



## التجارة تعني الربح

تطوّرت التجارة بسرعة مذهلة منذ بداية القرن الحادي والعشرين، حيث تغيّر وجه العمليات التجارية بشكلٍ شبه كاملٍ منذ عام 2000 حتى اليوم.

كان السبب الأساسي في هذا الاندماج السريع بين التجارة والتكنولوجيا الإلكترونية المتقدمة هو أنّ البيئة التجارية هي بطبيعتها بيئة خصبة إبداعية خلّاقة تستقطب الأفكار الجديدة.



فالتجارة تعتمد على أساس واحد وهو تحقيق الربح، وهذا الربح لا يمكن أن يتشكّل دون نموٍّ في رأس المال<sup>1</sup>.

وإذا نظرنا إلى التجارة التقليدية فإنّ النمو الذي يُشكّل الربح ينشأ من فرق السعر بين المنتج والموزع بالجملة والبائع بالتجزئة، حتى أصبحت هذه الدائرة معروفةً ومكشوفةً، وتضائل -تبعاً لذلك- هامش الربح شيئاً فشيئاً بفعل انكشاف أسرار العمليات التجارية التقليدية.

1

## التجارة من «سلعة» إلى «فكرة»

كان ظهور شركات التكنولوجيا في «وادي السيليكون» Silicon Valley الأمريكي<sup>2</sup> على شكل شركات تجارية، صدمةً للمجتمع الاستثماري بكل مكوناته وعناصره ضمن الولايات المتحدة وعلى مستوى العالم.



حتى أنّ إدراج أسهم شركات وادي السيليكون هذه ببورصة وول ستريت في نيويورك قد شكّل صدمةً سعريةً تاريخيةً بين أعوام 1999 و2002، الأمر الذي رفع من المقام التجاري لشركات هذا الوادي الشهير إلى حدود إنشاء غرفة تجارة خاصّة بالشركات المنتمّة إليه، تدخل في خصومات قضائية للحفاظ على المصالح التجارية الجماعية لقطاع التكنولوجيا\*.

2

<sup>1</sup> أنظر الصورة رقم 1، رابط:

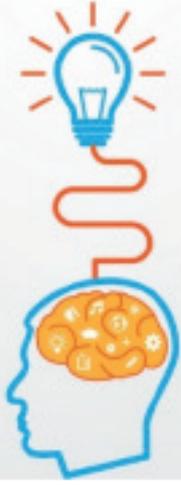
[https://cfproventures.com/wp-content/uploads/2018/01/money-2696228\\_480.jpg](https://cfproventures.com/wp-content/uploads/2018/01/money-2696228_480.jpg) (6-7-2020)

<sup>2</sup> أنظر الصورة رقم 2، رابط:

[https://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/3/33/Silicon\\_valley\\_title.png](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/3/33/Silicon_valley_title.png) (6-7-2020)

\* أنظر الدعوى التي سمعها القضاء الأمريكي عام 2008:

San Jose Silicon Valley Chamber of Commerce V. City of San Jose, United States Court of Appeals, Ninth Circuit, October 14, 2008



والسبب الأساسي في تشكل هذه الصدمة في البيئة الاستثمارية انطلاقاً من الولايات المتحدة - أكبر اقتصاد في العالم حتى الآن - هو أنّ التجارة انطلقت من فكرة مبتكرة تنشأ عن حرية الابتكار الإلكتروني<sup>3</sup>، وليس عن أساس الاقتصاد الحقيقي الكلاسيكي المتمثل بالسلعة والعمل.

حيث وجدنا فكرة محرك البحث على الإنترنت تتحوّل إلى شركات تُقدّر قيمتها السوقية اليوم بمليارات الدولارات مثل جوجل، ثم انتقلت فكرة التواصل الاجتماعي الافتراضي عبر الإنترنت إلى شركات ضخمة أخرى مثل فيسبوك وتويتر.

3

بناءً عليه، قالت محكمة ديلاوير Delaware الأمريكية عام 2010 أنّ: «الأفكار التقنية هي التي تخدم الشركات الجديدة» «Technology Ideas for New Company»<sup>\*\*</sup>.

