



جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعرييرج  
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير  
قسم العلوم التجارية

## مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

الميدان: علوم اقتصادية، تجارية، وعلوم التسيير

الشعبة: العلوم التجارية

التخصص: مالية وتجارة دولية

من إعداد الطالبين: - بريكي نادين

- عماري دنيا

بعنوان:

## واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر

### أعضاء لجنة المناقشة

رئيسا	أستاذ محاضر أ	د. بولطيف بلال
مشرفا	أستاذ محاضر أ	د. توهامي محمد رضا
مناقشا	أستاذ محاضر أ	د. ميهوب مسعود

السنة الجامعية: 2022-2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
1438

# الإهداء

حمدا كثيرا وشكرا جزيلا لخالقي ومولاي باسط الدين بالعطايا والنعم ذو الجلال  
والإكرام منبع التوفيق ميسر الأعمال الذي أنار لنا الدروب وسطر لنا الأسباب ما يكفي  
لقطف ثمرة الجهد والاجتهاد إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة ونصح الأمة إلى نبي  
الرحمة ونور العالمين "سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم"

إلى من قال فيهما الرحمن: "وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا  
إِمَّا يَبُلُغَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا  
تَنْهَرُهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا "

إلى أسمى مراتب الحب والحنان إلى من وضعت الجنة تحت أقدامها إلى من سهرت  
من أجلي الليالي وكان دعائها سر نجاحي وتوفيقي إلى أنبل وأعظم إنسانة  
في الوجود "ربي حفظها الله"

إلى من علمني النجاح والصبر إلى من كان بجانبني في مواجهة الصعاب "ربي حفظه الله"  
إلى إخوتي رؤوف وابنه أسر، رضوان، أختي رندة وابنها محمد إلى جميع الأهل  
والأقارب إلى أصدقائي وصديقاتي ريان وصافي ووديان وإلى كل من ساعدني من  
قريب أو بعيد إلى جميع زملائي الطلبة.

• نامين بركي

## الإهداء

الحمد لله شكرا وامتنانا وإقرار بفضلته واعترافا بعظيم كرمه

الحمد لله ملء كل شيء لوصولي الى هنا اليوم

فأفضل بعلمي هذا،

الى أجمل نعمة أمنها الله على حياتي ...

الى الأعز من روحي ...

الى سبب فرحي ووقوفني في الحياة ...

الى أجمل وأطيب وأحن والدين ...

الى أبي الذي رسمني وأمي التي لونتني ...

الى الملجأ الآمن والظهر الساند اخوتي إلياس وريحان وإبنة عمي سندس ...

الى صديقتي إيمان منال بلقيس آية بشرى ...

وشكرا لكل من رسم لي طريق المستقبل ...

● عماري ونيا

# شكر وعرfan

قال تعالى: (وَمَنْ شَكَرَ فَإِنَّمَا يَشْكُرُ لِنَفْسِهِ) لقمان: 12

وقال الرسول الكريم صلى الله عليه وسلم: "من لم يشكر الناس، لم يشكر الله عز وجل"

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد  
وعلى آله وصحبه ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين، وبعد ...

فإني أشكر الله تعالى على فضله حيث أتاح لي إنجاز هذا العمل بفضله، فله الحمد  
أولاً وآخرًا.

كما نتقدم بأسمى آيات الشكر والامتنان والتقدير إلى الذين حملوا أقدس رسالة في  
الحياة، إلى الذين مهدوا لنا طريق المعرفة إلى جميع أساتذتنا الأفاضل

● ناهين بريكي

● عماري ونيان

## المخلص:

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 بتنشيط نشاط التجارة الإلكترونية لضمان عملية التداول الإلكتروني بسلاسة.

**الكلمات المفتاحية:** التجارة الإلكترونية، الأنترنت، 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 .

## فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
-	الإهداء
-	شكر وعرهان
I	ملخص الدراسة
III-II	فهرس المحتويات
IV	قائمة الجداول
V	قائمة الأشكال
VI	قائمة الملاحق
أ-ج	مقدمة
20-04	الفصل الأول: الإطار النظري للتجارة الإلكترونية
04	تمهيد
12-05	المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية
06-05	المطلب الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية
08-06	المطلب الثاني: الفرق بين التجاريتين الإلكترونية والتقليدية
12-08	المطلب الثالث: أنواع التجارة الإلكترونية
16-12	المبحث الثاني: خصائص وخدمات التجارة الإلكترونية
14-12	المطلب الأول: خصائص التجارة الإلكترونية
16-14	المطلب الثاني: طرق الدفع الإلكتروني في التجارة الإلكترونية
19-16	المبحث الثالث: مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية
18-16	المطلب الأول: مزايا التجارة الإلكترونية
19-18	المطلب الثاني: عيوب التجارة الإلكترونية
20	خلاصة الفصل الأول
38-21	الفصل الثاني: التجارة الإلكترونية في الجزائر
21	تمهيد
26-22	المبحث الأول: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر

23-22	المطلب الأول: وضعية التجارة الإلكترونية في الجزائر
26-23	المطلب الثاني: تحليل مؤشرات البنية التحتية الرقمية والمعلوماتية في الجزائر
33-26	المبحث الثاني: المعاملات الإلكترونية في القانون الجزائري، وسائل الدفع، المعوقات
28-27	المطلب الأول: المعاملات الإلكترونية في القانون الجزائري
32-28	المطلب الثاني: وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر
33-32	المطلب الثالث: معوقات التجارة الإلكترونية في الجزائر
37-33	المبحث الثالث: الجرائم الإلكترونية وسبل حمايتها في الجزائر
36-34	المطلب الأول: جرائم التجارة الإلكترونية في الجزائر
37-36	المطلب الثاني: العقوبات وسبل مكافحة الجريمة
48-37	المبحث الرابع: إنشاء متجر الكتروني افتراضي
37	المطلب الأول: اختيار السوق والعلامة
38-37	المطلب الثاني: بناء المتجر
39-38	المطلب الثالث: تسويق المتجر
48-40	المطلب الرابع: خطوات فتح متجر الكتروني افتراضي
49	خلاصة الفصل الثاني
51-50	الخاتمة
53-52	قائمة المراجع
57-52	الملاحق
59-58	فهرس المحتويات



## قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
25	تطور عدد مستخدمي الأنترنت في الجزائر	01
26	تطور الحظيرة الإجمالية لمشاركي الهاتف الثابت سنة 2022	02
29	العدد الإجمالي لأجهزة الصرف الآلي البنكية العاملة	03
30	المعاملات في نظام الدفع الإلكتروني عبر الأنترنت	04

## قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
09	رسم تخطيطي للتجارة الإلكترونية بين الشركات	01
10	رسم تخطيطي للتجارة الإلكترونية بين الشركة والمستهلك	02
10	رسم تخطيطي للتجارة الإلكترونية بين الشركة والحكومة	03
11	رسم تخطيطي للتجارة الإلكترونية بين المستهلك والشركة	04
12	رسم تخطيطي للتجارة الإلكترونية بين المستهلك والمستهلك	05

## قائمة الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
49	دليل حول إجراءات القيد في السجل التجاري للممارسة نشاط التجارة	01
50	استمارة إيداع اسم النطاق (شخص طبيعي)	02
51	استمارة إيداع اسم النطاق (شخص معنوي)	03
52	الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية العدد 28	04

# مقدمة

## + تمهيد:

تعتبر التجارة الإلكترونية الموضوع الأكثر انتشارا على جميع المنظمات الإقليمية والعالمية و هذا راجع على أنها المكون الحيوي للإستراتيجية تطوير الأعمال و توسيعها في الاقتصاد العالمي مع المستهلكين في جميع أنحاء في العالم، فقد أدت إلى زيادة المنافسة بين الشركات و المؤسسات عبر الأنترنت و غيرت إلى الأبد حتى في سلوك المستهلك، وأدى هذا الاتجاه إلى تسريع رقمته الاقتصاد بتطور بنيته التحتية التي مكنت المؤسسات التجارية الإلكترونية من تحسين كل من منتجاتها و خدماتها و حتى علامتها التجارية. البدء في هذا المجال يؤدي إلى زيادة الربحية بمخاطر ونفقات أقل ممن كانت عليه من قبل وهذا يجعل المؤسسة الإلكترونية أكثر قدرة على المنافسة وتوسع في نطاقها أكثر فأكثر والوصول إلى ملايين المستهلكين بسهولة وفعالية. فهي أكثر كفاءة للعمل عبر الأنترنت بالكامل، سهولة الاستخدام وتوفر جميع المتطلبات فهي رحلة سلسلة من الشراء إلى الوفاء ومرجع لكل المهتمين للدخول في هذا المجال او إدخال هذا النمط الجديد والمتطور في المعاملات التجارية لمؤسساتهم. وظهرت الدول العربية منهم الجزائر رغبتها واهتمامها للتجارة الإلكترونية في المدة الأخيرة مما مازالت تواجه عدة عراقيل تجارية، ثقافية، اجتماعية وتكنولوجية خاصة وتحديات أدت إلى التخوف منها والاستمرار على الأساليب التقليدية في مبادلاتها التجارية فمازالت مبتدئة في هذا المجال.

إشكالية الدراسة: على ضوء ما سبق تمحورت مشكلة البحث في السؤال الرئيسي التالي:

### ما واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر؟

من أجل معالجة وتحليل هذه المشكلة وبغية الوصول إلى فهم واضح لها، تم طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- إلى أي مدى تم تحقيق مشروع التجارة الإلكترونية في الجزائر؟
- ماهي الصعوبات التي تواجهها الجزائر في مواكبة التجارة الإلكترونية؟
- فيما ساهم المشرع الجزائري في مجال تفعيل التجارة الإلكترونية؟

+ **فرضيات الدراسة:** للإجابة عن الأسئلة المطروحة السابقة ومن ثم الإجابة على مشكلة الدراسة تمت صياغة الفرضيات التالية:

- في الوقت الحالي تزايد استخدام التجارة الإلكترونية في الجزائر بشكل ملحوظ رغم وجود صعوبات.
- تواجه الجزائر ضعف في البنية التحتية ومن أكثر الصعوبات التي تواجهها قلة التعامل بوسائل الدفع الإلكتروني.
- سعى المشرع الجزائري إلى توفير عديد من الأدوات التشريعية الكفيلة بتفعيل نشاط التجارة الإلكترونية.

+ **أهمية الدراسة:** تعتبر التجارة الإلكترونية الموضوع الأكثر انتشارا على جميع المنظمات الإقليمية والعالمية و هذا راجع على أنها المكون الحيوي للإستراتيجية تطوير الأعمال و توسيعها في الاقتصاد العالمي مع المستهلكين

في جميع أنحاء في العالم، فقد أدت إلى زيادة المنافسة بين الشركات و المؤسسات عبر الأنترنت و غيرت إلى الأبد حتى في سلوك المستهلك ، وأدى هذا الاتجاه إلى تسريع رقمنة الاقتصاد بتطور بنيته التحتية التي مكنت المؤسسات التجارية الإلكترونية من تحسين كل من منتجاتها و خدماتها و حتى علامتها التجارية . البدء في هذا المجال يؤدي إلى زيادة الربحية بمخاطر ونفقات أقل ممن كانت عليه من قبل وهذا يجعل المؤسسة الإلكترونية أكثر قدرة على المنافسة وتوسع في نطاقها أكثر فأكثر والوصول إلى ملايين المستهلكين بسهولة وفعالية. فهي أكثر كفاءة للعمل عبر الأنترنت بالكامل، سهلة الاستخدام وتوفر جميع المتطلبات فهي رحلة سلسلة من الشراء إلى الوفاء ومرجع لكل المهتمين للدخول في هذا المجال او إدخال هذا النمط الجديد والمتطور في المعاملات التجارية لمؤسساتهم. وظهرت الدول العربية منهم الجزائر رغبتها واهتمامها للتجارة الإلكترونية في المدة الأخيرة مما مازالت تواجه عدة عراقيل تجارية، ثقافية، اجتماعية وتكنولوجية خاصة وتحديات أدت إلى التخوف منها والاستمرار على الأساليب التقليدية في مبادلاتها التجارية فمازالت مبتدئة في هذا المجال.

➤ **أهداف الدراسة:** تهدف هذه الدراسة إلى تحليل و دراسة واقعية للتعرف على التجارة الإلكترونية و أسلوبها و ما يميزها عن الأسلوب التقليدي في المعاملات التجارية التقليدية عبر المؤسسات التجارية و المعاملات الفردية أيضا، و لماذا لاقت رواجاً كبيراً في الآونة الأخيرة خاصة في بلد الجزائر التي قد تلعب دوراً كبيراً في زيادة القدرة التنافسية و التنمية الاقتصادية في العالم إضافة إلى التطور التكنولوجي و الفكري الذي قد تصل إليه من خلالها إلا أن الان مازالت الجزائر لم تصل للمستوى المطلوب للبنية التقنية لتكنولوجيا الاتصالات و المعلومات مما جعلها متأخرة في تطبيق التجارة الإلكترونية بمستوى تنظيمي عالي .

➤ **منهج الدراسة:** في إطار هذا البحث ومن أجل معالجة إشكالية موضوع الدراسة تم الاعتماد على منهج وصفي تحليلي وهو المنهج الأكثر استخداماً وشيوعاً في العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير حيث يكون الوصفي عند عرض المفاهيم النظرية الشاملة فيما يخص التجارة الإلكترونية ككل، وتحليلي في دراسة واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر.

➤ **هيكل الدراسة:** قمنا بتقديم دراسة واقعية وذلك للتوصل للحلول للمؤسسات الناشئة في هذا المجال. قمنا بتقسيم بحثنا إلى مقدمة وثلاث فصول وخاتمة على النحو التالي:

الفصل الأول تحت عنوان الإطار النظري للتجارة الإلكترونية وتم التطرق فيه إلى مفهوم التجارة الإلكترونية وكل من المعاملات والخدمات الإلكترونية وكذلك عيوبها ومزاياها.

الفصل الثاني تطرقنا إلى التجارة الإلكترونية في الجزائر من خلال معرفة وضعيتها وطرق الدفع الإلكتروني المسموح بها في الجزائر، كذلك القوانين والمعوقات التي تواجهها التجارة الإلكترونية في الجزائر والإشارة إلى الجرائم الإلكترونية الشائعة وكيفية تطبيق الحماية والأمن.

أما الفصل الثالث فتناول دراسة حالة على المؤسسات التجارية الإلكترونية وكيف تساهم التجارة الإلكترونية في تسهيل الإجراءات والمعاملات للمؤسسات من خلال تشخيص البنية التحتية وإنشاء متجر إلكتروني بتطبيق جميع الإجراءات.

الفصل الأول:

الإطار المفاهيمي للتجارة

الإلكترونية

**تمهيد:**

تعتبر التجارة الإلكترونية إحدى صور ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ونمو الأنترنت على وجه الخصوص و التي أتاحت تبادل السلع والخدمات والبيانات بطرق جديدة سريعة ومريحة ومختلفة عن الطريقة التي يتم بها عادة إجراء وتوثيق العمليات التجارية، حيث صارت تنافس التجارة التقليدية من حيث حجم التعاملات ونسبة النمو التي تعرف ارتفاعا كبيرا، ونتج عن هذا التقدم مفهوم التجارة الإلكترونية من العديد من المنظمات والهيئات الدولية وخبراء الاقتصاد، فضلا عن أنواعه وأشكاله وخصائصه المختلفة، وتوفير آليات ووسائل الدفع المعتمدة لهذه التجارة، حيث ظهرت التجارة الإلكترونية كأسلوب جديد لعرض السلع والخدمات وعقد الصفقات إلكترونيا بين مختلف الدول وقد ساهمت في زيادة الترابط بين الأسواق في العالم، فهي من أحدث الظواهر التي ظهرت على المسرح العالمي ، وسيصف هذا الفصل المفاهيم الأساسية للتجارة الإلكترونية وكذلك أنواعها وخصائصها، كما سيناقش المنافع والعيوب الرئيسية لها من خلال ثلاث مباحث كما يلي :

**المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية.**

**المبحث الثاني: خصائص التجارة الإلكترونية وخدماتها.**

**المبحث الثالث: مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية.**



## المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية.

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

## المطلب الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية.

أحدثت التجارة الإلكترونية ثورة في طريقة التسوق وممارسة الأعمال التجارية، ونظرا لتعدد فوائدها كإمكانية الوصول و الراحة جعلها خيارًا شائعًا للمستهلكين والشركات على حد سواء، ومع ذلك فإنها ستطرح أيضًا بعض التحديات مثل شواغل الأمن والاستدامة و مع استمرار تقدم التكنولوجيا فإن مستقبل التجارة الإلكترونية سيكون مشرقًا خاصة مع الإمكانية المثيرة للتكنولوجيات الجديدة والممارسات المستدامة، وتعتبر التجارة الإلكترونية عن شراء وبيع السلع والخدمات عبر الإنترنت حيث أصبحت شائعة بشكل متزايد في السنوات الأخيرة، كما تمكن للمستهلكين التسوق من أي مكان في أي وقت، ويمكن للشركات الوصول إلى جمهور أوسع دون الحاجة إلى واجهات متاجر فعلية..

### أ. تعريف منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية

تعرف منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية التجارة الإلكترونية تشمل جميع أشكال المعاملات والصفقات التجارية التي تتم من قبل الأفراد والهيئات، وتقوم على أساس معالجة ونقل البيانات الرقمية بجميع أشكالها سواء كانت مكتوبة أو مرئية أو مسموعة.<sup>1</sup> كما أشار هذا التعريف إلى مصطلح "بيانات رقمية" للدلالة على وجود وسيط إلكتروني يسهل التبادل.

### ب. تعريف المنظمة العالمية للتجارة:

تعرف منظمة التجارة العالمية التجارة الإلكترونية على أنها مجموعة متكاملة من إنتاج المنتجات وتوزيعها وترويجها وبيعها من خلال شبكات الاتصالات السلكية واللاسلكية أي مجموعة متكاملة من عمليات المعاملات وإقامة روابط تجارية وتوزيع المنتجات وتسويتها وبيعها بالوسائل الإلكترونية.<sup>2</sup>

### ج. تعريف الاتحاد الأوروبي:

يتم تعريف التجارة الإلكترونية من قبل الاتحاد الأوروبي على أنها جميع المعاملات التي تتم باستخدام التكنولوجيا الإلكترونية، بما في ذلك تلك التي تتم بين الشركات والعملاء وكذلك بينها وبين مختلف الوكالات الحكومية. ويشمل أيضا التوزيع الفعلي أو الافتراضي للسلع والخدمات (مثل برامج الحاسوب والدوريات الإلكترونية).<sup>3</sup>

<sup>1</sup>- الموقع الإلكتروني لمنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية على الرابط: [publication.org.oecd.www](http://publication.org.oecd.www)

<sup>2</sup>- الموقع الإلكتروني لمنظمة التجارة العالمية على الرابط: [commerce-e/fr/org.wto.www](http://commerce-e/fr/org.wto.www)

<sup>3</sup>- أمينة عمر، "التجارة الإلكترونية - Electronic Commerce"، الموسوعة السياسية، 07-09-2021، تاريخ آخر دخول: 03:55 08-04-2023، متاح على الرابط التالي: <https://political-encyclopedia.org/dictionary>/التجارة الإلكترونية

## د. تعريف منتدى التعاون الاقتصادي لآسيا والمحيط الهادئ APEC:

فالشخص وشخص آخر، أي شخص وحاسوب، أو حاسوب وحاسوب آخر، ليست سوى أمثلة قليلة على أنواع معاملات تجارة الخدمات والسلع الأساسية التي تندرج ضمن تعريف رابطة التعاون الاقتصادي لآسيا والمحيط الهادئ. واستمر العريف في تناول مفهوم الوكيل الإلكتروني، الذي يعتبر بموجبه التجارة الإلكترونية مجموعة فرعية من التبادلات الإلكترونية التي تتم على الإنترنت لتخطيط الأنشطة، وتنفيذ الأعمال التجارية، وإيجاد شبكة ونسيج للتعاون والتجارة.<sup>1</sup>

من خلال هذه التعريفات يمكننا أن نعرف التجارة الإلكترونية كما يلي:

التجارة الإلكترونية التي يشار إليها بـ **E-COMMERCE**، هي شراء وبيع المنتجات والخدمات عبر الإنترنت، وازدادت أهمية التجارة الإلكترونية وأصبحت جزءاً أساسياً من حياتنا اليومية نتيجة لتطور التكنولوجيا، لهذا السبب تم إنشاء عمليات واستراتيجيات جديدة لممارسة الأعمال التجارية عبر الإنترنت.

