وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of High Education and Scientific Research
جامعة محمد البشير الإبراهيمي – برج بوعريريج –
University of Mohamed el Bachir el Ibrahimi-Bba
كلية الحقوق والعلوم السياسية
Faculty of Law and Political Sciences

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر أكاديمي في الحقوق

تخصص: قانون أعمال

الموسومة بـ

واقع وتطبيقات التجارة الإلكترونية في الجزائر استنادا إلى توجهات قانون 18-05

إعداد الطلبة:

✓ مهدي أيمن

✓ بن ربيع جهيد

إشراف الدكتورة:

* رمضاني مريم

لجنة المناقشة:

الاسم و اللقب	الرتبة	الصفة
بن مالك إسمهان	أستاذ محاضر ـ ب ـ	رئيسا
مريم رمضاني	أستاذ محاضر ـ ب ـ	مشرفا
قيرة سعاد	أستاذ محاضر ـ ب ـ	مناقشا

السنة الجامعية 2024/2023

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of High Education and Scientific Research
جامعة محمد البشير الإبراهيمي – برج بوعريريج –
University of Mohamed el Bachir el Ibrahimi-Bba
كلية الحقوق والعلوم السياسية
Faculty of Law and Political Sciences

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر أكاديمي في الحقوق

تخصص: قانون أعمال

الموسومة بـ

واقع وتطبيقات التجارة الإلكترونية في الجزائر استنادا إلى توجهات لقانون 18-05

إعداد الطلبة:

✓ مهدي أيمن

✓ بن ربيع جهيد

إشراف الدكتورة:

* مريم رمضاني

لجنة المناقشة:

الاسم و اللقب	الرتبة	الصفة
بن مالك إسمهان	أستاذ محاضر - ب -	رئيسا
مريم رمضاني	أستاذ محاضر - ب -	مشرفا
قيرة سعاد	أستاذ محاضر - ب -	مناقشا

السنة الجامعية 2024/2023

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's democratic republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of higher education and scientific research
جامعة محمد البشير الإبراهيمي – برج بوعريريج
University Of Mohamed Al-Bashir Al-Ibrahimi - BBA
كلية الحقوق والعلوم السياسية
Faculty of Law and Political Sciences

إذن بالإيـــداع

أنا الممضي أسفله الأستاذ .....مسعود صفايلي.....

الرتبة : .....أستاذ محاضر ب.....

المشرف على مذكرة الماستر الموسومة بـ : .واقع وتطبيقات التجارة الإلكترونية في الجزائر أستاذا إلى توجهات قانون 18-05.....

من إعـــداد :

الطالب الأول : .....محمدي أيمن.....

الطالب الثاني : .....بن ربيع جميلة.....

أوافق على إيداع الطالب (الطالبين) لمذكرة التخرج لدى الإدارة من أجل برمجتها للمناقشة.

إمضاء الأستاذ المشرف

مسعود صفايلي

* ملحق بالقرار رقم ....1082.... المؤرخ في ..... 27 أوت 2020 .....
الذي يحدد القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

مؤسسة التعليم العالي والبحث العلمي:

نموذج التصريح الشرفي

الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

(الطالب الأول)

أنا الممضي أسفله،

السيد(ة): مهري لحسن ..... الصفة: طالب، أستاذ، باحث طالب .....

الحامل(ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 118499335 والصادرة بتاريخ 02-09-2018

المسجل(ة) بكلية / معهد العلوم الاقتصادية قسم خانون أعمال .....

والمكلف(ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه).

عنوانها: واقع وتطبيقات التجارة الالكترونية في الجزائر
استنادا لتوجهات خانون "05-18"

أصرح بشرفي أني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه .

التاريخ: 24-09-2024

توقيع المعني (ة)

شوهد لأجل تصديق الإمضاء
السيد(ة): ...
ب ت و ر م: ...
الصادرة بتاريخ: ...
عن طرف: ...
العناصر في: ...
2024 أكتوبر 02
ع/رئيس المجلس الشعبي البلدي وتفويض منه
ضابط الحالة المدنية

* ملحق بالقرار رقم ....1082.... المؤرخ في ..... 27 ديسمبر 2020

الذي يحدد القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

مؤسسة التعليم العالي والبحث العلمي:

نموذج التصريح الشرفي

الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

(الطالب الثاني)

أنا الممضي أسفله،

السيد(ة): بن ربيع جميلة ..... الصفة: طالب، أستاذ، باحث ..... طالب

الحامل(ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 140359047 والصادرة بتاريخ 2022.11.07

المسجل(ة) بكلية / معهد الحقوق والعلوم السياسية قسم الحقوق - قانون أعمال

والمكلف(ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه)،

عنوانها: واقع وتطبيقات التجارة الالكترونية في الجزائر والتشاد

على ضوء القانون "18-05"

أصرح بشرفي أني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه .

التاريخ: 09 جوان 2024

توقيع المعني (ة)

شوهد لأجل تصديق الإمضاء

السيد: .....

بـ ت و ورس: .....

الصادرة بتاريخ: .....

من طرف: .....

العناصر في: .....

ع/رئيس المجلس الشعبي البلدي و بتفويض منه

ضابط الحالة المدنية

حروز زهية

بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وتقدير

الحمد لله الذي وهبنا التوفيق والسداد،و منحنا الرشد والثبات،و أعطانا القوة والعزيمة و الصبر و إتمام هذه المذكرة.

نتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذة المشرفة.

رمضاني مريم

على توجيهها وإرشادها في إنجاز هذه المذكرة.

إلى كل أساتذة كلية الحقوق و العلوم السياسية بجامعة محمد البشير الإبراهيمي.

إلى موظفي مكتبة الكلية و موظفي الكلية كافة.

إلى كل من ساعدنا في إنجاز هذا العمل.

ونأمل أن يضاف هذا العمل إلى ما تم إنجازه في مجال الدراسات الجامعية، والذي قد يلبي بعض الحاجيات الخاصة في مجال تطور البحث العلمي.

شكرا

قائمة المختصرات:

الكلمة	المختصرات
من الصفحة إلى الصفحة	ص .ص
دون بلد النشر	د.ب.ن
القانون المدني الجزائري	ق.م.ج
دون دار النشر	د.د.ن
دون سنة النشر	د.س.ن

إهداء

إلى من جرع الكاس فارغا ليسقيني قطرة حب إلى من كلت انامله ليقدم لنا لحظة سعادة إلى من حصد الأشواك عن دربي ليمهد لي طريق العلم إلى القلب الكبير *والديي* حفظهم الله وأدامهما سندا لي إلى من أرضعتني الحب و الحنان الى رمز الحب و بلسم الشفاء أمي الحبيبة

(بن لفقي سعدية) و إلى أبي (بن ربيع يحيى) إلى القلوب الرقيقة و النفوس البريئة إلى إخوتي (عبد العزيز- فارس- مراد) و الى اخواتي و جميع ازواجهم و ابنائهم حفظهم الله من كل مكروه وإلى جميع زملائي الذين مررت بهم بمسيرتي الدراسية من طور الابتدائي الى ما وصلت إليه الان والى جميع اصدقائي من قريب أو بعيد الذين قاموا بمساعدتي في هذا العمل و لو بكلمة طيبة .

الآن تفتح الأشرعة و ترفع المرساة و تنطلق السفينة في بحر واسع مظلم هو بحر الحياة و في هذه الظلمة لا يضيئ إلى قنديل ذكريات الإخوة الذين أحببتهم و أحبوني .

- أيمن مهدي
- حسين بوقجار
- أيمن دريسي

و نختم هذا الكلام بالدعاء الى صديقي و اخي (نصر الدين مسعودان) بالشفاء العاجل .

بن ربيع جهيد

إهداء

بسم الله الرحمان الرحيم

الحمد لله الذي ما نجحنا وما علونا ولا تفوقنا الا برضاه الحمد لله الذي ما أجتزنا دربا ولا تخطينا جهدا الا بفضله واليه ينسب الفضل والكمال والاكمال.

الحمد لله حبا وشكرا وامتنانا ما كنت لأفعل هذا لولا فضل الله فالحمد لله على البدء وعلى الختام.

إلى التي كانت معي سندا و التي ارضعتني الحب و الحنان و إلى رمز الحب و بلسم الشفاء أمي الحبيبة

*** رحمها الله * (مهدي نعناعة) اللهم ارحمها و اجعل قبرها روضة من رياض الجنة .**

وإلى زوجة أبي رحمها الله مخلوش سهيلة رحمها الله وجعل قبرها روضة من رياض الجنة.

إلى مأمني الوحيد الذي بمجرد النظر اليه تتلاشى الثقال، إلى الذي هو والصعاب خطان متوازيان لا يلتقيان، الى الذي لم اشكو له عقدة الا وحلها، الى منبر قوتي ومن غرس في روحي مكارم الاخلاق داعمي الأول في مسيرتي وسندي وقوتي وملاذي بعد الله أبي العزيز (مهدي عبد الله).

إلى سندي والكتف الذي استند عليه دائما لطالما كانوا ظلا لهذا النجاح

إخواني واخواتي و أصدقائي و أشكر كل من قام بمساعدتي و لو بالدعاء.

إلى صديق المواقف لا السنين ورفيقة الدرب والنجاح جهيد بن ربيع.

إلى كل عابر في حياتي ترك أثرا جميلا.

<u>مهدي أيمن</u>

مقدمة

ظهرت في العقود الأخيرة من القرن العشرين العديد من التغيرات والتحولات التي أفرزتها معطيات التطور التكنولوجي، فتسارع وتيرة نمو الابتكارات والتقنيات التكنولوجية ساهم في نقل المجتمعات عبر الزمن إلى عصر المعلومات، وأدى إلى ميلاد وبروز العديد من التطبيقات والأنشطة الحديثة.

حيث أن امتلاك الثورة التكنولوجية للعديد من عناصر القوة مكنها من إحداث تعديلات جذرية في مناهج وأنماط العمل في كل الميادين، لاسيما المجال التجاري الذي يعد من أكثر القطاعات استجابة للتقدم والابتكار التكنولوجي ومن أكثرها استخداما للتقنيات الحديثة والمتطورة، وبالتالي تغيرت بعض قواعد التعاملات التجارية ونجم عنها ميلاد نوع حديث من المبادلات التجارية وألغت نهائيا الحدود والقيود المادية والجغرافية، وهو ما أصبح يطلق عليه التجارة الإلكترونية.

وقد أصبحت التجارة الالكترونية 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 متجاوزين بذلك كل الحدود، وكذلك الحال بالنسبة للزبائن الذين أصبح بمقدورهم اقتناء احتياجاتهم بمجرد نقرة واحدة ودون الحاجة لمغادرة أماكنهم، وان المميزات العديدة التي يوفرها النوع الحديث من المبادلات التجارية التي تتم عبر وسيط الكتروني يساهم في زيادة إدراك العديد من الدول لأهمية تبني التجارة الالكترونية، 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، حيث بالرغم من أن التجارة الالكترونية بلغت حدود عالية في انتشارها لدى الدول الغربية وبعض الدول العربية التي بدأت تخطو خطوات مهمة ورغم تواضعها إلا أن اعتمادها في الجزائر مازال في مراحله الأولى، ولم يرقى بعد

إلى للمستوى الذي يمكن اعتبارها كتقنية متطورة للتجارة، وبالتالي يتعرض الاقتصاد الجزائري إلى خلل كبير بسبب نقص هذه التجارة.

فالجزائر تواجه الكثير من العراقيل التي تحول دون توسيع انتشار التجارة الالكترونية، إلا أن إلقاء هذه التجارة لظلالها على كثير من الدول التي من بينها الجزائر وتحولها إلى واقع ملموس، أكد أن التجارة الالكترونية صارت ضرورة حتمية 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 تقليل العقبات التي تواجه تطبيقها، وتوفير كافة أسباب النجاح والتي من بينها متطلبات البنى التحتية التكنولوجية والتشريعات المتعلقة بتطبيقها، ومن هذا المنطلق جاء اهتمامنا بالموضوع محل الدراسة محاولين الإجابة على السؤال الذي طرحناه في الإشكالية

أهمية الموضوع :

تكمن أهمية هذه الدراسة في أنها تتناول موضوعا حديثا مازالت النقاشات والدراسات متواصلة بشأنه خاصة على مستوى الهيئات والمنظمات الإقليمية والعالمية، وتظهر حداثته بشكل خاص في المجتمعات العربية وخاصة الجزائر لأنها لم تنل لحد الآن العناية والاهتمام اللازمين لدى الأفراد والمنشآت وحتى الحكومات، فهي تعتبر مرجعا لكل المهتمين خاصة مسيري المنشآت الذين يرغبون في إدخال هذا النمط الجديد من المعاملات التجارية إلى منشآتهم وتبني تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستخدامها لدعم قدرتها التنافسية.

أهداف الدراسة:

تهدف من خلال هذه الدراسة إلى التعرف على الجديد الذي جاءت به التجارة الإلكترونية، وما الذي يميزها عن الأسلوب التقليدي في المبادلات التجارية، ولماذا لقيت

هذا الرواج الكبير لدى الأفراد ومختلف المنشآت، والوقوف أيضا على حالة الجزائر فيما يخص تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تلعب دورا كبيرا في زيادة القدرة التنافسية وتحقيق التنمية الاقتصادية، لما لها من علاقة مباشرة مع استعداد الجزائر لاستخدام تطبيقات التجارة الإلكترونية، وكذلك حصر السبل الكفيلة لتمكين الأفراد من الاستفادة من هذه التطبيقات، واقتراح الحلول المناسبة لتخطي التحديات والعقبات التي تفرضها التجارة الإلكترونية في الجزائر.

أسباب اختيار الموضوع:

من أهم الأسباب التي دفعتنا إلى اختيار هذا الموضوع ما يلي:

الانتشار السريع للتجارة الإلكترونية في السنوات الأخيرة، فالمتصفح لشبكة الأنترنت يرى بوضوح اللجوء المتزايد لاستعمالها للأغراض التجارية، فلا يكاد يخلو موقع ما من عرض ومضات إشهارية للترويج لمنتجات معينة.

رغم الانتشار الواسع للتجارة الإلكترونية إلا أننا لا نرى لها أثرا في حياتنا اليومية، فمنشآتنا لحد الآن مازالت تعتمد على الأساليب التقليدية في مبادلاتها التجارية، والأفراد لا يستطيعون الشراء الكترونيا لعدة عوامل منها على سبيل المثال: عدم توفر وسائل الدفع الالكتروني.

عدم وعي مجتمعنا الجزائري ومختلف المنشآت بالأهمية البالغة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وفي المقابل استخدامها من طرف الأطفال والشباب للهو والعبث وهدر الوقت.

الدراسات السابقة:

إن الدراسات السابقة لموضوع التجارة الإلكترونية بصفة عامة متعددة منها من تركز على الجانب النظري من مفاهيم وخصائص وأهمية التجارة الإلكترونية، ومنها من تركز على الجانب التقني والفني لتطبيقات التجارة الإلكترونية، ومنها من تركز على واقع

التجارة الإلكترونية في العالم بصفة عامة، وكذلك واقع البيئة العامة للتجارة الإلكترونية في الجزائر ومؤشراتها وكل العوامل المرتبطة بها تعتبر قليلة جدا، وهذا ما نحاول إضافته من خلال هذه الدراسة.

ومن أهم الدراسات السابقة التي لها علاقة مباشرة أو غير مباشرة بهذا الموضوع نذكر ما يلي:

01- إبراهيم بختي، دور الأنترنت وفي مجال التسويق، حالة الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2002، نتجت عنها:

يفتح التسويق عبر شبكة الأنترنت الباب أمام الجميع، لعالم التسويق بغض النظر عن اعتبارات العلامة التجارية أو ضرورة كون المنتج سلعة قابلة للشحن والتسليم بالإضافة إلى السلع والمنتجات، ذات الطبيعة المادية والتي يمكن الترويج لها إلكترونيا عن طريق شبكة الأنترنت وآليات العمل فيها بالإضافة إلى التطور التقني لآداء الخوادم من حيث توفير أكبر قدر من الأمان وسعة تطور تقنيات العرض من خلال مجموعة من البرمجيات، خلافا عن دراستنا:

إن التجارة الإلكترونية من المواضيع الحديثة في العالم بالرغم من هذا أصبحت ممارستها أمر طبيعي في الدول المتقدمة وهي تعرف تقدما تلو الآخر في مدى استعمالها ولقد لعبت الأنترنت دورا كبير في مجال التسويق من خلال عرض السلع عن طريق مواقعها.

02- سمية ديميش، التجارة الإلكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010-2011، نتجت عنها:

عقد التجارة الإلكترونية، هو عقد متعلق بالسلع والخدمات التي ينظمها المورد باستخدام واحد أو أكثر من وسائل الاتصال الإلكترونية.