### بداية تحول الفكر التجاري نحو الخدمات الإلكترونية

بعد انتهاء فورة التكنولوجيا في العشرية الأولى من القرن الحادي والعشرين، بدأت تتوضّح ملامح الخارطة التجارية الإلكترونية بشكل أكثر استقراراً؛ حيث أصبحت شركات التكنولوجيا تَربح من تقديم الخدمات الإلكترونية.

بعد أن نشأت شركات التكنولوجيا من فكرة إبداعية بسيطة، انتقلت نحو استغلالها في الواقع الإلكتروني الافتراضي عبر تقديم الخدمات بشكل أساسي؛ أي أنّ قطاع خدمات التكنولوجيا هو في الواقع قطاع خدمي افتراضي لا يستند على صناعة حقيقية<sup>4</sup>.

4

أي أنّ العصر الجديد للتجارة لا يقف على أرض واضحة أو ثابتة أو مادية، بقدر ما يقف على واقع إلكتروني افتراضيٍّ سواءً أكان تقنياً بالكامل أم مُعزّزاً بالواقع؛ فالعالم الافتراضي ما يزال يعتمد على ثقافة المجتمع الإنساني القديم من حيث الأشخاص والعلاقات والسلع والأفكار.

<sup>3</sup> أنظر الصورة رقم 3، رابط:

[https://images.all-free-download.com/images/graphiclarge/creative\\_brains\\_and\\_lighting\\_vector\\_559259.jpg](https://images.all-free-download.com/images/graphiclarge/creative_brains_and_lighting_vector_559259.jpg) (6-7-2020)

<sup>\*\*</sup> .AGILENT TECHNOLOGIES, INC. v. Kirkland, Court of Chancery of Delaware, February 18, 2010

<sup>4</sup> أنظر تطور اقتصاد الخدمات التكنولوجية في الصورة رقم 4، رابط:

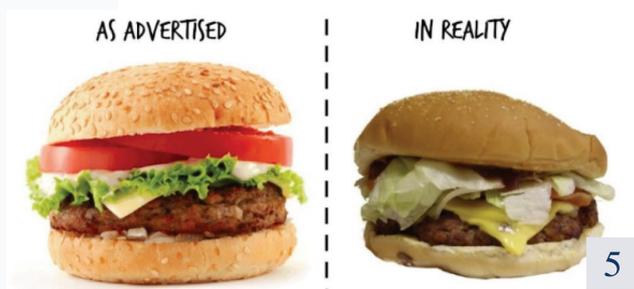
[https://www.imda.gov.sg/-/media/Imda/Images/IOT/Others/tticon\\_01-\(1\).jpg?la=en&hash=67EC59DF423E7C578EB3670305AD1359D5CC7E16](https://www.imda.gov.sg/-/media/Imda/Images/IOT/Others/tticon_01-(1).jpg?la=en&hash=67EC59DF423E7C578EB3670305AD1359D5CC7E16) (6-7-2020)

## كيف بدأ يتشكّل معنى «التجارة الإلكترونية» (E-Commerce)؟

مع بداية ظهور مواقع الإنترنت ومحركات البحث، بدأت العقلية التجارية تسعى إلى استغلال هذه الأفكار لتحقيق أهداف تجارية بحتة، ومن هنا بدأت هذه المواقع تقوم بنشاطات يصعب تنفيذها في الواقع بهدف تحقيق الربح.

فمثلاً، كان التسويق في القرن الماضي يعتمدُ بشكلٍ أساسيٍّ على مندوبي الشركة والإعلانات التجارية.

بالنسبة للمندوبين، كانت إدارة التسويق تُرسلُ مجموعاتٍ كبيرةٍ من الشباب الذين تجفُّ كلماتهم من كثرة الحديث في محاولة لإقناع الناس، وكان من الصعب فرز هؤلاء الناس ضمن شرائحٍ مُعيَّنة، وكانت نسبة الفشل كبيرةً.



أمّا بخصوص الإعلانات التجارية فقد بدأت تُفقدُ مصداقيتها بالفعل من كثرة المبالغة والتضليل<sup>5</sup>، أو حتى تسخيرها لأغراض عديدة بسبب إذاعتها على منصات تلفزيونية قد تحملُ أجنداتٍ مُعيَّنة، الأمر الذي قد أدى إلى انخفاض تأثير الإعلانات في انتباه المستهلكين.

