

فرع: علوم إقتصادية التخصص: إقتصاد و تسيير المؤسسات

مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر

المقومات الاساسية للتجارة الإلكترونية سبل تنميتها (حالة الجزائر)

إشراف الأستاذ : لحر عباس

إعداد الطالب : شوايانور

أعضاء المناقشة

الصفة	الاسم واللقب	الرتبة	عنوان
رئيسا	بن زيدان حاج	أستاذ تعليم العالي	عنوان مستغانم
مقررا	لحر عباس	أستاذ تعليم العالي	مستغانم
مناقشا	بوظراف الجيلالي	أستاذ محاضر	مستغانم

السنة الجامعية: 202/2019

الفهرس

4.....	المقدمة العامة
6.....	أسباب اختيار الموضوع:
6.....	ما هو واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وما هي سبل ومقومات تنميتها؟
7.....	فرضيات الدراسة

7	منهج الدراسة
7	الخطة المتبعة في الدراسة :
10	مقدمة
11	المبحث الأول : مدخل إلى التجارة الإلكترونية
12	المطلب الأول: ماهية التجارة الإلكترونية:
14	التمييز بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية
15	المطلب الثاني : المقومات الأساسية للتجارة الإلكترونية
16	عوامل نجاح التجارة الإلكترونية
17	المطلب الثالث : مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية
18	المبحث الثاني : آليات وسائل الدفع المعتمدة في التجارة الإلكترونية وتأمينها
19	المطلب الأول: أطراف و مراحل إبرام التجارة الإلكترونية
19	أطراف التجارة الإلكترونية
19	مراحل إبرام عقود التجارة الإلكترونية
19	المطلب الثاني : وسائل الدفع الإلكترونية
20	التسديد نقدا عند الاستلام.
20	الدفع باستخدام البطاقات البنكية.
20	الدفع باستخدام البطاقات البنكية الذكية.
20	الدفع باستخدام الشيكات الإلكترونية.
21	الدفع باستخدام النقود الإلكترونية.
21	المطلب الثالث : أمن المعاملات التجارية الإلكترونية
24	التشفير
25	التوقيع الإلكتروني
25	الشهادات الرقمية
25	نظام المعاملات الإلكترونية الآمنة
26	خلاصة الفصل
27	المبحث الأول : البنية التحتية للتجارة الإلكترونية الجزائرية
27	مقدمة الفصل
27	شبكة الانترنت
29	شبكات الهاتفية الثابتة والنقالة

31	المطلب الثاني :وضعية التجارة الالكترونية في الجزائر
31	نظرة عامة حول التجارة الالكترونية في الجزائر
32	شروط التجارة الإلكترونية في الجزائر
32	الممنوعات في التجارة الإلكترونية في الجزائر
32	ثانيا : تصنيفات التجارة الإلكترونية الجزائرية
33	التجارة الإلكترونية بين الشركات والمستهلكين
33	التجارة الإلكترونية بين الشركات
35	بعض موقعا لتجارة الإلكترونية الجزائرية
36	المطلب الثالث : الدفع الإلكتروني في الجزائر
37	الموزعات الآلية للنقود ونهايات الدفع الإلكتروني
37	البطاقات البنكية الدولية المستعملة في التجارة الإلكترونية
38	المبحث الثاني : معوقات التجارة الإلكترونية في الجزائر وسبل توسيعها
38	المطلب الأول: معوقات التجارة الإلكترونية في الجزائر
38	العوائق التقنية والتجارية
42	العوائق الاجتماعية والنفسية
43	العقبات التجارية
43	العقبات القانونية والتشريعية
44	المطلب الثاني: حلول وسبل توسيع استخدام التجارة الإلكترونية في الجزائر
47	خلاصة الفصل
48	الخاتمة
48	النتائج
51	المقترحات والتوصيات

فهرس الأشكال و الجداول

مناظير تعريف التجارة

13	الالكترونية
----	-------------

مناظير تعريف التجارة

24.....	الإلكترونية				
(الجزائر-2000)	احصائيات	مستخدمي	الانترنت	في	
29.....	2017)				
100	استعمالات	الانترنت	في	الجزائر	لكل
30.....	شخص				
الهاتفية	الكثافة				
.....	للمحمول				
	32....				

المقدمة العامة

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. إن امتلاك الثورة التكنولوجية للعديد من عناصر القوة مكانها من إحداث تعديلات جذرية في مناهج

وأنماط العمل في كل الميادين، لاسيما المجال التجاري الذي يعد من أكثر القطاعات استجابة للتقدم والابتكار التكنولوجي ومن أكثرها استخداما للتقنيات الحديثة والمتطورة، فقد شكلت هذه التكنولوجيات 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.

وقد أصبحت التجارة الإلكترونية النعمة السائدة في عالم اليوم، فقد ساهمت في جعل هذا العالم مجرد

قرية صغيرة وسوقا واحدا تتعادل فيه الفرص الممنوحة لكل الشركات على اختلاف أحجامها لاقتحام الأسواق العالمية وترويج البضائع والسلع بكل يسر وسهولة متخطين بذلك كل الحدود، وكذلك الحال بالنسبة للزبائن الذين أصبح بمقدورهم اقتناء احتياجاتهم بمجرد نقرة زر واحدة ودون الحاجة لمغادرة أماكنهم.

وإن المميزات العديدة التي يوفرها النوع الحديث من المبادلات التجارية التي تتم عبر وسيط إلكتروني ساهم في زيادة إدراك العديد من الدول لأهمية تبني التجارة الإلكترونية، فالحاجة إلى إدراك هذا النوع من التجارة لم يعد خيارا بل أصبح ضرورة حتمية تفرض وجودها على جميع الدول، ولكن درجة تطور هذه التجارة تختلف من بلد لآخر، فقد استجابت العديد من الدول لهذا النمط من المبادلات حسب أوضاعها وخصوصياتها، حيث برغم أن التجارة الإلكترونية بلغت حدود عالية في انتشارها لدى الدول الغربية وبعض الدول العربية التي بدأت تخطوا خطوات مهمة رغم تواضعها أن اعتماد هذه التجارة في الجزائر ما زال في مراحل الأولى، ولم يرقى بعد إلى ذلك المستوى الذي يمكن من اعتبارها كتقنية متطورة للتجارة، وبالتالي يتعرض الاقتصاد الجزائري إلى خلل كبير بسبب نقص هذه التجارة.

فالجزائر تواجه الكثير من العراقيل التي تحول دون توسع انتشار التجارة الإلكترونية، إلا أن إلقاء هذه التجارة لظلالها على كثير من الدول التي من بينها الجزائر وتحولها إلى واقع ملموس، أكد أن التجارة الإلكترونية صارت ضرورة ملحة لهذا البلد ومتطلبا تنمويا لتطوير قطاعاته الإنتاجية المحلية والتسويقية، وتوفير فرص واسعة لدفع نموه الاقتصادي ومساهمتها في التجارة الخارجية.

وهذا ما يفرض على الجزائر أن تسعى إلى تعظيم الاستفادة من هذه التجارة وتسريع عملية الانتقال نحوها من خلال تذليل العقبات التي تواجه تطبيقها، وتوفير كافة أسباب النجاح لها، والتي من بينها متطلبات البنى التحتية التكنولوجية والتشريعات المتعلقة بتطبيقها.

أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية موضوع التجارة الإلكترونية التي ظهرت حديثا في أدبيات الاقتصاد، والتي تعد إحدى سمات الاقتصاد الجديد الذي جاء كنتيجة لثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، حيث لا تزال العديد من الدراسات والنقاشات متواصلة بشأن التجارة الإلكترونية خاصة على مستوى الهيئات والمنظمات الإقليمية والعالمية، نظرا للعلاقة التي تربطها بالتنمية الاقتصادية الهادفة إلى تحقيق تنمية مستدامة، فالتجارة

الإلكترونية تلعب دورا فعالا في زيادة النمو الاقتصادي للدول وتعزيز تجارتها الخارجية والنهوض بالعديد من القطاعات المحلية، وتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وروح المقاومات لدى الشباب.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة على محاولة فهم موضوع التجارة الإلكترونية وواقعها في الجزائر بالإضافة إلى المعوقات التي تقف أمام نموها وتطورها، ويمكننا أن نذكر أهداف أخرى كالآتي:

- معرفة تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الممارسات التجارية المختلفة.
- التعرف على واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر.
- إيضاح أهمية التجارة الإلكترونية ومكانتها في العالم.
- المجهودات الأزمة لتشجيع وتأهيل المجتمعات لتصبح قادرة على التعامل مع التجارة الإلكترونية.
- الكشف عن أهم التحديات والعقبات التي تحول دون نمو وتطور التجارة الإلكترونية.

أسباب اختيار الموضوع:

نظرا لأهمية هذا الموضوع كانت لنا دوافع عديدة ومتنوعة في اختياره، ومن أبرز هذه الدوافع ، أهمية التجارة الإلكترونية التي جعلت السرعة من أهم الأسس المعتمدة في الممارسات التجارية وعقد الصفقات إلكترونيا، وساهمت في عالمية التبادل وأصبحت الأنشطة التجارية لا تقتصر على المجال المحلي وإنما اكتسبت الطابع العالمي، فتكنولوجيا الانترنت قلصت من الطرق التقليدية في المعاملات التجارية، واستحدثت أساليب عمل جديدة خاصة في ظل تطور طرق ووسائل الدفع الإلكتروني. إشكالية الدراسة تتركز مشكلة الدراسة في التعرف على مقومات التجارة الإلكترونية في الجزائر وسبل تطويرها، بالإضافة إل أهم المعوقات التي تقف أمامها، وباعتبار أن تساؤلات الدراسة تتضمن التوجه إلى لب المشكلة وذلك عن طريق وضع ما تسعى إليه الدراسة بصيغ استفهامية واضحة، فإن دراستنا هذه تتوجه للإجابة على الإشكالية الرئيسية التالية:

ما هو واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وما هي سبل ومقومات تنميتها ؟

وللإجابة عل هذه الإشكالية بشكل مفصل كان لابد من طرح مجموعة من الأسئلة الفرعية التالية:

- ماهي وضعية التجارة الإلكترونية في الجزائر؟
- ماهي المعوقات التي تقف أمام تنمية وتطور التجارة الإلكترونية في الجزائر ؟

- ما هي سبل توسيع استخدام التجارة الالكترونية في الجزائر ؟
فرضيات الدراسة :

وبغية الوقوف على واقع التجارة الالكترونية في الجزائر وسبل تنميتها، والإجابة على الإشكالية المطروحة، استوجب اقتراح وطرح مجموعة من الفرضيات كالآتي:

- تتمثل القاعدة الأساسية للتعاملات التجارية الالكترونية في البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

- تسعى الجزائر إلى مواكبة مختلف التطورات التكنولوجية لأنها تحتل موقعا ضعيفا في مجال التطبيقات التجارية الالكترونية.

- عدم توفر المقومات الأساسية وغياب الوعي الثقافي بأهمية التجارة الالكترونية جعل هذا النوع من الممارسات التجارية شبه غائب بالجزائر.

- تتوفر الجزائر على إمكانيات كبيرة لتطوير التجارة الالكترونية و الاستفادة من مزاياها غير أنها لم تتخذ الإجراءات والمتطلبات اللازمة لتوسيع انتشارها .

منهج الدراسة :

بناء أي بحث علمي أو دراسة يحتاج إلى منهج يستخدم كوسيلة تحدد للباحث مجالات البحث، وتسهل عملية الإجابة على الإشكالية المطروحة، والمناهج العلمية على اختلاف أنواعها تشكل الأساس في تغطية عناصر البحث، وللإلمام بالجوانب المختلفة للموضوع اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي، الذي يهدف إل توضيح أهم النتائج التي أفرزتها التجارة الالكترونية، مع دراسة كافة الجوانب المرتبطة بها ، وهذه تعتبر خطوة نحو فهم هذا النوع الجديد من الممارسات التجارية عبر الخط، والدراسات الوصفية لا تقتصر على جمع المعلومات وتحليلها وإنما تعتمد على تصنيف البيانات واستخلاص النتائج منها، بحيث يمكن إصدار تعميمات بشأنها.

الخطة المتبعة في الدراسة :

عن معالجتنا لهذا الموضوع قمنا بتقسيم الدراسة إلى فصلين:

الفصل الأول تم التطرق في هذا الفصل إلى المفاهيم المرتبطة بالتجارة الإلكترونية، حيث تم تقسيمه إل عدة مباحث ركزنا خلالها على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومن شبكة الإنترنت، باعتبارها البيئة الملائمة للتجارة الإلكترونية، مع إعطاء لمحة عن أهم استخدامات هذه التكنولوجيا من خدمات ومدى تأثيرها على النشاط التجاري، كما تم التطرق إلى المفاهيم الأساسية المرتبطة بالتجارة الإلكترونية التي اجتهد في وضعها الاقنصاديين والهيئات الدولية المتخصصة، بالإضافة إلى التطرق إلى إشكالات تطبيق التجارة الالكترونية و مزاياها وكذا وسائل الدفع الالكتروني المختلفة.

أما الفصل الثاني ف جاء حول واقع التجارة الالكترونية في الجزائر وسبل تنميتها وتطويرها، حيث تم التركيز على وضعية التجارة الالكترونية في الجزائر، مع تحليل بعض مؤشراتنا والتطرق كذلك إلى أهم المشاكل التي تجابه هذا النوع من التجارة.

مقدمة:

تعرف التجارة الإلكترونية على أنها القدرة على الشراء والبيع بواسطة الكمبيوتر و الهاتف، بدرجات متفاوتة من التطور والتطوير من قبل الشركات لعدة عقود الآن، إما من خلال تبادل البيانات الإلكترونية أو عبر الإنترنت، وبحسب دراسة نشرتها شركة Forrester Research الأمريكية ، فإن التبادلات الإلكترونية بين الشركات الأمريكية (B2B) قدرت بنحو 8 مليارات دولار عام 1997 ، وسترثف إلى 327 مليار في عام 2002 ، بزيادة قدرها 40 في خمس سنوات، وعلى الرغم من أن هذه الأنواع من التقديرات تختلف اختلافاً كبيراً وفقاً لشركات الأبحاث، إلا أن الظاهرة كبيرة والحجم لدرجة أن الظاهرة يمكن أن تكون حقيقية فقط، كما أشارت التقديرات من قبل إلى أنه في عام 2005 ، ستتجاوز التجارة الإلكترونية في الولايات المتحدة التجارة التقليدية من حيث الحجم وستمثل ، في عام 2008 ، 65٪ من جميع المعاملات التجارية.

فالمجتمع البشري يشهد تغييرات وتحولات كبيرة نتيجة التقدم التقني وظهور ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، التي أحدثت نقلة نوعية في المناخ الاقتصادي العالمي و ثورة حقيقية في مجالات التجارة التعليم العمل غيرها، فشبكة الإنترنت أصبحت بمثابة موسوعة علمية تقدم خدماتها المتنوعة لكافة المستخدمين عبر أنحاء العالم و في كل المجالات كالأبحاث العلمية و مجال الأعمال، حيث أثرت على جميع النشاطات والقطاعات الاقتصادية وأحدثت الكثير من التغييرات في المفاهيم الاقتصادية، وعلى اعتبار أن التجارة هي غاية كل نشاط اقتصادي، فكان لزاماً أن تسير الممارسات التجارية التطورات التكنولوجية الحاصلة، وكانت النتيجة ظهور نوع جديد من الممارسات التجارية يعرف بالتجارة الإلكترونية.

وقد أصبحت التجارة الإلكترونية النغمة السائدة في عالم اليوم، فقد ساهمت في جعل هذا العالم مجرد قرية صغيرة وسوقاً واحداً تتعادل فيه الفرص الممنوحة لكل الشركات على اختلاف أحجامها لاقتحام الأسواق العالمية وترويج البضائع والسلع بكل يسر وسهولة متخطين بذلك كل الحدود، وكذلك الحال بالنسبة للزبائن الذين أصبح بمقدورهم اقتناء احتياجاتهم بمجرد نقرة زر واحدة ودون الحاجة لمغادرة أماكنهم.

