

جامعة ابن خلدون - تيارت -

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم: العلوم التجارية

التجارة الإلكترونية وتحديات اعتمادها

في اقتصاديات الدول

-دراسة مقارنة-

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر

تخصص: مالية

الأستاذ المشرف:

مسري جيلالي

إعداد الطلبة:

- بوهكة فتيحة -

- عوار حنان -

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ:

السنة الجامعية 2015/2016

كلمة شكر

الحمد لله جل جلاله على منه وتوفيقه لنا بإنجاز هذا البحث ثم تتقدم بالشكر والامتنان إلى الأستاذ المشرف مسري جيلالي لقبوله الإشراف على هذا البحث الذي لم يبخل علينا بنصائحه وإرشاداته طيلة فترة البحث كما أتقدم بشكري لكل من ساهم في إنجاز هذا العمل المتواضع من قريب وبعيد إلى كل طلبة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.

إهداء

إلى والدي أطال الله في عمرهما وثبهما على الحق إلى إخواني.

إلى كل من يطلب الحق بالعلم والعلم بالمتابعة والاجتهاد إلى كل

صديقاتي.

إلى كل هؤلاء جميعاً أهدي ثمرة جهدي.

حنان

إهداء

إلى منبع النور في حياتي والدتي الغالية التي علمتني الصبر والسعي من غير ضمير وكانت في

عوني أيام عمري من غير كلل .

وإلى جدتي رحمها الله وأسكنها فسيح جنانه .

وإلى والدي الحبيب الذي علمني وأحسن تربيتي ونقش في قلبي وصية طلب العلم .

إلى إخوتي وأخواتي قاسموني في حلو الحياة ومرها وأحاطوني بمحبتهم واهتمامهم .

فنيحة

مقدمة

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.

وإن امتلاك الثورة التكنولوجية للعديد من عناصر القوة مكنها من إحداث تعديلات جذرية في مناهج وأنماط العمل في كل الميادين، لاسيما المجال التجاري الذي يعتبر من أكثر القطاعات استجابة للتقدم والابتكار التكنولوجي ومن أكثرها استخداما للتقنيات الحديثة والمتطورة. فقد شكلت هذه التكنولوجيا محور تحول تجاري أسفر عنه تغير عميق في نمط التفكير وفي سلوك المنتجين والمستهلكين على حد سواء. وبالتالي تغيرت بعض قواعد التعاملات التجارية ونجم عنها ميلاد نوع حديث من المبادلات التجارية قوامها التدفق السريع للمعلومات والاستجابة الأسرع للتغيرات المفاجئة والإلغاء النهائي للحدود والقيود المادية والجغرافية وهو ما أصبح يطلق عليه التجارة الإلكترونية.

فإن التجارة الإلكترونية كمفهوم جديد يتمثل في التعظيم المتواصل للنشاطات التجارية للمؤسسات من خلال التكنولوجيا الرقمية وتكنولوجيا المعلومات، المتضمنة لجلب العملاء والشركاء التجاريين والمحافظة عليهم، فهي تعني بعملية تبادل المنتجات أو الخدمات والمعلومات من خلال شبكات اتصال معلوماتية أهمها الانترنت، مما يتيح للمؤسسات فرصا تجارية وإجراء معاملات التسويق والبيع وغيرها، ويعد طبيعيا انعكاس هذا التطور على الأشخاص الفاعلين في الاقتصاد لاسيما البنوك التجارية التي تعد من المتعاملين الاقتصاديين الذين سيتأثرون بمثل هذه التحويلات فزمن العولمة والتحويلات التكنولوجية السريعة يحتم على البنوك أن تقوم بإعادة اكتشاف نفسها باستمرار إن كانت ترغب أن تنافس بنجاح، لأنها لا تستطيع الاستمرار بتأدية عملها المصرفي على النحو التقليدي المعتادة عليه، فطلبات الزبائن تتزايد واحتياجاتهم تتغير بتحولهم لاستخدام الوسائل الإلكترونية وإنجذاهم إلى التعامل على الانترنت، فإما أن تخوض البنوك التجارية التحدي بدخول معترك التنافس العالمي في ظل التجارة الإلكترونية، أو إحجامها عن ذلك واحتفاظها بالتكنولوجيا في حيز ضيق مما قد يهدد كيانها ومستقبلها.

وبالرغم من أن التجارة الإلكترونية بلغت حدود عالية في انتشارها لدى الدول الغربية وبعض الدول العربية التي بدأت تخطوا خطوات مهمة رغم تواضعها، إلا أن اعتماد هذه التجارة في الدول المغربية مازال في مراحله الأولى، ولم يرقى بعد إلى ذلك المستوى الذي يمكن من اعتبارها كتنقنية

متطورة للتجارة وبالتالي يتعرض الاقتصاد التونسي، المغربي والجزائري إلى خلل كبير بسبب نقص هذه التجارة.

ولتطوير التجارة الإلكترونية في هذه الدول الثلاث ينبغي عليهم تبني نظام مصرفي قوي من خلال توفير بني تحتية وتحقيق التحديث في وسائل الدفع سواء كانت تقليدية أو إلكترونية والتشريعات القانونية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية. فقامت حكومات هذه الدول بالعديد من الإصلاحات وطرحت عدة مشاريع والتي من شأنها عصرنه العمل المصرفي وتعظيم الاستفادة من هذه التجارة وتسريع الانتقال نحوها من خلال تدليل العقبات التي تواجه تطبيقها، وتوفير كافة أسباب النجاح لها.

1 – الإشكالية:

بناء على ما سبق ذكره، يمكن صياغة الإشكالية التي سيتم معالجتها في هذا البحث كما يلي:

ما هي أهم تحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية؟

ومن خلال هذه الإشكالية الرئيسية للبحث يمكن صياغة أسئلة فرعية كالآتي:

– ما هو مفهوم التجارة الإلكترونية وأهم مراحلها ومجالاتها؟

– ما هي أهم تحديات التجارة الإلكترونية؟

– ما هو واقع التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية؟

2 – فرضيات البحث:

تتمثل أهم فرضيات البحث في النقاط التالية:

– التجارة الإلكترونية هي ظاهرة حديثة تعنى بعملية تبادل المنتجات والخدمات من خلال شبكة الانترنت؛

– تعتبر وسائل وأنظمة الدفع الإلكتروني من أهم تحديات التجارة الإلكترونية؛

– لا تزال الدول المغاربية تواجه عراقيل التي تحول دون توسع وانتشار التجارة الإلكترونية.

3 – أهداف البحث:

إن الأهداف التي نأمل أن نحققها من خلال هذا البحث تتمثل في:

- معرفة مصطلح التجارة الإلكترونية كونه مصطلح حديث النشأة في عالم المعاملات التجارية؛
- إبراز أهم وسائل ونظم الدفع المستخدمة في التجارة الإلكترونية؛
- تسليط الضوء على واقع التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية وما هي الجهود المبذولة في سبيل تطبيقها؛
- تحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية.

4 - أهمية البحث:

باعتبار أن العالم يشهد تبلور تحولات اجتماعية اقتصادية تقودها تكنولوجيا المعلومات في سياق ثورة المعلومات والاتصالات، والتي أدت إلى بناء مجتمع المعلومات وتشديد بني الاقتصاد الجديد "اقتصاد المعرفة أو الاقتصاد الإلكتروني، ونخص بالذكر التجارة الإلكترونية"، والتي أصبحت عاملاً مؤثراً في نمو وتطور اقتصاديات الدول وتعزيز تجارتها. ومن هنا جاءت هذه الدراسة لتبرز أهم تحديات التجارة الإلكترونية في تونس، المغرب والجزائر.

5 - أسباب اختيار البحث:

- إن الدوافع من وراء اختيارنا لهذا البحث هو:
- زيادة مستهلكين ومؤسسات اقتصادية إلى استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التعاملات التجارية؛
- حداثة الموضوع على المستوى الدولي وقلة الأبحاث والدراسات المتعلقة به؛
- معرفة ما هي أسباب هذا التأخر في استخدام التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال؛
- رغبة وميول أعضاء البحث إلى دراسة هذا الموضوع الذي له علاقة بالتخصص، وتأثر هذا الأخير بآخر موجات التطور التكنولوجي.

6 - منهجية البحث:

تتمثل منهجية البحث التي اعتمدها في دراستنا على المزج بين المنهج التاريخي والمنهج الوصفي التحليلي والمنهج الإحصائي، وذلك كما يلي:

اتبعنا المنهج التاريخي في دراستنا لنشأة وتطور التجارة الإلكترونية، وكما نستعمل المنهج الوصفي التحليلي. لدراستنا تحديات التجارة الإلكترونية وذلك من خلال وصفها وتفسيرها ودراسة وتحليل

معطياتها في الدول المغاربية، أما بالنسبة للمنهج الإحصائي، فنستعمله من خلال التطرق إلى إحصائيات حول التجارة الإلكترونية وواقعها في الدول المغاربية.

7 — حدود الدراسة:

تحدد دراستنا للموضوعين جانبيين الزماني والمكاني:

فالجانب المكاني يتحدد من خلال دراستنا واستعراضنا لأهم مبادرات الدول المغاربية (تونس، المغرب والجزائر) في اعتماد التجارة الإلكترونية ودراسة واقع أنظمة الدفع في الدول المغاربية. أما الجانب الزماني فيمكن حصره من نهاية التسعينات إلى وقتنا الحالي أين قامت الجزائر، تونس والمغرب بمبادرات محتشمة لاعتماد التجارة الإلكترونية.

8 — صعوبة الدراسة:

تتمثل صعوبة الدراسة في:

- تأخر عملية تبني وتطبيق التجارة الإلكترونية في العديد من دول العالم بما فيها الدول العربية، مما يجعل السلسلة الزمنية للمعطيات قصيرة وغير كافية لإجراء تحليل عميق للظاهرة ومعرفة اتجاهاتها العامة؛
- قلة المراجع المتخصصة في التجارة الإلكترونية سواء كتب أو دراسات أكاديمية والتي تحتوي على معطيات حديثة، وبالتالي اعتمادنا على الانترنت والملتقيات؛
- عدم اهتمام الجهات الخاصة بتنظيم التجارة الإلكترونية في هذه الدول ومعرفة الوضعية الحقيقية لهذه التجارة بغية توفير دراسات وإحصائيات ولو كانت بسيطة؛
- عدم توفر بيانات ومعلومات دقيقة وحديثة بشأن حالة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تونس، المغرب والجزائر.

9 — دراسات سابقة:

تعددت الدراسات السابقة في مجال التجارة الإلكترونية في السنوات الأخيرة حتى يومنا هذا وذلك من خلال رسائل جامعية نذكر منها:

دراسة رشيد علام (2010) بعنوان عوائق تطور التجارة الإلكترونية في الوطن العربي دراسة حالة الجزائر.

هدفت هذه الدراسة عموماً إلى تحليل ظاهرة التجارة الإلكترونية ودراسة واقع الدول العربية والإسلامية إزاء هذه الظاهرة والوقوف عند العوائق الحقيقية التي تحول دون تطبيقها والاستفادة منها وتحديد استخداماتها، ودراسة حالة الجزائر وإبرام أهم المجالات والقطاعات في الدول العربية والإسلامية التي يمكن أن يستفاد فيها من تطبيقات التجارة الإلكترونية وقد خلص الباحث إلى النتائج التالية:

- تدني نسبة المحتوى التكنولوجي في صادرات الدول العربية والإسلامية الذي يعد مؤشر مهماً في المقدرة التكنولوجية لاقتصادياتها. وهذا يشير إلى انخفاض إسهام عنصري البحث والتطور في القطاعات الإنتاجية لدى الدول؛

- ضعف انتشار واستخدام تقنية المعلومات في معظم الدول العربية والإسلامية نتيجة تدني نسبة الإنفاق على تقنية المعلومات من الناتج المحلي؛

- تواجه الدول العربية والإسلامية تحديات مهمة في استخدام التجارة الإلكترونية ومن أهم هذه التحديات عدم توفر البنى التحتية اللازمة لقيام التجارة الإلكترونية، ضعف الثقافة والوعي التقني والإلكتروني بين عامة أفراد المجتمع، وعقبات تشريعية تتمثل في غياب الأنظمة والتشريعات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية.

دراسة عبد الرحيم وهيبة (2006) بعنوان إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالإلكترونية دراسة حالة الجزائر.

يرمي هذا البحث إلى تحقيق جملة من الأهداف من بينها:

- محاولة رصد التجربة العالمية في مجال وسائل الدفع ومعرفة الحدود التي بلغتها؛
 - محاولة تقييم وسائل الدفع الحديثة لإمكانية مقارنتها مع تلك التقليدية؛
 - كذلك محاولة معرفة مدى استجابة البنوك الجزائرية للتطورات الحاصلة في المجال المصرفي وأهم العراقيل التي تواجهها لإيجاد الحلول المناسبة.
- وقد خلصت الباحثة إلى النتائج التالية:

- بظهور وسائل الدفع الإلكترونية لم تهمل البنوك الوسائل التقليدية. بل قامت باستغلال التطورات التكنولوجية الحاصلة لصالحها من أجل التخلص والقضاء على معظم عيوبها حيث سمح ذلك باختصار الوقت المخصص لمعالجتها والتقليل من الإفراط في الاستخدام الورقي والبشري الذي كان مخصص لها؛
- إن ظهور وسائل الدفع الإلكترونية يشجع على قيام خدمات مصرفية إلكترونية ووسع الأفق أمام التجارة الإلكترونية وفتح المجال لظهور سوق خاص بها يتضمن شركات عملاقة حققت أرباحا طائلة بالتخصص في هذه الوسائل حديثة النشأة؛
- لم تكن وسائل الدفع الإلكترونية التي اعتبرت الحل المثالي للمشاكل المطروحة من قبل الوسائل التقليدية في مستوى التوقعات؛
- تسبب ظهور وسائل الدفع الإلكترونية في انخفاض محسوس لاستخدام وسائل الدفع التقليدية لكنه لم يؤدي إلى اختفائها ولا لزوالها وقد لا يحدث ذلك على المدى القصير.

دراسة مسعود جماني (2008) بعنوان " أثر التجارة الإلكترونية على إنتاجية وتنافسية المؤسسة.

هدفت هذه الدراسة عموما إلى تحليل ظاهرة التجارة الإلكترونية وعلاقتها بالتنافسية ودراسة واقع مؤسسات السياحة في منطقة باتنة إزاء هذه الظاهرة ومدى الاستفادة منها، تحديدا ركزت على النقاط التالية:

- استعراض مفهوم التجارة الإلكترونية وأنواعها ومجالاتها وتطورها والمتطلبات اللازمة لها وأثارها الاقتصادية؛

- تسليط الضوء على مفهوم القدرة التنافسية وكيفية قياسها بالإضافة إلى مفهوم الإنتاجية وكيفية قياسها بالإضافة إلى مفهوم الإنتاجية وكيفية قياسها؛

- تحديد ومعرفة علاقة التجارة الإلكترونية بالتنافسية؛

- إبراز مدى استفادة مؤسسات السياحة من تطبيقات التجارة الإلكترونية.

وقد خلص البحث إلى النتائج التالية:

- لقد غيرت التجارة الإلكترونية من طبيعة الأنشطة المختلفة ذات الصلة مما أدى إلى استخدام أساليب جديدة مختلفة عما هو مستخدم بالصورة التقليدية، حيث ظهر سوقان الأول تقليدي والثاني إلكتروني.

إلا أن الأمر لن يبقى على ما هو عليه لأن الكفة مرجحة باتجاه السوق الإلكتروني على حساب التقليدي؛

- إن الدراسة التي تمت على مستوى مؤسسات قطاع الصناعة الكندي تثبت صحة فرضية البحث أن التجارة الإلكترونية على تنافسية المؤسسة من خلال زيادة الحصة السوقية والتحسين في الإنتاجية.

والجديد الذي سنأتي به في هذا البحث هو دراسة تحليلية لتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية وتبيان أهميتها في الاقتصاد، ورغم صعوبة انتقاء المعلومات فقد سعينا جاهدين لإنجاز هذا البحث راجيين أن يفيد في دعم المكتبة الاقتصادية ومساعدة باحثي المستقبل

10- أدوات البحث:

اعتمدنا في دراستنا على المصادر الثانوية من كتب، رسائل جامعية، ملتقيات ومؤتمرات، مواقع إلكترونية، قوانين ومراسيم ومجلات.

11 - خطة البحث:

من أجل دراسة الموضوع ومعالجته قسمنا البحث إلى ثلاث فصول:

الفصل الأول: تناولنا فيه أساسيات التجارة الإلكترونية من ثلاث مباحث حيث يتطرق المبحث الأول إلى إعطاء لمحة حول التجارة الإلكترونية والمبحث الثاني يوضح البنية التحتية للتجارة الإلكترونية أما المبحث الثالث فقد خصصناه مراحل ومجالات التجارة الإلكترونية.

الفصل الثاني: فقد خصصناه لدراسة تحديات التجارة الإلكترونية وذلك من خلال تقسيمه إلى ثلاث مباحث، المبحث الأول تناولنا فيه وسائل ووسائط المعاملات المالية الإلكترونية، أما المبحث الثاني تطرقنا فيه إلى أنظمة الدفع الإلكتروني، والمبحث الثالث يتركز حول التحديات القانونية للتجارة الإلكترونية.

الفصل الثالث: قمنا فيه بدراسة واقع وتحديات التجارة الإلكترونية الدول المغاربية، وذلك من خلال التطرق إلى ثلاث مباحث أولها واقع وتحديات التجارة في تونس، ثانيها واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في المغرب، أما المبحث الثالث فيتتمحور حول واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الجزائر.

الفصل الأول

أساسيات حول التجارة الإلكترونية

تمهيد:

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

ففي هذا العصر الرقمي الذي تنتشر فيه انتشارا هائلا وشاع مفهوم التجارة الإلكترونية التي تعددت مفاهيمها حسب العديد من المنظمات والاقتصاديين، كما تعددت أنماطها وخصائصها ولها العديد من الفوائد والمعوقات ولقيام التجارة الإلكترونية لا بد من توافر متطلبات أساسية من بني تحتية وتطوير وسائل الدفع وغيرها وسنتطرق في هذا الفصل إلى :

- المبحث الأول: لمحة حول التجارة الإلكترونية.
- المبحث الثاني: البنية التحتية للتجارة الإلكترونية.
- المبحث الثالث: مراحل ومجالات التجارة الإلكترونية.

المبحث الأول: لمحة حول التجارة الإلكترونية

تعد التجارة الإلكترونية من الظواهر الحديثة التي برزت على الساحة العالمية مؤخرًا، والتي تمكنت في فترة وجيزة من الانتشار والنمو والتحول إلى أحد أهم معالم الاقتصاد الجديد، وسيتمحور هذا المبحث حول توضيح هذا المفهوم الحديث مع التطرق إلى فوائده ومعيقات التجارة الإلكترونية وأنواعها .

المطلب الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية:

تتعدد في الواقع تعريفات التجارة الإلكترونية، وذلك حسب الرؤية الشخصية للقاتل بالتعريف وحسب العنصر أو العناصر التي يركز عليها مفهوم أو تعريف دون غيره، وحتى تتمكن من دراسة التجارة الإلكترونية ومعرفة جوانبها وممارستها المختلفة ينبغي أن ندرك بأن مصطلح التجارة الإلكترونية ينقسم إلى قسمين أساسيين هما:

1- التجارة: وتعبر عن أي نشاط اقتصادي يتم من خلاله تبادل السلع والخدمات فيما بين أطراف التعامل المختلفة سواء أكانت حكومات أو شركات أو أفراد وذلك وفق قواعد ونظم متفق عليها.

2-الإلكترونية: وهي وصف لهذا النوع من التجارة يشير إلى أنها لا تتم إلا باستخدام الوسائط والأساليب الإلكترونية المختلفة والتي تعتبر شبكة المعلومات الدولية من أهمها.

وفيما يلي بعض التعاريف لمصطلح التجارة الإلكترونية:¹

- التجارة الإلكترونية هي عملية نقل وتسليم السلع والخدمات الكترونياً²؛
- التجارة الإلكترونية هي عبارة عن نهج حديث، أو بالأحرى نهج مستحدث، في إدارة الأعمال، يكون موجهاً إلى السلع والخدمات، وسرعة في الأداء. ويتضمن نشاط التجارة الإلكترونية استخدام شبكة الاتصالات، في البحث واسترجاع المعلومات، من أجل دعم اتخاذ قرار الأفراد والمنظمات³؛

¹ محمد عمر الشويرف، التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص- ص: 45، 46 .

² السيد أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية والعولمة، بدون طبعة، القاهرة، مصر، 2008، ص- ص: 31، 33 .

³ عامر إبراهيم القنديلجي، التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها، الطبعة الأولى، دار السيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012، ص 30 .

- التجارة الإلكترونية هي التجارة التي تختصر الوقت والجهد أي لا توجد حدود جغرافية تعيقها ومستخدمه الوسائل التقنية الحديثة كأداة لتسهيل هذه التجارة¹؛
- التجارة الإلكترونية تشمل جميع أشكال التعاملات التجارية التي تتم إلكترونياً عبر شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)، وتتم هذه التعاملات بين الشركات أو بينها وعملائها أو بين الشركات والحكومات، وتشمل التجارة الخارجية والداخلية، ويمكن للتجارة الإلكترونية أن تقوم بوظائف جديدة في عمليات التبادل التجاري، من بينها الإعلان والمفاوضات وتسوية المدفوعات والحسابات وفتح الامتيازات له والتراخيص وإعطاء أوامر الشراء والتبادل لبعض السلع والخدمات ؛
- وقد عرفتها منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OECD*: على أنها تشمل جميع أشكال المعلومات التجارية التي تتم بين الشركات أو الأفراد، والتي تقوم على أساس التبادل للبيانات، سواء كانت مكتوبة أم مرئية أم مسموعة هذا بالإضافة إلى شمول الآثار المترتبة على عملية تبادل البيانات والمعلومات التجارية الإلكترونية ومدى تأثيرها على المؤسسات والعمليات التي تدعم وتحكم الأنشطة التجارية المختلفة؛
- اللجنة الأوروبية EC**: التجارة الإلكترونية هي أداء الأعمال إلكترونياً، حيث تقوم 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 والفواتير الإلكترونية والمزادات التجارية، وعمليات التسويق وخدمات ما بعد البيع وهي تشمل كلا من السلع والخدمات، وكذلك الأنشطة التقليدية وغير التقليدية ؛
- التجارة الإلكترونية هي نظام يتيح عبر الإنترنت حركات بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات كما يتيح أيضاً الحركات الإلكترونية التي تدعم توليد العوائد مثل عمليات تعزيز الطلب على تلك السلع والخدمات والمعلومات²؛
- التجارة الإلكترونية هي جمع المعلومات التي تتم عبر الإنترنت سواء تمتعت بالصفة التجارية أم لا³؛

¹ هاشم الشمري نادي اللين، الاقتصاد المعرفي، بدون طبعة، دار الصفاء، عمان، الأردن، 2002، ص 64 .

* OECD: Organisation For Economic Coopertion and Development.

** EC: Europran Commission .

² -ناصر خليل، التجارة والتسويق الإلكتروني، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر، عمان ، الأردن، 2009 ، ص 28 .

³ - نضال سليم برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، بدون طبعة ، دار الثقافة للشهر، الاسكندرية، مصر، 2010 ، ص 19 .

• من خلال كل التعاريف السابقة يمكننا أن نستنتج تعريف شامل للتجارة الإلكترونية على أنها عملية تستخدم فيها التقنية الحديثة بمختلف صورها من أجل إجراء مختلف العمليات التجارية بين جميع الأطراف المتعاملة والتي تشمل إنتاج وبيع وتسليم السلع من قبل البائع و المستهلك بالإضافة إلى الخدمات وذلك من أجل تسهيل عمليات التبادل التجاري.

المطلب الثاني: فوائد ومعوقات التجارة الإلكترونية:

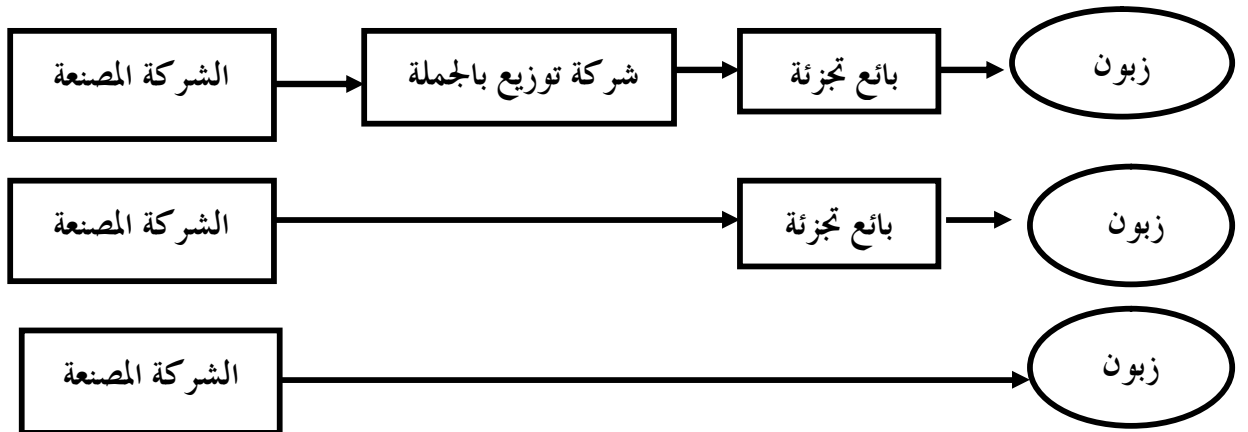
إن للتجارة الإلكترونية مجموعة من الفوائد والخصائص التي تتميز بها كغيرها من النشاطات إلا أن هناك معوقات تحد من انتشار هذا النوع من التجارة وهذا ما سنوضحه من خلال هذا المطلب:

أولاً: الفوائد

للتجارة العديد من الفوائد نذكر منها ما يلي :

1- أقل تكلفة: إن إجراء الأعمال التجارية عبر الأنترنت تتم بتكلفة أقل بكثير من إجرائها بالطريقة التقليدية حيث أن هناك عملية إزالة الوسطاء والشركات التجارية بين الزبون والشركة المصنعة للمنتجات حيث يبين الشكل التالي:

الشكل رقم (01-01) : طريقة البيع المباشر وأثره في تخفيض التكلفة.



المصدر: خضر مصباح الطيبي، التجارة الإلكترونية من منظور تقني وتجاري وإداري، بدون طبعة،

دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008 ص 39 .

إذ طريقة الشراء عبر الأنترنت قد تقلل سعر المنتج إلى النصف تقريبا وهي تقلل بشكل كبير من مشاكل السوق وتضع شركات صغيرة جديدة أمام شركات عملاقة ضخمة مثل شركة Amazon.com وهي من أكبر الشركات الرقمية والمتخصصة في بيع الكتب في العالم.

2-إقتصادية:تعتبر التجارة الإلكترونية اقتصادية عكس التجارة التقليدية فهي لا تتطلب باستئجار محلات أو تأمين أو استثمارات في البنية التحتية وكل ما هو مطلوب من فكرة معينة ومنتج أو خدمة مميزة وموقع ذو تصميم جذاب للبدء بالعمل التجاري¹.

3-عائدات أكبر:التجارة الإلكترونية تزيد من العائدات المالية للشركات لأنها توفر الوقت والجهد والتكلفة في إجراء الحركات والعمليات اليدوية والتي تحتاج إلى موظفين أكثر إرادة، كل هذه تتم في التجارة الإلكترونية بشكل تلقائي عبر الأنترنت.

4-خدمة أفضل للزبون:التجارة الإلكترونية حسنت كثيرا في خدمة الزبون والمعتمدة على وسائل عديدة تتمثل بالموقع والبريد الإلكتروني وإجابات عن أسئلة اعتيادية والتخاطب المباشر مع الزبائن عبر الدردشة بالنص والصوت والصورة، ففي التجارة الإلكترونية لا يحتاج الزبون أن يتصل تلفونيا ومن ثم يتم تحويله إلى الموظف المعني وقد يكون هذا الموظف مشغولا مع زبون ثاني مما يؤدي إلى ضياع الوقت وعدم رضا الزبون.

5-سرعة التسوق ومقارنة الأسعار: إن التجارة الإلكترونية تسهل على كل من الزبون والبائع البحث عن المنتجات ومقارنة الأسعار والبحث عن أفضل المنتجات أو الخدمات ذوي الجودة العالية بعكس التجارة التقليدية التي تحتاج إلى عملية شاقة في البحث عن الأسواق ومناقشة البائعين وغيرها .

6-العمل الجماعي: التجارة الإلكترونية سهلت وساعدت ونشطت العمل الجماعي وأبسط مثال عن ذلك هو مشاركة البيانات عبر الأنترنت أو البريد الإلكتروني والذي سهل في وضع حلول سريعة لتبادل المعلومات واتخاذ القرارات بشكل فعال.

¹ - خضر مصباح الطيطي، التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية من منظور تقني وتجاري وإداري، مرجع سبق ذكره، ص-ص:39-40.

7- مشاركة المعلومات والملائمة وتحسين الضبط والمراقبة والتحكم: الأسواق الإلكترونية تعمل على مبدأ مشاركة البيانات والمعلومات بين مختلف الأطراف وسهلت عملية التسليم في الوقت المحدد، وهي أكثر ملائمة للزبون والبائع على حد سواء حيث يستطيع الزبون أن يقوم بعملية الشراء أو البيع في أي وقت على مدار 24 ساعة وأيضا يستطيع الزبون أو البائع تحسين عملية التحكم بقراراته المالية بشكل سهل حيث يستطيع الحصول على الكثير من الخدمات المصرفية من خلال الإنترنت.

ثانيا: معوقات التجارة الإلكترونية:

واجهت التجارة الإلكترونية العديد من العوائق التي أثرت في تطورها، فضلا عن انسيابها مما يؤدي إلى التفاوت التقني الهائل بين الدول المتقدمة والنامية في مجال الاتصالات ومن هذه المعوقات¹:

- انتشار الأمية (الجهل بالقراءة والكتابة والأمية المعلوماتية)؛
- ضعف كفاءة قطاع الاتصالات في الدول النامية ؛
- غياب البنى التحتية والتي تتيحالاتصال بشبكة الأنترنت؛
- ضعف الإلمام باللغة الإنجليزية، علما بأن 89.5% من اللغات المتداولة على شبكة الأنترنت هي اللغة الإنجليزية؛
- غياب الوعي بكيفية إجراء المعاملات عبر شبكة الأنترنت، والذي يوقع المتعاملين فريسة سهلة للمحتاجين؛
- غياب الإطار التشريعي المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ومعظم الدول النامية والذي يعد العمود الفقري لقيامها ؛
- غياب التفاعلية التي تسهل على المستخدم عملية الشراء ؛
- البطء في الشبكة والذي يرد لضعف قطاع الاتصالات ؛
- ضعف كفاءة انتشار استخدام الأنترنت في الوطن العربي ؛

¹ - محمد إبراهيم أبو الهيجاء، عقود التجارة الإلكترونية، الطبعة الثانية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص-ص: 64-66.

- ما تزال لدى بعض الحكومات قوانين تمنع أو تقلل من فرص التعاون الدولي¹؛
- ارتفاع أسعار أجهزة الحاسب الآلي مقارنة بدخل المستهلكين العرب؛
- عدم وجود تجمعات متخصصة لدراسة أبعاد أسواق التجارة الإلكترونية؛
- قلة عدد بطاقات الائتمان المتوافرة لدى الناس، والتي تعد الوسيلة الأكثر استخداماً للشراء عبر الإنترنت؛
- فضلاً عن أن التجارة الإلكترونية تعد في بدايتها وما تتميز به من سرعة التغير والتبدل وهو ما لا يتفق وأهواء الناس وثقتها في الأشياء الثابتة حتى تستثمر بها.
- تشكل هذه العوائق عقبة أمام تغلغل شبكة الانترنت، والتجارة الإلكترونية على المستوى العالمي، مما يؤدي إلى زيادة الفجوة الرقمية بين الدول .

ثالثاً: حلول لمشاكل ومعوقات التجارة الإلكترونية:

تواجه التجارة الإلكترونية في المنطقة العربية مجموعة من المشاكل تفرضها حداثة دخول الانترنت وتكنولوجيا المعلومات واستخدامها من قبل المستهلك العربي فيما يلي مقترحين قد يساهمان في تحسين فرص السوق العربي للاستفادة من مزايا التجارة الإلكترونية:

أولاً: لمواجهة المشكلات التي تواجه التجارة الإلكترونية، يقترح رونالدو مشحور المدير التنفيذي لسوق دوت كوم وهي أحد مواقع التجارة المعنية بمجال (B2C) فكرة قيام مواقع إلكترونية تجارية كبرى تستضيف التجار الصغار والمتوسطين، وتكون بمثابة مركز تجاري متنوع يلتقي فيه التجار بمختلف منتجاتهم، نظير عمولة عند إتمام عملية البيع، وفي هذا المجال تفادياً للمعوقات التالية:

- التكلفة المرتفعة التي تواجه التجار الصغار عند محاولة دخولهم مجال التجارة الإلكترونية؛
- تطوير أو شراء الأنظمة المكونة لتطبيق التجارة الإلكترونية يفوق مقدرة التاجر الصغير (مثل سلة الشراء الإلكترونية، وبرامج الدفع وغيرها)؛

¹ - محمد نور صالح الجدادية، سناء حودت خلف، تجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 33-

- الاستخدام الضئيل للإنترنت للبيع والشراء في العالم العربي لا يشجع المتاجر على الإنفاق الكبير¹؛
- ثانياً: ليتمكن أي شخص من بناء موقع ناجح يتضمن تطبيقاً كاملاً للتجارة الإلكترونية، فإن الموسوعة العربية للكمبيوتر والإنترنت تشير إلى مجموعة من الخطوات يمكن أن يلتزم بها نذكر منها:
 - 1- تحديد الأهداف المطلوبة من الموقع التجاري ليتم عرض المعلومات للزبائن التي تمكن المتجر من تحصيل العوائد؛
 - 2- تحديد الحد الأعلى للزبائن المتوقعين للموقع، بالإضافة إلى دراسة السوق وطرح خدمات للزبائن تتماشى مع أفضليتهم؛
 - 3- وضع ميزانية تضمن الإنفاق على الموقع في الوقت الحالي والمستقبلي لضمان الاستمرارية؛
 - 4- التعديل على محتويات الموقع باستمرار لتعكس الوضع الراهن للموقع بمحتوياته وخدماته؛
 - 5- توفير الإمكانيات التقنية للمتصفح لتوفير سهولة وسلاسة التصفح وبالذات تكنولوجيا الوسائط المتعددة؛
 - 6- وضع قائمة محتويات للموقع والإضافة عليها بناءً على اهتمامات زوار الموقع؛
 - 7- اختيار اسم مختصر للموقع ليقبل من احتمالات الخطأ في إدخال الاسم ويسهل تذكره من قبل الزوار؛
 - 8- ضرورة التأكد من فعالية الروابط والوصلات الخاصة بالبريد الإلكتروني المستخدمة على المواقع الإلكترونية وسهولة الوصول إليها، لأنه الجسر الأساسي للتواصل مع الزبائن والتعامل معهم، وبدونه يبقى الموقع معزولاً ولا معنى لوجوده على الشبكة؛
 - 9- اختيار شركة تصميم مواقع الويب التي يمكن أن تقدم خدمات منتظمة للموقع إذا لم تتمكن من تصميم الموقع بنفسها؛
 - 10- تسويق الموقع بشكل كافي وفي عدد من المواقع الإعلانية التي تضمن الوصول لعدد أكبر من الزبائن.

¹ - عماد أحمد أبو شنب، الخدمات الإلكترونية، بدون طبعة، دار الكتاب الثقافي للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص-ص: 88-87.

رابعا: خصائص التجارة الإلكترونية:

إن التجارة الإلكترونية أو التجارة التي تمر عبر الشبكات الرقمية تتميز بعدد من الخصائص التي تختلف بها عن التجارة التقليدية.

- تتسم التجارة الإلكترونية بالتعامل المباشر بين المتعاملين وذلك من خلال شبكة الاتصالات الدولية دون الحاجة إلى طرف ثالث يسير إجراءات التلاقي بين الإدارتين¹؛
- تتسم التجارة الإلكترونية بالتطور والنمو السريع، ومن ثم يزداد نصيبها في الناتج المحلي الإجمالي العالمي ويسهم تطور الانترنت إسهاما فعالا في هذا الصدد لاعتماد هذه التجارة عليه؛
- عدم استخدام المستندات والوثائق الورقية أثناء عمليات التبادل التجاري أو المالي أو في عمليات تتم بواسطة التجارة الإلكترونية وذلك يرجع إلى أن عملية التفاعل بين طرفي المعاملات يتم بدون أي مستندات ورقية بل يتم إلكترونيا منذ بداية المعاملات إلى نهايتها وبالتالي فإن البيانات والمعلومات الإلكترونية التي تتم بين طرفي المعاملات هي الإثبات الوحيد الذي يتاح لكل من طرفي المعاملة في حالة حدوث أي نزاع بينهما؛
- صعوبة الإثبات القانوني في المعاملات التي تتم بواسطة التجارة الإلكترونية، وحتى الآن تقوم الحكومات حاليا على وضع صيغ قانونية لإمكان إثبات المعاملات التجارية الإلكترونية ومثال ذلك قيام كثير من الدول بالاعتراف بالتوقيع الإلكتروني كعنصر إثبات في المعاملات التجارية الإلكترونية عبر شبكة الانترنت؛
- تعتمد على النشاط الخاص اعتماد يكاد يكون كليا لذا كان الاهتمام بها مصحوبا بتشجيع هذا القطاع وتفكيك الحزم القانونية التي قد تفوق نشاطه في الداخل أو الخارج؛
- تتسم التجارة الإلكترونية أنها تتيح فرصة كبيرة للتعامل في مختلف الأسواق في الشرق أو الغرب على مدار 24 ساعة برغم فروق التوقيت الكبيرة ويمثل هذا تيسيرا كبيرا على المتعاملين خاصة في الأسواق المالية؛
- إنها تجارة كونية لا تعرف الحدود وتوجد في كل مكان وهي وسيلة رخيصة جدا؛

¹ - السيد أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية والعولمة، مرجع سبق ذكره، ص 49 .

• تتسم التجارة الإلكترونية بالسرعة الفائقة أي سرعة التعاقد وسرعة التسليم بالنسبة لكثير من الصفقات ومن ثم فهي تختزل عنصر الزمن فلقد اعتدنا أن نذكر عند التفرقة بين التجارة المحلية والدولية عاملي المسافة والوقت والواقع أن التجارة الإلكترونية جاءت لتختزل هذين العاملين إذ هي تختزل الحدود وتتم في وقت قصير للغاية.

