



جامعة ابن خلدون - تيارت -

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر

تخصص: مالية وتجارة دولية



## مقومات ومتطلبات نجاح التجارة الإلكترونية

-دراسة حالة الجزائر-

الأستاذ المشرف:

أ. مسري الجبلاي

إعداد الطلبة:

- بن يحي فاطيمة الزهراء

- بوثلجة نصيرة

لجنة المناقشة:

رئيسا	أستاذة محاضرة أ	د. بالعجين خالدية
مقررا	أستاذ مساعد أ	أ. مسري الجبلاي
مناقش أول	أستاذة محاضرة أ	د. معسكري سمرة
مناقش ثاني	أستاذ مساعد أ	أ. بخوش أحمد

نوقشت وأجريت علنا بتاريخ:

السنة الجامعية: 2021/2020

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

الشكر والإهداء

## شكر وتقدير

قال رسول الله - صلى الله عليه وسلم -

"من لم يشكر الناس لم يشكر الله"

مع آخر اللمسات لهذا البحث كان لزاما علينا أن نتوجه بالحمد  
للمولى عز وجل الذي وفقنا لإتمام هذا العمل من غير حول ولا قوة  
منا.

كما نتقدم بالشكر الجزيل لأستاذنا الفاضل مسري الجيلالي الذي لم  
يخل علينا بتوجيهاته القيمة رغم إنشغالاته المكثفة جعله الله ذخرا  
لطلبة العلم.

كما نشكر كل من ساعدنا في هذا البحث من قريب أو من بعيد ولو  
بكلمة طيبة أو دعاء.

فالحمد والشكر لله أولا وأخيرا.

## الإهداء

إلى التي جعلت الجنة تحت أقدامها، بهجة حياتي، إلى أعلى إنسان في هذا الوجود  
أمي الحبيبة أطال الله في عمرها.

إلى الذي رباني على الفضيلة والأخلاق، ومن عمل بكدي في سبيلي وعلمني معنى  
الكفاح وأوصلني لما أنا عليه  
أبي الكريم أدامه الله لي.

إلى من كان لي شرف الإنتساب إليهم أخي الوحيد وأخواتي اللواتي ساندني.

إلى ضحكة العائلة الأميرة إيناس والأمير محمد.

إلى أختي التي لم تنجبها أمي

بن يحي فاطيمة الزهراء.

إلى كل الأصدقاء دون إستثناء.

إلى من رافقنا في إنجاز هذا العمل الأستاذ الكريم

مسري الجيلالي.

## بوثلجة نصيرة

## الإهداء

إلى من وضع المولى سبحانه وتعالى الجنة تحت قدميها ووقرها في كتابه العزيز

أمي الغالية

إلى خالد الذكر الذي لم يتهاون يوم في توفير سبيل الخير والسعادة لي

أبي الموقر

إلى من أعتمد عليهم في كل كبيرة وصغيرة

إخوتي وأخواتي

إلى روح جدي وجدتي رحمهما الله

إلى جميع الأصدقاء، العائلة، والمعارف

إلى من قاسمتني مقاعد الدراسة إلى زميلتي ورفيقة دربي

بوثلجة نصيرة

إلى جميع طلبة العلم والمعرفة في هذا القطر الشاسع من الوطن

بن يحي فاطيمة الزهراء

# فهرس المحتويات

أرقام الصفحات	المحتويات
	البسمة
	الشكر والإهداء
	فهرس المحتويات
	قائمة الجداول
	قائمة الأشكال
	قائمة الملاحق
1 .....	مقدمة
9 .....	الفصل الأول: عموميات حول التجارة الإلكترونية
10 .....	تمهيد
11 .....	المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية
11 .....	المطلب الأول: نشأة التجارة الإلكترونية ومفهومها
17 .....	المطلب الثاني: أنماط التجارة الإلكترونية
21 .....	المطلب الثالث: أطراف ومراحل التجارة الإلكترونية
24 .....	المبحث الثاني: سمات التجارة الإلكترونية
24 .....	المطلب الأول: مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية
27 .....	المطلب الثاني: فوائد وحوافز التجارة الإلكترونية
29 .....	المطلب الثالث: أبعاد التجارة الإلكترونية وأهدافها
33 .....	المبحث الثالث: خصائص التجارة الإلكترونية آثارها وتحدياتها



33	المطلب الأول: خصائص التجارة الإلكترونية وأساليب قياس حجمها
36	المطلب الثاني: آثار التجارة الإلكترونية على مختلف المستويات
39	المطلب الثالث: المشاكل التي تواجه التجارة الإلكترونية
41	خلاصة
42	الفصل الثاني: البنى التحتية للتجارة الإلكترونية
43	تمهيد
44	المبحث الأول: البنية التحتية التشريعية والبشرية للتجارة الإلكترونية
44	المطلب الأول: التشريعات والأنظمة الخاصة بالتجارة الإلكترونية
46	المطلب الثاني: التعاقد والأركان القانونية للتجارة الإلكترونية
51	المطلب الثالث: الموارد البشرية في التجارة الإلكترونية
54	المبحث الثاني: البنية التحتية الشبكية للتجارة الإلكترونية
54	المطلب الأول: أجهزة الحاسوب والبرمجيات
56	المطلب الثاني: الأنترنت، الأنترانت والإكسترنات
63	المطلب الثالث: الهاتف في التجارة الإلكترونية
67	المبحث الثالث: البنية التحتية المصرفية للتجارة الإلكترونية
67	المطلب الأول: وسائل الدفع الحديثة
72	المطلب الثاني: وسائط المعاملات المالية الحديثة
75	المطلب الثالث: أنظمة المعاملات المالية الحديثة
82	خلاصة
83	الفصل الثالث: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر
84	تمهيد

85	المبحث الأول: البنى التحتية التشريعية والبشرية والشبكية للتجارة الإلكترونية في الجزائر .....
85	المطلب الأول: البنية التحتية التشريعية والبشرية للتجارة الإلكترونية في الجزائر .....
89	المطلب الثاني: الهاتف في الجزائر .....
94	المطلب الثالث: الأنترنت في الجزائر .....
100	المبحث الثاني: البنية التحتية المصرفية للتجارة الإلكترونية في الجزائر .....
100	المطلب الأول: المعاملات المالية الإلكترونية في الجزائر .....
108	المطلب الثاني: وسائط الدفع الإلكتروني في الجزائر .....
113	المطلب الثالث: أنظمة الدفع الإلكتروني في الجزائر .....
121	المبحث الثالث: وضعية التجارة الإلكترونية في الجزائر .....
121	المطلب الأول: إستراتيجية الجزائر الإلكترونية .....
124	المطلب الثاني: مواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر .....
128	المطلب الثالث: تصنيفات التجارة الإلكترونية في الجزائر .....
133	خلاصة .....
134	خاتمة .....
141	قائمة المختصرات .....
143	قائمة المصادر والمراجع .....
152	الملاحق .....

# قائمة الجداول

## قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحات
(1.1)	الفرق بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية	15
(2.1)	الفرق بين التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية	16
(3.1)	الفرق بين التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني	17
(4.1)	مصنوفة كوبل	20
(1.2)	الفروقات ما بين الأنترنت والأنترنت والإكسترنات	63
(1.3)	تطور سوق الهاتف الثابت في الجزائر خلال الفترة 2019-2020	90
(2.3)	نسبة الأسر التي تمتلك خط هاتفي ثابت في الجزائر خلال الفترة 2019-2020	91
(3.3)	وضعية السوق الإجمالية للمتعاملين بالهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة 2019-2020	93
(4.3)	تطور سوق الأنترنت الثابت في الجزائر في 2019-2020	95
(5.3)	تطور سوق أنترنت الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة 2019-2020	97
(6.3)	حجم البطاقات المتداولة في الجزائر لسنة 2020	107
(7.3)	تطور عمليات الدفع عبر الأنترنت خلال الفترة 2019-2020	109
(8.3)	تطور عدد الصرافات الآلية في الجزائر خلال الفترة 2020-مارس 2021	111
(9.3)	المبلغ والعدد الإجمالي لمعاملات الدفع الإلكتروني عبر الصرافات الآلية في الجزائر خلال الفترة 2019-2020	111
(10.3)	تطور المعاملات المالية عبر نظام ARTS خلال الفترة 2017-2018	115
(11.3)	تطور المعاملات بإستخدام نظام ATCI خلال الفترة 2017-2018	118

# قائمة الأشكال

الصفحات	عنوان الشكل	رقم الشكل
47	أنواع حقوق الملكية الفكرية	(1.2)
62	العلاقة ما بين الأنترنت والأنترنت والإكسترنات	(2.2)
96	توزيع مشتركى الأنترنت الثابت حسب نوع التكنولوجيا في الجزائر خلال الفترة 2019-2020	(1.3)
98	توزيع عدد مشتركى أنترنت الهاتف النقال حسب نوع التكنولوجيا في الجزائر خلال الفترة 2019-2020	(2.3)
122	الجهات المسؤولة عن وضع وتنفيذ إستراتيجية الجزائر الإلكترونية	(3.3)

قائمة الملاحق

الصفحات	عنوان الملحق	رقم الملحق
153	القانون الخاص بالتجارة الإلكترونية في الجزائر	(1)
154	أعضاء الشبكة النقدية ما بين البنوك RMI	(2)
155	بطاقة CIB ومختلف إستخداماتها	(3)
156	أجهزة الصرافات الآلية المعتمدة في الجزائر	(4)
157	الوكالة الرقمية الأولى في الجزائر للمعاملات المالية	(5)



مقدمة

*Introduction*

ظهرت في العقود الأخيرة من القرن العشرين العديد من التغيرات والتحويلات التي أفرزتها معطيات التطور التكنولوجي، فتسارع وتيرة نمو الابتكارات والتقنيات التكنولوجية ساهم في نقل المجتمعات عبر الزمن إلى عصر المعلومات، وأدى إلى ميلاد و بروز العديد من التطبيقات والأنشطة الحديثة والتي تعتبر المعرفة أهم عامل من عوامل نجاحها، وبامتلاك الثورة التكنولوجية للعديد من عناصر القوة مكنها من إحداث تعديلات جذرية في مناهج وأنماط العمل في كل الميادين، لاسيما المجال التجاري الذي يعد من أكثر القطاعات إستجابة للتقدم والابتكار التكنولوجي ومن أكثرها إستخداما للتقنيات الحديثة والمتطورة، فقد شكلت هذه التكنولوجيات تحول تجاري أسفر عنه تغيير عميق في نمط التفكير وفي سلوك المنتجين والمستهلكين على حد سواء بالتالي تغيرت بعض قواعد التعاملات التجارية ونجم عنها ميلاد نوع حديث من المبادلات التجارية، قوامها التدفق السريع للمعلومات والإستجابة الأسرع للتغيرات المفاجئة، والإلغاء النهائي للحدود والقيود المادية والجغرافية وهو ما أصبح يطلق عليه التجارة الإلكترونية.

وتعتمد التجارة الإلكترونية على نظام معلوماتي يركز على أدوات إلكترونية إنطلاقا من الشبكات من أبرزها الأنترنت، الهاتف، البطاقات المصرفية وغيرها من التقنيات التي تساهم بصورة كبيرة في إتمام المبادلات التجارية بين الأطراف التجارية، ولتطوير وتعميم نشاط التجارة الإلكترونية وتحقيق فعالية في مجال الإقتصاد الرقمي ظهرت هناك حتمية قانونية مفادها ضرورة وضع قواعد وأحكام تستهدف بالدرجة الأولى تنظيم جميع المسائل المتعلقة بالمعاملات الإلكترونية. كما أسهم قطاع تكنولوجيا المعلومات في وضع مفاهيم جديدة وأسس إستلزم ضرورة تطوير القطاع المالي وخاصة النظام المصرفي الإلكتروني لما يقوم به من تمويل ودعم وتنشيط المعاملات التجارية من خلال نظم ووسائل دفع إلكترونية متطورة في تسوية المعاملات الإلكترونية مع توافر العنصر البشري المؤهل والقادر على إستخدام آليات وتقنيات المعلومات والإتصالات الحديثة والتعامل مع برمجيات التجارة الإلكترونية وإتقان اللغات الأجنبية مما يساهم في بناء بيئة ملائمة لنجاح وتطور هذا النمط من التجارة.

وأدرت التجارة الإلكترونية على البلدان المتطورة إيرادات طائلة تضاهي تلك التي تحققها في تجارتها التقليدية وهذا بفضل الأسس والبنى التحتية والإستراتيجيات المسخرة والمناسبة لهذا النوع من التجارة، ومن بين هذه الأسس المتطلبات القانونية، البشرية، التقنية والمصرفية، التي تتمثل في جملة من الخدمات والنشاطات

التي لا غنا عنها في هذا المجال. وإذا ما أردنا إسقاط هذا الموضوع على حالة الجزائر التي تعيش مرحلة إنتقالية من الاقتصاد الموجه إلى اقتصاد السوق لا سيما وبعد إنخفاض أسعار النفط وتدهور الوضع المالي مما يحتم على الجزائر تبني إصلاحات واسعة النطاق وسريعة التنويع الإقتصادي وتنويع التنافسية لتحسين بيئة الأعمال يكون لها هذا التنويع كبديل لإقتصاد المحروقات، ولعل من بين أبرز المجالات اليوم التي ينبغي للجزائر الإستثمار فيها وتشجيعها هي التجارة الإلكترونية ولنجاحها لابد من الإعتماد على متطلبات أساسية يفرضها هذا النوع من التجارة.

**1. طرح الإشكالية:** وعلى سياق ما سبق ذكره سنحاول صياغة إشكالية البحث في التساؤل التالي:

**- ما هي المقومات والمتطلبات اللازمة لقيام ونجاح التجارة الإلكترونية في الجزائر؟**

**2. الأسئلة الفرعية:** وحتى يتيسر لنا الإمام بجوانب الموضوع يمكننا الإستعانة بالأسئلة الفرعية التالية:

● ما مفهوم التجارة الإلكترونية وما أبرز خصائصها ومميزاتها؟

● ما هي أهم أسس ومتطلبات نجاح التجارة الإلكترونية؟

● ما هي البنى التحتية اللازمة لنجاح التجارة الإلكترونية في الجزائر؟

**3. فرضيات البحث:** للإجابة على الإشكالية المطروحة، والأسئلة الفرعية، سوف نضع بعض الفرضيات التي

تكون منطلق دراستنا ويمكن حصرها فيما يلي:

● إستعمال نتائج ثورة تكنولوجيا المعلومات والإتصال أدى إلى ظهور التجارة الإلكترونية مما أثر إيجابا على

إقتصاديات دول العالم؛

● تعتبر الصيرفة الإلكترونية ركيزة التجارة الإلكترونية مما توفره من نظم ووسائل دفع إلكترونية متطورة

وفعالة؛

● لا تزال التجارة الإلكترونية شبه غائبة عن الجزائر لعدم توفر مقوماتها الأساسية ولغياب الوعي بأهميتها.

**4. أسباب إختيار الموضوع:** تعود أهم الأسباب التي دفعتنا إلى إختيار الموضوع محل الدراسة، إلى أسباب

ذاتية وأخرى موضوعية سنتطرق لها كالتالي:

أ. الأسباب الذاتية: نجد فيها ما يلي:

● الرغبة والميول الشخصي للإكتشاف أكثر في هذا المجال؛

● دراسة هذا الموضوع كمقياس في السنة الأولى ماستر، أُنمى لدينا الفضول للمعرفة والبحث أكثر في هذا المجال وتبسيط الضوء على التحديات التي تواجهه.

ب. الأسباب الموضوعية: نجد فيها ما يلي:

● حداثة الموضوع بإعتباره حديث الساعة في الجزائر خاصة خلال ظهور جائحة كورونا؛

● الوقوف على أهم التحديات التي تواجه الجزائر في نجاح التجارة الإلكترونية؛

● معرفة الأسباب الرئيسية التي أدت إلى تأخر في تبني وتطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر؛

● أهمية التجارة الإلكترونية في تنشيط قطاع التجارة الخارجية؛

● تحقيق التجارة الإلكترونية لأرقام خيالية في مختلف دول العالم.

**5. أهداف البحث:** تهدف هذه الدراسة إلى معرفة واقع استخدام الاقتصاد الجزائري للتجارة الإلكترونية والتعرف على أبرز الخطط والمشاريع وأهم الإستراتيجيات التي تتبناها الجزائر للإعتماد على هذا النوع من التجارة، والتي يمكن إيجازها في النقاط التالية:

● التعرف على ظاهرة حديثة إنتشرت بسرعة في العالم بأسره، وهي التجارة الإلكترونية؛

● الوقوف على أسس التجارة الإلكترونية وآلية تطبيقها

● معرفة متطلبات تفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر وآفاقها؛

● إيضاح الصورة المتعلقة بمكانة التجارة الإلكترونية في الجزائر.

**6. أهمية البحث:** تكمن أهمية هذه الدراسة في أن التجارة الإلكترونية أصبحت عاملاً مؤثراً في نمو إقتصاديات الدول وتعزيز تجارتها الخارجية، وقد غدت وسيلة هامة في زيادة القدرة التنافسية من تسويق لمنتجات وتوفير المعلومات والخدمات والمتعاملين، إضافة إلى تمكين المستهلك أينما كان من الطلب الفوري للسلع والخدمات، ولذلك إعتمدت الدول عامة والجزائر خاصة على تهيئة إقتصادياتها ومؤسساتها للتحويل إلى الإقتصاد الرقمي من خلال تطبيق التجارة الإلكترونية عبر شبكة الأنترنت وتحديث الأنظمة المصرفية و القانونية والعمل على الإستفادة القصوى منها.

7. حدود الدراسة: يمكن تقسيم حدود البحث إلى:

● **حدود موضوعية:** إقتصرت هذه الدراسة على مفهوم التجارة الإلكترونية وأهم المتطلبات لنجاحها في العالم عامة وفي الجزائر خاصة؛

● **حدود مكانية:** يقتصر الجانب المكاني للدراسة في إستعراض حدود التجارة الإلكترونية في الجزائر؛

● **حدود زمنية:** من أجل حصر إشكالية الدراسة، ولبلوغ الأهداف المرجوة حددنا أبعاد الدراسة التي سوف تمتد من 2017-2021، وذلك محاولة منا إستحداث الإحصائيات والمعطيات المتوفرة حسب كل عنصر.

8. **منهج الدراسة:** مما لا شك فيه أن بناء أي بحث يحتاج إلى منهج يكون الوسيلة التي تحدد للباحث مجالات البحث وتسهل الإجابة على التساؤلات التي ينطلق منها في بحثه، وبشكل عام إستخدمنا المنهج الوصفي التحليلي، فكان وصفيا عندما تطرقنا لمختلف الجوانب النظرية المتعلقة التجارة الإلكترونية وكذا مكانتها في الجزائر، وتحليليا من خلال ترجمة الإحصائيات المتعلقة بالبحث، كما إستعنا بالمنهج التاريخي وذلك بدراسة التطور التاريخي للتجارة الإلكترونية وأدواتها.

9. **أدوات الدراسة:** إعتمدنا من خلال دراستنا لبحثنا على مجموعة من الأدوات التي تجسدت في البحث المكتبي القائم على الكتب والمجلات والملتقيات والمذكرات ذات علاقة بالموضوع، والبحوث الأكاديمية والتقارير المأخوذة من المنظمات والمراكز الإحصائية، ومن أجل إعطاء هذا الموضوع صبغة تتماشى مع المستجدات الراهنة تم اللجوء إلى مواقع الأنترنت للحصول على المعلومات والمعطيات الرقمية ذات صلة بالموضوع.

10. **الدراسات السابقة:** إعتمدنا في دراستنا على عدة دراسات سابقة تناولت الموضوع من جوانب مختلفة أهمها:

أ.فلاق شيرة فاطمة، بعنوان: "واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر" مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في العلوم التجارية، تخصص الإمداد والنقل الدولي، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، سنة 2018، والتي تمثلت إشكاليته في "ما مدى إعتقاد الجزائر للتجارة الإلكترونية؟"، وتهدف هذه الدراسة إلى إيضاح الصورة المتعلقة بمكانة التجارة الإلكترونية في العالم عامة والجزائر خاصة وإستعراض بعض الجهود الخاصة بتأهيل المجتمعات لتصبح قادرة على التعامل مع التجارة الإلكترونية.

ومن أهم نتائج هذه الدراسة ما يلي:

● أحدثت التطورات التكنولوجية طفرة إتصالات ومعلومات في كل المجالات، فقد حولت الاقتصاد من الشكل التقليدي إلى الشكل الرقمي المتمحور حول اللامادية والسرعة الآنية؛

● إن التعامل بالتجارة الإلكترونية يفرض تقبل الثنائية المتبادلة من المزايا والأعباء، فهي تنشئ القيمة من خلال مساعدتها للمؤسسات دون إعتبار لحجمها لولوج الأسواق العالمية بأقل وقت وتكلفة، كما تساعد الأفراد على الخيار العالمي لأجود المنتجات وبأرخص الأثمان، غير أن هذه التجارة تفرض تحمل أعباء ومخاطر وسلبات لا بد من العمل للقضاء عليها؛

● ضعف واضح في المؤشرات غير المباشرة للتجارة الإلكترونية في الجزائر والمتعلقة أساسا بالبنية التقنية للإتصالات والمعلومات.

ومن أهم التوصيات نذكر:

- تكوين تحالف رقمي مع الدول العربية في مجال أنشطة المعلوماتية والتجارة الإلكترونية؛
- ضرورة إدراك مكاسب التجارة الإلكترونية والتجاوب معها من بلد لآخر وخاصة في الدول العربية.
- ب. وسام عمرون، بعنوان "دور التجارة الإلكترونية في تفعيل عمليات التجارة الخارجية-دراسة حالة-"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في العلوم التجارية، تخصص تجارة دولية جامعة 8 ماي 1945، قالمة، سنة 2017، والتي تمثلت إشكالياتها في "ما مدى مساهمة التجارة الإلكترونية في تنشيط حركية إقتصاديات الدول عامة والجزائر خاصة؟"، حيث تهدف هذه الدراسة إلى إيضاح مكانة التجارة الإلكترونية في العالم العربي.

ومن أهم نتائج هذه الدراسة ما يلي:

- لا تعتمد الجزائر على التجارة الإلكترونية كأداة لتفعيل تجارتها الخارجية؛
- تقتصر التجارة الإلكترونية على إمتلاك موقع على شبكة الأنترنت فقط؛
- لا تحقق التجارة الإلكترونية عائدات مالية ضخمة من جراء تبادلات عبر الشبكة.

ومن أهم توصيات الدراسة ما يلي:

- ضرورة إقامة شبكة ربط بين البنوك والمؤسسات المالية والمصالح الضريبية وكل الهيئات للتمكن من رصد المعاملات التجارية والتحويلات المالية المنجزة عن طريق الأنترنت؛

• ضرورة العمل على إصلاح التشريعات والنظم الضريبية بما يجعلها متلائمة مع خصوصيات البنوك الإلكترونية.

ج. سعيدة حركات وسارة بن غيدة، بعنوان: "البنية التحتية للمعاملات الإلكترونية في البنوك الجزائرية- واقع وتحديات-"، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، جامعة أم البواقي، الجزائر، العدد 01، جوان 2020، والتي تمثلت إشكاليتهما في "ما هو واقع البنية التحتية للمعاملات الإلكترونية في البنوك الجزائرية؟"، حيث تهدف هذه الدراسة إلى تحديد مختلف التحديات التي تحول دون توسيع نطاق تطبيق المعاملات الإلكترونية في البنوك الجزائرية.

ومن أهم نتائج هذه الدراسة:

- غياب الثقافة المصرفية لدى الشعب الجزائري، ويظهر ذلك في ضعف الإقبال على مختلف الخدمات الإلكترونية وإكتفاء البنك بتسوية معاملاته من النقود العادية والشيك؛
- غياب نصوص قانونية وتشريعية واضحة تحكم أدوات الدفع الإلكتروني وعدم فعالية نظام الأمن المعلوماتي؛
- غياب البنية المصرفية والنقدية المناسبة للعمليات والتسويات الناجمة عن المعاملات الإلكترونية.

ومن أهم التوصيات لهذه الدراسة ما يلي:

- ضرورة مراجعة الجزائر لبعض الإجراءات للتعامل مع المستثمرين الأجانب في المجال البنوك؛
  - ضرورة معالجة وتطوير الأنظمة المالية في الجزائر لتلائم مع الأنظمة العالمية.
- أما فيما يخص دراستنا التي قمنا بها فهي تختلف عن الدراسات السابقة في مدى تأثير البنى التحتية التشريعية والبشرية، الشبكية وكذا المصرفية في نجاح التجارة الإلكترونية، بالإضافة إلى تحليل بعض الإحصائيات الجديدة في دراستنا لحالة الجزائر.

### 11. صعوبات البحث:

أثناء إعدادنا لهذا البحث واجهتنا مجموعة من الصعوبات نذكر منها:

- عجز المراكز الإحصائية العالمية والمحلية عن قياس الحجم الدقيق للتجارة الإلكترونية بسبب حداثة الظاهرة وصعوبة عزل المعاملات التجارية عن باقي المعاملات التي تتم عبر الإنترنت؛

- قلة المراجع المتخصصة في التجارة الإلكترونية سواء كتب أو دراسات أكاديمية والتي تحتوي على معطيات حديثة وبالتالي إضطررنا للإعتماد بشكل كبير على المواقع الإلكترونية؛
- أغلبية مواقع المؤسسات التجارية الجزائرية هي مواقع ساكنة لا تستعمل كوسيلة للتفاعل مع الجمهور.

## 12. هيكل البحث:

تم تقسيم الدراسة إلى ثلاث فصول وهي على النحو التالي:

**الفصل الأول:** جاء تحت عنوان **عموميات حول التجارة الإلكترونية**، حيث تم تقسيمه إلى ثلاث مباحث، تناولنا في المبحث الأول ماهية التجارة الإلكترونية، أما في المبحث الثاني سمات التجارة الإلكترونية، وفي المبحث الثالث والأخير فتطرقنا إلى خصائص التجارة الإلكترونية آثارها وتحدياتها.

**الفصل الثاني:** المعنون بـ **البنى التحتية للتجارة الإلكترونية**، والذي يشمل ثلاث مباحث، ففي المبحث الأول تم التطرق للبنى التحتية التشريعية والبشرية للتجارة الإلكترونية، المبحث الثاني تناول البنية التحتية الشبكية للتجارة الإلكترونية، والمبحث الثالث تحدثنا عن البنية التحتية المصرفية للتجارة الإلكترونية.

**الفصل الثالث:** تحت عنوان **واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر**، وتم التطرق من من خلاله إلى ثلاث مباحث، ففي المبحث الأول تناولنا البنى التحتية التشريعية والبشرية والشبكية للتجارة الإلكترونية في الجزائر، أما في المبحث الثاني البنية التحتية المصرفية للتجارة الإلكترونية في الجزائر، وفي المبحث الثالث والأخير تحدثنا عن وضعية التجارة الإلكترونية في الجزائر.



# الفصل الأول

## عموميات حول التجارة الإلكترونية

المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية

المطلب الأول: نشأة التجارة الإلكترونية ومفهومها

المطلب الثاني: أنواع التجارة الإلكترونية

المطلب الثالث: أطراف ومراحل التجارة الإلكترونية

المبحث الثاني: سمات التجارة الإلكترونية

المطلب الأول: مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية

المطلب الثاني: فوائد وحوافز التجارة الإلكترونية

المطلب الثالث: أبعاد التجارة الإلكترونية وأهدافها

المبحث الثالث: خصائص التجارة الإلكترونية أثارها وتحدياتها

المطلب الأول: خصائص التجارة الإلكترونية وأساليب قياس حجمها

المطلب الثاني: آثار التجارة الإلكترونية على مختلف المستويات

المطلب الثالث: المشاكل التي تواجه التجارة الإلكترونية

### تمهيد

على ضوء التغيرات العالمية المتعددة، والتطورات التكنولوجية المتسارعة بشكل كبير، فقد ساهمت هذه الأخيرة في تحسين وتطوير الأنشطة التجارية التقليدية، مما إستحدث ظهور تجارة جديدة قائمة على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وهي التجارة الإلكترونية التي تعتبر مصطلح جديد في عالم الاقتصاد، والتي تعتبر الأنترنت أهم أدواتها، مما يجعلها مختلفة تماما عن نظيرتها التقليدية من حيث الصفات الأنواع وحتى المبادئ، وإزدادت أهميتها لتوفرها على ميزات وفوائد في شتى المجالات مما ساعد المتعاملين بهذا النوع من إتمام معاملاتهم بصورة أسرع وأحسن، وبأقل تكلفة، وتحويل العالم إلى سوق واحد ذو نمط رقمي وجديد و متطور.

وإزاء ما تقدم ومن خلال هذا الفصل سنحاول تسليط الضوء على بعض الجوانب الخاصة بالتجارة الإلكترونية، كالمهية والأنواع والمراحل والفوائد والمعوقات، ومحاولة الإمام بصفات التجارة الإلكترونية، وختاما بأثارها والمشاكل المترتبة عنها في مختلف القطاعات.

### المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية

الإقتصاد الرقمي هو مصطلح يشير إلى الإقتصاد الذي يعتمد على تكنولوجيا المعلومات والإتصال، التي تتضمن شبكات الإتصال الرقمية، والذي كان السبب الحقيقي لميلاد فكرة التجارة الإلكترونية ونموها، وفي هذا المبحث سيتم التطرق لنشأة ومفهوم التجارة الإلكترونية ومختلف أنماطها وأبعادها، بالإضافة إلى مناقشة المزايا والعيوب، وأهميتها في جميع المجالات.

### المطلب الأول: نشأة التجارة الإلكترونية ومفهومها

تعتبر التجارة الإلكترونية نموذجاً إقتصادياً يلائم مفهوم العولمة والعمل الإلكتروني التي تقدم على إزالة الحدود الإقليمية والتحرير الشامل للتجارة الذي يضمن حرية إنتقال السلع والخدمات، ومر هذا النوع من التجارة بعدة مراحل وصولاً إلى ما هو عليه الآن.

### أولاً: تاريخ التجارة الإلكترونية

حسب بعض أراء الكتاب والعلماء، جاء مفهوم التجارة الإلكترونية منذ منتصف التسعينيات من القرن الماضي عندما قامت المؤسسات باستخدام الأنترنت لمزاولة نشاطها وإدارة علاقاتها مع الموردين والزبائن والموظفين والمنافسين وغيرهم. وفي سنة 1994 لم تكن التجارة الإلكترونية كما نعهدها الآن، ولكن بعد مرور سنوات من هذا التاريخ تغير مفهوم التجارة الإلكترونية تماماً، وتوسعت تطبيقاتها، من خلال المزادات والإعلانات على الأنترنت، وأنشأت العديد من المؤسسات الكبيرة مواقع خاصة بها<sup>1</sup>، حيث يتفق معظم الكتاب على وجود ثلاث مراحل تاريخية لظهور هذا النوع من التجارة:

● **المرحلة الأولى:** ظهرت أول تطبيقات التجارة الإلكترونية في بداية السبعينيات من القرن الماضي من خلال تحويل الأرصدة إلكترونياً (EFT\*): من منظمة إلى أخرى، حيث كان هذا التطبيق مقتصر على الشركات الضخمة بسبب التكلفة العالية؛

<sup>1</sup> محمد عبد حسين الطائي، التجارة الإلكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة، ط1، دار الثقافة، الأردن، 2010، ص 15.

\*EFT: Electronic Funds Transfer.

● المرحلة الثانية: بعد ذلك تطورت تطبيقات التجارة الإلكترونية في المنظمات من خلال تبادل البيانات إلكترونية (EDI\*)، الذي يحقق التبادل المضمون بين المؤسسات من خلال اشبكات خاصة التي توفر تبادل الوثائق المعلومات كطلبات الشراء أو الفواتير المالية الإلكترونية أدى إلى توسيع نطاق المعاملات مثل البريد الإلكتروني، ووثائق الفاكس والاستثمارات الإلكترونية؛

● المرحلة الثالثة: بعد ذلك تطورت تطبيقات التجارة الإلكترونية إلا أنها شهدت تطور من خلال استخدام نظم المعلومات البينية أو بين المنظمات التي تركز على تبادل وتدفع البيانات بين منطمتين أو أكثر في إطار العلاقات التي يتم الاتفاق عليها مسبقا والخاصة بتنظيم وترتيب المعاملات التجارية مثل إرسال الشيكات والحوالات المالية والمستندات والوثائق وما شابهها؛

ويمكن القول أن كلما تطورت تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتي من أهم أدواتها الأنترنت، تطورت التجارة الإلكترونية في نمط استخدامها.

فتاريخ ثورة التجارة الإلكترونية يمكننا القول أن يرجع إلى أحد الشبان يدعى (Jeff Bezos) ويعمل كمحلل مالي، ومدير مالي، أراد أن يستخدم الأنترنت كأداة لكسب المال فقام سنة 1994 بوضع قائمة من عشرين منتجا، يمكنها أن تجد سوق رائعة لها عبر شبكة الأنترنت، وبعد القيام بتحليل مكثف تأكد من أن الكتب جاءت في المرتبة الأولى لهذه القائمة، ومن هذا المنطلق أسس هذا الشاب شركة أمازون، والتي أصبحت من بين أهم الشركات في عالم التجارة الإلكترونية<sup>1</sup>.

### ثانيا: مفهوم التجارة الإلكترونية

لا يوجد مفهوم شامل وموحد عالميا للتجارة الإلكترونية نظرا لإندرجه تحت مفهوم أوسع وهو الاقتصاد الرقمي، وفيما يأتي نستعرض تعريفات حسب عدة نماذج:

\*EDI: Electronic Data Interchange.

<sup>1</sup>صراع كريمة، واقع وأفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، (مذكرة ماجستير، في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، تخصص إستراتيجية، المدرسة الدكتورالية للإقتصاد وإدارة الأعمال-وهران)، الجزائر، 2014، ص: 12.

- من وجهة نظر الاتصالات: تعني إيصال السلع والخدمات والمعلومات والدفع بإعتماد شبكات الحاسوب وغيرها أو أية وسيلة إلكترونية أخرى؛
- من وجهة النظر التجارية: تعني توفير الإمكانية لبيع وشراء المنتجات والمعلومات على الأنترنت وغيرها من الخدمات المباشرة؛
- من وجهة نظر الأعمال: تعني إنجاز الأعمال إلكترونيا بواسطة إكمال العمليات عبر الشبكات الإلكترونية ومن ثم إحلال المعلومات بالعمليات المادية للأعمال؛
- من وجهة نظر الخدمات: تعني الأداة التي تحدد رغبة كل من الحكومات والمنشآت، الزبائن وإدارة المنظمة في تخفيض التكاليف في نفس الوقت يتم فيه تحسين جودة الخدمة وتسريع إيصالها إلى الزبون؛
- من وجهة نظر التعليم: تعني التمكين من التدريب والتعليم الفوري المباشر في المدارس، الجامعات وغيرها من المنظمات كمنظمات الأعمال<sup>1</sup>.

بالإضافة إلى هذه النماذج هنالك عدة تعاريف حسب المنظمات العالمية:

**1. منظمة التجارة العالمية:** التجارة الإلكترونية هي مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج وتوزيع وترويج وبيع المنتجات من خلال شبكات الاتصالات ومن الأمثلة الشائعة للسلع الموزعة إلكترونيا كالكتب، القطع الموسيقية، تأخذ هذه المنظمة تعريفا واسعا للتجارة الإلكترونية التي تشمل ثلاثة أنواع من العمليات والإعلان عن المنتج أو عمليات البحث عنه، عملية تقديم الطلب الشراء أو سداد ثمن المشتريات، وعملية تسليم المشتريات؛

**2. اللجنة الأوروبية:** التجارة الإلكترونية هي أداء الأعمال الإلكترونية على أساس التبادل الإلكتروني للبيانات مكتوبة كانت أم مرئية أم مسموعة، كما أنها تتضمن العديد من الأنشطة التجارية الخاصة بتبادل السلع والخدمات، وإتمام عمليات البيع والشراء والتسليم بالنسبة للمحتويات الرقمية والتحويلات الإلكترونية للأموال والفواتير الإلكترونية والمزادات التجارية، وعمليات التسويق وخدمات ما بعد البيع وهي تشمل كلا من السلع والخدمات وكذلك الأنشطة التقليدية وغير التقليدية؛

<sup>1</sup> اسمية ديمش، التجارة الإلكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير، في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص تحليل وإستشراف إقتصادي، جامعة منتوري-قسنطينة)، الجزائر، 2011، ص: 38.

3. منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية: التجارة الإلكترونية تشمل جميع أشكال المعلومات التجارية التي تتم بين الشركات والافراد، والتي تقوم على أساس التبادل الإلكتروني للبيانات بجميع أنواعها هذا بالإضافة إلى شمول الآثار المترتبة على عملية تبادل البيانات والمعلومات التجارية الإلكترونية، ومدى تأثيرها على المؤسسات والعمليات التي تدعم وتحكم الأنشطة التجارية المختلفة<sup>1</sup>.

من خلال التعاريف السابقة يمكننا تقديم تعريف للتجارة الإلكترونية على أنه:

التجارة الإلكترونية ماهي إلا عملية بيع وشراء وتبادل المعلومات عبر وسائل وقنوات إلكترونية، أهمها شبكة الأنترنت.

### ثالثا: التفرقة بين التجارة الإلكترونية ومفاهيم أخرى

تعد التجارة الإلكترونية واحدة من التعابير الحديثة، ونظرا لإنتشارها الواسع داخل المجتمع، وللإحاطة أكثر بمفهوم التجارة الإلكترونية لابد من التمييز بينها وبين بعض المفاهيم المشابهة لها وأهمها:

1. التمييز بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية: تعرف التجارة التقليدية على أنها تبادل السلع والمصالح بين طرفين وجها لوجه، وفي أقدم أنواع شراء وبيع المنتجات، فبمجرد الذهاب إلى السوق أو محل البيع، واختيار سلعة، ثم دفع ثمنها يعني تجارة تقليدية.

ويمكن توضيح الفروقات بين النوعين في الجدول الآتي:

<sup>1</sup> السيد أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية والعمولة، ط1، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2008، ص:34.

الجدول رقم (1.1): الفرق بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية

وجه المقارنة	التجارة التقليدية	التجارة الإلكترونية
الوثائق	تتم المعاملات من خلال وثائق ورقية.	تتم المعاملات إلكترونياً، لا وجود للأوراق.
هوية المتعاقدين	إمكانية تحديد هوية المتعاقدين ومعرفة كافة المعلومات الخاصة بهم.	صعوبة تحديد هوية المتعاقدين وتحديد قدراتهم المالية.
تسليم المنتجات	تتم بصورة يدوية تقليدية ملموسة.	بعض المنتجات يمكن تسليمها إلكترونياً كبرامج الحواسيب وغيرها.
طبيعة السوق	سوق ملموس يلتقي فيه البائعون والمشترون.	التعامل في سوق غير ملموس في أي وقت ومن أي مكان.
التكلفة	ترتفع تكلفة السلعة أو الخدمة.	التكلفة ضئيلة لا تتطلب إلا جهاز إلكتروني وشبكة اتصال.

المصدر: عبد المطلب عبد الحميد، إقتصاديات التجارة الإلكترونية، ط1، الدار الجامعية، مصر، 2014، ص:39.

2. الفرق بين التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية: الأعمال الإلكترونية أوسع نطاقاً وأشمل من التجارة الإلكترونية، وتقوم بالأعمال الإلكترونية على فكرة أتمت الأداء، وتمتد لسائر الأنشطة الإدارية والإنتاجية والمالية والخدماتية، ولا تتعلق فقط بعلاقة البائع أو المورد بالزبون، إذ تمتد لعلاقة المنشأة بوكلائها وموظفيها وعملائها، كما تمتد إلى أنماط أداء العمل وتقييمه والرقابة عليه، وضمن مفهوم الأعمال الإلكترونية، يوجد المصنع الإلكتروني المؤقت، المتجر الإلكتروني، البنك الإلكتروني، وشركة التأمين، وأية منشأة قد تقيم شبكة (تسمى أنترنت) لإدارة أعمالها، وأداء موظفيها والربط بينهم<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> محمد عبد حسين الطائي، التجارة الإلكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة، مرجع سبق ذكره، ص:23.

إذ نستطيع القول أن الأعمال الإلكترونية هي التجارة الإلكترونية إضافة إلى المشاركة بالمعلومات والمعرفة والأعمال الإلكترونية بتعبير أكثر دقة، هي عبارة عن تحويل، إستبدال، أو مقايضة السلع، والخدمات والمعلومات والمعرفة، بواسطة استخدام الشبكات والتقنيات التي تمكن المنظمات من القيام بهذه الأعمال بسهولة وسلاسة<sup>1</sup>

الجدول رقم (2.1): الفرق بين التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية

معيار التفرقة	الأعمال الإلكترونية	التجارة الإلكترونية
من حيث التقنية	التقنية التي تستخدم الأنترنت، والتقنيات لتسهيل الأعمال الإلكترونية	إستخدام تقنية المعلومات لتمكين بيع وشراء السلع والخدمات
من حيث الشمولية	تعتبر أشمل من التجارة الإلكترونية	تندرج تحت الأعمال الإلكترونية
من حيث الهدف	أسلوب متكامل سهل وموحد، ومرن للقيام بالأعمال التجارية	إيجاد سوق ومنافذ للتوزيع، لا تتقيد بحدود زمنية أو مكانية

المصدر: قربي سميرة، فاضل فهيمة، التجارة الإلكترونية في ظل قانون 18-05، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في العلوم القانونية والإدارية، تخصص قانون الأعمال، جامعة 8 ماي 1945-قلمة)، الجزائر، 2019، ص: 26.

3. الفرق بين التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني: يخلط الباحثون في كثير من الأحيان بين مصطلح التجارة الإلكترونية، والتسويق الإلكتروني هذا الأخير يعتبر من أبرز نشاطات التجارة الإلكترونية، التي تتم عبر الانترنت، ذلك أن الوظيفة التسويقية هي إحدى الوظائف المنظمة التي تسعى إلى تسهيل التبادل وانسياب المنتجات من المنتج إلى المستهلك، من خلال استعمال أدوات وأساليب معينة، بحيث تحقق المنافع المطلوبة،

<sup>1</sup>المرجع السابق، ص-ص: 25-26.



لأطراف العملية التسويقية، وتتم هذه العملية في ظل بيئة سريعة التغيير، وتتم بشكل رئيسي بواسطة الانترنت في ممارسة كافة الأنشطة التسويقية كالإعلان والبيع والتسعير والتوزيع والترويج، وتصميم المنتجات الجديدة<sup>1</sup>.

والجدول التالي يوضح الفرق بين التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني:

### الجدول رقم (3.1): الفرق بين التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني

التسويق الإلكتروني	التجارة الإلكترونية
هو تسويق لهذه الأسواق ويشمل تحديد الإحتياجات والرغبات للسوق المستهدفة والحصول على الرضا المرغوب بفعالية وكفاءة أكثر من المنافسين.	هي أسواق إلكترونية وآليات تتم فيها عمليات شراء وبيع السلع والخدمات والمعلومات عبر شبكة الأنترنت والشبكات التجارية العالمية الأخرى ويشمل ذلك الإعلانات والمعلومات عن السلع والخدمات وتبادل البيانات الإلكترونية.

المصدر: السيد أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية والعمولة، ط1، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2008، ص:38.

### المطلب الثاني: أنماط التجارة الإلكترونية

تتخذ التجارة الإلكترونية أشكال عديدة حسب نوع العملية أو العلاقات التجارية بين جهات المؤسسات والمستهلكين توجد عدة أنماط وتصنيفات للتجارة الإلكترونية، وهذا نظرا لتطورها السريع والمتزايد، حيث يمكننا تصنيفها كالتالي:

#### أولاً: تصنيف التجارة الإلكترونية حسب نوعية العملية

للتجارة الإلكترونية عدة أنواع حسب العملية القائمة عليها وهي:

- **تجارة تقليدية بحتة:** وهي عندما يكون الوكيل ملموس، والسلعة ملموسة والعملية ملموسة؛

<sup>1</sup> سعد غالب ياسين، بشير عباس العلاق، التجارة الإلكترونية، ب.ط، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص-ص: 146-147.

- **تجارة إلكترونية جزئية:** وهي إذا كان أحد العوامل الثلاثة رقمياً أو العكس فإن هذا النمط سيكون مزيج بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية ويطلق عليه التجارة الإلكترونية الجزئية، كأن يقوم زبون بشراء كتاب من موقع إلكتروني، فإن نمط التجارة يكون تجارة إلكترونية جزئية لأن المنظمة (الشركة) سترسل الكتاب عبر البريد، ولكن إذا اشترى برمجيات من الموقع فإن هذا النمط يكون التجارة الإلكترونية بحتة؛
- **تجارة إلكترونية بحتة:** وهي عندما يكون كل من الوكيل، السلعة والعملية غير ملموسة أي رقمية يمكن تحويلها إلى شكل إلكتروني<sup>1</sup>.