وإن المميزات العديدة التي يوفّرها النوع الحديث من المبادلات التجارية التي تتم عبر وسيط إلكتروني ساهم في زيادة إدراك العديد من الدول لأهمية تبني التجارة الإلكترونية، فالحاجة إلى إدراك هذا النوع من التجارة لم يعد خياراً بل أصبح ضرورة حتمية تفرض وجودها على جميع الدول، ولكن درجة تطور هذه التجارة تختلف من بلد لآخر، فقد استجابت العديد من الدول لهذا النمط من المبادلات بحسب أوضاعها وخصوصياتها، حيث برغم أن التجارة الإلكترونية بلغت حدود عالية في انتشارها لدول الغربية وبعض الدول العربية التي بدأت تخطوا خطوات مهمة رغم تواضعها، إلا أن اعتماد هذه التجارة في الجزائر ما زال

في مراحلہ الأولى، ولم یرقی بعد إلى ذلك المستوى الذي يمكن اعتبارها كتقنية متطورة للتجارة، وبالتالي يتعرض الاقتصاد الجزائري إلى خلل كبير بسبب نقص هذالتجارة. فالجزائر تواجه الكثير من العراقيل التي تَحُول دون توسع انتشار التجارة الإلكترونية، إلا أن إبقاء هذالتجارة لظلالها على كثير من الدول التي من بينها الجزائر وتحولها إلى واقع ملموس، أكد أنالتجارة الإلكترونية صارت ضرورة ملحة لهذا البلد ومتطلبا تنمويا لتطوير قطاعاته الإنتاجية المحلية والتسويقية، وتوفير فرص واسعة لدفع نموه الاقتصادي ومساهمته في التجارة الخارجية، وهذا مايفرض على الجزائر أن تسعى إلى تعظيم الاستفادة من هذه التجارة وتسريع عملية الانتقال نحوها منخلال تذليل العقبات التي تواجه تطبيقها، وتوفير كافة أسباب النجاح لها، والتي من بينها متطلبات البنية التحتية التكنولوجية والتشريعات المتعلقة بتطبيقها.

المبحث الأول : مدخل إلى التجارة الالكترونية

فتحت التجارة الالكترونية أفقا جديدة للتعاملات التجارية الدولية، حيث تعود البدايات الأولى لظهور هذا النشاط التجاري إلى الستينات وكانت تعرف باسم التبادل الإلكتروني للبيانات، واقتصرت في البداية على تبادل بيانات البيع والشراء بين بعض المؤسسات الكبيرة على شبكات خاصة، وفي أواخر القرن العشرين أصبحت الانترنت وسيلة من وسائل التجارة

الإلكترونية وعوضت بذلك نظام التبادل الإلكتروني للبيانات المستعملة من طرف المؤسسات، وقد أُناحت الانترنت لطرفي العقد التقابل وجها لوجه بالصوت والصورة رغم تباعد المسافات بينهما.

المطلب الأول: ماهية التجارة الإلكترونية:

ومن خلال البيانات المنشورة فإن التجارة الإلكترونية تنمو بسرعة فائقة وتزايد يوماً بعد يوم، وفي كل الأحوال فإن الدراسات الخاصة بمستقبل التجارة الإلكترونية تشير إلى أنها ستستحوذ على 70% من حجم التجارة الدولية، وذلك بعد نمو تقنيات الحركات المالية وتطورها وتطور المعرفة التقنية لاستخدامات الانترنت والقوانين المتعلقة بالمعاملات الإلكترونية.

في فرنسا مثلاً ارتفع عدد مواقع التجارة الإلكترونية من 7500 موقع سنة 2004 إلى 17500 موقع خلال سنة 2006، وبلغ حجم التجارة الإلكترونية 11.9 مليار يورو بعد أن كانت هذه النسبة لا تتجاوز 5.7 مليار يورو سنة 2004، وتوقع المشاركون في المؤتمر الأول للتجارة الإلكترونية في الشرق الأوسط في ديسمبر 2013، الذي نظّمته غرفة تجارة وصناعة دبي، أن ينمو حجم التجارة الإلكترونية عالمياً ليلبغ نحو 1.4 تريليون دولار في عام 2015، بعد أن بلغ 1.2 تريليون دولار في عام 2012، كما أن إجمالي إيرادات الولايات المتحدة الأمريكية من مبيعات التجارة الإلكترونية بلغ 5,4 تريليون دولار سنة 2012 وهذه القيمة تشكل أكثر من 18% من إجمالي الإيرادات، وتشير الإحصائيات إلى أن التجارة الإلكترونية بين الشركات والزبائن (B2C) من المتوقع أن تتضاعف من 2,1 تريليون دولار سنة 2012 إلى 2,4 تريليون دولار بحلول 2018.

لقد صيغت تعريفات كثيرة في التجارة الإلكترونية سواء من قبل المشرع الدولي أو الفقه القانوني، ومن التعريفات التي جاءت في هذا الشأن ما ورد بالمشروع النموذجي لقانون التجارة الإلكترونية الموحد الصادر عن لجنة القانون التجاري الدولي في الأمم المتحدة، حيث عرف تبادل المعلومات الإلكترونية وليس التجارة الإلكترونية، وعرف هذا التبادل بأنه: «النقل الإلكتروني بين جهازين للكمبيوتر للبيانات باستخدام نظام متفق عليه لإعداد المعلومات» وقيل أن هذا التعريف ينصرف إلى كل استعمالات المعلومات الإلكترونية بما فيها التجارة الإلكترونية ذاتها، وعليه فإن هذا المشروع عرف وسائل التجارة الإلكترونية دون أن يعرف التجارة الإلكترونية ذاتها.

وتعرف التجارة الإلكترونية بأنها بيع وشراء سلع وخدمات من طرف المؤسسات أو الأفراد، بالاعتماد على الشبكة المعلوماتية، والتجارة الإلكترونية هي نتاج ثورة المعلومات والاتصالات. تتضمن تبادل المعلومات التجارية عبر مواقع الشبكات العالمية للمنتجات

والسلع والخدمات والتجول وإبرام عقد الشراء والبيع للمعروضات على المواقع مع إجراء التحويلات المالية الإلكترونية بين حسابات العملاء.

وقد عرف البعض التجارة الإلكترونية بأنها " المعاملات التجارية التي تتم مقبلاً لأفراد الهيئات التي تعتمد على معالجة ونقل البيانات الرقمية، بما فيها الصوت والصورة من خلال شبكات مفتوحة مثلًا للانترنت أو مغلقة، والتي تسمح بالدخول إلى الشبكات المفتوحة ".

أما بالنسبة للمنظمة العالمية للتجارة تعرفها على أنها مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات وتأسيس الروابط التجارية وتوزيع وتسويق بيع المنتجات بوسائل إلكترونية.

ومن هنا نستخلص أن التجارة الإلكترونية تنقسم إلى شقين وهما:

- الشق التجاري ويشمل تبادل السلع والخدمات بين المتعاملين الاقتصاديين سواء كانوا مؤسسات، أفراد، حكومات.
- الشق الإلكتروني ويتمثل في الوسائط والأساليب الإلكترونية مثل شبكة الانترنت وغيرها من وسائل الاتصال الحديثة.

الجدول رقم 01 : مناظير تعريف التجارة الإلكترونية

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

- بعد هذا العرض الوارد بشأن التجارة الإلكترونية يمكننا استنتاجاً يلي:¹
- إن الركيزة الأساسية للتجارة الإلكترونية تتجلى في فكرة النشاط التجاري، فهي وأولاً وقبل كل شيء التجارة، والشبكة الإلكترونية ونية ما هي إلا وسيلة اتصالات.
 - اعتماد التجارة الإلكترونية على تكنولوجيا المعلومات وشبكة الاتصالات وعلماً أنها شبكة الإنترنت مأمومة مختلف نشاطاتها وعملياتها.
 - عدم اقتصر التجارة الإلكترونية على عمليات بيع وشراء السلع والخدمات فقط بل شمولها كل عمليات بيع وشراء المعلومات نفسها.
 - تحطيم التجارة الإلكترونية لكل القيود الزمانية والمكانية المعروفة لحرارة التعاملات التجارية وعدم بقائها حبيسة مكاناً أو بلد معين.
 - تشمل التجارة الإلكترونية ثلاثة أنواع من المتعاملين: المؤسسات، الأفراد، الحكومة.
- التمييز بين التجارة الإلكترونية و التجارة التقليدية : 2**
- لكي يتضح أكثر فأكثر مفهوم التجارة الإلكترونية ونية لإزالة الغموض حولها لابد من التعرف على الفرق الجوهرية بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية فالجارية الإلكترونية ونية ليسنوا عاواحد بل هنا كأشكال ودرجات مختلفة منها، وتختلف هذه الأشكال تبعاً لدرجة تقنية المنتج وتقنية العملية وتقنية الوسيط، وعلماً الأساس يمكننا تقسيم التجارة إلى ثلاث أنواع:

- 1- تجارة إلكترونية بحتة خاصة:**
وتعني أن الزبون يزور موقع الشركة علماً بالانترنت، فعند اختيار السلعة المناسبة يقوم بمبملء استمارة الطلب من خلال جهاز الكمبيوتر أو بيعتها بالبائع ويسوي مدفعااته النقدية إلكترونياً، كما أن التسليم يكون فوراً عبر الانترنت
- 2- تجارة تقليدية بحتة:** عندما يكون الوسيط ملموساً والسلعة ملموسة وكذلك العملية ملموسة، مثل التوجه إلى المتجر لاقتناء الاحتياجات والمتطلبات كالمواد الغذائية والألبسة
- 3- تجارة إلكترونية جزئية:**
هيمز يجيبنا التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية، حيث أن أحد العوامل الثلاثة رقمياً والباقي ملموس، مثل شراء كتاب من موقع شركة علماً بالانترنت،

¹- جار ي شنايدر، " التجارة الإلكترونية"، تعريب سرور علي إبراهيم، دار المريخ للنشر، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2006.
²السيد أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية والعولمة، ص181

أيأنالعملياتتتمإنجازهاإلكترونياًبينماالتسليميكونمادياًأبأسلوبالتجارةالتقليديةاوهذاعنطريقإرسال الشركةللكتابعبرالبريدالعادي.

وتتطلب التجارة الإلكترونية عمليات بشكل جديد، وتستدعي كذلك استعمال طريقة جديدة لإدارة هذه الأعمال، فمثلاً Amazon.com موقع بيع الكتب موجودة في سيائل بالولايات المتحدة الأمريكية حيث أن المؤسسة لا تملك أي مخزون وهي تباع كتبها من خلال الانترنت، وتنظم عمليات التسليم مباشرة مع الناشرين، وفي المقابل فإنها لا تقوم بأي جرد، فالعمليات التجارية تتم بصورة تلقائية من خلال الشبكة المعلوماتية ومن هنا نجد أن التجارة الإلكترونية تتميز بعدة خصائص أهمها ما يلي:

- التعامل عن بعد وعدم وجود أي علاقة مباشرة بين أطراف العملية؛
- لا توجد وثائق ورقية متبادلة في إجراء وتنفيذ المعاملات؛
- إمكانية إرسال الرسالة الإلكترونية إلى عدد لا نهائي من المتقبلين وفي نفس الوقت؛
- إمكانية تنفيذ كل مكونات العملية التجارية بما فيها السلع الغير مادية على الشبكة؛
- إمكانية التحديد الدقيق لأطراف العملية التجارية وموثوقية المعلومات حول ذلك؛
- إمكانية تنفيذ العمليات المادية بأمانة وموثوقية، والوصول إلى أفضل وضع ملائم للتكلفة معالمواصفات؛
- السرعة في الأداء وتقليل الهدر في عمليات التنفيذ وبالتالي تخفيض التكلفة المضافة؛
- إمكانية تحقيق الثقة الكاملة نسبياً بين الأطراف المتعاملة لوجود طرف ثالث ذي خبرة عالية؛
- تحقيق قيمة مضافة من خلال تحسين مواصفات الإنتاج وتهيئة تجمع واقعي للإعلان والتسويق.

ومن خلال البيانات المنشورة فإن التجارة الإلكترونية تنمو بسرعة فائقة وتتزايد يوماً بعد يوم، وفي كل الأحوال فإن الدراسات الخاصة بمستقبل التجارة الإلكترونية تشير إلى أنها ستستحوذ على 70% من حجم التجارة الدولية، وذلك بعد نمو تقنيات الحركات المالية وتطورها وتطور المعرفة التقنية لاستخدامات الانترنت والقوانين المتعلقة بالمعاملات الإلكترونية.

المطلب الثاني : المقومات الأساسية للتجارة الإلكترونية³

شهد العالم في السنوات الأخيرة تطوراً هائلاً في ميدان التجارة الإلكترونية التي صارت تنافس التجارة التقليدية من حيث حجم التعاملات ونسبة النمو التي تعرف ارتفاعاً كبيراً، جاء هذا التطور نتيجة لتوفر بنى تحتية توافقت التعامل بالتجارة الإلكترونية،

³ أحمد محمد غنيم، الإدارة الإلكترونية، آفاق الحاضر وتطلعات المستقبل، ص 327

ومن أهم مقومات التجارة الإلكترونية هي الخدمات اللوجستية المتمثلة أساسا في النقل والتخزين والتغليف والشحن والتوصيل والتسليم. ومن هذا المنطلق جاءت دراستنا لتسليط الضوء على واقع التجارة الإلكترونية والخدمات اللوجستية بهدف النهوض بقطاع التجارة الإلكترونية في الجزائر، ولقد توصلت الدراسة الى أن تأخر الجزائر في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال وكذا تطبيق التجارة الإلكترونية سببه الرئيسي هو فشل مشروع الجزائر الإلكترونية وعدم وجود رؤية واضحة في هذا المجال، إضافة الى عدم وجود تنسيق وتضافر الجهود ما بين الوزارات المعنية، وان سوقي البريد والنقل في الجزائر برغم من الامكانيات والامتيازات التي يحظيان بها كأرضية للتجارة الإلكترونية إلا انهما يعنيان من وجود الفوضى التي تسببها السوق الموازية، لاسيما قطاع النقل الذي يفنقر الى سلطة ضبط. ولقد أوصت هذه الدراسة الى الاسراع في تنفيذ مشروع الجزائر الإلكترونية والعمل على اقحام جميع الوزارات في تنفيذ هذا المشروع وسن قانون مستقل خاص بالتجارة الإلكترونية وتشجيع المؤسسات على الاستثمار في مجال النقل والبريد والعمل على القضاء على السوق الموازية، وخلق سلطة ضبط خاصة بالنقل.

أولاً: عوامل نجاح التجارة الإلكترونية

1-1 توفير الجودة العالية :

يمكن تحقيق الجودة العالية عن طريق نظام الفاعلية والذي يقوم وفقا لمواصلة تحسين نظام الجودة. فيجب أن يكون نظام الجودة في مستوى مقبول فيجب التحقق وتطوير النظام من وقت لآخر. يعتبر مقياس مدى رضا المستهلكين أداة لتطوير النظام وتعتبر نتائج هذا المقياس نظام لرد الفعل. يجب أن يكون نظام رد الفعل غير متصل بتغييرات نظام المدخلات ويجب اتخاذ أي فعل لتصحيح الأخطاء. تعتبر هذه الرحلة هي عملية متواصلة للإصلاح من جودة المنتجات.

1-2 نظام تسعير المنتجات :

إن فرض الأسعار على المستهلكين أو الزبائن له تأثير مباشر على نجاح مشروعك. يعتبر تسعير المنتجات أمرا معقدا للغاية يقوم على العديد من القواعد، لكنه الغاية الأساسية منه بالطبع هو أن يغطي جميع التكاليف ويضيف ربحا في النهاية على صاحب العمل. هناك العديد من العوامل التي تعتمد عليها عملية التسعير مثل حجم الطلب على المنتج، حجم المنافسة بين الشركات على هذا القطاع، وأيضا السعر المأمول من قبل العملاء المحتملين. هناك خطوة هامة جدا قبل تحديد السعر وهي استطلاع آراء العملاء المحتملين وتقصي توقعاتهم بالنسبة لسعر المنتج. قد يساعد هذا في الوصول إلى سعر مرضي للعملاء.

1-3 التسويق:

إن تعلم كيفية تسويق منتجك بالتأكيد سوف يساعدك في نمو حركة مبيعات المتجر الخاص بك. عند تملكك لكيفية بيع المنتج عن طريق الإنترنت سوف تمنح فرصة لنجاح مشروعك.

ستحتاج لتجرب بأفكار تسويقية مختلفة لفهم جمهورك المستهدف وتسويق منتجك لهم. أهم طريق لبيع منتجك هو إرسال بريد إلكتروني لهم بعد شرائهم بيوم من متجرك. وذلك سيساعدك في تسجيل ويشجع المستهلكين في الشراء من متجرك مرة أخرى. يمكنك أيضا تقديم تخفيض دائم للمستهلكين المتكررين. سيساعدك هذا في الحفاظ على العملاء المهمين. يمكنك لدعاية مشروعك أن تكتب مقالات في مدونتك وتضع رابطا لمشروعك في هذا المقال.

4-1 الشحن:

سرعة الوصول للعميل ودقة المواعيد والحفاظ على جودة المنتج أثناء عملية النقل، كلها معايير هامة جدا يجب مراعاتها أثناء القيام بعملية الشحن. بعض المواقع الإلكترونية تتولى عملية الشحن بنفسها لتتأكد من⁴ جودة الخدمة ولتتقصى مستوى رضا العملاء من جودة الخدمة بكاملها، بينما تتجه مواقع أخرى إلى ترك العملية برمتها إلى شركات متخصصة في عملية الشحن. ربما يعد ذلك خيارا أفضل للشركات الصغيرة والناشئة، بينما المواقع الكبرى تفضل أن تقوم بالتوصيل بنفسها.

