

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

ميدان: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

كلية: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

فرع: علوم التسيير

قسم: علوم التسيير

تخصص: إدارة مالية

رقم:



مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي

اعداد الطالبين

عبد العزيز دمان

يوسف واضح

واقع وآفاق التجارة الالكترونية في الجزائر

لجنة المناقشة

رئيسا	جامعة محمد بوضياف المسيلة	أ. محاضر "أ"	فاروق حريزي
مشرفا ومقررا	جامعة محمد بوضياف المسيلة	أ. محاضر "ب"	صورية شني
مناقشا	جامعة محمد بوضياف المسيلة	أ. محاضر "أ"	عادل نقموش

السنة الجامعية : 2018-2019 م

إهداء

بكل حب و خشوع ، و بكل قدسية لكلمة و صفاها ، أهدي ثمرة جهدي ، الى اللذين
علماني و منحاني زاد القوى و الصمود و التحدي ، الى اللذين أرساني
خصال العفة و النجاعة و الكرامة .

أمي أطال الله في عمرها

و أبي الذي كان لي السند المعنوي و المادي فأصبحت بفضلله أخوض مراحل حياتي
المعادلة التي ترسم منحى حياتي إخواني و أخواتي .

رفقاء الدرب و أصدقاء العمر و أحسن من عرفني بهم القدر فعشت معهم أجمل الأوقات
و الذكريات أصاقائي .

لي اللذين أناروا بصيرتي بنور العلم أساتذتي الأعزاء بجامعة المسيلة مع نخبة إكبار
و تقارير لهم بعبا

كل من قدم لي يد المساعدة من قريب أو بعيد لإنجاز هذا العمل .

من فتح هذه الوريقات و تصفحها بعدي ، كل من سكن حبهم قلبي و نسيم قلبي .

تتكررات

الحمد لله رب العالمين ، و الصلاة و السلام على سيدنا محمد أشرف المرسلين

و على آله و صحبه أجمعين ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين .

بداية نتوجه بتظيم الشكر و التقدير للأستاذة الفاضلة

الدكتورة " شني سورية "

على كرم قبولها الإشراف على هذا العمل و على كل المساعدات

و التوجيهات و النصائح القيمة التي قدمها لنا طيلة إعداد هذا البحث

مع التمنيات لها بالنجاح في حياتها المهنية

كما لا يفوتنا أن نشكر

كل من كان لنا عوناً و سند في مشوارنا الدراسي

و إلى كل من ساهم من قريب أو بعيد في إخراج هذا العمل

على الصورة التي هو عليه

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتويات
	إهداء
	شكر وتقدير
I	فهرس المحتويات
II	فهرس الجداول
III	فهرس الأشكال
IV	قائمة الملاحق
أ.د	مقدمة عامة
الفصل الأول: التجارة الالكترونية ووسائل الدفع الالكتروني	
07	تمهيد
08	المبحث الأول: مفاهيم رئيسية عن التجارة الالكترونية
08	المطلب الأول: تعريف التجارة الالكترونية
13	المطلب الثاني: نشأة وأشكال التجارة الالكترونية
17	المطلب الثالث: خصائص، مزايا وعيوب التجارة الالكترونية
21	المبحث الثاني: آليات ووسائل الدفع المعتمدة في التجارة الالكترونية وتأمينها
22	المطلب الأول: أطراف ومراحل إبرام التجارة الالكترونية
24	المطلب الثاني: وسائل الدفع الالكترونية
31	المطلب الثالث: أمن المعاملات التجارية على شبكة الانترنت
36	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: التجارة الالكترونية في الجزائر	
38	تمهيد
39	المبحث الأول: وضعية التجارة الالكترونية في الجزائر
39	المطلب الأول: واقع البنية التحتية الرقمية والمعلوماتية في الجزائر
45	المطلب الثاني: اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر
55	المطلب الثالث: معوقات عدم اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر
58	المبحث الثاني: أفاق اعتماد التجارة الالكترونية

58	المطلب الأول: الآثار الاقتصادية للتجارة الالكترونية على مستوى قطاع الأعمال
60	المطلب الثاني: الآثار الاقتصادية للتجارة الالكترونية على مستوى المستهلكين
61	المطلب الثالث: الآثار الاقتصادية للتجارة الالكترونية على المستوى القومي
63	خلاصة الفصل
65	خاتمة
69	قائمة المراجع
72	الملاحق

قائمة الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
10	مناظير تعريف التجارة الالكترونية	01
12	مقارنة بين الطريقة القديمة و الجديدة لشراء سلعة ما	02
15	التجارة الالكترونية (B2B) في الدول الأوروبية لسنة 2014.	03
41	مكانة الجزائر بين الدول العربية فيما يخص استعمالات الانترنت 2017	04
42	التطور السكاني وعدد مستخدمي الانترنت في الجزائر للفترة 2013- 2017	05
43	حظيرة مشتركى الهاتف الثابت	06
43	الحظيرة الإجمالية للمشتركين النشطين في شبكات النقال GSM لكل متعامل	07
44	الحظيرة الإجمالية للمشتركين النشطين في شبكات النقال 3G لكل متعامل	08
44	حظيرة مشتركى شبكات الهاتف النقال 4G لكل متعامل	09

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
17	مصفوفة كوبل لتصنيفات الانترنت على الأنشطة التجارية أنشطة تبادل المعلومات	01
25	دورة استخدام النقد الالكتروني و إجراءاتها	02
28	دورة استخدام الشيك الالكتروني و إجراءاتها	03
42	مقارنة بين عدد السكان و عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر (2013-2017)	04
45	تطور الحظيرة الإجمالية للهاتف النقال 4G/3G/GSM (2001-2017)	05

قائمة الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
72	الشيك الإلكتروني	01
73	الخفظة الإلكترونية	02
74	الشهادة الرقمية	03
75	القانون 05-18	04
76	بطاقة CIB البنكية	05
77	واجهة موقع أشري لي	06
78	تطبيق وصلني	07
79	تطبيق BARIDIMOB	08

مقدمة

تشير العديد من آراء الخبراء والكتاب الى أن التطور التكنولوجي الذي اجتاحت العالم في الآونة الأخيرة غير الكثير من المفاهيم المتعارف عليها سابقا، فلم تعد الشبكة الدولية للمعلومات (الانترنت) بدعة جديدة وإنما ضرورة حتمية، حيث تعددت استخداماتها وأصبحت أحد المداخل والحاسمة في تحقيق تغيرات جوهرية في بيئة الأعمال التجارية.

لقد استخدمت الانترنت على نطاق واسع في الأغراض التجارية وفتحت مجالا للمؤسسات لتقديم المعلومات الخاصة بمنتجاتها وخدماتها لشرائح عريضة من الزبائن والمتعاملين، و ظهر للوجود مفهوم حديث "التجارة الالكترونية" وهو من أكثر النشاطات شيوعا في فضاء الأنترنت، و سمح ذلك لعدد كبير من المؤسسات في أن تزيد سرعة وصولها للأسواق العالمية بعد أن كانت مثل هذه النشاطات حكرًا على المؤسسات الكبيرة.

و ان المميزات العديدة التي يوفرها هذا النوع الحديث من المبادلات التجارية الا و هو التجارة الالكترونية التي تتم عبر وسيط الكتروني ساهم في زيادة ادراك العديد من الدول لأهمية تبني هذه التجارة، فالحاجة الى ادراك هذا النوع من التجارة لم يعد خيارا بل أصبح ضرورة حتمية تفرض وجودها على جميع الدول، و لكن درجة تطور هذه التجارة تختلف باختلاف البلدان، وعند النظر الى اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر نراه مزال في مراحلها الأولى، ولم يرقى بعد الى ذلك المستوى الذي يمكن من اعتبارها كتقنية متطورة للتجارة.

وإن ازدياد التسابق التكنولوجي والمنافسة الدولية لاستخدام هذا الأسلوب الرقمي والشبكات العالمية وضمنها الانترنت لإبرام الصفقات، لا يترك للجزائر أي مجال للمماطلة في تبني التجارة الالكترونية والاستفادة من المزايا التي توفرها.

ونسعى من خلال دراستنا هذه إلى التعرف على وضعية التجارة الالكترونية في الجزائر في ظل هذه التغيرات العالمية المتعددة وتأثر العالم كله بهذه التجارة، يطفو إلى السطح السؤال الرئيسي التالي:

ما هو واقع وآفاق التجارة الالكترونية في الجزائر؟

وبغية التفصيل أكثر في دراسة الإشكالية، فقد قمنا بطرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ❖ ماذا يمكن أن تقدمه تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المجال التجاري؟
- ❖ ماذا تمتلك الجزائر من مقومات لتبني هذا النوع من التجارة؟
- ❖ ما هي أهم آفاق اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر؟

1- الفرضيات:

- ❖ تشكل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات البنية الأساسية والقاعدة التكنولوجية لتعاملات التجارة الإلكترونية؛
- ❖ تملك الجزائر بنية تحتية هشة للاتصالات اللازمة لتبني التجارة الإلكترونية حالياً؛
- ❖ يمكن استعراض أفاق اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر من خلال بعض فوائد تطبيقات هذه التجارة على مستوى قطاعات الأعمال، المستهلكين و المستوى القومي.

2- أسباب إختيار الموضوع:

- ❖ الرغبة والميول الشخصي في دراسة هذا الموضوع؛
- ❖ استمرار اعتماد أساليب التجارة التقليدية بدلا من الإلكترونية رغم أن التعامل بالتجارة الإلكترونية قطع شوطا كبيرا في العديد من دول العالم؛
- ❖ معرفة أسباب التي أدت إلى تأخر في تبني وتطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر.

3- أهمية الدراسة:

يستند البحث أهميته باعتبار التجارة الإلكترونية من المواضيع الجديدة والهامة التي فتحت أبوابها الواسعة أمام الأفراد والمنشآت الصغيرة والمتوسطة والكبيرة كمجال جيد للاستثمار ناهيك عن تزايد سرعة المعاملات المالية عبر الانترنت سواء بين الأفراد أو المؤسسات والتي يكون لها حتما أثر الاقتصاد ككل، لذلك فإن مواكبة المستجدات الاقتصادية الحديثة والاندماج في الاقتصاد العالمي والانفتاح أمام الأسواق العالمية هو تحدي كبير يتطلب تطوير الطاقات الإنتاجية والإلمام الكافي بتقنيات التجارة الإلكترونية التي أصبحت تفرض وجودها كل يوم أكثر من الأخر.

4- أهداف الدراسة

- تهدف من خلال هذه الدراسة إلى توضيح جملة من النقاط نوجزها في ما يلي:
- ❖ التعرف على الظاهرة الحديثة التي انتشرت بسرعة في العالم بأسره وهي التجارة الإلكترونية؛
- ❖ إيضاح الصورة المتعلقة بمكانة التجارة الإلكترونية في الجزائر؛
- ❖ تحديد ومعرفة أهم العوائق التي تواجه الجزائر في استخدام التجارة الإلكترونية؛
- ❖ التعرف على وضع التجارة الإلكترونية في الجزائر.

5- الدراسات السابقة

❖ رشيد علام، مذكرة ماجستير، 2010، بعنوان " عوائق تطور التجارة الالكترونية في الوطن العربي - دراسة حالة الجزائر- "، الاكاديمية العربية البريطانية المتحدة للتعليم العالي، المملكة المتحدة (بريطانيا).

- حيث توصلت هذه التجارة إلى أن أهمية توفر متطلبات الأساسية لقيام التجارة الالكترونية يتمثل في البنية التحتية الالكترونية المتمثلة في قطاع تقنية المعلومات والاتصالات من شبكات الاتصال وأجهزة الاتصالات والهواتف الثابتة والنقالة والحواسب الآلية وبرامج التطبيقات، وانتشار استخدام الانترنت والحاسبات المضيفة ومزودي خدمات الانترنت، إضافة إلى ضرورة سن التشريعات والأنظمة المناسبة للتعاملات عبر شبكة الانترنت وحقوق الملكية الفكرية، وكذلك أهمية توفر الكوادر البشرية المؤهلة للتعامل مع تقنية المعلومات.

❖ سمية ديمش، مذكرة ماجستير، 2011، بعنوان " التجارة الالكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر "، جامعة قسنطينة.

- حيث توصلت هذه الدراسة إلى ضعف واضح في المؤشرات غير المباشرة للتجارة الالكترونية في الجزائر، والمتعلقة أساسا بالبنية التقنية للاتصالات والمعلومات، فرغم أن هذه البنية شهدت تطورات كبيرة خلال الفترة الأخيرة لكنها مازالت دون المستوى المطلوب والكافي لتطبيق التجارة الالكترونية، سواء من معدلات الانتشار أو الجودة والتكاليف، كما ان الجزائر مازالت تعاني من تدني كبير في نسبة استخدام التجارة الالكترونية، وغياب شبه كامل لهذا المصطلح في قاموس التعاملات التجارية، ويعود سبب هذا التعثر إلى جملة من المعوقات التي تشكل عائق أمام هذه التجارة.

❖ صراع كريمة، مذكرة ماجستير، 2014، بعنوان " واقع وأفاق التجارة الالكترونية في الجزائر "، جامعة وهران.

- وقد توصلت الدراسة إلى أن الجزائر تشهد تقدم ملحوظ في مجال الاهتمام بتطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال مقارنة بالسنوات السابقة فرغم التطور الذي شهدته الجزائر في مجال الانترنت وازدياد عدد مستخدميها لم يزامن تطوير تطبيقات التجارة الالكترونية فأغلب الدراسات التي أجريت حول استخدامات التجارة الالكترونية في الجزائر أظهرت أن هذه الأخيرة لم تتجاوز بعد المستوى البدائي الذي يشمل أنشطة الإعلام والترويج والحصول على المعلومات والدفع عند التسليم.

✓ جاءت دراستنا بتحديثات تخص قطاع التجارة الالكترونية في الجزائر مقارنة بالدراسات السابقة من حيث مكانة الجزائر بين الدول العربية في استعمالات الانترنت والتطرق الى التطور الحاصل في الشبكات الهاتفية الثابتة والنقالة (الجيل الثالث، الجيل الرابع)، اضافة الى القوانين والتشريعات التي نص عليها القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية الصادر في 18 ماي 2018 الذي من شأنه دفع هذا المجال أكثر في المستقبل، كما امكنا استعراض بعض المواقع و التطبيقات التي تقدم الخدمات وتنظم التعاملات التجارية بين مستخدمي هذه المواقع (وسيط الكتروني).

5- صعوبات الدراسة:

لا شك أن البحث الأكاديمي يواجه صعوبات عديدة في جمع بياناته، خاصة إن كان الأمر يستدل بالأرقام والإحصائيات، ولقد واجهنا صعوبات عديدة أثناء إنجازنا إياه أهمها:

- ❖ نقص ان لم نقل انعدام في الإحصائيات والمعطيات حول موضوع الدراسة بالنسبة للجزائر؛
- ❖ ضعف تطبيق التجارة الالكترونية لجهلها جعل منها مسألة صعبة الفهم في مجال تطبيقها.

6- منهج الدراسة:

قصد الإجابة على الإشكالية المطروحة والأسئلة الفرعية اعتمدنا المنهج الوصفي التحليلي، وهذا بالتطرق إلى أهم المفاهيم والمصطلحات المتعلقة بالموضوع من أجل الوصول إلى المعرفة الدقيقة لعناصر البحث وتحليل نتائج الدراسات وترجمتها، وقد اعتمدنا في هذا على جمع المعطيات الكمية واستعراض الجداول والأرقام المتعلقة بالموضوع قصد الدراسة، معتمدين في ذلك على مجموعة من أدوات الدراسة، المتمثلة في البحث المكتبي القائم على الاستعانة بالمراجع كالكتب والبحوث الأكاديمية والتقارير المنشورة من المنظمات كالاتحاد الدولي للاتصالات، منظمة التجارة العالمية، منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية، كما تم اللجوء إلى مواقع الانترنت للحصول على المعلومات والمعطيات الرقمية ذات الصلة بالموضوع وذلك من أجل إعطاء هذا الموضوع صيغة تتماشى مع المستجدات الراهنة.

7- هيكل الدراسة:

للإجابة على إشكالية البحث واختبار الفرضيات تحقيقاً لأهدافه تم الاعتماد على فصلين:

تناولنا في الفصل الأول مفاهيم عامة حول التجارة الالكترونية، حيث تطرقنا إلى مفهوم وأشكال التجارة الالكترونية، كما تطرقنا أيضاً إلى آليات ووسائل الدفع المعتمدة في التجارة الالكترونية وتأمينها.

ثم يأتي الفصل الثاني الذي تطرقنا من خلاله إلى وضعية التجارة الالكترونية في الجزائر مع دراسة تحليلية التي قمنا من خلالها بجمع وتحليل البيانات والمعلومات.

الفصل الأول

التجارة الالكترونية ووسائل الدفع
الالكتروني

تمهيد

إن التجارة الالكترونية تعتبر إحدى صور ثورة نظم المعلومات والاتصالات وانتشار الانترنت على وجه الخصوص، التي وفرت وسائل مستحدثة في تبادل السلع والخدمات وتبادل البيانات بصورة لم تكن معروفة من قبل، والتي تتميز بالسرعة والسهولة في الاستخدام وبعدها عن الصورة التقليدية المعروفة في إجراء العمليات التجارية وتوثيقها.

ففي هذا العصر الرقمي الذي تنتشر فيه الانترنت انتشارا هائلا، شاع مفهوم التجارة الالكترونية التي تعددت مفاهيمها حسب العديد من المنظمات والهيئات العالمية والاقتصاديين، كما تعددت أنواعها وأشكالها وخصائصها، وقصد قيام التجارة الالكترونية لابد من توفر آليات ووسائل الدفع المعتمدة لهذه التجارة، حيث يهدف هذا الفصل إلى إبراز أهم المفاهيم والجوانب النظرية والعملية المتعلقة بالتجارة الالكترونية ونموها، وذلك من خلال المبحثين التاليين:

المبحث الأول: مفاهيم رئيسية عن التجارة الالكترونية.

المبحث الثاني: آليات ووسائل الدفع المعتمدة في التجارة الالكترونية وتأمينها.

المبحث الأول: مفاهيم رئيسية عن التجارة الالكترونية

تعد التجارة الالكترونية من الظواهر الحديثة التي برزت على الساحة العالمية مؤخرًا، والتي تمكنت في فترة وجيزة من الانتشار والنمو والتحول إلى أحد أهم معالم الاقتصاد الجديد، وسيتمحور هذا المبحث حول توضيح هذا المفهوم الحديث للمبادلات المعتمدة على وسيط الكتروني، ونشأة وأشكال هذه التجارة الالكترونية، مع التطرق لأهم مزاياها وعيوبها.

المطلب الأول: تعريف التجارة الالكترونية

1- تعريفات التجارة الالكترونية:

إن التجارة الالكترونية عبارة عن مصطلح حديث صار كثير التداول في الأدبيات المعاصرة وهو يعني ما يلي:

1.1- مفاهيم عامة للتجارة الالكترونية:

أ - تمثل التجارة الالكترونية شكلا من أشكال التعامل التجاري الذي ينطوي على تعامل الأطراف، بحيث يكون التبادل الكترونيا بدلا منه ماديا أو ماديا مباشرا.¹

ويتضح لنا من خلال هذا التعريف أن التجارة الالكترونية هي عملية تجارية سواء كان موضوعها سلعة أو خدمة أو أداء عمل، والمميز في هذه العملية التجارية هو وجود وسيط الكتروني يساعد على غياب العلاقة المباشرة بين الأطراف.

ب- التجارة الالكترونية تعني أداء الأعمال من خلال شبكة الانترنت، أو البيع والشراء للسلع والخدمات من خلال صفحات الويب.²

ولكن هذا التعريف هو تعريف جد ضيق، حيث يحصر التجارة الالكترونية في عمليات تبادل السلع والخدمات عن طريق وسيلة الكترونية أو وسيط الكتروني.

ج- التجارة الالكترونية هي تنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات عبر شبكة الانترنت والشبكات العالمية الأخرى ويشتمل ذلك:³

¹ سعد غالب ياسين، بشير عباس العلاق، الأعمال الإلكترونية، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص109.

² فريد النجار وآخرون، التجارة والاعمال الالكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة، الدار الجامعية، مصر، 2006، ص89.

³ المرجع نفسه، ص90.

- الإعلانات عن السلع والبضائع والخدمات؛
- تقديم معلومات حول السلع والخدمات؛
- علاقات العملاء التي تدعم عمليات الشراء والبيع وخدمات ما بعد البيع؛
- التفاعل والتفاوض بين البائع والمشتري؛
- عقد الصفقات وإبرام العقود؛
- سداد الالتزامات المالية ودفعها؛
- الدعم الفني للسلع التي يشتريها العملاء.

يتبين لنا أن هذا التعريف هو الأكثر اتساعاً وتفصيلاً، حيث أشار إلى كل أنواع العمليات التي تتم في التجارة الالكترونية، فنحن هنا أمام مجموعة متنوعة من العمليات المتصلة بعقد الصفقات وإقامة الروابط التجارية من خلال وسائل الاتصال الالكتروني وخاصة الانترنت.

2.1- تعريف التجارة الالكترونية حسب المنظمات العالمية:

أ - تعريف المنظمة العالمية للتجارة (OMC):

يعرف خبراء هذه المنظمة التجارة الالكترونية على أنها: مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج وتوزيع وترويج وبيع المنتجات من خلال شبكات الاتصالات.¹

تأخذ هذه المنظمة بتعريف واسع للتجارة الالكترونية التي تشمل ثلاثة أنواع من العمليات التجارية:²

- عمليات الإعلان عن المنتج وعمليات البحث عنه؛
- عملية تقديم طلب الشراء وسداد ثمن المشتريات؛
- عملية تسليم المشتريات.