المطلب الثالث: أنواع التجارة الإلكترونية

هناك العديد من تصنيفات التجارة الإلكترونية إلا أن أكثر هذه التصنيفات شيوعاً هو تصنيفها حسب الجهات المشاركة فيها أي حسب طبيعة وهوية الأطراف الأساسية المعنية بالتعامل التجاري وذلك باعتماد على معيارين أساسيين في التصنيف هما :

• معيار العلاقة التعاقدية

• معيار محل هدف التبادل الإلكتروني.

وتبعاً لهذه المعايير تصنف التجارة الإلكترونية إلى الأنواع التالية:

1- التجارة الإلكترونية بين وحدة الأعمال والحكومة (B2B) :

تغطي جميع التحويلات مثل دفع الضرائب والتعاملات بين الشركات وهيئات الإدارة المحلية الحكومية، تقوم الحكومة بعرض الإجراءات واللوائح والرسوم، عمليات إثباتات ومدفوعات الضرائب ومدفوعات التراخيص التجارية ورسوم الجمارك وتخليص الواردات من البضائع منها. كما تستخدم الشركات الأنترنت للتعرف على الوظائف المتاحة والوضع النقدي والأوضاع الاقتصادية وغيرها من نماذج المعاملات على الأنترنت حيث تستطيع الشركات الاطلاع عليها بطريقة إلكترونية وتقوم بإجراء المعاملة إلكترونياً دون الحاجة للتعامل مع المكاتب الحكومية، وهذا الجانب من التجارة الإلكترونية لا تزال في مراحلها الأولية في معظم الدول¹؛

1- محمد تقروت، واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الوطن العربي، (مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية، جامعة حسنية بن بوعلي، شلف، غير منشورة)، الجزائر 2004-2005، ص- ص: 59-60.

2- التجارة الإلكترونية داخل المنظمة (EC):

يقصد بها تنفيذ جميع العمليات الداخلية في المنظمة والمتصلة بتبادل المعلومات والمنتجات والخدمات بين مختلف وحداتها التنظيمية والأفراد العاملين بها، كالبيع للموظفين أو الشراء منهم والتدريب الإلكتروني وتنظيم الجهود التعاونية لتصميم المنتجات وغيرها¹؛

3-التجارة الإلكترونية بين المستهلكين ووحدات الأعمال (C2B) :

يتضمن ذلك بعض الأفراد اللذين يبيعون خدماتهم للمشروعات أو أولئك اللذين يلجئون للمشروعات للمساعدة في بيع خدماتهم ومنتجاتهم، كذا البحث عن أفضل المنتجات والمقارنة بين أسعار منتجات مختلف الشركات من خلال تصفح مواقع هذه الشركات أو مواقع الأسواق الافتراضية أو بالدخول في مزادات على الخط On line مباشرة؛

4-التجارة الإلكترونية من وحدة الأعمال (شركة) والمستهلك (G2C):

إن التجارة الإلكترونية التي ترتبط بين المؤسسات والمستهلكين (الزبائن) والتي تدعى "تجارة التجزئة الإلكترونية أو التسوق الإلكتروني تعبر عن العلاقة بين الشركات التي تقوم بعرض مختلف أنواع السلع والخدمات التي ترغب في تسويقها عبر الانترنت والمستهلك الذي سيعرض السلع المتاحة ويقبني منها حاجياته لإشباع رغباته

ويعر التسوق الإلكتروني بمجموعة من المراحل، فالمستهلك الذي يرغب في الحصول على سلعة ما يزور موقع الشركة العارضة لسلعها ويقوم بالبحث عن النجاح الخاص بنوع السلعة المطلوبة، ثم ينتقي الفئة المعينة داخل الجناح، فتظهر له على شاشة الحاسوب اللائحة النهائية، يختار منها السلعة بالمواصفات التي يريدتها، وفي أسفل الشاشة يضع ما يشاء من مشتريات في سلة البضائع ثم يقوم بضبط الكمية وسعرها النهائي، ويتم الدفع بطرق مختلفة أكثر شيوعا عن طريق استخدام بطاقات الائتمان

¹ -محمد نور برهان، عز الدين خطاب، التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة، مصر، 2015 ص-ص: 17-18 .

أو الشيكات الإلكترونية أو نقدا عند التسليم أو بأي طريقة أخرى، أما حصول المستهلك على مشترياته فيكون بإحدى الطريقتين :

- توصيلها المباشر عبر شبكة الانترنت، إذا كانت من النوع القابل للتمييز الرقمي والنسخ عن بعد.
- إرسال البضائع والسلع المشتراة بواسطة مندوبي المبيعات أو بالبريد السريع أو بواسطة شركات الشحن.

تشهد التجارة الإلكترونية بالتجزئة تطورا واسعا بسبب انتشار ما يمكن أن يطلق عليه ثقافة الانترنت بين الأفراد في مختلف الدول، حيث لوحظ التقدم الكبير والتعاظم في تكنولوجيا المعلومات وانتشار الحاسبات الشخصية والتكنولوجيا الخلوية في الهاتف المحمول، وحاسبات الجيب... إلخ، من جهة أولى، واستخدام هذه الوسائل في إجراء المعاملات والاتصالات..... من جهة ثانية، ومن جهة ثالثة ازداد هذا النوع من التعامل بسبب إدراك القائمين على المشروعات أهمية استخدام الوسائل الإلكترونية في الاتصال بالعملاء، والمستهلكين وتوظيفها في هذا الإطار¹.

5- التجارة الإلكترونية بين المستهلكين والإدارة المحلية (الحكومة) :

وهذا يشمل التفاعل الإلكتروني في مجال الخدمات والمعاملات الرسمية بين الأفراد من جهة أخرى جزء من مفهوم الحكومة الإلكترونية. بدأ هذا الجزء يتطور ويتسع في الآونة الأخيرة، ويتضمن قيام المستهلك باستخدام الأنترنت سداد الضرائب أو التقدم لشغل وظائف معن عنها في مواقع الحكومة على شبكة الأنترنت؛

6- التعامل بين الأجهزة الحكومية (G2G) :

وتشمل تبادل المعلومات والتنسيق بين الأجهزة الحكومية، كما يمكنها أن تشمل أعمالا تجارية كان تنقل هيئة السكك الحديدية سلعا لحساب إحدى الوزارات؛

¹- السيد أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية والعمولة، مرجع سبق ذكره، ص 73 .

7- التجارة الإلكترونية بين الحكومة والأعمال (G2B) :

وشمل استخدام التكنولوجيا الرقمية في إنجاز الإجراءات والمعاملات وعرض القوانين والأنظمة والتعليمات المنظمة لأعمال قطاعات الأعمال المختلفة، وبيع الأعمال للحكومة منتجاتها وخدماتها إلكترونياً، وتوسعى الحكومة من خلال هذه المجموعة إلى إتمام تفاعلاتها مع الأعمال من خلال تقديم المعلومات والخدمات للأعمال إلكترونياً وإدارة الضرائب في G2B التدبير الإلكتروني للحكومة وتمثل باستخدام الحكومة للأنترنت في البحث عن الموردين لشراء لوازمها واختيارهم ومتابعة تطبيق اتفاقيات معهم والمشاركة في المزادات أو المناقصات الإلكترونية.

8-التجارة الإلكترونية بين الأعمال والحكومة (B2G) :

وتضم كافة أنواع العمليات التي تتم بين منظمات الأعمال والجهات الحكومية في إطار تنفيذ التعاقدات بين الطرفين التي بموجبها تنجز هذه المنظمات بنود هذه التعاقدات للوفاء بالتزاماتها تجاه تلك الأجهزة والمعدات والمستلزمات تفيد مقاولات بناء المباني فتح الطرقات، الصيانة بمختلف أنواعها.....إلخ؛

9-التجارة الإلكترونية غير الربحية:

وتقوم بها العديد من المؤسسات التي لا تستهدف الربح كالمؤسسات الدينية والاجتماعية والهيئات البحثية إذ أنها تستعمل التجارة الإلكترونية في الغالب من أجل خفض التكاليف وتحسين أداء الخدمات لعملائها¹؛

10-التعامل بين الشركة أو المؤسسة التجارية والمستهلك (B2C) :

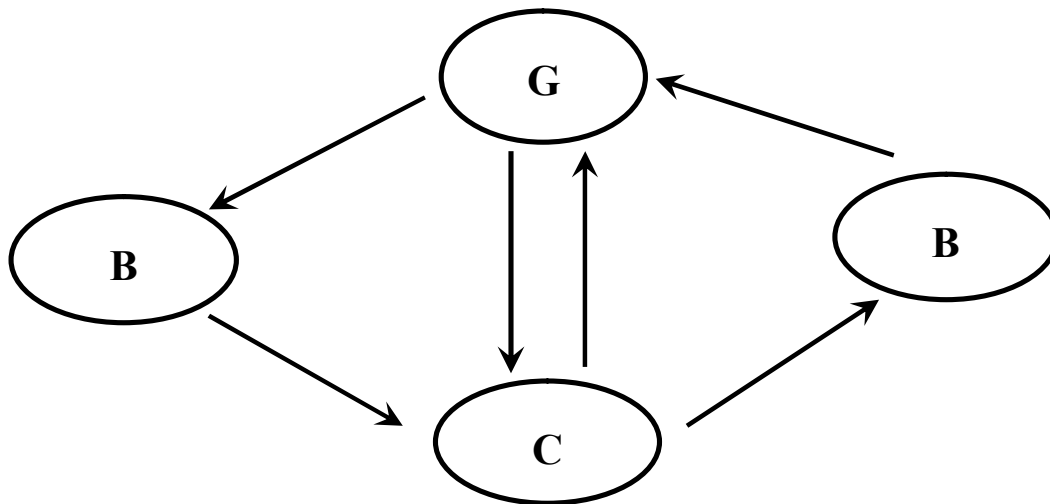
وهذا النوع من التجارة الإلكترونية يتم فيه التعامل من بيع وشراء بين المؤسسات التجارية والأفراد أو المستهلكين، ويشمل هذا السوق قطاعات التجزئة التي تبيع المنتجات والخدمات للمستهلكين

¹ -محمد عمر الشويرف، التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد، الطبعة الأولى، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن،

2013، ص 70 .

عبر شبكة الأنترنت، ويتم التعامل بين الشركة والأفراد سواء على مستوى المحلي أو الدولي، حيث يقوم المستهلك بطلب السلعة أو الخدمة من موقع الشركة في الأنترنت ويفع ثمنها بالبطاقة مثلا ثم بعد ذلك يحصل على سلعة أو الخدمة مباشرة إذا كانت منتجا رقميا أو عن طريق البريد التقليدي إذا كان غير قابل للتسليم إلكترونيا، وبالرغم أن هذا المجال من التجارة الإلكترونية لا يزال محدودا مقارنة بالتجارة الإلكترونية بين المؤسسات الأعمال التجارية (B2B)، إلا أن الاهتمام والخطط الاستراتيجية للشركات التجارية تتجه نحو الاستفادة من قطاع الأفراد والمستهلكين، سيما وأن الشركات الكبيرة ذات السمعة التجارية الحسنة تستطيع أن تكسب التعامل الإلكتروني على مستوى الأفراد في كافة أنحاء العالم .

الشكل رقم (1-2): أنواع التجارة الإلكترونية.



المصدر: أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2006،

ص 48 .

المبحث الثاني : البنية التحتية للتجارة الإلكترونية

لا تقتصر التجارة الإلكترونية كما يظن البعض على عمليات بيع وشراء السلع والخدمات عبر الانترنت، إذ أن التجارة الإلكترونية منذ انطلاقتها كانت تعتمد على بنى تحتية في معالجة حركات البيع والشراء وإرسال التحويلات المالية عبر شبكة الانترنت فالتجارة الإلكترونية في حقيقة الأمر تنطوي على هو أكثر من ذلك بكثير، فقد توسعت حتى أصبحت عمليات شراء وبيع المعلومات نفسها جنبا إلى جنب مع السلع والخدمات ولا تقف التجارة الإلكترونية عند هذا الحد، إذ هي تفتح آفاق أمام مستخدميها وسنحاول في هذا المبحث التطرق لأهم البنى التحتية للتجارة الإلكترونية .

المطلب الأول: البنية التحتية لأمن المعلومات:

إن أمن المعلومات الإلكترونية يعد من أهم القضايا الحساسة في التجارة الإلكترونية، حيث أن معظم العمليات تتم إلكترونيا دون التقاء البائع والمشتري في مكان حقيقي واحد بل يتم ذلك من خلال الالتقاء الافتراضي من خلال موقع إلكتروني واحد، تحدث المشاكل في التجارة الإلكترونية وبطرق متعددة عن طريق الهاكر أو المهاجمين أو عن طريق الفيروسات الإلكترونية أو أنواع أخرى من البرامج الخبيثة.

إن من أهم مخاطر أمن التجارة الإلكترونية هو الحصول على المعلومات الخاصة والسرية من قبل الأشخاص غير المخولين وبالتالي يصبح الحصول على المعلومات الخاصة والسرية من قبل الأشخاص غير المخولين وبالتالي يصبح لديهم القدرة على الاطلاع عليها أو استخدامها والتعديل عليها والحذف.

أولا : أمن المعلومات: هو عبارة عن مجموعة من القواعد والقوائم التي تحكم وتنظم عملية الاستخدام والوصول إلى المعلومات لتعريف المستخدمين بحقوقهم وواجباتهم وحماية المصادر المختلفة من التدمير أو السرقة، لذا فإن أمن المعلومات يهدف لأن تكون المعلومات تحت تصرف وسيطرة الأشخاص المخولين بذلك وحجب إمكانية الوصول إليها من الأشخاص غير المخولين بذلك. يركز أمن المعلومات على

تأمين الحماية لأنظمة نظم التشغيل والبرامج والتطبيقات وقواعد البيانات وكما ينظم عملية الدخول إلى الأنظمة¹.

ثانياً: خدمات أمنية فعالة لضمان حماية أمن المعلومات:

هناك عدة خدمات تعمل على حماية أمن المعلومات نذكر منها ما يلي :

1- خدمة حماية التعريف: تهدف هذه الخدمة إلى التحقق من هوية الشخص الذي يقوم بالتعريف عن نفسه فهذه الخدمة تستخدم للتحقق من أن الشخص الذي يقوم بالتعريف عن نفسه هو فعلياً صاحب المعلومات التي تستخدم للتعريف فهناك نوعان من خدمات التعريف:

• التعريف الأول : هو التعريف الشخصي الذي يهدف للتعريف بهوية الشخص المرسل للمعلومات والتحقق من أنه هو الشخص ذاته وليس شخص آخر يدعي ذلك.

• التعريف الثاني: هو التعريف بمصدر المعلومات أو المنشأ الأصلي للمعلومات والذي يهدف لتحديد هوية المصدر والتحقق من أنه هو المصدر ذاته وليس مصدر آخر يدعي ذلك.

2- خدمة السيطرة على الدخول: تستخدم هذه الخدمة لتحديد الأشخاص المخولين بالدخول للموقع وبالتالي يتم منع الأشخاص غير المخولين بالوصول لمصدر المعلومات والبيانات. تعتبر هذه الخدمة هي الطريقة المبدئية للتثبيت من الدخول المسموح به والدخول غير مسموح به. إن من أبسط المبادئ التي تستخدم لضمان ذلك هو استخدام اسم المستخدم وكلمة المرور وفي بعض الأحيان يتم إرسال رسالة نصية لهاتف المستخدم تحتوي على نص معين يجب إدخال هذا النص في شاشة الدخول قبل السماح للمستخدم من الدخول للموقع.

3- خدمة السرية: تضمن هذه الخدمة حماية المعلومات وعدم السماح بالإفصاح عنها للجهات غير المصرح لها بالحصول عليها، عند تبادل الرسائل الإلكترونية عبر الوسائط المختلفة فإن هذه الخدمة تسمح فقط للأشخاص المخولين بالاطلاع على محتوياتها أو التعامل معها حسب الصلاحيات التي تمنح للجهة

¹ - محمود محمد، مقدمة إلى التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار الفكر، عمان، الأردن، 2016، ص-ص: 116-160 .

المستقبل، يعد تشفير البيانات أحد الوسائل المعتمدة لضمان سرية البيانات التي يتم تبادلها وتخزينها. لذا لا بد من تشفير الرسائل الإلكترونية قبل تبادلها خلال قنوات الاتصال غير آمنة وخاصة في فضاء الأنترنت باستخدام خوارزميات التشفير.

4- خدمة سلامة المحتوى: تهتم هذه بحماية البيانات من التلاعب والتغيير كإضافة أو حذف أو تبديل أو تغير ترتيب محتويات البيانات في النص، كما تهدف هذه الخدمة إلى منع تدمير البيانات بشكل جزئي أو كامل وبالتالي هنا يتم استقبال البيانات كما أرسلت بدون أي تغيير عليها بأي شكل من الأشكال.

هذه الخدمة تهدف إلى إثبات الجهة التي قامت بالعمل أو التصرف كالحصول على معلومات أو إدخال البيانات وفي حال الإنكار فإن هناك طرق مختلفة لإثبات ذلك. ومن الطرق المستخدمة لمنع الإنكار لرسالة تم إرسالها سابقا هو أن يتم وضع توقيع المرسل الإلكتروني على الرسالة الأصلية في كل مرة يتم فيها تبادل البيانات، علما بأنه لا يمكن لأي شخص تزوير التوقيع الإلكتروني للمرسل. وبالتالي لا يستطيع المرسل إنكار أنه قد قام بإرسال البيانات لأنه يكون قد قام بوضع توقيعته الإلكتروني على الرسالة.

5- خدمة الصلاحيات: هذه الخدمة تهدف إلى توزيع الصلاحيات المختلفة (القراءة والكتابة والتعديل بين المستخدمين كل حسب دوره في النظام. يتم توزيع الصلاحيات من قبل مزود النظام ومن الممكن أن تكون هذه الصلاحيات مقيدة بمكان وزمان محدد.

كما تهدف هذه الخدمة لضمان أن الأشخاص الذين يدخلون النظام ويقومون بعملية معينة قد تم منحهم هذه الصلاحية وفي نفس الوقت يتم منع الأشخاص غير مصرح لهم بعمل أي عملية لم يتم منحه إياها من قبل مزود النظام مع مراعاة أنه في بعض الأحيان يتم منح بعض الصلاحيات بشكل عام لجميع المستخدمين.

المطلب الثاني : البنية التحتية لشبكات الانترنت:

تعد الانترنت إحدى أهم إنجازات تكنولوجيا شبكات الكمبيوتر في عالمنا المعاصر بل ربما هي أكثر قوة فقد بات بإمكان أي شخص استخدام الانترنت التي لا تحتاج إلى شفرات خاصة أو أجهزة

كمبيوتر خاصة، إضافة إلى إمكانية الولوج إليها من أي مكان في العالم الذي وصلت الانترنت إلى أقطابه كلها. وعلى هذا سنحاول في هذا المطلب إبراز مفهوم ومراحل وكيفية عمل الأنترنت مع ذكر أنواعها.

أولاً: مفهوم الانترنت :

الانترنت Internet كلمة إنجليزية مختزلة للعبارة Interconnescion Network والمكونة من كلمتين Interconnescion وتعني ربط أكثر شيئين ببعضهما البعض Network وتعني الشبكة فيأخذ جزء Net من الكلمة الأولى وجزء Inter من الكلمة الثانية يتشكل لنا Internet. بمعنى الربط بين الشبكات. شبكة الانترنت هي الشبكة التي تقوم بالربط بين النهايات الطرفية للحاسبات باستخدام إحدى قنوات الاتصال بهدف نقل وتبادل المعلومات بين الحاسب الآلي والنهايات الطرفية المتصلة به في إطار النقل على الخط المباشر للبيانات¹؛

شبكة الانترنت هي نظام اتصالات البيانات والذي يربطنا معها أجهزة وأدوات مستقلة مثل أجهزة والملحقات كالأقراص الصلبة والطابعات ومشغلات الأقراص الضوئية المدججة، بالإضافة إلى موارد البرمجيات بغرض المشاركة في المعلومات ونقلها بكفاءة وفاعلية بطريقة اقتصادية بواسطة استخدام الوسائل الإلكترونية، وتشتمل تلك المعلومات على البيانات والنصوص والرسومات والصور والأصوات والفيديو، وأهم خاصية من خواص هذه الشبكة تتمثل في أن كل جهاز كومبيوتر مرتبط بالشبكة يستطيع العمل كجهاز مستقل عن الأجهزة الأخرى.

شبكة الانترنت هي شبكة معلومات دولية واسعة النطاق غير خاضعة لأي تحكم مركزي تضم بداخلها مجموعة شبكات حاسبات آلية خاصة وعامة منتشرة.

¹ - فهم مصطفي، مدرسة المستقبل ومجالات التعليم عن بعد : استخدام الأنترنت في المدارس والجامعات وتعليم الكبار، الطبعة الأولى، دار الفكر العربي، الأردن، 2005، ص-ص: 251-252 .

ثانيا: مراحل تطور الأنترنت :

مرت الأنترنت بعدة مراحل يمكن حصرها فيما يلي:

• **المرحلة الأولى :** وتمتد من أواخر الستينات وأوائل السبعينات حتى أوائل التسعينات وفي هذه المرحلة كانت استخدامات الأنترنت محصورة في القطاع العسكري وقطاع البحث العلمي وكان الأساس هو نقل النصوص العادية وعرضها على شاشات الكمبيوتر، وأشهر التطبيقات هي البريد الإلكتروني ونقل الملفات.

• **المرحلة الثانية:** وتمتد من أوائل التسعينات حتى الوقت الحاضر، وشهدت هذه المرحلة انتشار واسع الناطق للأنترنت واستخدامها في الأنشطة التجارية وتحويلها للعمل على أساس تجاري وكان الأساس في توسع استخدام الأنترنت هو الاستفادة من الشبكة العالمية للاتصالات الهاتفية في اتصال حاسبات المستخدمين بالشبكات من خلال هواتفهم العادية أو من خلال مخصص الأنترنت، ويطلق عليه خط مستأجر، حيث يتم إستأجاره من شركة الهواتف على أساس سنوي أو لفترة أقل.

• **المرحلة الثالثة:** وهي مرحلة لم تبدأ بعد، وسوف تشهد انتشار واسع النطاق لتكنولوجيا الاتصال واسع المدى. يتم اتصال المستخدم بالأنترنت من خلال وصلة فائقة السرعة وقابلة للاستجابة دائما والهدف منه زيادة الإمكانيات الشبكة للجامعات، والمراكز العلمية وتعتمد هذه الشبكة على تكنولوجيا اتصال ذات مدى واسع وفائقة السرعة. إذ يتوقع أن تكون أسرع (600) مرة من الخطوط الهاتفية، وقد ازداد عدد الجامعات الأمريكية المشتركة في المشروع حتى بلغ (182) جامعة .

ثالثا : كيفية عمل الأنترنت:

تقوم الأنترنت من خلال مكونات بنيتها بثلاث وظائف رئيسية كما يلي:

• **تخزين المعلومات:** تقوم الأنترنت من خلال وسائل التخزين الحاسوبية بتلقي وحفظ المعلومات بشتى أشكالها كالصوت والصورة والنصوص

• **معالجة المعلومات:** تنفذ حواسيب الأنترنت عمليات مختلفة على المعلومات تبعا للحاجة وذلك من خلال برامج حاسوبية ذكية

• **نقل المعلومات:** تنقل شبكة الاتصال السلكية واللاسلكية المرتبطة بالإنترنت المعلومات بين أطرافها من خلال أنظمة توجيه **ROUTERS** ، تعمل طبقا لقواعد اتصال تعرف بروتوكول التحكم بالاتصال و بروتوكول الإنترنت وعلى أساس هذه البروتوكولات يتمتع كل طرف من أطراف الإنترنت بعنوان وتنقل المعلومات بينها على شكل رمز **RAKETS** ثم تتحكم أنظمة التوجيه باختيار الطريق المناسب لها تاريخها ومستقبلها.¹

رابعاً: أنواع الشبكات:

يمكن تلخيص أنواع الشبكات وفق معيارين من حيث التغطية الجغرافية ومن حيث الشكل وفيما يلي سنعرض أهمها:

1- من حيث التغطية الجغرافية:

ويمكن عرض هذه الأنواع في النقاط التالية:

أ- **شبكات المناطق المحلية LAN*:** مجموعة من الحواسيب غالباً ما تكون حواسيب مصغرة يتم من خلالها تقاسم التجهيزات والبرامج والبيانات المتوفرة حيث يمكن من خلال هذه الشبكات قراءة البيانات الموجودة في الحواسيب الأخرى المشاركة في الشبكة كما ويمكن تقاسم البرامج المختلفة مثل البرامج الإحصائية، برامج معالجة الكلمات، البرامج التطبيقية، وقواعد البيانات والطابعات عالية الجودة وهي شبكات يتم تركيبها في مختلف أنواع المؤسسات الأكاديمية والتجارية والصناعية وغيرها، حيث يمكن نقل البيانات بسرعة عالية بين أجهزة موزعة في منطقة محدودة، غالباً ما تكون في حدود خمسة كيلو مترات مربعة مع استخدام الوسائط لنقل المعلومات بسرعة (1-30) مليون بايت في الثانية أو أكثر.²

ب- **شبكات المناطق الداخلية MAN**:** ويطلق هذا النوع على الشبكات المحلية لكنها على مستوى منطقة مدنية مساحتها تكون بحدود 40 كيلو متر تقريباً كمسافة بين أبعد نقاط الربط فيها، ويكون

¹ - سعيد جمعة عقل، نور الدين أحمد النادي، التسويق عبر الإنترنت، بدون طبعة، مكتبة المجتمع العربي، الأردن، 2007، ص-ص: 16-17.

* LAN:Local Area Network.

² - بلحسين عتيقة وآخرون، قطاع التكنولوجيا والاتصال وواقعه في الجزائر، (مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسير، تخصص تأمينات وبنوك، جامعة ابن خلدون، تيارت، غير منشورة)، الجزائر 2011، ص-ص: 9-10.

** MAN:Metropolitan Area Network.

أساس الربط هذا عن طريق تكنولوجيا الألياف الضوئية بين المواقع المختلفة مزودة بسرعة نقل تقدر بحوالي مائة بايت في الثانية.

ت- شبكات المناطق الواسعة WAN*: هذا النوع من الشبكات يمتد إلى مسافات جغرافية واسعة ويشتمل على أشكال متنوعة من الكبلات، الاتصالات الفضائية وتكنولوجيا الموجات الدقيقة إذن هي شبكة اتصالات بعيدة المدى، بالإضافة إلى أنها تستخدم وسائل متنوعة ومتداخلة من خطوط الاتصال التحويلية والمكرسة وعن طريق استخدام هذا النوع من الشبكات فإن المستخدم يكون مسؤولاً عن إنشاء الرسائل الأكثر كفاءة في النقل والمرور إضافة إلى التدقيق في الأخطاء والتحرير والتطوير في المحددات البروتوكولات وإدارة للاتصالات بعيدة المدى¹.

2- من حيث الشكل: فيما يتعلق بتقسيم الشبكات من حيث الشكل أن نحدد الأنواع التالية:

أ-شبكات النجمة: تتكون من حاسب مركزي يسمى الحاسب المضيف متصل بمجموعة من الحاسبات الآلية والوحدات الطرفية التي تكون معه شكل يشبه النجمة بحيث تمر جميع اتصالات الشبكة من خلال الحاسب المركزي فهو يستقبل أي اتصالات واردة إلى أعضاء الشبكة².

ب-الشبكة الخطية: تربط عدد من الحواسب بواسطة دائرة واحدة مصنوعة من السلك الملفوف أو الكيبل أو الليف الضوئي وأن جميع الرسائل يجري تناقلها إلى جميع أنحاء الشبكة ويمكن أن تمر في الاتجاهين عبر الكيبل ولا توجد حاجة لوجود حاسوب مضيف مسيطر على الشبكة.

ج-الشبكة الدائرية: بالنسبة للشبكة الدائرية فهي شبيهة بالشبكة الخطية عدا أن الربط بالأسلاك أو الكابلات أو الألياف الضوئية تكون على شكل دائرة بالبيانات تمر عبر الدائرة من حاسوب إلى حاسوب آخر باتجاه واحد، إن الشبكة لا تعتمد على حاسوب مضيف مركزي وإنما تكون جميع الحواسب في المراكز والمؤسسات المشاركة على قدر المساواة ويكون الاتصال و الارتباط بينهما بشكل دائري.

*WAN:Wide Area Network.

¹ - عامر إبراهيم القنديلجي، نظم المعلومات الإدارية، مرجع سبق ذكره، ص 288 .

² - طارق طه، نظم القرارات في بيئة العولمة والانترنت، بدون طبعة، دار الحرمين للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2006، ص 484 .

خ- الشبكة الهرمية: تأخذ شبكة شجرة أحيانا وقد تمثل عدد شبكات مرتبطة مع بعضها شبكة شجرية أو هرمية واحدة وفي هذا الشكل من شبكات الحواسيب المتوفرة في مراكز ومؤسسات المعلومات المشاركة يكون ارتباط حاسوب مركزي عبر نقاط اتصال متعددة بحواسيب أخرى وطرفيات ثالثة موزعة على شكل يشبه الشجرة وهذا الشكل من الشبكات يمكن أن يعتبر مركزيا بالنسبة لحاسوب المركز الرئيسي التي تمثل نقطة الارتكاز وحواسيب المراكز المرتبطة بها مباشرة إلا أنها تكون لا مركزية بالنسبة لحواسيب المراكز الثانوية.

المطلب الثالث: الأنترانت والإكسترانت:

قد يعتقد البعض أن كل من الأنترانت والإكسترانت هي كلمات مترادفة، غير أن الأمر مختلف تماما حين تمثل هذه المصطلحات شبكات ثلاثة يوجد فروق حقيقية بينها.

أولا: الأنترانت:

هي شبكة حاسبات مقصورة على مؤسسة ما ولكنها تستخدم نفس أسلوب عمل الأنترانت وغير متصلة بالأنترانت (مثل شبكة حاسبات لشركة ما لها فروع في عدة دول ومتصلة ببعضها وغير متصلة بالأنترانت). أي أن تسمية الأنترانت تطلق على التطبيق العلمي، لاستخدام تقنيات الأنترانت والويب في الشبكة للمؤسسة أو الشركة، بغرض رفع كفاءة العمل الإداري وتحسين آليات مشاركة الموارد والمعلومات والاستفادة من تقنيات الحواسيب المشتركة، كما تقدم شبكة الأنترانت خدمة الولوج إلى الأنترانت مع منع العكس (أي لا يمكن لغير المسجلين في شبكة الأنترانت خدمة الولوج إليها عن طريق الأنترانت). وبذلك تؤمن الأنترانت سورا منيعا يطلق عليه إسم جدار النار (Firewalls) حول محتوياتها، مع المحافظة على حق وصول العاملين عليها إلى مصادر المعلومات الخارجية على الأنترانت، ويعد البعض شبكة الأنترانت نموذجا مطورا من نظام الخادم المستفيد المعتمد في الحوسبة، أما عن سرعة تدفق المعلومات عبر شبكة الأنترانت فإننا هنا سوف نفرق بين الحالات الثلاثة التالية:

- في حالة كانت الأنترانت مبنية على شبكة محلية (LAN) فإن سرعتها تكون هي سرعة الشبكة المحلية؛

- أما في حال كانت بعض العقد (NOTES) تتصل بالإنترنت عن طريق الأنترنت فإن سرعة الأنترنت ستعتمد على سرعة الأنترنت التي تنخفض في الوقت الذروة وترتفع في ساعات التشغيل العادي، وسرعة النظام يجب أن تقاس بسرعة أبطأ.
- أما في الحالة الأخيرة فهي وجود خدمة هاتفية مخصصة للإنترنت مثل خدمة ترحيل الإطارات وفي هذه الحالة تتحدد سرعة بناء على ما تمنحه شركة الاتصالات التي تقوم بتقديم الخدمة.

ثانياً: فوائد الأنترنت:

منذ فترة طويلة والشركات تبحث عن وسيلة فعالة وغير مكلفة لزيادة الاتصالات بين الموظفين داخل الشركة وذلك لزيادة عملية التنسيق والتنظيم لتوزيع المعلومات وإجراء المحادثات بين الموظفين من جهة والموظفين والإدارة من جهة أخرى والأنترنت تعتبر الوسيلة المثلى لذلك فهي غير مكلفة ولا تحتاج إلى أجهزة ثمينة مثل أجهزة الفاكس القديمة والتي كانت تأخذ وقتاً وجهداً للإرسال والاستقبال والأنترنت تعمل على الوصول الفعال والسريع للمعلومات ومصادر الشركة وعلى مدار الساعة بطريقة منظمة من قبل المستخدمين وكل حسب الصلاحيات المعطاة له وذلك للوصول إلى تطبيق أو ملف أو معلومة معينة مخزنة في جهاز الخادم الرئيسي.

إن الأنترنت تعتبر وسيلة لتجميع المعلومات والمعرفة في مكان رئيسي داخل الشركة مما يمثل مصدر للمعلومات وخبرات الشركة متاح لكل من الإدارة والموظفين حيث يستطيع المدراء الحصول على المعلومات وتحليلها عن طريق برامج ذكية وبالتالي تساعده في اتخاذ القرارات بشكل أسرع وفعال ومفيد للشركة لتحقيق أهدافها لذا يمكن تلخيص فوائد الشبكات المحلية الأنترنت إلى الفوائد التالية:

- مشاركة مصادر الشبكة من طابعات وأجهزة الفاكس والملفات والمجلدات بين كل المستخدمين في الشبكة؛
- كفاءة الاتصال والتنسيق بين مختلف أقسام الشركة وأفرعها مما يسهل عملية الإدارة والتحكم بكل النشاطات والعمليات داخل الشركة وخارجها؛
- الوصول إلى المعلومات المطلوبة بشكل سريع وفعال من قبل كل المستخدمين في الشركة؛

- تعتبر الأنترنت وسيلة فعالة لإجراء عمليات التدريب ونشر المعرفة والوعي والإرشادات المتعلقة بالعمل والمنتجات في الشركة؛
 - تعتبر الأنترنت وسيلة اتصالات بين الموظفين وبمختلف الأقسام وبتكلفة بسيطة جداً مقارنة مع استخدام أجهزة أخرى كالفاكس أو جهاز الهاتف؛
 - تساعد الأنترنت في عمليات المراقبة والتحكم بالأجهزة والموظفين¹.
- الجدول رقم (01-01) : الفرق بين الأنترنت والأنترنت.

الأنترنت	الأنترنت	
	<ul style="list-style-type: none"> - كلاهما شبكة من الحواسيب - يستخدمان لغة HTML* لكتابة النصوص - يستخدمان نفس المعايير وبروتوكولات إرسال واستقبال المعلومات - يستعملان نفس برامج المتصفح² لمشاهدة الصفحات 	أوجه الشبه
<ul style="list-style-type: none"> - ملك للمؤسسة - يمكن لعمال المؤسسة فقط الوصول إليه - يحتوي على معلومات خاصة بالمؤسسة 	<ul style="list-style-type: none"> - غير مملوك لأحد - يمكن لأي شخص الوصول إليه - يحتوي على معلومات متنوعة 	أوجه الاختلاف

المصدر: عبد الهادي بنخش "مدخل إلى الأنترنت 2003 ، متوفر على الموقع www.Kutub.info-417.

وعلى أساس هذه المقارنة يتبين أن Intranet تحمل نفس خصائص الأنترنت إلا أنها لا تتعامل مع العالم الخارجي، فهدف المؤسسة من امتلاك هذه الشبكة هو تحسين وسائل الاتصال داخل المؤسسة بالإضافة إلى:

¹ - خضر مصباح الطيطي، التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية، مرجع سبق ذكره ص 59 .

* هي اللغة التي تكتب بها صفحات الانترنت وهي اختصار لـ Hyer Test Markup Language.

² - المتصفح Browser: هو برنامج يعرض المعلومات الموجودة في الأنترنت، ويمكن من البحث عن أية معلومات ودخول أي موقع على الأنترنت ومن أشهر المتصفحات أكسبلورر "Escplorer" و نتسكات "Netscape" .

- تسهيل الأعمال المكتبية التي تستغرق وقتاً وجهداً كبيراً كاجتماعات وتحضير المذكرات والرسائل وإرسالها؛
 - تقاسم وثائق العمل داخل المنظمة بين الأفراد المعنيين؛
 - الوصول إلى المعلومات بأسرع طريقة وأكثر كفاءة؛
 - تحسين وظائف الترابط ومتابعة الأنشطة، مما يؤدي إلى خلق جو عمل تعاوني تضامني؛
 - تجنب المؤسسة المشاكل الناجمة عن وصول المستخدمين من الخارج إلى المعلومات الخاصة بالمؤسسة؛
- ولهذه المزايا وغيرها فإن العديد من المؤسسات استغنت عن الأنترنت واكتفت بإنشاء Intranet.

ثانياً: الإكسترنات

شبكة الإكسترنات هي الشبكة المكونة من مجموعة شبكات انترنت ترتبط ببعضها عن طريق الانترنت، وتحافظ على خصوصية كل شبكة انترنت مع منع أحقية الشراكة على بعض الخدمات والملفات فيما بينها. أي أن شبكة الإكسترنات هي شبكة حاسبات مقصورة على مؤسسة ما ولكنها تستخدم نفس أسلوب عمل الأنترنت ومتصلة بالأنترنت مع وجود وحدة حماية تسمى الجدران النارية تحمي الشبكة من القرصنة والمتسللين على الشبكات فالإكسترنات تمثل العمود الفقري لمستقبل الأعمال التجارية الإلكترونية في كل أنحاء العالم إن الهدف الأساسي من الإكسترنات هو سرعة التنسيق والاتصال بين الفروع، وإن عملية توظيف الإكسترنات تعتمد اعتماداً كاملاً على فهم العمليات والحركات المتعلقة بالعمل التجاري من طلبات وبيع وتسليم وغيرها من النشاطات التجارية.