### المطلب الثاني: الفرق بين التجارة التقليدية والإلكترونية

بسبب النمو الهائل للإنترنت ووسائل الاتصال تغيرت طبيعة وهيكل المنافسة بالطريقة التقليدية لممارسة الأعمال التجارية وظهرت التجارة الإلكترونية بشكل كبير. وفي السابق، كان على معظم الشركات التنافس داخل صناعة واحدة وغالباً داخل منطقة جغرافية محدودة ومحددة، لكن الإنترنت كسر كل هذه الحدود. وتعتبر التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية شكلان مختلفان من نماذج الأعمال التجارية التي لها خصائصها ومزاياها الفريدة. تتضمن التجارة التقليدية تفاعلات مادية بين المشتري والبائع، بينما تتم التجارة الإلكترونية من خلال المنصات الرقمية.

لقد تغيرت طبيعة وهيكل التنافس في الأعمال التجارية التقليدية والتجارة الإلكترونية تغيراً كبيراً نتيجة للتداول الكبير في شبكة الإنترنت، وفي ظل النظام التجاري القديم كان على غالبية الشركات التنافس في صناعة واحدة وفي كثير من الأحيان داخل منطقة جغرافية صغيرة، لكن الإنترنت ألغت كل هذه القيود.

تتم التجارة الإلكترونية على القنوات الرقمية والتقليدية تتطلب اتصالات مباشرة بين العملاء والبائعين. تستند التجارة التقليدية إلى القواعد التالية:<sup>2</sup>

- تحتاج إلى تعيين محاسبين ومديري مبيعات وموظفين آخرين وهو ما يؤدي إلى زيادة التكاليف.
- أنشطة متصلة بالعمل لفترة زمنية محددة سلفاً.
- توفير مقر لمزاولة النشاط، والقيام بحملات إعلانية.
- تتطلب عمليات الشحن وإتمام المعاملات تكاليف عالية التي تثني الكثير من الناس عن بدء عمل تجاري.
- عدم إنشاء المعلومات للمنافسين.

<sup>1</sup> - عبد الهادي مسعود، لخضر لعروس تقييم واقع التجارة الإلكترونية واستعمالات البطاقات الإلكترونية بالجزائر مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي - جامعة المسيلة-العدد 02 -سبتمبر 2017 ص 313

<sup>2</sup> International Research Journal of Management Science & Technology <http://www.irjmsst.com> TRADITIONAL COMMERCE VS. E-COMMERCE By Gagandeep Kaur (Research Scholar) page 334 – 335

- يعتمد أساس العمل التقليدي على تواتر العمل الجديد والقديم للحفاظ على تشغيل الأعمال التجارية.
- يعتمد العمل التقليدي على وفاء الزبائن.
- من الأهمية تحدي وكسر هذه الحدود التقليدية وتكييف مناهج تكنولوجيا المعلومات مع الأعمال التجارية من أجل النجاح في بيئة اليوم سريعة الخطى والازدهار.
- فيما يخص التجارة الإلكترونية في التجارة المتصلة بترويج المنتجات الإلكترونية التي تمكن العملاء من تصفح العروض المتاحة وهو ما ينطوي على اتفاق بين الأطراف المعنية تكون مراحل إتمام المعاملات كالأتي:<sup>1</sup>
- يصدر الأمر بالبضاعة بعد إبرام الاتفاق
- تستخدم أساليب الدفع الإلكتروني على الإنترنت لتحصيل المدفوعات
- يتلقى العملاء مشترياتهم عن طريق التسليم. إذا كان منتجًا ملموسًا، يتم إرساله عن طريق النقل.
- وفيما يلي بعض نقاط الاختلاف بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية :
- أ. إمكانية الوصول والراحة والتطبيق العملي:

تعد سهولة المعاملات من بين الفوائد الرئيسية للتجارة الإلكترونية حيث لم يعد العملاء بحاجة إلى زيارة مقر الشركة أو المتجر لأنه يمكنهم التسوق في أي وقت يريدون ومن أي مكان في العالم. كذلك سيجد الأشخاص الذين يعيشون في المناطق الريفية أو لديهم قيود على التنقل أن هذا مفيد للغاية. على النقيض من ذلك، تتطلب التجارة التقليدية أن يزور العملاء مقر العمل فعليًا خلال ساعات العمل المفتوحة. وبالنسبة للأفراد الذين لديهم جداول زمنية صعبة أو يعيشون بعيدًا عن مقر العمل أو مكان مزاوله النشاط، قد يكون هذا غير مريح.

#### ب. التفاعل والاتصال الشخصي:

يعد الاتصال الفردي بين المشتري والبائع ميزة كبيرة للتجارة التقليدية. يمكن للعملاء طرح الأسئلة وعرض الأشياء ولمسها في متجر نموذجي وتلقي اقتراحات منتجات مخصصة من البائع. ونتيجة لذلك، يصبح التسوق أكثر متعة وجاذبية.

من ناحية أخرى، تفقد التجارة الإلكترونية هذا العنصر الشخصي. لا يمكن للعملاء التعامل حقًا مع العناصر أو مطالبة البائع بتوصيات مخصصة. بالنسبة لبعض العملاء، قد يقلل ذلك من جاذبية ورضا التسوق.

#### ج. الأمن، الثقة والسلامة:

يعد الأمان والثقة من أهم مشاكل العملاء أثناء الشراء عبر الإنترنت. وهو ما يتطلب من الشركات التي تمارس أعمالها عبر الإنترنت اتخاذ احتياطات إضافية لحماية خصوصية وأمن البيانات الشخصية والمالية لعملائها. وهذا ينطوي على استخدام بوابات الدفع الآمنة، وتقنيات التشفير، ولوائح الخصوصية الصارمة.

## الفصل الأول: .....الإطار النظري للتجارة الإلكترونية

على الجانب الآخر، قد ينظر العملاء إلى شركات التجارة التقليدية على أنها أكثر موثوقية لأنها تستطيع فعليًا عرض الأثياء ولمسها قبل الشراء. ومع ذلك، يجب عليهم اتخاذ الاحتياطات لحماية بيانات عملائهم ودعم ثقتهم. تعتبر القائمة التالية أهم مميزات التجارة الإلكترونية:<sup>1</sup>

- كل شيء رقمي.
- يقلل من النفقات العامة.
- عدم الوساطة
- قد تكون المعاملات المالية عبر الإنترنت أكثر أمانًا من تلك التي يتم إجراؤها في إعدادات البيع بالتجزئة التقليدية بسبب نقص الوسطاء.
- السرعة.
- التمكين.
- التخصيص.

وفي الختام، هناك فوائد وعيوب للتجارة التقليدية والإلكترونية على حد سواء. تتيح التجارة الإلكترونية وصولاً أوسع، وأسعارًا مخفضة، وأمانًا معززًا، بينما توفر التجارة التقليدية لمسة بشرية وتجربة شراء أكثر جاذبية. مع تقدم التكنولوجيا، من المحتمل أن يتبنى المزيد من الشركات نماذج التجارة الإلكترونية. بينما تستمر الأعمال التجارية التقليدية في الوجود لأنها تقدم تجربة شراء مميزة وشخصية لا يمكن تكرارها عبر الإنترنت.

### المطلب الثالث: أنواع التجارة الإلكترونية.

عادة، عندما نفكر في التجارة الإلكترونية، نرى عميل ومورد يديرا أعمال عبر الإنترنت. وعلى الرغم من أن هذه الفكرة دقيقة، فقد نكون أكثر دقة بتصنيف التجارة الإلكترونية إلى ست فئات رئيسية، ذلك وهي:<sup>2</sup>

#### أ. التجارة الإلكترونية بين الشركات (B2B): Business-to-business

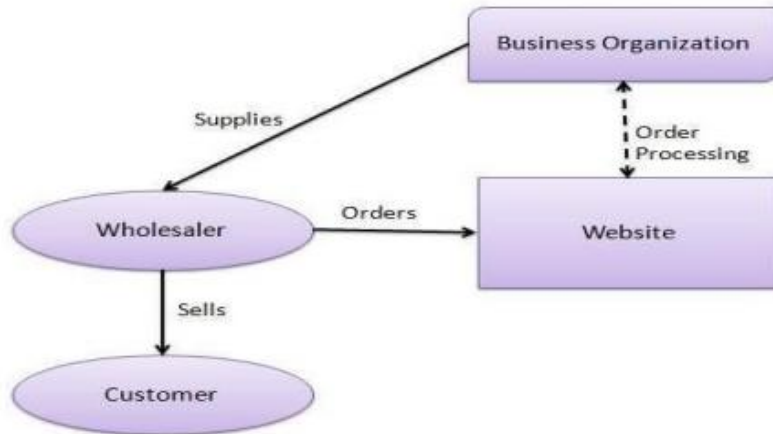
تبيع الشركة سلعها أو خدماتها لشركة أخرى بموجب نموذج أعمال B2B. وعلى الرغم من أن المشتري كثيرا ما يعيد البيع للمستهلك، فإن المشتري هو المستخدم النهائي أحيانا. ويتم تقديم الطلبات في كثير من الأحيان في معاملات B2B، وعلى الرغم من أن قيمة الطلب أكبر، إلا أن دورة البيع عادة ما تكون أطول، وأيضا المزيد من عمليات الشراء المتكررة تستلزم مناقشات وعقودًا أكثر تعقيدًا.

من خلال استخدام واجهات متاجر التجارة الإلكترونية بدلاً من الفهارس والكتالوجات ونماذج الطلبات ومن خلال تعزيز الاستهداف في الأسواق المتخصصة، قام رواد الأعمال الجدد (B2B) بتخصيص منصب لأنفسهم. حيث شكل جيل الألفية 60% من مشتري B2B في عام 2021، أي ما يقرب من ضعف ما كان عليه في عام 2012. يعد بيع B2B عبر الإنترنت أكثر أهمية مع انتقال الأجيال الشابة إلى العالم التجاري. عادة ما يشمل هذا النوع من التجارة الإلكترونية تجار الجملة والمنتجات من الصناعات التقليدية.

<sup>1</sup>- By Gagandeep Kaur (Research Scholar) مرجع سابق ص 335

<sup>2</sup> <https://www.bigcommerce.com/articles/ecommerce/types-of-business-models/>

الشكل 1: رسم تخطيطي للتجارة بين الشركات



Source : Journal of Academic Research in Accounting Finance and Management Sciences.

### ب. التجارة الإلكترونية بين الشركات والمستهلكين. B2C

تُعرف المعاملات عبر الإنترنت لشراء وبيع المنتجات أو الخدمات بين الشركات والعملاء بالتجارة الإلكترونية بين الشركات والمستهلكين، حيث تقوم شركات B2C بمبيعات مباشرة للمستهلكين النهائيين. حيث أن كل ما تشتريه

من الملابس والسلع المنزلية إلى الترفيه من خلال باعة التجزئة على الإنترنت، هي صفقة B2C.

حتى بالنسبة للمنتجات منخفضة القيمة، فإن عملية اتخاذ القرار لشراء B2C أقصر بكثير من عملية اتخاذ القرار بشأن المعاملة بين الشركات (B2B) مع دورة مبيعات أقصر. غالبًا ما تتفق شركات B2C أقل على التسويق من أجل إغلاق صفقة، حتى لو كان متوسط قيمة طلبها أقل.

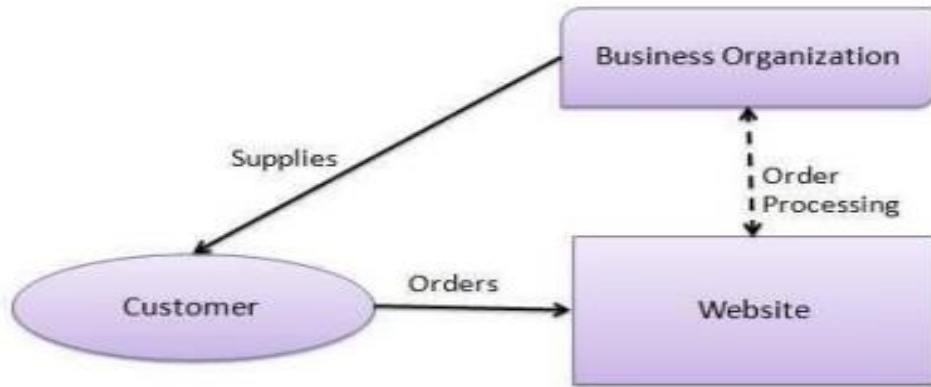
كما استفاد رواد أعمالها من التكنولوجيا مثل تطبيقات الهاتف المحمول والإعلانات المحلية والتسويق المباشر للعملاء من خلال تحسين حياة عملائهم.

بالمقارنة مع التجارة الإلكترونية B2B، غالبًا ما يكون للمعاملات في التجارة الإلكترونية B2C أحجام معاملات أقل وعقود أقل تعقيدًا.

B2C يرمز إلى الأعمال التجارية و إلى المستهلك. فهي استراتيجية عمل تنضم فيها الشركة إلى منظمة أخرى لتقديم سلعها أو خدماتها للمستهلكين النهائيين.

يدرك العميل النهائي أنه يشتري سلعة أو يستخدم خدمة من الشركة الأصلية، على عكس عندما تسمي الشركة منتجًا وتقدمه على أنه منتج خاص بها.

شكل 2: رسم تخطيطي بين الشركات والمستهلكين

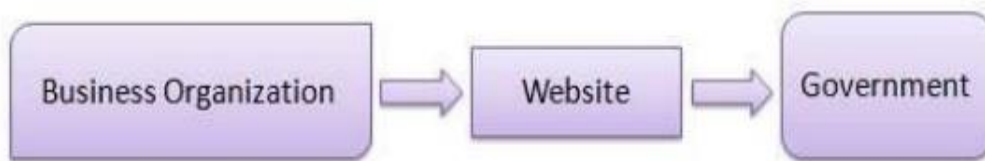


Source : Journal of Academic Research in Accounting Finance and Management Sciences.

### ج. التجارة الإلكترونية من الشركة إلى الحكومة B2A

هو نموذج للتجارة الإلكترونية تقدم الشركة وتبيع منتجاتها إلى الإدارات العامة على جميع مستويات الحكومة، بما في ذلك الإدارات البلدية والمحلية والولائية والفيدرالية. أي بيع المنتجات والخدمات بين شركة كمورد ومنظمة حكومية كعميل والتي تُعرف أحياناً باسم الأعمال التجارية للإدارة (B2A). على سبيل المثال، يمكن للمنظمات الحكومية أن تحتاج إلى منتجات أو خدمات من مزودين خارجيين لصيانة وتنظيف الأماكن العامة مثل الحدائق.<sup>1</sup> ويتركز هذا المفهوم على منح العقود العامة على أساس تنافسي. بالنسبة لهذه المبادرات، غالباً ما يتم تقديم اقتراح من قبل وكالة حكومية، ويجب على شركات التجارة الإلكترونية تقديم عروض. تختلف B2G عن الشركات أو العملاء الآخرين على الرغم من أن استراتيجية العمل أكثر أماناً إلا أن كثيراً ما تتحرك المنظمات الحكومية بوتيرة أبطأ بكثير بسبب هيكلها البيروقراطي، مما قد يحد من قدرتها على توليد الدخل أي يحد من تدفقات الإيرادات المحتملة.

شكل 03: رسم تخطيطي بين الأعمال والحكومات



Source : Journal of Academic Research in Accounting Finance and Management Sciences.

### د.تجارة إلكترونية بين المستهلكين والشركات C2B

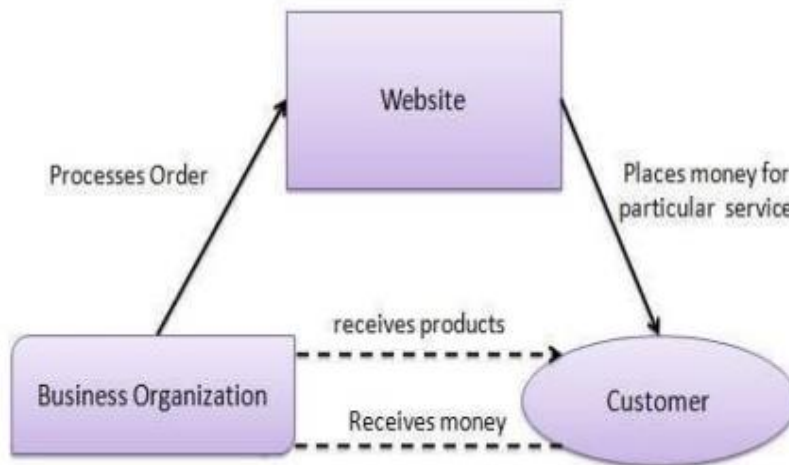
يُسمح للأفراد من المستهلكين إلى رجال الأعمال ببيع المنتجات والخدمات للشركات (عندما يبيع الشخص خدماته أو سلعه لشركة ما) . قد يتمكن العملاء من نشر الوظيفة التي يرغبون في إنجازها وتقديم عروض إلى الشركات

<sup>1</sup> نفس المرجع THE FUTUR OF E COMMERCE

## الفصل الأول: .....الإطار النظري للتجارة الإلكترونية

على موقع الويب باستخدام نموذج التجارة الإلكترونية هذا. بالإضافة إلى ذلك، سيتم اعتبار خدمات التسويق الخاصة بها (C2B). تتمتع أعمال التجارة الإلكترونية C2B بميزة تنافسية في تسعير المنتجات والخدمات. من خلال هذه الاستراتيجية، قد يحدد العملاء أسعارهم الخاصة أو يجبرون الشركات على التنافس بنشاط على أعمالهم. قام الوافدون الجدد البارعون بربط الشركات بالمؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي للإعلان عن منتجاتهم، إضافة إلى المصورين والاستشاريين والكتاب المستقلين وما إلى ذلك مشمولون جميعًا في C2B.<sup>1</sup>

شكل 04: رسم تخطيطي بين المستهلكين و الأعمال التجارية



source : tutorialspoints , (2019)

### هـ. تجارة إلكترونية مباشرة إلى المستهلك (D2C) :

حيث تباع الشركة منتجاتها مباشرة إلى المستهلك سلعها الخاصة إلى مستخدميها النهائيين مباشرة، دون استخدام موزعين مستقلين أو تجار إنترنت. على عكس نماذج الأعمال الأخرى مثل B2C، بحيث لا يوجد وسيط بين العميل أو المستهلك والشركة. تعتبر أحدث نموذج للتجارة الإلكترونية، وتتغير الاتجاهات في هذا القطاع باستمرار. يشير D2C إلى العلامة التجارية التي تباع للمستهلك النهائي مباشرة وليس من خلال بائع تجزئة أو موزع أو تاجر جملة. تعد الاشتراكات مكونًا D2C بارزًا، كما أن البيع الاجتماعي على مواقع الويب وعبر المنصات مثل Instagram و Pinterest و TikTok و Facebook و SnapChat وما إلى ذلك شائع أيضًا. لمبيعات المستهلكين مباشرة<sup>2</sup>.

### و. تجارة إلكترونية من المستهلك إلى المستهلك (C2C) : Consumer-to-consumer.

تسهل أعمال التجارة الإلكترونية C2C، التي تُعرف غالبًا باسم الأسواق عبر الإنترنت، تبادل المنتجات والخدمات بين العملاء، أي تتضمن شراء وبيع السلع أو الخدمات بين المستهلكين الأفراد من خلال المنصات عبر الإنترنت. عادة ما يكسبون المال عن طريق تحصيل رسوم المعاملات أو رسوم الإدراج.

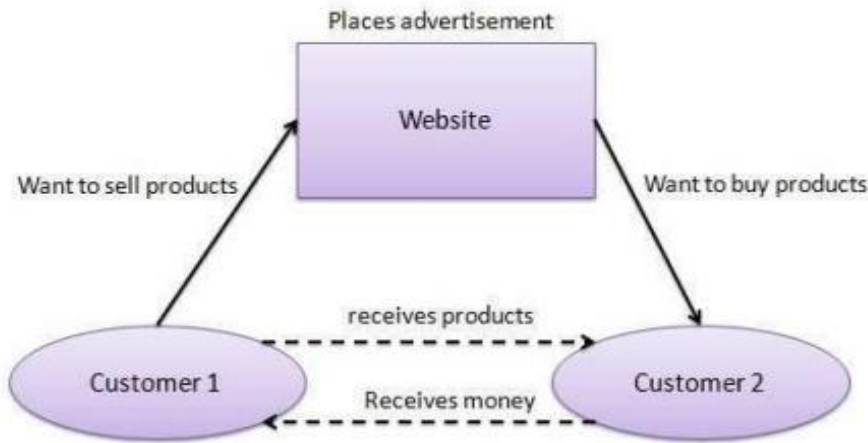
<sup>1</sup> - <https://www.the-future-of-commerce.com/2020/01/19/what-is-e-commerce-definition-examples/> BY Jenn Vande Zande

<sup>2</sup> مرجع السابق - Jenn Vande Zande

## الفصل الأول: .....الإطار النظري للتجارة الإلكترونية

تستفيد شركات C2C من تطوير الدفع الذاتي للعملاء والبائعين المتحمسين، لكن مراقبة الجودة والصيانة التكنولوجية مهام صعبة للغاية وتعتبر تحدي لهذه الشركات. تشمل أمثلة التجارة الإلكترونية C2C الأسواق عبر الإنترنت مثل eBay Alibaba فهي شركات رائدة في هذا المفهوم، حيث يمكن للأفراد شراء وبيع العناصر مباشرة مع بعضهم البعض.