ب - تعريف منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OCDE):

يشير التعريف إلى أن: التجارة الالكترونية تشمل جميع أشكال المعاملات والصفقات التجارية التي تتم من قبل الأفراد والهيئات، وتقوم على أساس معالجة ونقل البيانات الرقمية على اختلاف أشكالها سواء كانت مكتوبة أو مرئية أو مسموعة.¹

¹ معلومات من الموقع الالكتروني لمنظمة التجارة العالمية على الرابط: www.wto.org

² ابراهيم العيسوي، التجارة الالكترونية، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، مصر، 2003، ص12.

لقد ركز هذا التعريف على طبيعة المتعاملين (أفراد، شركات) وطبيعة البيانات المتبادلة (صوت، صورة) ولكنه غير صريح وواضح فيما يخص عملية تبادل نفسها وإجراءاتها، كما أشار هذا التعريف إلى مصطلح " بيانات رقمية " للدلالة على وجود وسيط الكتروني يسهل التبادل.

نخلص من التعريفات السابقة أن مصطلح التجارة الالكترونية هو مفهوم مشتق نظرا لأنه يمكن اشتقاق أكثر من تعريف له حسب وجهة نظر أو الفكرة التي يتبناها المؤلف أو المنظمة، وعلى هذا الأساس يمكننا تصنيف التعريفات السابقة وفقا للمنظور الذي يتم به تناول تلك الظاهرة الرقمية كالتالي:

الجدول (01): مناظير تعريف التجارة الالكترونية

المنظور	التعريف
الاتصالات	التجارة الالكترونية هي وسيلة من اجل إيصال المعلومات أو الخدمات أو المنتجات عبر خطوط الهاتف أو عبر شبكات الانترنت أو أي وسيلة تقنية.
الأعمال التجارية	التجارة الالكترونية هي عملية تطبيق التقنية الرقمية من اجل جعل المعاملات التجارية تجري بصورة تلقائية وسريعة.
الخدمة	التجارة الالكترونية هي أداة موجهة لإشباع رغبات شركات والمستهلكين والمدراء في خفض تكلفة الخدمات والإسراع بزمن تقديم هذه الخدمة والرفع من كفاءتها.
الانترنت	التجارة الالكترونية هي أداة لتوفير وشراء المنتجات وتبادل المعلومات بصورة فورية أو لحظية من خلال شبكة الانترنت.
المجتمع	التجارة الالكترونية هي ملتقى يجمع عناصر المجتمع (أفراد ومنظمات) للتعلم والتبادل والتعاون فيما بينهم.

المصدر: طارق طه، التسويق والتجارة الالكترونية، دار الكتب للنشر، القاهرة، مصر، 2005، ص 317.

2 - الفرق بين التجارة الالكترونية والتجارة التقليدية:

لكي يتضح أكثر فأكثر مفهوم التجارة الالكترونية ولإزالة الغموض، لابد من التعرف على الفرق الجوهرى بين التجارة الالكترونية والتجارة التقليدية.

فالتجارة الالكترونية ليست نوعا واحدا بل هناك أشكال ودرجات مختلفة منها، وتختلف الأشكال تبعا لدرجة تقنية منتج وتقنية العملية وتقنية الوسيط، حيث أن كل سلعة يتم تسويقها في المعاملات التجارية إما أن تكون ملموسة أو رقمية أو أي وسيط في العملية التجارية إما يكون ملموس أو رقمي، وكذلك العملية إما أن تكون ملموسة أو رقمية وعلى هذا الأساس يمكننا تقسيم التجارة إلى ثلاثة أنواع:¹

أ- **تجارة الإلكترونية بحتة (خالصة):** تعني أن الزبون يزور موقعا لشركة على الانترنت، فعند اختياره للسلعة المناسبة يقوم بملىء استمارة طلب من خلال جهاز الكمبيوتر ويبحث بها إلى البائع ويسوي مدفوعاته النقدية إلكترونيا، كما أن التسليم يكون فوريا عبر الانترنت.

ب- **تجارة تقليدية بحتة:** عندما يكون الوسيط ملموس والسلعة ملموسة وكذلك العملية ملموسة، مثل التوجه إلى المتجر لاقتناء الاحتياجات والمتطلبات كالمواد الغذائية والألبسة.

ج- **تجارة الكترونية جزئية:** هي مزيج بين التجارة التقليدية والتجارة الالكترونية، حيث أن احد العوامل الثلاث رقمي والباقي ملموس، مثل شراء كتاب من موقع شركة على الانترنت، أي أن العمليات تم إنجازها الكترونيا (الطلب والتسديد)، بينما التسليم يكون ماديا أي بأسلوب التجارة التقليدية وهذا عن طريق إرسال الشركة للكتاب عبر البريد العادي.

ومن خلال هذه الأنواع يتضح لنا بأن:²

التجارة التقليدية تعني أن يتجه المشتري إلى المتجر لشراء احتياجاته ومتطلباته، بينما التجارة الالكترونية هي سوق الكتروني يتواصل فيه البائعون والمشترون وتعرض المنتجات من سلع وخدمات في صيغة رقمية، وتسمى هذه العملية بالتبادل الالكتروني والتي تختلف كثيرا عن عملية التبادل التقليدي المتعارف عليها.

والجدول التالي يلخص الفروق بين كلا النوعين:

¹ طارق عبد العال حماد، التجارة الالكترونية، الدار الجامعية، الاسكندرية، مصر، 2005، ص 16.

² المرجع نفسه، ص 18.

الجدول (02): مقارنة بين الطريقة القديمة والجديدة لشراء سلعة ما

تجارة الكترونية	تجارة تقليدية	العملية
- صفحة الويب Web	- مجلات، ممثل تجاري، كاتلوج	- البحث عن معلومات حول منتج معين
- بريد الكتروني	- رسالة، وثيقة	- طلب منتج
- بريد الكتروني	- رسالة، وثيقة	- التأكد على طلبية
- كاتلوج على الخط	- كاتلوج	- مراقبة السعر
- بريد الكتروني	- هاتف، فاكس	- التأكد من توفر السلعة
- بريد الكتروني	- وثيقة مطبوعة	- تسليم الطلبية
- بريد الكتروني	- فاكس، بريد	- بعث الطلبية
- قاعدة بيانات على الخط، صفحة Web	- وثيقة مطبوعة، فاكس وثيقة مطبوعة	- التأكد من توفر السلعة في المخزن
- قاعدة بيانات على الخط	- المورد	- تخطيط التسليم
- انترنت	- وثيقة مطبوعة	- تسلم السلعة
- بريد الكتروني	- بريد	- تأكيد التسليم
- بريد الكتروني	- بريد	- بعث فاتورة
- تحويل الكتروني للأموال والبيانات		- بعث التسوية المالية

المصدر: سمية ديمش، (التجارة الالكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر)، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري قسنطينة،

2011، ص 41.

وبالتمعن في الجدول نلاحظ أن هناك بعض التشابه بين الطريقة القديمة والجديدة للشراء إلا أن طريقي الحصول على المعلومات وتحويلها تختلفان، فالتجارة التقليدية تستغرق وقتا طويلا لمعالجة الطلبية بسبب محاور الاتصال المختلفة على عكس التجارة الالكترونية التي تختصر هذه المحاور وتكون فيها المعلومات ذات طبيعة رقمية.

وتتميز التجارة الالكترونية عن التجارة التقليدية باختصار الدورة التجارية مما ينعكس على تخفيض تكلفة المنتج، حيث ألغت التجارة الالكترونية دور تجار الجملة والتجزئة والوكلاء وأصبحت عملية البيع تتم من المصنع إلى المستهلك مباشرة، وبالتالي تنخفض الأرباح التي كان يتحصل عليها هؤلاء الوسطاء نتيجة الجهود التي يبذلونها في شحن وتخزين وإعلان لتوصيل السلع للمستهلك.

المطلب الثاني: نشأة وأشكال التجارة الالكترونية

1- نشأة التجارة الالكترونية:

لم يكن ظهور التجارة الالكترونية فجأة بل كانت نتيجة تعدد المراحل التي مرت بها ثورة الاتصالات والمعلومات وخاصة بعد نمو استخدام شبكة الانترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في العالم.

فأول تطبيق لمفهوم التجارة الالكترونية كان في بداية 1970 من خلال عمليات التحويل النقدي للأموال بطريقة الكترونية من منظمة لأخرى، ولكن هذه الطريقة كانت محصورة ضمن المؤسسات والشركات المالية الكبيرة إلى أن توسع هذا المفهوم ليشمل عمليات نقل وإرسال الوثائق الكترونياً.

ومنذ عام 1995 أصبحت معظم الشركات الكبيرة والمتوسطة لها موقع الكتروني وفي عام 1999 امتدت التجارة الالكترونية من منظمات الأعمال للمستهلك لتشمل منظمات الأعمال لمنظمات الأعمال وفي عام 2001 امتدت الأعمال لموظفي هذه الشركات وظهرت مفاهيم جديدة مثل الحكومة الالكترونية والتعليم الالكتروني.¹

قبل التعرض لأشكال التجارة الالكترونية أولاً نبين الظروف المهيأة لظهور التجارة الالكترونية وذلك على النحو التالي:²

1.1- ظروف ظهور التجارة الالكترونية

انطلاقاً من تعريف التجارة الالكترونية وهي إتمام عمليات المبادلة التجارية عبر الوسائط الالكترونية، فالهاتف والفاكس تدخل ضمن الوسائط الالكترونية، ومن هنا فإن ظهور التجارة الالكترونية قد سبقت ظهور الانترنت بفترة، إلا أن بدايات التجارة الالكترونية كانت من خلال شبكة الاتصال الخاصة بالكمبيوتر لتنسيق خاص بتقاسم البيانات الخاصة بالمؤسسات التجارية وهو ما يعرف بتبادل البيانات الالكترونية (EDI) والذي يعد وسيلة لنقل البيانات بين الشركات عبر نضام مغلق، وقد استخدم هذا الأسلوب من النظم الخاصة بأوامر الشراء والتعامل مع بطاقات الائتمان والكثير من العمليات الأخرى.³

¹ محمد نور صالح الجدانية، التجارة الالكترونية، ط 1، دار الخامد، عمان، 2009، ص 29.

² المرجع نفسه، ص 31.

³ عماد الحداد، التجارة الالكترونية، دار الفاروق، القاهرة، مصر، 2003، ص 11.

فتاريخ ثورة التجارة الالكترونية يعود إلى أحد الشبان يبلغ عمره 29 عاما (Jeff Bezos) ويعمل كمحلل مالي ومدير مالي أراد أن يستخدم الانترنت كأداة للربح وكسب المال فقام سنة 1994 بوضع قائمة من عشرين منتجا يمكنها أن توجد سوق رائعة لها على شبكة الانترنت، وبعد قيامه بتحليل مكثف تأكد أن الكتب جاءت في المرتبة الأولى في هذه القائمة، من هذا المنطق أسس هذا الشاب شركة أمازون والتي أصبحت من بين أهم الشركات في عالم التجارة الالكترونية.¹

2.1- أهمية التجارة الالكترونية

إن التجارة الالكترونية تساهم من خلال ميزتها في خفض التكاليف في توسع الأسواق، وكذا توفر المعلومات عن الأسواق والأسعار وتمتع للمستهلك بالحرية في الاختيار ومقارنة السعر لسوف تحسن كفاءة العملية التجارية، فالتجارة الالكترونية ما هي إلا سوق عالمي عبر أجهزة الكمبيوتر تجمع البائعين والمستهلكين في معارض أو مراكز تجارية.

لقد ساهمت التجارة الالكترونية بشكل كبير بالاستغناء عن التعامل بالمستندات الورقية لتحل مكانها دعائم الكترونية، إن الاستغناء عن التعامل بالمستندات الورقية التقليدية سوف يوفر في كمية الورق، هذا بعد أن تكشفت سلبيات العمل بالمستندات الورقية التقليدية التي من بينها بطء حركة المستندات الورقية، واحتمال تأخير إجراءات الجمارك وتعرض البضاعة لخطر الفساد والتلف وأيضا قابلية محفوظات المستندات الورقية للتضخم وشغلها مزيدا من غرف الحفظ بالإضافة إلى صعوبة تداولها.²

2- أشكال التجارة الالكترونية:

إن التجارة الالكترونية يمكن أن ينظر إليها على أنها مفهوم متعدد الأبعاد، ويمكن أن تتم من خلال تسعة أشكال ولعل أهمها التجارة الالكترونية بين وحدة أعمال ووحدة أعمال والتجارة الالكترونية بين وحدة أعمال ومستهلك نتناولها على النحو التالي:³

¹ عماد الحداد، مرجع سبق ذكره، ص13.

² خالد ممدوح ابراهيم، لوجستيات التجارة الالكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2008، ص155.

³ توفيق محمد عبد المحسن، التسويق وتحديات التجارة الالكترونية، دار الفكر العربي، المملكة المتحدة، 2004، ص492.

1.2- التجارة الالكترونية بين منشأة تجارية ومنشأة تجارية (Business To Business) ويرمز لها بالرمز (B2B) ويقصد بها "تعاملات التجارة الالكترونية التي تتم بين منظمات الأعمال البائعة ومنظمات الأعمال المشتريّة عبر شبكة الانترنت، ومعنى آخر هي كل الصفقات (بيع وشراء) التي تتم بين الشركات".

وبالرجوع إلى بدايات التجارة الالكترونية والتي كانت تتم أساسا بين المنظمات التجارية منذ سنوات في مجال خدمات التحويلات المالية بين المؤسسات المالية الكبرى، وهو ما يعرف (Firm To Firm Trade) ثم امتدت بعد ذلك إلى مختلف القطاعات والميادين لتشمل الروابط والعلاقات الأمامية مثل التسويق والتحضير للأعمال، مثل الموردين للموارد الأولية ومن هذا المنطق أصبحت تعرف (Business To Business) وقد أصبح اليوم هذا التطور في مجال التعامل بين مختلف المنظمات بعضها مع بعض في داخل الدولة الواحدة خاصة في الدول المتقدمة، أو بين المنظمات في دولة ومنظمات في دولة أخرى. ومثال ذلك موقع (www.e-steel.com) مثال عن التجارة الالكترونية من نوع (B2B).

الجدول (03) التجارة الالكترونية (B2B) في الدول الأوروبية لسنة 2014.

الدول	المؤسسات التي قامت بعملية البيع على الانترنت	المؤسسات التي قامت بعملية الشراء على الانترنت
الدنمارك	28%	71%
النرويج	36%	61%
النمسا	15%	59%
ألمانيا	22%	54%
بريطانيا	19%	50%
السويد	26%	49%
بلجيكا	27%	36%
الاتحاد الأوروبي (27)	15%	35%
هولندا	24%	33%
إيطاليا	5%	27%
فرنسا	13%	27%
إسبانيا	12%	23%

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على موقع <http://www.fevad.com>

2.2- التجارة الالكترونية بين منشأة تجارية ومستهلك (Business To Customer) ويرمز لها بالرمز (B2C) وهذا الشكل انتشر بشكل كبير ويستخدم من قبل العميل لشراء المنتجات والخدمات عن طريق الويب من خلال مراكز التسوق على الانترنت وهي تقدم كافة أنواع السلع والخدمات، ويستخدم هذا الشكل من قبل المنشأة التجارية للوصول إلى أسواق جديدة.

2.3- التجارة الالكترونية بين منشأة تجارية والإدارة الحكومية (Business To Government) وهي تغطي جميع التعاملات التي تتم بين وحدات الأعمال والإدارات الحكومية من خلال عملية دفع الضرائب والرسوم التجارية، ورسوم الجمارك وكذا ما تقوم به الإدارات الحكومية من مشتريات من المؤسسات التجارية الالكترونية.

2.4- التجارة الالكترونية من مستهلك إلى مستهلك (Customer To Customer) وهو ما يعبر عنه بالرمز (C2C) وقد ظهر هذا الشكل مع ذبوع استخدام الانترنت وظهور التقنيات الحديثة الخاصة بشبكة الانترنت، والنوع الرئيسي لهذا الشكل هو المعاملات بين المستهلكين عن طريق الرف الالكتروني (Electronic Bay).

2.5- التعاملات فيما بين المستهلكين والشركات (Customer To Business) وهو ما يعبر عنه بالرمز (C2B) وتشير إلى التعاملات التجارية الالكترونية التي تتم بين مستهلكين، أفراد، بائعين ومنظمات أعمال مشتري.

2.6- التعاملات فيما بين الأجهزة الحكومية بعضها البعض (Government To Government) وهو ما يعبر عنه بالرمز (G2G)، ويمكن أن تشمل هذه التعاملات بين الأجهزة الحكومية، لكنها يمكن أن تشمل أعمالاً ذات طابع تجاري كأن تاجر هيئة الأوقاف أراضي أو شقق لوزارة أخرى من وزارات الدولة.

2.7- التعاملات فيما بين الأجهزة الحكومية والشركات (Government To Business) ما يعبر عنه بالرمز (G2B)، تتمثل في المبادلات في المعلومات بين الحكومة والشركات باستخدام الانترنت، كالمعلومات التي ترسلها الحكومة الخاصة بالضرائب والجمارك والأوضاع النقدية وما إليها.

2.8- التعاملات بين الأجهزة الحكومية والمستهلكين (Government To Consumer) ما يعبر عنه بالرمز (G2C)، ويتمثل في الخدمات الالكترونية التي تقدمها للأفراد كاستخراج بطاقات الهوية ورخص السياقة وشهادات الميلاد ودفع الضرائب الكترونياً.

2.9- التعاملات من المستهلك إلى الحكومة (Consumer To Government) ما يعبر عنه بالرمز (C2G)، مثل قيام الأفراد بسداد الضرائب أو رسوم تجديد رخص السيارات للحكومة عن طريق الانترنت والتقدم لشغل الوظائف المعلن عنها في مواقع الحكومة وغيرها من المواقع على الانترنت.

ويمكن توضيح وتلخيص هذه الأشكال باستعمال المصنوفة التي قدمها كوبل (coppel) وهي على النحو التالي :

الشكل (01): مصنوفة كوبل لتصنيفات الانترنت على الأنشطة التجارية أنشطة تبادل المعلومات

مستهلك	شركة	حكومة	
حكومة لمستهلك G2C	حكومة لشركة G2B	حكومة لحكومة G2G	حكومة
شركة لمستهلك B2C	شركة لشركة B2B	شركة لحكومة B2G	شركة
مستهلك لمستهلك C2C	مستهلك لشركة C2B	مستهلك لحكومة C2G	مستهلك

المصدر: محمد الطاهر نصير، التسويق الالكتروني، دار الحامد، عمان، 2005، ص44.

المطلب الثالث: خصائص، مزايا وعيوب التجارة الالكترونية

1- خصائص التجارة الالكترونية

إن التجارة الالكترونية تختص بمجموعة من الخصائص ويمكن إبرازها فيما يلي:

1.1- الطابع العالمي للتجارة الالكترونية

إن أنشطة التجارة الالكترونية تتميز بطابع عالمي فهي لا تعرف الحدود المكانية أو الجغرافية، فأى نشاط تجاري يقدم سلعا أو خدمات على الانترنت لا يعني بالضرورة الانتقال إلى منطقة جغرافية بعينها، فإنشاء موقع تجاري على الانترنت يمكن صاحب الشركة حتى ولو كانت صغيرة بإمكانية التغلغل إلى أسواق ومستخدمي شبكة الانترنت عبر العالم كله. لكن ما يعيب هذه الخاصية انه في حالة السلع أو الخدمات التي تسلم على الخط، أي السلع غير مادية فإنه يصعب فرض الضرائب عليها.¹

2.1- الطابع المتداخل في التجارة الالكترونية:

إن الفوارق في توزيع الوسائل المادية بين المؤسسات سواء كانت كبيرة أو صغيرة أصبحت في التجارة الالكترونية اقل وضوحا وحدة، وأصبح بالإمكان تسليم السلع والخدمات بالطريقتين التقليدية أو بطريقة الكترونية

¹ ابراهيم العيسوي، المرجع سبق ذكره، ص ص31-34.

مباشرة على الانترنت مثل الموسيقى والأقراص المدججة وأفلام الفيديو... الخ، وهذا ما يخلق صعوبة فرض الضريبة على المنتج إذا ما كان سلعة أو خدمة، هذه الخاصية تلزم المؤسسات على إعادة هيكلة نفسها لمواجهة التغيرات الطارئة التي تفرضها ممارس التجارة الالكترونية.¹

3.1- غياب التعامل الورقي في معاملات التجارة الالكترونية :

إتمام صفقة تجارية كاملة بدأ من التفاوض على الشراء والتعاقد ودفع قيمة البضاعة واستلامها الكترونيا يتم دون تبادل مستندات ورقية على الإطلاق (في حالة السلع القابلة للترقيم). وهذا ما يدعم هدف التجارة الالكترونية وهو خلق مجتمع اللاورقية.²

4.1- عدم الكشف عن هوية المتعاملين:

إن معاملات التجارة الالكترونية تتم بين أطراف قد يفصل بينهما آلاف الأميال كما قد يختلف التوقيت الزمني بينهم، وبالتالي غياب المعلومات الكافية عن المتعاملين بين بعضهم البعض قد يخلق سلبيات كتقديم معلومات زائفة أو تقديم بطاقات ائتمان مسروقة أو إساءة استخدام المعلومات أثناء التعامل وهذا ما يثير مسألة الخصوصية وسرية المعلومات، لكن التقدم الذي تشهده التكنولوجيا الحديثة سيوفر حتما الأمان والموثوقية والنزاهة والصدق في التعاملات التجارية عبر الانترنت.³

5.1- سرعة تغير المفاهيم والأنشطة في التجارة الالكترونية:

إن اتساع حجم نطاق التجارة الالكترونية والتغيرات المتسارعة التي تتعرض لها أنشطتها ونظرا لارتباط أنشطتها بوسائل الاتصال الالكتروني ومجالات الاتصالات، والمعلومات التي تعرف هي الأخرى تغيرات متسارعة يعرض التجارة الالكترونية هي الأخرى للتغير المتسارع.⁴

¹ ابراهيم العيسوي، المرجع سبق ذكره، ص36.

² خالد ممدوح ابراهيم، المرجع سبق ذكره، ص152.

³ المرجع نفسه، ص153.

⁴ المرجع نفسه، ص153.

