

واقع التجارة الالكترونية في الجزائر

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية

تخصص: مالية وتجارة دولية

من إعداد الطالبين:

- بوسالم بلال

- ميسي نذير

إشراف الأستاذ: الأسود محمد

لجنة التقييم:

الرقم	الاسم واللقب	الدرجة العلمية	السنة
01		أستاذ محاضر أ	رئيسا
02		أستاذ محاضر أ	مشرفا
03		أستاذ محاضر أ	ممتحنا

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إهداء

إلى الوالدين الكريمين

إلى جميع أفراد عائلتي فردا فردا

على مساعدتهم ومساندتهم وتشجيعهم لي

إلى كل من ساهم في إنجاز هذا

العمل من قريب أو من بعيد.

كلمة شكر وتقدير

الشكر الأول والأخير لله العلي العظيم

جزيل الشكر والعرفان وسمو الامتنان للأستاذ المشرف: الأسود محمد

الذي كان لي دافعا قويا ومحفزا كبيرا وناصحا أميناً

وموجها بارعاً ومرشداً صائباً... قبل وأثناء وإنجاز المذكرة

ولا يفوتني أن أتقدم بجزيل الشكر والتحية والثناء لموظفي

مصلحة التربص نتيجة إمدادهم يد العون

كما أتقدم بجزيل الشكر إلى أصدقائي الأعزاء

وختامها إلى كل من ساهم في مساندتي من قريب أو بعيد

ولوكلمة طيبة أودعوة صادقة .

ملخص الدراسة

يشهد العام اليوم ثورة هائلة في مجال الاتصالات والمعلومات، ويشهد كذلك تطورا واسعا وجذريا في الحركة الاقتصادية عن طريق اكتشاف التقنية الالكترونية والاتكال المتزايد على الأنظمة الرقمية، مما أضفى على المعاملات التجارية صفة العالمية، إلا أن التجارة الالكترونية في الجزائر لم تجد بعد مكانتها ولم تحقق الانطلاقة المرجوة، ولكن هذا لا يشكك في مجهوداتها المبذولة حيث تهدف دراستنا هذه إلى معرفة واقع التجارة الالكترونية بالجزائر في ظل انتشارها الهائل.

بهدف معالجة الإشكالية تطرقنا في دراستنا للجانب النظري والتطبيقي في فصلين لموضوع واقع التجارة الالكترونية في الجزائر، باعتماد المنهج الوصفي التحليلي.

الكلمات المفتاحية: الاتصالات والمعلومات، الأنظمة الرقمية، التجارة الالكترونية، المعاملات التجارية.

Study summary:

Today, the year is witnessing a huge revolution in the field of communications and information, and it is also witnessing a wide and radical development in the economic movement through the discovery of electronic technology and the increasing reliance on digital systems, which gave commercial transactions a global character, but electronic commerce in Algeria has not yet found Its status and did not achieve the desired breakthrough, but this does not question its efforts, as our study aims to know the reality of electronic commerce in Algeria in light of its massive spread.

In order to address the problem, we discussed in our study the theoretical and applied aspects in two chapters on the subject of the reality of electronic commerce in Algeria by adopting the descriptive and experimental approach.

Keywords: communication and information, digital systems, electronic commerce, commercial transactions.

فهرس المحتويات

البيان	الصفحة
الإهداء	/
الشكر	/
ملخص الدراسة	/
فهرس المحتويات	/
قائمة الجداول	/
قائمة الأشكال	/
قائمة الملاحق	/
مقدمة	أ-ج
الفصل الأول: الإطار النظري للتجارة الالكترونية	05
تمهيد	06
المبحث الأول: عموميات حول التجارة الالكترونية	07
المطلب الأول: تعريف وأهمية التجارة الالكترونية	07
المطلب الثاني: مزايا وعيوب التجارة الالكترونية وأشكالها	09
المطلب الثالث: الفرق بين التجارة الالكترونية والتقليدية	13

14	المبحث الثاني: آليات ووسائل الدفع المعتمدة في التجارة الالكترونية وأمن معاملاتها
14	المطلب الأول: أطراف ومراحل التجارة الالكترونية
16	المطلب الثاني: وسائل الدفع الالكترونية
19	المطلب الثالث: التدابير الأمنية اللازمة لحماية المعاملات التجارية الالكترونية
25	المبحث الثالث: الدراسات السابقة
26	المطلب الأول: الدراسات المحلية والدراسات العربية
26	المطلب الثاني: أوجه الشبه والاختلاف بين الدراسات السابقة
29	المطلب الثالث: موقع دراستنا من الدراسات السابقة
30	خلاصة
31	الفصل الثاني: واقع التجارة الالكترونية في الجزائر
32	تمهيد
33	المبحث الأول: البيئة العامة للتجارة الالكترونية في الجزائر
33	المطلب الأول: وضعية التجارة الالكترونية في الجزائر
38	المطلب الثاني: واقع البنية التحتية الرقمية والمعلوماتية في الجزائر
44	المطلب الثالث: اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر
48	المبحث الثاني: معوقات التجارة الالكترونية في الجزائر وحلول تفعيلها، والمجهودات المبذولة في هذا المجال

48	المطلب الأول: معوقات التجارة الالكترونية في الجزائر
50	المطلب الثاني: حلول تفعيل التجارة الالكترونية في الجزائر
50	المطلب الثالث: مجهودات الجزائر المبذولة في مجال التجارة الالكترونية
53	خلاصة
54	خاتمة
58	المراجع
63	الملاحق

قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	الفرق بين التجارة الالكترونية والتقليدية	13
02	أوجه الاختلاف بين الدراسات المحلية	27
03	أوجه الاختلاف بين الدراسات العربية	28
04	أكبر 10 أسواق للتجارة الالكترونية في العالم لسنة 2023	34
05	عدد مستخدمي الانترنت والشبكات في الجزائر (31 يناير 2023)	39
06	يوضح مكانة الجزائر بين الدول العربية فيما يخص استعمالات الانترنت لسنة 2022	40

قائمة الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
01	أشكال التجارة الالكترونية	12
02	أطراف إبرام التجارة الالكترونية	15

قائمة الملاحق

الرقم	العنوان	الصفحة
01	الشهادة الرقمية	64
02	القانون رقم 18-05	65
03	تطبيق بريدي موب	66
04	فيزا قولد كارت	67
05	ماستر كارد	68
06	واجهة موقع جوميا الالكتروني	69
07	واجهة موقع علي اكسبريس الالكتروني	70
08	واجهة موقع اشاغو الالكتروني	71
09	واجهة موقع شي أن الالكتروني	72
10	البطاقة الذهبية	73
10	شيك الكتروني	74
12	محفظة الكترونية	75
13	بطاقة CIB البنكية	76
14	شريحة اتصال هاتف نقال oredoo	77
15	شيك ورقي	78
16	صك النجدة	79
17	موزع نقود آلي بريد الجزائر	80

مقدمة

1. توطئة:

لقد مهدت التطورات التكنولوجية الحديثة لظهور التجارة الالكترونية، التي تعتبر من أكثر المعاملات استقطابا وانتشارا في وقتنا الحاضر، والتي تعتمد على اقتصاد المعارف في صلب عملها، حيث أصبحت التجارة الالكترونية النغمة السائدة في عالم اليوم الذي يعيش واقعا من المفرزات التقنية، ليكون تجاهل هذا النوع من المعاملات يعد من الغلاء في الحفاظ على المبادئ التقليدية للتجارة، بسبب ازدياد التسابق التكنولوجي والمنافسة بين الدول الغربية والعربية نحو استخدام هذا الاسلوب الجديد لإبرام الصفقات، فلم يترك للجزائر أي مجال للملاحظة في تبني التجارة الالكترونية والاستفادة من المزايا التي توفرها.

2. طرح الإشكالية:

وفي محاولة منا للإلمام بجميع جوانب موضوع واقع التجارة الالكترونية في الجزائر، أومختلف المفاهيم والإجراءات المرتبطة بها، من خلال الإجابة عن الإشكالية التالية:

- ما هو واقع التجارة الالكترونية في الجزائر؟

من خلال هذا التساؤل الجوهرى يمكننا صياغة التساؤلات الفرعية التالية:

- ماهي التجارة الالكترونية وأهميتها؟
- كيف تساهم الانترنت كبنية تحتية للتجارة الالكترونية؟
- ما هي التحديات التي تواجه تطبيق واعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر؟

3. فرضيات البحث:

وللإجابة على هذه التساؤلات السابقة يتم اقتراح الفرضيات التالية:

- التجارة الالكترونية هي مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج وتوزيع وترويج وبيع المنتجات، من خلال شبكات الاتصالات، أما من بين أهميتها تعتبر عصب الاقتصاد العالمي أوعلى الأقل هي جزء هام في منظومته الإجمالية؛
- لا تملك الجزائر البنية التحتية للاتصالات اللازمة لتبني التجارة الالكترونية حاليا؛
- تواجه الجزائر العديد من التحديات منها ما هو تقني وتكنولوجي وآخر تجاري وكذلك تحديات تشريعية وقانونية؛

4. مبررات اختيار موضوع البحث:

أ. أسباب ذاتية: ميول شخصي لاكتشاف هذا الموضوع، وملاحظتنا اليومية للتطورات السريعة الحاصلة في مجال المعلومات والاتصال، وعدم مواكبة الجزائر لهذه التطورات بسهولة لوجود بعض العراقيل والعقبات، هذا ما أدى بنا إلى محاولة دراسة هذا الموضوع الحساس الذي بات يمس الحياة اليومية للأفراد؛

ب. أسباب موضوعية:

- يعد الموضوع من المواضيع المتجددة التي ترتبط بمجال الاتصالات والمعلومات وكذا التجارة؛
- إثراء المكتبة بمرجع جديد.

5. أهداف البحث وأهميته:

- نهدف من خلال دراستنا لهذا الموضوع إلى:
- التعرف على مفهوم التجارة الالكترونية ومختلف خصائصها باعتبارها من المفاهيم الجديدة في العالم الاقتصادي؛
- محاولة تقييم وضعية التجارة الالكترونية بالجزائر؛
- معرفة أهم التحديات والعقبات التي تواجه عملية تطبيق التجارة الالكترونية في الجزائر، ومعرفة سبل تفعيلها؛

- أما أهمية الموضوع تتمثل في كونه موضوع بحث جديد وهام له اثر على الاقتصاد ككل.

6. حدود البحث: في دراستنا التطبيقية تطرقنا إلى واقع التجارة الالكترونية في الجزائر.