1-أنواع شبكات الإكسترنات

نشأت شبكات الإكسترنات استجابة لما يطلبه قطاع الأعمال من شراكات وتحالفات وما يقتضيه من أمن المعلومات المتبادلة عن طريق الشبكات، مع العناية الشديدة بالصلاحيات (أصطلح على تسمية هذه الفعالية باسم تعاملات الشركات مع بعضها ولهذا فإن تصنيف شبكات الإكسترنات يعتمد على قطاع الأعمال الذي يقسمها إلى الأنواع التالية:

• **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 قاعدة نقطة الطلب وبالتالي تقليل احتمال رفض الطلبات بسبب عجز في المستودع، إضافة للعديد من الخدمات الأخرى المتعلقة بالتحكم بالمخزون؛

• **شبكات إكسترنات التوزيع:** تمنح هذه الشبكات صلاحيات للمتعاملين مستندة 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 وتحاشياً للبلث الذي قد يحصل بين هذين النوعين السابقين من الإكسترنات نتيجة لتداخل الوظائف التي تؤديها كل منهما؛

• **شبكات إكسترنات التنافسية¹:** تعزز هذه الشبكات الندية التنافس في القطاعات الصناعية، إذ تمنح الشركات الكبيرة والصغيرة فرصة متكافئة في مجال البيع والشراء (عن طريق ربط الشركات الصغيرة والكبيرة كي تنقل فيما بينها الأسعار والمواصفات التقنية الدقيقة) مما يرفع من مستوى الخدمة في ذلك القطاع، ويعزز جودة المنتجات ويقضي على الاحتكار.

وتتسع تطبيقات الإكسترنات في العديد من المجالات أهمها كالاتي:

- نظم تدريب وتنظيم العملاء ؛
- نظم التشارك على قواعد البيانات لمؤسسات أو مراكز مختلفة ؛
- نظم إدارة شؤون المواطنين والموارد وللشركات العالمية ومتعددة الجنسيات؛
- توريد المستلزمات مع السلع والخدمات اللازمة للعمليات الإنتاجية ؛
- توزيع السلع والخدمات؛
- إجراء عمليات البيع والشراء؛
- متابعة تحصيل المستحقات ومتابعة المدينين؛
- متابعة الفواتير؛

¹-الأترنت (2016/05/01)، [على الخط]، من الموقع <http://www.ingdz.com/vb/showthread.php?t>

- خدمات التوظيف: حيث تستخدم الإكسترنات لربط مصادر الموارد البشرية المؤهلة مع سوق العمل المتخصصة، بغرض تقديم خدمة متعددة المنافع لكلا الطرفين:
- تواصل شبكات توزيع البضائع؛
- شبكات الخدمات المالية¹.

3- أهمية وفوائد الإكسترنات للشركات :

لابد من الحديث عن النجاحات والفوائد التي جنتها الشركات من تطبيق شبكة الإكسترنات في الواقع العملي، وسنشير في هذه المادة إلى ما حققته الشركة في مجال خدمة العملاء ومساعدتهم على تحديد تكاليف الرحلات السياحية الموجودة في قائمة الترويج الخاصة بهم، أو التي يخططون لتقديمها إلى زبائنهم، وقد أثبتت هذه التجربة الجدوى الكبيرة لاستخدام الإكسترنات في قطاع الأعمال وحققت مستوى مرتفعا من العوائد، لم يكن للشركة أن تحصل عليه باعتماد الأساليب التقليدية لتبادل المراسلات والقروض. ونذكر فيما يلي بعضا من المجالات التي يمكن أن تستخدم فيها الإكسترنات لتحسين العمل ونقله خطوة على طريق الانتقال إلى العالم الرقمي:

- **تسهيل عمليات الشراء في الشركات:** إذ يمكن أن تقوم شركة من منطقة الشرق الأوسط بإرسال طلب شراء إلى شركة يابانية عبر الإكسترنات التي تربط بينهما، وتلغي الحاجة إلى المراسلات بكل أنواعها؛
- **متابعة الفواتير:** تُسهل هذه الخدمة عملية توقيع الفواتير من مديري الفروع المنتشرين في مناطق مختلفة (في حال الحاجة للتوقيع الجماعي)، كما تسمح لهم بمتابعة إجراء الصرف أو القبض ووضع العلامات التي تشير إلى كل عملية تُجرى على الفاتورة أثناء تناقلها بين الفروع والأقسام؛
- **خدمات التوظيف:** تستخدم الإكسترنات لربط مصادر الموارد البشرية المؤهلة (الجامعات والمعاهد ومراكز التدريب و....) مع سوق العمل المتخصصة، بغرض تقديم خدمة متعددة المنافع لكلا الطرفين، إذ تجد الموارد البشرية المؤهلة فرصة العمل المناسبة في الوقت المناسب، كما أن سوق العمل يؤمن

¹ - الأنترن (2016/04/28)، [على الخط]، من الموقع: بوابة الأنترن الإكسترنات. www.it.sheikhmohammed.co.oe

احتياجاته عن طريق الشبكة نفسها، وقد تصل فعالية هذه الشبكة إلى درجة المشاركة بالتخطيط مع مصادر الموارد البشرية لما فيه صالح سوق العمل؛

- تواصل شبكات توزيع البضائع: يمكن بناء شبكة إكسترنات تربط الموزعين المحليين بالمزود الرئيس لتسريع عمليات الطلب والشحن وتسوية الحسابات، كما يمكن أن تبني التطبيقات المستندة إلى مفهوم نقطة الطلب (**Request point**) لتتم كامل عمليات التوزيع وتسوية الحسابات.

المبحث الثالث: مجالات ومراحل تنفيذ التجارة الإلكترونية:

شهدت التجارة الإلكترونية تطورا كبيرا أدى إلى تعدد مجالاتها وتعدد أطرافها وتنوع مراحلها وهذا ما سنحاول توضيحه من خلال هذا المبحث.

المطلب الأول: مجالات وأطراف التجارة الإلكترونية:

للتجارة مجالات عديدة نذكرها فيما يلي :

أولا : مجالات التجارة الإلكترونية:

تتواجد التجارة الإلكترونية في بعض المجالات مثل تجارة التجزئة، والتمويل، التوزيع التصميمات الهندسية، التعاملات التجارية، النشر، خدمات متخصصة، التجارة الدولية وفيما يلي بعض الحالات:

1- تجارة التجزئة: مثال ذلك الكتب والمجلات ويتم فيها البحث عن اسم الكتاب أو المحتوى ومعرفة السعر ويتم فيه عملية الدفع بطريقة إلكترونية ويتم التسليم من خلال الناشر.

2- البنوك والتمويل: تقدم البنوك الخدمة الإلكترونية والتي من أبسطها الاستعلام من الحساب ومتابعة أسعار البورصات والبيع والشراء للأسهم.

3- التوزيع: مثال ذلك توزيع المنتجات الإلكترونية من برامج وأجهزة حاسب آلي، توزيع الصور والأفلام والشرائط الموسيقية .

4- التصميمات الهندسية: من الممكن الاشتراك في تصميم منتج جديد بدون التواجد في المكان نفسه من خلال مجموعة عمل ومن أشهر الأمثلة في هذا المجال قيام شركة فورد للسيارات بتكوين فريق عمل لتصميم محرك جديد يعمل أعضائه في أربع مواقع جغرافية مختلفة.

5- **التعاملات التجارية:** من أمثلة ذلك نظام التبادل التجاري بين الشركات حيث تقوم بعض كتالوجات إلكترونية للمنتجات، والقيام بعملية التبادل بمراحلها المختلفة ودعم نظم الدفع المختلفة وتبادل المستندات، التأمين، تقديم خدمات ما بعد البيع.

6- **النشر:** ومن أمثلة ذلك قيام شركات النشر بإتاحة إصداراتها من الجرائد والمجلات بصورة إلكترونية .

7- **خدمات متخصصة:** مثل الاستشارات الطبية، القانونية، الهندسية.

8- **الخدمات المصرفية الإلكترونية¹:** يعد إتمام الخدمات المصرفية إلكترونيا من أقدم المجالات التي تتم فيها التجارة الإلكترونية، وهي تتقدم بشكل متزايد، ويتم إتمام معظم الصفقات المالية إلكترونيا. والملاحظ أن من البنوك العالمية الرئيسية هي التي تقدم الخدمات المصرفية بصورة مباشرة، ولكن من المتوقع إلا يستمر ذلك الوضع كثيرا حيث أن تكلفة إتمام الصفقة بالطريقة التقليدية إنما تقدر بأكثر من مائة ضعف تكلفة استخدام الأنترنت وفي هذا الإطار فإنه يتم تعديل كثير من الاستشارات المالية والخدمات الشخصية بحيث تتلاءم مع التسليم الإلكتروني .

9- **الخدمات المالية الإلكترونية:** كذلك تساهم المعلوماتية بدور كبير في مجال الخدمات المالية. فالخدمات المالية توجد من أجل حماية الأموال و استثمارها وإدارتها، ومدى الخدمات المالية كبير من البنك الشخصي لإدارة الاستثمارات الدولية المعقدة، وتقوم أنظمة الدفع بنقل المال من المشتري إلى البائعين وأبسط نظام هو التبادل المادي للنقد ولكن حجم وتعقد الصفقات -حتى على المستوى الشخصي- له طرق متعددة لنقل الأموال للأغراض التجارية في الشبكات والديون المباشرة وكروت الإئتمان والصناديق الإلكترونية وغيرها.

ثانيا: أطراف التجارة الإلكترونية:

إن ملامح التجارة الإلكترونية تعمل على تغيير ملامح الرئيسية للتعاملات التجارية والمالية العالمية، حيث أنه بالرغم من أن أطراف التجارة الإلكترونية نفسها الأطراف الثلاثة المعروفة في التجارة

¹ -محمد تقوروت، واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الوطن العربي، مرجع سبق ذكره، ص 54

العادية وهي المشتري، التاجر، البنك، إلا أنها ستظهر بمظهر جديد وفقا للمتغيرات المعاصرة المفروضة عليها. فالمستهلك اليوم ليس نفسه مستهلك السنوات الأولى من القرن العشرين، حيث أصبح اليوم سيد الموقف وكل الجهود والبحوث التسويقية تسعى إلى إرضائه وكسب ولائه ونفس الكلام ينطبق على الأطراف الأخرى سنرى فيما يلي¹:

1- المستهلك: وهو الذي يبحث عن السلعة أو الخدمة التي يرغب في تحصيلها وذلك بالدخول إلى إحدى المتاجر الافتراضية على الويب ويختار ما يناسبه منها سواء من ناحية الجودة، السعر، الكمية طريقة الدفع، أو التسليم..... إلخ وذلك بإتباع خطوات بسيطة للتسويق.

إن الابتكارات الجديدة للتكنولوجيا يجب أن توجد لكي تخدم المستهلكين وتلبي احتياجاتهم سواء كانوا أفراد أو مؤسسات، كما يجب أن تكون وسائل الدفع بسيطة التطبيق وسهلة الاستعمال حيث أن توضع في خدمتهم قارئ بطاقة مؤمنة ووسائل حديثة للدفع وآليات تسمح بحد لامتناهي من الحماية ضد القرصنة وضد خيانة بعض تجار الأترنت.

2- البائع: وهو الذي يقوم بعرض السلع والخدمات في السوق الإلكترونية ضمن أحد مواقع الويب التي تسمى المتاجر الافتراضية وذلك لجلب أكبر عدد من المستهلكين .

التاجر الافتراضية البسيطة هي موقع ويب مصمم يسهل على الزائر العثور على السلعة المناسبة التي يريدها وهو يكون مملوكا إما من طرف تاجر بسيط أو شركة تجارية أو مجموعة من الشركات أو حتى من طرف شركات افتراضية لاوجود لها في أرض الواقع .

يجب أن يحتوي المتجر الافتراضي على الأقل على ما يلي:

- مزود ويب؛
- خط مستأجر مفتوح دائما وهي صفحات ويب عادية؛

¹-بن رجبال جوهر، الأنترنت والتجارة الإلكترونية، (شهادة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير ، فرع التسيير جامعة سعد دحلب، البلدية الجزائر 2001)، الجزائر، ص ص 78-79 .

• برامج لضمان أمن المعلومات المالية للزبائن، وإدارة التعاملات المالية مع البنوك ومؤسسات النقد الافتراضي؛

• برامج تصل بين المتجر الافتراضي وبين قاعدة بيانات الزبائن وقواعد بيانات المحاسبة والمخزون والشحن وهي عادة ما تسمى بالنظم الخفية لأنها تعمل في الخفاء بدون أن يراها المستخدم أو يشعر أنها برامج لربط المتجر الافتراضي بالمؤسسات المالية الداعمة والمشاركة مثل المصارف؛

3-البنك: يلعب البنك دوراً أساسياً في المعاملات التجارية الإلكترونية أكثر في التجارة العادية بحيث ينبغي أن يكون كل من البائع والمشتري مرتبطين بخدمات بنك معين ولا يشترط أن يكون نفس البنك يتولى مهمة تسيير المعاملات المالية، فالدفع والقبض يكون بين البائع وبنك المشتري وفق أنظمة دفع آمنة وذلك يتم بواسطة نظام التحويلات المالية الإلكترونية.

وهو نظام يتبع طريقة إلكترونية آمنة في نقل التحويلات المالية أو التدفقات المالية من حساب بنكي لآخر، إضافة إلى نقل المعلومات المتعلقة بهذه التحويلات وهو يمتاز في حال تطبيقه بطريقة صحيحة، بدرجة عالية من الأمن والثقة وسهولة الاستخدام.

المطلب الثاني: مراحل تنفيذ المعاملات التجارية:

تمر التجارة الإلكترونية وفقاً لمفاهيم السابقة بثلاث مراحل وهي :

1- مرحلة العرض (الوعد)¹: يقوم العرض (المنتج أو البائع) في هذه المرحلة بعرض السلعة التي يود بيعها مستخدماً أيّاً من الوسائل الإلكترونية المتنوعة للعرض وذلك بعد أن يحدد الأوضاع السائدة في السوق وفق دراسات الجدوى، وقد تكون هذه الوسائل شاشات عرض كبيرة أو الكتلوج الرقمي. وتصحب عملية العرض توظيف الوسائل الإلكترونية للإعلان عن السلعة والترويج لها بطريقة سهلة وواضحة يستطيع المستهلكون تفهمها، بهدف إقناعهم بالسلعة أو الخدمة، وحثهم على شرائها وعادة تشمل مرحلة العرض تعريف المستهلكين بكيفية الحصول على المنتج، وكيفية استلامه وسداد قيمته التي تكون عادة باستخدام وسائل إلكترونية .

¹ - أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية والعولمة، مرجع سبق ذكره، ص- ص : 35-37 .

2- مرحلة القبول: إذا اقتنع المشتري قد يقرر قبول العرض أي يتلقى العرض من قبل العارض بالقبول من قبل المشتري، وينعقد العقد ويقوم القابل في هذه المرحلة بطلب المزيد من المعلومات والبيانات عن السلعة أيًا كان نوعها ووظيفتها ومواصفاتها ونحو ذلك باستخدام وسائل إلكترونية أيضاً، ويستطيع أن يعبر المشتري عن ذلك مستخدماً ذات الوسائل بعد التأكد من أنها مؤمنة (**Secured**) بوسائل متطورة تحافظ على صحة وسلامة البيانات من جهة، وعلى السرية والمصادقية من جهة ثانية، وهنا يتم عادة باستخدام الوسائل المتعلقة بالثبوت والتحقق من الطرف الآخر من جهة ثالثة ومن أن المعلومات والبيانات التي يتضمنها العقد ستصله هو، دون اعتراض أو دون الإخلال بها دون القرصنة عليها من جهة رابعة .

3- مرحلة التنفيذ: تعني هذه المرحلة وضع الالتزامات المتقابلة في العقد موضع التنفيذ ويقوم العارض بتوفير السلعة وإعدادها وهيئتها وتسليمها بالشكل والطريقة المتفق عليها بينهما، وتقوم هذه المرحلة على :

- **تسليم السلعة:** والتسليم تحكمه هنا الشروط المتفق عليها من جهة، وما تمليه طبيعة السلعة من جهة أخرى، مثل هل هي سلعة مادية يلزم أن يتم تسليمها في شكل مادي وبشكل مباشر، بحيث يستطيع المشتري إنزالها على الوسائط الإلكترونية مثل الكتب وتذاكر السفر وقد يكون المنتج محل التعامل خدمة، مثل الاستشارات القانونية أو الطبية أو دروس تعليمية أو خدمات حكومية .

- **قيام المشتري بتنفيذ الأمر بالدفع:** يقابل التنازل عن السلعة قيام المشتري بتنفيذ الأمر بالدفع، وقد تحدث تسوية قيمة المعاملة بالدفع اليدوي عند التسليم نقداً أو بشيك كما قد يتم الدفع بالوسائل الإلكترونية باستخدام بطاقات الائتمان أو الحسم الفوري أو النقود الإلكترونية. ولعله من المفيد التنبيه بأنه لا يشترط أن يتم الدفع عند أو بعد التسليم فقد يحدث قبله وحينها تصل قيمة الصفقة إلى البائع يقوم بإرسالها إلى المشتري.

المطلب الثالث: تطور استخدام التجارة الإلكترونية في العالم:

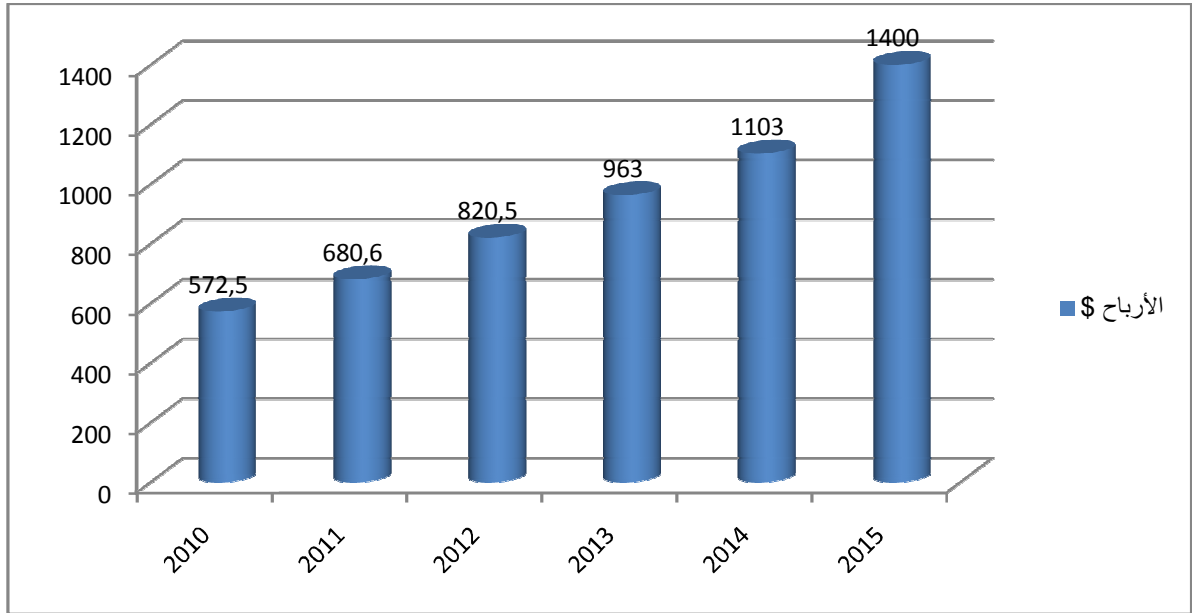
إن التطور المستمر في تقنية المعلومات والاتصالات أدى إلى ظهور شبكة الأنترنت، وانتشارها بشكل سريع في جميع دول العالم حيث أصبحت وسيلة هامة لإنجاز المعاملات بأساليب إلكترونية ومع الازدياد المتنامي لعدد مستخدمي الأنترنت على مستوى العالم تنوعت استخدامات شبكة الأنترنت

وكذا مجالات الاستفادة منها ومن بينها مجال التجارة الإلكترونية في مختلف القطاعات الاقتصادية السلعية منها الخدمية من بيع أو شراء أو تسويق وترويج وإعلان وغيره،¹ حيث شهدت التجارة الإلكترونية نموا متسارعا منذ بدء تطورها إلا أن هناك تفاوت شديد بين الدول المتقدمة والنامية في كثافة الاتصال بالإنترنت، سواء من حيث عدد المستخدمين أو عدد مواقع الاستقبال على الإنترنت، كما لا توجد تقديرات دقيقة حول قيمتها سواء فيما يتعلق بقيمة الإجمالية لتلك التجارة أو فيما يتعلق بتوزيعها الجغرافي والقطاعي.

تسابق دول العالم المتطور نحو استخدام التجارة الإلكترونية بشكل واسع، حيث تبين أحدث الأرقام تطور التجارة عالميا فقد كانت عام 1995 نحو صفر بالمائة وتطورت عام 1997 لتصل إلى 26 مليار دولار، والجدير بالذكر أن 80% من حجم هذه التجارة يتركز حاليا في الولايات المتحدة الأمريكية ونسبة المتبقية موزعة بين أوروبا الغربية بنسبة 15% وآسيا (5% معظمها في اليابان) وفي دراسة توضح أن حجم التجارة الإلكترونية في عام 2010 بلغ 572.5 بليون دولار، وفي سنة 2015 وصل إلى 1400 بليون دولار. إذ أن الزيادة السنوية في حجم مداخيل التجارة الإلكترونية تتنامى بحوالي 19% سنويا وهذا ما يوضحه الشكل التالي:

1- آيت أمبارك سامية، دور التجارة الإلكترونية في تفعيل الأداء -الواقع وآفاق الجزائر- شهادة تدحل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص إدارة العمليات التجارية، جامعة الجزائر 3، غير منشورة، الجزائر 2012، ص 43.

لشكل رقم: (1-3) : تطور حجم التجارة الإلكترونية خلال الفترة 2010-2015 (بليون دولار)



المصدر:

تاريخ الاطلاع (2016/06/23) <http://www.vincentabry.com/e-commerce-dans-le-monde>
infographie-12535.

ومن خلال التحليل الاقتصادي لحجم التجارة الإلكترونية في العالم نستنتج أنه من الصعب معرفة الحجم الدقيق لما يتم من تعاملات تجارية عبر الأنترنت، فذلك يفترض إمكانية تمييز ما يجري من اتصالات تدور التجارة الإلكترونية أما من ناحية التوزيع الجغرافي لحجم التجارة الإلكترونية نلاحظ أن الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا الغربية تستحوذ على النصيب الأوفر منها عن بقية الدول الأخرى.

خلاصة الفصل:

إن التجارة الإلكترونية تحتاج إلى دراسة بإتباع المنهج والمتابعة، مثلها مثل أي نشاط تجاري من خلال ما سبق نجد أن التجارة الإلكترونية هي إحدى أهم المظاهر الحديثة في اقتصاد المعرفة والمحرك الرئيسي له وتمثل القطاع الأسرع نمو في الاقتصاد العالمي، ولقد أصبحت في وقتنا الحالي عنصر فعال لتنشيط العمل التجاري بين الأطراف المتعاملة فيه من أفراد ومؤسسات وإدارات.

فالتجارة الإلكترونية باتت تنافس التجارة التقليدية من حيث الحجم قلة التكاليف، ربح الوقت. كما يكسب مستخدميها قدرات تنافسية فأصبحت بديلا اقتصاديا لاسيما مع الأسواق البعيدة معتمدة في ذلك على الانترنت التي تساهم في توسع حجم السوق والسماح للكثير من التجار الصغار الدخول في ميدان التجارة الإلكترونية، دون الحاجة إلى المعارض والمباني التي تمتاز بعدد كبير من العاملين الذين يحتاجون إلى إمكانيات مالية ضخمة .

أهم ما نستخلصه من مفهوم التجارة الإلكترونية هو أنها جعلت العالم كله عبارة عن سوق للمنتجات والخدمات معتمدة في ذلك على الانترنت وكذا العوائد وتعد وسيلة بسيطة ومتميزة للوصول للأسواق العالمية وسنحاول في الفصل الموالي التطرق إلى وسائل ونظم الدفع في التجارة الإلكترونية.

الفصل الثاني

تحديات التجارة الإلكترونية

تمهيد:

شهد دخول العالم الافتراضي في الدول المتقدمة تكنولوجيا ظهور سلوكيات جديدة، فلسفة التغيرات التي ميزت عقد التسعينات وتواكبت مع انتشار الانترنت أثرت على اقتصاديات العديد من الدول وإستراتيجياتها، كما أثرت على ممارسة مؤسسات الأعمال، ولعل أهم ما أفرزته تلك التغيرات هي التجارة الإلكترونية التي كانت وليدة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، في هذه البيئة الجديدة التي فرضت فيها التجارة الإلكترونية نمطا جديدا ومميزا للتعامل، يكون لزاما عليها أن تخوض تحديات كثيرة وتواجه العقبات والمشاكل وتطويرها.

إن التطور العظيم الذي شهدته التجارة الإلكترونية أوجب ضرورة إيجاد وسائل إلكترونية تتلائم مع متطلبات هذا العصر ولا تعرقل نمو التجارة الإلكترونية، وهذا ما زاد من الوزن النسبي لنظم الدفع الإلكترونية التي تسمح بالتسوية السهلة والسريعة لكافة مدفوعات المعاملات التجارية باستخدام أحدث الوسائل الإلكترونية لتطوير هذا النوع الحديث من المبادلات التجارية، ولم يعد من الممكن التشكيك في مدى النجاح الذي حققته ولا تزال تحققه هذه التجارة. وتهدف من خلال هذا الفصل إلى التعرف على وسائل جديدة للدفع تدعى وسائل ووسائط الدفع الإلكتروني بالإضافة إلى نظمها والتحديات القانونية للتجارة الإلكترونية.

المبحث الأول : وسائل ووسائط المعاملات المالية الإلكترونية

على ضوء التغيرات العالمية التي شهدتها عصرنا الحالي، ومع تطور الأساليب التكنولوجية الحديثة المستخدمة في كافة مجالات حياتنا، حيث تعددت وسائل ووسائط الدفع الإلكترونية واتخذت أشكالاً تتلاءم ومتطلبات التجارة الإلكترونية وطبيعة المعاملات عبر شبكة الانترنت منها النقود الإلكترونية والشيكات، البطاقات الإلكترونية، بالإضافة إلى وسائط الدفع الأخرى والتي تتمثل في البنوك الإلكترونية وغيرها.

المطلب الأول : النقود الإلكترونية والشيكات الإلكترونية

أدى ازدياد التعامل عبر التجارة الإلكترونية إلى ظهور نوع جديد من النقود يطلق عليها النقود الإلكترونية، وهي تعتبر من أهم الأساليب في تسوية المعاملات التجارية ولجوء العديد من الدول إلى إصدار نوع جديد من الشيكات تعرف باسم الشيكات الإلكترونية كأداة دفع إلكتروني.

أولاً: النقود الإلكترونية

لقد وضعت الكثير من المصطلحات للتعبير عن النقود الإلكترونية، حيث استخدام البعض مصطلح العملة الرقمية أو النقود الرقمية أو النقود الافتراضية في حين استخدم آخرون مصطلح النقود الإلكترونية. ومهما اختلفت الاصطلاحات والتعريفات فالمهم أن يتجاوب التعريف مع الفكر الاقتصادي.

ويعرف هذا النوع من النقود على أنه " كل الأموال التي يتم التعامل بها بطريقة إلكترونية وبعيدا عن الطرق التقليدية لتبادل النقود كمصارف والشيكات المصرفية والعملات الورقية والمعدنية.¹ ويمكننا تعريف هذا النوع أيضا على أنها مجموعة من البروتوكولات والتواقيع الرقمية التي تتيح للرسالة الإلكترونية أن تحل فعليا محل تبادل العملات التقليدية. فالنقود الرقمية هي المكافئ الإلكترونية للنقود التقليدية التي اعتدنا تداولها.²

1 - محمد عمر الشويرف، التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد، مرجع سبق ذكره، ص 129.

2 - نضال سليم برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص 165 .

كما يمكن تعريف النقود الإلكترونية أيضا على أنها صورة متطورة من النقود والتي يترتب عليها¹ استخدام الطرق الإلكترونية الحديثة، وهي تقوم على فكرة قيام البنك بتحويل جزء من حساب أحد عملائه إلى عملات إلكترونية ذات أرقام وعلامات خاصة و بوحدة عملة صغيرة ويتم تحويلها بعد تشفيرها على الحاسب الخاص بالعميل من خلال أحد البرامج، والذي يسمى المحفظة حيث تكون متاحة لخصم منها وتحويلها للبائع سدادا لثمن المشتريات، ولكن بشرط أن يكون البائع مشترك في نظام النقد الرقمي أيضا.

ويوفر الاعتماد على هذه النقود مزايا عدة لعمليات التبادل التجاري :

— سرعة و سهولة تسوية الحساب؛²

— تقلص الحاجة للاحتفاظ بالنقود؛

— انخفاض الحاجة إلى التردد على البنوك و المرور بإجراءات تسليم و تسلم النقود.

ومما سبق ذكره يمكن استنتاج الخصائص التي تميز النقود الإلكترونية كما يلي:

- **النقود الإلكترونية قيمة نقدية مخزنة إلكترونيا:** فهي خلافا للنقود القانونية عبارة عن بيانات مشفرة يتم وضعها في شكل بطاقات بلاستيكية أو على ذاكرة الكمبيوتر الشخصي؛³
- **النقود الإلكترونية ثنائية الأبعاد:** إذ يتم نقلها من المستهلك إلى التاجر دون الحاجة إلى وجود طرف ثالث بينهما كمصدر هذه النقود؛
- **النقود الإلكترونية ليست متجانسة:** حيث أن كل مصدر يقوم بخلق وإصدار نقود إلكترونية مختلفة فقد تختلف هذه أيضا حسب عدد السلع والخدمات التي يمكن أن يشتريها الشخص بواسطة هذه النقود؛
- **سهولة الحمل:** تتميز النقود الإلكترونية بأنها سهلة الحمل نظرا لخفة وزنها وصغر حجمها، ولهذا فهي عملية من النقود العادية، بالإضافة إلى ذلك فهي تصدر عن طريق شركات، أو مؤسسات ائتمانية خاصة ولذلك يطلق عليها النقود الخاصة.

¹ — محمد الصيرفي، البيع و الشراء عبر الانترنت، بدون طبعة، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 2002، ص 215.

² جلال عابد الشوري، وسائل الدفع الإلكتروني، بدون طبعة، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الجزائر، 2008، ص 52.

³ همد عبد العال طارق، التجارة الإلكترونية، بدون طبعة، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2008، ص 109.

ثانياً: الشيكات الإلكترونية

تحاول المؤسسات المالية تطوير كافة وسائل الدفع المعروفة، لتناسب مع مقتضيات التجارة الإلكترونية، وفي هذا المجال فقد جرى تطوير استخدام الشيكات التقليدية، نظام الشيكات الإلكترونية.

1- مفهومها: الشيك الإلكتروني هو رسالة إلكترونية مؤمنة وموثقة تحمل التزاماً قانونياً بالدفع هو ذات الالتزام في الشيكات الورقية، أي أنه وثيقة إلكترونية تحل محل الشيكات الورقية ولكن بشكل وتنسيق إلكتروني، حيث يتم إرسال هذه الرسالة عبر البريد الإلكتروني المؤمن من مصدر الشيك إلى حامله، هذا الأخير الذي يحصل على مستحقاته بعد تقديم الشيك للبنك الذي يعمل عبر الانترنت.¹

والشيك الإلكتروني يحمل نفس البيانات الأساسية للشيكات الورقية ولكن يكتب بطريقة إلكترونية ويتم التوقيع إلكترونياً.²

2 - مميزات الشيك الإلكتروني:

من مميزات الشيك الإلكتروني ما يلي:

- يوفر التعامل بالشيكات الإلكترونية حوالي 50% من رسوم التشغيل بالمقارنة ببطاقات الائتمان مما يساهم في تخفيض النفقات التي يتحملها المتعاملون بهذه الشيكات؛
- لا يتم تحميل الشيكات المرتجعة عن طريق الانترنت بالرسوم التي يتم تحميلها على الشيكات المرتجعة الورقية؛
- يتم تسوية المدفوعات من خلال الشيكات الإلكترونية في 48 ساعة كأقصى تقدير بالمقارنة بالشيكات العادية التي يتم تسويتها في وقت أطول من خلال غرف المقاصة؛
- يتيح التعامل بالشيكات الإلكترونية القضاء على المشاكل العادية التي تواجهها الشيكات العادية التي يتم إرسالها بالبريد مثل الضياع أو التأخير.

¹ أحمد محمد غنيم، الإدارة الإلكترونية و تطلعات المستقبل، بدون طبعة، المكتبة العربية، المنصورة، مصر، 2004، ص 310.

² أحمد عبد الخالق، البنوك و التجارة الإلكترونية الجديد في التمويل المصرفي، بدون طبعة، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، 2002، ص 181.

3 – خصائص الشيك الإلكتروني

تتميز الشيكات الإلكترونية بمجموعة من الخصائص أهمها ما يلي:

- إن الشيك الإلكتروني يحمل توقيعاً رقمياً مشفراً يصعب توزيعه مما يمنح المزيد من الحماية والأمان للمستخدمين، كما يستعمل هذا النظام بروتوكولات يوفر شهادات إلكترونية تضمن شخصية المدين وبنكه؛
- إن الشيك الإلكتروني هو وثيقة إلكترونية يتم الدفع بواسطتها من خلال تحميل برنامج خاص من طرف الزبون ودون الحاجة إلى استعمال دفتر شيكات ورقي؛
- تتميز الشيكات الإلكترونية بالانخفاض الكبير في تكلفة المقاصة مقارنة بالشيك التقليدي، حيث تبلغ التكلفة الأولى ما بين 25 – 35 سنتاً تبلغ الثانية ما بين 1 دولار إلى 5 دولار، مما يجعل هذا الشيك جد متميز في مجال التجارة الإلكترونية.

المطلب الثاني : البطاقات الإلكترونية

إن إدخال البطاقة في المعاملات قد يساعد على فتح الحسابات واستعمالها بشكل مكثف سواء من قبل الخواص، التجار أو شركات الخدمات أو غيرهم. وقد اختلف العديد حول كيفية تصنيف البطاقات إلا أن التصنيف المتفق عليه يعتمد على التكنولوجيا المستخدمة في البطاقات الإلكترونية المتمثلة في:

أولاً: البطاقة الذكية

تعتبر البطاقة الذكية أحدث البطاقات المنتجة على مستوى العالم. حيث تستخدم فيها تكنولوجيا متطورة ساهمت في الحد من مشاكل السرقة التي تتعرض لها البطاقات البلاستيكية الأخرى كالبطاقة المغنطة.

— مفهومها: هي بطاقة بلاستيكية تضم شريحة إلكترونية ذات سعة تخزينية للبيانات أكبر بكثير من تلك التي تستوعبها البطاقات ذات الشرائط المغنطة، حيث يتم تخزين جميع البيانات الخاصة بحاملها مثل

الاسم، العنوان، المصرف المصدر لها، أسلوب الصرف، المبلغ المصرف وتاريخه وتاريخ حياة العميل المصرفية.¹

وتعرف أيضا على أنها عبارة عن بطاقة مزودة بشريحة كمبيوتر على وجهيها بحيث تكون قادرة على حفظ معلومات أكثر من بطاقات الاعتماد العادية بشرط مغناطيسي لحفظ المعلومات. أي أن البطاقات الذكية قادرة على حفظ معلومات متنوعة وحول العديد من التطبيقات العملية مثل: السجل الصحي النقل والمواصلات، عمليات التعريف بالهوية وعمليات البيع وغيرها. والبطاقات الذكية قادرة على حفظ المعلومات لمختلف الأهداف في موقع واحد.²

فالبطاقة الذكية واحدة من التكنولوجيا الداعمة لعمليات الدفع الإلكتروني تستخدم للتدقيق والترخيص وإجراء العمليات الحاسوبية. بناء على هذه المواصفات يمكن تقسيم البطاقات الذكية إلى نوعين:

— **بطاقة التلامس:** يمكن إدخال هذه البطاقة في جهاز لقراءتها، لتوفر قطعة ذهبية مساحتها واحد إنش في البطاقة، عندها فإن هذه القطعة الذهبية تحدث اتصالا إلكترونيا وتسمح للمعلومات بالانتقال للشريحة؛

— **بطاقة الاتلامس:** بالإضافة للشريحة يحتوي هذا النوع من البطاقات على هوائي مثبت يسمح للمعلومات بالمرور من وإلى البطاقة عبر الهوائي لهوائي آخر متصل به أو لجهاز آخر. لهذا النوع من البطاقات مجموعة من الخصائص يمكن إيجازها فيما يلي:

- هي بمثابة كمبيوتر متنقل للعميل لاحتوائها على سجل جميع المعلومات الشخصية. (الاسم العنوان اسم المصرف، أسلوب الصرف، المبلغ المنصرف، تاريخ حياة العميل المصرفية) وتستطيع هذه البطاقات تخزين أكثر من 500 ضعف من المعلومات ، مقارنة بالبطاقات البلاستيكية المغنطة؛
- تعبر عن قيمة مخزنة مدفوعة مقدما، أي أن هذه البطاقة قادرة على تخزين نقد إلكتروني يعنى حاملها من الذهاب للبنك؛

¹ —زهير بشناق، العمليات المالية المصرفية الإلكترونية، بدون طبعة، إتحاد المصارف العربية، لبنان، 2006، ص 258.

² — خضر مصباح الطيطي، التجارة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص — ص: 136 — 137.

- تساعد على تخفيض عدد البطاقات التي يحملها كل شخص فهي تلعب دور بطاقة الائتمان، الصرف رخصة القيادة وبطاقة التأمين الصحي وكذلك بطاقة العمل فهي تجمع بين كل هذه البطاقات المتعددة الوظائف في بطاقة واحدة؛
- تمثل أفضل حماية ضد التزوير وسوء الاستغلال إذ أن المعلومات التي توجد عليها مشفرة. بحيث تستطيع أجهزة قراءة البطاقات التأكد من أن هذه البطاقة أصلية من خلال التوقيع الرقمي المشفر المخزن في معالج البطاقة؛¹
- انخفاض نسبة الخطأ لهذه البطاقات عند تمريرها على القارئ، حيث تصل هذه النسبة 100 خطأ لكل مليون معاملة مقارنة مع البطاقات الممغنطة.

ثانياً: البطاقة الممغنطة

- تتمثل أشكال وسائل الدفع الحديثة في البطاقات على اختلاف أنواعها وكذلك العمليات التي تتم عبر الانترنت، وفيما يلي نتطرق إلى نوع من أنواع البطاقات ألا وهو البطاقات الممغنطة.
- مفهومها:** وهي البطاقات المدفوعة مسبقاً، وتكون القيمة المالية مخزنة فيها ويمكن استخدام هذه البطاقات للدفع عبر الانترنت وغيرها من الشبكات، كما يمكن استخدامها للدفع في نقاط البيع التقليدية، وهي عبارة عن بطاقة بلاستيكية ذات شريط ممغنط. وتنقسم البطاقات على اختلاف مسمياتها بالرغم من التسمية الشائعة على أنها بطاقة ائتمان إلى ثلاثة أنواع:
- **بطاقات الخصم:** وترتبط هذه البطاقة بحسابات جارية تخصم منها قيمة المشتريات عند الاستخدام ويتوقف استخدام البطاقة على رصيد حساب العميل لدى المصرف، حيث يتم رفض البطاقة إذا تجاوز مبلغ العملية رصيد حساب العميل المتاح؛
 - **بطاقة السداد الشهري:** تمنح هذه البطاقة حاملها ائتماناً شهرياً غير متجدد من قبل المصرف المصدر للبطاقة، وبنهاية كل شهر يقيد إجمالي السحوبات على حساب العميل حامل البطاقة ويلتزم بسداد كامل القيمة لضمان استمرارية استخدام البطاقة؛²

1 — فاروق السيد حسين، التجارة الإلكترونية وتأمينها، بدون طبعة، دار هلا للنشر والتوزيع، الجيزة، مصر، 2001، ص 23.