2- مزايا وعيوب التجارة الالكترونية:

كما للتجارة الالكترونية مزايا فهي لها أيضا عيوب فيما يلي نستعرض هذه المزايا والعيوب:¹

1.2- مزايا التجارة الالكترونية: للتجارة الالكترونية مجموعة من المزايا وهي كالآتي:

1.1.2- المزايا بالنسبة للأفراد:

أ- توفير الوقت والجهد: إن المواقع والأسواق الالكترونية تفتح 7/7 أيام و24/24 ساعة، وهذا ما يوفر للزبون خاصية الوقت للسفر أو الانتظار في طابور لشراء منتج معين، ولا يتطلب شراء أحد المنتجات أكثر من النقر على المنتج وإدخال بعض معلومات البطاقة الائتمانية، ويوجد بالإضافة إلى البطاقة الائتمانية العديد من أنظمة الدفع الملائمة مثل التسديد نقدا عند الاستلام أو استخدام النقود الالكترونية.

ب- حرية الاختيار: يمكن للزبون من خلال عملية الشراء عبر التجارة الالكترونية المقارنة بين أسعار وأشكال السلع والخدمات المتوفرة عبر الانترنت، وبإمكانه زيارة العديد من المواقع للاختيار الأنسب كما تتيح بعض المواقع إمكانية تجربة بعض السلع كبرامج الكمبيوتر والألعاب وإمكانية التواصل مع شركات عالمية خارج النطاق المحلي.

ج- خفض الأسعار: إن التسوق عبر الانترنت يوفر للمستهلك تجنب تكاليف إضافية وتخفيض نفقاته مقارنة بالتسوق العادي وهذا ما هو في صالح الزبون، كما بإمكانه الاستفادة من عروض الخصم كبيرة تطلقها الكثير من الشركات عبر الانترنت.

د- نيل رضا المستخدم: تتكفل الشركات المتواجدة عبر الانترنت بالإجابة والرد على تساؤلات زبائنها من خلال التخاطب الشخصي أو عبر البريد الالكتروني، كما توفر الانترنت ميزة الإجابة عن استفسارات الزبائن مما يوفر خدمات أفضل للزبائن ويستحوذ على رضاهم.

2.1.2- بالنسبة للمؤسسات

أ- تسويق أكثر فعالية وأرباح أكثر: إن خاصية الطابع العالمي في التجارة الالكترونية يتيح للمؤسسات التغلغل في الأسواق العالمية مما يوسع قاعدة زبائنها عبر العالم، وبالتالي جني أرباح إضافية وهذا طيلة أيام السنة وبدون انقطاع.

¹ ابراهيم بخي، التجارة الالكترونية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص ص 66 - 68 .

ب- **تخفيض مصاريف المؤسسات:** استخدام تجهيزات من أجل الترويج وجذب الزبائن في التجارة التقليدية يثقل ميزانية المؤسسة بتكاليف إضافية، في حين أنه في التجارة الالكترونية هذه العمليات تعد أكثر اقتصادية، فوجود قاعدة بيانات على الانترنت تحتفظ بتاريخ عمليات البيع في المؤسسة وأسماء الزبائن، مما يتيح استرجاع المعلومات الموجودة في قاعدة البيانات لتفحص تواريخ عمليات البيع بسهولة، لسوف يعمل على تقليل عدد الموظفين المكلفين بعملية الجرد والإدارة.

ج- **تواصل فعال مع الشركاء والعملاء:** توفر التجارة الالكترونية فرص للمؤسسات للاستفادة من البضائع والخدمات المقدمة من طرف المؤسسات الأخرى، فالتجارة الالكترونية تقلص المسافات وتعبر الحدود مما يوفر طريقة فعالة لتبادل المعلومات مع الشركاء.

3.1.2- المزايا على المستوى القومي:

تتمثل أهم المكاسب التي تعود على المجتمع من خلال تطبيق التجارة الالكترونية في:

أ- **دعم التجارة الالكترونية:** إن التجارة الالكترونية تؤدي إلى رفع درجة الانفتاح الاقتصادي من خلال تسويق السلع والخدمات عالميا وبتكلفة محدودة، بالإضافة إلى خاصية سرعة عقد وإنهاء الصفقات التجارية، والقدرة على تحليل الأسواق وبالتالي الاستجابة لتغير متطلبات المستهلكين، مما يوفر فرص زيادة معدلات الصادرات، فقد أثبتت إحدى الدراسات القياسية أن الزيادة في استخدام الانترنت بمقدار 10% في الدول الأجنبية يؤدي إلى نمو صادرات وواردات الولايات المتحدة الأمريكية بمقدار 1.7% و 1.1% على التوالي.

ب- **دعم التنمية الاقتصادية:** نظرا لما تقدمه التجارة الالكترونية من خفض لتكاليف التسويق والدعاية والإعلان، وتوفير الوقت والمكان اللازمين لتحقيق المعاملات التجارية، إن إدارة المؤسسات خاصة المتوسطة والصغيرة منها والتي تمثل المحور الأساسي في التنمية الاقتصادية والتي تعاني من غياب الموارد الاقتصادية اللازمة تمكنها التجارة الالكترونية للوصول إلى الأسواق العالمية، إضافة إلى تحسين المستوى التكنولوجي ورفع مهارات العمالة على اعتبار أن ذلك يعد أهم مقومات نجاح التجارة الالكترونية، فنجاح المشروعات الصغيرة والمتوسطة يساهم في زيادة حركة التجارة الدولية بفاعلية وكفاءة. وهذا ينعكس إيجابا على تفعيل نشاطات هذه المشروعات الأمر الذي يدفع بعجلة التنمية الاقتصادية.

ج- دعم التوظيف: تمكن التجارة الالكترونية من إقامة مشاريع تجارية صغيرة ومتوسطة للأفراد وربطها بالأسواق العالمية بأقل تكاليف استثمارية، وبالتالي خلق فرص جديدة للتوظيف مما يساهم في حل مشكل البطالة في المجتمع.

د- دعم القطاعات التكنولوجية: يؤدي انتشار التجارة الالكترونية على المستوى القومي إلى ظهور قطاعات متخصصة في تقنية المعلومات والاتصال من اجل دعم البنية التحتية للتجارة الالكترونية، ومع نمو التجارة الالكترونية وانتشار استخدامها تظهر فرص استثمارية لتوجيه رؤوس الأعمال للعمل في تطوير وتحسين وتحديث البنية التحتية الالكترونية، والاستثمار في الخدمات المصاحبة لها مما يؤدي إلى خلق وتوطين قطاعات تكنولوجية جديدة متقدمة تدعم الاقتصاد القومي.

2.2- عيوب التجارة الالكترونية:

للتجارة الالكترونية عيوب يمكن عرضها فيما يلي: ¹

- سرقة أو تزييف البطاقات الائتمانية يؤدي إلى تحمل أصحابها تكاليف سلع وخدمات لم يقيم بشرائها؛
- غياب التعامل الورقي في التجارة الالكترونية يهدد مصالح العملاء والشركات والبنوك نتيجة إمكانية حدوث تزوير بالبيانات أو تلاعب بالفواتير والمستندات عند الطلب؛
- صعوبة التحقق من هوية المتعاملين في التجارة الالكترونية، نظرا لغياب العلاقة المباشرة بين العملاء؛
- استيراد سلع ممنوعة الاستعمال في الأسواق المحلية؛
- حدوث اختراقات في شبكة الانترنت يؤدي إلى فضح أسرار العملاء والبنوك والشركات.

المبحث الثاني: آليات ووسائل الدفع المعتمدة في التجارة الالكترونية وتأمينها

إن التجارة الالكترونية مثلها مثل التجارة العادية تسير وفق آليات وضوابط لتحقيق تبادل الكتروني متوازن وضمان حقوق كل من البائع والمشتري، فالبائع يستعمل وسائل وآليات كالإشهار والترويج تحقق له أكبر المبيعات والأرباح، كما أن المشتري يجب عليه التسديد مقابل استلام البضائع باستعمال أدوات دفع حديثة تتماشى مع الانترنت والتعاملات الرقمية. إلا انه من نتائج التعاملات عبر الانترنت ظهور وسائل غش واحتيال

¹ صراع كريمة، (واقع وأفاق التجارة الالكترونية في الجزائر)، مذكرة ماجستير في العلوم التجارية، جامعة وهران، 2014، ص25.

تتجاوز حدود الدول، إلا انه بفضل التكنولوجيا الحديثة تم تطوير مجموعة من البرامج والتقنيات التي تساهم في التخلص من مشكلة سرية وأمن المعاملات الالكترونية وتزرع الثقة في نفوس المتعاملين وتشجعهم على الشراء عبر الانترنت.

المطلب الأول: أطراف ومراحل إبرام التجارة الالكترونية

1- أطراف التجارة الالكترونية:

إن الأطراف الثلاثة للتجارة الالكترونية هي نفسها أطراف التجارة التقليدية المتمثلة في مستهلك والبائع والبنك.¹

1.1- المستهلك: يمكننا تعريف المستهلك بأنه الشخص الذي يتحول في الانترنت ويزور مختلف مواقع الويب التجارية بحثا عن السلع والخدمات التي تشبع حاجياته، بمعنى آخر المستهلك هو كل من يتعاقد الكترونيا بقصد إشباع رغباته.

كما يمكننا تصنيف المستهلكين الذين يزورون المواقع التجارية ضمن ثلاث شرائح أساسية هي:

أ- **مستهلكون عرضيون:** وهم الأشخاص الذين يزورون موقع الشركة بين الحين والآخر، لكن بشكل غير منتظم.

ب- **مستهلكون منتظمون:** وهم من يسعون إلى تلبية حاجياتهم بشكل متكرر ومنتظم، فقد يزورون الموقع التجاري مثلا كل نهاية أسبوع.

ج- **مستهلكون دائمون:** وهم الأشخاص الذين يبحرون في شبكة الانترنت بشكل يومي بهدف معرفة آخر تطورات والتحسينات في هذه المنتجات.

2.1- البائع "التاجر": هو من يقوم بإنشاء موقع على شبكة الانترنت ويتخذه كواجهة أو نافذة لعرض منتجاته والتعريف بها وتسويقها، حيث يساهم هذا الموقع في تعزيز التفاعل بين البائع والمشتري، ويستطيع البائع من خلال هذا الموقع تقديم معلومات تفصيلية عن السلعة (صورها، تكاليفها، طريقة دفع الثمن.....) وتلقي العروض حول هذه السلعة.

¹ سمية ديمش، (التجارة الالكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر)، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري قسنطينة، 2011، ص64.

3.1- البنك: تلعب البنوك الالكترونية دورا جوهريا في تسيير معاملات التجارة الالكترونية من خلال توفيرها للوسائل اللازمة لتسوية المدفوعات بين الطرفين، فلكي تتم أي صفقة الكترونية لابد من امتلاك كل من البائع والمشتري لحساب في أحد البنوك، حيث أن عملية الدفع والقبض تكون بين بنك المصدر "المشتري" وبنك المستفيد "البائع"، وتوفر البنوك الالكترونية تشكيلة متنوعة من الخدمات من بينها:

- خدمة معرفة الرصيد؛

- خدمة سداد المدفوعات والفواتير نيابة عن المتعامل؛

- خدمة البطاقات الائتمانية؛

- خدمة التحويل الالكتروني للأموال؛

- خدمة أجهزة الصراف الآلي.

2- مراحل إبرام عقود التجارة الالكترونية

لكي يتم إبرام عقود التجارة الالكترونية لابد من المرور بخطوات أو مراحل أساسية تتمثل فيما يلي: ¹

1.2- مرحلة العرض أو الإيجاب: خلال هذه المرحلة يتمكن المستهلكون من التعرف جيدا على السلعة

المطلوبة من خلال المعلومات المقدمة من صاحب الموقع، ولهذا يجب صياغة العرض بطريقة تمكنه أن يكون موجهها

إلى أكبر عدد من المستهلكين، كما يجب أن يكون هذا العرض دقيقا وشاملا، أي يجب أن يوضح ما يلي:

- هوية البائع أو المنتج وكل المعلومات المتعلقة به (اسم الشركة، العنوان، رقم الهاتف)؛

- المواصفات الداخلية والخارجية للمنتج؛

- سعر البضاعة أو الخدمة؛

- مدة صلاحية العرض أو السعر؛

- وسائل الدفع والإرسال والتنفيذ المعتمدة؛

- المصاريف المرتبطة بالبضاعة مثل رسوم جمركية والنقل والشحن والتأمين.

¹ سمية دمشق، المرجع سبق ذكره، ص 67-69.

2.2- مرحلة الطلب "القبول" والدفع: بعد اقتناع المشتري بالعرض وإصداره لأمر الشراء، يقوم بتسوية المدفوعات الكترونيا وهذا بإصدار أمر الدفع باستخدام أحد الوسائل التالية:

- الدفع النقدي عند الاستلام؛
- الدفع باستخدام البطاقات البلاستيكية؛
- الدفع باستخدام النقود الالكترونية؛
- الدفع باستخدام الشيكات الالكترونية.

3.2- مرحلة التنفيذ "التسليم": في هذه المرحلة يتم التسليم الفعلي للسلع والخدمات المتفق عليها، ويختلف التسليم بحسب نوع البضاعة فهناك الطريقة التقليدية لتسليم البضائع المادية، حيث يتم طلب الشراء والسداد الكترونيا، على أن يتم تسليم البضاعة بالبريد أو تستعين المؤسسة بمندوبي المبيعات لتوصيل السلعة للمستهلك بنفسه، أما الطريقة الثانية هي الطريقة الالكترونية لتسليم السلعة الرقمية، حيث يتم الشراء والسداد والتسليم الكترونيا من خلال شبكة الانترنت.

المطلب الثاني: وسائل الدفع الالكترونية

تصنف وسائل الدفع الالكتروني بالاعتماد على توقيت الدفع ضمن ثلاث أنظمة للدفع الكترونيا:

1- نظام الدفع الالكتروني المسبق:

يشمل هذا النظام النقود الالكترونية والبطاقات الذكية:¹

1.1- النقود الالكترونية: يمكننا تعريف النقود الالكترونية أنها مجموعة من البروتوكولات والتوقع الرقمية التي تتيح للرسالة الالكترونية أن تحل فعليا محل تبادل العملات التقليدية، فالنقود الرقمية هي المكافئ الالكتروني للنقود التقليدية التي اعتدنا تداولها.

لقد ظهرت النقود الالكترونية لمعالجة نقائص البطاقات الائتمانية في مجالين الكترونيين أساسيين هما:

- النقود الالكترونية تصلح لتسوية الميكرو مدفوعات، أي مدفوعات الانترنت التي تكلف من سنتات قليلة إلى ما يقارب 10 دولارات وهو الحد الأدنى لمدفوعات بطاقة الائتمان، فالنقود الالكترونية قابلة للتجزئة لوحداث صغيرة؛

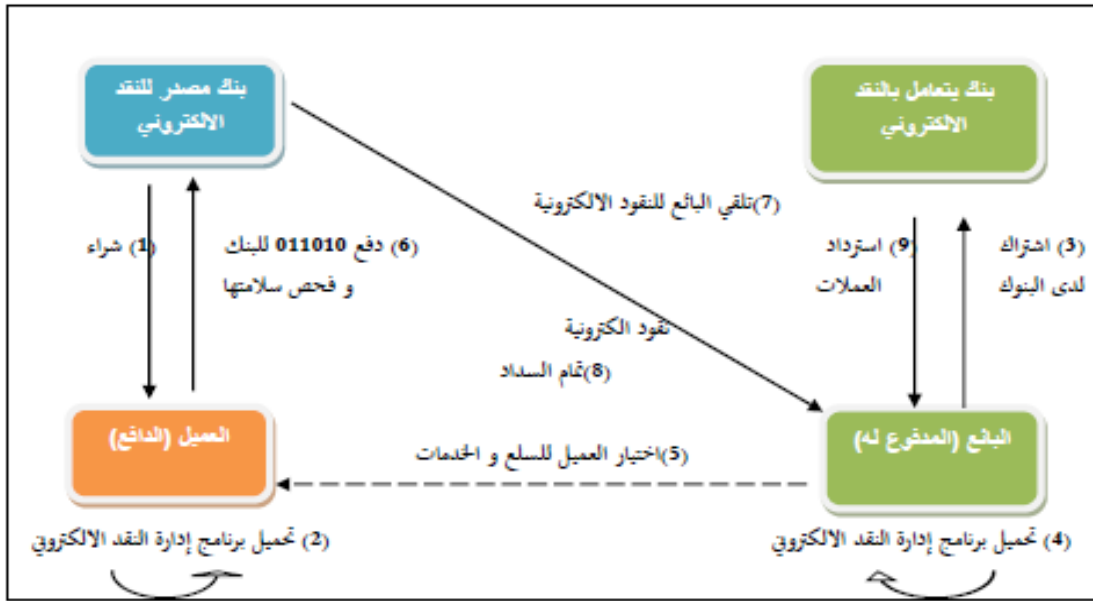
¹ ابراهيم بختي، (دور الانترنت وتطبيقاته في مجال التسويق - دراسة حالة الجزائر -)، اطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 2002، ص115.

- النقود الافتراضية ملائمة للأشخاص الذين لا يستطيعون استخراج بطاقة الائتمان بسبب صغر سنهم أو تدني مدخولاتهم أو بسبب وجود مشكلات لديهم.

* مبدأ عمل النقود الإلكترونية:

يوضح الشكل التالي دورة استخدام النقود في تسوية المدفوعات:

الشكل رقم (02): دورة استخدام النقد الإلكتروني وإجراءاتها



المصدر: رأفت رضوان، عالم التجارة الإلكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 1999، ص 66 .

- (1) يقتني المشتري وحدات النقد من أحد البنوك المصدرة، ويقوم بتحميلها سواء على الحاسب أو البطاقة الذكية؛
- (2) يحمل المشتري برنامج مجاني خاص بإدارة النقد الإلكتروني؛
- (3) يشترك البائع لدى أحد البنوك المصدرة للنقود الإلكترونية؛
- (4) يقوم البائع أيضا بتحميل برنامج إدارة النقد الإلكتروني؛
- (5) يحدد المشتري حاجياته من موقع البائع ويصدر أمر الدفع عن طريق كمبيوتره، فيقوم برنامج الإدارة باختبار الرصيد واختيار وحدات النقد المناسبة، ويرسلها في كشف خاص إلى البائع عن طريق البنك المصدر للعملة؛
- (6) بعد أن يقوم البنك المتلقي للكشف بالتأكد من صحة أرقام العملة، يرسلها إلى البائع؛
- (7) يضيف برنامج إدارة النقد للبائع العملات الإلكترونية إلى خزينته؛

(8) يتولى برنامج إدارة النقد الإلكتروني للبائع مهمة إبلاغ المشتري بتمام السداد، فيقوم نظام النقد الإلكتروني لهذا الأخير بمحو هذه الوحدات من حساب المشتري؛

(9) يرسل برنامج الإدارة كشف العملات للبنك المشترك فيه، فيقوم هذا الأخير بتحويل النقود الإلكترونية إلى نقود حقيقية في حساب البائع.

2.1- البطاقات الذكية " smart card ": تعتبر البطاقات الذكية من أحدث البطاقات المنتجة على مستوى العالم، حيث تستخدم فيها تكنولوجيا متطورة ساهمت في الحد من مشاكل السرقة التي تتعرض لها البطاقات البلاستيكية الأخرى كالبطاقة الائتمانية.

وتعرف على أنها عبارة عن بطاقة بلاستيكية بحجم بطاقة الائتمان، يثبت عليها شريط ممغنط عليه رقم كودي يحمل شريحة الكترونية مزودة بذاكرة مصاحبة، حيث تكون قادرة على أن تخزن وتسترجع وتعالج جميع البيانات الشخصية لحاملها، ومبدأ عمل البطاقات الذكية يتمثل في ضرورة تعاملها مع أجهزة تقرأ ما تحتويه البطاقة من معلومات على الذاكرة الخاصة بها فيكفي مجرد تمرير البطاقة في الجهاز القارئ ليتم خصم قيمة الشراء بطريقة أوتوماتيكية وبكل سهولة من بطاقة المشتري ونقلها إلى جهاز البائع ليتمكن هذا الأخير من نقل قيمة الصفقة إلى حسابه البنكي.¹

لهذا النوع الحديث من البطاقات مجموعة من الخصائص نذكر منها:²

- هي بمثابة كمبيوتر متنقل للعميل لاحتوائها على سجل جميع المعلومات الشخصية؛
- تعبر عن قيمة نقدية مخزونة مدفوعة مقدما؛
- تساعد على تخفيض عدد بطاقات التي يحملها كل شخص؛
- تمثل أفضل حماية ضد التزوير وسوء الاستغلال.

2- نظام الدفع الإلكتروني الفوري: إن بطاقة الخصم الفوري أو بطاقة السحب المباشر هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية يتم بموجبها خصم ثمن المشتريات من رصيد صاحب البطاقة مباشرة بعد التحقق من صحة رقم البطاقة، وبالتالي تحول القيمة المالية من حساب صاحب البطاقة إلى حساب التاجر مباشرة دون تأجيل. ولبطاقة الدفع الفوري عدة خصائص نذكر منها:

¹ ابراهيم بختي، (دور الانترنت وتطبيقاته في مجال التسويق - دراسة حالة الجزائر -)، المرجع سبق ذكره، ص 118.

² المرجع نفسه، ص 118.

- بطاقة الدفع الفوري هي بطاقة متعددة الاستخدامات، حيث تستعمل لسداد المشتريات كما تستعمل لسحب النقود من الحساب، فهي تجمع بين نظام (automated teller machine) ATM والاستخدام عند نقطة البيع (point of sale) POS؛

- هي بطاقات متجددة، حيث يمكن إعادة تحميلها بمبالغ مالية أخرى عن طريق إيداع نقود في البنك؛
- توفر الوقت والجهد من خلال الخصم المباشر من حساب العميل بصورة فورية بمجرد تقديم البطاقة.