7. منهج البحث:

اتبعنا المنهج الوصفي التحليلي بالنظر إلى طبيعة الموضوع، حيث المنهج الوصفي يظهر من خلال التعاريف والمفاهيم النظرية، أما المنهج التحليلي فيظهر من خلال نتائج الدراسات وترجمتها.

8. صعوبات البحث:

- قلة الدراسات والمراجع اللازمة مما تطلب منا جهد كبير لترجمة الدراسات الأجنبية سابقة؛
- توفر كم هائل من المعلومات على الانترنت مما تطلب ما الكثير من الوقت والجهد والصبر؛
- صعوبة الحصول على بعض الوثائق من مصلحة التريص تحت غطاء السر المهني.

9. هيكل البحث:

انطلاقاً من هذه المنهجية تم تقسيم البحث إلى فصلين نظري وتطبيقي، تسبقهم مقدمة تشتمل على مختلف الأبعاد الأساسية للموضوع والإشكالية المطروحة، وتتبعهم خاتمة متضمنة نتائج البحث وجملتها من التوصيات المستهدفة من النتائج المتوصل إليها، وجاءت فصول هذه المذكرة على النحو الآتي:

جاء في الفصل الأول الإطار النظري للتجارة الالكترونية، حيث تم تقسيم هذا الفصل لثلاثة مباحث، نتناول في المبحث الأول منه عموميات حول التجارة الالكترونية، في حين تطرقنا في المبحث الثاني إلى آليات ووسائل الدفع المعتمدة في التجارة الالكترونية وأمن معاملاتها، والمبحث الثالث تناولنا فيه الدراسات السابقة.

جاء في الفصل الثاني والأخير واقع التجارة الالكترونية في الجزائر، وقسم بدوره إلى مبحثين حيث تطرقنا في المبحث الأول إلى البيئة العامة للتجارة الالكترونية في الجزائر، والمبحث الثاني خصص لمعوقات التجارة الالكترونية في الجزائر وحلول تفعيلها، والمجهودات المبذولة في هذا المجال.

الفصل الأول:

الإطار النظري للتجارة الالكترونية

تمهيد:

لم تشهد البشرية يوماً هذا التقدم السريع كما تعيشه معمورتنا في هذه العقود الأخيرة من الزمن، فقد ساهم هذا التوسع في استخدام أساليب ووسائل فعالة ذات كفاءة في مجال المعاملات التجارية، والتي أصبحت تتم في بيئة الكترونية عبر الانترنت، وبذلك ظهر ما يسمى "بالتجارة الالكترونية".

أصبحت ضرورة حتمية أمام المؤسسات والأفراد أن تتبع هذا النمط الجديد من التجارة للحفاظ على وجودها، ولذلك كان لابد على هذه المؤسسات وكذا الأفراد توفير وسائل حديثة آمنة لتحفيز زبائنهم على التعامل معهم بثقة دون تردد عبر الانترنت فقط، وأن تضمن لنفسها أيضاً مكان في السوق التنافسية سواء كانت محلية أو عالمية.

وعليه قسمنا الفصل الأول: الإطار النظري للتجارة الالكترونية إلى ثلاثة مباحث هي:

المبحث الأول: عموميات حول التجارة الالكترونية

المبحث الثاني: آليات ووسائل الدفع المعتمدة في التجارة الالكترونية وأمن معاملاتها

المبحث الثالث: الدراسات السابقة

الفصل الأول: الإطار النظري للتجارة الالكترونية

المبحث الأول: الإطار النظري للتجارة الالكترونية

من خلال هذا المبحث سنتطرق إلى ثلاثة مباحث تتمثل في: عموميات حول التجارة الالكترونية في المبحث الأول، آليات ووسائل الدفع المعتمدة في التجارة الالكترونية وأمن معاملاتها في المبحث الثاني، الدراسات السابقة في المبحث الثالث.

المطلب الأول: تعريف وأهمية التجارة الالكترونية

1. تعريف التجارة الالكترونية:

قبل تعريف التجارة الالكترونية سنتطرق أولاً لتعريف التجارة:

مفهوم التجارة: التجارة في مفهومها التقليدي تعني ممارسة البيع والشراء، حيث أن كلمة تجارة تشير لوجود تبادل للسلع والخدمات باستخدام وسيط ما، وهذا الأخير اجتاز العديد من المراحل الزمنية الطويلة حتى أصبح لدينا ما يسمى الآن بالنقود، وتعرف بمصطلح "التجارة التقليدية" التي تستخدم فيها الطرق اليدوية في التسليم وكذلك العقود والفواتير، لكن اقتران كلمة الكترونية في وصف هذه التجارة يعني أن ممارسات النشاط الاقتصادي قد تغير وتطور، ليستخدَم وسائل الكترونية حديثة ومتطورة وآمنة باستخدام الانترنت التي تعتبر من أهم الوسائل¹.

تعددت تعريفات التجارة الالكترونية نذكر منها:

- أ. **تعريف المنظمة العالمية (WTO):** "مجموعة متكاملة من عمليات الإنتاج والترويج والبيع والتوزيع للمنتجات من خلال شبكات الاتصال"².
- ب. "التجارة الالكترونية تعني أداء الأعمال من خلال شبكة الانترنت، أو البيع والشراء للسلع والخدمات من خلال صفحات الويب"³.
- ت. "التجارة الالكترونية هي تنفيذ كل ما يتعلق بعمليات الشراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات عبر شبكة الانترنت والشبكات العالمية الأخرى"، ويشمل ذلك:

² عادل رجب الزنداح، أسامة إبراهيم الأزرق، "اثر التجارة الالكترونية على مهنة المحاسبة و المراجعة"، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2011، ص12.