5-1 خدمة العملاء :

تعتبر خدمة العملاء الجيدة من أساسيات جلب المستهلكين إليك مجددا وتوديعهم وهم سعداء. سعداء بشكل كافي لتجعلهم يتركوا رد فعل إيجابي عن مشروعك للآخرين الذين سوف يجربون منتجك أو خدمتك وبالتالي يصبحوا مستهلكين متكررين. أول قانون لخدمة عملاء جيدة الرد على هاتف محمول المشروع. والثاني أن لا تواعد إلا اذا وفيت. والثالث استمع دائما لآراء المستهلكين.

6-1 وسيلة أخرى ممتازة جدا لقياس جودة الخدمة هي استئذان العملاء في الإجابة على تقييم بسيط يحتوي على بعض الأسئلة المتعلقة بالعملية كلها. يمكن القيام بذلك من خلال الموقع الإلكتروني على الإنترنت أو منشور ورقي أو تنظيم مناقشة جماعية مصغرة. راجع كل الإطراءات المقدمة، تحقق من أسباب الشكاوى، وحاول استخلاص أفكار مفيدة من كل التعليقات والإجابات المقدمة لتساعدك في تطوير العمل.

المطلب الثالث : مزايا و عيوب التجارة الإلكترونية :

أصبحت أسواق العالم بين يدي العميل بكل منتجاتها وخدماتها المعروضة مع كل تفاصيلها و مواصفاتها ، وللعامل أن يختار بينها بكل حرية مما يعطيه فرصة للمفاضلة بين هذه السلع والخدمات. 5، والتجارة الإلكترونية لها مزايا و عيوب من حيث التكاليف والتطبيق والمنافسة بالإضافة إلى المسائل الحكومية واستراتيجيات الإدارة والجوانب التنظيمية، ومن بين مزايا التجارة الإلكترونية ما يلي:

⁴- طارق طه، "التسويق والتجارة الإلكترونية"، دار الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2010.

⁵- طارق طه، "التسويق والتجارة الإلكترونية"، دار الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2010.

- تكاليف أقل للعمليات، أعمال ورقية أقل (الطلبات، الفواتير، خدمة العميل... الخ)؛
 - تغذية مرتدة أكثر للعميل مع فرص أكثر لإشباع احتياجات العملاء؛
 - رصد أفضل لإشباع حاجات المستهلك وأسواق جديدة مكونة من عملاء جدد؛
 - اتصالات مبسطة، تسهيل الأعمال مع قاعدة العملاء القائمة؛
 - القدرة على تهيئة أنشطة الأعمال وحلول للعملاء الكبار مع تعزيز صورة المؤسسة؛
 - خلق قيمة للأعمال باستخدام التجميع والتنظيم والاختيار والتصنيع والتشكيل والتوزيع.
- وبالإضافة إلى هذه المزايا هناك تحديات تواجه قطاع التجارة الإلكترونية والتي ينبغي أخذها بعين الاعتبار، خاصة بالنسبة للمؤسسات التي دخلت في هذا المجال وهذا النوع من الممارسات التجارية، ومن أهم المصاعب المتعلقة بالتجارة الإلكترونية نذكر ما يلي:
- إشكالية الأمن المعلوماتي وتأمين عمليات الشراء الإلكتروني ضد مخاطر الاحتيال عبر الشبكة؛
 - عيوب البنية التحتية للاتصالات وشبكة الانترنت التي تتوفر على بعض النقص التي تعيق نقل البيانات والمعلومات في الزمن الواقعي؛
 - الاكتظاظ في ساعات الذروة وانسداد الخطوط وانعدام وجود ضمان الخدمة؛
 - عيوب أرقام بطاقات الائتمان الخاصة، وكذا مخاطر استخدام أسلوب الدفع الإلكتروني؛
 - احتمال أن تكون وسائل السداد الإلكتروني غير كافية والأمن الضعيف وأدلة الإثبات غير كافية؛
 - إمكانية تسويق سلع غير أصلية أو مزيفة على الشبكة دون أدنى حماية للمستهلك؛
 - صعوبة توليد الثقة بين البائع والمشتري، منشآت الأعمال والعملاء لعدم وجود اتصال شخصي؛
- فالأنظمة الشبكية المعلوماتية يجب أن تكون معدة من أجل تحمل وصل أو ربط 24/24 ساعة، وخلال كافة أيام الأسبوع، فالطلبات على المنتج أو الخدمة يمكن أن تسجل في أي وقت وانطلاقاً من أي نقطة في العالم.

المبحث الثاني: آليات ووسائل الدفع المعتمدة في التجارة الإلكترونية و تأمينها

ان التجارة الإلكترونية مثلها مثل التجارة العادية تسير وفق آليات و ضوابط لتحقيق تبادل إلكتروني متوازن و ضمان حقوق كل من البائع و المشتري ،فالبائع يستعمل وسائل و آليات كالإشهار و الترويج تحقق له أكبر المبيعات و الأرباح ،كما أن المشتري يجب عليه التسديد مقابل استلام البضائع باستعمال أدوات دفع حديثة تتماشى مع عصر الأنترنت و التعاملات الرقمية ،الا أنه من نتائج التعاملات عبر الأنترنت ظهور وسائل غش و احتيال تتجاوز حدود الدول ،وتعرض المعلومات المتنقلة عبر الشبكة الى التنصت و التخريب ،الا أنه بفضل

التكنولوجيا الحديثة تم تطوير مجموعة من البرامج و التقنيات الي تساهم في التخلص من مشكلة سرية وأمن المعاملات الالكترونية و تزرع الثقة في نفوس الناس و تشجعهم على الشراء عبر الأنترنت.

المطلب الأول: أطراف ومراحل إبرام التجارة الالكترونية:6

إن التجارة الالكترونية هي احد أشكال التعامل الذي يجري الكترونيا بين ثلاث أطراف أساسية ليتصلون ماديا فيما بينهم، ويمر إبرام أي صفقة من صفقات التجارة الالكترونية بين هاته الأطراف بمجموعة من المراحل بدءا بعرض المنتجات و انتهاء بتسليمها.

أولا: أطراف التجارة الالكترونية:

ان الأطراف الثلاثة للتجارة الالكترونية هي نفسها أطراف التجارة التقليدية و المتمثلة في المستهلك و البائع و البنك.

ثانيا :مراحل إبرام عقود التجارة الالكترونية :

ظهور التجارة الالكترونية كبديل للتجارة التقليدية استوجب ضرورة استعمال أدوات جديدة تنظيم وتسيير التعاملات الرقمية ، ومن هاته الأدوات العقود الادارية ، والتي هي عبارة عن كل عقد يخص السلع و الخدمات يتم بين طرفين عن بعد ، ولكي تتم هذه العقود لابد من المرور بخطوات أو مراحل أساسية تتمثل في:

- ✓ مرحلة العرض والطلب
- ✓ مرحلة الطلب ' القبول' و الدفع
- ✓ مرحلة التنفيذ ' التسليم'

المطلب الثاني : وسائل الدفع الالكترونية:

على ضوء التغيرات العالمية التي شهدتها عصرنا الحالي و مع تطور الأساليب التكنولوجية الحديثة المستخدمة في كافة مجالات حياتنا ، اتسع نطاق التجارة الالكترونية و استحدثت وسائلها ، حيث تطورت النقود وظهرت النقود الالكترونية وهي عبارة عن مجموعة من البروتوكولات و التواقيع الرقمية التي تتيح للرسالة الالكترونية أن تحل فعليا محل تبادل العملات التقليدية ، فالنقود الرقمية هي المكافئ الالكتروني للنقود التقليدية، وهي تتعامل بشكل جديد مناسب تماما لمعاملات التجارة الالكترونية، حيث أخذت الأساليب التقليدية للدفع تتراجع أمام نمو و انتشار النظام الالكتروني للدفع و تصنف وسائل الدفع الالكتروني بالاعتماد على توقيت الدفع ضمن عدة أنظمة للدفع.

إن تطبيقات التجارة الالكترونية يتطلب إيجاد مناخ ملائم يراعي تطوير البيئة القانونية التي تسهل وتعترف بالعمليات الإلكترونية وتضعها في محل التنفيذ، وتضعها في محل التنفيذ،

⁶نضال إسماعيل برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة والتوزيع، الأردن، 2005، ص132.

حيث تعد قضايا الاعتراف بالوثائق الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني و الدفع الإلكتروني واحدة من أهم القضايا الواجب الالتزام بها^[7]، وتتضمن عمليات الدفع الإلكتروني المستخدمة في مجال التجارة الإلكترونية عدة وسائل وأدوات وتقنيات وبرامج تسمح بإجراء التحويلات المالية، ومن ضمن هذه الوسائل ما يلي^[8]:

• التسديد نقدا عند الاستلام.

يعتبر هذا الأسلوب من الأساليب الأولى التي اعتمدت في أولى بدايات ظهور التجارة الإلكترونية، حيث كان الموقع التجاري يظهر كل المعلومات المتعلقة بالسلع المعروضة للبيع من خلال عمليات التسويق الإلكتروني، وما على الزبون إلى اختيار السلعة المراد شراءها مباشرة على شبكة الانترنت، أما عملية التسديد فتتم نقدا عند استلام السلعة.

• الدفع باستخدام البطاقات البنكية.

وتسمى كذلك بالنقود البلاستيكية ويستطيع حاملها استخدامها في شراء معظم حاجياته أو أداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات عبر الانترنت، بالإضافة إلى إمكانية حصوله على النقد من خلال آلات الصرف الذاتي، ويمكن استخدام البطاقات البنكية^[9] للدفع في الأسواق التقليدية التي تستعمل أنظمة الدفع الإلكتروني، كما أن هذه البطاقة يمكن تثبيتها على الكمبيوتر الشخصي أو تكون قرصا مرنا يسمح بنقل القيمة المالية و{راء التحويلات المالية عبر شبكة الانترنت باستخدام برامج معينة.

• الدفع باستخدام البطاقات البنكية الذكية.

تشبه هذه البطاقات الحاسب المتنقل لكونها تحتوي فعلا على سجل بالبيانات والأرصدة القائمة لصاحب البطاقة وحدود المصروفات المالية، فضلا عن البيانات الشخصية والرقم السري لصاحب البطاقة، وتعد هذه البطاقة الجديدة من البطاقات التي يختار الزبون طريقة التعامل بها سواء كان التعامل عن طريق الدفع أو الائتمان، حيث يتيح هذا النظام لأجهزة قراءة البطاقات التي توضع في المواقع التجارية التدقيق في تفاصيل الحسابات المالية لأصحابها، وتلعب هذه البطاقات دور هام في تأمين إجراءات التحويلات المالية الإلكترونية كونها تعتمد على تكنولوجيا شديدة التعقيد تصعب من عمليات التزوير والاحتيال.

• الدفع باستخدام الشيكات الإلكترونية.

7. رأفت رضوان، عالم لتجارة الإلكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 1999، ص. 56.
8. نوفل حديد، تكنولوجيا الانترنت وتأهيل المؤسسة للاندماج في الاقتصاد العالمي، رسالة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة الجزائر 2007/2006، ص ص 142- 143.
9. تنقسم البطاقات البنكية إلى ثلاثة أنواع وهي: **بطاقات الدفع**: تعتمد على وجود أرصدة فعلية للزبون لدى البنك مثل Visa debitcard، و**بطاقات الائتمان**: وتصدرها المصارف في حدود مبالغ معينة، ولا يتم إصدارها إلى بعد دراسة جيدة للحالة المالية للزبون، حيث يتم استخدامها أداة ضمان مثل Mastercard، و**بطاقات الصرف**: التي تختلف عن بطاقات الائتمان في أن السداد يجب أن يتم بالكامل من قبل الزبون للبنك خلال الشهر الذي تم فيه السحب.

لقد توجت أبحاث وجهود هيئة الشيكات الالكترونية بإصدار الشيك الالكتروني لاستخدامه في مجال التجارة الالكترونية، فلقد جرى تطوير استخدام الشيكات التقليدية إلى نظام الشيكات الالكترونية، وأهم نظامين يتم اعتمادهما حالياً للشيكات الالكترونية هما نظام FSTC^[10] ونظام CyberCash^[11] والشيك الالكتروني هو مكافئ للشيكات الورقية الالكترونية، وهو عبارة عن رسالة الكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى المستلم ويقوم بمهمته كوثيقة تعهد بالدفع ويحمل توقيعاً رقمياً، كما يمكن التأكد من صحته إلكترونياً، وهو يختلف عن التوقيع العادي المكتوب باليد، حيث يتضمن ملفاً إلكترونياً آمناً يحتوي على معلومات خاصة بمحرر الشيك مثل قيمة الشيك، تاريخ صرفه، المستفيد منه.

• الدفع باستخدام النقود الإلكترونية.

النقود الالكترونية^[12] هي مجموعة من البروتوكولات والتوقيعات الرقمية التي تتيح للرسالة الالكترونية أن تحل فعلياً محل تبادل العملات التقليدية، وعليه فإن النقود الالكترونية هي المكافئ الإلكتروني للنقود التقليدية، ويخص هذا النوع من النقود المعاملات المصغرة، حيث يستعمل لسداد المشتريات صغيرة القيمة، وتشتترط عند المعاملة وجود ثلاثة أطراف: البائع، المشتري، البنك الإلكتروني، وينبغي أن يتوفر لكل طرف برنامج النقود الالكترونية نفسه ومنفذ إلى شبكة الانترنت، كما يجب أن يكون للبائع والمشتري حساب بنكي لدى البنك الإلكتروني.

المطلب الثالث: أمن المعاملات التجارية الالكترونية: 13

تتميز صفات التجارة الالكترونية بانعقادها عن بعد دون اللقاء المباشر بين البائع والمشتري مما يؤدي الى وجود بعض المخاطر المعرقة لهذا النوع من التجارة و المتعلقة بأمن و سرية المعلومات التي يتم تبادلها بين هذين الطرفين فالمعلومات أثناء تدفقها عبر شبكة الشيكات يمكن أن تحول و يقرأ محتواها ، مما أدى الى ضرورة اللجوء الى مجموعة من المعايير و

¹⁰. Financial Services Technology Corporation.

¹¹. نظام FSTC: هو نظام معتمد من قبل اتحاد مالي لمجموعة كبيرة من البنوك والهيئات المصرفية الأمريكية، ويوفر للمستهلك إمكانية الاختيار بين مجموعة من وسائل الدفع الالكترونية أهمها الشيك الالكتروني القياسي (Chèque Électronique Standard)، الشيك الالكتروني المؤكد (Chèque Électronique Certifié)، وذلك باستعمال نفس دفتر الشيكات الذي يرصد كل المعاملات على مستوى نفس الحساب البنكي. أما نظام CyberCash: هو عبارة عن نظام دفع يعتمد على الشيكات الالكترونية لشركة CyberCash الأمريكية تتعامل به مجموعة من البنوك والمؤسسات التجارية المشتركة بهذا النظام، ومن سلبياته أنه لا يوفر للمستهلك إمكانية الاختيار بين مجموعة من وسائل الدفع الالكترونية كنظام FSTC.

¹². النقود الالكترونية تأخذ عدة أشكال منها: النقود الالكترونية البرمجية، المحفظة الالكترونية، الشيكات الالكترونية، البطاقات المصرفية.

¹³ -نضال إسماعيل برهم، "أحكام عقود التجارة الإلكترونية"، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.

الأنظمة و التي توفر السرية و الأمن و الخصوصية لتعاملات التجارة الإلكترونية و سنورد فيما يلي أهم الوسائل و الأنظمة المستخدمة لضمان النقل الآمن للمعلومات

1- الوسائل التقنية لأمن الأعمال الإلكترونية.

ترى وكالة الأمن القومي الأمريكي أن الأمن الإلكتروني يتمحور حول حماية الأعمال الإلكترونية و أنظمة المعلومات ضد أي ولوج للمعلومات غير مرخص به، أو ضد إجراء أي تعديل على هذه المعلومات، و ضد تقديم الخدمة للأشخاص الغير مخول لهم و تقديمها للمستخدمين المخول لهم، بالإضافة إلى إجراءات مواجهة مخاطر التطفل والغش الإلكتروني [21] ، وقد تطور مفهوم الأمن الإلكتروني مع تطور الأعمال الإلكترونية وظهور الجرائم المعلوماتية، وكان ذلك من خلال مراحل مختلفة كل مرحلة تخص فترة معينة والتي يمكن تلخيصها فيما يلي:

• **مرحلة الأمن المعلوماتي:** وهذا خلال فترة الثمانينيات، وتتعلق بتنظيم الأمن المادي والنفوذ إلى البيانات.

