم العلوم المالية والمصرفية/ المرحلة الثانية / التجارة الالكترونية

١. لتجارة الالكترونية بين الشركات (B2B) : تتعامل الشركات مع بعضها البعض في هذا الشكل من التجارة من دون وجود طرف أو جهة أخرى .
٢. التجارة الالكترونية بين المستهلكين (CC) : تتم التجارة الالكترونية بين الافراد دون تدخل أي جهة أخرى .
- ٣ التجارة الالكترونية بين الشركة والزبون (B2) : بموجبها يتم البيع من الشركات الى الأفراد .
٤. التجارة الالكترونية بين الزبون والشركة (CB) : بموجبها تتاح الفرصة للزبون او الفرد في تحقيق متطلبات الشركة .. أي البيع من الفرد الى الشركة .
- ٥ التجارة الالكترونية بين الحكومات والشركات GB : بموجبها يتم تعامل الحكومة مع الشركات مثل : اشراف الحكومة على شركات التأمين وشركات الاتصالات .
٦. التجارة الالكترونية بين الحكومة والمستهلك (G2C) : يتم من خلالها تعامل الحكومة مع الافراد مثل : ترخيص المركبات ، دفع فواتير الكهرباء والمياه ، دفع المخالفات المرورية والسير .. الخ

ثانياً: طريقة التعاقد في التجارة الالكترونية :

ان العقود التي تتم في التجارة الالكترونية يمكن أن تتم بإحدى الشكلين : عقود رضائية او عقود اذعان

أ. عقود اذعان : هي العقود التي تعطي لاحد طرفيها فقط حرية الاختيار والمفاوضة للقبول بها ، فليس للفرد سوى أن يقبل التعاقد دون مناقشة او تفاوض أي يسلم بكافة الشروط التي يضعها الطرف الآخر دون زيادة او نقصان . فليس للقابل بالعقد الا ان يقبل ابرام العقد ، او لا يقبل ، وعادة يقبل الافراد التعاقد بسبب الحاجة الماسة لهذه الضروريات ... فالرضا للقابل بالعقد موجود لكنه مفروض عليه كونه متصلا بعوامل اقتصادية أكثر من اتصاله بعوامل نفسية .

مثلا : فقد يقوم احد الأطراف بإرسال عرض سلعة معينة مع بيان ثمنها ، فيوافق عليها . ويؤخذ على هذا العقد هو تجاهله قيام التفاوض ، اذ يقوم احد الأطراف ارسال عرض سلعة معينة مع بيان ثمنها ، فيوافق عليها الطرف الآخر دون قدرته على أي تعديل في الشروط كالحصول على نسبة خصم معينة . أي أن عقود التجارة الالكترونية تقترب من عقد الإذعان .بعدها في الغالب احد الأطراف مسبقا فينفرد بعرض شروطه وبنوده .. ويقتصر دور الطرف الثاني على قبول هذه الشروط دون تعديل .

قسم العلوم المالية والمصرفية/ المرحلة الثانية / التجارة الالكترونية

ب عقود التجارة الالكترونية عقودا تفاوضية : انطلاقا من كونه عقود التجارة الالكترونية تسودها الرضائية .. فالمتعاقدين ان لم تعجبه شروط احد الموردین يستطيع اللجوء الى مورد او مجهز آخر للسلعة كون السوق الالكتروني يحتوي الكثير من البائعين للسلعة .

❖ . يمكن اعتبار العقد اذعان او رضائيا اعتمادا على الوسيلة المستخدمة في ابرام العقد . فاذا تم التعاقد بواسطة البريد الالكتروني أو من خلال برامج المحادثة أو باستخدام الوسائل السمعية أو المرئية فالعقد يكون رضائيا اذ يتبادل الطرفان الآراء ووجهات النظر عبر الرسائل الالكترونية ، ويمكن التفاوض حول شروط العقد والمفاضلة بين الحلول المطروحة عليه بحرية حتى يصل الى انسب الشروط وفضلها له .

❖ اما التعاقد عن طريق مواقع الويب التي تستخدم عقودا نموذجية ، فلها شروط تم اعدادها مسبقا ولا يترك المجال للطرف الثاني المناقشة والمساومة فيكون هنا عقد اذعان .

وانطلاقا من كون التعاقد تسبقه عملية التراضي بين طرفي العقد لإجراء إتمام العقد لذا تمر العقود الالكترونية بمرحلتين هامتين هما مرحلة ما قبل العقد ، ومرحلة التعاقد .

أ. مرحلة ما قبل العقد (مرحلة التفاوض الالكتروني): تهدف الى اجراء تسوية الخلافات والوصول الى ابرام العقد كما يرتضيه جميع اطرافه .. فهي مرحلة مهمة تفسر وتكشف نية طرفي العقد ويحدد الأمور التي يدور التراضي عليها . والغرض تنظيم التفاوض الالكتروني يقوم احد اطراف العقد بتحديد العناصر التي يتم التفاوض بشأنها لغرض الوصول الى تكوين عقد مستقر خال من النزاع .

١ مفهوم المفاوضات في العقد الالكتروني : تتم المفاوضات بنفس الوسائل التي يتم ابرام العقد بها ، أي عن طريق وسائل الاتصال الفوري لتبادل البيانات الكترونيا وتبادل الرسائل الالكترونية الكترونيا او أجهزة الاتصال الحديثة للسرعة وقلة التكلفة ، أو عن طريق التفاعل المباشر بين الطرفين عبر الشبكة الدولية (الانترنت) لتسهيل عملية التعاقد عبر البريد الالكتروني .

٢ تنظيم التفاوض في العقد الالكتروني : ينطلق التفاوض من التزام الطرفين بالدخول في المفاوضات بالمكان والزمان المحددين وعدم الاخلال بشرط الالتزام ...

ب - مرحلة التعاقد : بعد ان يتبادل الطرفان التعبير عن ارادتهما المتطابقتين يتم العقد وفقا للقواعد العامة للعقد والتي يجب ان تتوفر فيه (التراضي ، والمحل ، والسبب) ، اذ يحصل التراضي جراء الايجاب والقبول، وكما يلي:

قسم العلوم المالية والمصرفية/ المرحلة الثانية / التجارة الالكترونية

١. **التعبير عن الإرادة في العقد الالكتروني** : ان استخدام الوسيلة الالكترونية في التعبير عن الإرادة في الايجاب أو القبول يميز العقد الالكتروني فيكون الايجاب : بمثابة العرض الذي يعبر عن الصادر منه عن ارادته في ابرام عقد معين ، ويقترن به قبول مطابق له ، مما يعني انعقاد العقد .

ويقصد بالقبول : ذلك التعبير الصادر عن إرادة الطرف الذي وجه اليه الايجاب يفيد بموافقتة على ما جاء فيه . لذا فالقبول هو التعبير الثاني عن الإرادة حيث يكون العقد باقتران الايجاب بالقبول .

٢ **مجلس العقد الالكتروني** : يقوم مجلس العقد على عنصرين مادي مكان العقد ومعنوي زمان العقد) ففي التعاقد الالكتروني وباستعمال الوسائل الالكترونية في التعاقد ، يتم اللقاء في مكان افتراضي ، يوجه أحد الأطراف الايجاب عن طريق وسيلة مسموعة ومرئية قد تطول الفترة التي تستغرقها عملية الابرام كما قد تقتصر بحسب الطريقة التي يتم ابرام العقد بها ، وقد يتم التعاقد عن طريق البريد الالكتروني ، وقد يتم عن طريق الموقع ، أو قد يتم عن طريق المحادثة التفاعلية المباشرة .

التسويق الالكتروني

يعد التسويق الالكتروني احد الأساليب المعاصرة في امداد جسور التواصل بين البائع والمشتري لتسويق السلع والخدمات عبر شبكة الانترنت، وقد شهدت الفترة الزمنية المنصرمة تطورا مذهلا في تقانة المعلومات ، اذ تستطيع المنظمة الراغبة بالتعامل بهذا الخط التسويقي ان تصمم لها موقعا على شبكة الانترنت لكي يمكن أن تثبت ما تريد ايصاله من معلومات للآخرين ، وفي المقابل يستطيع الآخرون الاتصال بها عبر موقعها الالكتروني ، فلم تعد مراكز التسوق التقليدية تثير الاهتمام والتحفيز لدى المشتري على الرغم من التشكيلة الواسعة من السلع والتنوع في الخدمات المقدمة والحملات الترويجية المكثفة التي تضيف متعة حقيقية لعملية التسويق.

تأسيسا على ذلك فلا بد لهذه المراكز من ان تبحث عن أساليب جديدة أكثر جدوى وتميزا في إيجاد الطلب على المنتجات وتحقيق اليسر في الوصول اليها والدخول في أساليب متقدمة في المنافسة . لذا فالتسويق الالكتروني يمثل انطلاقة جديدة للتفاعل مع الجمهور الذي اصبح بإمكانه ان يطلب السلعة وهو في بيته ويحصل عليها بسعر منخفض عبر الانترنت من خلال ارسال طلب شراء الى جهاز الحاسوب الرئيس في مركز التسوق المقصود.