الشكل 05: رسم تخطيطي بين المستهلك إلى المستهلك



source : tutorialspoints , (2019)

### ي. تجارة إلكترونية من المستهلك إلى الحكومة (C2G):<sup>1</sup>

يُعرف أيضًا باسم إدارة المستهلك (C2A)، ويسمح للمواطنين المستهلكين بالتواصل مباشرة مع الإدارة أو السلطات الحكومية للتعبير عن آرائهم أو الحصول على معلومات حول المؤسسات العامة. تشمل الأمثلة استخدام موقع ويب حكومي لدفع الضرائب أو فاتورة الكهرباء الخاصة بك.

### المبحث الثاني: الخصائص والخدمات الإلكترونية.

إن التجارة الإلكترونية تسيير وفق اليات وضوابط لتحقيق تبادل إلكتروني متوازن وضمان حقوق كل من البائع والمشتري. وبفضل التكنولوجيا الحديثة تم تطوير مجموعة من وسائل الدفع تشجيعا على الشراء عبر الأنترنت.

### المطلب الأول: خصائص التجارة الإلكترونية.

إن التجارة الإلكترونية (أو التجارة التي تمر عبر الشبكات الرقمية) تتميز بخاصيتين أساسيتين:

#### أ. الطبيعة الدولية للتجارة الإلكترونية-النطاق العالمي للتجارة الإلكترونية:

بمعنى أن السلعة أو الخدمة المقدمة عبر الأنترنت لا تحتاج إلى استهداف سوق ذات جغرافيا محددة على وجه التحديد، فقد أدت الأدوات الإلكترونية الحديثة إلى ظهور ظواهر الترويج العالمي بدون حدود. ومن ناحية أخرى، فإن إنشاء موقع تجاري على شبكة الأنترنت يمكّن الأعمال التجارية الصغيرة من الوصول إلى أسواق جديدة والتفاعل مع مستخدمي الأنترنت، سواء من الشركات أو الأفراد، من جميع أنحاء العالم.

<sup>1</sup> Jenn Vande Zande- المرجع السابق



ب. طبيعة النظام المتبادل في التجارة الإلكترونية وأثره على الجهود المتضافرة وكيفية تأثيره على الجهود المنسقة:

كل المؤسسات سواء كانت كبيرة أو صغيرة تعتبر أن هناك خطوط فاصلة بين العلامات التي فرقت تقليديا بين مختلف الفروع التجارية بعضها ببعض بناء على مختلف العناصر الفيزيائية للسلع والخدمات المقدمة ومختلف طرق الترويج (كتب، أفلام، أقراص مضغوطة، حصص تلفزيونية، إذاعة، أنترنت) بدأت تتلاشى شيئا فشيئا، هذا العنصر هو نتاج الضغوط التنافسية التي تدفع إلى إعادة هيكلة داخلية للفروع وبين الفروع مما ينتج عنه فرص جديدة لكن بتحديات جديدة تقف بوجه المؤسسات.<sup>1</sup>

تتمتع التجارة الإلكترونية بمجموعة من الخصائص يمكن إجمالها في العناصر التالية:<sup>2</sup>

- سرعة الاتصالات بين أطراف الصفقات مما يوفر الوقت والكلفة.
- سهولة الحصول على المعلومات اللازمة للنفذ إلى الأسواق.
- الشفافية والمنافسة حيث يتعرف المستهلكون على الأسواق والأسعار والسلع بصورة شمولية.
- تعتبر الأنترنت وسيلة عرض المنتجات وتسويقها.
- استخدام آليات جديدة مبتكرة تختلف عن آليات التجارة التقليدية مثل الفوترة الإلكترونية والنقود الإلكترونية.
- ظهور الأسواق الإلكترونية وما تتطلبه من تنظيم قانوني جديد.

ج. الطابع العالمي للتجارة الإلكترونية

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

د. الطابع المتداخل في التجارة الإلكترونية

إن اتساع الفوارق في توزيع الوسائل المادية بين المؤسسات سواء كانت كبيرة أو صغيرة جعلت التجارة الإلكترونية أقل وضوحا، وأصبح بالإمكان تسليم السلع والخدمات بالطريقتين التقليدية أو بطريقة الإلكترونية مباشرة على الأنترنت مثل الموسيقى والأقراص المدمجة وأفلام الفيديو... الخ، وهذا ما يخلق صعوبة فرض الضريبة على المنتج إذا ما كان سلعة أو خدمة، هذه الخاصية تلزم المؤسسات على إعادة هيكلة نفسها لمواجهة التغيرات الطارئة التي تفرضها ممارس التجارة الإلكترونية.<sup>3</sup>

1 - د. كمال رزيق، مسدورة فارس، التجارة الإلكترونية وضرورة اعتمادها في الجزائر في الألفية الثالثة، جامعة البليدة، الجمعية العلمية نادي الدراسات الاقتصادية، الجزائر. ص 7

2- مداحي عثمان التجارة الإلكترونية و دورها في العولمة أ قسم علوم التسيير - ص 4

3- ابراهيم العيسوي، التجارة الإلكترونية، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، مصر، 2002ص20

### هـ. غياب التعامل الورقي في معاملات التجارة الإلكترونية<sup>1</sup>:

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

ففي معاملات التجارة الإلكترونية، لا يوجد تبادل للأوراق الورقية على الإطلاق. وتبدأ المعاملات التجارية الكاملة بالتفاوض على شراء المنتجات والتعاقد عليها ودفعها واستلامها إلكترونياً (في حالة السلع القابلة للتقييم).

### و. عدم الكشف عن هوية المتعاملين<sup>2</sup>:

في معاملات التجارة الإلكترونية، قد تفصل الأطراف آلاف الأميال مع اختلاف التوقيت، ونتيجة لذلك، قد يؤدي الافتقار إلى المعرفة الكافية عن بعضهم البعض (المتعاملين) إلى عيوب مثل تقديم معلومات خاطئة، أو استخدام بطاقات الائتمان التي سُرقَت، أو إساءة استخدام المعلومات أثناء المعاملة، مما يؤدي إلى تفاقم مشكلة الخصوصية وسرية المعلومات. ولكن مع تطور التكنولوجيا، تستفيد المعاملات التجارية عبر الإنترنت بلا شك من الأمان والموثوقية والنزاهة والصدق.

### ي. سرعة تغيير المفاهيم والأنشطة في التجارة الإلكترونية<sup>3</sup>:

تخضع التجارة الإلكترونية للتطوير السريع بسبب نطاق الصناعة والتغيرات السريعة في عملياتها كون هذه الأنشطة مرتبطة بوسائل الاتصال الإلكترونية وقنوات الاتصال والمعلومات.

### المطلب الثاني: طرق الدفع الإلكتروني في التجارة الإلكترونية.

أحدثت طرق الدفع الإلكتروني ثورة في معالجة المدفوعات من خلال تقليل العمل الورقي ونفقات المعاملات وتكاليف الموظفين. نظراً لأنها نمت في السنوات الأخيرة بسبب زيادة استخدام التكنولوجيا في حياتنا اليومية، فإن طريقة الدفع هذه، التي لا تتضمن نقداً أو شيكات، تُعرف باسم نظام الدفع للتجارة الإلكترونية. ويشار إليه أيضاً باسم نظام الدفع عبر الإنترنت. وقد تعددت طرق الدفع عبر الإنترنت للتجارة الإلكترونية، وكذلك التكنولوجيا المستخدمة لدعم معاملات الدفع الإلكتروني الأكثر أماناً.

ومن هنا نبرز الأنواع المختلفة من أنظمة الدفع في التجارة الإلكترونية<sup>4</sup>

#### - بطاقة الائتمان والخصم: (فيزا وماستركارد)

بطاقات الائتمان هي آلية الدفع الإلكترونية الأكثر استخداماً والأكثر شيوعاً للدفع مقابل مشتريات التجارة الإلكترونية، ومن السهل استخدامه ويمكن العملاء من إجراء المعاملات عبر الإنترنت أو غير المتصلة بالإنترنت ببساطة التلويح ببطاقتهم أمام القارئ أو على موقع البائع، عن طريق ملء الاستمارة المطلوبة برقم بطاقته الائتمانية وتاريخ انتهاء الصلاحية و قد تمت إضافة تدابير أمنية جديدة مثل استخدام رقم التحقق من البطاقة (CVN) إلى

1- خالد ممدوح إبراهيم لوجستيات التجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، مصر، 2009ص922.

2- خالد ممدوح إبراهيم مرجع سابق، ص922

3- مرجع سابق، ص922

4- بقلم أنينديا راي What are the different types of e-commerce payment systems في 2021/06/21

## الفصل الأول: .....الإطار النظري للتجارة الإلكترونية

مشتريات بطاقات الائتمان عبر الإنترنت من أجل تعزيز نظام الأمان من خلال مطابقة رقم CVN مع معلومات حامل البطاقة، كما يساعد نظام CVN في اكتشاف الاحتيال.

كما تحتوي هذه البطاقات على تدابير أمنية تساعد في منع الاحتيال والمعاملات غير القانونية، مثل تقنية الرقائق ورقم التعريف الشخصي. وتوفر العديد من البطاقات أيضاً مخططات مكافآت تشجع على الاستخدام وتفيد المستخدمين.

### - بطاقة E-Wallet

حساب مدفوع مسبقاً يمكن المستخدم من الاحتفاظ بأمان بمجموعة متنوعة من بطاقات الائتمان وبطاقات الخصم وتفاصيل الحساب المصرفي. نتيجة لذلك، لم يعد إجراء المدفوعات يتطلب إدخال معلومات الحساب قطعة واحدة في كل مرة. بعد التسجيل وإعداد ملف تعريف E-Wallet، يمكن للعميل إجراء المدفوعات بسرعة أكبر.

### - طريقة الدفع Netbanking :

هذه طريقة نموذجية أخرى لدفع ثمن المشتريات والخدمات عبر الإنترنت، وهي طريقة سهلة للعملاء لدفع ثمن البضائع عبر الإنترنت باستخدام حساباتهم المصرفية كدفع للأموال الموجودة بالفعل في الحساب المصرفي للعميل مباشرة، يستخدم تقنية مماثلة لبطاقة الخصم، لا يحتاج مستخدمو الخدمات المصرفية الصافية إلى الحصول على بطاقة لإجراء عمليات شراء عبر الإنترنت، ولكن يجب عليهم التسجيل في بنكهم من أجل استخدام الخدمة المصرفية الصافية. كما يتعين على المستهلك فقط تقديم معلومات مصرفية صافية لإكمال إجراءات الشراء.

### - الدفع عبر الهاتف المحمول: (الدفع الخليوي)

تعد الهواتف المحمولة واحدة من أحدث الطرق لإجراء المدفوعات عبر الإنترنت، حيث يحتاج المستهلك فقط إلى تقديم طلب دفع من خلال رسالة نصية إلى مقدم الخدمة بدلاً من استخدام بطاقة ائتمان أو نقدية؛ ثم تتم إضافة حساب الهاتف المحمول للعميل أو بطاقة الائتمان إلى المعاملة. ويحتاج العملاء فقط إلى تنزيل البرامج من موقع ويب مزود الخدمة الخاص بهم، وإرفاق معلومات فواتير بطاقة الائتمان أو الهاتف المحمول بالبرنامج، ومن ثم يكونون مستعدين لإنشاء نظام دفع عبر الهاتف المحمول. وهناك العديد من التطبيقات التي يمكن استخدامها مثل Apple Pay ، Google Wallet ، Samsung Pay لإجراء هذه المدفوعات.

### - بطاقة أمازون باي Amazon Pay :

هو خيار آخر بسيط وآمن وسريع للدفع مقابل المشتريات عبر الإنترنت، يستخدم بيانات اعتمادك من حساب Amazon الخاص بك لتسجيل الدخول وإجراء المدفوعات على المواقع والتطبيقات التجارية الشهيرة، تقوم أمازون بتخزين معلومات الدفع الخاصة بك بأمان، والتي يمكن الوصول إليها على آلاف المواقع والتطبيقات التي تستمتع فيها بالتسوق. وقد يستخدم عملاء Amazon خدمة Amazon Pay كلما رأوها مناسبة سواء كان ذلك بالنقر فوق زر Amazon Pay عند زيارة تجار التجزئة المفضلين لديهم عبر الإنترنت أو عن طريق تحديث خيارات الدفع الخاصة بكم في حساباتكم ولا يلزم تسجيل دخول أو تسجيل إضافي عند القيام بمعاملات جديدة.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>:pay.amazon.com

– المحافظ الإلكترونية:

المحافظ الإلكترونية، التي يشار إليها عادةً باسم المحافظ الرقمية، هي فئة من أنظمة الدفع الإلكترونية التي تسمح للمستخدمين بإجراء المعاملات عبر تطبيق الهاتف المحمول أو موقع الويب أثناء تخزين معلوماتهم المالية. تقدم المحافظ الإلكترونية بديلاً بسيطاً وأمنًا لاستخدام البطاقات الحقيقية أو النقود للمعاملات توفر الكثير من المحافظ الإلكترونية أيضًا للمستخدمين مكافآت خاصة وبرامج خصومات، مما يجعلها خيارًا مرغوبًا للأفراد الذين يحاولون توفير المال.

– الخدمات المصرفية القائمة على شبكة الإنترنت:

قد يدير مستخدمو الخدمات المصرفية عبر الإنترنت أموالهم من خلال منازلهم. كما يمكنهم تحويل الأموال ودفع الفواتير ومراقبة أرصدة الحسابات وفحص سجلات المعاملات باستخدام خيار الدفع الإلكتروني هذا. يمكن إجراء الإدارة المالية بأمان وسهولة عبر الإنترنت، ولدى العديد من البنوك الآن تطبيقات للهاتف المحمول تتيح للعملاء الوصول إلى حساباتهم أثناء تنقلهم. بالإضافة إلى ذلك تقلل الخدمات المصرفية عبر الإنترنت من الأثر البيئي للممارسات المصرفية التقليدية وتلغي الحاجة إلى البيانات الورقية. يمكن ظهور أنظمة دفع إلكترونية أكثر تطوراً مع تطور التكنولوجيا. قد يتضمن التطوير المستقبلي، على سبيل المثال، استخدام المصادقة البيومترية وتكنولوجيا blockchain والعملية الافتراضية مثل Bitcoin. في حين أن هناك مخاوف بشأن كيفية تأثير هذه التقنيات الجديدة على أمننا وخصوصيتنا، إلا أنها تقدم أيضًا فرصًا هائلة لتغيير كيفية تفاعلنا وإدارة أموالنا بشكل أساسي.

المبحث الثالث: مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية.

مثلما للتجارة الإلكترونية مزايا فهي لها أيضا عيوب ومن هنا نستعرض هذه المزايا والعيوب

المطلب الأول: مزايا التجارة الإلكترونية.

هناك عدة أسباب لزيادة الاهتمام بالشراء عبر الإنترنت والأكثر شيوعًا هو أن المستهلكين وتجار التجزئة يستمتعون بوقتهم أثناء التسوق، والسياريو المريح للجانبين هو الذي يربح فيه كلا الجانبين شيئًا ما إضافة الى ربح الوقت والجهد والتكلفة.

أولاً: المزايا التي يتحصل عليها المستهلكون او العميل<sup>1</sup>

أ. التوفر الدائم (24/7)

على عكس الأعمال التجارية التقليدية، التي حددت ساعات العمل، فإن مواقع التجارة الإلكترونية مفتوحة طوال السنة وفي كل الأيام والاقوات 24/7 حيث يمكن للعملاء التسوق في أي ساعة من أي يوم من أيام السنة من خلال زيارة موقع الويب، وهو أمر مريح لتقدير العميل لهذه الميزة ويعزز ولائه.

<sup>1</sup> بوالقول هارون، التجارة الإلكترونية وضرورة اعتمادها في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2008-2009، ص77-78.

## ب. الراحة

برزت التجارة الإلكترونية كأبسط طريقة للتسوق وأكثرها شهرة لأنها عملية سهلة للغاية. مع نقرة واحدة فقط على جهاز محمول مرتبط بالإنترنت يمكن للمستهلكين بسهولة إختيار المنتجات من مجموعة متنوعة من المصادر دون أن يقيدهم موقعهم الفعلي.

## ج. توفير الوقت

أدت التجارة الإلكترونية إلى تسريع عمليات الشراء والبيع مع توفير الوقت والجهد. و لن يحتاج المشترون الذين يتسوقون عبر الإنترنت إلى أكثر من 15 دقيقة لإكمال الصفقة، بالإضافة إلى ذلك، يتوق الموردون إلى تسليم البضائع إلى عتبات أبواب العملاء في أقل من أسبوع.

## د. مقارنة في الأسعار

مع منصات التجارة الإلكترونية، يتم توفير المزيد من الفرص للمستهلكين لرؤية نقاط ومميزات الأسعار المختلفة وبالتالي اختيار خيارات أقل تكلفة وأفضل قد تكون مقارنة الخيارات في نظام التسويق التقليدي أو الفعلي أمرًا صعبًا للغاية، لأن زيارة جميع المتاجر وطلب الأسعار قد يكون مرهقًا للعملاء وقد تكون مسألة السؤال عن الأسعار محرجة بعض الشيء لبعض العملاء، والبعض الآخر لا يجرؤ حتى على السؤال عن سعر عنصر معين. ومع ذلك، مع التسوق عبر الإنترنت، كل شيء هو أداة لتسليمها ووضوحها أمام المستخدمين.

## هـ. توفير المعلومات

تتمتع متاجر التجارة الإلكترونية بالقدرة على جمع المعلومات حول أنماط الشراء وتفضيلات عملائها، مما يمكنهم من تقديم تجربة تسوق أكثر تخصيصًا حيث يقدمون معلومات مفصلة عن مشتريات العملاء ذات الصلة في غضون ثوانٍ مع خيار مراجعة مشترياتهم، وأيضًا السماح للعملاء بالبحث عن معلومات البضائع ومقارنة التكاليف. تعد مشاهدة حجم بيانات المستهلك في التسويق التجاري التقليدي أمرًا صعبًا، بل ومستحيلًا. يمكن للعملاء التسوق دون الذهاب فعليًا إلى المتجر عن طريق القيام بذلك أثناء وجودهم في المنزل أو أثناء التنقل وهذا يوفر الوقت والجهد، وهو أمر بالغ الأهمية لأولئك المشغولين.

## ثانيا: المزايا التي تحصل عليها الشركات من التجارة الإلكترونية

### أ. زوال القيود الجغرافية

تحتاج الشركات إلى المزيد من الموارد وإلى نمو البنية التحتية وتوسعها. لكن يمكن لمتاجر التجارة الإلكترونية التوسع بسهولة لتلبية الطلب، على عكس التوسع المادي على واجهة المتجر التقليدي، والذي قد يكون مكلفًا ويستغرق وقتًا طويلاً. وتمكّن هذه القدرة على توسع الشركات من توسيع أسواقها لتشمل جميع الأسواق في أنحاء البلاد وحول العالم مع القليل من الالتزام المالي، والتكيف بسرعة مع ظروف السوق المتغيرة، والاستفادة من الإمكانيات الجديدة. بعبارة أخرى، يمكن للشركة بسهولة تحديد المزيد من العملاء وتجار التجزئة المهمين والشركاء المقبولين من الشركات في جميع أنحاء العالم.

## ب. انخفاض التكاليف

تعد تكاليف التجارة الإلكترونية أكثر اقتصادية وذلك تقليلا من النفقات العامة المرتبطة بتشغيل متجر مادي. إن متاجر التجارة الإلكترونية لديها تكاليف عامة أقل بكثير، وجودة خدمة أكبر، ولا يوجد موظفون وكشوف مرتبات، ولا إيجار، مما الذي يجعل الشركات أكثر فعالية<sup>1</sup>.

## ج. التواصل الفعال:

الاتصال الفعال للعملاء والشركاء: تمنح التجارة الإلكترونية الشركات فرصة الاستفادة من المنتجات والخدمات التي تقدمها الشركات الأخرى. حيث تقصر التجارة الإلكترونية الحدود المسافات، مما يجعلها وسيلة عملية لتبادل المعلومات مع الشركاء التجاريين.

تمنح التجارة الإلكترونية الشركات فرصة للتواصل مع العملاء خارج وجودهم الفعلي بدون شرط واجهة متجر فعلية، وهذا يمكنهم من الاستفادة من الأسواق الجديدة، وتوسيع قاعدة عملائهم، وزيادة المبيعات والدخل<sup>2</sup>.

## ثالثا: المزايا على المستوى القومي

أ. لا يحتاج العملاء إلى الانتقال من مكان إلى آخر للقيام بالتسوق.

ب. انخفاض التكاليف الثابتة، يمكن الزبائن ذو أدنى دخل من شراء سلعة أو خدمة.

ج. إتاحة الفرصة للمناطق الريفية المعزولة التفاعل عن بعد عبر المتاجر الإلكترونية.