تعاني الجزائر من تأخر في مجال اختراق تكنولوجيا المعلومات والتدني في نسبة استخدام التجارة الإلكترونية، إلا أن هناك مؤشرات على إمكانية تحسن القطاع وأمل كبير في انطلاق التجارة الإلكترونية، في حال تم العمل على توفير البيئة التقنية والتوعوية والتجارية المناسبة لتنمية هذه التجارة خلافا عن دراستنا:

تشهد الجزائر تقدم ملحوظ في مجال اهتمام بتطوير تكنلوجيا الإعلام والاتصال مقارنة بالسنوات الماضية فرغم التطور التي شهدته الجزائر في مجال الأنترنت وازدياد عدد مستخدميها لم يزامنه تطور في تطبيقات التجارة الإلكترونية.

03 – إيمان عزرولي، العوامل المؤثرة على التطبيق التجارة الإلكترونية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أطروحة دكتوراه قسم العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس 01، سطيف، نتجت عنها:

سد الفجوات الرقمية في البنية التحتية لتكنلوجيا المعلومات والاتصال من خلال جعل التكنلوجيا والأنترنت متاحة للجميع.

تعزيز القدرات الفنية لشبكات الاتصال ضمانا لتحقيق اتصالات أسرع وذات كفاءة عالية خلافا عن دراستنا:

رغم تأخر الجزائر في مجال اختراق تكنلوجيا المعلومات وتبني التجارة الإلكترونية إلا أن هناك مؤشرات بإمكانها تحسين القطاع وأمل كبير في انطلاق التجارة الإلكترونية في حال تم العمل على توفير البيئة النفسية والتوعوية والتشريعية والتجارية المناسبة لتنمية هذه التجارة خصوصا أن هناك الكثير من المؤسسات بدأت بالفعل تمارس بعض أعمالها عبر الأنترنت.

صعوبات البحث:

تأخر عملية تبني وتطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر، 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 اضطررنا إلى الاعتماد بشكل كبير على المقالات والدراسات.

عدم توفر بيانات ومعلومات دقيقة وحديثة بشأن حالة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الجزائر، وغياب مؤشرات واضحة لقياس مدى تقدم الجزائر في تبني التكنولوجيا.

ومن خلال الدراسات السابقة هذا ما أدى إلى طرح الإشكال التالي:

- **كيف نظم المشرع واقع وتطبيقات التجارة الالكترونية في الجزائر إستنادا لتوجيهات قانون 18-05؟**

وتحت هذا السؤال العام، تندرج الأسئلة الفرعية التالية:

- ماذا نقصد بالتجارة الالكترونية؟
- ما هي الوسائل المعتمدة في التجارة الالكترونية؟
- ما هي حظوظ الجزائر في التطور المستقبلي للتجارة الإلكترونية؟

منهج الدراسة:

للإلمام بجوانب الموضوع اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي، فيكون وصفيا عند التعرض إلى المفاهيم النظرية بالتجارة الالكترونية وتقييم وضعها في الجزائر، وتحليل لنتائج الدراسات والأبحاث التي تعرضت لهذا الموضوع.

خطة الدراسة:

حتى نعطي الموضوع محل الدراسة حقه من التحليل وتسليط الضوء على مكوناته ومختلف جوانبه، وبالتالي نتمكن من بلورة رؤية واضحة مساعدة على تجاوز الإشكالية باقتراح حلول موضوعية وواقعية قمنا بتقسيم بحثنا إلى مقدمة، فصلين وخاتمة وذلك على النحو التالي:

الفصل الأول: تحت عنوان الإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية بحيث تم التطرق فيه إلى ماهية التجارة الالكترونية، أشكالها وتطبيقاتها، وكذلك مزاياها وعيوبها.

الفصل الثاني: تحت عنوان واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بحيث تم التطرق فيه إلى وضعية التجارة الإلكترونية في الجزائر والمعاملات الإلكترونية وكذلك وسائل الدفع الإلكترونية، والعديد من المعوقات.

الفصل الأول:

الإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية

الفصل الأول : الإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية

لم تشهد البشرية يوما تغيرا وتحولا وتقدما سريعا، كما تعيشه معمورتنا في هذه العقود الأخيرة من الزمن فقد برزت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتحدث ثورة حقيقة في كل مناحي الحياة اليومية كالتجارة الالكترونية والتعليم وغيرها.

إذ مكنت التجارة الإلكترونية من إجراء المعاملات التجارية والمالية بسهولة دون حواجز وموانع حيث اختزلت المسافات والأزمنة اللازمة للتعاملات، إذ تتم عمليات البيع والشراء ومختلف التحويلات المالية من أماكن متباعدة عبر مناطق مختلفة من العالم بتسيير تام دون تحمل جهود ومخاطر مرتفعة.

حيث سنتعرف في فصلنا هذا على التجارة الالكترونية من خلال المباحث التالية وهي:

المبحث الأول: ماهية التجارة الالكترونية

تعد التجارة الالكترونية من الظواهر الحديثة والتي تمكنت في فترة وجيزة من الانتشار والنمو والتحول إلى أحد أهم معالم الاقتصاد الجديد.

المطلب الأول: تعريف التجارة الالكترونية

في الواقع ليس هناك تعريف محدد للتجارة الالكترونية حتى الآن، وذلك بسبب تعدد الجهات والمنظمات المعرفة كما لذلك ندرج منها:

1/ حسب التجارة العالمية OMG

تعرف منظمة التجارة العالمية التجارة الإلكترونية على أنها: "أنشطة إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها وتسويقها وبيعها أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الالكترونية".[1]

2/ حسب منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OCDE

أما منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية فتشير إلى أن التجارة الإلكترونية "تشمل جميع أشكال المعلومات التجارية التي تمتد بين الشركات والأفراد والتي تقوم على أساس التبادل الإلكتروني، سواء كانت مكتوبة أم مرئية أو مسموعة، هذا بالإضافة إلى شمول الآثار المترتبة على عملية تبادل البيانات والمعلومات التجارية الكترونيا، ومدى تأثيرها على المؤسسات والعمليات التي تدعم وتحكم الأنشطة التجارية".[2]

3/ حسب منتدى التعاون الاقتصادي لأسياد المحيط الهادي APEC

عرف منتدى التعاون الاقتصادي لأسياد المحيط الهادي التجارة الإلكترونية بأنها "أي شكل من أشكال الصفقات التجارية الخدمية والسلعية والتي يتعامل فيها الأطراف بطريقة الكترونية سواء تمت بين شخص وشخص آخر، أو بين شخص أو كمبيوتر وكمبيوتر.[3]

---

[1] إبراهيم العيسوي، **التجارة الالكترونية**، المكتبة الأكاديمية، مصر، 2003، ص ص 11،12.

[2] أحمد عبد الخالق، **التجارة الالكترونية والعولمة**، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2006، ص 34.

[3] علاوة محمد لحسن، مولاي لخضر عبد الرزاق، **آليات التجارة الالكترونية كأداة لتفعيل التجارة العربية البينية**، الملتقى الرابع عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتمادها في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، يومي 26،27 أفريل 2011، ص 04.

4 / حسب الإتحاد الأوروبي

عرف الاتحاد الأوربي التجارة الالكترونية بأنها "كل الأنشطة التي تتم بوسائل الكترونية سواءا كانت بين المشروعات التجارية والمستهلكين أو بين كل منهما على حدى وبين الإدارات الحكومية.

5/ تعريف التجارة الالكترونية بشكل شامل

يعني بالتجارة الالكترونية بصفة عامة على أنها: "كل معاملة تجارية بين البائع والمشتري، ساهمت فيها شبكة الانترنت بصفة إجمالية أو بصفة جزئية كالتزويد بمعلومات تخص خدمة أو سلعة معينة لاقتنائها لاحقا، وسواءا تم التسديد الكترونيا بصك ورقي، نقدا عند التسليم أو بطريقة أخرى. [1]

6/ التعريف القانوني للتجارة الالكترونية

عرف المشرع الجزائري التجارة الالكترونية في المادة السادسة 06 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية بأنه "النشاط الذي يقوم بموجب مورد الكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك الكتروني عن طريق الاتصالات الإلكترونية. [2]

المطلب الثاني: نشأة التجارة الالكترونية وظهورها

إن تغيرات السلوك التجارية والاقتصادي للإنسان جاءت تبعا لتغيرات احتياجات الإنسان المتغيرة واللانهائية كذلك هي تعاملات التجارة الإلكترونية فهي لم تظهر فجأة وأنها جاءت تبعا للمستجدات التي طرأت على طبيعة المعاملات التجارية والتي كانت تتم على أساس المقايضة قديما إلى شكلها الحديث والتي الانترنت والوسائط الإلكترونية فهي لم تنشأ بقرار أو تشريع إنما ظهرت استجابة لعصر السرعة.[3]

---

[1] إبراهيم بختي، **التجارة الكترونية**، مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص 42.

[2] الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون رقم 18-05 مؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية، الجريدة الرسمية، العدد 28، صادر في 16 ماي 2018.

[3] خالد ممدوح إبراهيم، **لوجستيات التجارة الالكترونية**، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008، ص 154.

أولا: نشأة التجارة الالكترونية

لم يكن ظهور التجارة الالكترونية وجاء بل كانت نتيجة تعدد المراحل التي مرت بها ثورة الاتصالات والمعلومات وخاصة بعد نمو استخدام شبكة الانترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في العالم فأول تطبيق لمفهوم التجارة الالكترونية كان في بداية 1970 من خلال عمليات التحويل النقدي للأموال "TFE"، Transfert Electronique de Fonds بطريقة الكترونية من منظمة الأخرى ولكن هذه الطريقة كانت محصورة ضمن المؤسسات والشركات المالية الكبيرة إلى أن توسع هذا المفهوم ليشمل عمليات نقل وإرسال الوثائق إلكترونيا "EDI" Electronique Data Inter-change، ومنذ عام 1995 أصبحت معظم الشركات الكبيرة والمتوسطة لها موقع الكتروني، وفي عام 1999 امتدت التجارة الإلكترونية من منظمات الأعمال للمستهلك لشمل منظمات الأعمال لموظفي هذه الشركات وظهرت مفاهيم جديدة مثل الحكومة الالكترونية والتعليم الالكتروني.[1]

ثانيا: ظهور التجارة الإلكترونية

انطلاقا من تعريف التجارة الالكترونية وإتمام عمليات المبادلات التجارية عبر الوسائط الالكترونية المتمثلة في التلفون والفاكس، ومن هنا فإن ظهور التجارة الإلكترونية قد سرقت ظهور الانترنت بفترة إلا أن بدايات التجارة الالكترونية كانت من خلال شبكات الاتصال الخاصة بالكمبيوتر بتنسيق خاص يتقاسم البيانات الخاصة بالمؤسسات التجارية وهو ما يعرف بتبادل البيانات الالكترونية EDI والذي يعد وسيلة لنقل البيانات بين الشركات عبر نظام مغلق، وقد استخدم هذا الأسلوب من النظم الخاصة بأوامر الشراء والتعامل مع بطاقات الائتمان والكثير من العمليات الأخرى [2]، فتاريخ التجارة الالكترونية، يعود إلى أحد الشبان يبلغ عمره 25 عاما يدعى "Jeff Bezos" ويعمل كمحلل مالي ومدير مالي أراد أن يستخدم الانترنت كأداة للربح وكسب المال، فقام بسنة 1994 بوضع قائمة من عشرين منتجا يمكنها

[1] أمحمد نور صالح الجداية، سناء جودت، **التجارة الالكترونية**، دار الحامد، عمان، 2009، ص 26.

[2] عماد الحداد، **التجارة الالكترونية**، دار الفاروق، القاهرة، مصر، 2003، ص 11.

أن تجد سوق رائعة كما شبكة الانترنت، وبعد قيامه بتحليل مكثف تأكد من أن الكتب جاءت احي المرتبة الأولى لهذه القائمة ومن هذا المنطق أسس هذا الشاب شركة أمازون والتي أصبحت من بين أهم الشركات في عالم التجارة الالكترونية وقد بلغ رقم أعمال الشركة التي أسسها Amazon.com لبيع الكتب 2 مليون دولار في السنة، وبعد النمو السريع لشركة أمازون قرر Bezos خلق روابط مع شركات يبيع الكتب الأخرى ليتقاسم معهم الحصة عن طريق مواقعهم إضافة إلى هذا ومع استمرار نمو الشركة وتوسعها بدأت ببيع الأقراص المضغوطة الخاصة بالموسيقى والفيديو DVD وهذا سنة 1998 وبعد ذلك قام Bezos بتشجيع زبائنه الأولين على تقديم مراجعات للكتب من خلال الانتقادات والتوصيات الودية، وبالتالي أصبحت شركة أمازون تمثل سلة منتجات استهلاكية متنوعة وبما فيها الإلكترونيات والبرمجيات، الفنون والأجهزة المنزلية، و بهذا صار Bezos وشركة أمازون واحدة من قصص النجاح الأولية والملموسة بدرجة كبيرة في مجال التجارة الالكترونية

المطلب الثالث: خصائص التجارة الالكترونية وأهميتها

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

أ/ الطابع العالمي للتجارة الالكترونية: إن أنشطة التجارة الالكترونية تتميز بطابع عالمي فهي لا تعرف الحدود المكانية والجغرافية فأي نشاط تجاري يقدم سلعا أو خدمات على الانترنت لا يعني بالضرورة الانتقال إلى المنطقة الجغرافية بعينها فإنشاء موقع تجاري على الانترنت يمكن صاحب الشركة حتى ولو كانت صغيرة بإمكانية التغلغل إلى أسواق ومستخدمي شبكة الانترنت عبر العالم كله. [1]

ب/ غياب التعامل الورقي في معاملات التجارة الالكترونية: إتمام صفقة تجارية بدأ من التفاوض على الشراء والتعاقد ودفع قيمة البضاعة واستلامها الكترونيا يتم دون تبادل مستندات ورقية على الإطلاق وهذا ما يدعم هدف التجارة الإلكترونية وهو خلق مجتمع

[1] إبراهيم العيسوي، مرجع سابق، ص ص 32،31.

اللاورقية، لذلك شرعت منظمات دولية وحكومات متعددة في وضع قانون خاص بالتجارة الإلكترونية، الصفة القانونية على المحررات الإلكترونية والعقود الإلكترونية والتوصيات الإلكترونية والوفاء بالنقود الالكترونية. [1]

ج/ عدم الكشف عن هوية المتعاملين: إن تعاملات التجارة الإلكترونية تتم بين أطراف قد يفصل بينهما آلاف الأميال كما قد يختلف التوقيت الزمني بينهم، وبالتالي غياب المعلومات الكافية عن المتعاملين بين بعضهم البعض، مما قد يخلق سلبيات كتقديم معلومات زائفة أو تقديم بطاقات ائتمانية مسروقة أو إساءة استخدام المعلومات أثناء التعامل، وهذا ما يثير مسألة الخصوصية وسرية المعلومات، لكن التقدم الذي تشهده التكنولوجيا الحديثة ستوفر حتما الأمان، الموثوقية والنزاهة والصدق في التعاملات التجارية عبر الانترنت.[2]

د/ سرعة تغيير المفاهيم والأنشطة في التجارة الإلكترونية: إن اتساع حجم نطاق التجارة الإلكترونية والتغيرات المتسارعة التي تتعرض لها أنشطتها ونظرا لارتباط أنشطتها بوسائل الاتصال الالكتروني ومجالات الاتصالات والمعلومات التي تعرف هي الأخرى تغيرات متسارعة يعرض التجارة الإلكترونية هي الأخرى للتغيير المتسارع.

2/ أهمية التجارة الإلكترونية

أ أهمية التجارة الالكترونية على المستوى القومي

إن أهمية التجارة الإلكترونية لدى تسويق وقناة للتوزيع على المستوى القومي العالمي منخفضة التكاليف تؤدي إلى العديد من الآثار السلبية المباشرة من شأنها زيادة القدرة التنافسية لوحدات الأعمال في البيئة العالمية و من ثم خلق طلب فعال على المنتجات وفيما يلي أثر هذا الطلب على الاقتصاد القومي. [3]

---

[1] خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سابق، ص 152.

[2] إبراهيم العيسوي، مرجع سابق، ص 34.

[3] عبد المطلب عبد الحميد، **اقتصاديات التجارة الالكترونية**، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2014، ص ص 22،25.

دوران عجلة التنمية الاقتصادية: إن خلق طلب فعال (داخلي–خارجي) على المنتجات المختلفة من شأنه زيادة الإنتاج وبالتالي زيادة الاستثمارات من خلال إنشاء وحدات إنتاجية جديدة والتوسيع في الوحدات القائمة وكذلك فإن زيادة الصادرات تودي بدورها إلى زيادة النقد الأجنبي الموجه مما يساعد على دعم الاستثمارات في المجالات المختلفة بالإضافة إلى توفير المواد اللازمة من التكنولوجيا والمستلزمات الأخرى التي تعمل على تطوير وزيادة المنتجات المصدرة.

توفير فرص عمل جديدة: تساهم التجارة الإلكترونية في توفير العديد من فرص العمل الحديدة في المجالات المختلفة، حيث أن خلق الطلب على المنتجات وما يتطلبه ذلك من زيادة الاستثمارات خلال إقامة وحدات جديدة أو التوسيع في الوحدات القائمة يتطلب المزيد من العمالة بمستوياتها المختلفة.