بهدف الالمام بمفهوم التسويق الالكتروني ، ينبغي عرض بعض تعاريف التسويق الالكتروني ومنها:

التسويق الالكتروني : هو عملية الاستخدام والتطوير الكفوء والفعال للموارد التسويقية الرقمية (المعارف والخبرات ، الافراد ، القواعد ، البيانات والمعلومات ، العلاقات . والأدوات المتاحة عبر شبكة الانترنت لتحقيق ميزة تنافسية في سوق الاعمال الالكترونية

التسويق الالكتروني : هو الاستخدام الأمثل للتقنيات الرقمية بما في ذلك تقنيات المعلومات والاتصال لتفعيل إنتاجية التسويق وعملياته المتمثلة في الوظائف التنظيمية والعمليات والنشاطات الموجهة لتحديد حاجات الأسواق المستهدفة وتقديم السلع والخدمات الى الزبائن وأصحاب المصلحة في المنظمة.

التسويق الالكتروني : هو عملية استخدام الانترنت والتكنولوجيا الرقمية لتحقيق الأهداف التسويقية للمنظمات وتدعيم المفهوم التسويقي الحديث ، لتمكين المسوقين الالكتروني أن يقوموا بنشر المعلومات عن منتجاتهم ومنظمتهم بسهولة أكثر ربحية وبحرية أكبر مقارنة بالتسويق التقليدي لتصبح المنافسة في عصر الانترنت أقوى واشد ، يصعب تصديقها أو التنبؤ بها .

ثانيا : أهمية التسويق الالكتروني : تبرز أهمية التسوق الالكتروني من خلال الاتي :

1. استمرارية البيع في كافة الأوقات اذ بالإمكان التسوق للمنتوج في كافة الأوقات دون التوقف ، وهذا يعني القدرة على الوصول الى الزبائن المستهدفين في أوقات فراغهم وخلال عملهم.
2. إمكانية الوصول الى العملاء في الأماكن البعيدة جغرافيا اذ لا ينحصر التسويق الالكتروني على منطقة معينة.
3. قلة التكلفة التسويقية حيث ان التخطيط من اجل انشاء متجر لعرض المنتوجات يعد من الأمور المقلقة للمستثمر نتيجة للتكلفة المالية التي يطلبها المتجر حيث يدخل بها ايجارات المعرض والمصاريف والمخازن ، وتختفي هذه الأمور في التسوق الالكتروني.
4. عرض المنتوج الملائم للمشتري من خلال التعرف على أنماط سلوك المشتري مما يساعد على عمل ملف من المنتوجات وزيادة معدلات الشراء.
5. استمرارية العلاقة بين المسوق والزبون بعد عملية الشراء الأولى: اذ يدل على ان المشتري بدأ بتكوين علاقة خاصة مع المسوقين ، وهذه العلاقة تثبت عن طريق تسويق المنتوجات الجديدة من خلال الايميلات الدعائية . فذلك يساعد على تكرار عملية الشراء مستقبلا.

ثالثا : عناصر التسويق الالكتروني

توجد مجموعة عناصر القيام التسويق الالكتروني ، اذ يقود الى نجاح العملية التسويقية للمنظمات التي تتبنى هذا المدخل ، فالعناصر هي :

1. **العقد Contract** : هو اتفاق بين المسوق الالكتروني والزبون على تقديم منتوجات او خدمات ذات قيمة مميزة للزبون وبذلك يتمكن المسوق الالكتروني من جذب الزبون تجاه الموقع الالكتروني للمنظمة ، ويحقق نسب زيادة او دخول عالية من بين المواقع المنافسة.

2. **المحتوى Content** هو مكونات وعناصر الموقع الالكتروني للمنظمة ، حيث يشتمل على المنتوجات واصنافها ، والاسعار ، الخصومات ، البيانات والمعلومات التفصيلية عن المنتوجات والخدمات ، وطرق الحصول والدفع ... وغيرها). اذ يجب توافر المعلومات اللازمة والكافية التي يبحث عنها الزبائن داخل الموقع الالكتروني عن المنظمة منتوجاتها او كيفية الحصول على خدمات ما بعد البيع.

3 **البناء Construction**: لكي يتم تحقيق التسويق الالكتروني لابد من وجود الهيكل أو البناء المناسب وفق خصائص وطبيعة المنتوج او الخدمة المراد تسويقها عبر الشبكة ولا بد من مراعاة عدة خصائص في تصميم الموقع الالكتروني منها (سهولة التعامل مع

قسم العلوم المالية والمصرفية/ المرحلة الثانية / التجارة الالكترونية

الموقع ، السرعة في تلبية احتياجات الزائر المتصفح ، تحقيق درجة عالية من الثقة والاعتمادية في الموقع.

٤. **الهيئة Community**: ان قدرة المنظمة في تصميم موقع يجذب فئات مختلطة ويمكنها بناء علاقات قوية ومستمرة مع المنظمة من جهة وبين المستخدمين وبعضهم من جهة أخرى لكي يتم بناء هيئة انترنت تفاعلي متناغم يحقق اهداف وطموحات الزائرين له . بذلك يتمكن المسوق الالكتروني من بناء علاقات قوية بين المنظمة وزبائنها ، فيكون هناك اتصال دائم ومستمر لتلقي رغباتهم او مشاكلهم.

٥ **التركيز Concentration** : تركز المنظمة على احتياجات الزبون ومعرفة رغباته ، وما هي طريقة الدفع التي تضمن له الحماية والأمان. وكيف يمكن جذبه من اقصر الطرق ؟ وما هي الأوقات الأكثر تفضيلاً لدخوله الى الموقع ؟ وما هي المعلومات التي يستهدف معرفتها ؟ ، كل ما سبق يجعل المسوق الالكتروني قادراً على تقسيم موقع الكتروني يحقق رغبات واحتياجات الزبون.

٦. **التقارب Convergence**: يعكس التقارب الالتقاء مع الزبون والوصول اليه بطريقة متعددة جراء استخدام شبكة انترنت عبر الحاسب الألى او التلفون المحمول او استخدام التلفزيون التفاعلي ، مما يجعل سهولة في الوصول والدخول الى الموقع. لذا يجب على المسوق الالكتروني الاستفادة من التقدم التكنولوجي وما تقدمه ثورة الاتصالات من الوصول الى الزبون بكافة الطرق المتاحة الكترونياً .

٧. **التجارة Commerce**: هي قدرة الموقع على القيام بتسويق وعرض السلع والخدمات التي تقدمها المنظمة للاستفادة من الخدمات التي تقدمها مواقع التجارة الالكترونية في القيام بالعملية التسويقية الالكترونية وفق اهداف وطموحات المنظمة.

رابعاً: مزايا التسويق الالكتروني

١ - مزايا التسويق الالكتروني ومنافعه يمكن تحديد مزايا التسويق الالكتروني ومنافعه بالاتي:

➤ **توسع قاعدة الزبائن**: ان امتلاك المنظمة لموقع الكتروني يسمح لها بالدخول وبسهولة الأسواق جديدة وإمكانية الوصول الى جميع الأسواق العالمية والتعرف على منتوجاتها ، ويساعد في الوصول الى الزبائن باي مكان بسرعة ، اذ يمكن للمستهلك من معرفة المتاح في الاسواق.

➤ **انخفاض التكاليف** : لا يحتاج التسويق الالكتروني لمتجر مادي للتعامل معه ، مما يوفر في المصروفات الايجار الكهرباء العمال.. الخ) وهذا يساعد في تخفيض أسعار المنتوجات وتحقيق ميزة تنافسية .

قسم العلوم المالية والمصرفية/ المرحلة الثانية / التجارة الالكترونية

✚ **تمتين العلاقة بين المنظمة والزبون:** ان تخفيض تكاليف الاتصال وسهولة انسيابية العلاقات بين البائع والمشتري من خلال وسائل الاتصال ، فالإنترنت يسهل الاتصال بين المنظمة وزبائنها القائمين والمحتملين مما يساعد في إرساء وبناء علاقات متينة مع الزبائن .

✚ **المرونة وسرعة عرض المعلومات:** يوفر إمكانية تقديم كافة المعلومات المتعلقة بالمنظمة والمنتجات ، يجعل الزبون قادرا للوصول الى ادق التفاصيل المتعلقة بالمنتجات والقيام بعملية مقارنة بين المعلومات المتوفرة على الموقع للمنتجات وخصائصها واسعارها ، للمساعدة في اتخاذ قرار الشراء الصحيح .

✚ **تحسين فاعلية السوق :** يوفر القدرة في جمع المعلومات التفصيلية عن الزبائن وعلى عملية الاستقصاء والتقييم الالكتروني ، مما يساعد في تحليل السوق وتوجيه المنتجات والاسعار وطرق التسليم بشكل يناسب الجمهور المستهدف .

✚ **توفير خدمة افضل للزبون:** يساهم في تحسين الخدمة المقدمة للزبون من حيث تقليل الاعمال الورقية ، الاستفادة من نصائح الخبراء والمختصين ، تسهيل إمكانية وصول الزبون عن الدخول للموقع الالكتروني والاطلاع على المنتجات والخدمات المتاحة .

خامساً: إيجابيات التسوق الالكتروني

ان التسوق الالكتروني يعتبره الزبون عملية شيقة وممتعة وذلك لوجود العديد من المنظمات التي تبيع نفس المنتجات ، لذلك على المنظمات ان تهتم بالزبون وكسب رضاه لكثرة الخيارات المتوفرة امامه . لذا يكون التسوق الالكتروني جذابا للزبون للإيجابيات الآتية:

✚ وجود خيارات كثيرة متوفرة: فيقوم الزبون بالبحث بمواقع البحث والبوابات ويختار الأفضل منها.