ثانياً: تصنيف التجارة الإلكترونية حسب مصفوفة كوبل:

تتخذ التجارة الإلكترونية تعاملات حديثة كالتعامل مع الحكومات وهذا حسب مصفوفة كوبل وتمثل في:

- **تجارة حكومة لحكومة G2G:** وتشتمل على جميع أنواع التعامل بين أجهزة الحكومة الواحدة كتبادل المعلومات بين هذه الأجهزة من أجل التنسيق فيما بينها وقد يكون أحد جوانب هذا التعامل تجارياً كأن تقوم إحدى الوزارات بتأجير مباني لوزارة أخرى، كذلك يشمل هذا النوع من التجارة على التعامل ما بين حكومة وحكومة أخرى، ويعتبر هذا النوع من الأعمال الضخمة والاستراتيجية؛
- **تجارة حكومة لمنظمة G2B:** وفي هذا النوع من التجارة غالباً ما تستخدم الحكومة شبكة المعلومات الدولية لإرسال المعلومات لشركات وإستقبالها منها وهذه المعلومات غالباً ما تتمثل في الضرائب والرسوم الجمركية، بالإضافة للمزادات حول الصفقات التجارية وغيرها؛
- **تجارة حكومة لمستهلك G2C:** وفيها يتم تبادل المعلومات الخاصة بحماية المستهلك أو تقديم خدمات تعليمية وثقافية من الحكومة إلى المستهلك، كذلك تشمل قيام الحكومة بالإعلان عن الوظائف الشاغرة لديها بالإضافة إلى تقديم التصريحات إلى مختلف الهيئات الإدارية المعنية؛

<sup>1</sup>محمد عمر الشويرف، التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد، ط1، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص-ص:55-56.

- **تجارة منظمة الأعمال لحكومة B2G:** وتقوم أساساً على جميع الأعمال التي تقوم بها الشركات إتجاه الحكومة كدفع الضرائب والرسوم الجمركية أو طلب المعلومات عن مناقصة معينة أو إقامة ترخيص معين، وهذا النوع من الأعمال لا يزال في بدايته إذ يتطلب الأمر إجراء تغييرات جوهرية؛
- **تجارة منظمة أعمال لمنظمة أعمال B2B:** وتشمل جميع الأنشطة التجارية التي تتم بين الشركات وفروعها أو بين هذه الشركات ومورديها كالحصول على طلبات معينة أو تسليم فواتير الدفع ويتم كل ذلك من خلال مواقع خاصة على شبكة المعلومات الدولية، وهذه المواقع لا تنشر للملأ ويتم الدخول إليها بواسطة كلمة مرور معينة، أو عن طريق شفرة تسمى المعلومات الإلكترونية الموثقة والتي إستحدثتها شركتنا بطاقات الإئتمان فيزا وماسترد كارد ويعتبر هذا النوع من أنواع التجارة الإلكترونية الأكثر تعامل الآن؛
- **تجارة منظمة لمستهلك B2C:** ويقوم هذا النوع على بيع السلع والخدمات مباشرة إلى المستهلك ويعرف بإسم تجارة التجزئة الإلكترونية أو التسوق الإلكتروني، وذلك من أجل تمييزه عن باقي صور التعامل من خلال التجارة الإلكترونية ويتم البيع هنا عن طريق أسواق إفتراضية على شبكة المعلومات الدولية،
- **تجارة مستهلك لحكومة C2G:** وأغلب صور هذا النوع من التجارة الإلكترونية يتمثل في قيام الأفراد بدفع الضرائب والرسوم المطلوبة للدولة، بالإضافة إلى التقدم إلى الوظائف المعلن عنها من قبل الدولة؛
- **تجارة مستهلك لمنظمة C2B:** في هذا النوع من التجارة يقوم المستهلك بزيادة أرباح المنظمات عند تصفحه لمواقعها الإلكترونية وشراء السلع والخدمات منها، بالإضافة إلى عرض خدماته لها للتوظيف؛
- **تجارة مستهلك لمستهلك C2C:** في هذه الحالة فإن الأفراد يبيعون منتجات أو يقدمون الخدمات إلى أفراد آخرين كالمزادات القائمة على الويب<sup>1</sup>.

ويمكننا من خلال الشكل التالي والذي يعرف باسم "مصفوفة كوبل" أن نوضح هذه الأنواع:

<sup>1</sup>محمد عمر الشويرف، مرجع سبق ذكره، ص:65.

جدول رقم (4.1): مصفوفة كوبل

مستهلك	منظمة	حكومة	البيان
حكومة لمستهلك G2C	حكومة لمنظمة G2B	حكومة لحكومة G2G	حكومة
منظمة لمستهلك B2C	منظمة لمنظمة B2B	منظمة لحكومة B2G	منظمة
مستهلك لمستهلك C2C	منظمة لمنظمة B2B	مستهلك لحكومة C2G	مستهلك

المصدر: محمد عمر شويف، التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد، ط1، دار زهران،

الأردن، 2013، ص: 66.

### المطلب الثالث: أطراف ومراحل التجارة الإلكترونية

وفقا لما سبق فإن التجارة الإلكترونية لا يكون فيها التعامل بإتصال مادي مثل التجارة التقليدية، ولكن لها نفس الأطراف المتداخلة في عمليتي البيع والشراء داخل سوق إلكترونية، ويتبع التواصل بينهم ثلاث مراحل أساسية لتحقيق فعالية.

#### أولا: أطراف التجارة الإلكترونية

تقوم التجارة الإلكترونية على أطراف مهمة نذكرها كالتالي:

- **المشتري:** هو الشخص أو الزبون الذي يرغب في شراء سلعة أو خدمة أو معلومة عبر إستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والوسائط والأساليب الإلكترونية، كالولوج إلى مواقع الويب التجارية وإختيار ما يناسب إحتياجاته؛
- **البائع:** هو الذي يقوم بعرض السلع والخدمات والمعلومات في السوق الافتراضية، عبر وسائل ووسائط إلكترونية، مثل عرضها على مواقع الويب بما يعرف بالمُتاجر الإلكترونية، ويكون البائع إما شخص أو منظمة؛
- **البنك:** يقوم بدور الوساطة بين الطرفين السابقين، حيث ينبغي أن يكون كل من البائع والمشتري مرتبطين بخدمات بنك معين يتولى مهمة تسيير المعاملات المالية، فالدفع والقبض يكون وفق أنظمة آمنة<sup>1</sup>.

#### ثانيا: مراحل التجارة الإلكترونية

بعد ظهور التجارة الإلكترونية كان من الضروري إستعمال أدوات جديدة لتنظيم وتسيير المعاملات الإلكترونية تكون مختلفة عما سبقها في التجارة التقليدية والتي تركز على أطراف مهمة وتتم بثلاث مراحل وهي:

<sup>1</sup> سعد غالب ياسين، بشير عباس العلاق، التجارة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص ص: 182-184.

1. **مرحلة العرض (الوعد):** يقوم العارض (البائع) بعد ان يحدد الأوضاع السائدة في السوق وفق دراسات الجدوى، بعرض السلع أو الخدمات التي يريد بيعها مستخدماً أي من وسائل الإلكترونيات المتنوعة للعرض، وقد تكون هذه الوسائل كتالوجات رقمية أو شاشات عرض كبيرة... إلخ، وتصحب عملية العرض توظيف الوسائل الإلكترونية للإعلان عن السلع والخدمات، والترويج لها بطريقة سهلة وواضحة لكي يستطيع المستهلكون تفهمها، وإقناعهم بها وحثهم على شرائها؛

الهدف الأساسي من هذه المرحلة هو التعريف بالمنتج بكيفية الحصول على المنتج وكيفية استخدامه وسداد قيمته التي تكون عادة باستخدام وسائل إلكترونية.

2. **مرحلة القبول:** بعد المرحلة الأولى وإقناع الطرف المقابل بالعرض، فقد يقرر قبوله، أي يلتقي العرض من قبل العارض بالقبول من قبل المشتري، وينعقد العقد، ويقوم القابل في هذه المرحلة بطلب المزيد من المعلومات و البيانات عن السلعة أي كان نوعها ووظيفتها ومواصفاتها، ونحو ذلك باستخدام وسائل إلكترونية أيضاً، ويستطيع أن يعبر المشتري عن ذلك مستخدماً ذات الوسائل، بعد التأكد من أنها مؤمنة بوسائل متطورة تحافظ على سلامة وصحة البيانات من جهة، وعلى السرية والمصدقية من جهة ثانية، وهنا يتم عادة استخدام الوسائل المتعلقة بالإثبات و التحقق من طرف الآخر من جهة ثالثة، ومن أن المعلومات و البيانات التي يتضمنها العقد ستصله هو، دون إعتراض أو دون القرصنة عليها من جهة رابعة؛

3. **مرحلة التنفيذ:** تعد هذه المرحلة الأخيرة في مراحل التجارة الإلكترونية والأكثر أهمية وخطورة أيضاً، وتمثل في عملية التسليم والدفع للمنتجات والخدمات التي يريد المستهلك أو المتسوق الحصول عليها بعد تصفح المتجر الإلكتروني.

وتقوم هذه المرحلة على خطوتين:

أ. **تسليم السلعة:** والتسليم تحكمه هنا الشروط المتفق عليها من جهة، وما تكون عليه طبيعة السلعة من جهة أخرى، مثل هل هي منتج مادي يستلزم التسليم على شكل مادي وشكل مباشر، أو منتج مادي لكن يمكن تحويله إلى ملفات وأرقام، حيث يستطيع العميل أو المشتري إنزالها على الوسائل الإلكترونية مثل

الكتب وتذاكر السفر... إلخ، وقد يكون المنتج محل التعامل خدمة مثل الإستشارات القانونية، الطبية، دروس تعليمية وخدمات حكومية... إلخ.

ب. **عملية الدفع:** وتتم بطريقتين إما إلكترونيا ويسمى الدفع الإلكتروني، أو يدويا بعيدا تماما عن أي عملية إلكترونية ويسمى الدفع عند الإستلام.

• **الدفع الإلكتروني:** يقصد به العملية التي يقوم بها المتسوق بالدفع نظير الخدمات أو المنتجات المتحصل عليها من أي متجر إلكتروني من مواقع البيع أونلاين، وذلك عبر الأنترنت ومن خلال بطاقات الدفع أو عن طريق إحدى بوابات الدفع الإلكتروني المنتشرة حول العالم والتي توفرها المتاجر الإلكترونية<sup>1</sup>.

• **الدفع عند التسليم:** يعني أن المتسوق يمكنه التسوق عبر أي متجر إلكتروني وإختيار المتجر والمنتج الذي يرغب فيه ومن ثم يقوم بإجراء الطلب وإختيار طريقة الدفع عند الإستلام وهو ما يعني أن عملية الدفع تؤجل حتى إستلام العميل (المتسوق) المنتج الذي قام بطلبه إلكترونيا والتي تتمثل في كونها تجارة تقليدية بحتة<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>وسام عمرون، دور التجارة الإلكترونية في تفعيل عمليات التجارة الخارجية-دراسة حالة-، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في العلوم التجارية، تخصص تجارة دولية، جامعة 8 ماي 1945- قالمة)، الجزائر، 2017، ص: 55.

<sup>2</sup>محمد عبود، (20:25، 2021/02/14)، مراحل عملية التجارة الإلكترونية، <http://expandcart.com/ar>

### المبحث الثاني: سمات التجارة الإلكترونية

إن التطورات التكنولوجية والتقنيات المتغيرة يوميا تؤكد بأن التجارة الإلكترونية في أشكالها المختلفة سوف تستمر في جذب العديد من المؤسسات ورؤوس الأموال وفي خلق فرص عمل جديدة وهذا لأنها تنطوي على العديد من الخصائص والأبعاد والأهداف التي تجعل المتعامل بها يتحصل على فوائد إذا ما إستغلها بطريقة مثلة.

### المطلب الأول: مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية

يترتب على إستخدام التجارة الإلكترونية مجموعة من المزايا تقابلها مجموعة من العيوب، مثلها مثل التجارة التقليدية، والتي يمكن تلخيصها في النقاط التالية:

#### أولا: مزايا التجارة الإلكترونية

أصبحت التجارة الإلكترونية مطمعا لكل المؤسسات، الأفراد فضلا عن الحكومات وذلك من خلال ما تتميز به من مزايا يمكن إيجازها فيما يلي:

- تحقيق عائد أكبر من خلال الدخول إلى الأسواق العالمية فالتجارة الإلكترونية ألغت الحدود والقيود أمام الدخول إلى الأسواق بغض النظر عن الموقع الجغرافي؛
- تمكن التجارة الإلكترونية المؤسسات من فهم ودراسة رغبات الزبائن مما تدفعهم إلى إنتاج منتج ملائم للعميل من كل النواحي؛
- تطور مستوى الأداء والخبرة لدى المؤسسات مما تتطلبه من بنية تحتية شبكية وإستراتيجيات تسويقية وبالإعتماد على الخبرات في مجال الموارد البشرية؛
- بإمكان المستهلك التسوق من المنزل دون الحاجة إلى مغادرته بفضل وسائل الدفع الإلكترونية من بطاقات بنكية أو إئتمانية بالتالي توفير الوقت والجهد؛
- تمكن المستهلك بتصفح العديد من المواقع ومقارنة الأسعار بمختلف الأشكال والأحجام لإختيار الأنسب؛



- تسعى المؤسسات دوماً لتحقيق رضا العميل من خلال ما وفرته الأنترنت من إمكانية الإجابة والرد على أي إستفسار أو تساؤل حول المنتج من ناحية تحسن من نوعية المنتج وتحقق رضا العميل من الناحية الأخرى<sup>1</sup>؛
- تسهل على المؤسسات تسويق أكبر وحجم أرباح أكثر وتوفير كم هائل من المنتجات عكس ما كانت تفعله التجارة التقليدية؛
- تساعد التجارة الإلكترونية من إقامة مشاريع تجارية باختلاف أحجامها وربطها بالأسواق العالمية بأقل تكاليف إستثمارية بالتالي خلق فرص عمل جديدة؛
- تساهم التجارة الإلكترونية في زيادة حجم الصادرات حيث معظم دول العالم حالياً تعتمد على هذا النمط من التجارة وخاصة مع تفشي هذه الجائحة في الأونة الأخيرة؛
- تدعم التجارة الإلكترونية المجالات التكنولوجية من خلال الإستثمار في هذا القطاع لتطوير وتحسين وتحديث البنية التحتية الشبكية.

### ثانياً: عيوب التجارة الإلكترونية

- كما أن هنالك مزايا للتجارة الإلكترونية فإن لها عيوب والتي تتركز على الجانب الأمني خصوصاً ويمكن عرضها فيما يلي:
- الطابع اللامادي غير الملموس للتجارة الإلكترونية والذي يؤدي إلى عدم قدرة المشتري على فحص السلعة بطريقة عينية قبل شرائها، الأمر الذي قد يتسبب في حدوث بعض المشاكل بعد الشراء؛
  - يتمكن أي شخص من خلال التجارة الإلكترونية من تقديم طلب شراء لبعض السلع المحظورة في السوق المحلية لدولته، الأمر الذي يترتب عليه ضياع أمواله في حالة عدم وصولها إليه؛
  - يمكن حدوث التلاعب في بيانات النسخ الأصلية الخاصة بطلبات الشراء أو إرسال البضائع وذلك ناتج عن عدم وجود المستندات الورقية والتوقيع بخط اليد، الأمر الذي يهدد مصالح الأفراد؛

<sup>1</sup> طارق عبد العال حماد، التجارة الإلكترونية المفاهيم، التجارب، التحديات، الأبعاد التكنولوجية والمالية التسويقية والقانونية، ط1، الدار الجامعية، مصر، 2003، ص-ص: 27-29.

- احتمال حدوث تعاقدات مزيفة من خلال شبكة المعلومات الدولية و حدوث حالات من الإحتيال، وذلك ناتج عن عدم القدرة على التحقق من شخصية المتعاملين؛
- إمكانية إختراق المواقع الإلكترونية بأنواعها مما يترتب عليه العديد من المشاكل، من أهمها إفشاء أسرار الأفراد وحتى الشركات<sup>1</sup>؛
- إمكانية إستخدام بطاقات إئتمانية مزيفة أو سرقة أرقام بطاقات سليمة، الأمر الذي يؤدي إلى تحمل أصحابها لعمليات شراء بضائع و حصولهم على خدمات لم يقوموا بطلبها؛
- على الرغم من إتساع وإنتشار شبكة المعلومات الدولية، إلا أنها مازالت تفتقر إلى عدم وجود حيز كافي للإتصالات السلكية واللاسلكية على النحو الذي يتناسب مع الكم الهائل مع الأنشطة التجارية التي تتم من خلالها؛
- عدم إمكانية تسويق بعض السلع غير المحددة بمقاييس معيارية أو السلع التي تحتاج معاينة طبيعية قبل التعامل فيها؛
- صعوبة فض النزاعات الناشئة عن معاملات التجارة الإلكترونية وذلك لعدم وجود المستندات الورقية، بالإضافة إلى طرقي التعامل قد لا يعرف بعضهما الآخر<sup>2</sup>.
- المتاعب الصحية التي قد يتعرض لها الفرد نتيجة جلوسه مطولا أمام شاشة الكمبيوتر.
- الوقت المهدور نتيجة قضاء ساعات للبحث عن السلع والخدمات المطلوبة والمقارنة بينها.
- التكاليف المرتفعة للنشر وإستخدام التكنولوجيات الحديثة خاصة في الدول التي لا تتوفر لديها مقومات إنشاء صناعات خاصة بإنتاجها المحلي.

<sup>1</sup> محمد عمر الشويرف، التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد، مرجع سبق ذكره، ص: 70.

<sup>2</sup> قرفي سميرة، فاضل فهيمة، التجارة الإلكترونية في ظل قانون 18-05، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في العلوم القانونية والإدارية، تخصص قانون الأعمال، جامعة 8 ماي 1945-قلمة)، الجزائر، 2019، ص: 26.

- وجود إختلاف في إستعمال اللغة بسبب إختلافها لدى الكثير من الشعوب فإن كان أي شخص يجهل لغة معينة فإنه يفوت جميع الفرص التجارية المتاحة بتلك اللغة.

### المطلب الثاني: فوائد وحوافز التجارة الإلكترونية

نعيش في عصر تجلت فيه التكنولوجيات من ضمنها التجارة الإلكترونية والتي عمت فوائدها جميع الأصعدة بالإضافة إلى الحوافز التي تجعل الشركات والأفراد يفضلون التعامل بها عكس التجارة التقليدية.

#### أولاً: فوائد التجارة الإلكترونية:

تحقق التجارة الإلكترونية العديد من الفوائد التي تعطيها أهمية في الوقت الحالي ومنها<sup>1</sup>:

- التصنيع حسب الطلب، حيث ساهمت التجارة الإلكترونية بتحديد الزبون المنتج المحدد له حسب المواصفات التي يرغب بها؛
- إستمرارية الوقت حيث ما يميز التجارة الإلكترونية أنه ليس هنالك إجازات او أوقات عمل محددة بل هي متوفرة كل يوم وعلى مدار الساعة؛
- التطوير المستمر المنتج حيث أنه كلما زادت مبيعات المنتج معين ساهم ذلك في تطوير أو إبتكار منتج جديد؛
- يستطيع الزبون الحصول على المعلومات المطلوبة بدقائق معدودة بدلا من توفرها في أيام عديدة بالتجارة العادية؛
- وفرت التجارة الإلكترونية والحكومة الإلكترونية خدمات حكومية جيدة مما كانت عليه في السابق مثل التعليم عن بعد وإستخراج الوثائق الإدارية عبر الأنترنت؛
- الدخول إلى الأسواق العالمية في أي وقت حيث أصبح العالم سوقا مفتوحا للأفراد بعض النظر عن الموقع الجغرافي؛

<sup>1</sup>سليم سداوي، عقود التجارة الإلكترونية-دراسة مقارنة-، ط1، دار الخلدونية، الجزائر، 2008، ص-ص: 146-149.

- زيادة حجم المبيعات الذي ساهم في زيادة الأرباح بالنسبة للمؤسسات الإنتاجية والبائعين؛
- تكلفة إعداد متجر إلكتروني أقل تكلفة من بناء متجر فعلي بالإضافة إلى تحمل تكاليف الصيانة؛
- سرعة التسوق بوقت قصير وتكلفة أقل تتيح خيارات أفضل بالإضافة الحصول على عينات مجانية للمنتجات الرقمية تحتوي على معلومات تفصيلية عن المنتج أو الخدمة؛
- زيادة المنافسة بين المؤسسات والأشخاص حفز كلاهما للتنوع وتطوير ما ساهم في زيادة الخبرة وتحسين خدمة الزبائن؛

### ثانياً: حوافز التجارة الإلكترونية

- تختلف الحوافز التي تدفع الشركات والأفراد إلى تبني التجارة الإلكترونية من شركة إلى أخرى ومن فرد إلى آخر، إلا أنها تتشابه في النهاية وتنتهي إلى الحوافز التالية:
- **التوافق الرقمي:** تسهيل إتمام العمليات التي تتطلبها الأعمال التجارية الإلكترونية وبمختلف الوسائل والتقنيات، وذلك لإمكانية إتصال كل أجهزة الاتصالات بعضها مع بعض حيث أن جهاز الهاتف الخليوي يمكن أن يتصل بأي كمبيوتر في العالم وأيضاً أجهزة الكمبيوتر على مختلف أنواعها قابلة للإتصال معاً<sup>1</sup>؛
  - **أي وقت وأي مكان وأي شخص:** جمعت التجارة الإلكترونية معا كل القطاعات الصناعية والعلمية والتعليمية وغيرها، وسهلت عملية مخاطبتهم بالنص والصوت والصورة في أي وقت وفي أي مكان؛
  - **الضغوطات الكبيرة لتقليل التكلفة وهامش الربح:** التعامل بالتجارة الإلكترونية أدى إلى التقليل من التكلفة بشكل كبير مما أدى إلى إرضاء مختلف الأطراف؛
  - **التغيير داخل منظمات الأعمال:** ظهرت شركات جديدة تسمى الشركات الرقمية تعتمد على التقنيات الحديثة في كل عملياتها الإدارية والتجارية، لذا يجب على الشركات أن تواكب التقدم العلمي والطرق الجديدة وإلا أصبحت متخلفة لا تستطيع أن تواكب التقدم العلمي؛

<sup>1</sup>خضر مصباح الطيبي، التجارة الإلكترونية من منظور تقني وتجاري وإداري، ب.ط، دار الحامد، الأردن، 2008، ص: 37.

- زيادة الطلب على المنتجات التفصيلية والخدمات: سهلت التجارة الإلكترونية عملية التفصيل وتصميم المنتجات والخدمات حسب طلب الزبون وهذا ما يحتاجه في هذا العصر سريع الإيقاع؛
- زيادة الضغط من الزبائن والمزودين: إزداد الضغط على الشركات كثيرا في هذا العصر وخاصة من المزودين لإجراء عمليات البيع والشراء عبر الأنترنت لما لها من فوائد كبيرة في تخفيض التكلفة وسرعة إنجاز العمليات.

### المطلب الثالث: أبعاد التجارة الإلكترونية وأهدافها

تمكنت التجارة الإلكترونية من إحداث نقلة نوعية هائلة على التجارة ككل، وتمكنت من تغيير ثقافة الشراء حول العالم، والسلوكيات الشرائية، كما تتميز بأنها ذات منفعة تعود على كل من الأفراد والشركات والمجتمع على حد سواء، ونشير فيما يأتي لأبعاد وبعض من الأهداف المرجوة من التجارة الإلكترونية.

#### أولا: أبعاد التجارة الإلكترونية

على الرغم من وجود تباين في آراء الكتاب المختصين في مجال التجارة الإلكترونية حول عدد الأبعاد وطبيعتها، إلا أنه تمكنا من حصرها في النقاط التالية:

- تعتبر التجارة الإلكترونية من مكونات الاقتصاد الرقمي إلى جانب تكنولوجيا المعلومات التي تعتبر المكون الآخر، والتي أوجدت البيئة المناسبة لإعتماد تطبيقات التجارة الإلكترونية؛
- كان لتطور استخدام شبكة المعلومات العالمية، أثر كبير وفعال في إنتشار وتطور تطبيقات لتجارة الإلكترونية، ومنذ العقد السابع من القرن الماضي وتحديدًا في عام 1969 من قبل وكالات الحكومة الأمريكية ومراكز الأبحاث والدراسات والعلماء، ثم تهافت عليها منظمات الأعمال والشركات لإعتمادها في أعمالها<sup>1</sup>؛
- تغطي التجارة الإلكترونية مجالات عديدة، تشمل أنشطة الترويج والدعاية والإعلان وتقديم المعلومات عن السلع أو الخدمات والتفاعل والتفاوض، وعرض الكتالوجات الخاصة بالأسعار والإستعلام عن المنتجات، كما تشمل إبرام العقود وإعطاء أوامر البيع والشراء والمتابعة الإلكترونية لعمليات التعاقد والتنفيذ الصفقات وإستلام السلع والخدمات عبر الشبكات والوسائل المتاحة الأخرى، وبصورة أوضح فإن للتجارة الإلكترونية

<sup>1</sup> محمد عبد حسين الطائي، التجارة الإلكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة، مرجع سبق ذكره، ص: 19.

أنماط مختلفة كإنشاء محلات بيع على الإنترنت أو متاجر افتراضية، عرض السلع والخدمات عبر مواقع الويب القيام بالإجراءات الخاصة بالدفع الإلكتروني... إلخ؛

● يتم التواصل عادة بين البائعين (الموردون، الشركات، المحلات) والوسطاء والمشترون في إطار دعم الإنترنت لعمليات البيع وخدمة الزبائن، وتقديم السلع والخدمات والمعلومات في صيغة افتراضية وتسديد ثمنها إلكترونياً؛

● تتم مختلف أنواع التعاملات إلكترونياً، أي لا توجد علاقة مباشرة بين أطراف العملية التجارية حيث يتم الاتصال بينهم عبر شبكات الاتصالات، وعادة ما تبدأ من تبادل المعلومات والبيانات بين المتعاملين من خلال البريد الإلكتروني؛

● يعتمد إزدهار التجارة الإلكترونية ومدى تعزيز تطبيقاتها على قيام إقتصاد متطور وله قاعدة قوية، وشبكة اتصالات جيدة، ونظم معلومات متطورة، فضلاً عن توفير المهارات والمؤهلات لضرورة الاعتماد هذه التطبيقات، بشكل سليم بحيث يحقق الفوائد والإنجازات المتوقعة منها؛

● تتم العملية التجارية ضمن آلية معينة، بعد إتفاق الأطراف على نقل الملكية، أو حق استخدام السلع والخدمات والمعلومات عبر شبكة الأنترنت، والعنصر الأهم في هذه العملية لتحديد مفهوم التجارة الإلكترونية هو الرضا والموافقة بين هذه الأطراف، وعلى هذا الأساس فإن العمليات المجانية، لا تندرج ضمن هذا المفهوم؛

● يمكن اعتبار التجارة الإلكترونية توليفة تتضمن النقاط التالية: (التجارة الإلكترونية إستراتيجية، تكنولوجية، عبارة عن نظام، عمل مستقل، عبارة عن حرفة، وطريقة للبيع)؛

● إن ما يسمى بشركاء الأعمال في التجارة الإلكترونية هم إدارة المنظمة، و إختصاصيي نظم المعلومات والموردون، بالإضافة شركات الشحن و توصيل المواد الأولية من الموردين إلى المنتجين، و الزبائن و الوسطاء، ومن جهة أخرى و كلاء و مندوبي المبيعات و بائعو الجملة و التجزئة، و كل هؤلاء الشركاء هم من أركان التجارة الإلكترونية و أعضاء في سلسلة التوريد ، و تجدر الإشارة هنا على أن مقدار الدعم المتحصل عليه من هؤلاء الشركاء، لتعزيز تطبيقات التجارة الإلكترونية، يعتمد أساساً على مدى إستعداد هذه الجهات من

حيث توفر الرغبة والثقة والدعم والإمكانيات التكنولوجية والتنظيمية والمهارات اللازمة لإستخدام تطبيقات التجارة الإلكترونية<sup>1</sup>؛

- التجارة الإلكترونية تخضع إلى نصوص إتفاقية التجارة العامة في كافة الخدمات، من حيث الإلتزامات والمتطلبات، على أساس تصنيفها عالميا ضمن نطاق الخدمات وذلك من خلال التقرير الصادر عن منظمة التجارة الدولية، الخاص بالخدمات في النصف الأول من عام 1999، حيث أشار التقرير إلى أن تزويد الخدمات بالطرق التكنولوجية يقع ضمن نطاق الإتفاقية العامة للتجارة GATT في الخدمات؛
- نستطيع القول بأن التجارة الإلكترونية عبارة عن حاسوب، وشبكة، وموقع، ومحتوى، وحلول؛
- وأخيرا فقد أسهمت مجموعة متنوعة من الحقول العلمية وتأتي في مقدمتها العلوم الحاسوبية، والعلوم الإدارية، والإقتصاد، والتسويق، ونظم المعلومات، والعلوم المالية والمصرفية، وعلم الإحصاء، والقانون، العلوم السياسية، في ظهور التجارة الإلكترونية.

### ثانيا: أهداف التجارة الإلكترونية

- تسعى التجارة الإلكترونية إلى تحقيق عدد من الأهداف، التي نستطيع حصرها بما يأتي:
- العمل على زيادة نطاق السوق، وتجاوز الحدود الجغرافية والإقليمية أمام السلع، وهو أهم ماحققته وتحققه وتركز عليه التجارة الإلكترونية؛
  - السعي نحو زيادة معدلات الوصول إلى العملاء، والتواصل معهم، وبناء علاقات أمتن مع الزبائن والعملاء الفعليين منهم والمحتملين؛
  - التقليل من تكاليف الإنتاج، والتسويق، والتوزيع، مقارنة بالتجارة التقليدية، وفي ضوء طبيعة التجارة الإلكترونية؛

<sup>1</sup> عامر إبراهيم قنديلجي، التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها، ط1، دار الميسرة، الأردن، 2015، ص-ص: 41-45.

- تحقيق السرعة في أداء الأعمال، في ضوء التحول نحو استثمار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وإستثمار تطوراتها وتحولاتها المعاصرة، والإعتماد عليها؛
- البحث عن عملاء جدد، والوصول إليهم، ودفعهم للشراء إعتقادا على طبيعة التعامل، والمزايا التي تعرض عليهم؛
- القيام بعمليات التفاوض، والتسويق، والبيع، والشراء، والعديد من الإجراءات، من خلال شبكة الأنترنت التي بدورها تقدم عدة تسهيلات؛
- تقديم وتحسين الخدمات المقدمة للعملاء وتحسين الصورة الذهنية للمنشأة بالمقارنة مع التجارة التقليدية، والصور التي ترسمها عند الكثير من الزبائن والعملاء<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> سعد غالب ياسين، بشير عباس العلاق، التجارة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص-ص: 10-12.



### المبحث الثالث: خصائص التجارة الإلكترونية آثارها وتحدياتها

تتحقق آثار التجارة الإلكترونية في عدة أوجه، فالتجارة الإلكترونية أصبحت سمة الاقتصاد المعاصر، فهي تزيد نشاطا وربحا، وفاعلية وتقدما، ولا بد لكل اقتصاد من اللجوء إلى التجارة الإلكترونية، واعتمادها نمطا رئيسيا للنشاط التجاري لخصائصها العديدة والمميزة، ولكن طبيعة الأنترنت كشبكة مفتوحة وإرتباطها بوجود العولمة الإقتصادية قد أدى إلى ظهور العديد من المشاكل والأخطار.

### المطلب الأول: خصائص التجارة الإلكترونية وأساليب قياس حجمها

لقد ساهمت التجارة الإلكترونية في رفاهية الأفراد، وهذا عائد للخصائص الفريدة لها والمساعدة في تسهيل العمليات التجارية للمتعاملين بها، وهذا النوع من التجارة ولتميز خصائصه فيعد أسلوب قياس حجمه صعبا في نظر العديد من المختصين، وفيمايلي سنعرض أهم خصائص التجارة الإلكترونية وأساليب قياس حجمها:

#### أولا: خصائص التجارة الإلكترونية

للتجارة الإلكترونية عدة خصائص تجعلها تختلف عن سابقتها التقليدية ونذكر منها:

- تتعدى التجارة الإلكترونية الحدود المكانية والزمانية والتي كانت تعتبر قيودا يقيد التجارة التقليدية ويقف عائقا أمام وصولها إلى العديد من الأسواق، وهذا من خلال الوسائل التقنية والتكنولوجية التي تتم من خلالها. كذلك فإن إنعدام الحدود الجغرافية للتجارة الإلكترونية سوف يؤدي إلى إعادة تحديد حدود السوق، فالآن ومن خلال موقع تجاري إلكتروني تستطيع أي شركة حتى وإن كانت صغيرة أن تصل إلى الأسواق في مختلف دول العالم<sup>1</sup>؛

- وجدت مختلف الشركات بأنواعها الكبيرة، والمتوسطة، وحتى الصغيرة من خلال التجارة الإلكترونية أن الفواصل التقليدية بين القطاعات المختلفة والتي ظهرت كنتيجة لإختلاف المظاهر المادية للسلع والخدمات

<sup>1</sup> زينة وادفل، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في العلوم القانونية، تخصص قانون الأعمال، جامعة العربي بن مهيدي- أم البواقي)، الجزائر، 2015، ص: 18.

وطرق توزيعها وإيصالها، أصبحت أقل حدة ووضوحا ويظهر ذلك في السلع والخدمات التي كانت تصل إلى المستهلك بطريقة تقليدية ومن خلال التجارة الإلكترونية أمكن إيصالها رقميا كالكتب وبرامج الحاسوب؛

• التطور السريع في مجال التجارة الإلكترونية دفع منظمات الأعمال على التكيف بسرعة حتى تستطيع تلبية إحتياجات العميل، وبالتالي يكون للتجارة الإلكترونية أثر كبير على خطط هذه المنظمات لتصبح هذه التكنولوجيا مألوفة لدى عمال منظمات الأعمال على نحو سريع، من حيث تعلم وفهم تلك الوسائل التكنولوجية فهما كاملا إلى جانب فهم قوتها لإعادة تشكيل علاقاتها مع العملاء<sup>1</sup>؛

• في التجارة الإلكترونية يمكن إتمام صفقة تجارية كاملة بمختلف مراحلها بدءا من التفاوض وحتى عملية التسليم من دون تبادل مستندات ورقية، وعلى الرغم من ما تشكله في الوقت الحاضر من مشاكل في إثبات العقود و توثيق الحقوق والإلتزامات، فإن العديد من المنظمات الدولية شرعت في وضع قانون خاص بالتجارة الإلكترونية يعطي صفة الشرعية للمحركات الإلكترونية والعقود الإلكترونية؛

• سهلت التجارة الإلكترونية من إلتقاء البائع والمشتري في أي مكان وأي وقت من دون أن تكون هناك علاقة مباشرة بينهما على عكس ما كان يتم في عمليات التجارة التقليدية، ويوجد إمكانية سوء إستعمال هذه الخاصية ولهذا وضعت أنظمة تأمين السرية في التعاملات الإلكترونية؛

• عملت التجارة الإلكترونية على تقريب المسافة وإزالة الحواجز بمختلف أشكالها بين المستهلكين والمنتجين، حيث يستطيع كل منهم الوصول إلى الآخر مباشرة دون الحاجة إلى وسيط ذلك لأن المستهلك يستطيع من خلال جهازه الشخصي في منزله الوصول إلى كل ما يريد معرفته عن أي شركة؛

• نتيجة للتغيرات المتسارعة في نوعية الأنشطة التي تندرج تحت مفهوم التجارة الإلكترونية وإرتباط مفهومها بوسائل الإتصال الإلكتروني والمعلومات وعلى إعتبار أن هذه الوسائل متعرضة لتغيرات تكنولوجية متسارعة، هذا الأمر جعل النظم والترتيبات التي تخضع لها التجارة الإلكترونية عرضة هي الأخرى للتغير السريع بالشكل الذي يواكب تطورات كل مرحلة<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> محمد عمر شوريف، التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد، مرجع سبق ذكره، ص: 47.

<sup>2</sup> Amir Mazoor, **E-commerce: An Introduction**, 2<sup>ème</sup> édition, laplambert acadimeic publishing, USA , 2010, p: 20.

### ثانياً: أساليب قياس حجم التجارة الإلكترونية

لابد من الاعتراف بأن صعوبة قياس حجم التجارة الإلكترونية هي أحد التحديات المصاحبة لها منذ ظهورها، وعلى هذا الأساس سواءاً من حيث الأرقام الفعلية أو التقديرية فإن هذه الأساليب تفتقر إلى الدقة والموثوقية ولذلك فإن إحصاءات التجارة الإلكترونية التي تنشرها القطاعات الخاصة تظهر متباينة، وبالرغم من هذا القصور إلا أن كثيراً من دول العالم والقطاعات الخاصة تعمل على إنشاء برامج قياس طبيعة وتطور التجارة الإلكترونية بأساليب مختلفة نذكر منها:

- جمع بعض الإحصاءات ذات العلاقة بأنشطة التجارة الإلكترونية، مثل معرفة مؤشرات الإستهلاك الإلكتروني في المجتمعات، وذلك بخصر المؤسسات والقطاعات التجارية التي لديها أجهزة حاسب آلي وتوفر إمكانية إستخدامها للإنترنت. وكذلك معرفة مؤشرات الكثافة، أي تلك المؤسسات التجارية التي تستقبل طلبات العملاء والمدفوعات عبر شبكة الأنترنت؛

- جمع البيانات الرقمية عن إستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وإستخدام شبكة الأنترنت. ويتميز هذا الأسلوب بسهولة تحصيله من مصادر مختلفة، وبالتالي توفر عنصر الثقة والدقة في مثل هذه الأرقام، ومن ثم تستخدم هذه الأرقام في معرفة أو تقدير حجم الأنشطة التجارية عبر الأنترنت؛

- إجراء عدد من المسوحات الميدانية المطلوبة، على مستوى المؤسسات التجارية، سواء في قطاع الجملة أو قطاع التجزئة، وذلك لمعرفة حجم أنشطتها عبر شبكة الأنترنت. ويجري هذا المسح سنوياً أو ربع سنوي حتى يغطي الأنشطة المتجددة عبر الأنترنت؛

- إجراء عدد من مسوحات ميدانية أخرى على مستوى قطاع المستهلكين، أي مستوى الأفراد والأسر، وذلك بغرض معرفة توافر أجهزة الحاسوب، وكذلك معرفة إمكانات الدخول إلى الأنترنت وحجم إنفاقهم على التجارة الإلكترونية<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>عابد بن عابد العبدلي، التجارة الإلكترونية في الدول الإسلامية، المؤتمر العالمي الثالث للإقتصاد الإسلامي، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، السعودية، 2008، ص: 18.

## المطلب الثاني: آثار التجارة الإلكترونية على مختلف المستويات

للتجارة الإلكترونية آثار إقتصادية مهمة وفعالة على المستويات الثلاثة (مستوى الأعمال، مستوى المستهلكين، مستوى الوطني والقومي)، ونلخصها فيما يأتي:

### أولاً: آثار التجارة الإلكترونية على مستوى قطاع الأعمال

تتلخص أبرز هذه الآثار في:

**1. توسيع نطاق السوق:** تعمل التجارة الإلكترونية على توسيع دائرة السوق المحلي، وإيجاد أسواق جديدة كان من المتعذر إيجادها في ظل التجارة التقليدية، لأن ممارسة التجارة عبر شبكة الأنترنت تجعل المنتجات من السلع والخدمات متاحة لأكبر عدد ممكن من المستهلكين، وهذا يتيح حتى للمنشآت الصغيرة والمتوسطة الحضور في السوقين المحلي والدولي، ويعد الدخول الميسر والفعال في السوق المحلية والدولية لمؤسسات الأعمال إحدى الفوائد المباشرة للتجارة الإلكترونية التي تعتمد على الأنترنت؛

**2. تفعيل مفهوم المنافسة الكاملة في السوق:** تقليص المسافات بين المنتجين و المستهلكين مما يتيح التواجد الإلكتروني القريب بين الأطراف المتداخلة في التجارة الإلكترونية، الأمر الذي يؤدي إلى تحسين مستوى و نوعية المنتج عن طريق خدمات ما قبل وما بعد البيع، وتوفر المعلومات عن طبيعة المنتجات و أسعارها ومنتجها في الأسواق، وكذلك الإستجابة السريعة لطلبات السوق مما يؤدي في نهاية الأمر إلى تحسين درجة التنافسية في الأسواق الإلكترونية، و الوصول إلى إقتصاد يعتمد على المنافسة الكاملة عند إنخفاض كل من التكاليف المختلفة و العوائق المانعة لدخول الأسواق المحلية والدولية<sup>1</sup>؛

**3. إنخفاض تكاليف العمليات التجارية وأسعار المنتجات:** يحدد سعر المنتج غالباً بتكاليف الصفقات التجارية التي تشمل جمع المعلومات و التفاوض وأتعاب السمسرة و عمولات أخرى، و تلعب التجارة التجارة الإلكترونية دوراً بارزاً في تخفيض هذه التكاليف من خلال تحسين تدفق المعلومات و زيادة تنسيق الأعمال، وكذلك إنخفاض تكاليف البحث عن المعلومات المتعلقة بالمشترين المحتملين والبايعين في السوق، ومن ناحية

<sup>1</sup> سفيان فكارشة، التجارة الإلكترونية - رؤية إقتصادية-، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد الثامن، جامعة البليدة، الجزائر، 2013، ص: 184.

أخرى تساهم التجارة الإلكترونية في تقليص التكاليف الإدارية لدى مؤسسات الأعمال في توزيع وحفظ وإسترجاع المعلومات الورقية، مما يؤدي إلى إنخفاض أسعار المنتجات<sup>1</sup>؛

**4. تحكم أفضل في إدارة المخزون:** تساهم التجارة الإلكترونية في خفض المخزون عن طريق البدء بعملية الحصول على الطلب التجاري من المشتري وتزويده بطلبه من خلال التصنيع الوقي المناسب، وهذا ما يجعل الدورة التجارية تنقلص بدرجة كبيرة، حيث يتم شحن المنتج مباشرة من المصنع إلى المشتري النهائي. ويظهر ذلك بشكل كبير في السلع والخدمات التي يتم تسليمها إلكترونيا. وبذلك تصبح التجارة الإلكترونية أداة مهمة في إدارة المخزون وإنخفاض تكاليف التخزين، وهذا له آثار إقتصادية على المستوى الكلي، فإذا كانت التجارة الإلكترونية تعمل على تخفيض المخزون إلى حده الأدنى، فإنه من المتوقع أن يكون أحد آثار التجارة الإلكترونية هو تخفيف آثار الدورة التجارية الناجمة عن التغير في المخزون.

### ثانيا: آثار التجارة الإلكترونية على مستوى المستهلكين

للمستهلك نصيب من التجارة الإلكترونية وآثارها الإقتصادية والتي تتمثل في:

**1. سرعة وسهولة التسوق:** يكون لدى المستهلك نطاق أوسع للتسوق عبر شبكة الأنترنت، فأى شخص لديه حاسب آلي ومتصل بالأنترنت فإن بإمكانه أن يصبح مستهلكا عالميا وهو في منزله، على مدار الساعة وفي أي يوم يريد؛

**2. تعدد الخيارات:** مع دخول المستهلك إلى التجارة الإلكترونية فإن الفرصة متاحة له بأن يبحث عن سلعته المفضلة أو التي يبحث عنها عبر المواقع التجارية في الأنترنت، لأن التجارة الإلكترونية توفر العديد من الخيارات نتيجة لإمكانية الوصول إلى منتجات ومراكز تسوق لم تكن متوفرة بالقرب من المستهلك؛

<sup>1</sup> بولحية شهيرة، لكحل شهرزاد، أثر التجارة الإلكترونية على المستهلك الإلكتروني، مجلة الدراسات القانونية والإقتصادية، العدد الثالث، جامعة باتنة، الجزائر، مارس 2019، ص: 114.

**3. إنخفاض الأسعار وسرعة الحصول على المنتج:** عادة ما يبحث المستهلك عن المنتج الأقل سعرا والأفضل جودة، وذلك من خلال مقارنة الأسعار ونوعية المنتجات بسهولة وسرعة فائقة بفضل التجارة الإلكترونية، بالإضافة إلى سرعة الحصول على السلعة أو الخدمة التي تم طلبها إلكترونيا.