2 — عاكف يوسف زيادات، وآخرون، التسويق الإلكتروني، الطبعة الأولى، زمزم ناشرون وموزعون، عمان، الأردن، 2014، ص 89.

• **البطاقة الائتمانية:** وهي بطاقة تتيح لحاملها إمكانية تسديد سحبات البطاقة على دفعات شهرية مع استثناء فوائد شهرية على المبالغ غير المسدد، آخذين بعين الاعتبار فترة السماح والتي قد تصل إلى 51 يوماً. ويتم تحديد حد الائتمان (السقف المحدد من المصرف) بقدر ما يتم تسديده من دفعات لحساب البطاقة وضمن الحد الائتماني المسموح به.

وتصدر البطاقات البنكية من المنظمات العالمية و المؤسسات المالية و التجارية نذكر منها :

1 — **فيزا العالمية:** تعد أكبر شركة دولية في إصدار البطاقات الائتمانية. يعود تاريخ إنشائها إلى عام 1958 عندما أصدر بنك أمريكا البطاقات الزرقاء و البيضاء و الذهبية؛

2 — **ماستر كارد العالمية:** هي ثاني أكبر شركة دولية في إصدار البطاقات الائتمانية. مقرها في الولايات المتحدة الأمريكية، بطاقتها مقبولة لدى أكثر من 9.4 مليون محل تجاري؛

3 — **أمريكان إكسبرس:** هي من المؤسسات المالية الكبرى التي تصدر بطاقات ائتمانية مباشرة دون ترخيص إصدارها لأي مصرف. وأهم البطاقات الصادرة عنها:

• إكسبرس الخضراء: تمنح للعملاء ذوي الملاة المالية العالمية؛

• إكسبرس الذهبية: تمتاز بتسهيلات غير محددة التدفق الائتماني تمنح لذوي الملاة المالية العالمية؛

• إكسبرس الماسية: تصدر لحاملها بعد التأكد من الملاة المالية. وليس بالضرورة أن يفتح حاملها حساب لديها؛

4 — **دينرز كلوب:** من مؤسسات البطاقات الائتمانية الرائدة عالمياً. رغم صغر عدد حملة بطاقتها إلا أنها حققت أرباح كبيرة، تصدر بطاقات متنوعة مثل:

• بطاقات الصرف البنكي لكافة العملاء؛

• بطاقات الأعمال التجارية لرجال الأعمال؛

• بطاقات التعاون مع الشركات الكبرى.¹

1 - إباد عبد الفتاح النسور، تسويق المنتجات المصرفية، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص- ص : 352-

المطلب الثالث : وسائل الدفع الإلكترونية

في ضوء التطورات التكنولوجية السريعة التي أحدثت تغيرات جوهرية في النظام المصرفي، والتي كان لها تأثير مباشر على وسائل الدفع الإلكتروني تماشياً مع مقتضيات التجارة الإلكترونية، أدى إلى تطور الوسائل الإلكترونية المتمثلة في البنوك الإلكترونية، أجهزة الصراف الآلي، والهاتف والانترنت المصرف.

أولاً: البنوك الإلكترونية

أدت التطورات التكنولوجية العالمية إلى ظهور شبكة الانترنت. ولقد اعتبرت هذه الشبكة ثورة في مجال الاتصالات وتبادل ونقل المعلومات، وقد لعب ذلك دوراً حيوياً وأساسياً في تطور وتقديم الصناعات المصرفية، حيث أسفر ذلك التطور التكنولوجي ما أطلق عليه بنوك الانترنت أو البنوك الإلكترونية.

1 – مفهوم البنوك الإلكترونية: لقد ظهر مصطلح البنوك الإلكترونية مع مطلع تسعينيات القرن العشرين، ولقد أطلق عليه عدة مترادفات لعل من أهمها بنوك الانترنت، بنوك الويب، البنك على الخط، الخدمات المالية عن بعد، البنك المتزلي أو الخدمات المالية الذاتية.

وكل هذه المترادفات والتعبيرات إنما ترتبط بقيام عملاء البنوك بإدارة أعمالهم ومعاملاتهم المالية مع هذه البنوك من خلال المنزل أو المكتب أو في أي مكان آخر وفي الوقت الذي يريدونه، وهذا ما يتم التعبير عنه بصفة عامة بالقول أن الخدمات المالية في كل مكان وفي أي وقت.

وفي ضوء ذلك فإنه يمكن إنجاز المعاملات المصرفية عبر شبكات الاتصالات الإلكترونية وترك التعامل مع البنوك وما فيها من زحام وطوابير وبعض الإجراءات المعقدة. و يترتب على ذلك إحداث العديد من التغيرات يتمثل أهمها بصورة أساسية في تسيير المعاملات المصرفية من خلال تقديم الخدمات المختلفة والمتنوعة لعملاء البنوك عبر الحدود بما يؤدي إلى إزالة الحواجز بين هذه الحدود وحدوث تخفيض هائل في تكاليف أداء العمليات المصرفية، بالإضافة إلى زيادة الخدمات الخاصة بتأمين وحماية العملاء وضمان سرية تعاملاتهم المختلفة. فضلاً على انخفاض درجة الارتباط والولاء بين العميل

ومصرفه، حيث تتم التعاملات من خلال استخدام شبكة الانترنت مما يؤثر ذلك على العلاقات التاريخية بين المصارف عملائها.¹

ويعرف أيضا البنك الإلكتروني على أنه بنك له وجود كامل على الشبكة العنكبوتية ويحتوي موقعه على كافة البرمجيات اللازمة للأعمال المصرفية، حيث يشير البنك الإلكتروني إلى تقديم منتجات وخدمات البنوك من خلال القنوات الإلكترونية، ويؤمن البنك الإلكتروني خدمات فعالة جدا بكلفة أقل بكثير من كلفة العمليات المصرفية التقليدية.²

2 — مزايا البنوك الإلكترونية

من أهم المزايا التي تتحقق لتلك البنوك ميزانية الخفض الكبير للتكاليف والتي تتلخص فيما يلي:

- إمكانية الوصول إلى قاعدة أوسع من العملاء؛
- تقديم خدمات مصرفية كاملة و جديدة؛
- خفض تكاليف التشغيل؛
- زيادة كفاءة إدارة البنوك.³

ثانيا : أجهزة الصراف الآلي

أدت ثورة المعلومات إلى ظهور تغيرات جوهرية في طبيعة العمل المصرفي وبالتالي ظهور خدمات بنكية إلكترونية تتم عن طريق قنوات توصيل إلكتروني. ومن أهم التقنيات الحديثة المستخدمة في العمل المصرفي أجهزة الصراف الآلي.

1 — مفهوم جهاز الصراف الآلي: جهاز الصرف الآلي هو جهاز اتصالات كمبيوترية والذي يوفر لعملاء البنوك الحصول على المعاملات المالية في الأماكن العامة دون الحاجة لزيارة فرع البنك.

¹ — أحمد محمد غنيم، إدارة البنوك، الطبعة الأولى، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، المنصورة، مصر، 2008، ص- ص: 30-31 .

² — حباية عبد الله، الاقتصاد المصرفي: البنوك الإلكترونية — البنوك التجارية — السياسة النقدية، بدون طبعة، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2008، ص- ص: 956.

³ — سامر جلد، البنوك التجارية والتسويق المصرفي، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر، عمان، الأردن، 2011، ص - ص: 237 - 238.

ويعرف أيضا على أنه عبارة عن جهاز صغير يوحد في غالب في الواجهات الأمامية لمبنى المصرف أوفي الأماكن والمناطق التي يراها البنك ملائمة.¹

2- أنواع أجهزة الصراف الآلي: يوجد للصراف الآلي عدة أنواع هي:

أ — **الموزعات الآلية للنقود:** هي صورة بسيطة للمكننة في القطاع البنكي. فهي آلات أوتوماتيكية تمكن العملاء من سحب مبالغ نقدية من أرصدهم. وفق سقف محدد وذلك باستخدام البطاقات البنكية؛

ب — **الشبايك الآلية البنكية:** وهي أجهزة أوتوماتيكية تقدم خدمات أكثر تعقيدا وأكثر تنوعا من الموزعات الآلية للأوراق فهي أجهزة متصلة بشبكة تستخدم عن طريق بطاقة إلكترونية؛

ج — **فئائي نقطة البيع الإلكتروني:** وهي مجموع 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 فهو يسمح بحل مشاكل نقل الأموال ويوفر الأمان.²

ثالثا : الهاتف والانترنت المصرفي

هناك العديد من الوسائط الإلكترونية والتي تستخدم في عملية الدفع الإلكتروني، حيث أن تطور وسائل الدفع في صورة وسائل إلكترونية فرض أشكال مختلفة لكيفية تداولها وأهم هذه الأشكال ما يلي:

1 — الهاتف المصرفي: وهو نوع من الخدمات المصرفية المتطورة المقدمة للعملاء. حيث يعمل لمدة 24 ساعة وباستمرار طوال العام بلا إجازات ويستطيع العميل برقم سري خاص أن يسحب مبالغ من حسابه وتحويلها لسداد الكمبيالات والفواتير المطلوبة، وكذلك الحصول على قروض وفتح اعتمادات مستندية ويوجد اتصال مباشر بين الكمبيوتر الخاص بالعميل وكمبيوتر البنك والذي يعمل بواسطة شاشة لدى العميل في منزله.³

¹ — ردينة عثمان يوسف و آخرون، التسويق المصرفي مدخل استراتيجي، كمي، تحليلي، الطبعة الأولى، دار النشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص 287.

² — علي عبد الله شاهين، نظم الدفع الإلكترونية و مخاطرها ووسائل الرقابة عليها، قسم المحاسبة بالجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2009، ص9.

³ — محمد حسين رفاعي العطار، البيع عبر شبكة الانترنت، الطبعة الأولى، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2007، ص- ص: 136-

2 – الانترنت المصرفي: تعد الصيرفة عبر الانترنت الأعم والأشمل والأيسر والأكثر أهمية في مجال قنوات توزيع الخدمات المصرفية الإلكترونية، وذلك بفضل اتساع شبكة الانترنت وزيادة اليومية لعدد مستخدميها.

وتقدم الصيرفة عبر الانترنت جميع النشاطات المصرفية التي تقوم بها المصارف التقليدية مثل: الإطلاع على الرصيد، تحويل الأموال، تسديد الفواتير وغيره من النشاطات.

أو هو خدمة من خدمات الصيرفة الإلكترونية عبر شبكة الانترنت من خلال الكمبيوتر الشخصي أو أي وسيط إلكتروني يمكن أن يقدم من خلالها خدمات مصرفية عبر إمكانيات الانترنت. بحيث يمنح العميل إمكانية الدخول عن بعد (افتراضيا) لأي نوع من أنواع الخدمات المصرفية من أي مكان في العالم وفي أي وقت. ويمكن حصر أهم خدمات الانترنت المصرفية في¹:

- عمليات الدفع الإلكتروني؛
- الإطلاع على صور الشيكات والفواتير؛
- التأمين على الحياة وعلى الممتلكات الشخصية والتجارية؛
- تجارة الأوراق المالية.²

¹ — برحومة عبد الحميد، صورية بوطرفة، النقود الإلكترونية والأساليب البنكية الحديثة في الدفع والتسديد، الملتقى العلمي الرابع حول عصرة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، جامعة حميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أفريل، 2011، ص 4.

² — وائل التبسي، دليل العمليات الإلكترونية في القطاع المصرفي، بدون طبعة، إتحاد المصارف العربية، بيروت، لبنان، 2010، ص 153.

المبحث الثاني : أنظمة الدفع الإلكتروني

في ظل تحديات التطور التكنولوجي و الإلكتروني ومواكبة لفرزات العولة عرفت مختلف المجالات بما فيها القطاع المصرفي استحداثات وتحولات هامة في أجهزتها، وأنظمة تشغيلها. فكما سبق الذكر أنه هناك وسائل ووسائط في المعاملات المالية الإلكترونية التي تمثل الجانب المادي، سنتطرق في مبحثنا هذا إلى أهم نظم الدفع والتسوية الإلكتروني، والتي تحل محل المعاملات المالية التقليدية أو تلغيها في بعض الأحيان.

المطلب الأول : نظام التسوية الإجمالية الفورية RTGS*

يهدف هذا النظام إلى تحسين الخدمة المصرفية لاسيما من حيث أنظمة الدفع و ذلك رغبة في الوصول إلى المستوى الذي يرضي جميع المتعاملين به سواء كانت البنوك أم الزبائن.

أولا : مفهوم RTGS

يعرف نظام التسوية الإجمالية الفورية على أنه ذلك النظام الذي تتم فيه عمليات التسوية لأوامر الدفع باستمرار وبشكل فوري دون تأخير. إن نظام RTGS لا يعتمد في عمله على تنفيذ أوامر الدفع الدائنة والمدينة، بل تتم تسويتها أولا بأول شريطة توفر السيولة اللازمة لدى الطرف الدافع. وعلاوة على ذلك تستند عملية التسوية إلى التحويل الفوري لأوامر الدفع في البنك المركزي وبالتالي يمكن أن يوصف نظام RTGS كنظام نقل الأموال القادر على توفير السيولة اليومية لأوامر الدفع.¹

نظام التسوية الإجمالية الفورية هو نظام تسوية المبالغ الإجمالية في وقت حقيقي ويتم فيه سير التحويلات بصفة مستمرة و على الفور بدون تأجيل وعلى أساس إجمالي.

نظام التسوية الإجمالية في وقت حقيقي أو نظام الدفع الفوري هو نظام التسوية أوامر الدفع ما بين البنوك عن طريق تحويلات بنكية يقوم بها المساهمون في النظام.

في نظام التسوية الفورية عمليات الدفع البنوك ثم بطريقة تتم بطريقة إجمالية و في وقت حقيقي من خلال حسابات التسوية المفتوحة للمصارف المشاركة في هذا النظام

*RTGS :Real Time Gross Settlement system

¹ — طالب قادة سفيان، المنظومة المصرفية الجزائرية وتحدياتها في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصال، (رسالة ماستر في علوم التسيير: تخصص تأمينات و بنوك، جامعة ابن خلدون، تيارت، غير منشورة)، الجزائر، 2012-2013، ص48.

ثانيا : أهداف RTGS الرئيسية

- يهدف إقامة مشروع نظام التسوية الإجمالية الفورية إلى تحقيق ما يلي:
- الوصول بنظام الدفع الدولي إلى المقاييس الدولية خصوصا تلك المتعلقة بتسيير المخاطر؛
 - إجراء التحويلات المالية آليا، وضمان وصولها إلى المستفيد فورا؛
 - خفض تكاليف الخدمات المالية المصرفية عموما، و التكاليف الإجمالية للمدفوعات خصوصا؛
 - تسوية عمليات البطاقات المصرفية وجميع وسائل الدفع الأخرى في وقت حقيقي؛
 - تلبية مختلف احتياجات الزبائن بتقديم خدمات ومنتجات مصرفية متطورة. واستخدام وسائل الدفع الإلكترونية¹؛
 - تقليل المخاطر المالية والاستغناء عن حمل النقد بغرض التحويل من بنك إلى آخر؛
 - تخفيض آجال التسوية؛
 - تعزيز الأداء المالي، وتنظيم المدفوعات المالية في القطاع المصرفي؛
 - تقوية العلاقات بين المصارف وتشجيع إقامة المصارف الأجنبية؛
 - إرساء الأسس التقنية والإجرائية للتطورات المستقبلية مثل التجارة الإلكترونية؛

ثالثا : وظائف نظام RTGS

- تمثل الوظائف التي يقوم بها RTGS فيما يلي:
- تسوية الأوامر وفق طبيعتها وأولويتها²؛
 - تخصيص مبالغ المقاصة؛
 - المعالجة تتم في نهاية اليوم؛

¹ — مسري الجليلي، نشأة و تطور النظام المصرفي في الجزائر. البطاقات و النقود الإلكترونية نموذجاً، (رسالة ماجستير في الاقتصاد، جامعة دمشق، دمشق، غير منشورة،) سوريا، 2007، ص - ص : 163 - 164.

² — يوسف مسعداوي، البنوك الإلكترونية، الملتقى الوطني الأول حول المنظومة المصرفية والتحول الاقتصادي، واقع و تحديات، جامعة شلف، الجزائر، يومي 14 - 15 ديسمبر 2004، ص 227.

- إدارة ومراقبة الحسابات لعمليات المعالجة بواسطة النظام.

المطلب الثاني : المقاصة الإلكترونية

إن عصرنة نظم الدفع عرفت تطورا ملحوظا مما جعل من المقاصة التقليدية غير قادرة على تلبية حاجيات القطاع المصرفي وكذا الاستجابة لمتطلبات البنوك الحديثة. لذا كانت المقاصة الإلكترونية أنجح حل تلجأ إليه البنوك الحديثة في ظل تآلية النظام النقدي.

أولا : مفهوم نظام المقاصة الإلكترونية

يعتمد نظام المقاصة الإلكترونية على المعالجة عن بعد لتسوية المعاملات فيما بين البنوك والمؤسسات المالية التي تتم عن طريق الشيكات، الأوراق التجارية، التحويلات، الاقتطاعات الآلية وعمليات السحب والدفع بالبطاقة البنكية. ويعرف بنظام الدفع الشامل للمبالغ الصغيرة، بحيث تتم عملية المقاصة بصورة آلية بين البنوك بالاعتماد على الربط الشبكي فيما بينها وهذا تحت إشراف وإدارة البنك المركزي.¹

ويقصد بها أيضا إجراء تقاص الشيكات بين البنك المركزي بموجب صور إلكترونية للشيكات وبدون أن يجري تبادل الشيكات فعليا بين البنوك.

ثانيا : أهداف المقاصة الإلكترونية

وتنحصر في العناصر التالية:

- الانتقال من نظام المقاصة التقليدية إلى نظام المقاصة الإلكتروني؛
- التوقف عن تداول الشيكات الورقية لغاية التقاص عند مرحلة إيداعها في البنوك؛
- زيادة الثقة بالشيكات؛
- الحد من ما أمكن من زيادة حجم الشيكات المعادة؛
- مواجهة عملية تبييض الأموال؛²

¹ — بعلي حسني مبارك، إمكانيات رفع كفاءة أداء الجهاز المصرفي الجزائري في ظل التغيرات الاقتصادية و المصرفية المعاصرة، (رسالة ماجستير في علوم التسيير، فرع إدارة مالية، جامعة منتوري، قسنطينة) الجزائر، 2011-2012، ص 111.

² — طالب قادة سفيان، المنظومة المصرفية وتحدياتها في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 50-51.

- تحسين تسيير السيولة على مستوى البنوك التجارية؛
- تمكين البنك المركزي من التحكم و مراقبة الكتلة النقدية؛
- تأمين أنظمة الدفع العام.

ثالثا : الفوائد من تطبيق نظام المقاصة الإلكترونية

هناك العديد من الفوائد التي تحققها المقاصة الإلكترونية سواء بالنسبة للعملاء أو البنوك.

1— بالنسبة للبنوك: تتمثل هذه الفوائد في:

- معرفة وضع البنك المالي في وقت محدد مسبقا؛
- التوظيف الأمثل للأموال لدى البنوك؛
- الحصول على معلومات و إحصائيات دقيقة عن الشيكات؛
- التقليل من مخاطر نقل الشيكات الورقية من و إلى البنك؛
- إمكانية الحصول على صور و بيانات عن الشيكات من خلال نظام المقاصة الإلكترونية بسرعة وسهولة؛
- يعمل النظام على مدار 24 ساعة وبالتالي هناك متسع من الوقت لإرسال الشيكات مهما كان عددها¹.

بالنسبة للعملاء: تتمثل هذه الفوائد في:

- معرفة وضع الشيك مقبولا و مرفوض في نفس الوقت؛
- أصبح تحويل الشيك في نفس اليوم الذي يتم إيداعه فيه؛
- التعامل مع جهاز الحاسوب و الاستفسار عن قواعد البيانات.

1 - علي خديجة، دور البنوك في تطوير التجارة الإلكترونية، (مذكرة لنيل شهادة ماستر في المالية، جامعة ابن خلدون، تيارت، غير منشورة) الجزائر، 2013، ص - ص: 47 - 48.

المطلب الثالث : نظام SWIFT* والتحويلات المالية الإلكترونية

بالإضافة إلى نظام RTGS والمقاصة الإلكترونية باعتبارهما شائعين في أنظمة الدفع والتسوية الإلكترونية، هناك أيضا بعض الأنظمة ساهمت في تنويع و زيادة سرعة ودقة الخدمات المصرفية والمالية على اختلاف أنواعها نتطرق إليها كآآتي:

أولا : نظام SWIFT

تأسست شركة SWIFT بواسطة 239 مصرف من أوروبا و الولايات المتحدة الأمريكية وكندا مركزها الرئيسي في بروكسل، باشرت نشاطها الفعلي في ماي 1977. و تهدف إلى الربح بوصفها مؤسسة تعاونية، فهي لا تقوم بعمل تسويات بين حسابات المصارف ومراسيلها وإنما تقتصر مسلماتها على مجرد نقل رسائل تعليمات من مصرف لآخر بسرعة فائقة أي نقل رسائل تحويلات نقدية بين العملاء في بلدين مختلفين. يعتبر نظام سويفت بمثابة النظام المركزي العالمي لتنفيذ الحوالات المالية والبنكية المتبادلة لما يتمتع به من السرعة في إنجاز الحوالات و توافر الأمان و التكلفة المنخفضة بالإضافة إلى كونه نظام يعمل دون انقطاع.¹

1- خصائص نظام SWIFT

- السهولة في الاتصالات حيث يعمل هذا النظام على مدار 24 ساعة؛
- المرونة في استخدام النظام لعمليات متنوعة مع استعابه للمجالات المختلفة؛
- الدقة المتناهية في المعلومات المرسله؛
- السرية المطلقة للبيانات والعمليات المصرفية علما بأنه يتضمن برنامجا لأرقام السرية؛
- السرعة الفائقة في إيصال الرسائل المتبادلة؛

*SWIFT : The Society for Wold Inter Financial Telecommunication.

¹ — محرز نور الدين، صيد مريم، نظام الدفع الإلكتروني و دوره في تفعيل التجارة الإلكترونية، الملتقى الدولي الرابع حول عصرة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي، خميس مليانة، الجزائر، يومي 18 - 19 ماي، 2011، ص 25.

• يمكن حفظ البيانات في ذاكرة الجهاز مما يسهل عمليات التدقيق إضافة إلى إمكانية سحب كشوفات يومية بالعمليات المنجزة.¹

2 — مجالات استخدام نظام SWIFT: لنظام سويفت عدة مجالات استخدام هي:

- أوامر الدفع؛
- إدارة النقد؛
- الأسواق المالية؛
- التجمعات؛
- شبكات السياحة؛
- الرسائل الإدارية.

3 — كيفية عمل نظام SWIFT

يحتاج مستخدم الشبكة إلى المعلومات التالية :

- الشفرات التعريفية لكافة المؤسسات المالية في العالم؛
- أسماء و عناوين المؤسسات المالية في العالم؛
- معلومات هامة عن الدول؛
- كشوفات العملاء و رموز الدول؛
- أحزمة التوقيت العالمي.²

ثانيا : نظام التحويلات المالية الإلكترونية EFT *

تعد التحويلات المالية واحدة من أهم العمليات المصرفية التي يقوم بها البنك سواء كان بنكا تقليديا أو بنكا إلكترونيا، ويعد نظام التحويلات المالية الإلكترونية جزءا بالغ الأهمية من البنية التحتية

¹ — فيصل فارس، التقنيات البنكية، الطبعة الأولى، مطبعة الموساك رشيد، الجزائر العاصمة، الجزائر، 2013، ص 294.

² — علي خديجة، دور البنوك في تطوير التجارة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص 81.

* EFT : Electronic Fund Transfer.

لأعمال البنوك الإلكترونية التي تعمل عبر الانترنت، يتيح هذا النظام نقل التحويلات المالية أو الدفعات المالية من حساب بنكي إلى آخر و كذا المعلومات المتعلقة بها بطريقة إلكترونية آمنة و سهلة.

1 – تعريف النظام EFT: نظام التحويلات الإلكترونية للأموال هو عملية منح الصلاحية لبنك ما للقيام بحركات التحويلات المالية الدائنة والمدينة من حساب بنكي إلى حساب بنكي الآخر. أي أن عملية التحويل تتم إلكترونياً عبر الهواتف وأجهزة الكمبيوتر عوضاً عن استخدام الأوراق.

تنفذ عمليات التحويل المالي عن طريق دار المقاصة الآلية وهي شبكة تعود ملكيتها و حتى تشغيلها إلى البنوك المشتركة بنظام التحويلات المالية الإلكترونية، و منذ عام 1978 أصبحت مؤسسة التحويلات المالية تتيح للشركات والمؤسسات تحصيل تحويلاتها المالية إلكترونياً عبر المقاصة الآلية. وتتميز هذه الخدمة عن النظام القديم (أي النظام الورقي) بأنها أسرع وأقدر على معالجة مختلف خدمات التحويلات المالية مثل: خدمة إيداع الشيكات لتحصيلها عند استحقاقها وخدمة تحصيل الأقساط.

وبفضل تعزيز أنظمة الأمن أصبحت التحويلات المالية الإلكترونية تحظى أكثر فأكثر بالمصداقية والأمان لدى المتعاملين، هذا فضلاً عما يتيح هذا النظام من اختصار للزمن ووفر الجهد والتكلفة ويسر في التعامل، فمن خصائص هذا التحويل قابليته للتجزئة، إذ يمكن توزيع مبلغ مستند التحويل على أكثر من مستفيد.¹

2- كيفية عمل نظام التحويل الإلكتروني²

تتم عملية التحويل المالي الإلكتروني وفقاً للمراحل التالية:

- يوقع الزبون نموذجاً معتمداً لمنفعة الجهة المستفيدة، يتضمن هذا الأخير اقتطاع القيمة المحددة من حساب الزبون يومياً أو أسبوعياً أو شهرياً؛
- يختلف هذا النموذج عن الصك في أنه يصلح لأكثر من عملية تحويل، كما يتعامل المصرف أو الزبون مع الوسطاء (يتواجدون في الانترنت بكثرة) ليوفر لهم البرمجيات اللازمة؛

¹ — محمود يونس و آخرون، النقود و أعمال البنوك و الأسواق المالية، بدون طبعة، الدار الجامعية، مصر، 2003، ص 32.

² — منير محمد الجنبهي، ممدوح محمد الجنبهي، التوقيع الإلكتروني و حججه في الإثبات، بدون طبعة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2004، ص - ص : 16 - 17.

- يقدم الزبون بإرسال التحويلات المالية عن طريق المودم إلى الوسيط، ويبدأ هذا الأخير بتجميع التحويلات المالية و يقوم بإرسالها إلى دار المقاصة الآلية التي ترسل بدورها نموذج التحويل المالي الإلكتروني إلى مصرف الزبون، بعد مقارنة التحويل مع الرصيد، و في حالة عدم تغطية الرصيد يتم إرسال إشعار بعدم كفاية الرصيد إلى الوسيط الذي يشعر بدوره الزبون، أما إذا كان الرصيد كافي للتغطية فيتم الاقتطاع لحساب المستفيد في وقت السداد المحدد بالنموذج؛
- يمكن للمستفيد التقيد بالتحويلات المالية عبر دار المقاصة الإلكترونية دون الوسيط، يوجب عليه شراء البرمجيات الخاصة التي تسمح بإجراء العملية، و هي مؤمنة بكلمة مرور خاصة، ويتم ذلك بإرسال النموذج مع صك مصادق عليه لصالحه إلى دار المقاصة الآلية فتقوم بإرسال الاعتماد إلى المصرف لاقتطاع المبلغ لصالح المستفيد من حساب الزبون، و هنا لا حاجة للتحقق من كفاية الرصيد لأن الصك مصادق عليه يضمن ذلك.

3 — فوائد نظام التحويل الإلكتروني للأموال

- يستفيد كل من العميل و التاجر عن تطبيق نظام التحويل الإلكتروني للأموال، فهو يوفر لكليهما فضلا عن اليسر، السرعة في إنجاز الأعمال وتكبد عناء التنقل إلى البنك. فوائد أخرى أهمها:¹
- **تنظيم الدفعات:** حيث يتم تنظيم عمليات الدفع من خلال الاتفاق على وقت اقتطاع وتسديد التحويلات المالية، وهو ما يقطع أي شك في عملية السداد؛
- **السلامة والأمن:** فقد أزلت المقاصة الآلية والتحويلات المالية الإلكترونية الخوف من سرقة الشيكات الورقية أو ضياعها والحاجة إلى تناقل الأموال؛
- **توفير المصاريف:** حيث تقلل شبكة نظام المقاصة الآلية من تكاليف إدارة عمليات المقاصة؛
- **تيسير العمل:** ألغت عملية المقاصة الآلية حاجة العميل والتاجر إلى زيادة البنك لإيداع قيمة التحويلات المالية مما يعني تيسير الأمر ورفع فعالية نظام العمل؛

1 - منير محمد الجنبهي، ممدوح محمد الجنبهي، النقود الإلكترونية، بدون طبعة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2005، ص - ص:

- تحسين التدفق النقدي: رفع إنجاز التحويلات المالية إلكترونياً وموثوقية التدفق النقدي وسرعة تناقل النقد؛
- تقليل الأعمال الورقية: يتمثل ذلك في تقليل الاعتماد على النماذج الورقية والشيكات التقليدية وغيرها من المعاملات الورقية؛
- زيادة رضى العملاء: تكفل سرعة عمليات التحويل الإلكتروني وانخفاض كلفتها، تحقيق رضى العملاء وتوطيد ثقتهم في التعامل مع التاجر أو الشركة.

المبحث الثالث: التحديات القانونية للتجارة الإلكترونية

إن التجارة الإلكترونية كمفهوم جديد يتمثل في التعظيم المتواصل للنشاطات التجارية للمؤسسات من خلال التكنولوجيا الرقمية، بالإضافة إلى تنظيمها قانونيا و مكافحة مختلف الجرائم المرتكبة ضدها.

المطلب الأول: التشريعات الدولية المنظمة للتجارة الإلكترونية

تشهد التجارة الإلكترونية اهتماما كبيرا بما لما تملكه من مزايا و أهمها السرعة و هذا أكثر ما تطلبه الحياة التجارية عموما لذا فإن التنظيمات الدولية المعنية بحركة التجارة عبر العالم تقوم بتوفير الأمان القانوني لأطرافها. ومن أهم الجهات المعنية بحركة التجارة الإلكترونية وهي لجنة التجارة الدولية التابعة للأمم المتحدة "اليونسترال" حيث قامت بإصدار القانون النموذجي الخاص بالتجارة الدولية في 1997 ولقد كانت بداية اهتمام هذه اللجنة ببحث الإطار القانوني للمعاملات الدولية الإلكترونية في دورتها السابعة عشر في 1984 وذلك حيث استعرضت¹ التقرير الذي أعده الأمين العام للأمم المتحدة تحت عنوان "الجوانب القانونية للتجهيز الآلي للبيانات" حيث أشار التقرير إلى بعض المسائل القانونية التي يثيرها معالجة المعلومات والبيانات إلكترونيا في مجال التجارة الدولية و أهمها اشتراط الكتابة والتوثيق سندات الشحن. من هذا الوقت قررت اللجنة أن تركز اهتمامها لبحث هذه المسألة ففي دورتها الثامن عشر في 1985 عرض عليها تقرير من الأمانة عنوانه "القيمة القانونية للسجلات الإلكترونية" ومن المسائل الهامة التي أشار إليها التقرير علاقة التجارة الدولية بمعالجة البيانات إلكترونيا ومدى اتفاقها مع الاشتراطات القانونية التقليدية كالكتابة الورقية ، بعد مناقشة التقرير اعتمدت اللجنة توصية من خلالها استعرضت أهمية التبادل الإلكتروني في مجال المعاملات التجارية الدولية الأمر الذي يستلزم ضرورة تطوير الأفكار الكلاسيكية بخصوص العقود الداخلية والدولية بما يساعد على دفع حركة التجارة الإلكترونية ولهذا في البداية اكتفت بأن تتوجه بالخطاب إلى الدول كي تعمل على إعادة النظر في نظمها التقليدية العقدية بما يتلائم مع ما تفرضه التجارة الإلكترونية من أفكار جديدة وفي دورتها الواحد والعشرون عام 1988 ارتأت اليونسترال ألا تكفي. بمجرد هذه الدعوة السابقة بل يجب أن تتناول بنفسها تنظيم حركة التجارة الإلكترونية حيث نظرت اللجنة اقتراح بضرورة وضع مبادئ تحكم التجارة الدولية الإلكترونية

1 - أمير فرج يوسف، عالمية التجارة الإلكترونية و عقودها و أساليب مكافحة الغش التجاري الإلكتروني، بدون طبعة، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 2009، ص 151.

خصوصا فيما يتعلق بتكوين هذه العقود، وفي دورتها الثالثة والعشرون عام 1990 عرض على اللجنة تقرير تحت عنوان "دراسة أولية للمسائل القانونية المتعلقة بتكوين العقود بالوسائل الإلكترونية" ونوقشت المسائل المتعلقة باشتراط كتابة العقود التي يتم عقدها من خلال الوسائط الإلكترونية. وفي دورتها الرابعة والعشرون عام 1991 كان معروضا على اللجنة تقريرا عنوانه "التبادل الإلكتروني للبيانات" حيث استعرض النماذج العقدية والتنظيمات التي قامت بها المنظمات المعنية الإقليمية ومستعملي التجارة الإلكترونية ولقد وجد أن هناك اختلافا بين هذه النماذج المختلفة في رؤيتها للمشاكل التي تواجه التجارة الإلكترونية ومن ثم فإنها لا تصلح أن تحكم حركة التجارة الإلكترونية وذلك لأنها مصطبغة بالصبغة المحلية. من هنا كان لابد من وضع اتفاق إطار مؤسسي يضم القواعد العامة التي تحكم حركة التجارة الإلكترونية بما يساعد على التقريب بين الأنظمة القانونية المختلفة في مجال العقود وذلك حتى لا يكون هذا الاختلاف حجر عثر في نمو هذا النوع من وسائل التبادل التجاري الدولي. ولقد انتهت اللجنة في هذه الدورة بأن يتولى الفريق المختص بالمدفوعات الدولية عملية إعداد هذه القواعد التي تحكم تكوين العقود الإلكترونية وفي دورتها الخامسة والعشرون عام 1992 أوكلت الفريق المعني بحركة المدفوعات الدولية كي يقوم بإعداد القواعد العامة لتنظيم التجارة الإلكترونية وكرس الفريق دوراته من الخامسة والعشرون إلى الثامنة والعشرون لمهمة إعداد هذه القواعد الموحدة، وفي الدورة التاسعة والعشرين عام 1996 اعتمدت مشروع القانون النموذجي وطلبت من الأمين العام للأمم المتحدة إحالة نص هذا القانون إلى الحكومات والهيئات الأخرى مما لاشك فيه أن القواعد المادية ذات النشأة التلقائية تمثل أحد أهم المصادر الدولية للقواعد المادية الإلكترونية التي تشكلت خارج الإطار الوطني فعن طريقه يمكن إيجاد الحلول الذاتية للمشاكل الخاصة بالانترنت والتجارة الإلكترونية وعلى الرغم من إدراك تلك الأهمية إلا أنه في المقابل يتعين ملاحظة أن العادات والأعراف الدولية ليست هما المصدران الوحيدان لتلك القواعد فتوجد إلى جانبها العديد من المصادر التنظيمية النابعة من أعمال المنظمات الدولية والإقليمية المعنية بالانترنت والتجارة الإلكترونية هذه القواعد قد نجد مصدرها كما يراها أنصار المجتمع الافتراضي في الاتفاقيات الدولية وتوصيات الدولة الأساسية وقضاء الاتفاقيات الدولية التي تعد من أهم المصادر التي يمكن أن يسقى منها القانون الإلكتروني،¹ أحكامه إذ يمكن عن طريقها تحقيق التوحيد والانسجام بين القواعد التي تحكم الروابط القانونية عبر الشبكة الدولية وحل

1 - مخلوفي عبد الوهاب، التجارة الإلكترونية عبر الانترنت، (أطروحة دكتوراه في الحقوق تخصص قانون أعمال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، غير منشورة)، الجزائر، 2011-2012، ص-ص: 18-19.

كثير من المشكلات التي ظهرت في النواحي العملية. ونظرا لحداثة هذا المجال الإلكتروني وقلة الاتفاقيات ذات الصلة بهذا المجال بذلت مجهودات ضخمة من جانب اللجان والهيئات الحكومية وغير الحكومية على المستويين الدولي والإقليمي بغية تنظيم الروابط القانونية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية.