✚ سرعة المقارنة: حيث يتمكن الزبون مقارنة الأسعار والجودة والخدمات بين البدائل بسرعة قبل اتخاذ القرارات .

✚ الملائمة: يلائم التسويق الالكتروني المستهلكين والزبائن ، حيث يتمكنوا من التسوق في أي وقت وبدون عناء أو بعدم الحركة من مكانه.

✚ سرعة الاستجابة - على المنظمات الاستجابة لطلبات الزبائن بسرعة وعدم الانتظار وتقديم الخدمة المطلوبة.

✚ توفر معلومات كبيرة: تزود المنظمات الزبائن والمستهلكين المتعاملين معها بكميات كبيرة من المعلومات عن المنتجات وعن طريق البيع والشراء والتسليم وغيرها مما يساعد الزبون كثيرا في اتخاذ قرار الشراء النهائي.

سادساً: سلبيات التسوق الالكتروني : يمكن تحديد سلبيات التسوق الالكتروني بالاتي :

✚ تفحص المنتجات : عندما يريد الزبون او المستهلك شراء منتج فانه بحاجة الى ان يراه فعلياً او يلمسه او يشمه او اختباره ، وهذا غير متوفر الا في الطريقة التقليدية ، رغم حاجة الزبون الى بعض النصائح عند التسوق بالطرق التقليدية لكنها لا يمكن تقديمها له عند التسوق الالكتروني ابداً.

✚ وجود منتجات ليست قابلة للبيع من خلال الانترنت : وذلك بسبب مشكلة التسليم كالمنتجات الكبيرة مثل الأثاث والواح الخشب الكبيرة وبيع السيارات الحديثة ، اذ لا يمكن بيعها عن طريق الانترنت.

✚ وجود كثير من المعلومات غير الصحيحة وغير المفيدة التي تكون بالتسويق الالكتروني وينبغي التأكد من صحتها اذ لا يتم الا في التسويق الفعلي .
✚ عدم إمكانية مقابلة البائعين وجها لوجه مع المشتريين .

✚ ان معظم المنظمات التي تبيع بالتسويق الالكتروني لا تعتمد سياسة الارجاع في حالة عدم قناعة المشتري بالمنتج.

✚ في كثير من الأحيان يفاجئ الزبون او المستهلك عندما يتسلم المنتج فيجد أن نسبة الجودة اقل بكثير مما كان يتوقع.

✚ تصاحب عملية التسويق الالكتروني مخاطر أمنية كثيرة قد يتعرض المسوق الى عمليات احتيال أو سرقة.

سابعاً: دورة حياة التسويق الالكتروني

تبدأ دورة حياة التسويق الالكتروني بالتخطيط وتتبعها استراتيجيات التسويق الأربع (PS4) وكالاتي:

. **المنتج Product** : يمكن ان يكون ملموساً كالسلع او غير ملموس كالخدمات ، لذا يجب أن يتصف المنتج بالجودة العالية والواقعية والاعتماد عليه حيث يبحث المسوقون عن المنتجات المتميزة، فالجودة هي من اساسيات التسويق الالكتروني لأنه يحقق السمعة الجيدة والميزة التنافسية وسرعة انتشار المعلومات الجيدة.

السعر Pricing : للسعر أهمية كبيرة في جذب الزبون نحو السلعة أو الخدمة ذات السعر المعقول مقارنة بأسعار المنتجات المنافسة ، فيتم تحديد أسعار معقولة مصحوبة بخدمات مجانية او هدايا مجانية مقرونة بذلك المنتج لتشجيع الزبائن على الاقدام وشراء هذا المنتج ، كذلك قيام كثير من المنظمات بتقديم صفحات مجانية في الانترنت لتشجيع الزبائن على شراء منتجاتهم كأساليب جذب للزبائن

قسم العلوم المالية والمصرفية/ المرحلة الثانية / التجارة الالكترونية

المكان Place : تسهل التجارة الالكترونية عملية تبادل المعلومات بين المنظمة وجهات شحن المنتج الى الزبائن لتسهيل توصيل المنتجات وبسرعة الى الزبائن مع ضمان الجانب الأمني بذلك في عملية التسليم والتسليم بالوقت المحدد مع متابعة خدمة المنتج المشحون بالوسائل الالكترونية وتحديد موعد التسليم باستخدام أجهزة الكترونية، لذا يعد الانترنت قناة توصيل مباشرة للمنتجات الرقمية عبر العديد من البرامج والملفات والتطبيقات الالكترونية.

الترويج Promotion : هي العملية التي تلفت انتباه الزبون الى موقع الويب الخاص بالمنظمة ، فيعتمد الترويج للتسويق عبر الانترنت الى (لفت الانتباه ، الاهتمام ، الرغبة) ، لفت انتباه الزائر المحتمل الى جودة موقع ويب المنظمة وطريقة تصميمه التي تعتمد على معايير هي : (سهولة الايجار ، جاذبية التصميم عبر الرسومات والصور واللوحات الالكترونية الملقنة للانتباه ، والاستخدام المناسب للألوان التي تجذب الزائر ، واللوحات الاعلانية وما لها من تأثير في رغبة الزبون الزيارة موقع المنظمة على الانترنت ، كذلك وضع معلومات تشويقية للزائر وتحديثها وتغييرها باستمرار لكي لا يمل الزائر منها ويبقى على اتصال بالموقع في كل مرة يدخل فيها الى الانترنت .

العقد الاداري الالكتروني

اولاً : تعريف العقد الاداري الالكتروني:

تعرفنا في السنوات السابق ان العقد الاداري الورقي هو عقد يتم ابرامه بين شخص معنوي عام بقصد اداره او تيسير مرفق عمومي مع وجوب ان تظهر فيه نية الإدارة للأخذ بأسلوب القانون العام من خلال ظهور نيتها في تضمين العقد شرطاً او شروطاً غير مألوفة في عقود القانون الخاص ، وذلك من خلال ظهور تكنولوجيا المعلومات والاتصال وانتقال اغلب الاعمال والمعاملات ليست فقط الإدارية بل وحتى الخاصة من الصورة الورقية الى الصورة الإلكترونية ظهر ما يسمى بالعقد الاداري الالكتروني الذي يشكل ضروره لا غنى عنها للإدارة في سبيل تحولها الالكتروني من اداره ورقية الى اداره الإلكترونية وكما هو الحال في اطار العقد الورقي فان العقد الالكتروني المتعامل به في اطار القانون الخاص كان سابقاً لظهور العقد الاداري الالكتروني .

ويعرف العقد الاداري الالكتروني في اطار القانون الخاص "بانه اتفاق يتلاقى فيه الايجاب والقبول بشأن الاموال والخدمات عبر شبكات للاتصال عن بعد هو سيله مسموعة ومرئيه تتيح التفاعل الحواري بين الموجب والقابل" وهناك من يعرفه بانه " العقد الذي تلاقى فيه عروض السلع والخدمات التي يعبر عنها بالوسائط التكنولوجية المتعددة خصوصا شبكة المعلوماتية الدولية من جانب اشخاص متواجدين في دولة او دول مختلفة بقبول يمكن التعبير عنه من خلال ذات الوسائط بإتمام العقد".

ويعرف ايضاً بانه "العقد الذي يبرمه شخص معنوي عام بوسائل الكترونيه كلياً او جزئياً بقصد تيسير مرفق عام او تنظيمه وتظهر فيه نية الإدارة في الاخذ بأحكام القانون العام" ومن منطلق تعريف العقد الاداري الالكتروني يؤكد الفقه انه ليس صورة من صور العقود الإدارية وانما هو ذات العقد الاداري المؤلف وانما اختلف من حيث وسيله التعاقد فقط فالعقود الإدارية التقليدية تبرم وفقاً للإجراءات والطرق التقليدية التي تعمل بموجبها الإدارة الورقية والتي تستند الى الوثائق والمستندات الورقية في حين يتم ابرام العقد الاداري الالكتروني وفقاً للأساليب التكنولوجية المستحدثة بموجب الإدارة الإلكترونية وتتم بطرق الكترونيه بعيدة عن التبادل المادي للأوراق والوثائق اللازمة لأبرام العقد ودون الحاجة الى التعامل المباشر بين طرفي العقد.

وتبعاً لذلك يتميز العقد الالكتروني بالاتي:

- ١- غياب التعاصر المادي بين طرفي العلاقة.
- ٢- صدور الايجاب : واقتران العرض به ان يتم عن طريق سمعي بصري عبر شبكة المعلومات والاتصالات الدولية.

قسم العلوم المالية والمصرفية/ المرحلة الثانية / التجارة الالكترونية

٣- وجود اطراف العقد في اماكن مختلفة.

٤- احياناً لا يمكن رؤية السلعة، الا بعد الحصول عليه وتسليمه.