**4. سرعة وسهولة تبادل المعلومات بين المستهلكين:** توفر الوسائل الإلكترونية إمكانية تبادل المعلومات والآراء وتجارب المستهلكين المتعلقة بالسلع والخدمات عبر مجتمعات إلكترونية، الأمر الذي يوفر البيانات والمعلومات للمستهلكين عن المنتجات الاقتصادية، ويرفع مستوى الثقافة والوعي الإستهلاكي لدى المجتمع.

**ثالثا: آثار التجارة الإلكترونية على المستوى الوطني والقومي**

من الممكن إبراز هذه الآثار فيما يلي:

**1. دعم التجارة الخارجية:** توفر التجارة الإلكترونية فرص لزيادة معدلات الصادرات، من خلال سهولة الوصول إلى مراكز الإستهلاك الرئيسة، وإمكانية التسوق للسلع والخدمات عالميا وبتكلفة محدودة، زيادة على ذلك ساهم ظهور تقنية المعلومات الحديثة في زوال العقبات الجغرافية لكثير من الخدمات عالميا؛

**2. دعم التنمية الاقتصادية:** تعاني المشروعات المتوسطة والصغيرة من غياب الموارد الاقتصادية اللازمة للوصول إلى الأسواق العالمية، وتعد التجارة الإلكترونية واحدة من الأدوات التي تحقق لهذه المشروعات 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 الإلكترونية فرصا جديدة للتوظيف، حيث تتيح إقامة مشاريع تجارية صغيرة ومتوسطة للأفراد وربطها بالأسواق العالمية بأقل التكاليف الإستثمارية، خاصة تجارة الخدمات التي توفر فيها التجارة الإلكترونية آلية للأفراد المتخصصين لتقديم خدماتهم على المستويين المحلي والعالمي دون الحاجة للإنتقال، ومن ناحية أخرى، توفر التجارة الإلكترونية فرصا وظيفية في العديد من المجالات المختلفة ذات الصلة بتطبيقات هذه التجارة؛

4. دعم القطاعات التكنولوجية: وفرت التجارة الإلكترونية على المستوى القومي بيئة ومناخ ملائم لظهور قطاعات متخصصة في تقنية المعلومات والاتصالات، وذلك لدعم البنية التحتية الإلكترونية لتطبيقات التجارة عبر شبكة الأنترنت. ومع تطور ونمو التجارة الإلكترونية وإنتشار إستخدامها في التعاملات التجارية، تصبح هناك فرص إستثمارية لتوجيه رؤوس الأموال للإستثمار في تطوير وتحسين وتحديث البنى التحتية الإلكترونية، والإستثمار في الخدمات المصاحبة لقطاع تقنية المعلومات والاتصالات، الأمر الذي يؤدي إلى خلق أو توطين قطاعات تكنولوجية متقدمة تدعم الاقتصاد القومي<sup>1</sup>.

### المطلب الثالث: المشاكل التي تواجه التجارة الإلكترونية

تطرح مسألة تطبيق التجارة الإلكترونية العديد من المشاكل سواء على المدى القريب أو حتى البعيد، ومن أبرزها ما يلي:

- مشكلة الأدلة الثبوتية في التجارة الإلكترونية: تعتبر هذه المشكلة شاملة لجميع أنواع التجارة الإلكترونية وفي سبيل مواجهتها يتعين على المستهلك الإحتفاظ بجميع الأدلة للعمليات التي قام بها عبر شبكة المعلومات الدولية كطبع الصفحة الأولى التي تعرف بالموقع التجاري لأي شركة يتعامل معها، وكذلك طبع نسخة من البريد الإلكتروني الذي يحتوي على الفاتورة الإلكترونية، وهنا يتوجب على الإدارات المختلفة أن تقوم بطبع دليل إداري موجه إلى المؤسسات والأفراد من شأنه أن يعرف لهم الأدلة الثبوتية الإلكترونية المعترف بها، حتى يكونوا في مأمن أثناء قيامهم بالعمليات التجارية؛

- مشكلة حماية العلامة التجارية والملكية الفكرية: طالت عمليات التزوير العلامات التجارية في عالم التجارة الإلكترونية وأصبحت ظاهرة من الظواهر العالمية، وتتفنن المافيا في عمليات التزوير تلك والتي طالت الشركات ذات العلامات الجيدة في البلدان النامية ومن بين الأساليب التزييف والإحتيال قيام سارقي العلامات التجارية بالتسجيل المبكر لعلامات الشركات المتميزة في سجلات نطاق شبكة المعلومات الدولية من أجل إمتلاك الأسماء ذات العلامات الممتازة تجارياً ومن ثم بيعها لنفس الشركات وبأثمان مرتفعة عندما بيدون هؤلاء

<sup>1</sup> عامر إبراهيم قنديلجي، التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها، مرجع سبق ذكره، ص: 111.

رغبتهم في خلق صفحات تجارية على شبكة المعلومات الدولية بعلاماتهم التجارية، وهذه المشكلة ناتجة عن خلل تشريعي حول معنى العلامة التجارية وإسم النطاق على شبكة المعلومات الدولية والعلاقة بينهما<sup>1</sup>؛

● **مشكلة حماية حقوق المستهلك:** يوجد رأيان بخصوص حماية المستهلك، الأول وهو الأمريكي والذي يقول إن سوق التجارة الإلكترونية سيخلق آليات بنفسه ليحمي المستهلك فلا سبيل لخلق قوانين تعرقل نمو التجارة الإلكترونية، وأما الرأي الثاني فهو الرأي الأوروبي والذي يريد فرض آليات وقوانين عالمية لحماية زبائن شبكة المعلومات الدولية. غير أنه وفي الوقت الحالي ليس هناك أي قدرة قضائية لأي دولة كانت على غلق صفحة تجارية إلكترونية لأي مزور أو محتال، غير أن الشيء الممكن القيام به هو تنبيه المستهلكين والمترددین على هذه المواقع بمؤلاء المحتالين، ليس فقط من الإحتيال المادي ولكن أيضا من إستغلال معلوماتهم الشخصية وبيعها لأغراض تجارية وأمنية؛

● **مشكلة تسليم البضائع:** هذه المشكلة مطروحة في إستعمال البريد الإلكتروني من أجل نقل الوثائق الإلكترونية بصفة آمنة خصوصا وأن شبكة المعلومات الدولية تشهد أعمالا تخريبية من خلال بث بعض الأشخاص لبرامج فيروسية تعمل على تدمير برامج أجهزة الحاسوب وتخريبها؛

● **محدودية الشراء والإستخدام:** على الرغم من النمو الهائل في إستخدام المعاملات الإلكترونية إلا أن تطبيقها في السوق مازال محدود، إضافة إلى أن العديد من مستخدمي الشبكة يقومون فقط بعمليات إطلاع أكثر من الشراء الفعلي؛

● **المشاكل المطروحة على المدى المتوسط والطويل:** كل الأخصائين متفقون على أن التجارة الإلكترونية ستؤثر سلبا في بادئ الأمر على فرص العمل في المؤسسات لإفتقارها لقدرات التأطير والتأقلم ولكن في نفس الوقت ستخلق التجارة الإلكترونية فرصا أخرى من العمل تركز على التقنيات.

<sup>1</sup> خضر مصباح الطبطي، التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية: من منظور تقني وتجاري وإداري، مرجع سبق ذكره، ص:42.



### خلاصة

كان التعامل والتبادل التجاري في وقت مضى يعتمد كلياً على وسائل وأدوات تقليدية بحتة، ولكن ومع التطور التكنولوجي والتقني ظهر نوع جديد وهو التجارة الإلكترونية، والذي يهدف أساساً إلى تقليل التكلفة وسرعة البحث عن المنتجات أو الخدمات، وتسهيل القيام بأنواع العمليات التجارية، وهذا عائد لتنوع أنماطه وكثرة خصائصه وأبعده التي تجعل التجارة الإلكترونية ذات ميزات فريدة استطاعت جلب أكبر عدد من المتعاملين رغم ظهورها الحديث.

وتبني هذا النوع من التجارة يتركز على العديد من المتطلبات التشريعية، البشرية، الشبكية، والمصرفية والتي تعد عصب التجارة الإلكترونية، وهذه الأسس يمكن إجمالها في الفصل الموالي.

# الفصل الثاني

## البنى التحتية للتجارة الإلكترونية

المبحث الأول: البنى التحتية التشريعية والبشرية للتجارة الإلكترونية

المطلب الأول: التشريعات والأنظمة الخاصة بالتجارة الإلكترونية

المطلب الثاني: التعاقد والأركان القانونية للتجارة الإلكترونية

المطلب الثالث: الموارد البشرية في التجارة الإلكترونية

المبحث الثاني: البنية التحتية الشبكية للتجارة الإلكترونية

المطلب الأول: أجهزة الحاسوب والبرمجيات

المطلب الثاني: الأنترنت والأنترانت والإكسترانت

المطلب الثالث: الهاتف في التجارة الإلكترونية

المبحث الثالث: البنية التحتية المصرفية للتجارة الإلكترونية

المطلب الأول: وسائل الدفع الحديثة

المطلب الثاني: وسائل المعاملات المالية الحديثة

المطلب الثالث: أنظمة المعاملات المالية الحديثة

### تمهيد

يلزم لقيام التجارة الإلكترونية بالشكل الذي يضمن إزدهارها وإستمرارها عدد من المقومات والمتطلبات التي ينبغي أن تتوفر حتى تضمن التطور والنمو، كنشر الوعي العلمي والثقافي والقضاء على الأمية المعلوماتية لدى أفراد المجتمع الذي يساهم في إصدار التشريعات المناسبة والمعالجات القانونية لتوفير الحماية والثقة للمتعاملين في هذا المجال، وجود بنية تحتية تتمثل في الاتصالات ونشر شبكة الأنترنت على نطاق وواسع بحيث يمكنها النفاذ لأوسع شريحة من المجتمع وبأسعار تنافسية بالإضافة إلى وجود بنية تحتية كافية للخدمات المالية لاسيما في مجال التعامل المالي المصرفي وتمكينه من دعم عمليات التجارة الإلكترونية.

وعليه سنخصص هذا الفصل للحديث عن أهم متطلبات ومقومات التجارة الإلكترونية، محاولين في البداية التعرف على البنية التحتية التشريعية والبشرية، ومن ثم التطرق إلى البنية التحتية الشبكية، ولا يمكننا أن نختتم دون الحديث عن البنية التحتية المصرفية.

## المبحث الأول: البنية التحتية التشريعية والبشرية للتجارة الإلكترونية

ما إن ظهرت التجارة الإلكترونية في عالمنا حتى برزت الجهود الدولية لتنظيم هذه التجارة، من خلال التوصيات والتشريعات الملائمة للتغيرات والتطورات الحاصلة في هذا المجال، بالإضافة إلى القوانين التي تعتبر من أسس نجاح التجارة الإلكترونية، وليس هذا فقط بل العامل العنصر البشري المؤهل دور مهم في تطبيق مختلف القوانين والتشريعات وتسيير التجارة الإلكترونية.

## المطلب الأول: التشريعات والأنظمة الخاصة بالتجارة الإلكترونية

تتمثل هذه التشريعات في الإطار القانوني الذي يضمن استمرار هذه التجارة وحماية الأطراف المتعاملة فيها، وإيجاد الأدوات القانونية والأساليب التي تتناسب معها، وفيما يلي سنتناول ما جاء عن الهيئات العالمية من القوانين الخاصة بها في مجال التجارة الإلكترونية.

## أولاً: أساليب وضع القوانين في التجارة الإلكترونية

من صفات التجارة الإلكترونية الديناميكية والسرعة، وهذا ما يجعل الأساليب في تطور دائم، وسنعرض الأساليب الأساسية المتبعة في هذا النوع من التجارة<sup>1</sup>:

**1. الأسلوب الفرضي أو الأمري:** أسلوب يعتمد على تحديد طريقة ووسيلة تكنولوجية معينة لإجراء التوقعات الإلكترونية وإعتمادها، بالإضافة إلى التشفير بالطرق غير المتناظرة، ومن الدول التي أخذت بهذا الأسلوب في إعداد تشريعاتها الخاصة ألمانيا، وإيطاليا، والأرجنتين، التي اعتمدت على تقنية التشفير العام، ورفضت ماعداها من التكنولوجيات الأخرى.

**2. الأسلوب المعتدل أو الذي يقرر الحد الأدنى:** إن الهدف من إتباع هذا الأسلوب، هو إزالة العوائق القانونية التي من شأنها أن تعترض الإعراف بالسجلات والتوقعات الإلكترونية، وهذا الأسلوب لا يعتمد على طرق تكنولوجية معينة بذاتها، ولكن يذكر قواعد عامة، ويشترط شروطاً معينة يجب توافرها في التوقيع والتوثيق الإلكترونيين حتى يعترف بها قانونياً، وقد أخذ بهذا الأسلوب قانون الأونستيرال النموذجي للتجارة الإلكترونية.

<sup>1</sup> الموقع الرسمي لمعهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطيني، (2021/04/26، 23:05)، <http://www.mas.ps/arabic.php>.

3. الأسلوب الثنائي: وهو أسلوب معتدل يحاول أن يجمع ويأخذ بين الأسلوبين السابقين، أو بمعنى آخر أن يكون وسطا بين اعتماد تكنولوجيا معينة بذاتها ووضع قواعد عامة دون تحديد وسيلة تكنولوجية معينة.

### ثانيا: التشريعات المنظمة للتجارة الإلكترونية

التحول إلى تطبيقات التجارة الإلكترونية يحتاج لمتطلبات تشريعية صادرة عن عدة منظمات عالمية التي حرصت على تسهيلها وإيجاد حلول للمعيقات التي تواجه هذا النوع من التجارة، ونذكر منها:

- القوانين النموذجية الصادرة عن لجنة الأمم المتحدة لقانون التجارة الدولية: تعتبر لجنة الأمم المتحدة لقانون التجارة الدولية مسؤولة عن تنسيق وتوحيد القانون التجاري الدولي، وتم اعتماد القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية سنة 1996، الذي وقع قواعد موحدة بشأن التجارة الإلكترونية يمكن أن تسترشد بها الدول في وضع تشريعاتها المنظمة للتجارة الإلكترونية، كما وضعت اللجنة بشأن التوقيع الإلكتروني، الذي أضاف المزيد من التنظيم للتجارة الإلكترونية، بإعتبارها تؤكد على شرعية المعاملات الإلكترونية، مما يزيد الثقة بين المتعاملين في هذا النوع من التجارة<sup>1</sup>.

- الإتفاقيات الصادرة عن منظمة التجارة العالمية: عملت منظمة التجارة العالمية على تطوير هذا النوع من التجارة، حيث أن المبادئ التقليدية لمنظمة التجارة العالمية المتمثلة في منع التمييز، الشفافية، وإنفتاح السوق تتفق مع طبيعة التجارة الإلكترونية، وبالتالي تكون قابلة للتطبيق بالنسبة لها، فلن يكون هناك ضرورة لوضع قواعد جديدة. ويعد إعلان جنيف بشأن التجارة الإلكترونية العالمية من أبرز الإتفاقيات المتعلقة بمسائل هذه الأخيرة، حيث أكد على الدول الأعضاء عدم فرض رسوم جمركية على الإتصالات الإلكترونية.

- الإتفاقيات الصادرة عن المنظمة العالمية للملكية الفكرية: تهتم هذه المنظمة بحماية حقوق الملكية الفكرية على شبكة الأنترنت لمنع الإعتداء على العلامات التجارية وبراءات الإختراع، وحقوق التأليف في ضوء المنازعات المرتبطة بالعناوين الإلكترونية، حيث يلعب مركز التحكيم والوساطة التابع للمنظمة للملكية الفكرية دورا كبيرا في حل المنازعات الناتجة عن التجارة الإلكترونية.

<sup>1</sup> بوديسة كريم، التحكيم الإلكتروني كوسيلة لتسوية منازعات عقود التجارة الإلكترونية، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير في العلوم القانونية، تخصص قانون التعاون الدولي، جامعة مولود معمري-تيزي وزوم)، الجزائر، 2002، ص: 62.

- شركة الأنترنت للأسماء والأرقام المخصصة (الآيكان): تعد من أهم المؤسسات العالمية التي إهتمت بتنظيم التجارة الإلكترونية، وهي منظمة دولية تشكلت سنة 1998، بمجهود إختصاصيين في تقنية المعلومات من مختلف دول العالم، تهدف إلى تيسير الاتصالات بين مختلف الدول، بالإضافة على أنها تلعب دورا رئيسيا في تسوية المنازعات التي تكون بين مالكي العلامات التجارية وحاملي العناوين الإلكترونية<sup>1</sup>.
- غرفة التجارة العالمية: للغرفة دور قيادي ورائد من خلال تقديم الأدلة الإرشادية ونماذج القوانين والدراسات البحثية، ويعد دليل التجارة الإلكترونية الصادر عن الغرفة أحد أهم الأدلة الشاملة التي تتيح مساعدة فاعلة في ميدان الأنشطة التشريعية والتنظيمية اللازمة للتجارة الإلكترونية، وقد تعزز هذا الدليل بصور العديد من الأدلة الأكثر تخصصا والمكملة كالدليل الخاص بالأنشطة الإعلانية على الأنترنت.

### المطلب الثاني: التعاقد والأركان القانونية للتجارة الإلكترونية

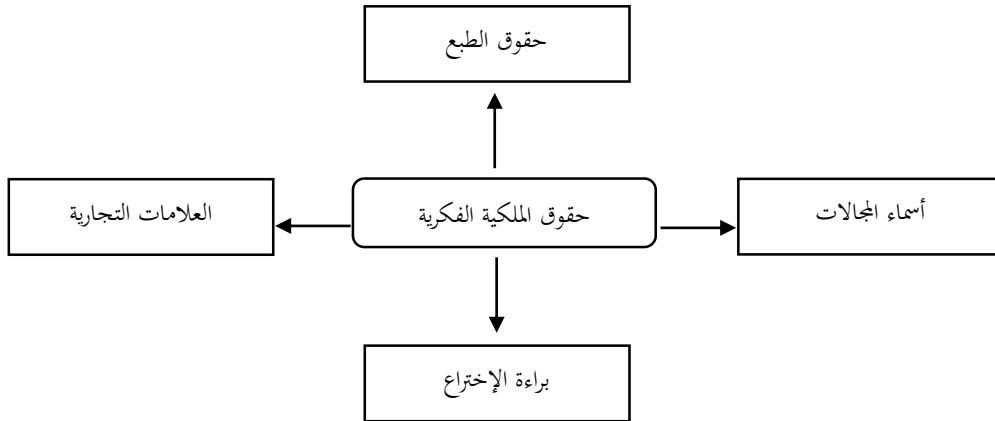
- عند معرفة التشريعات المنظمة للتجارة الإلكترونية، لا بد من إتباعها بأبعادها القانونية والعوامل المساعدة في تطبيق القوانين الخاصة بهذا النوع من التجارة وخلق بيئة تشريعية مناسبة لكل من يريد التعامل بها.
- أولا: الأبعاد القانونية للتجارة الإلكترونية

- تعمل القوانين داخل التجارة الإلكترونية على توفير الرقابة والحماية للمتعاملين بها، وفيما يأتي بعض من الأبعاد القانونية للتجارة الإلكترونية:
1. حقوق الملكية الفكرية: من أبرز القضايا التي تطرحها التجارة الإلكترونية، قضية العقود الإلكترونية التي قد يجري إبرامها في شأن منح الترخيص وإستعمال العلامات التجارية وبراءات الإختراع وما إليها، وقضية تحديد جهة الاختصاص القضائي في حالة ظهور نزاع حول هذه المسائل وتحديد القانون الواجب التطبيق أي قانون الدولة وأخيرا قضية تنفيذ الأحكام المتعلقة بنفس المنازعات حول حقوق الملكية الفكرية<sup>2</sup>.
- والشكل التالي يوضح أنواع حقوق الملكية الفكرية:

<sup>1</sup>الموقع الرسمي للآيكان، (2021/04/26، 00:15)، <http://www.icann.org/ar>.

<sup>2</sup>محمد عبد الله شاهين، التجارة الإلكترونية العربية بين التحديات وفرص النمو، ط1، دار حميثرا، مصر، 2017، ص: 43.

الشكل رقم (1.2): أنواع حقوق الملكية الفكرية



المصدر: خضر مصباح الطيطي، التجارة الإلكترونية من منظور تقني وتجاري وإداري، ب.ط، دار الحامد، الأردن، 2008، ص: 337، بتصرف.

**2. القانون الواجب تطبيقه في عقود التجارة الإلكترونية:** إن مسألة تحديد القانون الواجب التطبيق في عقود التجارة الإلكترونية تعد مشكلة هامة في ظل عدم وجود مستندات ورقية، فضلا من انتقال العملية عبر الحدود الإقليمية للدول كما ناقش الفقه القانوني مسألة القانون الواجب التطبيق على الاستهلاك الإلكتروني وانتهى إلى خضوع عقود الاستهلاك الإلكتروني لقانون الإرادة أي القانون الذي يختاره المتعاقدان صراحة أو ضمنا، ولكن بتحفظ تام وهو أن غالبية التشريعات قد أسفرت على أن إختيار الأطراف للقانون الواجب التطبيق، لا يجوز أن يتبعه حرمان المستهلك من الحماية التي توفرها له الأحكام الآمرة لقانون الدولة محل إقامته العادية<sup>1</sup>؛

**3. الخصوصية وأمن معلومات التجارة الإلكترونية:** إن أمن المعلومات عموما وأمن التجارة الإلكترونية هو أمن المعلومات المتبادلة على الخط ولذا تضع الولايات المتحدة الأمريكية أو بعض الدول المتقدمة قيودا ومراقبة على تصديرها خارج بلدها، وتعتبر التشفير آلة ذو حدين، إذ أن استعمالها بدون مراقبة قد يضر بأمن الدولة لذا تصر بعض الدول على منح أنظمة تشفير المتقدمة التي يستعصى حلها أو منع تشفيرها كليا، وهذا طبعا لا يخدم التجارة الإلكترونية، غير أن التشفير سواء في المواقع الحكومية أو الخاصة أصبح أمرا

<sup>1</sup> أصارة بالساكر، التجارة الإلكترونية وآفاق تطورها في البلدان العربية-دراسة حالة الجزائر-، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص تجارة دولية، جامعة الشهيد حمه لخضر-الوادي)، الجزائر، 2015، ص: 18.

مقبولا في ظل معايير التشفير التي هي جزء من أخلاقيات استخدام التقنية وتشريعات تنظيم استخدامها المقررة بعد هذا التاريخ؛

**4. إثبات العمليات:** تنتج هذه المشكلة من ممارسة إتمام الصفقات إلكترونيا دون وجود مستندات ورقية، الأمر الذي يؤدي إلى صعوبة إثبات التعاملات والقيود وتحديد الالتزامات وذلك للحفاظ على الحقوق الملكية والوفاء بالعقود الإلكترونية، ويكمن حل هذه المشكلة في توسيع شروط قبولية الإثبات بوسيلة التسجيل الإلكتروني، أو توسيع فكرة بداية الإثبات الخطي، أو بوضع استثناء جديدا للالتزام بالإثبات الخطي إلى جانب استثناءات قانونية قائمة. ومن هنا كانت الحاجة الماسة فعليا لإدخال تعديلات جوهرية على قوانين الإثبات وقوانين المعاملات التجارية بحيث تعترف بالاستناد الإلكتروني والتوقيع الإلكتروني والسجل الإلكتروني وغيرها؛

**5. فرض الضرائب:** على الرغم من أن منظمة التجارة العالمية كانت المبادرة في عدم فرض الضرائب على التعاملات الإلكترونية، لكن العديد من الحكومات تعمل على إيجاد طرق وسن قوانين لتحصيل الضريبة بشكل تدريجي ونسب بسيطة، حتى لا تمثل عائقا لنمو التجارة الإلكترونية، ومن جهة أخرى الاستفادة من الإيرادات التي يمكن للدولة أن تحصلها من وراء فرض الضرائب، وتساهم في توفير المزيد من الخدمات العامة للمواطنين من صحة وتعليم وغيرها<sup>1</sup>.

### ثانيا: التعاقد الإلكتروني

في العصر الحالي ظهر نوع جديد من العقود التي تتم عن بعد وهو العقد الإلكتروني، والذي له من الخصوصية ما يجعله ينفرد عن غيره من العقود، إلا أن هذا التعاقد يحتاج إلى بعض القواعد الخاصة وأدلة لإثباته.

**1. العقد الإلكتروني:** يتمثل نموذج العقد الإلكتروني نموذجا من نماذج التجارة الإلكترونية في القيام بتبادل طرفي العملية التجارية كافة المستندات والبيانات المتعلقة بعمليات التجارة الإلكترونية حيث يتفق الطرفان البائع والمشتري على العروض والتفاوض بشأن بنود الاتفاق ومن ثم إبرام هذا الاتفاق على شكل عقد

<sup>1</sup> رمضان علي السيد معروف، التجارة الإلكترونية في اليابان ومدى إستفادة مصر منها، ط2، مكتبة جزيرة الورد، مصر، 2011، ص: 33.



يتم طباعته ومن ثم توقيعه إلكترونياً باستخدام مفاتيح خاصة لا يعلمها إلا الطرف الموقع ولا يمكن تزويرها، وهذا النوع من العقود الإلكترونية معترف فيه في معظم دول العالم كندا والولايات المتحدة<sup>1</sup>.

وقد تم تعريف العقد الإلكتروني حسب القوانين الصادرة بأنه الإتفاق الذي يتم بوسائل إلكترونية جزئياً أو كلياً، وكغيره من العقود لا بد للعقد الإلكتروني من أطراف تسمى أطراف العقد الإلكتروني وهي:

أ. **الموجب:** وهو منظمة الأعمال أو الشركة أو الشخص العارض للسلع والخدمات ويعتبر هذا الفرد الذي يقوم بنفسه أو بواسطة من ينييه بإنشاء أو إرسال رسالة المعلومات قبل تسلمها وتخزينها من المرسل إليه.

ب. **القابل:** وهو المؤسسة أو الشركة أو الفرد الذي طلب المنتج أو الخدمة أو السلعة المعروضة على شبكة الأنترنت من خلال الموقع الافتراضي للموجب<sup>2</sup>.

وبمعنى آخر فإنه يجوز أن يتم إبرام العقد بين الطرفين وإنشاء العقد الإلكتروني والإلتزام به من قبل الإثنين إذا استخدم لتحقيق ذلك وسائط إلكترونية والتي تكون عبارة عن برمجيات تشمل أنظمة إلكترونية لكمبيوتر يمكن أن يتصرف أو يستجيب لتصرف بشكل مستقل كلياً أو جزئياً دون إشراف أي شخص طبيعي.

إن للتجارة الإلكترونية بعض الصعوبات ومنها مايتعلق بإثبات الأدلة ومنها مايتعلق بالحماية القانونية ومنها مايتعلق بتحديد القانون الواجب تطبيقه على هذا التعامل، ونلخصها فيمايلي:

● الأدلة الإثباتية الإلكترونية هي تلك المستندات المستخرجة من تقنيات المعلومات الحديثة الإلكترونية، وتعتبر مواكبة للتطورات العلمية، فهي تختلف حسب نوع النشاط، وإذا كان التعامل تجاري فإن أدلة الإثبات تكون حرة فيستطيع أي طرف من أطراف التعامل بإثباته بكافة الوسائل المتاحة قانونياً. لذا فإن العقود التجارية وكافة المعاملات التجارية الإلكترونية تقدم فيها مستندات ووثائق إلكترونية مصدقة وموقعة توقيعا معترفا فيه دون تزوير فإن لها نفس حجة الإسناد التقليدية في الإثبات ما لم يثبت من نسبت إليه أنه لم يستخرجها أو لم يكلف أحدا بإستخراجها.

<sup>1</sup>أمير فرج يوسف، عالمية التجارة الإلكترونية وعقودها وأساليب مكافحة الغش التجاري الإلكتروني، ب.ط، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2009، ص: 196.

<sup>2</sup>خضر مصباح الطيبي، التجارة الإلكترونية من منظور تقني وتجاري وإداري، مرجع سبق ذكره، ص: 352.

● إن سلوك الأشخاص عادة ما يكون بلا ضوابط وقواعد وقوانين مما يؤدي إلى الفوضى، وهذا ما عملت عليه التشريعات المنظمة للتجارة الإلكترونية والخروج بقوانين يجب تطبيقها عند التعاقد لتسهيل التعامل التجاري الإلكتروني<sup>1</sup>.

### ثانياً: العوامل المحققة للبنية التشريعية عند التعاقد

يلزم لوجود وقيام هذه البنية بعض المتطلبات التشريعية ونذكر أهمها فيما يأتي:

● وجود تشريعات تنظم وتضمن حقوق كافة الأطراف المشاركة في هذا النوع من التجارة، وذلك لأن أنشطة التجارة الإلكترونية والعلاقة القانونية الناتجة بينهما تثير عدة تحديات قانونية للأنظمة القانونية القائمة، والتي تتمحور حول أثر استخدام الوسائل الإلكترونية في تنفيذ الأنشطة التجارية الإلكترونية.

● القواعد القانونية المنظمة للأنشطة التجارية الإلكترونية والعقود ظلت غير قادرة على مواكبة الواقع المتطور في عالم هذا النوع من التجارة، ولهذا وجب تعديل القواعد الخاصة بتنظيم الأنشطة التجارية سواء الداخلية أو الخارجية<sup>2</sup>.

● وضع الضوابط القانونية الملائمة والخاصة بالإمضاءات والتوقيعات الإلكترونية، وفي هذا الصدد يمكن الاستفادة من قانون "الأونسيترال" الذي وضعته الأمم المتحدة والذي ينظم الأمور الخاصة بالتجارة الإلكترونية.

● إرساء قواعد إدارية وتنظيمية متقدمة، وربط المنافذ الجمركية بطريقة إلكترونية بهدف تبادل المعلومات.

● وضع قوانين على المستوى الدولي من شأنها أن تعمل على فض المنازعات العالمية التي تنشأ من خلال صفقات التجارة الإلكترونية الدولية.

<sup>1</sup> خضر مصباح الطبطبي، التجارة الإلكترونية من منظور تقني وتجاري وإداري، مرجع سبق ذكره، ص: 354.

<sup>2</sup> نضال سليم برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، ط3، دار الثقافة، الأردن، 2010، ص: 53.

### المطلب الثالث: الموارد البشرية في التجارة الإلكترونية

الشرط الأساسي من شروط قيام التجارة الإلكترونية وجود الخبرات البشرية المؤهلة ذات الكفاءة والخبرة المناسبة لدعم الأعمال الإلكترونية، وبناء مجتمع قائم على المعرفة، ويمكن الحكم على جاهزية أي دولة في هذا الجانب من خلال:

- رفع مستوى النظام التعليمي نوعا ومنهجيا وتعزيز الجهود المبذولة لخلق مجتمع قائم على المعرفة؛
- نشر الإبداع الثقافي وتعميق المشاركة في تبادل المعلومات ضمن فئات المجتمع ومنظماته؛
- تعزيز مهاراته ودرجة تأهيل القوى العاملة<sup>1</sup>.

بالإضافة لذلك فالتجارة الإلكترونية تعد موضوعا جديدا نوعا ما وهو ما يستلزم خلق الإطار الثقافي الذي يشكل البيئة الملائمة لتقبل هذه التجارة والقدرة على التعامل معها، إضافة إلى أنه يستلزم التركيز على الدور المحوري للتعليم في أداء هذه المهمة من حيث التعريف بالتجارة الإلكترونية ومضمونها وأساليبها وأهميتها وكيفية التعامل معها، ومنه يمكن التطرق إلى التعليم والتدريب وتأثير العامل البشري في تطوير التجارة الإلكترونية.

### أولا: التعليم والتدريب

يعد هذا الأخير متخصص ومرتبط بالتجارة الإلكترونية ومن أهم أسس وضع إستراتيجية لهذه الدول التي نهضت فيها هذا النوع من التجارة سواء كانت دولة متقدمة أو نامية مثل: ماليزيا، كوريا الجنوبية، سنغافورة وغيرها. بالإضافة إلى أن التعليم سيساعد على تخريج الكفاءات التي تستطيع التعامل بالوسائل الإلكترونية الحديثة وبخاصة مع العالم الخارجي وهو ما يحتاج إلى فهم لغة التخاطب والتعامل الفنية في المجال الذي يعمل فيه المتعامل، كما هذا النوع من التجارة يحتاج إلى المهندسين والباحثين ومطوري البرامج والذي يعتبر وجودهم ضرورة لقيام التجارة الإلكترونية، إضافة أن التدريب أيضا يلعب دورا مهما من ناحية الممارسة ووضع الأصول والمبادئ العامة الأساسية موضع التطبيق، ويمكن الإعتماد في هذا الشأن على دور المنظمات الدولية والإقليمية

<sup>1</sup> نافع زينب، جميل أحمد، التجارة الإلكترونية في الجزائر: طموحات كبيرة وإنجازات متواضعة، مجلة دراسات في الاقتصاد وإدارة الأعمال، العدد السادس، جامعة البويرة، الجزائر، 2020، ص: 04.

والتي من خلالها تستطيع الدول أن تستفيد من خبرات وإمكانات بعضها البعض وخصوصا من تلك التي سبقتها في هذا المجال.

### ثانيا: تأثير العامل البشري في تطوير التجارة الإلكترونية

تساهم الكوادر البشرية لدى الحكومات والمؤسسات سواء العامة أو الخاصة في تبني إستراتيجيات واضحة المعالم تقوم من خلالها بإدخال وتطبيق تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات في مختلف الهيئات، وتقديم بعض الخدمات، وإجراء مختلف الاتصالات حيث لا يقف الأمر عند إكتساب العامل خبرة وكفاءة متعلقة بماهية التجارة الإلكترونية وما يمكن أن تحدثه من دور في الاقتصاد والأداء والإنتاجية على مستوى المؤسسة بل يجب أن:

- 1- يكون التدريب مستمرا ومتطورا إذ أن من أهم خصائص هذا النوع من التجارة التطور الذي يكاد أن يكون مستمرا، ويتأثر التدريب من خلال نوع ومستوى التعليم الذي حصل عليه العاملون في الإدارات المعنية، وهل حصلوا على تعليم عال أو متوسط أو أقل، وكذلك نوعية التعليم الذي حصل عليه هؤلاء، وما إذا كانت مؤهلاتهم تؤهلهم لشغل الأعمال التي يقومون بها أم يعملون وفق مبدأ أن هذا هو المتاح.
- 2- معرفة مدى تأثير مصالح المديرين أنفسهم بإستخدام التجارة الإلكترونية من عدمه، حيث تكون لهم مصلحة مباشرة أو غير مباشرة فيما يتعلق بالحصول على العمل والإستمرارية فيه، أو الترقى أو الحصول على دخل أعلى، فكلما كان للمديرين مصلحة في التطوير والتحديث كان نقلهم لخبراتهم ومعارفهم إلى دوائر الإدارات ونشر ثقافة الأنترنت والمعاملات الإلكترونية فعال وناجح<sup>1</sup>.

ويعد العنصر البشري عصب التنمية الاقتصادية والإجتماعية بصفة عامة، ويلعب دورا رئيسيا في تطور التجارة الإلكترونية بصفة خاصة لإعتمادها الكبير على الإبداع والمعرفة والإبتكار في أساليبها ووسائلها، ويعد نقص الموارد البشرية المدربة من أهم العقبات التي تقف في طريق نمو التجارة الإلكترونية في الكثير من الدول النامية وخاصة أن القيام بهذه التجارة تسبقه مراحل عديدة بداية من التجهيزات الإلكترونية وتليها عمليات أخرى مثل تسوية المدفوعات، وكل هذه الدوائر تحتاج إلى أيد عاملة متعلمة فاهمة ومدربة، ولعل من أهم جوانب إحتياج العنصر البشري وجود خبراء لتصميم المواقع وتحليل البيانات وإعداد نظم الدفع الإلكترونية،

<sup>1</sup>أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية والعملة، مرجع سبق ذكره، ص: 87.

مثال على ذلك الهند التي كثفت إستثماراتها من أجل خلق موارد بشرية هائلة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وجعلت كوريا الجنوبية تعليم الحاسب الآلي إلزاميا في كل المدارس الإبتدائية وأنشأت فصولا للتدريب على الحواسيب والأنترنت لكبار السن الذين لم يسبق لهم تعلمه وذلك في أكثر من 50 جامعة منتشرة في جميع أنحاء العالم.

## المبحث الثاني: البنية التحتية الشبكية للتجارة الإلكترونية

تمثل البنية التحتية الشبكية أساس قيام الاقتصاد الرقمي، وتتكون هذه البنية عموماً من شبكة الأنترنت، أجهزة الكمبيوتر، الهاتف الثابت والنقال، البرمجيات ومختلف أجهزة الإتصال عن بعد، بالتالي فهذه المكونات يجب توفرها حتى تنشأ وتستمر التجارة الإلكترونية.

### المطلب الأول: أجهزة الحاسوب والبرمجيات

تتلخص فكرة عمل الحاسوب في كونه جهاز لديه القدرة على معالجة البيانات من خلال تطوير البرمجيات التي تتناسب وتطور التجارة الإلكترونية.

#### أولاً: الحاسوب

يعتبر الحاسوب آلة مصممة بطريقة تسمح بإستقبال البيانات وتخزينها ومعالجتها، بحيث يمكن إجراء جميع العمليات البسيطة والمعقدة بسرعة فائقة ودقة متناهية والحصول على نتائج هذه العمليات بطريقة آلية، وحسب المختصين مر الحاسوب بأربعة أجيال تم فيه تطويره من حيث العتاد، وهذه المراحل تتمثل في؛

- **المرحلة الأولى:** تمثل الجيل الأول للكمبيوتر وقد بدأت منذ ظهوره سنة 1948م، والذي كان يستخدم فيه الصمام الإلكتروني في عمل الحاسبات الضخمة التي كان وزنها بالأطنان، وتستخدم في الصالات الكبيرة وتستهلك طاقة كهربائية عالية؛

- **المرحلة الثانية:** وتتمثل في الجيل الثاني للكمبيوتر، وقد بدأت سنة 1958م، حيث حل الترانزستور\* محل الصمام الإلكتروني ليصبح الحاسوب أصغر وأسرع وأكفأ، ويقل إستهلاكه للطاقة إلى حد كبير؛
- **المرحلة الثالثة:** بدأت سنة 1964م، وتمثل الجيل الثالث الذي تم فيه إستخدام شرائح الدوائر المتكاملة، حيث حلت شريحة واحدة من السليكون محل العديد من وحدات الترانزستور والعناصر الإلكترونية الأخرى من المقاومات والمكثفات وغيرها، والتي إندمجت بصورة متكاملة ومكثفة داخل شريحة السيلكون الرقيقة، وهي هيئة دوائر دقيقة تتكون من عناصر إلكترونية، وبالشكل الذي أدى إلى زيادة تصغيرها بصورة كبيرة ومستمرة وإنخفاض تكاليف الطاقة الكهربائية إلى حد كبير؛

- **المرحلة الرابعة:** بدأت سنة 1982م، ويمثلها الجيل الرابع الحاسوب، وهي لا تختلف كثيراً عن المرحلة السابقة إلا في كثافة العناصر التي أمكن دمجها في شريحة السيلكون الرقيقة، والتي تزداد صغراً، وتزداد بكثرة

دوائرها المتكاملة، والذي تحقق نتيجة استخدام مواد جديدة وأساليب ووسائل مبتكرة في تصميم عناصرها الإلكترونية، وضبط جودة إنتاجها، ومتانتها، وفعاليتها<sup>1</sup>.

وقد احتل الحاسوب مكانة هامة حيث دخل كل نواحي الحياة بشكل لا يمكن الإستغناء بسبب الكم الهائل من البيانات والمعلومات التي يمكن أن يحمله وقدرته الفائقة على معالجتها، سواء بالنسبة للأشخاص والشركات والحكومات في تبادلاتهم التجارية الإلكترونية، ومن أهم مزاياه في التجارة الإلكترونية:

- زيادة فرصة التسوق الفعال حيث تتيح للعميل فرصة البحث والإطلاع على مختلف المنتجات والخدمات المطروحة أمامه للبيع على مدار الساعة من جهة، وزيادة المبيعات والأرباح للشركات من جهة أخرى؛
- تقليل النفقات والمصاريف من خلال تقليص الكوادر البشرية، مما تسهم في توسيع الأعمال وإفتتاح فروع جديدة؛
- تواصل المنتج مع المستهلك حيث تؤدي إلى إقامة علاقات متواصلة بين المنتج والمستهلك، تتميز بإختصار الزمان والمكان لكل منهما؛
- الدقة والسرعة والقدرة التخزينية العالية لمعالجة البيانات<sup>2</sup>.

### ثانيا: البرمجيات

تعتبر البرمجيات لغة الحوار بين الإنسان والحاسوب، فمن خلالها يستطيع مستخدم الحاسب أن يخبره ماذا يريد أن يفعل، وبواسطتها أيضا يعرض الحاسوب ما توصل إليه من نتائج بشكل يمكن للإنسان أن يستوعبه بسهولة، وأيضا يمكن القول إنها مجموعة الأوامر والتعليمات والضوابط التي توجه الحاسوب في عمليات قبول أو رفض البيانات وتشغيلها، وإستخراج المعلومات والمؤشرات منها، مروراً بعمليات المراجعة والتخزين والعمليات الحسابية. وتنقسم البرمجيات إلى نوعين:

**1. برمجيات النظام System software:** وهي البرمجيات المرتبطة بنظام التشغيل الذي يتحكم في أداء وحدة المعالجة المركزية، وهي المسؤولة عن تحميل البرامج والملفات والإشراف على كل عمليات إدخال

<sup>1</sup>منصر هارون، تكنولوجيا الإتصال الحديثة-المسائل النظرية والتطبيقية-، ط1، دار الأملعية، الجزائر، 2012، ص: 89.

\*الترانزستور عبارة عن عنصر إلكتروني له ثلاثة أطراف ويمكنه التصرف كعازل أو كناقل للتيار الكهربائي في الإلكترونيات الحديثة.

<sup>2</sup>عامر محمود الكسواني، التجارة عبر الحاسوب، ط1، دار الثقافة، الأردن، 2008، ص-ص: 35-38.

وإخراج البيانات وتنظيم مختلف العمليات، أي أنها مجموعة البرمجيات التي تضمن تشغيل الكمبيوتر بطريقة جيدة، وتنقسم أولاً إلى برامج تطوير النظام كلغات البرمجة، الأدوات والتحرير، حزم الهندسة بمساعدة الحاسوب. وثانياً إلى برامج إدارة النظام كنظم التشغيل، برامج إدارة الشبكة، نظم إدارة قواعد البيانات، منافع النظام، والمراقبة السرية للأداء<sup>1</sup>؛

**2. برمجيات التطبيق Application software:** وهي البرمجيات الموجهة لمعالجة حالة أو حالات بذاتها، بعبارة أخرى هي برامج مصممة لإستخدامها في مجالات مختلفة لتنفيذ أعمال مطلوبة من طرف المستخدم، وقد تكون لأغراض عامة يستفيد منها الكثير من المستخدمين، أو لأغراض خاصة لتلبية إحتياجات محددة لبعض المستخدمين. وتنقسم أولاً إلى برامج التطبيقات الخاصة كمحاسبة الأعمال، عمليات التبادل، التجارة الإلكترونية، العلوم والهندسة، والعلوم والترفيه. وثانياً إلى برامج التطبيقات العامة كحقائب البرمجيات، مستعرض الشبكة، البريد الإلكتروني، الجداول الإلكترونية، رسوم العرض التخطيطية، مدير المعلومات الشخصية، وبرمجيات المجموعات.

تعتبر صناعة البرمجيات ذات عدة مزايا، فهي كثيرة المعرفة تعتمد على العقل البشري، وهي صناعة نظيفة غير ملوثة للبيئة، لا تتطلب رؤوس أموال كبيرة ولا أصول مادية ضخمة، حيث يمكن إقامتها في أي مكان وفي أي وقت، إذ كل ما تتطلبه هو توفير أجهزة كمبيوتر بكل لواحقها يعمل عليها خبراء مبرمجين، وتحقق هذه الصناعة عوائد مالية كبيرة مقارنة مع تكاليفها، أي أنها تنتج قيمة مضافة مرتفعة، وهذا ما يسعى إليه مستعملي التجارة الإلكترونية.

### المطلب الثاني: الأنترنت، الأنترانت والإكسترنات

الأنترنت هي شبكة عامة وعالمية توفر الإتصال المباشر لأي شخص يسعى إلى التعامل في مجال التجارة الإلكترونية وحتى مجالات أخرى دون قيود، فهي تعتبر أحسن مثال لإندماج تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات، من حيث التكامل بين أجهزة الكمبيوتر ووسائل الإتصال الحديثة والبرمجيات، الذي أدى إلى

<sup>1</sup> بن وارث حكيمة، دور وأهمية التجارة الإلكترونية في إقتصاد المعرفة-مع الإشارة للعالم العربي-، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص مناجمت المؤسسة، المركز الجامعي العربي بن مهدي-أم البواقي)، الجزائر، 2008، ص: 19.