المطلب الثاني : الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية

تشير أنشطة التجارة الإلكترونية والعلاقات القانونية الناشئة في بيئتنا العديد من التحديات القانونية للنظم القانونية القائمة، تتمحور في مجموعها حول أثر استخدام الوسائل الإلكترونية في تنفيذ الأنشطة التجارية، فالعلاقات التجارية التقليدية قامت منذ فجر النشاط التجاري على أساس الإيجاب والقبول بخصوص أي تعاقد وعلى أساس التزام البائع مثلا بتسليم المبيع بشكل مادي وضمن نشاط إيجابي خارجي ملموس، وأن يقوم المشتري بالوفاء بالثمن إما مباشرة (نقدا) أو باستخدام أدوات الوفاء البديل عن الدفع المباشر من خلال الأوراق المالية التجارية أو وسائل الوفاء البنكية التقليدية، وإلى هذا الحد فإن قواعد تنظيم النشاط التجاري سواء الداخلية أو الخارجية، وبرغم تطورها بقيت قادرة على الإحاطة بمتطلبات تنظيم التجارة، إذ بالرغم من تطور نشاط الخدمات التجارية والخدمات الفنية واتصال الأنشطة التجارية بعلاقات العمل والالتزامات المتعلقة بالإمداد والتزويد ونقل المعرفة أو التكنولوجيا، فإن القواعد القانونية المنظمة للأنشطة التجارية والعقود أمكنها أن تظل حاضرة وقادرة على محاكاة الواقع المتطور والمتغير في عالم التجارة، لكن الأمر يختلف بالنسبة للتجارة الإلكترونية، فالتغير ليس بمفهوم النشاط التجاري، وإنما بأدوات ممارسته وطبيعة العلاقات الناشئة في ظله، كيف لا ونحن نعلم أنه يتوسط كل نشاط من أنشطة التجارة الإلكترونية الكمبيوتر والانترنت أو شبكة المعلومات، كما أن أثر وجود التقنية وهيمنتها على آلية نفاذ النشاط التجاري في ميدان التجارة الإلكترونية، بل ضرورتها لوجود التجارة الإلكترونية، كان لا بد أن يخلق تحديا جديدا أمام النظم القانونية القائمة.¹

أولا : المشكلات القانونية في ضوء مراحل التجارة الإلكترونية

التجارة الإلكترونية في صورتها العامة، طلبات المنتجات يكون فيها الطالب في مكان غير مكان المطلوب منه الخدمة أو البضاعة، وتتم الإجابة بشأن توفر الخدمة أو البضاعة على الخط، وقد يكون الوضع — كما في المتاجر الافتراضية — أن تكون المنتجات معروضة على الخط يتبعها طلب الخدمة

¹ — سمر توفيق صيرة، التسويق الإلكتروني، الطبعة الأولى، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص- ص: 33 -

أوطلب الشراء من الزبون المتصفح للموقع ، وعلى الخط أيضا، وبالتالي يمثل الموقع المعلوماتي على الشبكة، وسيلة العرض المحددة لمحل التعاقد وثمنه أو بدله في حالة الخدمات على الخط (أي عبر شبكات المعلومات) وتثير هذه المرحلة (السابقة على التعاقد فعليا) مشكلات وتحديات عديدة، أولها توثق المستخدم أو الزبون من حقيقة وجود الموقع، وثانيهما مشروعية ما يقدم في الموقع (مشكلات الملكية الفكرية) وثالثها تحديات حماية المستهلك من أنشطة الاحتيال على الخط ومن المواقع الوهمية أو المحتوى غير المشروع للخدمات والمنتجات المعروضة، ورابعها الضرائب المقررة على عائدات التجارة الإلكترونية عبر الخط، وهذه التحديات أيضا ترافق المراحل التالية من خط نشاط التجارة الإلكترونية، فالموثوقية وحماية المستهلك تحديان يسيران بتواز مع سائر مراحل أنشطة التجارة الإلكترونية.

المرحلة التالية تمثل في إبرام العقد، وهنا تظهر مشكلتين رئيسيتين : أولها توثق كل طرف من صفة وشخص ووجود الطرف الأخر، بمعنى التوثق من سلامة صفة المتعاقد، وثانيها حجية العقد الإلكتروني أو القوة القانونية الإلزامية لوسيلة التعاقد، وهذه يضمنها في التجارة الإلكترونية توقيع الشخص على العقد.

إن بيئة التجارة الإلكترونية توجد وسائل تتفق وطبيعتها ومن هذا وجدت وسيلة التوقيع الرقمي لتحقيق وظيفة التوقيع العادي.

والمرحلة الثالثة تتمثل في تنفيذ المتعاقدين لإلتزامهما، ويضاف إلى هذه التحديات تحديات يمكن وصفها بالتحديات العامة التي تتعلق بالنشاط ككل لا بمراحل تنفيذه كتحدي خصوصية العلاقة بين المتعاقدين وخصوصية المعلومات المتداولة بينهما وتحدي حماية النشاط ككل من الأنشطة الإجرامية لمخترقي نظم الكمبيوتر و الشبكات، أو ما يعرف عموما بجرائم الكمبيوتر، وتحدي مشكلات الاختصاص القضائي في نظر المنازعات التي تظهر بين أطراف العلاقة التعاقدية، إذ في بيئة الانترنت، نزول الحدود والفواصل الجغرافية، ونزول معها الاختصاصات المكانية لجهات القضاء، فأى قضاء يحكم المنازعة وأي قانون يطبق عليها عند اختلاف جنسية المتعاقدين وهو الوضع الشائع في حقل التجارة الإلكترونية.¹

1 — محمد الصيرفي، البيع والشراء عبر الانترنت، مرجع سبق ذكره، ص - ص : 300 - 301.

قامت التجارة التقليدية على أساس التزام البائع بتسليم المبيعات إلى المشتري على أن يقوم الأخير بالوفاء بالثمن إما نقداً أو من خلال الأوراق المالية التجارية أو وسائل الوفاء البنكية التقليدية، وبذلك فإن الإطار القانوني بقي قادراً على الإحاطة بمتطلبات تنظيم تلك التجارة.

وفي نطاق التجارة الإلكترونية، يختلف التعامل الإلكتروني عن التقليدي بسبب تغير أدوات الممارسة والعلاقات التجارية، حيث توسطت شبكة الانترنت كل نشاط من أنشطة التجارة الإلكترونية مما خلق تحدياً جديداً أمام النظم القانونية القائمة.¹

ويتلخص نشاط التجارة الإلكترونية في صورتها العامة بأن يقوم الزبون بطلب بضاعة أو خدمات من موقع تجارة إلكتروني تعرض عادةً به البضاعة من خلال دليل إلكتروني أو أدوات البحث الإلكترونية. والجدير بالذكر أنه ليس بالضرورة تواجد الزبون و صاحب الموقع الإلكتروني في مكان واحد، بل إن محل التعاقد (التسليم والوفاء بالثمن) لكليهما هو افتراضي ممثل في شبكة الانترنت.

ثانياً: المبادئ الرئيسية للقانون النموذجي

مع التسليم بأهمية الجهود السابقة في مجال التجاري. لكن العمل التشريعي المنظم الذي يرسي قواعد قانونية متماسكة للتجارة الإلكترونية بدأ مع إصدار القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية الذي وضعته لجنة الأمم المتحدة للتجارة الإلكترونية في 1996 في دورتها التاسعة والعشرين، وبحضور ممثلي أكثر من خمسين دولة وعشرة منظمات دولية، والذي اعتمده الجمعية العامة للأمم المتحدة في السادس عشر من ديسمبر 1996 بقرار رقم 162 / 51 واستهدفت الجمعية العامة من هذا القانون النموذجي تحقيق أمرين:

الأول: أن تأخذ الدول هذا القانون النموذجي بعين الاعتبار عند وضع تشريعاتها وذلك قبل إصدارها، تجنباً للتعارض من جهة وتحقيق الانسجام والتوافق بين التشريعات المختلفة إقراراً بالطبيعة الدولية لهذا النوع من التجارة وما تتمتع به من خصائص أخرى.

الثاني: إتاحة الفرصة للجميع للعلم بهذا القانون ونشره على الكافة سواء أكانت جهات عامة أم خاصة للاسترشاد به في تعاملاتها.

¹ — محمد نور برهان، عزالدين خطاب، التجارة الإلكترونية، الطبعة الرابعة، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة، مصر، 2015، ص -ص: 281 - 282.

والواقع أن هذا القانون يعد ثاني محاولة من جانب اللجنة الدولية في مجال التجارة الإلكترونية. إذ تمثلت المحاولة الأولى في القانون المتعلق بالتحويلات الدولية للائتمان والذي يعنى بصفة أساسية بالتحركات الإلكترونية للأموال وذلك في سنة 1992. لهذا القانون مجموعة من المبادئ نذكر منها:

- هذا القانون يضع مجموعة من المبادئ والقواعد العامة التي تبين كيفية إزالة العراقيل التي تواجه المتعاملين في مجال التجارة الإلكترونية في ظل قواعد تقليدية كان يتم العمل وفقا لها قرونا طويلة وذلك من أجل خلقه بيئة قانونية حاضنة لهذه التجارة؛

- القواعد التي يتضمنها القانون و المقبولة دوليا و التي استرشدت بها الدول التي أصدرت تشريعات في هذا الصدد (متقدمة كانت أم نامية) تصلح لأن تسري أيضا على التجارة الإلكترونية التي تتم في كل مراحلها داخل الدولة الواحدة خاصة الدول المتقدمة، مثل الولايات المتحدة أو دول الإتحاد الأوروبي... إلخ؛

- لا يعنى نموذج القانون بالجانب الفني و تكتيكات التجارة الإلكترونية في ذاتها، بل يعنى بالقواعد التي تحكمها بهدف وضع حلول عملية للتعاملات، ليس فقط بالنسبة للشكل والإثبات في مجال التصرفات القانونية، لكن بالنسبة أيضا للقواعد المتعلقة بالموضوع، مثل تكوين العقد، و القواعد المتعلقة بزمان ومكان إرسال البيانات وتسلمها، والتوقيع، وتسجيل البيانات الأصلية؛

- يأخذ القانون النموذجي بمبدأ التماثل الوظيفي، أي أن العبرة في أداء الوظيفة أو الشرط في التعاقد أو إرسال البيانات ليس بالشكل الذي تتم فيه، بل إذا كان من الممكن أن يتم تحقيق ذات النتيجة من استلزام شرط معين كالكتابة، أو التوقيع، أو الأصل... إلخ¹. والواقع أن هذه الوسيلة أضافت مرونة كبيرة على القواعد القانونية الحاكمة لهذه التجارة، و فتحت الطريق أمام الدول لكي تدخل تعديلات على قوانينها القائمة، لتلائم التجارة الإلكترونية؛

- حياد الوسيلة و التكنولوجيا: الواقع أن هذا المبدأ يرتبط بسابقه حيث يقصد بحياد الوسيلة هنا عدم التمييز أو إجراء المساواة في المعاملة بين المستندات الورقية وغير الورقية، كما أن حياد التكنولوجيا يعنى عدم التمييز بين الأشكال والأنواع المختلفة من التكنولوجيا. لذا هناك محاولات لاستخدام تعبيرات ومصطلحات جديدة لتجنب الإشارة إلى وسائل يعينها في نقل المعلومات أو تخزينها، أي يتم الفصل بين

1 — السيد أحمد عبد الخالق، البنوك و التجارة الإلكترونية الجديد في التمويل المصرفي، مرجع سبق ذكره، ص 112.

المفهوم القانوني لتصرف ما عن الشكل المادي الذي يأخذه أو يتجسد فيه مع التعويل — بالطبع — على أنه يحقق نتيجة معادلة؛

• استقلال الأطراف، يقر القانون النموذجي مبدأ أن الأطراف مستقلون في تنظيم استخدام التجارة الإلكترونية فيما بينهم، من خلال التوصل إلى اتفاقيات تعاقدية، بالنسبة للقواعد المكملة التي يتضمنها الاتفاق، والتي يمكن للأفراد الاتفاق على ما يخالفها، هذا في الوقت الذي تسمح فيه بعض القواعد الآمرة والمتعلقة بالتطبيق العام للقانون بأن يؤخذ في الاعتبار ما تم التوصل إليه من اتفاقيات بين الأطراف المتعاقدة عند تقرير ما إذا كانت طبيعة الوسائل التي استخدمت — على سبيل المثال — لضمان الأمان معقولة أو مناسبة لتحقيق هذا الغرض من عدمه. أي أن القانون النموذجي يسمح بالأخذ بمبدأ التنظيم الذاتي الفعال في هذا الخصوص.¹

ثالثاً: حجية العقود الإلكترونية والاعتراف بالمعاملات الإلكترونية

حيث أن محل التعاقد الإلكتروني هو شبكة الانترنت، فإن أول القضايا التي يجب بحثها هي مدى حجة هذه العقود عند نشوب نزاع ما بين الأطراف المتعاقدة. فإن الحل الذي يتفق مع البنية التحتية للتجارة الإلكترونية هو استخدام التوقيع الإلكتروني سواء كانت تعتمد على المفتاح العام بالتشفير أم على التوقيع البيولوجية المعتمدة على تحديد النمط الخاص الذي تتحرك يد الشخص أثناء عملية التوقيع.²

بناءً عليه، تعترف بعض الأطر القانونية ببعض العقود الإلكترونية بهدف إنشاء التزامات متبادلة وتعد صحيحة وملزمة للأطراف.

المطلب الثالث: الجرائم الإلكترونية

تعتبر الجرائم الإلكترونية (جرائم الانترنت) هي النوع الشائع الآن من الجرائم، إذ أنها تتمتع بالكثير من المميزات للمجرمين تدفعهم إلى ارتكابها ويمكن تعريف تلك الجرائم بأنها " الجرائم التي لا

¹ -G.Hermann, Developing Model E-commerce Law, Speech at World E-Conference, Perth, Western Australia, 1999, p: 8 9.

² — محمد نور برهان، عزالدين خطاب، التجارة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص 282.

تعرف الحدود الجغرافية والتي يتم ارتكابها بأداة هي الحاسب الآلي عن طريق شبكة الانترنت وبواسطة شخص على دراية فائقة بهما¹

تتعدد هذه الجرائم وتختلف بتعدد واختلاف الأفعال الإجرامية التي تقع على الكمبيوتر والوسائل الإلكترونية أو بواسطتها، وأهمها:

• **انتحال شخصية الفرد:** تتم عندما يستغل اللصوص بيانات (كالعنوان وتاريخ الميلاد ورقم الضمان الاجتماعي ...) شخص ما على الشبكة الإلكترونية أسوء استغلال، من أجل الحصول على بطاقات بنكية ائتمانية، حيث أن تلك البيانات تمكنهم من التقدم بطلبات لاستخراج البطاقات البنكية عبر الانترنت غالباً من خلال الهياكل التي لا تتخذ إجراءات أمنية صارمة عبر الشبكة.²

• **فيروس الكمبيوتر:** يعتبر فيروس الكمبيوتر أنه الجرثومة التي تصيب برامج أو معلومات أو جهاز الكمبيوتر، محدثة الضرر قد يصل إلى حد تعطيله كلياً أو جزئياً، وينتقل هذا الفيروس من جهاز إلى آخر عندما تكون الأجهزة متصلة ببعضها البعض ضمن شبكة اتصال، أو عن طريق استعمال مترابط للاتصالات أو عن طريق استعمال أسطوانة تحمل الفيروس أو مصابة به.

وينتقل الفيروس إلكترونياً، ويؤدي إلى تخريب أو فقدان المعلومات التي يخترقها الجهاز المصاب أو يؤدي إلى ظهور أشكال معينة على شاشة الكمبيوتر، مثل ظهور كرة تقفز باستمرار على شاشة الكمبيوتر أو الصراف الآلي.

• **تخزين الأنظمة الإلكترونية:** يعتمد الشخص الذي يستطيع الوصول إلى الأنظمة الإلكترونية إلى إلغاء عدد كبير من المعلومات المخزنة في الأجهزة، بقصد إرضاء غرائزه الجرمية، أو بقصد الإضرار بالغير.

ويؤدي ذلك التخريب إلى تضرر مالك الكمبيوتر أو تلك الأجهزة الإلكترونية، و تكبده خسائر مالية ومعلوماتية فادحة، خاصة عندما تكون تلك المعلومات عائدة لرجال وشركات كبرى أو مصارف أو حكومات أو منظمات عالمية.³

1- الجنبيهي محمد، الحنيهي ممدوح، جرائم الأنترنت والحاسب الآلي و وسائل مكافحتها، بدون طبعة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2004، ص 13.

2- نوري منير، التجارة الإلكترونية و التسويق الإلكتروني، بدون طبعة، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، ص 223.

3- محمود أحمد عبابنة، جرائم الحاسوب و أبعادها الدولية، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2004، ص 26.

وقد يقع التخريب بتعطيل نظام المعلوماتية عبر إرسال فيروسات قادرة على التسبب بأضرار جسيمة أو إزالة أو تعطيل أجزاء كبيرة من المعطيات المخزنة في الكمبيوتر.

كما يمكن أن يتم التخريب بواسطة إرسال بريد إلكتروني يحمل الفيروس إلى أنظمة المعلوماتية لأي شركة أو مصرف أو شخص، و يؤدي إلى وقوع التخريب بالأنظمة و المعلومات المخزنة في الأجهزة الإلكترونية.¹

• **سرقة المعلومات عبر الوسائل الإلكترونية:** السرقة هي أخذ مال الغير خلسة أو عنوة بقصد التملك، وتتم السرقة في المجال الإلكتروني عبر سرقة المعلومات و النقود و البرامج المخزنة في الوسائل الإلكترونية. وقد حصل انتقاد واسع حول ما إذا كان أخذ المعلومات دون وجه حق يشكل جريمة سرقة استنادا إلى مدى إمكانية اعتبار المعلومات مالا، لكن تلك الانتقادات لم تلق تأييدا في النظام القانوني والمالي لأن المعلومات هي سلعة ذات قيمة مرتفعة جدا تولى مالكها حق الحصول على مردود مالي قد يكون طائلا لا يستهان به.

فالحصول على الأسرار الصناعية لشركة كبرى بشأن سلعة معينة قد استلزم التوصل إليها الكثير من الجهد والوقت والمال، يشكل جريمة السرقة المعاقب عليها جزائيا، وهذا النوع من السرقات شائع في عمليات القرصنة التي تقع على برامج الكمبيوتر والصراف الآلي.

ويتمكن المجرم المعلوماتي من التقاط البيانات - بعد الدخول غير المشروع إلى النظام أو البقاء فيه- إما عن طريق التجسس المعلوماتي أو الاحتيال أو عن طريق الابتزاز.

• **جرائم بطاقات الائتمان:** تعتبر بطاقة الائتمان إحدى الخدمات المصرفية التي استحدثتها النظام البنكي وتقوم هذه البطاقات أساسا على فكرة الائتمان لافتراضها وجود فاصل زمني بين تقديم مانح الائتمان لوسائل الوفاء لعملية الشراء وبين استرداد تلك الوسائل.

وقد ظهرت في السنوات الأخيرة مسألة جديدة تمثلت في تزوير بطاقات الائتمان والاحتيال لسحب الأموال من نوافذ الصرف الآلي، مما يؤدي إلى حدوث أخطار تهدد العمل المصرفي، تنتهي إلى فقدان الأموال بالكامل، خاصة في حال ضياع بطاقة الائتمان، و تعرف المحتالين على الرقم الشخصي لصاحب الحساب.

¹ نادر عبد العزيز شافي، المصارف والنقود الإلكترونية، الطبعة الأولى، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، 2008، ص 271.

• غسيل الأموال باستخدام البطاقات البنكية أو الانترنت: غسيل الأموال هي عملية تحويل المصدر غير المشروع للأموال كالمخدرات إلى أموال مصدرها مشروع كالتجارة بالسيارات. بمعنى أدق هي عملية جعل المال القذر يبدو نظيفاً¹، وأبسط الطرق لهذه العملية هي القيام بسحب مبالغ كبيرة على دفعات من الصراف الآلي في بلد أجنبي من ثم يقوم فرع المصرف الذي سحب المبلغ من ماكينته بطلب تحويل المبلغ من الفرع الذي أصدر البطاقة، فتتم عملية التحويل بحصم المبلغ من رصيد العميل الذي يكون قد تهرب من دفع رسوم التحويل واستطاع أن يغسل أمواله² كذلك تعتبر الانترنت من أحدث طرق غسيل الأموال المشبوهة خاصة أنها أسهل استخداماً وأيسر في التعامل مع البنوك، وضغطة مفتاح تفتح له أفاق الدخول في حسابات وأنشطة مالية ومصرفية من أي جهة في العالم، لذلك يقوم المجرمون بالاعتماد على عملية التحويل الإلكتروني للأموال من خلال البنوك بإيداع الأموال المسروقة في حسابات متعددة بالبنوك، ثم تحول إلى عدة فروع في بلدان مختلفة. ولهذا فإن المنظمات الإجرامية تحاول إخفاء الأموال غير المشروعة من خلال إجراء العديد من التغييرات على هذه الأموال.³

¹ — محمد حسن عمر برواري، غسيل الأموال و علاقته بالمصارف و البنوك، الطبعة الأولى، دار قنديل للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص 36.

² — عادل عبد العزيز السن، غسل الأموال من منظور قانوني و إقتصادي و إداري، بدون طبعة، إصدارات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2008، ص 10.

³ — عبد المطلب عبد الحميد، العولة و إقتصاديات البنوك، بدون طبعة، الدار الجامعية، مصر، 2003، ص 261.

خلاصة الفصل:

كانت التجارة قديما تعتمد على وسائل جد تقليدية في التعاملات، إلا أن التطورات والتحولت السريعة أحدثت الكثير من التغييرات في النشاط التجاري، وأدخلت البشرية إلى عصر جديد تصاحب مع تزايد استخدام الإنسان للأدوات المتنوعة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتمثلت أساسا في استخدام الواسع لوسائل الدفع والسداد الإلكتروني ووضع قوانين وقواعد تنظم عمل هذا النوع من التجارة. بالإضافة لكونها توفر الوقت والإطلاع الواسع للمعلومات التجارية لمختلف السلع في دول العالم فإنها استطاعت أن تسهل التعامل مع مختلف المتعاملين الاقتصاديين من زبائن، موردين، وكذا المؤسسات العالمية.

ولهذا سعت معظم الدول إلى تطبيق التجارة الإلكترونية وإحداث وسائل الدفع و أنظمة تتلائم مع هذا النوع من التجارة والجزائر، تونس والمغرب كغيرهم من الدول يسعون لتطبيق التجارة الإلكترونية، وعليه فما هو واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في هذه الدول؟

الفصل الثالث

واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغربية

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

تمهيد:

لقد مهدت التطورات التكنولوجية الحديثة لظهور التجارة الإلكترونية، والتي تمثل منظورا جديدا في بيئة الأعمال التجارية، حيث تم التحول من الأساليب التقليدية في انجاز هذه الأعمال والاتصالات إلى استعمال الأسلوب الرقمي الذي يزيل كافة الحواجز والموانع ويختزل المسافات والأزمنة اللازمة لإتمام المعاملات. وإن تطور التجارة الإلكترونية مرتبط بما توفره الدولة للمؤسسات، سواء تلك التابعة للقطاع العام أو تلك التابعة للقطاع الخاص وبما توفره أيضا من بنية تحتية تخص الاتصالات والقوانين واللوائح المنظمة للتجارة الإلكترونية على أحسن وجه.

وإن ازدياد التسابق التكنولوجي والمنافسة الدولية لاستخدام هذا الأسلوب الرقمي والشبكات العالمية ومن ضمنها الانترنت لإبرام الصفقات لا يترك للدول المغاربية أي مجال للمماطلة في تبني التجارة الإلكترونية والاستفادة من المزايا التي توفرها. حيث أن التجارة الإلكترونية أصبحت بالنسبة للدول النامية ضرورة ملحة لزيادة إسهامها في التجارة العالمية. إلا أن الجزائر، تونس والمغرب مازالت بعيدة كل البعد عن التطبيق الواسع للتجارة الإلكترونية. ومن خلال هذا الفصل سوف نتطرق إلى نتطرق إلى واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في تونس، الجزائر والمغرب من خلال ثلاث مباحث المبحث أول واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في تونس أما المبحث الثاني يتناول واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في المغرب أما المبحث الثالث يتمحور واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الجزائر.

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

المبحث الأول: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في تونس

يمر الاقتصاد العالمي بثورة معلوماتية هائلة ترجع إلى التطور المتنامي في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، الأمر الذي نتج عنه التجارة الإلكترونية والتي أصبحت في هذا العصر ضرورة حتمية بعد اعتمادها من طرف الدول المتقدمة، فكان على الدول النامية اعتمادها ونذكر بالخصوص تجربة تونس وسوف نتطرق في هذا المبحث لواقع التجارة الإلكترونية في تونس.

المطلب الأول: نشأة التجارة الإلكترونية في تونس

إن النمو العالمي المتسارع للتجارة الإلكترونية و الاتجاه الدولي المتزايد لنشر تطبيقاتها لا يترك لتونس أي مجال للتردد والمماطلة في تطبيق هذه التجارة، وإن للتجارة الإلكترونية تأثير على عدة مجالات منها التسويق، المبيعات، الترويج، التمويل، التأمين والمعاملات الجارية كالتوزيع، الطلب، الدفع، النقل، وتبرز وتؤكد الدراسات و البحوث العالمية أن التجارة الإلكترونية أصبحت بالنسبة للدول النامية ضرورة ملحة لزيادة إسهامها في التجارة العالمية و كذلك لتطوير قطاعها الإنتاجية الوطنية وإتاحة فرص متزايدة لرفع معدلات نموها الاقتصادي وحتى يتحقق ذلك، من العميل على توفير متطلبات و مقومات التجارة الإلكترونية مع تذليل التحديات و العقبات للحاق بركب الاقتصاد اللاحدودي العالمي.

ولقد بادرت الدولة التونسية بإعطاء موضوع التجارة الإلكترونية أهمية قصوى منذ سنة 1997 اقتناعا منها بأن إدخال هذا النشاط في الحياة الاقتصادية والمالية للبلد يعتبر أمرا ضروريا. بل لا غنى عنه فقد قامت الحكومة بوضع استراتيجيه وطنية لتسيير تنمية التجارة الإلكترونية، مركزة على محاولة تهيئة محيط يساهم في تنمية المبادلات التجارية الإلكترونية من خلال توفير وسائل الدفع الإلكترونية وبنية أساسية إتصالية متطورة، وإقرار الإطار القانوني الملائم ، وكذلك تأهيل الموارد البشرية لجعلها قادرة على التأقلم مع التطورات التكنولوجية الحديثة.¹ وكذلك حفز وتشجيع اعتماد المؤسسات الصغرى والمتوسطة للتجارة الإلكترونية بما يساهم في تعميم استعمال التجارة الإلكترونية في المؤسسات الاقتصادية، إرساء ثقة التجارة الإلكترونية بما يمكن من تنمية مردودية مراكز التسوق الإلكتروني وتعزيز الفترة التنافسية للمنتوج المحلي. وتنمية التعاون الدولي للنهوض بالشراكة على المستويات الوطنية والدولية.

1- سمية ديمش، التجارة الإلكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر، (مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة منتوي، قسنطينة، غير منشورة)، الجزائر، 2010-2011، ص 166.

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

ولقد سعت تونس جاهدة لتوفير بيئة داعمة لاعتماد التجارة الإلكترونية ولقد حرصت أن تكون في مقدمة البلدان العربية من حيث تنمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والاستفادة من مزاياها، فلقد كان لتونس الأسبقية في الانخراط في شبكة الانترنت باكرا سنة 1991 قبل بداية الاستعمال التجاري لانترنت وفي الوقت التي كانت هذه الشبكة موجهة لأبحاث فقط على مستوى العالم كله. حيث تمكن هذا البلد من توسيع استعمال الانترنت.

وفي إطار إعطاء دفع جديد لتبني التجارة الإلكترونية واعتماد المؤسسات الاقتصادية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في المبادلات التجارية، تسعى وزارة التجارة إلى تنفيذ الإجراءات الرئاسية المنبثقة عن المجلس الوزاري المضيف المنعقد بتاريخ 25 أفريل 2007 وهي كالاتي:

- تطوير المعاملات الإلكترونية في السوق الداخلية من خلال تنمية المبادلات بين المؤسسات ومع الحلفاء والرفع من حجم المعاملات التجارية مع الخارج؛
- إحداث عدة مواقع جديدة للتسوق والعمل على تعميم مواقع الواب التجارية في الفضاءات التجارية؛
- وضع برنامج يرمي إلى متابعة وتنمية عدد المؤسسات المنخرطة في التجارة الإلكترونية يتضمن بالخصوص بعث محصنة لمشاريع الخدمات الإلكترونية وإحداث وحدة إرشاد وتوجيه لمشاريع التجارة الإلكترونية؛
- دعوة مراكز التحكيم إلى بعث نواة متخصصة في التحكيم والمصالحة في مادة التجارة الإلكترونية؛¹
- بعث نظام لتأمين العمليات المالية على الخط؛
- توفير حوافز مادية وهيكلية جديدة لتوسيع المبادلات التجارية الإلكترونية مع التعمق في العمولة المحتسبة لوسائل الدفع الإلكترونية في اتجاه حذفها أو التقليل فيها ولو لمدة معينة؛
- تكوين الخبراء العدليين لاسيما في مجال الإمضاء والمصادقة الإلكترونية والتوثيق الإلكتروني؛
- دفع المبادلات التجارية الإلكترونية بين المهنيين ولاسيما في إطار نشاط المؤسسات العمومية وبذلك التجارة الإلكترونية في الصفقات العمومية إلى استعمال منظومة الدفع الإلكتروني؛

¹ - الانترنت، الموقع الرسمي لوزارة التجارة التونسية، (14/04/2016)، [على الخط]، موقع:

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

• تعزيز الجهود الرامية إلى زيادة ترسيخ الثقافة الرقمية لدى المتعاملين الاقتصاديين والحرص على مواصلة تدعيم البنية التحتية للاتصالات وتطوير منظومات الدفع الإلكتروني.

وبما أن التجارة الإلكترونية مسار يهم كل القطاعات الاقتصادية فإن تجسيد عناصر هذا البرنامج يتطلب تضافر جهود كافة الأطراف من هيكل حكومية أو مؤسسات حكومية أو خاصة لتقديم آليات الدعم والمساندة والمساهمة الفعالة.

وتؤكد المعطيات الرسمية أن عدد المؤسسات التونسية التي تنشط في مجال التجارة الإلكترونية لا يزيد عن 700 مؤسسة، حيث تبرز آخر المعطيات المتداولة أن نسبة المعاملات مازالت تتراوح مكانها في حدود 70 مليون دينار تونسي أي حوالي 35 مليون دولار أمريكي، وهي معطيات ترى الجهات المعنية بما فيها الحكومة أنها دون المعمول.¹

حيث أن التجارة الإلكترونية تقدم إضافة هامة في عصر رقمي انتشرت فيه الانترنت ورغم ما يوفره هذا المجال من مزايا البيع والشراء عن بعد، يبقى اعتماد هذه الوسيلة محدودا في تونس رغم ما توليه البلاد لهذا المجال وما تقدمه من تشجيع للمؤسسات الاقتصادية، والهيكل المعنية والعمومية لدعم التجارة الإلكترونية. حيث تسعى السلطات التونسية إلى دعم سوق المعاملات الإلكترونية ودفع التجارة الإلكترونية التي ما تزال أمامها هامش كبير من الخطوات الإيجابية.

فلا خيار أمام تونس إلا مساندة التحولات التي يعرفها الاقتصاد العالمي من خلال تخليه شيئا فشيئا عن آليات الاقتصاد اللامادي أو الرقمي والأکید عدم توفر نصوص قانونية تراعي طبيعة الاقتصاد الرقمي ومنه التجارة الإلكترونية، إلا أن الأهم في كل ذلك هو السعي الحثيث إلى تحديث البنى التحتية لتكنولوجيا المعلومات من خلال إطلاق تكنولوجيا الجيل الرابع والعمل على سداد الفجوة الرقمية التي بدونها لا يمكن أن نتحدث عن اقتصاد رقمي وعن تجارة إلكترونية.²

والجدول التالي يمثل عدد مستخدمي الانترنت في تونس

¹ الأترنت، (2016/04/19)، [على الخط]، موقع: www.africanmanger.com

² الأترنت، (2016/04/20)، [على الخط]، موقع: www.alchourouk.com

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

الجدول رقم (3-1) : عدد مستخدمي الانترنت في تونس

السنوات	2012	2013	2014	2015
عدد مستخدمي الانترنت بالمليون	4.441	4.447	4.98	5
نسبة استخدام من عدد السكان	%41	%42.56	%44.22	%45

المصدر : من إعداد الطاليتين بالاعتماد على معلومات سابقة .

تبين لنا من خلال معطيات الجدول أن عدد مستخدمي الانترنت في تزايد مستمر مع تزايد نسبة عدد السكان، فعلى سبيل المثال إذا أخذنا سنة 2015 نلاحظ أن عدد مستخدمي الانترنت بلغ 5 ملايين مستخدم مقارنة بسنة 2014 الذي بلغ 4.98 مليون مستخدم انترنت وهذا التطور راجع إلى انتشار ثقافة الانترنت الذي أصبح في عصرنا ضرورة حتمية لا بد منها.

المطلب الثاني: تحديات أنظمة الدفع الإلكتروني

نظام الدفع الإلكتروني التونسي يضم مجموعة من الأنظمة للدفع، إلا أن الغاية من استخدامه تختلف من بلد لآخر كل حسب أهدافه المسطرة. من بين هذه الأنظمة الإلكترونية للدفع هي:

أولاً: منظومة المقاصة الإلكترونية

أطلق البنك المركزي التونسي في سنة 1996 مشاورات حول عصنة الجهاز المصرفي التونسي وقد تم ضبط عدة مشاريع واستراتيجيات تعهدت بدراستها عشر لجان فرعية متخصصة تحت إشراف البنك المركزي التونسي، وفي هذا الإطار تحديداً تم إحداث منظومة المقاصة الإلكترونية التونسية بين البنوك وهو نظام عصري وعالي يستفيد من التقدم التكنولوجي وقد أوكلت مهمة تسييره إلى المصرفية المشتركة للمقاصة عن بعد.

تعتبر SIBTEL* وهي المقاصة التونسية حيث تعتبر المودع المركزي لأوراق المالية والمتصرف في منظومة الدفع والسحب. وهي من أهم الأعمدة السلامية لسوق الأوراق المالية التونسية.¹

* SIBTEL : Société Inter Bancaire de Télé compensation

¹ الانترنت، (2016/05/05)، [على الخط]، موقع: www.tunisieclearing.com/tc/ar

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

1- دور البنك المركزي :

يقوم البنك المركزي التونسي بدورين اثنين:

- هو نفسه منخرط وقائم بالمقاصة، حيث أنه من منطلق تمتعه بصفة المنخرط لديه وظيفة المنخرط التي تخول له إصدار وتلقي القيم؛
- يؤمن القيد المحاسبي للمقاصة وإدارة الإحصائيات والتحكيم في حالة وجود خلافات ومراقبة المنظومة.

2- المنخرطون : هم الديوان الوطني للبريد و 23 بنكا من الساحة، ويتمتع كل منخرط بوظيفة المنخرط التي تخول له الإطلاع بدور صندوق بريدي مع المصرفية المشتركة التي تم استحداثها سنة 1999 من قبل البنك المركزي التونسي والديوان الوطني للبريد و المجتمع المصرفي وشركة اتصالات تونس لإدارة المقاصة والأرشفة الإلكترونية.¹

كما ينبغي الأخذ بعين الاعتبار التأهيل الإستراتيجي من خلال عصرنه القطاع المصرفي التونسي في ديسمبر 1996 ولتجسيد ذلك ثم إنشاء اللجنة الوطنية لعصرنه القطاع المصرفي برئاسة محافظ بنك تونس من أجل القيادة، ويكتسي هذا النظام مجموعة من الأهداف:

- عصرنة وسائل التبادل بين البنوك؛
- تحسين حلقات التداول المادي؛
- اكتساب نظام مقاصة إلكترونية عصرية وناجح؛
- ضمان تسوية عمليات المقاصة في ظرف يوم واحد؛
- غرس ثقافة جديدة للتبادل المصرفي يقوم على أساس التعاون الفني والحرية التجارية؛
- إنشاء مركز مقاصة إلكترونية.²

¹ الانترنت، الموقع الرسمي للبنك المركزي التونسي، (2016/05/04)، [على الخط]، موقع:

www.bcd.gov.tn/bct/siteprod/arabe/page-ar.gsp?id=60

² — قماير هاجر، عباس مختارية، تحديات المنظومة المصرفية في ظل التكنولوجيا الحديثة دراسة مقارنة للدول المغاربية، (مذكرة ماستر في المالية، جامعة ابن خلدون، تيارت، غير منشورة) الجزائر، 2014—2015، ص - ص: 90 - 92.

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

3- القيم المعالجة عبر المقاصة الإلكترونية

التحويلات: لا تتم المعالجة عبر المقاصة الإلكترونية سوى للتحويلات التي يقل مبلغها 100 ألف دينار وذلك منذ سنة 1999 وانتقلت المقاصة الإلكترونية للتحويلات من مدة 48 ساعة إلى مدة 24 ساعة بتاريخ 22 نوفمبر 2010؛

الاقتطاعات: يتم معالجتها منذ سنة 1999 وانتقلت المقاصة الإلكترونية لاقتطاعات من مدة 48 ساعة إلى مدة 24 ساعة بتاريخ 13 ديسمبر 2010؛

الشبكات: يتم معالجتها منذ سنة 2001 عن طريق الصور الضوئية دون اللجوء للتبادل المادي، وانتقلت المقاصة الإلكترونية للشبكات من مدة 48 ساعة إلى مدة 24 ساعة بتاريخ 9 ماي 2011؛

الكيميالات: تتم معالجتها منذ سنة 2003 عن طريق الصور الضوئية دون اللجوء للتبادل المادي وانتقلت المقاصة الإلكترونية للكيميالات من مدة 48 ساعة إلى مدة 24 ساعة بتاريخ 10 ماي 2011.

وما يلاحظ هو تأخر إنشاء شركة مصرفية مشتركة للمقاصة الإلكترونية SIBTET في 1 نوفمبر 1999. علما أن نظام المقاصة الإلكترونية بدأ العمل في 1997. وأشركت تونس تيليكوم في المشروع، وكانت SIBTEL تستعمل تكنولوجيا هامة تتمثل في الألياف البصرية، الشبكة الرقمية المدججة للخدمات RNIS* التي يجب ألا تتعرض لأي عطب لأن الأمر يتعلق بالمقاصة الإلكترونية التي تغطي كل تونس.

من أهم النتائج المتحصل عليها خلال سنة 1999 تسجيل بنسبة تغطية في إطار المقاصة الإلكترونية. عملية المقاصة الإلكترونية هي عملية تجريد المبادلات من طابعها المادي والاقتصاد على تبادل المعطيات.

ثانيا: نظام الدفع الإجمالي SGMT* :

هو نظام تم تشغيله في 2006 وهو البنية التحتية للدفع فهو يسمح بمدفوعات آمنة وسريعة بين المؤسسات المالية المشاركة.

*RNIS :Réaeau Numérique a Intégation Services

*SGMT : Système de virements de Gros Montant Tunisien.

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

نظام الدفع الفوري الإجمالي يسمح بـ:

- تنفيذ المدفوعات الفردية في الوقت الحقيقي بأمان وسرعة من خلال التسوية في أموال البنك المركزي عبر شبكة سويفت؛
- لتسهيل حركة القاعدة النقدية وبالتالي تعزيز فعالية السياسة النقدية؛
- إنشاء حساب تسوية مركزي واحد لكل مشارك وذلك من أجل الإدارة الأمثل للتدفق النقدي من مؤسسات الأعضاء؛
- يقوم بمعالجة متوسط 722 عملية دفع يوميا أي بقيمة 3.255 مليار دينار تونسي.