٥- وجود الوسيط الالكتروني، اذ ان الحاسوب الالكتروني هو الوسيط لدى كل من طرفي العقد

ثانياً: الطبيعة القانونية للعقد الالكتروني

اختلف الفقه القانوني في تحديد طبيعة القانونية للعقد الالكتروني وانقسم تبعاً لذلك الى ثلاثة اتجاهات وهي:

الاتجاه الاول:- يذهب البعض الى ان العقد الالكتروني اعتبار ان المتعاقد لا يملك الا ان يضغط في عدد من الخانات المقترحة امامه في موقع المتعاقد الاخر على مواصفات معينه ومنها مواصفات السلعة وتمددها المحدد مقدماً ولا يملك ان يناقش او يعارض المتعاقد الاخر حول شروط التعاقد التي يوردها على الموقع فهو لا يكون امامه الا التوقيع في حاله القبول او عدم التوقيع في حاله الرفض.

الاتجاه الثاني:- يذهب انصار هذا الاتجاه الى ان العقد الالكتروني ما هو الا عقد رضائي وان لم يكن من العقود المسماة اذ ينظر الى كل عقد على حده، وذلك لان المتعاقد يستطيع اللجوء الى مورد او منتج اخر للسلعة او الخدمة اذ لم تعجبه شروط احد الموردين او المنتجين.

الاتجاه الثالث:- الاتجاه الثالث حيث نحن نتفق معه الى ان يجب التمييز بين نوعين من العقود الإلكترونية عند تحديد الطبيعة القانونية اذ ان العقود الإلكترونية من حيث آليه ابرامها هي اما عقود يتم ابرامها عن طريق البريد الالكتروني للمتعاقدين او عن طريق المواقع الإلكترونية فالعقود التي يبرم الطريق المواقع الإلكترونية قد تحتوي على سمات عقود الازعاج ، اما بالنسبة الى العقود التي تبرم عن طريق البريد الالكتروني فغالبا ما تكون عقود الازعاج الذي يتم التفاوض على ابرام العقد عن طريق ارسال الرسائل الإلكترونية بين المتعاقدين الطريق المواقع الشخصية الإلكترونية.

ثالثاً:- خصائص العقد الاداري الالكتروني

ان العقد الاداري الالكتروني يتميز بمجموعه من الخصائص التي تميزه عن غيره من العقود القانون العام والخاص وان كانت هذه الخصائص مشتركة بين العقد الاداري الالكتروني والعديد من العقود الاخرى ويمكن حصر هذه الخصائص بالاتي:

١- **عقد ملزم الطرفين:** يعتبر العقد الاداري الالكتروني من العقود الملزمة للطرفين والتي ترتب التزامات متبادلة بحيث يقع على عاتق الإدارة في حال ما كانت متلقيه الخدمة ان

قسم العلوم المالية والمصرفية/ المرحلة الثانية / التجارة الالكترونية

تلتزم بدفع ثمنها والذي يكون غالباً في إطار العقد الإداري الإلكتروني عن طريق الدفع الإلكتروني ، وفي المقابل يلتزم الطرف الثاني من العقد المقدم للخدمة للإدارة العامة بالقيام بمهامه التعاقدية وتسليم البضاعة أو الخدمة محل العقد في الزمان والمكان المتفق عليهن وتقسّم العقود الإدارية الإلكترونية إلى قسمين:

❖ عقود تبرم وتنفذ بواسطة الشبكة مباشرة وهي العقود التي يكون محلها غير ملموس والتي تكون إما مسموعة وإما مرئية دون إمكان لمسها باليد على نحو إبرام الإدارة العامة لعقد إداري بغرض الحصول على معلومات أو استشارات أو برامج معلوماتية.

❖ عقود يتم إبرامها من خلال شبكة الإنترنت ويتم تنفيذها خارج الشبكة مثل العقود التي يكون الهدف منها الحصول على سلع ملموسة تورد مباشرة للإدارة العامة.

٢- **عقد اتصال عن بعد**: تتميز العقود الإدارية الإلكترونية بكونها من عقود الاتصال عن بعد أو عقود المسافة وهي الخاصية التي تتميز بها العقود الإلكترونية المتعامل بها في ظل القانون الخاص.

٣- **عقد واسع المجال**: يتميز العقد الإداري الإلكتروني بأنه يزيد من مجال الاختيار أمام الإدارة العامة ، بصوره أصبح معها بإمكانية الإدارة العامة استعراض العديد من الخيارات واختيارات التعاقد على شاشه جهاز الحاسوب ، الأمر الذي يؤدي إلى تدعيم مبدأ تكافؤ الفرص أمام المتعاملين المتعاقدين مع الإدارة العامة ، ويتيح المجال للعرض الواضح والمفصل لكافة منتجاتهم وخدماتهم بحريه دون ان اي تمييز او قيود وهو الأمر الذي يسمح للإدارة العليا بالاطلاع المفصل والاختيار الدقيق لما يناسبها.

٤- **عقد له صفة تفاعلية**: حيث تتميز العقود الإلكترونية بوجود صفة التفاعلية والتي تسمح بوجود حوار مفتوح على شبكة الإنترنت عكس ما يوجد في الوسائل التقليدية المسموعة والمرئية كالتلفاز.

٥- **عقد له الحق في العدول**: على خلاف القواعد العامة في العقود التقليدية حيث لا يمكن الرجوع عن العقد إذ تم التقاء الإيجاب والقبول ولكن لخصوصية العقد الإلكتروني والعقود عن بعد فقد اعطي القانون حق العدو نظراً لعدم وجود الإمكانية الفعلية لمعاينه محل العقد والإمام بخصائصه قبل إبرام العقد.

رابعاً: أهمية العقد الإداري الإلكتروني

نتيجة لتمتع العقد الإداري الإلكتروني بالخصائص المذكورة انفاً ، اكتسب العقد أهمية كبرى في ظل التطور التقني والتقدم التكنولوجي وأصبح وسيلة فعالة في يد الإدارات لتحقيق التنمية الوطنية والمحلية على حد سواء ويمكن حصر هذه الأهمية فيما يلي:

١- التغلب على مشاكل البيروقراطية: حيث ان اهم اهداف تطبيق الإدارة الإلكترونية ،القضاء على البيروقراطية بمختلف صورها السلبية فان العقد الاداري الالكتروني اصبح يشكل وسيلة فعالة ، اذ يساعد الدولة كثيرا في تجاوز البيروقراطية التي تعاني منها اجراءات ابرام العقود الادارية التقليدية فاعتماد الادارة على الانترنت في اعمالها التعاقدية يقلل كثيرا من الروتين الاداري ، كما انه سهل ويبسط الاجراءات للإدارات وموظفيها لكونه لا يستلزم تواجد الموظف في مكتبة وقت ابرام العقد وهو الامر الذي يقلل كثيرا من الابعاء الوظيفية الملقاة على الموظفين في هذا المجال.

٢- توفير التكلفة المادية على الإدارة: فنشر العطاءات وفق الاجراءات المنصوص عليها في اطار ابرام العقد الاداري في الصحف الورقية واعادت نشرها لأكثر من مره يكلف الادارة مبالغ مالية ضخمة في اطار العقد الاداري التقليدي ،على خلاف نظام العقد الاداري الالكتروني الذي تستخدم اساليب النشر والاعلان الالكتروني من خلال شبكه الانترنت فهذا يوفر كثيرا تكاليف النشر الورقية ويبقى الاعلان منشورا على المواقع الالكترونية طيلة صلاحيتها دون اي تكلفه مادية.

٣- السرعة والشفافية في القيام بالمعاملات الالكترونية التعاقدية: يفتح التعاقد الالكتروني امام الإدارة باب اوصول عروضها الى اكبر عدد من المتعاملين المتعاقدين محليا ودوليا، وكذلك اعطائهم السرعة في تبادل البيانات حيث ان ابرام العقد بصرف النظر عن مكان تواجدهم هو الامر الذي من شأنه توفير الكثير من الوقت والجهد للطرفين ، ويسمح بالحصول على المعلومات بكل سهولة ووضوح تجسيدا لمبادئ الشفافية في التعاقد الذي ينص عليها القانون فضلا عن السرعة في اتخاذ القرارات الادارية المتصلة بالعقد من طرف الادارة.

خامساً : معايير العقد الاداري الالكتروني

١- المعيار العضوي للعقد الاداري الالكتروني:

ان الاصل في العقد الاداري يتم ابرامه بواسطة احد اشخاص القانون العام او اشخاص القانون الخاص لصالح الادارة بناء على وكالة صريحة او ضمنية من الادارة مع انصراف اثار هذا العمل الى الشخص المعنوي العام، وهذا ما اجازته كل من احكام القضاء الاداري في كل من فرنسا ومصر ، فالشخص المعنوي سواء الدولة او احد مؤسساتها او الوكيل بموجب وكالة صريحة او ضمنية يمكنه استغلال شبكه الانترنت لأبرام العقد الاداري القانوني الذي يستطيع اثباته بالتوقيع والمحركات الالكترونية ويمكننا عن طريق المعيار العضوي تحديد العقد الاداري الالكتروني الذي يمكن

قسم العلوم المالية والمصرفية/ المرحلة الثانية / التجارة الالكترونية

أبرامه من طرف الدولة واشخاص القانون العام واشخاص القانون الخاص عن طريق الوكالة الصريحة او الضمنية.