د. يمكن للتجارة الإلكترونية أن تساعد الناس على بدء أعمال تجارية صغيرة ومتوسطة الحجم، وربطهم

بالأسواق في جميع أنحاء العالم بأقل تكلفة ممكنة، وفتح فرص عمل جديدة .

## المطلب الثاني: مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية.

### أولاً: عيوب للتجارة الإلكترونية التي يتحصل عليها المستهلكون (العميل) والشركات

أ. عدم ضمان جودة المنتج: لا يمكن للعملاء الحصول على ضمان فيما يتعلق بجودة المنتجات المتاحة عبر الإنترنت.

ب. مشكلات الأمان: يمكن التسلل أو سرقة بيانات العملاء والتسبب لهم في خسارة كبيرة.

ج. أوقات تسليم طويلة: غالبا ما يتم الانتظار لفترات أطول لتسليم العملاء منتجاتهم.

د. عدم تمكن من تجربة المنتج قبل الشراء: لا يمكن للعملاء الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات حول كيفية استخدام المنتجات وخصائصها قدر الإمكان<sup>3</sup>.

هـ. عدم وجود لمسة شخصية: يقدر بعض العملاء اللمسة الشخصية التي يقدمونها عند زيارة متجر فعلي من خلال التفاعل مع شركاء المبيعات عكس المتاجر الإلكترونية<sup>4</sup>.

<sup>1</sup>-Taher, G. (2021). E-Commerce : Advantages and Limitations. International Journal of Academic Research in Accounting Finance and Management Sciences, 11(1), 161-162

<sup>2</sup> محمد مداحي ، التجارة الإلكترونية منافعها و معوقاتها و متطلبات نجاحها ، الملتقى العلمي الدولي حول: عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر عرض تجارب دولية ، المركز الجامعي بخميس مليانة ، الجزائر ، يومي 03 و 01 أفريل ، 2011 ص 20

<sup>3</sup> معلومات مستوحاة من الموقع الإلكتروني- commercemates.com

<sup>4</sup> www.aplustopper.com Advantages and Disadvantages of E-Commerce | What are E-Commerce Advantages and Disadvantages? March 30, 2023 by Prasanna

و. التعقيد في اللوائح والضرائب والامتثال: يتعين على الشركة التي تباع في مناطق مختلفة الالتزام باللوائح في دول إقامة المستهلكين، قد يخلق هذا الكثير من التعقيدات في المحاسبة والضرائب والامتثال.<sup>1</sup>  
ثانياً: العيوب التقنية والمتمثلة في:<sup>2</sup>

- أ. الحاجة للاتصال بالإنترنت: لا يمكن للعملاء الشراء عبر الإنترنت بدون اتصال ويب.
- ب. الاحتيال في بطاقات الائتمان: قد يؤدي إلى فقدان الأرباح إضافة إلى اكتساب السمعة السلبية.
- ج. تطوير البرمجيات: يتم إنشاء وتطوير البرمجيات وتغييرها باستمرار هذا يضع قيوداً على أعمال الإنترنت. ويمكن تلخيص العيوب الرئيسية المرتبطة بالتجارة الإلكترونية فيما يلي:
  - الاعتماد الشديد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
  - عدم وجود تشريعات تنظم أنشطة التجارة الإلكترونية الجديدة تنظيمياً كافياً، على الصعيدين الوطني والدولي.
  - لا يستطيع الزبائن لمس المنتجات أو تجربتها.
  - فقدان الخصوصية والهوية الثقافية والاقتصادية للبلدان.
  - انعدام الأمن في إجراء المعاملات التجارية عبر الإنترنت.

<sup>1</sup> الPrasanna مرجع السابق مطلع عليه يوم 31 مارس 2023

<sup>2</sup> Taher, G. (2021). E-Commerce: Advantages and Limitations. International Journal of Academic Research in Accounting Finance and Management Sciences, 11(1), 164

خلاصة الفصل الأول:

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



الفصل الثاني:

التجارة الإلكترونية في الجزائر

## تمهيد:

لقد مهدت التطورات التكنولوجية الحديثة لظهور التجارة الالكترونية، والتي تمثل منظورا جديدا في بيئة الاعمال التجارية فكريا وفلسفة واجتهادا وممارسة، حيث تم التحول من أساليب الاعمال والاتصالات إلى استعمال الاسلوب الرقمي الذي يزيل كافة الحواجز ويختزل المسافات والازمنة لإتمام المعاملات. وإن ازدياد التسابق التكنولوجي والمنافسة لاستخدام هذا الاسلوب الرقمي والشبكات العالمية من ضمنها الأنترنت لإبرام الصفقات لا يترك للجزائر أي مجال للمماطلة في تبني التجارة الالكترونية والاستفادة من مزاياه سيصف هذا الفصل وضعية التجارة الإلكترونية في الجزائر ووسائل الدفع و المعاملات الإلكترونية كما سيناقش المعوقات التجارية الرئيسية لها وحلولها من خلال ثلاث مباحث كما يلي:

**المبحث الأول:** واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر.

**المبحث الثاني:** وسائل الدفع والمعاملات الإلكترونية.

**المبحث الثالث:** الجرائم الإلكترونية وسبل حمايتها في الجزائر.

### المبحث الأول: واقع التجارة الإلكترونية 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 الإلكترونية في الجزائر.

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

### أولاً: سوق التجارة الإلكترونية في الجزائر

تتوسع أعمال التجارة الإلكترونية في الجزائر، لكنها لا تزال 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، وفقاً للجمعية الوطنية الجزائرية للتجار والحرفيين، تقدر إمكانات السوق بنحو 5 مليارات دولار أمريكي. بقصد تعزيز التجارة الإلكترونية في البلاد، تسعى الحكومة لزيادة معدلات انتشار الإنترنت. بينما ظهرت أول أسواق عبر الإنترنت في الجزائر في عام 2009، بدأت التجارة الإلكترونية في الانطلاق في عام 2014 مع وصول متجر جوميا إفريقيا. في فبراير 2018، أقر البرلمان الجزائري تشريعاً ينص على أول لوائح التجارة الإلكترونية في البلاد. نتيجة لذلك، يجب على الأسواق عبر الإنترنت استضافة مواقعها الإلكترونية في الجزائر والتسجيل في السجل التجاري للبلاد.

حيث يحظر القانون جميع عمليات شراء التبغ والمشروبات الكحولية عبر الإنترنت بالإضافة إلى المنتجات الصيدلانية وخدمات المراهنات والمقامرة عبر الإنترنت. وقد ذكرت الحكومة مؤخراً أنها لا تهدف إلى فتح أسواقها الإلكترونية أمام الشركات الدولية من أجل حماية اقتصاد البلاد وسيادتها الوطنية. وبينما لا يوجد حضور للمواقع العالمية كـ أمازون وعلى إكسبريس في الجزائر، تقدم العديد من الشركات الوسيطة خدمات إعادة الشحن للطلبات القادمة من هذه المواقع. وفقاً لمؤشر التجارة الإلكترونية B2C، تحتل الجزائر المرتبة العاشرة من بين 97 دولة أفريقية من حيث الاستعداد للتجارة الإلكترونية.

### ثانياً: مبيعات التجارة الإلكترونية والعملاء

بلغ إجمالي مستخدمي التجارة الإلكترونية 2.45 مليون في عام 2017، وهو ما يمثل 6% من سكان البلاد. كما لا يوجد في سوق التجارة الإلكترونية الجزائرية توازن مثالي بين الجنسين. تعد الإلكترونيات والهواتف ومستلزمات التنظيف والملابس من بين أكثر أنواع الأشياء شيوعاً في الأسواق عبر الإنترنت. تم إنشاء أنظمة الدفع الإلكتروني في البلاد في نهاية عام 2016، ومنذ ذلك الحين تطور التسوق عبر الإنترنت بسرعة. على هذا النحو، تخطط Algérie Poste (الخدمات البريدية الوطنية الجزائرية) لإطلاق محفظة عبر الإنترنت في عام 2018 لتسهيل عمليات الشراء عبر الإنترنت، وبالتالي تعزيز التجارة الإلكترونية، كما يعتبر النقد عند التسليم هو طريقة الدفع المفضلة بين الجزائريين، كما هو الحال في معظم البلدان في العالم العربي وشمال إفريقيا.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> [Lloyds Bank expand, All Rights Reserved. Latest Update: April 2023 https://www.loydsbanktrade.com/en/market-potential/algeria/ecommerce](https://www.loydsbanktrade.com/en/market-potential/algeria/ecommerce)

### ثالثا: نظام مصرفي ضعيف التطور

في الجزائر، تظل غالبية المؤسسات المالية جامدة وغير فعالة، حيث تدير البنوك العامة جميع الأصول والقروض المصرفية تقريبا. ونتيجة لذلك، تعمل المؤسسات المالية الجزائرية بطريقة تقليدية للغاية. علاوة على ذلك، يعد النظام المصرفي الجزائري أحد أكثر القطاعات التي يواجهها القطاع غير الرسمي تحديًا. عندما لا يتم التعامل مع الاقتصاد، يظل الدفع الإلكتروني مهمة صعبة.<sup>1</sup>

### رابعا: المواقع الإلكترونية في الجزائر

ومن بين المواقع والتطبيقات الأكثر انتشارا في الجزائر نذكر منها:

#### - موقع جوميا [Jumia.dz](http://www.jumia.dz) :<sup>2</sup>

موقع تسوق الكتروني ضخم يضم الاف المنتجات ذات جوده عالية وبأثمان مناسبة، تأسس سنة 2013 من طرف مجموعه انترنت افريقيا، المعروفة في مجال الكتروني والمالكة لموقع **Kaymu** و **Jovago** المعروفين ، ومن مميزاته شكل موقعه الانيق واعتماده سكريبت جد متطور للبحث على ما تريد وهو موقع مضمون وموثوق ويتوفر على كل المنتجات ذات جودة عالية وبأثمان مناسبة. [رابط موقع جوميا الجزائر www.jumia.dz](http://www.jumia.dz)

#### - موقع اشري لي: **Echrily**

متجر الكتروني مخصص لمحبي المنتجات الاستهلاكية والغذائية حيث يضم جميع انواع الفواكه والخضر الطازجة ومنتجات الحليب ومشتقاته وكل انواع الحبوب والزيوت والسكريات ومواد التنظيف ومنتجات تخص الاطفال الصغار ويتميز الموقع بدعمه اللغة العربية وسهولة الشراء وهو يدعم عدة طرق دفع حيث يقوم بتوصيل مشترياتك مجانا الى كل ولايات الجزائر وهو اول سوق جزائري خاص بالمواد الغذائية.

[رابط موقع اشري لي www.echrily.com](http://www.echrily.com)<sup>3</sup>

#### - موقع واد كنيس:

تأسس سنة 2006 وهو شركة جزائرية مختصة في اعلانات البيع والشراء عبر الانترنت توفر حلولا للمجتمع الجزائري لبيع السلع وشرائها اين يعتبر سوق افتراضيه جزائرية يتلقى زيارات يومية تفوق 800 ألف زائر اغلبهم من الجزائر.<sup>4</sup>

### المطلب الثاني: تحليل مؤشرات البنية التحتية الرقمية والمعلوماتية في الجزائر.

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

#### أولا: شبكة الانترنت

<sup>1</sup> -، حداد سفيان ، التجارة الإلكترونية في الجزائر، مجلة معالم للدراسات الإعلامية و الإتصالية ، جامعة الجزائر 3 العدد الثاني/ جوان 2020.

<sup>2</sup> معلومات من موقع [www.jumia.dz](http://www.jumia.dz)

<sup>3</sup> [www.echrily.com](http://www.echrily.com) معلومات من موقع

<sup>4</sup> <https://www.ouedkniss.com/?lang=ar>

## الفصل الثاني .....التجارة الإلكترونية في الجزائر

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 أنهى احتكار الخدمة من الدولة وسمح للشركات الخاصة بتقديم خدمات الانترنت.

حيث بلغت نسبة انتشار الانترنت في الجزائر 70.9 بالمئة شهر يناير الماضي اي تسجيل زيادة معتبرة مقارنة في نفس الفترة من سنة 2022 حيث بلغت هذه النسبة 60.6% حسب تقرير ديجيتال 2023 للمكتب العالمي داتا ريبورتال المتخصص في الاحصائيات الخاصة بالانترنت الثابت والنقال في جميع ارجاء العالم<sup>1</sup> وفي تقرير سنوي نشره وكالة داتا ريبورتال بعنوان الانترنت وشبكات التواصل لعام 2023 نقلته شروق اون لاين تسجيل 32,09 مستخدمي الانترنت في الجزائر.

وكشفت وكالة داتا ريبورتال ان عدد مستخدمي يوتيوب في الجزائر بلغ 22 مليون مستخدم متبوعا فيسبوك ب 20 مليون، ثم انستغرام 8 مليون مستخدم<sup>2</sup>.

### ثانيا: اجهزة الحاسوب

إن من بين مستلزمات تطبيق التجارة الإلكترونية هي توفر اجهزة الحاسوب التي تتيح النفاذ الى شبكه الانترنت. بدأ استعمال اجهزة الحاسوب في الجزائر في السنوات الثمانينات الى ان نسبة الانتشار كانت ضعيفة جدا ثم بعد ذلك من استعماله شيئا فشيئا وفي السنة 1995 بدأ الاستعمال التجاري للانترنت من خلال انشاء مصلحه اشتراك بهذه الشبكة فكان كل زبائنها من اصحاب السجلات التجارية مما جعل نمو عدد الحسابات بمعدل جدا عالي، وفي السنوات الموالية زاد الانفتاح سوق التجهيزات الاعلام الالي على الخواص مما وسع الثقافة الرقمية بمختلف فئات المجتمع.

يمكن القول ان الجزائر من البلدان ذات التجهيز المنخفض بالحاسوب اذ جل الجزائريين لا يملكون القدرة على اقتناء جهاز الحاسوب الخاص بهم ويفسر ذلك بعده اسباب يمكن ان نذكر منها على سبيل المثال: السعر المرتفع للأجهزة ومن جهة اخرى على الرغم من الانخفاض الكبير لمعدل انتشار الحاسوب بين السكان الجزائريين، الا ان المجتمع الجزائري يمتاز بكون متوسط حجم الأسرة عالي بالمقارنة مع الدول الاخرى وبالتالي فان وجود حاسوب يخدم في متوسط عدد أكبر من المستخدمين<sup>3</sup>.

### جدول رقم 01: تطور عدد مستعملي الانترنت في الجزائر

السنوات	عدد مستعملي الانترنت	حجم السكان	نسبة مستعملي الانترنت الى حجم
---------	----------------------	------------	-------------------------------

<sup>1</sup> اتصالات الجزائر، مطلع عليه في 16-04-2023 على الساعة 23:12

<http://www.algeriatelecom.dz/AR?p=chiffres>

<sup>2</sup> مطلع عليه 26-04-2023 على الساعة 02:06 <http://www.algeriatelecom.dz/AR?p=chiffres>

<sup>3</sup> تغريد يحيى ابو سليم، التحول نحو الحكومة الإلكترونية في الدول العربية دراسة تحليلية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، الجزائر 2005، ص 190.

السكان			
%0.2	31,795,500	50000	2000
%5.8	33,033,546	1,920000	2005
%7.3	33,506,567	2,460000	2007
%10.4	33,769,669	3,500000	2008
%12.0	34,178,188	4100000	2009
%13.6	34,586,184	4700000	2010
%14.0	37,367,226	523000	2012
16.5%	38,813,722	6404264	2013
17.2%	38,813,722	6669927	2014
27.8%	39,542,166	11000000	2015
37.3%	40,263,711	15.580.000	2016

**Source:** internet world stats world internet users and Population States consulte le 26-04-2023  
a 02

#### ثانيا: الشبكات الهاتفية الثابتة والنقالة:

إن من 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 الأعمال الالكترونية حيث يمكن القول أن الجزائر عموما متأخرة في مجال تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات الذي يختص في كل من الهواتف النقالة والثابتة رغم الجهود المبذولة<sup>1</sup>.

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 والجيل الرابع والألياف البصرية) في الجزائر عند نهاية الثلاثي

<sup>1</sup> بوردبالة سامية مرجع سابق ص55

## الفصل الثاني .....التجارة الإلكترونية في الجزائر

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 الثاني من عام 2022 مقابل 45,83 مليون مشتركا في الثلاثي الثاني من السنة الماضية، أي بزيادة بلغت نسبتها 3,98 بالمائة، وفقا لآخر تقرير لسلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية. أما معدل انتشار شبكة الهاتف المحمول، فقد بلغ 108,08 بالمائة خلال الثلاثي الثاني من 2022 مقابل 104,13 بالمائة خلال نفس الفترة من العام لماضي<sup>1</sup>.

### جدول 02: تطور الحظيرة الاجمالية للهاتف الثابت

الثلاثي الرابع 2021	الثلاثي الأول 2022	الثلاثي الثاني 2022	لثلاثي الثالث 2022	الثلاثي الرابع 2022
5 097 059	5 202 103	5 253 606	5 359 515	5 576 193
الحظيرة الاجمالية				
1	%2.06+	%0.99+	%2.02+	%4.06+
نسبة التطور				

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

سجلت حظيرة مشتركين الهاتف النقال; GSM الجيل الثالث; الجيل الرابع تطورا تبلغ نسبته 1.06% حيث انتقلت من 48.505 مليون مشترك في الثلاثي الثالث 2022 الى 49.019 مليون مشترك في الثلاثي الرابع 2022

### المبحث الثاني: المعاملات الإلكترونية في القانون الجزائري وسائل الدفع المعوقات.

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 الإلكترونية.

### المطلب الأول: المعاملات الإلكترونية في القانون الجزائري.

#### 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 إلكتروني أو صفحة إلكترونية على الإنترنت، مستضاف في الجزائر. "com.dz يجب أن يتوفر الموقع الإلكتروني للمورد الإلكتروني على وسائل تسمح بالتأكد من صحته.

<sup>1</sup> <https://news.radioalgerie.dz/ar/node>

ب. تنشر البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين عن طريق الاتصالات الإلكترونية وتكون في متناول المستهلك الإلكتروني حسب المادة 9.

ثانيا: المتطلبات المتعلقة بالمعاملات التجارية عن طريق الاتصال الإلكتروني

أ. يجب أن تكون كل معاملة تجارية إلكترونية مسبقة بعرض تجاري إلكتروني وأن توثق بموجب عقد إلكتروني يصادق عليه المستهلك الإلكتروني حسب المادة 10.

ب. يجب أن يقدم المورد الإلكتروني العرض التجاري بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، كما يتضمن على الأقل المعلومات الآتية:

- رقم التعريف الجبائي، والعناوين المادية، والإلكترونية، ورقم هاتف المورد الإلكتروني.
- رقم السجل التجاري أو رقم البطاقة المهنية للحرفي.
- طبيعة، وخصائص وأسعار السلع أو الخدمات المقترحة باحتساب كل الرسوم.
- حالة توفر السلعة أو الخدمة.
- كفاءات ومصاريف وأجال التسليم.
- الشروط العامة للبيع، لاسيما البنود المتعلقة بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي.
- شروط الضمان التجاري وخدمة ما بعد البيع.
- كفاءات وإجراءات الدفع.
- شروط فسخ العقد عند الاقتضاء.
- مدة صلاحية العرض، عند الاقتضاء مع شروط وأجال العدول.
- طريقة تأكيد الطلبية، وموعد التسليم وسعر المنتج.<sup>1</sup>

ثالثا: التزامات المستهلك الإلكتروني

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

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

رابعا: واجبات المورد الإلكتروني ومسؤولياته

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

ب. بمجرد إبرام العقد، يلزم المورد الإلكتروني بإرسال نسخة إلكترونية من العقد إلى المستهلك الإلكتروني المادة

19.



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

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

هـ. ينبغي للمورد الإلكتروني حسب المادة 26 الذي يقوم بجمع المعطيات ذات الطابع الشخصي ويشكل ملفات الزبائن، ألا يجمع إلا البيانات الضرورية لإبرام المعاملات التجارية.<sup>1</sup>

### 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 و بريد الجزائر.

#### الفرع الأول: تقنية الدفع الإلكتروني من الناحية القانونية

حسب المادة 27 من القانون 05-18 يتم الدفع في المعاملات التجارية الإلكترونية إما عن بعد أو عند تسليم المنتج، 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 البيئي وسرية البيانات وسلامتها وأمن تبادلها.<sup>2</sup>

#### الفرع الثاني: وسائل الدفع الإلكتروني

أولا: الموزعات الآلية للنقود ونهائيات الدفع الإلكتروني.

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

تقدم SATIM والبنوك للتجار حل الدفع عن قرب من خلال بطاقة CIB لقبول المعاملات المالية على محطات الدفع الإلكترونية (TPE) ، يتيح هذا الحل أمن المعاملات وأمن الأشخاص ضد السرقة، والنقود المزيفة من خلال استخدام رمز سري.<sup>3</sup>

الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية. -مرجع سابق ص 7،8<sup>1</sup>

الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ،مرجع سابق، ص 8.<sup>2</sup>

[satim@satim-dz.com](mailto:satim@satim-dz.com)<sup>3</sup>

الجدول 03: العدد الاجمالي لأجهزة الصرف الآلي البنكية العاملة

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

Source: <https://giemonetique.dz/ar/activite-retrait-sur-atm>

من خلال الجدول السابق يتضح لنا التطور الملحوظ الذي عرفه عدد اجهزه الصرف الالي البنكية في الجزائر وذلك على مستوى السنوات حيث ارتفع عددها من 1370 في سنة 2016 الى 3713 جهاز لغاية مارس 2023.