3- نظام الدفع الالكتروني المؤجل:

ينطوي ضمن هذا النظام كل من البطاقة الائتمانية والشيك الالكتروني: ¹

1.3- البطاقة الائتمانية: وتعرف على أنها البطاقات البلاستيكية التي تصدرها المؤسسات المالية أو المصرفية في حدود مبالغ معينة، وتستخدم هذه البطاقات كضمان ولذا لا يمنحها البنك إلا بعد القيام بدراسة دقيقة ومعقدة للملائمة العميل وموقفه المالي، وهذا بغرض تجنب المخاطر الناجمة عن عدم قدرة العميل على سداد ديونه.

يمكن استخدام البطاقة الائتمانية بعدة طرق منها:

• الدفع في مواقع البيع؛

• الدفع عن بعد (عبر الانترنت).

كما أن للبطاقة الائتمانية عدة خصائص نذكر منها:

- تتيح البطاقة الائتمانية إمكانية شراء السلع والخدمات دون دفع قيمتها حالا، فهي تسمح بالشراء الفوري والدفع الآجل؛

- تساعد هذه البطاقات على تنشيط السوق وزيادة سيولته من خلال خلق النقود المصرفية؛

- تتميز بالقبول الواسع سواء على المستوى المحلي أو العالمي، بحيث يستطيع حاملها أن يدفع مقابل مقتنياته باستخدام هذه البطاقات في أي مكان في العالم؛

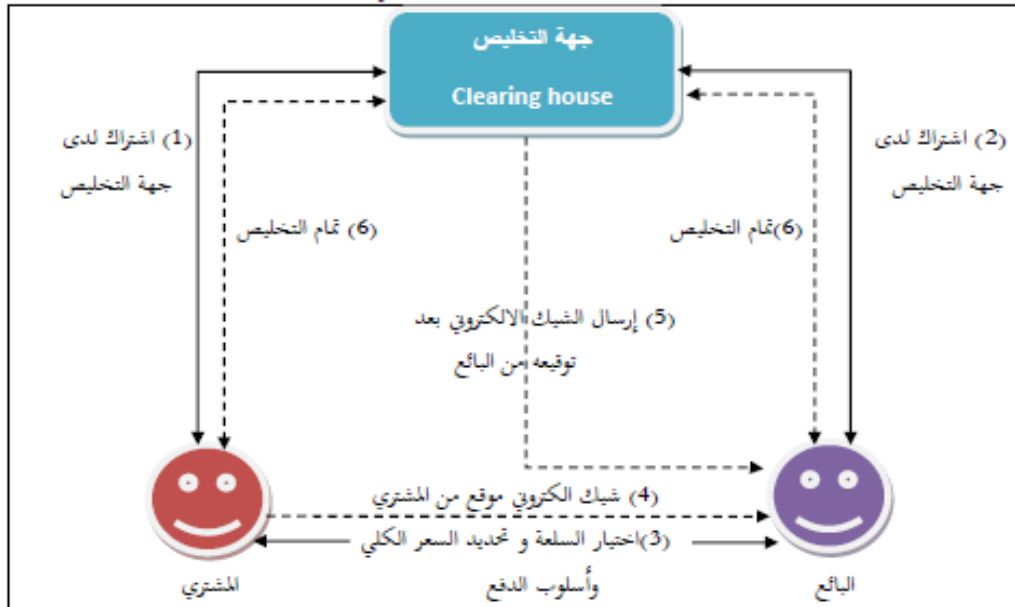
- تمثل البطاقات الائتمانية مصدر دخل جيد للبنوك.

¹ فاروق السيد حسين، التجارة الالكترونية وتأمينها، دار هلا للنشر والتوزيع، الجزيرة، مصر، 2001، ص25.

2.3- الشيك الالكتروني: هو عبارة عن رسالة الكترونية مؤمنة وموثقة تحمل التزاما قانونيا بالدفع هو ذات الالتزام في الشيكات الورقية، أي انه وثيقة الكترونية تحل محل الشيكات الورقية ولكن بشكل وتنسيق الكتروني، حيث يتم إرسال هذه الرسالة عبر البريد الالكتروني المؤمن من مصدر الشيك إلى حامله، هذا الأخير الذي يحصل على مستحقاته بعد تقديم الشيك للبنك الذي يعمل عبر الانترنت، ويحمل الشيك الالكتروني نفس البيانات والمعلومات الموجودة في الشيك الورقي. (الملحق رقم 01)

يعتمد مبدأ عمل الشيك الالكتروني على وجود وسيط بين البائع والمشتري لتسهيل المعاملات هو البنك أو جهة التخليص، ويمثل الشكل الموالي المراحل التي يمر بها الدفع باستعمال الشيك الالكتروني:

الشكل (03): دورة استخدام الشيك الالكتروني وإجراءاتها



المصدر: رأفت رضوان، عالم التجارة الالكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 1999، ص70.

يتضح لنا من خلال الشكل السابق بأن طريقة عمل الشيكات الالكترونية لا تختلف كثيرا عن الشيكات التقليدية، حيث تمر هذه الطريقة بمجموعة من الخطوات المتمثلة في:

(1)، (2) فتح حساب جاري لكل من البائع والمشتري لدى جهة التخليص (البنك) نفسها، أين يتم حفظ توقيعهما الالكتروني.

(3) يزور المستهلك العديد من مواقع التجارة الالكترونية ويقوم بتحديد السلعة التي يرغب في اقتنائها، ويتفاوض مع البائع حول سعر المنتج وكيفية تسوية المدفوعات.

- (4) بعد اقتناع المستهلك بخصائص السلعة واتفاقه مع البائع حول كافة الشروط يقوم البائع بإرسال الفاتورة الالكترونية إلى العميل، ليقوم هذا الأخير بتحرير الشيك الالكتروني باستخدام الكمبيوتر ويوقعه بالتوقيع الإلكتروني المشفر، ويقوم بإرساله إلى المستفيد عبر البريد الإلكتروني المؤمن.
- (5) يستلم المستفيد الشيك ويقدمه للبنك بعد أن يقوم بتظهره إلكترونياً.
- (6) عند استلام البنك للشيك يقوم بمراجعته ثم يحول قيمته المالية من حساب مصدر الشيك (المشتري) إلى حساب حامله (البائع)، وفي الأخير يخبر الطرفين بانتهاء إجراءات الصفقة وتمامها.

كما أن للشيك الالكتروني عدة خصائص نذكر منها:¹

- تتميز الشيكات الالكترونية بالانخفاض الكبير في تكلفة المقاصة مقارنة بالشيك التقليدي؛
- إن الشيك الالكتروني يحمل توقيعاً رقمياً مشفراً يصعب تزويره مما يمنح المزيد من الحماية والأمان للمستخدمين، كما يستعمل هذا النظام بروتوكول يوفر شهادات الكترونية تضمن شخصية المدين وبنكه وهذا البروتوكول هو SET (secure electronic transaction)؛
- إن الشيك الالكتروني هو وثيقة الكترونية يتم الدفع بواسطتها من تحميل برنامج خاص من طرف الزبون ودون الحاجة إلى استعمال دفتر شيكات ورقي.

3.3- المحفظة الالكترونية: هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية مغطاة (مزودة بشريحة حوسبية) يمكن تثبيتها على الكمبيوتر الشخصي، أو تكون قرصاً مرناً يمكن إدخاله في فتحة القرص المرن في الكمبيوتر الشخصي ليتم نقل القيمة المالية منه وإليه عبر الانترنت.² (الملحق رقم 02)

ويعتمد مبدأ عمل المحفظة الالكترونية وفقاً للخطوات التالية:³

- يدخل المتسوق إلى موقع يقبل التعامل بالمحافظ الالكترونية ويختار السلعة التي تلبي احتياجاته؛
- عند توجه المتسوق إلى مكان الفحص الالكتروني يطلب منه الموقع تحديد كيفية إدخال البيانات والمعلومات، سواء يقوم بطباعتها مباشرة أو يدخلها مباشرة من المحفظة التي تقوم بملئ المعلومات الضرورية أتماتيكياً داخل الموقع؛

¹ فاروق السيد حسين، المرجع سبق ذكره، ص 27.

² طارق عبد العال حماد، المرجع سبق ذكره، ص 115.

³ المرجع نفسه، ص 117.

- إذا رأى المستهلك بأن ملئ نماذج المعلومات يستغرق وقتا طويلا وفضل استعمال المحافظة الالكترونية فإنه ينقر عليها (click) ويدخل كلمة السر، حين إذن تعرض قائمة الائتمان التي في المحفظة فيختار المتسوق واحد منها ويطبع كلمة السر؛

- تتكفل المحفظة وموقع البائع بمهمة إتمام الصفقة ولا يطبع المتسوق شيئا، حيث تقوم المحفظة بتتبع المشتريات والحصول على إيصالات من هذه المشتريات.

ويوجد عدة خصائص للمحفظة الالكترونية نلخصها في ما يلي:

• ملئ نماذج الفحص أتوماتيكيا.

• توفير مكان للتخزين.

4- النظام البنكي الحديث للدفع:

تماشيا مع التقدم التقني المذهل، طورت الكثير من المصارف التقليدية والالكترونية باقة متنوعة من الخدمات المعاصرة التي يمكن تلخيصها كما يلي:¹

1.4- الهاتف المصرفي Phone bank: هو نظام يعمل 24/24 ساعة و 7/7 أيام وخلال أيام العطل ، وقد أنشأ هذا النظام في البنوك بغية تمكين عملائها من الحصول على توضيحها واستفسارات خاصة عن حساباتهم عن طريق الاتصال بهذه المصارف واستخدام رقم سري خاص بكل عميل، كما تمكنهم من سحب بعض المبالغ من هذه الحسابات وتحويلها لسداد بعض الالتزامات كالكمبيالات والفواتير، فضلا عن امكانية الحصول على قرض.

2.4- الانترنت المصرفي Home banking: يمكن للعميل في هذا النظام أن يصل للفرع الالكتروني للبنك بطرق سهلة، وبالتالي يحصل على الخدمات المصرفية التي يحتاجها عبر الانترنت وهو جالس في منزله ويتحاور مع موظف البنك، دون الذهاب شخصيا إلى هذا البنك.

فبدلا من توسع البنوك في إنشاء مقر عقارية جديدة لها، فإنها اتجهت نحو إنشاء موقع على شبكة الانترنت.

3.4- أوامر الدفع المصرفية الالكترونية وخدمات المقاصة الالكترونية: في الماضي كان العميل يصدر أوامر الدفع لشخص ما بطريقة يدوية، أما الآن فأصبحت تتم في بعض المصارف من خلال "خدمات المقاصة الالكترونية والمصرفية"، وتسمح هذه الخدمة بتحويل النقود من حساب العميل إلى حسابات آخرين أو منظمات

¹ سمية ديمش، المرجع سبق ذكره، ص ص 80-81.

أخرى في أي فرع لأي مصرف في الدولة. تتولى خدمات المقاصة الآلية مؤسسة تقوم بتنفيذ عمليات المدفوعات والتحويلات النقدية بين البنوك المختلفة أو بين فروع البنك الواحد على أساس الكتروني.

وفي الوقت الذي نجد الأنواع العديدة لوسائل الدفع الالكترونية والتي تساهم في تطوير وتسهيل التجارة الالكترونية، نجد من جانب آخر مشكلة أمن المعاملات والتي تعرقل نمو هذه التجارة ولهذا لا بد من اللجوء إلى وسائل تضمن أمن المعلومات المتدفقة عبر الانترنت.

المطلب الثالث: أمن المعاملات التجارية على شبكة الانترنت

المعلومات أثناء تدفقها عبر شبكة الشبكات يمكن أن تحول ويقرأ محتواها، خصوصاً المعلومات المالية (أرقام الحسابات وأرقام بطاقات الائتمان) كما يمكن أن تتعرض مواقع المؤسسات إلى عمليات الاختراق والتخريب من طرف لصوص الانترنت *internet hackers*، مما أدى إلى ضرورة اللجوء إلى المعايير والأنظمة التي توفر السرية والأمن والخصوصية لمعاملات التجارة الالكترونية.

وسنورد في ما يلي أهم الوسائل والأنظمة المستخدمة لضمان النقل الآمن للمعلومات:

1- التشفير: هو عملية دمج المعلومات في شفرة سرية غير مفهومة، ثم فك هذه الشفرة بعد وصولها إلى وحدة خدمة الويب الآمنة، أي أن التشفير هو استبدال مستند أو رسالة باستخدام برنامج معين حتى لا يمكن الاطلاع على محتواها أو تعديلها أو تغييرها إلا من طرف مستقبلها.¹

ويتم تقسيم طرق التشفير بناء على معيار المفتاح المستخدم إلى ثلاث أنواع رئيسية تتمثل في:²

أ- التشفير باستخدام المفتاح المتماثل (المفتاح السري): يعتمد هذا النظام على استخدام نفس المفتاح من طرف مصدر الرسالة المرسل إليها للقيام بتشفير الرسالة وإعادة فك رموزها.

ب- التشفير باستخدام المفتاح اللامتماثل (المفتاح العام): ظهر نظام المفتاح العام بغرض معالجة نقائص نظام التشفير بالمفتاح المتماثل في تعرض المفتاح إلى أخطار أمنية أثناء تبادلها، فيفضل هذا النظام أصبح من الممكن تجنب هذه الأخطار عن طريق تشفير البيانات باستخدام مفتاحين اثنين بدل من واحد.

¹ ابراهيم بختي، التجارة الالكترونية، المرجع سبق ذكره، ص 77.

² المرجع نفسه، ص 77.

ج- المزج بين أسلوب استخدام المفتاح المتماثل والمفتاح العام: يهدف هذا النظام إلى تفادي عيوب النظامين السابقين من خلال ضمان قدر كبير من الأمن والحماية للبيانات بأقل تكلفة ممكنة في أقصر وقت، ويستطيع هذا النظام تحقيق هدفه من خلال المزج بين أسلوب المفتاح المتماثل والمفتاح العام.

2- التوقيع الالكتروني: عرفت المادة (2/أ) من القانون النموذجي المتعلق بالتوقيعات الالكترونية والذي وضعته لجنة الأمم المتحدة لقانون التجارة الدولي سنة 2001 التوقيع الالكتروني بأنه "بيانات في شكل الكتروني مدرجة في رسالة بيانات أو مضافة إليها أو مرتبطة بها منطقياً، ويجوز أن تستخدم لتعيين هوية الموقع بالنسبة إلى رسالة البيانات وبيان موافقة الموقع على المعلومات الواردة في رسالة البيانات".¹

أي إن التوقيع الالكتروني يتمثل في حروف وأرقام وإشارات مجموعة في ملف رقمي صغير يساعد على تمييز هوية الموقع وشخصيته دون غيره وبأنه هو من قام بإجراء المعاملة وتنفيذها. كما أن للتوقيع الالكتروني ثلاث صور أساسية هي:²

أ- التوقيع الرقمي: يتميز هذا النوع من التوقيع الالكتروني باستعمال عدد من الأرقام وتركيبها لتشكل "كود" يتم التوقيع به .

ب- التوقيع باستخدام القلم الالكتروني: تعتمد هذه الصورة من التوقيع الالكتروني على التشفير البيومتري، والذي يعني إمكانية التحقق من هوية الموقع اعتماداً على خواصه الذاتية الفيزيائية والطبيعية والسلوكية، فعوضاً عن استخدام سلسلة من الأرقام للتوقيع، يتم استبدالها بقلم الكتروني حساسي pen-op يستطيع الكتابة مباشرة على شاشة الحاسب الآلي، وهذا اعتماداً على برنامج خاص للحاسب.

ج- التوقيع عن طريق الضغط على المفاتيح في لوحة الحاسب الآلي: حيث يقوم العارض أو البائع بإرسال نموذج العقد إلى موقع المشتري حتى يتمكن من الاطلاع على بنود العقد الذي يحتوي على عبارة تفيد قبوله التعاقد أو رفضه، وفي حال اقتناع المشتري بشروط العقد، فإنه يفصل عن إرادته في قبول الإيجاب، ويكون التعبير عن هذه الإرادة ليس بشكل مادي وملموس، وإنما بمجرد الضغط على مفتاح (return ok) في لوحة المفاتيح، أو يقوم بالتأثير في خانة القبول ok على شاشة الحاسب الآلي ويبرم العقد.

¹ سمية ديمش، المرجع سبق ذكره، ص 81.

² المرجع نفسه، ص 82.

ومن مزايا التوقيع الالكتروني نذكر منها:¹

- يعتبر علامة شخصية يمكن عن طريقها التحقق من هوية الطرفين، وبالتالي تجنب أي تحايل أو تلاعب، فشهادة التوقيع الصادرة عن جهات مختصة تسمح بإثبات مصداقية صاحبها؛
- يساعد التوقيع الالكتروني على تطوير وتسهيل التجارة الالكترونية وتوفير الضمانات اللازمة لإجراءاتها، فالتوقيع الالكتروني قوة كبيرة في إثبات المستندات الالكترونية المتبادلة بين الطرفين المتعاقدين.
- تعطي تقنية التوقيع الالكتروني الحرية الكاملة للأفراد في الاختيار بين أنواع التوقيع الالكتروني، فلا يوجد أي اختلاف في المعاملة بين مختلف أنواع الرسائل الموقعة الكترونياً سواء باستخدام سلسلة من الأرقام "كود" أو باستعمال الخواص البيومترية أو بالضغط على أحد مفاتيح لوحة الحاسب الآلي، فكل شخص يستخدم الطريقة الأكثر ملائمة.

3- الشهادات الرقمية digital certificat: هي بمثابة المكافئ الالكتروني للبطاقة التقليدية لتعريف الهوية، فهي عبارة عن شهادة الكترونية صادرة عن كيان مستقل معترف به دولياً يدعى "هيئة الاعتماد"، فتقوم هذه الهيئة بإثبات أن صاحب الرسالة أو المعاملة الالكترونية هو الشخص ذاته المحدد لهذه الرسالة، وبهذا تساعد الشهادات الالكترونية صاحبها على تحقيق شخصيته الالكترونية وإثبات صحة كافة معلوماته وضمنان صدق العملية المطلوبة، وهو ما يؤدي إلى ضمان أمن التعاملات التجارية والفردية، وبالتالي تطور وانتشار التجارة الالكترونية.² (الملحق رقم 03)

وتتضمن الشهادات الرقمية مجموعة من البيانات والمعلومات الالكترونية والتي قامت هيئة الموصفات القياسية العالمية ISO بتحديددها وفقاً للمعيار X-509 كالاتي:³

- بيانات عن المرسل تحدد هويته؛
- نسخة من المفتاح العام للمرسل؛
- رقم تسلسلي للشهادة وتاريخ انتهاء صلاحيتها؛
- التوقيع الرقمي للمرسل.

¹ سمية دميث، المرجع سبق ذكره، ص 85.

² صراع كريمة، المرجع سبق ذكره، ص 82.

³ المرجع نفسه، ص 83.

4- نظام المعاملات الالكترونية الآمنة **Secure electronic transaction**: هو عبارة عن بروتوكول طورته مجموعة كبيرة من الشركات العالمية للائتمان كفيزا (visa) وماستر كارد (master card)، ووظيفته الأساسية هي توفير الأمان لمدفوعات البطاقات المصرفية (الائتمانية) أثناء عبورها الانترنت بين حاملي البطاقات والتجار والبنوك.

ويسعى هذا البروتوكول إلى تحقيق مجموعة من الأهداف تتمثل في:¹

- تأمين سرية المعلومات الخاصة بالدفع من خلال تقنية التشفير؛
- المعلومات المحولة تكون كاملة وغير قابلة لأي تغيير أو نقصان بفضل استخدام التوقيع الالكتروني؛
- تحديد هوية صاحب البطاقة والتاجر، فالشهادات الالكترونية تفضي الكثير من الشرعية والموثوقية على الطرفين وتدل أن البنك قد تحقق من شخصيتهما.

5- بروتوكول الطبقات الآمنة **Secure socket layer**: إن بروتوكول SSL هو بروتوكول تشفير رزم البيانات، ويعمل ضمن متصفحات الويب (web browser)، من أجل منع اعتراض البيانات والمعلومات التي يجري إرسالها عبر الانترنت في أي نقطة أثناء انتقال هذه البيانات والمعلومات.²

يقوم مبدأ عمل بروتوكول SSL على تأسيس قناة اتصال آمنة ومنفصلة للرسائل، وتتم عملية استخدام بروتوكول الطبقات الآمنة لبث المعلومات بأمان عبر الانترنت بالخطوات التالية:³

- يتصل المتصفح (مثلا metasplice) بخادم ويب آمن والذي يبدأ عنوانه ب https؛
- يتبادل المتصفح والخادم معلومات التعريف التي تتضمن تفاصيل الصلاحيات (الشهادات الرقمية، قدورات التشفير)؛
- يتحقق المتصفح من الشهادة الرقمية للخادم؛
- يقوم المتصفح بإنشاء مفتاح سري جديد يستخدم لتشفير المعلومات المتبادلة بين الطرفين؛
- يقوم المتصفح بتشفير المفتاح الجديد باستخدام المفتاح العام للخادم، ويرسله لهذا الأخير الذي يقوم بفك التشفير باستخدام مفتاحه الخاص ليتمكن من التعرف على هذا المفتاح الجديد، ولا يستطيع الخادم والمتصفح استخدام المفتاح السري للتبادل إلا في جلسة واحدة.

¹ ابراهيم بختي، التجارة الالكترونية، المرجع سبق ذكره، ص 79.

² يوسف أحمد أبو فارة، التسويق الالكتروني - عناصر المزيج التسويقي، ط 2، دار وائل للنشر، القدس، فلسطين، 2007، ص 369.

³ المرجع نفسه، ص 371.