ثالثا: وسائل الدفع الإلكترونية

يوجد العديد من وسائل الدفع الإلكترونية نذكر أهمها:

1- الشيك الإلكتروني: هو وسيلة دفع عند الطلب يقع بواسطة بنك أو مؤسسة مالية، وهو مكتوب يأمر بواسطة شخص (الساحب، الشخص الذي يجرر الشيك) البنك (المسحوب عليه) بتسليم مبلغ معين يتم خصمه من حسابه سواء لصالحه أو لصالح غيره، ويخضع الشيك في البلاد التونسية لأحكام المجلة التجارية (من الفصل 346 إلى الفصل 412) كما يتم تتبعها بالنصوص اللاحقة لها وخاصة بالقانون 37 سنة 2007 المؤرخ في 4 جوان 2007، وكما تناولها منشور البنك المركزي لمؤسسات القرض عدد 18 لسنة 2007 المؤرخ في جويلية 2007.

يجب تقديم الشيك المصدر والقابل للدفع في البلاد التونسية للدفع في أجل 8 أيام، يرفع هذا الأجل إلى 60 يوما في حالة إصداره خارج الأراضي التونسية. يمثل اليوم المذكور في الشيك كتاريخ الإصدار نقطة البداية لاحتساب هذا الأجل.

يجدر الذكر بأن عرض الشيك على حجرة مقاصة أو نظام إلكتروني للتبادل المعلوماتي يقع بموجب تعويض العرض المادي للشيك وبعد ذلك بمثابة عرض للدفع بموجب القانون 61 لسنة 2000 بتاريخ 20 جوان 2000.

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

2- البطاقات البنكية

في سياق مواكبة التطور في هذا المجال كان للبلاد التونسية تجربتها فقد انخرطت البلاد التونسية في النظام الدولي دينرز كلوب منذ سنة 1987 وصارت تصدر البطاقات البنكية استنادا إلى المنشور عدد 42 الصادر عن البنك المركزي التونسي في 1 ديسمبر 1986 والذي ينص على أن البنوك تصدر منتوجات مالية جديد.¹

تخضع المدفوعات بواسطة البطاقات البنكية لأحكام القانون 51 لسنة 2005 المؤرخ في 27 جوان 2005.

يوجد نوعان من البطاقات البنكية التي ينحصر دورها في السحب نقدا من الموزعات الآلية وبطاقات الدفع التي علاوة على دورها في السحب، يمكن بواسطتها الدفع عبر المصارف الإلكترونية TPE ويخضع استعمال وتداول هذين النوعين من البطاقات لعقد ممضي من قبل كل مستعمل بطاقة بنكية، علما وأن لكل بطاقة سقف يتم التفاوض عليه مع المؤسسة المصدرة لها.²

يتحمل الشخص إلى حين قيامه باعتراض نتائج ضياع أو سرقة بطاقته في حدود 2000 دينار، أما في حالة في حالة الإهمال (أن يكون العدد سري مصاحب للبطاقة عند الضياع أو السرقة، استعمال البطاقة من أحد أفراد العائلة) أو عند القيام بالاعتراض بعد الأجل المحددة يتحمل الشخص المسؤولية الكاملة.

الجدول رقم (3-2): تطور عدد البطاقات البنكية في تونس.

السنوات	2011	2012	2013	2014
عدد البطاقات (بالمليون)	2.173	2.264	2.410	2.699
نسبة التطور	/	%4.18	%6.44	%11.99

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على المعلومات السابقة.

¹ - الأترنت، (2016/04/22)، [على الخط]، موقع: www.startimes.com/?=25703327

² الأترنت، الموقع الرسمي للبنك المركزي التونسي، (2016/04/23)، [على الخط]، موقع :

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

من خلال معطيات الجدول نلاحظ أن عدد البطاقات البنكية في تزايد مستمر خلال كل السنوات (2011-2014) من 2.173 مليون بطاقة إلى 2.699 مليون بطاقة مما يدل على تطورها وانتشار ثقافة استعمال البطاقات البنكية في المعاملات التجارية وذلك نظرا لمزايا التي تتمتع بها من سهولة استعمال وغيرها .

الجدول رقم (3-3): تطور عدد العمليات التي أجريت بالبطاقات البنكية التونسية.

السنوات	2011	2012	2013	2014
عدد العمليات التي أجريت (بالمليون)	43.5	48.9	53.2	49.5
نسبة التطور	/	%12.41	%8.79	%-6.95

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على المعلومات السابقة.

من الجدول تبين لنا أن العمليات التي أجريت بواسطة البطاقات البنكية في تزايد من سنة 2011 إلى 2013 السبب يعود إلى تزايد إقبال التونسيين على استخدام هذه البطاقات في المعاملات المالية الإلكترونية إلا أنها تراجعت نسبة استخدامها في سنة 2014 وهذا يعود لتخوف التونسيين من إستعمالها نتيجة احتيال والنصب لعدم توفر أمن وسرية الحسابات الخاصة بهم وكذلك الجانب الأمني كان له دور في ذلك.

الجدول رقم (3-4): تطور مؤشرات GAB في تونس.

السنوات	2011	2012	2013	2014
عدد أجهزة GAB	1741	1850	1939	2029
نسبة التطور	/	%6.26	%4.81	% 4.64

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على المعلومات السابقة .

من خلال قراءتنا للجدول نلاحظ أن عدد أجهزة GAB في تزايد مستمر خلال السنوات الأربعة من 1741 إلى 2029 جهاز سنة 2014 وذلك لأهميتها الكبيرة في تسهيل المعاملات المالية الإلكترونية وهذا راجع للتطور الملحوظ في مجال التجارة الإلكترونية .

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

المطلب الثالث: الإنجازات التونسية في مجال التجارة الإلكترونية و الاقتصاد الرقمي

تعتبر تونس من الدول السبّاقة في محاولة تبني التجارة الإلكترونية وتقع تنمية هذه التجارة ضمن إستراتيجية شاملة لتنمية الاقتصاد الإلكتروني، وكانت ثمار إتباع هذه الإستراتيجية أن تمكنت تونس من تحقيق الإنجازات الآتية:

أولاً: على الصعيد التنظيمي والتشريعي

سعى إلى تهيئة أفضل الظروف لتجسيد أهداف تعريف وتطوير المبادلات التجارية الإلكترونية وتوفير المناخ المناسب من الثقة. قامت تونس بمحاولة سد الفراغ التشريعي من خلال إجراء تعديلات في بعض النصوص التشريعية القديمة لتتضمن المعاملات الإلكترونية ومن خلال إصدار نصوص تنظيمية.

1— **قانون 57 سنة 2000:** تم تعديل قانون الالتزامات والعقود ليشمل الاعتراف بالتوقيع الإلكتروني والوثيقة الإلكترونية.

2— **قانون 83 سنة 2000:** أصدر المشرع التونسي القانون رقم 83 لسنة 2000 والخاص بالمبادلات والتجارة الإلكترونية بتاريخ 09 أوت 2000 و يعتبر أول قانون عربي يتعلق بالتجارة الإلكترونية ويتكون من ثلاث وخمسين مادة مقسمة إلى سبعة أبواب. حيث عرف القانون التجارة الإلكترونية بأنها العمليات التي تتم عبر المبادلات الإلكترونية، كما عرف المبادلات الإلكترونية بأنها المبادلات التي تتم باستعمال الوثائق الإلكترونية. وواضح من هذا التعريف للتجارة الإلكترونية أنها عملية تجارية سواء كان موضوعها سلعة أو خدمة أو أداء عمل يتم عن طريق المبادلات الإلكترونية.¹

3 — **القانون الأساسي 63 سنة 2004:** الذي تم تأريخه في 17 جويلية 2004 المتعلق بحماية المعطيات الشخصية.

4— **القانون 51 لسنة 2005:** الذي تم تأريخه في 27 جويلية 2005 المتعلق بالتحويل الإلكتروني لأموال، حيث تم تعديل الفصل 76 من قانون المالية ليضمن اعتماد الدفع الإلكتروني ضمن الإيرادات العامة.

1 - خالد ممدوح، إبرام العقد الإلكتروني دراسة مقارنة، بدون طبعة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2006، ص- ص: 26-27 .

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

5 — القانون التوجيهي 13 لسنة 2007: الذي تم تأريخه في 19 فيفري 2007 والمتعلق بتحديد الاقتصاد الرقمي.

ثانيا: على الصعيد الهيكلي والمؤسسي

لقد تركزت التوجهات العامة للسياسة الوطنية على عنصر النهوض بالمبادلات التجارية الإلكترونية، وقد أقصى تجسيم عناصر هذه الإستراتيجية إلى تدعيم الجانب المؤسسي بمجموعة من الهياكل الاستثمارية والتنسيقية على غرار اللجنة الوزارية للتجارة الإلكترونية، اللجنة الوطنية للتجارة الإلكترونية، كما تم استحداث عدد من الهياكل العملية والتقنية مثل: الوكالة التونسية لانتترنت، الوكالة الوطنية للمصادقة الإلكترونية والوكالة الوطنية للسلامة المعلوماتية.

1 — **لجان التجارة الإلكترونية:** لقد بدأ اهتمام الحكومة التونسية بتنمية وتطوير التجارة الإلكترونية واقتصاد المعرفة، فاللجنة الأولى هي اللجنة الوزارية للتجارة الإلكترونية. والتي تسعى دائما إلى محاولة التنسيق بين مختلف الأطراف المهتمة بممارسة التجارة الإلكترونية، كما تقوم باتخاذ الإجراءات التي من شأنها تطوير هذا النوع من المبادلات التجارية.¹

أما اللجنة الثانية فهي اللجنة الوطنية الفنية للتجارة الإلكترونية فكما يتضح من اسمها فقد استندت إليها مهمة تنفيذية تتمثل في متابعة تطبيق الإجراءات المتخذة من اللجنة الوزارية للتجارة الإلكترونية.

2 — **الوكالة التونسية لانتترنت:** إن الوكالة التونسية لانتترنت هي المسؤولة الوحيدة على توفير وتسيير كافة خدمات الانترنت في تونس. وقد تم استحداثها سنة 1996 لتحمل على عاتقها مهمة تطوير وتنمية البنية التحتية لانتترنت وتسهيل النفاذ إلى كافة خدمات الانترنت في أي مكان.

3 — **الوكالة الوطنية للمصادقة الإلكترونية:** تعتبر الوكالة الوطنية للمصادقة الإلكترونية السلطة الأصلية والمسلمة والحافطة لشهادات المصادقة الإلكترونية في تونس و الخاصة بالأعوان العموميين المؤهلين للقيام بالمبادلات الإلكترونية.

وقد أنشأت هذه الوكالة سنة 2000 بهدف إصدار الشهادات ووضع طرق التأكد من التوقيع الإلكتروني.

1- سمية ديمش، التجارة الإلكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص- ص: 168-171 .

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

وتمكن هذه الوكالة من تحقيق هدف تأمين المبادلات الإلكترونية من خلال تهيئة وسائل التشفير على أساس قاعدة هيكل المفتاح العمومي.

4 — الوكالة الوطنية للسلامة المعلوماتية: تم استحداث هذه الوكالة سنة 2004 وتتجلى المهمة الأساسية لهذه الوكالة في تأمين المعاملات الإلكترونية بصفة عامة من خلال السهر على تنفيذ التوجهات الوطنية والإستراتيجية العامة في مجال السلامة المعلوماتية وتأمين اليقظة التكنولوجية ووضع المقاييس في هذا المجال.

ثالثا: على الصعيد التنفيذي

لقد كانت ثمرة الجهود المتواصلة المبذولة من تونس أن استطاعت تنفيذ بعض المشاريع المتصلة بالتجارة الإلكترونية.

1 — الدفع الإلكتروني: قصد تسهيل وتنمية معاملات التجارة الإلكترونية وتوفير أداة دفع آمنة أمانا تاما ومريحة للعامة. قام البريد التونسي باستحداث وسيلة دفع إلكترونية تتماشى مع متطلبات الاقتصاد العالمي والوضعية الحالية للنقديت تعرف بالدينار الإلكتروني. والذي دخل الخدمة المباشرة ابتداء من سنة 2000 وتسمح هذه العملية تسديد قيمة الصفقات التجارية التي تعتمد على شبكة الانترنت عبر مواقع تجارية تونسية.

2 — سداد الفواتير على الخط: لقد أصبح بإمكان المؤسسات والأفراد التونسيين لإطلاع على فواتير الكهرباء، الغاز، الهاتف وسدادها عن بعد عبر شبكة الانترنت بواسطة الدينار الإلكتروني أو بواسطة البطاقة البنكية.

3 — الشبكة التجارية التونسية: يتمثل هذا المشروع في استحداث سوق افتراضية خاصة بالصناعيين والمغازات الكبرى تربط بين 100 مؤسسة تونسية قصد اعتماد المبادلات التجارية الإلكترونية فيما بينها.

4 — شركة المغازة العامة: دكان افتراضي من بين أوائل المساحات الكبرى التونسية التي بادرت بامتلاك واجهة تجارية على شبكة الانترنت بغية تمكين الأفراد من اقتناء مختلف حاجياتهم من المواد الاستهلاكية على الخط وتسديد قيمة مشترياتهم باستعمال وسيلة الدفع الإلكتروني الحديثة الدينار الإلكتروني.

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

5 – موقع ألوان: عبارة عن موقع للتجارة الإلكترونية الموجهة للمؤسسات (B to B) وكذلك للأفراد (B to C) يهدف إلى ترويج مجموعة من المنتجات التونسية عبر شبكة الانترنت في المسالك العالمية.

رابعاً: تونس الرقمية 2018

تعول الجهات الرسمية كثيراً من خلال مشروع تونس الرقمية 2018 على تعزيز العمل بمنظومة التجارة الإلكترونية وتعميمها كل القطاعات الاقتصادية والتجارية وغيرها¹، هذا المشروع الذي كان أعلن عنه توفيق الجلاصي وزير التعليم العالي و البحث العلمي وتكنولوجيا المعلومات والاتصال خلال لقاء إعلامي خصص للحديث عن الندوة حول المخطط الوطني الإستراتيجي لقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال "تونس الرقمية 2018" من 30 ماي إلى 1 جوان 2014 بحضور 130 شخصية من المعنيين بالشأن الرقمي من قطاع عام، خاص ومجتمع مدني وجامعيين وخبراء.

وصرح الوزير وقتها بأن التكنولوجيا تهم جميع الميادين الاقتصادية والاجتماعية وتخص كل الفاعلين ولا يقتصر الاهتمام على وزارة التكنولوجيا فحسب وأكد الجلاصي أن كل الأطراف المتداخلة بمافيها الحكومة ملزمة ببلوغ 9 آلاف دينار كقيمة مضافة للقطاع مع نهاية 2018 ورفع حجم الصادرات من 950 مليون دينار وبلوغ 25 ألف موطن شغل سنويا بإحداث 80 ألف فرصة عمل على مدى 5 سنوات وربط ثلاثة أخماس العائلات التونسية بشبكة الانترنت والوصول إلى نسبة نفاذ إلى السعة العالمية عبر الاتصالات الجواله تقدر بـ 50 بالمائة.

وأفاد المسؤول الحكومي أن برنامج تونس الرقمية 2018 الهدف يرمي إلى أن تكون تونس مرجعا عالميا في المجال الرقمي ومنصة رقمية ووجهة تكنولوجية بحيث تصبح الخدمات الإلكترونية هي الغالب في المعاملات.

وينتظر المعنيون بالتجارة الإلكترونية من أشخاص ماديين ومعنويين. مؤسسات عمومية وخاصة ينتظرون الشروع في التطبيق الفعلي لما ورد في مضمون برنامج مشروع "تونس الرقمية 2018" والذي يتفقون على أنه سيفتح الأبواب أمام تنشيط الحركة التجارية عبر الوسائط الإلكترونية بشكل يساير مقتضيات العرض والطلب.

¹ – الانترنت، (2016/04/21)، [على الخط]، موقع: www.new-media.tn/index.php/iten/1337

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

المبحث الثاني: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في المغرب

بعد التطور الحاصل في مختلف الميادين والمجالات وبالخصوص في تكنولوجيا الإعلام والاتصال والذي نتج عنه التجارة الإلكترونية والتي أصبحت في هذا العصر ضرورة حتمية بعد اعتمادها من طرف الدول المتقدمة فكان على الدول النامية ضرورة اعتمادها ونذكر بالخصوص تجربة المغرب ومنه سوف نتطرق في هذا المبحث لواقع التجارة الإلكترونية.

المطلب الأول: نشأة التجارة الإلكترونية في المغرب:

بدأ المغرب يعرف مفهوم التجارة الإلكترونية سنة 1976 ميلاد التعاملات النقدية الإلكترونية بالمغرب من خلال قبول بطاقات الأداء الدولية الفرنسية وفي سنة 1981 تم إصدار بطاقات فلم يكن بمقدورها استخدام البطاقات في المعاملات الإلكترونية،¹ وفي سنة 1984 خلق تجمع مشترك بين بعض البنوك يحمل إسم Interbank والذي انخرط في نظامي visa و Mastercard يضمن تقديم خدمات المعالجة النقدية لأعضائه ومن سنة 1985 إلى 2000 أصبحت كل البنوك المغربية تشتغل بالتعاملات النقدية الإلكترونية وبعدها في سنة 2001 تأسس Maroc télécommerce من طرف البنك الشعبي وعدة بنوك مغربية أخرى وهي أول شركة مغربية للتجارة الإلكترونية، وانطلاق مواقع البيع عبر الشبكة الإلكترونية رغم اعتمادها على مفهوم الإنهاء عند التسليم لكن في سنة 2007 تطور القطاع أكثر مستفيدا من ازدهار التعاملات المالية والتقدم الحاصل في مجال التكنولوجيا وفي سنة 2008 بدأت المعاملات التجارية الإلكترونية انطلاقا من بطاقات البنوك المحلية.²

وقد أكد وزير الصناعة والتجارة والاستثمار والاقتصاد الرقمي، مولاي حفيظ العلمي، خلال مؤتمر حماية المستهلك أن قطاع التجارة الإلكترونية بات يشهد تطور ملحوظ حاليا، موضحا أن تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات بالخصوص الانترنت تشكل رافعة للنمو الاقتصادي وأداة ضرورية ترتبط ارتباطا وثيقا بتنافسية القطاعين العام والخاص. وقال أن معطيات الوكالة الوطنية لتعيين

¹ الانترنت،(2016/04/23)، [على الخط]، موقع: www.maroc.ma/ar/2013

² الانترنت،(2016/04/25)، [على الخط]، موقع: www.hespress.com/economie/86477.html

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

المواصلات تبرز وجود أزيد من 14 مليون مشترك بالانترنت، التي بلغ معدل الولوج إليها نهاية العام الماضي 2014. قدر بـ 24.75% وأشار إلى أن الأمر يتعلق بمؤهلات تعزز قطاع التجارة الإلكترونية بالمغرب، مشيرا إلى اتخاذ العديد من الإجراءات القانونية والتنظيمية والتحسيسية التي ساهمت بشكل مباشر أو غير مباشر في النهوض بالقطاع .

من جهته أشار رئيس الجامعة الوطنية لجمعيات المستهلك بالمغرب محمد بنقدور في كلمة خلال اللقاء ذاته،¹ أن التجارة الإلكترونية حققت أداء جيد خلال العام الماضي بالمغرب، موضحا أن عمليات البيع والشراء التي أنجزت على هذا المستوى بلغت أكثر من 2.1 مليون عملية .وأضاف أن رقم معاملات التجارة الإلكترونية بالمغرب بلغ 1.2 مليار درهم، تمت باستعمال بطائق بنكية مغربية وأجنبية، وقد أطلق الإتحاد الوطني للتجارة الإلكترونية، موقع med in maroco أكبر موقع للتجارة الإلكترونية والأول من نوعه في إفريقيا، وذلك تحت رئاسة الفعالية لوزارة الصناعة والتجارة والاستثمار والاقتصاد الرقمي وكذا وزارة التجارة الخارجية.

إن الموقع سيكون متنوعا وشاملا، يقدم المغاربة والسياح جميع المنتجات مع خدمة إيصال المنتجات إلى الزبائن داخل وخارج المغرب.

فقد تزايد الإقبال على ظاهرة التسوق الإلكتروني وبدأت التجارة الإلكترونية² بالمغرب تغزو البيوت بشكل كبير مع شيوع ثقافة الشراء عبر الانترنت في المغرب بالموازاة مع هذه الطفرة ارتفعت حمى المنافسة بين المواقع التي أصبحت تغري أي شخص داخل المغرب باقتناء هاتف محمول أو هدية عبر الانترنت حيث يصلك المنتج إلى البيت في غضون أيام معدودة دون عناء.

¹-الانترنت،(2016/04/16)، [على الخط]،موقع: www.hespress.com/economi/298709.html

²-الانترنت (2064/03/06)،[على الخط] ،من الموقع : www.anfapress.com index/025050

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

الجدول التالي يمثل عدد مستخدمي الانترنت في المغرب :

الجدول رقم (3-5) : يمثل عدد مستخدمي الانترنت في المغرب

السنوات	2012	2013	2014	2015
عدد مستخدمي الانترنت بالمليون	16.303	17.770	18.46	20.4
نسبة استخدام من عدد السكان	%41.208	%43.32	%45	%60

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على المعلومات السابقة .

يوضح لنا الجدول أن عدد مستخدمي الانترنت في تزايد مستمر خلال السنوات الأربعة من 16.303 مليون مستخدم إلى 20.4 مليون مستخدم سنة 2015 الذي يعادل نسبة 60% استخدام من عدد السكان هذا نتيجة فوائد الانترنت التي تمكن من الوصول إلى المعلومات بشكل سريع وفعال من قبل المستخدمين ونشر المعرفة والوعي لدى المجتمع.

المطلب الثاني: تحديات أنظمة الدفع الإلكتروني

إن نظام الدفع يعتبر من أبرز ركائز نظام المصرفي في الدولة، ويدل على واقع نظام المصرفي ويعكس مدى أداء دوره والذي يعتبر للاقتصاد المغربي ويعتبر من الدعائم الأساسية لاعتماد التجارة الإلكترونية ومنه سوف نتطرق لنظم الدفع في المغرب.

أولاً: نظام التسوية الإجمالي المغربي SRBM*

هو نظام بدأ العمل به في المغرب سنة 2006 وهو البنية التحتية لعمليات الدفع فهو يسمح بنقل الأموال بطريقة سريعة وآمنة بين المؤسسات المالية المشاركة ويساعد على تعزيز فعالية السياسة النقدية وهذا النظام على وجه الخصوص يسمح بـ:

* SRBM :Système des Réglements Bruts du Maroc.

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

• تنفيذ عمليات الدفع في الوقت الحقيقي بأمان من خلال تسوية العملة المركزية ومن خلال نظام معلومات آمنة للغاية؛

• سهولة تداول النقود المركزية وبالتالي تعزيز فعالية السياسة النقدية؛

• إدارة التدفق النقدي بين مؤسسات الأعضاء من خلال إنشاء حساب تسوية مركزي واحد لكل مشارك إلى جانب مراقبة السيولة والتدفقات الدائمة للنقود عن طريق بنك المغرب.

إن المشاركون في نظام التسوية الإجمالي المغربي SRBM مرهون بفتح حساب مع بنك المغرب والامتثال للمتطلبات الفنية التي يتم تحديدها من قبله .

المشاركون في هذا النظام بالإضافة إلى بنك المغرب كمشارك ومديرا للنظام، هي البنوك التي لديها إمكانية الوصول إلى أدوات السياسة النقدية وكذلك بعض المؤسسات المالية المعتمدة من طرف المغرب.

نظام التسوية الإجمالي في المغرب SRBM يعمل جنبا لجنب مع أنظمة أخرى ولاسيما مع أنظمة ضمان تسوية الأوراق المالية من قبل بورصة دار البيضاء MAROCLEAR ومركز الخدمات الإلكترونية عبر الشبكة الدولية SWIFT الذي من خلاله يتم تعديل الأرصدة يوميا لتحقيق نظام شامل متكامل وآمن.¹

ثانيا: نظام المقاصة الإلكترونية المغربية SIMT *

في إطار تحديث الخدمات الإلكترونية في المغرب، قام بنك المغرب بتبني نظام المقاصة الإلكترونية، وقد قامت لجنة القيادة للتجمع المغربي المهني للبنوك المغربية بمحصر نجاح النظام في فرضيات أساسية التالية :

• التبادل المعلوماتي يتم على المستوى المركزي؛

¹:Internet, (23/04/2016), [en ligne], Site officielle de la Banque Central Tunisienne, site: www.bcd.gov.tn/bct/sitprod/arabe/page-ar.gsp?id=60.

* SIMT : Système Marocain Interbancaire de Télé compensation.

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

- لا يهدف في المرحلة الأولى نزع الطابع المادي كلياً من وسائل الدفع؛
 - لا توجد مراقبة صارمة على مستوى نظام المقاصة الإلكترونية بين المبادلات؛
 - عمليات التسوية تتم على مستوى المركزي لدى بنك المغرب؛
 - النظام المغربي للمقاصة SIMT هو نظام متعدد العملات الصعبة؛
 - يشارك في هذا النظام مجموع البنوك التجارية الممثلة على مستوى التجمع المهني للبنوك المغربية GPBM* إضافة إلى البنك المركزي، البريد والخزينة العمومية؛
- قامت هيئة لجنة القيادة للتجمع المهني للبنوك المغربية بتحديد ثلاثة مستويات للمشاركة في المقاصة:
- أ-المشارك المباشر: هو ذلك الذي لديه اتصال مباشر مع نظام المقاصة الإلكترونية أي أنه عارض ومستقبل لتدفق البيانات في آن واحد؛
- ب-المشارك الفرعي: هذا الأخير لا يقل أهمية عن الأول إلا أنه لا يمتلك اتصال مباشر وإلكتروني غير أنه يستعمل أجهزة الإعلام الآلي التي يستخدمها أحد المشاركين؛
- ج-المشارك الزبون: يدخل في إطار العمليات الإلكترونية المتبادلة غير أنه لا يوجد له أي أثر على مستوى حساب أرصدة التسوية، ومبادلات نظام المقاصة الإلكترونية
- يتكون النظام المغربي للمقاصة الإلكترونية من أربعة مكونات :
- النظام المركزي للمقاصة الإلكترونية ؛
 - الشبكة المصرفية المشتركة المؤمنة؛
 - شبكة الاتصال على مستوى المشاركين المباشرين؛
 - مركز التدوين وإعادة المعالجة على مستوى كل مشارك.
- ثالثاً: البطاقات الإلكترونية في المغرب:

هناك العديد من البطاقات المستعملة في المغرب نذكر منها ما يلي :

* GPBM : Groupement Professionnel der Banques du Maroc.

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

1- البطاقة Mye c@rd :

من إصدار بنك الشركة العامة (Société Générale) هي بطاقة مسبقة الدفع صالحة للشراء، من الأترنيت بدون مشاكل و هي أحسن بطاقة لحد الآن، صالحة لتفعيل البايال بدون مشاكل وللحصول على هذه البطاقة يجب أن تتوفر على بطاقة التعريف الوطنية، وأن تتوفر أيضا على حساب بنكي لدى بنك الشركة العامة، مصاريف الحساب البنكي هو 220 درهم في السنة و بطاقة My E- Card 99 درهم في السنة و البطاقة صالحة لمدة أربع سنوات، ومنه البطاقة هي مسبقة الدفع يعني غير مرتبطة بالحساب البنكي لذلك يجب شحنها قبل إستعمالها، ويتم خصم 2% عن كل عملية شراء 15 درهم كحد أدنى و 100 درهم كحد أقصى، 2% يتم خصمها من الحساب البنكي و ليس البطاقة، سقف البطاقة هو 10000 درهم لكن الاستقبال على البطاقة غير محدود.

الشكل رقم (3-1): بطاقة MY e CARD



المصدر : <http://www.Saidblog.com/2013/02/cart-de-paiement-sur-internet-au-Maroc.html>

2- بطاقة e-Pay :

البطاقة من إصدار بنك المغربي للتجارة الخارجية (BMCE) هي بطاقة مسبقة الدفع و صالحة للشراء من الأترنيت و صالحة كذلك لتفعيل حساب البايال، وللحصول على بطاقة e-Pay يجب أن تتوفر على بطاقة التعريف الوطنية و أن تتوفر على حساب بنكي لدى بنك BMCE، البطاقة صالحة لمدة أربع سنوات و تجدد تلقائيا، مصاريف الحساب هو 40 درهم في الشهر أي 480 درهم في السنة و البطاقة 120 درهم للسنة و يتم خصم 2.5% عن كل عملية شراء 22 درهم كحد أدنى، سقف البطاقة هو 10000 درهم لكن الاستقبال على البطاقة غير محدود.

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

الشكل رقم (3-2): بطاقة e-Pay



المصدر: المرجع السابق

: I-c@rd-3

البطاقة من إصدار بنك الش عبي (Banque Populaire) هي بطاقة مسبقة الدفع صالحة للشراء من المواقع الأجنبية في حدود 10000 درهم و من المواقع المغربية في حدود 50000 درهم، البطاقة من نوع ماستر كارد، قد تواجه صعوبات في ربطها على مع البايبال، ولا يمكنك سحب المال منها لأنها فقط عبارة عن ورقة مكتوب عليها معلومات البطاقة حيث لا يمكنك إستعمالها في الشباك الأوتوماتيكي، للحصول على هذه البطاقة يجب أن تتوفر على حساب بنكي لدى هذا البنك، سعر البطاقة هو 79 درهم في السنة

الشكل رقم (3-3): بطاقة i-card



المصدر: المرجع السابق

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

4-بطاقة e-shopping:

البطاقة من إصدار البنك القرض الع قاري و السياحي (CIH) هي بطاقة مسبقة الدفع صالحة للشراء من الأنترنت، للحصول على البطاقة يجب أن تتوفر على حساب بنكي لدى بنك القرض العقاري والسياحي، سعر البطاقة هو 60 درهم في السنة و البطاقة صالحة لمدة ثلاث سنوات.

الشكل رقم (3-4): بطاقة e-shopping



المصدر: المرجع السابق

5-بطاقة webpay:

البطاقة من إصدار بنك التجاري وفا بنك (Attijariwafa bank) هي بطاقة صالحة للشراء من الأنترنت، وللحصول عليها يجب أن تتوفر على حساب بنكي لدى هذا البنك، سعر البطاقة هو 30 درهم في السنة، ويتم إقتطاع 2% عن كل عملية شراء من الأنترنت تبدأ من 15 درهم على كل عملية شراء.

الشكل رقم (3-5): بطاقة webpay



المصدر: المرجع السابق

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

6-بطاقة e-Buy :

بطاقة e-Buy من إصدار بنك مصرف المغرب (crédit du maroc) البطاقة صالحة للشراء من الأنترنت وللحصول عليها يجب أن تتوفر على حساب بنكي لد بنك مصرف المغرب، البطاقة صالحة لمدة أربع سنوات.

الشكل رقم (3-6): بطاقة e-Buy



المصدر: المرجع السابق

7-بطاقة Oxygen :

بطاقة Oxygen هي من إصدار شركة (SALAFIN) للقروض الاستهلاكية وهي شركة تابعة لبنك BMCE، البطاقة من نوع فيزا تسمح لك من الشراء من المواقع المغربية و الأجنبية بدون مشاكل وللحصول على هذه البطاقة يكفي فقط أن تكون في سن 20 سنة فما فوق، البطاقة صالحة لمدة سنتين فقط و سعرها 120 درهم في السنة، ويمكنك إعادة شحن البطاقة عن طريق شيك بالمبلغ الذي تريده في أحد وكالات سلفين، إبتداء من 1000 درهم حتى سقف 10.000 درهم، مع العلم أن المبلغ المبدئي للبطاقة والذي يتوجب عليك دفعه هو 2000 درهم، من عيوب البطاقة الثمن العالي للبطاقة إذ تكلف العميل المغربي أكثر من قدرته الشرائية، و عدم توفر فروع للشركة في جميع مناطق المغرب، و عدم سهولة التعامل مع البطاقة والحاجة لشيك لتعبئتها.

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

الشكل رقم (3-7): بطاقة Oxygen



المصدر: المرجع السابق

الشيء المشترك بين كل هاته البطاقات هو أنها كلها محدودة في سقف 10000 درهم (مليون سنتيم)، ولا يمكنك الحصول على أكثر من بطاقة في سنة واحدة. كما يمكنك دائما الشراء من المواقع المغربية بكل حرية و بدون قيود ببطاقتك الائتمانية العادية.

الجدول رقم (3-6) : المؤشرات المصرفية الإلكترونية للبطاقات الإلكترونية (الدفع) :

السنوات	البطاقات المغربية	نسبة التطور	البطاقات الأجنبية	نسبة التطور
2012	372183	/	857435	/
2013	4422233	%18.81	948000	%10.56
2014	5359362	%21.19	1137147	%19.95
2015	6248110	%16.58	1116718	%-1.79

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على المعلومات السابقة

بناء على معطيات الجدول نلاحظ أن عدد البطاقات الإلكترونية المغربية في تزايد كبير خلال السنوات الأربعة (2012-2015) كما هو الحال بالنسبة إلى البطاقات الأجنبية باختلاف سنة 2015 التي بدأت تتناقص على عكس البطاقات المغربية ، مما يدل على إقبال المغاربة على استخدام البطاقات المحلية.

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

الجدول رقم (3-7): المؤشرات المصرفية الإلكترونية GAB في المغرب

السنوات	عدد الأجهزة GAB	نسبة التطور
2012	5476	/
2013	5895	7.65%
2014	6234	5.75%
2015	6299	1.04%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على المعلومات السابقة

يتبين لنا من خلال الجدول تزايد عدد أجهزة GAB نتيجة لتزايد إستخدامها في المغرب من 5476 جهاز سنة 2012 إلى 6299 جهاز سنة 2015 لما تتمتع به من تسهيل المعاملات المالية الإلكترونية فهي تساهم في حداثة القطاع المصرفي .

المطلب الثالث: الإنجازات المغربية في مجال التجارة الإلكترونية والاقتصاد الرقمي:

كانت المغرب من ضمن الدول السبّاقة في تبني مشروع التجارة الإلكترونية فتبنت إستراتيجية شاملة لتنمية الاقتصاد الإلكتروني فتمكنت من تحقيق بعض الإنجازات تمثلت فيما يلي:

أولاً: على الصعيد التنظيمي والتشريعي

إن التعديلات القانونية التي أتت استجابة لمتطلبات التجارة الإلكترونية والتي أقرها القانون كما يلي :

• **قانون رقم 05-53:** الخاص بالتبادل الإلكتروني للمعطيات القانونية، قد سارت نحو تحديد النظام القانوني الواجب التطبيق في تبادل البيانات والمعطيات عبر الوسائل الإلكترونية، وتقوم التعديلات السالفة على تغيير وتتميم جملة بعض مقتضيات ظهير الالتزامات والعقود، وإضافة إلى مقتضيات أخرى تتوفى جملة من الأهداف، وبذلك يكون المشرع المغربي قد أحدث تغييراً جذرياً. وذلك باعتماد مقارنة قانونية تسعى لوضع قواعد قانونية توظف مجالاً يتميز بالتطور المتلاحق والسريع وبطبيعته غير مادية، مسايراً بذلك الاتجاهات التشريعية الحديثة للقوانين الوطنية، المنبثقة من قواعد الأونسترال النموذجية وتوصياتها من جهة، وكذا تكييفها وتطويرها مع هاته التحولات التي تفرضها سرعة تطور التقنيات الحديثة؛

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

- القانون رقم 31-08: المتعلق بتحديد لحماية المستهلك الذي يضم بعض الأحكام المتعلقة بالتسويق الإلكتروني والإعلان على شبكة الانترنت والبريد الإلكتروني غير المرغوب فيه¹؛
- القانون رقم 07-03: المتعلق بالإخلال بنظم المعالجة الآلية للمعطيات؛
- القانون رقم 09-08: المتعلق بحماية الأشخاص من الذاتيين تجاه المعطيات ذات الطابع الشخصي ومرسوم تطبيقه رقم 1-9-15؛
- القانون رقم 34-05: المعدل والمكمل لقانون حقوق المؤلف 2-00 والحقوق المجاورة؛
- منشور الوزير الأول رقم 17/2009: القاضي بتنفيذ المجلس الوطني لتكنولوجيا الإعلام والاقتصاد الرقمي.
- المرسوم رقم 2-8-444: المتعلق بإحداث المجلس الوطني لتكنولوجيا المعلومات والاقتصاد الرقمي.
- 12-06-2007: الذي يحدد النظام المطبق والمعطيات القانونية يتم تبادلها إلكترونياً "تبادل الإلكتروني للمعطيات القانونية الصادر بتنفيذه".

ثانياً: على الصعيد الهيكلي والمؤسسي

أولت الحكومة المغربية أهمية بالغة على عنصر النهوض بقطاع التجارة الإلكترونية وذلك بتدعيم الجانب المؤسسي من الهياكل الاستثمارية والتنسيقية منها الفيدرالية الوطنية للتجارة الإلكترونية والاتحاد الوطني للتجارة الإلكترونية.

- الفيدرالية الوطنية للتجارة الإلكترونية: تم إنشائها سنة 2011 وتضم 107 منخرطاً، حيث تسعى إلى الدفاع عن حقوق الفاعلين في القطاع ومواكبة المقاولات التي تنشط في مجال التجارة الإلكترونية والبيع عن بعد وتقديم الدعم لها للرفع من مؤهلاتها وتوزيع هذه الفيدرالية على أربع لجان تشمل: التجار الإلكترونيين، المستهلك الإلكتروني، الاتصالات والمستهلك المؤسسي بالإضافة إلى عدة هيئات و لجان خلقتها الوزارة الوصية لتدبير التجارة الإلكترونية. حيث تم إحداث اللجنة الاستراتيجية لأمن نظم المعلومات واللجنة الوطنية لمراقبة حماية المعطيات ذات الطابع الشخصي إضافة إلى خلق المركز الوطني لتدبير ومعالجة حوادث الأمن.

¹ الانترنت، (2016/04/10)، [على الخط]، من الموقع: www.egov.na/ar/cardre-juridique-et-reglementaire

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

• الإتحاد الوطني للتجارة الإلكترونية: أنشئ يوم 5 سبتمبر 2011 يعتبر المؤسسة الممثلة لقطاع التجارة الإلكترونية والبيع عن بعد وتتجلى مهمته في جمع ونشر المعلومات التي تهدف إلى التعريف أكثر بالقطاع وتساهم في تنميته بشكل مستديم وفي نشر أخلاقيات التجارة الإلكترونية والبيع عن بعد بالمغرب.