**ثانيا: عمليات الدفع عبر الانترنت ب SATIM**

توفر ساتيم حل الدفع عبر الإنترنت وهو طريقة آمنة وسهلة لإجراء المدفوعات واستلامها بأمان، فخدمة الدفع عبر الإنترنت التي تقدمها ساتيم هي في خدمتك لإعداد الدفع عن طريق بطاقة CIB على الإنترنت، وبالتالي السماح لعملائك القيام بالمعاملات دون تعقيدات وبأمان.<sup>1</sup>

**جدول 04: المعاملات في نظام الدفع الإلكتروني عبر الانترنت**

السنة	هاتف / اتصالا	نقل	تأمين	مصدر فاتورات	خدمة ادارية	خدمات	بيع السلع	رياضة وترفيه	العدد الاجمالي للمعاملات	المبلغ الإجمالي
2023										

مرجع سابق [satim@satim-dz.com](mailto:satim@satim-dz.com)<sup>1</sup>

## الفصل الثاني .....التجارة الالكترونية في الجزائر

جانفي 2023	22575	5	34	529	58091	2892	129017	983892	1897808059,28
فيفري- 23 <sup>1</sup>	21387	1197	44271	463	68025	2695	45877	758561	1773581931,22

source : <https://giemonetique.dz/ar/activite-retrait-sur-atm>

من خلال الجدول التالي يتضح لنا انخفاض طفيف في نشاط المعاملات والخدمات عبر الدفع عن طريق الانترنت ذلك على مستوى سنة 2023 حيث ارتفع عددها في جانفي 2023 بمبلغ اجمالي يقدر 1879 808 059;28 دج وانخفض في فيفري-23 بمبلغ اجمالي يقدر 1.737 581 931, 22.

### ثالثا: البطاقات البنكية المستعملة في التجارة الالكترونية الجزائرية

تطبيقا لأحكام المادة 111 لقانون المالية لسنة 2020، تعلم وزارة التجارة كافة التجار، أنهم ملزمون بوضع تحت تصرف المستهلك وسائل الدفع الإلكتروني قصد تمكينه من تسديد مبلغ مشترياته عبر حسابه البنكي أو البريدي الموطن قانونا على مستوى مؤسسة بريد الجزائر أو المؤسسات البنكية المعتمدة<sup>2</sup>.

يوجد في الجزائر العديد من البطاقات البنكية، تطرحها مختلف البنوك التجارية، منها 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<sup>3</sup>.

يضع بنك التنمية المحلية تحت تصرفكم نوعين من بطاقات CIB

- البطاقة الكلاسيكية cib: توفر هذه البطاقة لزيائنها خدمة الدفع والسحب بين البنوك، ويتم إصدارها وفق المعايير التي يحددها كل بنك السحب و الدفع 50000.00دينار جزائري في الأسبوع.
- البطاقة الذهبية cibgold: وهي بطاقة سحب ودفع كذلك، لديها مزايا ومواصفات أعلى من البطاقات الكلاسيكية، ويتم إصدارها وفق الشروط التي يحددها كل بنك السحب والدفع 100000.00دينار جزائري في الأسبوع.

ومن مزايا بطاقة CIB نذكر ما يلي<sup>4</sup>:

<sup>2</sup> -وزارة التجارة، حي زرهوني مختار المحمدية - (حي الموز سابقاً) – الجزائر المطلع عليه 29.08.2020

<sup>3</sup> - صحراوي عبد العزيز، فعالية استخدام وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة تحسين جودة الخدمات المصرفية في الجزائر، اطرحوه مقدمه لنيل شهادة الدكتوراة في علوم التسيير، جامعه محمد بوضياف بالمسيلة 2021-2022 ص 179

<sup>4</sup> - [www.bdl.dz](http://www.bdl.dz)

- 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 دون عناء التنقل.
- 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 الإنترنت داخل الجزائر أو استعمالها خارج الجزائر من خلال الصرافات الآلية وأهمها أجهزة الدفع الإلكتروني TPE.

**بطاقة VISA فيزا كارد:** هي بطاقة دولية تسمح بالقيام بعمليات الدفع عن طريق الانترنت أو عن طريق اليات الدفع الإلكتروني 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 ان يكون سقف الاستعمال 500أورو في الأسبوع.

بطاقة VISA GOLD: سقف الاستعمال 5000أورو 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.
- التأمين عن السفر ووجود تخفيضات في سعر الفندق وامتيازات أخرى...<sup>1</sup>

بطاقة ماستر كارد master card: بطاقة دولية تسمح بالقيام بعمليات التحويل والدفع، وسحب الأموال في الخارج، 24/24 ساعة و 7/7 ايام بكل أمان. والتي تعرض في شكلين (ماستر كارد تيتانيوم، ماستر كارد بلاتينيوم) على أن يكون سقف التخليص 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 1500أورو في الأسبوع<sup>2</sup>.

رابعا: تطبيق بريدي موب

هو تطبيق يمكن الزبائن الذين بحوزتهم البطاقة الذهبية من عده خدمات مصرفية ومالية إلكترونية، أهمها إجراء تحويل مالي من حساب بريدي CCP إلى آخر على ألا يتجاوز المبلغ المحول 5 ملايين سنتيم من خلال التطبيق فقط دون التنقل الى مكتب البريد لربح الوقت، من مميزات التطبيق:

<sup>2</sup> [www.bdl.dz](http://www.bdl.dz)

- كشف رصيد الحساب البريدي الجاري في الوقت الحقيقي.
- كشف ل اخر 10 معاملات للبطاقة الإلكترونية.
- تمكن الزبون من طلب الحضر او رفع الحظر على البطاقة الإلكترونية.
- تسديد فواتير الماء والكهرباء.
- تعبئه رصيد مكالمات الهاتف النقال من الحساب البريدي الجاري.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث: معيقات التجارة الإلكترونية في الجزائر

تواجه الجزائر كغيرها من الدول النامية العديد من العقبات والتحديات في سبيل استخدامها للتجارة الإلكترونية. ويمكن تلخيص أبرز هذه التحديات حسب التقسيمات التالية :

#### الفرع الأول: العوائق التكنولوجية

##### أولاً: نقص البنية التحتية للتجارة الإلكترونية

إن معدل انتشار الأنترنت في البلاد منخفض حيث يتمتع 42% فقط من السكان بإمكانية الوصول إلى الأنترنت، مما يحد من عدد العملاء الذين يمكنهم الوصول إلى المتاجر عبر الأنترنت والقيام بعمليات الشراء. علاوة على ذلك، فإن البنية التحتية الحالية ضعيفة التطور، كما تعاني العديد من المناطق الريفية من انعدام في الاتصال بالأنترنت في المعدات الضرورية الأخرى.

##### ثانياً: الافتقار إلى تدابير الأمن الإلكتروني

تفتقر البلاد حالياً إلى تدابير الأمن المناسبة للحماية من الهجمات الإلكترونية وانتهاكات البيانات. هذا يعرض الشركات والأفراد لخطر فقدان المعلومات الشخصية ويمكن أن يكون له عواقب وخيمة على الأمن القومي. هناك نقص في الوعي حول الأمن الإلكتروني بين عامة السكان. كثير من الناس في الجزائر ليسوا على دراية بالممارسات الأمنية الأساسية، مثل استخدام كلمات مرور قوية أو تجنب رسائل البريد الإلكتروني المشبوهة.

#### ثالثاً: محدودية التكنولوجيا

كثير من الناس في البلاد لا يمتلكون هواتف ذكية أو أجهزة كمبيوتر، مما قد يؤدي إلى صعوبة المشاركة في الأنشطة عبر الإنترنت. خاصة للأفراد الذين يعيشون في المناطق الريفية، حيث تكون فرص الحصول على التكنولوجيا محدودة في كثير من الأحيان.

##### الفرع الثاني: العوائق الاجتماعية والنفسية

##### أولاً: الاستثمار المحدود في التعليم

التعليم ضروري لتطوير المهارات والمعرفة اللازمة للنجاح في العالم الحديث، ويتمثل أحد التحديات الرئيسية، إلى نقص المعلمين المؤهلين ونقص الموارد المتاحة للطلاب. إضافة إلى، نقص في التركيز على التكنولوجيا في العديد من المدارس.

<sup>1</sup> <https://www.poste.dz/services/professional/baridimobweb>

### ثانيا: الافتقار إلى الثقة في المعاملات عبر الإنترنت

يفضل العديد من الجزائريين التفاعلات وجهًا لوجه عند إجراء الأعمال، وعدم وجود ثقافة كافية في هذا المجال في أوساط المجتمع.

### الفرع الثالث: العقبات التجارية

- الدعم الحكومي المحدود للتكنولوجيا لا يزال هناك نقص في التمويل والموارد المخصصة لهذه المبادرات، مما قد يجعل من الصعب جذب الاستثمار الأجنبي والمنافسة على نطاق عالمي.
- عدم الثقة في المعاملات عبر الإنترنت بين المستهلكين الجزائريين بسبب ارتفاع معدل الاحتيال والجرائم الإلكترونية في البلاد.
- نقص في الاستثمار في البحث والتطوير، مما يحد من فرص الابتكار داخل البلاد.
- يفضل العديد من الجزائريين التسوق في الأسواق التقليدية، هذا التفضيل يحد من الطلب على التجارة الإلكترونية ويجعل من الصعب على الشركات عبر الإنترنت اكتساب قوة جذب في السوق.

### الفرع الرابع: العقبات القانونية والتنظيمية

فرض الحكومة تعريفات وضرائب عالية على السلع المستوردة، مما يجعل من الصعب على الشركات التنافس مع تجار التجزئة المحليين. هذا يخلق ساحة لعب غير متكافئة ويثبط الاستثمار الأجنبي في قطاع التجارة الإلكترونية في البلاد.

### المبحث الثالث: جرائم الإلكترونية وسبل حمايتها في الجزائر.

ارتفعت الجرائم المتعلقة بالتجارة الإلكترونية في السنوات الأخيرة في الجزائر من المعاملات الاحتيالية عبر الإنترنت إلى الهجمات الإلكترونية، وقعت الشركات والمستهلكون على حد سواء ضحية لهذه الجرائم.

### المطلب الاول: جرائم التجارة الإلكترونية في الجزائر

#### أولاً: التعريف التشريعي للجريمة الإلكترونية

بالنسبة للمشرع الجزائري للجرائم 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 الإلكترونية وبهذا وفق المشرع في تعريفه بأن تكون النظم المعلوماتية والإعلام إما ان تكون وسيله أو موضوعا للجريمة أو وسيلة تدعم الجرائم التقليدية. مثالا عن ذلك في الجرائم الإلكترونية في الجزائر تسرب أسئلة البكالوريا سنة 2016، وقرصنة الجزائري حمزة بن دلاج حسابات بنكية عالمية حيث ألقى القبض عليه من طرف الفيدرالية الأمريكية<sup>1</sup>.

#### ثانيا: أنواع الجرائم الإلكترونية في القانون الجزائري

<sup>1</sup>- بن جدو فاطمة الزهراء، اليات مكافحه الجريمة الإلكترونية القانون الجزائري مذكوره لنيل شهادة الماستر في العلوم الإنسانية، الجامعة الإفريقية احمد دراية-ادرار- 2021- 2022ص23-24

بالنسبة للمشروع 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 الإلكترونية المرتكبة باستخدام النظام المعلوماتي

يتضمن هذا النوع من الجرائم استخدام نظام معلومات لارتكاب أنشطة غير قانونية مثل القرصنة وسرقة الهوية والتسلط عبر الإنترنت باستخدام الآلي الحاسب حيث تطرقنا إلى:

أ. جرائم الواقعة على حقوق الملكية الفكرية: للنظام المعلوماتي دور للاعتداء على حقوق الملكية الفكرية أي السطو على بنك المعلومات وتخزينها دون الأخذ بعين الاعتبار اذن صاحبها إضافة إلى الاعتداء على قيمتها المالية بكون أن للمعلومة قيمة أدبية يندرج ذلك ضمن الحقوق الفكرية براءات الاختراع<sup>1</sup>.

ب. جريمة الإلكترونية المتصلة بانتهاك الحياة الخاصة: هناك عدة أنواع من الجرائم الإلكترونية المتعلقة بانتهاك الحياة الخاصة تتمثل فيما يلي:

- سرقة الهوية التي تتضمن المعلومات الشخصية لشخص ما، مثل اسمه وعنوانه ورقم الضمان الإجتماعي
- المطاردة الإلكترونية التي تتضمن استخدام الإنترنت أو وسائل إلكترونية أخرى لمضايقة الفرد أو تهريبه أو تهديده.

- يمكن أن يشمل ذلك إرسال رسائل أو صور غير مرغوب فيها، أو تتبع نشاط شخص ما عبر الإنترنت<sup>2</sup>.

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

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

د. جرائم واقعة ضد أمن الدولة: تتمثل في جرائم الإرهاب وتظهر العلاقة بينها وبين الجريمة الإلكترونية من خلال تجنيد أعضاء جدد وضمهم إلى المنظمات باستخدام وسائل التواصل الإلكتروني. إضافة للتجسس على كل فرد أو تنظيم أو الدول وأجهزتها سواء كان تجسسا عسكريا، اقتصاديا، سياسيا مختزقة حدود الدولة بأقل تكاليف<sup>3</sup>.

### الفرع الثاني: الجرائم الواقعة على النظام المعلوماتي

<sup>1</sup> - بن شارف يوسف. الجريمة الإلكترونية في التشريع الجزائري مذكره مكمله لنيل شهادة الماستر أكاديمي. جامعه محمد بوضياف-المسيلة-الحقوق والعلوم السياسية. 2021-2022ص19

<sup>2</sup> - بن جدو فاطمه زهراء, مرجع سابق ص32

<sup>3</sup> - نايت الصغير حليلة، الجريمة الإلكترونية واجراءات مواجهتها التشريع الجزائري، الحقوق والعلوم السياسية، جامعه محمد بوضياف المسيلة، 2021-2022 ص18.

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

أ. جرائم الواقعة على المكونات المادية للنظام 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 أو محلاً للسرقة.<sup>1</sup>

ب. الجرائم الواقعة على المعلومات المدرجة بالنظام المعلوماتي: هذه هي الأكثر شيوعاً وضرراً لأنها تتم عن طريق الاحتيال لإدخال البيانات في أنظمة المعالجة الآلية للمعطيات أو إتلافها أو حذفها أو التلاعب بها، أو تخريب نظام تشغيل بداية ان الدخول الغير القانوني في نظام المعالجة الآلي جريمة في حد ذاتها.<sup>2</sup>

ج. الجرائم الواقعة على البرامج الإلكترونية: تقع هذه الجرائم إما على البرامج التطبيقية أو برامج التشغيل - البرامج التطبيقية: هنا يحدد الجاني موقع البرنامج ويتلاعب به من أجل الاستفادة منه مادياً. وهذا يغير البرنامج بهدف اختلاس الأموال، حتى وإن كان لا يأخذ سوى مبالغ صغيرة على مدى فترة زمنية طويلة لجني الفوائد، دون إثارة الشكوك. يمكن أن يتخذ التلاعب أشكالاً 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<sup>3</sup>

- برامج التشغيل: ترتكب الجريمة هنا من خلال تزويد البرنامج بمجموعة إضافية من التعليمات التي توفر الوصول إلى جميع البيانات المدرجة في نظام المعلومات.<sup>4</sup>

### المطلب الثاني: العقوبات وسبل مكافحة الجريمة

#### أولاً: العقوبات في القانون الجزائري

لمكافحة الجريمة، اعتمدت الجزائر حسب القانون 05-18 اعتماد لوائح تفرض عقوبات شديدة على الجرائم الإلكترونية وجاءت كما يلي:

أ. يعاقب بغرامة من 200000 دج إلى 1000000 دج كل من يعرض للبيع، أو يبيع عن طريق الاتصال الإلكتروني، المنتجات أو الخدمات المذكورة في المادة 03 من هذا القانون تتعلق بما يأتي :

- لعب القمار والرهان واليانصيب.
- المشروبات الكحولية والتبغ.
- المنتجات الصيدلانية.
- المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية.

<sup>1</sup> نمديلي رحيمة، خصوصية الجريمة الإلكترونية في القانون الجزائري والقوانين المقارنة، المؤتمر الدولي 14 طرابلس 24-25 مارس 2017 ص 103-

104

<sup>2</sup> نايت الصغير حليلة , مرجع سابق ص 20

<sup>3</sup> Le rapport du conseil du l'Europ 3mai2023

<sup>4</sup> احدى اصدارات المركز الديمقراطي العربي العدد الأول لسنة "2017" من مجلة العلوم السياسية والقانون سوربية ديشش - باحث دكتوراه - جامعة جيلالي ليايس سيدي بلعباس الجزائر



- كل سلعة أو خدمة تستوجب إعداد عقد رسمي.<sup>1</sup>
- ب. حسب المادة 38 يعاقب بغرامة من 500.000 دج إلى 2.000.000 دج كل من يخالف أحكام المادة 5 من هذا القانون يمكن القاضي أن يأمر بغلق الموقع الإلكتروني والشطب من السجل التجاري.
- 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 الإلكترونية من دون تسجيل مسبق في السجل التجاري يبقى تعليق هذا الموقع الإلكتروني ساري المفعول إلى غاية تسوية وضعيته.
- د. حسب المادة 43 عندما يرتكب المورد الإلكتروني 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 الإلكتروني المخالف خلال مدة لا تتجاوز سبعة أيام ابتداء من تاريخ تحرير المحضر، الأمر بالدفع عن طريق جميع الوسائل المناسبة مصحوبا بإشعار بالاستلام، إذا لم يتم دفع الغرامة أو لم يمتثل المخالف للأحكام التشريعية المعمول بها في أجل خمسة وأربعين يوما، يرسل المحضر إلى الجهة القضائية المختصة.<sup>2</sup>

### ثانيا: سبل مكافحة الجريمة

- توعية الأفراد بطبيعة الجريمة الإلكترونية وما تتطوي عليه من مخاطر.
- تسليط الضوء على سرية المعلومات المتعلقة بالعناوين الإلكترونية 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 الكمبيوتر الخاص بكم.
- التوعية والمعرفة العامة، ونقل المعارف عن هذه الجرائم وملاحمها عن طريق وسائل الإعلام، ونشر الوعي بأهميتها والتدابير المضادة لها.
- يجب بناء خطوط هواتف المواطنين حتى يتمكنوا من إبلاغ السلطات المختصة بهذه الجرائم عند اكتشافها.
- الاعتماد على أساليب وتقنيات متطورة وإستراتيجيات متقدمة للتحديد هوية المجرم والاستدلال عليه.

### المبحث الرابع: إنشاء متجر إلكتروني افتراضي

#### تمهيد:

تفرض الجزائر إجراءات تهدف على التركيز على جوانب مهمة كحساب تكلفة إنشاء متجر إلكتروني، وجودة السلع والخدمات وإرضاء العملاء، إلا أن الأهم أولا هو امتثالك لقانون التجارة الإلكترونية في الجزائر من

<sup>1</sup>الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، مرجع سابق ص 5  
<sup>2</sup>الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، مرجع سابق، ص 9-10

الجريدة الرسمية الذي يُنظم المجال، لكي تستطيع التوسع مُستقبلاً، في بناء علامتك التجارية عالمياً، وفي هذا الإطار التطبيقي تطرقنا إلى خطوات وشروط إنشاء متجر إلكتروني في الجزائر.

### المطلب الأول: اختيار السوق والعلامة.

لا بد لأي شخص يرغب في بدي نشاط اقتصادي أن يختار أولاً نوع النشاط الذي سيمارسه، ثم يبحث في متطلبات هذا النشاط.

#### أولاً: اختيار السوق

تحديد المنتجات والموردين تُعد الخطوة الأولى قبل إنشاء متجر إلكتروني عند إجراء أبحاث السوق الخاصة بك فهو يؤثر بشكل مباشر على نجاح المشروع من الأساس، فيجب اختيار المنتج الذي عليه أكثر مع تقديم ميزة مضافة تميز المتجر ثم نضع بعين الاعتبار التوسع العالمي، وتتحدد هذه الخطوات فيما يلي :

- تنظيم أفكارك وجدولتها في بيانات.
- حاول العثور على أشياء بتكاليف شحن منخفضة
- تقديم منتج ذو ميزة وعليه اهتمام وطلب.
- البحث في التعليقات لمعرفة ما لا يعجب الأشخاص في أحد المنتجات لصناعة منتج أفضل.