مساعدة وحدات الأعمال الصغيرة ومتوسطة الحجم: تعد الميزة الرئيسية للتجارة هي توفير مناخ ملائم كوحدات الأعمال صغيرة ومتوسطة الحجم الحديثة ملائم للبدء في ممارسة نشاطها، بل إن هذه الميزة هي المضمون الرئيسي الذي قامت عليه التجارة الالكترونية، ففي ظل التجارية التقليدية لم تتمكن وحدات الأعمال الصغيرة والمتوسطة الحجم من الصمود ومواجهة الأعمال القائمة التي تبسط نفوذها وسيطرتها على السوق المحلية المستغلة في ذلك حجمها الكبير ونفقاتها المنخفضة وبالتالي تعجز هذه الوحدات على أن يصبح لها كيان اقتصادي مستقل مما يقلل من فرصتها في التواجد في الأسواق ومن تم تعد التجارة هي الطريق لهذه الوحدات للتواجد المادي بحيث تصبح على قدم المساواة مع وحدات الأعمال القائمة والكبيرة.

منع الاحتكار: تؤدي التجارة الالكترونية وما توفره منافسا فيه وتوافر المعلومات لكل من البائع والمشتري إلى تقليل الاحتكار واتجاه السوق إلى سوق تنافسية تخضع لآليات العرض والطلب في تحديد السعر التوازني.

تشـيط الصـادرات والـواردات: تستطيع التجارة الإلكترونية في حل المشاكل التي تعترض الصادرات وذلك من خلال امكانية الوصول إلى الأسواق الخارجية بعيدا عن الفوارق الزمنية والمكانية وتوافر كافة المعلومات المتعلقة بالسلع والخدمات وكيفية الحصول عليها خاصة في ظل التنافس في الأسواق العالمية ونجد أن بعض الدول خاصة النامية سوف تجد صعوبة في الحصول على نصيب في الأسواق العالمية ولكن يأتي هنا دور التجارة الإلكترونية لتفعيل هذا الدور وفرض بيئة تنافسية على المستوى المحلي أو الدولي وذلك من خلال الحصول على معلومات عن السلع والخدمات بشكل أفضل والمعلومات عن الأسعار في الأسواق العالمية التي تسمح بتحليل الأسواق والاستجابة لتغير متطلبات المستهلكين، لذا فالتجارة الإلكترونية تمثل ميدان فعال لتنشيط الصادرات بشرط تلبية احتياجات السوق من حيث السعر المنافس والجودة العالمية والوقت المناسب.

* **أهمية التجارة الإلكترونية داخل المنظمات:** –يمكن لأي منظمة تحويل نشاطها إلى الشبكة العنكبوتية وعلى سبيل المثال معظم الخدمات يمكن تقديمها عبر الشركة مثل حجز إقامة بفندق في أي دولة أو حجز تذكرة طيران أو أخذ تذكرة، أو أخذ موعد مع طبيب في عيادة أو مستشفى أو الحصول على تقرير أو معلومات وفي أي جهة، أما بالنسبة للسلع فبعضها يمكن الحصول عليها عبر الشبكة مثل كتاب أو أغاني أو برامج كمبيوتر، أما الأغلبية من السلع تتطلب تسليمها التقليدية بينما جمع المعاملات الأخرى تتم عبر الشبكة، فمن بين الأهمية للتجارة الإلكترونية داخل المنظمات كما يلي: [1]

* تسمح التجارة الالكترونية بالتسوق عبر شبكة الانترنت عن طريق الاتصال الالكتروني المباشر بين المتعاملين، وبذلك فهي تستغني عن المستندات الورقية وما تستلزمه من نفقات، كما تساهم في تبسيط وتنظيم عمليات المشروعات وتحقيق أهدافها عن طريق القضاء على التأخير في إصدار القرارات الإدارية.

[1] ناصر وسام خليل، **التجارة والتسويق الإلكتروني**، دار أسامة للنشر، عمان، الأردن، 2009.

* توفر في النفقات الإدارية ونفقات الاتصال وغيرها، حيث تعتبر بديلا عن تخصيص جزء كبير من رأس المال في إقامة علاقات مستمرة بين البائعين والمشترين.

* ترشيد النفقات التي يتخذها كل من البائعين والمشترين بما يتميز به من تدفق المعلومات بينهم في الوقت المناسب وبطريقة منسقة ودقيقة مما يسمح بسهولة المقارنة بين المنتجات سواء من ناحية الأسعار أو الجودة أو طريقة الدفع.

* تعتبر ذات أهمية خاصة لكل المنتجين والمستهلكين خاصة في الدول النامية، حيث أنها تستطيع التغلب على الحوافز التقليدية للمسافة ونقص المعلومات عن الفرص التصديرية. [1]

[1] ناصر وسام خليل، **التجارة والتسويق الالكتروني**، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر، عمان، الأردن، 2009، ص ص 40،41.

المبحث الثاني: أشكال التجارة الالكترونية وتطبيقاتها

شهدت التجارة الالكترونية تطورا كبيرا أدى إلى تنوع أشكالها على نحو كير وزاد تطبيقاتها في مجالات عدة:

المطلب الأول: أشكال التجارة الالكترونية

تتم عملية التبادل التجاري الالكتروني ما بين أربعة أطراف من أهمها: الأفراد، المؤسسات والشركات بمختلف أنواعها وأحجامها والأجهزة المنظمة أو الأدوات الحكومية المختلفة أما التعامل التجاري الالكتروني ما بين هذه الأطراف فيمكن تقسيمه إلى عدة أنواع كما يلي: [1]

أولا: التجارة الالكترونية بين منشآت الأعمال B2B: هذه الصورة تتمثل في قيام منشأة ما باستعمال الشبكة الحصول على طلباتها من نشأة أخرى واستلام الفواتير وإتمام عمليات الدفع، ويقتصر التعامل في هذا النوع من التجارة على الشركة وعدد مورديها وزبائنها عن طريق الشفرة الموثقة إضافة إلى بطاقة الائتمان وعناوين على شبكة الانترنت خاصة بالشركة وتبلغ نسبة هذا النوع حوالي 85 % من إجمالي التجارة الالكترونية سواء كان داخل الدولة أو بين الدول وذلك باستخدام تبادل الوثائق الكترونيا.

ثانيا: التجارة الالكترونية بين منشآت الأعمال والمستهلك B2C: وتتمثل في التجارة الالكترونية بالتجزئة وهو يمثل البيع بالتجزئة في التبادل التجاري العادي وقد شهدت نموا واتساعا منذ ظهور الويب، وتوجد اليوم الكثير من مراكز التسويق عبر الانترنت التي تعرض مختلف السلع والخدمات لصالح المؤسسات، وتقوم بتنفيذ الصفقات التجارية من خلال شبكة الانترنت، ويتم الدفع بطرق عديدة أكثرها شيوعا بطاقة الائتمان أو الشيكات الالكترونية أو نقدا عند التسليم.

---

[1] معيزي قويدر، **التجارة الالكترونية**– منافذها ومعوقاتها– متطلبات نجاحها، **الملتقى** العلمي الدولي حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر، عرض التجارب الدولية، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26،27 أفريل 2011، ص ص 3،4.

ثالثا: التجارة الالكترونية بين المنشاة الأعمال والإدارة المحلية B2G: هذا النوع يغطي كل التعاملات بين الشركات والمنظمات الحكومية، فمثلا في الولايات المتحدة الأمريكية كل تفاصيل المشتريات الحكومية تنتشر عبر الانترنت حتى تتمكن الشركات من التعامل معها الكترونيا، وفي هذا النوع كذلك يمكن للمنظمات الحكومية أن تعرض بعض الخيارات الكترونيا لبعض التعاملات مثل تسوية ضرائب الشركات والرسوم، لكن هذا النوع حاليا يوجد في مرحلة النشأة، لكنه يتوقع بأن يتوسع مستقبلا مع بدأ استعمال الحكومات لعماليتها بأسلوب التجارة الالكترونية دول اللجوء إلى التعامل المباشر مع مكتب الحكومة.

رابعا: التجارة الالكترونية بين المستهلك والإدارة المحلية C2G: هذا النوع حديث النشأة مقارنة بالأنواع السابقة، ولكن هناك توقعات بأن توسع الحكومات التعامل الالكتروني يشمل مجالات أخرى مثل مدفوعات الضرائب أو مدفوعات الخدمات الاجتماعية. [1]

المطلب الثاني: تطبيقات التجارة الإلكترونية

الكثير من الناس تظن بأن التجارة الإلكترونية هي مجرد الحصول على موقع من الانترنت، ولكنها أكبر من ذلك بكثير، هنالك الكثير من تطبيقات التجارة الإلكترونية من مثل البنوك والتسوق في المجمعات التجارية الموجودة على الانترنت وشراء الأسهم والبحث عن عمل والقيام بمزادات والتعاون مع بقية الأفراد في عمل بحث ما، ومن أجل تنفيذ هذه التطبيقات يستلزم الحصول على معلومات داعمة وأنظمة وبنية تحتية.

تطبيقات التجارة الإلكترونية مدعومة ببنية تحتية وتأدية عمل هذه التطبيقات يستلزم الاعتماد على أربعة محاور مهمة.

* الناس– السياسة العامة– المعايير والبروتوكولات التقنية– شركات أخرى.

[1] حسين بو سن، **الاقتصاد الالكتروني**، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، مصر، 2012، ص 23.

أولا: أقسام تطبيقات التجارة الإلكترونية

تطبيقات التجارة الإلكترونية تنقسم إلى ثلاثة أجزاء:

شراء وبيع المنتجات والخدمات وهو ما يسمى بالسوق الالكتروني.

تسهيل وتسيير وتدفق المعلومات والاتصالات والتعاون ما بين الشركات وما بين الأجزاء المختلفة لشركة واحدة.

توفير خدمة الزبائن.

الأسواق الإلكترونية: هو عبارة عن محل من التعاملات والمعاملات والعلاقات من أجل تبادل المنتجات والخدمات والمعلومات والأموال وعندما تكون هيئة السوق الكترونية فإن مركز التجارة ليس بناية أو ما شابه بل هو محل شركي يحوي تعاملات تجارية فالمشاركين في الأسواق الالكترونية من باعة ومشترين وسمسارين ليسوا فقط في أماكن مختلفة بل نادرا ما يعرفون بعضهم البعض، طرق التواصل ما بين الأفراد في السوق الالكتروني تختلف من فرد لآخر ومن حالة لأخرى.

ثانيا: أنظمة المعلومات ما بين المؤسسات والأسواق الالكترونية

أنظمة المعلومات ما بين المؤسسات ترتكز على تبادل وتدفق المعلومات ما بين منظمتين أو أكثر غرضها الأساسي هو تخليص المعاملات بصورة.

المبحث الثالث: مزايا وعيوب التجارة الكترونية

إن تقدم التجارة الالكترونية في شأنه أن يحقق مكاسب عديدة بالنسبة للأفراد والمؤسسات، وبالرغم من هذه المرايا التي تكتسبها التجارة الالكترونية لمعتمديها فهي رغم ذلك لا تخلو من العيوب.

المطلب الأول: مزايا التجارة الالكترونية

إن للتجارة الالكترونية مجموعة من المزايا وهي كما يلي :

1 المزايا بالنسبة للأفراد

أ/ توفير الوقت والجهد: أن المواقع الكترونية أو الأسواق الالكترونية تفتح 7 أيام / 7 أيام و 24 سا /24 سا، ما يوفر للزبون خاصية الوقت للسفر أو الانتظار في طابور شراء منتج معين، ولا يطلب شراء أحد المنتجات أكثر من النقر على المنتج وإدخال بعض معلومات البطاقة الائتمانية، ويوجد بالإضافة إلى البطاقة الائتمانية العديد من أنظمة الدفع الملائمة مثل: التسديد عند الإسلام نقدا أو باستخدام النقود الإلكترونية.

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

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

د/ نيل رضا الزبائن: تتكفل الشركات المتواجدة عبر الانترنت بالإجابة والرد على تساؤلات زبائنها من خلال التخاطب الشخصي أو عبر البريد الالكتروني حيث أن الانترنت توفر ميزة الإجابة عن استفسارات الزبائن، مما يوفر خدمات أفضل للزبائن ويستحوذ على رضائهم. [1]

2/ مزايا بالنسبة للمؤسسات

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

ب/ تخفيض مصاريف المؤسسات: استخدام تجهيزات من أجل الترويج وجذب الزبائن في التجارة التقليدية يشمل ميزانية المؤسسة بتكاليف إضافية وكذا الصيانة وإعداد المكاتبة في حين أنه في التجارة الالكترونية فهذه العمليات تعد أكثر اقتصادية، فوجود قاعدة بيانات على الانترنت تحتفظ بتاريخ عمليات البيع في المؤسسة بأسماء الزبائن مما يتيح استرجاع المعلومات الموجودة في قاعدة البيانات تفحص تواريخ عمليات البيع بسهولة.

ج/ تواصل فعال مع الشركاء والعملاء: توفر التجارة الالكترونية فرص للمؤسسات استعادة من البضائع والخدمات المقدمة من طرف المؤسسات الأخرى (الموردين)، فالتجارة الالكترونية تقلص المسافات وتعبر الحدود مما يوفر طريقة فعالة لتبادل المعلومات مع الشركاء. [2]

[1] إبراهيم بختي، مرجع سابق، ص ص 67،69.

[2] محمد مداحي، "**التجارة الالكترونية ومقوماتها ومتطلبات نجاحها**"، **الملتقى** الدولي حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر، عرض التجارب الدولية، المركز الجامعي خميس مليانة، يومي 26،27 أفريل 2011، ص 05.

3/ المزايا على المستوى القومي

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

أ/ دعم التجارة الخارجية: إن التجارة الكترونية تؤدي إلى رفع درجة الانفتاح الاقتصادي من خلال تسويق السلع والخدمات عالميا وبتكلفة محدودة، مما يوفر فرص زيادة معدلات الصادرات.

ب/ دعم التنمية الاقتصادية: نظرا لما تقدمه التجارة الالكترونية من خفض لتكاليف التسويق والدعاية والإعلان، وتوفير الوقت والمكان اللازمين لتحقيق المعاملات التجارية وتحسين المستوى التكنولوجي ورفع صادرات العمالة على اعتبار أن ذلك يعد أهم مقومات نجاح التجارة الالكترونية، فنجاح المشروعات الصغيرة والمتوسطة يساهم في زيادة حركة التجارة الدولية بفعالية وكفاءة مما يدفع بعجلة التنمية الاقتصادية.

ج/ دعم التوظيف: تمكن التجارة الالكترونية من إقامة مشاريع تجارية صغيرة ومتوسطة للأفراد، وربطها بالأسواق العالمية بأقل تكاليف استثمارية وبالتالي خلق فرص جديدة للتوظيف، خاصة إذا كان الأفراد متخصصون في تقديم خدمات على المستوى المحلي والعالمي دون الحاجة للانتقال وعلاوة على ذلك الوظائف التي تقدمها التجارة الالكترونية في المجالات المتعلقة بتطبيق التجارة الكترونية كالمتخصصين في إنشاء المواقع الإلكترونية، والعاملين الإداريين والفنيين في المتاجر الالكترونية، مما يساهم في حل مشكلة البطالة في المجتمع.

د/ دعم القطاعات التكنولوجية: يؤدي انتشار التجارة الالكترونية على المستوى القومي إلى ظهور قطاعات متخصصة في تقنية المعلومات والاتصال من أجل دعم البنية التحتية للتجارة الالكترونية، ومع نمو التجارة الالكترونية وانتشار استخدامها تظهر فرص استثمارية

لتوجيب رؤوس الأموال للعمل في تطوير وتحسين وتحديث البنية التحتية الالكترونية، مما يؤدي إلى خلق قطاعات تكنولوجية متقدمة تدعم الاقتصاد القومي.[1]

المطلب الثاني: عيوب التجارة الالكترونية

بينما هناك مزايا للتجارة الالكترونية فإن هناك عيوب كما يمكن عرضها فيما يلي:

* سرقة أو تزييف البطاقات الائتمانية يؤدي إلى تحمل أصحابها تكاليف سلع وخدمات لم يتم شرائها.

* غياب التعامل الورقي في التجارة الإلكترونية يهدد مصالح العملاء والشركاء والبنوك نتيجة إمكانية حدوث تزوير بالبيانات أو تلاعب بالفواتير والمستندات عند الطلب.

* صعوبة التحقق من هوية المتعاملين في التجارة الإلكترونية نظرا لغياب العلاقة المباشرة بين العملاء، فقد يتم إبرام عقد بيع البائع والمشتري يبعد عنه آلاف الأميال ويختلف عنه في التوقيت الزمني[2].

* استيراد سلع ممنوعة الاستعمال في الأسواق المحلية.

* حدوث اختراقات في شبكة الانترنت يؤدي إلى فضح أسرار العملاء والبنوك والشركات.