6- الجدران النارية fire walls: هي عبارة عن برمجيات هدفها الأساسي تأمين الحماية الكافية لمعلومات الشركة والقضاء على كل عمليات الاختراق والتدمير التي تتعرض لها ملفات خوادم الويب، من خلال إقامة حاجز بين شبكة الانترنت والشبكة الداخلية للمؤسسة، ليقوم هذا الحاجز بتصفية وفحص كل عمليات الدخول والخروج إلى الشبكة لمنع دخول المستخدمين غير المصرح لهم وغير المسجلين لتجنب خطر الفيروسات والبرامج الدخيلة.¹

تقوم حوائط المنع بإدارة عملية النفاذ إلى الموقع أو الشبكة من خلال ثلاث طرق أساسية:²

أ- طريقة إتاحة العام وغلق الخاص: حيث تقوم المؤسسة بتقسيم معلوماتها وبياناتها إلى معلومات عامة ومعلومات سرية، فالمعلومات العامة يتم وضعها على خادم يقع خارج جدار النار بهدف تمكين جميع الأشخاص من الاطلاع عليها، أما المعلومات السرية فتوضع على خادم آخر يقع على الجدار الناري لمنع جميع محاولات الوصول إليها، تتعلق هذه المعلومات بتطبيقات وقواعد بيانات المؤسسة.

ب- طريقة حوائط المنع المزدوجة: يحول هذا الجدار المزدوج دون وصول الطلبات المشكوك فيها من الانترنت إلى الخادمين العام والخاص مباشرة، فيتم وضع خادم الملفات العام بعد الجدار الناري الأول، ويوضع خادم الملفات الخاص بعد الجدار الناري الثاني لترشيح وتصفية كل الرزم الداخلة والخارجة من الشبكة، وبهذا يتم حماية كاملة لجميع معلومات المؤسسة العامة منها والخاصة.

ج- طريقة الفصل المطلق للخدمات: ويتم وفقاً لهذه الطريقة الفصل التام بين كل من خادم الملفات العام والخاص، بحيث يكون الخادم الأخير بمثابة حاسب آلي مستقل بذاته يعمل بنظام تشغيل آمن يحول دون الدخول إلى الملفات الخاصة بالمنظمة.

¹ صراع كريمة، المرجع سبق ذكره، ص 83.

² سمية دتمش، المرجع سبق ذكره، ص 94.

خلاصة الفصل

كانت التجارة قديما تعتمد على وسائل جد تقليدية في التعاملات، إلا أن التطورات والتحولت السريعة أحدثت الكثير من التغيرات في النشاط التجاري، وأدخلت البشرية في عصر جديد تصاحب مع تزايد استخدام الإنسان للأدوات المتنوعة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات لاسيما الانترنت لتسهيل التبادلات التجارية، فتوسع استعمالها من المجال العلمي إلى المجال التجاري مما أعطى دفعا قويا لشبكة الانترنت لتمكين في وقت قصير من مد خيوطها حول مجمل بلدان العالم متجاهلة بذلك الحدود الجغرافية.

وقد ساهمت خصائص شبكة الانترنت وسماتها التقنية ومميزاتها العديدة مقارنة بباقي وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تغيير وجه الأعمال، مما تمخض عنه ميلاد التجارة الالكترونية التي تصاعد الاهتمام بها وكثر الحديث عنها، وأصبحت بمثابة محرك جديد للتنمية الاقتصادية نظرا لما تحققه من مزايا.

وقد حاولنا من خلال هذا الفصل إلقاء الضوء على التجارة الالكترونية وأهم أشكالها وانعكاساتها الإيجابية على المؤسسات التي تمكنت من اختراق الأسواق العالمية والوصول إلى أكبر شريحة من المستهلكين بأقل التكاليف. كما خلصنا من خلال ما تقدم أن التطور العظيم الذي شهدته هذه التجارة أوجب ضرورة إيجاد وسائل الكترونية تتلائم مع متطلبات هذا العصر ولا تعرقل نمو التجارة الالكترونية، وهو ما زاد من الوزن النسبي لنظم الدفع الالكترونية التي تسمح بالتسوية السهلة والسريعة لكافة مدفوعات المعاملات التجارية باستخدام الطرق الالكترونية الحديثة، إلا انه نتيجة لتزايد الاستخدام التجاري للإنترنت ظهرت الحاجة الملحة لضرورة وجود تقنيات مختلفة سمحت بالتغلب على المشاكل المعرقة لتعاملات التجارة الالكترونية ومدفوعاتها على غرار الأمن والسرية.

الفصل الثاني

التجارة الالكترونية في الجزائر

تمهيد

لقد مهدت التطورات التكنولوجية الحديثة لظهور التجارة الالكترونية، والتي تمثل منظورا جديدا في بيئة الأعمال التجارية فكريا وفلسفة واتجاهها وممارسة، حيث تم التحول من أساليب الأعمال والاتصالات إلى استعمال الأسلوب الرقمي الذي يزيل كافة الحواجز والموانع ويختزل المسافات والأزمنة لإتمام المعاملات.

وإن ازدياد التسابق التكنولوجي والمنافسة لاستخدام هذا الأسلوب الرقمي والشبكات العالمية من ضمنها الانترنت لإبرام الصفقات لا يترك للجزائر أي مجال للمماطلة في تبني التجارة الالكترونية والاستفادة من مزاياها التي توفرها.

ومن خلال هذا الفصل نسعى إلى معرفة التجارة الالكترونية في الجزائر في المبحث الأول وهذا بالتطرق إلى واقع البنية التحتية واعتماد التجارة الالكترونية ومعوقات عدم اعتماده، أما في المبحث الثاني فارتأينا إلى أن نتطرق إلى آفاق اعتماد التجارة الالكترونية على مستوى قطاع الأعمال، المستهلكين، المستوى القومي.

المبحث الأول: التجارة الالكترونية في الجزائر

للحديث عن التجارة الالكترونية في الجزائر لابد من الاطلاع أولا على البنية التحتية الرقمية والمعلوماتية لهذا البلد، وأن أهم عنصر يهتم التجارة الالكترونية هو البنية التحتية من شبكة الانترنت اتصالات والمعلومات المتطورة والموارد البشرية اللازمة لإدارتها، وأسباب ومعوقات عدم اعتمادها وسبل وحلول لذلك.

المطلب الأول: واقع البنية التحتية الرقمية والمعلوماتية في الجزائر

1- شبكة الانترنت وخدماتها: ¹

استخدمت الانترنت (Internet) على نطاق واسع في الأغراض التجارية، وفتحت مجالا للمؤسسات لتقديم المعلومات الخاصة بمنتجاتها وخدماتها لشرائح عريضة من الزبائن والمتعاملين، ومن أبرز هذه الخدمات حصول الزبائن على ردود فورية على استفساراتهم وملاحظاتهم، ورفعت هذه الخدمات مجتمعة من نسبة بيع البضائع وشرائها عن طريق الانترنت، بل أصبحت أعمال التجارة الالكترونية من أكثر النشاطات شيوعا في فضاء الانترنت وسمح ذلك لعدد كبير من المؤسسات في أن تزيد من سرعة وصولها إلى الأسواق العالمية.

ساهمت شبكة الانترنت في ظهور مؤسسات تعتمد في دخولها على الانترنت جزئيا أو كليا وهي:

- **مؤسسات بنية الانترنت:** هي المؤسسات التي تولد عوائدها كاملة أو جزءا من عوائدها عن طريق تقديم المنتجات التي تتشكل منها بنية الانترنت، وقد تكون هذه المنتجات أجهزة أو برمجيات أو خدمات أو معلومات ومعارف.
- **مؤسسات الاتصالات:** التي تولد جزءا من عوائدها أو جله من خدمات الاتصال، لأن تدفق بيانات الانترنت يتم عبر خطوط الاتصالات التابعة لهذه المؤسسات، كما أن هذه المؤسسات قد توفر خدمة الانترنت للمشاركين.
- **مؤسسات البيع عبر الانترنت:** وهي المؤسسات التي تبيع المنتجات عبر الانترنت، وتنقسم هذه المؤسسات الى نوعين:

¹ ابراهيم بخي، التجارة الالكترونية، مرجع سبق ذكره، ص 25-27.

أ- مؤسسات تعتمد على الانترنت اعتمادا كاملا في تسيير أعمالها (أي ليس لها على أرض الواقع مخازن أو متاجر).

ب- مؤسسات تعتمد على الانترنت اعتمادا جزئيا في تسيير أعمالها (أي لها على أرض الواقع مخازن ومتاجر).

● مؤسسات الوساطة الالكترونية عبر الانترنت: وظيفتها الرئيسية هل تسهيل وتحفيز الاتصال والتواصل بين البائعين والمشتريين.

للأنترنت عدة أوجه لاستخدامها والتي يمكن تسميتها بالتطبيقات أو بالأحرى الخدمات من منظور تجاري، لكننا سوف نقتصر على أهم الخدمات والمتمثلة في:

- خدمة البريد الالكتروني E-mail؛

- خدمة بروتوكول نقل الملفات FTP؛

- خدمة الشبكة العنكبوتية العالمية للمعلومات www؛

- خدمة الربط عن بعد TELNET؛

- خدمة منتديات النقاش Forums؛

- خدمة الاتصال المباشر.

الجدول رقم (04): يوضح مكانة الجزائر بين الدول العربية فيما يخص استعمالات الانترنت 2017 .

المرتبة بالنسبة لعدد مستخدمي الانترنت	% من عدد مستخدمي الانترنت 2017	عدد مستخدمي الانترنت 2017	الدولة
1	20.2%	37333841	مصر
2	13.1%	24147715	السعودية
3	11.1%	20535174	المغرب
4	10.1%	18580000	الجزائر
5	7.6%	14000000	العراق
6	6.4%	11806570	السودان
7	4.6%	8515420	الإمارات
8	3.7%	6911784	اليمن
9	3.4%	6300000	الأردن
10	3.3%	6025631	سوريا
11	3.2%	5848534	تونس
12	2.5%	4596494	لبنان
13	1.8%	3310260	عمان
14	1.7%	3214347	الكويت
15	1.6%	3015088	فلسطين
16	1.5%	2800000	ليبيا
17	1.2%	2204580	قطر
18	1.2%	2179963	جنوب السودان
19	0.8%	1390517	البحرين
20	0.5%	900000	الصومال
21	0.4%	770000	موريتانيا
22	0.1%	180000	جيبوتي

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على معطيات:

-internet world stats usage and Populatiaion statistics,date availadle:21/04/2019,on
<http://www.internetworldstats.com/stats5.htm> .

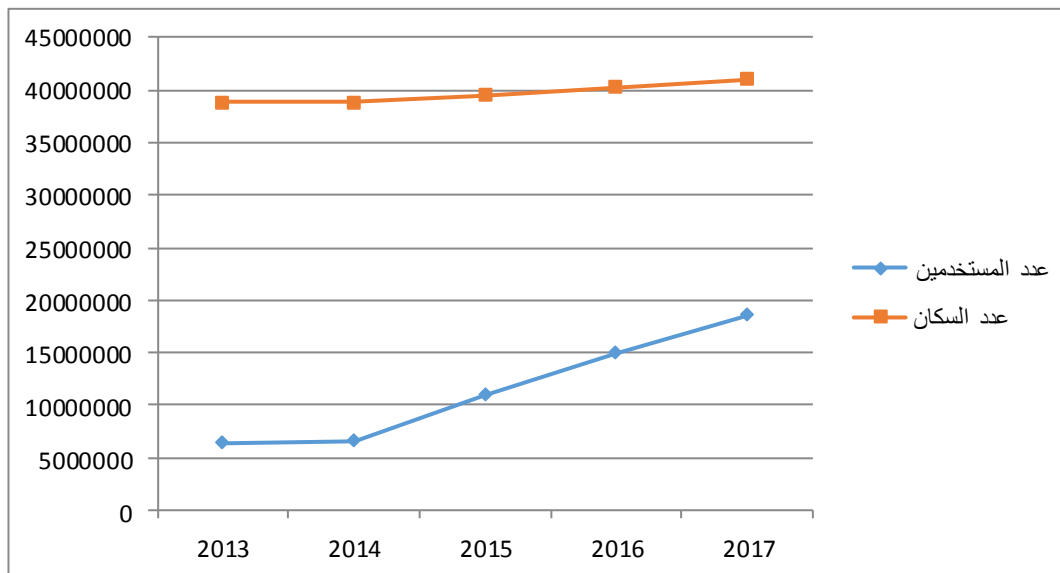
نستنتج من الجدول السابق أن الجزائر تحتل المرتبة 04 بالنسبة لعدد مستخدمي الانترنت سنة 2017 بنسبة 10.1% .

الجدول رقم (05): التطور السكاني وعدد مستخدمي الانترنت في الجزائر للفترة 2013-2017

السنوات	2013	2014	2015	2016	2017
عدد المستخدمين	6404264	6669927	11000000	15000000	18580000
عدد السكان	38813722	38813722	39542166	40263711	41063753
% من عدد السكان	%16.5	%17.2	%27.8	%37.3	%45.2

La source: Internet world stats , Algerian internet and population growth , date available :21/04/2019 , on <http://www.internetworldstats.com/af/dz.htm> .

الشكل (04): مقارنة بين عدد السكان وعدد مستخدمي الانترنت في الجزائر (2013-2017)



المصدر: من إعداد الطالبين استنادا على معطيات الجدول رقم (05)

نلاحظ من الجدول والشكل البياني أن نسبة زيادة مستخدمي الانترنت في الجزائر خلال الفترة 2013-2017 في تطور كبير مقارنة بعدد السكان وبالجهد المبذولة في هذا المجال حيث بلغت سنة 2017 نسبة 45.2% .

2- الشبكات الهاتفية الثابتة والنقالة:

إن من أهم الدلائل على زيادة توجه أي مجتمع نحو تجارة الالكترونية هو توفر شبكات الاتصالات الهاتفية الثابتة والنقالة، والتي يتم من خلالها النفاذ إلى الانترنت وممارسة التجارة الالكترونية، فضعف هذه الشبكات لا يقدم أي دعم فعال لشبكات الأعمال ولا يلي متطلبات الأعمال الالكترونية حيث يمكن القول أن الجزائر عموما متأخرة في مجال تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات الذي يختص في كل من الهواتف النقالة والثابتة رغم الجهود المبذولة.¹

الجدول رقم (06): حظيرة مشتركي الهاتف الثابت:

التطور	2017	2016	
-1.41 %	3130090	3174759	مشتركو السلكي
-99.93 %	171	229950	مشتركو اللاسلكي (wll)
18.5 %	921099	777292	الجيل الرابع للهاتف الثابت (ويماكس)
-3.12 %	4051360	4182001	مجموع المشتركين

المصدر: www.arpt.dz بتاريخ 2019/04/22

في نهاية سنة 2017، بلغت حظيرة مشتركي شبكة الهاتف الثابت 4.051 مليون مشترك، أي انخفاض تقدر نسبته ب 3% مقارنة بسنة 2016 وهذا راجع الى استخدام الجيل الثالث والرابع للهاتف النقال.

الجدول رقم (07): الحظيرة الإجمالية للمشاركين النشطين في شبكات النقال GSM لكل متعامل:

التطور	2017	2016	
-24.88 %	4655343	6197224	اتصالات الجزائر للهاتف النقال
-26.55 %	6025545	8203305	اويتيموم تيليكوم الجزائر
-35.29 %	3704243	5724698	الوطنية لاتصالات الجزائر
-28.52 %	14385131	20125227	مجموع مشترك GSM

المصدر: www.arpt.dz بتاريخ 2019/04/22

¹ زيدان بدر البدور، (واقع التجارة الالكترونية في الدول العربية دراسة حالة الجزائر - مصر)، مذاكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، 2013، ص ص 72 - 82.

في 2017، بلغت حظيرة مشتركي GSM، 14.385 مليون مشترك مقابل 20.125 مليون مشترك في 2016، أي انخفاض قدره 29%، ويرجع هذا الانخفاض بشكل رئيسي إلى تحول المشتركين إلى شبكات التكنولوجيات الحديثة للجيل الثالث 3G والجيل الرابع 4G.

الجدول رقم (08): الحظيرة الإجمالية للمشاركين النشطين في شبكات النقال 3G لكل متعامل :

التطور	2017	2016	
2.29 %	10204002	9975769	اتصالات الجزائر للهاتف النقال
-26.68 %	5462916	7450538	اوبتيكوم تيليكوم الجزائر
-12.88 %	5925945	6801678	الوطنية لاتصالات الجزائر
-10.88 %	21592863	24227985	مجموع مشترك 3G

المصدر: www.arpt.dz بتاريخ 2019/04/22

في 2017، بلغت حظيرة مشتركي الجيل الثالث 3G، 21.592 مليون مشترك مقابل 24.227 مليون مشترك في 2016، أي انخفاض يقدره ب 11%. هذا التطور مرده تحول الجزئي لمشارك 3G الى الجيل الرابع 4G مما يشكل اتجاهها طبيعيا.

الجدول (09): حظيرة مشتركي شبكات الهاتف النقال 4G لكل متعامل :

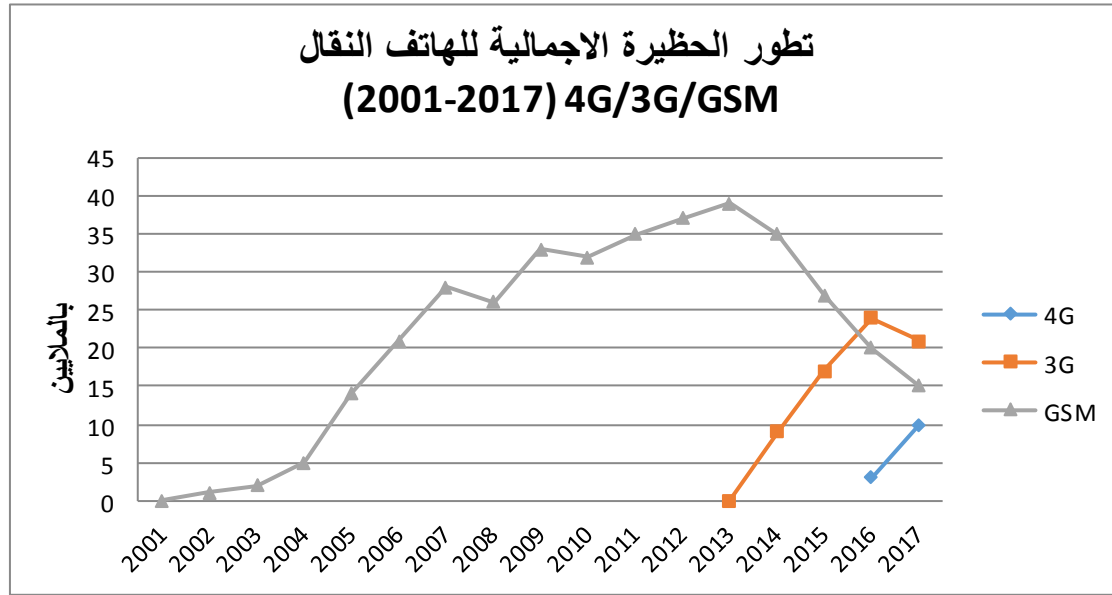
التطور	2017	2016	
392.04 %	3505803	712497	اتصالات الجزائر للهاتف النقال
389.27 %	3459409	707061	تيليكوم الجزائر
6339.03 %	2902459	45076	الوطنية لاتصالات الجزائر
573.73 %	9867671	1464634	مجموع مشترك 4G

المصدر: www.arpt.dz بتاريخ 2019/04/22

سجلت حظيرة مشتركي الجيل الرابع 4G ارتفاع كبير، حيث بلغت 1.465 مليون مشترك في 2016 و9.868 مليون مشترك في 2017 أي تطور يقدر بأكثر من 573%.

ترجع هذه الزيادة بالأساس إلى تحول مشترك GSM و 3G نحو تكنولوجيا جديدة 4G .

الشكل (05): تطور الحظيرة الإجمالية للهاتف النقال 4G/3G/GSM (2001-2017)



المصدر: www.arpt.dz بتاريخ 2019/04/22 .

من خلال الشكل نلاحظ تطور حظيرة GSM من 2001 إلى 2013، وبعدها انخفاض مستمر وهذا راجع بشكل رئيسي إلى تحول المشتركين إلى شبكات التكنولوجيات الحديثة للجيل الثالث 3G والجيل الرابع 4G.

المطلب الثاني: اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر

1- مشروع التجارة الالكترونية في الجزائر

أ- خطة التحول إلى التجارة الالكترونية: إدراك منا لأهمية الاستثمار الأمثل لتقنيات التجارة الالكترونية والحاجة إلى الإسراع باستكمال متطلباتها، نقترح العمل بمبدأ قانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتجارة الالكترونية للسع و الخدمات وعدم تركه مجرد حبر على ورق.¹

ب- خطة عمل ونشر التجارة الالكترونية في الجزائر: تم إعداد مقترح للإطار العام لخطة عمل تستهدف لاستكمال متطلبات نشر تقنيات التجارة الالكترونية في الجزائر، وتوجيه نداء للجهات المختصة للإسراع في تنفيذ

¹ رشيد علام، (عوائق تطور التجارة الالكترونية في الوطن العربي)، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري قسنطينة، 2011، ص 157.

المهام التي تقع في نطاق اختصاصها، وإن تقوم بتزويد وزارة التجارة ببرامج أعمالها التفصيلية لإنجاز المهام الموكلة إليها، حيث يشمل الإطار العام للخطة المجالات التالية:¹

- إيجاد البنية التحتية للمفاتيح العمومية لتوفير البنية الآمنة التي تضمن أمن وسرية التعاملات الالكترونية؛
- تطوير نظام المدفوعات اللازمة للقيام بجميع العمليات المصرفية المطلوبة في إتمام التعاملات الالكترونية بسرعة وأمان؛
- تطوير البنية التحتية للاتصالات لتكون جاهزة لدعم تقنيات التجارة الالكترونية وتوفير خدمات نقل البيانات بالسرعات والسعات المطلوبة بكفاءة وموثوقية في جميع مناطق الوطن؛
- إيجاد التنظيم القانوني والتشريعي اللازم لاعتماد التعاملات الالكترونية والعقود المبرمة؛
- تقديم الخدمات الحكومية الكترونيا فيما يعرف باسم " الحكومة الالكترونية "؛
- إيجاد نظام الكتروني للمشتريات الحكومية يتم من خلالها طرح المناقصات الحكومية واستكمال إجراءاتها؛
- إنشاء موقع تسويقي على شبكة الانترنت للشركات والمصانع الوطنية لتمكينها من تسويق منتجاتها وبيعها عن طريق الشبكة داخل وخارج الوطن؛
- دعم ونشر مفاهيم وتطبيقات التجارة الالكترونية وتشجيع الاستثمار في تقنياتها.