عندما ظهرت فكرة تسويق السلع عبر مواقع الإنترنت، لاقت نجاحاً مذهلاً، والسبب أن المستهلك شعر بالحرية والمرونة والشفافية، حيث أصبح بإمكانه تصفح الموقع والبحث في محتوياته دون ضغطٍ من مندوبي الشركة، كما أصبح بإمكان المستهلك البحث عن مواصفات وأسعار السلعة نفسها في مواقع التسويق الأخرى، الأمر الذي قد زاد من تنافسية أسعار السلع.

## المفهوم المتغير للتجارة الإلكترونية

بناءً عليه، التصقت فكرة تسويق وبيع المنتجات بالتجارة الإلكترونية عبر مواقع الإنترنت<sup>6</sup>.

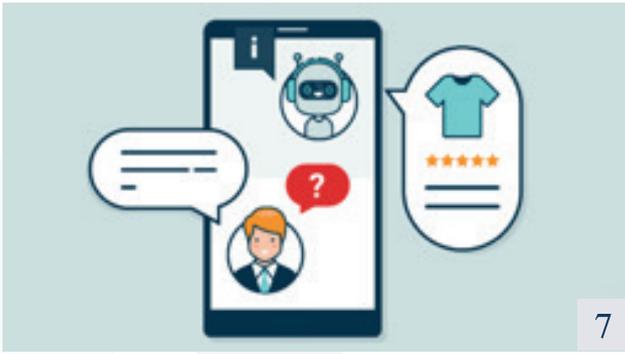
ذلك رغم أن مفهوم التجارة -التي تعتمدُ على الفضاء الإلكتروني- أوسعُ بكثيرٍ وقابلٌ للتغيير بشكلٍ جذريٍّ؛ فالتجارة الإلكترونية تشمل وفق ما ظهر من أشكالٍ مُتقدِّمة لها:



<sup>5</sup> لاحظ كيف يبدو الهامبرغر في الإعلان، وكيف يكون في المطعم حقيقةً، أنظر الصورة رقم 5، رابط: <https://www.needava.com/wp-content/uploads/2016/09/misleading-advertisement.jpg> (6-7-2020)

<sup>6</sup> أنظر الصورة رقم 6، رابط: [https://www.internetx.com/fileadmin/\\_processed\\_/0/c/csm\\_E-Commerce\\_dcc2719819.png](https://www.internetx.com/fileadmin/_processed_/0/c/csm_E-Commerce_dcc2719819.png) (6-7-2020)

- «المعنى المُحدَّد»؛ وهو يدلُّ على التبادل بمفهوم البيع أو التسويق أو التوزيع أو غيره.
- «المعنى المرن»؛ وهو يُشيرُ إلى الخدمة بمفهومها الواسع والعصري التي تبدأ بالإعلانات التجارية وقد تصل إلى مُجرَّد تسجيل إعجابٍ على صفحة تواصلٍ اجتماعيٍّ.
- «الأسلوب الأساسي»؛ وهو استخدام الشبكات الالكترونية بمعناها الواسع الذي يشمل الإنترنت كشبكةٍ مفتوحةٍ أو أيّة شبكةٍ أخرى خاصّةٍ أو مفتوحةٍ.

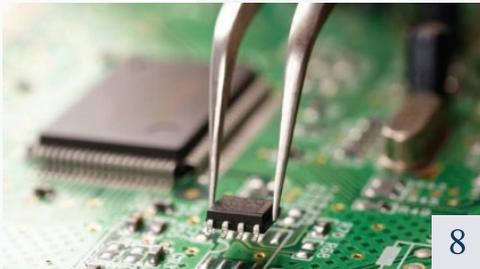


7

- «الأساليب المستقبلية»، وهي لا حصر لها؛ حيث إن دخول روبوتات الذكاء الاصطناعي في مجال التجارة الالكترونية قد يؤدي إلى نشوء أساليب جديدة للتواصل مع المستهلكين أو الروبوتات الخاصّة بهم عبر شبكاتٍ مُدارةٍ بالكامل بالروبوتات<sup>7</sup>.

بالنتيجة، فإنَّ التجارة الالكترونية هي إمَّا نشاطٌ خدميٌّ وسيطٌ بين المنتج الحقيقيِّ والمستهلك، أو أنّها نشاطٌ خدميٌّ فقط يهدف إلى تقديم خدمةٍ الكترونيةٍ أساسيةٍ افتراضيةٍ لا وجود لها في الواقع المادي.