#### ثاني: اختيار العلامة.

يعد اسم المتجر أداة وصل بين متجرك والزبائن التي سيعرفك بها الجميع، ويشير إليك عن طريقه، من أهم الأفكار الواجب توفرها في اسم العلامة التجارية ما يلي:

- أن يكون ذو أهمية ومعنى قريب من هوية متجرك.
- يكون وبسيط ليسهل حفظه.
- يكون أصلياً قدر الإمكان.
- أن يكون بنطاق .com متاح.
- تجنب اختيار اسماً طويلاً جداً.
- ألا يتكون من مزيج من الكلمات والأرقام.
- ألا يشير إلى منتج معين.

### المطلب الثاني: الالتزام بقوانين الدولة.

للمعمل في التجارة الإلكترونية في الجزائر بعض الشروط الواجب الالتزام بها :

أ. القيد في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية الحرفية.

ملف استخراج سجل تجاري إذا كان شخص طبيعي أو معنوي

شخص طبيعي	شخص معنوي
-----------	-----------

<ul style="list-style-type: none"> <li>- طلب ممضي ومحرر على استمارات.</li> <li>- إثبات وجود محل لاستقبال النشاط التجاري (سند ملكية أو عقد إيجار).</li> <li>- نسخة (01) من القانون الأساسي للتأسيس الشركة أو من النص التأسيسي للشركة.</li> <li>- نسخة من إعلان نشر القانون الأساسي للشركة في النشرة الرسمية للإعلانات القانونية</li> <li>- وصل تسديد حقوق الطابع الضريبي المعمول به (4000دج).</li> <li>- وصل دفع حقوق القيد في السجل التجاري.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- طلب ممضي ومحرر على استمارات.</li> <li>- إثبات وجود محل لاستقبال النشاط التجاري (سند ملكية أو عقد إيجار).</li> <li>- وصل تسديد حقوق الطابع الضريبي المعمول به (4000دج).</li> <li>- وصل دفع حقوق القيد في السجل التجاري.</li> </ul>
---	--

ب. الحصول على اسم نطاق dz.com من مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني (CERIST) أو إرسال الطلب على الموقع الإلكتروني <http://www.cerist.dz> بعد الحصول عليه تتم إجراءات إيداعه المركز الوطني للسجل التجاري.

ملف إيداع اسم النطاق:

- استمارة إيداع اسم النطاق مملوءة وممضاة قانونيا من قبل ممثل المورد الإلكتروني.
- نسخة مطابقة للشهادة لتسجيل اسم النطاق.
- الالتزام باحترام الخصائص التقنية التي يحددها المركز الوطني للسجل التجاري ممضى قانونيا من قبل ممثل الهيئة.
- نسخة من بطاقة الحرفي إذا كان المورد حرفي.
- وصل دفع مصاريف تسجيل اسم النطاق في البطاقة الوطنية للموردين.
- ج. يجب أن يكون أحد أطراف العقد الإلكتروني متمتع بالجنسية الجزائرية أو مقيم إقامة شرعية في الجزائر أو شخص معنوي خاضع للقانون الجزائري.
- د. الحصول على بطاقة وطنية تحمل اسمك كتاجر مسجل في السجل التجاري.

#### المطلب الثالث: بناء المتجر.

عند محاولة بناء أي متجر الكتروني لا بد من الاستعانة بمطور ويب: يمكن للصاحب المتجر طلب تخصيص الموقع منه بحسب ما يريده، كما سيكون له تحكم كامل في تفاصيل بناء المتجر، والتكنولوجيا المستخدمة لبنائه. أما ثمن هذه المرونة والتحكم مكلفة.

## الفصل الثاني .....التجارة الالكترونية في الجزائر

اختيار منصة جاهزة لبناء المتجر: عليك اختيار منصة جاهزة وداعمة لبناء المتجر تتمتع باحترافية وخبرة عالية في هذا المجال على سبيل المثال Shopify يقدم لك متاجر للإيجار يجب عليك أن تصنعها بنفسك وتعتبر من أكثر المنصات شيوعا للشركات الناشئة.

**ثانيا: تصميم المتجر :** ينبغي أن يكون تصميم المتجر الإلكتروني جذاب وأنيق ويكون متجاوب مع الشاشات من مختلف الأحجام، يكون أيضا سهل التصفح. ولا بد من توفر مكونات أساسية تتمثل في:

أ. صفحات المنتجات والتي تتوفر على:

- اسم ووصف المنتج.
- صورة المنتج.
- السعر.

ب. صفحات فئات المنتجات: تقسيم المنتجات إلى فئات لتسهيل تصفحها والعثور عليها.

ج. صفحات المتجر الإلكتروني الرئيسية أبرزها:

- الصفحة الرئيسية.
- التواصل.
- الأسئلة الشائعة.
- سياسة الخصوصية.
- شروط الاستخدام.

**ثالثا: تحديد نظام الشحن والدفع:** تتوفر في الجزائر خدمة الشحن والتوصيل عن طريق شركات خاصة التي تقوم بتوصيل مختلف السلع والمنتجات الى جميع ربوع الوطن الأكثر شيوعا هي:

- YALIDINE

- WORLD EXPRESS

- NORD ET OUEST EXPRESS

أما الدفع يتم ب:

الدفع عند الاستلام التي توفرها شركات التوصيل التي ذكرناها سابقا.

الدفع بالحساب البريدي Ccp.

الدفع بتطبيق بريدي موب.

**رابعا: الإعلان والتسويق للمتجر.**

- أ. التسويق بالمحتوى: يُقصد به إنشاء محتوى لجلب الزيارات والعملاء هذا المحتوى لا يتحدث بالضرورة عن منتجاتك بشكل مباشر، بل قد يكون محتوى تعليميا يتعلق بها.

- ب. التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي: وسيلة ممتازة للترويج للمتجر والمنتج. يجب أن يكون حضور قوي.

### المطلب الرابع: خطوات فتح متجر إلكتروني افتراضي

عملية تأسيس متجر إلكتروني تتضمن مهام وخطوات لازمة لإنشاء متجر احترافي يتم فيه عرض المنتجات والخدمات وبيعها عبر الإنترنت.

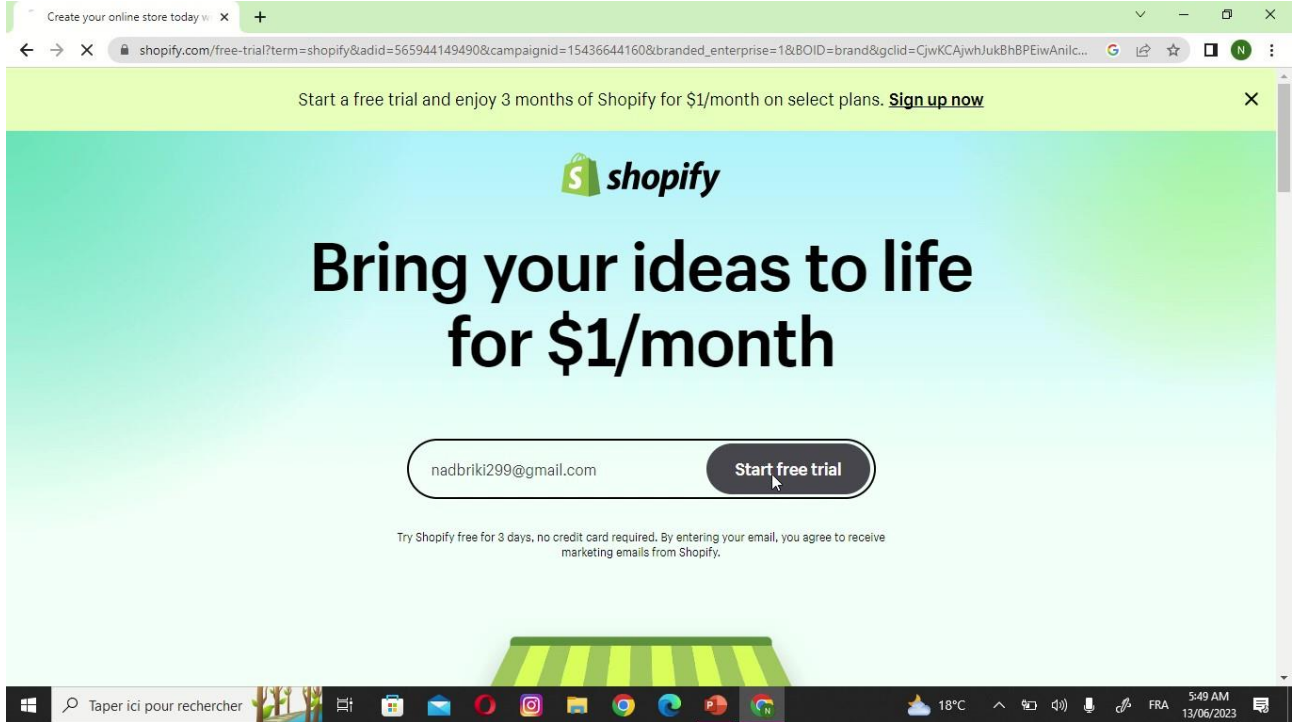
#### أولاً: اختيار المنصة

اختيار منصة التجارة الإلكترونية المناسبة تعني خطوة في غاية الأهمية، لها دور كبير لنجاح المتجر في عالم التجارة الإلكترونية، هناك العديد من المنصات كمنصة ووكومرس، اوبن كارت، بيج كوميرس وشوبيفاي، تختلف وفقاً لطريقة عملها وكيفية إنشاء متجر من خلالها.

#### أولاً: اختيار منصة شوبيفاي

قمنا بفتح متجر إلكتروني على منصة شوبيفاي التي تعتبر من أشهر المنصات و هذا راجع لسهولة استخدامها خاصة للناس المبتدئة في تقليل الحواجز التقنية وتبسيط إدارة المتجر، تصميم متجر إلكتروني احترافي ، كما تسمح بتجربة المنصة لمدة 14 يوم قبل التفكير بالكرء شهريا.

- أ. لتجربة المتجر مجاناً ننقر على الرابط [www.shopify.com](http://www.shopify.com) تظهر لنا واجهة المنصة على الشكل الآتي :



- ب. نقوم بإدخال البريد الإلكتروني ثم ننقر على start free trial.
- ج. تظهر لنا 3 أسئلة تتمثل في :

سؤال 1: دعونا نبدأ. أي من هؤلاء يصفك بشكل أفضل؟  
إخترننا I'm just starting (بدأت الان) ثم نضغط على next.

Create a store — Shopify

accounts.shopify.com/store-create?language=en&locale=en&signup\_page=https%3A%2F%2Fwww.shopify.com%2Ffree-trial&signup\_types%5B%5D=paid\_tr...

Let's get started. Which of these best describes you?  
We'll help you get set up based on your business needs.

I'm just starting

I'm already selling online or in person

Skip All Skip Next

سؤال 2: أين تريد البيع؟  
إخترننا An online store (متجر عبر الأنترنت) ثم نضغط على Next.

Create a store — Shopify

accounts.shopify.com/store-create?language=en&locale=en&signup\_page=https%3A%2F%2Fwww.shopify.com%2Ffree-trial&signup\_types%5B%5D=paid\_tr...

Where would you like to sell?  
Pick as many as you like – you can always change these later. We'll make sure you're set up to sell in these places.

An online store  
Create a fully customizable website

In person  
Sell at retail stores, pop-ups, or other physical locations

An existing website or blog  
Add a Buy Button to your website

Social media  
Reach customers through Facebook, Instagram, TikTok, and more

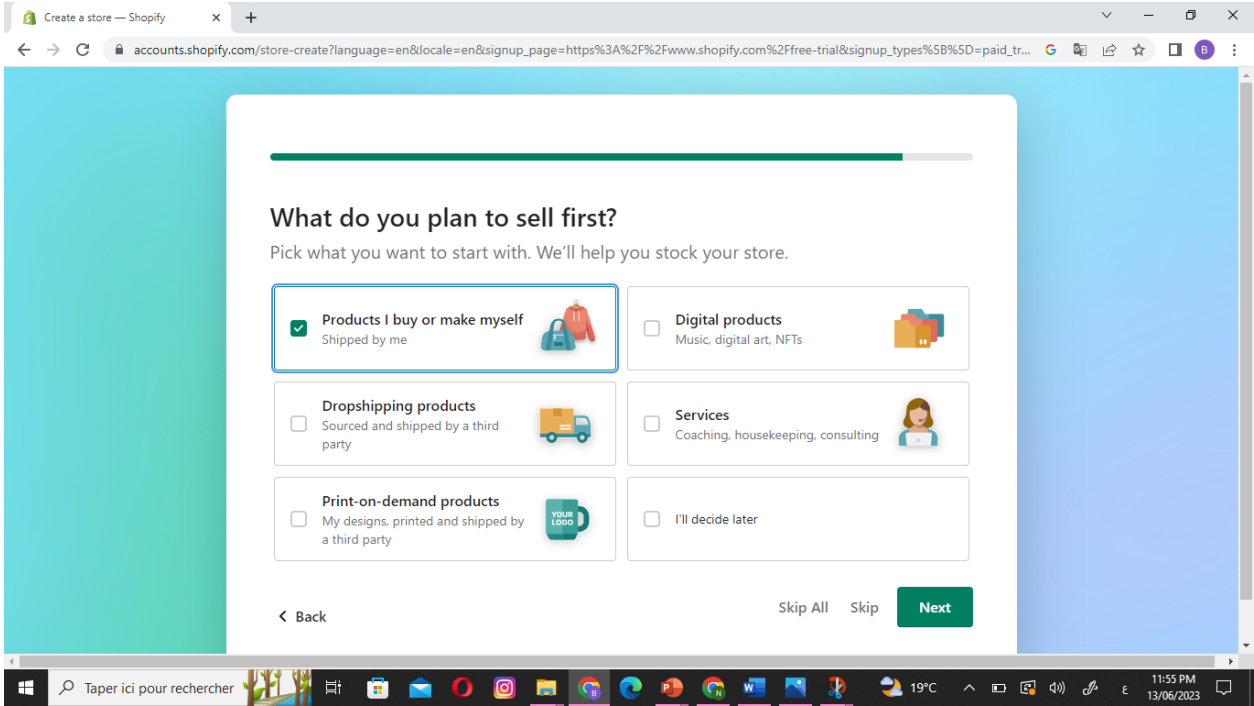
Online marketplaces  
List products on Google, Amazon, and more

I'm not sure

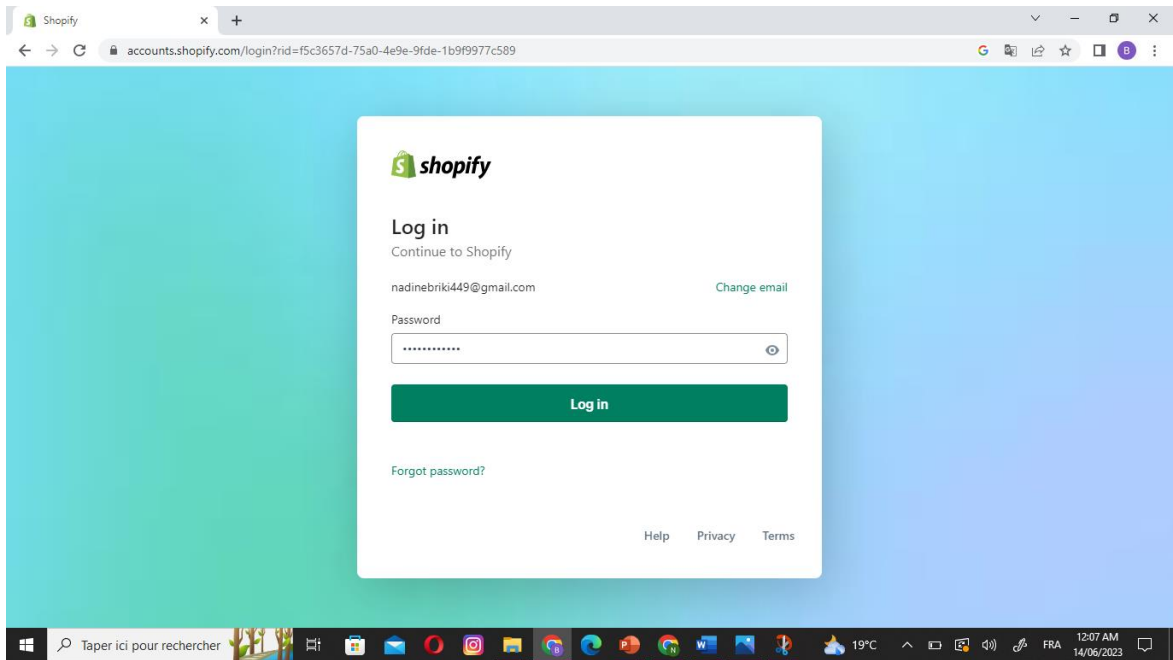
Back Skip All Skip Next

سؤال 3: ماذا تخطط للبيع أولاً؟

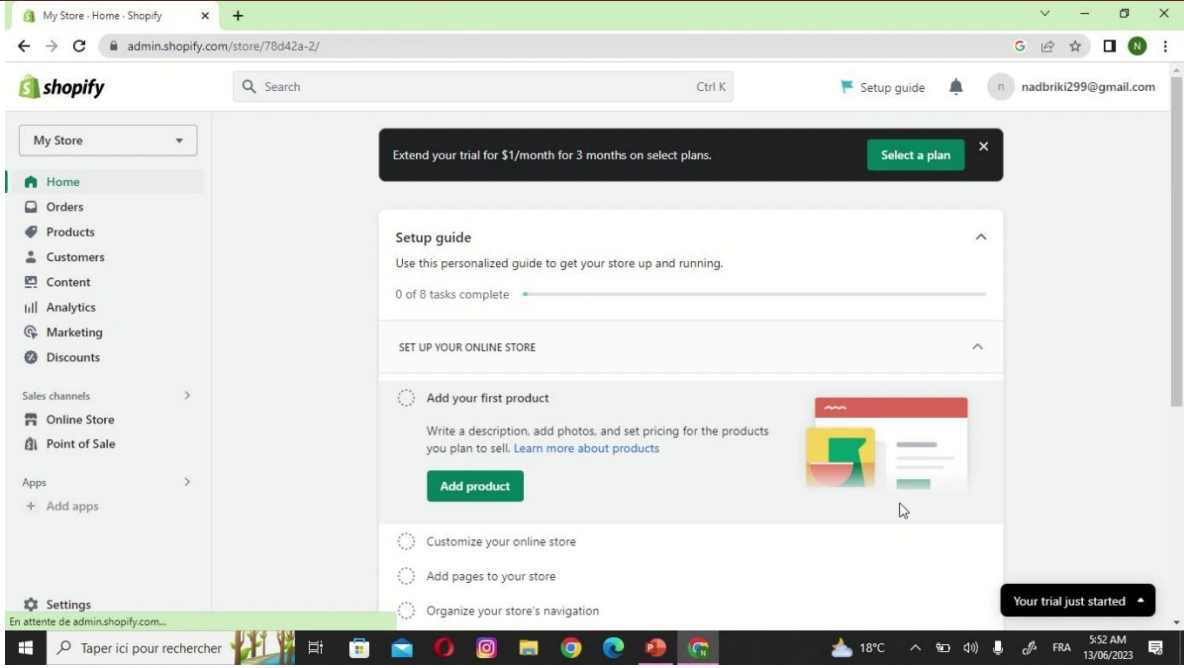
إختارنا products I buy or make myself (منتجات اشترتها أو أصنعها بنفسي) ثم نضغط على Next .



- د. نسل بالايمايل الأول وكلمة المرور الخاصة ونضغط على log in .