³ فريد النجار و آخرون، "التجارة و الأعمال الالكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة"، الدار الجامعية، مصر، 2006، ص89.

- الإعلانات عن السلع والبضائع والخدمات؛
- تقديم معلومات حول السلع والخدمات؛
- علاقات العملاء التي تدعم عمليات الشراء والبيع وخدمات ما بعد البيع؛
- التفاعل والتفاوض بين البائع والمشتري؛
- عقد الصفقات وإبرام العقود؛
- سداد الالتزامات المالية ودفعها؛
- عمليات توزيع وتسليم السلع ومتابعة الإجراءات.¹

من خلال التعاريف السابقة، يمكن أن نعرف التجارة الالكترونية على أنها: "نشاط تجاري يعتمد على تكنولوجيا متقدمة وحديثة، من أجل القيام بأعمال البيع والشراء والإنتاج والترويج والبيع والتوزيع للسلع والخدمات، باستخدام شبكة الانترنت والشبكات العالمية".

2. أهمية التجارة الالكترونية:

للتجارة الالكترونية أهمية كبيرة بما تقدمه من خدمات ومعلومات، وهي كالتالي:

أ. أهمية التجارة الالكترونية على المستوى القومي :

إن أهمية التجارة الالكترونية لأداء التسويق وقناة للتوزيع على المستوى القومي العالمي منخفضة التكاليف، تؤدي إلى العديد من الآثار المباشرة التي من شأنها زيادة القدرة التنافسية لوحدات الأعمال في البيئة العالمية، ومن ثم خلق طلب فعال على المنتجات، وفيما يلي أثر هذا الطلب على الاقتصاد القومي:

- دوران عجلة التنمية الاقتصادية: خلق طلب فعال على المنتجات المختلفة (داخلي/خارجي) يزيد من الإنتاج وعليه زيادة الاستثمار، عن طريق إنشاء وحدات إنتاجية جديدة والتوسيع في الوحدات القائمة، كما أن زيادة الصادرات من شأنها أن تزيد من النقد الأجنبي الموجه مما يدعم الاستثمار في مختلف المجالات.
- توفير فرص عمل جديدة: إن العمالة باختلاف مستوياتها، يزداد طلبها في التجارة الالكترونية لوجود خلق الطلب على المنتجات وما يتطلبه ذلك من زيادة الاستثمارات، من خلال إقامة وحدات جديدة أو التوسيع في الوحدات القائمة.

¹ السيد احمد عبد الخالق، "التجارة الالكترونية و العولمة، منشورات منظمة التنمية الإدارية"، القاهرة، 2006، ص31-32.

الفصل الأول: الإطار النظري للتجارة الالكترونية

- مساعدة وحدات الاعمال الصغيرة ومتوسطة الحجم: تعد الميزة الرئيسية للتجارة الالكترونية هي توفر مناخ ملائم لوحدات الاعمال الصغيرة ومتوسطة الحجم الجديدة للبدء في ممارسة نشاطها، لأنه في ظل التجارة التقليدية لم تتمكن من الصمود أمام الأكبر منها لما تفرضه من سيطرة ونفوذ، وبذلك فان التجارة الالكترونية هي الطريق لتجد لها مكانا في السوق التنافسية.
 - منع الاحتكار: التجارة الالكترونية توفر كل من المعلومات وكذلك الشفافية للبائع والمشتري مما يقلل الاحتكار، واتجاه السوق إلى سوق تنافسية تخضع لآليات العرض والطلب في تحديد السعر التوازني.
 - تنشيط الصادرات والواردات: التجارة الالكترونية تمثل ميدان فعال لتنشيط الصادرات، بشرط تلبية احتياجات السوق من حيث السعر المنافس والجودة العالية والوقت المناسب.¹
- ب. أهمية التجارة الالكترونية داخل المنظمات:

- يمكن لأي منظمة تحويل نشاطها إلى الشبكة العنكبوتية، وتتمثل أهمية التجارة الالكترونية داخل المنظمات في:
- الاستغناء عن المستندات الورقية وما تتطلبه من نفقات؛
 - تبسيط وتنظيم عمليات المشروعات، وتحقيق أهدافها بالقضاء على التأخير في إصدار القرارات الإدارية؛
 - تعتبر ذات أهمية خاصة لكل من المنتجين والمستهلكين خاصة في الدول النامية، حيث تستطيع التغلب على الحواجز التقليدية للمسافة ونقص المعلومات عن الفرص التصديرية؛
 - ترشيد في النفقات الإدارية والاتصال لكل من البائعين والمشتريين، ومنه توفير جزء كبير من رأس المال.²

المطلب الثاني: مزايا وعيوب التجارة الالكترونية وأشكالها

1. مزايا التجارة الالكترونية: نتلخص فيما يلي:

أ. مزايا بالنسبة للأفراد:

¹ عبد المطلب عبد الحميد، "اقتصاديات التجارة الالكترونية"، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الاسكندرية، مصر، 2014، ص22-25.

² ناصر وسام خليل، "التجارة و التسويق الالكتروني"، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر، عمان، الاردن، 2009، ص40-41.