٢- المعيار الموضوعي للعقد الاداري الالكتروني:

يتشابه كل من العقد الالكتروني والتقليدي في الاركان والاثار ويختلفان عن طريقه الابرام التي تتم عن طريق الوسائط الإلكترونية التي لا تؤثر في مضمون العقد وجوهره ، اذ ان "العقد الالكتروني هو قبل كل شيء تم ابرامه عن طريق وسيط الكتروني وهذا الوسيط لا يتدخل في مضمون العقد الاداري مما لا يمنح امكانية وجود عقد اداري يحتوي على شروط استثنائية او يخضع لنظام استثنائي خاص يميزه عن العقود المدنية حيث يمكن التعاقد عن طريق الإحالة الى عقود نموذجية تضعها الإدارة على موقعها الالكتروني للسماح المتعاقد الاخر بمعرفة شروط التعاقد".

سادساً: آليات التعاقد الالكتروني

يمكن إتمام العقد الالكتروني بإحدى الصيغ أو الآليات الآتية :

١ - التعاقد عبر شبكة المواقع (web)

تقوم كثير من المنظمات الى عرض منتوجاتها على شبكة المواقع وتقوم بتصوير المنتج بطريقة ثلاثية الابعاد مع تسجيل سعرها ومواصفاتها ، ويكون ذلك في موقع خاص بالمنظمة ، بالمقابل يقوم الراغب في التعاقد بالبحث عن المنتج الذي يريده عن طريق استخدام الرمز الذي يساعد في الوصول الى المنتج ، وعند اقتناعه به وبالجبهة العارضة له ومعرفة السعر والمواصفات يقوم بالتعاقد على الشراء بعد التأكد من سعر الجملة والمفرد وذلك بالنقر على مفتاح الموافقة فيظهر العقد المتعلق بالشراء والمعد من قبل المنظمة العارضة حيث يتضمن آلية الدفع وشروط التعاقد ومكانه وكيفية التسليم والقانون الذي يحكم العقد وغير ذلك من شروط والمعلومات المطلوبة والتي تختلف حسب كل منظمة وعقد .

٢ - التعاقد عبر البريد الالكتروني: (E-Mail)

يقصد بالبريد الالكتروني استخدام شبكات الحاسب الآلي في نقل الرسائل بدلا من الرسائل العادية التقليدية ، حيث يخصص لكل شخص صندوق بريد الكتروني خاص به وهو عبارة عن ملف وحدة الأقراص الممغنطة التي تستخدم في استقبال الرسائل . وللتعاقد عبر البريد الالكتروني أنواع متعددة منها أن بعض المنظمات تقوم بارسال رسائل عادية لنوع معين من السلع أو الخدمات في البريد الالكتروني الخاص بالشخص ، فاذا نظر صاحب البريد الى هذه الرسالة ورغب في شراء السلعة أو

الخدمة قام بمراسلة المنظمة حول التعاقد معهم عليها ثم تتم المبيعة بالطريقة السابقة في التعاقد عبر شبكة الموقع .

٣ - التعاقد بالمحادثة عبر الانترنت :

تجد برامج تتيح للشخص تبادل الحديث صوتيا مع الطرف الآخر بشكل مباشر سواء كان طرفا او اكثر ، كما يوجد أيضا برنامج يمكن من خلاله ارسال صور فيديو للتعبير عن الحركة . ويتم السداد لثمن العقد المبرم عبر شبكة الانترنت بعدة طرق اسهلها استخدام بطاقات الائتمان الفيزا كارد او الماستر كارد وغيرها ويكون إعطاء معلومات البطاقة عبر الهاتف أو الفاكس وذلك تجنباً لإرسالها عبر الانترنت، مما يؤدي الى سرقة المعلومات المتعلقة بالبطاقة . وقد يكون الدفع عن طريق النقود الالكترونية حيث يتم تحويل النقود العادية الى وحدات نقدية الكترونية يكون من الممكن التعامل بها بشكل امن عبر شبكة الانترنت ، كما يمكن الدفع عبر الشيك المصرفي المصدق أو الشبكات الالكترونية وغيرها .

سادساً: المبادئ العامة لأبرام العقد الإداري الالكتروني

١- مبدأ حرية الدخول الى المنافسة: يعني هذا المبدأ اعطاء الفرصة لكل من تتوفر فيه الشروط المشاركة في المنافسة بإدخال الوسائط الإلكترونية، فيها تصبح ذات بعد دولي مما يزيد في فعاليتها المدعومة بمبدأ العلانية والمجسد بالإعلان الالكتروني للعقود على المواقع الإلكترونية للمصالح المتعاقدة مع ملاحظته انه لا يجب الاستغناء عن الاعلان الصحفي المصاحب للإعلان في الانترنت .

٢- مبدأ الشفافية والسرية: وهو اهم مبدأ يحقق المساواة بين المتعاقدين ويوفر تكافؤ فرص بينهم وهذا ما اكدته اغلب قوانين العقود الادارية السابقة، ولتحقيقها يتوجب على المصالح المتعاقدة توفير الحماية للمعلومات والبيانات عن طريق استخدام التوقيع الالكتروني، كما جاء في القانون الفرنسي اذ نص على انه "على الشخص المعنوي ان يوفر الامن والحماية للمعاملات حتى نهاية المدة التي يتوجب فيها القانون ارسال العروض من طرف المترشحين".

التحكيم الالكتروني

يلاقي التحكيم ازدهارا ملحوظاً في العصر الحديث في مجال المعاملات والتجارة الدولية امام ما يمكن ان نقول عنه حرية التبادل التجاري، حيث يعد اللجوء اليه بالنسبة للتجارة الإلكترونية التي تقوم على السرعة في الابرارم والتنفيذ ولا تتماشى مع بطء اجراءات القضاء العادي ، فأن في اغلب الامور يرغب الافراد في حلها بذات الطريقة ومع ان التحكيم التقليدي المتعارف عليه دوليا في حال منازعات التجارة الدولية سريع وغير مكلف ماديا بالنسبة للأطراف، الا ان هذا التحكيم يبقى بالنسبة لمعاملات التجارة الإلكترونية بطيئاً ومكلفاً، وذلك بسبب ضآلة المبالغ المادية او التعويض المطالب به في غالب الاحيان ، وما قد يؤدي الى ذلك البطء والتكاليف من تقاعس الافراد والمستهلكين وحتى التجار عن المطالبة بحقوقهم ، اضافة الى ما يطلبه من تبادل مادي للبيانات والطلبات والدفع من الاطراف والاستماع للشهود وغير ذلك من الامور.

اولاً: التحكيم الالكتروني:

تباينت التعريفات الخاصة بالتحكيم وذلك وفقا للزاوية التي يتناول كل فقيه منها التحكيم ، اذ يقصد بالتحكيم بأنه انشاء عدالة خاصة يتم عن طريقها سحب المنازعات من يد القضاء لتحل عن طريق محكمين مخولين بمهمة الحكم ويرى البعض انه "النظر في نزاع بمعرفة شخص ، او هيئه يلجا اليها المتنازعون مع التزامها بتنفيذ القرار الذي يصدر في النزاع"

اما تعريف التحكيم الالكتروني لا يختلف عن التحكيم التقليدي الا من خلال الوسيلة التي تتم فيها اجراءات التحكيم في العالم الافتراضي، فلا وجود للورق والكتابة التقليدية او الحضور المادي للأشخاص في هذا التحكيم ، حتى ان الاحكام قد يحصل عليها الاطراف موقعه وجاهزة بطريقه الكترونية، وبعبارة اخرى فان التحكيم الالكتروني يتميز عن التحكيم التقليدي في الآليه التي يتم بها اجرائها في بدايته الى نهايته ، حيث يتم التحكيم الالكتروني عن طريق استخدام الانترنت وغيره من وسائل الاتصال الحديثة مثل الحاسب الآلي او الفاكس وغيرها .

ان التحكيم الالكتروني لا بد ان يستند الى اتفاق بين اطرافه على حسب ما قد ينشأ بينهم من منازعات عن طريقه وهذا الاتفاق في الغالب ما يكون الكترونيا ، حيث يتم تبادل الرسائل الالكترونية فيما بين الاطراف ثم فيما بينهم وبين هيئات ومراكز التحكيم الالكتروني عن طريق تعبئه نموذج الكتروني خاص ببعض مراكز التحكيم التي تباشر نشاطها عبر الانترنت ثم تبدا اجراءات التحكيم بصوره الكترونيه مثل الجلسات التي

قسم العلوم المالية والمصرفية/ المرحلة الثانية / التجارة الالكترونية

تعقد عبر الانترنت بواسطة تبادل الرسائل الالكترونية بين اعضاء هيئة التحكيم او تقديم الأدلة عن طريق الوسائل الالكترونية او سماء الشهود عن طريق الرسائل الالكترونية ثم صدور الحكم عن طريق هيئة التحكيم الالكتروني والذي يصدر ايضا بصوره الكترونيه فالتحكيم الالكتروني يتم فيه استخدام وسائل اتصال حديثه مختلفة عن الوسائل التقليدية في التحكيم التقليدي، ونستطيع تعريف التحكيم الالكتروني بأنه " التحكيم الذي يمكن ان يتم اجراءه بشكل عام او جزئي عبر الانترنت او وسائل الاتصال الإلكترونية الأخرى" ويمكن تعريفه ايضا "التحكيم الذي يتفق بموجبه اطراف على اخضاع منازعاتهم الناشئة عن صفقات ابرمت في الغالب بوسائل الكترونية الى شخص ثالث بفصل فيها بموجب سلطه مستتدة ومستمدته من اتفاق اطراف النزاع وبأستخدام وسائل اتصال حديثة تختلف عن الوسائل التقليدية في التحكيم التقليدي