### الفرق بين التجارة الالكترونية وقطاع صناعة التكنولوجيا



8

علينا هنا أن نلمسَ الفرق بين التجارة الالكترونية التي تُعتبرُ من قطاعات الخدمات وبين قطاع صناعة التكنولوجيا الذي بات اليوم أحد أكثر القطاعات الصناعية الاستراتيجية أهمية في الاقتصاد الحقيقي وليس الخدمي.



9

فالاقتصاد الحقيقي يُقدِّمُ سلعاً، كما أنّ صناعة التكنولوجيا تقدم سلعاً الكترونيةً مثل معالجات الحواسيب والهواتف الذكية وغيرها من السلع الالكترونية المادية (هارد وير)<sup>8</sup>، تماماً مثلما تقوم بإنتاج البرامج الالكترونية الافتراضية التي لا يمكن تشغيل السلع الالكترونية دونها، مثل برنامج تشغيل الحاسوب «ويندوز» «Windows» أو تشغيل الهاتف الذكي «أندرويد» «Android» (سوفت وير)<sup>9</sup>.

<sup>8</sup> أنظر الصورة رقم 8، رابط:

<https://researchforecast.com/wp-content/uploads/2020/06/Global-Hardware-Manufacturing-Market.jpg> (6-7-2020)

\*\*\* «...» «Perfect 10, Inc. v. Visa Intern. Service Ass'n, United States Court of Appeals, Ninth Circuit, July 3, 2007» credit cards serve as the primary engine of electronic commerce...».

ففي الحالتين تقوم الصناعة التكنولوجية بإنتاج سلعة من مجموعة مواد أولية، وهي تحصل على الربح من بيع هذه السلعة، بينما في التجارة الإلكترونية يحصل التاجر على الربح من تقديم خدمة في العالم الافتراضي سواءً من بيع سلع مادية أو الكترونية أو برمجية انطلاقاً من مواقع الكترونية أو من وضع إعلانات أو من مجرد إتاحة الوصول إلى «قواعد البيانات» «Data Bases».

ويكون أسلوب الدفع الأساسي في التجارة الإلكترونية هو استخدام بطاقات الائتمان «عبر الشبكة» «Online»، ولذلك فقد أكد القضاء الأمريكي على أن: «بطاقات الائتمان هي بمثابة المحرك الأساسي للتجارة الإلكترونية»\*\*\*.



10

بالتالي، فإن التجارة الإلكترونية -بمعناها الافتراضي- لا تنتمي إلى قطاع صناعة التكنولوجيا، بل إلى «الاقتصاد الرقمي» «Digital Economy»؛ الذي يشمل الممارسات التجارية الافتراضية سواءً أكانت تعتمد على البرمجيات أو على الشبكات<sup>10</sup>.

### هل يعترف القانون بالتجارة الإلكترونية؟

المشكلة الكبيرة التي واجهت المشرعين على مستوى العالم -وليس فقط في الوطن العربي- هو أن الطفرة الهائلة في الاقتصاد الرقمي قد استتدت على وقائع تجارية غير مألوفة بالتعريف التقليدي للتجارة، حيث يتم تنفيذ التجارة الإلكترونية بأساليب تنتمي إلى عصر جديد لا يرتبط بالعصر الذي صدرت التشريعات فيه.

فالتشريعات التقليدية كانت تنظر إلى الحاسوب وشبكة الإنترنت وكأنها أدوات للهو أو دُمى أطفال، ثم فجأة باتت هذه التكنولوجيا طريقاً لإتمام تعاملات بقيمة كبيرة، وبعدها أصبحت اقتصاديات الدول الريادية على مستوى التجارة الدولية تعتمد على التجارة الإلكترونية.

هكذا، وجد المشرع نفسه أمام خيارين؛ إما أن يتجاهل الواقع الافتراضي ويتركه دون أن يضبطه من مخاطر الجريمة ودون أن يسمح للدولة بالاستفادة ضريبياً من حركة الاقتصاد الرقمي، أو أن يعترف بهذا الواقع مكافئاً للواقع الحقيقي، فيضبط العمليات الحاصلة فيه ويُرخّص للممارسات التجارية الإلكترونية مُعتبراً إياها نشاطاً تجارياً كاملاً.