الفصل الأول: الإطار النظري للتجارة الالكترونية

- **توفير الوقت والجهد:** المواقع الالكترونية تفتح 7 أيام/ 24 ساعة، مما توفر الوقت والجهد على الزبون دون السفر والانتظار في الطابور لتلبية احتياجاته، وذلك فقط بالنقر على المنتج لشرائه مع إدخال بيانات بطاقة الائتمان أو التسديد نقدا عند الاستلام، أو استخدام النقود الالكترونية.
- **حرية الاختيار:** تتيح التجارة الالكترونية للزبون عند قيامه بعملية الشراء، المقارنة بين أسعار وأشكال السلع والخدمات لاختيار الأنسب، عن طريق زيارة العديد من المواقع عبر الانترنت، كما تتيح بعض المواقع إمكانية تجربة السلع والتواصل مع شركات عالمية خارج النطاق المحلي.
- **خفض الأسعار:** التسوق عبر الانترنت يوفر على المستهلك تجنب تكاليف إضافية وتخفيض نفقاته مقارنة بالتسوق العادي، مع الاستفادة من عروض الخصم عبر الانترنت.
- **نيل رضا الزبائن:** الانترنت توفر ميزة الإجابة عن استفسارات الزبائن من خلال التخاطب الشخصي أو البريد الالكتروني، مما يستحوذ ذلك على رضاهم.
- ب. **مزايا بالنسبة للمؤسسة:**
 - **تسويق أكثر فعالية وأرباح أكثر:** التجارة الالكترونية تتميز بخاصية الطابع العالمي، وهذا يوسع من قاعدة زبائنهم في مختلف أنحاء العالم، مما يسمح لها بتحقيق أرباح طيلة أيام السنة دون انقطاع.
 - **تخفيض مصاريف المؤسسات:** التجارة الالكترونية هي تعتبر أكثر اقتصادية من التجارة التقليدية التي تحتاج تكاليف كبيرة ومرهقة من استخدام تجهيزات للترويج وجذب الزبائن، على عكس التجارة الالكترونية التي تحتوي على قاعدة بيانات يمكن استرجاعها كتاريخ عمليات البيع وأسماء الزبائن.
 - **تواصل فعال مع الشركاء والعملاء:** التجارة الالكترونية باعتبارها تعتمد على آليات ووسائل حديثة بالإضافة إلى الطابع العالمي الذي تتميز به كما ذكرنا سابقا، فهي تقلص المسافات وتستطيع أن تعبر الحدود مما توفر طريقة فعالة لتبادل المعلومات مع الشركاء.
- ت. **مزايا على المستوى القومي:**
 - **دعم التجارة الالكترونية:** التجارة الالكترونية رفعت من درجة الانفتاح الاقتصادي، من خلال تسويق السلع والخدمات عالميا وبتكلفة محدودة.
 - **دعم التنمية الاقتصادية:** بما أن التجارة الالكترونية تخفض من التكاليف التسويقية والوقت والمكان اللازم للقيام بالمعاملات التجارية، فإنها تساعد بذلك المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من الوصول إلى الأسواق العالمية

بسهولة وبأقل التكاليف، وباعتبارها المحور الأساسي في التنمية الاقتصادية فإن نجاحها يساهم في زيادة حركة التجارة الدولية بفاعلية وكفاءة، وبالتالي دفع عجلة التنمية الاقتصادية.

- **دعم التوظيف:** التجارة الالكترونية ساعدت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أن تجد لها مكانا مع الشركات الكبرى الفارضة سيطرتها وهيمنتها على السوق في التجارة التقليدية، مما أدى لفتح العديد من فرص العمل ومنه المساهمة في التقليل من نسب البطالة.

- **دعم القطاعات التكنولوجية:** انتشار التجارة الالكترونية على المستوى القومي يؤدي إلى ظهور قطاعات متخصصة في تقنية المعلومات والاتصال من اجل دعم البنية التحتية للتجارة الالكترونية، ومع نمو التجارة الالكترونية تظهر فرص استثمارية لتوجيه رؤوس الأعمال للعمل في تطوير البنية التحتية الالكترونية، والاستثمار في الخدمات المصاحبة لها مما يؤدي لخلق وتوطين قطاعات تكنولوجية جديدة متقدمة تدعم الاقتصاد القومي.¹

2. عيوب التجارة الالكترونية: نتلخص فيما يلي:

- عدم القدرة على فحص المبيع ورؤيته، مما أدى لنفور المستهلكين عنها؛
- السرقة، بسرقة أرقام بطاقات العملاء؛
- انتهاك الخصوصية، في حالة ما إذا أفشت المواقع أسرار عملائها؛
- عدم التحقق من شخصية المتعاقدين، مما قد يؤدي للاحتيال والنصب؛
- مخالفة القانون، بالتعاقد على سلع ممنوعة؛
- غياب التعامل الورقي، مما يؤدي لتزوير البيانات أو التلاعب بالفواتير والمستندات؛
- صعوبة التحقق من هوية المتعاملين في التجارة الالكترونية، لغياب العلاقة المباشرة بين العملاء.²