2- الوضعية القانونية التشريعية المنظمة للتجارة الالكترونية في الجزائر:

و تتمثل في بعض مظاهر المعاملات الالكترونية وتقنيات الدفع وكل ما جاء في القانون رقم 18-05:

أ- مظاهر المعاملات الالكترونية في القانون المدني الجزائري :²

- **الإثبات الالكتروني:** يحتل عنصر الإثبات مكانة مهمة في كافة العلاقات والعقود، وأول ما يطرح في موضوع الإثبات هو توفير السند الخطي، الذي أعطاه القانون قوة ثبوتية كبيرة لإثبات التصرفات القانونية وتحديد الحقوق والواجبات غير ان انتشار المعاملات الالكترونية لاسيما التجارة الالكترونية، أدى إلى تغيير مفهوم الإثبات نظرا

¹ رشيد غلام ، مرجع سبق ذكره، ص158.

² صارة بالساكر، (التجارة الالكترونية وأفاق تطورها في البلدان العربية - دراسة حالة الجزائر)، مذكرة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، 2015، ص57.

لغياب المستندات الورقية، وإمكانية إنشاء الحقوق والالتزامات بطريقة الكترونية، وهي المسألة التي عالجها المشرع الجزائري بإصدار القانون 05-10 المؤرخ 20 جوان 2005 المعدل والمتمم للقانون المدني الجزائري المفهوم الواسع للكتابة سواء تمت على الورق أو الكتابة المثبتة على دعائم غير ورقية، وذلك من خلال الإشارة إلى أن ينتج من الكتابة بحروف متسلسلة وأرقام وعلامات مهما كانت الوسيلة المستعملة للكتابة، ومهما كانت طرق الإرسال أي الوسيلة المستعملة مثل قرص صلب أو قرص مرن أو رسائل إلكترونية وبهذا انتقل المشرع من النظام الورقي في الإثبات إلى النظام الإلكتروني.

- التوقيع الإلكتروني: اعتمد المشرع الجزائري بالتوقيع الإلكتروني لأول مرة في نص المادة 2/327 مدني جزائري المعدلة بالقانون 05-10 والتي تنص على " يعتد بالتوقيع الإلكتروني وفق الشروط المذكورة في المادة 323 مكرر أعلاه " وذلك من أجل إضفاء الحجية على المحررات الإلكترونية، أما عن تعريف التوقيع الإلكتروني، فإن القانون الجزائري يميز بين التوقيع الإلكتروني والتوقيع الإلكتروني المؤمن وذلك بموجب المادة 3 من المرسوم التنفيذي 162/07، المتعلق بنظام الاستغلال المطبق على كل نوع من أنواع الشبكات وعلى مختلف خدمات المواصلات السلكية واللاسلكية، حيث أن التوقيع الإلكتروني هو أسلوب عمل يستجيب للشروط المحددة في المادتين 323 مكرر و323 مكرر 1، أما التوقيع الإلكتروني المؤمن هو توقيع الكتروني يكون خالصا بالموقع ويتم بوسائل يمكن أن يحتفظ بها الموقع تحت مراقبته الحصرية.

- التوثيق الإلكتروني: الموثق الإلكتروني هو طرف محايد ثالث محايد يتمثل في أفراد أو شركات أو جهات مستقلة محايد، تقوم بدور الوسيط بين المتعاملين لتوثيق تعاملاتهم الإلكترونية، والوظيفة الأساسية للموثق الإلكتروني أو جهة التوثيق الإلكترونية هي تحديد هوية المتعاملين في التعاملات الإلكترونية وتحديد أهليتهم القانونية في التعامل، والتحقق من مضمون هذا التعامل وسلامته وكذلك جديته وبعده عن الغش والاحتيال.

ب- تقنية الدفع الإلكتروني في الجزائر من الناحية القانونية: ¹

يعتبر القانون 03-15 المتضمن الموافقة في الأمر 03-11 المتعلق بالنقد والقرض أول قانون جزائري تضمن التعامل الإلكتروني الحديث في القطاع المصرفي، ويتضح ذلك من خلال المادة 69 التي تضمن نصها " تعتبر وسائل الدفع كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل أموال مهما يكون السند أو الأسلوب التقني

¹ صارة بالساكر، مرجع سبق ذكره، ص57.

المستعمل"، ويتبين من خلال هذا النص نية المشرع الجزائري الانتقال من طرق الدفع الكلاسيكية إلى طرق الدفع حديثة الكترونية.

وبعد ذلك بصدور الأمر 05-06 المؤرخ بتاريخ 23 أوت 2005 المتعلق بمكافحة التهريب وفي المادة الثالثة، استعمل صراحة مصطلح "وسائل الدفع الالكتروني"، حيث اعتبرها المشرع من بين التدابير والإجراءات الوقائية لمكافحة التهريب.

وبذلك انتقل المشرع من مصطلح مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل الوارد في نص المادة 69 إلى مصطلح أكثر دقة المتمثل في وسائل الدفع الالكتروني الوارد في النص 03 من الأمر المذكور.

وبموجب القانون رقم 05-02 المؤرخ في 06 فيفري 2005 الأمر المعدل والمتمم للأمر 75-59 لسبتمبر 1975 المتضمن القانون التجاري، إضافة فقرة ثالثة للمادة 414 في وفاء السفتحة نص على "يمكن أن يتم التقديم أيضا بأية وسيلة تبادل الكترونية محددة في التشريع والتنظيم المعمول بهما" ولقد تم إضافة نفس هذه الفقرة إلى المادة 502 بمناسبة تقديم الشيك للوفاء.

كما أضاف المشرع بموجب القانون 05-02 المؤرخ في 06 فيفري 2005، الفصل الثالث منه يتضمن بطاقات السحب والدفع وذلك في المادة 543 مكرر 23.

أما عن الطبيعة القانونية لهذه البطاقات، فلقد اعتبرها المشرع الجزائري أوراق تجارية جديدة إضافة إلى الأوراق التجارية الكلاسيكية، وهي السفتحة والشيك والسند لأمر.

ج- القانون الجزائري لمكافحة الجرائم الالكترونية:¹

صدر في 05 أوت 2009 القانون رقم 09-04 المتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال ومكافحتها، وهذا بسبب الثورة في مجال تكنولوجيا والاتصال أدت بالجزائر إلى محاولة الاقتداء بأغلب دول العالم في هذا المجال.

وبذلك تم صدور القانون 04-15 المؤرخ في 10 سبتمبر 2004 المعدل والمتمم لقانون العقوبات الذي نص على حماية جزئية لأنظمة المعلوماتية من خلال تجريم كل أنواع الاعتداءات التي تستهدف أنظمة المعالجة الآلية

1. صارة بالساكر، مرجع سبق ذكره، ص 58.

للمعطيات، حيث تكمن أهميته في كونه يجمع بين القواعد الإجرائية المكملة لقانون الإجراءات الجزائية وبين القواعد الوقائية التي تسمح بالرصد المبكر للاعتداءات المحتملة والتدخل السريع لتحديد مصدرها والتعرف على مرتكبيها.

د- القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018: ¹

صدر القانون المتعلق بالتجارة الالكترونية المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتجارة الالكترونية للسلع والخدمات في آخر عدد من الجريدة الرسمية (رقم 28)، وفي إطار هذا القانون الأول من نوعه في الجزائر فإن العقد الالكتروني هو نفسه العقد بمفهوم قانون 23 جوان 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ويتم إبرامه عن بعد دون الحضور الفعلي والمتزامن لأطرافه باللجوء حصريا لتقنية الاتصال الالكتروني، أما بالنسبة للمستهلك الالكتروني فإن الأمر يتعلق بكل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الالكترونية من المورد الالكتروني بغرض الاستخدام النهائي، فيما يخص المورد الالكتروني فهو كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الالكترونية كما جاء في نص المادة 06 من القانون رقم 18-05.

يطبق القانون الجزائري في مجال المعاملات التجارية الالكترونية في حالة ما إذا كان أحد أطراف العقد الالكتروني متمتعا بالجنسية الجزائرية أو مقيما إقامة شرعية في الجزائر، أو شخصا معنويا خاضعا للقانون الجزائري أو كان العقد محل إبرام أو تنفيذ في الجزائر وهذا ما نصت عليه المادة 02 من القانون 18-05 المتعلق بقواعد ممارسة التجارة الالكترونية.

أما المعاملات التجارية العابرة للحدود فإن المادة 07 من القانون تنص على أن "بيع السلعة أو الخدمة من جانب مومن مقيم للمستهلك الإلكتروني المنشأ في بلد أجنبي معفي من إجراءات مراقبة التجارة الخارجية"، قبل أن يضيف: "ومع ذلك يجب أن تقيّد عائدات هذا البيع بعد الدفع لحساب مقدم الخدمات الإلكترونية الذي يوجد مقره في الجزائر مع مصرف معتمد من طرف بنك الجزائر أو من بريد الجزائر عندما يكون الشراء الإلكتروني من الجزائر من قبل مستهلك إلكتروني من مومن إلكتروني أنشئ في بلد آخر ويقتصر على الاستخدام الشخصي فإنه معفى أيضا من إجراءات التجارة الخارجية والعملات عندما لا تتجاوز قيمتها ما يعادله بالدينار من الحد

¹ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، قانون رقم 18-05، المتعلق بالتجارة الالكترونية، العدد 28، 2018، ص ص 04-10.

الذي يحدده التشريع الساري، كما يتم توفير تغطية الدفع الإلكتروني لهذا الشراء من حساب بالعملة الصعبة "للشخص الطبيعي" للمستهلك الإلكتروني المقيم في الجزائر".

ووفقا لنص المواد (27-28-29) من القانون المتعلق بالدفع في المعاملات الالكترونية "يتم دفع المعاملات التجارية الالكترونية عن بعد أو عند تسليم المنتج عن طريق الدفع المسموح به بموجب التشريع الساري"، ثم يضيف "يتم الدفع الإلكتروني من خلال منصات الدفع المخصصة التي يتم إنشاؤها وتشغيلها بشكل حصري من قبل البنوك المعتمدة من طرف بنك الجزائر أو بريد الجزائر ومتصلة بأي نوع من محطة الدفع الإلكتروني عبر شبكة من مشغل الاتصالات العامة". ويضيف أيضا "يجب تأمين اتصال الموقع الإلكتروني لموفر الخدمة الإلكتروني بنظام الدفع الإلكتروني من خلال نظام إصدار الشهادات الالكترونية".

ويمنح القانون الأشخاص الطبيعيين والاعتباريين الذين سبق لهم لاشتراك في التجارة الالكترونية مدة ستة أشهر من تاريخ نشر هذا النص للامتثال للأحكام الجديدة وهذا ما جاءت به المادة 49 من القانون المتعلق بالأحكام الانتقالية والختامية.

وتبعاً لطبيعة الجرائم، تنص المادة 38 القانون على غرامات تتراوح بين 50 ألف مليوني دينار إضافة إلى إلغاء السجل التجاري وإغلاق الموقع إلى جانب التطبيق الكامل والصارم للعقوبات المنصوص عليها في التشريع الساري.

وينص القانون في مادته 03 من الأحكام العامة على أن "المعاملات المحظورة هي الخاصة بألعاب القمار والرهائن واليانصيب والمشروبات الكحولية والتبغ والمنتجات الصيدلانية والمنتجات التي تنتهك حقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية أو خدمة محظورة بموجب التشريع الساري وكذلك أي خدمة خاضعة لإقامة سند، كما يحظر أي معاملة إلكترونية للمواد والمعدات والمنتجات الحساسة التي تحددها اللوائح السارية وكذلك أي منتج أو خدمة أخرى قد تؤثر على مصالح الدفاع الوطني والنظام العام والسلامة العامة " .

وينص القانون المتعلق بشروط ممارسة التجارة الالكترونية في مادته رقم 08 بأنه يخضع نشاط التجارة الالكترونية بالتسجيل في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفية حسب الحالة، ونشر موقع الكتروني أو صفحة الكترونية على الانترنت مستضاف في الجزائر بامتداد com.dz ويجب أن يتوفر الموقع الإلكتروني للمورد الإلكتروني على وسائل تسمح بالتأكد من صحته، وتنص أيضا المادة (09) على " تنشأ بطاقة وطنية للموردين الإلكترونيين لدى المركز الوطني للسجل التجاري"

وينص القانون المتعلق بواجبات المورد ومسؤولياته في المواد من (18 إلى 26) على أن المورد الإلكتروني مُلزم بتقديم العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة.

ويجب أن يتضمن على الأقل ولكن ليس على سبيل الحصر رقم التعريف الجبائي والعناوين المادية والإلكترونية ورقم هاتف المورد الإلكتروني ورقم السجل التجاري أو رقم البطاقة المهنية للحرفي وطبيعة وخصائص وأسعار السلع أو الخدمات المقترحة باحتساب كل الرسوم.

كما يجب توضيح حالة توفر السلعة أو الخدمة وكيفيات ومصاريف وآجال التسليم والشروط العامة للبيع لاسيما البنود المتعلقة بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي وشروط الضمان التجاري وخدمة ما بعد البيع وطريقة حساب السعر عندما لا يمكن تحديده مسبقا وكيفيات وإجراءات الدفع وشروط فسخ العقد عند الاقتضاء.

ويجب أن يتضمن العقد الإلكتروني الخصائص التفصيلية للسلع والخدمات وشروط وكيفيات التسليم وشروط الضمان وخدمات ما بعد البيع وشروط فسخ العقد الإلكتروني وشروط وكيفيات الدفع وشروط وكيفيات إعادة المنتج وكيفيات معالجة الشكاوى وشروط وكيفيات الطلبية المسبقة عند الاقتضاء والشروط والكيفيات الخاصة المتعلقة بالبيع بالتجريب عند الاقتضاء.

ويترتب على كل بيع المنتج أو تأدية خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية إعداد فاتورة من قبل المورد الإلكتروني تسلم للمستهلك الإلكتروني.

عندما يسلم المورد الإلكتروني منتوجا أو خدمة لم يتم طلبها من طرف المستهلك الإلكتروني لا يمكنه المطالبة بدفع الثمن أو مصاريف التسليم، وفي حالة عدم احترام المورد الإلكتروني للآجال التسليم يمكن للمستهلك الإلكتروني إعادة ارسال المنتج على حالته في أجل أقصاه أربعة (4) أيام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج دون المساس بحقه في المطالبة بالتعويض عن الضرر.

ويلزم المورد الإلكتروني بالقيام بتسليم جديد موافق للطلبية أو اصلاح المنتج المعيب أو استبدال المنتج بآخر مماثل أو إلغاء الطلبية وإرجاع المبالغ المدفوعة دون الإخلال بإمكانية مطالبة المستهلك الإلكتروني بالتعويض في حالة وقوع ضرر.

يجب على المورد الإلكتروني أن يرجع إلى المستهلك الإلكتروني المبلغ المدفوع والنفقات المتعلقة بإعادة إرسال المنتج خلال أجل خمسة عشر (15) يوما ابتداء من تاريخ استلامه المنتج.

يتعين على الأشخاص الطبيعيين والمعنويين الذين يمارسون التجارة الإلكترونية عند تاريخ نشر هذا القانون الامتثال لأحكامه في أجل لا يتجاوز ستة (6) أشهر. (الملحق رقم 04)

3- الدفع الإلكتروني في الجزائر:

1.3- إنشاء شركة " تألية الصفقات البنكية المشتركة والنقدية " و" الشبكة النقدية البين بنكية " :¹

إن أول خطوة قام بها النظام البنكي لتحديثه وتطويره هي إنشاء شركة "تألية الصفقات البنكية المشتركة والنقدية" سنة 1995، وهي شركة ذات أسهم وفروع ل 8 بنوك وتسعى هذه الشركة لتحديث البنوك وترقية الصفقات النقدية بينها، بالإضافة إلى إصدار البطاقات البنكية ومعالجة كل المعاملات المتعلقة بها، ونظرا لكون وسائل الدفع المستعملة في النظام المصرفي الجزائري تقليدية، فإن حرص "MATLM" على تطوير هذه الأنظمة وتحقيق سلاسة العمل بين البنوك، دفع هذه الشركات لوضع شركة نقدية مشتركة تربط بين عدد من البنوك حيث تم في سنة 1997 تحقيق الخطوة الأولى لهذا المشروع، حيث انطلقت " الشبكة النقدية بين البنوك " التي تعطب الخدمات المتعلقة بإصدار البطاقات المصرفية الخاصة بالسحب بين الموزعات الآلية بالنقود، وإن ارتباط هذه الموزعات بالشبكة بين بنكية يمكن حامل البطاقة من إجراء عملية السحب من أي موزع حتى ولم يكن ينتمي للبنك المصدر للبطاقة.

2.3- البطاقة البين بنكية " la carte interbancaire ":

إن فشل السحب دفع البنوك إلى بذل المزيد من الجهد في مجال البطاقات ليتم استبدال مشروع البطاقة البنكية المشتركة للسحب بمشروع آخر جديد هو "بطاقة السحب والدفع بين بنكية " CIB " والتي تؤدي وظيفة مزدوجة وهي سحب من الموزعات الآلية بالإضافة إلى رفع قيمة المشتريات والخدمات على مستوى أجهزة الدفع الإلكترونية المتوفرة لدى التجار المنخرطين في شبكة النقد الآلي بين بنكية، حتى لو لم تكن الأجهزة تابعة للبنك المصدر للبطاقة كما تحمل البطاقة شعار البنك المصدر وشعار البطاقة البنكية المشتركة " CIB ". (الملحق رقم

05)

¹ سمية دميث، مرجع سبق ذكره، ص 241-242.

لقد بدأت شركة " MATLM " في مشروع بعث نظام الدفع بين بنكي سنة 2002 إلا أن هذا المشروع تأخر انطلاقه الفعلي عن مواعده المحدد، ولم تبنغ ثمرته حتى 2006 حيث تم تجربته سنة 2005 لمدة ستة أشهر على عدد من التجار (200- 500 تاجر) وفي عام 2007 تم تعميم بطاقة " CIB " على كامل التراب الوطني كما تنقسم إلى نوعين أساسيين هما بطاقات عادية وبطاقات ذهبية حيث تسمح كل منهما بخدمة السحب والدفع كما يقدمهما البنك للزبائن حسب معايير محددة، كما أن البطاقات الذهبية تقدم مزايا أخرى وسقف أعلى للدفع والسحب.

3.3- البطاقات البنكية الدولية المستعملة في التجارة الالكترونية الجزائرية:

إن إسهام البطاقات الالكترونية في التجارة الالكترونية لا جدال فيها، فالسبيل الشائع لتسوية مدفوعات هذه التجارة مباشرة عبر الانترنت هي البطاقات الائتمانية إلا أن البطاقات البنكية المتوفرة في الجزائر غير قابلة للتعامل على المستوى الدولي لكنها فاتحة لانطلاق التجارة الالكترونية في بلدنا فقد حاولت بعض البنوك الجزائرية إضفاء طابع الدولية على بطاقتها البنكية وقامت بإصدار هذه الأخيرة بترخيص من الشبكات العالمية، وإن مجرد حمل البطاقة لشعار هذه الهيئات الدولية سيمكن المستهلك الجزائري من التسوق عبر الانترنت بكل حرية وتسديد قيمة مشترياته لأي مكان في العالم، ونجد من بين هذه البنوك التي شرعت في تقديم البطاقات المقبولة على المستوى الدولي القرض الشعبي الجزائري وكذا بنك التنمية المحلية، بنك الجزائر الخارجي.¹

4- بعض المواقع والتطبيقات الالكترونية:

شهد في الفترة الأخيرة تضاعف عدد المواقع والتطبيقات الالكترونية في الجزائر المختصة في البيع وتقديم الخدمات عبر الانترنت، خاصة بعد إطلاق خدمتي الجيل الثالث في 2014 والجيل الرابع في 2016 إضافة الى إصدار القانون 05-18 الأخير المتعلق بالتجارة الالكترونية الذي يوطر هذه السوق، التي تجذب المواطنين أكثر نحو هذا النمط من المعاملات، و فيما يلي بعض المواقع والتطبيقات التي تخص هذه التجارة:

- موقع جوميا الجزائر: هو موقع تسوق الكتروني ضخم ويضم آلاف المنتجات ذات جودة عالية وبأثمان مناسبة، حيث تأسس سنة 2013 من طرف مجموعة انترنت أفريقيا Group 2 المعروفة في مجال التسويق الالكتروني، واستطاع فتح مواقعه في ثمن بلدان منها الجزائر، وعرف متجر jumia نمو متصاعدا ومزدهرا حيث أصبح وجهة

¹ يحي ابراهيم، (دور الانترنت وتطبيقاته في مجال التسويق)، مرجع سبق ذكره، ص 207.