* فقدان متعة الشراء المعروفة التي كان يحبها المستهلك في ممارسة التسويق من خلال التفاعل الاجتماعي بين البائع والمشتري.

* تورط البعض بالاندفاع نحو شراء السلع التي قد لا يحتاج إليها الفرد نتيجة جاذبية الإعلان وسهولة الشراء ببطاقة الائتمان. [3]

---

[1] عدوكة لخضر، حدو بن عبيرة، "**التجارة الالكترونية منافعها ومعوقاتها ومتطلبات نجاحها**"، الملتقى العلمي الدولي حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر، عرض التجارب الدولية، المركز الجامعي بخميس مليانة الجزائر، يومي 26،27 أفريل 2011، ص 9.

[2] محمد صالح الحناوي، "**مقدمة الأعمال في عصر التكنلوجيا**"، الدار الجامعية الإسكندرية، مصر، 2004، ص 169.

[3] بلعزوز بن علي، عبو هدى، التجارة الإلكترونية عبر الأنترنت" **الملتقى** العلمي الدولي حول "**عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية**"، المركز الجامعي بخميس مليانة، يومي 26،27 أفريل، 2011، ص 117.

خلاصة الفصل الأول

كانت التجارة قديما تعتمد على أساليب ووسائل جد تقليدية، إلا أن التطورات والتحولات السريعة أحدثت الكثير من التغيرات في النشاط التجاري وأدخلت البشرية في عصر جديد تصاحب مع استخدام مختلف أدوات التكنولوجيا المعلومات والاتصالات لاسيما الانترنت لتعزيز التفاعلات التجارية في مد خيوطها حول مجمل بلدان العالم متجاهلة القيود الجغرافية، وقد أنشأت التجارة الالكترونية نتيجة لخصائص الانترنت ومزاياها العديدة ونظرا لهذه السمات والمزايا اكتسبت التجارة الإلكترونية اهتمام متزايد وأصبحت بمثابة محرك جديد للنمو الاقتصادي.

من خلال هذا الفصل، تطرقنا إلى مفهوم التجارة الإلكترونية، وأهم خصائصها، والمزايا التي تقدمها للشركات من حيث فتح أسواق جديدة والوصول إلى نطاق أوسع من العملاء بتكلفة أقل، واستنتجنا أيضا مما سبق أن النمو السريع لهذه التجارة جعل من الضروري إنشاء وسائل إلكترونية تلبي الاحتياجات الحديثة ولا تعوق تنمية التجارة الإلكترونية. وقد عزز ذلك من أهمية نظم الدفع الإلكتروني التي توفر تسوية سريعة وبسيطة للدفع لجميع المعاملات التجارية.

الفصل الثاني:
التجارة الإلكترونية في الجزائر

الفصل الثاني: التجارة الإلكترونية في الجزائر

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

إن ازدياد التسابق التكنلوجي والمنافسة لاستخدام هذا الأسلوب الرقمي والشبكات العالمية من ضمنها الأنترنت لإبرام الصفقات لا يترك للجزائر أي مجال للمماطلة في تبني التجارة الإلكترونية والاستفادة من مزاياها.

سيصف هذا الفصل وضعية التجارة الإلكترونية في الجزائر ووسائل الدفع والمعاملات الإلكترونية كما سيناقش المعوقات التجارية الرئيسية من خلال ثلاث مباحث، سنتطرق إلى ما يلي:

المبحث الأول: واقع التجارة الالكترونية في الجزائر

على الرغم من المزايا المختلفة للأعمال التجارية الإلكترونية إلا أن الجزائر لا تزال غير مواكبة للتطور الحاصل في العالم.

المطلب الأول: وضعية التجارة الالكترونية في الجزائر

لا تستطيع التحدث عن التجارة الإلكترونية في أي بلد دون أن نتحدث عن مدى تطور نسيج شبكة المعلومات والاتصالات.

أولا: سوق التجارة الالكترونية في الجزائر

تتوسع أعمال التجارة الإلكترونية في الجزائر لكنها بعيدة عن الوصول إلى إمكاناتها الكاملة ومسارها وراء اقتصاد شمال إفريقيا المجاورة حيث لا توجد أرقام رسمية عن مبيعات التجارة الإلكترونية في الجزائر، ومع ذلك وفقا للجمعية الوطنية الجزائرية للتجار والحرفيين، تقدر إمكانات السوق بنحو 5 مليارات دولار أمريكي، بقصد تعزيز التجارة الإلكترونية في البلاد، تسعى الحكومة لزيادة معدلات انتشار الانترنت بينما ظهرت أول أسواق عبر الانترنت في الجزائر عام 2009 بدأت التجارة الإلكترونية في الانطلاق عام 2014 مع وصول متجر جوميا إفريقيا في فبراير 2018 أقر البرلمان الجزائري تشريعا ينص على أول لوائح التجارة الالكترونية في البلاد، نتيجة لذلك يجب على الأسواق عبر الانترنت استضافة مواقعها الالكترونية في الجزائر والتسجيل في السجل التجاري للبلاد.

حيث يحظر القانون جميع عمليات شراء التبغ والمشروبات الكحولية عبر الانترنت بالإضافة إلى المنتوجات الصيدلانية وخدمات المراهنات والمقامرة عبر الانترنت وقد ذكرت الحكومة مؤخرا أنها لا تهدف إلى فتح أسواقها الإلكترونية أمام الشركات الدولية من أجل حماية اقتصاد البلاد وسياحتها الوطنية، وبينما لا يوجد حضور للمواقع العالمية كأمازون وعلي اكسبريس في الجزائر، تقدم العديد من الشركات الوسيطة خدمات إعادة الشحن

للطلبات القادمة من هذه المواقع وفقا لمؤشر التجارة الإلكترونية B2C، تحتل الجزائر المرتبة العاشرة من بين 97 دولة أفريقية من حيث الاستعداد للتجارة الإلكترونية.

ثانيا: مبيعات التجارة الالكترونية والعملاء

بلغ إجمالي مستخدمي التجارة الالكترونية 245 مليون في عام 2017 وهو ما يمثل 6% من سكان البلاد كما لا يوجد في سوق التجارة الإلكترونية الجزائرية توازن مثالي بين الجنسين، تعد الالكترونيات والهواتف ومستلزمات التنظيف والملابس من بين أكثر أنواع الأشياء شيوعا في الأسواق عبر الانترنت ثم أنشا أنظمة الدفع الالكتروني في البلاد في نهاية عام 2016، ومنذ ذلك الحين تطور السوق عبر الانترنت في عام 2018 لتسهيل عمليات الشراء عبر الانترنت وبالتالي تعزيز التجارة الالكترونية كما يعتبر النقد عند التسليم هو طريقة الدفع المفضلة بين الجزائريين، كما هو الحال في معظم البلدان في العالم العربي وشمال أفريقيا. [1]

ثالثا: نظام مصرفي ضعيف التطور

في الجزائر تظل غالبية المؤسسات المالية جامدة وغير فعالة حيث تدير البنوك العامة جميع الأموال والقروض المصرفية تقريبا، ونتيجة لذلك تعمل المؤسسات المالية الجزائرية بطريقة تقليدية للغاية علاوة على ذلك بعد النظام المصرفي الجزائري أحد أكثر القطاعات التي يواجهها القطاع غير الرسمي تحديا، عندما لا يتم التعامل مع الاقتصاد يظل الدفع الإلكتروني مهمة صعبة.

[1] حداد سفيان، **التجارة الالكترونية في الجزائر**، مجلة معالم للدراسات الإعلامية والاتصالية، جامعة الجزائر3، العدد الثاني، جوان 2020، ص 105.

رابعا: المواقع الإلكترونية في الجزائر

ومن بين المواقع والتطبيقات الأكثر انتشارا في الجزائري نذ كر منها:

- موقع جوميا Jumia

موقع تسوق الكتروني ضخم يضم آلاف المنتجات ذات جودة عالية وبأثمان مناسبة، تأسس سنة 2013 من طرف مجموعة انترنت إفريقيا المعروفة في مجال إلكتروني والمالكة لموقع kaymu و jovago المعروفين، ومن مميزاته شكل موقعه الأنيق واعتماده سكريبت جد متطور للبحث على ما تريد وهو موقع مضمون وموثوق يتوفر على كل المنتوجات ذات جودة عالية وبأثمان مناسبة، رابط موقع جوميا الجزائر www.jumia.dz. [1]

- موقع واد كنيس

تأسس سنة 2006 وهو شركة جزائرية مختصة في إعلانات البيع والشراء عبر الانترنت توفر حلولا للمجتمع الجزائري لبيع السلع وشرائها أين يعتبر سوق افتراضية جزائرية يتلقى زيارات يومية تفوق 800 ألف زائر أغلبهم من الجزائر. [2]

- موقع أشريلي

متجر الكتروني مخصص لمحبي المنتجات الاستهلاكية والغذائية حيث يضم جميع أنواعه الفواكه والخضر الطازجة ومنتجات الحليب ومشتقاته وكل أنواع الحبوب والزيوت، السكريات ومواد التنظيف ومنتجات تخص الأطفال الصغار ويتميز الموقع بدعمه اللغة العربية وبسهولة الشراء وهو يدعم عدة طرق دفع حيث يقوم بتوصيل مشترياتك مجانا إلى كل ولايات الجزائر وهو أول سوق جزائري خاص بالمواد الغذائية.

رابط موقع أشريلي: www.echrily.com. [3]

المطلب الثاني: تحليل مؤشرات البنية التحتية الرقمية والمعلوماتية في الجزائر

---

[1] معلومات من موقع https://www.jumia.dz تم الإطلاع في 25 مارس 2024 على الساعة 15:30.

[2] https://www.ouedkniss.com تم الإطلاع في 25 مارس 2024 على الساعة 16:00.

[3] موقع أشريلي www.echrily.com تم الاطلاع في 25 مارس على الساعة 20:16.

إن توفير بنية تحتية متطورة في مجال تطبيق التجارة الالكترونية يحتاج إلى العديد من العوامل التكنولوجية والمعلوماتية المساعدة على نجاحها وعليه سنقوم بالاطلاع على البنية التحتية الرقمية المعلوماتية – الجزائر.

أولا: شبكة الانترنت

إن استعمال شبكة الانترنت في الجزائر بدأ في نهاية الثمانينات عن طريق الجامعات وبعد خمسة سنوات من هذه البداية المحدودة صدر المرسوم الوزاري 256 لعام 1998 الذي أذهب احتكار الخدمة من الدولة وسمح للشركات الخاصة بتقديم خدمات الانترنت.

حيث بلغت نسبة انتشار الانترنت في الجزائر 70.9% شهر يناير الماضي أي تسجيل أي زيادة معتبرة مقارنة في نفس الفترة سنة 2022 حيث بلغت هذه النسبة 60.6% حسب تقرير ديجيتال 2023 للمكتب العالمي داتاربورتال المتخصص في الإحصائيات الخاصة بالأنترنت وشبكات التواصل لعام 2023 نقلته شروق أون لاين تسجيل 32009 مستخدمي الانترنت في الجزائر.[1]

وكشفت وكالة داتاربورتال أن عدد مستخدمي يوتيوب في الجزائر بلغ 22 مليون مستخدم متبوعا فيسبوك بـ 20 مليون ثم انستغرام 08 مليون مستخدم.

ثانيا: أجهزة الحاسوب

إن من بين مستلزمات تطبيق التجارة الالكترونية هي توفر أجهزة الحاسوب التي تتيح النفاذ إلى شبكة الانترنت، بدأ استعمال أجهزة الحاسوب في الجزائر في الثمانينات، إلا أن نسبة الانتشار كانت ضعيفة جدا ثم بعد ذلك من استعماله شيئا فشيئا زاد وفي السنة 1993 بدأ الاستعمال التجاري للأنترنت من خلال إنشاء مصلحة اشتراك لهذه الشبكة وكان كل زبائنها من أصحاب السجلات التجارية مما جعل نمو عند الحسابات بمعدل جد عالي، وفي

[1] اتصالات الجزائر https://www.algerietelecom.dz ، تم الإطلاع عليه في 16-04-2023 على الساعة 23:12

السنوات الموالية زاد انفتاح سوق التجهيزات الإعلام الآلي على الجوانب مما وسع الثقافة الرقمية بمختلف فئات المجتمع.

يمكن القول أن الجزائر من البلدان ذات التجهيز المنخفض بالحاسوب إذ جل الجزائريين لا يملكون القدرة على اقتناء جهاز الحاسوب الخاص به ويفسر ذلك بعدة أسباب يمكن أن نذكر منها على سبيل المثال: السعر المرتفع للأجهزة ومن جهة أخرى على الرغم من الانخفاض الكبير لمعدل انتشار الحاسوب بين السكان الجزائريين، إلا أن المجتمع الجزائري يمتاز بكون متوسط حجم الأسرة عالي بالمقارنة مع الدول الأخرى، وبالتالي فإن وجود حاسوب يخدم في متوسط عدد اكبر المستخدمين. [1]

جدول رقم 01: تطور عدد مستعملي الانترنت في الجزائر[2]

السنوات	عدد مستعملي الانترنت	حجم السكان	نسبة مستعملي الانترنت إلى حجم السكان
2000	50000	3479500	% 0.2
2005	192000	33033546	% 5.8
2007	2460000	33506567	% 7.3
2008	3500000	33769669	% 10.4
2009	4100000	34178188	% 12
2010	4700000	34586184	% 13.6
2012	5230000	37367226	% 14
2013	6404264	38813722	% 16.5
2014	6669927	38612722	% 17.2
2015	11000000	39542166	% 27.8
2016	15580000	40263714	% 37.3

[1] تغريد يحي أبو سليم، **التحول نحو الحكومة الالكترونية في الدول العربية**، دراسة تحليلية، **رسالة ماجستير**، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، الجزائر، 2005، ص 190.

[2] الموقع http//:internet users and population تم الإطلاع في 26-04-2024 على الساعة 02:00.

جدول 02: تطور الحظيرة الإجمالية للهاتف الثابت:

	الثلاثي الرابع 2021	الثلاثي الأول 2022	الثلاثي الثاني 2022	الثلاثي الثالث 2022	الثلاثي الرابع 2022
الحظيرة الإجمالية	5097059	5202103	5253606	5359515	5576193
نسبة التطور	/	+ 2.06 %	+ 0.99 %	+ 2.02 %	+ 4.06 %

المصدر: سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية المطلع عليه في 24 أفريل 2023 على الساعة 21:57.

سجلت حظيرة مشتريك الهاتف النقال GSM الجيل الثالث، الجيل الرابع تطورا تبلغ نسبته 1.06 % حيث انتقلت من 48.505 مليون مشترك في الثلاثي الثالث 2022 إلى 49.019 مليون مشترك في الثلاثي الرابع 2022.

ثانيا: الشبكات الهاتفية الثابتة والنقالة

إن أهم الدلائل على زيادة توجه أي مجتمع نحو تجارة الكترونية هو توفر شبكات الاتصالات الهاتفية الثابتة والنقالة، فضعف هذه الشبكات لا يقدم أي دعم فعال لشبكات الاتصال الالكترونية حيث يمكن القول أن الجزائر عموما متأخرة في مجال تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات الذي يختص في كل مكان من الهواتف النقالة والثابتة رغم الجهود المبذولة. [1]

أ- الهاتف الثابت: تسجيل أزيد من 5 ملايين مشتركا في الثلاثي الثاني من سنة 2022 في الجزائر إلى ذلك بلغ عدد المشتركين في شبكات الهاتف الثابت (خطي الجيل الرابع والألياف البصرية) في الجزائر عند نهاية الثلاثي الثاني من السنة الجارية 5.25 مليون مشتركا مقابل 4.91 مليون خلال نفس الفترة من سنة 2021 أي بزيادة قدرها 6.99 بالمائة حسبما كشف عنه آخر تقرير لسلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية.

ب- الهاتف النقال: أكثر من 47 مليون مشتركا خلال الثلاثي الثاني من 2022 في الجزائر تم تسجيل 47.66 مليون مشتركا نشط في الهاتف النقال بالجزائر خلال الثلاثي

[1] بودربالة سامية، **واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر**، التجارة الالكترونية، الجزائر، 2016، ص 55.

الثاني من عام 2022 مقابل 45.83 مليون مشركا في الثلاثي الثاني من السنة الماضية أي بزيادة بلغت نسبتها 3.98 بالمائة وفقا لآخر تقرير لسلطة ضبط البريد والاتصالات الالكترونية، أما معدل انتشار الهاتف المحمول فقد بلغ 108.08 بالمائة خلال الثلاثي الثاني من 2022 مقابل 104.03 بالمائة خلال نفس الفترة من العام الماضي.

المبحث الثاني: المعاملات الالكترونية في القانون الجزائري

يستند الإطار القانوني الجزائري للمعاملات الإلكترونية إلى القانون المدني للبلد، الذي بدأ العمل به لأول مرة في عام 1975، ومنذ ذلك الحين جرى تحديث المدونة لتشمل أحكاما بشأن التجارة الإلكترونية، مثل الاعتراف بالتوقيعات الإلكترونية وحماية البيانات الالكترونية.