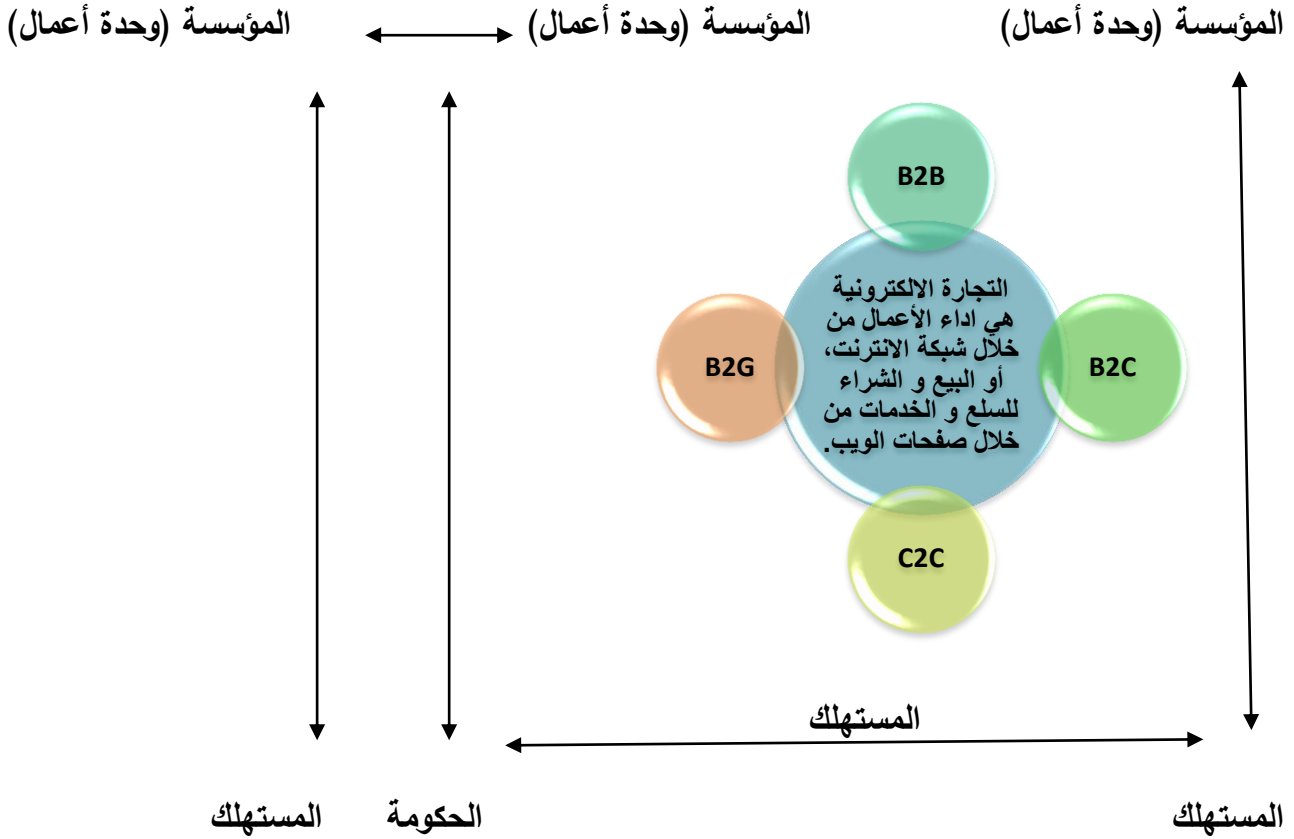
3. أشكال التجارة الالكترونية:

يمكن النظر للتجارة الالكترونية على أنها مفهوم متعدد الأبعاد يمكن تطبيقه من خلال أكثر من شكل كما هو كوضح أدناه:

¹ إبراهيم بختي، "التجارة الالكترونية - مفاهيم و إستراتيجيات التطبيق في المؤسسة"، الطبعة الأولى، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص 67-69.

² محمد صالح الحناوي وآخرون، "مقدمة في الأعمال في عصر التكنولوجيا"، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2004، ص 169.

الشكل رقم 01: أشكال التجارة الالكترونية



المصدر: من إعداد الطالبين بناء على المعطيات النظرية.

التجارة الالكترونية تصنف لعدة فئات حسب العلاقة السوقية بين البائع والمشتري وتتمثل في:

أ. التجارة الالكترونية بين منشأة تجارية ومنشأة تجارية (B2B): يقصد بهذا النوع التعاملات التجارية التي تتم

بين منشأة تجارية بائعة وأخرى مشتريّة عبر شبكة الانترنت، ويمثل هذا النوع 85% من حجم التجارة الالكترونية.

ب. التجارة الالكترونية بين منشأة تجارية ومستهلك (B2C): يقصد بهذا النوع التعاملات التجارية التي تتم بين

منشأة تجارية ومستهلك (متمثل في أفراد مشتريين) عبر شبكة الانترنت، وتعد هذه الفئة من أكثر الفئات شيوعاً لانتشار المراكز التجارية عبر الانترنت والتي تقدم كافة أنواع السلع والخدمات.

ت. التجارة الالكترونية بين منشأة تجارية وحكومة (B2G): يقصد بهذا النوع التعاملات التجارية التي تتم بين

منشأة تجارية وحكومة عبر شبكة الانترنت، حيث تقوم المؤسسات التجارية ببيع المنتجات أو الخدمات إلى مؤسسات حكومية.