• **مرحلة أمن المعلومات ونظم المعلومات:** وهي المرحلة التي صادفت التقدم في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

• **مرحلة الأمن الإلكتروني:** وهي المرحلة التي عرفت فيها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات درجة عالية من التقدم.

وتعتبر مسألة الأمن المعلوماتي مسألة في غاية الأهمية والخطورة خصوصا بالنسبة لمنظمات الأعمال التي تتعامل إلكترونيا مع عدد كبير من الأفراد والمؤسسات من خلال شبكات كبيرة تمثل مجالا واسعا للاعتداء والتطفل والاحتيال، فالشبكات هي رحبا واسعا للقراصنة الذين يسعون للحصول على مبتغاهم وقد يستعملون أشكالا مختلفة للاعتداء، وبالتالي يشكلون خطرا على المؤسسات وعلى المتعاملين معها، ويمكن إيجاز أهم الوسائل التقنية المعتمدة في أمن الأعمال الإلكترونية في كل من البرمجيات المضادة للاعتداءات الإلكترونية، حائط النار والتشفير.

إن البرمجيات المضادة للاعتداءات الإلكترونية هي من أكثر وسائل الأمن انتشارا والأكثر معرفة من قبل المستخدمين، حيث تعمل على تدمير وتحطيم البرامج الخبيثة التي يمكن أن تتواجد بذاكرة الحاسب، وهناك أنواع من البرمجيات المضادة للاعتداءات الإلكترونية، كل نوع له مهمة خاصة به (الجدول 02)، وهناك برمجيات أخرى تسمح بالقضاء على البرامج الخبيثة، وهذه البرمجيات هي متكاملة وتحتوي على وسائل جد متطورة تسمح باكتشاف و تحطيم البرامج الخبيثة، ونذكر في هذا المجال البرمجية الروسية Kaspersky Internet Security والتي تحتوي على أدوات اكتشاف وتحطيم البرامج الخبيثة عند الارتباط بشبكة الانترنت، خصوصا البرامج الخبيثة التي تعمل على إيقاف البريد الإلكتروني، وأدوات الاحتيال عبر الانترنت.

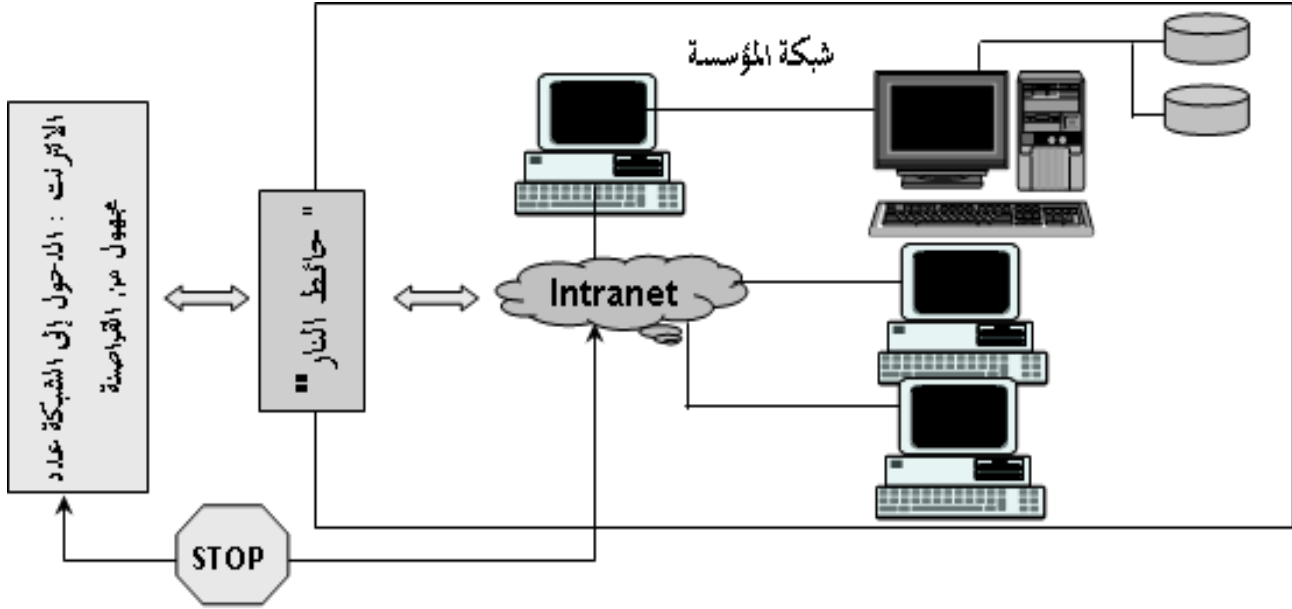
الجدول رقم (...): مناظير تعريف التجارة الالكترونية

عمل البرمجيات	البرمجيات
الكشف عن نقاط ضعف نظام تشغيل الحاسب	Nettools
الكشف عن نقاط ضعف متصفح الويب	Acunetix
الكشف عن نقاط ضعف شبكة الحاسبات	N-Steath http Security Scanner
تسمح باختبار درجة قوة كلمات المرور المستخدمة	IOPhcrack
تسمح بالقضاء على مختلف برامج الجوسسة	Spybot-Search & Destroy
تسمح بالكشف عن حدوث الاعتداء	X-NetStat Professional
تسمح بإيقاف المعتدين بأسلوب اعتراض وتحليل البيانات	Antisniffer
تسمح بالإبحار في الانترنت بشكل مخفي	Steganos Internet Anonyme
تسمح بإنشاء حيز أمن بالحاسب لوضع البيانات الحساسة	Coffre-fort

إن مخاطر التطفل هي دائما موجودة ومسئولي حماية المعلومات يتم توظيفهم من أجل وضع وسائل تأمين الدخول، كما أنّ تطبيق تجارب (ضد المتطفلين تسمح باكتشاف نقاط الضعف في النظام ووضع حاجز المراقبة عند الدخول يساعد على تجنب الدخول الغير مرخص [23]، واللجوء إلى بروتوكالات الانترنت يساهم في وضع إجراءات الحماية والمراقبة السهلة على شبكات المؤسسة الداخلية من خلال تخصيص رموز للدخول لتدعيم إجراءات الحماية و هذا يسمح بتملك قاعدة مركزية حول حقوق الدخول للمستعملين، كما تساهم في ذلك الجدران النارية والتي تحتوي على موجهات لبروتوكولات IP مع قوانين ترشيح تتضمن السماح بالنفوذ للمستخدمين أو منعهم من ذلك، وقد تطورت هذه الوسائل مع تطور تكنولوجيا

المعلومات والاتصالات، وأصبحت تقوم بعمل فعال في مجال التحقق من هوية المستخدمين واكتشاف البرامج الخبيثة ومواجهة مختلف الاعتداءات.

الشكل رقم: مناظير تعريف التجارة الإلكترونية



أولاً: التشفير:

التشفير هو عملية دمج المعلومات في شفرة سرية غير مفهومة ثم فك هذه الشفرة بعد وصولها الى وحدة خدمة الويب الآمنة أي أن التشفير هو استبدال مستند أو رسالة باستخدام برنامج معين حتى لا يمكن الاطلاع على محتواها أو تعديلها أو تغييرها إلا من طرف مستقبلها ، لهذا تنطوي عملية التشفير على تحويل النصوص البسيطة الى رموز ، حروف ، أرقام ، أو إشارات قبل إرسالها إلى مستقبلها شريطة أن يكون لهذا الأخير القدرة على حل الشفرة و تحويل الرسالة إلى صيغتها الأصلية باستخدام مفتاح التشفير.

ويمثل التشفير وسيلة أكثر أهمية في ضمان سرية وسلامة البيانات المتبادلة، وهو يدخل في مختلف الوسائل التقنية التي تعمل على تحقيق الحماية و أمن المعلومات الإلكترونية، حيث يتم تشفير البيانات المتبادلة مع التأكد عند حل هذا التشفير من أن الرسالة الإلكترونية لم تتعرض للتغيير أو التعديل، وتعتمد عملية التشفير على تغيير محتوى الرسالة باستخدام ما يسمى بمفتاح التشفير، وذلك قبل إرسال الرسالة على أن تكون لدى المستقبل القدرة على استعادة محتوى الرسالة في صورتها الأصلية باستعمال مفتاح فك الشفرة، وهناك أسلوبين لضمان أمن وسلامة وسرية البيانات والمعلومات والرسائل المتبادلة عبر الشبكات وهما:

- أسلوب الشبكة الخاصة الافتراضية
- أسلوب الأمن من خلال نظام SSL.

ثانيا : التوقيع الالكتروني: 14

مع التطورات الراهنة في جميع مجالات الحياة، أصبح التوقيع اليدوي عقبة من المستحيل تكيفها مع التكنولوجيا الحديثة و خاصة مع تعاملات التجارة الالكترونية ،مما أدى إلى ضرورة ظهور توقيع جديد يتماشى مع مقتضيات العصر الحديث وهو ما يطلق عليه بالتوقيع الرقمي

و التوقيع الالكتروني يتمثل في حروف و أرقام و إشارات مجموعة في ملف رقمي صغير يساعد على تمييز هوية الموقع و شخصيته دون غيره و بأنه هو من قام بإجراء المعاملة و تنفيذها.

ثالثا : الشهادات الرقمية:

الشهادات الرقمية هي بمثابة المكافئ الالكتروني للبطاقة التقليدية لتعريف الهوية ،فهي عبارة عن شهادة الكترونية صادرة عن كيان مستقل معترف به دوليا ،حيث تثبت فيه بأن صاحب الرسالة أو المعاملة الالكترونية هو الشخص ذاته المحدد بهذه الرسالة ،و بهذا تساعد الشهادة الالكترونية صاحبها على تحقيق شخصيته الالكترونية و إثبات صحة كافة معلوماته و ضمان صدق العملية المطلوبة ، وهو ما يؤدي الى ضمان أمن المعاملات التجارية و الفردية ، وبالتالي تطور و انتشار التجارة الالكترونية .

و تتضمن الشهادة الرقمية مجموعة من البيانات و المعلومات الالكترونية و التي قامت هيئة المواصفات القياسية العالمية ISO بتحديدتها:

- ✓ بيانات عن المرسل تحدد هويته
- ✓ نسخة من المفتاح العام للمرسل
- ✓ رقم تسلسلي للشهادة و تاريخ انتهاء صلاحيتها
- ✓ التوقيع الرقمي للمرسل.

رابعا : نظام المعاملات الالكترونية الآمنة :

هو عبارة عن بروتوكول طورته مجموعة كبيرة من الشركات العالمية للاتئمان، ووظيفته الأساسية هي توفير الأمان لمدفوعات البطاقات المصرفية الائتمانية أثناء عبورها الإنترنت بين حاملي البطاقات والتجار و البنوك.

ويسعى هذا البروتوكول الى تحقيق مجموعة من الأهداف تتمثل في :

- ✓ تأمين سرية المعلومات الخاصة بالدفع من خلال تقنية التشفير
- ✓ المعلومات المحولة تكون كاملة و غير قابلة لأي تغيير بفضل استخدام التوقيع الالكتروني
- ✓ تحديد هوية صاحب البطاقة و التاجر ،فالشهادات الالكترونية تضي الكثير من الشرعية و
- ✓ الموثوقية على الطرفين و تدل أن البنك قد تحقق من شخصيتهما.

14 - إبراهيم سيد أحمد، "قانون التجارة الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني وقانون الملكية الفكرية والأدبية"، المكتب الجامعي الحديث للنشر والتوزيع، مصر، 2005، ص414.

خلاصة الفصل:

كانت التجارة قديما تعتمد على وسائل جد تقليدية في التعاملات ،الا أن التطورات و التحولات السريعة أحدثت الكثير من التغيرات في النشاط التجاري ، وأدخلت البشرية الى عصر جديد تصاحب مع تزايد استخدام الإنسان للأدوات المتنوعة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات لاسيما الانترنت لتسهيل التبادلات التجارية و الدخول في التجارة الالكترونية و إزالة الغموض عنها و معرفة ماهية هذه التجارة و أهم أشكالها و انعكاساتها الايجابية على المؤسسات و كذلك طرق الدفع الالكترونية في ظل العقبات التي تواجهها

المبحث الأول: البنية التحتية للتجارة الالكترونية الجزائرية 1615

مقدمة الفصل :

إن التغيرات العالمية الجذرية و الناجمة عن الثورة التكنولوجية كان لها آثار بالغة على كيفية الساحة ممارسة النشاطات التجارية ،و كان من أهم ثمار هذه التغيرات هو ميلاد التجارة الالكترونية حديث للمبادلات التجارية ما لبث أن تخطى كل الحدود و توسع انتشاره و تنامت معدلاته على الاقصادية العالمية و العربية .

والجزائر كجزء من الأمة العربية تتوفر على العديد من المؤهلات التي تمكنها من الانسحاق ضمن هذه الديناميكية العالمية و العربية لتطبيق التجارة الالكترونية. و سنحاول من خلال هذا الفصل التعرف على درجة استغلال الجزائر لإمكانياتها المتاحة، ومدى تقدمها في تطبيق هذا النوع الحديث من المبادلات التجارية.

أولا : شبكة الانترنت :

إن رغبة الجزائر في التحول نحو اقتصاد المعرفة و التي تعد التجارة الالكترونية جزءا منه ، يفرض لها أن تتحقق و تتجسد على أرض الواقع مع نضوج و تطور الانترنت كوسيط الكتروني يؤدي إلى تقريب المسافات و إزالة الحواجز و تخفيض التكاليف و رفع الكفاءة و السرعة في انجاز المعاملات . و لقد زاد وعي الدولة الجزائرية بضرورة هذا التحول ، حيث كانت أولى الخطوات المتخذة لتحقيق هذه الرغبة و تعميم تقنية الانترنت هي إسناد مهمة إنشاء شبكة وطنية و ربطها بالشبكات الدولية سنة 1993 لمركز البحث و الإعلام العلمي و التقني التابع لوزارة التعليم العالي و البحث العلمي .

تطور عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر 17:

- الانترنت أصبحت ضرورة من ضروريات الحياة في ظل اعتماد العديد من الخدمات الإدارية، الثقافية، الترفيهية، الرياضية، الاقتصادية عليها والجزائر ليست في منأى من الحراك العالمي لتبني هذه التقنية الثورية التي جعلت العالم قرية صغيرة.
- بعض الأرقام حول استعمال الانترنت في الجزائر حسب تقرير صدر في جانفي 2020
- عدد مستخدمي الانترنت: 22.71 مليون أي 52 % من السكان
- نسبة الزيادة في عدد مستخدمي الانترنت: 12% أي بمقدار 12 % بالمقارنة مع 2019.
- أكثر من 51.4 يستخدمون الهاتف النقال للوصول للانترنت.
- عدد مستخدمي الهاتف النقال: 49 مليون (استخدام أكثر من خط لشخص واحد)
- أكثر المواقع زيارة: youtube.com, ouedkniss.com, google.com

¹⁵ معلومات مستقاة من الموقع الالكتروني لشركة اتصالات الجزائر، على الرابط: www.algerie-dz.com

¹⁶ - موقع إلكتروني يكرس مفهوم التجارة الإلكترونية في الجزائر، جريدة الشروق اليومي، العدد 2541،

¹⁷ Journal officiel de la république algérienne, N° 9, de 19 Février 2017, P 19

إحصائيات مستخدمي الانترنت في الجزائر¹⁸ (2000-2017) :

Algerian Internet Usage and Population Growth:

YEAR	Users	Population	% Pen.	Usage Source
2000	50,000	31,795,500	0.2 %	ITU
2005	1,920,000	33,033,546	5.8 %	ITU
2007	2,460,000	33,506,567	7.3 %	ITU
2008	3,500,000	33,769,669	10.4 %	ITU
2009	4,100,000	34,178,188	12.0 %	ITU
2010	4,700,000	34,586,184	13.6 %	ITU
2012	5,230,000	37,367,226	14.0 %	IWS
2013	6,404,264	38,813,722	16.5 %	ITU
2014	6,669,927	38,813,722	17.2 %	ITU
2015	11,000,000	39,542,166	27.8 %	IWS
2016	15,000,000	40,263,711	37.3 %	IWS
2017	18,580,000	41,063,753	45.2 %	IWS

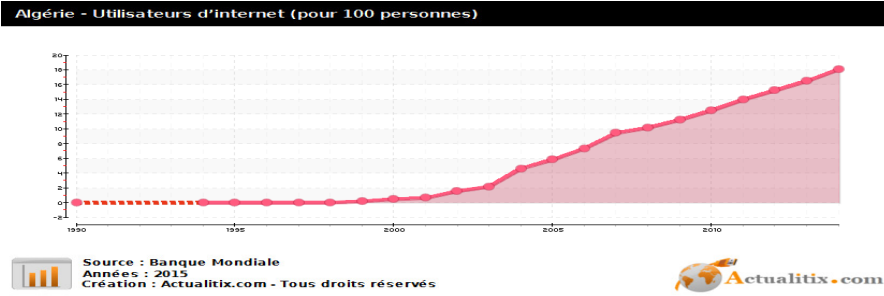
ومنذ صدور المرسوم الوزاري 257-98 المؤرخ في أوت 1998 والذي أنهى احتكار الدولة لخدمات الانترنت تزايد عدد المستخدمين ووصل إلى حوالي 3 ملايين مستخدم سنة 2006، بعد أن كان العدد لا يتجاوز 150,000 سنة 2000، وقد وصل عدد مقاهي الانترنت إلى 5000 في المجموع، وعلى الرغم من أن هذه النسبة تعكس نمو شبكة الانترنت في الجزائر إلى أنه مقارنة بعدد السكان نجد أن نسبة الاستخدام تبقى منخفضة وحسب إحصائيات الاتحاد الدولي للاتصالات بلغت 12,50 % سنة 2010، ورغم الانطلاقة المحترمة لخدمة تسكين مواقع الانترنت غير أن الجزائر سجلت قفزة نوعية على مستوى الخدمات وتحسن الوضع قليلا نتيجة للإستراتيجية المحكمة التي تم إتباعها والتي بدأت انطلاقا من قرار تخفيض الأسعار وتوسيع نشاط المديرية الجهوية، وإطلاق انترنت ذات التردد العالي (ADSL)^[19].