وبغض النظر عن وجهة نظر المشرعين حول العالم، وجدنا المشرعين العرب -ومن ضمنهم المشرع الكويتي- في حالة من التباطؤ الشديد إزاء التعامل مع التجارة الإلكترونية، حتى أنها ما تزال خاضعة -في الكثير من مفاصل أحكامها- للقوانين التجارية التقليدية القديمة.

<sup>10</sup> أنظر الصورة رقم 10، رابط:

<https://aten.tn/static/img/aten-intro.png> (6-7-2020)

فإذاً المشرع ما زال يرى التجارة الالكترونية وكأنها ممارسة تجارية قابلة للخضوع لقواعد القانون التجاري التقليدية، كما أنّ العديد من الممارسات على الإنترنت يجد القانون صعوبة في ملاحقتها وتنظيمها.



حيث نذكر كيف أنّ ولادة أول عملة رقمية مُشفّرة «البتكوين» «BitCoin»<sup>11</sup> كان بمثابة صاعقة على المشرعين، حتى أنّ بعضهم وصفها بالسلعة حتى يُخضعها للقانون التجاري، فيما اعتبرها البعض من المشرعين شراً مستطيراً وأخضعها للحظر التام.

هذا الواقع القانوني المضطرب يؤكّد عدم القدرة على إصدار تشريعات مواكبة للتطور المتسارع في بنية الأعمال التجارية، الأمر الذي ينعكس سلباً على عدالة قواعد القانون التجاري إزاء انطباقها على التجارة الالكترونية، وعلى نجاح وانتشار التجارة بشكل عام.

فعلى سبيل المثال، رغم أنّ التقدّم التكنولوجي قد أدّى إلى: «زيادة تدفق التجارة بين الولايات المتحدة...»<sup>\*\*\*</sup> كما صرّحت محكمة ولاية بنسلفانيا، إلا أنّ بقاء التطور في البيئة القانونية بات يُشكّل حجر عثرة أمام هذا التدفق.

كما أنّ هذا الواقع سيزداد سوءاً في المستقبل مع الاستمرار في التطور المذهل لروبوتات إدارة الأعمال التجارية في الفضاء الإلكتروني؛ مثل البنوك الافتراضية التي أصبحت قريبة جداً من أنّ تُديرها مجموعة روبوتات دون أيّ تدخل بشري، وغيرها الكثير من شركات «التكنولوجيا المالية» «FinTech» التي تنتمي إلى عائلة الاقتصاد الرقمي<sup>12</sup>.

بناءً عليه، فإنّ القانون حالياً يرى التجارة الالكترونية بطريقة القياس؛ أي أنّ كل عمل استهدف الربح يجب أن يخضع للقانون التجاري وفق ضوابط مُعيّنة للأعمال أو المشاريع التجارية، وهكذا، يُقاسُ النص التقليدي على الواقع الإلكتروني رغم اختلاف البيئة والطبيعة والأسلوب، الأمر الذي يُسبّب إشكاليات كبيرة مع تعدد أشكال التجارة الالكترونية.

<sup>11</sup> أنظر الصورة رقم 11، رابط:

<https://plana.earth/academy/uploads/2018/04/Credit-David-Mcbee-pexels-photo-730567.jpeg> (6-7-2020) \*\*\*  
technological progress has increased the flow of commerce between States...» See: Zippo Mfg. Co. v. Zippo Dot Com, Inc., United States District Court, ...  
W.D. Pennsylvania, January 16, 1997

<sup>12</sup> أنظر الصورة رقم 12، رابط:

<https://libraryeuroparl.files.wordpress.com/2019/02/eprs-briefing-635513-fintech-and-eu-final.jpg> (6-7-2020)

## كيف يتم تنظيم وقائع التجارة الإلكترونية وفق أشكالها؟

تنقسم التجارة الإلكترونية إلى أنواع عديدة لا حصر لها، حيث ينشأ كل يوم شكل جديد منها، ولكن ما ظهر حتى الآن من أشكال هذه التجارة ينحصر في المحورين التاليين:

- التنفيذ الجزئي للتجارة عبر الوسائل الإلكترونية، فهنا يكون جزء فقط من التجارة خاضعاً للممارسات الإلكترونية؛ كأن يتم إنشاء السلع في مصنع، ويتم توزيعها على تجار الجملة الذين يبيعونها بدورهم لتجار التجزئة، ثم يقوم تجار التجزئة بتسويقها وبيعها عبر موقع إلكتروني.