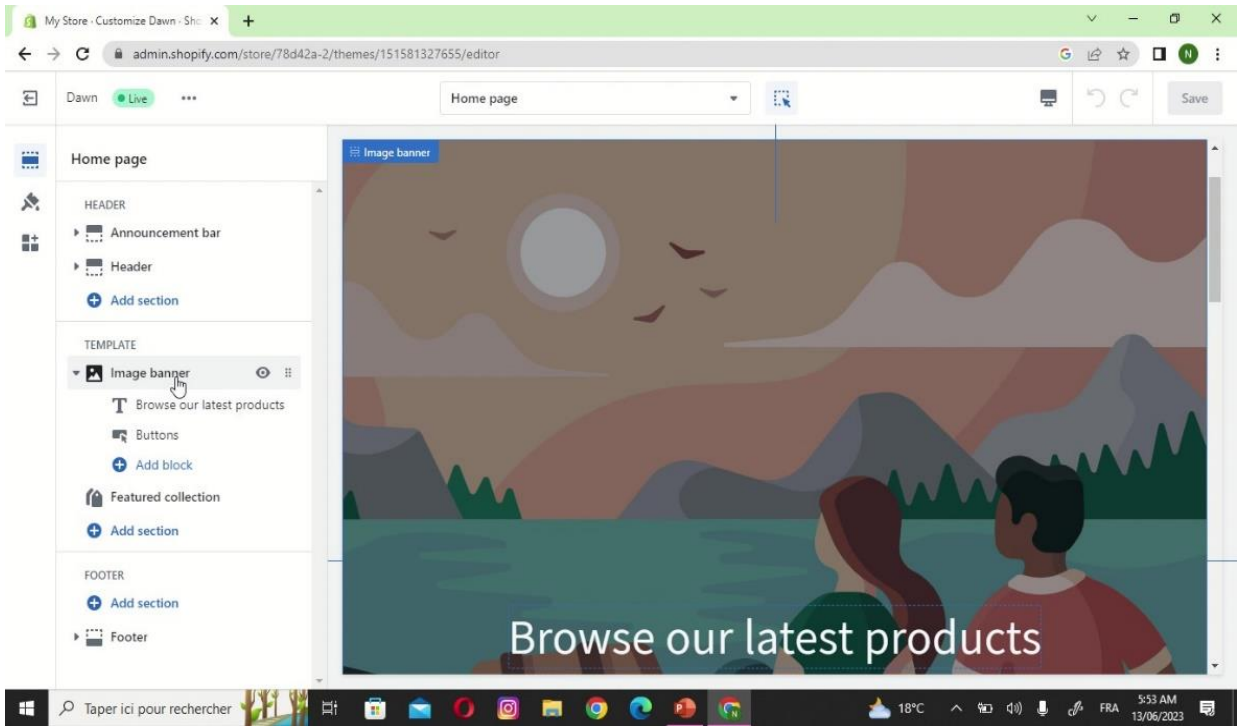
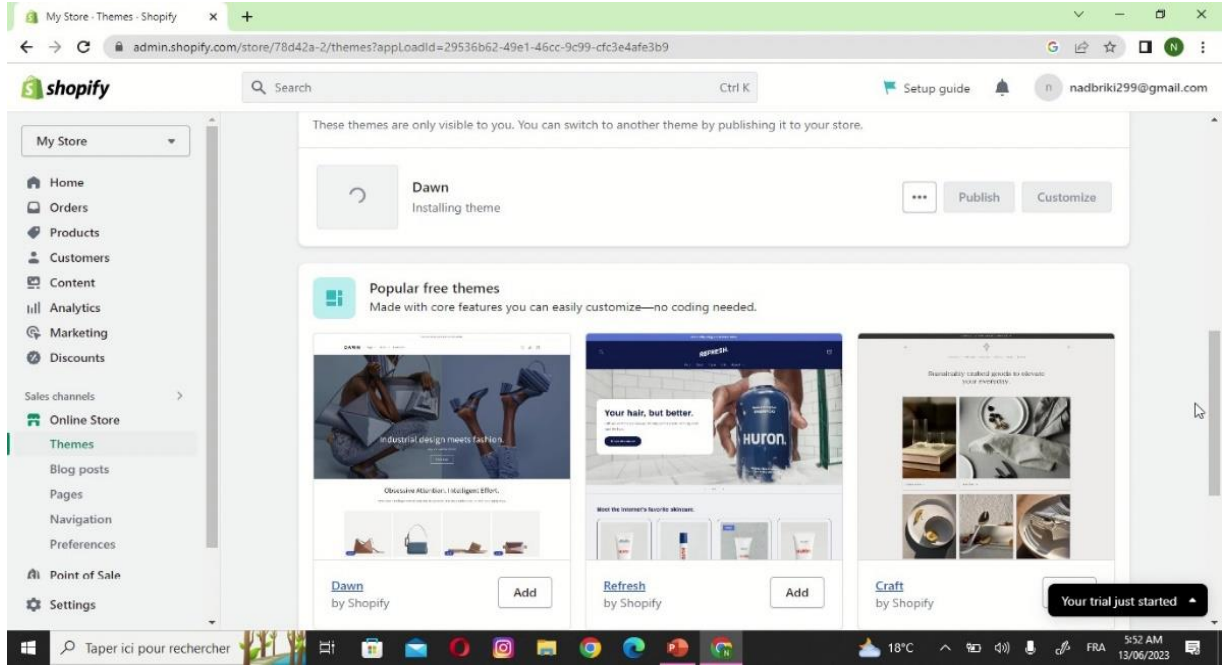
ثم تظهر لنا واجهة المتجر كالاتي:



## ثانيا: تصميم المتجر

- أ. نضغط على online store ثم ننقر على .thems.
- ب. تظهر لنا مجموعة من القوالب مجانية ومدفوعة اخترنا قالب Dawn مجاني نقوم بتفعيله.

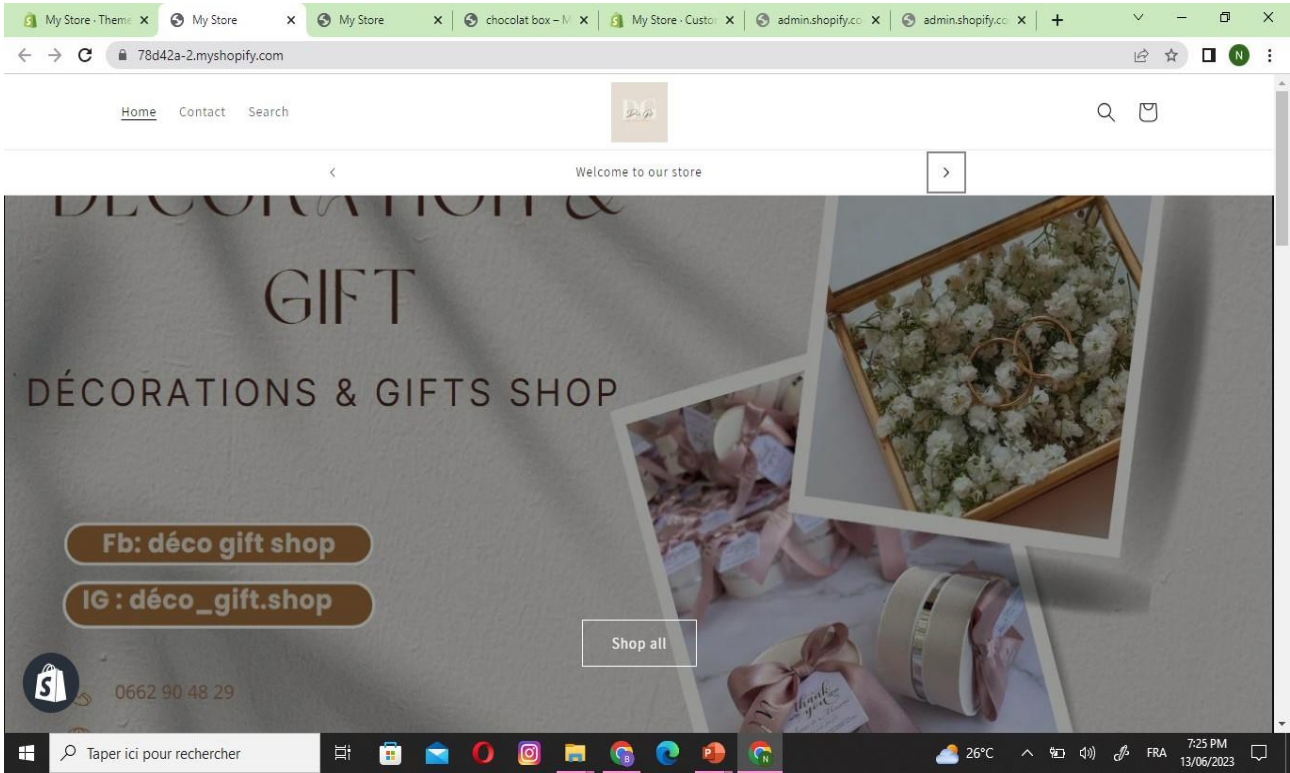




- د. تصميم الصفحة الرئيسية للمتجر تتكون من:  
خلفية المتجر.

العلامة التجارية في أعلى الصفحة.

المعلومات الخاصة بالمتجر (اسم المتجر، صفحة الأنستغرام والفايسبوك، رقم الهاتف)



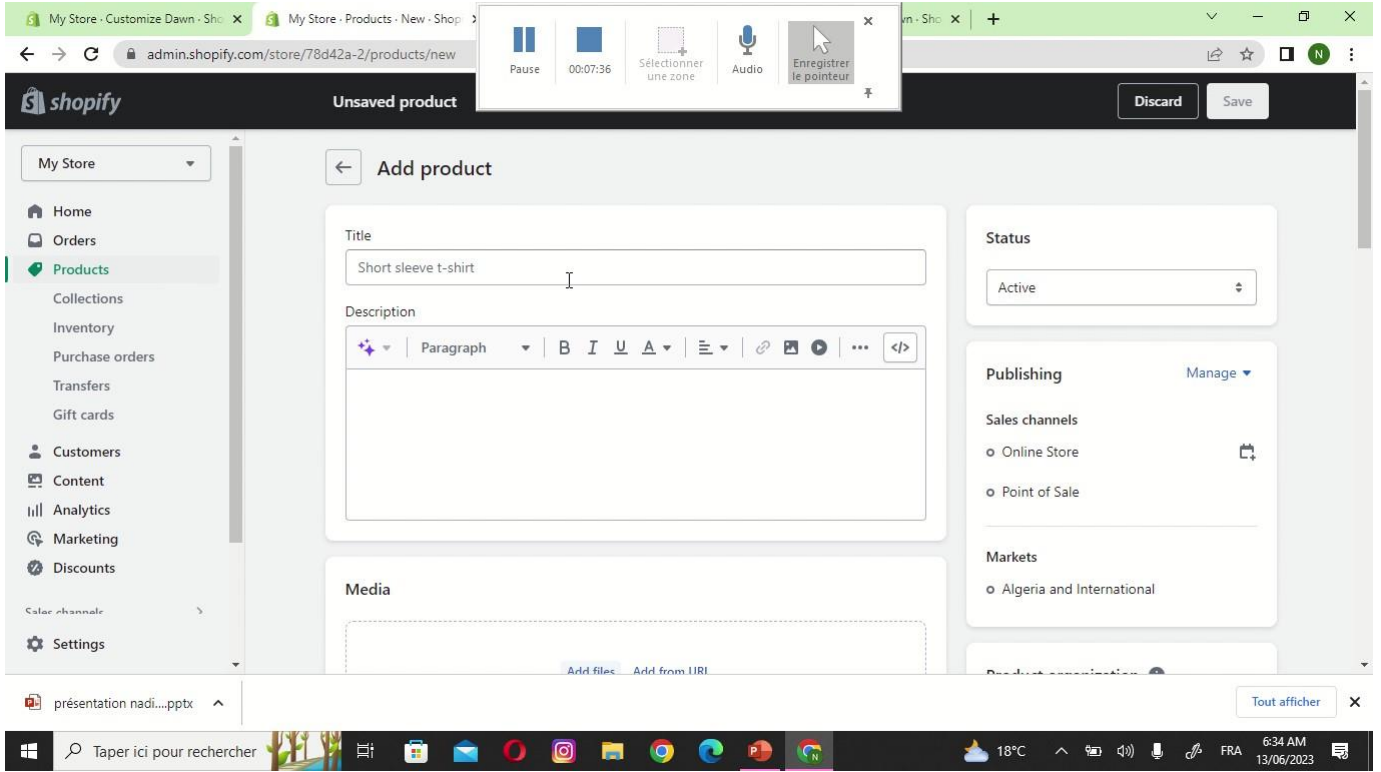
### ثالثا: عرض المنتجات

منتجاتنا هي عبارة عن توزيعات للحفلات أو مختلف المناسبات تتمثل في علب حلويات بأنواعها وديكورات متنوعة بمختلف التصاميم.

تقوم طريقة عرض المنتجات في شوبيفاي كالتالي:

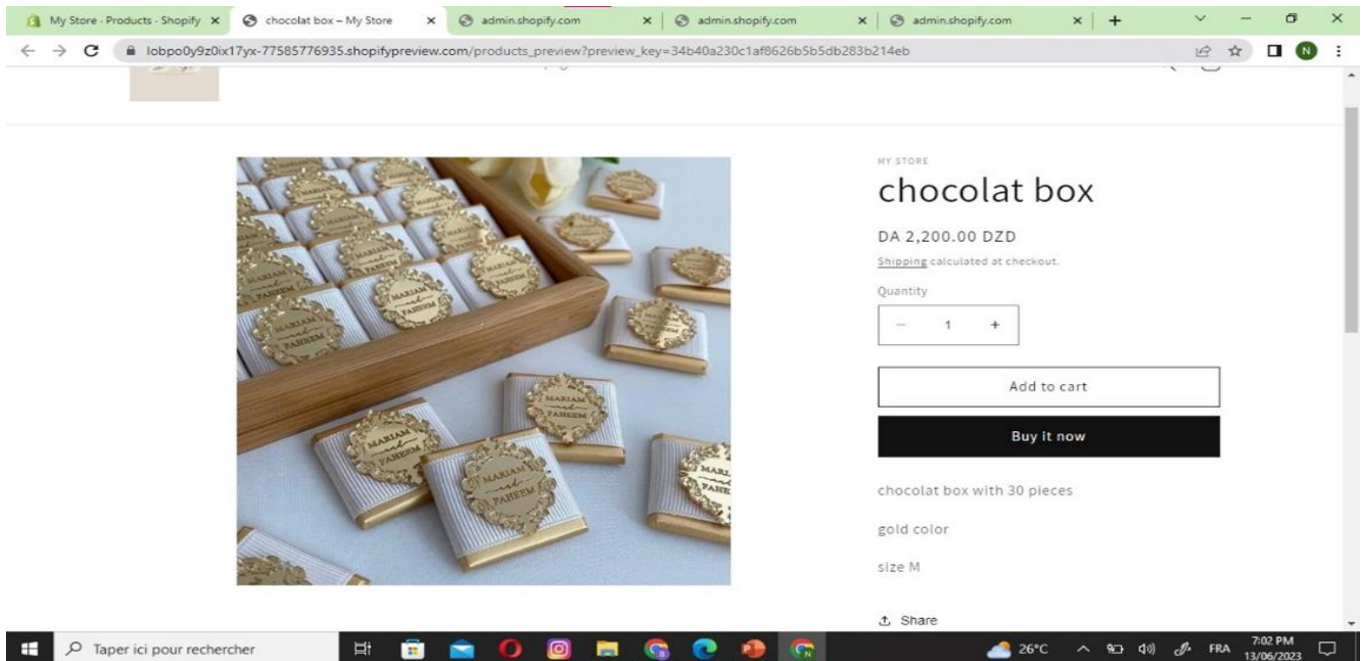
## الفصل الثاني ..... التجارة الالكترونية في الجزائر

ننقر على Products ثم نعرض معلومات المنتج (إسم المنتج، وصف المنتج، صورة المنتج، الحجم والسعر والكمية المتوفرة).



The screenshot shows the Shopify admin interface for adding a new product. The title is 'Short sleeve t-shirt'. The description field is empty. The status is set to 'Active'. The publishing options are 'Online Store' and 'Point of Sale'. The markets are 'Algeria and International'. The interface includes a sidebar with navigation options like Home, Orders, Products, Collections, Inventory, Purchase orders, Transfers, Gift cards, Customers, Content, Analytics, Marketing, and Discounts. The top navigation bar shows 'Unsaved product' and 'Discard' and 'Save' buttons.

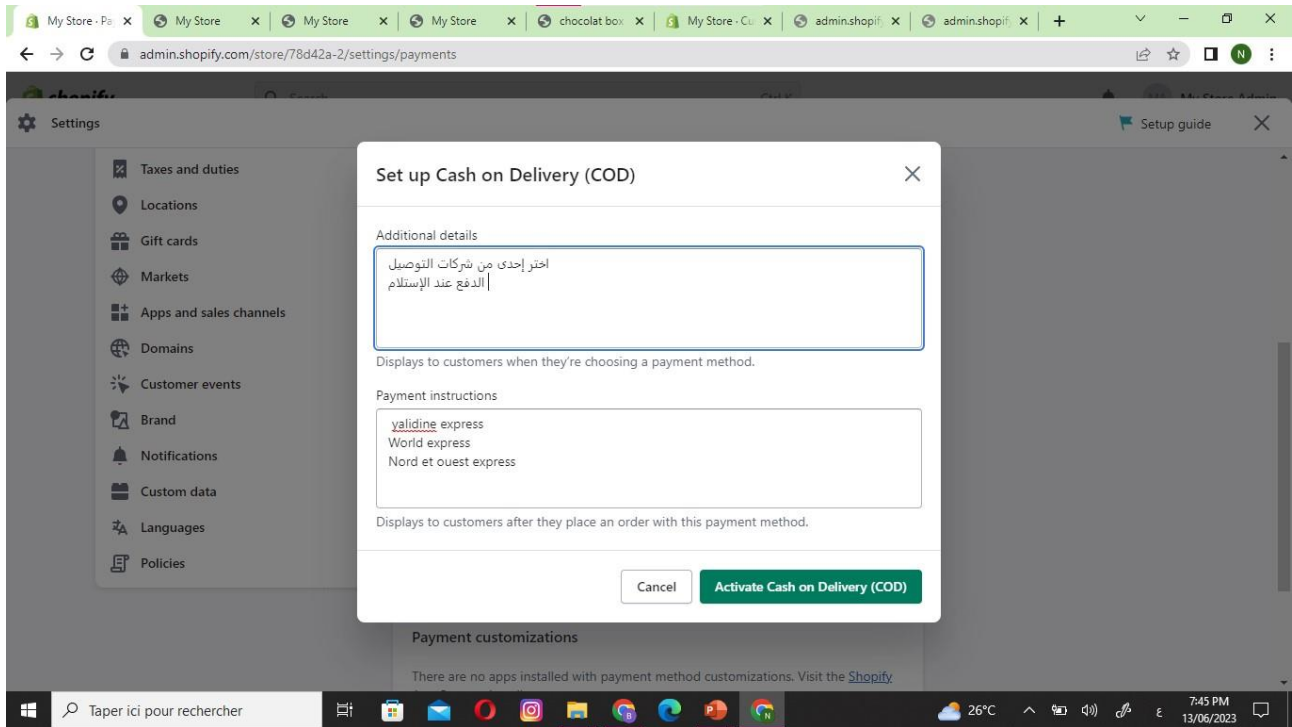
ويظهر المنتج كالتالي :



The screenshot shows a product preview page for a 'chocolat box'. The price is DA 2,200.00 DZD. The quantity is set to 1. The product is described as 'chocolat box with 30 pieces' and 'gold color'. The page includes a 'Share' button and a 'Buy it now' button. The product image shows a wooden box filled with gold-colored chocolates.