تجاوز كل الحدود حتى كاد يكون الفرق الزمني والمكاني بين المستخدمين في الدول المتقدمة صفراً، وهذا ما يجعلها تختلف عن الأنترنت والإكسترنت.

### أولاً: الأنترنت

الأنترنت كلمة مركبة من إختزال العبارة الإنجليزية Interconnections of Networks التي تعني الربط بين الشبكات، والشبكة بالمعنى الإلكتروني للكلمة تعبر عن إرتباط مجموعة من الحواسيب فيما بينها. وبعد ظهور الأنترنت تقريباً سنة 1957، حيث مهدت وزارة الدفاع الأمريكية لشبكة APRAnet (وهي شبكة وكالة مشروع الأبحاث المتطورة التابعة لوزارة الدفاع الأمريكية)، وفي سنة 1970 تم تأسيس شبكة Alohonet مع شبكة APRAnet، وفي سنة 1972 تم ربط شبكة Alohonet مع شبكة APRAnet، وفي سنة 1973 بدأت تجربة البريد الإلكتروني على شبكة APRAnet، وفي سنة 1974 ظهرت شبكة Telnet وهي شبكة تجارية ماثلة لشبكة APRAnet، وفي الثمانينات من القرن الماضي ظهرت شبكات عالمية أخرى في أوروبا واليابان، وفي أوائل التسعينات من القرن الماضي تم الربط بين هذه الشبكات لتكون شبكة الشبكات وهي الأنترنت، وذلك بعد تطور بروتوكولات الإتصال<sup>1</sup>. وفي ما يأتي سنتطرق للبنية التحتية للأنترنت ومختلف خدماتها:

**1. البنية التحتية للأنترنت:** إن الأنترنت تعتمد على بروتوكول (TCP/IP) لنقل المعلومات وتبادلها بين مختلف أجهزة الكمبيوتر وبروتوكول الأنترنت (IP) يناسب التقنيات الجديدة والتي تم تطويرها وإستخدامها في شبكة الأنترنت مثل تقنيات (خادم/عميل) والتي هي عبارة عن أجهزة كمبيوتر ضخمة متصلة ببعضها البعض، وفيها تخزن المعلومات بكمية هائلة على أجهزة هذه الخادومات والتي تكون على شكل صفحات. وعند قيام الأفراد بإستخدام برامج تطبيقية بإستعمال الأنترنت فإنه يتم التواصل بين الأفراد وهذه الخادومات، فكل بيانات الأفراد من رسائل ومعلومات وبريد إلكتروني تحفظ على هذه الخادومات، والخادم/عميل له مبدأ والذي يتجسد فيما يلي:

● **العميل:** وهو الذي يقوم بالعمل على الشبكة ويطلب خدمة معينة من الخادم، مثل الموظف أو المدير؛

<sup>1</sup> كريستيان كرامليش، ألفباء الأنترنت، ط2، دار العربية للعلوم، لبنان، 1998، ص: 11.

- **الخادم:** وهو جهاز كمبيوتر ذو قدرة عالية على تنفيذ التعليمات وحفظ المعلومات حيث يقوم بتزويد الخدمة والملفات وبيانات قواعد البيانات وغيرها إلى المستخدمين بسرعة وفعالية كبيرة؛
  - **التبادلية:** وهي قدرة إثنين أو أكثر من الأنظمة على تبادل المعلومات وإستخدامها فيما بينها؛
  - **التوسع:** وهي سهولة عملية التعديل والتطوير والتوسع بإضافة المزيد من الأجهزة؛
  - **واجهة المستخدم الرسومية:** ميزات سهلة تستخدم للعمل على نظام التشغيل تستخدم مبدأ الرسومات وإختبار الأوامر من القوائم؛
  - **إستدعاء إجراء بعيد:** وهي مبنية على نظام الخادم/العميل بتوزيع خدمة برنامج معين إلى أكثر من عميل وبمختلف أنواع الأنظمة التشغيلية وهي أيضا تخفض من التعقيدات في تطوير التطبيقات والتي تحتاج أنظمة تشغيل مضاعفة وإلى بروتوكولات إضافية تؤدي إلى زيادة الإزدحام في نقل البيانات.
2. **خدمات الأنترنت:** للأنترنت عدة إستخدامات وسنقتصر على أهم الخدمات والمتمثلة في:
- **البريد الإلكتروني:** إن البريد الإلكتروني يخدم كثير الأنشطة التجارية الإلكترونية، فهو خدمة تسمح بإرسال وإستقبال رسائل إلكترونية من وإلى جميع المشتركين في الشبكة ويمكن أيضا من الإستعلام حول المنتجات أو طلب الفواتير وإرسال الطلبيات للموردين ونظرا للعديد من الخصائص التي تميزه فقد حل محل وسائل الإتصال التقليدية كالهاتف والفاكس؛
  - **بروتوكول نقل الملفات:** تعتبر وسيلة للتبادل السريع وكذلك يستعان بهذه الخدمة في تحديث مواقع الأنترنت والتي تقوم بتحويل الملفات من حاسب إلى آخر عبر الشبكة الدولية، قد تكون هذه الملفات عبارة عن تقارير، بحوث، برامج؛
  - **الشبكة العنكبوتية العالمية للمعلومات:** يطلق عليها أيضا خدمة الويب، وهي تعتبر من أهم خدمات الأنترنت مدعمة بالألوان والصور والصوت مما يجعلها تحظى بإقبال واسع عليها، وهي تشمل العديد من المعلومات والصفحات وترتبط بها العديد من المؤسسات العلمية والصناعية والحكومية، وتستخدم الشبكة كواجهة للعديد من الشركات التي تستخدمها كوسيلة للترويج والإعلان والدعاية، على المستوى المحلي والدولي؛
  - **بروتوكول الربط عن بعد:** هو نظام يسمح لمستخدمي النشاط التجاري الإلكتروني توفير إمكانية الإتصال عن بعد من خلال أجهزة الحاسوب الموجودة في كل مكان مع شبكة الأنترنت؛

● **مجموعة النقاش:** تمكن هذه الخدمة من عقد مؤتمرات ولقاءات مع جميع متعاملاتها في العالم والتخاطب الشخصي والفوري مع زبائننا من خلال مجموعة النقاش، ويستخدم البريد الإلكتروني للتواصل والإلتحاق بمجموعة النقاش ويوزع أوتوماتيكيا النقاش على كافة الأطراف، وتستخدم هذه الخاصية لإنخفاض تكلفتها<sup>1</sup>.

### ثانيا: الأنترنت والإكسترنات

تعتبر الأنترنت والإكسترنات من شبكات المعلومات الداخلية والخارجية وتستخدم نفس التكنولوجيا والقواعد التي تقوم عليها الأنترنت.

**1. الأنترنت:** هي شبكة داخلية يقتصر إستخدامها على عمال الشركة أو المؤسسة وتتميز بمعظم خصائص الأنترنت، وتكون المعلومات داخل الأنترنت على ما يخص الشركة، وهي عادة معلومات مهمة وحساسة ولا يسمح الإطلاع عليها إلا للعاملين المرخص لهم بذلك، وتتم حمايتها من الإختراق غير المرخص بواسطة برامج حماية. للأنترنت فوائد منها تقاسم الخبرات من المستخدمين وتحسين العلاقة بينهم، بالإضافة إلى تخفيض إستعمال الورق بالتالي الإقتصاد في التكلفة، كما أنا إنشاء موقع على الأنترنت يساعد على الإجابة على تساؤلات مختلف المصالح داخل الشركة، ولتحقيق هذه الفوائد على المؤسسة تخطيط وتنظيم وتنسيق مع تبني إستراتيجية فعالة ولتنفيذها يجب إتباع الخطوات التالية:

● **الإعداد ووضع الخطط وتحديد الأهداف:** وضع الهدف من إنشاء شبكة الأنترنت والتخطيط لكل التقيات المرتبطة بها وتحديد نوع المعدات ومصدرها، حيث يجب أن يتم تجهيز كشف بالمتطلبات كلها مع وجود عملية توثيق لكل خطوة حتى الإنتهاء من عملية إنشاء الأنترنت بالكامل، وفي هذه الخطوة يجب التعريف بمن هم المستخدمين للشبكة، وما طبيعة المعلومات وماهي البرامج التي يجب ربطها بالشبكة، ونوع الربط للشبكة وماهي المعلومات والمحتويات التي يجب أن يتم مشاركتها على الشبكة وكيفية تداولها والصلاحيات المرتبطة بها؛

● **الحصول على دعم من الإدارة وتبرير لإنشاء الشبكة:** تحضير دراسة تبرز الفوائد والعوائد المكتسبة من إنشاء الشبكة لكسب الدعم الإداري للمشروع، ودراسة مدى قدرة شبكة الحاسوب على توفير الوقت

<sup>1</sup> أقماير هاجر، عباس مختارية، تحديات المنظومة المصرفية في ظل التكنولوجيا الحديثة-دراسة مقارنة للدول المغربية-، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علوم التسيير، تخصص مالية، جامعة ابن خلدون-تبارت)، الجزائر، 2015، ص-ص: 31-33.

والجهد والأيدي العاملة وحساب مجموع التكاليف ومقارنتها مع العائدات المالية والفوائد، مع الأخذ بعين الاعتبار سهولة تحديث الشبكة وتطويرها في المستقبل وسهولة إستخدامها؛

• **البدء ببناء الشبكة إما بكادر محلي أو الإستعانة بطرف ثاني:** بناء الشبكة بإستخدام طاقم من الفنيين من داخل الشركة أو من خارجها للقيام بتنفيذ المشروع وفي هذه الحالة يفضل الإستعانة بمستشار حاسوب، وذلك ليقوم هو بإختيار أحد الشركات الموثوق فيها بحيث يتم التعاقد معها على طريقة بناء الشبكة بفترة زمنية يتم تحديدها والإتفاق عليها وأيضا يجب الإتفاق على كيفية إجراء الصيانة وخدمة ما بعد البيع وعملية تدريب العاملين والموظفين على كيفية العمل على الشبكة وكيفية القيام بالصيانة وغيرها من الأمور التقنية المطلوب إجرائها عند بناء الشبكة، وكل هذا بعد موافقة الإدارة العليا على الخطة الرئيسية لبناء شبكة الأنترنت؛

• **تشكيل فريق لشبكة الأنترنت:** في هذه المرحلة يجب بناء قسم تكنولوجيا المعلومات أو دائرة الحاسوب وفيها مختلف الموظفين من مدراء ومهندسين ومدير صيانة الشبكة وفنيين وغيرهم، يراعى في إختيار الموظفين الخبرة والكفاءة والأمانة. وحيث أن دائرة الحاسوب تعتبر مركز للمعلومات من كل أقسام الشركة أي أنها تعتبر الشرايين الرئيسية في الشركة وهي أكثر الأقسام حساسية لأن كل المعلومات تصب فيها، لذا يجب أن تتم عملية التخطيط للصلاحيات وتداول البيانات بشكل دقيق وعلمي مدروس؛

• **بناء نموذج وإختباره:** قبل البدء بإنشاء شبكة الأنترنت كاملة يقوم الفريق ببناء جزء أو نموذج أولي حيث يتم إختباره منفردا من قبل الموظفين بوضع بعض البرامج والملفات عليه ثم القيام ببعض المهمات والوظائف على الشبكة ومن ثم إعطاء تغذية راجعة وذلك قبل البدء ببناء مشروع الشبكة ككل؛

• **الصيانة الفعالة والدورية للنظام:** إن الصيانة تعاني إستمرارية عمل الشبكة حسب المقاييس والمعايير التي وضعت من أجلها عند التخطيط لها في البداية، بالإضافة إلى أن عملية تحديث المعلومات من العمليات المهمة وذلك على مدار الساعة لضمان فعالية الشبكة<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> خضر مصباح الطبطي، إدارة تكنولوجيا المعلومات، ط1، دار الحامد، الأردن، 2012، ص: 52.

1. تعريف الإكسترنات: تعد ناتج لتزاوج كلا من الأنترنت والأنترانت فهي شبكة أنترانت مفتوحة على المحيط الخارجي من خلال هذه الشبكة بالأطراف التي لها علاقة معهم. فعبر الجدران النارية\* يسمح لشركاء وموظفي الشركة الوصول إلى قاعدة بياناتها، تقدم هذه الشبكة خدمات عديدة منها:

- التعامل عن بعد وإرتباط الفروع؛
- إستخدام واجهة الويب في تطبيقات الأعمال،
- تبادل المعلومات إلكترونياً؛
- تخفيض تكاليف الحوسبة والحاجة إلى نسخ الملفات؛
- توفير الوقت والسرعة، حيث تضمن تنفيذ الأنشطة وتقديم الخدمات في الوقت الحقيقي بسرعة؛
- ضمان الإستقلالية والمرونة، حيث تضمن الإستقلالية لنظم الاتصالات وأدواتها التي تمكن المستخدمين من الولوج إلى محتويات الخادم<sup>1</sup>.

### 2. أنواع الإكسترنات:

- شبكات إكسترنات التزويد: تربط هذه الشبكات مستودعات البضائع الرئيسية مع المستودعات الفرعية بغرض تسيير العمل فيها آلياً، للمحافظة على كمية ثابتة من البضائع في المستودعات وبالتالي تقليل احتمال رفض الطلبات بسبب عجز في المستودع، إضافة للعديد من الخدمات الأخرى المتعلقة بالمخزون؛
- شبكات إكسترنات التوزيع: تمنح هذه الشبكات صلاحيات للمتعاملين مسندة إلى حجم تعاملاتهم، وتقدم لهم خدمة الطلب الإلكتروني وتسوية الحسابات آلياً، مع التزويد الدائم بقوائم المنتجات الجديدة والمواصفات التقنية وما إلى ذلك من خدمات أخرى؛
- شبكات الإكسترنات التنافسية: تعزز هذه الشبكات التنافس في القطاعات الصناعية، إذ تمنح الشركات الكبيرة والصغيرة فرصة متكافئة في مجال البيع والشراء عن طريق ربط الشركات كي تنقل فيما

\*الجدران النارية: هي برنامج تطبيقي يقوم بحماية البيانات المخزنة على الخادم من أي هجوم أو إختراق.

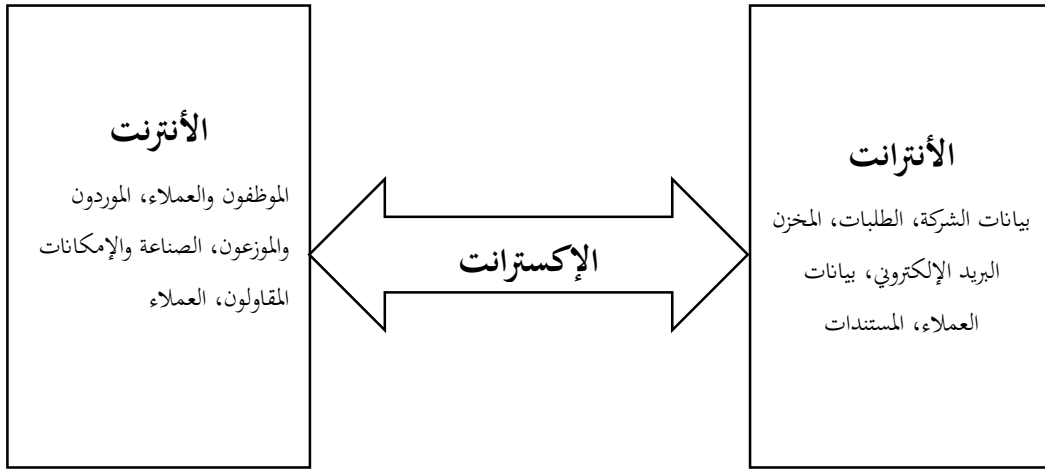
<sup>1</sup>أمال يوب، دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين صورة المؤسسة الصناعية في الجزائر-دراسة حالة مركب تكرير البترول بسكيكدة\_، (مذكرة تخرج لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص تسيير المؤسسات، جامعة الجزائر 3-الجزائر)، الجزائر، 2014، ص-ص: 46-47.

بينها الأسعار والمواصفات التقنية الدقيقة، مما يرفع مستوى الخدمة في ذلك القطاع، ويعزز جودة المنتجات ويقضي على الإحتكار<sup>1</sup>.

ويمكن توضيح العلاقة الموجودة ما بين كل من الأنترنت والأنترنت والإكسترنات من خلال

الشكل أدناه:

الشكل رقم (2-2): العلاقة ما بين الأنترنت والأنترنت والإكسترنات



المصدر: بشير عباس العلق، التسويق عبر الأنترنت، ط1، مؤسسة الوراق، الأردن، 2002، ص: 45.

من الشكل السابق تتضح علاقة الأنترنت والأنترنت بالإكسترنات فهي توليفة من أدوات الأنترنت

وإستخداماتها، والأنترنت وأبعاد إستخدامها.

ونذكر أهم الفروقات ما بين الإكسترنات والأنترنت والأنترنت:

<sup>1</sup> صراع كريمة، واقع وأفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص: 42.

الجدول رقم (1.2): الفروقات ما بين الإكسترنات والأنترنت والأنترنت

الشبكة	الأنترنت	الأنترنت	الإكسترنات
النطاق	العالم بأكمله	في داخل المنظمات	علاقات شركاء الأعمال
المستخدمون	أي فرد لديه إتصال هاتفي أو شبكة منطقة محلية	موظفون مفوضون فقط	مجموعة مفوضين من الشركات
التداول	عام غير محدود وبلا قيود	خصوصي ومقيد	خصوصي وشركاء أعمال خارجيون مصرح لهم

المصدر: سليمان مصطفى الدلاهمة، أساسيات نظم المعلومات المحاسبية وتكنولوجيا المعلومات، ط1، دار الحامد، الأردن، 2008، ص-ص: 393-397.

### المطلب الثالث: الهاتف في التجارة الإلكترونية

إن من أهم الدلائل على زيادة توجه أي مجتمع نحو التجارة الإلكترونية توفر شبكات الإتصالات الهاتفية الثابتة والنقالة التي يتم من خلالها النفاذ إلى الأنترنت وممارسة التجارة الإلكترونية.

#### أولاً: الهاتف الثابت

الهاتف أو التلفون هو كلمة أجنبية أصلها يوناني وهي مركبة من مقطعين يعني أولها (télé) أي عن بعد، وثانيهما (phone) أي صوت، وهو عبارة عن جهاز للإتصالات السلكية واللاسلكية مصمم لنقل الإشارات الصوتية من خلال إشارات كهربائية وعبر مسافات طويلة. وعبارة أخرى هو جهاز لنقل الصوت إلى مسافات بعيدة بإستخدام شريحة رقيقة من الفولاذ تهتز حين تصطدم بها الموجات الصوتية وتحول الصوت إلى تيار كهربائي يسري في الأسلاك النحاسية ويقوم جهاز في سماعة الهاتف بتحويل هذه الذبذبات الكهربائية إلى إشارات صوتية تحاكي الصوت الأصلي. وبالرغم من التطور التكنولوجي الكبير إلا أن بعض الناس لازالوا

يستعملون الهاتف الثابت ولا يمكنهم الإستغناء عنه<sup>1</sup>، وفيما يلي نستعرض أبرز متطلبات وفوائد الهاتف الثابت:

**1. فوائد الهاتف الثابت:** بالرغم من التطور التكنولوجي الكبير إلا أن بعض الأشخاص لازالوا يستعملون الهاتف الثابت ولا يمكنهم الإستغناء عنه، وفيما يلي أبرز فوائده:

● **الموثوقية والدقة:** يعد الهاتف الثابت أكثر دقة ووضوح من الهواتف الخلوية المحمولة إذ يستطيع الشخص إصلاح العطل مباشرة من خلال الكابلات المتصلة به؛

● **سرعة الإستجابة:** يحتوي الهاتف الثابت على موقع ثابت يمكن الجهات الأمنية من الوصول إليك دون الحاجة إلى تحديد موقفك في حالة الطوارئ، إذ أن أغلب أنواع الهواتف الثابتة تعمل حتى عند إنقطاع التيار الكهربائي بالإضافة أيضا إلى أن المستخدم يضمن إتصال الشبكة بسرعة دون إنقطاعها، فالشركات الكبرى غير قادرة على الإستغناء عن الأجهزة الهواتف الأرضية وذلك لأنها أكثر دقة وسرعة،

● **قلة التكلفة:** قد تزيد مصاريف وفاتورة الهاتف الثابت عند ربط الانترنت به، لكن مع ذلك لا تصل التكاليف إلى الحد الذي تصل له الهواتف الأخرى؛

● **البساطة والراحة في الإستخدام:** يعد الهاتف الثابت من الأجهزة البسيطة التي بإمكان كبار السن من والأطفال والأشخاص غير القادرين على إستخدام الهاتف النقال إستعمالها، بالإضافة إلى أن الهاتف الثابت لا يحتوي على التعقيدات التي من بينها حاجة المستخدم إلى معرفة اللغة الإنجليزية أو الدراية بأساليب التكنولوجيا، ويجد الكثير من مستخدمي الهاتف الثابت الراحة الكبيرة في إستعماله لما يوفر من أمن وحماية؛

● **الخصوصية:** إذ أن الموجات الصوتية الخاصة بالهاتف الثابت غير معرضة للظهور للغير عن طريق الخطأ مثلا، فهو يعتبر وسيلة في التعاملات التجارية وذلك لما يوفره من وقت وخصوصية؛

● **إمكانية ربط الهاتف بالإنترنت:** فعلى الرغم من تطور الذي وصلت إليه الأنترنت والإتصالات، مازال توصيل خط الهاتف الثابت إلى البيت من أولى الأولويات لتوصيل خط الانترنت إلى البيت، وهذا يعني أن وسائل الإتصال الأخرى من مكالمات الفيديو أو المراسلات وفي بعض الأحيان المعاملات الصوتية إذا كانت

<sup>1</sup>فضيل دليو، تكنولوجيا الإعلام والإتصال الجديدة-بعض تطبيقاتها التقنية-، ط1، دار هومة، الجزائر، 2014، ص: 253.



تنفذ عبر الانترنت جميعها ستصبح مجمدة وعديمة الفائدة إذا لم يكن هنالك خط ثابت لبث الانترنت في البيت<sup>1</sup>.

**2. متطلبات الهاتف الثابت:** يعتبر هذا النوع أكثر الوسائل الإتصال إستخداما لربط بشبكة الأنترنت ولذلك يحتاج إلى المتطلبات التالية:

- جهاز ميكروكمبيوتر؛
- جهاز إستقبال وإرسال مودام، وخط هاتفي من المستحسن أن يكون رقم طيني؛
- برامج ملاحظة أو وصول إلى الأنترنت؛
- الحصول على إشتراك عند أحد موزعي خدمات الأنترنت<sup>2</sup>.

### ثانيا: الهاتف النقال

الهاتف النقال جاء نتيجة قفزة نوعية علمية تقنية، وصار وسيلة ضرورية في عالم اليوم بل وأصبح في متناول الجميع وهو يولد شعور الثقة لدى حامله على التواصل، والذي يتسم بالمرونة الشديدة في إستعماله وإمكانية نقل الرسالة إلى عدد كبير من المتلقين خلال أقل فترة ممكنة<sup>3</sup>.

ويعرف أنه جهاز إتصال صغير الحجم مربوط بشبكة من الاتصالات اللاسلكية، والرقمية تسمح بإستقبال الرسائل النصية والصوتية والصور عن بعد وبسرعة فائقة، والمعروف أيضا أن الهاتف النقال الحالي هو الشكل المتطور للهاتف التقليدي الثابت، ومن أهم التطبيقات في التجارة الإلكترونية عبر الهاتف النقال ما يلي:

- **دليل التسوق:** يوفر هذا الدليل أرقام هواتف وعناوين مجموعة من مراكز التسوق المختارة مع توافر محركات البحث الداعمة لمواقع أخرى عديدة، ويمكن للزبون بواسطة هذا الدليل الحصول على معلومات عن أفضل الأسعار للشراء مثل الحصول على البرامج الموسيقية الرقمية بصورة فورية؛

<sup>1</sup> المرجع السابق، ص: 57.

<sup>2</sup> آيت أمبارك سامية، دور التجارة الإلكترونية في تفعيل الأداء التجاري-الواقع والآفاق بالجزائر-، (مذكرة تخرج لنيل شهادة دكتوراه، في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص إدارة العمليات التجارية، جامعة الجزائر 3-الجزائر)، الجزائر، 2012، ص: 55.

<sup>3</sup> إيمان معروف، خولة بلادهان، تأثير إستخدام الهاتف النقال على قيم الأسرة الجزائرية-دراسة ميدانية-، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والإتصال، تخصص إتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي-أم البواقي)، الجزائر، 2015، ص: 34.

- **خرائط ووسائل الانتقال:** توفر الخرائط الإلكترونية جميع التفاصيل التي ترشد المستخدم للطرق المحلية ونقاط التوقف عبر وسائل الانتقال المحلية في جميع المدن الرئيسية ليقوم المستخدم باختيار ما يناسبه من القطارات أو الباصات حسب جدول أعمالها مع إرسال معلومات عن نقاط التأخير وموعدها وتوفير معلومات عن مناطق التسوق في هذه المدن؛
- **التذاكر:** يمكن شراء تذاكر الطيران بواسطة الهاتف المحمول كما يمكن شراء تذاكر الأفلام السينمائية الرقمية؛
- **الأخبار:** يستطيع المشترك بهذه الخدمة وبواسطة هاتفه المحمول الحصول على آخر الأخبار المحلية والعالمية والتغيرات السريعة في العالم من أخبار الطقس وأخبار السوق والبورصات؛
- **التسلية:** من أهم فوائد الهاتف المحمول للبعض هو توفيرها لبرامج الألعاب والتسلية والقدرة على اختيار الألعاب المفضلة والمتطورة والحديثة،
- **الحجز:** وفرت برامج الهاتف المحمول القدرة للمستخدم على الحجز في الأماكن التي يريدتها، ويمكنه الاختيار عبر الخارطة الإلكترونية، وتقوم بعض الأماكن الآن بتوفير خصومات خاصة على الحجز الفوري من خلال الهاتف النقال<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>محمد نور الجداية، سناء جودت خلف، تجارة إلكترونية، ب.ط، دار الحامد، الأردن، 2008، ص-ص: 88-89.

### المبحث الثالث: البنية التحتية المصرفية للتجارة الإلكترونية

إن ما يميز الخدمات المصرفية الإلكترونية عن الخدمات المصرفية التقليدية بأنها خدمات ذات طابع دولي، خصوصا وأن عمليات التجارة تتوسع إقليميا ودوليا، وبذلك تساعد الخدمات المصرفية الإلكترونية على تحسين السيطرة على عمليات التوزيع والنقل، ويستخدم هذا الأسلوب لتسوية المعاملات الإلكترونية، حيث يتم إبرام العقود بين أطراف متباعدة في مكان ما، ويتم الدفع من خلال وسائل إلكترونية وذلك بوجود أنظمة تدعم الوسائط الإلكترونية.

#### المطلب الأول: وسائل الدفع الحديثة

أدى التطور السريع والمستمر في البنية التحتية الشبكية والتقنية لظهور وسائل دفع جديدة، والتي تعتبر أداة تسهل المعاملات المالية بسررية وحماية وبأقل التكاليف الممكنة، وقد تعددت وسائل الدفع الحديثة لتناسب مع متطلبات التجارة الإلكترونية.

#### أولا: البطاقات الإلكترونية

تعددت وسائل الدفع الإلكترونية واتخذت أشكالا تتلاءم ومتطلبات التجارة الإلكترونية وكذلك طبيعة المعاملات عبر شبكة الانترنت، وكانت أولها ظهور البطاقات الإلكترونية والتي لها عدة تصنيفات.

1. **البطاقة الممغنطة:** هي تلك البطاقات المصنوعة من البلاستيك لها شريط ممغنط يتضمن إسم صاحبها ورقم يمثل رقم البطاقة. يتم معالجتها إلكترونيا وتستخدم في أغراض متعددة من خلال المعلومات المخزنة عليها والدخول بها على الآلات المعدة بغية تحقيق أغراض معينة، وتكون القيمة المالية مخزنة فيها، حيث أن هذه البطاقات تستخدم للدفع عبر الأنترنت وغيرها من الشبكات، كما تستخدم أيضا في نقاط البيع التقليدية<sup>1</sup>.
2. **البطاقات الذكية:** هي واحدة من التكنولوجيات الداعمة لعمليات الدفع الإلكتروني، فهي بطاقات دفع بلاستيكية، ولكنها تختلف من غيرها بوجود شريحة دقيقة مثبتة في البطاقة، قد تكون هذه الشريحة مشغل حاسوبي صغير بذاكرة أو مجرد شريحة ذاكرة. عندها فإنه يمكن إضافة أو إلغاء أو تشغيل المعلومات على

<sup>1</sup> بكوش نجيب، بلحسن أمال، دور البطاقات البنكية في تحسين المعاملات البنكية-دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري-، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في العلوم التسيير، تخصص تأمينات وبنوك، جامعة ابن خلدون-تيارت)، الجزائر، 2010، ص-ص: 20-22.

البطاقة بينما شريحة الذاكرة فإنها للقراءة فقط مثل بطاقات الحساب الأخرى، وتستخدم البطاقات الذكية للتدقيق والترخيص وإجراء العمليات الحاسوبية<sup>1</sup>.

وتعتبر من أحدث البطاقات البلاستيكية المنتجة على الصعيد العالمي، حيث تستخدم فيها تكنولوجيا متطورة متمثلة في إضافة شريحة إلكترونية بالشريط المغناطيسي، تضم هذه الشريحة معالج رقائق صغير يعطي القدرة على تخزين المعلومات الشخصية وأيضا تطبيقات مثل الرقم السري، مطابق البصمة، التوقيع الإلكتروني، كلمة السر، خوارزميات تشفير معينة، وهناك نوعين من البطاقات الذكية وهي:

● **البطاقات التلامسية:** والتي عند إستخدامها يجب إيصالها مع قارئ البطاقات الذكية حتى تتم عملية تحديث المعلومات وقراءتها من قبل شريحة الكمبيوتر الموجودة على البطاقة الذكية؛

● **البطاقة اللاتلامسية:** حيث تتم عملية تعديل البيانات وقراءتها عبر بثها لاسلكيا من قبل الأنتين الفحامي الموجود عليها، وتعتبر البطاقات الذكية غير المتصلة مفيدة جدا حيث أنها تعتبر ملائمة وسريعة، وهي تتطلب من المستخدم إدخال كلمة مرور بإستخدام حيث تعطيها المزيد من الأمن والحماية من السرقة، والمعلومات المخزنة فيها مصممة بحيث تكون للقارئ فقط أو لعدم الوصول إليها وذلك لإضافة المزيد من الأمن على المعلومات المخزنة فيها، وتخزن المعلومات أيضا بطريقة مشفرة ومن الممكن أن تحتوي البطاقة الذكية صورة حاملها في أحد أوجهها، كل ذلك يعطيها المزيد من الأمن والتفوق على بطاقات الإعتماد لمنع السرقة والإحتيال من قبل المتعاملين بها<sup>2</sup>.

### ثانيا: النقود الافتراضية

وتعرف أيضا بالنقود الإلكترونية أو النقود الرقمية، وظهرت بعد ظهور البطاقات وتستخدم هذه الطريقة عند التعامل مع الصفقات ذات القيمة المنخفضة، والتي تقل قيمتها عن 10 دولار، حيث لا يكون إستخدام البطاقات الإلكترونية في هذه الحالات عمليا وتأخذ هذه النقود وحدات إلكترونية تخزن في جهاز الحاسب الخاص بالبائع أو المشتري في صيغة برمجية للخدمات المالية يعرف باسم المحفظة الإلكترونية، وتستخدم لتسهيل عملية البيع أو الشراء أو التحويل عبر الأنترنت من خلال تخزين المعلومات التي يستخدمها المشتري عند إتمام

<sup>1</sup> بسام شيخ العشرة، حنان ملكية، التجارة الإلكترونية، ب.ط، منشورات الجامعة الافتراضية، سوريا، 2018، ص: 76.

<sup>2</sup> عبد الرزاق بن حبيب، خديجة خالد، أساسيات العمل المصرفي، ب.ط، ديوان الخدمات الجامعية، الجزائر، 2014، ص: 100.

الصفقة، وذلك لتوفير الوقت ومنع تكرار إدخال نفس المعلومات عند كل عملية شراء كإسم المشتري، طريقة الشحن، عنوان إستلام المنتج، ومعلومات البطاقة الإلكترونية وغيرها من المعلومات، ومن الأمثلة على النقد الإلكتروني إستخدام الموبايل في عملية الشراء حيث يتم خصم قيمة المشتريات من الرصيد، ولهذا النوع من وسائل الدفع عدة مزايا وأنواع نعرضها فيما يلي:

### 1. أنواعها: للنقود الإلكترونية نوعان مهمان هما:

- **النقود الإلكترونية الإسمية:** حيث تحتوي وحدة النقد الإلكتروني على معلومات تتعلق بهوية كل الأشخاص الذين تداولوها وهي في هذ تتشابه مع بطاقات الإئتمان، حيث يستطيع المصرف أن يتبع أثر وحدة النقد التي أصدرها أثناء تداولها؛

- **النقود الإلكترونية غير الإسمية:** حيث يتم تداول وحدة النقد دون الإفصاح عن حاملها إلا إذا حاول شخص ما أن ينفقها أكثر من مرة واحدة<sup>1</sup>.

### 2. مزايا النقود الإلكترونية: ينتج عن التعامل بالنقد الإلكتروني عدة مزايا من أبرزها:

- **السرية والخصوصية:** تستخدم البنوك التي تتعامل بالنقود الإلكترونية أجهزة تدعم بروتوكول الحركات المالية الآمنة، كما أنها تستخدم مستعرضات لشبكة الويب تدعم بروتوكول الطبقات الأمنية مما يجعل عمليات دفع النقود الإلكترونية أكثر أمنا؛

- **إنخفاض تكاليف التداول:** بما أن هذه النقود يتم تداولها عبر شبكة المعلومات الدولية فإنها توفر العديد من التكاليف للمشتري والتي كان يتحملها سبقا في طرق الشراء التقليدية، بالإضافة إلى عدم وجود تكاليف المقاصة أو التسوية مع البنوك وذلك راجع لكون أن قيمة هذه النقود مدفوعة مقدما؛

- **سهولة تسوية الحسابات:** من خلال النقود الإلكترونية بالإضافة إلى تقلص الحاجة إلى الإحتفاظ بالنقود، الأمر الذي يؤدي إلى إنخفاض مرات التردد على البنوك وكذلك تجنب مشاق إستلام وتسليم النقود؛
- **تسرع عمليات الدفع:** يكون تبادل المعلومات فورا ودون الحاجة إلى أي وساطة مما يعني تسريع هذه

العملية على عكس ما كانت تتم به في الطرق التقليدية؛

<sup>1</sup>عبد الحفيظ بورلرزق، محمد بوعون، العملات الرقمية كآلية دفع حديثة في التجارة الإلكترونية، الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والإقتصاد الرقمي: ضرورة الإنتقال وتحديات الحماية، جامعة ميلة، الجزائر، 23-24 أبريل 2018، ص: 05.

● لا تخضع للحدود: يمكن تحويل النقود الإلكترونية من أي مكان إلى آخر في العالم وفي أي وقت كان وذلك لإعتمادها على شبكة المعلومات الدولية أو على الشبكات التي لا تعترف بالحدود الجغرافية.

### ثالثا: الأوراق التجارية الإلكترونية

من وسائل الدفع الإلكترونية والتي ظهرت حديثا نجد أيضا الأوراق التجارية الإلكترونية والتي تعتبر مكافئة للأوراق التجارية التقليدية، وهناك من يتوقع أن تحل محلها على المدى البعيد بموجب تناسبها مع متطلبات التجارة الإلكترونية.

**1. الشيك الإلكتروني:** هو عبارة عن بيانات يرسلها المشتري إلى البائع عن طريق البريد الإلكتروني المؤمن، وتتضمن هذه البيانات التي يحتويها الشيك البنكي تحديد مبلغ الشيك واسم المستفيد واسم من أصدر الشيك وتوقيعه، ويكون هذا التوقيع عن طريق رموز خاصة، ويمكن تعريفه بأنه رسالة موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك ليعتمده ويقدمه للبنك الذي يعمل عبر الانترنت ليقوم البنك أولا بتحويل قيمة الشيك المالية إلى حساب حامله وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك وإعادة الكترونيا إلى مستلمه ليكون دليلا على أنه قد تم صرفه فعلا ويمكن لمستلمه أن يتأكد من أنه قد تم بالفعل تحويل المبلغ لحسابه. تستخدم هذه الطريقة للدفعات المالية الكبيرة، إذ تشبه هذه الشيكات الورقية التقليدية من حيث اعتمادها على فكرة وجود وسيط معتمد من جهات حكومية كقناة إتصال مالية بين البائع والمشتري، ولهذا النوع من الشيكات عدة مزايا نذكر منها:

● تقتضي الطبيعة الخاصة للتجارة الإلكترونية أساليب متطورة لضمان جودة العمل في هذا المجال، ومن هذه الأساليب الشيك الإلكتروني فهو سهل الاستخدام بالنسبة للمتعاملين به في التجارة الإلكترونية، فالتعامل به يختصر الوقت والجهد، ويتناسب مع عالمية هذا النوع من التجارة، حيث يتم تداوله عبر الأنترنت<sup>1</sup>؛

<sup>1</sup>Mastpha Hachem, la monnaie électronique, 2ème édition, roolles, France, 2000, p: 58.

- إن العمل بالشيكات الإلكترونية يعزز الثقة بين المتعاملين من خلال تضمين هذه الشيكات البيانات الأساسية التي تبعث الإطمئنان لدى المتعاملين، ذلك لأن المصرف يقوم بالتحقق من المعلومات المدونة في الشيك، وبعد التأكد منها يقوم بعملية المقاصة<sup>1</sup>.
- 2. **السفتجة الإلكترونية:** تعرف بأنها محرر شكلي ثلاثي الأطراف معالج إلكتروني بصورة كلية أو جزئية، يتضمن شخص أمر يسمى الساحب إلى شخص آخر وهو المسحوب عليه، بأن يدفع مبلغا من النقود لشخص ثالث يسمى المستفيد في تاريخ معين، ومع تطور نظم المعلوماتية في معظم المؤسسات التجارية يستطيع الساحب منذ البداية إنشاء مستندات مغطاة تحتوي على جميع البيانات التي تستلزمها السفتجة الورقية، وبمجرد إصدارها يقوم الساحب بإرسال هذه المعطيات إلى البنك الذي لديه حساب جاري إلى بنك المسحوب عليه عبر قابس الآلي للمقاصة<sup>2</sup>.
- وللسفتجة الإلكترونية شكلان هما:
- **السفتجة الإلكترونية الورقية:** وتكون في شكلها الورقي تتضمن بيانات تتداول عبر قنوات الإتصال بين حواسيب الأطراف المتعاملة به؛
- **السفتجة الإلكترونية المغطاة:** وفي هذا الصنف يختفي أي دور للورق، وتصدر من البداية على دعامة مغطاة وتعالج إلكترونيا<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> بكوش نجيب، بلحسن أمال، دور البطاقات البنكية في تحسين المعاملات البنكية-دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري-، مرجع سبق ذكره، ص- 23-25.

<sup>2</sup> بوفارس عبد الإله، الدفع الإلكتروني وأثره على أزمة السيولة واكتناز الأموال في الجزائر-دراسة حالة البنك الوطني الجزائري BNA-، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علوم التسيير، تخصص مالية وبنوك، جامعة ابن خلدون-تيارت)، الجزائر، 2020، ص: 16.

<sup>3</sup> قرفي سميرة، فاضل فهيمة، التجارة الإلكترونية في ظل القانون 18-05، مرجع سبق ذكره، ص: 64.

المطلب الثاني: وسائط المعاملات المالية الحديثة

مع التطور التكنولوجي ظهرت تغيرات جلية في طبيعة العمل المصرفي وبالتالي ظهور خدمات إلكترونية تتم عن طريق قنوات إلكترونية، وتضم التقنيات الحديثة في العمل المصرفي كلا من أجهزة الصرف الآلي، البنوك الإلكترونية، والهاتف المصرفي.

أولاً: أجهزة الصرف الآلي ATM\*

من أهم التقنيات الحديثة في العمل المصرفي أجهزة الصرف الآلي وهذا عائد للتطور التكنولوجي، فالصراف الآلي يعتبر جهاز صغير يوجد في الغالب في الواجهات الأمامية لمبنى المصرف أو في الأماكن المحتمل أن يقصدها الزبائن كالمراكز التجارية، الجامعات وغيرها من الأماكن التي يراها المصرف ملائمة. ويعرف الصراف الآلي على أنه جهاز معلومات متكامل يمكن عن طريقه السحب النقدي والقيام بعمليات مالية عديدة كالحوالات ونظام تسديد الفواتير أو المخالفات، تتم من خلال شبكة آمنة لمزامنة العمليات حتى لا تحصل عمليات سرقة أو إختلاس<sup>1</sup>.

ويقدم خدمات عديدة للزبائن مثل القيام بعمليات السحب والإيداع في حدود مبالغ معينة، تحويل مبالغ إلى حساب زبون آخر، كما يوفر سهولة الوصول إلى حسابات متعددة كالحساب الجاري، وللصراف الآلي عدة أشكال هي:

**1. الموزعات الآلية للنقود (DAB\*\*):** هي آلات أوتوماتيكية تمكن العملاء من سحب مبالغ مالية نقدية من أرصدهم وفق سقف محدد، وذلك باستخدام البطاقات المصرفية، وتتواجد هذه الموزعات داخل المصارف، الشوارع العامة، المحطات، وتعمل دون توقف وتكون هذه الأجهزة موصولة بوحدة مراقبة إلكترونية تقوم بقراءة المدارات المغناطيسية للبطاقة، والتي تسجل عليها المبالغ المالية الممكن سحبها، فهذه الأجهزة سهلت الإجراءات والعمليات وبالتالي تفادي ما ينجم عن ذلك من إزدحام، وكذا التفادي الأخطاء الناجمة عن

\*ATM : Automated Taller Machines.

<sup>1</sup> آيت أمبارك سامية، دور التجارة الإلكترونية في تفعيل الأداء التجاري-الواقع والآفاق بالجزائر-، مرجع سبق ذكره، ص: 70.

\*\* DAB: Distributeur Automatique de Billets.



الموظف، ولعبت هذه الآلات دورا كبيرا في تخفيض الضغط على المصارف وفروعها كما سهلت عملية السحب من حيث السرعة والكفاءة والأمان<sup>1</sup>.

**2. الشبايبك الآلية المصرفية (GAB\*):** تعتبر أيضا من الأجهزة الأوتوماتيكية التي تقدم خدمات أكثر تعقيدا وتنوعا من الموزعات الآلية للأوراق، فهي أجهزة متصلة بشبكة تستخدم عن طريق بطاقات إلكترونية والتي بالإضافة إلى سحب الأموال تسمح بالقيام بالعديد من العمليات، والتي تشمل إصدار الشيكات، التحويل من حساب إلى حساب، التعرف على الرصيد، قبول الودائع... إلخ، فالشبايبك الآلية البنكية موصولة مباشرة بالحاسوب الرئيسي للبنك الذي يقرأ المدارات الرئيسية المغناطيسية للبطاقات الإلكترونية، والتي تسمح بمعرفة العميل بفضل الرقم السري، وهي تمثل في الوقت الحاضر أحد المنتجات البنكية الإلكترونية الأساسية للنظام البنكي، ودورها المهم على مستوى التسويق لأنها أصبحت تمثل وسيلة للحوار مع المستهلك، فأصبح من الضروري تزويد الوكالات بهذه الشبايبك متعددة المهام، لأنها تساهم بفعالية أكبر في رفع مستوى رضا الزبائن من جهة، وكذا تحسين مردودية البنوك من جهة أخرى.

**3. نهائي نقطة الدفع الإلكتروني (TPE\*\*):** هي مجموعة من الأجهزة التي يقوم البنك بمنحها للتجار المتعاقد معهم من أجل قبول البطاقات البنكية كوسائل للدفع، حيث تكون موصولة بشبكة إلكترونية تجمع مجموعة من البنوك لنقل المعلومات، بهذا فهو يقوم بحل مشاكل نقل الأموال وتوفير الأمن.

### ثانيا: البنوك الإلكترونية

مع تزايد عمليات التجارة الإلكترونية أصبح الإحتياج كبير لنوعية جديدة من البنوك غير التقليدية تتجاوز نمط الأداء الإعتيادي، ولا تتقيد بمكان معين أو وقت محدد، وكنتيجة للنمو المتسارع لتكنولوجية المعلومات والإتصال جاءت البنوك الإلكترونية التي ساهمت وبشكل فعال في تقديم خدمات متنوعة، وبتكاليف منخفضة.