فهنا تُعتبر الأعمال الإلكترونية جزءاً لا يتجزأ من العمليات التجارية الكلية، فيكون كل عمل إلكتروني عملاً تجارياً تبعياً هادفاً إلى تسهيل تنفيذ العمل التجاري التقليدي الأصلي، وبالنتيجة تخضع الأعمال الإلكترونية للقانون التجاري، ويلتزم الممارسون لها بالتزامات التجار من الترخيص، والتسجيل في السجل التجاري، ودفع الضرائب التجارية، والخضوع لنظام الإفلاس في حال تعثرت التجارة.

- التنفيذ الكامل للتجارة عبر الوسائل الإلكترونية، هنا تسيير العمليات التجارية في الفضاء الإلكتروني بشكل كامل؛ فمثلاً تقوم «شركة برمجة» بتصميم برنامج محاسبية، وتعرضه للبيع على موقعها مع فرض أسلوب التسديد عبر حوالة تجري عن بعد، هذا البرنامج (السلعة) لا وجوداً مادياً له، كما يتم تسديد الثمن والبيع من خلال موقع الشركة، دون أن يلتقي البائع أو المشتري، ودون أن يكون لهذه العملية التجارية أي ظهور للعالم الواقعي الخارجي، وهنا:

- قد تخضع الوقائع الافتراضية الكاملة هذه لقواعد قانون التجارة وفق تقدير قاضي الموضوع، رغم أن الطبيعة التجارية التقليدية للعمل التجاري أو المشروع قد لا تتناسب مع طبيعة عمل الشركة، حيث إن شركة البرمجة قد تكون مستندة على مؤسسها فقط، فهنا يكون المبرمج المؤسس هذا أقرب ما يكون للجريفي الذي يقوم بعمل مدني وليس تجاري، ورغم ذلك قد يخضع للقانون التجاري نظراً لعدم وجود نص صريح يوضح مفهوم العمل التجاري الإلكتروني.

- وبالمقابل، قد يقوم أحد الأشخاص الذين يفتتحون صفحة على موقع فيسبوك بشراء مجموعة كبيرة من البرامج الإلكترونية عبر طرق الدفع عن بعد، ثم يقوم بتسويق هذه البرامج على صفحة فيسبوك، وبيعها مع تحقيق أرباح كبيرة، وعلى الرغم من أن هذا الشراء لأجل البيع بربح هو عمل تجاري بحد ذاته يجب أن يخضع للقانون التجاري، إلا أن بائع البرامج الإلكترونية هذا سيبقى بعيداً عن أنظار وزارة التجارة؛ لأن افتتاح صفحة تواصل اجتماعي بغرض التجارة الإلكترونية هو أمر يصعب تعقبه وإخضاعه للقانون، عكس افتتاح شركة برمجة لها موقع إلكتروني خاص.

## لماذا لا تتناسب قواعد قانون التجارة التقليدية مع الالكترونية؟

تتمتع التجارة بصفة الخصوصية في كل قطاع من قطاعاتها حتى التقليدية منها؛ حيث نجد التجارة البرية تحظى بقواعد استثنائية، حتى أن العقود التجارية لها تنظيم خاص وهي تتطور كل يوم حتى تظهر صيغ جديدة مختلفة يكون أساسها الائتمان أي الإقراض عبر أساليبه المختلفة.

وبالمقابل، هناك التجارة التي تخضع لقانون النقل الجوي الناظم لمسألة نقل البضائع على متن الطائرة، وكذلك هناك قانون التجارة البحرية الذي تطورت قواعده المميزة وعقوده النموذجية على مرّ مئات السنين.

كما يتميز تنظيم التجارة الدولية (الجوية والبحرية) بوجود اتفاقيات نقل دولية ذات انتشار واسع بين الدول بغرض توحيد القواعد على التّجّار وعدم الدخول في متاهة تعارض القوانين القابلة للتطبيق على أيّ نزاع تجاري دولي، مثل اتفاقية مونتريال 1999 للنقل الجوي وقواعد لاهاي 1924 للنقل البحري.