الكثير من الزبائن للتسوق منه بكل إرتياحية، يقدم خدمات رائعة ويحتوي على دعم محترف طيلة 24/24، ومن مميزات موقع جوميا الجزائر شكل موقعه الانيق واعتماده سكريبت جد متطور للبحث على ما تريد وهو موقع مضمون وموثوق ويتوفر على كل المنتوجات كالألبسة والأحذية الرجالية والنسائية والأجهزة الالكترونية والمجوهرات وزينة وأزياء النساء، الساعات، الهواتف الذكية وأجهزة التلفاز والأجهزة الرقمية وأشياء أخرى.¹

رابط موقع جوميا الجزائر www.jumia.dz

- **موقع اشري لي Echrily**: متجر الكتروني مخصص لمحبي المنتجات الاستهلاكية والغذائية، حيث يضم جميع أنواع الفواكه والخضر الطازجة ومنتجات الحليب ومشتقاته وكل أنواع الحبوب والزيوت والسكريات ومواد التنظيف ومنتجات تخص الأطفال الصغار، ويتميز الموقع بدعمه اللغة العربية وسهولة الشراء وهو يدعم عدة طرق دفع وشحن، حيث يقوم بتوصيل مشترياتك مجاناً إلى كل ولايات الجزائر وهو أول تسوق جزائري خاص بالمواد الغذائية.² (الملحق رقم 06)

رابط موقع اشري لي www.echrily.com

موقع واد كنيس: تأسس سنة 2006 وهو شركة جزائرية مختصة في إعلانات البيع والشراء عبر الانترنت توفر حلولاً للمجتمع الجزائري لبيع السلع وشرائها أين يعتبر سوق افتراضية جزائرية، يتلقى زيارات يومية تفوق 800 ألف زائر أغلبهم من الجزائر، كما تمتلك الشركة مواقع أخرى جاءت بعد نجاح الموقع الرسمي واد كنيس كموقع autopib وCVite.³

- **تطبيق وصلني**: هو تطبيق مئة بالمئة جزائري للسيارات السياحية بسائق، والذي تم إطلاقه في شهر نوفمبر 2017، ومثل كل التطبيقات المشابهة في العالم يمكن تحميله من (غوغل بلاي وآبل ستور) ثم التسجيل فيه وفتح حساب لطلب سيارة أجرة داخل مدينة الجزائر، حيث يوفر خدمة 24/24 ساعة ويتم حساب التسعيرة عبر ألوغوريتم رياضي داخل التطبيق آخذاً بعين الاعتبار المسافة والوقت، ومتفاعلاً حسب الوقت الحقيقي،

¹ معلومات من موقع: <http://www.arabicshopping.com>

² معلومات من موقع: <http://www.arabicshopping.com>

³ معلومات من موقع: <https://ar.wikipedia.org>

أي أن الزبون يعرف سعر التوصيلة قبل تأكيدها، وهذا بدون تسعيرة إضافية في الفترة الليلية، كما أن التطبيق متوفر بست لغات منها الامازيغية، الألمانية، الاسبانية، الانجليزية. ¹ (الملحق رقم 07)

- **تطبيق Resto 365**: تطبيق يهدف إلى الربط بين الزبون والمطعم، لحجز الطاولات في مختلف المطاعم عن بعد، ويتميز التطبيق بتصميم جميل وبسيط وينقسم إلى قسمين، الأول للزبائن والثاني للمطاعم، فبمجرد دخول الزبون للتطبيق ما عليه سوى الكتابة في مربع البحث، سواء اسم المدينة أو المطعم أو الطبق، ليجد قائمة بالمطاعم التي توفر ما يريد، وباختياره احد المطاعم يمكنه الاطلاع على قائمة الأطباق وصورها، وأراء الزبائن الآخرين فيها، إضافة إلى كل المعلومات عن المطعم كالموقع الجغرافي وبيانات الاتصال. ²

- **تطبيق BARIDIMOB**: هو تطبيق يمكن الزبائن الذين بحوزتهم البطاقة الذهبية من عدة خدمات مصرفية ومالية الكترونية، أهمها خدمة إجراء تحويل مالي من حساب بريدي ccp إلى آخر على ألا يتجاوز المبلغ المحول (5 ملايين سنتيم) من خلال التطبيق فقط، دون التنقل إلى مكتب البريد لربح الوقت وتجنب الطوابير الطويلة، ومن مميزات التطبيق (كشف رصيد الحساب البريدي الجاري في الوقت الحقيقي، كشف لآخر 10 معاملات للبطاقة الالكترونية، تمكين الزبون من طلب الحظر أو رفع الحظر على البطاقة الالكترونية، تسديد فواتير الماء والكهرباء، تعبئة رصيد مكالمات الهاتف النقال من الحساب البريدي الجاري). ³ (الملحق رقم 08).

المطلب الثالث: معوقات اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر

تواجه الجزائر كغيرها من الدول النامية العديد من العقبات التي تقف في سبل نمو التجارة الالكترونية ويمكن عرض أبرز هذه التحديات في:

1 - عقبات تقنية وتكنولوجية: وتتمثل بدورها في: ⁴

- ضعف البنية التحتية الالكترونية حيث يتطلب نجاح التجارة الالكترونية إنشاء بنية تحتية تكنولوجية متطورة تساعد على انتشار استخدام الانترنت وتوفير البيئة المناسبة والداعمة للتجارة الالكترونية، والقادرة على تحمل أعباء ومخاطر هذا النوع الحديث من المبادلات التجارية حيث تبين الإحصائيات المتوفرة في الجزائر ضعف البنية الأساسية

¹ معلومات من موقع: <http://casbah-tribune.com>

² معلومات من موقع: <https://www.android-dz.com>

³ معلومات من موقع: <https://www.pcsoft16.com>

⁴ صارة بالساكر، مرجع سبق ذكره، ص52.

الضرورية لممارسة التجارة الالكترونية على نطاق واسع من شبكات اتصالات سلكية ولاسلكية، برمجيات، أقرص صلبة ومرنة وأجهزة الهواتف

- ضعف التقنية والوعي الالكتروني حيث لا يزال هناك بعض القصور في مجالات الاعتماد والقياسات وبروتوكولات الاتصال؛

- صعوبة تكامل التجارة الالكترونية مع بعض التطبيقات وقواعد بيانات بعض الأعمال الحالية؛

- دعم غير كافي لخطوط الاتصال وبطء شبكة الانترنت.

2- عقبات تجارية: إن التحول من بيئة التجارة التقليدية إلى أنماط التجارة الالكترونية، تتم من خلالها التبادلات والأعمال والأنشطة التجارية عبر بيانات رقمية، يمثل تحديا حقيقيا أمام المؤسسات والمشروعات التجارية، حيث تفتقر غالبيتها قابلية التحول الجذري إلى مؤسسات الكترونية.¹

فكثير من الشركات التجارية مرتبطة ارتباطا وثيقا منذ نشأتها بأنماط التجارة التقليدية في عملياتها التجارية محليا وخارجيا، وعدم استيعابها بعد بشكل كافي لمفهوم الأعمال الالكترونية الجديدة، الأمر الذي يجعل التحول إلى التجارة الالكترونية يتطلب أولا قناعتها بأهمية وفائدة التجارة عبر الانترنت ومن ثم تبني سياسات ووضع استراتيجيات مرحلية للتحول إلى التجارة الالكترونية، ويمكن تلخيص أهم هذه العقبات في:²

- ضعف الخبرات التجارية والمساعدات الفنية اللازمة لتحويل الأعمال التجارية إلى أعمال الكترونية؛
- قصور أسواق رأس المال في معظم الدول لدعم مشروعات التجارة الالكترونية، لأنه في ظل غياب رؤوس الأموال يصعب على الأفراد الذين لديهم الأفكار والإبداعات من الحصول على الفرص للانطلاق في مشروعاتهم التجارية الالكترونية.

3- العقبات التشريعية والقانونية: تمثل التشريعات والقوانين المتعلقة بكيفية تنظيم التجارة الالكترونية احد أهم البنى المؤسسية لقيام التجارة الالكترونية، وتواجه الدول العربية ودول العالم أجمع تحديا حقيقيا في وضع

¹ رشيد علام، مرجع سبق ذكره، ص 153.

² المرجع نفسه، ص 153.

التشريعات والضوابط القانونية التي تتلائم مع أنماط التجارة الالكترونية الحديثة، ويمكن عرض أهم التحديات القانونية والتشريعية في المعاملات الالكترونية فيما يلي:¹

- صعوبة الملاحقة القانونية لكثير من معاملات التجارة الالكترونية والخاصة بحضر بعض السلع مثل الأدوية المحضرة (الصيدلة الالكترونية) ومن ثمة وجود فجوة بين قوانين التجارة التقليدية والتجارة الالكترونية؛

- وجود فجوة في التشريع الضريبي الذي تمت صياغته وفقا لطبيعة معاملات التجارة التقليدية ومستحدثات تكنولوجيا المعلومات، الأمر الذي يخضع المستهلك للضريبة وفقا للتجارة التقليدية وعدم إخضاعه عندما يشتري نفس السلعة أو الخدمة الكترونيا؛

- صعوبة تحديد هوية الممول ومعرفة عنوان منشأته وكيانه القانوني وذلك في ظل سهولة قيام الممول بالتنقل عبر الويب لممارسة العمليات التجارية الالكترونية دون الحاجة إلى الانتقال إلى بلد المستهلك.

4- عقبات اجتماعية ونفسية: تتعلق الأسباب الاجتماعية والنفسية المعرقة للتجارة الالكترونية بخصائص المجتمع الجزائري، والذي لا يزال ينتظره الكثير من الأشياء حتى يتمكن من الانضمام إلى مجتمع المعلومات ونذكر منها:²

أ- الأمية: من الصعب على الجزائر في ظل معاناتها من الأمية أن تتحول بسهولة إلى الاقتصاد المعرفي وتطبيق أسلوب التجارة عبر الانترنت، نظرا لتناقض الأمية كثيرا مع طبيعة هذا النوع من الاقتصاد والتجارة.

ب- اللغة: من بين تحديات التجارة الالكترونية عامل اللغة، والذي يعتبر من بين القضايا الحاسمة لاستخدام شبكة الشبكات للأغراض التجارية، حيث معظم التعاملات التجارية الالكترونية تتم باللغة الانجليزية.

ج- العائق النفسي: إن من بين ما يعرقل التحول إلى التجارة الالكترونية ويجعلها بديلا غير واقعي، هو سلوك المستهلك ونظرة المجتمع الجزائري إزاء الانفتاح على العالم الخارجي وإبرام نوع حديث من الصفقات التجارية التي تتعدى الحدود، فلقد فوجئ المستهلكين الجزائريين بهذا النوع الحديث من المبادلات والتسوق عبر وسيط الكتروني، مما أدى إلى عدم تقبلهم فكرة التجارة الالكترونية ومقاومتهم لها ويتميز سلوك المستهلك بما يلي:

- انعدام ثقة المستهلك في الباعة المجهولين الذي لا يراهم أمامه مباشرة؛

¹ المرجع نفسه، ص 154.

² سية دميش، مرجع سبق ذكره، ص 283-284.

- عدم إنغراس التجارة الالكترونية في عادات المجتمع، فالكثير يفضلون معاينة البضائع والخدمات عن قرب ولمسها تحسسها وربما تذوقها قبل إتمام الصفقة؛
- تخوف المستهلك من عنصر المخاطرة الذي يميز التجارة الالكترونية، فهناك احتمال بث معلومات غير صادقة من طرف التاجر حول مواصفات السلعة وأسعارها، وبالتالي هناك خطر استلامها نهائيا؛
- التخوف من عملية سرقة البيانات والمعلومات خاصة المتعلقة بأرقام البطاقات البنكية.

المبحث الثاني: آفاق اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر

في ظل التوقعات المتفائلة من خلال التحول من التجارة التقليدية إلى التجارة الالكترونية الحديثة، فإن ثمة دلائل وإشارات تؤيد هذه التوقعات، يمكن استعراضها من خلال بعض فوائد تطبيقات التجارة الالكترونية على مستوى قطاعات الأعمال، المستهلكين والمستوى القومي.

المطلب الأول: التجارة الالكترونية على مستوى قطاع الأعمال

نلخص أبرز الفوائد الاقتصادية للتجارة الالكترونية المتحصلة على مستوى المؤسسات والشركات التجارية

في الآتي:

1- توسيع نطاق السوق: حيث تعمل التجارة الالكترونية على توسيع دائرة السوق المحلي كذلك النفاذ إلى الأسواق العالمية وخلق أسواق جديدة كان من المتعذر إيجادها في ظل التجارة التقليدية، لأن ممارسة التجارة عبر شبكة الانترنت تجعل المنتجات من السلع والخدمات متاحة لأكثر عدد ممكن من المستهلكين، وهذا يتيح حتى للمنشآت الصغيرة والمتوسطة الحضور في الأسواق المحلية والدولية الأمر الذي يمنح فرصة أكبر للمستهلك للاختيار من بين المنتجات المعروضة، ويعد الدخول اليسير والفعال إلى الأسواق المحلية والدولية لمؤسسات الأعمال أحد الفوائد المباشرة للتجارة الالكترونية التي تعتمد على الانترنت، ولذلك فإنه بإمكان أي فرد أن يصبح تاجرا على الانترنت بتكاليف منخفضة جدا، وعلاوة على إمكان الوصول إلى الأسواق العالمية، فإن الشركات التي تبنت التجارة الالكترونية تؤكد وجود فوائد ومنافع أخرى لهذه التجارة مثل تقليص أوقات أو فترات التوريد، واختصار أوقات دورات الإنتاج، وتبسيط عمليات وإجراءات الشراء، بالإضافة إلى إنقاص المخزون، لأن المنتجين

والمستهلكين يصبحون قريبين جدا من بعضهم البعض من خلال الاتصال المباشر فيما بينهم، دون تدخل الوسطاء التقليديين مثل الموردين والمصدرين وتجار الجملة والتجزئة.¹

2- تفعيل مفهوم المنافسة الكاملة في السوق: تعمل التجارة الالكترونية على تقليص المسافات بين المنتجين والمستهلكين، أي تتيح التواجد الالكتروني القريب بين البائع والمشتري مما يحسن مستوى نوعية المنتج عن طريق خدمات ما قبل وبعد البيع، وتوفر المعلومات عن طبيعة المنتجات وأسعارها ومنتجها في الأسواق وكذلك الاستجابة السريعة لطلبات السوق الأمر الذي يؤدي إلى تحسين درجة التنافسية في الأسواق الالكترونية، وفي الواقع إن الانترنت أداة من أدوات تحقيق المساواة مما يؤثر على جميع قطاعات الأعمال، حيث أن شمولية الانترنت جعلت المعلومات تتوافر لجميع المشتركين عبر الشبكة، وهذا الأمر من شأنه قطع الطريق أمام الذين يسعون إلى احتكار الأعمال.²

3- انخفاض تكاليف العمليات التجارية: تمثل تكاليف الصفقات التجارية المتمثلة في جمع المعلومات والتفاوض وأتعاب السمسرة وعمولات المبيعات والإجراءات الإدارية وغيرها جزء مهما في سعر المنتج، وتلعب التجارة الالكترونية دورا بارزا في تخفيض هذه التكاليف من خلال تحسين وتدقيق المعلومات وزيادة تنسيق الأعمال، وكذلك انخفاض تكاليف البحث عن المعلومات المتعلقة بالمشتريين المحتملين والبائعين في السوق، كما تمكن التجارة الالكترونية مؤسسات الأعمال من تنسيق استراتيجياتها ومواردها ومهاراتها بتكوين علاقات طويلة المدى، لاسيما تلك المؤسسات أو الشركات التكنولوجية كثيفة المعلومات، وذلك من خلال الشبكات الالكترونية التي تتيح تقاسم المعلومات، ويعتقد بعض الباحثين أن صور هذه الشبكات التي تنظم التجارة الالكترونية سوف تسود في المستقبل القريب وتصبح هي الهيكل التنظيمي لكل التعاملات الاجتماعية بين الناس، ومن ناحية أخرى تساهم التجارة الالكترونية في خفض التكاليف الإدارية لدى مؤسسات الأعمال في توزيع وحفظ واسترجاع المعلومات الورقية وهذا ما يؤدي إلى انخفاض أسعار المنتجات.³

4- تحكم أفضل في إدارة المخزون: تساهم التجارة الالكترونية في خفض المخزون عن طريق استعمال عملية السحب في نظام إدارة سلسلة التوريد، حيث تبدأ العملية بالحصول على الطلب التجاري من المشتري وتزويده بطلبه من خلال التصنيع الوقي المناسب، وهذا من شأنه العمل على تقليص الدورة التجارية بدرجة كبيرة حيث

¹ رشيد غلام، مرجع سبق ذكره، ص 160 .

² مسعود جاني، (أثر التجارة الالكترونية على إنتاجية وتنافسية المؤسسة)، مذكرة ماجستير كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2008، ص 64.

³ رشيد غلام، مرجع سبق ذكره، ص 160-161.

يتم شحن المنتج مباشرة من المصنع إلى المشتري النهائي، حيث يظهر ذلك بشكل كبير في المنتجات الرقمية، أي السلع والخدمات التي يتم تسليمها إلكترونياً، وبذلك تصبح التجارة الإلكترونية أداة مهمة في إدارة المخزون وانخفاض تكاليف التخزين، وهذا له آثار اقتصادية على المستوى الكلي إذا علمنا أن 10% من التقلب ربع السنوي في معدلات نمو الإنتاج تعود نتيجة للتقلب في الاستثمار في المخزون إلى حده الأدنى، فمن المتوقع أن يكون أحد آثار التجارة الإلكترونية هو تخفيف آثار الدورة التجارية الناجمة عن التغير في المخزون، ومع تطور تقنية المعلومات والاتصالات وتدفق المعلومات بشكل أفضل فإنه من المتوقع أن ينخفض أثر المخزون على الدورة التجارية إلى حده الأدنى بل ربما ينعدم.¹

المطلب الثاني: التجارة الإلكترونية على مستوى المستهلكين

بجانب الفوائد والمزايا المتحصلة لقطاع الأعمال من استخدام التجارة الإلكترونية، فإن المستهلك له أيضاً نصيب من التجارة الإلكترونية إذا كان مستهلكاً إلكترونياً عبر شبكة الانترنت وتمثل أبرز هذه الفوائد في الآتي:

1- سرعة وسهولة التسوق: حيث تتيح خيارات التسوق أمام المستهلكين بشكل واسع عبر شبكة الانترنت، على مدار الساعة في أي يوم وفي أي وقت فكل مستهلك إلكتروني ما عليه إلا أن يتعامل مع أزرار الحاسب الآلي، وتصفح المواقع الإلكترونية المفتوحة عبر الانترنت كما تساعد التجارة الإلكترونية على فهم احتياجات العملاء وبالتالي يمكنهم من التسوق بشكل واسع، وهذا بدوره يحقق نسبة رضا عالية لدى الزبائن مقارنة بما تتيحه التجارة التقليدية.²

2- تعدد الخيارات: توفر التجارة الإلكترونية العديد من الخيارات للمستهلك لإمكانية الوصول إلى المنتجات ومراكز تسوق لم تكن متوفرة بالقرب من المستهلك، فمع دخول المستهلك إلى التجارة الإلكترونية فإن الفرصة متاحة له بأن يبحث عن سلعته المفضلة عبر المواقع التجارية في الانترنت، بينما في حالة التسوق التقليدي فإن المستهلك ليس أمامه إلا المنتجات المعروضة في الأسواق التقليدية، ويتعذر عليه البحث في أسواق أخرى لعدم توفر المعلومات لديه عن الأسواق الأخرى وكذلك لارتفاع تكاليف البحث والحصول على منتج.³

¹ رشيد علام، مرجع سبق ذكره، ص 162.

² مسعود جماني، مرجع سبق ذكره، ص 62.

³ رشيد علام، مرجع سبق ذكره، ص 162.

3- انخفاض الأسعار وسرعة الحصول على المنتج: في ظل تعدد وتنوع المنتجات في المواقع التجارية الالكترونية فإن المستهلك سوف يبحث عن المنتج الأقل سعر والأقل جودة، وذلك من خلال مقارنة أسعار ونوعيات المنتجات بسهولة وسرعة فائقة مما يمكن المستهلك في نهاية الأمر اختيار أفضل العروض، إضافة إلى ذلك فإن أسعار المنتجات في التجارة الالكترونية تكون أقل عن مثيلاتها في التجارة التقليدية نتيجة لانخفاض التكاليف الإدارية التي يتحملها المنتجون، ومن ناحية أخرى يتميز المستهلك الالكتروني عبر شبكة الانترنت بسرعة حصوله على المنتج الذي قام بطلبه وشراؤه إلكترونيا، لاسيما إذا كانت منتجات خدمة أو منتجات قابلة للتحويل إلى منتجات رقمية مثل الكتب والأبحاث والمجلات وبرامج الحاسب الآلي والمواد الصوتية والفوتوغرافية وغيرها، حيث يتم الحصول على هذه المنتجات خلال ثوان من إتمام عملية الشراء من الموقع.¹

4- سرعة وسهولة تبادل المعلومات بين المستهلكين: حيث تتيح الانترنت إمكانية تبادل المعلومات والآراء وتجارب المستهلكين المتعلقة بالمنتجات والخدمات عبر مجتمعات الكترونية مثل المنتديات وغيرها، الأمر الذي يوفر البيانات والمعلومات لدى المجتمع عن المنتجات الاقتصادية، ويرفع مستوى الثقافة والوعي الاستهلاكي لدى جمهور المستهلكين، في حين أن هذا قد يكون متعذرا أو يتطلب وقتا وجهدا أطول في عالم التجارة التقليدية.²

المطلب الثالث: التجارة الالكترونية على المستوى القومي

يمكن إبراز الفوائد المتحصلة من التجارة الالكترونية على المستوى القومي في الآتي:³

1- دعم التجارة الخارجية: توفر التجارة الالكترونية فرص زيادة معدلات الصادرات، وذلك من خلال سهولة الوصول إلى مراكز الاستهلاك الرئيسية، وإمكانية التسوق للسلع والخدمات عالميا وبتكلفة محدودة، والقدرة على سرعة عقد وإنهاء الصفقات، وكذلك القدرة على تحليل الأسواق والاستجابة لتغير متطلبات المستهلكين، ويظهر أثر التجارة الالكترونية أكثر وضوحا في تجارة الخدمات بين الدول مما يؤدي بدوره إلى رفع درجة الانفتاح الاقتصادي في هذا المجال، حيث يمثل قطاع الخدمات نسبة مهمة تقدر بنحو 60% من إجمالي الإنتاج العالمي، وبالرغم من ذلك فإن حجمه لا يتجاوز 20% من التجارة الدولية، وربما يعود ذلك إلى أداء كثير من الخدمات يتطلب وسيلة اتصال وكذلك القرب الجغرافي بين المستهلكين والمنتجين، ولكن مع ظهور تقنية المعلومات الحديثة

¹ رشيد علام، مرجع سبق ذكره، ص162.

² المرجع نفسه، ص 163.