<sup>1</sup> فلاق شيرة فاطمة، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في العلوم التجارية، تخصص الإمداد والنقل الدولي، جامعة عبد الحميد ابن باديس-مستغانم)، الجزائر، 2018، ص: 44.

\*\*GAB: Guichet Automatique Bancaire.

\*\*\*TPE: Terminal de Payment Electronique.

1. تعريف البنوك الإلكترونية: هو نظام يسمح للزبون بالوصول إلى حساباته أو أي معلومات يريدتها من خلال تقديم خدمات مالية والمنتجات البنكية من خلال شبكة يرتبط بها جهاز الحاسوب الخاص به. حيث ساهمت البنوك الإلكترونية في تبسيط وتيسير الكثير من المعاملات من بينها إمكانية الوصول إلى قاعدة أوسع من الزبائن، تقديم خدمات مصرفية كاملة وجيدة وذلك لإنتشار التجارة الإلكترونية أصبحت هناك عمليات مصرفية لا يمكن للبنوك التقليدية تقديمها، لذلك أصبحت البنوك الإلكترونية تستطيع القيام بكافة العمليات البنكية التقليدية إضافة إلى العمليات الحديثة<sup>1</sup>.

2. أشكال البنوك الإلكترونية: وفقا للعديد من الدراسات فإن البنوك الإلكترونية تنفرد بتقديم خدمات مميزة عن غيرها من البنوك التقليدية بمختلف أنواعها، وهناك ثلاثة أشكال لها وهي:

- **الموقع المعلوماتي:** يمثل المستوى الأساسي والحد الأدنى للنشاط الإلكتروني المصرفي، ويسمح هذا الموقع للبنك بتقديم معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية؛
- **الموقع الاتصالي:** يتيح هذا الموقع عملية التبادل الاتصالي بين البنك وعملائه، كالبريد الإلكتروني تعبئة الطلبات أو نماذج على الخط، وتعديل معلومات القيود والحسابات، والإستفسارات؛
- **الموقع التبادلي:** يعتبر من أكثر أشكال البنوك إنشارا وإستخداما، يمكن من خلاله أن يمارس البنك نشاطه في بيئة إلكترونية، كما يمكن للعميل القيام بمعظم معاملاته إلكترونيا، من سداد قيمة الفواتير، إدارة التدفقات النقدية... إلخ<sup>2</sup>.

### ثالثا: الهاتف المصرفي

مع تسارع نمو الخدمات المصرفية على مستوى العالم أنشأت المصارف خدمة الهاتف المصرفي لتسهيل عمل إدارة العملاء لعملياتهم البنكية وتفادي البنوك طوابير العملاء للإستفسار وكشف حساباتهم، وتكون هذه الخدمة مستمرة على مدار اليوم وكل أيام السنة بما في ذلك الإجازات والعطل الرسمية.

<sup>1</sup> سعيدة حركات، سارة بن غيدة، البنية التحتية للمعاملات الإلكترونية في البنوك الجزائرية-واقع وتحديات-، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، العدد الأول، جامعة أم البواقي، الجزائر، جوان 2020، ص: 201.

<sup>2</sup> شولي فتيحة، تأثير التجارة الإلكترونية على المؤسسة الاقتصادية، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علوم التسيير، تخصص مالية، جامعة ابن خلدون-تبارت)، الجزائر، 2012، ص: 35.

ويقصد بالهاتف المصرفي آلية إتصال تمكن عميل المصرف من القيام ببعض العمليات إلكترونياً عن بعد عبر الإتصال بالمصرف عن طريق الهاتف العادي الثابت أو النقال، برقم يحدده المصرف لهذا الغرض، ويتم التعامل به من خلال تحويل البيانات الرقمية المسجلة داخل الحاسب الآلي للبنك من خلال إشارات تناظرية عبر شبكة الخطوط الهاتفية للرد على إستفسار العميل، عن طريق صوت مبرمج كالرسائل المبرمجة التي تسمع عند الإتصال بخدمة إستعلام المحمول، والتي تطلب من العميل الضغط على أرقام محددة، كل رقم مخصص لإستعلام معين، وكما أن للهاتف المصرفي خدمتين أساسيتين هما:

### 1. عمليات الإطلاع: تتمثل معظمها في:

- الإستفسار عن العمليات المحولة؛
- الإطلاع على سوق الأسهم؛
- الإطلاع على الحساب؛
- الإطلاع على أسعار العملات الأجنبية؛
- الإطلاع على الإيداعات قيد التحصيل.

### 2. العمليات التعاقدية: يمكن إجمالها في:

- التحكم في الحسابات؛
- يمكن لعملاء البنك إعادة شحن رصيد هواتفهم المتحركة ودفع الفواتير بطريقة آمنة؛
- طلب دفتر الشيكات؛
- وقف دفع الشيكات<sup>1</sup>.

### المطلب الثالث: أنظمة المعاملات المالية الحديثة

تقوم المؤسسات المصرفية منذ سنوات بتقديم خدماتها الإلكترونية المتنوعة لعملائها من المستهلكين والمؤسسات، وأدى التعامل المصرفي المالي في ظل تكنولوجيا المعلومات والإتصال إلى إحداث ثورة تكنولوجية في أنظمة هذا القطاع.

<sup>1</sup>وائل الديبسي، دليل المعلومات الإلكترونية في القطاع المصرفي-الواقع والآثار القانونية-، ط2، إتحاد المصارف العربية، لبنان، 2010، ص-ص: 230-218.

أولاً: المقاصة الإلكترونية ونظام سويفت

هناك أنظمة إلكترونية حديثة تحل محل المعاملات المالية التقليدية أو تلغيها نهائياً في بعض الحالات كنظام المقاصة الإلكترونية ونظام سويفت والذي نتج عنهما سرعة تناقل النقد والاتصالات وتقليل الأعمال الورقية.

**1. المقاصة الإلكترونية:** يعتمد نظام المقاصة الإلكترونية على معالجة وتسوية المعاملات عن بعد فيما بين البنوك والمؤسسات المالية، ويعرف بأنه نظام الدفع الشامل للمبالغ الصغيرة، بحيث تتم عمليات المقاصة بصورة آلية بين البنوك بالإعتماد على الربط الشبكي فيما بينها وهذا تحت إشراف إدارة البنك المركزي، كما تسمح المقاصة الإلكترونية بتحويل النقود من حساب العملاء إلى حساب آخرين أو مؤسسات أخرى، في أي فرع لأي مصرف في الدولة مثل دفع المرتبات الشهرية من حساب صاحب العمل إلى حسابات الموظفين، أو دفع المعاشات الشهرية من حساب هيئة التأمين والمعاشات إلى المستفيدين منها<sup>1</sup>.

ويحقق هذا النظام عنصر اليقين حيث تتم المدفوعات في نفس اليوم وبدون تأخير أو إلغاء مع توفر عنصر دفع هذه المدفوعات بقيمة اليوم بنفسها، ولهذا فقد سعت الكثير من البنوك لتطبيقها والإستفادة منها، ويهدف نظام المقاصة الإلكترونية إلى:

- تسيير المحاسبي اليومي وإعطاء نظرة شاملة وحقيقية عن وضعية الخزينة في السوق المالية؛
- تقليص آجال التحصيل بالمقارنة بالعمليات التي يقوم بها كل بنك؛
- تأمين أنظمة الدفع العام؛
- ضمان أمن المبادلات لتفادي حدوث خسائر أو مشاكل في المحاسبة؛
- إعادة الثقة للزبائن في وسائل الدفع خاصة الشيكات؛
- تمكين البنك المركزي من التحكم في الكتلة النقدية ومراقبتها؛
- تحسين تسيير السيولة على مستوى البنوك التجارية<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> طالب قادة سفيان، المنظومة المصرفية الجزائرية وتحديثها في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصال، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علوم التسيير، تخصص تأمينات وبنوك، جامعة ابن خلدون-تيارت)، الجزائر، 2013، ص: 49.

<sup>2</sup> سطات فاطمة الزهراء، عصرنة الخدمات البنكية في الجزائر-دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة مهدية-، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علوم التسيير، تخصص مالية، جامعة ابن خلدون-تيارت)، الجزائر، 2012، ص: 37.

2. نظام سويفت SWIFT\*: إن تبادل الخدمات المالية هو جوهر العمل بالنسبة لنظام سويفت فهو يضمن ويؤمن تبادل الخدمات المالية بطريقة سرية وفعالة بين الأفراد.

ويعتبر منشأة ظهرت من خلال فكرة في نهاية الستينيات مع تطور التجارة العالمية وتكونت سنة 1973، مقرها الرئيسي بلجيكا، وبدأ نشاطها سنة 1977، وطبقا للوائح المنظمة يجب إشترك الدولة قبل السماح لمؤسساتها بالإشترك، فهي لا تهدف للربح بل لتبادل المعلومات والخدمات المالية على نطاق عالمي من خلال الاتصالات الدولية بين المصارف<sup>1</sup>.

وهي منشأة مملوكة من قبل أشخاص تقوم بتقديم هذه الخدمات في مجال الأعمال بالسرعة المطلوبة، والأداء الفعلي الجيد والمضمون وبثقة عالية، بالإضافة إلى أنها توفر تكلفة منخفضة لتنفيذ معاملات البنوك والمؤسسات المالية، ويتيح هذا النظام إرسال تقارير وإحصائيات يومية للمساعدة في ضبط ومتابعة العمل اليومي من خلاله، ويقوم نظام سويفت على جزأين رئيسين هما:

- الجزء الأول: هو تهيئة قاعدة إتصالات موثوقة، وتقديم المنتجات والخدمات التي تسمح للعملاء بتبادل المعلومات والخدمات المالية بسرعة وكفاءة عالية؛
- الجزء الثاني: تأمين وتسهيل التبادل المعلومات المالية بين الأفراد بأقل تكلفة ممكنة، وتقليل المخاطر المحتملة ما أمكن مع إستبعاد الجهود غير الفعالة لتحقيق خدمات فعالة.

### ثانيا: نظام التسوية الإجمالية الفورية ونظام التسوية الدورية متعددة الأطراف

إن المستوى الذي يرغب في الوصول إليه جميع المتعاملين سواء كانت البنوك أو الزبائن هو تحسين الخدمة المصرفية، لا سيما من حيث كل من أنظمة الدفع والتسوية الإجمالية الفورية والتسوية الدورية متعددة الأطراف.

1. نظام التسوية الإجمالية الفورية (RTGS\*\*): هو النظام الذي تتم فيه عمليات التسوية لأوامر الدفع باستمرار وبشكل فوري دون تأخير، ويمكن القول أنه نظام مركزي إلكتروني يعمل على أساس فوري إجمالي

\*SWIFT: Society for Worldwide Interbank Financial and Telecommunication.

<sup>1</sup>جدو فاطيمة، مختاري نوال، المعاملات المالية الإلكترونية كآلية لتحديث المنظومة المصرفية-دراسة مقارنة-، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في العلوم التجارية، تخصص مالية، جامعة ابن خلدون-تيارت)، الجزائر، 2017، ص: 30.

\*\*RTGS: Real Time Gross Settlement.

ومستمر لتنفيذ أوامر التحويل الدائنة، ويوفر نقطة تسوية لأنظمة التصفية العاملة في بلد ما من خلال الحسابات المركزية للمصارف، ويهدف هذا النظام إلى:

- تخفيض التكلفة الإجمالية للمدفوعات؛
- تسوية عمليات الدفع المصرفية في وقت حقيقي؛
- القضاء على مخاطر الائتمان وتحسين التسيير السيولة؛
- زيادة السرعة وإختصار الوقت لتنفيذ المدفوعات؛
- تسوية المعاملات بطريقة مرنة وفعالة؛
- تمكين العلاقات بين المصارف وتشجيع إقامة المصارف الأجنبية<sup>1</sup>.

**1. نظام التسوية الدورية متعددة الأطراف (NS\*)**: يظهر نظام التسوية الدورية على عكس نظام التسوية الإجمالية الفورية، والذي تتم فيه المعاملات بشكل فوري ونمطي عند إرسال أوامر الدفع للنظام، ويعرف على أنه نظام تسوية أوامر الدفع يقوم فوراً بإرسال رسالة للمستلم في حالة ما إذا كان أمر الدفع وفقاً للمعايير التي يضعها النظام، ولكن التسوية الفعلية لا تنفذ، وبعد الوقت المستقطع بإرسال رسائل الدفع يقوم النظام بتقدير المدفوعات الصافية، أو إلتزامات التسوية لكل شركة وإبلاغه بإلتزاماته، وبعد ذلك تتم عملية تحويل الأموال وإنجاز التسويات ولكن في نهاية اليوم، وتنجز عملية التسوية كما يلي:

- **غرفة المقاصة**: حيث تسجل كل أوامر الدفع ويتم التأكد ما إذا كانت تستوفي القواعد والشروط الخاصة بالنظام، وبعد ذلك يتم التنازل عنها للشركاء مستلمين، وفي نهاية اليوم تقوم غرفة المقاصة بتقدير إلتزامات التسوية الصافية لكل عضو، ويتم إخبارهم بها؛
- **وكالة التسوية**: وهي التي تقوم بعد ذلك بتحويل الأموال فعلياً وبذلك يتضح أن وظيفة غرفة المقاصة مؤداة بواسطة أي مؤسسة مصرفية خاصة أو عامة، وعلى الجانب الآخر تمثل وكالة التسوية بين البنوك الأمر الذي يجعل البنك المركزي يقوم بهذا الدور.

<sup>1</sup> درويش سهام، بخلفة محمد أنور، دور البنوك الإلكترونية في تطوير التجارة الإلكترونية-دراسة مقارنة-، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في العلوم التجارية، تخصص مالية، جامعة ابن خلدون-تبارت)، الجزائر، 2017، ص-ص: 88-89.

\*NS : Netteing System.

ثالثا: نظام التحويلات المالية الإلكترونية ونظام التبادل الإلكتروني للبيانات

دفع ظهور وتطور الأعمال المصرفية الإلكترونية المصارف إلى البحث عن وسائل آمنة تستخدم في الدفع ونقل البيانات عبر الأنترنت، حيث تم تطوير بعض الوسائل القائمة وإبتكار أخرى جديدة، ومن بين هذه الوسائل نظام التحويلات المالية الإلكترونية ونظام التبادل الإلكتروني للبيانات.

**1. نظام التحويلات المالية الإلكترونية (EFT):** يقصد بنظام التحويلات المالية الإلكترونية عملية منح الصلاحية لبنك ما لقيام بحركات التحويلات المالية إلكترونيا من حساب بنكي إلى حساب بنكي آخر، أي أن عملية التحويل تتم إلكترونيا عبر الهواتف أو أجهزة الحاسوب عوضا عن إستخدام الأوراق<sup>1</sup>.

إذ يمكن القول إن نظام التحويلات المالية الإلكترونية عبارة عن إجراء يتم من خلاله التحويل المالي الإلكتروني عن طريق توقيع العميل نموذجا معتمد المنفعة للجهة المستفيدة، بحيث يتيح هذا النموذج إقتطاع قيمة محدودة من حساب العميل وفق ترتيب زمني معين (يومية أو أسبوعيا أو شهريا)، ويختلف نموذج التحويل المالي الإلكتروني عن الشيك في أنه قابل للتجزئة إذ يمكن توزيع التحويل على أكثر من مستفيد وهو ما لا يتوفر في الشيك. ومما لا شك فيه أن هذا النظام له عدة مزايا كتنظيم الدفعات وتحسين التدفق النقدي، ولكسب هذه المزايا وغيرها لنظام EFT هناك آلية معتمدة لتطبيقه وتمثل في:

أ. الحالة<sup>1</sup>: في حالة تعامل البنك والعميل مع وسطاء وتتم كما يلي:

- يقوم العميل بتوقيع نموذج معتمد لمنفعة الجهة المستفيدة حيث يتيح هذا النموذج إقتطاع القيمة المحددة من حساب العميل وفق ترتيب زمني، وتكون وظيفة الوسطاء توفير البرامج اللازمة لذلك؛
- يقوم العميل ببناء وإرسال والتحويل المالي عن طريق المودم إلى الوسيط، الذي يقوم بدوره بتجميع التحويلات المالية وإرسالها إلى دار المقاصة الآلية، التي ترسل نموذج التحويل المالي الإلكتروني إلى مصرف العميل<sup>2</sup>؛

<sup>1</sup> بوهكة فنيحة، عوار حنان، التجارة الإلكترونية وتحديات اعتمادها في إقتصاديات الدول -دراسة مقارنة-، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في العلوم التجارية، تخصص مالية، جامعة ابن خلدون-تبارت)، الجزائر، 2016، ص: 57.

<sup>2</sup> Benhalima Ammour, pratique des technique bancaire, 2ème édition, dahlab, Algérie, 2000, p: 102.

• يقارن مصرف العميل التحويل المالي الوارد من دار المقاصة برصيد العميل، وفي حالة عدم تغطية الرصيد لقيمة التحويل المالي، يتم إرسال إشعار بعدم كفاية الرصيد إلى الوسيط ليقوم بدوره بإعادة الإشعار إلى العميل؛

• أما إذا كان الرصيد كافياً لتغطية قيمة التحويل المالي، فعندها يتم إقتطاع قيمة التحويل منه وتحويلها إلى حساب المستفيد في وقت الإيفاء المحدد للنموذج.

**ب. الحالة 2:** في حالة عدم وجود وسطاء، وتتم كما يلي:

• يتوجب على التاجر في تنفيذ التحويلات المالية عبر دار المقاصة الآلية شراء بالرامج الخاصة التي تسمح بإجراء هذه العملية، وتكون هذه البرامج مؤمنة بكلمة مرور خاصة بالتاجر؛

• يقوم العميل بإعتماد نموذج الدفع مرفقا بشيك موقع لصالح التاجر؛

• يقوم التاجر بإرسال الإعتماد إلى دار المقاصة الآلية التي تقوم بدورها بإرسال الإعتماد إلى المصرف لإقتطاع المبلغ من حساب العميل في الوقت، وتحويله إلى حساب التاجر، وهنا لا حاجة للتحقق من كفاية رصيد العميل لأنه يضمن ذلك.

**2. نظام التبادل الإلكتروني للبيانات (EDI):** هو مجموعة المعايير التي يتم إستخدامها في تنفيذ الصفقات الأعمال بطريقة إلكترونية، وتبادل معلومات العمل وتناقلها عبر الشركاء التجاريين من خلال أجهزة الحاسوب، وهذا النظام لا يصنف ضمن أنظمة التحويل المالي، ويتم إستخدامه في نقل المعلومات التي تخص الإستعلامات، طلبات الشراء، الشحن والإستقبال، كيفية تسديد الفواتير وغيرها، إضافة إلى بيانات الإنتاج والمبيعات بإستخدام خوارزميات تمنع التزوير، التجسس والقرصنة<sup>1</sup>.

ويسمح هذا النظام من تخفيض التعامل بالوثائق وبالتالي تخفيض المصاريف، بالإضافة إلى أنه يزيد تبادل البيانات الإلكتروني وهذا ما يزيد من القدرة التنافسية للشركة التي تعتمد على توفير الوقت، الجهد والمال.

وتستطيع الشركات القيام بالإتصالات الإلكترونية ونقل البيانات إلكترونياً بإستعمال إحدى الوسيطتين:

• **إستخدام النقل المباشر:** يكون أمام الشركة إما الإتصال عبر شبكات الهاتف وإما الخطوط المتخصصة

لربط المباشر مع كمبيوتر أحد الشركاء، وتتميز هذه الطريقة بالبساطة والسهولة وقلة التكلفة؛

<sup>1</sup> درويش سهام، بخلفة محمد أنور، دور البنوك الإلكترونية في تطوير التجارة الإلكترونية-دراسة مقارنة-، مرجع سبق ذكره، ص: 86.



• استخدام شبكات القيمة المضافة: حيث تقوم الشركة الراغبة في الإتصال الإلكتروني مع الشركاء التجاريين بالتعاون مع شركة أخرى توفر هذه الخدمة، وتوفر شبكات القيمة المضافة جميع المعدات اللازمة لإرسال وإستقبال المعلومات بشكل آمن، وعلى الرغم من كون شبكات القيمة المضافة أكثر كلفة من النقل المباشر، إلا أنها تتميز بفعالية في النقل والقدرة على الإتصال بين أنظمة حاسوب مختلفة.

## خلاصة

تعد التجارة الإلكترونية أحد المفاهيم الجديدة التي دخلت اليوم عالم الفكر والمعرفة، وأصبح تداولها شائع الاستخدام في العديد من الأنشطة الإنسانية التي لها علاقة بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وبالتالي تمثل إحدى مظاهر توظيف التقنية الرقمية في مجال الأعمال، ولذلك تشير التجارة الإلكترونية إلى عمليات بيع وشراء المنتجات وتبادل المعلومات بين البائعين والمشتريين من خلال شبكات الحاسبات الآلية والإنترنت، بالإضافة إلى دفع قيمة المشتريات إلكترونياً من خلال وسائل الدفع الإلكتروني، بالإضافة إلى اعتمادها على الوسائل القانونية والعنصر البشري كونه عاملاً فعالاً يربط كل ما سبق.

وسهلت المقومات والمتطلبات بأنواعها التشريعية، البشرية، الشبكية، والمصرفية من إنسياب التجارة الإلكترونية وانتشارها، ومع تطور هذه الأخيرة مع نهاية القرن العشرين، تطورت معها الأنشطة الاقتصادية وتميزت باتجاه قوي نحو جعل الأسواق التجارية ذات صبغة عالمية، اعتماداً على التطور المذهل في الإمكانيات المبتكرة في الاتصالات الدولية وتكنولوجيا المعلومات، ومع تطور حماية التعاملات التجارية على شبكة الإنترنت التي تم وضع مقاييس لها أصبحت التجارة الإلكترونية جزءاً من الواقع الاقتصادي الدولي.

ومما سبق يمكن طرح السؤال التالي: مامدى وجود أسس ومتطلبات مساعدة على نجاح التجارة الإلكترونية في الجزائر؟ وهذا ما سنجيب عليه في الفصل الموالي.

# الفصل الثالث

## واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر

المبحث الأول: البنى التحتية التشريعية، البشرية، والشبكية للتجارة الإلكترونية في الجزائر

المطلب الأول: البنى التحتية التشريعية والبشرية للتجارة الإلكترونية في الجزائر

المطلب الثاني: الهاتف في الجزائر

المطلب الثالث: الأنترنت في الجزائر

المبحث الثاني: البنية التحتية المصرفية للتجارة الإلكترونية في الجزائر

المطلب الأول: المعاملات المالية الإلكترونية في الجزائر

المطلب الثاني: وسائط الدفع الإلكتروني في الجزائر

المطلب الثالث: أنظمة الدفع الإلكتروني في الجزائر

المبحث الثالث: وضعية التجارة الإلكترونية في الجزائر

المطلب الأول: إستراتيجية الجزائر الإلكترونية

المطلب الثاني: موقع التجارة الإلكترونية في الجزائر

المطلب الثالث: تصنيفات التجارة الإلكترونية في الجزائر

## تمهيد

إن النمو العالمي المتسارع للتجارة الإلكترونية والاتجاه الدولي المتزايد لنشر تطبيقاتها لا يترك للجزائر أي مجال لتردد والمماثلة في تطبيق هذه التجارة، وإن محاولة رصد ودراسة مدى تبني الجزائر للتجارة الإلكترونية والرغبة في إجلاء الغموض عنها، يستدعي توافر إحصائيات دقيقة حول هذا الموضوع. وأن تطورها مرتبط بما توفره الدولة والمؤسسات، سواء تلك التابعة للقطاع العام أو تلك التابعة للقطاع الخاص وبما توفره أيضا من بنية تحتية تخص الاتصالات والقوانين واللوائح التنظيمية للتجارة الإلكترونية على أحسن وجه.

ولنجاح وتطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر يجب تلبية متطلباتها وإحتياجاتها التي تتمثل في مجموعة من القوانين والعنصر البشري المؤهل، بالإضافة إلى البنية الشبكية التي من أهم عناصرها الأنترنت، مع الإعتماد على منظومة مصرفية تسهل التعامل بهذا النمط من التجارة، ومن خلال هذا الفصل سنتطرق بداية إلى البنى التحتية للتجارة الإلكترونية في الجزائر ثم تصنيفاتها وصولا إلى وضعيتها الحالية.

## المبحث الأول: البنى التحتية التشريعية والبشرية والشبكية للتجارة الإلكترونية في الجزائر

إن تطور التجارة الإلكترونية في الجزائر يرتبط بمدى تطور البنى التحتية الداعمة لتجارة الإلكترونيات بما فيها ضبط وتطوير القوانين والتشريعات المنظمة لها والاعتماد على تقنيات المعلومات الجديدة والبنية التحتية للاتصالات وتتضمن شبكات الاتصال السلكي واللاسلكي، الهاتف النقال والثابت، الانترنت ورأس المال البشري.

### المطلب الأول: البنية التحتية التشريعية والبشرية للتجارة الإلكترونية في الجزائر

تتمثل الوضعية القانونية في جميع التشريعات المنظمة للتعامل بالتجارة الإلكترونية في الجزائر، وتوفير الحماية للأطراف المتعاملة والتي تتكفل بإيجاد الأدوات التي تتناسب مع هذا النوع، وتتناول التجارة الإلكترونية في الجزائر مجموعة من القوانين في مجالات مختلفة، مع الحرص على وجود كوادر بشرية مؤهلة لممارسة التجارة الإلكترونية.

#### أولاً: البنية التحتية التشريعية في الجزائر

رغم كون التجارة الإلكترونية حديثة الميلاد في الجزائر لم يمنع من وجود بعض النصوص القانونية التي عالجت الجوانب القانونية للمعاملات الإلكترونية من خلال إصدار قوانين تنظم سير هذا النوع من التجارة.

#### 1. قانون التجارة الإلكترونية في الجزائر لسنة 2018

صدر القانون رقم 18-05 المؤرخ في 24 شعبان 1439 الموافق 10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتجارة الإلكترونية للسلع والخدمات في العدد 28 من الجريدة الرسمية، والذي يحمل في طياته 50 مادة، وينقسم إلى 04 أبواب (أحكام عامة، ممارسات التجارة الإلكترونية، الجرائم والعقوبات، أحكام إنتقالية وختامية)، وبموجب هذا القانون الذي وقع عليه رئيس الجمهورية السابق عبد العزيز بوتفليقة، فإن التجارة الإلكترونية تعني النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني بإقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك إلكتروني عن طريق الاتصالات الإلكترونية (المادة 6)، وتحدد (المادة 3)

من النص النشاطات المحرمة بموجب القانون الذي يمنع كل معاملة عن طريق الاتصالات الإلكترونية تتعلق بما يأتي :

- لعب القمار والرهان واليانصيب؛
- المشروبات الكحولية والتبغ؛
- المنتجات الصيدلانية؛
- المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية؛
- كل سلعة أو خدمة محظورة بموجب التشريع المعمول به؛
- كل سلعة أو خدمة تستوجب إعداد عقد رسمي<sup>1</sup>.

وفي إطار هذا القانون فإن العقد الإلكتروني 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 الإتصال الإلكتروني، وبالنسبة للمستهلك الإلكتروني فإن الأمر يتعلق بكل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي، أما المورد الإلكتروني فهو كل شخص طبيعي ومعنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية .

## 2. مختلف الجوانب التي مسها قانون 18-05

إن ظهور مجتمع معلوماتي كان له تأثير واضح في تعديل القواعد القانونية التي تحكم الأعمال الإلكترونية وقد حاول المشرع الجزائري مواكبة التطورات التكنولوجية من خلال سن بعض النصوص القانونية للمعاملات الإلكترونية وقد مست هذه النصوص الجوانب التالية:

<sup>1</sup>عمر بن سليل، عيسات بسمة، التعاقد الإلكتروني وفقا لقانون التجارة الإلكترونية الجزائري، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في الحقوق، تخصص القانون الخاص، جامعة عبد الرحمان ميرة-بجاية)، الجزائر، 2019، ص: 16.

1. سوق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات: عرفت الجزائر سنة 1988 إنطلاقة حقيقية في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، فقد تم إتخاذ مبادرات تهدف إلى تحفيز إنتشار وإستخدام خدمات الأنترنت، تجسدت من خلال إصدار المرسوم التنفيذي رقم 98-257 المؤرخ في 25 أوت 1988.

2. الإثبات والتوقيع الإلكتروني: يحتل عنصر الإثبات مكانة مهمة في كافة العلاقات والعقود، وأول ما يطرح في موضوع الإثبات توفير السند الخطي، الذي أعطاه القانون قوة ثبوتية كبيرة، غير أن إنتشار المعاملات الإلكترونية لا سيما التجارة الإلكترونية، أدى على تغيير مفهوم الإثبات نظرا لغياب المستندات الورقية، وإمكانية إنشاء الحقوق والإلتزامات بطريقة إلكترونية، وهي المسألة التي عالجها المشرع الجزائري بإصدار القانون 05-10 المؤرخ في 20 جوان 2005 المعدل والمتمم للقانون المدني الجزائري.

وقد أشار المشرع الجزائري سنة 2005 إلى التوقيع الإلكتروني ومنحه حجية في الإثبات تعادل ذات حجية التوقيع المكتوب في صورته التقليدية من خلال المادة 327 قانون مدني جزائري، المعدل بالقانون 05-10 السابق الذكر.

3. الدفع الإلكتروني: حرص المشرع الجزائري على تضمين القانون التجاري الجزائري مواد تتعلق بأنظمة الدفع الحديثة وتعتبر سنة 1988 بداية الإعتراف الرسمي بوسائل الدفع الإلكتروني، من خلال الأمر 03-11 المتعلق بالنقد والقرض<sup>1</sup>.

#### ثانيا: الموارد البشرية في الجزائر

تشكل الموارد البشرية عنصر أساسي لتنمية التعاملات في النشاط التجاري الإلكتروني لذا كان من الضروري للدولة الجزائرية اعداد الكوادر البشرية اللازمة من المحترفين من خلال تطوير المناهج الدراسية في المدارس والجامعات طبقا لمتطلبات سوق العمل. أطلقت الجزائر عدة مبادرات ومشاريع رائدة رامية لتحقيق مجموعة من الغايات والأهداف الخاصة بالعنصر البشري وأبرزها:

<sup>1</sup>تباني أمل، مرعد سعدة، واقع ومستقبل التجارة الإلكترونية في الجزائر، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص مالية وتجارة دولية، جامعة 08 ماي 1945-قلمة)، الجزائر، 2020، ص: 59.

1. برنامج أسرتك: والتي قامت وزارة تكنولوجيا الاعلام والاتصال سنة 2005 بتوقيع اتفاقية مع مجموعة من البنوك الجزائرية وموزعي أجهزة الكمبيوتر والبرامج لغرض إطلاق مشروع كمبيوتر لكل بيت، والهادف لتزويد المواطنين بالحواسب الشخصية بطريقة ميسرة وأقساط مريحة مدتها ثلاث سنوات تمكن من استفادة من مختلف استخدامات وتطبيقات الانترنت، وبالتالي بناء مجتمع المعرفة وتضييق الفجوة الرقمية<sup>1</sup>؛

2. المدرسة الرقمية في الجزائر: أطلقت مؤسسة إبياد ما يسمى التجربة الرقمية، المخصصة لتلاميذ الثانوي والمتوسط، من خلال وضع برنامج خاص على شبكة الانترنت موجه في بدايته للمقبلين على امتحانات شهادة البكالوريا أو شهادة التعليم المتوسط، وقد أطلق على هذه المدرسة الافتراضية اسم "تربيتك" و هي عبارة عن فضاء بيداغوجي افتراضي أو ساحة التعلم عن بعد، فهي تعتبر حل شامل و متكامل يسمح لجميع الأطراف الفاعلة بعملية التمدرس بالتعليم عن بعد. ومن بين اهداف تربيتك استعمال تكنولوجيا الاعلام والإتصال في الوسط التربوي، ضمان الاستعمال النافع والجاد للإنترنت والاعلام الآلي في الوسط المدرسي ضمان التواصل الدائم بين الأساتذة والمتعلمين والاولياء، منح فرص أكثر للتلاميذ لاستعمال الاعلام الآلي داخل المؤسسات التربوية؛

3. الجامعة الافتراضية في الجزائر: تم إطلاق المشروع الوطني للتعليم عن بعد، قصد تخفيف نقائص التأطير من جهة وتحسين نوعية التكوين من جهة أخرى، تماشيا مع متطلبات ضمان النوعية حسب ما كشفته مصادر جامعة وهران التي انطلق بها هذا المشروع في إطار ادماج طرائق جديدة للتكوين والتعليم، حيث يرمي إلى تحقيق أهداف تتوزع على ثلاث مراحل:

- المرحلة الأولى: يتقدمها مرحلة إستعمال التكنولوجيا كالمحاضرات المرئية بصورة أخص لإمتصاص الأعداد المتزايدة للمتعلمين، مع تحسين مستوى التعليم والتكوين، وسيكون هذا على المدى القصير؛
- المرحلة الثانية: يتم فيها الإعتماد التكنولوجيات البيداغوجية الحديثة خاصة الويب، ويقصد به التعلم عبر الخط، أو التعلم الإلكتروني وذلك قصد تحقيق ضمان النوعية على المدى المتوسط؛

<sup>1</sup> فلة بوغلي، راضية برناوي، مساهمة وزارة التعليم العالي والبحث العلمي في تسيير تكنولوجيا الاعلام والإتصال داخل المدارس الوطنية العليا في الجزائر، مجلة الإتصال والصحافة، العدد الأول، المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام، الجزائر، 2020، ص: 7.



• المرحلة الثالثة: فهي مرحلة التكامل وخلالها يصادق على نظام التعليم عن بعد ويتم نشره عن طريق التعليم "من بعد" بواسطة قناة المعرفة الجزائرية، التي يتعدى مجال إستعمالها والإستفادة منها بكثير النطاق الجامعي، حيث تستهدف جمهورا واسعا من المتعلمين من أشخاص يريدون توسيع معارفهم وآخرون يحتاجون لمعلومات متخصصة، وحتى المرضى من نزلاء المستشفيات والموجودون في فترة نقاهة وغيرهم من شرائح المجتمع الراغبين في الحصول على مكاسب معرفية أكثر<sup>1</sup>.

وخلال جائحة كورونا عانت الجزائر من ازمة تعليمية تظهر من خلال التوقف المؤقت للدراسة، لذلك برز التعلم الإلكتروني والتعليم الإلكتروني أكثر، وليس فقط كأفضل سياسة لمواصلة عملية تعليمية خلالها وإنما كذلك لدخول مسار تعميم وتحسين الخدمات التعليمية السابقة لمختلف الفئات والمناطق الجغرافية والخروج من الازمة بشكل اقوى وفي أفضل مسار.

### المطلب الثاني: الهاتف في الجزائر

إن أهم الدلائل على زيادة توجه أي مجتمع نحو التجارة الإلكترونية هو توفر شبكة الاتصالات الهاتفية الثابتة والنقالة المواكبة للتطورات الحاصلة في هذا المجال علميا، والتي يتم من خلالها ممارسة هذا النوع من التجارة.

### أولا: الهاتف الثابت في الجزائر

إن نجاح الظاهرة الجديدة المعروفة بالتجارة الإلكترونية في الجزائر، يتطلب خطوط هاتفية أرضية بأسعار معقولة، والجدول التالي يوضح نسبة تطور عدد المشتركين في خدمة الهاتف الثابت في الجزائر:

<sup>1</sup> أسعيداني سلامي وآخرون، التجربة الجزائرية في مجال التعليم الإلكتروني والجامعات الافتراضية، مجلة التعليم عن بعد والتعليم المفتوح، العدد السادس، جامعة محمد بوضياف، الجزائر، 2016، ص: 37.

الجدول رقم (1.3): تطور سوق الهاتف الثابت في الجزائر خلال الفترة 2019-2020

نسبة التطور %	مجموع المشتركين	
-	4 616 310	الثلاثي الرابع 2019
+1.84	4 701 070	الثلاثي الأول 2020
+0.13	4 706 998	الثلاثي الثاني 2020
+1.00	4 754 109	الثلاثي الثالث 2020
+0.64	4 784 306	الثلاثي الرابع 2020

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على إتصالات الجزائر.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة تطور عدد مشتركى الهاتف الثابت في الجزائر شهدت إرتفاعا طفيفا خلال الثلاثي الرابع من سنة 2020 مقارنة بالثلاثي الرابع من سنة 2019 بنسبة 3.64 %، ونسبة تغلغل تقدر بـ 10.88 %.

بلغ عدد الأسر في ديسمبر 2020 حوالي 7.330.000 أسرة<sup>1</sup>، والجدول التالي يوضح تطور نسبة الأسر التي تمتلك خط هاتفي ثابت:

<sup>1</sup>الموقع الرسمي لسلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية، (10-06-2021، 20:15)، <https://www.aprce.dz/ar>.

الجدول رقم (2.3): نسبة الأسر التي تمتلك خط هاتفي ثابت في الجزائر خلال الفترة 2019-2020

الثلاثي الرابع 2020	الثلاثي الثالث 2020	الثلاثي الثاني 2020	الثلاثي الأول 2020	الثلاثي الرابع 2019	
65.27 %	64.89 %	64.27 %	64.22 %	63.09 %	نسبة الأسر التي تمتلك خط هاتفي ثابت
+0.38	+0.62	+0.05	+1.13	-	نسبة التطور %

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على تقارير إتصالات الجزائر.

من خلال الإعتماد على ما سبق نلاحظ أن نسبة الأسر التي تمتلك خط هاتفي ثابت إرتفعت خلال الفترة الممتدة من الثلاثي الرابع من سنة 2019 إلى الثلاثي الرابع من سنة 2020 بـ 2.18 %. ومع ذلك فإن هذه الزيادة لا ترقى إلى المستوى المطلوب مقارنة بالدول المتقدمة وحتى بالدول العربية، ما يظل مستوى الهاتف الثابت رغم الجهود المبذولة من قبل الجزائر غير مرضي وبعيدا عن القدرات المتاحة.

#### ثانيا: الهاتف النقال في الجزائر

يشهد قطاع المواصلات اللاسلكية تطورا باهرا في العالم بأسره، فزيادة على تنامي الإستعمال التجاري للإنترنت فإن التطور في هذا القطاع من شأنه أن يغير الصورة حول تبني التكنولوجيات الحديثة في الجزائر، ويفتح مجالا واسعا لإمكانية إستخدام الشبكات النقالة وذلك للولوج إلى عالم التجارة الإلكترونية.

وفيما يتعلق بالهاتف النقال في الجزائر فيتقاسمه ثلاث متعاملين وهم:

• **إتصالات الجزائر موبيليس:** هي فرع من مجمع إتصالات الجزائر وأول متعامل محلي في الجزائر، أقرت إستقلاليتها كمتعامل منذ أوت 2003، والتي تسعى إلى تطوير عروضها وخدماتها المختلفة مثل قوستو، إرسلي، سلكني، مبتسم، وينماكس، وخدمة الجيل الثالث والجيل الرابع، بالإضافة إلى خدمات التعبئة الإلكترونية مثل رصيدي<sup>1</sup>؛

• **أوبتيموم تيليكوم الجزائر جازي:** هو أول مشغل لشبكة الهاتف النقال في الجزائر، ويعد فرع من فروع شركة فيمبلكوم الروسية للإتصالات، وأطلق رسميا في 15 فيفري 2001<sup>2</sup>؛

• **الوطنية للإتصالات أوريدو:** في 2 ديسمبر 2003 تحصلت الوطنية تيليكوم الكويتية على رخصة إستغلال الهاتف النقال في الجزائر بعد عرضها المالي المقدر بـ 421 مليون دولار، وفي 24 أوت 2004 تم الإطلاق التجاري لعلامتها التجارية المسماة "نجمة" بمختلف التشكيلات من المنتجات والخدمات غير المسبوقة في الجزائر، حيث أدخلت نجمة معايير جديدة لعالم الإتصالات في الجزائر حيث كانت أول متعامل يدخل خدمة الوسائط المتعددة السمعية البصرية، وتغير شعارها من نجمة إلى أوريدو في 21 نوفمبر 2013.

والجدول أدناه يوضح وضعية السوق الإجمالية للهاتف النقال في الجزائر:

<sup>1</sup>الموقع الرسمي لموبيليس، (14:20، 2021/06/15)، <https://www.mobilis.dz/ar/apropos.php>.

<sup>2</sup>الموقع الرسمي لجازي، (14:30، 2021/06/15)، <http://www.djezzy.dz/ar/>.

الجدول رقم (3.3): وضعية السوق الإجمالية للمتعاملين بالهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة

2020-2019

موبيليس	جيزي	أوريدو	مجموع المشتركين	
18633371	14707625	12084537	45425533	الثلاثي الرابع 2019
18874336	14224114	12044478	45142958	الثلاثي الأول 2020
18654332	13952347	11805053	44411730	الثلاثي الثاني 2020
18757780	14473544	11990227	45221551	الثلاثي الثالث 2020
18974678	14363102	12217893	45555673	الثلاثي الرابع 2020

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على تقارير إتصالات الجزائر.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ إرتفاعا قليلا نسبيا يقدر بـ 0.29 % حيث إنتقل من 45.425.533 مشترك في الثلاثي الرابع من سنة 2019 إلى 45.555.673 مشترك في الثلاثي الرابع من سنة 2020. كما عرفت نسبة التغلغل في شبكة الهاتف النقال تطورا طفيفا ما بين الثلاثي الرابع من سنة 2019 والثلاثي الرابع من سنة 2020 بنسبة 0.58 %، هذا الإرتفاع مراده النمو الطفيف الذي عرفه سوق الهاتف النقال من جهة، وإرتفاع عدد سكان الجزائر من جهة أخرى.

ونلاحظ أيضا أن مؤسسة موبيليس لها أكبر عدد من المشتركين مقارنة مع مؤسستي جيزي وأوريدو، أي بزيادة حوالي 4 ملايين مشترك كحد أدنى، وهذا عائد لكونها مؤسسة وطنية تابعة للدولة الجزائرية، مما يجعلها تقدم خدمات ثلاثم كل شرائح المجتمع أي أسعار خدماتها في متناول الجميع بالإضافة لإنتشار شبكتها في جل مناطق الوطن، أما مؤسسة أوريدو فهي الأقل من سابقتها، ويعود ذلك لإرتفاع أسعار خدماتها وعدم إنتشارها على نطاق واسع وطنيا.

### المطلب الثالث: الأنترنت في الجزائر

إن رغبة الجزائر في التحول نحو اقتصاد المعرفة والتي تعد التجارة الإلكترونية جزءا منه، يفترض ان تتحقق على أرض الواقع مع نضوج وتطور الأنترنت كوسيط الالكتروني يؤدي الى تقريب المسافة وإزالة الحواجز وتخفيض التكاليف ورفع الكفاءة والسرعة في إنجاز المعاملات.

ودخلت الجزائر عالم الأنترنت إبتداء من سنة 1993 عن طريق مركز البحث والإعلام العلمي والتقني (CERIST\*) وهو مركز للأبحاث تابع للدولة، أنشئ في شهر أفريل 1986 من قبل وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، وكانت مهمته الأساسية تتمثل في العمل على إقامة شبكة معلوماتية وطنية وربطها بالشبكة الدولية، وبعد خمسة سنوات من هذه البداية المحدودة صدر المرسوم الوزاري 256 لعام 1998 الذي أنهى إحتكار الخدمة من الدولة، وسمح للشركات الخاصة بتقديم خدمات الأنترنت، وإشترط المرسوم في مقدمي الخدمة لأغراض تجارية أن يكونوا جزائري الجنسية، ويتم تقديم الطلبات مباشرة إلى وزير الاتصالات، وفي عام 1998 ظهرت أولى شركات التزويد وإرتفعت أعداد مقدمي الخدمة إلى أكثر من 100 شركة<sup>1</sup>.

وساهمت الأنترنت في الجزائر في جذب إنتباه المؤسسات الوطنية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات مثل بريد الجزائر وسلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية، وحسب تقرير هذه الأخيرة قد إرتفع عدد

\*CERIST: Centre de Recherche sur l'Informatique Scientifique et Technique.

<sup>1</sup>سمية ديمش، التجارة الإلكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص: 203.

مشتركي الأنترنت الثابت والنقال في الجزائر حتى تاريخ ديسمبر 2020 بـ 42.551.363 مشترك، أي بنسبة 96.75 % من إجمالي سكان الجزائر الذي يقدر بـ 43.980.00 نسمة نهاية سنة 2020<sup>1</sup>.