الفصل الأول: الإطار النظري للتجارة الالكترونية

ث. التجارة الالكترونية بين مستهلك ومستهلك (C2C): يتم بيع المنتجات من فرد أو مستهلك بائع إلى مستهلك آخر مشتري، ويمكن أن تضم هذه الفئة في حالة عدم امتلاك البائع موقع على الانترنت طرفا وسيطا يتمثل في المؤسسات التجارية التي تملك موقعا على الانترنت، يستخدم هذا النوع من المنشأة التجارية للوصول إلى أسواق جديدة.¹

المطلب الثالث: الفرق بين التجارة الالكترونية والتقليدية

الجدول رقم 01: الفرق بين التجارة الالكترونية والتقليدية

نوع التجارة	تقليدية	الالكترونية
السرعة والتكلفة	ارتفاع عملية تسويق المنتج، وتتم العملية	سريعة لا تحتاج للكثير من التكاليف
تسليم المنتجات	بصورة تقليدية أي ملموسة	بعضها يسلم الكترونيا مثل برامج الحاسوب
الوصول الجغرافي	يتطلب دراسة ومخاطرة ومصاريف كبيرة	عبر شبكة الانترنت فقط
هوية المتعاقدين	تحديد هويتهم ومعلوماتهم الأساسية	صعوبة تحديد هويتهم ومعلوماتهم الأساسية
الاستهداف	صعوبة استهداف الفئة المهمة	سهولة استهداف الفئة المهمة
الأمان	الأمان وقلة الاحتيال	كثرة عمليات النصب والاحتيال
المنافسة	منافسة اقل في ظل السوق المحلية	درجة عالية من المنافسة عالميا
التداول العالمي	التعامل محليا، وهناك صعوبة بالنسبة للمتعاملين في زيارة السوق العالمية	نطاق السوق دولي وعالمي، وإمكانية الوصول إلى أي مكان في العالم
وسائل الدفع	تعتمد على المقابلة الشخصية	وسائل الكترونية مثل بطاقة الائتمان
الوثائق	ورقية	الالكترونية

¹ أ.آمنة تارزي، "اقتصاديات التجارة الالكترونية"، مجلة الحقوق و العلوم الإنسانية-دراسات اقتصادية-، العدد32، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2011، ص54.

المصدر: من إعداد الطالبين: اعتمادا على: وسام عمرو، "دور التجارة الالكترونية في تفعيل عمليات التجارة الخارجية"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص تجارة دولية، جامعة قالة، الجزائر، 2017، ص 24-26.

المبحث الثاني: آليات ووسائل الدفع المعتمدة في التجارة الالكترونية وأمن معاملاتها

التجارة الالكترونية مثلها مثل التجارة العادية، يعتمد نجاحها واستمراريتها على مجموعة من الآليات والوسائل والمعاملات الأمنية، حيث كانت غالبية مراحل التجارة الالكترونية من بحث عن منتج وتفاوض وتعاقد تتم في فضاء افتراضي، كان لابد من إتمام المرحلة التالية من هذه التجارة ألا وهي تسوية المدفوعات بطريقة الكترونية، إلا أنه من نتائج هذه التعاملات عبر الانترنت ظهرت وسائل نصب وغش واحتيال، فكان لابد من تطوير مجموعة من البرامج والتقنيات بفضل التكنولوجيا الحديثة التي تساهم في حل المشاكل الأمنية الخاصة بالتجارة الالكترونية، فتزرع الثقة لدى الزبائن وكذا التحفيز والتشجيع في نفوسهم من أجل الشراء عبر الانترنت.

المطلب الأول: أطراف ومراحل إبرام التجارة الالكترونية

1. أطراف التجارة الالكترونية:

أطراف التجارة الالكترونية هي نفسها أطراف التجارة التقليدية وتتمثل في:

أ. **المستهلك:** يمكن أن نعرف المستهلك الكترونيا على أنه:

"الشخص الذي يلتحق بشبكة الشبكات ويسبح في فضاء الانترنت، ويطفون وقت لآخر على الويب بقصد الحصول على المعلومات المتعلقة بالسلع والخدمات".¹

ب. **البائع (التاجر):** يمكن أن نعرف التاجر الكترونيا على أنه:

"هو من يقوم بإنشاء موقع على شبكة الانترنت ويتخذ كواجهة أونا فذة لعرض منتجاته والتعريف بها وتسويقها، حيث يساهم هذا الموقع في تعزيز التفاعل بين البائع والمشتري، ويستطيع البائع من خلال هذا الموقع تقديم معلومات تفصيلية عن السلعة وتلقي العروض حول هذه السلعة".¹

¹ محمد حسين منصور، "المسؤولية الالكترونية"، الدار الجامعية الجديدة، الاسكندرية، مصر، 2003، ص 236.

الفصل الأول: الإطار النظري للتجارة الالكترونية

ت. البنك: يمكن أن نعرف البنك الكترونيا على انه:

"إجراء العمليات المصرفية بشكل إلكتروني والتي تعد الأنترنت من أهم أشكالها، وبذلك فهي بنوك افتراضية تنشئ لها مواقع إلكترونية على الأنترنت، لتقديم خدمات نفس خدمات موقع البنك من سحب ودفع وتحويل دون انتقال العميل إليها".²

الشكل رقم 02: أطراف إبرام التجارة الالكترونية



المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على المعطيات النظرية.

2. مراحل إبرام عقود التجارة الالكترونية:

تتمثل مراحل إبرام عقود التجارة الالكترونية في:

أ. مرحلة العرض أو الإيجاب: المستهلكون في هذه المرحلة سيتعرفون جيدا على السلعة المطلوبة من خلال المعلومات المقدمة من صاحب الموقع، ولا بد أن يصاغ العرض بدقة وشمولية وبطريقة تصل بها لأكبر عدد من المستهلكين.