وقد اختارت الجزائرية للاتصالات العديد من الشركاء الأجانب لتطوير خدمات الانترنت ومنهم المجموعة الألمانية التي عملت على توظيف آخر التكنولوجيات المعتمدة في أوروبا لتدعيم قدرات الشبكة الجزائرية التي لا تزال تعاني من النقص، وهذا ما يساعد على توفير خدمة تتوافق وقدرات الاستعمال الفعال للانترنت، كما عملت مؤسسة اتصالات الجزائر على تدارك التأخير الكبير فيما يخص البنية التحتية للاتصالات، ووفرت عمودا فقريا وطنيا من

¹⁸معلومات مستقاة من الموقع الإلكتروني لشركة اتصالات الجزائر، على الرابط: www.algerie-dz.com

¹⁹MALSI. S, "Djweb lancera plusieurs services en 2006", *Journal le Mobile* n° 53, Février 2006, P. 03.

- الألياف الضوئية، يسمح بالربط بين شمال البلاد وجنوبها لأجل تلبية احتياجات كل من مزودي خدمات الانترنت والبنوك والمؤسسات، ويتكون العمود الفقري من الأجزاء التالية:
- العمود الفقري الشمالي وتبلغ قدرته 2,5 Gbit/s، وهو عملي منذ سبتمبر 2002؛
 - العمود الفقري الشمالي وتبلغ قدرته 10 Gbit/s، وهو عملي منذ جوان 2004؛
 - العمود الفقري الجنوبي وتبلغ قدرته 2,5 Gbit/s، وهو عملي منذ مارس 2005.
- الشكل رقم 05: استعمالات الانترنت في الجزائر لكل 100 شخص.



لقد بلغت نسبة مستخدمي الانترنت في الجزائر 18,09 لكل 100 شخص سنة 2014، حيث تم تسجيل معدل نمو ربع سنوي 8.98% و 62.80% سنويا مع معدل اختراق 25.61% أي ما مجموعه أكثر من 8 ملايين مشتركين في خدمة (ADSL)، كما قدر عدد مشترك التردد السريع للانترنت (ADSL) 830 ألف مشترك و 10 آلاف زبون "إيفيدو" و "ويماكس"، وتسعى مؤسسة اتصالات الجزائر إلى الوصول إلى أكبر عدد من المشتركين والزبائن، وفي سياق متصل فإن عائدات الانترنت تنمو بنسبة 50% كل سنة وهو الأمر الذي يجسد الجهود التي تبذلها اتصالات الجزائر لتوسيع خدمات الانترنت.

ثالثا: الشبكات الهاتفية الثابتة و النقالة :

لقد عرفت خدمات الهاتف المحمول والثابت في الجزائر تطورا ملحوظا في السنوات الأخيرة فمند رفع القيود عن السوق تمكنت شركات الاتصالات من تحقيق عائد بلغ 228 مليون دينار وخلق 200 ألف منصب عمل مباشر وغير مباشر، فالتنافس في خدمات الاتصالات سمح بتطوير وتنويع القطاع، وساهم في رفع عدد المشتركين في الهاتف النقال الذي يعتبر النموذج الناجح في مجال تحرير قطاع الاتصالات في الجزائر، حيث تشير الإحصائيات الخاصة بالمتعاملين الثلاث للهاتف النقال أنه في سنة 2006 تم تسجيل أكثر من 12 مليون مشترك، بعد أن كان عدد المشتركين لا يتجاوز نسبة 9 ملايين خلال منتصف سنة 2005، وتجاوزت

هذه النسبة 32 مليون مشترك سنة 2012 [20]، ومع المنافسة القوية بين المتعاملين الثالث حقق سوق النقال نقلة نوعية مهمة، خاصة بعد دخول خدمات الاتصالات المتنقلة الجيل الثالث G3، وتلقى المتعاملين الثالث في السوق رخصة الاستغلال في 2 ديسمبر 2013 وانطلقت العملية التسويقية في الخامس عشر من نفس الشهر، حيث وصل عدد المشتركين في الجيل الثالث حسب إحصائيات سلطة الضبط في ديسمبر 2014 إلى 8 ملايين و 231 ألف مشترك، منهم 7 ملايين و 221 ألف مشترك في إطار الدفع المسبق أي 88 % من الحظيرة الإجمالية مقابل 12 % فقط في إطار الدفع البعدي (الجدول 03).

الجدول رقم 03: الكثافة الهاتفية للمحمول.

الكثافة السكانية (بالمليون)	39,500 ^[6]
الكثافة الهاتفية (النقال)	94,3 %
الكثافة الهاتفية (الجيل الثالث 3G)	20,8 %
مجموع الكثافة الهاتفية (النقال + الجيل الثالث 3G)	115,1 %

Source : ARPT, Dossier de Presse, 2014

ويحتل متعامل موبيليس الصدارة من حيث عدد المشتركين في الهاتف النقال من الجيل الثالث بـ 3,639 مليون مشترك متبوع بأوريدو (3,607 مليون مشترك) وجيزي (985.000 مشترك)، ويلاحظ من خلال الجدول السابق أن كثافة الاشتراك الإجمالية (جي أس أم+الجيل الثالث) تصل إلى 115,1 % مقارنة بالنسبة لعدد السكان والذي بلغ 39,5 مليون نسمة، وهذه الإحصائيات تبقى أولية في انتظار إجراء تدقيق الحسابات من مصالح سلطة الضبط، أما من حيث الحصص السوقية يبقى متعامل جيزي الرائد في مجال الجي أس

²⁰HENNI. A, *Le développement des TIC en Algérie*, Dubaï, 06 - 07 Mars 2006.

أم بنسبة 47,9 % ثم موبيليس 29 % وتليها أوريدو بـ 23,1%، وفي مجال الجيل الثالث يتصدر متعامل موبيليس الترتيب بنسبة 44,2 % متبوع بأوريدو 43,8 % وجيزي الذي بدأ تسويق هذه الخدمة في 05 جويلية 2014 بـ 12 % من الحصة السوقية^[21].

لقد كشف رئيس سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية أن حظيرة مشتركي شبكة الهاتف النقال (جي أس أم) سجلت 37 مليون و258 ألف مشترك إلى غاية 30 نوفمبر 2014 أي تراجع بمليون و360 ألف مقارنة مع نفس الفترة من 2013، بالإضافة إلى 8 ملايين و231 ألف في الجيل الثالث، والعدد الإجمالي يصل إلى 45 مليون و489 ألف مشترك، كما أوضحت سلطة الضبط أن متعامل جيزي يتصدر الترتيب من حيث عدد المشتركين بـ 17 مليون و887 ألف مشترك، متبوع بموبيليس 10 ملايين و815 ألف مشترك، وأوريدو 8 ملايين و556 ألف مشترك.

وإذا كان الهاتف النقال قد سجل نجاحًا كبيرًا في الجزائر، فإن الهاتف الثابت لا يزال يعاني من التأخر، فالقطاع ظل حكرًا على متعامل عمومي واحد، حيث حقق نحو 9,1 % من السكان في نهاية العام 2007، وخلال نفس السنة كانت حصة سوق الهاتف الثابت 11% مقابل 89% الحصة السوقية للهاتف النقال^[22]، وفي 2010 ثم تسجيل 53471 طلب حصول على خط ثابت، مع إحصاء 166 وكالة تجارية و110 فرع، و212040 خطوط أكشاك متعددة الخدمات، كما كشفت اتصالات الجزائر مؤخرا عن وجود 3,3 مليون مشترك في الهاتف الثابت نهاية مارس 2016.

المطلب الثاني: وضعية التجارة الالكترونية في الجزائر²³

في قلب التطورات الاقتصادية و التكنولوجية الحديثة يتنامى التفكير حول أهمية التجارة الالكترونية كظاهرة حديثة تساهم في صياغة العالم المعاصر المتميز باستبدال عوامل الإنتاج التقليدية بعنصر المعلومات و قد لاقت هذه رواجاً و استحساناً كبيراً ، وتمكنت في وقت وجيز من فرض وجودها على الدول المتقدمة و العربية على حد سواء ، إلا أن الجزائر متأخرة و شبه غائبة عن متابعة التطورات التجارية الالكترونية ، ولم تعطي التجارة الالكترونية حقها، ومؤخرا بدأت الجزائر تسعى بخطوات جد بطيئة في تلمس طريقها في مجال تطبيق هذه التجارة و جني الفوائد الكامنة فيها .

أولا : نظرة عامة حول التجارة الالكترونية في الجزائر :²⁴

²¹ O N S, Chiffre de L'Office National des Statistiques.

²² ARPT, Décembre 2014.

²⁴ الحمزة منير، "آليات واستراتيجيات تطبيق الإدارة الإلكترونية في الجزائر: مشروع الجزائر الإلكترونية 2013 نموذجا"

تواجه الجزائر العديد من العوائق التي تحد من انتشار التجارة الإلكترونية في حدودها، إلا أنها وعلى الرغم من ذلك ومع التطورات الكبيرة التي حدثت في التكنولوجيا والعالم، أكدت على أن وجودها في البلد أحد أهم مصادر الدخل، وبالتالي أصبحت واقعاً لا مهرب منه، ومتطلباً أساسياً لتطوير كافة القطاعات الإنتاجية في البلد، والسعي للنهوض في المستوى الاقتصادي له، الأمر الذي يقوده للمشاركة في التجارات الخارجية، كل ذلك يدعو الدولة إلى إزالة كافة العراقيل التي تحد من انتشار التجارة²⁵ الإلكترونية، وتشجيع العمل من خلالها، وتوفير كافة سبل النجاح التي تساعد على ظهورها بالصورة الصحيحة المناسبة، ومن أهمها البنية التكنولوجية التحتية، وإطلاق القوانين والتشريعات المتعلقة فيها.

شروط التجارة الإلكترونية في الجزائر

كون أن التجارة الإلكترونية جديدة في الجزائر، فإن الشروط التي أصدرها القانون المتعلق في التعامل معها أتي صارم إلى حد ما، ويعتبر من أحد الأسباب التي جعلت الناس يتبعد عن التعامل فيها، ومن أهم هذه الشروط:

- يجب على التاجر تسجيل المتجر الإلكتروني في السجل التجاري أو في سجل الصناعات الحرفية أو التقليدية حسب طبيعة المتجر.
- يجب أن يكون الموقع الإلكتروني يحمل نطاق .com.dz.
- يجب أن يحتوي الموقع على الأدوات التي تسمح للعميل التأكد من صحته وأمانه.
- كل عملية بيع وشراء تتم يجب أن تكون موثقة بعقد إلكتروني يصادق عليه الشاري بشكل إلكتروني.

▪ يجب على صاحب المتجر عرض العقد التجاري على الموقع بطريقة واضحة ومقروءة.

الممنوعات في التجارة الإلكترونية في الجزائر

نص القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية على مجموعة من الممنوعات التي يجب أخذها بعين الاعتبار عند افتتاح متجر، ومن أهمها:

- منع بيع المشروبات الكحولية أو التبغ.
- منع التجارة ألعاب القمار، وألعاب الرهان، وأوراق اليانصيب.
- منع تداول المنتجات الدوائية.
- كافة المنتجات التي من شأنها المس في الحقوق الفكرية، أو الحقوق الصناعية، أو حتى الحقوق التجارية.

▪ كافة أنواع السلع والخدمات الممنوعة في قانون التجارة التقليدية.

▪ كافة المنتجات والسلع التي من الممكن أن تمس بالدفاع الوطني، والأمن العام في الدولة.

ثانياً: تصنيفات التجارة الإلكترونية الجزائرية:

²⁵ -الملتقى الوطني الأول :الاقتصاد الجزائري في الألفية الثالثة، جامعة سعد دحلب، البلدة ، يومي 13 ماي 2018 .

تتجه غالبية معاملات التجارة الالكترونية الجزائرية نحو صورتين أساسيتين لهذه التجارة و هي التعامل بين الشركات و المستهلكين، والتعامل بين الشركات بعضها مع بعض، كما يمكن أن تنقسم التجارة الإلكترونية إلى ثلاثة أنواع وهي:

- تجارة إلكترونية بين الشركات والشركات (B2B).
 - تجارة إلكترونية بين الشركات والزبائن (B2C)، مثل التجارة الإلكترونية بين شركات البيع على الإنترنت وزبائنها المستهلكين.
 - تجارة إلكترونية بين الزبائن والزبائن (C2C) مثل موقع e.Bay الذي يُشكّل منطقة حرة لتواصل الزبائن العارضين والراغبين في الاقتناء أو المبادلة.
- وحسب منظمة الأمم المتحدة للتجارة والتنمية هناك نوع آخر من التجارة الالكترونية (B2G) وهو مماثلا للتجارة الالكترونية بين الشركات والشركات (B2B)، إلا أن المشتري يكون جهة حكومية،

التجارة الالكترونية بين الشركات و المستهلكين : 26

ان التجارة الالكترونية اليوم هي بمثابة لغة عالمية جديدة لمختلف الاقتصاديات ،فاتساع رقعة استعمال الانترنت من المحيط الجامعي الى مختلف أوساط مختلف فئات المجتمع ،أحدث تغييرا كبيرا في التعاملات التجارية للجزائريين ،وقد سارعت العديد من المؤسسات الجزائرية لتبني الأنماط الحديثة لتسويق منتجاتها عبر الأنترنت ، وايصالها الى المستهلكين مما ساعد على انتشار نمط الشراء عبر شبكة الأنترنت ، وهو ما يعرف بتجارة التجزئة الالكترونية التي وفرت للمستهلكين العديد من المزايا كحرية الاختيار ، واقتصاد الوقت و التكاليف.

2-2 التجارة الالكترونية بين الشركات :

ان التطور المذهل الذي أهدته ثورة تكنولوجيا الاعلام و الاتصال في عالم الأعمال و التجارة يفرض على المؤسسات الجزائرية ضرورة التفكير الجاد في استعمال هذه التكنولوجيات خاصة الأنترنت كقاعدة ، و يدفعها لبداية العمل على تفعيل الفائدة العظمى للتجارة الالكترونية في قنوات عملها اليومية ، و قد بدأت المؤسسات الجزائرية تتقبل فكرة الشراء الالكتروني ، و لكن بمستويات مختلفة ، فالإبحار في الشبكة العنكبوتية يجعلنا نكتشف مواقع لبعض الشركات التي بدأت تتعامل عبر الأنترنت مع المؤسسات الأخرى الا أن المعاملات المتوفرة تؤكد أن جل محاولات المؤسسات للولوج لعالم التجارة الالكترونية تركز على العلاقة مع الزبائن ، في حين هناك ضعف كبير في المعلومات الخاصة بالتبادل التجاري بين المؤسسات ، والدراسات القليلة المتوفرة تقتصر على تسليط الضوء على الواقع

.Autorité de régulation de la poste et de télécommunication, "Rapport annuel 2014, Op-cit²⁶
- معلومات مستقاة من الموقع الالكتروني لشركة تألية الصفقات البنكية المشتركة والنقدية، على الرابط:

www.satim-dz.com

التكنولوجي لدى مختلف الهيئات الاقتصادية في الجزائر . ففي دراسة قام بها باحث في مركز البحوث في الاقتصاد التطبيقي للتنمية حول استعمال تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة مست 110 مؤسسة خلال سنة 9030 بينت نتائجها أن استعمال هذه التكنولوجيا يقتصر على اقتناء و اكتساب وسائل الاعلام الآلي بدلا من تشغيلها واستغلالها استغلالا أمثلا يمكن من الاستفادة من التطبيقات التجارية المتميزة لهذه التكنولوجيا.