ومن بين 4.784.306 مشترك في الهاتف الثابت، 3.778.801 مشترك يمتلكون خدمة الأنترنت الثابت أي بنسبة 78.98 % من الحظيرة الإجمالية للهاتف الثابت، والجدول التالي يوضح إستعمال الأنترنت الثابت في الجزائر:

الجدول رقم (4.3): تطور سوق الأنترنت الثابت في الجزائر في 2019-2020

نسبة التطور %	عدد المشتركين	
-	3 569 176	الثلاثي الرابع 2019
+2.41	3 655 258	الثلاثي الأول 2020
+0.57	3 675 962	الثلاثي الثاني 2020
+1.50	3 730 931	الثلاثي الثالث 2020
+1.28	3 778 801	الثلاثي الرابع 2020

المصدر: من إعداد الطلبة بإعتماد على تقارير إتصالات الجزائر.

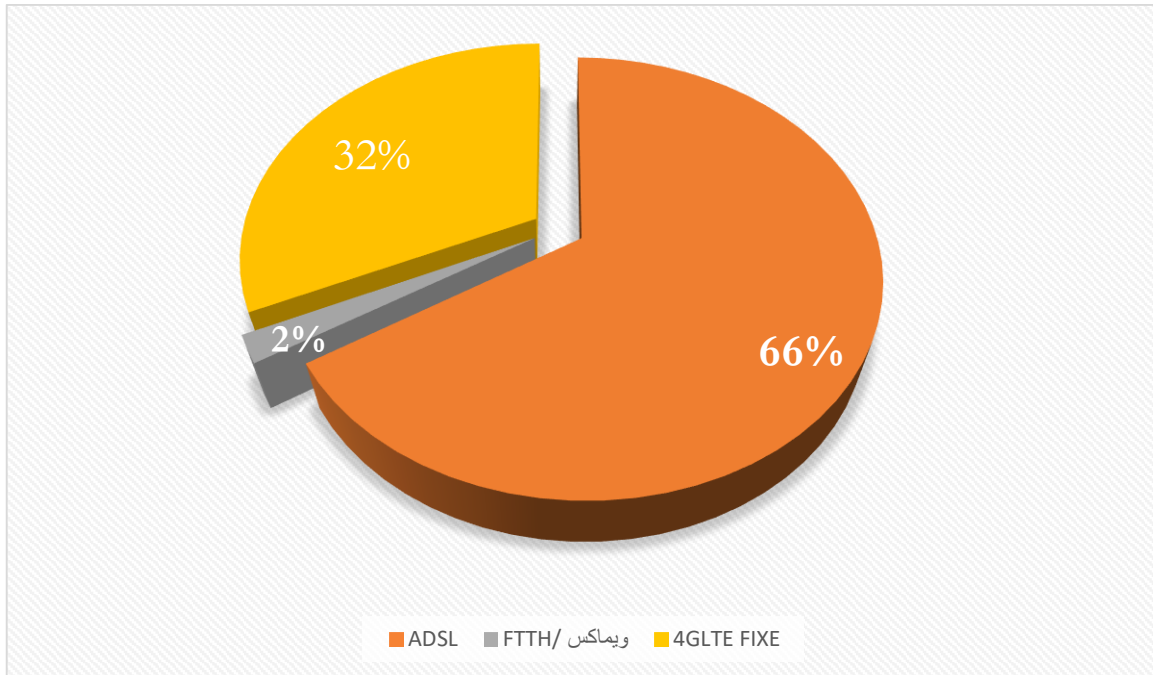
من خلال الجدول السابق نلاحظ أن عدد المشتركين في الأنترنت الثابت شهد تطورا في الثلاثي الرابع لسنة 2020 وعرفت الحظيرة الإجمالية للمشتركي الأنترنت الثابت إرتفاعا بـ 47.870 مشترك بالمقارنة مع الثلاثي الثالث من سنة 2020 أي تطور تبلغ نسبته 1.28 %، وفي الفترة الممتدة بين الثلاثي الرابع لسنة 2019 والثلاثي الرابع لسنة 2020 بنسبة 5.87 % أي بما يعادل 209.625 مشترك، وبنسبة تغلغل 8.59 %.

وتنقسم التكنولوجيات المستعملة في الأنترنت الثابت في الجزائر إلى أربعة أنواع هي:

<sup>1</sup>الموقع الرسمي لسلطة ضبط البريد والإتصالات الإلكترونية، مرجع سبق ذكره.

- تقنية الـ **ويمانكس**: يستعمل كوسيلة للوصول للإنترنت ذات التدفق السريع، يطبق بكثرة في المناطق المعزولة كالأماكن الريفية والصحراء، والمناطق الإستراتيجية كالبنوك والإدارات العامة؛
  - تقنية **ADSL**: تعتبر الأكثر إستعمالا حيث يستخدم الأسلاك التي تم وضعها لخدمة الهاتف الثابت، أي ينطوي مبدأ عملها من خلال جزء من الأسلاك النحاسية التابعة لخط أرضي معين، وهذا ما يجعلها منخفضة التكلفة؛
  - تقنية **4GLTE FIXE**: هي عبارة عن جهاز مودم ذو شريحة بدون أسلاك تشبه شريحة الهاتف النقال العادية، ويمكن أخذه لأي مكان؛
  - تقنية **الألياف البصرية FTTH**: أفضل وآخر وسائل الإتصال الموجودة حاليا وأكثر ثباتا للإتصال بالإنترنت، فهي تقنية مستقرة لا تتأثر بالعوامل الخارجية مثل التشويش والرياح وغيرها؛
- والشكل التالي يوضح توزيع عدد مشتركى للإنترنت الثابت حسب نوع التكنولوجيا
- الشكل رقم (1.3): توزيع مشتركى الإنترنت الثابت حسب نوع التكنولوجيا في الجزائر خلال الفترة

2020-2019



المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على تقرير إتصالات الجزائر لسنة 2020



من الشكل أعلاه نلاحظ أن تقنية ADSL تأخذ أكبر حيز في نوع التكنولوجيا المستخدمة في أنترنت الهاتف الثابت بنسبة 66% ثم تليها 4GLTE FIXE بنسبة 32% وأخيرا تقنية الـ FTTH بنسبة 2%. ويعود سبب هذا الترتيب إلى أن مشتركي أنترنت الهاتف الثابت يفضلون التكلفة المنخفضة ولهذا كانت ADSL في المرتبة الأولى، 4GLTE FIXE في المرتبة الثانية لإمكانية التنقل دون عناء الأسلاك، أما النسبة الضئيلة للـ FTTH فعائدة لغلاء الإشتراك في هذا النوع بالإضافة إلى عدم إنتشاره وطنيا.

وبالإضافة إلى الأنترنت الثابت هناك أنترنت الهاتف النقال، والجدول التالي يوضح تطور سوق الأنترنت للهاتف النقال:

الجدول رقم(5.3): تطور سوق أنترنت الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة 2019-2020

نسبة التطور %	عدد المشتركين	
-	36 911 428	الثلاثي الرابع 2019
+1.24	37 367 613	الثلاثي الأول 2020
-1.07	36 967 783	الثلاثي الثاني 2020
+2.98	38 069 773	الثلاثي الثالث 2020
+1.85	38 772 562	الثلاثي الرابع 2020

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على تقارير إتصالات الجزائر.

من الجدول السابق نلاحظ أن عدد المشتركين في الثلاثي الثاني سنة 2020 تراجع بنسبة 1.07 % أي اقل من مشتركي الثلاثي الأول سنة 2020 ب 399.830 مشترك، ومن الثلاثي الرابع لسنة 2019 إلى الثلاثي الرابع لسنة 2020 شهدت خدمة الأنترنت للهاتف النقال تطورا بنسبة 5.04 %، أي ما يعادل زيادة 1.861.134 مشترك، وبنسبة تغلغل تقدر ب 88.16 %.

وتنقسم التكنولوجيات المستعملة في أنترنت الهاتف النقال في الجزائر إلى نوعين:

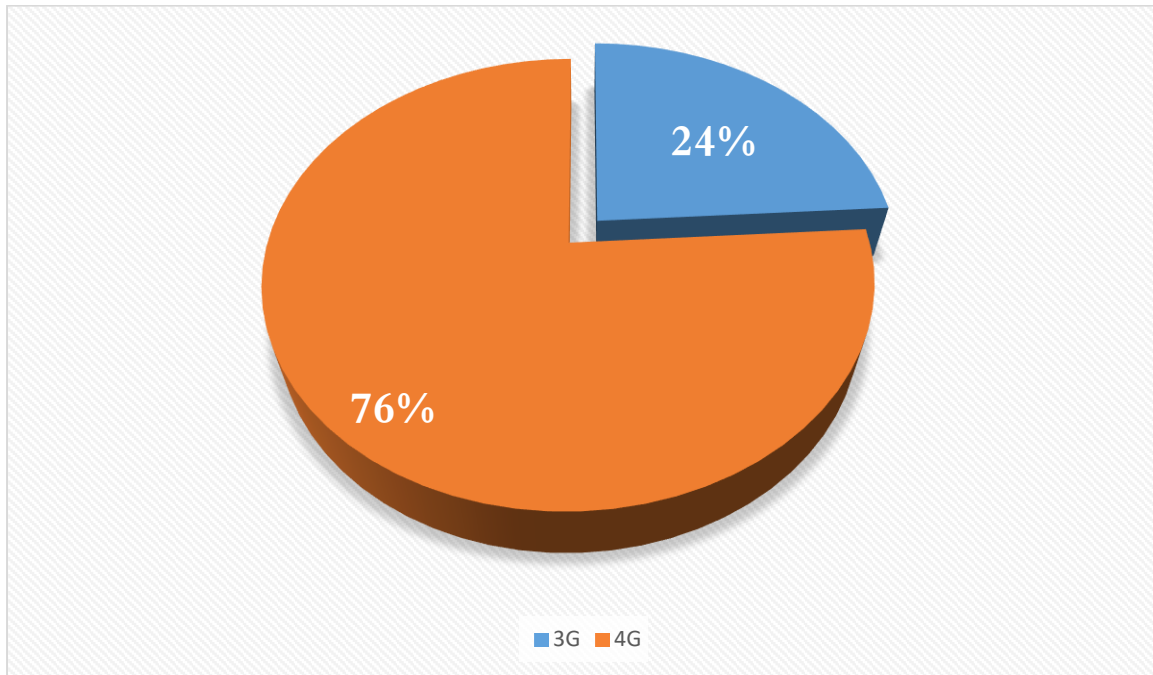
• تقنية 3G: هي خدمة إتصالات لا سلكية، تمثل الجيل الثالث من الاتصالات الرقمية، والذي يعتمد على فكرة تطوير سرعة، وأداء الإتصال مع شبكة الأنترنت، من خلال زيادة قدرة نقل البيانات بين ترددات الشبكة المختلفة؛

• تقنية 4G: تعتبر أحدث من قريبتها 3G نظرا للسرعة العالية في توصيل وإستلام البيانات عبر شبكة الأنترنت، بالإضافة إلى أنها تتوفر في المناطق المزدهمة بالسكان.

والشكل التالي يوضح توزيع عدد مشتركى أنترنت الهاتف النقال حسب نوع التكنولوجيا المستعملة:

الشكل رقم (2.3): توزيع عدد مشتركى أنترنت الهاتف النقال حسب نوع التكنولوجيا في الجزائر

خلال الفترة 2019-2020



المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على تقارير إتصالات الجزائر لسنة 2020.

نلاحظ من الشكل أعلاه أن تقنية الجيل الرابع لها أكبر حصة في السوق بنسبة 76%، مقارنة بسابقتها تقنية الجيل الثالث التي تقدر حصتها في سوق بنسبة 24%، ويعود هذا للإنتشار الواسع والخدمات السريعة لخدمة الجيل الرابع وتطورها ومواكبتها للما هو عالمي في هذا المجال.

ومن خلال ما سبق نستنتج أن الأنترنت في الجزائر عرفت إنتشارا وتطورا واسعا عائد إلى المجهودات المبذولة على صعيد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بالإضافة إلى ظهور وباء كورونا بداية سنة 2020 الذي دفع المجتمع الجزائري إلى تبني الأنترنت لتسهيل معاملاتهم الخاصة.

## المبحث الثاني: البنية التحتية المصرفية للتجارة الإلكترونية في الجزائر

إن ما وصل إليه العالم اليوم من تقدم تكنولوجي أجبر معظم الدول على خوض تجربة رقمنة إقتصادياتها، والجزائر على غرار هذه الدول وجب عليها خوض هذه التجربة التي أصبحت هي المحرك الأول والرئيسي لجل الأعمال وبالخصوص الأعمال المصرفية، وذلك من أجل التماشي مع متطلبات العولمة، ونظرا لهذه التحولات التي عرفتتها الساحة المصرفية أضحت لزاما على المنظومة المصرفية الجزائرية تحديث معاملاتها المالية وعلى السلطات النقدية الجزائرية السعي إلى مواكبة النتائج الحاصلة عالميا، من خلال الإنطلاق في الإصلاحات والاستراتيجيات الفعالة التي تهدف إلى تطوير عملية الدفع الإلكتروني في الجزائر.

## المطلب الأول: المعاملات المالية الإلكترونية في الجزائر

من خلال الجهود المبذولة من طرف الدولة الجزائرية في إطار عصنة قطاعها المالي والمصرفي، عملت المصارف الجزائرية على إدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، لذلك بدأ التفكير في تحديث الخدمة المصرفية في الجزائر وذلك يجعلها عصرية ومن بين أهم عناصر التحديث للخدمة المصرفية، إنشاء شركات وهيئات تشرف على هذه المعاملات الإلكترونية في الجزائر.

## أولا: شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية بين البنوك وإنجازاتها

سعيًا لمواكبة التطورات الحاصلة في المجال المصرفي في العالم، قامت مجموعة من البنوك الجزائرية بإنشاء شركة SATIM\* التي بدورها قامت بإنشاء الشبكة النقدية ما بين البنوك، إضافة إلى إستحداث البطاقة البنكية المشتركة<sup>1</sup>.

1. شركة SATIM: هي شركة ذات أسهم تأسست في 25 مارس سنة 1995 على ضوء القانون رقم 95/103 تتكفل بتطوير المعاملات البنكية من خلال تحديث وسائل الدفع وهي مسؤولة عن تشغيل نظم المدفوعات بين البنوك في الجزائر للبطاقات، كما تعمل على تطوير البرامج وتحديث المصارف وتعزيزها لاسيما

\*SATIM: Société d'Automatisation des Transactions Interbancaire et de la Monétique.

<sup>1</sup>توبين علي، تحرير تجارة الخدمات المالية والمصرفية وانعكاساتها على الأنظمة المصرفية العربية - حالة الجزائر-، (مذكرة تخرج لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص إقتصاد كمي، جامعة الجزائر 3-الجزائر)، الجزائر، 2013، ص: 242.

بوسائل الدفع عن طريق البطاقة. وبلغ رأسمالها حوالي 267 مليون دينار جزائري عند التأسيس، ويساهم في رأسمالها ثمانية بنوك جزائرية هي: بنك التنمية المحلية، بنك الفلاحة والتنمية الريفية، البنك الخارجي الجزائري، البنك الوطني الجزائري، القرض الشعبي الجزائري، الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط، وتظم هذه الشركة 19 بنك 7 منها عمومية و12 خاصة، إضافة الى بريد الجزائر من بين البنوك بالإضافة الى البنوك المساهمة في تأسيس الشركة. وتسعى هذه الأخيرة الى تحقيق مجموعة من الأهداف من خلال مجموعة من المهام.

أ. أهداف الشركة: تسعى الشركة الى:

1. تحديث وسائل الدفع في النظام المصرفي الجزائري من خلال استعمال البطاقات البلاستيكية كوسيلة

تعامل إلكترونية بين البنوك؛

2. تطوير وتسيير التعاملات النقدية ما بين المصارف؛

3. تطوير التكنولوجيا في المجال المصرفي.

ب. مهام الشركة: لها عدة مهام نذكر منها ما يلي:

- التعاقد مع المؤسسات المختلفة في مجال التكنولوجيا المصرفية لإنجاز البرامج؛
- وضع موزعات آلية للنقود (DAB) في المصارف مع وضع برامج حيازة الشبايبك البنكية (GAB)؛
- الإشراف على اصدار الصكوك البنكية ومنح الرقم السري؛
- تسيير الموزعات الآلية والربط بينها بواسطة شبكة إتصال تسمح بالقيام بعمليات السحب سواء كانت داخلية أو خارجية بالإضافة إلى سجل متصل ببيئة صنع البطاقات المصرفية الخاصة بالسحب حسب المقاييس المعمول بها دولياً<sup>1</sup>.

2. الشبكة النقدية ما بين البنوك RMI\*: قامت شركة ساتيم بعد تأسيسها بإعداد مشروع لإيجاد حل

للتقيد ما بين البنوك، وحققت هذه الخطوة في أولى مراحلها سنة 1996، حيث قامت بإعداد شبكة نقدية إلكترونية بين البنوك في الجزائر، بدأ العمل بها سنة 1997 وفي هذا السياق تؤدي شركة ساتيم وظائف إدارة الإتصال بين أجهزة الصراف الآلي و بطاقات الصراف الآلي، وإنشاء مفتاح للأعضاء مع نظام التراخيص

<sup>1</sup> بلحاج دليلة، سافر جهيدة، الخدمات المصرفية وآليات تحديثها- دراسة حالة الجزائر-، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علوم التسيير، تخصص إدارة مالية، جامعة ابن خلدون-تيارت)، الجزائر، 2019، ص: 88.

\*RMI: Réseau Monétique Interbancaire.

الخاصة بها، للإندماج إلى الشبكة يجب توفر مجموعة من الشروط من بينها إمضاء إتفاقية مشتركة بين البنوك، إمضاء عقود للتعاون مرتبطة بالخدمات المقدمة من قبل الشركة، وإحترام خصائص التقنية المحددة من قبل الشركة.

تهدف SATIM من خلال إنشاء شبكة RMI ووضع نظام مشترك بين البنوك لسحب بواسطة الموزعات الآلية إلى تحقيق النقاط التالية:

- مكافحة عملية الغش؛
- ضمان تبادل المعلومات بسرية وأمان؛
- ضمان إحترام التشريعات سارية المفعول؛
- الإحتياط لجميع أنشطة شبكة النقديات الإلكترونية؛
- توحيد المعايير والتنظيمات المتعلقة بالبطاقة؛
- العمل على تطوير نظام بنكي مشترك للنقديات الإلكترونية؛
- تحويل كل المعطيات المتعلقة بإستخدام بطاقات السحب لإجراء المقاصة ما بين البنوك؛
- إدماج الأجهزة الآلية للبنوك ضمن الشبكة من أجل تمكين الزبائن من إستخدام البطاقات للسحب من خلالها؛
- ضمان التبادل مختلف المعلومات بين البنوك من اجل السير الحسن للبطاقات وتفادي تعرضها للتزوير؛
- ضمان قبول البطاقات البنكية المخصصة للسحب والدفع التي يتم إستخدامها على مستوى الأجهزة الآلية المتواجدة لدى جميع البنوك المنخرطة في شبكة ساتيم<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> مسعودي راوية، التسويق الإلكتروني وأثره على جودة الخدمات المصرفية -دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري-، (مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص إدارة العمليات التجارية، جامعة الجزائر 3-الجزائر)، الجزائر، 2014، ص: 109.

ثانيا: الهيئات المسيرة للمعاملات المالية الإلكترونية في الجزائر

بهدف مواكبة التطورات الراهنة تبنت الجزائر إستراتيجية إنشاء مؤسسات وهيئات مسيرة للخدمات المصرفية لتألية المعاملات البنكية من بينها الجزائر لخدمات الصيرفة الإلكترونية، جمعية النقد الآلي بين البنوك، ومجموعة المنفعة الاقتصادية للنقد الآلي.

1. الجزائر لخدمات الصيرفة الإلكترونية **AEBS**\*: أنشأت هذه الشركة في جانفي 2004 من أجل تلبية حاجات المؤسسات المالية بإقتراح برمجيات تقدم عدة خدمات مالية، ونتجت هذه الشركة عن إتفاق شراكة بين المجموعة الفرنسية **EDI**\*\* الرائدة في مجال البرمجيات المتعلقة بالصيرفة الإلكترونية، وثلاث مؤسسات مالية هي **Soft Engineering**، **Multimédia Maga ct**، **Cerist**، وتقدم هذه الشركة خدماتها المتعلقة بالمصارف عن بعد، وتسيير وأمن تبادل البيانات المالية لجميع البنوك والمؤسسات المالية بإختلاف أصناف زبائنها بتقديم تشكيلة من الخدمات بدرجة عالية من الأمن والسلامة في أداء العمليات<sup>1</sup>.  
روكزت **AEBS** على عمليات تطوير وتدعيم الخدمات البنكية وأنظمة الدفع الإلكترونية، وهذا لتحقيق توسيع قاعدة الخدمات من جهة وتطوير النظام المصرفي والمالي من جهة أخرى.

2. جمعية النقد الآلي بين البنوك **COMI**\*\*\*: تم تأسيسها من قبل جمعية البنوك والمؤسسات المصرفية من خلال القرار 72/2004 الصادر في 27 ماي 2004 ويتشكل هذا المجلس من تسعة بنوك من ممثلي البنوك والمؤسسات المصدرة للبطاقات البنكية وهي بنك الفلاحة والتنمية الريفية، بنك التنمية المحلية، البنك الخارجي الجزائري، البنك الوطني الجزائري، الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط، القرض الشعبي الجزائري، بنك البركة، الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي و بريد الجزائر، ومن بين مهامها:

- تنشيط الترابط والتعاون البنكي في مجال النقد الآلي؛
- تحديد أسعار الخدمات وكذا العملات الناتجة عن العمليات التي تتم بالبطاقات البنكية؛
- تأطير المهام وتحديد المسؤوليات الخاصة بمختلف الأطراف والمنتجين في مجال النقد الآلي؛

\***AEBS**: Algeria E-Banking Services.

<sup>1</sup>المرجع السابق، ص: 201.

\*\***EDI**: Electronic Data Information.

\*\*\***COMI**: Comite Monétique Interbancaire.

- إقتراح وتطبيق الأسس والقواعد النقدية البنكية في ظل إحترام القوانين المعمول بها وكذا قواعد المنافسة؛
- تأمين وضمان العمليات الخاصة بالنقد الآلي البنكي ووضع قواعد التغطية وكذا التعاون بين مستعملي هذا النظام؛

- دراسة الإقتراحات الخاصة بإقتناء وإستعمال المعدات والوسائل الخاصة بالنقد الآلي.

ج. تجمع النقد الآلي **GIE Monétique**\*: تم إنشاءها في جوان 2014 من طرف الجمعية المهنية للبنوك والمؤسسات المالية **ABEF**\*\*، تتكون مجموعة المنفعة الاقتصادية للنقد الآلي من 19 عضو من بينهم 18 بنكا و بريد الجزائر، يشارك بنك الجزائر كعضو غير ملتزم، لضمان أمن الأنظمة ووسائل الدفع وكذلك الإنتاج وأهمية المعايير المطبقة في هذه المسألة وفقا للوائح المعمول بها، كما أنها مسؤولة عن ضمان التعامل بين البنوك لنظام الدفع الإلكتروني وقابلية التشغيل البياني مع شبكات الأموال الإلكترونية المحلية أو الدولية<sup>1</sup>.

تتحكم **GIE Monétique** في نظام الدفع الإلكتروني من خلال وظائف تحقق الشفافية في تعريف معايير وقواعد النشاط المصرفي الإلكتروني لإطلاق مبادرات الإستثمار في صناعة الدفع الإلكتروني، والهدف من ذلك هو تشجيع الصيرفة الإلكترونية من خلال تعميم إستخدام وسائل الدفع الإلكترونية، وتكمن هذه الوظائف في:

- إدارة المعايير والمواصفات في القطاع المصرفي الإلكتروني؛
- تعريف المنتجات المصرفية وقواعد تنفيذها التشغيلي؛
- إدارة منظمة التوجيه الفنية؛
- التجانس وإدارة الأمن.

\***GIE**: Groupement d'Interet Economique.

\*\***ABEF** : Association Professionnelle des Banques et des Etablissement Financiers.

<sup>1</sup>تجمع النقد الآلي، (16-06-2021، 14:15)، <https://giemonetique.dz/ar/qui-sommes-nous>.



ثالثا: وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر

عملت السلطات المصرفية في الجزائر على تحديث وسائل الدفع بمختلف أنواعها وجعلها وسائل دفع إلكترونية، فقد قامت البنوك الجزائرية بالتعاون مع شركة SATIM بالتعامل بالبطاقات البنكية حيث بدأ العمل بها سنة 1998 وبدأ التعامل بها تدريجيا ومرت بعدة مراحل وصولا إلى ما هي عليه الآن.

**1. بطاقة CIB\*:** هي بطاقة رقمية مزودة بشريحة لتخزين المعلومات التي تضمن تحويل الأموال بأمان، تكون هذه البطاقة موصولة بالشبكة النقدية ما بين البنوك، تمنح الفرصة لكل حاملها لدفع مستحقاتهم وسحب أموالهم طوال أيام الأسبوع وخلال كامل ساعات اليوم، كما تضمن لهم الحماية كونها بطاقة إلكترونية رقمية مختصرة للوقت.

بدأ العمل بها سنة 1998 كبطاقة للسحب فقط من أجهزة الصراف الآلي، لتصبح سنة 2005 كأداة سحب ودفع، فهي تسمح بالقيام بعملية السحب والدفع على المستوى المحلي فقط، وهي موجهة لكل عملاء المصرف، تقدر مدة صلاحيتها بسنتين ابتداء من تاريخ صنعها بإستثناء البطاقات الموجهة لعملاء البنك الوطني فتقدر مدة صلاحيتها بثلاث سنوات، كما تتجدد تلقائيا، إلا إذا رغب حاملها في عدم تحديدها وذلك بإعلام المصرف بشهرين قبل إنتهاء صلاحيتها، ولهذا البطاقة نوعين هما:

• **البطاقة الكلاسيكية La Carte Classique:** هي بطاقة توفر خدمات الدفع والسحب البنكي، وهي تقدم لزبائن البنوك وفق شروط يحددها البنك كمداحيل الزبائن أو أهميتهم أو مواصفات أخرى، حيث تمنح لفئة عملاء البنوك الذين لايتجاوز دخلهم حدا معيناً، طبع لا يمكننا تحديد المبلغ لأن الأمر نسبي يختلف من بنك لآخر ومن عميل لآخر؛

• **البطاقة الذهبية La Carte Gold:** هي مقترحة أيضا من قبل البنوك يتم إختيارها وفق شروط محددة، يمنح هذا النوع من البطاقات لفئة معينة من عملاء البنوك والذين يتجاوز دخلهم مبلغا معيناً كإمتياز يمنحه البنك للعميل<sup>1</sup>.

\*CIB: Carte InterBancaire.

<sup>1</sup> سليمان ناصر، النظام المصرفي وتحديات العولمة، مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية، العدد الأول، جامعة ورقلة، الجزائر، جانفي 2008، ص-ص: 14-15.

2. بطاقة CCP\*: هي بطاقة ممغنطة تسمح لصاحبها بإجراء عمليات السحب إنطلاقا من الشبايك الآلية GAB وهي مجانية في عامها الأول فقط موجهة لكل زبون لديه حساب بريدي جاري نشيط، مدة صلاحيتها عامين وقابلة للتجديد تلقائيا.

أطلقت مؤسسة بريد الجزائر البطاقة الذهبية التي تمكن صاحبها من إجراء مختلف عمليات السحب والدفع مثل سحب الأموال من أجهزة الصراف الآلي المتواجدة في مراكز البريد أو باقي البنوك الأخرى، إضافة إلى استعمال البطاقة في الشراء عبر الأنترنت من خلال المواقع التي تدعم الدفع عبر البطاقات كمتعاملي الهاتف النقال ومؤسسات الخطوط الجوية<sup>1</sup>.

3. البطاقات العالمية: تستعمل خارج وداخل الوطن في عملية السحب والدفع، موجهة لعملاء البنوك الذين يمتلكون حسابات بالعملة الصعبة، ونميز نوعين أكثر إنتشارا في الجزائر هما:  
أ. بطاقة الفيزا La Carte Visa: تعتبر بطاقة عالمية تستعمل في كل أنواع المعاملات المالية ولها نوعين هما:

• بطاقة الفيزا الكلاسيكية La Carte Visa Classique: يمنح هذا النوع من البطاقات للعملاء الذين لهم رصيد من العملة الصعبة أكبر أو يساوي 1500 أورو على ان لا يتعدى عدد عمليات السحب في اليوم أربع مرات؛

• بطاقة الفيزا الذهبية La Carte Visa Gold: يمنح هذا النوع من البطاقات للعملاء الذين لديهم رصيد من العملات الصعبة أكبر أو يساوي 5000 أورو على ألا يتجاوز عدد عمليات السحب في اليوم الواحد سبع مرات.

ب. بطاقة Master Card: هي بطاقة إئتمان دولية تصدرها جهات مصرفية بتكلفة محددة لا تتعدى في الغالب العشر دولارات أو أقل أو أكثر على حسب البنك الذي يصدرها وتسمى مسبقا الدفع أو المدفوعة مقدما لوجوب شحنها بالمال من قبل حاملها قبل الدفع أو الشراء، قابلة للإستعمال في جميع أجهزة GAB وDAB والمؤسسات التي تملك TPE المنتمية لشركة Master Card World Wide مدة

\*CCP : Compte Courant Postal.

<sup>1</sup>إشر سميرة، آفاق المؤسسات المالية والمصرفية ي ظل تبني إستراتيجية الجزائر الإلكترونية، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علوم التسيير، تخصص مالية، جامعة ابن خلدون-تيارت)، الجزائر، 2016، ص: 89.

صلاحيتها مؤقتة فبعض البنوك تصدرها لمدة سنة ثم تجدد، وبعضها يصدر لمدة سنتين أو ثلاث سنوات، وتسمح بـ:

- إستقبال وتحويل الأموال بالعملة الصعبة وحتى بالعملات المحلية؛
- الشراء والتسوق عبر الأنترنت؛
- سحب الأموال من الموزعات الأوتوماتيكية التي تحتوي على شعار Master Card، ويمكن تعبئة البطاقة كأدنى حد 100 أورو أو أكثر.

إن البطاقات سابقت الذكر ما هي إلا عينة عن البطاقات الموجودة في الجزائر، وهي من أكثر البطاقات تداولاً والمتعارف عليها على المستوى الوطني لكنها ليست البطاقات الوحيدة الموجودة في البنوك الجزائرية من بينها: بطاقة أماكس التي يصدرها بنك الجزائر الخارجي<sup>1</sup>.

الجدول رقم (6.3): حجم البطاقات المتداولة في الجزائر لسنة 2020

عدد البطاقات البنكية	1707985	15,93 %
عدد بطاقات الإحتياط وفيزا وماستر كارد	1640929	15,30 %
عدد بطاقات CCP الذهبية	7363219	68,77 %
عدد البطاقات المتداولة	10721133	100 %

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على تقارير تجمع النقد الآلي لسنة 2020.

ومن الجدول أعلاه نلاحظ أن بطاقات CCP الذهبية تقدر بنسبة 68,77 % من عدد البطاقات المتداولة وهذا ما يجعلها في المرتبة الأولى من حيث التداول ويمكن القول إن هذا راجع لسهولة تطبيق شروط إقتنائها ثم تليها البطاقات البنكية بنسبة 15,93 %، وصولاً إلى آخر نوع وهي بطاقات الإحتياط وفيزا

<sup>1</sup>جدو فاطيمة، مختاري نوال، المعاملات المالية الإلكترونية كآلية لتحديث المنظومات المصرفية-دراسة مقارنة (الجزائر، كندا، الإمارات، تونس)-، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في العلوم التجارية، تخصص مالية، جامعة ابن خلدون-تيارت)، الجزائر، 2017، ص: 122.

وماستر كارد بنسبة 15,30% ونلاحظ بالرغم من أنها بطاقات دولية لكن تتقارب في العدد مع البطاقات البنكية المحلية، وهذا ما يوضح لنا إقبال الجزائريين على كل ما هو عالمي والوثوق به.

بالرغم من هذا العدد المعتبر للبطاقات المتداولة المقدرة بحوالي 10 ملايين بطاقة في الجزائر إلا أن بنسبة لدولة عدد سكانها أكثر من 40 مليون مواطن العدد ضئيل نوعا ما وهذا عائد لتخوف الشعب من هذه الوسائل التي تعتبر جديدة على ثقافته.

ولا تعتبر البطاقات الوسيلة الوحيدة في الدفع الإلكتروني في الجزائر، بل يوجد أيضا الأوراق التجارية الإلكترونية فهي تصدر ورقيا في الجزائر لكن تعالج إلكترونيا عبر نظام المقاصة الإلكترونية.

### المطلب الثاني: وسائط الدفع الإلكتروني في الجزائر

إن التطورات التي شهدتها المنظومة المصرفية من استخدام الأنترنت والتكنولوجيا المتقدمة خلقت الحاجة لضرورة وجود بدائل عن الوسائل التقليدية وذلك عن طريق إستعمال قنوات حديثة في تقديم الخدمة المصرفية لغرض تسهيل المعاملات بين المؤسسات البنكية والمتعاملين.

#### أولا: البنوك الإلكترونية في الجزائر

تتوفر البنوك الإلكترونية العالمية على ثلاث أنماط أساسية هي الموقع المعلوماتي، الموقع التبادلي، والموقع التفاعلي، والجزائر على الأنماط الثلاثة السابقة ولكن لازالت تجارها محتشمة في النمط الثالث، لكن هناك بعض البنوك التي وصلت إلى النمط الثالث الذي يعتبر البنك الفعلي من بينها: بنك الفلاحة والتنمية الريفية، بنك التنمية المحلية، القرض الشعبي الجزائري، الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط، سوسيتي جنرال، فرانس بنك الجزائر، التي تعرض خدمات عن طريق الأنترنت كتحميل بيان الحساب، الكشف عن الرصيد والتحويلات المالية.

إن أغلب المصارف التجارية في الجزائر لها مواقع على الأنترنت، حيث تعرض مجموعة من المعلومات عن نفسها، مع أن معظمها لم يجدد منذ مدة، إضافة إلى بعض خدمات الدفع عبر الأنترنت التي تعرضها بعض البنوك كخدمة الإطلاع على الرصيد بالنسبة للزبائن المشتركين في النظام وبعض العمليات الأخرى ومن بينها: تسديد فواتير الكهرباء، فواتير الماء، إستثمارات طلبات القروض وغيرها من خدمات السحب عن بعد،

وتتم هذه العمليات بالدفع عن طريق الأنترنت بواسطة البطاقة البنكية. والجدول التالي يوضح عمليات الدفع عبر الأنترنت:

الجدول رقم (7.3): تطور عمليات الدفع عبر الأنترنت خلال الفترة 2019-2020

السنوات	2019		2020		نسبة التطور %
النقل	6092	3,13 %	11350	0,24 %	+2,59
التأمين	8342	4,11 %	4845	0,10 %	-1,72
الاتصالات	141552	69,90 %	4210284	91,64 %	+2009,44
كهرباء/ماء	38806	19,16 %	85676	1,86 %	+23,14
خدمات إدارية	2432	1,20 %	68395	1,48 %	+32,57
خدمات أخرى	5065	2,50 %	213175	4,64 %	+102,78
بيع البضائع	0	0 %	235	0,005 %	+0,11
مجموع العمليات	202480	100 %	4593960	100 %	+2168,84
المبلغ الإجمالي	503870361	-	5423727074	-	+976.41

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على تقارير مجموعة المنفعة الاقتصادية للنقد الآلي لسنة 2020.

من خلال الجدول أعلاه في خلال سنة 2019 تتصدر الاتصالات أكبر نسبة من العمليات والتي تقدر بـ 69,90% ثم تليها عمليات في مجال الكهرباء والماء بنسبة 19,16%، والمرتبة الأخير لبيع البضائع والتي تقدر نسبته بـ 0%، أما بالنسبة لسنة 2020 فأيضاً كان مجال الاتصالات في المقدمة بنسبة 91,64% ثم يليه مجال الخدمات المتنوعة الأخرى بنسبة 4,64%، وأخيراً مجال بيع البضائع الذي كانت نسبته 0,005% والملاحظ في سنة 2020 أن الجزء الأكبر من عمليات الدفع عبر الأنترنت كانت للإتصالات أي ما يقرب 100%.

من خلال الجدول أيضا يتبين لنا أن عمليات الدفع الإلكتروني عبر الأنترنت بالجزائر شهدت إرتفاعا مستمرا منذ سنة 2019 إلى غاية سنة 2020 حيث بلغت نسبة التطور 2168,84 %، بينما سجلت أعلى نسبة من عمليات الدفع الإلكتروني في قطاع الاتصالات التي بلغت نسبتها 2009,44% من إجمالي العمليات خلال هذه الفترة وهو تطور هائل عائد للظروف الصحية بسبب جائحة كورونا التي أجبرت المجتمع الجزائري على تبني هذا النوع من الدفع، وتتعلق هذه العمليات بدفع فواتير الهاتف، تسديد إشتراكات الأنترنت، تعبئة رصيد الهاتف عبر الأنترنت وغيرها.

### ثانيا: أجهزة الصراف الآلي في الجزائر

تعتبر أجهزة الصراف الآلي من أكثر الوحدات الإلكترونية شيوعا وإستخداما في مجال الخدمة البنكية، فهي أجهزة أوتوماتيكية لخدمة العملاء دون أي تدخل للعنصر البشري، وذلك بمساعدة برامج معدة سلفا تلي الإحتياجات البنكية للعملاء على مدار الساعة، بإستخدام بطاقة الصراف الآلي، هذه البطاقة بلاستيكية بمواصفات معينة تصدر من البنك، تحمل عادة إسم العميل ورقم حسابه ورمز الفرع، وعليه شريط ممغنط ذو لون بني داكن يحمل نفس المعلومات السابقة، ولكل بطاقة رقم سري يعرفه حاملها فقط<sup>1</sup>.

تقوم آلية عمل الصرافات الآلية على وجود إتصال بين الحاسب الرئيسي للبنك وآلة الصراف المتواجدة في أماكن جغرافية مختلفة، بحيث يمكن إستقبال بيانات العميل كرقم التعريف الشخصي PIN ورقم الحساب ثم إدخال رمز الخدمة، لتقوم بعد ذلك بإعطاء إستجابة فورية تتمثل في السحب النقدي، الإيداع النقدي، التحويل النقدي، كشف الحساب، وبيان الأرصدة.

إن أجهزة الصراف الآلي في الجزائر عرفت تطورا كبيرا وهو ما سنحاول عرضه في الجدول التالي:

<sup>1</sup> زبير عياش، سمية عباس، الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة وتطوير البنوك الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 46، أم البواقي، الجزائر، ديسمبر 2016، ص: 341.

الجدول رقم (8.3): تطور عدد الصرافات الآلية في الجزائر خلال الفترة 2019-2021 مارس

السنوات	2019	2020	مارس 2021
عدد أجهزة الصراف الآلي	21400	31807	38144
نسبة التطور %	-	+48,63	+19,92

المصدر: كرجلي أسماء، أثر جائحة كورونا على عمليات الدفع الإلكتروني في الجزائر، مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 25، جامعة البويرة، الجزائر، مارس 2021، ص: 276.

من خلال الجدول يظهر أن عدد أجهزة الصراف الآلي الموجودة في الخدمة سنة 2019 يقدر بـ 21400 جهاز مقارنة بسنة 2020 الذي كان فيها عدد الصرافات يقدر بـ 31.807 جهاز أي إرتفاع بنسبة 48,63%، ومن نفس السنة السابقة 2020 إلى غاية شهر مارس 2021، بلغ 38.144 جهاز أي إرتفاع بنسبة تطور تقدر بـ 19,92%. وهذا ما يدل على التحكم الجيد نوعا ما في هذه التقنيات الحديثة وعن المعاملات من خلالها وهذا راجع إلى ذهنيات الزبائن التي بدأت تتلائم وهذا التطور، ومدى ثقتهم في هذه التقنيات الجديدة.

الجدول رقم (9.3): المبلغ والعدد الإجمالي لمعاملات الدفع الإلكتروني عبر الصرافات الآلية في الجزائر خلال الفترة 2019-2020

السنوات	2019	2020	نسبة التطور %
العدد الإجمالي لمعاملات الدفع الإلكتروني	274624	313606	+14,19
المبلغ الإجمالي لمعاملات الدفع الإلكتروني (دج)	1916994721,11	11444945131,95	+497,02

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على تقارير تجمع النقد الآلي لسنة 2020.

من خلال الجدول يتضح لنا أن عدد العمليات الدفع الإلكتروني في الجزائر عرفت إرتفاعا في الفترة الممتدة من 2019 إلى 2020، حيث بلغ 313.606 عملية في سنة 2020، مقارنة بسنة 2019 والذي بلغ 274.624 عملية أي بنسبة تقدر بـ 14,19 %، والمبلغ الإجمالي للمعاملات الدفع فإرتفع بنسبة 497,02 % أي أكثر من ثلاث أضعاف تقريبا، وهذا عائد إلى الوضع الذي عاشته الجزائر المتمثل في جائحة كورونا التي شجعت الجزائريين على إستخدام الصرافات الآلية تفاديا لنقل العدوى.

وفي 31 مارس 2020 أعلنت مؤسسة بريد الجزائر، أن كافة التجار والمتعاملين الإقتصاديين المرخص لهم بمزاولة نشاطهم خلال تلك الفترة ولحد الآن، يمكنهم إقتناء أجهزة الدفع الإلكتروني TPE لدى مؤسسة البريد مجانا بالإضافة إلى فتح مركز بريدي خاص فقط بالصرافات الآلية ما يسمى بالوكالة الرقمية للمعاملات المالية في جوان 2021، وهذا ما يدل على أن الدولة الجزائرية واعية لمساهمة تطور المجال المصرفي في الحد من إنتشار هذا الوباء.

### ثالثا: الهاتف المصرفي في الجزائر

مع تطور الخدمات المصرفية على مستوى العالم أنشأت المصارف خدمة الهاتف المصرفي، لتسهيل العملاء لعملياتهم البنكية وتفادي البنوك طوابير العملاء للإستفسار عن حساباتهم وتستمر هذه الخدمات 24 ساعة يوميا، تقدم هذه الخدمة عبر شبكة الأترنت المرتبطة بفروع البنك أين تمكن العميل من الحصول على خدمات محددة، فقط بإدخال الرقم السري الخاص به. وللهاتف المصرفي عدة خدمات يمكن إيجازها فيما يلي:

- الإستعلام عن رصيد الحساب الشخصي؛
- سداد مستحقات بطاقات الإئتمان وأقساط التمويل؛
- تفعيل بطاقات الإئتمان وإيقاف البطاقات؛
- الإستفسار حول المعاملات المصرفية؛
- دفع فواتير أو رسوم الخدمات الحكومية والعامّة أو المخالفات؛
- تحويل الأموال بين الحسابات محليا وخارجيا<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> بلحاج دليلة، سافر جهيدة، الخدمات المصرفية وآليات تحديثها-دراسة حالة الجزائر-، مرجع سبق ذكره، ص: 112.



أما بالنسبة في الجزائر ورغم ما شهدته الهاتف المصرفي من تطور كبير، إلا أن خدمات الهاتف المصرفي لا تستعمل إلا في القليل من مصارفها ومثال على ذلك بنك خليج الجزائر الذي يقدم خدمة SMS\* BANKING التي تسمح للعملاء بالكشف عن أرصدة حساباتهم وبنك الفلاحة والتنمية الريفية الذي يوفر لعملائه خدمة الإطلاع على الرصيد ومعرفة جميع ما يخص العمليات التي تجري في حسابهم البنكي من إقتطاع رسوم، دفع الفواتير.

وتجدر الإشارة إلى أنه بعد فتح السوق الجزائرية في السنوات القليلة الماضية، فإن المصارف الجزائرية تسعى للإستفادة من عدد مشتركين خدمة الهاتف في تقديم خدماتها لجلب أكبر عدد من الزبائن.

### المطلب الثالث: أنظمة الدفع الإلكتروني في الجزائر

في إطار تحديث وعصرنة النظام المصرفي الجزائري لا سيما من حيث أنظمة الدفع بادر بنك الجزائر بالتعاون مع وزارة المالية وبمساعدة البنك الدولي إلى إنجاز أنظمة دفع وتسوية إلكترونية متطورة لإتمام التسويات والمدفوعات.

#### أولاً: نظام الجزائر للتسوية الإجمالية الفورية للمبالغ الكبيرة ARTS\*\*

سعى بنك الجزائر بالتعاون مع وزارة المالية وبمساعدة البنك الدولي إلى إنجاز نظام دفع إلكتروني حديث يعتبر من أهم ما توصلت إليه التكنولوجيا الحديثة في الجزائر، وهو نظام الدفع الإجمالي الفوري للمبالغ الكبيرة والمدفوعات المستعجلة وهذا بهدف تطوير نظم الدفع والتسوية للمصارف الجزائرية<sup>1</sup>.