ثانياً : الطبيعة القانونية للتحكيم الالكتروني

ان الطبيعة القانونية للتحكيم الالكتروني هي نفس الطبيعة القانونية للتحكيم التقليدي وقد كثر الخلاف حول الطبيعة القانونية للتحكيم وكالاتي :

- 1- **الطبيعة التعاقدية للتحكيم** : ان التحكيم عقد رضائي ملزم للجانبين ، ودمج انصار هذا المذهب حكم التحكيم في اتفاق التحكيم سواء كان التحكيم من داخل الدولة ام في دوله اجنبيه ، وعلى هذا الاساس فان نظام التحكيم قرارات مصدرها اتفاق اطراف النزاع محل التحكيم ومن ثم تنسحب الطبيعة العقدية على هذه القرارات ، وتكون هي واتفاق التحكيم كلا لا يتجزأ .
- 2- **الطبيعة القضائية للتحكيم** : يرى انصار هذا المذهب ان التعرف على طبيعة التحكيم يكون المحكم يفصل في النزاع شأنه شأن القاضي ، ففكره النزاع وكيفية حله هي التي تحدد طبيعة العمل الذي يقوم به المحكم باعتباره قاضيا يختار الخصوم لإرساء العدل بينهم.
- 3- **الطبيعة المختلطة للتحكيم**: فهم يرون ان التحكيم ذو طبيعة مختلطة يجمع بين الطبيعة العقدية والطبيعة القضائية وهذه النظرية تسمى "نظريه الطبيعة المختلطة للتحكيم" يقوم على صفتان فأما الصفة الاولى وهي الصفة التعاقدية والتي تجد اساسها في بداية النظام عندما تتلاقى اراده الطرفين في اللجوء الى التحكيم ، والصفة الثانية هي الصفة القضائية وهي تظهر مع توالي الاجراءات والاحداث وتنتهي بصور قرار حكم تحكيمي له حجه.

وفي هذا الصدد يمكن ان نشير الى تساؤل مهم الا وهو اذا كان ما يميز التحكيم الالكتروني ويضع فيصل التفرقة بينه وبين التحكيم التقليدي هو استعمال وسائل الاتصال الحديثة في اجراءاته فان التساؤل يطلع عما اذا كان من اللازم أتمام التحكيم

قسم العلوم المالية والمصرفية/ المرحلة الثانية / التجارة الالكترونية

بأكمله عبر الوسيلة الإلكترونية لاعتباره الكترونيا ، ام يكفي لاعتباره كذلك استعمال الوسيلة الإلكترونية في اي مرحلة من مراحلها ، **الاتجاه الاول** : يقول ان التحكيم يعد الكترونيا سواء تمت بأكمله عبر وسائل الكترونيه او اقتصر استعماله على بعض الاجراءات او بعض مراحلها فقط ، وان كانت المراحل التي تستخدم فيها الوسيلة الإلكترونية اذ يمكن ان يقتصر الوسيلة على مرحلة ابرام اتفاق التحكيم او مرحلة خصومه التحكيم في حين تتم المراحل الاخرى بالطرق التقليدية ، اما **الاتجاه الثاني** فهو على النقيض من الاتجاه الاول حيث يذهب الى التحكيم لا يكون الكترونيا الا ان اذا تم بأكمله عبر الوسيلة الالكترونية اذ ينبغي ان يبدأ التحكيم باتفاق تحكيم الكتروني ويمر بإجراءات تحكيم تتم باستعمال وسائل الاتصال الحديثة فلا يلتقي الاطراف مع المحكم او المحكمين لقاء ماديا ولا يسار الى انعقاد جلسات تحكيم ماديه وبالمثل ينبغي ان ينتهي التحكيم بإصدار حكم الكتروني فيه.

ثالثاً: مزايا التحكيم الالكتروني:

١- **زياده وتشجيع الاستثمار**: ان بساطه الاجراءات وسرعتها كميزه للتحكيم تزيد من استخدام الوسائل الالكترونية التي شملت كل المعاملات والاتصالات بين الافراد حتى لو كانوا من دول مختلفة حيث من شأنه ان يؤدي الى زياده الاستثمار وتشجيعه وجذبه .

٢- **سرعه حسم النزاع** : ان ما يميز التحكيم الالكتروني هو السرعة في الفصل بالنزاع، وهذه الميزة تفوق كثيرا ما يجري من تداول هذه المنازعات في اروقه المحاكم الوطنية، ومن بطء وتكدس القضايا خاصه مع ازدياد عقود التجارة الإلكترونية مقارنة بالجوء للتحكيم التجاري العادي الذي يحتاج مده اطول بكثير مما يتطلبه هذا التحكيم.

٣- **التقليل من النفقات** : يتميز التحكيم العادي في كثرة النفقات والمصاريف بسبب اتعاب هيئة التحكيم واتعاب المحامين ، وكذلك مصاريف الانتقال لأعضاء هيئه التحكيم لاسيما لو كان في دولة مختلفة عن دولة مقر التحكيم وغيرها من المصاريف الادارية ، فان هذا العيب لا يوجد عند اتباع التحكيم الالكتروني حيث انه لا يتطلب الانتقال من جانب اعضاء التحكيم ولا من جانب اطراف خصومه التحكيم الالكتروني.

٤- **سهوله الحصول على الحكم**: حيث يتميز التحكيم الالكتروني بسهوله الحصول على الحكم ، وذلك بسبب تقديم المستندات عبر البريد الالكتروني او من خلال الواجهة الخاصة التي صممت من قبل المحكم او مركز التحكيم الالكتروني لتقديم البيانات والحصول على الاحكام موقعه من المحكمين.

٥- **الملاءمة:** يتميز التحكيم الالكتروني بالملائمة حيث انه خلاف المحاكم او هيئة التحكيم التقليدية ، فان التحكيم الالكتروني متاح على مدار اربع وعشرين ساعه في اليوم وسبعه ايام في الاسبوع وهذه الميزة تمكن الاطراف من ارسال رسائل البريد الالكتروني او الاتصال في اي وقت دون الاضطرار الى تكبد عناء السفر لمسافات طويله فاصبح بإمكان الاطراف النزاع والمحكمين التواصل بشكل مباشر دون التواجد فعلياً في نفس المكان.

على الرغم من المميزات التي تميز التحكيم الالكتروني عن القضاء العادي والتحكيم التقليدي، الا انه هناك مخاطر وعيوب مصاحبه له نذكر منها ما يلي :

١- عدم تطبيق المُحكّم للقواعد الأمرة: يخشى الاطراف وخاصة الطرف الضعيف في العقد من اللجوء الى التحكيم بصفه عامه والتحكيم الالكتروني بصفه خاصه ، وذلك بسبب الخشية من عدم تطبيق القواعد الأمرة والحماية المنصوص عليها في القانون ، خاصه اذ كان هذا الطرف مستهلكاً، مما يترتب عليه بُطلان حكم التحكيم وعدم امكانيه تطبيقه وتنفيذه على ارض الواقع.

٢- عدم الثقة في التعاملات الالكترونية سواء من الطرف الاخر او من هيئه التحكيم المحجوبة عنه، فضلا عن التشكيك في امكانيه تنفيذ حكم التحكيم الالكتروني الصادر من الهيئه التحكيمية .

٣- الخشية من عدم سرية التحكيم : ان التحكيم الالكتروني قد لا يحقق السرية المبتغى بالنسبة ذاتها التي يحققها تحكيم التقليدي ويعوز السبب في ذلك الى ان اجراءات التحكيم الالكتروني تتبع عبر الانترنت ، وهذا الوسط قد يشكل تهديد للسرية اذ ان اجراءات التحكيم تقتضي رغبه في الحفاظ على السرية، وان يكون لكل طرف رقم سري يتيح له وحده الدخول الى الموقع الخاص بالقضية التي يجري التحكيم فيها.

رابعاً: المبادئ التي يقوم عليها التحكيم الالكتروني

هناك مجموعة من المبادئ والاسس التي تنظم سير عملية التحكيم والتي يتعين مراعاتها بأي مكان يجري فيه التحكيم ، حيث تشكل هذه المبادئ نوعاً من النظام العام الدولي ، اذ يتعين على هيئة التحكيم عدم المساس بها حتى ولو جاء في اتفاق التحكيم ما يخالفها ، فتشكل هذه المبادئ الحد الأدنى من الضمانات التي تكفل للحكم الصادر من هيئة الحكم المصادقية وكما يأتي :-

١ - مبدأ المواجهة : هو صورة من صور الدفاع حيث يقوم هذا المبدأ على ضرورة مواجهة الخصوم بعضهم لبعض وعرض ما جمعه المحكمين عليهم ليعطي كل طرف

قسم العلوم المالية والمصرفية/ المرحلة الثانية / التجارة الالكترونية

الحق في تقديم دفاعه بناء على ما نما الى علمه من طلبات ودفاعه . وتتم المواجهة بعد أن يتم دعوة الخصوم وتكليفهم بالحضور ، وسماع هيئة التحكيم لدفاع كل خصم ، ومواجهة الخصوم لبعضهم بادعائهم ودفاعاتهم ، ومواجهة الخصوم بما جمعه المحكم.