ثالثا: بعض تطبيقات التجارة الالكترونية في الجزائر :27

لا يقتصر مفهوم التجارة الالكترونية على عملية امتلاك موقع على الشبكة العنكبوتية العالمية وعقد الصفقات و اقامة الروابط التجارية عبر هذه الشبكة ، بل تستعمل هذه التجارة مجموعة متنوعة من التطبيقات و التي تتمثل في مختلف الأنشطة الممارسة من قبل الشركات من خلال وسائل اتصالات الكترونية ،على غرار عمليات الاعلان عن المنتجات و الخدمات ،تقديم المعلومات عن المنتجات عبر الخطوط الهاتفية .

الاعلان عبر الأنترنت:

يعتبر الاعلان عبر الأنترنت من أكثر وسائل الترويج جاذبية و انتشارا في ظل الاتجاه نحو التجارة الالكترونية و تسويق المنتجات و الخدمات عبر شبكة الأنترنت، بحيث يساهم الاعلان التجاري الالكتروني في تنمية و تطوير التجارة الالكترونية في الجزائر من خلال توفير بيئة تفاعلية لتزويد شريحة معينة من المجتمع و هم مستخدمو الانترنت الجزائريين بالمعلومات اللازمة عن السلع و الخدمات مع امكانية الطرح المباشر للاستفسارات و الحصول على اجابات فورية و من جهة اخرى يساعد هذا النوع من الاعلانات المؤسسات الجزائرية بكل أحجامها دون استثناء على جذب اكبر عدد من المستهلكين بفضل استعمال التكنولوجيا العالية وتميزها بمؤثرات صوتية و بصرية مذهلة و ملفتة للانتباه باقل تكلفة مقارنة بباقي وسائل الاعلان .

مراكز الاتصال :

ان التجارة الإلكترونية بشكلها الواسع تتمثل في استخدام الوسائل الالكترونية المتنوعة التي وفرتها ثورة المعلومات و الاتصالات بغرض انجاز المعاملات التجارية و من بين وسائل المستعملة الهاتف فليس من الضروري ان تتم التجارة الإلكترونية عبر وسيط الالكتروني الانترنت، بل يمكن ان تتم عبر الهاتف، فالتعامل مع مراكز الاتصال يعد من تطبيقات التجارة الالكترونية، و هذه المراكز عبارة عن شركة خدمات عن بعد، و في السابق كانت مراكز الاتصال تحاول جذب العميل و الحفاظ به بالتفاعل معه بواسطة الخدمات الهاتفية فقط لتقدم له خدمات البيع و خدمات ما بعد البيع .. الخ الا ان التطور التكنولوجي سمح لهذه المراكز للتفاعل من خلال مجموعة من الوسائط الالكترونية كالفاكس، رسائل البريد الالكتروني

²⁷بختي إبراهيم، "دور الإنترنت وتطبيقاته في مجال التسويق"، مرجع سبق ذكره، ص207

.....الخ، ونظرا لكون عملية إيجاد الزبائن و المحافظة عليهم في عالم التجارة الالكترونية عملية جد صعبة ، بسبب خصائص المستهلكين المميزة ، فان مراكز الاتصال تفهم تفكير الزبائن و تحلل احتياجاتهم و تساعد الشركات على مواجهة تحديات تقديم خدمة متميزة للعملاء من خلال إتاحة قواعد بيانات حول الزبائن الحاليين و المتوقعين و مدى تجاوبهم مع الخدمات الموفرة ، مما ينعكس إيجابا على تطور التجارة الالكترونية الجزائرية

رابعا: بعض مواقع التجارة الالكترونية الجزائرية:

إن النمو العالمي المتسارع للمواقع التي تركز مفهوم التجارة الالكترونية زاد من قناعة المؤسسات الجزائرية والأفراد على حد سواء لضرورة استخدام شبكة الأنترنت لعقد الصفقات الالكترونية ، و هو ما انعكس على نمو عدد و محتوى مواقع التجارة الالكترونية الجزائرية.

سوق الجزائر :

يهتم سوق الجزائر سوق الجزائر بالمزادات و الصفقات الالكترونية بين الأفراد ، فهو يسعى الى تحقيق التواصل بين الأفراد الراغبين في بيع و شراء سلعة معينة عبر شبكة الويب مقابل رسم محدد ، فبعد عرض البائع للسلعة و التي غالبا ما تكون كتب ، برامج ، ألعاب ، أفلام في القسم المناسب لها يتمكن المشتري صاحب أعلى سعر من الفوز بالمزاد ، ويربح السلعة ، ثم يتيح له الموقع إمكانية التواصل مع البائع للاتفاق على كيفية تسديد قيمة السلع و طريقة شحنها ، كما يستطيع المشتري اقتناء السلعة مباشرة ، اذا كان البائع يستخدم خيار البيع المباشر.

و يتيح هذا الم وقع عدة طرق لتسديد قيمة المشتريات و دفع الرسوم للموقع ، فتسديد قيمة المشتريات تكون حسب الاتفاق بين العارض و الطالب ، سواء بالدفع المباشر عند التسليم أو التحويل البنكي أو عبر الحساب البريدي الجاري ، أما دفع رسوم الموقع تتم عن طريق الدفع المباشر ، والذي يعني دفع المبلغ لأصحاب نوادي الأنترنت المتعاقدة مع السوق الجزائر ، و الذين يقومون بشحن حساب المتصفح لدى الموقع بالمبلغ المدفوع ، اما الطريقة الثانية فهي التحويل من الحساب من احد البنوك و يتولى هذا الموقع شحن هذه الحسابات البنكية عن طريق شبكة مقاهي الأنترنت التابعة لها ، اما الطريقة الاخيرة فهي الدفع بالاستعمال البطاقة العالمية AVIS ، و التي يمكن طلبها و الحصول عليها من خلال موقع سوق الجزائر .

و من مزايا هذا الموقع انه بالاضافة الى حصول البائع على افضل السعر لسلعه المعروضة ، فان وضعه لا رابط للترويج و الاشهار لهذه السلع في مواقع متعددة و الذي يتسبب في تحقيق زيارات في موقع سوق الجزائر .

سوق واد كنيس :

يعتبر اول مواقع التسوق عبر الانترنت في الجزائر ويهتم بوضع الاعلاناتالتجارية فهو يعتبر رابط حقيقي بين أصحاب الاعلانات الصغيرة الراغبين في بيع او شراء او مبادلة مختلف المنتجات و يحدد هذا الموقع نجاحا لافتا منذ تأسيسه اذا استقطب حوالي 1.1 مليون زائر خلال شهر أوت

موقع صنع في الجزائر:

اضحت الكثير من المؤسسات الجزائرية في الآونة الاخيرة لا تقوت أي فرصة لزيادة قنوات التبادل و البيع، ولذلك لجئت الى شبكة الانترنت في استعمالها للجانب التجاري و بغية مساعدة هذه المؤسسات على الوصول الى الاسواق العالمية على شبكة الانترنت ، تم وضع الموقع و الذي هو عبارة عن سوق افتراضية جزائرية يسمح فيها للشركات بعرض سلعها او خدماتها بطريقة حديثة ، مما يوفر قاعدة للتجارة الالكترونية بين الشركات و يهتم هذا الموقع بالشركات الجزائرية خاصة المصدرة منها لمساعدتها على ترويج منتجاتها و ترقية الصادرات ، من خلال تقديم العرض الأسرع لنشر المعلومات التجارية على عدد كبير من المؤسسات و اتاحة امكانية التوصل بين العارضين و الطالبين، وينقسم الموقع الى جزئين رئيسيين : قسم خاص بعرض السلع و الخدمات المتوفرة و التي عادة ما تشمل المنتجات النسيجية ، المنتجات الغذائية ، قطع ميكانيكية...الخ و القسم الاخر مخصص للمناقصات و التي لايسمح بالاطلاع و المشاركة فيها الا للأعضاء المسجلين في الموقع.

مواقع البطاقات العالمية :

تمثل وسائل الدفع والسداد الالكتروني حجر الزاوية لتطور التجارة الإلكترونية ، الا انا هذه الاخيرة تعاني من ضعف كبير في الجزائر بسبب عدم توفر وسائل الدفع الالكترونية على شبكة الانترنت، وبغية معالجة هذه المشكلة بادرت بعض الواقع بتوفير البطاقة العلمية ذات الدفع المسبق و تسمح هذه المواقع لمتصفح الانترنت بشراء بالدينار الجزائري لبطاقات VISA عن طريق تحويل من الحساب البريدي الجاري و يتم الحصول على بطاقة VISA من هذه المواقع بعد اتباع الخطوات التالية : ينسخ الزبون بطاقة التعريف بالماسح الضوئي ويرسلها الى البريد الالكتروني للموقع ثم يدفع قيمة البطاقة حسب نوعها و يتم التسديد عبر الحوالات البريدية مع ضرورة ارسال كشف الحوالة عبر الفاكس الى مكتب الشركة و بعد ان يتأكد الموقع عن هوية الزبون ترسل له معلومات عن بطاقته الى بريده الالكتروني كذلك يرسل الموقع صورة عن البطاقة التعريفية للزبون لشركة VISA لتقوم هذه الاخيرة بإرسال البطاقة المغناطيسية الى الجزائر .

المطلب الثالث : الدفع الالكتروني في الجزائر:

كانت غالبية مراحل التجارة الالكترونية من بحث عن منتج وتفاوض وتعاقد تتم في فضاء افتراضي، كان لا بد من اتمام المرحلة التالية من هذه التجارة ألا و هي تسوية المدفوعات

بطريقة الكترونية ، مما فرض على البنوك ضرورة توفير تقنيات حديثة و اصدار وسائل دفع الكترونية من شأنه تسريع تطور التجارة الالكترونية ، و بالتالي لا يمكن الحديث عن التجارة الالكترونية الجزائرية دون وجود قطاع بنكي عصري يوفر وسائل الدفع الالكترونية المتطورة و على الرغم من كون استخدامات التجارة الالكترونية في الجزائر لم تتعدى المستوى البدائي (الدفع عند التسليم (ولمتصل الى المستوى الثاني الدفع الفوري الالكتروني ، الا أن الكثير من المصارف الجزائرية بدأت تبدي اهتماما بالأعمال الالكترونية ووسائل الدفع الحديثة و سعت الى تطوير نظامها المصرفي من خلال إصدار البطاقات البنكية ونشر الموزعات الآلية ، و الانضمام الى شبكة الدفع العالمية

أولاً: الموزعات الآلية للنقود ونهايات الدفع الالكتروني:

ان من بين التقنيات الحديثة التي وفرتها المصارف الجزائرية لدعم توجهها نحو الصرفة الالكترونية هي موزعات آلية للنقود "DAB" ونهايات الدفع الالكتروني "TPE" ، و ان الموزعات الآلية للنقود هي عبارة عن أجهزة و آلات أوتوماتيكية تستخدم للسحب عن طريق البطاقات الالكترونية ، تثبت خارج المصرف الذي يمولها بالعملة الوطنية ، أما مسؤولية صيانة هذه الأجهزة و تسييرها فتتكفل بها "SATIM" و قد قامت البنوك الجزائرية مؤخرا بتطوير كبير لشبكات السحب الالكتروني من خلال نشر الموزعات الآلية للأوراق النقدية في كافة التراب الوطني.

ثانياً: البطاقات البنكية الدولية المستعملة في التجارة الالكترونية :

إسهام البطاقات الالكترونية في التجارة الالكترونية لا جدال فيه ،فالسبيل الشاسع لتسوية مدفوعات هذه التجارة مباشرة عبر الأنترنت هي البطاقة الائتمانية ، الا أن البطاقات البنكية المتوفرة حالياً في الجزائر غير قابلة للتعامل على المستوى الدولي، لكنها فاتحة لانطلاق التجارة الالكترونية في بلادنا³ ، فقد حاولت بعض البنوك الجزائرية اضافة طابع الدولية على بطاقتها البنكية و قامت بإصدار هذه الاخيرة بترخيص من الشبكات العالمية AVIS و ان مجرد حمل البطاقة لشعار الهيئات الدولية سيمكن المستهلك الجزائري من التسوق عبر الانترنت بكل حرية و تسديد قيمة مشترياته لأي مكان في العالم ومن بين هذه البنوك التي شرعت في تقديم البطاقات المقبولة على المستوى الدولي : القرض الشعبي الجزائري، بنك التنمية المحلية، بنك الجزائر الخارجي و يعتبر القرض الشعبي الجزائري اول من اصدر بطاقة الفيزا في الجزائر، و قام بوضع الموزعات الآلية للنقود و نهايات الدفع الالكتروني في المطارات و الفنادق تقبل هذه البطاقات الدولية، و تمكن السواح من سحب مبالغ المالية بالعملة الوطنية بمجرد وصولهم الجزائر، و الجدول الموالي يبين تطور عدد بطاقات CPA الدولية

المبحث الثاني : معوقات التجارة الالكترونية في الجزائر و سبل توسيعها :28

تسعى الجزائر جاهدة للحاق بالركب العالمي للتطورات التكنولوجية ، وتعظيم الاستفادة من التقنيات الحديثة للاتصالات و المعلومات، غير أنها لم تستطع لحد الآن تسخير هذه التقنيات بشكل فعال لاستخدامها في النشاط التجاري ،فمعدلات انتشار التجارة الالكترونية في الجزائر تبقى منخفضة و متواضعة و بعيدة كل البعد عن المستوى العالمي ،و أدى هذا التدني الى الصعوبات الكثيرة التي تعرقل نموها و تطبيقها ،الا أن هناك أمل كبير في تخطي هذه العقبات ، من خلال تركيز الجهود لإيجاد الأدوات و الآليات الكفيلة بتفعيل هذا النشاط و توفير البيئة الملائمة لتوسيع استخدام التجارة الالكترونية الجزائرية

المطلب الأول: معوقات التجارة الالكترونية في الجزائر:

رغم أن الانعكاسات الايجابية للتجارة الالكترونية على الاقتصاد لا تعد ولا تحصى ، الا أن هذه التجارة تبقى محدودة للغاية في الجزائر بسبب مجموعة من العقبات التي تمنعها من التطور و الانتشار ،و الارتقاء الى المستوى العالمي ، ومن هذه الأسباب ما هو تقني ،تجاري و تشريعي¹.

أولاً: العوائق التقنية و التجارية:

تتمثل العوائق ذات العلاقة بمجال التقنية و التكنولوجيا فيما يلي:

1-ضعف البنى التحتية التكنولوجية : هذا يتطلب نجاح التجارة الإلكترونية انشاء بنية تحتية تكنولوجية متطورة تساعد على انتشار استخدام الانترنت ،و توفر البيئة المناسبة و الداعمة للتجارة الالكترونية و القدرة على تحمل أعباء و مخاطر النوع الحديث من المبادلات التجارية ، وتبين الاحصائيات المتوفرة في الجزائر ضعف البنية الأساسية الضرورية لممارسة التجارة الالكترونية على نطاق واسع من شبكات اتصالات سلكية و لاسلكية ،حاسبات برمجيات ،أقراص صلبة و مرنة و أجهزة الهاتف.....

2-شبكات الاتصالات الهاتفية :

ان ما يؤكد تأخر الجزائر في استكمال البنى القاعدية التكنولوجية هو محدودية الخدمات الهاتفية الثابتة التي تآثر بشكل مباشر على الإقبال على الأنترنت، فلا يمكن بأي شكل من الأشكال التوسع في استخدام الأنترنت دون توفر الخدمات الهاتفية الكافية باعتبار الأنترنت هو ارتباط و اتحاد بين جهاز كمبيوتر و هاتف.

²⁸ وزارة البريد و تكنولوجيا الإعلام و الاتصال، "برنامج الجزائر الإلكترونية"، ديسمبر 2013، متوفر على الموقع: www.mptic.dz

أما بالنسبة للهاتف الجوال، فإنه يعتبر من أكثر التكنولوجيات انتشارا في الجزائر، و قد شهدت هذه الأخيرة تحسنا و نموا كبيرا خلال السنوات القليلة الماضية مقارنة بنظيرتها الثابتة .

3-الأنترنت:

بما أن التجارة الالكترونية تعتمد بشكل أساسي على الأنترنت كأداة اتصال، فإن عدم التمكن من النفاذ الى هذه الشبكة يحد من انتشار هذه التجارة ، فرغم تحقيق سوق مستخدمي الأنترنت لمعدلات نمو من سنة الى أخرى لا تزال هذه المعدلات متدنية ، و ان من بين أهم ما يعرقل تطور عدد مشتركى الأنترنت هو المبالغة في التكاليف سواء على الأفراد أو الشركات.