ويعتبر نظام الجزائر للتسوية الفورية ARTS وفق المادة 02 للتنظيمية رقم 04-05 المؤرخة في 13 أكتوبر 2005 والمتعلقة بنظام التسوية الفورية للمبالغ الكبيرة والدفع المستعجل، نظاما للتسوية بين البنوك لأوامر الدفع عن الطريق التحويلات البنكية أو البريدية للمبالغ الكبيرة والتي تزيد قيمتها عن مليون دينار

\*SMS: Short Message System.

\*\*ARTS : Algerian Real Time Settlement.

<sup>1</sup>Benalima Ammour, le système bancaire algérien texte et realite, 2éme edition, dahleb, algerie, 2001, p: 66.

جزائري أو الدفع المستعجل التي يقوم بها المشاركون في هذا النظام. فما يميز النظام الجزائري للتسوية الفورية هو الأهمية النسبية لحجم العمليات من بنك إلى بنك مقارنة مع التحويلات لصالح زبائن البنك. ويعرف أيضا أنه نظام مركزي إلكتروني أنشأ لتسوية المبالغ الإجمالية ما بين البنوك لأمر حقيقي، ويتم فيه تسيير التحويلات بصفة مستمرة وفورية على أساس إجمالي، ويتم العمل به بداية من الساعة الثامنة صباحا إلى غاية الخامسة مساءً وكل يوم<sup>1</sup>.

دخل نظام ARTS حيز التنفيذ أواخر ديسمبر 2006، حيث أنه لكل من المؤسسات المالية المشاركة في هذا النظام الحق في التعامل به وفقا لشروط من بينها إمتلاك حساب تسوية لدى بنك الجزائر، وجود عمليات دفع معينة ما بين المؤسسة المالية وبنك الجزائر الذي يعتبر المشرف الأول والرئيسي على هذا النظام، الذي سوف يمكننا في الأخير من المراقبة الجيدة لحركة التحويلات المالية وإمكانية التأكد من قانونيتها وخلوها من عمليات تبييض الأموال. ويهدف أساسا هذا النظام إلى تخفيض التكاليف الإجمالية، تقوية العلاقات بين المصارف، وكذا تلبية إحتياجات العملاء وذلك بإستخدام نظام الدفع الإلكتروني، ويقوم نظام ARTS على عمليتين مهمتين هما:

### 1. عملية الإيداع: وتتم هذه العملية كالآتي:

- يقوم الأطراف المشاركون بنظام التسوية الإجمالية الفورية بإجراء عملية إيداع الأموال عن طريق الفرع الرئيسي لها لدى شبك بمقر بنك الجزائر وفق كشف الإيداع؛
- يقوم أمين صندوق بنك الجزائر بفحص الوثائق ثم إدخال رقم العملية، إسم البنك، وقيمة المبلغ المودع؛
- يقوم نظام ARTS بإبلاغ المشاركين بإشعارات الحسابات الدائنة الخاصة بكل عملية إيداع والقيام مباشرة بجعل الحسابات دائنة بقيمة المبالغ المودعة.

### 2. عملية السحب: وتتم وفق الخطوات التالية:

- يقوم المشتركين بالنظام بتحويل إحتياجاتهم المتوقعة من النقود الإئتمانية إلى البنك المركزي؛
- يقوم البنك المركزي بجمع الإحتياجات الخاصة على مستوى كل ولاية لمختلف المقرات؛

<sup>1</sup> زبير عياش، بوكحيل نسيم، تطوير وعصرنة الخدمات البنكية في ظل التوجه نحو إقتصاد المعرفة-حالة الجزائر-، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، العدد الخامس، جامعة ميله، الجزائر، جوان 2017، ص-ص: 532-594.

- يرسل المشاركون بنظام ARTS أوامر التحويل الخاصة بعملية الحجز؛
- يقوم نظام ARTS بإقرار عملية الحجز مع الإشعار بجعل الحساب مدين، يحتوي هذا الإشعار على قيمة المبلغ وكذا رقم التصريح؛
- يتحمل المشاركون بالنظام مسؤولية إبلاغ رقم التصريح والمبالغ أيضا لفروعها المختلفة؛
- تتقدم فروع البنك المشتركة بالنظام إلى الشبايك بمقرات بنك الجزائر مع رقم التصريح والمبلغ الذي سيتم سحبه<sup>1</sup>.

يتحصل كل مشارك في نظام ARTS على الرموز السرية التي تمكنه من إجراء عمليات الدفع بعد تقديم طلب الإنخراط ومرافقته من طرف بنك الجزائر.

### الجدول رقم (10.3): تطور المعاملات المالية عبر نظام ARTS خلال الفترة 2017-2018

السنوات	عدد الأيام المعمول بها	عدد المعاملات	المتوسط اليومي للعمل	المبلغ مليار دج	معدل نمو القيمة %	معدل نمو حجم العمليات %
2017	252	339227	1346	99896	-	-
2018	252	360919	1432	101621	+1.73	+6.39

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على تقارير بنك الجزائر لسنة 2018.

نلاحظ من خلال الجدول أن نظام الجزائر للتسوية الإجمالية الفورية للمبالغ الكبيرة عالج ما يعادل 360.919 عملية، بمبلغ إجمالي قدره 101.621 مليار دينار، مقابل 339.227 عملية بمبلغ قدره 99.896 مليار دينار في سنة 2017، أي بارتفاع من حيث الحجم بنسبة 6,39 %، ونمو بنسبة

<sup>1</sup> كريمة بن شنيبة، عبد القادر مطاي، مقومات تنشيط الصيرفة الإلكترونية بالجزائر، مجلة الريادة للأعمال الاقتصادية، العدد الأول، جامعة شلف، الجزائر، 2019، ص: 106.

1,73% من حيث القيمة. كمتوسط يومي عاجل هذا النظام 1.432 عملية، بمبلغ قدره 403 مليار دينار في سنة 2018، مقابل 1.346 عملية بمبلغ قدره 396 مليار دينار خلال 2017.

وهذا التطور في القيمة والحجم يدل على وجود موثوقية لعمليات أنظمة التسوية الإجمالية الفورية للمبالغ الكبيرة بشكل عام<sup>1</sup>.

### ثانيا: نظام المقاصة الإلكترونية الجزائري ATCI\*

حدد نظام ATCI بمقتضى النظام رقم 05-06 الصادر في 15 ديسمبر 2005 ودخل حيز التنفيذ يوم 15 ماي 2006 يسعى إلى تسوية المعاملات ومعالجتها عن بعد ما بين البنوك والمؤسسات المالية. ويمثل هذا النظام القسم الثاني من أنظمة الدفع المتطورة، ويعرف أيضا بنظام الدفع الشامل للمبالغ الصغيرة، يختص بالتسوية والمعالجة الآلية للمعاملات المالية بين المصارف والمؤسسات المالية تحت إشراف البنك المركزي الجزائري، وذلك بإستعمال وسائل متطورة مثل المساحات الضوئية والبرمجيات المختلفة، وفق المعايير الدولية بهدف التحسين النهائي للخدمات البنكية المقدمة للزبائن، حيث تتم عملية المقاصة بصورة آلية بين البنوك إعتقادا على الربط الشبكي فيما بينها، ويتعلق النظام بالمقاصة الإلكترونية للصكوك، السندات، التحويلات، والإقتطاعات الأوتوماتيكية التي تقل قيمتها عن عشرة ملايين دينار جزائري<sup>2</sup>.

يقوم نظام المقاصة الإلكترونية على نفس المبادئ التي تقوم عليها أنظمة المقاصة العالمية الأخرى، إلا أن الغاية من إستخدامه والمؤسسات المشاركة فيه تختلف من بلد لآخر كل حسب أهدافه المسطرة.

### 1. أهداف نظام ATCI: يمكن إيجاز أهداف هذا النظام في النقاط التالية:

● الإنتقال من التبادل التقليدي ما بين البنوك لعمليات الدفع التي ينفذها المتعاملون إلى التبادل الآلي؛

<sup>1</sup> المرجع السابق، ص: 108.

\*ATCI: Algérie TéléCompensation Interbancaire.

<sup>2</sup>كون فتيحة، نظام المقاصة الإلكترونية كآلية لتطوير وتحديث وسائل الدفع بالجزائر، المجلة الجزائرية للإقتصاد والمالية، العدد السابع، جامعة المدية، الجزائر، أبريل 2017، ص: 381.

• تسهيل مهمة بنك الجزائر في التحكم أكثر في الكتلة النقدية وتمكينه من مراقبتها بشكل فعال وكذا محاربتة لجرائم غسيل الأموال؛

• توفير أداة فعالة وآمنة للدفع خاصة وأنها أصبحت كبديل أكثر أمنا في مراقبة المبالغ ذات القيم الكبيرة وهذا بفضل إستعمال تقنية التشفير؛

• ضمان أمن المبادلات ما بين المشتركين في النظام وذلك تفاديا لحدوث خسائر محتملة أو مشاكل تتعلق بالمحاسبة، وكذلك تمكين المشتركين من بنوك ومؤسسات مالية من تحسين إدارة سيولتها؛

• تكريس الثقة أكثر لدى العملاء من أجل تعاملهم أكثر من وقت مضى بوسائل الدفع.

**2. المؤسسات المشاركة في نظام ATCI:** دخل هذا النظام الذي يعتمد على نظام التبادل المعلوماتي للبيانات الرقمية والصور حيز التنفيذ يوم 15 ماي 2006 وهو أول يوم للتبادلات، وكانت البداية بمعالجة الصكوك على أن تتطور العملية لتشمل باقي وسائل الدفع نهاية 2006 وكان ذلك بإشتراك كل من بنك الجزائر، كل البنوك، إتصالات الجزائر، بريد الجزائر، شركة ساتيم، جمعية البنوك والمؤسسات المالية بكل فروعها ومكاتبها عبر التراب الوطني.

إن الجزائر وبموجب الأمر 03-97 تنظم في مادته الثالثة تسيير مهام غرفة المقاصة، التي تهدف أساسا إلى تسهيل العمليات المالية اليومية للمشاركين فيما بينهم، بغض النظر عن الوسائل المستعملة عادية كانت أم إلكترونية يتحمل مصاريف تسييرها المشتركين فيها حسب الشروط المقررة من طرف البنك الجزائري. وتشير المادة 18 من التنظيم أنه يقصد بعملية المقاصة كافة العمليات التحويلية اليومية بين البنك الجزائري والأعضاء من جهة، وبين الأعضاء فيما بينهم من جهة أخرى لصالح صاحب الحساب لدى المشتركين فيها بكافة وسائل الدفع التقليدية والإلكترونية ويتم ذلك في مقر الغرفة وبحضور ممثل لكل عضو معني بالعملية التحويلية.

**3. نشاط نظام المقاصة للفترة 2017-2018:** يتم توضيح تطورات المعاملات نظام المقاصة الإلكترونية الجزائرية حسب الجدول التالي:

الجدول رقم (11.3): تطور المعاملات باستخدام نظام ATCI خلال الفترة 2017-2018

السنوات	عدد الأيام المعمول بها	عدد المعاملات مليون	المتوسط اليومي للعمل	المبلغ مليار دج	معدل نمو القيمة %	معدل نمو حجم العمليات %
2017	251	22,946	91419	18753	-	-
2018	251	25,030	99721	17016	-10,20	+8,32

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على تقارير بنك الجزائر 2018.

من خلال الجدول نلاحظ أن نظام ATCI عالج سنة 2018 ما يعادل حجم 25,030 مليون عملية، بقيمة قدرها 17.016 مليار دينار، مقابل 22,946 مليون عملية بقيمة قدرها 18.753 مليار دينار في سنة 2017، أي بارتفاع بلغ 8,32 % من حيث الحجم وإنخفاض بلغ 10,20 % من حيث القيمة. وعالج هذا النظام في سنة 2018، متوسط حجمي يومي قدره 99.721 عملية، بقيمة إجمالية تعادل 67,796 مليار دينار، مقابل 91.419 عملية، بقيمة 74,716 مليار دينار خلال سنة 2017. وهذه الأرقام توضح أن عدد المعاملات تطور بسبب إنخفاض الإنقطاعات المستمرة في الشبكة ما بين البنوك، وذلك لأن البنك المركزي يعطي أولوية لإنجاح هذا النظام لما فيه من فائدة للبنك.

### ثالثا: نظام الدفع الدولي SWIFT ونظام Western Union

من بين الأنظمة التي إعتدتها الدولة الجزائرية لتقديم أفضل الخدمات البنكية هي نظام سويفت، ونظام التحويلات السريعة لإرسال وإستقبال الأموال في معظم دول العالم خلال فترة زمنية لا تتجاوز عشر دقائق وخدمة الدفع السريع.

1. نظام سويفت في الجزائر: يعتبر نظام SWIFT نظام مركزي عالمي لتنفيذ الحوالات المالية المتبادلة بين البنوك إلكترونيا بإعتماده مقاييس ورموز دولية محددة لكل بنك تسمى سويفت كود، يمكن العميل من إجراء حوالات لجيع دول العالم تصل لحساب المستفيد خلال 24 ساعة عمل كحد أقصى في الحالات العادية.

وفي إطار إنتساب الجزائر لنظام سويفت وإستعماله على مستوى البنوك والمؤسسات المالية الجزائرية، أسست من طرف بنك الجزائر مجموعة مستعملي نظام سويفت، حيث أن إنضمام البنك الخارجي الجزائري إلى هذا النظام كان عام 1998، ليبدأ العمل في 02 ديسمبر 1991 بإستعمال موزع مزود ببرنامج سويفت. ويستعمل البنك الخارجي حاليا مجموعة برامج ثانوية لنظام سويفت وعلى هذا فإن البنك الخارجي إنتقل من نظام SWIFT إلى نظام SWIFET NET وهذا من أجل إستعمال التكنولوجيا الجديدة لتجنب أي تأخير يطرأ على شبكات النظام الذي يعتبر الوسيلة الأكثر موثوقية في الاتصالات ما بين البنوك عبر العالم<sup>1</sup>.

ومن بين أهم المميزات التي جعلت الدولة الجزائرية تعمل به:

- وسيلة مضمونة وآمنة لإستقبال الأموال وإرسالها عالميا؛
- لا يوجد حد أعلى لقيمة الحوالة؛
- يتم إصدار الحوالات بجميع العملات الأجنبية؛
- سرعة إصدار الحوالة وإمكانية إصدارها دوريا بموجب تعليمات ثابتة على حساب العميل.

**2. نظام التحويلات السريعة Western Union:** هو نظام أمريكي يستخدم لإرسال وإستقبال الأموال في معظم دول العالم خلال فترة زمنية لا تتجاوز عشر دقائق بالإضافة إلى خدمة الدفع السريع والتي توفر للعميل إرسال الدفعات النقدية المستحقة للشركات إلى البنوك ذات الصلة بشركة Western Union، حيث أنه لا يجوز تحويل أكثر من 10 آلاف دولار أمريكي إلا بموجب الوثائق التي تثبت الغاية من التحويل، وهذا راجع لمحاولات التزوير التي قد تحدث.

أنشئ في الجزائر نظام تحويل الأموال عن طريق Western Union مع بعض المرافقة البريدية ذلك إعتبارا من ماي 2001، إن هذا الأخير يسمح للمستفيدين بتحويل الأموال من أكثر من 200 بلد في جميع أنحاء العالم، لجمع مبلغ نقدي بالعملة الصعبة حيث أنه تم توسيع هاته الخدمة في كافة التراب الوطني، وتم تشغيل برنامج النقاط Western Union في ديسمبر 2003 مع التكليف من محطات الدفع لـ 9000 وحدة في المرحلة الأولى للإستفادة من التحويلات المالية من خارج البلد حيث أنها تدفع نقدا بالعملة

<sup>1</sup> فوزية زحاف، نظام الدفع الإلكتروني في البنوك الجزائرية-حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية-، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علوم التسيير، تخصص مالية وبنوك، جامعة العربي بن مهيدي-أم البواقي)، الجزائر، 2013، ص: 82.

المحلية، كما أن المسؤولين يبحثون على سبل وحلول لتحسين أكثر من فعاليات هذا المنتج بغية تلبية توقعات العملاء وإرضائهم لتشمل خدمات إضافية، بما في ذلك تصور تحويل العملات لأي مستفيد صاحب العملات الأجنبية مع البنوك التجارية، خلفية نقل الأموال من الخارج للمستفيدين المعترف بهم وفقا للأحكام التي تضبط الصرف.

تتميز هذه الخدمة بالأمان والسرعة، والبساطة في التنفيذ، ولكن لكي تكون فعالة وترقى إلى المستوى الذي يطمح إليه العملاء يجب أن تتدعم بمجموعة أخرى من الخدمات الثانوية بالإضافة إلى مراعاة العملاء لبعض الأمور وهي: الحصول على الأموال المحولة بالعملية الصعبة يستوجب فتح حساب بنكي لدى أحد البنوك التجارية، لا تسلم المبالغ أو الأموال إلا شخصيا، وعند تحويل الأموال إلى الخارج يجب مراعاة الفوارق في أسعار صرف العملات التي قد تؤثر على قيمة المبالغ المحولة<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup>Le site officiel d'ALGERIE POSTE, <https://www.poste.dz/>, page consultée le (16-06-2021, 22 :15).



## المبحث الثالث: وضعية التجارة الإلكترونية في الجزائر

تتوفر في الجزائر مؤهلات تسمح لها بالإنسيان ضمن الديناميكية العالمية لبناء قاعدة تكنولوجية وتعزيز الأعمال التجارية والبنكية الإلكترونية، وهذه التوجهات الإستراتيجية قد لا ترد أرقام وإحصائيات دقيقة عن حجم ونمو التجارة الإلكترونية في الجزائر، لكن مؤشراتنا وملاحظاتها تظهر جليا في مختلف جوانب هذا النوع من التجارة، كتعدد المواقع الإلكترونية التي تعتمد عليها معظم المؤسسات، الأفراد والحكومة الجزائرية.

## المطلب الأول: إستراتيجية الجزائر الإلكترونية

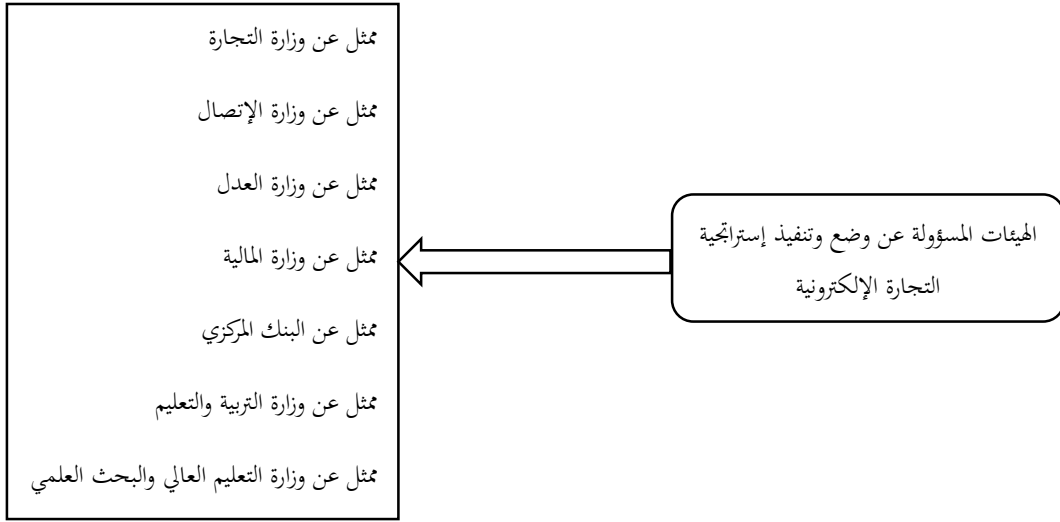
تسعى الجزائر إلى إحلال نظام إلكتروني شامل، وتعميم استخدام الوسائل الإلكترونية للمساعدة في بناء تجارة إلكترونية في الجزائر، والتي تطمح جاهدة للحاق بالتطورات التكنولوجية الحاصلة في العالم، وتعظيم الاستفادة من التقنيات الحديثة للإتصالات والمعلومات، وذلك من خلال تبني إستراتيجية تنعكس إيجابا على التجارة الإلكترونية في الجزائر.

## أولا: الإطار العام لإستراتيجية التجارة الإلكترونية في الجزائر

تحدد التجارة الإلكترونية رؤية واضحة لتطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر، من خلالها يجب التغلب على المصاعب ونقاط الضعف التي تعيق ظهور وتطوير التجارة الإلكترونية في الوقت الحاضر وإستغلال الفرص المتاحة. وتمس إستراتيجية التجارة الإلكترونية قطاعات مختلفة حسب المتطلبات التي تقوم عليها والشكل البياني التالي يوضح الجهات المسؤولة عن وضع وتنفيذ إستراتيجية التجارة الإلكترونية في الجزائر<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>قندوز فاطيمة الزهراء، التجارة الإلكترونية، تحدياتها وآفاقها في الجزائر، (مذكرة تخرج لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص تحليل إقتصادي، جامعة الجزائر 3-الجزائر)، الجزائر، 2013، ص: 193.

الشكل البياني رقم (3.3): الجهات المسؤولة عن وضع وتنفيذ إستراتيجية الجزائر الإلكترونية



المصدر: قندوز فاطيمة الزهراء، التجارة الإلكترونية تحدياتها وأفاقها في الجزائر، (مذكرة تخرج لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية في العلوم الاقتصادية وعلوم تسيير، تخصص تحليل إقتصادي، جامعة الجزائر3 - الجزائر)، الجزائر، 2013، ص: 194.

ويعتبر تدخل الدولة مهما في بعض القضايا مثل تلك المتعلقة بالضرائب والبنية التحتية. وإن توفير إستراتيجية التجارة الإلكترونية وتوفير متطلباتها يكون على المستوى الحكومي من خلال تعيين سلطة مسؤولة عن التنسيق والتنفيذ تضم ممثلين من جميع القطاعات المذكورة في الشكل أعلاه، كما أنا القرارات المتخذة بشأن هذه الإستراتيجية جاءت نتيجة لتضافر جهود جميع القطاعات وذلك لضمان نشر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وكذا التجارة الإلكترونية.

وأطلق على هذه الإستراتيجية مشروع الجزائر الإلكترونية 2013، وشارك فيها أكثر من 300 ألف شخص في طرح الأفكار بالإضافة للهيئات أعلاه، خلال مدة ستة أشهر والذي تضمن 13 محور من بينها:

● تسريع إستعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال؛

● تعزيز البنية الأساسية للإتصال السريع فائق السرعة؛

● تنمية القدرات البشرية؛

● تعزيز وتنمية البحث والتطوير في الجزائر؛

● تأهيل الإطار القانوني الوطني؛

• تطوير الدفع الإلكتروني<sup>1</sup>..

ثانيا: إنعكاسات إستراتيجية التجارة الإلكترونية في الجزائر

إستراتيجية التجارة الإلكترونية في الجزائر مست عدة مجالات منها تسويق المبيعات والترويج، التمويل والتأمين، المعاملات التجارية كالطلب والتوزيع والدفع، ونجد من أهم إنعكاسات هذا النوع من التجارة على الاقتصاد الوطني جراء اعتمادها ما يلي:

• فتح آفاق أوسع أمام المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، خاصة تلك التي تعاني من مشكل صعوبة النفاذ إلى الأسواق العالمية نتيجة صغر حجمها وإنخفاض مواردها، وبالتالي فإن المؤسسة الصغيرة غير المعروفة حتى على المستوى المحلي يمكن أن تفتح أمامها آفاق واسعة على المستوى العالمي، فضعف معدل التواصل مع العالم الخارجي أدى إلى عزلة شركائنا، فهي غير ظاهرة في الأسواق الخارجية ولا تؤثر في السوق المحلية؛

• الاستفادة من الخدمات والسلع الأجنبية والتكنولوجيا المتطورة بتالي توفر إمكانية إخراج الاقتصاد الوطني من تخلفه وإعطائه قدرة تنافسية أكبر؛

• تطوير العمل المصرفي الجزائري لما يتوافق مع متطلبات التجارة الإلكترونية، خاصة فيما يخص طرق الدفع الإلكترونية المختلفة؛

• سهولة الوصول إلى شريحة كبيرة من المستهلكين المحليين والأجانب؛

• تعد التجارة الإلكترونية واحدة من أهم الأدوات التي تحقق المشروعات المتوسطة والصغيرة؛

• القدرة على المشاركة في حركة التجارة العالمية بفعالية وكفاءة لما تقدمه من خفض تكاليف التسويق والدعاية والإعلان وكذا وفرة كل من الوقت والزمان والمكان المطلوبين لأداء المعاملات التجارية مما يساعد هذه الأخيرة على إختراق الأسواق العالمية؛

وكشف تقرير الأمم المتحدة حول التجارة والرقمنة عن تحقيق الجزائر لتقدم هائل فيما يخص التجارة الإلكترونية، وهذا عائد لتبنيها إستراتيجية الجزائر الإلكترونية الفعالة، حيث كانت الجزائر تحتل المرتبة 109

<sup>1</sup> خالد بن ساسي، واقع التجارة الإلكترونية والإمداد في الجزائر، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 12، جامعة ورقلة، الجزائر، 2017، ص-ص: 211-210.

عالميا في سنة 2019 قبل أن تحرز تقدما كبيرا لسنة 2020 والتي جاءت في المرتبة 80 عالميا والرابعة إفريقيا وفي المركز العاشر عربيا، ويمكن القول بالإضافة للجهود المبذولة في هذا القطاع ساعدت جائحة كورونا على إنتعاش هذا القطاع في الجزائر<sup>1</sup>.

### المطلب الثاني: مواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر

لقد بدأت ملامح التجارة الإلكترونية بالظهور في الجزائر من خلال قيام بعض المؤسسات العمومية والخاصة بإنشاء مواقع إلكترونية خاصة بها، كذلك ظهور العديد من المواقع المختصة في الإعلانات، البيع والشراء الإلكتروني والتي تتناسب مع المواقع العالمية وبالنظر للمواقع الحقيقية للتجارة الإلكترونية التي تسمح بالقيام بمبادلات تجارية على شبكة الأنترنت بإستعمال وسائل الدفع الإلكترونية والتي مست مختلف المجالات والتي تحتوي على كتالوجات للسلع، نماذج للطلبات والحجز وغيرها، وقد لقيت هذه المواقع رواجاً واسعاً من قبل مستخدمي الأنترنت ولها نوعين هما:

#### أولاً: المواقع الخاصة بالإعلانات

يمكن أن تصنف مواقع الويب الإشهارية من بين مواقع التجارة الإلكترونية، رغم أنه لا تتم عبره عملية الشراء، لكن مادامت هناك إعلانات ومعلومات عن السلع والخدمات في هذه المواقع، فهذا يعطينا الحق بأن نسميها كذلك للتجارة الإلكترونية، والتي تلعب دور الوسيط الإلكتروني بين عارض السلعة أو الخدمة وطالبتها، وفيما يلي سنتطرق لبعض هذه المواقع في الجزائر:

● **موقع واد كنيس:** يعتبر من أقوى المواقع الإلكترونية في الجزائر، تم إنشائه سنة 2006 يصنف الأول وطنيا والثالث عالميا بين المواقع التي يتصفحها الجزائريون وهذا حسب إحصائيات موقع أليكسا\* لسنة 2020 حيث بلغ عدد زوار هذا الموقع 12 مليون زائر في شهر واحد ما بين 20 ديسمبر 2020 و 20 جانفي 2021، بحوالي 600 ألف زائر يوميا، ويوفر موقع واد كنيس فرص الإعلان المجاني، مساحات إشهارية

<sup>1</sup>تباني أمل، مرعد سعدة، واقع ومستقبل التجارة الإلكترونية في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص-ص: 89-92.

\*موقع أليكسا: موقع إلكتروني متخصص في إحصائيات وترتيب مواقع الأنترنت.

لمختلف الشركات باعتباره أول موقع للإعلانات في الجزائر بما فيها العقارات، السيارات، الإعلام الآلي، قطع الغيار، الهواتف والأجهزة الإلكترونية، خدمات، مناصب عمل، رحلات، ملابس وغيرها<sup>1</sup>؛

• **موقع صنع في الجزائر:** هو عبارة عن سوق إفتراضية جزائرية يسمح فيها للشركات بعرض سلعها وخدماتها بطريقة حديثة، مما يوفر قاعدة للتجارة الإلكترونية بين الشركات ويهتم هذا الموقع بالشركات الجزائرية خاصة المصدرة منها لمساعدتها لترويج منتجاتها، وترقية الصادرات. من خلال تقديم العرض الأسرع لنشر المعلومات التجارية على عدد كبير من المؤسسات وإتاحة إمكانية التواصل بين العارضين والطلابين<sup>2</sup>؛

• **موقع سوق الجزائر:** هو موقع للمزاد الإلكتروني تأسس في جوان 2008 مقره ولاية المسيلة، وبدأ نشاطه التجريبي في 20 أوت 2008 كأول مزاد إلكتروني جزائري على شبكة الأنترنت، يوفر خدمة البيع والشراء عبر نظام المزاد باللغتين العربية والفرنسية، بالإضافة إلى الكثير من الخدمات التي هدفها تطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر، حيث يلعب موقع سوق الجزائر دور الوسيط بين البائع والمشتري، فينظم كافة العمليات بينهما مع ضمان توفير الحماية إذ يضمن للبائع دفع المشتري لقيمة السلعة قبل أن يستلمها كما يضمن للمشتري ألا يدفع البائع إلا بعد أن يستلم المشتري سلعته؛

• **موقع أشاقو ACHAGO:** هو موقع وتطبيق صممه وأطلقته شركة فريهالي FREEHALI الجزائرية بداية سنة 2021، المختصة في تطوير البرمجيات والتطبيقات الإلكترونية، وهو موقع يستجيب للمواصفات العالمية في هذا المجال. ويمنح الزبون الجزائري خدمات هي الأولى في السوق الوطنية، فهو يقدم إعلانات للمنتجات للسلع والخدمات المعروضة في جل المحلات المحلية، بالإضافة إلى هذه الخاصية يكون بإمكان المستهلك الذي يبحث عن منتج معين ولأول مرة في الجزائر أن يقدم الطلب مرفوقا بصورة المنتج للحصول على عروض من المحلات التي تسوقه والسعر المقترح ما سيمكن الزبون من الحصول على السلع المطلوبة دون عناء<sup>3</sup>؛

<sup>1</sup>صراع كريمة، كربالي بغداد، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة 2000-2018، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، العدد الأول، جامعة وهران، الجزائر، 2019، ص: 219.

<sup>2</sup>فلاق شيرة، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص: 42.

<sup>3</sup>الموقع الرسمي لمؤسسة أشاقو، (2021-06-22)، (16:15)، <https://www.achago.com>

• **موقع بصحة BEESIHA:** يعد هذا الموقع الرقمي الأول من نوعه في الجزائر يسمح للأطباء والمرضى بإستعماله في حجز المواعيد والإستشارة عن بعد، أنشئ في نوفمبر 2020 والدافع كان ظهور وباء كورونا، ويضم هذا الموقع أكثر من 600 طبيب في جميع التخصصات الطبية<sup>1</sup>؛

• **مواقع الصحف والمجلات:** أغلب زوار الأنترنت الجزائريين كغيرهم من باقي أفراد دول العالم يغلب على إهتمامهم الأخبار وجديدها والولوج إلى أكبر الوكالات الإخبارية المحلية، وهذا ما إستغلته مواقع الصحف في وضع إعلانات عن المنتجات والخدمات للشركات والمجلات التجارية، ويصنف موقع صحيفة النهار أوليين الجزائرية في المرتبة التاسعة من المواقع التي يتصفحها الجزائريين. وإستقطبت المواقع الإلكترونية حتى نهاية سنة 2020 حسب إحصائيات وزارة الإتصال 1,7 مليون زائر يوميا، بالإضافة إلى 84 موقع صحفي محصن ومؤمن مصرح بهم لدى الوزارة، ولأهمية هذه المواقع الإلكترونية في الدولة الجزائرية خصصت وزارة الإتصال قرض مالي يقدر بمليار سنتيم لكل موقع ومؤسسة ناشئة من بداية سنة 2021.

#### ثانيا: المواقع الخاصة بالبيع والشراء

تحول الكثير من المواقع الخاصة بالإعلانات التجارية فقط إلى متاجر إلكترونية مختصة في الإعلان، البيع، والشراء لما لها من دور في تطوير الوضع الاقتصادي الوطني، وتحديد القطاع التجاري، خاصة لما تقدمه من حلول لوجيستكية وتكنولوجية فيما يتعلق بأمور الشحن، التوصيل، والدفع الإلكتروني ومن بينها:

• **موقع المسمار ELMISMAR:** هو موقع إلكتروني تجاري تأسس سنة 2009، وكان الموقع على الخط في 15 أكتوبر 2010، يختص بترويج وبيع الكتب عبر الأنترنت وكذا نشر الإبداعات بشتى أنواعها، فهو مكتبة إفتراضية بالحظيرة التكنولوجية لسيدى عبد الله كمؤسسة مبتدئة مختصة في مجال نشر وبيع الكتب والأقراص المضغوطة عبر الأنترنت، فموقع المسمار هو موقع متكامل للتجارة الإلكترونية إذ لديه كل طرق الدفع العصرية والأمنة عبر شبكة الأنترنت ولديه أيضا الحلول لإيصال السلع والخدمات لطالبيها سواء في الجزائر أو خارجها<sup>2</sup>؛

<sup>1</sup>Le site officiel de BISIHA, <https://www.besssiha.io>, page consultée le (23-06-2021, 15 :30).

<sup>2</sup>الموقع الرسمي لمؤسسة المسمار، (24-06-2021، 18:20)، <https://www.elmismar.com>.

• **موقع شركة الخطوط الجوية الجزائرية:** قامت الشركة بإنشاء موقع على شبكة الأنترنت يسمح بتقديم العديد من الخدمات منها إمكانية الحجز المباشر على الشبكة مع إدخال الدفع الإلكتروني ببطاقة الدفع ما بين البنوك والبطاقة الخاصة ببريد الجزائر، حيث يمكن شراء التذاكر مباشرة على الأنترنت مع الخطوط الجوية الجزائرية؛

• **متجر ديزاد بوم Dz Boom:** هو موقع إلكتروني يتيح لمستخدميه من فئة المستهلكين، شراء كل ما يرغبون به بكل سرعة وسهولة ممكنة، والدفع بعد الإستلام مع توفير خاصية توصيل السلع التي تتنوع بين مواد ومستحضرات التجميل، مواد صحية، كتب، ألبسة وما إلى ذلك، وعن مرئادي هذا الموقع فهم من كلا الجنسين ومن مختلف الفئات العمرية، ما يؤكد أن التسوق الإلكتروني ينمو بشكل كبير ويقراً احتياجات ورغبات جميع الزبائن على اختلافها؛

• **متجر فور شوب FoorShop:** موقع جزائري يوفر منتجات عالية الجودة في مختلف المجالات يحتوي الموقع على منتجات بمختلف الأسعار والتي تبدأ من 500 دينار جزائري، يتم الشحن لكل ولايات الوطن، حيث يتصل العون المكلف بالتوصيل على هاتف العميل الذي سجل طلبه، ويكون الدفع عند الإستلام، ولكن تختلف سرعة الشحن حسب تواجد المدينة بالنسبة للعاصمة؛

• **موقع اشري لي ECHRILI:** هو موقع جزائري مخصص لبيع المنتجات الغذائية والإستهلاكية والذي يحتوي على الكثير من المنتجات والتي تصل العميل في أسرع وقت ممكن، ومن أهم مميزات الموقع أنه يدعم اللغة العربية بشكل كامل مما يساعد في الشراء بكل بساطة وسهولة على الموقع. بالإضافة إلى أن الموقع يوفر عدد كبير من وسائل الشحن للعميل التي تساعد في وصول المنتجات إلى الزبون في أي ولاية من ولايات الجزائر بشكل سريع وبتكاليف شحن بسيطة تدعم العديد من المناطق؛

• **متجر باتوليس BATOLIS:** وهو موقع جزائري للمبيعات عبر الأنترنت، تم إنشاؤه في سنة 2015 من قبل شركة مامس بروس المختصة في بيع مختلف السلع، وحسب هذه الأخيرة فموقع باتوليس يستقبل 5 ملايين زائر شهرياً، ويكون إستقبال الطلبات والاستعلامات من السبت إلى الخميس من 9 سا- 18 سا، والذي يضم عدد كبير ومتنوع من المنتجات، ويتوفر باللغة العربية والفرنسية ويمكن للزبائن شراء ما يرغبون من سلع والدفع إما عند الإستلام أو عن طريق التحويل البنكي أو البريد، وتستغل مدة استلام الطلبية

الى 3-10 أيام، مع إمكانية الاستبدال أو الإرجاع لمختلف المنتجات، في حال وجود مشاكل أو تأخير وما الى ذلك من أمور؛

• **موقع جوميا الجزائر JUMIA**: تأسس سنة 2014 في الجزائر، ويعتبر موقع للتسوق عبر الأنترنت يساعد الجزائريين على الشراء عبر الأنترنت بضغطة زر لتصل السلعة المحجوزة إلى باب البيت بدون جهد مبذول مع إمكانية الدفع عند الإستلام، حيث يعتبر أول موقع جزائري في مجال البيع والشراء في الجزائر ويصل زوار هذا الموقع إلى 300 ألف زائر يوميا، ويحتوي على عدة فروع كجوميا الجزائر للتسوق، للأكل، للمنازل، وللسفر وهذا التنوع ما يميزه عن باقي المواقع، وله 18 مليون متتبع على صفحته في الفيسبوك ما يوضح أهميته وموقعه الجيد في الجزائر<sup>1</sup>.

بالإضافة إلى ما سبق من المواقع، تقدم مواقع التواصل الاجتماعي عروض عن السلع والخدمات عبر الفيسبوك والأنستغرام وغيرها حيث أن عدد مستخدمي هذه المواقع إرتفع في الجزائر حتى جانفي 2021 بـ 13.6 % أي بثلاث ملايين خلال سنة واحدة وهو ما جعل العدد الإجمالي لمستخدمي هذه المواقع يقفز إلى 25 مليون مستخدم.

### المطلب الثالث: تصنيفات التجارة الإلكترونية في الجزائر

التجارة الإلكترونية اليوم هي بمثابة لغة عالمية جديدة لمختلف الاقتصاديات، فإتساع رقعة إستعمال الأنترنت بين مختلف أوساط فئات المجتمع، أحدث تغييرا كبيرا في التعاملات التجارية للجزائريين، وقد سارعت العديد من المؤسسات الجزائرية والأفراد لتبني الأنماط الحديثة لتسويق منتجاتها عبر الوسائط الإلكترونية.

#### أولا: التجارة الإلكترونية والمؤسسات الجزائرية

إن التطور المذهل الذي أحدثته ثورة تكنولوجيا الإعلام والإتصال في عالم الأعمال والتجارة، يفرض على المؤسسات الجزائرية ضرورة التفكير الحاد في إستعمال هذه التكنولوجيات خاصة الأنترنت كقاعدة، ويدفعها لبداية العمل على تفعيل الفائدة العظمى للتجارة الإلكترونية في قنوات عملها اليومية، وقد بدأت

<sup>1</sup>تباني أمل، مرعد سعدة، واقع ومستقبل التجارة الإلكترونية في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص-ص: 65-67.



المؤسسات الجزائرية تقبل فكرة الشراء الإلكتروني، ولكن بمستويات مختلفة، وحسب وزارة التجارة فالجزائر تضم أكثر من 1700 مؤسسة تجارية لكن معظمها لها مواقع إلكترونية ساكنة.

ومن أجل إدماج موقع الويب الخاص بالمؤسسة التجارية في الجزائر مع منصة الدفع عبر الأنترنت، يجب على الشركة الإتصال بالبنك المحلي الذي تريد التعامل معه والذي يتصل بدوره بتجمع النقد الآلي للحكم في طلب الإدماج، وبمجرد الحصول على الموافقة يتم وضع عقد عضوية بين البنك والمؤسسة. وحسب شركة ساتيم فإن الجزائر يوجد بها 97 مؤسسة معتمدة في مجال التجارة الإلكترونية لسنة 2020 مقارنة بـ 2019 حيث كان هناك 71 مؤسسة أي إرتفع العدد بـ 26 مؤسسة وهذا يدل على وعي مسيري هذه الشركات لأهمية التجارة الإلكترونية<sup>1</sup>.

وفيما يأتي سنذكر بعض الأمثلة عن هذه المؤسسات بخلاف بريد الجزائر، الجزائرية للمياه، طيران الجزائر، إتصالات الجزائر وغيرها من المؤسسات العمومية:

● **مؤسسة أثاث ألمانيا الجزائر:** هي شركة لبيع الأثاث موجودة منذ أكثر من 15 عام، مقرها ولاية وهران، وتعتبر أول موزع أثاث معتمد في الجزائر، حيث بدأت العمل إلكترونيا وإنضمت إلى SATIM سنة 2017، تعتمد إستراتيجيتها على توزيع الطلبات على كامل التراب الوطني بتخفيضات تصل إلى 25% لكل من يطلب إلكترونيا، ويكون الدفع إما إلكترونيا أو نقدا عند الإستلام<sup>2</sup>؛

● **دار سيديا للنشر:** هي مؤسسة جزائرية تأسست سنة 2000 ومقرها الجزائر العاصمة وتخصصت في سنواتها الأولى في طبع ونشر الكتب المدرسية، ثم إنتقلت إلى الأدب العام وأدب الطفل، يحتوي دليل سيديا حاليا على 120 ألف عنوان كتاب، وأنشأت موقعها الإلكتروني المعتمد سنة 2019<sup>3</sup>؛

● **شركة شارجيلي:** تعتبر شركة ناشئة في مجال الإتصالات والبرمجيات والتجارة الإلكترونية، تأسست سنة 2015 بولاية المسيلة، إنضمت إلى شركة SATIM سنة 2017، أنشأت تطبيق يقدم خدمات التعبئة

<sup>1</sup>Le site officiel de SATIM, <https://www.satim.dz>, page consultée le (22-06-2021, 21:20).

<sup>2</sup>Le site officiel de ALMANIA MEUBLE, <https://www.almaniamеuble.com>, page consultée le (22-06-2021, 22 :15).

<sup>3</sup>Le site officiel de SIDIA, <https://www.sedia.dz>, page consultée le (22-06-2021, 22 :30).

الذاتية والدفع الإلكتروني لزبائن كل المتعاملين أرسللي لموبيليس، فليكسي لجزيري، وستورم لموبيليس، التسجيل وإستخدام التطبيق مجاني بدون أي إشتراكات أو عمولات إضافية، وكل ما على الزبون هو التسجيل في الموقع وفتح حساب مجاني وتعبئة رصيده عبر وسائل الدفع المتوفرة، وبعدها يمكن للزبون التصرف في رصيده المعبأ للسوق في مختلف خدمات التعبئة الإلكترونية المتوفرة في هذا التطبيق<sup>1</sup>.

وبالإضافة لهذه المؤسسات المنخرطة في شبكة تجمع النقد الآلي، هناك مؤسسات خاصة تقوم بالتجارة الإلكترونية عبر وكالاتها وعبر التلفزيون كشركة ابن الشنفرة للأعشاب الطبية، حيث تقوم هذه المؤسسة بالتسويق لمنتجاتها عبر قناة تلفزيونية خاصة للشركة، ويقوم الزبون بحجز الطلبية عبر الإتصال الهاتفي أو عبر مراسلتهم عبر الإيميل الخاص بالمؤسسة. ويوضح ما سبق أن المؤسسات الجزائرية العامة والخاصة تقوم بمجهود لا بأس به للحاق بما يحدث عالميا.

### ثانيا: التجارة الإلكترونية والمستهلك الجزائري

إن الجزائريين لديهم قابلية مسايرة التقدم التكنولوجي وأنهم ليسوا بمنى عن التطورات الحاصلة في العالم ولديهم رغبة كبيرة في عصنة الحياة وجعلها أكثر سهولة ورفاهية، حيث ساعدت التجارة الإلكترونية الأفراد على البيع والشراء وذلك من خلال وسائط إلكترونية متعددة وخاصة من خلال المزادات التي تبنى في شبكة الأنترنت، وفيما يأتي نعرض ما يقدمه المستهلك في التجارة الإلكترونية في الجزائر:

- حسب موقع (لينكد إن) الموقع العالمي المختص في إعلانات التوظيف يوجد حوالي 2,5 مليون مستخدم جزائري لهذا الموقع مقسمون 31,4% إناث و68,6% ذكور، حيث يقدمون سيرتهم الذاتية من خلاله وتقوم المؤسسة بإختيار ما يناسب مناصبها الشاغرة، بالإضافة لعرض خدمات تقنية وتكنولوجية من طالبي العمل للأفراد والمؤسسات كإنشاء تطبيقات خاصة للتسيير المخزون مثلا وغيرها من العروض؛

<sup>1</sup>الموقع الرسمي لمؤسسة شارجيلي، (22-06-2021، 22:15)، <https://www.chargily.com>

• يقوم المستهلك بدفع الفواتير والضرائب وغيرها من المستحقات للجهات الحكومية من خلال الدفع الإلكتروني والذي يقارب مبلغه الإجمالي لسنة 2020 بـ 5 مليار دينار جزائري حسب ما نشره تجمع النقد الآلي.