المطلب الأول: المعاملات الالكترونية في القانون الجزائري.

لقيام المعاملات الإلكترونية في الجزائر نمر على عدة شروط ومتطلبات تجارية التي يلتزم بها المستهلك الإلكتروني.

أولا: شروط ممارسة التجارة الإلكترونية

أ- لا يمكن ممارسة نشاط التجارة الإلكترونية إلا بعد إيداع اسم النطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري حسب المادة 08: يخضع نشاط التجارة الإلكترونية للتسجيل في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفية، حسب الحالة، ولنشر موقع الكتروني أو صفحة الكترونية على الإنترنت، مستضاف في الجزائر بامتداد com.dz "، يجب أن يتوفر الموقع الإلكتروني للمورد الالكتروني على وسائل تسمح بالتأكد من صحته.

ب- تنشر البطاقة الوطنية للموردين الالكترونيين عن طريق الاتصالات الإلكترونية وتكون في متناول المستهلك الالكتروني حسب المادة 9.

ثانيا: المتطلبات المتعلقة بالمعاملات التجارية عن طريق الاتصال الالكتروني

أ- يجب أن تكون كل معاملة تجارية الكترونية مسبوقة بعرض تجاري إلكتروني وأن توثق بموجب عقد الكتروني يصادق عليه المستهلك حسب المادة 10. [1]

ب- يجب أن يقدم المورد الالكتروني العرض التجاري بطريقة مرئية ومقرونة ومفهومة، كما يتضمن على الأقل المعلومات الآتية:

[1] الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون رقم 18-05، المؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الالكترونية، الجريدة الرسمية، العدد 28 الصادر في 16 ماي 2018، ص 06.

– رقم التعريف الجبائي، والعناوين المادية والالكترونية ورقم هاتف المورد.

– رقم السجل التجاري أو رقم البطاقة المهنية للحرفي.

– طبيعة وخصائص وأسعار السلع أو الخدمات المقترحة باحتساب كل الرسوم.

– حالة توفر السلعة أو الخدمة.

– كيفيات ومصاريف وآجال التسليم.

– الشروط العامة للبيع، لاسيما البنود المتعلقة بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي.

– شروط الضمان التجاري وخدمة ما بعد البيع.

– كيفيات وإجراءات الدفع.

– شروط فسخ العقد عند الانقضاء.

– طريقة تأكيد الطلبية، وموعد التسليم وسعر المنتوج. [1]

ثالثا: التزامات المستهلك الإلكتروني

أ– يلتزم المستهلك الإلكتروني بدفع الثمن المتفق عليه في العقد الالكتروني بمجرد إبرامه حسب المادة 16.

ب– يجب على المورد الإلكتروني أن يطلب من المستهلك توقيع وصل استلام عند التسليم الفعلي للمنتوج، حيث لا يمكن للمستهلك الالكتروني أن يرفض توقيع وصل الاستلام (المادة 17).

رابعا: واجبات المورد الإلكتروني ومسؤولياته

أ– بعد إبرام العقد الالكتروني، يصبح المورد الالكتروني مسؤولا أمام المستهلك عن حسن تنفيذ الالتزامات المترتبة على هذا العقد حسب المادة 18 غير أنه يمكن للمورد الالكتروني أن يتحلل من كامل مسؤوليته أو جزء منها إذا أثبت أن عدم التنفيذ يعود إلى المستهلك الالكتروني.

[1] الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون رقم 18–05، المؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الالكترونية، الجريدة الرسمية، العدد 28 الصادر في 16 ماي 2018، ص 06.

ب- بمجرد إبرام العقد، يلزم المورد الإلكتروني بإرسال نسخة الكترونية من العقد إلى المستهلك الالكتروني المادة 19.

ج- يجب على المورد الالكتروني استعادة سلعته، حسب المادة 23 في حالة تسليم غرض غير مطابق للطلبية أو في حالة ما إذا كان المنتوج معيبا.

د- يجب على كل مورد الكتروني حسب المادة 25 حفظ سجلات المعاملات التجارية المنجزة وتواريخها وإرسالها الكترونيا إلى المركز الوطني للسجل التجاري.

هـ- ينبغي للمورد الالكتروني حسب المادة 26 الذي يقوم بجمع المعطيات ذات الطابع الشخصي ويشكل ملفات الزبائن، ألا يجمع إلى البيانات الضرورية لإبرام المعاملات التجارية. [1]

المطلب الثاني: وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر

عندما يكون الدفع إلكترونيا، فإنه يتم من خلال منصات دفع مخصصة لهذا الغرض، منشأة ومستغلة حصريا من طرف البنوك المعتمدة من قبل بنك الجزائر وبريد الجزائر.

الفرع الأول: تقنية الدفع الإلكتروني من الناحية القانونية

حسب المادة 27 من القانون 05-18 يتم الدفع في المعاملات التجارية الالكترونية إما عن بعد أو عند تسليم المنتوج، عن طريق وسائل الدفع المرخص بها، وفقا للتشريع المعمول به.

وبموجب القانون 05-18 حسب المادة 29 تخضع منصات الدفع الإلكتروني المنشأة والمستغلة طبقا للمادة 27 أعلاه، لرقابة بنك الجزائر لضمان استجابتها لمتطلبات التشغيل البيني وسرية البيانات وسلامتها وأمن تبادلها. [2]

[1] الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون 18-05، المؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الالكترونية، الجريدة الرسمية، العدد 28، الصادر في 16 ماي 2018، ص ص 7،8.

[2] الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون 18-05، المؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الالكترونية، الجريدة الرسمية، العدد 28، الصادر في 16 ماي 2018، ص8.

الفرع الثاني: وسائل الدفع الالكتروني

أولا: الموزعات الآلية للنقود و ونهائيات الدفع الالكتروني

إن من بين التقنيات الحديثة التي وفرتها المصارف الجزائرية لدعم توجهها نحو الصيرفة الالكترونية هي الموزعات الآلية للنقود **DAB** ونهائيات الدفع الإلكتروني **TPE** تثبت خارج المصرف الذي يمولهما بالعملة الوطنية، أما مسؤولية الصيانة وتسييرها تتكفل بها **.SATIM**

تقدم **SATIM** والبنوك للتجار حل الدفع عن قرب من خلال بطاقة **CIB** لقبول المعاملات المالية على محطات الدفع الالكترونية (**IPE**)، يتيح هذا الحل أمان المعاملات وأمن الأشخاص ضد السرقة، والنقود المزيفة من خلال استخدام رمز سري.[1]

الجدول 03: العدد الإجمالي لأجهزة الصرف الآلي البنكية العاملة:

السنة	العدد الإجمالي لأجهزة الصرف الآلي البنكية العاملة
2016	1370
2017	1443
2018	1441
2019	1621
2020	3030
2021	3053
2022	3658
إلى مارس 2023	3713

من خلال الجدول السابق يتضح لنا التطور الملحوظ الذي عرفه عدد أجهزة الصرف الآلي البنكية في الجزائر وذلك على مستوى السنوات حيث ارتفع عددها من 1370 في سنة

[1] الموقع https://giemonetique.dz/ar/activite-retrait-sur-atm ، تم الاطلاع عليه يوم: 1 أفريل 2024 على الساعة 13:10.

2016 إلى 3713 جهاز لغاية مارس 2023 [1] .

ثانيا: عمليات الدفع عبر الانترنت بـ SATIM

توفر ساتيم حل الدفع عبر الإنترنت وهو طريقة آمنة وسهلة لإجراء المدفوعات واستلامها بأمان فخدمة الدفع عبر الانترنت التي تقدمها ساتيم هي في خدمتك لإعداد الدفع عن طريق بطاقة CIB على الإنترنت، وبالتالي السماح لعملائك القيام بالمعاملات دون تعقيدات وبأمان [2]:

[1] الموقع http://www.satim.dz ، تم الاطلاع عليه يوم: 31 مارس 2024 على الساعة 10:00

[2] الموقع http://www.satim.dz ، تم الإطلاع عليه يوم: 1 أفريل 2024 على الساعة 20:00.

جدول 4: المعاملات في نظام الدفع الالكتروني عبر الانترنيت

السنة 2023	هاتف/اتصالات	نقل	تأمين	مصدر فاتورات	خدمة إدارية	خدمات	بيع السلع	رياضة وترفيه	العدد الإجمالي للمعاملات	المبلغ الإجمالي
جانفي 2023		22575	5064	34219	529	58091	2892	129017	983892	1897808059،28 دج
فيفري 2023	574682	21387	1197	44271	463	68025	2695	45877	758561	1773581931،22 دج

من خلال الجدول السابق يتضح لنا انخفاض طفيف في نشاط المعاملات والخدمات عبر الدفع عن طريق الانترنت ذلك على مستوى سنة 2023 حيث ارتفع عددهما في جانفي 2023 بمبلغ إجمالي يقدر 28،1879808059 د وانخفض في فيفري 2023 بمبلغ إجمالي يقدر 22،1737581931.[1]

[1] الموقع: https://giemonetique.dz/ar/activite-retrait-sur-atm تم الإطلاع عليه يوم: 1 أفريل 2024 على الساعة 23:15.

ثالثا: البطاقات البنكية المستعملة في التجارة الالكترونية الجزائرية

تطبيقا لأحكام المادة 111 لقانون المالية 2018، تعلم وزارة التجارة كافة التجار، أنهم ملزمون بوضع تحت تصرف المستهلك وسائل الدفع الالكتروني قصد تمكينه من تسديد مبلغ مشترياته عبر حسابه البنكي أو البريدي الموطن قانونا على مستوى مؤسسة بريد الجزائر أو المؤسسات البنكية المعتمدة. [1]

يوجد في الجزائر العديد من البطاقات البنكية، تطرحها مختلف البنوك التجارية ، منهما ما هو محلي أي يستخدم داخل التراب الوطني فقط، ومنها ما هو دولي يمكن استعمالها خارج الجزائر، ويمكن تلخيص أهم أصناف البطاقات المتداولة في الجزائر فيما يلي:

أ- البطاقات المحلية

- **بطاقة السحب بين البنوك CIB:** بطاقة تعمل بين البنوك، يتم التعرف عليها من خلال شعار للدفع بين البنوك المطبوع عليها، أي تحوي شعار واسم البنك الذي أصدرها تسمح بالقيام بعملية سحب الأموال من الموزعات الآلية المثبتة في الأراضي الوطنية. [2]

يضع بنك التنمية المحلية تحت تصرفكم نوعين من بطاقات CIB :

* البطاقة الكلاسيكية cib: توفر هذه البطاقة لزبائنها خدمة الدفع والسحب بين البنوك، ويتم إصدارها وفق المعايير التي يحددها كل بنك السحب والدفع 50000.00 دينار جزائري في الأسبوع.

* البطاقة الذهبية cibgold: وهي بطاقة سحب ودفع كذلك، لديها مزايا ومواصفات أعلى من البطاقات الكلاسيكية، ويتم إصدارها وفق الشروط التي يحددهما كل بنك السحب والدفع 100000.00 دينار جزائري في الأسبوع.

---

[1] الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون 7-11، المؤرخ في 7 ديسمبر 2017، المتعلق بقانون المالية، الجريدة الرسمية، العدد 76 الصادر 28 ديسمبر 2017، ص ص 46،47.

[2] صحراوي عبد العزيز، **فعالية استخدام وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة تحسبين جودة الخدمات المصرفية في الجزائر، أطروحة** مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، 2021-2022، ص 179.

ومن مزايا بطاقة CIB نذكر ما يلي: [1]

- يمكنكم القيام بعمليات السحب والدفع بكل أمان.
- يمكنكم دفع مشترياتكم مباشرة من حسابكم بطريقة آنية.
- يمكنكم الاطلاع على حسابكم عبر كامل وكالات بنك التنمية المحلية.
- تابعوا عملياتكم عبر الانترنت عن طريق E-BANKING.
- مدة الصلاحية سنتين قابلة للتجديد بطريقة أوتوماتيكية.

ب- البطاقات الدولية

تطرح بعض البنوك العاملة في الجزائر بطاقات دولية تسمح بإجراء العمليات بالعملة الصعبة، من خلال الشراء عبر الانترنت داخل الجزائر أو استعمالها خارج الجزائر من خلال الصرافات الآلية وأهمها أجهزة الدفع الالكتروني TPE.

- **بطاقة VISA فيزا كارد:** هي بطاقة دولية تسمح بالقيام بعمليات الدفع عن طريق الانترنت أو عن طريق آليات الدفع الالكتروني أو حتى سحب الأموال عن طريق موزعات السحب أو الدفع في الخارج، في كل أنحاء العالم.

يضع بنك التنمية المحلية تحت تصرفكم نوعين من بطاقات فيزا:

* **بطاقة VISA الكلاسيكية:** يمنح هذا النوع من البطاقات للعملاء الذين لديهم رصيد بالعملة الصعبة دولار أو أورو على أن يكون سقف الاستعمال 500 أورو في الأسبوع.

* بطاقة VISA GOLD: سقف الاستعمال 5000 أورو في الأسبوع.

ومن مزايا بطاقة VISA نذكر ما يلي:

- إصدار البطاقة في ظرف 24 ساعة.
- تمنحك الراحة والسرعة وبطريقة سهلة بالإضافة للأمان، ويمكن استعمالها في 200 بلد عبر العالم.

[1] الموقع: www.bdl.dz تم الإطلاع يوم 2 أفريل 2024 على الساعة 10:45.

– التأمين عن السفر و وجود تخفيضات في سعر الفندق وامتيازات أخرى. [1]

– **بطاقة ماستر كارد master card:** بطاقة دولية تسمح القيام بعمليات التحويل والدفع، وسحب الأموال في الخارج، 24/24 ساعة و 7/7 أيام بكل أمان، والتي تعرض في شكلين (ماستر كارد تيتانيوم، ماستر كارد بلاتينيوم) على أن يكون سقف التلخيص لماستر كارد تيتانيوم 5000 أورو في الأسبوع، ماستر كارد بلاتينيوم 800 أورو في الأسبوع، أما سقف السحب ماستر كارد تيتانيوم 1000 أورو وفي الأسبوع، ماستر كارد بلاتينيوم 1500 أورو في الأسبوع.[2]

رابعا: تطبيق بريدي موب

هو تطبيق يمكن الزبائن الذين بحوزتهم البطاقة الذهبية من عدة خدمات مصرفية ومالية الكترونية، أهمها إجراء تحويل مالي من حساب بريدي **CCP** إلى آخر على أن يتجاوز المبلغ الممول 5 ملايين سنتيم من خلال التطبيق فقط دون التنقل إلى مكتب البريد لربح الوقت، من مميزات التطبيق:

– كشف رصيد الحساب البريدي الجاري في الوقت الحقيقي.

– كشف لآخر 10 معاملات للبطاقة الإلكترونية.

– تمكن الزبون من طلب الحظر أو رفع الحظر على البطاقة الالكترونية.

– تسديد فواتير الماء والكهرباء.

– تعبئة رصيد مكالمات الهاتف النقال من الحساب البريدي الجاري.[3]

[1] الموقع: http://www.bdl.dz تم الإطلاع يوم 2 أفريل 2024 على الساعة 16:30.

[2] الموقع http://www.bdl.dz تم الإطلاع يوم 2 أفريل 2024 على الساعة 10:45.

[3] الموقع: https://www.poste.dz/services/professional/baridimobweb تم الإطلاع يوم 2 أفريل 2024 على الساعة 17:00.

المطلب الثالث: معوقات التجارة الالكترونية في الجزائر، سبل توسيعها والمجهودات المبذولة في هذا المجال

تسعى الجزائر جاهدة للحاق بالركب العالمي للتطورات التكنولوجية، وتعظيم الاستفادة من التقنيات الحديثة للاتصالات والمعلومات، فمعدلات انتشار التجارة الالكترونية في الجزائر تبقى منخفضة ومتواضعة وبعيدة كل البعد عن المستوى العالمي، وأدى هذا التدني إلى الصعوبات الكثيرة التي تعرقل نموها وتطبيقها إلا أن هناك أمل كبير في تخطي هذه العقبات وتفيعل البيئة الملائمة لتوسيع استخدام التجارة الالكترونية الجزائرية.

الفرع الأول: معوقات التجارة الالكترونية في الجزائر

تتمثل العوائق ذات العلاقة بمجال التقنية التكنولوجيا فيما يلي:

أولا: العوائق التكنولوجية

1-1- ضعف البنى التحتية التكنولوجية: يتطلب لنجاح التجارة الالكترونية إنشاء بنية تحتية تكنولوجية متطورة تساعد على انتشار استخدام الإنترنت، وتوفر البيئة المناسبة والداعمة للتجارة الالكترونية والقادرة على تحمل أعباء ومخاطر النوع الحديث من المبادلات التجارية، وتبين الإحصائيات المتوفرة في الجزائر ضعف البنية الأساسية الضرورية لممارسة التجارة الالكترونية على نطاق واسع من شبكات اتصالات سلكية ولاسلكية، أقراص صلبة مرنة وأجهزة الهاتف.. الخ.