ثالثا: على الصعيد التنفيذي

المغرب وفي هذا السياق العالمي شهد هو الآخر ظهور العديد من المواقع التجارية على الانترنت (400 موقع) خلال السنوات القليلة الماضية، عندما وفر مركز النقديات وشركة ماروك تيليكومرس خدمة الدفع عبر الانترنت التي ساهمت في الرفع من رقم معاملات هذا القطاع بشكل أثار في تحول العادات الاستهلاكية لدى المغاربة، هذا المعطى دفع بعض الشركات المتعددة الجنسيات المتخصصة في مجال التجارة الإلكترونية إلى الاستثمار في المغرب حيث تعززت الشبكة العنكبوتية بالمغرب بإطلاق مجموعة Internet Roquet موقعين خاصين بالتجارة الإلكترونية هما:

• موقع **Jumia.ma**: المتخصص في بيع الهواتف النقالة وأجهزة الكمبيوتر بمختلف أنواعها والكاميرات الرقمية، وكذا الأجهزة المنزلية مع اعتماده على المنتجات التي تحمل علامات تجارية رائدة ولها مكائنتها لدى المستهلك.

• موقع **NouJoom.ma**: يتخصص في تقديم مجموعات مختلفة من أزياء الموضة لدور أزياء علمية وماركات شهيرة في سوق الألبسة. حيث يقدم الموقع المستحدث الملابس والأحذية والإكسسوارات الخاصة بالعائلة، كما يقدم ضمن المنتجات المعروضة بالموقع خيارات واسعة من العلامات التجارية الشهيرة، سواء المتخصصة في الملابس الكلاسيكية أو العصرية الحديثة الخاصة بالاستعمال اليومي أو المناسبات.

ويتيح الموقعين للزبائن المفترضين إمكانية الدفع عن طريق البطاقة البنكية وتدخل المواقع الناشطة ضمن حيز التجارة الإلكترونية بالمغرب في أربعة أقسام بذلك الصنف الأول يتبع نهج موقع أمازون والصنف الثاني يضم مواقع الصفقات أو العروض اليومية والتي ظهرت لأول مرة سنة 2008 مع خلق موقع غروبون الذي يعتمد على جلب بضاعة أو تذاكر سفر أو عطلة في فندق ما بأسعار أقل من الأسعار الطبيعية مقابل أن يشتري هذا العرض عددا محدد في توقيت معين ينتهي بنهاية العرض، أما الصنف الثالث من هذه المواقع يتبنى طريقة الإعلانات المبوبة و المجانية فيقوم الزوار بنفسهم بعملية عرض السلع و البضائع، أما الصنف الرابع الأقل حضورا في المغرب وهي مواقع المزادات على الرغم من أن

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

أنجح المواقع العالمية في التجارة الإلكترونية وهو موقع "إيباي" الذي ينشط في قطاع المزادات. وتوزعت عمليات الدفع عبر الانترنت كالتالي: أداء الفواتير 49%، التبضع 34%، الأسعار 11% والإدارة الإلكترونية 05%.

المبحث الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الجزائر

تلعب التجارة الإلكترونية في العالم دورا متناميا في إحداث التحولات والتغيرات في التجارة الدولية، حيث تسارع في عملية التنمية الاقتصادية، كما أنها تأثر على إتجاهات الأسواق في ظل الإنفتاح الاقتصادي والتجاري الذي تشهده ضمن متطلبات منظمة التجارة العالمية والإتفاقيات التجارية الإقليمية الثنائية بين دولة وأخرى وبالتالي كان لابد للجزائر أن تتبنى مشروع التجارة الإلكترونية وهذا ما سنتطرق إليه في هذا المبحث.

المطلب الأول: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر

أصبحت الجزائر على وعي بضرورة إدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في جميع المجالات بما فيها الأعمال التجارية، ولكن يعرف هذا المجال بطيء وتأخر ملحوظ راجع لأسباب مختلفة سنوضحها من خلال التطرق إلى البنية التحتية للتجارة الإلكترونية في الجزائر¹، وبالتالي فإن الجزائر من الدول العربية التي لازالت تجربتها في مجال التجارة الإلكترونية متعثرة بالرغم من الحاجة الماسة لاقتصادنا إلى هذا النوع من التجارة وذلك نظرا للمزايا التي سينالها من خلال اعتماده التجارة الإلكترونية والمتمثلة في:

- فتح آفاق واسعة أمام المؤسسات الاقتصادية الجزائرية خاصة تلك التي تشكو من مشكلة صعوبة دخولها إلى أسواق عالمية لصغر حجمها وانخفاض مواردها²؛
- الاستفادة من الخدمات والسلع الأجنبية التكنولوجية المتطورة وبالتالي توفر إمكانيات إخراج الاقتصاد الجزائري من تخلفه وإعطائه قدرة تنافسية أكبر؛
- تطوير الصادرات خارج المحروقات حيث أن منتجات جزائرية تجد طلبها في السوق العالمي، لكن نقص الإشتهار الدولي للسلع الجزائرية يجعلها مجهولة لدى العالم؛
- سهولة إيصال المعلومة للمستهلك والوصول إليه سواء على المستوى العلمي والمحلي؛
- إعطاء نفس جديدة للتجارة الجزائرية خاصة ونحن مقبلون على المنظمة العالمية للتجارة.

¹ -عجيلة محمد، غزبل محمد مولود، ملامح التجارة الإلكترونية في الجزائر، مشاكها وحلول مقترحة، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول : عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر -عرض تجارب دولية-المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، 26 - 27 أفريل 2011، ص 04 .

² -بلوافي محمد، مدى استخدام تكنولوجيا المعلومات في النظام المصرفي الجزائري، (رسالة ماجستير في البنوك والمالية، جامعة ابي بكر بلقايد، تلمسان، غير منشورة)، الجزائر، السنة الجامعية 2005 -2006، ص 113 .

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

فحسب موقع MED-IT يوجد القليل من مواقع حقيقية للتجارة الإلكترونية التي تسمح بالقيام بمبادلات تجارية على شبكة الأنترنت وباستعمال وسائل الدفع الإلكتروني، ولكن يوجد بعض المحاولات في هذا الشأن والتي من خلالها بدأت تظهر بعض ملامح التجارة الإلكترونية وذلك بإنشاء مواقع تحتوي على كاتالوجات للسلع، نماذج للتطبيقات والحجز، ولكن الدفع يتم في أغلب الحالات عند الاستلام. من بين المواقع الناشطة في الجزائر نجد¹:

• موقع مؤسسة **Touring Club d'Algérie**: والذي من خلال موقعه نستطيع الحجز مباشرة على الانترنت .

• موقع **WWW.ouedkniss**: يعتبر من بين المواقع الناجحة في الجزائر والذي تلقى تجاوب مع الشعب الجزائري .

• موقع **WWW.airalgérie.dz**: للخطوط الجوية الجزائرية حيث عملت هذه الأخيرة على تطوير نظامها الإعلامي والتنظيمي من خلال إنشاء موقعها على شبكة الانترنت والذي يسمح بالحجز مباشرة على الشبكة، كما يمكن شراء التذاكر عن طريق بطاقات الدفع الإلكترونية لبعض البنوك من AGB بنك.

• موقع **www.djelfa.info**: يهتم هذا الموقع بنشر الأمور العلمية والبحوث والدراسات المختلفة، ولقد تلقى هذا الموقع أكثر من 20000 زيارة يوميا، كما حظي الموقع بعقود إشهار لعدة مؤسسات مثل موبيليس ونجمة وغيرها من المؤسسات الاقتصادية .

ولكن بمقارنة حجم التجارة الإلكترونية في الجزائر والدول المتقدمة وحتى الدول العربية، فإنه يمكن القول أن التجارة الإلكترونية في الجزائر لم تنشأ بعد وهي معدومة وذلك بالنظر إلى حجم التجارة الإلكترونية المسجلة في الدول الأخرى .

وبالتالي لا بد أن نوضح أسباب التأخر المسجل في هذا المجال وعرض البيئة العامة التي تنشأ فيها التجارة الإلكترونية في الجزائر من خلال التطرق إلى واقع المتطلبات التي تقوم عليها من بنية تحتية رقمية، بنية تحتية تشريعية وتنظيمية، بنية تحتية مصرفية، وحتما من خلال هذا العرض سنستطيع تحديد نقاط

¹ -عروب عتيقة، فينيش خديجة، **Etats des lieux du e-commerce en algérie et perspectives**، مداخلة في إطار الملتقى العلمي الدولي الرابع حول : عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر -عرض تجارب دولية - المركز الجامعي، الجزائر، يومي 26-27 أبريل 2010.

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

الضعف والعوائق التي تقف أمام تطور التجارة الإلكترونية على كل المستويات، وهذا ما سوف نعالجه في المطلب الموالي.

- والجدول التالي يمثل عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر

الجدول رقم (3-8) : عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر

السنوات	2012	2013	2014	2015
عدد (بالمليون)	5.690	5.920	6	6.6
نسبة الاستخدام من عدد السكان	%15.20	%15.60	%15.80	%16

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على المعلومات السابقة

إذا أخذنا على سبيل المثال سنة 2015 نجد أن عدد مستخدمي الانترنت في المغرب 20.4 مليون مستخدم وهو عدد أكبر مقارنة بعدد مستخدمي الأنترنت في الجزائر الذي بلغ 6.6 مليون مستخدم بفارق 13.8 مليون مستخدم وأما عدد مستخدمي الانترنت في تونس بلغ 5 مليون بفارق 15.4 مليون مستخدم عن المغرب و1.6 مليون مستخدم عن الجزائر وهي نسبة ضعيفة إذا ما قورنت بالمغرب والجزائر .

المطلب الثاني: تحديات أنظمة الدفع الإلكتروني

في إطار تطوير وتحديث النظام المصرفي الجزائري وذلك من خلال اعتماد الصيرفة الإلكترونية التي أصبحت ضرورة حتمية ومنه سوف نتطرق إلى أهم مشاريع و أنظمة الدفع في الجزائر

أولاً: خطوات الأولى لتطوير خدمات المصرفية في الجزائر

تتمثل الخطوات الأولى لتطوير الجهاز المصرفي الجزائري في:

1 - إنشاء شركة SATIM* :

من أهم المشاريع التي أطلقتها الجزائر لتحديث وعصرنة منظومتها البنكية إنشاء الشركة "تأدية الصفقات البنكية المشتركة والنقدية سنة 1995، وهي شركة ذات أسهم وفرع ل8 بنوك هي: بنك

* SATIM: Société d'Automatisation des Transaction Interbancaires et de Monetique.

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

الفلاحة والتنمية الريفية، بنك الجزائر الخارجي، البنك الوطني الجزائري، بنك التنمية المحلية، قدر رأسمالها عند التأسيس 267 مليون دينار جزائري

وتسعى هذه الشركة إلى :

- تحديث وسائل الدفع في النظام المصرفي الجزائري من خلال استعمال البطاقات البلاستيكية كوسيلة تعامل إلكترونية بين البنوك؛
- تطوير وتسيير التعاملات النقدية ما بين المصارف؛
- تحسين الخدمة المصرفية وزيادة حجم تداول النقود؛
- تطوير التكنولوجيا في المجال المصرفي .

ومن مهام هذه الشركة:

- وضع موزعات آلية للنقود (DAB) في المصارف مع وضع برامج حيازة الشبايك البنكية (GAB)؛
- تسيير الموزعات والشبايك الآلية والربط بينها بواسطة شبكة اتصال تسمح بالقيام بعمليات السحب سواء كانت داخلية أو خارجية بالإضافة إلى سجل متصل بمهينة صنع البطاقات المصرفية الخاصة بالسحب حسب المقاييس المعمول بها دوليا؛
- التعاقد مع المؤسسات المختلفة في مجال التكنولوجيا المصرفية لإنجاز البرامج؛
- الإشراف على إصدار الصكوك البنكية ومنح الرقم السري.

2- الشبكة النقدية ما بين البنوك RIM

إن حرص شركة SATIM على إيجاد حلا للنقد ما بين المصارف، وتحقيق سلاسة العمل بين البنوك دفع هذه الشركة لوضع شبكة نقدية مشتركة تربط بين عدد من البنوك، حيث تم 1996 تحقيق الخطوة الأولى لهذا المشروع، وانطلقت "الشبكة النقدية بين البنوك"، "Réseau monétique interbancaire" التي تغطي الخدمات المتعلقة بإصدار البطاقات المصرفية الخاصة بالسحب من الموزعات الآلية للنقود محليا¹ وإن ارتباط هذه الموزعات بالشبكة بين بنكية مكن حامل البطاقة من إجراء عمليات

¹ -آيت زيان كمال، آيت زيان حورية، الصرافة الإلكترونية في الجزائر، المؤتمر العالمي الخامس، نحو مناخ استثماري وأعمال مصرفية إلكترونية جامعة فيلادلفيا، عمان، الأردن 4-5 يوليو 2007 .

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

سحب من أي موزع حتى ولم يكون ينتمي للبنك المصدر للبطاقة، وهذا بفضل تكفل شركة SATIM بتأمين قبول هذه البطاقة في كل البنوك المنتمية للشبكة النقدية، وإجرائها للمقاصة لعمليات السحب بين البنوك، وهذا بالإضافة إلى تأمين تبادل التدفقات المالية بين المشاركين والمؤسسة المسؤولة عن المقاصة، كذلك تعمل هذه الشركة على مراقبة البطاقات المزورة وكشف كل التلاعبات.

تتكون الشبكة النقدية ما بين المصارف من :

• موزع SERVEUR يسير الشبكة على مدار ساعات اليوم وطول أيام الأسبوع ويقوم بمعالجة عمليات السحب في فترة قصيرة؛

• الموزعات الآلية DAB وهي مربوطة ببعضها البعض من خلال خطوط الربط؛

• شبكة لنقل المعلومات .

وتتمثل أهداف الشبكة في :

• وضع نظام مشترك بين البنوك للسحب بواسطة الموزعات الآلية ومن خلاله تحقق هدفين هما:

1 - وحدة المعايير والتنظيمات المتعلقة بالبطاقة؛

2 - عمل وتطوير نظام بنكي مشترك للنقديات الورقية.

• ومن شروط الانضمام إلى الشبكة والإجراءات المتبعة لدينا:

• إمضاء اتفاقية مشتركة بين البنوك ؛

• إمضاء عقد للتعاون مرتبط بالخصائص المقدمة من قبل الشبكة؛

• احترام الخصائص التقنية المحددة من الشبكة (الإشراف على السجلات الخاصة بعاملين للبطاقات، وتواريخ تسجيل العمليات).

بعد الانضمام إلى الشبكة تقوم شركة SATIM باتخاذ الإجراءات اللازمة للانضمام الفعلي

للشبكة وتقوم بتوفير عدة خيارات :

• اقتناء الموزعات من قبل البنك مع احترام المقاييس المحددة من قبل SATIM ؛

• استئجارها من طرف الشركة ؛

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

- شراؤها وتركيبها دون الربط DZ-PAC من خلال الخطوط المختصة 25lignes .

3-البطاقة بين بنكية CIB :

إن فشل نظام السحب دفع البنوك إلى بذل المزيد من الجهد في مجال البطاقات، ليتم استبدال مشروع البطاقة البنكية المشتركة للسحب بمشروع آخر هو بطاقة السحب والدفع بين بنكية والتي تؤدي وظيفة مزدوجة وهي سحب الأموال من الموزعات الآلية ودفع قيمة المشتريات والخدمات على مستوى أجهزة الدفع الإلكترونية المتوفرة لدى التجار المنخرطين في شبكة النقد الآلي بين بنكية. وقد بدأت شركة SATIM في مشروع بعث نظام الدفع بين بنكي سنة 2002 وبدأ العمل في 2006. وتنقسم بطاقات الدفع البنكي CIB إلى نوعين أساسيين هما بطاقات عادية و بطاقات ذهبية وكلاهما يسمحان بخدمتي السحب والدفع.

الجدول رقم (3-9): تطور عدد البطاقات البنكية في الجزائر

السنوات	2011	2012	2013
عدد البطاقات	850008	1178243	1287330
نسبة التطور	/	%38.61	%9.25

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على معلومات سابقة

يتضح لنا من خلا الجدول أن عدد البطاقات البنكية في تزايد مستمر وذلك خلال السنوات (2011-2012-2013) من 850008 بطاقة إلى 1287330 بطاقة سنة 2013 نظرا للتطور والانتشار الواسع لها في المجال المالي والتجاري وذلك راجع لعصر التطور التكنولوجي الذي يشهده العالم في مجال التجارة الإلكترونية ووعي المجتمع الجزائري بأهميتها.

الجدول رقم (3-10): تطور مؤشرات الخدمات المصرفية GAB في الجزائر.

السنوات	2011	2012	2013
عدد أجهزة GAB	647	543	534
نسبة التطور	/	%-16.07	%-1.65

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على معلومات سابقة

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

من خلال الجدول نلاحظ أن عدد أجهزة GAB في تناقص مستمر خلال السنوات (2011-2013) مما يدل على أن المجتمع الجزائري لا يهتم كثيرا باستعمال هذه الأجهزة في المعاملات المالية والتجارة الإلكترونية وهذا يتنافى مع العصر الذي نعيشه من تطور كبير في المجال التكنولوجي والإلكتروني.

الجدول رقم (3-11): تطور عدد العمليات التي تمت بالبطاقات البنكية في الجزائر.

السنوات	2011	2012	2013
عدد العمليات التي أجريت	2918269	5082848	6446974
نسبة التطور	/	%74.17	%26.83

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على معلومات سابقة

إذا أخذنا سنة 2013 نرى أن عدد البطاقات الإلكترونية في المغرب هو أكثر من 9.7 مليون بطاقة مقارنة بعدد البطاقات في الجزائر 1.2 مليون باختلاف 8.5 وفي تونس 2.4 مليون بطاقة والجزائر 1.2 مليون فرق 1.1 مليون بطاقة ونلاحظ تطور البطاقات في الجزائر مقارنة بسنة 2011. كما أن هناك تراجع للجزائر في عدد أجهزة الصراف الآلي فقد كان عدد أجهزة الصراف الآلي في المغرب 5895 جهاز أي باختلاف 5361 جهاز مع الجزائر وتونس 1939 باختلاف 1405 جهاز مع الجزائر. واحتلت الجزائر المرتبة الأولى في عدد العمليات المنجزة أكثر من 6.4 مليون عملية بينما المغرب 5.4 مليون عملية أي بفارق مليون عملية وتونس بلغت عدد العمليات 5.3 مليون عملية بفارق 1.1 مليون عملية مع الجزائر.

ثانيا: نظام التسوية الإجمالية الفورية في الجزائر ARTS*

من أهم ما توصلت إليه التكنولوجيا الحديثة في الجزائر نظام الدفع الإجمالي الفوري للمبالغ الكبيرة والمدفوعات المستعجلة.

1- تعريف نظام ARTS: نظام التسوية الإجمالية الفورية هو نظام تسوية المبالغ الإجمالية في وقت حقيقي ويتم فيه سير التحويلات بصفة مستمرة وعلى الفور بدون تأجيل وعلى أساس إجمالي.

* ARTS : Algeria Real Time Settlements.

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

كما يعرف النظام أيضا عل أنه نظام مركزي إلكتروني يعمل على أساس فوري إجمالي نهائي ومستمر لتنفيذ أوامر التحويل الدائنة ويوفر نقطة تسوية لأنظمة التصفية العامة في بلد ما من خلال الحسابات المركزية للمصارف.

حيث أنشأ بموجب الأمر رقم 05/04 بتاريخ 2005/10/13 للتسوية بين البنوك، ولقد بدأ العمل به في أواخر ديسمبر من سنة 2006. فهو يحقق لجميع البنوك بما فيها الخزينة العمومية ومؤسسة بريد الجزائر من المشاركة في هذا النظام والتعامل به، فقد يشترط أن تملك حساب تسوية لدى بنك الجزائر وتكون معنية بعمليات الدفع ما بينها وذلك تحت إشراف بنك الجزائر، وهو بدوره يقوم بمراقبة التحويلات المالية والتأكد من قانونيتها.¹

2- أهداف نظام التسوية الإجمالية الفورية ARTS:

من أهداف إقامة نظام التسوية الإجمالية تحقيق مايلي:

- تسوية عمليات البطاقة المصرفية في وقت حقيقي، وكل وسائل الدفع الأخرى؛
- تلبية مختلف احتياجات المستعملين باستخدام نظام الدفع الإلكتروني؛
- تقليص آجال التسوية وتشجيع استعمال النقود الكتابية؛
- تخفيض التكلفة الإجمالية للمدفوعات؛
- جعل النظام الدفع الجزائري يتمتع بالمقاييس الدولية في تسيير مخاطر السيولة؛
- تقوية العلاقات بين المصارف؛
- تشجيع إقامة المصارف الأجنبية.

3- مبادئ تشغيل النظام: إن نظام التسوية الفورية الإجمالية يتكلف بمعالجة وتسوية تحويلات الأموال

بصفة فورية أي في وقت حقيقي وعملية بعد عملية وهو يقوم على المبادئ التالية:

¹ بوعافية رشيد، الصيرفة الإلكترونية والنظام المصرفي الجزائري، (رسالة ماجستير في البنوك والتأمينات، جامعة سعد دحلب، البليدة، غير منشورة)، الجزائر، 2004-2005، ص - ص: 170-171.

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

أ – المشاركون: المشاركة في النظام مفتوحة لكل مؤسسة لها حساب في بنك الجزائر، فيمكن أن يقدم إلى النظام زيادة على بنك الجزائر كمسير وحامل للتسوية مجموعة المؤسسات المصرفية والمالية، الخزينة العمومية ومراكز الصكوك البريدية.

ب – العمليات التي يعالجها النظام: يعالج النظام مختلف العمليات المصرفية بين المؤسسات المالية والمصرفية والمشاركين عامة، وذلك على النحو التالي.

• عمليات ما بين البنوك: حيث يتم من خلال هذا النظام تحويلات بين المصارف أو حسابات الزبائن والتي تكون فيها المبالغ هامة أو مستعجلة؛

• عمليات بنك الجزائر: إن بنك الجزائر هو المشارك الوحيد القادر في حدود اختصاصاته توجيه وإصدار الأوامر للقرض أو الخصم من حسابات المشتركين؛

• تسوية المبالغ عن طريق المقاصة الإلكترونية: إن المبالغ المدينة والدائنة الناتجة عن طريق المقاصة الإلكترونية تعالج بهذا النظام قرضا ودينا في نفس الوقت وفي حسابات المشاركين تعمل على أساس مبدأ "الكل أو لا شيء" وفي حالة استحالة تطبيق العملية ترفض من قبل غرفة المقاصة الإلكترونية وعلى الراغب أن يعيد العملية وفي وقت لاحق؛¹

• حساب التسوية: إن بنك الجزائر الذي يشرف على إدارة النظام يفتح في سجلاته باسم كل مشارك حسابات تسوية، تقسم إلى حسابات فرعية وهذه الحسابات تحول حسب الحالات في زيادة أو نقص مبالغ الحسابات الجارية للمشاركين والتي تضبطها المحاسبة العامة لبنك الجزائر والتسويات التي تتم عن طريق النظام حيث تتم بصفة مستمرة وفي وقت حقيقي، وبعد التأكد الآلي بوجود مخزون كافي في حساب المشارك المعني يطبق هذا المبدأ "أول من يدخل أول من يخرج" مع الأخذ بعين الاعتبار الأولويات المبنية فيما يلي:

✓ الأولوية الأولى: عمليات بنك الجزائر؛

✓ الأولوية الثانية: المبالغ المخصصة للمقاصة؛

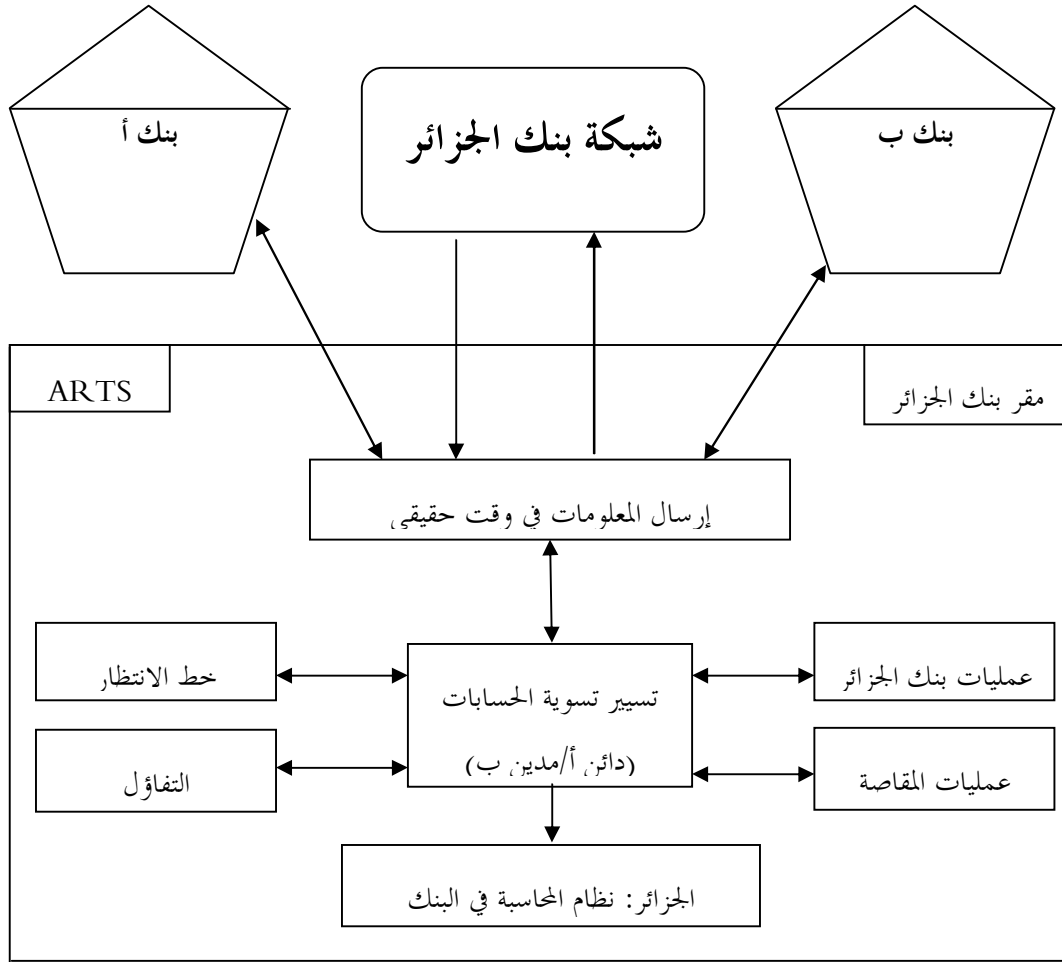
✓ الأولوية الثالثة: أوامر مستعجلة بطبيعتها.

1 شايب محمد، أثر تكنولوجيا الإعلام و الإتصال على فعالية أنشطة البنوك التجارية الجزائرية، (مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاديات المالية، جامعة فرحات عباس، سطيف، غير منشورة)، الجزائر، 2007، ص 166.

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

ج - هندسة النظام: يمكن هندسة النظام كالشكل الآتي:

الشكل رقم (03-01): آليات عمل نظام ARTS



المصدر: قماير هاجر، تحديات المنظومات المصرفية في ظل التكنولوجيات الحديثة، مرجع سبق ذكره،

ص 104.

بهدف تطوير وعصرنة أنظمة الدفع في البنوك للدول المغاربية قامت كل من الجزائر، المغرب وتونس في سنة 2006 بتبني نظام التسوية الإجمالية الذي يسمح بتحويل المعلومات والمبالغ المالية الكبيرة على التوالي البنك المركزي الجزائري ARST، وبنك المغرب SRBM، أما تونس SGMT وهو نظام تحويل المبالغ الضخمة عن طريق البنك المركزي التونسي. حيث أن نظام الدفع SGMT يقوم بمعالجة متوسط 722 عملية دفع يوميا أما نظام SRBM يعمل جنبا إلى جنب مع أنظمة ضمان تسوية الأوراق المالية من قبل بورصة الدار البيضاء ومركز الخدمات الإلكترونية وأخيرا نظام ARTS يتم تسوية المبالغ فيه عن طريق المقاصة الإلكترونية.

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

ثالثا: نظام المقاصة الآلية الجزائر ATCI*

في إطار اعتماد الجزائر للصيرفة الإلكترونية وكاتكميلة لنظام ARTS تم اعتماد مشروع المقاصة عن بعد ATCI.

1- تعريف نظام المقاصة الآلية الجزائري ATCI: هذا النظام يختص بالمعالجة الآلية لوسائل الدفع العام صكوك، تحويل، اقتطاع، عمليات السحب والدفع بالبطاقات البنكية، وذلك باستعمال وسائل متطورة مثل المساحات الضوئية والبرمجيات المختلفة، ويمثل هذا القسم الثاني من أنظمة الدفع المتطورة ووفق المعايير الدولية بهدف التحسين النهائي للخدمات البنكية المقدمة للزبائن، دخل النظام حيز التنفيذ باشتراك مع البنك الجزائر، كل البنوك، اتصالات الجزائر، بريد الجزائر، جمعية البنوك والمؤسسات المالية مع كل فروعها ومكاتبها عبر التراب الوطني، ويعتمد هذا النظام على نظام التبادل المعلوماتي للبيانات الرقمية والصور.

لقد دخل حيز التنفيذ في 15 ماي 2006 في أول يوم للتبادلات وكانت البداية بمعالجة الصكوك على أن تتطور العملية لتمثل باقي وسائل الدفع نهاية 2006.¹

2- أهداف نظام ATCI

إن اعتماد هذا النظام يهدف إلى تحقيق الأهداف التالية:

- تحديث وسائل التبادل بين البنوك؛
- حذف التبادل المادي للأوراق المالية؛
- تسوية عمليات المقاصة خلال يومي العمل؛
- حصول مركز المقاصة ما بين البنوك على صفة مركز أرشيف إلكتروني شرعي لتخزين الصكوك والكمبيالات المعيارية؛
- تقليص آجال التحصيل بالمقارنة بالعمليات التي يقوم بها كل البنوك؛
- تألية التبادل ما بين البنوك لعمليات الدفع التي ينفذها المتعاملون.

* ATCI :Algérie Télé- Compensation Interbancaires

¹ الانترنت، الموقع الرسمي للبنك الجزائري، (2016/04/26)، [على الخط]، الموقع: www.bank-of-algeria.dz

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

نظام المقاصة الإلكترونية هو الآخر نظام يقوم على نفس المبادئ التي تقوم عليها أنظمة المقاصة العالمية الأخرى إلا أن الغاية من استخدامه تختلف من بلد إلى آخر كل حسب أهدافه المسطرة ففي الجزائر قام البنك المركزي بتبني نظام ATCI سنة 2005 وتم بدأ العمل به في 2006 أما بالنسبة لبنك المغرب فقد قام بإدخال هذا نظام SIMT في معاملاته المصرفية سنة 2003 وكذلك بالنسبة لبنك المركزي التونسي يرمز للمقاصة الإلكترونية ب SIBTEL وتم العمل بها منذ سنة 1999.

ومنه يمكن القول أن تونس كانت السبّاقة في تبني نظام المقاصة الإلكترونية حيث انتقلت من مدة 48 ساعة إلى مدة 24 ساعة ، تليها المغرب حيث أن النظام المغربي هو نظام متعدد العملات الأجنبية ثم الجزائر سنة 2005 فيوم نظام المقاصة بتسوية عمليات المقاصة خلال يومي العمل.

المطلب الثالث: الإنجازات الجزائرية في مجال التجارة الإلكترونية والاقتصاد الرقمي

لا اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر قامت الحكومة بخطوات محتشمة نظرا لأهمية التجارة الإلكترونية.

أولا: على الصعيد التنظيمي والتشريعي

إن ظهور مجتمع معلوماتي كان له تأثيرا واضح في تعديل القواعد القانونية التي تحكم الأعمال الإلكترونية، وقد حاول المشرع الجزائري مواكبة التطورات التكنولوجية من خلال سن بعض النصوص القانونية للمعاملات الإلكترونية منها:

• **المرسوم التنفيذي رقم 98-257:** المؤرخ في 25 أوت 1998 والذي يضبط شروط وكيفيات إقامة خدمات الانترنت واستغلالها، فقد ظل قطاع التزويد بخدمات الانترنت محتكرا من قبل الدولة لسنوات حتى صدور هذا المرسوم، الذي حرر القطاع و أنهى الاحتكار وأعطى دفعا قويا لانفتاح نشاط مزودي خدمات الانترنت الخواص والعموميين.¹

• **القانون رقم 05-10:** المؤرخ في 20 جوان 2005 الذي يخص الإثبات الإلكتروني حيث اعتمد المشرع الجزائري المفهوم الواسع للكتابة سواء التي تمت على الورق أو الكتابة المثبة على دعائم غير

1- المرسوم التنفيذي رقم 98-257، المؤرخ في 25 أوت 1998، يضبط شروط وكيفيات إقامة خدمات الانترنت واستغلالها، الجريدة الرسمية، 26 أوت 1998، عدد 63، ص 5.

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

ورقية، وذلك من خلال الإشارة إلى أن الإثبات ينتج من الكتابة بحروف متسلسلة و أرقام وعلامات مهما كانت الوسيلة المستعملة للكتابة ومهما كانت طرق الإرسال.¹

• **المرسوم التنفيذي رقم 07-162:** الذي يعرف التوقيع الإلكتروني ومجموعة من المصطلحات المرتبطة به، كالموقع، معطيات إنشاء توقيع إلكتروني، جهاز فحص التوقيع الإلكتروني فضلا عن تحديد متطلبات التوقيع الإلكتروني المؤمن، والتي تشمل أساس مراقبة التوقيع وكشف كل التعديلات التي تمسه.²

• **الأمر رقم 03-11:** المؤرخ في 26 أوت 2003 المتعلق بالنقد والقرض والمهم في هذا الأمر هي المادة 69 التي ذكرت في الباب الخامس حيث وضحت نية المشرع في الانتقال من وسائل الدفع الكلاسيكية إلى وسائل الدفع الحديثة الإلكترونية.³

ثانيا: على الصعيد الهيكلي والمؤسسي

إن تسارع التحولات التكنولوجية دفع بالجزائر إلى استحداث تنظيمات مؤسساتيا متناسقا ومتكامل لمواكبة التطورات.

• **سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية:** خلال سنة 2001 قامت الجزائر بإنشاء هيئة مستقلة تتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلال المالي هي سلطة الضبط للبريد و الاتصالات السلكية و اللاسلكية تتولى السهر على تنفيذ التوجهات الوطنية في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وقد كلفت بتطبيق خطط الدولة لتحرير سوق البريد والاتصالات وانفتاحه على المنافسة وجذب الاستثمارات إليه وحماية حقوق المستهلكين.

• **وزارة البريد وتكنولوجيا الاعلام والاتصال:** في إطار إصلاحات قطاع الاتصالات التي باشرتها الجزائر مع مطلع سنة 2000، تم وضع بعض الهياكل لدعم سياسة الجزائر في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، والتي شملت تحويل وزارة البريد والمواصلات سابقا إلى وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام،

1- القانون 05-10، المؤرخ في 20 جوان 2005، يعدل ويتمم الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، والمتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية، 26 جوان 2005، عدد 64، ص 24.

2- المرسوم التنفيذي رقم 07-162، المؤرخ في 30 ماي 2007، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 01-123 المؤرخ في 09 ماي 2001، المتعلق بنظام الاستغلال المطبق على كل نوع من أنواع الشبكات فيما فيها اللاسلكية الكهربائية وعلى مختلف المواصلات السلكية واللاسلكية، الجريدة الرسمية، 07 جوان 2007، عدد 37، ص 12.

3- الأمر رقم 03-11، المؤرخ في 26 أوت 2003، المتعلق بالنقد والقرض، الجريدة الرسمية، 27 أوت 2003، عدد 53، ص 11.

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

بهدف تنظيم قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال وإيجاد الآليات المناسبة والفعالة لإقامة مجتمع معلومات متقدم أحد أهم عناصره التجارة الإلكترونية.¹

• **اللجنة الإلكترونية:** وعيا من الدولة الجزائرية برهانات المجتمع المعرفي تم إرساء لجنة وطنية هي اللجنة الإلكترونية التي تقوم بدور ريادي في اقتراح ووضع إستراتيجية للتطور في المجال المعلوماتي، وقد أعدت هذه اللجنة سنة 2008 خطة وطنية للاتصالات، وفي هذا الإطار و قصد إحكام تنفيذ هذه الإستراتيجية المعتمدة تم إنشاء لجنة تقنية التي تعنى بتوفير الدعم التقني لهذه اللجنة الإلكترونية.

ثالثا: على الصعيد التنفيذي

أطلقت الجزائر عدة مبادرات ومشاريع رائدة ورامية إلى تحقيق مجموعة من الغايات وأهداف منها احتلال مراتب مشرفة على الصعيد المجتمعي وخطوات أولى لاعتماد التجارة الإلكترونية.

• **برنامج أسرتك "كمبيوتر شخصي لكل عائلة":** قامت وزارة تكنولوجيا الإعلام والاتصال سنة 2005 بتوقيع اتفاقية مع مجموعة من البنوك الجزائرية وموزعي أجهزة الكمبيوتر والبرامج بغرض إطلاق مشروع أسرتك والهادف لتزويد المواطنين بالحواسيب الشخصية بطريقة ميسرة وأقساط مريحة مدتها ثلاث سنوات، لتمكينهم من الاستفادة من مختلف استخدامات وتطبيقات الانترنت فيما فيها التجارية وبالتالي بناء مجتمع معلوماتي وتضييق الفجوة الرقمية.²

• **الدفع الإلكتروني:** إن تطور التجارة الإلكترونية في الجزائر مرتبط بما يبذله القطاع المصرفي من محاولات لتحديثه وعصرنته وسعيه المتواصل لتوفير وسائل إلكترونية تتواءم مع آخر التطورات، وأول خطوة هو إطلاق شركة SATIM والشبكة النقدية البنكية RMI والتي تضم حظيرة للموزعات الآلية للنقود، تتولى مهمة معالجة كافة عمليات السحب لفائدة البنوك الأعضاء وقبول بطاقات السحب في كل الموزعات الآلية المنتشرة في كافة التراب الوطني والتابعة للبنوك المشتركة في الشبكة.

بهدف ترقية التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية قامت كل من الجزائر، تونس والمغرب بسن تشريعات وقوانين من أجل النهوض بهذا القطاع الحساس والمهم في الاقتصاد حيث كانت تونس والجزائر من بين الأوائل في إصدار القوانين التي تنظم وتحكم التجارة الإلكترونية غير أن المغرب بدأت

1 الانترنت، (2016/05/07)، [على الخط]، الموقع الرسمي لوزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال: w.w.w.mptic.dz

2 - شيق إيكوفان، تحفيزات مغربية في مشروع أسرتك، جريدة الشروق، عدد 1988، الجزائر، 2008/05/23، ص 9.