4-تواضع حجم صناعة تكنولوجيا الاعلام والاتصال:

تعتبر صناعة تكنولوجيا الاعلام والاتصال محركا أساسيا لنمو التجارة الالكترونية و توسع نطاقها ، و تعاني الجزائر من ضعف كبير في انتاج السلع و الخدمات المتصلة بتكنولوجيا الاعلام و الاتصال ،فالجزائر لا تولي الاهتمام الكافي لعملية خلق صناعة و طنية لهذه التكنولوجيا ، نظرا لوجود أولويات تنموية أخرى ، ولميل هذه المنطقة الى الاستثمارات التقليدية في قطاعي الطاقة و العقارات ،بالإضافة الى ضعف القاعدة البشرية التي تستند اليها صناعة المعلومات ، و صعوبة عملية الانتقال من البحث العلمي نحو الصناعة في اطار الوتيرة المتسارعة للابتكارات التكنولوجية

5-ضعف الثقافة التقنية و الوعي الالكتروني بين أفراد المجتمع:

ان تدني مستوى الثقافة الرقمية يؤثر سلبا على تطور و انتشار التجارة الالكترونية ، فان فئة واسعة من الجزائريين تعاني من ضعف المستوى الوعي بالاستخدام الصحيح لتقنيات المعلومات في قطاع الأعمال ، وهذا الضعف يفسر في جانب منه بانتشار ظاهرة الأمية المعلوماتية والتي يقصد بها الجهل بأساليب ووسائل التعامل بأجهزة الحاسب الآلي و البرمجيات ،فعدم التعامل مع جهاز الحاسوب يؤثر في الاقبال على خدمات التكنولوجيا ويحرم الكثير من ممارسة التجارة الالكترونية

و من بين أهم الوسائل المساهمة في تعزيز و نشر الثقافة و الوعي الالكتروني هي نوعية التعليم، وتشير الإحصائيات أن مدى انتشار الحاسبات في المؤسسات التعليمية بمختلف مراحلها في الجزائر يبقى محدودا ، و يؤكد غياب الوعي الإلكتروني أهمية ومكانة التجارة الالكترونية ، و عدم دراية العديد من المواطنين بالفوائد التي يمكن التحصل عليها من ادمج

الانترنت في النشاطات التجارية، فتوظيف الانترنت في الجزائر يعتبر توظيفا ترفيهيا لا توظيفا تجاريا.¹

6- قصور الكوادر البشرية المدربة والمؤهلة في مجال تقنيات المعلومات وتطبيقات التجارة الالكترونية :

ان العنصر الغير الملموس لقيمة التكنولوجيا المتقدمة و المتمثل في راس المال الفكري ، يفوق القيمة الحقيقية لموجوداتها الحسية كالمعدات والتجهيزات ، ولذلك فان التركيز على العنصر البشري يعد احدى سبل الوصول مجتمع المعرفة و التطبيق السريع للتجارة الالكترونية و تفنقر الجزائر الى الموارد البشرية والكوادر والخبرات التكنولوجية للتعامل مع تقنيات التجارة الالكترونية و التي من المفروض أن تتولى مهمة تصميم و تطوير مواقع التجارة الالكترونية ونظم الدفع الالكترونية .

ويفسر هذا الفقر في الموارد البشرية بجملة من العوامل من بينها :

- ضعف مستوى التكوين المتخصص في تكنولوجيا الاعلام والاتصال على مستوى المعاهد والمؤسسات

- ضعف الامكانيات البحث والتطوير العلمي و التكنولوجي الذي يؤدي دورا مركزيا في اقتناء وانتاج المعرفة التكنولوجية اللازمة للاستفادة من التجارة الالكترونية، فلم توجه الجزائر الاهتمام الكافي لهذا المجال

- ظهور ابتكارات جديدة باستمرار، وتطور التكنولوجيا بسرعة فائقة يصعب من عملية اللحاق بها و يجعل خريجي المعاهد والجامعات في مجال المعلوماتية و التقنيات الحديثة للاتصال و الاتصال غير كافي لمواكبة هذه التطورات وبناء مجتمع معلومات مع التجارة الالكترونية

- هجرة الأدمغة والكفاءات الى الدول المتقدمة التي تعمل جاهدة الى استقطابها.¹

7- ضعف البنية التحتية للدفع الالكتروني:

تعرض الجزائر تحديات كبيرة في مجال الدخول الى عالم التجارة الالكترونية، و التي من بينها البنى التحتية التي تسمح بتسديد المشتريات عبر الأنترنت، فضعف وعدم توفر الوسائل الخاصة بالدفع الالكتروني يلعب دورا كبير في ضعف عمليات التجارة الالكترونية الجزائرية، و من شأنه عرقلة نمو هذا النوع الحديث من المبادلات ووسائل الدفع المستعملة في الجزائر، تتميز بأنها تقليدية في أغلبها بالنسبة للبطاقات فان الحديث عن التجارة الالكترونية الجزائرية دون توفر بطاقات ائتمانية يعتبر شبه مستحيل، نظرا لكون هذه البطاقات الطريقة المفضلة لتسديد المدفوعات مباشرة على الأنترنت .

ويمكن تفسير البنية التحتية للدفع الالكتروني و تاخر البنوك في تطوير هذه البنية بالعوامل التالية:

- ارتفاع تكاليف الاقتناء.
- تخوف البنوك من اصدار البطاقات الائتمانية بسبب عدم التأكد من مدى التزام حاملي البطاقات لسداد الديون المستحقة عليهم.
- رداءة الخدمات البنكية وكثرة تعاطلات الموزعات الالية و نهائيات الدفع الالكتروني.
- تفضيل الزبائن للدفع نقدا في مختلف التعاملات التجارية بالإضافة الى انخفاض القدرة الشرائية للمواطنين.

8- الجرائم الالكترونية:

ان من بين اهم ما يعرقل نظام الدفع الالكتروني هو انتشار الجرائم التي ترتكب بواسطة الحاسب الالي و شبكات الانترنت مما سيؤثر على قرار البنوك في تطوير هذا النظام للدفع و على ثقة الزبائن في استعمال الوسيلة الحديثة للدفع و من بين هذه الجرائم:

- جرائم انتحال شخصية الفرد واستعمال بياناته الشخصية لاستخراج البطاقات البنكية عبر الانترنت.
- ارتكاب حاملي البطاقة لجرائم تتعلق بالاستعمال الغير المشروع للبطاقات منهية الصلاحية او الملغاة لسداد

المشتريات ، و كذلك اساءة استخدام بيانات البطاقة اثناء مدة صلاحيتها بدفع ثمن السلع و الخدمات عبر الانترنت او السحب من اجهزة الصراف الالي ، و يكون الرصيد في البنك غير كافي لتغطية هذه المبالغ.

● جرائم السطو على أرقام البطاقات ،حيث يستطيع أشخاص ذوي دراية كبيرة بأنظمة المعلوماتية و طرق التزوير ،تخليق أرقام بطاقات ائتمانية من خلال حاسبهم بواسطة برنامج تشغيل خاص بالإضافة الى الالتقاط غير المشروع لأرقام بطاقات مستعملة في التسوق عبر الأنترنت لاستغلالها في الحصول على سلع وخدمات .

● غسيل الأموال باستخدام البطاقات البنكية ، بحيث يتمكن أصحاب الدخل غير المشروع من استخدام البطاقات في غسيل هذه الأموال من خلال الحصول على عدد كبير من البطاقات من بنوك في دول أخرى .

ثانيا: العوائق الاجتماعية والنفسية:

تتعلق الأسباب الاجتماعية والنفسية للتجارة الالكترونية بخصائص المجتمع الجزائري و الذي لا يزال ينتظر الكثير من الأشياء حتى يتمكن من الانضمام الى مجتمع المعلومات الأمية:

من الصعب على الجزائر التي يعاني فيها حوالي 1.1 مليون شخص من أمية الحرف أن تتحول بسهولة الى الاقتصاد المعرفي وتطبق أسلوب التجارة عبر الأنترنت اللغة:

من بين تحديات التجارة الالكترونية عامل اللغة و الذي يعتبر من بين القضايا الحاسمة في استخدام الشبكات للأغراض التجارية، حيث معظم التعاملات التجارية الالكترونية تتم باللغة الانجليزية

العائق النفسي:

ان من بين مايعرقل التحول الى التجارة الالكترونية و يجعلها بديلا غير واقعي ، هو سلوك المستهلك و نظرة المستهلك الجزائري ازاء الانفتاح على العالم الخارجي و ابرام نوع حديث من الصفقات التجارية التي تتعدى الحدود ، فلقد فوجئ المستهلكون الجزائريون بهذا النوع الحديث من المبادلات و التسوق عبر وسيط الكتروني ، مما أدى الى عدم تقبلهم فكرة التجارة الالكترونية و مقاومتهم لها و يتميز سلوك المستهلك بما يلي:

- ✓ انعدام ثقة المستهلك في الباعة المجهولين الذين لا يراهم أمامه مباشرة
- ✓ عدم انغراس التجارة الالكترونية في عادات المجتمع ،فالكثير يفضلون البضائع و الخدمات عن قرب و لمسها و تحسسها و ربما تذوقا قبل اتمام الصفقة .
- ✓ تخوف المستهلك من عنصر المخاطرة الذي يميز التجارة الالكترونية ،فهناك احتمال بث معلومات غير صادقة من طرف التاجر حول مواصفات السلعة و أسعارها و بالتالي هناك خطر استلام منتجات غير مطابقة للطلبات أو عدم استلامها نهائيا

✓ التخوف من عملية سرقة البيانات والمعلومات الخاصة المتعلقة بأرقام البطاقات البنكية
 ✓ العادات الشرائية للمستهلكين الذين يفضلون التوجه الى الأسواق التقليدية
 حداثة ظاهرة التجارة الالكترونية وتميزها بالتغيير السريع يزيد من تخوف المستهلك من
 اقتحام هذا العالم الجديد

ثالثا : العقبات التجارية :

لقد وضعت الثورة التكنولوجية الحديثة تحت تصرف المؤسسات طرق الكترونية حديثة
 لاجراء التبادلات والأعمال و الأنشطة التجارية ، بغية مساعدتها على اثبات وجودها بقوة
 على الساحة التجارية ، الا أن أغلبية المؤسسات و المشروعات الجزائرية لديها أنواع من
 الجمود و عوامل مترسخة لمقاومة التغيير ، فهذه المؤسسات مرتبطة بأنماط التجارة التقليدية ،
 وتفتقر الى قابلية التحول الجذري لمؤسسات الكترونية تعتمد على الوسائط الالكترونية في
 ابرام صفقاتها و يمكن تلخيص هذه العقبات التجارية كالآتي:

0- عدم توفر الحوافز لدى المؤسسات لممارسة التجارة الالكترونية:

ويرجع ذلك الى عدة أسباب من بينها صعوبة الوصول الى قاعدة تمويل كبيرة لبدء مشاريع
 التجارة الالكترونية فلا تستطيع أغلبية الشركات الحصول على تمويل كافي لتغطية نفقات و
 تكاليف توطين تكنولوجيا الاعلام والاتصال و انشاء منصة للتجارة الالكترونية على
 الأنترنت ،تواكب هذه المنصة التكنولوجية التطورات التي تحدث بخطى متسارعة في هذا
 الميدان².

2- ضعف المساعدات اللازمة للتحول الى التجارة الالكترونية والذي تتجلى مظهره في :

- محدودية الدعم الحكومي المشجع للتجارة الالكترونية
- عدم توفر شركات الوساطة تقوم بدور نقل وتوصيل البضائع المبيعة الكترونيا
- الغياب الشبه التام للمشاركة للمعلومات التي بحوزة المؤسسات
- احجام المستهلكين على التسوق عبر الأنترنت بسبب عدم وجود فوارق في الأسعار بين
 التجارة التقليدية والتجارة الالكترونية
- عدم توفر عدد كبير من الباعة والمشتريين

رابعا : العقبات القانونية و التشريعية :

ظهور الوسائط الالكترونية للتعامل و التي تتخطى الحدود الجغرافية ،نتج عنه بروز العديد
 من المشاكل و القضايا القانونية المترتبة عن استخدام هذه الوسائط في التجارة الالكترونية و
 التي تقوم على تعاقدات دون مستندات أو مرتكزات مالية ، الأمر الذي يثير مسألة التزامات
 الأطراف المتعاقدة ، فلا بد من تعديل و توفير عدد من التشريعات و التدابير القانونية التي

تساعد على حماية هذه الأطراف أثناء التبادل ، وتسرع عملية ابرام و تنفيذ العقود الالكترونية ، وتشجع على تبني مختلف أساليب التجارة الالكترونية و تواجه الجزائر تحديا حقيقيا في وضع التشريعات التي تتلاءم مع النمط الحديث من العمليات التجارية الالكترونية

المطلب الثاني: حلول وسبل توسيع استخدام التجارة الالكترونية في الجزائر:

في ظل تنامي الاهتمام العالمي بالتجارة الالكترونية، يتعين على الجزائر أن تدرك حقيقة وضعها على الخريطة التجارية الالكترونية الحديثة ، و أن تحاول تدارك التأخر الحاصل و الاستفادة من الفرص التي تتيحها هذه التجارة ،من خلال إيجاد الحلول و اتخاذ بعض الإجراءات قصد النهوض بهذه التجارة و إيجاد البيئة التمكينية المناسبة لانتشارها²⁹ .

ويتطلب نجاح التجارة الالكترونية في بلد ما ضرورة الإلمام بكافة المقومات الأساسية التي تسمح لهذا النوع من الممارسات التجارية بالنمو والتطور، وعلى الجهات المسؤولة اتخاذ كافة الإجراءات التي تساهم تشجيع الدخول في عالم الأعمال الالكترونية، سواء بالنسبة للأفراد أو المؤسسات، فالتجارة الالكترونية تتطلب توافر مجموعة من الشروط حتى يكتب لها النجاح في مجتمع ما، ومن بين هذه الشروط نذكر ما يلي:

- البنية للاتصالات والتي تشمل الشبكات والبرامج، الاجهزة اللازمة والموارد البشرية؛
- تدابير الأمن والحماية المعلوماتية؛
- حماية حقوق الملكية الفكرية؛
- الارتقاء بالوعي لدى المجتمع ونشر ثقافة المعاملات الالكترونية؛
- تنظيم المحتوى المعلوماتي وتطوير استخدام الانترنت؛
- تفعيل التعاون والشركة بين القطاع العام والخاص في مجال الإجراءات الخاصة بالتجارة الالكترونية؛
- مساعدة المؤسسات التي تسعى إلى التحول الرقمي؛
- إعداد برامج ودورات تدريبية لتمكين العنصر البشري من التعامل مع هذا النوع من الممارسات؛
- تطوير القوانين والتشريعات للتعامل مع المسائل المرتبطة بالعقود الالكترونية والوثائق وكل ما يرتبط بالتجارة الالكترونية؛
- ضمان الحماية اللازمة ضد الجرائم الالكترونية والغش التجاري الالكتروني بصوره المختلفة؛
- الحد من مخاطر السداد الالكترونية وأنظمة الدفع الالكترونية؛
- العمل على إيجاد حلول لقضية الرسوم الجمركية والضرائب على السلع التي يتم تداولها عبر الانترنت.

²⁹ الحمزة منير، "آليات واستراتيجيات تطبيق الإدارة الإلكترونية في الجزائر: مشروع الجزائر الإلكترونية 2013

إن نجاح التجارة الالكترونية وتطورها يكون مبني أساسا على مجموعة من المسائل التنظيمية والقانونية، والتي يمكن أن تشمل:

- ضمان صلاحية وإلزام الصفقات التجارية المبرمة في البيئة الرقمية؛
- سن القوانين في مجال حماية البيانات والخصوصية المعلوماتية، بالإضافة إلى القوانين المرتبطة باستخدام التوقيع الرقمي ووسائل الإثبات؛
- البحث عن الحلول للمشاكل والخلافات التجارية في مجال التجارة الالكترونية؛
- حماية حقوق الملكية الفكرية، وحقوق التأليف والنشر والعلامات التجارية؛
- إعطاء مفهوم للجريمة الالكترونية والبحث عن الوسائل اللازمة لمكافحتها؛
- إيجاد حلول لإشكالية الرسوم والضرائب على السلع التي يتم تداولها عبر الانترنت.