1-2- شبكات الاتصالات الهاتفية: إن أول ما يؤكد تأخر الجزائر في استكمال البنى القاعدية التكنولوجية هو محدودية الخدمات الهاتفية الثابتة التي تؤثر بشكل مباشر على الإقبال على الانترنت، فلا يمكن بأي شكل من الأشكال التوسع في استخدام الانترنت دون توفر الخدمات الطائفية الكافية باعتبار الانترنت هو ارتباط واتحاد بين جهاز كمبيوتر وهاتف.[1]

[1] سعد غالب ياسين، بشير عباس العلاق، "**التجارة الالكترونية**"، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2004، ص 198.

حيث تعاني الجزائر من تردي نسبي للبنية التحتية للشبكة الطائفية الثابتة، وتفتقر إلى شبكات واسعة من هذه الخطوط الهاتفية، فتتميز العديد من مناطق الجزائر بانخفاض نسبة الكثافة السكانية وغلبت الأراضي الصحراوية على مساحة الجزائر، أثر سلبا على تحفيز متعاملي الهواتف للاستثمار في البنية التحية للشبكة الخدمية الثابتة، واقتصرت هذه الشبكة على المدن الكبرى، أما بالنسبة للهاتف الجوال، فإنه يعتبر من أكثر التكنولوجيات انتشارا في الجزائر، وقد شهدت هذه الأخيرة تحسنا ونموا كبيرا خلال السنوات القليلة الماضية مقارنة بنظيرتها الثابتة.

1-3- الانترنت: بما أن التجارة الالكترونية تعتمد بشكل أساسي على الانترنت كأداة اتصال، فإن عدم التمكن من النفاذ إلى الشبكة يحد من انتشار هذه التجارة ومن خلال استعراضنا للوضعية التكنولوجية للجزائر اتضح لنا الضعف الكبير وعدم إقبال المواطنين على الانترنت، فيعكس ما سجل في عالم الهاتف النقال من نمو سليم، ضل تطور النفاذ إلى الانترنت بطيء نسبيا في الجزائر وإن من بين أهم ما يعرقل تطور عدد مشتركي الانترنت هو المبالغة في التكاليف سواءا على الأفراد أو الشركات، ورغم تواصل التخفيضات في الأسعار إلا أنها ما زالت مرتفعة نسبيا وتحول دون الاستخدام الأمثل لهذه الشبكة، وتشمل هذه التكاليف تكلفة الاتصال بالأنترنت، تكلفة عتاد برمجيات الانترنت فلا لا يزال تثبيت الربط بشبكة الانترنت واقتناء الحاسوب مرتفعا ويفوق القدرة الشرائية للمواطن العادي.

وإن تسارع التطورات التكنولوجية وضرورة تخصيص استثمارات هامة للحاق بها ومواكبتها، وانخفاض عدد مستعملي الانترنت في الجزائر فرض على مقدمي خدمات الانترنت تحديد أسعار أعلى لتغطية تكاليفهم، بالإضافة إلى عدم وجود منافسة في قطاع الاتصالات بالصورة المطلوبة.

حيث لا تزال الدولة تحتكر الجانب الأكبر منه مما يحول دون الحفاظ هذه التكلفة. [1]

[1] كمال، فارس، **التجارة الالكترونية وضرورة اعتمادها في الجزائر في الألفية الثالثة**، جامعة سعد حلب، **الملتقى** الوطني الأول ، يومي 21،22 ماي 2002.

من جهة أخرى إن ما يزيد من عزوف الجزائريين على استخدام تقنية الانترنت والاستفادة من تطبيقاتها التجارية هو سوء خدمة الاتصال بالأنترنت ، بالإضافة إلى عدم وجود خدمة الانترنت عالية السرعة في معظم المناطق الجزائرية التجارية فشبكة الاتصالات البطيئة تضيع وقت المستعملين مما يجعل عملية التنقل بين المواقع تستغرق وقت طويل للظهور ويجعل من هذه العملية مملة وشاقة.[1]

1-4- تواضع حجم صناعة تكنولوجيا الإعلام والاتصال

تعتبر صناعة تكنولوجيا الإعلام والاتصال محركا أساسيا لنمو التجارة الالكترونية وتوسع نطاقها، وتعاني الجزائر من ضعف كبير في إنتاج السلع والخدمات المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال، فالجزائر لا تولي الاهتمام الكافي لعملية خلق صناعة وطنية لهذه التكنولوجيا، نظرا لوجود أولويات تنموية أخرى، ولميل هذه المنطقة إلى الاستثمارات التقليدية في قطاعي الطاقة والعقارات، بالإضافة إلى ضعف القاعدة البشرية التي تستند إليها صناعة المعلومات، وصعوبة عملية الانتقال من البحث العلمي نحو الصناعة في إطار الوتيرة المتسارعة للابتكارات التكنولوجية.

1-5- ضعف الثقافة التقنية والوعي الالكتروني بين أفراد المجتمع.

إن تدني مستوى الثقافة الرقمية يؤثر سلبا على تطور وانتشار التجارة الالكترونية فإن فئة واسعة من الجزائريين تعاني من ضعف مستوى الوعي بالاستخدام الصحيح لتقنية المعلومات في قطاع الأعمال، وهذا الضعف يفسر في جانب منه بانتشار ظاهرة "الأمية المعلوماتية" والتي يقصد بها الجهل بأساليب ووسائل التعامل بأجهزة الحاسب الآتي

[1] فريد كورتل، **واقع التجارة الالكترونية بالبلدان العربية وسبل تطورها**- إشارة خاصة لحالة الجزائر، **الملتقى** العلمي الدولي الأول: الشفافية الأداء للاندماج العالمي، الأوراسي، ماي- جوان، 2003.

والبرمجيات[1] فعدم التعامل مع جهاز الحاسوب يؤثر في الإقبال على خدمات تكنولوجيا الإعلام والاتصال ويحرم الكثير من ممارسة التجارة الالكترونية.

وما يؤكد غياب الوعي الالكتروني بأهمية التجارة الالكترونية هو عدم دراية العديد من المواطنين بالفوائد التي يمكن التحصل عليها من إدماج الانترنت في النشاطات التجارية، فتوظيف الانترنت في الجزائر يعتبر توظيفا ترفيهيا لا توظيفا تجاريا.[2]

1-6- قصور الكوادر البشرية المدربة والمؤهلة في مجال تقنية المعلومات وتطبيقات التجارة الالكترونية

إن العنصر غير الملموس لقيمة التكنولوجيا المتقدمة والمتمثل في رأس المال الفكري، يفوق القيمة الحقيقية لموجوداتها الحسية كالمعدات والتجهيزات [3]، ولذلك فإن التركيز على العنصر البشري، يعد إحدى سبل الوصول إلى مجتمع المعرفة والتطبيق السريع للتجارة الالكترونية، وتفتقر الجزائر إلى الموارد البشرية والخبرات التكنولوجية والكوادر المؤهلة للتعامل مع تقنيات التجارة الالكترونية، والتي من المفروض أن تتولى مهمة تصميم وتطوير مواقع التجارة الالكترونية وقوائم الكتالوجات ونظم دفع الكترونية، وتكون خبيرة أيضا في قواعد البيانات والبرمجيات وأنظمة التشغيل.

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

أ- ضعف مستوى التكوين المتخصص في تكنولوجيا الإعلام والاتصال على مستوى المعاهد والمؤسسات، مما يقضي على روح المبادرة والإبداع لدى الأيدي العاملة، ويجعلها عاجزة عن تسخير تقنية المعلومات لتطوير التجارة الالكترونية.

---

[1] إيمان العاني، **البنوك التجارية وتحديات التجارة الالكترونية**، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007.

[2] https://internet user and population

[3] جمال، أثر التنمية المستدامة في تحسين فرص اندماج الجزائر في اقتصاد المعرفة، **الملتقى** الدولي حول التنمية وفرص الاندماج في اقتصاد المعرفة والكفاءات البشرية، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، يومي،09،10 مارس 2004.

ب- ضعف إمكانية البحث والتطوير العلمي والتكنولوجي الذي يؤدي دورا مركزيا في اقتناء وإنتاج المعرفة التكنولوجية اللازمة للاستفادة من التجارة الالكترونية.

ج- ظهور ابتكارات جديدة باستمرار، وتطور التكنولوجيا بسرعة فائقة يصعب من عملية اللحاق بها، ويجعل العدد الحالي للخريجين من المعاهد والجامعات في مجال المعلوماتية والتقنية الحديثة للإعلام والاتصال غير كافي لمواكبة هذه التطورات وبناء مجتمع المعلومات والتعاطي مع التجارة الالكترونية.

د- هجرة الأدمغة والكفاءات إلى الدول المتقدمة التي تعمل جاهدة لاستقطابها، بتوفير كل الظروف الملائمة لاستقرارها، وتشكل هجرة الأدمغة نزيفا حقيقيا للبلد يهدد بشكل مباشر اقتصاد المعرفة من خلال فقدان رأس المال البشري الجزائري وخسارة الكفاءات والإطارات المتميزة، بالإضافة إلى عدم جني العوائد المنتظرة من الاستثمار في هذا النوع من رأس المال.

1-7- ضعف البنية التحتية للدفع الالكتروني

تعترض الجزائر تحديات كبيرة في مجال الدخول إلى عالم التجارة الالكترونية، والتي من بينها غياب البنى التحتية التي تسمح بتسديد المشتريات عبر الانترنت، فضعف وعدم توفر الوسائل الخاصة بالدفع الالكتروني يلعب دورا كبيرا في ضعف عمليات التجارة الالكترونية الجزائرية، ومن شأنه عرقلة نمو هذا النوع الحديث من المبادلات، فوسائل الدفع المستعملة في الجزائر تتميز بأنها تقليدية في أغلبها، وقد تأخرت البنوك الجزائرية كثيرا في إصدار وسائل دفع حديثة تتماشى مع التطورات التكنولوجية، وحتى يكون هذا النظام المتعلق بالدفع الالكتروني فعلا ويساهم في تطوير التجارة الإلكترونية، لابد من أن يشمل وسيلة دفع مؤمنة (البطاقات)، فضلا توفير التجهيزات من موزعات الدفع الالكتروني، بالإضافة إلى الحصول على ترخيص من الشبكات الدولية للدفع لاحتكار بطاقات ذات قبول واسع على شبكة الانترنت، أما بالنسبة للبطاقات، فإن الحديث عن تجارة الكترونية جزائرية دون توفر بطاقات ائتمانية يعتبر شبه مستحيل، نظرا لكون هذه البطاقات الطريقة المفضلة لتسديد المدفوعات

مباشرة عبر الانترنت، إلا أن استعمال هذا النوع من البطاقات يبقى محدودا جدا في الجزائر[1].

لهذا يمكن تفسير ضعف البنية التحتية للدفع الالكتروني وتأخر البنوك الجزائرية في تطوير هذه البنية بالعوامل التالية:

1- ارتفاع تكاليف الاقتناء: فوضع البنوك لنهائيات الدفع الالكتروني والموزعات الآلية للنقود وإصدار البطاقات يتطلب منها تحمل استثمارات وتكاليف جد مهمة للبعث والتحديد ومتابعة الابتكارات والتكييف مع التكنولوجيا الحديثة، فهذه التجهيزات تتميز بسرعة التطور.

2- تخوف البنوك من إصدار البطاقات الائتمانية بسبب عدم التأكد من مدى التزام حاملي البطاقات بسداد الديون المستحقة عليهم، وتحمل البنات المصدر للبطاقة نفقات ضياعها، بالإضافة إلى خطر نقص السيولة لدى البنك بسبب عدم توفر رأس المال الكافي لمواجهة السحب النقدي والاقتراض على البطاقات الائتمانية.

3- رداءة الخدمات البنكية وكثرة تعطلات الموزعات الآلية ونهائيات الدفع الالكتروني مما يؤدي إلى رفض المواطنين لاستخدام النقود الالكترونية، فلابد من وضع عتاد تكنولوجي وخطوط هاتفية وأسلاك موثوق بجودتها وصيانتها باستمرار.

4- تفضيل الزبائن للدفع نقدا في مختلف التعاملات التجارية، بالإضافة إلى انخفاض القدرة الشرائية للمواطنين، مما يجعل البطاقات البنكية مرتفعة الثمن في نظر الكثيرين.

5- الجرائم الالكترونية، إن من بين أهم ما يعرقل تطور نظام الدفع الالكتروني هو انتشار الجرائم التي ترتكب بواسطة الحاسب الآلي وشبكات الانترنت، مما سيؤثر على قرار البنوك في تطوير هذا النظام للدفع، وعلى ثقة الزبائن في استعمال هذه الوسيلة الحديثة للدفع، ومن بين هذه الجرائم:

[1] أحمد محمد غنيم، **الإدارة الالكترونية، آفاق الحاضر وتطلعات المستقبل**، المكتبة العربية المنصورة، مصر، 2004، ص99.

أ- جرائم انتحال شخصية الفرد واستعمال بياناته الشخصية لاستخراج بطاقات بنكية عبر الانترنت.

ب- جرائم السطو على أرقام البطاقات، حيث يستطيع أشخاص ذوي دراية كبيرة بأنظمة المعلوماتية وطرق التزوير تحليل أرقام بطاقات ائتمانية من خلال حاسبهم بواسطة برنامج تشغيل خاص، بالإضافة إلى الالتقاط غير المشروع لأرقام بطاقات مستعملة في التسوق عبر الانترنت واستغلالها في الحصول على سلع وخدمات. [1]

ج- غسيل الأموال باستخدام البطاقات البنكية، بحيث يتمكن أصحاب الدخل الغير المشروع من استخدام البطاقات في غسيل هذه الأموال من خلال الحصول على عدد كبير من البطاقات من بنوك في دول أخرى. [2]

ثانيا: العوائق الاجتماعية والنفسية

تتعلق الأسباب الاجتماعية والنفسية المعرقلة للتجارة الالكترونية بخصائص المجتمع الجزائري والذي لا يزال ينتظره الكثير من الأشياء حتى تمكن من الانضمام إلى مجتمع المعلومات نذكر منها: [3]

1-الأمية: من الصعب على الجزائر التي يعاني منها حوالي 7.5 مليون شخص من أمية الحرف أن تتحول بسهولة إلى الاقتصاد العربي وتطبق أسلوب التجارة هو الانترنت، نظرا لتناقض الأمية كثيرا مع طبيعة هذا النوع من الاقتصاد والتجارة، أي أنهم غير قادرين على التأقلم مع الثورة المعلوماتية والاستفادة من التجارة الالكترونية، وهذا ما يخفض نسبة من يستخدم الانترنت للأغراض التجارية، ويحصر الاستخدام لدى الطبقات المثقفة.

---

[1] محمد أمين الشوابكة، "**جرائم الحاسوب والأنترنت**"، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007، ص ص 193،194.

[2] محمود محمد سعيفان، "**تحليل وتقييم دور البنوك في مكافحة عمليات غسيل الأموال**" ، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص ص 26،30.

[3] جاري شنايدر، "**التجارة الالكترونية، تعريب سرور علي إبراهيم**"، دار المريخ للنشر، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2000، ص 45.

2-اللغة: من بين تحديات التجارة الالكترونية عامل اللغة، والذي يعتبر من بين القضايا الحاسمة في استخدام شبكة الشبكات للأغراض التجارية، حيث يعاني مستخدمو الانترنت الجزائريين من نقص في المحتوى المتوفر باللغة العربية على شبكة الانترنت، وعلى اعتبار أن أكثر من نصف مستعملي الانترنت الناطقين بالعربية لا يتحدثون الانجليزية [1]، وهذا ما سيعرقل كثيرا تطور استخدام الانترنت، نظرا لكون اللغة الانجليزية الأكثر انتشارا.

3- العائق النفسي

إن من بين ما يعرقل التحول إلى التجارة الالكترونية، ويجعلها بديلا غير واقعيا، هو سلوك المستهلك ونظرة المجتمع الجزائري إزاء الانفتاح على العالم الخارجي إبرام نوع حديث من الصفقات التجارية التي تتعدى الحدود، فلقد فوجئ المستهلكون الجزائريون بهذا النوع الحديث من المبادلات والتسوق عبر وسيط الكتروني، مما أدى إلى عدم تقبلهم فكرة التجارة الالكترونية ومقاومتهم لها، ويتميز سلوك المستهلك بما يلي[2]:

1- انعدام ثقة المستهلك في الباعة المجهولين الذين لا يراهم أمامه مباشرة.

2- عدم انغراس التجارة الالكترونية في عادات المجتمع، فالكثير يفضلون معاينة البضائع والخدمات عن قرب ولمسها وتحسسها وربما حتى تفوقها قبل إتمام الصفقة.

3- تخوف المستهلك من عنصر المخاطرة الذي يميز التجارة الالكترونية، فاحتمال بث معلومات غير صادقة من طرف التاجر حول مواصفات السلعة وأسعارها، وبالتالي هناك خطر استلام منتجات غير مطابقة للطلبيات أو عدم استلامها نهائيا.