هذا الواقع القانوني الخاص بالقانون التجاري قد جعل من فروعهِ أقساماً قانونيةً شبه منفصلةٍ عن بعضها البعض، الأمر الذي يعني أنّ ظهور نوعيةٍ جديدةٍ من التجارة يستوجب -دون شك- وجود تنظيم خاص بها.

حيث إنّ خضوع العمليات التجارية الجديدة المبتكرة للقواعد العامة في القانون التجاري سيخضع النزاع التجاري لقواعد غير متناسبة مع طبيعة النزاع، كما أنّه سيدفع الأطراف نحو اختيار طريق التحكيم والابتعاد عن القانون والمحاكم الوطنية.



هذه هي تماماً الإشكاليات التي تواجه التجارة الالكترونية على صعيد التنظيم القانوني<sup>13</sup>.

بالإضافة إلى عدم تناسب قواعد القانون التجاري الخاصة بالواقع الحقيقي مع النزاع الحاصل في الواقع الافتراضي، فإنّ الاحتكام لقواعد التجارة بشكل عامّ يُهمّل التفاصيل التي يجب أن تُغيّر جذرياً من القاعدة، وتفرض استثناءً لها.

فعلى سبيل المثال، يمكن إثبات العقود التجارية بشهادة الشهود بغض النظر عن قيمة العقد، ذلك نظراً لطبيعة الاستعجال في العمليات التجارية الدائرة بشكل يومي بين البيع والشراء

<sup>13</sup> أنظر الصورة رقم 13، رابط:

<https://www.lawyersweekly.com.au/images/articleImages-850x492/technology-law-lw.jpg> (6-7-2020)

لأجل الربح، هذه الطبيعة التي تستلزم وجود قواعد مرنة تُساعدُ التجار على إثبات تعاقداتهم الكثيرة والسريعة طوال اليوم، ومن هنا كان التسهيل عليهم عبر السماح لهم بإثباتها من خلال إفادة الشهود بغض النظر عن ارتفاع قيمتها.

ولكن في الواقع الافتراضي تأخذ مسألة الإثبات أبعاداً إشكاليةً وغموضاً كبيراً إزاء مجموعة غير موثوقة بشكل كامل من التوقيعات الالكترونية، حتى أن تلك التوقيعات يجب أن تخضع لتصديق جهة عامة حتى تأخذ حجية التوقيع الخطي.

فإذا أخضعنا التجارة الالكترونية لقواعد التجارة التقليدية، وقلنا أنه يصح إثبات العقد التجاري الالكتروني بإفادة الشهود دون حاجة للتوقيع، فكيف سيكون تواجد الشهود في عقد مُبرم «عن بعد» دون تواصل مباشر؛ فهل يمكن اعتبار الأشخاص المتابعين للمجلس الافتراضي عبر الفيديو شهوداً على وجود اتفاق؟ رغم أنهم لم يطلعوا على ظروف التعاقد بالكامل كما هو عليه الأمر بخصوص الشهود التقليديين.

ثم إن إتاحة إثبات العقد الالكتروني بجميع وسائل الإثبات ستعني إمكانية الاستناد على بيانات إلكترونية يسهل اختراقها أو تزويرها.

وبالمقابل، إن تم حظر إثبات العقد التجاري الالكتروني عبر الشهادة، فهذا كيف سيتمكن التاجر من إثبات تعاقد أبرم في الواقع الافتراضي إن تم اختراق حاسوبه وإلغاء كل البيانات التجارية المخزنة عليه ومن ضمنها العقود؟

كل هذا التناقض في البيئة القانونية للتجارة الالكترونية سيُشكلُ مناخاً طارداً للاستثمار في الاقتصاد الرقمي إن لم يتم تنظيمها بشكل مُفصل وفق قواعد تراعي طبيعة هذه التجارة ومخاطرها، الأمر الذي يُوجب دراسة القواعد القانونية القابلة للتطبيق على وقائع التجارة الالكترونية وفق القانون الكويتي بالنظر إلى مخاطر هذه التجارة، وذلك في المقال القادم إن شاء الله.