وبمنظور عام، فإن إستراتيجية نجاح التجارة الالكترونية تأخذ بعين الاعتبار المسائل القانونية والتنظيمية دون إهمال الدور الاستراتيجي للحكومة وسياسات الدخول إلى عالم الاعمال الالكترونية، وكذا البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وعلى رأسها شبكة الانترنت، هذه المسائل كلها تدفع إلى التركيز على ما يلي:

- سعي الحكومات إلى تحفيز الخدمات الرقمية، وتبادل المعلومات عبر شبكة الانترنت؛
- زيادة إمكانية الدخول إلى المواقع الالكترونية وشبكات الإنترنت؛
- توفير البرمجيات وخدمات الدفع الالكتروني؛
- توفير المناهج والبرامج التدريبية شرائح المجتمع؛
- تحسين نوعية خدمات الاتصالات وتخفيض أسعارها، مع زيادة حجم انتشارها؛
- العمل على الارتقاء بالمهارات المعلوماتية، لإنجاح الدخول إلى الإنترنت واستخدام مختلف التطبيقات الرقمية؛
- توفير الأمن والحماية لمواقع الأعمال والتجارة الإلكترونية بالاعتماد على الأدوات والوسائل التقنية الجيدة؛
- اتباع سياسة وطنية مستقلة للتحويل إلى المجتمع المعلوماتي وتفعيل خدمات الحكومة الالكترونية؛
- ضرورة التعاون مع المنظمات الدولية والمؤسسات المتخصصة والرائدة في عالم الأعمال الالكترونية؛
- توفير متطلبات النهوض بالبحث والتطوير التكنولوجي؛
- تشجيع ودعم مؤسسات إنتاج الحواسيب، مع تخفيض التعريفات الجمركية على استيراد السلع والتقنيات التي لها علاقة بالمعلوماتية؛

• العمل على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر للمساهمة في المشاريع التي لها علاقة بقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

وعليه فإن سيادة التجارة الإلكترونية في أي مجتمع يعني تعميق استخدام شبكة الانترنت في الدائرة الاقتصادية الوطنية، بحيث يسري حجم كبير من المعاملات والأنشطة التجارية والأعمال ضمن بيئة رقمية، خاصة فيما يتعلق ببيع وشراء السلع وعرض الخدمات عبر المواقع الالكترونية على الشبكة المعلوماتية .

خلاصة الفصل:

رغم كون التجارة الالكترونية لا يزال حديثا و غير محدد بدقة ، الا أنه في ظل الثورة التكنولوجية وافتتاح الأسواق العالمية ، أصبح من القناعات الراسخة أن التجارة الالكترونية تشكل وسيلة رئيسية لدعم قدرة الاقتصاد على الاندماج في الاقتصاد المعرفي ، وان انتشار هذه التجارة الالكترونية في الجزائر يتطلب العديد من المقومات الكفيلة بإقامة البيئة التمكينية لزراع نواة هذه التجارة .

ورغم كل الجهود المبذولة للتفاعل مع التغيرات التكنولوجية و توفير متطلبات قيام التجارة الالكترونية، الا أنه حسب تحليلنا لاحظنا أن هناك تأخر في مجال البنية التحتية للاتصالات لا سيما الأنترنت ،مما حال دون توسع التجارة الالكترونية الجزائرية ،بالإضافة الى العديد من العراقيل و العقبات التي تعترض نمو هذه التجارة ،منها ما هو قانوني ، تجاري ،ثقافي و اجتماعي .

و بهدف تفعيل هذه التجارة ، لابد أن تدرك الجزائر أن مسار التحول الى التجارة الالكترونية يتطلب جملة من التغييرات و اعداد الترتيبات ،و التخطيط و التفكير الدقيق .فمن الضروري التركيز على مجموعة من المقومات و العوامل الأجنبية ، واستخدامها بشكل يعطي الثمار المرجوة منه و يحقق الانطلاق الفعلي للمعاملات التجارية الالكترونية ،و يتم ذلك من خلال استكمال البنية التحتية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال ، و انتهاج سياسة التنقيف الالكتروني ،بالإضافة الى تنشيط و تحفيز المؤسسات لاقتحام هذا النشاط و تحديث البيئة التشريعية و القانونية لتصبح أكثر تلاؤما مع التجارة الالكترونية .

الخاتمة:

في عالم طغت فيه لغة المعرفة، أصبح التقدم التكنولوجي هو المحرك الرئيس ي للاقتصاد العالمي، وأضحى تطور الأمم وازدهارها يقاس بمدى تبنيتها لهذه التكنولوجيا، وهو ما جعل العديد من دول العالم تدرك أهمية هذه التكنولوجيا، وتسعى لتسخيرها لخدمة الاقتصاد بأسره، لاسيما الجانب التجاري منه.

وإن الاهتمام بالتجارة المعتمدة على وسيط إلكتروني دليل على وعي اقتصادي ناضج، هذه التجارة التي كانت مجرد حلم، فرضت اليوم نفسها في تحديد المستقبل الاقتصادي للدول وأصبحت النمط الرئيس ي للنشاط التجاري، فقد نمت حجمها بسرعة خيالية في مختلف أنحاء المعمورة، بسبب المزايا العديدة التي توفرها خاصة اختصارها للزمن والمسافات واختزالها للتكاليف.

ولعل تجارب بعض الدول العربية، التي تشهد تحولات كبيرة للانتقال للعالم الرقمي، هو أكبر حافز لتشجيع الجزائر على استيعاب هذه التغيرات التكنولوجية الهائلة، ومواكبة النقلة النوعية، وخوض تجربة التجارة الالكترونية للاستفادة من مزايا تطبيقها.

من هذا الباب جاء التركيز على دراسة ظاهرة التجارة الالكترونية، مع إيلاء اهتمام خاص بتشخيص الوضع المعرفي للجزائر، وتبيين موقعها وموضعها في عالم التجارة الالكترونية.

النتائج:

من خلال هذا البحث أمكننا الوصول إلى النتائج التالية:

- أحدثت التطورات التكنولوجية طفرة اتصالات ومعلومات في كل المجالات، فقد حولت الاقتصاد من الشكل التقليدي إلى الشكل الرقمي المتمحور حول اللامادية والسرعة والأنية، والمعتمد على المعلومات كأهم عنصر من عناصر الإنتاج.
- يرجع الفضل الكبير في تحقيق وجود التجارة الالكترونية وانتشارها إلى الأدوات المختلفة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، التي وفرت البيئة التقنية اللازمة لقيام هذه التجارة والتي ما

هي إلا استخدام مكثف للتكنولوجيا الحديثة من أجهزة حاسوب ووسائل وشبكات الاتصالات في المجال التجاري.

• رغم تعدد وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، إلا أن شبكة الانترنت برزت كركيزة أساسية للتجارة الالكترونية، فقد ساعدت خدمات هذه الشبكة التعاملات التجارية على الامتداد الإقليمي إلى مختلف القارات ولأكبر عدد من العملاء في أقصر وقت ممكن وبأقل تكلفة.

• التجارة الالكترونية عبارة عن منهج حديث للأعمال يعتمد على تكنولوجيا الإعلام والاتصال خاصة الانترنت، لإنجاز كافة العمليات المتصلة بعقد الصفقات بين أطراف متعددة، سواء كانوا مؤسسات أو هيئات حكومية أو أفراد، حيث تتحدد تصنيفات هذه التجارة بناء على العلاقة بين هؤلاء الأطراف.

• بدأت تطبيقات التجارة الالكترونية في أوائل السبعينات من خلال التحويل الالكتروني للأموال، وبعدها التبادل الالكتروني للبيانات، ثم توسعت التجارة الالكترونية في سنوات التسعينات من مجرد معاملات مالية إلى معاملات أخرى تشمل مجموعة من التطبيقات والأنشطة التي تمارسها الشركات بواسطة وسائل الاتصالات الالكترونية. فالتجارة الالكترونية لا تقتصر على عملية امتلاك موقع على شبكة الانترنت فقط، بل تمتد إلى الإعلان الالكتروني، النشر الالكتروني، شراء الأسهم والسندات، الصيرفة الالكترونية، الاستشارات الطبية والقانونية.

• إن التعامل بالتجارة الالكترونية يفرض تقبل الثنائية المتبادلة من المزايا والأعباء، فهي تنتشئ القيمة من خلال مساعدتها للمؤسسات دون اعتبار لحجمها لولوج الأسواق العالمية بأقل وقت وتكلفة، كما تساعد الأفراد على الخيار العالمي لأجود المنتجات وبأرخص الأثمان. غير أن هذه التجارة تفرض تحمل أعباء ومخاطر وسلبيات لا بد من العمل للقضاء عليها.

• تنامي الاهتمام بتطبيقات التجارة الالكترونية وزيادة معدلات استخدامها بصورة أسية في مختلف أنحاء العالم.

- اختلاف درجة إدراك مكاسب التجارة الالكترونية والتجاوب معها من بلد لآخر، فقد ارتكز الحجم الأكبر من هذه التجارة العالمية لدى دول العالم المتقدم، أما الدول العربية فلا تزال متخلفة عن ركب التعاملات الالكترونية ومبتدئة في هذا المجال.
- ثمة ثورة تنتشر ببطء في العالم العربي في مجال التجارة الالكترونية، فقد عرفت المنطقة العربية بعض المبادرات الرامية إلى الاستثمار الأمثل لتقنيات التجارة الالكترونية وتسريع عملية تبني تطبيقاتها.
- ضعف واضح في المؤشرات غير المباشرة للتجارة الالكترونية في الجزائر، والمتعلقة أساسا بالبنية التقنية للاتصالات والمعلومات، فرغم أن هذه البنية شهدت تطورات كبيرة خلال الفترة الأخيرة، لكنها مازالت دون المستوى المطلوب والكافي لتطبيق التجارة الالكترونية، سواء من حيث معدلات الانتشار أو الجودة والتكاليف.
- الانطلاق الحديث لبعض المبادرات المحتشمة والمتواضعة لتطبيق التجارة الالكترونية في الجزائر.
- تعاني الجزائر من تدني كبير في نسبة استخدام التجارة الالكترونية، وتغييبا شبه كامل لهذا المصطلح من قاموس التعاملات التجارية. ويعود سبب هذا التعثر إلى جملة من المعوقات التي تشكل مكبحا أما انتشار هذه التجارة:
- تخلف البنية التحتية التكنولوجية، وارتفاع تكاليف خدمات الاتصالات والمعلومات والتجهيزات المرافقة لها.
- عدم انتشار الوعي الكافي بأهمية التجارة الالكترونية لدى المؤسسات التجارية والأفراد، وعدم إيلائها الأهمية الكافية لتطويرها من طرف الدولة.
- عدم بذل جهود لمقاومة عوامل التغيير لدى المؤسسات، وغياب الدعم الكافي لمساعدة هذه المؤسسات وتحفيزها على تبني التجارة الالكترونية.
- غياب البيئة المصرفية والنقدية المناسبة للعمليات والتسويات الناجمة عن التعاملات الالكترونية.
- عدم ملائمة البيئة التشريعية لمتطلبات التجارة الالكترونية.

• رغم تأخر الجزائر في مجال اختراق تكنولوجيا المعلومات وتبني التجارة الالكترونية، إلا هناك مؤشرات على إمكانية تحسن القطاع، وأمل كبير في انطلاق التجارة الالكترونية في حال تم العمل على توفير البيئة التقنية والتوعوية والتشريعية والتجارية المناسبة لتنمية هذه التجارة، خصوصا أن هناك الكثير من المؤسسات التي بدأت بالفعل تمارس بعض أعمالها عبر الانترنت.

المقترحات والتوصيات: 30

رغم كل العراقيل التي تواجه الجزائر، إلا أن النهوض بالتجارة الالكترونية ورفع التحدي الذي تفرضه ثورة تكنولوجيا الإعلام والاتصال يستدعي توفر إرادة حقيقية وقوية لدى الجزائر لتطوير هذه التجارة.

وهذه الإرادة لا يمكن أن تعطينا الثمار المرجوة ما لم تكن مدعومة بالعمل الجاد. ولعل من أهم ما يجب عمله في هذا المجال:

• دعم الاستعداد الالكتروني لكافة فئات المجتمع وتشجيعهم على التحول إلى التجارة الالكترونية، وذلك من خلال التركيز على تنمية العنصر البشري كأحدى سبل تسريع تطبيق التجارة الالكترونية، حيث يتم تبصير الأفراد والمؤسسات بأهمية هذه التجارة بإتباع مجموعة أساليب من بينها الحملات الإعلامية والتنويرية المرسخة لثقافة التسوق عبر

³⁰ الحمزة منير، "آليات واستراتيجيات تطبيق الإدارة الإلكترونية في الجزائر: مشروع الجزائر الإلكترونية 2013

الانترنت، برامج وورشالتدريب للأفراد والموظفين، تحديث مناهج التعليم بغية تأهيل الكفاءات للتعاطي مع تحديات الانتقال للتجارة الالكترونية.

• تحول التجارة من الشكل التقليدي إلى الشكل الالكتروني لابد أن يصاحبه بنية تحتية قوية مكونة من شبكات اتصالات ذات سرعة فائقة وقدرة كبيرة على المحافظة على سلامة المعلومات وتوفير تجهيزات آلية، وتطوير برمجيات متخصصة ملائمة لطبيعة السوق الجزائري. ولا بد من محاربة جزر المعلومات، والعمل على تأمين نفاذ جميع فئات المجتمع إلى خدمات تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ومعالجة قضايا التسعير، من خلال إعادة النظر في الأسعار لتناسب مع مستويات دخل المواطنين.

• الإسراع في تجسيد مشروع الحكومة الالكترونية، التي توفر الخدمات للمواطنين والشركات عبر الشبكة بسرعة وسهولة، وما سيكون لذلك من آثار ايجابية في دفع التجارة الالكترونية وزيادة الوعي بان التعامل بهذه التجارة ليس خيارا ترفيهيا بل أمر ضروري.

• تسخير الإمكانيات الضرورية واللازمة للانتقال بمشروع الجزائر الالكترونية من التخطيط إلى التنفيذ، وإعداد دراسات دقيقة حول سبل تسريع عملية تجسيد المشروع على أرض الواقع فيأجاله المحددة حتى لا يؤول مصيره الفشل كباقي المشاريع.

• تشجيع النظام المصرفي على لعب دور أساس ي ميسر ومسهل للتجارة الالكترونية، من خلال تطوير التحويلات الالكترونية للأموال وتعميم وسائل الدفع الالكتروني باعتبارها أول خطوة لتبني هذه التجارة، مع ضرورة الحفاظ على حقوق مختلف الأطراف من خلال التأكد من السرية والأمن في هذه العمليات.

• السهر على إيجاد التنظيم القانوني والتشريعي اللازم لقيام واعتماد التجارة الالكترونية، الذي يضمن استمرارها ويحمي حقوق المستهلكين والبائعين المتعاملين بها، ويضمن الوفاء بالتزاماتهم. ويتم ذلك من خلال تكييف القواعد القانونية الحالية لتتلاءم مع الطبيعة الخاصة للتعاملات الالكترونية، وسن تشريعات جديدة للتجارة الالكترونية تواكب النمو العالمي المتسارع لهذه التعاملات.

- تكوين تحالف رقمي مع الدول العربية في مجال أنشطة المعلوماتية والتجارة الالكترونية، بغية الاقتداء بالتجارب الناجحة لهذه التجارة واستخلاص الدروس منها، بالإضافة إلى التعاون علالتفاعل الايجابي مع ثورة تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتبادل منافع هذه الثورة.
- إعطاء الأولوية لقطاع البحث والتطوير وإزالة الانفصال القائم بين قطاعي الصناعة والبحث العلمي، وذلك من خلال إنشاء مراكز وهيئات متخصصة في هذا المجال، ومنحها الفرصة لإبراز مجهوداتها ونتائج أبحاثها واستخدامها في استحداث مختلف الابتكارات المساعدة على تطبيقالتجارة الالكترونية.
- دعم وفتح مجال الاستثمار في تكنولوجيا الإعلام والاتصال للقطاع الخاص المحلي، وجذب رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار في إقامة صناعات داعمة للبنى التحتية اللازمة لتطبيق التجارة الالكترونية .

تعرف التجارة الالكترونية توجهات مختلفة ،الا أن ذلك لا يمنع من القول بأن الأمر ينطوي على تحديات عديدة جعلت دول العالم لا تستفيد من التجارة الالكترونية بنفس الدرجة ، فتجربة الجزائر في تطبيق هذه التجارة لم تحقق النهضة والانطلاقة المرجوة ، ولا يزال اعتماد هذا النمط من المبادلات محتشما و في مراحلہ الأولى ،غير أن ذلك لا يعني التشكيك مطلقا في النوايا و الانقاص من الجهود ،فالجزائر اتخذت مؤخرا اجراءات عدة في جميع الميادين بغية تدعيم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات و مساندة التحولات التكنولوجية وتبنيها يحتاج الى التركيز على مجموعة من المقومات و احداث تغييرات جذرية في مجالات شتى لتذليل العقبات المعرقله لانطلاق هذه التجارة في الجزائر.