4- التخوف من عملية سرقة البيانات والمعلومات خاصة المتعلقة بأرقام البطاقات البنكية.

5- العادات الشرائية للمستهلكين الذين يفضلون التوجه إلى الأسواق التقليدية، على اعتبار عملية التسوق أحد أشكال الترفيه.

---

[1] الاتحاد الدولي للاتصالات، الخصائص الإحصائية لمجتمع المعلومات لعام 2009، الدول العربية، الموقع الالكتروني: http//www.intu.int/dms-pub

[2] أحمد محمد غنيم، **الإدارة الالكترونية**، آفاق الحاضر وتطلعات المستقبل، مرجع سابق، ص 62.

6- حداثة ظاهرة التجارة الالكترونية، من تخوف المستهلك من اقتحام هذا العالم الجديد[1]، فالكثير يودون أن يروا شيء ثابت قبل الاستثمار فيه.

ثالثا: العوائق التجارية

لقد وضعت الثورة التكنولوجية الحديثة تحت تصرف المؤسسات طرق الكترونية حديثة لإجراء التبادلات والأعمال والأنشطة التجارية، بغية مساعدتها على إثبات وجودها بقوة على الساحة التجارية، إلا أن أغلبية المؤسسات مرتبطة بالنقاط التجارة التقليدية، وتفتقر إلى قابلية التحول الجذري لمؤسسات الكترونية تعتمد على الوسائط الالكترونية في إبرام صفقاتها ويمكن تلخيص بعض هذه العوائق كالآتي:

1- عدم توفر الحوافز لدى المؤسسات التجارية الالكترونية

ويرجع ذلك إلى عدة أسباب من بينها صعوبة الوصول إلى قاعدة تمويل كبيرة لبدء مشاريع التجارة الإلكترونية، فلا تستطيع أغلبية الشركات الحصول على التمويل الكافي لتغطية نفقات وتكاليف توطين تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وإنشاء منصة للتجارة الالكترونية على الانترنت، فلا زالت هذه الشركات تعتبر تكاليف إقامة مواقع التجارة الالكترونية مرتفعة بعض الشيء، خاصة أن نجاح الموقع يتوقف بدرجة كبيرة على مدى اللمسات الاحترافية في تصميمه وإداراته، مما يتطلب مبرمجين وتقنيين ذو خبرة وتكلفة عالية، وحتى بعد إنشاء الموقع تبرز مشكلة أخرى وهي ضرورة مراقبة وصيانة الموقع وتجديده كل مرة، لكي تواكب هذه المنصة التكنولوجية التطورات التي تحدث بخطى متسارعة في هذا الميدان. [2]

2- ضعف المساعدات اللازمة للتحول إلى التجارة الالكترونية: والذي تتجلى مظاهره في :

أ- محدودية الدعم الحكومي المشجع للتجارة الالكترونية: حيث لا توجد تشجيعات استثمارية كافية للخواص في مجال التجارة الالكترونية .

---

[1] بشير عباس العلاق، **تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتطبيقاتها في مجال التجارة النقالة**، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، عمان، الأردن، 2007، ص 36.

[2] أحمد محمد غنيم، **الإدارة الالكترونية**، آفاق الحاضر وتطلعات المستقبل، مرجع سابق، ص 63.

ب- عدم توفر شركات للوساطة تقوم بدور نقل وتوصيل البضائع المباعة الكترونيا.

ج- حاضنات غير مأهولة: تعتبر الحاضنات من بين الظواهر الحديثة في المجتمع الجزائري، حيث أن هناك عدد قليل جدا من الحاضنات المنتشرة هو التراب الوطني، والتي تم إنشاؤها مؤخرا لمساندة المؤسسات الجديدة الراغبة في تبني تطبيقات التجارة الالكترونية.

د- نقص في المحتوى المعلوماتي المساند لأنشطة المؤسسات: فلا يزال مفهوم التجارة الالكترونية غامضا لدى الكثير من أصحاب المؤسسات، مما يستدعي ضرورة توفر البيئة الملائمة المساعدة على الاستيعاب الكافي لمفهوم الأعمال الالكترونية، فمن بين ما يعرقل المؤسسات على التحول إلى هذا النمط من المبادلات:

* غياب شبه تام للمشاركة في المعلومات التي في حوزة المؤسسات.

* ضعف المعلومات الخاصة بالتبادل التجاري الالكتروني ما بين المؤسسات.

* فقر شديد في المواقع الخاصة بتجميع ونشر قوائم السلع والخدمات التي تنتجها الشركات الجزائرية.

*غياب المواقع التي تدعم الأنشطة الاقتصادية والتجارية بين الشركات الجزائرية.

رابعا: العوائق القانونية والتشريعية

إن ظهور الوسائط الالكترونية للتعامل والتي تتخطى الحدود الجغرافية، نتج عنه بروز العديد من المشاكل والقضايا القانونية المترتبة عن استخدام هذه الوسائط في التجارة الالكترونية، والتي تقوم على تعاقدات دون مستندات أو مرتكزات مالية، الأمر الذي يثير مسألة التزامات الأطراف المتعاقدة، فلابد من تعديل وتوفير عدد من التشريعات والتدابير القانونية التي تساعد على حماية هذه الأطراف أثناء التبادل، وتسرع عملية إبرام وتنفيذ العقود الالكترونية، وتشجع على تبني مختلف أساليب التجارة الالكترونية.

الفرع الثاني: سبل 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، وان تحاول تدارك التأخر الحاصل والاستفادة من الفرص التي تتيح هذه التجارة، من خلال إيجاد الحلول والسبل واتخاذ بعض الإجراءات قصد النهوض بهذه التجارة وإيجاد البيئة التمكينية المناسبة لانتشارها. [1]

وتتمثل هذه السبل فيما يلي:

أولا: السبل التوعوية

من المتفق عليه أن التحول نحو التجارة الالكترونية والتعامل في عالم افتراضي عالي من الوسائل المادية، ولا يعترف بالحدود الزمانية والمكانية، ويشكل في واقع الأمر تحديا كبيرا لعادات استهلاكية وأفكار تجارية مستقرة منذ عقود طويلة، ولذلك لا يمكن تطبيق التجارة الالكترونية إلا في ضوء خطة إعلامية علمية مدروسة بعناية، ومخصصة حسب الفئات التي تتم مخاطبتها، فالقيام هذه الحملات الهادفة إلى نشر الوعي والاستعداد النفسي للتجارة الالكترونية، يعد عاملا أساسيا في تكوين رأي عام ايجابي حول هذه التجارة والمزايا الناجمة عن التعامل بها لدى جميع الفئات بكافة أعمارهم وثقافاتهم، سواء كانوا أفراد أو مؤسسات.

إذن فنجاح هذه السبل التوعوية في أداء الدور المنوط بها، يستدعي تركيزها على نشر الثقافة والمعرفة باستخدامات الانترنت والتجارة الالكترونية، وتحسيس الجمهور بفوائد هذه التجارة وتكوين موارد بشرية، وموائمة نظام التكوين والتعليم مع هذا النوع الحديث من المعاملات، ومنه نذكر بعض السبل التوعوية:

[1] جاري شنايدر، **التجارة الالكترونية**، مرجع سابق، ص 46.

1- التنظيف التكنولوجي: يتم نشر الثقافة الالكترونية من خلال تنظيم ملتقيات تحسيسية وندوات وأيام دراسية حول التجارة الالكترونية، وأهمية توظيف الانترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الوجه الأمثل لخدمة الاقتصاد الوطني، وذلك بالتعاون مع شركات تقنية المعلومات والهياكل الوطنية والأجنبية، ويتم الاستعانة بكافة وسائل الإعلام السمعية والمرئية والمقروءة لتوليد تيار متدفق من الفكر المدرك لأهمية التجارة الالكترونية . حيث يتم تقديم حصص تلفزيونية وإذاعية حول التجارة الالكترونية، ويتم نشر مقالات وتحليلات في الجرائد والمجلات قام بوضعها كبار المتخصصين.

المبحث الثالث: جرائم التجارة الالكترونية وسبل حمايتها في الجزائر

ارتفعت الجرائم المتعلقة بالتجارة الالكترونية في السنوات الأخيرة في الجزائر من المعاملات الاحتيالية عبر الانترنت إلى الهجمات الالكترونية، وقعت الشركات والمستهلكين على حد سواء ضحية لهذه الجرائم.

المطلب الأول: جرائم التجارة الالكترونية

أولا: التعريف التشريعي للجريمة الالكترونية

بالنسبة للمشرع الجزائري الجرائم المتصلة بالإعلام والاتصال فإنه يعرفها بأنها: "جرائم المساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات المحددة في قانون العقوبات وأي جريمة أخرى ترتكب أو يسهل ارتكابها عن طريق نظام الاتصالات الالكترونية، وبهذا وفق المشرع في تعريفه بأن تكون النظم المعلوماتية والإعلام إما أن تكون وسيلة أو موضوعا للجريمة أو وسيلة تدعم الجرائم التقليدية، مثال عن ذلك في الجرائم الالكترونية في الجزائر تسرب أسئلة البكالوريا سنة 2016 و قرصنة الجزائري حمزة بن دلاج حسابات بنكية عالمية حيث ألقي القبض عليه من طرف الفيدرالية الأمريكية".[1]

ثانيا: أنواع الجرائم الالكترونية في القانون الجزائري

بالنسبة للمشرع الجزائري قسم الجريمة إلى جرائم مرتكبة بواسطة النظام المعلوماتي تشمل كل الجرائم المرتكبة بواسطة تكنولوجيا الإعلام والاتصال، أما النوع الثاني يتمثل في الجرائم الواقعة على النظام المعلوماتي حددها المشرع بموجب قانون العقوبات، وهذا ما سيتم ذكره في العناصر التالية:

الفرع الأول: الجريمة الالكترونية المرتكبة باستخدام النظام المعلوماتي

يتضمن هذا النوع من الجرائم استخدام نظام معلوماتي ارتكاب أنشطة غير قانونية مثل القرصنة وسرقة الهوية والتسلط عبر الانترنت باستخدام الحاسب حيث تطرقنا إلى:

[1] بن جدو فاطمة الزهراء، **آليات مكافحة الجريمة الالكترونية القانون الجزائري، مذكرة** لنيل شهادة الماستر في العلوم الإنسانية، الجامعة الإفريقية أحمد دراية، أدرار، 2021- 2022، ص 23،24.

أ- الجرائم الواقعة على الحقوق الملكية الفكرية: للنظام المعلوماتي دور الاعتداء على الحقوق الملكية الفكرية أي السطو على بنك المعلومات وتخزينها دون الأخذ بعين الاعتبار إذن صاحبها، إضافة إلى الاعتداء على قيمتها المالية يكون للمعلومة مقيمة أدبية يندرج ذلك ضمن الحقوق الفكرية لبراءات الاختراع.[1]

ب- الجريمة الالكترونية المتصلة بانتهاك الحياة الخاصة: هناك عدة أنواع من الجرائم الالكترونية المتعلقة بانتهاك الحياة الخاصة تتمثل فيما يلي:

- سرقة الهوية التي تتضمن المعلومات الشخصية لشخص ما، مثل اسمه وعنوانه ورقم الضمان الاجتماعي.
- المطاردة الالكترونية التي تتضمن استخدام الانترنت أو وسائل الكترونية أخرى لمضايقة الفرد أو ترهيبه أو تهديده.
- يمكن أن يشمل ذلك إرسال رسائل أو صور غير مرغوب فيها، أو تتبع نشاط شخص ما عبر الانترنت. [2]

ج- جرائم واقعة على الأموال: من أبرز أنواع الجرائم التي تتعرض لها المعاملات التجارية الحديثة هي:

- غسل الأموال عبر الانترنت.
- التحويل الالكتروني الغير المشروع والاستيلاء على بطاقات الائتمان.
- التزوير في الشيكات والتزوير في العقود، التزوير في الوثائق الرسمية.
- الاحتيال الائتماني.

[1] بن شارف يوسف، **الجريمة الالكترونية في التشريع الجزائري، مذكرة** مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي، جامعة محمد بوضياف – المسيلة، الحقوق والعلوم السياسية، 2021، 2022، ص 19.

[2] بن جدو فاطمة الزهراء، مرجع سابق، ص 32.

د- جرائم واقعة ضد أمن الدولة: تتمثل في جرائم الإرهاب وتظهر العلاقة بينها وبين الجريمة الالكترونية من خلال تجنيد أعضاء جدد وضمهم إلى المنظمات باستخدام وسائل التواصل الالكتروني.

إضافة للتجسس على كل فرد أو تنظيم أو الدول وأجهزتها سواء كان تجسسا عسكريا اقتصاديا سياسيا، مخترقة حدود الدولة بأقل تكاليف. [1]

الفرع الثاني: الجرائم الواقعة على النظام المعلوماتي

هناك نوع آخر من الجرائم الالكترونية والتي تقع على النظام المعلوماتي بحد ذاته وتستهدف مكوناته المادية أو المنطقية أو المعلومات المدرجة فيه.

أ- جرائم واقعة مع المكونات المادية النظام المعلوماتي: تتمثل في الأجهزة والمعدات الخاصة بالنظام والتي تستخدم في تشغيله، وطبيعة هذه المعدات المادية تجعل من الجرائم الواقعة عليها جرائم تقليدية، كأن تكون إتلاف عمدي أو إحراق محلا للسرقة. [2]

ب- الجرائم الواقعة على المعلومات المدرجة بالنظام المعلوماتي: هذه هي الأكثر شيوعا وضررا لأنها تتم عن طريق الاحتيال لإدخال البيانات في أنظمة المعالجة الآلية للمعطيات أو إتلافها أو حذفها أو التلاعب بها، أو تخريب نظام تشغيل بداية أن الدخول الغير القانوني في نظام المعالجة الآلي جريمة في حد ذاتها. [3]

ج- الجرائم الواقعة على البرامج الالكترونية: تقع هذه الجرائم إما على البرامج التطبيقية أو برامج التشغيل:

- البرامج التطبيقية: هذا يحدد الجاني موقع البرنامج ويتلاعب به في أجل الاستفادة منه ماديا، وهذا يغير البرنامج بهدف اختلاس الأموال حتى إن كان لا يأخذ سوى مبالغ صغيرة

---

[1] نايت الصغير حليمة، **الجريمة الإلكترونية وإجراءات مواجهتها في التشريع الجزائري**، الحقوق والعلوم السياسة، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2021-2022، ص 18.

[2] نمديلي رحيمة، **خصوصية الجريمة الالكتروني في القانون الجزائري والقوانين المقارنة**، المؤشر الدولي14 طرابلس، 24،25 مارس 2017، ص ص 103،104.

[3] نايت الصغير حليمة، مرجع سابق، ص 20.

على مر فترة زمنية طويلة لجني الفوائد، دون إثارة الشكوك، يمكن أن يتخذ التلاعب أشكال مختلفة عديدة، مثل إدراج برنامج فرعي في البرنامج الرئيسي يتيح الوصول غير المصرح به إلى أجزاء من نظام المعلومات حيث يصعب تحديد دقة البرنامج وحجمه الصغير. [1]

– برامج التشغيل: ترتكب الجريمة هنا من خلال تزويد البرنامج به مجموعة إضافية من التعليمات التي توفر الوصول إلى جميع البيانات المدرجة في نظام المعلومات. [2]

المطلب الثاني: العقوبات وسبل مكافحة الجريمة

أولا: العقوبات في القانون الجزائري

لمكافحة الجريمة اعتمدت الجزائر حسب القانون 18–05 اعتماد لوائح تفرض عقوبات شديدة على الجرائم الكترونية وجاءت كما يلي:

أ– يعاقب بغرامة من 200000دج إلى 1000000 دج كل من يعرض للبيع أو يبيع عن طريق الاتصال الالكتروني المنتجات أو الخدمات المذكورة في المادة 03 من هذا القانون:

– لعب القمار والرهان اليانصيب.

– المشروبات الكحولية والتبغ.

– المنتجات الصيدلانية.

– المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية.

– كل سلعة أو خدمة تستوجب إعداد عقد رسمي.[3]

ب– حسب المادة 38 يعاقب بغرامة من 500000 دج إلى 2000000 دج كل من يخالف أحكام المادة 5 من هذا القانون يمكن القاضي أن يأمر بغلق الموقع الالكتروني والشطب السجل التجاري.

---

[1] https://le rapport du conseil du l'Europe 3 mai 2023

[2] إحدى إصدارات المركز الديمقراطي العربي، العدد الأول لسنة 2017 من **مجلة** العلوم السياسية والقانون، سورية، ديش– جامعة جيلالي ليابس سيدي بلعباس، الجزائر.

[3] الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون رقم 18–05، المؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الالكترونية، الجريدة الرسمية، العدد 28، الصادر في 16 ماي 2018، ص 05.