### رابعاً: وسائل الدفع وطرق الشحن

- تتميز منصة شوبيفاي بتوفير طرق دفع متعددة والتي تتمثل في البطاقات البنكية ك ماستر كارد و كارت فيزا كما توفر الدفع عند الاستلام أما بالنسبة في الجزائر لا تتوفر خدمة البطاقات البنكية، لذا اخترنا في متجرنا خدمة الدفع عند الإستلام بالاعتماد على شركات التوصيل validine , world express
- أ نذهب الى الإعدادات settings نضغط على payments.
  - ب. نعمل طريقة الدفع من manual payment methods نتظهر لنا مجموعة من الإختيارات، نختار cash on delivery (الدفع عند الاستلام)



- ج. الشحن يختلف السعر على حسب الشركات التوصيل إختارنا شركة world express تتمثل أسعارها :



## Tarif Bordj Bou Arreridj

Code Wilaya	Wilaya	Tarif Stop Desk Classique	Tarif Stop Desk E-COMMERCE	Tarif Classique	Tarif E-COMMERCE	Tarif Retour	Délais De Livraison
34	Bordj Bou Arreridj	400,00	400,00	500,00	500,00	150,00	24 - 48 H
4	Oum El Bouaghi	450,00	400,00	850,00	700,00	150,00	24 - 48 H
5	Batna	450,00	400,00	850,00	700,00	150,00	24 - 48 H
6	Béjaia	450,00	400,00	850,00	700,00	150,00	24 - 48 H
9	Blida	450,00	400,00	850,00	700,00	150,00	24 - 48 H
10	Bouira	450,00	400,00	850,00	700,00	150,00	24 - 48 H
16	Alger	450,00	400,00	850,00	700,00	150,00	24 - 48 H
18	Jijel	450,00	400,00	850,00	700,00	150,00	24 - 48 H
21	Skikda	450,00	400,00	850,00	700,00	150,00	24 - 48 H
25	Constantine	450,00	400,00	850,00	700,00	150,00	24 - 48 H
31	Oran	450,00	400,00	850,00	700,00	150,00	24 - 48 H
19	Sétif	450,00	400,00	850,00	700,00	150,00	24 - 48 H
35	Boumerdès	450,00	400,00	850,00	700,00	150,00	24 - 48 H
42	Tipaza	450,00	400,00	850,00	700,00	150,00	24 - 48 H
43	Mila	450,00	400,00	850,00	700,00	150,00	24 - 48 H
2	Chlef	500,00	450,00	850,00	750,00	150,00	24 - 48 H
13	Tlemcen	500,00	450,00	850,00	750,00	150,00	24 - 48 H
14	Tiaret	500,00	450,00	850,00	750,00	150,00	24 - 48 H
15	Tizi Ouzou	500,00	450,00	850,00	750,00	150,00	24 - 48 H
22	Sidi Bel Abbès	500,00	450,00	850,00	750,00	150,00	24 - 48 H
23	Annaba	500,00	450,00	850,00	750,00	150,00	24 - 48 H
26	Médéa	500,00	450,00	850,00	750,00	150,00	24 - 48 H
27	Mostaganem	500,00	450,00	850,00	750,00	150,00	24 - 48 H
28	M'Sila	500,00	450,00	850,00	750,00	150,00	24 - 48 H
38	Tissemsilt	500,00	450,00	850,00	750,00	150,00	24 - 48 H
44	Aïn Defla	500,00	450,00	850,00	750,00	150,00	24 - 48 H
48	Relizane	500,00	450,00	850,00	750,00	150,00	24 - 48 H
12	Tébessa	550,00	500,00	900,00	800,00	150,00	24 - 48 H
17	Djelfa	550,00	500,00	900,00	800,00	150,00	24 - 48 H
20	Saïda	550,00	500,00	900,00	800,00	150,00	24 - 48 H
24	Guelma	550,00	500,00	900,00	800,00	150,00	24 - 48 H
29	Mascara	550,00	500,00	900,00	800,00	150,00	24 - 48 H
40	Khenchela	550,00	500,00	900,00	800,00	150,00	24 - 48 H
41	Souk Ahras	550,00	500,00	900,00	800,00	150,00	24 - 48 H
46	Aïn Témouchent	550,00	500,00	900,00	800,00	150,00	24 - 48 H
7	Biskra	600,00	550,00	950,00	850,00	200,00	24 - 48 H
36	El Tarf	600,00	550,00	950,00	850,00	200,00	24 - 48 H
3	Laghouat	600,00	550,00	1 000,00	900,00	200,00	24 - 48 H
51	Ouled Djellal	-	-	1 000,00	900,00	200,00	24 - 72 H
30	Ouargla	800,00	700,00	1 100,00	1 000,00	200,00	24 - 72 H
32	El Bayadh	800,00	700,00	1 100,00	1 000,00	200,00	24 - 72 H
39	El Oued	800,00	700,00	1 100,00	1 000,00	200,00	24 - 72 H
45	Naâma	800,00	700,00	1 100,00	1 000,00	200,00	24 - 72 H
47	Ghardaïa	800,00	700,00	1 100,00	1 000,00	200,00	24 - 72 H
57	El M'Ghair	-	-	1 100,00	1 000,00	200,00	24 - 72 H
55	Touggourt	-	-	1 300,00	1 100,00	200,00	24 - 72 H
58	El Meniaa **	-	-	1 300,00	1 100,00	300,00	24 - 72 H
1	Adrar **	1 100,00	900,00	1 400,00	1 200,00	300,00	48 - 96 H
8	Béchar **	1 100,00	900,00	1 400,00	1 200,00	300,00	48 - 96 H
49	Timimoun **	-	-	1 400,00	1 200,00	300,00	48 - 96 H
52	Beni Abbes **	-	-	1 400,00	1 200,00	300,00	48 - 96 H
53	In Salah **	-	-	1 600,00	1 400,00	300,00	48 - 96 H
11	Tamanrasset **	1 300,00	1 100,00	1 800,00	1 600,00	300,00	48 - 96 H
54	In Guezzam **	-	-	2 000,00	1 800,00	400,00	48 - 96 H
33	Illizi	ND	ND	ND	ND	ND	ND
37	Tindouf	ND	ND	ND	ND	ND	ND
50	Bordj Badji Mokhtar	ND	ND	ND	ND	ND	ND

ومن هنا وضعنا أهم الخطوات لإنشاء متجر إلكتروني.

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 للزرع 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 التنقيف 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.

# الختام

تطور التبادل التجاري عبر العالم، واستحدثت له طرق عدة قصد تسهيل العمليات المتعلقة به، ومن بين هذه الطرق "التجارة الإلكترونية"، التي تسمح بالرفع من وتيرة التبادل التجاري بصفة سريعة وأكثر فعالية مقارنة مع نظيرتها التقليدية، الأمر الذي يتطلب وجوداً مادياً للتاجر أو الزبون. على سبيل المثال معاينة البضاعة عن بعد والتعاقد عليها عبر الإنترنت، وكذا تسديد ثمنها عن طريق الدفع الإلكتروني إن هذا المجال خلق فرص شغل جديدة ذات فوائد مادية كبيرة.

فلقد ساهم انتشار شبكة الأنترنت عبر العالم في تطور التجارة الإلكترونية فخرجت بذلك من إطارها المحلي إلى الدولي وتوسع ممارساتها في كل القطاعات والتي بفضلها صار بإمكانها تسويق منتجاتها وإبرام صفقات عبر العالم.

من هذا الباب جاء التركيز على دراسة ظاهرة التجارة الإلكترونية، مع الاهتمام الخاص بوضع الجزائر وتبيين موقعها وموضعها في عالم التجارة الإلكترونية.

### ✚ نتائج إختبار الفرضيات

- تم إثبات صحة الفرضية الأولى تشهد الجزائر تقدم ملحوظ في مجال تكنولوجيات الإعلام والاتصال مقارنة بالسنوات السابقة لكن رغم هذا إلا أن الجزائر، لم تصل إلى المستوى المطلوب.

- تم إثبات صحة الفرضية الثانية أن البنية التحتية ليست بالشكل الذي سيزيد من تسارع وتيرة حجم المعاملات الإلكترونية كما لازالت وسائل الدفع الإلكترونية في بداية استعمالها

- تم إثبات صحة الفرضية الثالثة أن المشرع الجزائري سعى في حرصه على سن الأدوات التشريعية الكفيلة بتفعيل التجارة الإلكترونية وتجديده للنصوص القانونية.

✚ **نتائج الدراسة:** من خلال ما تم عرضه في الدراسة من محاولتنا للإجابة على الإشكالية خلصنا إلى النتائج التالية منها نتائج تختبر صحة فرضياتنا:

- الجزائر ارتفاع في استعمال الهاتف المحمول لكن هذا التطور لم يصاحبه في ارتفاع نسبة استخدام الأنترنت لأغراض تجارية والتي هي أساس التجارة الإلكترونية.

- وجود القانون 18-05 الخاص بالتجارة الإلكترونية الصادر في 10 ماي 201 يعتبر دافع أكثر لهذا المجال الذي سيأطر العديد من الإجراءات التي تسمح بضمان وأمن التجارة الإلكترونية إضافة إلى تحديد التزامات لكل من الموردين والمستهلكين.

- تملك الجزائر البنية التحتية اللازمة من أجل تبني التجارة الإلكترونية ولكن ليس بالشكل الذي سيزيد من تسارع وتيرة حجم المعاملات الإلكترونية.

- لازالت وسائل الدفع الإلكترونية في بداية استعمالها والتي تمثل نسبة ضئيلة مقارنة بوسائل دفع تقليدية حيث لا يزال المستهلك الجزائري يفضل التنقل من أجل إجراء عملية الشراء والبيع.

✚ **التوصيات:** هناك بعض الاقتراحات التي يمكن أن نقدمها في مجال التعاملات التجارية الإلكترونية في الجزائر:



- تبني نظم وشبكات حديثة في قطاع الاتصالات السلكية ولا سلكية تكون في غاية السرعة والكفاءة.
- تشجيع المتعاملين الاقتصاديين على استعمال التجارة الإلكترونية عن طريق تقديم تسهيلات جبائية ومنح إعفاءات ضريبية.
- التشجيع العلمي والمعرفي للمستهلك الجزائري من خلال تقديم دورات وبرامج تعليمية حول التجارة الإلكترونية وتعزيز الثقة في تعاملات الدفع الإلكتروني.
- فتح تخصصات في مجال التجارة الإلكترونية والتكنولوجيات الحديثة تشجعا للشباب الطموح في هذا المجال.
- التعديد في وسائل الدفع الإلكتروني من خلال إنشاء بطاقات ائتمانية خاصة بعمليات الدفع عبر الأنترنت.

# قائمة المراجع

## المراجع باللغة العربية

## أولاً: الرسائل الجامعية

1. أمينة عمر، "التجارة الإلكترونية - Electronic Commerce"، الموسوعة السياسية، 2021-07-09.
2. بن جدو فاطمة الزهراء، اليات مكافحه الجريمة الإلكترونية القانون الجزائري مذكره لنيل شهادة الماستر في العلوم الإنسانية، الجامعة الإفريقية احمد دراية-ادرار- 2021-2022.
3. بن شارف يوسف. الجريمة الإلكترونية في التشريع الجزائري مذكره مكمله لنيل شهادة الماستر أكاديمي. جامعه محمد بوضياف-المسيلة-الحقوق والعلوم السياسية. 2021-2022.
4. بوالفول هارون، التجارة الإلكترونية وضرورة اعتمادها في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2008-2009.
5. تغريد يحيى ابو سليم، التحول نحو الحكومة الإلكترونية في الدول العربية دراسة تحليلية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، الجزائر 2005.
6. نايت الصغير حليلة، الجريمة الإلكترونية واجراءات مواجهتها التشريع الجزائري، الحقوق والعلوم السياسية، جامعه محمد بوضياف المسيلة، 2021-2022.

## ثانياً: المجلات والملتقيات العلمية

1. ابراهيم العيسوي، التجارة الإلكترونية، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، مصر، 2002.
2. احدى اصدارات المركز الديمقراطي العربي العدد الأول لسنة "2017" من مجلة العلوم السياسية
3. حداد سفيان ، التجارة الإلكترونية في الجزائر، مجلة معالم للدراسات الإعلامية و الاتصالاتية ، جامعة الجزائر 3 العدد الثاني/ جوان 2020.
4. خالد ممدوح إبراهيم لوجستيات التجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي الاسكندرية، مصر، 2009
5. د. كمال رزيق، مسدورة فارس، التجارة الإلكترونية وضرورة اعتمادها في الجزائر في الألفية الثالثة، جامعة البليلة، الجمعية العلمية نادي الدراسات الاقتصادية، الجزائر.
6. عبد الهادي مسعود، لخضر لعروس تقييم واقع التجارة الإلكترونية واستعمالات البطاقات الإلكترونية بالجزائر مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي -جامعة المسيلة-العدد 02 -سبتمبر 2017 .
7. محمد مداحي ، التجارة الإلكترونية منافعها و معوقاتهما و متطلبات نجاحها ، الملتقى العلمي الدولي حول: عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر عرض تجارب دولية ، المركز الجامعي بخميس مليانة ، الجزائر ، يومي 03 و 01 أبريل ، 2011.
8. نمديلي رحيمة، خصوصية الجريمة الإلكترونية في القانون الجزائري والقوانين المقارنة، المؤتمر الدولي 14 طرابلس 24-25 مارس 2017.
9. والقانون سوريّة ديش، باحث دكتوراه، جامعة جيلالي ليايس سيدي بلعباس الجزائر.

## ثالثاً: التشريعات القانونية

1. العدد 16، 28، القانون 05-18 المؤرخ ماي 2018 . الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية

## المراجع باللغة الأجنبية

1. Le rapport du conseil du l'Europ 3mai2023.

2. Taher, G. (2021). E-Commerce: Advantages and Limitations. International Journal of Academic Research in Accounting Finance and Management Sciences .
3. What are the different types of e-commerce payment systems .2021/06/21
4. www.aplustopper.com Advantages and Disadvantages of E-Commerce | What are E-Commerce Advantages and Disadvantages? March 30, 2023 by [Prasanna](#).

#### المواقع الإلكترونية

1. [www.lloydsbanktrade.com/en/market-potential/algeria/ecommerce](http://www.lloydsbanktrade.com/en/market-potential/algeria/ecommerce).
2. <http://www.algeriatelecom.dz/AR?p=chiffres>.
3. [www.jumia.dz](http://www.jumia.dz).
4. [commercemates.com](http://commercemates.com).
5. [pay.amazon.com](http://pay.amazon.com).
6. <https://www.the-future-of-commerce.com/2020/01/19/what-is-e-commerce-definition-examples/> BY Jenn Vande Zande .
7. <https://www.bigcommerce.com/articles/ecommerce/types-of-business-models/>
8. International Research Journal of Management Science & Technology.
9. <http://www.irjmst.com> TRADITIONAL COMMERCE VS. E-COMMERCE By Gagandeep Kaur (Research Scholar).
10. [www.org.oecd/](http://www.org.oecd/) publication.
11. [www.wto.org/commerce-e/fr/](http://www.wto.org/commerce-e/fr/).
12. <https://political-encyclopedia.org/dictionary>.
13. <https://news.radioalgerie.dz/ar/node>.
14. [satim@satim-dz.com](mailto:satim@satim-dz.com).
15. [www.bdl.dz](http://www.bdl.dz).
16. <https://www.poste.dz/services/professional/baridimobweb>.

الملاحق

الملحق رقم 01:



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التجارة  
المركز الوطني للسجل التجاري



# دليل

حول إجراءات القيد في السجل التجاري  
لممارسة نشاط التجارة الالكترونية



مديرية التعاون والإتصال

## الملحق رقم 02:


**الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية**  
**وزارة التجارة**  
**المركز الوطني للسجل التجاري**


**إستمارة إيداع اسم النطاق  
(شخص طبيعي)**

الفرع المحلي للمركز الوطني للسجل التجاري لولاية: .....  
 تاريخ الإيداع: .....  
 الإسم و اللقب: .....  
 التسمية: .....  
 عنوان المحل التجاري: .....  
 رقم القيد في السجل التجاري: .....  
 رقم الهاتف: ..... البريد الإلكتروني: .....

اسم النطاق: com.dz

يرجى ملء الخانة المناسبة لموضوع الطلب بوضع علامة X

إيداع       تعديل       حذف

إمضاء التاجر

مستخرج من القانون رقم 18 05 المؤرخ في 10/05/2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية:  
 (المادة 09): لا يمكن ممارسة نشاط التجارة الإلكترونية إلا بعد إيداع اسم النطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري  
 (المادة 25): "يجب على كل مورد إلكتروني حفظ سجلات المعاملات التجارية المنجزة وتواريخها وإرسالها إلكترونياً إلى المركز الوطني للسجل التجاري...".

أعضاء هذه الاستمارة بعد بمثابة تعهد المورد الإلكتروني باحترام الخصائص التقنية الخاصة بحفظ و إرسال سجلات المعاملات التجارية المنجزة.

## الملحق رقم 03:


**الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية**  
**وزارة التجارة**  
**المركز الوطني للسجل التجاري**


**إستمارة إيداع إسم النطاق**  
**(شخص معنوي)**

الفرع المحلي للمركز الوطني للسجل التجاري لولاية: .....  
 تاريخ الإيداع: .....  
 الإسم و التلق الممثل القانوني: .....  
 التسمية الاجتماعية: .....  
 عنوان المقر الاجتماعي: .....  
 رقم القيد في السجل التجاري: .....  
 رقم الهاتف: ..... البريد الإلكتروني: .....

com.dz	إسم النطاق
--------	------------

يرجى ملء الخانة المناسبة لموضوع الطلب بوضع علامة X

إيداع       تعديل       حذف

إمضاء الممثل القانوني

مستخرج من القانون رقم 05-18 المؤرخ في 2018/05/10، المنطبق بالتجارة الإلكترونية:  
 - (المادة 09): لا يمكن ممارسة نشاط التجارة الإلكترونية إلا بعد إيداع إسم النطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري  
 - (المادة 25) : " يجب على كل مورد إلكتروني حفظ سجلات المعاملات التجارية المنجزة وتواريخها وإرسالها إلكترونياً إلى المركز الوطني للسجل التجاري" ....

إمضاء هذه الاستمارة بعد بمثابة تعهد المورد الإلكتروني باحترام الخصائص التقنية الخاصة بحفظ و إرسال سجلات المعاملات التجارية المنجزة.



## الملحق رقم 04:

الأربعاء 30 شعبان عام 1439 هـ		العدد 28	
الموافق 16 مايو سنة 2018 م		الطبعة الخامسة والخمسون	
			
<b>الجمهورية الجزائرية</b> <b>الديمقراطية الشعبية</b>			
<h1>الجريدة الرسمية</h1>			
<b>اتفاقات دولية ، قوانين ، ومراسيم</b> <b>قرارات وآراء ، مقررات ، مناشير ، إعلانات و بلاغات</b>			
<b>الإدارة والتحرير</b> <b>الأمانة العامة للحكومة</b> <b>WWW.SORADP.DZ</b> <b>الطبع والاشتراك</b> <b>المنطقة الواسطة</b>		<b>الاشترك سنوي</b>	
<b>حي الميناجين، بنظر مراد رايس، ص.ب 376 - الجزائر - محطة</b> <b>الهاتف : 021.54.35.06 إلى 09</b> <b>021.65.64.63</b> <b>الفاكس : 021.54.55.12</b> <b>ج.ب 50-3200 الجزائر</b> <b>Télex : 65 180 IMPOP DZ</b>		<b>الجزائر</b> <b>تونس</b> <b>المغرب</b> <b>ليبيا</b> <b>موريتانيا</b>	
<b>حي الميناجين، بنظر مراد رايس، ص.ب 376 - الجزائر - محطة</b> <b>الهاتف : 021.54.35.06 إلى 09</b> <b>021.65.64.63</b> <b>الفاكس : 021.54.55.12</b> <b>ج.ب 50-3200 الجزائر</b> <b>Télex : 65 180 IMPOP DZ</b>		<b>سنة</b>	<b>سنة</b>
<b>بنك الفلاحة والتنمية الريفية 060.300.0007 65 RG</b> <b>حساب العملة الأجنبية للمشاركين خارج الوطن</b> <b>بنك الفلاحة والتنمية الريفية 060.300.0007 12</b>		<b>2675,00 دج</b>	<b>1090,00 دج</b>
<b>بنك الفلاحة والتنمية الريفية 060.300.0007 12</b>		<b>5350,00 دج</b>	<b>2180,00 دج</b>
<b>بنك الفلاحة والتنمية الريفية 060.300.0007 12</b>		<b>تزام عليها</b> <b>تفقد الأرساق</b>	
<b>ثمن النسخة الأصلية 14,00 دج</b> <b>ثمن النسخة الأصلية وترجمتها 26,00 دج</b> <b>ثمن العدد الصادر في النسخين التالية : حسب التسعيرة</b> <b>وتسلم القهار من مجلدا للمشاركين</b> <b>المطغوب إرفاق لفيفة إرسال الجريدة الأخيرة سواء لتجديد الاشتراك أو للاحتجاج أو لتغيير العنوان</b> <b>ثمن النشر على أساس 60,00 دج للشطر</b>			

# فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
-	الإهداء
-	شكر وعرهان
I	ملخص الدراسة
III-II	فهرس المحتويات
IV	قائمة الجداول
V	قائمة الأشكال
VI	قائمة الملاحق
أ-ج	مقدمة
20-04	الفصل الأول: الإطار النظري للتجارة الإلكترونية
04	تمهيد
12-05	المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية
06-05	المطلب الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية
08-06	المطلب الثاني: الفرق بين التجاريتين الإلكترونية والتقليدية
12-08	المطلب الثالث: أنواع التجارة الإلكترونية
16-12	المبحث الثاني: خصائص وخدمات التجارة الإلكترونية
14-12	المطلب الأول: خصائص التجارة الإلكترونية
16-14	المطلب الثاني: طرق الدفع الإلكتروني في التجارة الإلكترونية
19-16	المبحث الثالث: مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية
18-16	المطلب الأول: مزايا التجارة الإلكترونية
19-18	المطلب الثاني: عيوب التجارة الإلكترونية
20	خلاصة الفصل الأول
38-21	الفصل الثاني: التجارة الإلكترونية في الجزائر
21	تمهيد

26-22	المبحث الأول: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر
23-22	المطلب الأول: وضعية التجارة الإلكترونية في الجزائر
26-23	المطلب الثاني: تحليل مؤشرات البنية التحتية الرقمية والمعلوماتية في الجزائر
33-26	المبحث الثاني: المعاملات الإلكترونية في القانون الجزائري، وسائل الدفع، المعوقات
28-27	المطلب الأول: المعاملات الإلكترونية في القانون الجزائري
32-28	المطلب الثاني: وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر
33-32	المطلب الثالث: معوقات التجارة الإلكترونية في الجزائر
37-33	المبحث الثالث: الجرائم الإلكترونية وسبل حمايتها في الجزائر
36-34	المطلب الأول: جرائم التجارة الإلكترونية في الجزائر
37-36	المطلب الثاني: العقوبات وسبل مكافحة الجريمة
48-37	المبحث الرابع: انشاء متجر الكتروني افتراضي
37	المطلب الأول: اختيار السوق والعلامة
38-37	المطلب الثاني: بناء المتجر
39-38	المطلب الثالث: تسويق المتجر
48-40	المطلب الرابع: خطوات فتح متجر الكتروني افتراضي
49	خلاصة الفصل الثاني
51-50	الخاتمة
53-52	قائمة المراجع
57-54	الملاحق
59-58	فهرس المحتويات

## 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، الأنترنت، 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 .