³ المرجع نفسه، ص ص 163-164.

فقد هيأت التجارة الالكترونية عبر شبكة الانترنت وسيلة الاتصال المفقودة بين المستهلك والمنتج، وبذلك ساهمت في زوال العقبات الجغرافية لكثير من الخدمات.

2- دعم التنمية الاقتصادية: تمثل المشروعات المتوسطة والصغيرة محورا أساسيا في التنمية الاقتصادية، وتعاني هذه المشروعات من غياب الموارد الاقتصادية اللازمة للوصول للأسواق العالمية، وتعد التجارة الالكترونية واحدة من الأدوات التي تحقق للمشروعات الصغيرة ومتوسطة الحجم القدرة على المشاركة في حركة التجارة الدولية بفاعلية وكفاءة بما تقدمه من خفض تكاليف التسويق والدعاية والإعلان وتوفير الوقت والمكان اللازمين لتحقيق المعاملات التجارية، وهذا ينعكس إيجابا على تفعيل نشاطات هذه المشروعات الأمر الذي يدفع عجلة التنمية الاقتصادية.

3- دعم التوظيف: تقدم التجارة الالكترونية فرصا جديدة للتوظيف، حيث تتيح لإقامة مشاريع تجارية صغيرة ومتوسطة للأفراد وربطها بالأسواق العالمية بأقل التكاليف الاستثمارية، لاسيما تجارة الخدمات التي توفر فيها التجارة الالكترونية آلية للأفراد المتخصصين لتقديم خدماتهم على المستوى الإقليمي والعالمي دون الحاجة للانتقال، مما يفتح المجال لهم للانطلاق في الأعمال الحرة، ومن ناحية أخرى توفر التجارة الالكترونية فرصا وظيفية في العديد من المجالات المختلفة ذات الصلة بتطبيقات التجارة الالكترونية، مثل المتخصصين في إنشاء المواقع التجارية الالكترونية، والعاملين والإداريين والفنيين في المتاجر الالكترونية، بالإضافة إلى توفير الفرص في قطاع تقنية المعلومات والاتصالات التي تعتمد على التجارة الالكترونية.

4- دعم القطاعات التكنولوجية: يتيح انتشار التجارة الالكترونية على المستوى القومي خلق بيئة ومناخ ملائم لظهور قطاعات متخصصة في تقنية المعلومات والاتصالات، وذلك لدعم البنية التحتية الالكترونية لتطبيقات التجارة عبر الانترنت، ومع تطور ونمو التجارة الالكترونية وانتشار استخدامها في التعاملات التجارية يصبح هناك فرصا استثمارية لتوجيه رؤوس الأموال للاستثمار في تطوير وتحسين وتحديث البنى التحتية الالكترونية، والاستثمار في الخدمات المصاحبة لقطاع المعلومات والاتصالات، الأمر الذي يؤدي إلى خلق أو توطين قطاعات تكنولوجية متقدمة تدعم الاقتصاد القومي.

خلاصة الفصل

إن الجزائر كغيرها من بلدان العالم مدركة تماما لأهمية التجارة الالكترونية وضرورة اللحاق بالركب الاقتصادي، الذي يتطلب العديد من المقومات الكفيلة بإقامة البيئة التمكينية لزراع نواة هذه التجارة، ورغم الجهود المبذولة للتفاعل مع التغيرات التكنولوجية وتوفير متطلبات قيام التجارة الالكترونية، إلا انه هناك تأخر كبيراً في مجال البنية التحتية للاتصالات لاسيما الانترنت، مما حال دون توسع التجارة الالكترونية الجزائرية، بالإضافة إلى العديد من العراقيل والعقبات التي تعترض نمو هذه التجارة، حيث منها ما هو قانوني، تجاري، ثقافي واجتماعي ولكي تدرك الجزائر مسار التجارة الالكترونية يتطلب جملة من التغيرات وإعادة الترتيبات والتخطيط والتفكير الدقيق والتركيز على العوامل الايجابية واستخدامها بشكل سليم للانطلاق الفعلي في المعاملات التجارية الالكترونية من خلال انتهاج سياسة التثقيف الالكتروني، وتحفيز المؤسسات لاقترام هذا النشاط وتحديث البيئة التشريعية والقانونية لتصبح أكثر تلائماً مع التجارة الالكترونية، وإقرار الحكومة الجزائرية للقانون الأخير رقم 05-18 المتعلق بهذه الأخيرة، سيكون بمثابة الخطوة الأولى نحو بناء الثقة التي تعتبر الأساس في نجاح التجارة الالكترونية.

الغائمة

أصبحت التجارة الإلكترونية وسيلة حديثة للتعامل التجاري المحلي والدولي، استطاعت أن ترفع الحواجز التقليدية للتجارة كما ساهمت في زيادة حجم التدفقات النقدية بشكل ملفت للاهتمام، فهذه التجارة مبنية على السرعة والفعالية وتقوم على شبكة الانترنت على الغالب وما يميز التجارة الإلكترونية كونها مع صناعة المعلومات تشكل الاقتصاد الرقمي، هذا الاقتصاد الذي يعتمد في هيكله على عدة هيئات منها الحكومات الإلكترونية والمصارف الإلكترونية، والأسواق المالية الإلكترونية والشركات الإلكترونية.

فلقد ساهم انتشار شبكة الانترنت عبر العالم في تطور التجارة الإلكترونية فخرجت بذلك من إطارها المحلي إلى الدولي، وتوسع ممارستها في كل القطاعات، والتي بفضلها صار بإمكانها تسويق منتجاتها وإبرام صفقاتها عبر العالم. من هذا الباب جاء التركيز على دراسة ظاهرة التجارة الإلكترونية، مع إيلاء اهتمام خاص بتشخيص الوضع المعرفي للجزائر، وتبيين موقعها وموضعها في عالم التجارة الإلكترونية.

النتائج:

من خلال هذا البحث أمكننا الوصول إلى النتائج التالية:

- التجارة الإلكترونية عبارة عن منهج حديث للأعمال يعتمد على تكنولوجيا الإعلام والاتصال وخاصة الانترنت، لانجاز كافة العمليات المتصلة بعقد الصفقات بين أطراف متعددة، سواء كانوا مؤسسات أو هيئات حكومية أو أفراد، حيث تحدد تصنيفات هذه التجارة بناء على العلاقة بين هؤلاء الأطراف.
- تشهد الجزائر تقدم ملحوظ في مجال الاهتمام بتطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال مقارنة بالسنوات السابقة فرغم التطور الذي شهدته الجزائر في مجال الانترنت وازدياد عدد مستخدميها لم يزامن تطور في تطبيقات التجارة الإلكترونية، ومازالت الجزائر لم تصل إلى المستوى المطلوب والمتمثل في الدفع الإلكتروني والذي يسمح بتنفيذ المعاملات المالية والتحويلات النقدية على شبكة الانترنت بين الشركات فيما بينها وبين الأفراد والشركات.
- انعدام الاحصائيات حول موضوع التجارة الإلكترونية ناتج عن انعدام الجهات الرسمية المختصة بتنظيم وتنسيق وتعميم التجارة الإلكترونية.
- إن تبني المؤسسة للتجارة الإلكترونية يجعلها أكثر مرونة واستجابة للتغيرات الحاصلة في البيئة العالمية وذلك للتغلب على بعض القيود والاستفادة من بعض الفرص.
- ضعف تمويل التجارة الإلكترونية وذلك ناتج عن قلة مساهمة القطاع الخاص والمشارك ورجال الأعمال في تمويل هذه التجارة.
- القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية الصادر في 10 ماي 2018 الذي طالما انتظره فاعلوا القطاع، من شأنه دفع هذا المجال أكثر إذ سيؤطر هذا النص القانوني الجديد السوق من خلال العديد من الإجراءات التي تسمح بضممان أمن التجارة الإلكترونية، مع تحديد التزامات المزودين بخدمات الانترنت والمستهلكين.

ومن خلال لدراستنا وضعنا فرضيات وكانت نتائج الاختبار كالاتي:

- إثبات الفرضية الأولى: تشكل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات البنية الأساسية والقاعدة التكنولوجية لتعاملات التجارة الالكترونية.
- إثبات الفرضية الثانية: هناك نقص إن لم نقل انعدام للبنية التحتية اللازمة من أجل تبني التجارة الالكترونية حاليا وتوصلنا إلى نتيجة رغم أن الجزائر شهدت تطورا في مجال الهاتف المحمول لكن هذا التطور لم يصاحبه تطور في استعمال الهاتف الثابت والذي يعتبر هو الآخر نافذة من أجل تطور التجارة الالكترونية، أما الانترنت رغم تطورها لكنه لا يزال ضعيف أمام نسب معدلات التغلغل العالمية.
- إثبات الفرضية الثالثة: يمكن استعراض أفاق اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر من خلال بعض فوائد تطبيقات هذه التجارة على مستوى قطاعات الأعمال، المستهلكين و المستوى القومي.

التوصيات:

للعمل على تفعيل التجارة الالكترونية في الجزائر الذي هو واقع محتوم يفرضه الانتقال إلى اقتصاد السوق والانتشار السريع لاستعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وعليه يجب اتخاذ الخطوات اللازمة لذلك نذكر منها:

- تتبع التطورات الحاصلة في ميدان التجارة الالكترونية؛
- الاستفادة من تجارب الدول في هذا المجال؛
- توفير البنية التحتية التي تضمن أمن وسلامة التعاملات الالكترونية؛
- تطوير نظم الدفع الآلي للقيام بجميع العمليات المصرفية؛
- توفير البنية التحتية للاتصالات؛
- إيجاد التنظيم القانوني التشريعي اللازم في التعاملات الالكترونية؛
- تسريع تفعيل الحكومة الالكترونية لتقديم خدماتها الكترونيا؛
- إنشاء مواقع تسويقية على شبكة الانترنت؛
- نشر الوعي بأهمية التجارة الالكترونية؛
- تأهيل وتدريب الكفاءات البشرية الوطنية لاستخدام تقنيات التجارة الالكترونية.

أفاق الدراسة:

يبقى موضوع التجارة الالكترونية موضوعا كبيرا ومتشعبا لذلك حاولنا الإلمام ببعض الجوانب في هذا الموضوع، لكن تبقى الكثير من المواضيع المطروحة في هذا المجال من بينهم نقترح:

- أثر التجارة الالكترونية على الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية؛
- طرق الجباية في التجارة الالكترونية؛
- واقع التجارة الالكترونية في المؤسسات الجزائرية.

وفي الأخير نأمل لأن نكون قد حققنا الصواب في بلوغ الأهداف المتوخات من هذه الدراسة بفضل الله عز وجل وإن كان هناك تقصير فهو من أنفسنا والتي لا تعلوا أن تكون إلا نفس بشرية ولا تستطيع الوصول إلى درجة الكمال والله ولي التوفيق.

قائمة المراجع

الكتب:

1. إبراهيم العيسوي، التجارة الالكترونية، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، مصر، 2003.
2. ابراهيم بختي، التجارة الالكترونية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
3. توفيق محمد عبد المحسن، التسويق وتحديات التجارة الالكترونية، دار الفكر العربي، المملكة المتحدة، 2004.
4. خالد ممدوح إبراهيم، لوجستيات التجارة الالكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2008.
5. رأفت رضوان، عالم التجارة الالكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 1999.
6. سعد غالب ياسين، بشير عباس العلاق، الأعمال الإلكترونية، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2006.
7. طارق طه، التسويق والتجارة الالكترونية، دار الكتب للنشر، القاهرة، مصر، 2005.
8. طارق عبد العالي حماد، التجارة الالكترونية، الدار الجامعية، الاسكندرية، مصر، 2005.
9. عماد الحداد، التجارة الالكترونية، دار الفاروق، القاهرة، مصر، 2003.
10. فاروق السيد حسين، التجارة الالكترونية وتأمينها، دار هلا للنشر والتوزيع، الجيزة، مصر، 2001.
11. فريد النجار وأخرون، التجارة والأعمال الالكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة، الدار الجامعية، مصر، 2006.
12. محمد الطاهر نصير، التسويق الإلكتروني، دار الحامد، عمان، 2005.
13. محمد نور صالح الجداية، التجارة الالكترونية، ط 1، دار الحامد، عمان، 2009.
14. يوسف أحمد أبو فارة، التسويق الإلكتروني - عناصر المزيج التسويقي، ط 2، دار وائل للنشر، القدس، فلسطين، 2007.

المذكرات والأطروحات:

15. إبراهيم بختي، دور الانترنت وتطبيقاته في مجال التسويق - دراسة حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 2002.
16. رشيد علام، عوائق تطور التجارة الالكترونية في الوطن العربي، مذكرة ماجستير في إدارة الأعمال، الاكاديمية العربية البريطانية المتحدة للتعليم العالي، المملكة المتحدة (بريطانيا).

17. زيدان بدر البدور، واقع التجارة الالكترونية في الدول العربية دراسة حالة الجزائر - مصر، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، 2013.
18. سمية ديمش، التجارة الالكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر، مذكرة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري قسنطينة، 2011.
19. صراع كريمة، واقع وأفاق التجارة الالكترونية في الجزائر، مذكرة الماجستير في العلوم التجارية، جامعة وهران، 2014.
20. مسعود جماني، أثر التجارة الالكترونية على إنتاجية وتنافسية المؤسسة، مذكرة ماجستير كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2008.
21. صارة بالساكر، التجارة الالكترونية وآفاق تطورها في البلدان العربية - دراسة حالة الجزائر، مذكرة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، 2015.
- مواقع الانترنت:
22. الموقع الالكتروني لمنظمة التجارة العالمية: www.wto.org
23. الموقع الالكتروني لمنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية: www.oecd.org
24. www.fevad.com
25. <http://www.internetworldstats.com/stats5.htm>
26. www.arpt.dz
27. <http://www.arabicshopping.com>
28. <https://ar.wikipedia.org>
29. <http://casbah-tribune.com>
30. <https://www.android-dz.com>
31. <https://www.pcsoft16.com>
- القوانين والمراسيم:
32. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 28، القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية، 2018.

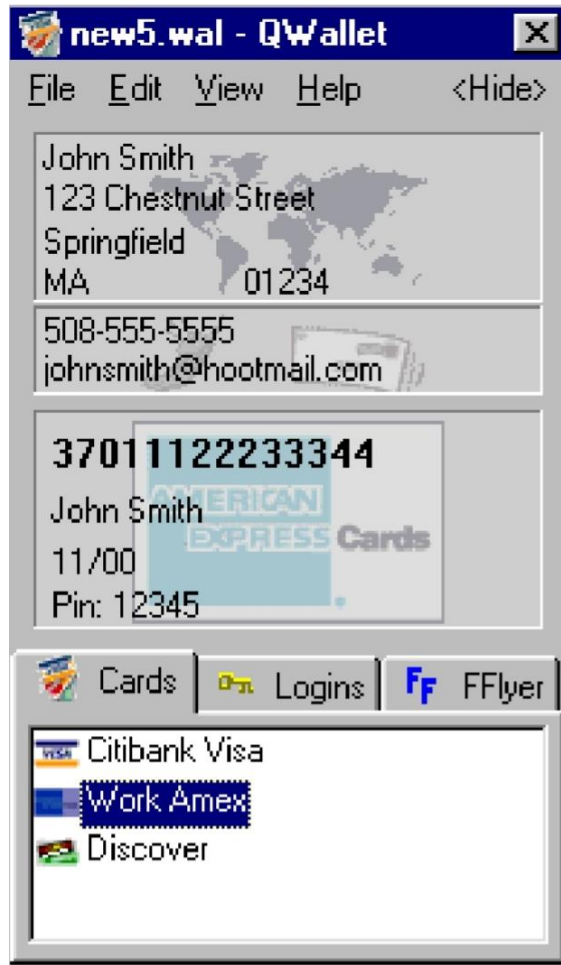
الملاحق

الملحق رقم (01): الشيك الالكتروني



المصدر: <https://bou7outh2u.blogspot.com>

الملحق رقم (02): الحفظة الالكترونية



أحد برنامج الحفظة الالكترونية يعمل وفق بروتوكول SET

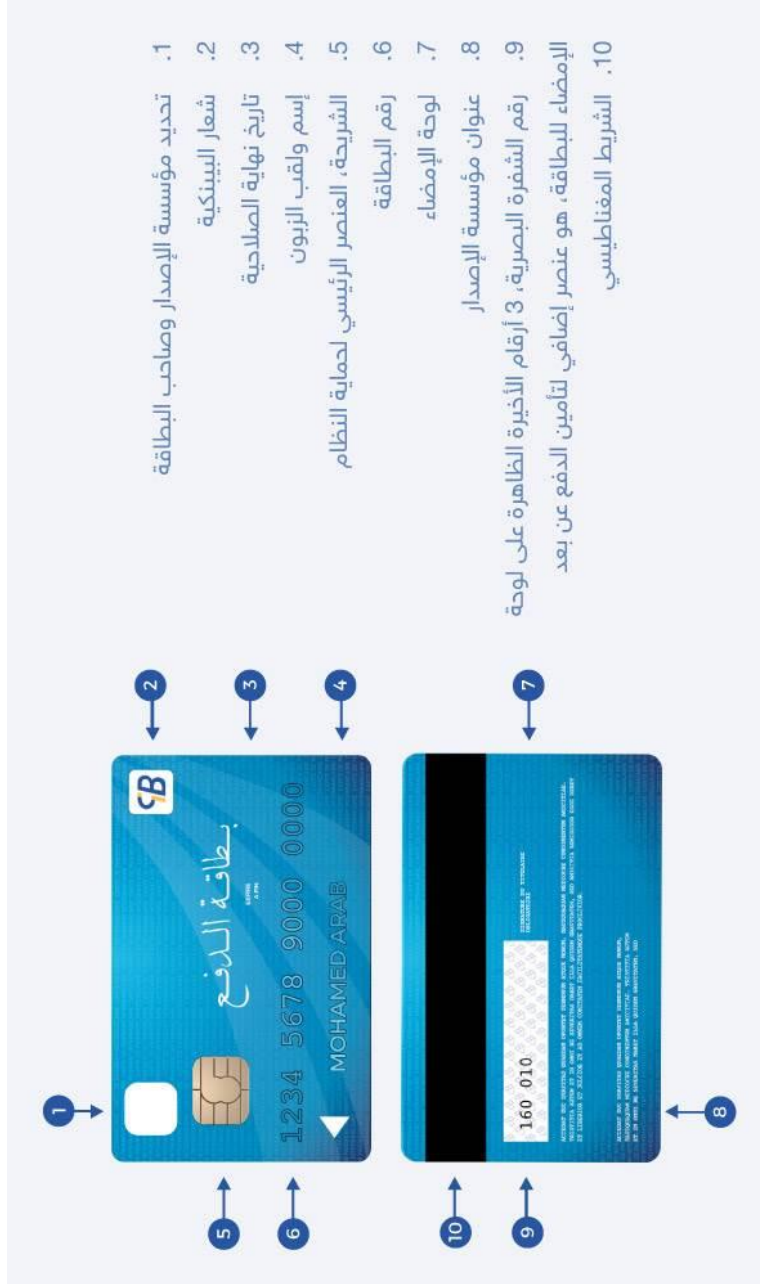
المصدر : ابراهيم بخي، التجارة الالكترونية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص184.

الملحق رقم (03): الشهادة الرقمية



المصدر: <https://support.office.com>

الملحق رقم (05): بطاقة CIB البنكية



المصدر: <https://www.bitakati.dz>

الملحق رقم (06): واجهة موقع أشري لي



المصدر: <http://www.arabicshopping.com>

الملحق رقم (07): تطبيق وصلني



المصدر: <http://casbah-tribune.com>

الملحق رقم (08): تطبيق BARIDIMOB



المصدر: <https://www.pcsoft16.com>

المخلص :

تهدف دراسة هذه الى التعرف الى هذه الظاهرة الحديثة التي انتشرت بسرعة في العالم بأسره وهي التجارة الالكترونية، مع إيضاح الصورة المتعلقة بمكانة التجارة الالكترونية في الجزائر مع تحديد ومعرفة أهم العوائق التي تواجه الجزائر في استخدام هذه التجارة.

واعتمدنا في دراستنا هاته الى المنهج الوصفي التحليلي، وهذا بالتطرق إلى أهم المفاهيم والمصطلحات المتعلقة بالموضوع من أجل الوصول إلى المعرفة الدقيقة لعناصر البحث وتحليل نتائج الدراسات وترجمتها، وقد اعتمدنا في هذا على جمع المعطيات الكمية واستعراض الجداول والأرقام المتعلقة بالموضوع قصد الدراسة.

توصلت الدراسة الى بعض النتائج أهمها، ضعف تمويل التجارة الالكترونية وذلك ناتج عن قلة مساهمة القطاع الخاص والمشارك ورجال الأعمال في تمويل هذه التجارة، سن القوانين والتشريعات "القانون رقم 18-05"، والذي من شأنه دفع هذا المجال أكثر إذ سيؤطر هذا النص القانوني الجديد السوق من خلال العديد من الإجراءات التي تسمح بضمان أمن التجارة الالكترونية، مع تحديد التزامات المزودين بخدمات الانترنت والمستهلكين.

الكلمات المفتاحية: التجارة الإلكترونية، شبكة الإنترنت، الدفع الإلكتروني، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

Summary:

This study aims to recognize modern phenomenon which spread rapidly throughout the world and is e-commerce, and e-commerce niche-related image in Algeria with identifying and knowing the most important obstacles facing Algeria in using this trade.

We have adopted in this study to the descriptive analytical, and that the most important concepts and terminology in order to reach the exact knowledge of the elements of research and analysis of results of studies and translation, we have adopted this quantitative data collection and review of tables and figures On the subject intended to study.

The study found some results notably, double financing of electronic commerce and the result of lack of contribution of the private sector and businessmen in joint financing of this trade, laws and legislation 'law No 18-05', which would pay more because this new legal text sio'tar the market During several actions that allow to guarantee the security of electronic commerce, specifying the obligations of Internet service providers and consumers.

Key words: E-Commerce, World wide web, Electronic payment, Information and communication technology.