٢ - مبدأ الاستمرارية : كون مبدأ المواجهة يقوم على أساس إجراءات التحكيم ، فمن غير المعقول ان تتم المواجهة بين الخصوم اذا انقطع سير الإجراءات . فإن استمرارية التحكيم هي احدى الخصائص المميزة للتحكيم ، بل هي الأساس الذي يبني التحكيم لفض النزاعات ، لان التحكيم يتميز بسرعة الفصل في اجراءاته ان تحقيق هذا الأمر يكون من خلال تحديد مواعيد قانونية يتعين على اطراف التحكيم مراعاتها ، ويكون عدم الالتزام بها نوع من المماطلة التي تعيق سير الإجراءات واستمرارها، وبالتالي فان الطرف الذي اخل بهذا الالتزام يكون قد تنازل عن ضمانه هامة كفلها لها القانون .

٣ - مبدأ المساواة : ان اجراء التحكيم بشكل الكتروني ليس من شأنه الاخلال بمبدأ المساواة كونه مبدأ تجمع عليه كافة القوانين وهو امر بديهي ، اذ ان اللجوء الى التحكيم يتم بناء على اتفاق بين الأطراف وقناعتها بأن التعامل سيكون على قدم المساواة فيما بينها . لذلك ان المساواة يمكن ان تتحقق في مجال التحكيم الالكتروني حيث يفترض امام اطرافه بصورة كاملة بكيفية التعامل مع الأجهزة الالكترونية لكي يستطيع كل طرف ممارسة حقوقه على قدم المساواة مع الطرف الآخر.

خامساً: تنفيذ حكم التحكيم الالكتروني

يعتبر تنفيذ الاحكام اهم وادق المراحل في المنازعات التحكيمية، فيما يصبو اليه كل طرف هو المسارعة الى تنفيذ الحكم واقتضاء لحقه الذي قضت به هيئة التحكيم، وبالأصل ان يتم تنفيذ حكم التحكيم بشكل رضائي، ولكن قد يحدث الا يبادر المحكوم عليه الى تنفيذ حكم التحكيم اختياراً، وهذا يتبارى مشرع الدول في تقرير القواعد القانونية التي تكفل تنفيذ احكام المحكمين بشكل ميسر، ويكون التنفيذ حينئذ تنفيذاً جبرياً لكونه يتأسس على الاستعانة بالسلطات العامة لإجبار المحكوم عليه بقبول الحكم فالأصل ان يتم تنفيذ الحكم الالكتروني بنفس الآلية التي يتم فيها تنفيذ حكم التحكيم التقليدي ان امكن .

وفي اطار التحكيم الالكتروني يرى البعض ان الجهات الرسمية المنوط بها التنفيذ والتي تبدا بالمحكمة المختصة بإصدار صيغته التنفيذية للحكم وكذلك رجال التنفيذ محضرين وشرطه لن يقبلوا بسهولة مسؤولية تنفيذ حكم التحكيم الالكتروني ، الا في حاله وجود قانون وطني في اتفاقية دوليه تلزم السلطات الوطنية بقبول وتنفيذ الاحكام الالكترونية.

قسم العلوم المالية والمصرفية/ المرحلة الثانية / التجارة الالكترونية

ويذهب الاتجاه الثاني الى انه اذا كان طالب تنفيذ حكم التحكيم التقليدي او العادي يلزم ان يقدم اصل ذلك الحكم او نسخه رسميه من هذا الاصل واذ كان ذلك المقتضي لا يثير ايه مشكلات في مجال التحكيم العادي ، فأن الامر لا يسير على نفس المنوال في مجال التحكيم الالكتروني ولذلك لسببين :

- ❖ يرجع الى نظام المعلوماتية التي لا تميز بين الاصل والصورة
- ❖ يرجع الى الصعوبات التي تثيرها رسميا المستند الالكتروني.

ويرى اتجاه ثالث ان التنفيذ الطوعي لأحكام التحكيم الالكتروني امر مرغوب فيه، اذ ان اهم اهداف التحكيم الالكتروني ، تعزيز الثقة في التجارة الالكترونية وبالأخص ثقه المستهلك ، فالطرف القوي الذي يصدر حكم التحكيم ضده لصالح المستهلك قد يقوم بتنفيذ الحكم على الرغم من عدم رضائه ، ولذلك لأنه يسعى ان يبقى شخصا موثوقا به في سوق التجارة الالكترونية، وفي حاله عدم التنفيذ الطوعي تعين على التنظيم الذاتي للتحكيم الالكتروني ان يوفر المتحكمين إليه اجبار على التنفيذ تقوم مقام سلطات التنفيذ في الدولة، اذ هناك فائدة تعود على التجار الذي يقومون بطواعية تنفيذ احكام التحكيم الالكتروني ، وذلك حتى لا يفقدون المنافع الاقتصادية العديدة التي يحصلون عليها من جراء تواجدهم في السوق الالكتروني.

التوقيع الالكتروني

حدد المشروع اشكالا معينة يتم بموجبها التوقيع على المحررات ، رغم عدم تبني المشروع مفهوما محددًا للتوقيع ، وهذا يعني الاهتمام بالتوقيع لا شكله

أولا : التعريف بالتوقيع الالكتروني :

يعرف التوقيع بأنه " التوقيع الضروري لاكتمال التصرف القانوني الذي يجب أن يميز هوية صاحبة ، ويعبر عن رضا الأطراف بالالتزامات الناشئة عنها ، ويكفل الصفة الرسمية للعمل القانوني عند القيام به من قبل موظف عام ، وعند التوقيع بشكل الكتروني فإنه يجب ان يتم استخدام طريقة موثوق بها لتمييز هوية صاحبه وضمن ارتباطه بالنص القانوني المقصود " .

وعرضت لجنة الأمم المتحدة التوقيع الالكتروني على انه " بيانات في شكل الكتروني مدرجة في رسالة بيانات أو مضافة اليها او مرتبطة بها منطقيا ، ويجوز ان يستخدم لتعيين هوية الموقع بالنسبة لرسالة البيانات ولييان موافقة الموقع على المعلومات الواردة في رسالة البيانات " .

وعرف بانه " البيانات التي تتخذ هيئة حروف او ارقام او رموز أو إشارات أو غيرها وتكون مدرجة بشكل الكتروني او رقمي او ضوئي أو أي وسيلة أخرى مماثلة في رسالة معلومات او مضافة عليها أو مرتبطة بها ، ولها طابع يسمح بتحديد هوية الشخص الذي وقعها ويميزه عن غيره من اجل توقيعه بغرض الموافقة على مضمونه "

ويمكن تعريفه بانه " كل إشارات أو رموز أو حروف مرخص بها من الجهة المختصة باعتماد التوقيع ومرتبطة ارتباطا وثيقا بالتصرف القانوني والتي تسمح بتمييز شخص صاحبها وتحديد هويته ، وتتم دون غموض من رضائه بهذا التصرف القانوني " .

وللتوقيع الالكتروني خصائص هي : (السرعة والمرونة ، مصداقية التوقيع الالكتروني)

ثانياً: صور التوقيع الالكتروني واشكاله

ان التوقيع الالكتروني هو عبارة عن هوية شخصية مبرمجة بالحاسوب ، فمن الممكن ان تأخذ اشكال مبسطة وصور محددة مثل التوقيع النقطي (Bitmap Signature) والذي يستند على توقيع مخطوط باليد على محرر معين أو متطور مثل

التوقيع البايومتري (Biometric Signature) ويعتمد في ذلك على علم الرياضيات الذي يحتاج الى لوحة كتابية خاصة يسجل عليها حركات نظامية وضغوطات معينة على ان الصورة الأكثر تطورا والأوسع استعمالا هو (Signature Digital) التوقيع الرقمي، ولا يقتصر التباين ما بين صور التوقيع الالكتروني على الشكل الذي يظهر به او الاجراء الواجب اتخاذه ليتم به ، بل تختلف فيما بينها أيضا من حيث درجة الثقة ومستوى ما تقدمه من ضمانات استنادا الى التقنيات التي تتاح وبالتفصيل الاتي :

١. تحويل التوقيع الخطى الى توقيع الكتروني التوقيع اليدوي الرقمي :

تتم هذه الصورة من صور التوقيع الالكتروني بتحويل التوقيع اليدوي المكتوب بخط اليد الى بيانات معلوماتية تمثله تقنيا من خلال اخذ صورة له بعد وضعه على محرر ورقي بواسطة جهاز الماسح الضوئي (Scanner) كمجموعة رسوم بيانية يحفظ على وسائط الكترونية في ذاكرة الحاسب الالكتروني (Hard Disk) او على شرائط ممغنطة (CD) تمهيدا لاستخدامه على محرر يراد إضافة التوقيع عليه لاستكمال عناصره ، او تناقله عبر شبكات الاتصال

٢- التوقيع باستخدام البطاقات الممغنطة مع الرقم السري :

تمثل هذه الصورة من صور التوقيع الالكتروني الولادة الأولى للأخير في ميدان المصارف مع ظهور الوفاء بالبطاقات ، لذلك فان من المصارف والمؤسسات المالية من يتولى إصدارها وهي على أنواع مختلفة ، وتتخلص إجراءات التوقيع الالكتروني في عمليات السحب النقدي للنقود المودعة لدى المصرف (مانح البطاقة) من الصراف الآلي بثلاث خطوات متتالية:

الخطوة الأولى : تتمثل بقيام الزبون بإدخال البطاقة الممغنطة ضمن دائرة الكترونية صممت لهذا الغرض في جهاز الصراف الآلي ليأذن باتخاذ **الخطوة الثانية :** التي تتمثل بإدخال الرقم السري الخاص بالزبون (Personal Identification) من خلال لوحة رقمية مثبتة على الجهاز. فإن كان الرقم السري صحيحا جاز الاقدام على آخر خطوة ، وهي التعبير عن إرادة سحب مقدار معين من خلال الضغط على مفاتيح خاصة بذلك . فتتم تلك الخطوات بمبلغ نقدي يحصل عليه الزبون من خلال جهاز الصراف الآلي يلحقه سحب البطاقة من المكان الذي وضعت فيه ، وهكذا تتكرر تلك الخطوات في كل مرة يرغب فيها الزبون بسحب مبلغ من الصراف الآلي .