ج- حسب المادة 42 تقوم الهيئة المؤهلة لمنح أسماء النطاق في الجزائر، بناء على مقرر من وزارة التجارة، بالتعليق الفوري لسجل أسماء النطاق لأي شخص طبيعي أو معنوي متواجد في الجزائر، يقترح توفير سلع وخدمات عن طريق الاتصالات الالكترونية من دون تسجيل مسبق في التسجيل التجاري يبقى تعليق هذا الموقع الكتروني ساري المفعول إلى غاية تسوية وضعيته.

د- حسب المادة 42 عندما يرتكب المورد الالكتروني أثناء ممارسة نشاطه مخالفات تكون العقوبة غلق المحل، يتم تعليق تسجيل أسماء نطاق المورد الإلكتروني بشكل تحفظي من طرف الهيئة المكلفة بمنح أسماء النطاق في الجزائر لا يمكن أن تتجاوز مدة التعليق التحفظي لاسم النطاق ثلاثين (30) يوما.

هـ- تبلغ المصالح التابعة لإدارة التجارة المورد الالكتروني المخالف خلال مدة لا تتجاوز 7 أيام ابتداء من تاريخ تحرير المحضر، الأمر بالدفع عن طريق جميع الوسائل المناسبة مصحوبا بإشعار باستلام إذا لم يتم دفع الغرامة أو لم يتمثل المخالف للأحكام التشريعية المعمول بها في أجل 45 يوما، يرسل المحضر إلى الجهة القضائية المختصة.

ثانيا: سبل مكافحة الجريمة

- توعية الأفراد بطبيعة الجريمة الكترونية وما تنطوي عليه من مخاطر.

- تسليط الضوء على سرية المعلومات المتعلقة بالعناوين الالكترونية مثل الحسابات المصرفية وبطاقات الائتمان وما إلى ذلك، وعلى موضوع الجرائم المتصلة بالحواسيب وسبل مكافحتها من أجل منع زيادة انتشارها.

- عدم الكشف عن كلمة المرور إلى أجل غير مسمى والقيام بتحديثها بشكل متكرر، وتجنب تخزين صور الأفراد على مواقع التواصل الاجتماعي وأجهزة الكمبيوتر المحمولة.

- تجنب تثبيت أي برنامج مجهول والحفاظ على تحديث برنامج أمان للكمبيوتر الخاص بكم.

– التوعية والمعرفة العامة، ونقل المعارف من هذه الجرائم وملامحها عن طريق وسائل الإعلام، ونشر الوعي بأهميته وتدابير المضادة لها.

– يجب بناء خطوط هواتف المواطنين حتى يتمكنوا من إبلاغ السلطات المختصة بهذه الجرائم عند اكتشافها.

– الاعتماد على أساليب وتقنيات متطورة واستراتيجيات متقدمة لتحديد هوية المجرم والاستدلال عليه.

خلاصة الفصل الثاني

إن الجزائر كغيرها من بلدان العالم مدركة تماما لأهمية التجارة الإلكترونية وضرورة اللحاق بالركب الاقتصادي الذي يتطلب العديد من المقومات الكفيلة بإقامة البيئة التمكينية لزرع نواة هذه التجارة، ورغم الجهود المبذولة للتفاعل مع التغيرات التكنولوجية وتوفير متطلبات قيام التجارة الإلكترونية الجزائرية بالإضافة إلى العديد من العراقيل والعقبات التي تعترض نمو هذه التجارة حيث منها ما هو قانوني تجاري ثقافي واجتماعي، ولكي تدرك الجزائر مسار التجارة الإلكترونية يتطلب جملة من التغيرات وإعادة الترتيبات والتخطيط والتفكير الدقيق والتركيز على العوامل الإيجابية واستخدامها بشكل سليم للإطلاق الفعلي في المعاملات التجارية الإلكترونية من خلال انتهاج سياسة التثقيف الإلكتروني وتحفيز المؤسسات لاقتحام هذا النشاط وتحديث البيئة التشريعية والقانونية لتصبح أكثر تلاؤم مع التجارة الإلكترونية وإقرار الحكومة الجزائرية للقانون الأخير رقم 05- 18 المتعلق بهذه الأخيرة سيكون بمثابة الخطوة الأولى نحو بناء الثقة التي تعتبر الأساس في نجاح التجارة الإلكترونية.

خاتمة

خاتمة

لقد ساعد التقدم الهائل في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات إلى حدوث ثورة تقنية في مجال الأعمال والاقتصاد، والتي أصبحت فيه هاته التكنولوجيات من الركائز الأساسية بالنسبة للدول في النهوض باقتصاداتها، لذلك وعت جميع الدول بضرورة الاستفادة القصوى من هذه التقنيات الحديثة واستغلالها بما يسمح لتعزيز نموها وازدهار اقتصادها.

ولقد ظهرت مصطلحات عديدة وحديثة للتعبير عن هذه الثورة الجديدة من بينها الاقتصاد الجديد، الاقتصاد الرقمي، والتجارة الالكترونية كذلك واحدة من التعابير الجديدة التي دخلت حياتنا بقوة وأصبحت شائعة للتعبير عن الكثير من الأنشطة الإنسانية المرتبطة بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتبعا لذلك أصبحت التجارة الالكترونية أكثر موضوعات عصر المعلومات إثارة للجدل.

إن التجارة الالكترونية لم يعد موضوعا تقبل به الجزائر أو ترفضه، وإنما أصبح ضرورة حتمية تفرض وجودها اليوم عل جميع أصحاب الأعمال والمؤسسات الاقتصادية في العالم، لذلك وجب على الجزائر السعي أكثر لملاحقة التطورات السريعة والمتلاحقة في مجال التكنولوجيات الحديثة، والتي صارت تؤثر على كافة المجالات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، وبالتالي على الإنتاج وفرص العمل وزيادة الدخل القومي.

وبالتالي لابد أن نؤكد على أن الاندماج في مجال التجارة الالكترونية لم يعد خيارا اقتصاديا فقط بل ضرورة لابد منها، وأن التأخير في وضع وتطبيق استراتيجيات متكاملة للتجارة الالكترونية لا يؤدي فقط إلى التهميش الاقتصادي، وإنما إلى المزيد من التدهور.

وتعتبر الجزائر من الدول النامية التي أصبحت على وعي بضرورة إدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في جميع المجالات بما في ذلك الأعمال التجارية، خاصة وأن التجارة الالكترونية أصبحت في وقتنا الحالي محرك فعال لتنشيط العمل التجاري بين الأطراف المختلفة من أفراد ومؤسسات وإدارات.

ولكن يعرف هذا المجال ببطء وتأخر ملحوظ نظرا لضعف جاهزية البيئة العامة للتجارة الالكترونية وعدم توفر البنية التحتية اللازمة لتبني مشروع التجارة الالكترونية، من بنية تحتية رقمية، بشرية، تنظيمية، وثقافية.

فمن خلال دراسة واقع التجارة الالكترونية في الجزائر يمكن القول أن الجزائر في ظل الأوضاع الحالية غير مستعدة لتبني مشروع التجارة الالكترونية، نظرا للنقائص التي تعرفها على جميع المستويات.

كما يجب على الجزائر أن تواجه العقبات التي تقف أمامها وترفع التحدي الذي تفرضه تكنولوجيا الاتصال، وتفتح المجال على مصراعيه للتجارة الالكترونية، وأن تخطو خطوات مدروسة إلى الأمام، لتساهم في فتح آفاق واسعة أمام المؤسسات الاقتصادية الجزائرية إلى اختراق الأسواق العالمية للنهوض باقتصادها.

وعلى ضوء الدراسة التي تناولنا فيها موضوع التجارة الالكترونية، واقعها، معوقاتها، سبلها ومستقبلها في الجزائر، وما تضمنتها من استعراضات وتحليل لأوضاع الجزائر في هذا المجال يمكننا من اختيار صحة الفرضيات المطروحة والخروج ببعض النتائج الهامة.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

التشريعات والقوانين:

1- القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية الجريدة الرسمية، العدد 28، الصادر بـ 16 ماي 2018.

الكتب:

1- العيسوي إبراهيم التجارة الالكترونية، المكتبة الأكاديمية، مصر 2003.

2- نايت الصغير حليمة، الجريمة الالكترونية وإجراءات مواجهتها في التشريع الجزائري، الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمود بوضياف، المسيلة، 2021،2022.

3- نمديلي رحيمة، خصوصية الجريمة الالكترونية في القانون الجزائري والقوانين المقارنة، المؤشر الدولي4، طرابلس، 24،25 مارس 2017.

4- بختي إبراهيم ، التجارة الالكترونية، مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.

5- عبد الخالق أحمد، التجارة الالكترونية والعولمة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2006.

6- غنيم أحمد محمد، الإدارة الالكترونية، آفاق الحاضر وتطلعات المستقبل، المكتبة العربية المنصورة، مصر، 2004.

7- العلاق عباس بشير، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتطبيقاتها في مجال التجارة النقالة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، عمان، الأردن، 2007.

8- بودربالة سامية، واقع التجارة الالكترونية في الجزائر، التجارة الكترونية، الجزائر، 2016.

9- جاري شنايدر، التجارة الكترونية، تعريب سرور علي إبراهيم، دار المريخ لنشر، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2000.

10- حداد سفيان، التجارة الالكترونية في الجزائر، مجلة معالم للدراسات الإعلامية والاتصالية، جامعة الجزائر 3، العدد الثاني، 2020.

11- حسين يونس، الاقتصاد الالكتروني، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، مصر، 2012.

12- ممدوح إبراهيم خالد ، لوجيستيات التجارة الالكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008.

13- سعد غالب ياسين، بشير عباس العلاق، التجارة الالكترونية، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2004.

14- عبد المطلب عبد الحميد، اقتصاديات التجارة الالكترونية، دار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2014.

15- الحداد عماد ، التجارة الالكترونية، دار الفاروق، القاهرة، مصر، 2003.

16- الجدالية نور محمد، سناء جودت، التجارة الالكترونية، دار الحامد، عمان، 2009.

17- شوابكة محمد أمين، جرائم الحاسوب والانترنت، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007.

18- سعيفان محمود محمد، تحليل وتقييم دور البنوك في مكافحة عمليات غسيل الأموال، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.

19- ناصر وسام خليل، التجارة والتسويق الالكتروني، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر، عمان، الأردن، 2009.

المذكرات:

1- العاني إيمان ، البنوك التجارية وتحديات التجارة الالكترونية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007.

2- صحراوي عبد العزيز، فعالية استخدام وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة، تحسين جودة الخدمات المصرفية في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، 2021،2022، ص 179.

الملتقيات والمجلات والمنشورات:

1- إحدى إصدارات المركز الوطني العربي، العدد الأول، لسنة 2017 من مجلة العلوم السياسية والقانون، سورية ديث، جامعة جيلالي ليابس، سيدي بلعباس، الجزائر.

2- بلعزوز بن علي، عبو هدى، التجارة الالكترونية عبر الانترنت "الملتقى العلمي الدولي حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية، المركز الجامعي بخميس مليانة، يومي 26،27 أفريل 2011.

3- جمال، أثر التنمية المستدامة في تحسين فرص اندماج الجزائر في اقتصاد المعرفة، الملتقى الدولي حول التنمية وفرص الاندماج في اقتصاد المعرفة والكفاءات البشرية، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، يومي 09،10 مارس 2004.

4- عدوكة لخضر، جدو سميرة، التجارة الالكترونية منافعها ومعوقاتها ومتطلبات نجاحها، "الملتقى العلمي الدولي حول: عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر، عرض التجارب الدولية، المركز الجامعي بخميس مليانة، الجزائر، يومي 26،27 أفريل 2011.

5- علاوة محمد لحسن، مولاي لخضر عبد الرزاق، آليات التجارة الالكترونية كأداة لتفعيل التجارة العربية البينية، الملتقى الرابع، عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتمادها في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، يومي 26،27 أفريل 2011.

6- فريد كورتل، دافع التجارة الالكترونية بالبلدان العربية وسبل تطورها – إشارة خاصة لحالة الجزائر، الملتقى العلمي الدولي الأول: الشفافية، الأداء للانفتاح العالمي، الأوراسي، ماي، جوان 2003.

7- كمال فارس، التجارة الالكترونية وضرورة اعتمادها في الجزائر في الألفية الثالثة، جامعة سعد دحلب، الملتقى الوطني الأول يومي 21 ، 22 ماي 2002.

8- محمد صباحي، التجارة الالكترونية ومقوماتها ومتطلبات نجاعتها، الملتقى الدولي حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر- عرض التجارب الدولية، المركز الجامعي خميس مليانة يومي 26،27 أفريل 2011.

9- معتبري قويدر، التجارة الإلكترونية – مساعيها ومعوقاتها- متطلبات نجاحها، الملتقى العلمي الدولي حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة

الإلكترونية في الجزائر، عرض التجارب الدولية، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26،27 أفريل 2011.

المواقع الإلكترونية:

1- https://www.jumia.dz
2- ps://www.ouedkniss.com
3- ww.echrily.com
4- https://www.algerietelecom.dz
5- http//:internet users and population
6- https://giemonetique.dz/ar/activite-retrait-sur-atm
7- http://www.satim.dz
8- https://giemonetique.dz/ar/activite-retrait-sur-atm
9- http://www.bdl.dz
10- https://www.poste.dz/services/professional/baridimobweb
11- https://internet user and population

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

	الموضوع	الصفحة
	البسملة	
01	شكر وعرفان	
02	إهداء	
03	المقدمة	01
04	الفصل الأول : الإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية	09
05	المبحث الأول: ماهية التجارة الالكترونية	10
06	المطلب الأول: تعريف التجارة الالكترونية	10
07	المطلب الثاني: نشأة التجارة الالكترونية وظهورها	12
08	المطلب الثالث: خصائص التجارة الالكترونية وأهميتها	13
09	المبحث الثاني: أشكال التجارة الالكترونية وتطبيقاتها	18
10	المطلب الأول: أشكال التجارة الالكترونية	18
11	المطلب الثاني: تطبيقات التجارة الإلكترونية	19
12	المبحث الثالث: مزايا وعيوب التجارة الكترونية	21
13	المطلب الأول: مزايا التجارة الالكترونية	21
	المطلب الثاني: عيوب التجارة الإلكترونية	24

14	خلاصة الفصل الأول	25
15	الفصل الثاني: التجارة الإلكترونية في الجزائر	27
16	المبحث الأول: واقع التجارة الالكترونية في الجزائر	28
17	المطلب الأول: وضعية التجارة الالكترونية في الجزائر	28
18	المطلب الثاني: تحليل مؤشرات البنية التحتية الرقمية والمعلوماتية في الجزائر	31
19	المبحث الثاني: المعاملات الالكترونية في القانون الجزائري	35
20	المطلب الأول: المعاملات الالكترونية في القانون الجزائري.	35
21	المطلب الثاني: وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر	37
24	المطلب الثالث: معوقات التجارة الالكترونية في الجزائر، سبل توسيعها والمجهودات المبذولة في هذا المجال	44
27	المبحث الثالث: جرائم التجارة الالكترونية وسبل حمايتها في الجزائر	56
28	المطلب الأول: جرائم التجارة الالكترونية	56
29	المطلب الثاني: العقوبات وسبل مكافحة الجريمة	59
30	خلاصة الفصل الثاني	62
31	خاتمة	64
32	قائمة المصادر والمراجع	67
33	فهرس المحتويات	
34	ملخص	

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة واقع تطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر وهذا بالاستناد إلى مجموعة من المؤشرات والإحصائيات وتحليلها، ومن أجل ذلك تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، الوصفي عند عرض المفاهيم النظرية الشاملة فيما يخص التجارة الإلكترونية، والتحليلي في دراسة واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر.

وقد توصلت الدراسة إلى أن الجزائر ما تزال في مهد الطريق، رغم الجهود التي يبذلها القطاع الاقتصادي بالبلاد والتي تجسدت من خلال صدور القانون 05-18 المؤرخ في 10 ماي 2018 الذي حدد الإطار التشريعي الناظم للمعاملات الإلكترونية، الذي يسعى إلى توفير العديد من الأدوات التشريعية الكفيلة بتفعيل نشاط التجارة الإلكترونية لضمان عملية التداول الإلكتروني بسلاسة.

الكلمات المفتاحية: التجارة الإلكترونية، الانترنت، التشريع الجزائري، وسائل الدفع، المعاملات التجارية

Abstract

The aim of this study was to learn about the reality of the application of electronic commerce in Algeria, based on a set of indicators and statistics and to analyze them. For this purpose, the analytical descriptive approach was drawn upon when presenting comprehensive theoretical concepts regarding electronic commerce and analytical study of the reality of electronic commerce in Algeria.

The study found that Algeria was still on the way, despite the efforts of the country's economic sector, as reflected in the promulgation of Law No. 05-18 of 10 May 2018, which set out the legislative framework governing electronic transactions, which seeks to provide many legislative tools for the activation of e-commerce to ensure a smooth process of electronic trading.

Key words: Electronic commerce, Internet, Algerian legislation, means of payment, commercial transactions