### ثالثا: التجارة الإلكترونية والحكومة الجزائرية

تسعى الحكومة الإلكترونية الجزائرية إلى تحسين جودة الخدمات المقدمة للمستخدمين بهدف توفير الوقت والمال والموارد المستخدمة من قبل إدارات الحكومة، بهدف خلق مناخ إيجابي للمجتمع من خلال تنمية معارف ومهارات تكنولوجيا المعلومات بين أفراد المجتمع. حيث بادرت الجزائر بالعديد من المشاريع في إطار تطبيق الحكومة الإلكترونية ونذكر منها على سبيل الذكر لا الحصر ما يلي:

• **مشروع البلدية الإلكترونية:** وفي إطار هذا المشروع تم رقمنة مصلحة الحالة المدنية، والتي من سنة 2018 قدمت البلدية الإلكترونية خدمات عن بعد والتي تغني المواطن عن الإحتكاك مع أي تصرف بيروقراطي بفضل حذف التدخل البشري المباشر في أداء الخدمة العمومية، وذلك بإعتماد التوقيع الإلكتروني عن بعد للوثائق الإدارية، وهذا في إطار مشروع بلدية إلكترونية غير ورقية؛

• **مشروع جواز السفر وبطاقة التعريف الوطنية البيومتريين:** يهدف هذا المشروع إلى عصنة وثائق الهوية والسفر ويمكن لأي شخص أن يطلب جواز السفر وبطاقة التعريف الوطنية البيومترية من خلال تحميل الإستمارة من موقع وزارة الداخلية على شبكة الأنترنت وإرسالها عن طريق البريد الإلكتروني، وتعميم إستعمال الوسائط الإلكترونية، ويكون إستخراج جواز السفر البيومتري مقابل مبلغ مالي معين يختلف من سنة لأخرى؛

• **مشروع السجل التجاري الإلكتروني:** أطلق هذا المشروع نهاية سنة 2017 عن طريق الأنترنت للقضاء على الطوابير داخل مراكز السجل التجاري عبر الولايات، وكذا القضاء عن الإجراءات الإدارية البيروقراطية المعقدة التي تشهدها عملية إستخراج هذه الوثيقة، والسجل الإلكتروني يسمح بمكافحة الغش والتزوير بالدرجة الأولى وهذا من خلال إحتواء الوثيقة على رمز مشفر يحتوي على كل المعلومات الخاصة

بالتاجر. وحسب آخر تقرير لوزير التجارة فإن 1,4 مليون تاجر في الجزائر يحوزون على السجل التجاري الإلكتروني<sup>1</sup>.

بالإضافة لهذه المشاريع شرعت الجزائر في تطبيق بعض خدمات الحكومة الإلكترونية والتي مست العديد من القطاعات نذكر منها: قطاع الضمان الاجتماعي الذي مصالحه عدة خدمات إلكترونية كبطاقة الشفاء والتي بدأ العمل بها سنة 2007 وخدمة الدفع التي تسمح للمستخدمين بتسديد إشتراكات الضمان الاجتماعي عبر بوابة التصريح عن بعد على موقع الصندوق على شبكة الأنترنت.

ويمكن القول إن التجارة الإلكترونية في الجزائر تضاعفت في السنتين الأخيرتين وهذا عائد لوباء كورونا الذي حتم على الافراد، المؤسسات والحكومة التعامل بهذا النوع من التجارة لأنه لا يوجد حل لبعض المعاملات سوى الوسائل الإلكترونية.

---

<sup>1</sup>بوزيان رحمانى جمال، تطبيقات الحكومة الإلكترونية في الجزائر، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 18، جامعة خميس مليانة، الجزائر، 2018، ص-ص: 110-109.

### خلاصة

تعد التجارة الإلكترونية إحدى سمات الاقتصاد القائم على المعرفة، وأحد أهم التطبيقات التكنولوجية التي أفرزتها التطورات التكنولوجية المعاصرة باعتبارها من المتغيرات العالمية الحديثة التي فرضت نفسها. ويتضح أن دخول الجزائر مجال التجارة الإلكترونية يعتبر ضرورة حتمية لا بد منها ولذلك يتوجب عليها الاستعداد وتهيئة الأرضية المناسبة والازمة لممارسة هذه التجارة التي تتم عن وسائل وشبكات إتصال إلكترونية لذلك وفرت الجزائر هياكل وبنى تحتية داعمة لقيامها مما يساهم في بناء بيئة ملائمة لنجاح وتطور التجارة الإلكترونية في الجزائر.

ولأجل ذلك قامت الجزائر بتكليف إطار قانوني وتنظيمي ليواكب التقدم التكنولوجي، وذلك لفرض الاستعادة من التكنولوجيات المتطورة وسرعة الاندماج في الاقتصاد العالمي مما يساهم في تنشيط الاتصال الجزائري بتوفير مجموعة من الأدوات التكنولوجية التقنية بما فيها العناصر المادية كالهاتف النقال، الثابت والعناصر اللامادية كالبرمجيات، الشبكات والتي من أبرزها الأنترنت وذلك بالاعتماد على نظم للدفع وكذا أحدث الوسائل البنكية للسداد والدعائم الاقتصادية التي تتجلى في تبني سياسات اقتصادية ملائمة من خلال توافر كوادر مؤهلة ذو خبرة وكفاءة معتمدة، ولكن رغم ذلك لا يزال تطبيق المعاملات التجارية يتم بصورة تقليدية بعيدا عن الأساليب الإلكترونية، بالتالي فإن تجربة الجزائر لا تزال متعثرة بالرغم من الحاجة الماسة للإقتصاد الجزائري إلى هذا النوع من التجارة.

خاتمة

أصبح التقدم التكنولوجي هو المحرك الأساسي للإقتصاد العالمي وأضحى تطور الأمم وإزدهارها يقاس بمدى تبنيتها لهذه التكنولوجيا، وهو ما جعل العديد من دول العالم تدرك فوائدها وتسعى لتسخيرها لخدمة الإقتصاد بأسره، لا سيما الجانب التجاري منه، وإن الاهتمام بهذا النمط من التجارة المعتمدة على وسيط إلكتروني دليل على وعي إقتصاد ناضج، وهذه التجارة التي كانت مجرد حلم فرضت نفسها اليوم في تحديد مستقبل إقتصاديات الدول، وأصبحت النمط الرئيسي للنشاط التجاري، فقد نمي حجمها بسرعة خيالية في مختلف أنحاء العالم بسبب المزايا العديدة التي توفرها خاصة إختصارها للوقت والمسافات وإقتصاد في التكاليف حيث ماهي إلا مرحلة متطورة من التجارة تعتمد على النقل الإلكتروني للمعطيات والمعلومات المتعلقة بالنشاطات التجارية، ولقد بدأت هذه التجارة بالظهور على مستوى المؤسسات ثم تطورت أكثر لتشمل الأفراد والمستهلكين مما جعل هذه الأخيرة تتطور وتنمو لتصل إلى المستوى الذي هي عليه.

وقد حققت التجارة الإلكترونية نتائج باهرة في السنوات الأخيرة وذلك راجع إلى تفشي فيروس كورونا خاصة في الدول المتقدمة وذلك بسبب قيام هذه الأخيرة بتوفير جميع متطلباتها بدءا بتوفير الشبكات والتي من أهمها الأنترنت إلى غاية سن القوانين لحماية متعاملها، ولعل هذه التغيرات الذي يشهدها العالم هي أكبر حافز لتشجيع الجزائر على إستيعاب هذه التغيرات التكنولوجية الهائلة، ومواكبة النقلة النوعية وخوض تجربة التجارة الإلكترونية للإستفادة من مزايا تطبيقها.

ومن أجل السير الحسن للتجارة الإلكترونية قامت الجزائر بتحسين خدماتها الشبكية بداية من تحديث تقنيات المعلومات والإتصال وإستخدام الأنترنت والهاتف بنوعيه الثابت والنقال في جل معاملاتنا الإلكترونية، مروراً بمعالجة قانون 05-18 لتنظيم ومواكبة التغيرات الحاصلة في هذا المجال مع العمل على ضرورة توفير الكوادر البشرية المؤهلة لإستعمال تكنولوجيا المعلومات وصيانة الأجهزة من خلال تبني الحكومة مناهج دراسية كالتعلم والتعليم الإلكترونيين، وصولاً إلى أهم بنية تحتية للتجارة الإلكترونية في الجزائر وهي الصيرفة الإلكترونية والتي قامت الجهات المالية بالتعاون مع الحكومة الجزائرية بتحديث نظم الدفع كنظام المقاصة الإلكترونية ATCI وإدخال وسائل دفع إلكترونية بداية بإنشاء شركة SATIM من أجل ترقية القطاع البنكي الجزائري والتي بدورها أنشأت شبكة نقدية إلكترونية ما بين البنوك RMI وكان هدفها تغطية الخدمات

المتعلقة بإصدار البطاقات البنكية الإلكترونية، وقامت أيضا بإستحداث هيئات عديدة لتسيير ومراقبة المعاملات المالية الإلكترونية كان أبرزها وأخرها تجمع النقد الآلي GIE monétique.

### 1. إختبار الفرضيات:

بعد دراستنا للموضوع، يمكننا إختبار الفرضيات فيما يلي:

● **الفرضية الأولى:** نصت على "إستعمال نتائج ثورة تكنولوجيا المعلومات والإتصال في مجال التجارة الإلكترونية، أدى إلى إنتشارها وتطورها مما أثر إيجابا على إقتصاديات دول العالم"، فقد تم التأكد من صحة هذه الفرضية، بحيث أن إستخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصال في التجارة الإلكترونية كان له أثرا إيجابيا على تطوير هذا النوع من التجارة سواء على صعيد المؤسساتي، الحكومي، وحتى على صعيد المستهلكين من خلال خفض التكلفة والوقت.

● **الفرضية الثانية:** والتي تناولت "تعتبر الصيرفة الإلكترونية ركيزة التجارة الإلكترونية مما توفره من نظم ووسائل دفع إلكترونية متطورة وفعالة"، ثبت لنا عدم صحة هذه الفرضية، فبالرغم من أهميتها لنجاح هذا النوع من التجارة وإعتبارها العصب المحرك لها إلا أن هنالك ضرورة لتوفر وسائل إتصال إلكترونية ووجود قوانين خاصة بها بالإضافة إلى توفر عنصر بشري مؤهل لإتمام المعاملات المالية الإلكترونية لجعلها فعالة ومتطورة.

● **الفرضية الثالثة:** نصت على " لاتزال التجارة الإلكترونية شبه غائبة عن الجزائر لعدم توفر مقوماتها الأساسية ولغياب الوعي لأهميتها"، هذه الفرضية خاطئة، لأن مقومات التجارة الإلكترونية في الجزائر في تحسن خاصة مع جائحة كورونا حيث أصبحت التجارة الإلكترونية ملاذ المستهلك لإجراء معاملاته التجارية، بالإضافة الحكومة الجزائرية تعمل على تطوير متطلباتها التشريعية والشبكية والمصرفية، وخاصة نشر الوعي بضرورة أهميتها لإقتصاد الدولة لدى المجتمع.

### 2. النتائج:

لقد تبين لنا من خلال دراستنا للموضوع النتائج التالية:

● تنامي الاهتمام بتطبيقات التجارة الإلكترونية وإتساع مجالات إستخدامها لتشمل كافة مستويات التعاملات الاقتصادية بين مختلف الوحدات والقطاعات الاقتصادية؛

● يكاد يجمع الكل أن التجارة الإلكترونية هي عبارة عن تجارة بمفهومها التقليدي من حيث الأهداف والأطراف، إلا أنها تتم عبر شبكات إلكترونية وجل معاملاتها إلكترونية؛



- تشمل التجارة الإلكترونية بمفهومها العلمي مجالات عديدة مثل الترويج، الإعلان، الدعاية، وتقديم المعلومات عن السلعة أو الخدمة، كما تشمل إبرام عقود البيع للمنتجات والخدمات الإلكترونية وغيرها، والمتابعة الإلكترونية لعمليات التعاقد وتنفيذ الصفقات والإستلام الفوري للسلع عبر الشبكات أو خارجها؛
- تستند التجارة الإلكترونية على العديد من الأسس والركائز التي تتظافر فيما بينها من أجل تحقيق بيئة ملائمة تساعد في نجاح التجارة الإلكترونية والتي من بينها البيئة القانونية والبشرية، الشبكية، والمصرفية؛
- يرجع الفضل الكبير في تحقيق وجود التجارة الإلكترونية وإنتشارها إلى الأدوات المختلفة كتكنولوجيا المعلومات والاتصال التي وفرت البيئة التقنية اللازمة لقيام هذه التجارة مع الإعتماد على تشريعات منظمة لها ومنظومة مصرفية؛
- ضرورة توفر المتطلبات الأساسية لقيام التجارة الإلكترونية أهمها البنية التحتية المتمثلة في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال من شبكات إتصال وإنتشار إستخدام الأنترنت، إضافة إلى ضرورة سن التشريعات والأنظمة المناسبة للتعاملات عبر الشبكات وأهمية توفر كوادر بشرية مؤهلة للتعامل تقنية مع تقنية المعلومات وكذا وجود نظام مصرفي يسهل المعاملات التجارية؛
- إن تجسيد أنظمة الدفع المصرفية الحديثة على أرض الواقع يتطلب وجود بيئة إلكترونية تركز على تكنولوجيا المعلومات والاتصال؛
- على الحكومة الجزائرية أن تشجع على ممارسة هذه التجارة من خلال سن تشريعات مغرية لها تتضمن إعفاءات أو تخفيضات ضريبية لفترة زمنية محدودة؛
- إن وجود ثغرات قانونية وتنظيمية تعرقل القيام بالتجارة الإلكترونية بصورة محمية وآمنة؛
- رغم تأخر الجزائر في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتبني التجارة الإلكترونية إلا أن هناك مؤشرات على إمكانية تحسن القطاع، وأمل كبير في إنطلاق التجارة الإلكترونية في حال تم العمل على توفير البيئة التقنية والتوعوية والتشريعية والمصرفية المناسبة لتنمية هذه التجارة خصوصا وأن هناك الكثير من المؤسسات التي بدأت بالفعل تمارس أعمالها إلكترونيا؛
- دخول التعاملات البنكية الإلكترونية للمنظومة المصرفية الجزائرية كان من بوابة إنشاء شركة SATIM التي زودت البنوك الجزائرية بهذه التقنية؛

● أثرت جائحة كورونا على نشاط الصيرفة الإلكترونية في الجهاز المصرفي الجزائري بشكل إيجابي من حيث ثقافة الشعب؛ فأباح نشاط السحب على أجهزة الصراف الآلي والدفع عبر الأنترنت من اللوازم اليومية للشعب؛

● إنتشار الوعي بأهمية التجارة الإلكترونية في المجتمع الجزائري يشهد تطورا ملحوظا؛

● تعتبر تجربة الجزائر في مجال التجارة الإلكترونية تجربة فنية لا يمكن الحكم عليها لا بالفشل ولا بالنجاح، إذ لاحظنا أن إقبال المواطنين على هذا النوع يعرف تطورا ملحوظا في الفترة الأخيرة بسبب جائحة كورونا، لأن التعامل وفق هذا النمط الجديد يتطلب تغييرا في ذهنيات الأفراد وتوجيه سلوكهم وهذا يعتبر صعبا في مجتمع لا يزال متخوفا من التعامل بهذا النظام.

### 3. التوصيات:

من أجل جعل دراستنا عملية أكثر قمنا بتدعيمها بمجموعة من الإقتراحات والتوصيات والتي نوجزها فيما يلي:

● إعطاء الأهمية البالغة لعملية تطوير نظم الإتصال وتكنولوجيا المعلومات، والإستغلال الأمثل للأنترنت في مجال الخدمات والتجارة؛

● لا بد من إجراء الكثير من الدراسات في مجال التجارة الإلكترونية لتفادي العراقيل التي تواجهها؛

● تشجيع نظام المصرفي على لعب دور أساسي ميسر ومسهل للتجارة الإلكترونية من خلال تطوير التحويل الإلكتروني للأموال وتعميم وسائل الدفع الإلكترونية، مع ضرورة الحفاظ على حقوق مختلف الأطراف من خلال التأكد من السرية والأمان خلال سير هذه العمليات؛

● تشجيع إستخدام تكنولوجيا الحديثة، وتطبيق الأنظمة والبرامج المتطورة وتنويع الخدمات المصرفية المقدمة والنظر إلى هذا الأمر كونه حجر الزاوية لأي عملية تحول بإتجاه الصيرفة الإلكترونية؛

● دعم وفتح مجال الإستثمار في تكنولوجيا المعلومات والإتصال في الجزائر وجذب رؤوس الأموال الأجنبية في إقامة صناعات داعمة للبنى التحتية اللازمة لتطبيق التجارة الإلكترونية؛

● السهر على إيجاد التنظيم القانوني والتشريعي اللازم لقيام وإعتماد التجارة الإلكترونية الذي يضمن إستمرارها ويحمي حقوق المتعاملين بها ويضمن الوفاء بالتزاماتها؛

- تحرير قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات الجزائري من الإدارة الحكومية وتبني سياسة تخصيص هذه القطاعات في أسواق تنافسية حرة، وهذا في سبيل تطوير نوعية وجودة خدماتها بأسعار تنافسية؛
- دعم الإستهلاك الإلكتروني في الجزائر لكافة فئات المجتمع وتشجيعهم على التحول إلى التجارة الإلكترونية من خلال التركيز على تنمية العنصر البشري كإحدى سبل تسريع تطبيقها كتحديث مناهج التعليم بغية تأهيل الكفاءات وأخذ تجربة الهند وكوريا الجنوبية كمثال على ذلك؛
- ضرورة إستغلال الظروف المفروضة بسبب جائحة كورونا لنشر ثقافة الدفع الإلكتروني في المجتمع الجزائري، لتوجيه أكبر نسبة من العملاء نحو عمليات الدفع الإلكتروني المتاحة من خلال تقديم تحفيزات لتشجيعهم على تجربتها؛
- تشجيع التعامل بوسائل الدفع الإلكترونية كبطاقات السحب، والبطاقات البنكية ومنح تحفيزات للتجار الجزائريين الذين يقبلون التعامل بها،
- تشجيع المؤسسات الجزائرية على الإستثمار في مجال التجارة والبريد بصفة عامة؛
- ضرورة تحديث وعصرنة نظام الدفع للبنوك الجزائرية وتعميم وسائل الدفع الإلكترونية وتوفير تكنولوجيا الصناعة المصرفية لتدارك التأخر المسجل في هذا المجال.

### 4. آفاق البحث:

- يعتبر موضوع دراستنا من المواضيع التي مازال النقاش دائرا بشأنها، ويتطلب المزيد من العناية والإهتمام وعلى الرغم من محاولتنا الإلمام بأهم جوانبه إلا أن نقاط كثيرة تبقى بحاجة إلى الإثراء وتبسيط الضوء عليها، لكن تبقى الكثير من المواضيع المطروحة في هذا المجال من بينها نقتح:
- مدى مساهمة التجارة الإلكترونية في نمو حجم التجارة الدولية؛
  - دور النظام البنكي في تعميم إستخدام التجارة الإلكترونية؛
  - دور المصارف الجزائرية في تعزيز خدمات الحكومة الإلكترونية؛
  - آلية مواجهة القرصنة في التجارة الإلكترونية؛
  - الحد من الجرائم الإلكترونية؛
  - هل التشريعات والقوانين المنظمة للتجارة الإلكترونية تساهم أو تعرقل من تطبيقها.

وفي الأخير نرجو أن نكون قد وفقنا في دراستنا لهذا الموضوع، والذي يطرح الكثير من الفرص أمام الباحثين لتوسيع أفاقه والتطرق إلى مختلف جوانبه.

# قائمة المختصرات

إختصارات الكلمات الأجنبية المستعملة

الإختصار	أصل الإختصار
<b>ABEF</b>	Association Professionnelle des Banques et des Etablissement Financiers.
<b>AEBS</b>	Algeria Electroni Banking Services.
<b>ARTS</b>	Algerian Real Time Settlement.
<b>ATCI</b>	Algérie TéléCompensation Interbancaire.
<b>CCP</b>	Compte Courant Postal.
<b>CERIST</b>	Centre de Recherche sur l'Informatique Scientifique et Technique.
<b>CIB</b>	Carte InterBancaire.
<b>COMI</b>	Comite Monétique Interbancaire.
<b>DAB</b>	Distributeur Automatique de Billets.
<b>EDI</b>	Electronic Data Information.
<b>EDI</b>	Electronic Data Interchange.
<b>EFT</b>	Electronic Funds Transfer.
<b>GAB</b>	Guichet Automatique Bancaire.
<b>GIE</b>	Groupement d'Interet Economique.
<b>NS</b>	Netteing System.
<b>RMI</b>	Réseau Monétique Interbancaire.
<b>RTGS</b>	Real Time Gross Settlement.
<b>SATIM</b>	Société d'Automatisation des Transactions Interbancaire et de la Monétique.
<b>SMS</b>	Short Message System.
<b>SWIFT</b>	Society for Worldwide Interbank Financial and Telecommunication.
<b>TPE</b>	Terminal de Payement Electronique.

قائمة المصادر

والمراجع

أولاً: باللغة العربية

I. الكتب:

1. أمير فرج يوسف، عالمية التجارة الإلكترونية وعقودها وأساليب مكافحة الغش التجاري الإلكتروني، ب.ط، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2009.
2. بسام شيخ العشرة، حنان ملكية، التجارة الإلكترونية، ب.ط، منشورات الجامعة الافتراضية، سوريا، 2018.
3. حمد عبد حسين الطائي، التجارة الإلكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة، ط1، دار الثقافة، الأردن، 2010.
4. خضر مصباح الطيبي، إدارة تكنولوجيا المعلومات، ط1، دار الحامد، الأردن، 2012.
5. خضر مصباح الطيبي، التجارة الإلكترونية من منظور تقني وتجاري وإداري، ب.ط، دار الحامد، الأردن، 2008.
6. رمضان علي السيد معروف، التجارة الإلكترونية في اليابان ومدى إستفادة مصر منها، ط2، مكتبة جزيرة الورد، مصر، 2011.
7. سعد غالب ياسين، بشير عباس العلاق، التجارة الإلكترونية، ب.ط، دار المناهج ، الأردن، 2008.
8. سليم سعداوي، عقود التجارة الإلكترونية-دراسة مقارنة-، ط1، دار الخلدونية، الجزائر، 2008.
9. السيد أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية والعمولة، ط1، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2008.
10. طارق عبد العال حماد، التجارة الإلكترونية المفاهيم، التجارب، التحديات، الأبعاد التكنولوجية والمالية التسويقية والقانونية، ط1، الدار الجامعية، مصر، 2003.
11. عامر إبراهيم قنديلجي، التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها، ط1، دار الميسرة، الأردن، 2015.
12. عامر محمود الكسواني، التجارة عبر الحاسوب، ط1، دار الثقافة، الأردن، 2008.
13. عبد الرزاق بن حبيب، خديجة خالدي، أساسيات العمل المصرفي، ب.ط، ديوان الخدمات الجامعية، الجزائر، 2014.



14. فضيل دليو، تكنولوجيا الإعلام والإتصال الجديدة- بعض تطبيقاتها التقنية-، ط1، دار هومة، الجزائر، 2014.

15. كريستيان كرامليش، ألفباء الأنترنت، ط2، دار العربية للعلوم، لبنان، 1998.

16. محمد عبد الله شاهين، التجارة الإلكترونية العربية بين التحديات وفرص النمو، ط1، دار حميثرا، مصر، 2017.

17. محمد عبد حسين الطائي، التجارة الإلكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة، ط1، دار الثقافة الأردن، 2010.

18. محمد عمر الشويرف، التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد، ط1، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013.

19. محمد نور الجداية، سناء جودت خلف، تجارة إلكترونية، ب.ط، دار الحامد، الأردن، 2008.

20. منصر هارون، تكنولوجيا الإتصال الحديثة- المسائل النظرية والتطبيقية-، ط1، دار الأماعية، الجزائر، 2012.

21. نضال سليم برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، ط3، دار الثقافة، الأردن، 2010.

22. وائل الديبسي، دليل المعلومات الإلكترونية في القطاع المصرفي- الواقع والآثار القانونية-، ط2، إتحاد المصارف العربية، لبنان، 2010.

## II. الأطروحات والرسائل الجامعية:

23. إشر سميرة، آفاق المؤسسات المالية والمصرفية في ظل تبني إستراتيجية الجزائر الإلكترونية، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علوم التسيير، تخصص مالية، جامعة ابن خلدون- تيارت)، الجزائر، 2016.

24. أمال يوب، دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين صورة المؤسسة الصناعية في الجزائر-دراسة حالة مركب تكرير البترول بسكيكدة-، (مذكرة تخرج لنيل شهادة دكتوراه، تخصص تسيير المؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3-الجزائر)، الجزائر، 2014.

25. آيت أمبارك سامية، دور التجارة الإلكترونية في تفعيل الأداء التجاري-الواقع والآفاق بالجزائر، (مذكرة تخرج لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص إدارة العمليات التجارية، في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3-الجزائر)، الجزائر، 2012.

26. إيمان معروف، خولة بلادهان، تأثير استخدام الهاتف النقال على قيم الأسرة الجزائرية-دراسة ميدانية-، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص إتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي-أم البواقي)، الجزائر، 2015.
27. بكوش نجيب، بلحسن أمال، دور البطاقات البنكية في تحسين المعاملات البنكية-دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري-، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في العلوم التسيير، تخصص تأمينات وبنوك، جامعة ابن خلدون-تيارت)، الجزائر، 2010.
28. بلحاج دليلة، سافر جهيدة، الخدمات المصرفية وآليات تحديثها-دراسة حالة الجزائر-، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علوم التسيير، تخصص إدارة مالية، جامعة ابن خلدون-تيارت)، الجزائر، 2019.
29. بن وارث حكيمة، دور وأهمية التجارة الإلكترونية في إقتصاد المعرفة-مع الإشارة للعالم العربي-، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص مناجمت المؤسسة، المركز الجامعي العربي بن مهيدي-أم البواقي)، الجزائر، 2008.
30. بوديسة كريم، التحكيم الإلكتروني كوسيلة لتسوية منازعات عقود التجارة الإلكترونية، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير في العلوم القانونية، تخصص قانون التعاون الدولي، جامعة مولود معمري-تيزي وزو)، الجزائر، 2002.
31. بوفارس عبد الإله، الدفع الإلكتروني وأثره على أزمة السيولة واكتناز الأموال في الجزائر-دراسة حالة البنك الوطني الجزائري BNA-، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علوم التسيير، تخصص مالية وبنوك، جامعة ابن خلدون-تيارت)، الجزائر، 2020.
32. بوهكة فتيحة، عوار حنان، التجارة الإلكترونية وتحديات اعتمادها في إقتصاديات الدول-دراسة مقارنة-، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في العلوم التجارية، تخصص مالية، جامعة ابن خلدون-تيارت)، الجزائر، 2016.
33. تباري أمل، مرمد سعدة، واقع ومستقبل التجارة الإلكترونية في الجزائر، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في العلوم التجارية، تخصص مالية وتجارة دولية، جامعة 08 ماي 1945-قلمة)، الجزائر، 2020.
34. توبين علي، تحرير تجارة الخدمات المالية والمصرفية وانعكاسها على الأنظمة المصرفية العربية-حالة الجزائر-، (مذكرة تخرج لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص إقتصاد كمي، جامعة الجزائر 3-الجزائر)، الجزائر، 2013.

35. جدو فاطيمة، مختاري نوال، المعاملات المالية الإلكترونية كآلية لتحديث المنظومات المصرفية-دراسة مقارنة (الجزائر، كندا، الإمارات، تونس)-، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في العلوم التجارية، تخصص مالية، جامعة ابن خلدون-تيارت)، الجزائر، 2017.
36. درويش سهام، بخلفة محمد أنور، دور البنوك الإلكترونية في تطوير التجارة الإلكترونية-دراسة مقارنة-، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في العلوم التجارية، تخصص مالية، جامعة ابن خلدون-تيارت)، الجزائر، 2017.
37. زينة وادفل، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في العلوم القانونية، تخصص قانون الأعمال، جامعة العربي بن مهيدي-أم البواقي)، الجزائر، 2015.
38. سطات فاطمة الزهراء، عصرنة الخدمات البنكية في الجزائر-دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة مهدية-، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علوم التسيير، تخصص مالية، جامعة ابن خلدون-تيارت)، الجزائر، 2012.
39. سمية ديمش، التجارة الإلكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير، في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص تحليل وإستشراف إقتصادي، جامعة منتوري-قسنطينة)، الجزائر، 2011.
40. شولي فتيحة، تأثير التجارة الإلكترونية على المؤسسة الاقتصادية، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علوم التسيير، تخصص مالية، جامعة ابن خلدون-تيارت)، الجزائر، 2012.
41. صارة بالساكر، التجارة الإلكترونية وآفاق تطورها في البلدان العربية-دراسة حالة الجزائر-، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص تجارة دولية، جامعة الشهيد حمه لخضر-الوادي)، الجزائر، 2015.
42. صراع كريمة، واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، (مذكرة ماجستير، في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، تخصص إستراتيجية، المدرسة الدكتورالية للإقتصاد وإدارة الأعمال-وهران)، الجزائر، 2014.
43. طالب قادة سفيان، المنظومة المصرفية الجزائرية وتحديثها في ظل تكنولوجيا المعلومات والإتصال، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر علوم التسيير، تخصص تأمينات وبنوك، جامعة ابن خلدون-تيارت)، الجزائر، 2013.

44. عمرون سيلىة، عيسات بسمة، التعاقد الإلكتروني وفقا لقانون التجارة الإلكترونية الجزائري، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في الحقوق، تخصص القانون الخاص، جامعة عبد الرحمان ميرة-بجاية)، الجزائر، 2019.

45. فلاق شبرة فاطمة، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في العلوم التجارية، تخصص الإمداد والنقل الدولي، جامعة عبد الحميد ابن باديس-مستغانم)، الجزائر، 2018.

46. فوزية زحاف، نظام الدفع الإلكتروني في البنوك الجزائرية-حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية-، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علوم التسيير، تخصص مالية وبنوك، جامعة العربي بن مهدي-أم البواقي)، الجزائر، 2013.

47. قربي سميرة، فاضل فهيمة، التجارة الإلكترونية في ظل قانون 18-05، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في العلوم القانونية والإدارية، تخصص قانون الأعمال، جامعة 8 ماي 1945-قلمة)، الجزائر، 2019.

48. قماير هاجر، عباس مختارية، تحديات المنظومة المصرفية في ظل التكنولوجيا الحديثة-دراسة مقارنة للدول المغاربية-، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علوم التسيير، تخصص مالية، جامعة ابن خلدون-تيارت)، الجزائر، 2015.

49. قندوز فاطيمة الزهراء، التجارة الإلكترونية، تحدياتها وآفاقها في الجزائر، (مذكرة تخرج لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص تحليل إقتصادي، جامعة الجزائر 3-الجزائر)، الجزائر، 2013.

50. مسعودي راوية، التسويق الإلكتروني وأثره على جودة الخدمات المصرفية-دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري-، (مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص إدارة العمليات التجارية، جامعة الجزائر 3-الجزائر)، الجزائر، 2014.

51. وسام عمرون، دور التجارة الإلكترونية في تفعيل عمليات التجارة الخارجية-دراسة حالة-، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في العلوم التجارية، تخصص تجارة دولية، جامعة 8 ماي 1945-قلمة)، 2017.

### III. المجلات والمقالات العلمية:

52. أسعيداني سلامي وآخرون، التجربة الجزائرية في مجال التعليم الإلكتروني والجامعات الافتراضية، مجلة التعليم عن بعد والتعليم المفتوح، العدد السادس، جامعة محمد بوضياف، الجزائر، 2016.

53. بوزيان رحماني جمال، تطبيقات الحكومة الإلكترونية في الجزائر، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 18، جامعة خميس مليانة، الجزائر، 2018.
54. بولحية شهيرة، لكحل شهرزاد، أثر التجارة الإلكترونية على المستهلك الإلكتروني، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، العدد الثالث، جامعة باتنة، الجزائر، مارس 2019.
55. خالد بن ساسي، واقع التجارة الإلكترونية والإمداد في الجزائر، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 12، جامعة ورقلة، الجزائر، 2017.
56. زبير عياش، بوكحيل نسيم، تطوير وعصرنة الخدمات البنكية في ظل التوجه نحو إقتصاد المعرفة-حالة الجزائر-، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، العدد الخامس، جامعة ميله، الجزائر، جوان 2017.
57. زبير عياش، سمية عباسية، الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة وتطوير البنوك الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 46، أم البواقي، الجزائر، ديسمبر 2016.
58. سعيدة حركات، سارة بن غيدة، البنية التحتية للمعاملات الإلكترونية في البنوك الجزائرية-واقع وتحديات-، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، العدد الأول، جامعة أم البواقي، الجزائر، جوان 2020.
59. سفيان فكارشة، التجارة الإلكترونية -رؤية إقتصادية-، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد الثامن، جامعة البليدة، الجزائر، 2013.
60. سليمان ناصر، النظام المصرفي وتحديات العولمة، مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية، العدد الأول، جامعة ورقلة، الجزائر، جانفي 2008.
61. صراع كريمة، كربالي بغداد، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة 2000-2018، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، العدد الأول، جامعة وهران، الجزائر، 2019.
62. فلة بوعلي، راضية برناوي، مساهمة وزارة التعليم العالي والبحث العلمي في تسيير تكنولوجيات الإعلام والاتصال داخل المدارس الوطنية العليا في الجزائر، مجلة الإتصال والصحافة، العدد الأول، المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام، الجزائر، 2020.
63. كريمة بن شنيبة، عبد القادر مطاي، مقومات تنشيط الصيرفة الإلكترونية بالجزائر، مجلة الريادة للأعمال الاقتصادية، العدد الأول، جامعة شلف، الجزائر، 2019.
64. كون فتيحة، نظام المقاصة الإلكترونية كآلية لتطوير وتحديث وسائل الدفع بالجزائر، المجلة الجزائرية للإقتصاد والمالية، العدد السابع، جامعة المدية، الجزائر، أفريل 2017.

65. نافع زينب، جميل أحمد، التجارة الإلكترونية في الجزائر: طموحات كبيرة وإنجازات متواضعة، مجلة دراسات في الاقتصاد وإدارة الأعمال، العدد السادس، جامعة البويرة، الجزائر، 2020.

### IV. المؤتمرات والملتقيات:

66. عابد بن عابد العبدلي، التجارة الإلكترونية في الدول الإسلامية، المؤتمر العالمي الثالث للاقتصاد الإسلامي، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، السعودية، 2008.

67. عبد الحفيظ بولزررق، محمد بوعون، العملات الرقمية كآلية دفع حديثة في التجارة الإلكترونية، ضمن الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والإقتصاد الرقمي: ضرورة الإنتقال وتحديات الحماية، جامعة ميله، الجزائر، 23-24 أبريل 2018.

### V. المواقع الإلكترونية

68. الموقع الرسمي لمؤسسة أشافو، <https://www.achago.com>.

69. الموقع الرسمي لمؤسسة المسمار، <https://www.elmismar.com>.

70. الموقع الرسمي لمؤسسة شارجيلي، <https://www.chargily.com>.

71. الموقع الرسمي لمؤسسة موبيليس، <https://www.mobilis.dz/ar>.

72. محمد عبود، مراحل عملية التجارة الإلكترونية، <http://expandcart.com/ar/>.

73. الموقع الرسمي لجازي، <http://www.djezzy.dz/ar>.

74. تجمع النقد الآلي، <https://giemonetique.dz/ar/qui-sommes-nous>.

75. الموقع الرسمي لسلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية، <https://www.aprce.dz/ar>.

76. الموقع الرسمي للآيكان، <http://www.icann.org/ar>.

77. الموقع الرسمي لمعهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطينية

<http://www.mas.ps/arabic.php>

**I.Livres :**

78.Amir Manzoor, **E-commerce: An Introduction**, 2<sup>ème</sup> edition, laplambert acadimeic publishing, USA , 2010.

79.Benalima Ammour, **le système bancaire algérien texte et realite**, 2<sup>ème</sup> edition, dahleb, algerie, 2001.

80.Benhalima Ammour, **pratique des tequnique bancaire**, 2<sup>ème</sup> édition, dahlab, Algérie, 2000.

81.Mastpha Hachem, **la monnaie électronique**, 2<sup>ème</sup> édition, roolles, France, 2000.

**II.Les sites d'internet :**

82.<https://www.bessiha.io>.

83.<https://www.almaniameuble.com>.

84.<https://www.poste.dz/>.

85.<https://www.satim.dz>.

86.<https://www.sedia.dz>.

الملاحق



الملحق رقم (1): القانون المنظم للتجارة الإلكترونية في الجزائر

5 الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية / العدد 28	30 شعبان عام 1439 هـ 16 مايو سنة 2018 م
<p>تخضع كل المعاملات التي تتم عن طريق الاتصالات الإلكترونية إلى الحقوق والرسوم التي ينص عليها التشريع والتنظيم المعمول بهما.</p>	<p>- وبمقتضى القانون رقم 04-15 المؤرخ في 11 ربيع الثاني عام 1436 الموافق أول فبراير سنة 2015 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين،</p>
<p><b>المادة 4 :</b> يمكن أن تكون الاستثمارات الداعمة لأنشطة التجارة الإلكترونية موضوع تدابير تحفيزية طبقا للتشريع المعمول به.</p>	<p>- وبمقتضى القانون رقم 13-15 المؤرخ في 28 رمضان عام 1436 الموافق 15 يوليو سنة 2015 والمتعلق بأنشطة وسوق الكتاب، لاسيما المادتان 32 و33 منه.</p>
<p><b>المادة 5 :</b> تمنع كل معاملة عن طريق الاتصالات الإلكترونية في العتاد والتجهيزات والمنتجات الحساسة المحددة عن طريق التنظيم المعمول به، وكذا كل المنتجات ولأو الخدمات الأخرى التي من شأنها المساس بمصالح الدفاع الوطني والنظام العام والأمن العمومي.</p>	<p>- وبمقتضى القانون رقم 04-18 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق 10 مايو سنة 2018 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد والاتصالات الإلكترونية،</p>
<p><b>المادة 6 :</b> يقصد في مفهوم هذا القانون بما يأتي :</p>	<p>- وبعد رأي مجلس الدولة، - وبعد مصادقة البرلمان،</p>
<p><b>التجارة الإلكترونية:</b> النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك إلكتروني، عن طريق الاتصالات الإلكترونية.</p>	<p><b>يصدر القانون الآتي نصه :</b> <b>الباب الأول</b> <b>أحكام عامة</b></p>
<p><b>العقد الإلكتروني :</b> العقد بمفهوم القانون رقم 02-04 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 الموافق 23 يونيو سنة 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ويتم إبرامه عن بعد، دون الحضور الفعلي والمتزامن لأطرافه بالجوه حصريا لتقنية الاتصال الإلكتروني.</p>	<p><b>المادة الأولى :</b> يحدد هذا القانون القواعد العامة المتعلقة بالتجارة الإلكترونية للسلع والخدمات. <b>المادة 2 :</b> يطبق القانون الجزائري في مجال المعاملات التجارية الإلكترونية في حالة ما إذا كان أحد أطراف العقد الإلكتروني :</p>
<p><b>المستهلك الإلكتروني :</b> كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي.</p>	<p>- متمتعا بالجنسية الجزائرية، أو - مقيما إقامة شرعية في الجزائر، أو - شخصا معنويا خاضعا للقانون الجزائري، أو كان العقد محل إبرام أو تنفيذ في الجزائر.</p>
<p><b>المورد الإلكتروني :</b> كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية.</p>	<p><b>المادة 3 :</b> تمارس التجارة الإلكترونية في إطار التشريع والتنظيم المعمول بهما.</p>
<p><b>وسيلة الدفع الإلكتروني :</b> كل وسيلة دفع مرخص بها طبقا للتشريع المعمول به تمكن صاحبها من القيام بالدفع عن قرب أو عن بعد، عبر منظومة إلكترونية.</p>	<p>غير أنه، تمنع كل معاملة عن طريق الاتصالات الإلكترونية تتعلق بما يأتي :</p>
<p><b>الإشهار الإلكتروني :</b> كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية.</p>	<p>- لعب القمار والرهان واليانصيب، - المشروبات الكحولية والتبغ، - المنتجات الصيدلانية،</p>
<p><b>الطلبية المسبقة :</b> هو تعهد بالبيع يمكن أن يقترحه المورد الإلكتروني على المستهلك الإلكتروني في حالة عدم توفر المنتج في المخزون.</p>	<p>- المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية، - كل سلعة أو خدمة محظورة بموجب التشريع المعمول به،</p>
<p><b>اسم النطاق :</b> عبارة عن سلسلة أحرف ولأو أرقام مقيّمة ومسجلة لدى السجل الوطني لأسماء النطاق، وتسمح بالتعرف والولوج إلى الموقع الإلكتروني.</p>	<p>- كل سلعة أو خدمة تستوجب إعداد عقد رسمي.</p>

الملحق رقم (2): الأعضاء في الشبكة النقدية ما بين البنوك RMI



الملحق رقم (3): بطاقة CIB ومختلف إستخداماتها



1. تحديد مؤسسة الإصدار وصاحب البطاقة
2. شعار البيبنكية
3. تاريخ نهاية الصلاحية
4. إسم ولقب الزبون
5. الشريحة، العنصر الرئيسي لحماية النظام
6. رقم البطاقة
7. لوحة الإمضاء
8. عنوان مؤسسة الإصدار
9. رقم الشفرة البصرية، 3 أرقام الأخيرة الظاهرة على لوحة الإمضاء للبطاقة، هو عنصر إضافي لتأمين الدفع عن بعد
10. الشريط المغناطيسي



**الدفع الإلكتروني عبر الإنترنت**

خطوة بخطوة

عملية بسيطة وآمنة

إرسال الدفع

بطاقة بنكية

أرزم السري

واجهة دفع

**بطاقة بيبنكية**

بطاقة الدفع

**البطاقة آلي تسهلي حياتي**

الملحق رقم (4): أجهزة الصرافات الآلية المعتمدة في الجزائر



الملحق رقم (5): الوكالة الرقمية الأولى في الجزائر للمعاملات المالية



تعتبر التجارة الإلكترونية من أهم المجالات الاقتصادية إستخداما في دول العالم، وهذا ما جعل العديد من الدول تسعى إلى تطوير الأسس الخاصة بهذا النوع من التجارة لأن الوضع الحالي يتطلب السرعة في مجال المعاملات التجارية وكذا إرضاء العملاء، ولعل التطور التكنولوجي خاصة في مجال التجارة الإلكترونية ساهم بشكل فعال في إحداث تغيرات جذرية في شتى المجالات.

وفي ظل هذا سارت الجزائر بخطى متواضعة ومحتشمة في تطبيق هذا الشكل من التجارة، حيث عملت على تحسين كل من البنية التحتية القانونية، البشرية، الشبكية وكذا أهم بنية للتجارة الإلكترونية في الجزائر وهي الصيرفة الإلكترونية لتحسين معاملاتها التجارية من خلال تكثيف جميع جهود هذه القطاعات بداية من الحكومة وصولا إلى وعي المجتمع الجزائري.

**الكلمات المفتاحية:** التجارة الإلكترونية، البنى التحتية التشريعية والموارد البشرية، البنية التحتية الشبكية، الصيرفة الإلكترونية، الحكومة الإلكترونية.

### Abstract

Electronic commerce is considered one of the most important economic fields in the world. Hence many countries seek to develop the functions of this type due to the current situation that requires speed in the field of commercial transactions as Well as customer satisfaction.

Perhaps the technological development, especialy in the field of electronic commerce has effectively contributed to bringing about radical changes in various fields.

As a consequence Algeria proceeded with modest steps in implementing this form of trade. In which consist on improving legislative, human, network infrastructure, as well as the most important structure of electronic commerce in Algeria which is electronic banking to improve its commercial transactions through the intensification of the efforts of all these sectors starting with the government and reaching the Algerian society awareness.

**Key Words:** Electronic commerce, Legislative and Human Infrastructure, Network Infrastructure, Electronic Banking, Electronic Government.