قسم العلوم المالية والمصرفية/ المرحلة الثانية / التجارة الالكترونية

اما في حالة استعمال البطاقة كبديل عن السداد النقدي لثمن مشتريات من سلع وخدمات ، فان العملية تتمحور على تمرير البطاقة على جهاز خاص يتصل بدوره بنظام المعلومات الخاص بالمصرف ، لغرض التأكد من وجود رصيد كاف يسمح بسداد ثمن ما يحصل عليه الزبون ، فاذا قام بإدخال الرقم السري الخاص بالجهاز ، وتم تسديد المستحقات في اللحظة نفسها عن طريق التحويل من حساب صاحب البطاقة الخاص بالجهاز ، وتم تسديد المستحقات في اللحظة نفسها عن طريق التحويل من حساب صاحب البطاقة الى حساب التاجر .

٣-التوقيع البايومتري Signature Biometric: يهدف الى توكيد صلة التوقيع بصاحبه ، اذ اعتمد علم الاحياء القياسي لتأسيس توقيع الكتروني يعتمد على قياسات رقمية للميزات البيولوجية للشخص تميزه عن غيره . اذ يركز هذا التوقيع على خصوصيات بيولوجية فريدة ، ويعتمد على قياسات مادية لها لغرض اجراء التوقيع الالكتروني مثل البصمة الشخصية ومسح العين البشرية ، ومستوى نبرة الصوت ، وخواص اليد البشرية وتقسيمات الوجه وملامحه ، والحامض الجيني ، والتحليل الديناميكي للتوقيع اليدوي من حيث اهتزازات اليد ومدى الضغط على القلم . ويتم التحقق عن الشخصية من خلال احدى الخواص الفيزيائية او الطبيعية او السلوكية العائدة للشخص بأخذ صورة لها بواسطة جهاز خاص ومن ثم إدخالها ضمن الحاسوب الالكتروني عن طريق ادخال المعلومات ومن ثم تشفيرها بأحد برامج نظام المعلومات

٤- التوقيع الرقمي (Digital Signature) : تعد هذه التقنية الصورة الأوسع انتشارا والأكثر أهمية وشهرة في نطاق التعامل الالكتروني من قبل الشركات والدول مقارنة ببقية اشكال التوقيع الالكتروني ، والسبب في ذلك يكمن في طابع الأمان الذي يوفره والموثوقية الذي يتميز به إضافة الى تكلفته المعقولة . فيعرف التوقيع الرقمي على انه " بيان او معلومة تتصل بمنظومة بيانات أخرى ، أو صياغة منظومة في صورة شفرة (Code) والذي يسمح للمرسل اليه اثبات مصدرها والوثوق من سلامة مضمونها وتأمينها ضد أي تحريف أو تعديل "

ثالثاً :: صحة التوقيع الالكتروني

ان أكثر الوسائل شيوعا في تأمين التجارة الالكترونية هي استعمال تكنولوجيا التشفير مثل الترميز والتوقيعات الالكترونية . فالتوقيع الالكتروني هو سلسلة بيانات ملحقة بالرسالة الالكترونية من اجل ضمان صحتها ، وتحديد التوقيع ، وربط المضمون بالموقع (فتحمي بذلك المتلقي من الغش الذي يقوم به المرسل) . ويوفر التوقيع الالكتروني وسائل فاعلة لضمان صحة ونزاهة أي مستند خلال فترة سريانه ، وقد

قسم العلوم المالية والمصرفية/ المرحلة الثانية / التجارة الالكترونية

أكدت أهمية ذلك توصية لجنة الأمم المتحدة الاقتصادية ، وللتوقيعات الالكترونية اثر على عملية الفواتير من خلال :

- ١- الانشاء : لضمان صحة ونزاهة المستند ، يتعين تطبيق التوقيعات الالكترونية عند انشاء الفاتورة .
- ٢- التبادل : يجب ارسال معلومات التحقق مع مستند الفاتورة لكي يتمكن المتسلم من التوقيع الالكتروني .
- ٣- القبول : يمكن للمستلم (حسب القانون التحقق من التوقيع الالكتروني باستعمال المعلومات المتاحة للتحقق من صحة ونزاهة الفاتورة المستلمة .
- ٤-التخزين : ينبغي تخزين الفواتير لفترة من الوقت كما هو مطلوب من سلطات الضرائب المحلية ، ويجب التأكد من صحة المنشأ ونزاهة البيانات الخاصة بالفاتورة المخزونة .

خامساً: الشروط الواجب توفرها في التوقيع الالكتروني :

لكي يكتسب التوقيع الثقة القانونية ويكون قادرا على النهوض بأعباء الوظيفة المناطة به في الاثبات ، لا بد ان يستوفي عدد من الشروط تستمد من الدور الجوهري الذي يمارسه التوقيع الالكتروني في تحقيق الوجود القانوني للمحرر ومن هذه الشروط هي :

١. شرط التميز والتطابق : أن أهم معلومة يجسدها التوقيع هي التعريف بهوية الشخص الموقع لذا لا بد ان يكون دالا دلالة مطلقة سواء كان امضاء أو بصمة شخصية أو ختم .

٢- شرط القراءة والاستمرارية : طالما لا يمكن ان يرد التوقيع شفاها لذا ينبغي أن يأتي مكتوبا ، مما يعني اشتراط ذات ما يشترط في الكتابة من قابلية الوضوح والثبات والديمومة بحيث يسمح للمحرر بالرجوع والركون اليه كلما لزم الأمر ، أي يجب ان يكون للتوقيع اثر يبقى ولا يزول .

٣- شرط المباشرة : يحمل تفسير المباشرة على معنيين :

✓ الأول : ان يصدر التوقيع من صاحبه مباشرة .

✓ الثاني : ان يرد التوقيع على المحرر مباشرة ، مما يبرر النظرة الفقهية الى هذا الشرط على انه شرطان :

الشرط الأول : يفرض شخصية التوقيع وان يصدر التوقيع عن الملتزم بمضمون المحرر شخصيا

الشرط الثاني : اتصال التوقيع بالمحرر ماديا بان يرد على المحرر ذاته .

ان التوقيع يتضمن إقرار الموقع بما ورد في مضمون المحرر ، لذا يجب أن يكون التوقيع صادرا ممن يراد أن يحتج به عليه.

سادساً: الآثار المترتبة على صحة التوقيع في الإثبات :

يتجسد الدور الرئيس للتوقيع الالكتروني في تحقيق موثوقية المعاملات الالكترونية وضمان الثقة وزيادة الأمان بين المتعاملين الكترونياً ، فهو من يقوم بالدور ذاته الذي يقوم به التوقيع التقليدي ، الأمر الذي دفع المشرع الى إعطاء التوقيع الالكتروني الحجة القانونية اللازمة في الإثبات ، وكما ظهر في القانون العراقي رقم 78 لسنة 2012 والذي سمي بقانون التوقيع الالكتروني والمعاملات الالكترونية وحدد الشروط الآتية:

١- ان تكون المعاملات محفوظة وقابلة للاسترجاع.

٢- ان يكون حفظ هذه المعلومات بنفس الصورة التي تثبتت بها اصلاً

٣- المعلومات تشير الى الشخص الذي انشأها.

ويمكن اعتبار التوقيع الالكتروني عادياً أو التوقيع الالكتروني مؤمناً شرط ان تتوفر فيه الشروط الآتية :

١. أن يكون خاصاً بالموقع .

٢. أن يتم إنشاؤه بوسائل يمكن للموقع الاحتفاظ بها تحت مراقبته الخاصة بصفة حصرية .

٣. أن يضمن وجود ارتباط بالوثيقة المتصلة به بالكيفية التي تؤدي الى كشف أي تغيير لاحق ادخل عليها .

٤. يجب أن يوضع التوقيع بواسطة الية لإنشاء التوقيع الالكتروني تكون صلاحيتها مثبتة بشهادة المطابقة .

٥. يتعين ان يشار الى معطيات التحقق من التوقيع الالكتروني المؤمن في الشهادة الالكترونية المؤمنة .