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

متأخرة في تبني هذه القوانين سواء على الصعيد التشريعي أو على الصعيد المؤسسي أو الصعيد التنفيذي.

من خلال دراسة تجارب دول المغرب في مجال التجارة الإلكترونية توصلنا في الأخير إلى النقاط التالية:

- تونس والمغرب من بين الدول الأولى التي قامت بتنمية البنية الأساسية للتجارة الإلكترونية وذلك بتشجيع وتطوير استخدام بطاقات السحب والدفع؛
- قامت كل من تونس، المغرب والجزائر بمبادرات محتشمة في مجال المعاملات الإلكترونية وذلك بسن قوانين وتشريعات تسهل هذه المعاملات الإلكترونية لإعطاء نفس جديد للتجارة الإلكترونية؛
- شركات الدفع الإلكتروني SMT في تونس و CMI في المغرب تلعب دورا موحدا لكل البنوك أي ما يعادل شركة SATIM في الجزائر؛
- فتح مواقع إلكترونية تنشط في مجال التجارة الإلكترونية من قبل هذه الدول المغاربية وذلك سعيا منها للوصول إلى أكبر شريحة من المستهلكين؛
- تبنت كل من الجزائر مشروع الجزائر الإلكترونية 2013 ، وتونس مشروع تونس الرقمية 2018 والمغرب الرقمية 2020 لتطوير التجارة الإلكترونية؛
- إدماج كل من المغرب، الجزائر وتونس سياسة تكنولوجيا المعلومات والاتصال وسياسة التجارة الإلكترونية في سياسة واحدة واعتبرتها إستراتيجية متكاملة؛
- توعية المجتمع اتجاه تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وتشجيع استخدام الانترنت والحصول على المعدات والبرمجيات بأقل تكلفة وذلك لضمان الوصول إلى اعتماد التجارة الإلكترونية؛
- تشجيع قبول البطاقات البنكية في دفع نفقات رجال الأعمال والسياح الصادرة عن هيئات دولية.

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

خلاصة الفصل:

مع حلول الألفية الثالثة لم يعد هناك شك في أن التوقعات التي كانت تشير إلى انتشار الاقتصاد المعلوماتي قد أصبحت حقيقية واضحة وأمر واقعيا يعيشه العالم الآن بل أن هذا الواقع لم يعد يمارسه العالم المتقدم فقط بل امتدت أثاره وفرض وجوده ليمتد إلى باقي دول العالم النامية والتي تحاول أن تلحق بالركب وتثبت وجودها على خريطة العالم الاقتصادية. ولكن يتضح أن الدول النامية تنقصها الآليات التي يمكن من خلالها أن تعدل من تركيبها الاقتصادية والاجتماعية لتحويلها إلى بيئة دولية جديدة تحكمها تطورات التجارة الإلكترونية .

حيث من خلال دراستنا لتجارب دولية في مجال التجارة الإلكترونية توصلنا إلى أن إستراتيجية الدول وأولوياتها مختلفة وذلك حسب البيئة التي تنشأ فيها التجارة الإلكترونية وبالتالي يمكننا القول أن متطلبات التجارة الإلكترونية في الدول تبقى نفسها إلا أن أولويات الإستراتيجية تختلف بين الدول المتقدمة والدول النامية وهذا الاختلاف في الأولويات يرجع بالدرجة الأولى إلى الفجوة الموجودة بين الدول .

إن دراسة تجارب مختلفة ساعدنا على فهم أكثر لظاهرة التجارة الإلكترونية، تحديد أولويات الإستراتيجية المتبعة من قبل الدول، إبراز النتائج المحققة وكذلك التحديات التي تقف أمامها، وبالتالي دراسة التجارب الدولية تمكنا من رسم خطة عمل تناسب بيئة الدولة التي تريد انتهاج مشروع التجارة الإلكترونية .

وبالتالي انتشار التجارة الإلكترونية ونموها وازدهارها خاصة في الدول المغاربية يتطلب توفر عدد من المتطلبات الضرورية.

خاتمة

تمثل التجارة الإلكترونية 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، ومع تطور هذه الأخيرة في 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 .

وبسبب الانتشار السريع لظاهرة العولمة وانخفاض الفرص على مستوى الأسواق المحلية، أصبحت التجارة الإلكترونية محرك فعال لتنشيط العمل التجاري بين الأطراف المختلفة المتعاملة فيه، حيث ألغت الحدود والقيود أمام دخول الأسواق التجارية، وتحول العالم إلى سوق مفتوح أمام المستهلك بغض النظر عن الموقع الجغرافي للبائع والمشتري وقد ترتب على الخصائص المميزة للتجارة الإلكترونية والزيادة في عدد مستخدمي الإنترنت إلى سرعة انتشارها بين العديد من المنتجين والمستهلكين وأحدث تطور في حجم التجارة على المستوى العالمي كما تعددت معوقات التي تواجه انتشار التجارة الإلكترونية وعلى الرغم من هذه المعوقات إلا أنها لها فوائد عديدة بالإضافة إلى ذلك تواجه التجارة الإلكترونية تحديات فتعددت وسائل وأنظمة الدفع الإلكتروني الحديثة من النقود الإلكترونية والبنوك الإلكترونية، أدت إلى سهولة وسرعة تسوية المدفوعات مما ينعكس على انتشار التجارة الإلكترونية والعمل على تنمية البنية الأساسية الخاصة بالتجارة الإلكترونية خاصة بنية التشريعات القانونية.

ولعل أهم ما نستخلصه من دراسة تجارب دولية مختلفة إنما لأجل فهم ظاهرة التجارة الإلكترونية وتحديد أولويات ومتطلبات الاستراتيجيات المتبعة من قبل الدول، مع إبراز النتائج المحققة وكذلك التحديات التي تقف أمامها . فبالنسبة للدول المغربية يعرف هذا المجال بطيء وتأخر ملحوظ نظراً لضعف جاهزية البيئة العامة للتجارة الإلكترونية وعدم توفر البنية التحتية اللازمة لتبني مشروع التجارة الإلكترونية من بنية تحتية رقمية، بشرية، مصرفية، تنظيمية، وثقافية.

1-اختبار صحة الفرضيات : بعد دراستنا للموضوع اتضح لنا صحة الفرضيات من عدمها التي وضعناها كمنطلق للدراسات فنتبين معنا أن :

الفرضية الأولى : التي جاء بها (التجارة الإلكترونية هي ظاهرة حديثة، وهي تُعنى بعملية تبادل المنتجات والخدمات من خلال شبكة الإنترنت) أثناء البحث توصلنا إلى أن هذه الفرضية صحيحة فالتجارة الإلكترونية هي تنفيذ كل ما يتصل بعمليات الشراء والبيع البضائع والخدمات والمعلومات عبر شبكة

الأنترنت والشبكات التجارية العالمية الأخرى، وتتواجد في العديد من المجالات مثل تجارة التجزئة والتمويل، والتوزيع وغيرها كما تمر التجارة الإلكترونية بثلاث مراحل وهي مرحلة العرض ومرحلة القبول وفي الأخير مرحلة التنفيذ.

الفرضية الثانية: والتي تنص على (اعتبار أن وسائل وأنظمة الدفع الإلكتروني من أهم تحديات التجارة الإلكترونية) فقد ثبت أنها صحيحة بالإضافة الى ذلك توجد تحديات قانونية التي تساهم في تنمية البيئة التشريعية والقانونية للتجارة الإلكترونية.

الفرضية الثالثة : والتي نصت على أنه (لاتزال الدول المغاربية تواجه عراقيل التي تحول دون توسع انتشار التجارة الإلكترونية) قد ثبت أنها صحيحة لعدم توفر بيئة التكنولوجيا اللازمة لانتشار ونمو التجارة الإلكترونية ونقص ثقافة استخدام وسائل الدفع الإلكترونية وضعف الوعي التقني والإلكتروني بين عامة أفراد المجتمع كالتخوف من الغزو الثقافي والفكري والانفتاح على العالم الخارجي وعدم الإقبال على استخدام وسائل وأنظمة الدفع الإلكترونية بالإضافة إلى المواقع في المعاملات التجارية.

نتائج البحث :

وعلى ضوء ما درسنا نستخلص مجموعة من النتائج منها ما يلي :

- التجارة الإلكترونية عبارة عن منهج حديث للأعمال يعتمد على تكنولوجيا الإعلام والاتصال خاصة الأنترنت، لإنجاز كافة العمليات المتصلة بعقد الصفقات بين أطراف متعددة، سواء كانوا مؤسسات أو هيئات أو أفراد، حيث تتعدد تصنيفات هذه التجارة بناءً على العلاقة بين هؤلاء الأطراف؛
- توفر التجارة الإلكترونية فرصاً وفوائد عديدة للموردين والعملاء والدولة ككل من حضور وخيار عالمي، وضع تنافسي أفضل، إلغاء سلاسل التوريد، خفض التكاليف، ربح الوقت وخلق مناصب شغل؛
- التجارة الإلكترونية تهدف إلى تعظيم حجم المعاملات التجارية بين المتعاملين باستعمال وسائل الاتصال الإلكترونية المبتكرة التي تتماشى وهذه الوسائل، كما تهدف إلى تحسين إمكانية الوصول إلى معلومات أفضل عن الأسواق، لذلك تعتبر وسيلة متميزة ؛
- عدم ملائمة البيئة التشريعية لمتطلبات التجارة الإلكترونية ؛
- غياب البيئة المصرفية والنقدية المناسبة لعمليات التسويات الناجمة عن المعاملات الإلكترونية ؛

- إن متطلبات التجارة الإلكترونية في الدول تبقى نفسها إلا أن أولويات الاستراتيجية تختلف بين الدول المتقدمة والدول النامية وهذا الاختلاف في الأولويات يرجع بالدرجة الأولى إلى الفجوة الرقمية الموجودة بين الدول؛
- إن دراسة جوانب مختلفة يساعدنا على فهم أكثر لظاهرة التجارة الإلكترونية تحديد أولويات الاستراتيجية المتبعة من قبل الدول، إبراز النتائج المحققة وكذلك التحديات التي تقف أمامها؛
- الارتباط الوثيق بين انتشار ونمو التجارة الإلكترونية وتوفير قاعدة التكنولوجية لتقنية المعلومات والاتصالات بصفتها البنية التحتية اللازمة لها؛
- تخلفت البلدان المغاربية كعادتها عن الدول المتقدمة في تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بصفة عامة، وتبني حلول التجارة الإلكترونية بصفة خاصة وسبب وجود هذه الفجوة هو تأخر دخولها لهذا الميدان ؛
- الانطلاق الحديث لبعض المبادرات المحتشمة والمتواضعة لتطبيق التجارة الإلكترونية في كل من المغرب وتونس والجزائر ؛
- البنوك الإلكترونية هي مؤسسات مالية شبكية تؤدي خدماتها باستخدام الأساليب الإلكترونية والتي تعد من أهم أشكالها يعتبر وسيط مالي وتجاري، كما ساهمت البنوك الإلكترونية في تنمية وتنشيط التجارة الإلكترونية وذلك من خلال الخدمات المصرفية التي توفرها على الأنترنت، إضافة أن استحداث نظم ووسائل الدفع الإلكترونية الحديثة (النقود الإلكترونية) أدت إلى سهولة وسرعة تسوية المدفوعات مما ينعكس بالتأكيد على انتشار التجارة الإلكترونية ؛
- تواجه الجزائر تحديات مهمة لتطبيق التجارة الإلكترونية، ومن أبرز هذه التحديات عدم توفر البنى التحتية اللازمة لقيام التجارة الإلكترونية، ضعف الثقافة والوعي التقني والإلكتروني بين عامة أفراد المجتمع، قصور الطاقات البشرية المدربة والمؤهلة في مجال تطبيقات التجارة الإلكترونية، ضعف إمكانية وقدرات المؤسسات التجارية للتحويل إلى الأنماط الإلكترونية، ضعف الدور الحكومي الرسمي لتهيئة قطاعات المجتمع للدخول في عصر تقنية المعلومات، إضافة إلى تحديات اجتماعية وثقافية وعقبات تشريعية في غياب الأنظمة التشريعات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية ؛

• إن الدفع الإلكتروني في الجزائر يتلقى عدة عراقيل في الجانب التطبيقي، ما يفسر هذا غياب ثقافة استعمال البطاقات الإلكترونية وكذا عدم توفر عنصري السرية والأمان، ونقص الثقة بالأطراف الأخرى المتعاملة بالتجارة الإلكترونية لغياب القوانين والقواعد المنظمة لهذا النوع من التجارة .

الاقتراحات والتوصيات :

وفي الأخير يمكن أن نخرج بمجموعة من التوصيات نوجزها في ما يلي :

• استثمار في العنصر البشري وذلك من خلال إعطاء أهمية لتطوير مناهج وتقنيات التعليم لتكوين طلاب مع معطيات العصر الإلكتروني الذي نعيشه وإعداد كفاءات قادرة على تعامل مع تقنيات الاتصالات ومعلومات في مؤسسات التعليم الجامعي ؛

• أهمية توفر المتطلبات الأساسية لقيام التجارة الإلكترونية وأهمها: البنية التحتية والمتمثلة في قطاع تقنية المعلومات والاتصالات من شبكات الاتصال وأجهزة اتصالات والهواتف الثابتة والنقالة والحاسب الآلية وبرامج التطبيقات، وانتشار استخدام الأنترنت والحاسبات المضيئة ومزودي خدمات الأنترنت، إضافة إلى ضرورة سن التشريعات والأنظمة المناسبة للتعاملات عبر شبكة الأنترنت وحقوق الملكية الفكرية؛

• تشجيع النظام المصرفي على لعب دور أساسي ميسر ومسهل للتجارة الإلكترونية من خلال تطوير التحويل الإلكتروني للأموال وتعميم وسائل الدفع الإلكتروني باعتبارها أول خطوة لتبني هذه التجارة مع ضرورة الحفاظ على حقوق مختلف الأطراف من خلال التأكد من سرية وأمن هذه المعلومات؛

• تكوين تحالف رقمي مع الدول العربية في مجال أنشطة المعلوماتية والتجارة الإلكترونية، بغية الاقتداء بالتجارب الناجحة لهذه التجارة واستخلاص الدروس منها بالإضافة إلى التعاون على التفاعل الإيجابي مع ثروة تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتبادل منافع هذه الثروة؛

• توجيه الاستثمارات المحلية وجذب رؤوس الأموال الأجنبية في مجال قطاع تقنية المعلومات والاتصالات، وأفضلية عدم فرض ضرائب تمييزية على السلع والخدمات التي تدخل مجال التجارة الإلكترونية ؛

• رسم سياسة وطنية لتشجيع تبني التجارة الإلكترونية من طرف مؤسسات صغيرة ومتوسطة وتحسيسها بأهمية هذا النوع من التجارة وحثها على إنشاء مواقع إلكترونية، لتكون خطوة أولى للتفاعل مع تطبيقات هذه التجارة ؛

- وضع خطة عمل للحد من الفجوة الرقمية والتكنولوجية بين الجزائر وغيرها من الدول، وتلبية متطلبات الأساسية للتنمية التكنولوجية ؛
- استغلال تطبيقات التجارة الإلكترونية في مختلف القطاعات الاقتصادية في كل دولة ؛
- ضرورة إتباع سياسات اقتصادية يكون من شأنها إتاحة الفرصة للقطاع الخاص ليقوم الفاعل في نمو التجارة الإلكترونية.

أفاق البحث :

- ومن خلال بحثنا هذا فتح لنا أفاق لطرح مواضيع للمساعدة على فهم الموضوع أكثر منها ما يلي :
- تجارة الإلكترونية وأثرها على التنمية الاقتصادية في الجزائر ؛
 - بناء نموذج قياسي لتقدير العائدات من تطبيق التجارة الإلكترونية على مستوى الدولة على مستوى المتوسط والبعيد ؛
 - علاقات الخدمات المصرفية المتطورة وتجارة الإلكترونية ؛
 - دراسة أساليب الترويج لمختلف تطبيقات التجارة الإلكترونية؛
 - سبل تفعيل قطاع الجمارك في تنشيط التجارة الإلكترونية.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

المراجع باللغة العربية:

أولاً: الكتب

1. أحمد عبد الخالق، البنوك والتجارة الإلكترونية الجديد في التمويل المصرفي، بدون طبعة، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، 2002.
2. أحمد محمد غنيم، إدارة البنوك، الطبعة الأولى، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، المنصورة، مصر، 2008.
3. أحمد محمد غنيم، الإدارة الإلكترونية وتطلعات المستقبل، بدون طبعة، المكتبة العربية، المنصورة، مصر، 2004.
4. أمير فرج يوسف، عالمية التجارة الإلكترونية وعقودها وأساليب مكافحة الغش التجاري الإلكتروني، بدون طبعة، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 2009.
5. إياد عبد الفتاح النسور، تسويق المنتجات المصرفية، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
6. جلال عابد الشوري، وسائل الدفع الإلكتروني، بدون طبعة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008.
7. الجنيهي محمد، الحنيهي ممدوح، جرائم الأنترنت والحاسب الآلي ووسائل مكافحتها، بدون طبعة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2004.
8. حماد عبد العال طارق، التجارة الإلكترونية، بدون طبعة، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2003.
9. خالد ممدوح، إبرام العقد الإلكتروني دراسة مقارنة، بدون طبعة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2009.
10. خباية عبد الله، الاقتصاد المصرفي: البنوك الإلكترونية _ البنوك التجارية _ السياسة النقدية، بدون طبعة، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2008.
11. خضر مصباح الطيطي، التجارة الإلكترونية، بدون طبعة، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.

قائمة المصادر والمراجع

12. ردينة عثمان يوسف وآخرون، التسويق المصرفي مدخل استراتيجي كمي تحليلي، الطبعة الأولى، دار النشر والتوزيع، الأردن، 2010.
13. زهير بشنق، العمليات المالية المصرفية الإلكترونية، بدون طبعة، إتحاد المصارف العربية، لبنان، 2006.
14. سامر جلدة، البنوك التجارية والتسويق المصرفي، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر، عمان، الأردن، 2011.
15. سعيد جمعة عقل، نور الدين أحمد النادي، التسويق عبر الأنترنت، بدون طبعة، مكتبة المجتمع العربي، عمان، الأردن، 2007.
16. سمير توفيق صبرة، التسويق الإلكتروني، الطبعة الأولى، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.
17. السيد أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية، بدون طبعة، منشورات المنظمة العربية، مصر، 2008.
18. طارق طه، نظم دعم القرارات في بيئة العولمة والانترنت، بدون طبعة، دار الحرمين للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2006.
19. عادل عبد العزيز السن، غسل الأموال من منظور قانوني واقتصادي وإداري، بدون طبعة، إصدارات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2008.
20. عاكف يوسف زيادات، درمان سليمان صادق، شفان نوزت صالح، التسويق الإلكتروني، الطبعة الأولى، زمزم ناشرون وموزعون، عمان، الأردن، 2014.
21. عامر ابراهيم القنديلجي، التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها، الطبعة الأولى، دار السيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1220.
22. عبد المطلب عبد الحميد، العولمة واقتصاديات البنوك، بدون طبعة، الدار الجامعية، مصر، 2003.
23. علي عبد الله شاهين، نظم الدفع الإلكترونية ومخاطرها ووسائل الرقابة عليها، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2009.
24. عماد أحمد أبو شنب، الخدمات الإلكترونية، بدون طبعة، دار الكتاب الثقافي للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، الأردن 2014، ص-ص 87-88.

قائمة المصادر والمراجع

25. فارق السيد حسين، التجارة الإلكترونية وتأمينها، بدون طبعة، دار هلا للنشر والتوزيع، الجيزة، مصر، 2001.
26. فهيم مصطفى، مدرسة المستقبل ومجالات التعليم عن بعد استخدام الانترنت في المدارس والجامعات وتعليم الكبار، الطبعة الأولى، دار الفكر العربي، الأردن، 2005.
27. فيصل فارس، التقنيات البنكية، الطبعة الأولى، مطبعة الموساك رشيد، الجزائر العاصمة، الجزائر، 2013.
28. محمد إبراهيم أبو الهيجاء، عقود التجارة الإلكترونية، الطبعة الثانية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2001.
29. محمد الصيرفي، البيع والشراء عبر الأنترنت، بدون طبعة، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 2002.
30. محمد حسن عمر برواري، غسيل الأموال وعلاقته بالمصارف والبنوك، الطبعة الأولى، دار قنديل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010.
31. محمد حسين رفاعي العطار، البيع عبر شبكة الأنترنت، الطبعة الأولى، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007.
32. محمد عمر الشويرف، التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري الجديد، الطبعة الأولى، دار زهران للنشر والتوزيع، ليبيا، 2013.
33. محمد محمود، مقدمة إلى التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار الفكر، عمان الأردن، 2016.
34. محمد نور برهان، عز الدين خطاب، التجارة الإلكترونية، الطبعة الرابعة، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة، مصر، 2015.
35. محمد نور صالح الجدادية، سناء جودت خلف، التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
36. محمود أحمد عبابنة، جرائم الحاسوب وأبعادها الدولية، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004.
37. محمود يونس وآخرون، النقود وأعمال البنوك والأسواق المالية، بدون طبعة، الدار الجامعية، مصر، 2003.

قائمة المصادر والمراجع

38. منير محمد الجنبهي، ممدوح محمد الجنبهي، التوقيع الإلكتروني وحجته في الإثبات، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2004.
39. منير محمد الجنبهي، ممدوح محمد الجنبهي، النقود الإلكترونية، بدون طبعة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2005.
40. نادر عبد العزيز شافي، المصارف والنقود الإلكترونية، الطبعة الأولى، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، 2008.
41. ناصر خليل، التجارة والتسويق الإلكتروني، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر، عمان، الأردن، 2009.
42. نضال سليم برهم، البيع والشراء عبر الأنترنت، بدون طبعة، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 2002.
43. نوري منير، التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني، بدون طبعة، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2014.
44. هاشم الشمري نادي اللثين، الاقتصاد المعرفي، بدون طبعة، دار صفاء، عمان، الأردن، 2002.
45. وائل التبسي، دليل العمليات الإلكترونية في القطاع المصرفي، بدون طبعة، اتحاد المصارف العربية، بيروت، لبنان، 2010.

ثانياً: الرسائل الجامعية

46. آيت امبارك سامية، دور التجارة الإلكترونية في تفعيل الأداء - الواقع وآفاق بالجزائر، (رسالة تخرج تدخل ضمن نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص إدارة العمليات التجارية، جامعة الجزائر3، غير منشورة)، الجزائر، 2012.
47. بعلي حسني مبارك، إمكانيات رفع كفاءة أداء الجهاز المصرفي الجزائري في ظل التغيرات الاقتصادية والمصرفية المعاصرة، (مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، فرع إدارة مالية، جامعة منتوري، قسنطينة غير منشورة)، الجزائر 2012 .
48. بن رجدةل جوهر، الأنترنت والتجارة الإلكترونية، (مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، فرع علوم التسيير، جامعة سعد دحلب، البليدة، غير منشورة)، الجزائر 2001 .

قائمة المصادر والمراجع

49. بلحسين عتيقة وآخرون، قطاع اتكنولوجيا والاتصال وواقعه في الجزائر (مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص تأمينات وبنوك، جامعة ابن خلدون تيارت، غير منشورة) الجزائر .
50. بلوافي محمد، مدى استخدام تكنولوجيا المعلومات في النظام المصرفي الجزائري (مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات شهادة الماجستير في البنوك والمالية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، غير منشورة)، الجزائر، 2006.
51. بوعافية رشيد، الصيرفة الإلكترونية والنظام المصرفي الجزائري (مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير تخصص تأمينات وبنوك، جامعة سعد دحلب، البليدة، غير منشورة)، الجزائر 2005 .
52. سمية ديمش، التجارة الإلكترونية وواقعه وحتميتها في الجزائر، (مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، جامعة منتوري، قسنطينة، غير منشورة)، الجزائر 2011 .
53. شايب محمد، أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على فعالية أنشطة البنوك التجارية الجزائرية (مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص إقتصادية مالية، جامعة فرحات عباس، سطيف، غير منشورة)، الجزائر 2016 .
54. طالب قادة سفيان، المنظومة المصرفية الجزائرية وتحدياتها في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصال، (مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص تأمينات وبنوك، جامعة ابن خلدون، تيارت غير منشورة)، الجزائر 2013.
55. علي خديجة ، دور البنوك في تطوير التجارة الإلكترونية، (مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص مالية، ابن خلدون، تيارت، غير منشورة)، الجزائر 2013.
56. محمد تقوروت، واقع وأفاق التجارة الإلكترونية في الوطن العربي، (مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية، جامعة حسيبة بن بوعلي، شلف، غير منشورة)، الجزائر 2005.
57. مخلوفي عبد الوهاب ، التجارة الإلكترونية عبر الانترنت، (أطروحة دكتوراة في الحقوق، تخصص قانون أعمال جامعة لحاج لخضر، باتنة ، غير منشورة)، الجزائر 2012.

قائمة المصادر والمراجع

58. مسري جيلالي، نشأة وتطور نظام المصرفي في الجزائر البطاقات والنقود الإلكترونية نموذجاً، (مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، في الإقتصاد، جامعة دمشق، غير منشورة)، سوريا 2007.

59. قماير هاجر، عباس مختارية، تحديات المنظومة المصرفية في ظل تكنولوجيا الحديثة دراسة مقارنة للدول المغاربية، (مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر تخصص مالية، جامعة ابن خلدون، تيارت، غير منشورة)، الجزائر 2015.

ثالثا: الملتقيات

60. آيت زيان كمان، آيت زيان حورية، الصيرفة الإلكترونية في الجزائر ، المؤتمر العالمي الخامس نحو مناخ إستثماري وأعمال مصرفية إلكترونية ، جامعة فيلاديفيا، عمان ، الأردن يومي 04-05 يوليو 2016 .

61. برحومة عبد الحميد، صورية بوطرفة، النقود الإلكترونية والأساليب البنكية الحديثة في الدفع والتسديد، الملتقى العلمي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في الجزائر وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، جامعة خميس مليانة، الجزائر يومي 26-27 أبريل 2011.

62. عجبله محمد، غزيل محمد ملود، ملامح التجارة الإلكترونية في الجزائر مشاكلها وحلول مقترحة، الملتقى العلمي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية واشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر-عرض تجارب دولية- المركز الجامعي خميس مليانة يومي 26-27 أبريل 2011.

63. عروب عتيقة، فينش خديجة، Etats des lieusc du e-commerce en algérie et perspectives، مداخلة في إطار الملتقى العلمي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية واشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر - عرض تجارب دولية- المركز الجامعي الجزائر، يومي 26-27 أبريل 2010.

64. محرز نور الدين، صيد مريم، نظام الدفع الإلكتروني ودوره في تفعيل التجارة الإلكترونية، الملتقى الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، معهد العلوم الاقتصادية خميس مليانة يومي 18-19 ماي 2011.

65. يوسف مسعداوي، البنوك الإلكترونية، الملتقى الوطني الأول حول المنظومة وتحولات الاقتصادية واقع وتحديات، شلف يومي 14-15 ديسمبر 2004.

رابعا: الجرائد

قائمة المصادر والمراجع

66. شفيق إيكوفان، تحفيزات مغرية في مشروع أسرتك، جريدة الشروق، عدد 1988، الجزائر، 2008/05/23، ص 9.

خامسا: المراسيم والقوانين

67. المرسوم التنفيذي رقم 07-162، المؤرخ في ماي 2007، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 01-123 المؤرخ في 09 ماي 2001، والمترلق بنظام الاستغلال المطبق على كل نوع من أنواع الشبكات بما فيها اللاسلكية الكهربائية وعلى مختلف المواصلات السللكية واللاسلكية، الجريدة الرسمية، 07 جوان 2007، عدد 37، ص 12.

68. الأمر رقم 03-11، المؤرخ في 26 أوت 2003، المترلق بالنقد والقرض، الجريدة الرسمية، 27 أوت 2003، عدد 53، ص 11.

69. المرسوم التنفيذي رقم 98-257، المؤرخ في 25 أوت 1998، يضبظ شروط وكييفيات إقامة خدمات الانترنت واستغلالها، الجريدة الرسمية، 26 أوت 1998، عدد 63، ص 5.

70. القانون 05-10، المؤرخ في 20 جوان 2005، يعدل ويتمم الامر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، والمترضمن القانون المدني المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية، 26 جوان 2005، عدد 64، ص 24.

رابعاً: المواقع الإلكترونية

71. www.Alukah.net/autur/0/4232.

72. <http://www.ingdgz.com/vb/showthread.php?t>.

73. www.it.sheikhmohammed.co.oe.

74. www.bct.gov.tn/bct/siteprod-a/arabe/relation/moyens.gcb.

75. www.tunisieclearing.com/tc/ar.

76. www.bank-of-algeria.dz.

77. www.new-media.tn/index.php/iten/1337.

78. www.startimes.com/?=25703327.

79. www.africanmanger.com.

80. www.alchourouk.com.

81. www.commerce.gov.tn/ar/187.11.

82. www.mo9ofom.com.

83. www.mptic.dz.

84. www.egov.ma.ma/ar/cardre/guridique-et-reglementaire.

85. <http://www.bkan.ma/wps/wcm/connect/resources/bill/eb8f2bo3cc442e8/noteinfofr4pdf?mod=agperes>.
86. [www.maroc.ma./ar/203](http://www.maroc.ma/ar/203).
87. www.bespress.com/economie/86477.html.
88. www.bespress.com/economie/298709.html.
89. www.anfapress.com.index/025050.
90. www.bcd.gov.tn/siteprod/arabe/page-argsp?id=60.

المراجع باللغة الأجنبية:

91. G.hermann , Developing Model E-commerce Law, speech at world E-conference, perth, western Australia,1999,p-p :8-9.

قائمة الجداول والأشكال

قائمة الجداول والأشكال

1. قائمة الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
25	الفرق بين الأنترنت و الأنترنت	(1-1)
76	عدد مستخدمي الأنترنت في تونس	(1-3)
80	تطور عدد البطاقات البنكية في تونس	(2-3)
81	تطور عدد العمليات التي أجريت بالبطاقات البنكية التونسية	(3-3)
81	تطور مؤشرات GAB في تونس	(4-3)
88	عدد مستخدمي الأنترنت في المغرب	(5-3)
95	المؤشرات المصرفية الإلكترونية للبطاقات الإلكترونية (الدفع)	(6-3)
96	المؤشرات المصرفية الإلكترونية GAB في المغرب	(7-3)
102	عدد مستخدمي الأنترنت في الجزائر	(8-3)
105	تطور عدد البطاقات البنكية في الجزائر	(9-3)
105	تطور مؤشرات الخدمات المصرفية GAB في الجزائر	(10-3)
106	تطور عدد العمليات التي تمت بالبطاقات البنكية في الجزائر	(11-3)

قائمة الجداول والأشكال

2. قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
05	طريقة البيع المباشر وأثره في تخفيض التكلفة.	(1-1)
15	أنواع التجارة الإلكترونية.	(2-1)
36	تطور حجم التجارة الإلكترونية خلال الفترة 2010-2015 (بليون دولار).	(3-1)
91	بطاقة My-card	(1-3)
92	بطاقة e-pay	(2-3)
92	بطاقة I-card	(3-3)
93	بطاقة e-shopping	(4-3)
93	بطاقة webpay	(5-3)
94	بطاقة e-Buy	(6-3)
95	بطاقة Oxygen	(7-3)
109	آليات عمل نظام ARTS	(8-3)

الفهرس

كلمة شكر

إهداء

أ..... مقدمة

الفصل الأول: أساسيات حول التجارة الإلكترونية

02..... تمهيد:

03..... المبحث الأول: لمحة حول التجارة الإلكترونية

03..... المطلب الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية:

05..... المطلب الثاني: فوائد ومعيقات التجارة الإلكترونية:

11..... المطلب الثالث: أنواع التجارة الإلكترونية

16..... المبحث الثاني: البنية التحتية للتجارة الإلكترونية

16..... المطلب الأول: البنية التحتية لأمن المعلومات:

18..... المطلب الثاني: البنية التحتية لشبكات الانترنت:

23..... المطلب الثالث: الأنترنت والإكسترانت:

30..... المبحث الثالث: مجالات ومراحل تنفيذ التجارة الإلكترونية:

30..... المطلب الأول: مجالات وأطراف التجارة الإلكترونية:

33..... المطلب الثاني: مراحل تنفيذ المعاملات التجارية:

34..... المطلب الثالث: تطور استخدام التجارة الإلكترونية في العالم:

37..... خلاصة الفصل:

الفهرس

الفصل الثاني: تحديات التجارة الإلكترونية

تمهيد:	39
المبحث الأول : وسائل ووسائط المعاملات المالية الإلكترونية	40
المطلب الأول : النقود الإلكترونية والشيكات الإلكترونية	40
المطلب الثاني : البطاقات الإلكترونية	43
المطلب الثالث : وسائل الدفع الإلكترونية	47
المبحث الثاني : أنظمة الدفع الإلكتروني	51
المطلب الأول : نظام التسوية الإجمالية الفورية RTGS	51
المطلب الثاني : المقاصة الإلكترونية	53
المطلب الثالث : نظام SWIFT والتحويلات المالية الإلكترونية	55
المبحث الثالث: التحديات القانونية للتجارة الإلكترونية	60
المطلب الأول: التشريعات الدولية المنظمة للتجارة الإلكترونية	60
المطلب الثاني : الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية	62
المطلب الثالث : الجرائم الإلكترونية	66
خلاصة الفصل:	70

الفصل الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الدول المغاربية

تمهيد:	72
المبحث الأول: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في تونس	73
المطلب الأول: نشأة التجارة الإلكترونية في تونس	73

الفهرس

76.....	المطلب الثاني: تحديات أنظمة الدفع الإلكتروني
82.....	المطلب الثالث: الإنجازات التونسية في مجال التجارة الإلكترونية و الاقتصاد الرقمي
86.....	المبحث الثاني: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في المغرب
86.....	المطلب الأول: نشأة التجارة الإلكترونية في المغرب:
88.....	المطلب الثاني: تحديات أنظمة الدفع الإلكتروني
96.....	المطلب الثالث: الإنجازات المغربية في مجال التجارة الإلكترونية والاقتصاد الرقمي:
100.....	المبحث الثالث: واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الجزائر
100.....	المطلب الأول: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر
102.....	المطلب الثاني: تحديات أنظمة الدفع الإلكتروني
111.....	المطلب الثالث: الإنجازات الجزائرية في مجال التجارة الإلكترونية والاقتصاد الرقمي
115.....	خلاصة الفصل
117.....	خاتمة
123.....	قائمة المصادر والمراجع
132.....	قائمة الجداول والأشكال
135.....	الفهرس

الملخص :

عرفت التجارة الإلكترونية منذ قرون عديدة من تطورات مختلفة، ولعل ما يميز هذا النشاط في عصر اليوم هو تعاضد دور التكنولوجيا والسعي إلى استفادة القسوى من فوائدها لممارسة نمط حديث من المبادلات يعرف بالتجارة الإلكترونية والتي برزت كأسلوب حديث لعرض السلع والخدمات وعقد الصفقات إلكترونيا، وقد استطاعت هذه التجارة أن تنتشر بصورة كبيرة في وقت قصير، وتزايدت أهميتها وحظيت بقبول عام كما أخذت مكانتها الدولية في العلاقات التجارية الدولية بأسرع مما كان متوقعا، فقد أصبحت التجارة الإلكترونية حقيقة واقعية ليس في البلدان المتقدمة فقط بل في جميع بقاع العالم.

رغم ما ذكر آنفا من توجهات متزايدة نحو التجارة الإلكترونية، إلا أن ذلك لا يمنع من القول بأن الأمر ينطوي على تحديات عديدة جعلت دول العالم لا تستفيد من التجارة الإلكترونية بنفس الدرجة، فتجربة تونس والمغرب والجزائر في تطبيق هذه التجارة لم تتحقق بعد النهضة والانطلاقة المرجوة ولا يزال اعتماد هذا النمط من المبادلات محتشما وفي مراحله الأولى فالدول المغاربية اتخذت مؤخرا إجراءات عدة في جميع ميادين بغية تدعيم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومسايرة التحولات التكنولوجية وتبني التجارة الإلكترونية، يحتاج إلى التركيز على العقبات المعرقة لانطلاق هذه التجارة في تونس والمغرب والجزائر فلا تجارة إلكترونية دون استراتيجيات وسياسات وطنية تغطي مسائل البناء التقني والتعليمي والتأهيلي والبناء المؤسساتي والقانوني.

الكلمات المفتاحية: التجارة الإلكترونية، البنية التحتية، تكنولوجيا المعلومات، وسائل الدفع، أنظمة الدفع.

Résumé:

Commerce connaissait plusieurs évolutions au cours de nombreux siècles, et peut-être la chose principale qui caractérise cette activité dans cette ère est l'augmentation du rôle de la technologie et la recherche de l'optimisation des avantages afin de créer un modèle moderne d'échanges connu comme : e-commerce – ce dernier est apparu comme une nouvelle méthode pour l'offre de biens et services et également pour faire des transactions électroniques ce commerce a réussi à se propager dans un temps très court son importance accrue et il a gagné une acceptation générale. En plus de cela, il a pris sa place internationale dans les relations commerciales internationales vite que prévu. Le commerce électronique est devenu une réalité, non seulement dans les pays développés, mais aussi partout dans le monde.

Malgré ce qui a été mentionné plus haut, cela ne pouvait vraiment empêcher de dire que nombreuses déficiences ne permettent pas au monde de profiter du commerce électronique de même degré. Et l'espérance algérienne dans ce domaine n'ont pas réalisé le nouveau souhaité encore et aussi l'adoption de ce modèle de change reste encore modeste et à ses premiers stades toutefois, cela ne signifie pas, ni la remise en cause les intentions ni la diminution des efforts, À titre d'exemple Tunisie et Maroc et l'Algérie a pris récemment plusieurs procédures dans tous les domaines afin de promouvoir l'utilisation de la technologie et des communications, et aussi pour se conformer aux changements technologiques et des communications, et aussi pour se conformer aux changements technologiques Mais pour suivre les progrès technologiques et l'adoption de l'e-commerce l'Algérie et Tunisie et Maroc a se concentrent sur des changements radicaux dans les divers domaines de surmonter les obstacles qui entravent le lancement de ce type de commerce en l'Algérie et Tunisie et Maroc car ils n'ya pas de commerce électronique sans des stratégies et politique nationale couvrant la technologie et la construction d'éducation ainsi que l'institutionnelle et juridique.

Les mots clés : Commerce électronique, infrastructure, technologie de l'information, moyen de paiement, système de paiement.