¹ يوسف أحمد أبو فارة، "التسويق الإلكتروني عناصر المزيج التسويقي عبر الأنترنت"، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2004، ص 146.

رحيم حسين، هوارى معراج، "الصيرفة الالكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية"، مداخله مقدمة إلى ملتقى المنظومة المصرفية والتحول الاقتصادي - واقع وتحديات - جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف - الجزائر، يومي 14/15 ديسمبر 2004، ص 317.²

- ب. مرحلة الطلب (القبول) والدفع: في حالة اقتناع المشتري بالعرض يصدر أمر الشراء حيث يسوي المدفوعات الكترونيا، وهذا عن طريق إصدار أمر الدفع عن طريق استخدام وسائل دفع مختلفة كالشيكات الالكترونية.
- ت. مرحلة التنفيذ (التسليم): يتم التسليم الفعلي في هذه المرحلة للسلع والخدمات المتفق عليها، بحيث أن التسليم يكون بطريقتين حسب نوع البضاعة:
- طريقة تسليم تقليدية للبضائع المادية: حيث تتم عملية الشراء والسداد الكترونيا، بينما البضاعة تسلم عن طريق البريد أو تستعين المؤسسة بمندوبي المبيعات، لتوصيل السلعة للمستهلك بنفسه.
 - طريقة تسليم الكترونية: إذا كان نوع السلعة رقمية، حيث تتم عمليات الشراء والسداد والتسليم عبر الانترنت.¹

المطلب الثاني: وسائل الدفع الالكترونية

تعرف وسائل الدفع الالكترونية على أنها: "الوسيلة التي تمكن صاحبها من القيام بعمليات الدفع المباشر عن بعد عبر شبكات الاتصالات".²

ولها عدة أنواع وتصنيفات تتمثل في:

1. أنواع وسائل الدفع الالكترونية:

تنقسم وسائل الدفع الالكتروني إلى خمسة أنواع: نقود الكترونية، بطاقات الكترونية، الحافظات الالكترونية، الشبكات الالكترونية، البطاقات الذكية.

أ. النقود الالكترونية: "هي مجموعة من البروتوكولات والتوقيعات الرقمية، التي تتيح للرسالة الالكترونية أن تحل فعليا محل تبادل العملات التقليدية، حيث أن النقود الالكترونية أو الرقمية هي المكافئ الالكتروني للنقود التقليدية التي اعتدنا تداولها".³

ب. البطاقات الالكترونية: تتضمن كل من:

¹سمية ديمش، "التجارة الالكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر"، مذكرة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري قسنطينة، 2011، ص 67-69.

²حجازي بيومي عبد الفتاح، "مقدمة في التجارة الالكترونية العربية"، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2002، ص 25.

³منير الجنيهي، ممدوح الجنيهي، "البنوك الالكترونية"، دار الفكر الجامعي، مصر، 2005، ص 47.

- **بطاقات الدفع:** هذا النوع من البطاقات الالكترونية يكون للمشتري اولصاحب البطاقة رصيد فعلي بالحساب الخاص بالبطاقة بالبنك.¹
- **بطاقات الصرف:** تتيح هذه البطاقة لحاملها الشراء على الحساب في الحال على أن يتم التسديد لاحقاً.²
- **بطاقة الائتمان:** نشأت في الولايات المتحدة الأمريكية سنة **1914** على يد شركات البترول وكان هذا أول ظهور لها، ثم تطورت واستخدمتها المحلات التجارية والفنادق،³ وبعدها ظهرت في أواخر الستينات من خلال بطاقتين شهيرتين "فيزا" (visa) و"ماستر كارد" (master cards)، تعرف على أنها بطاقة تتيح لحاملها الحصول على الائتمان (قرض)⁴، تعرف كذلك على أنها بلاستيكية أوورقية مصنوعة من مادة يصعب العبث بها، تصدرها جهة ما-بنك أو شركة استثمار - يذكر فيها اسم العميل الصادر لصالحه.⁵
- ت. **الشيكات الالكترونية:** أمر بدفع مبلغ معين من الساحب إلى المسحوب عليه لفائدة طرف ثالث هوالمستفيد بطريقة الكترونية.⁶
- ج. **المحافظ الالكترونية:** برنامج يمكن للمستخدم أن يحمله على جهازه، ويستخدم في تخزين البيانات والمعلومات الخاصة بالبطاقات التي يملكها، ويستخدمها في الشراء عبر الويب وكذلك المعلومات الشخصية.⁷
- ح. **البطاقات الذكية:** عبارة عن بطاقة تحوي معالج دقيق، يسمح بتخزين الأموال من خلال البرمجة الأمنية.⁸

¹فريد النجار و آخرون، مرجع سبق ذكره، ص117.

²وهيبة عبد الرحيم، "إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالالكترونية- دراسة حالة الجزائر"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علوم التسيير، جامعة الجزائر، ص44.

³وائل نور بندق، "وسائل الدفع الالكتروني"، مصر، 2008، ص41.

⁴نوال بن عمارة، "وسائل الدفع الالكترونية (الآفاق والتحديات)"، الملتقى الدولي حول التجارة الالكترونية، جامعة ورقلة، أيام 15، 16، 17، مارس، 2004، ص3.

⁵جلال عايد الشورة، "وسائل الدفع الالكتروني"، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص25.

⁶عباس بلفاطمي، "المتطلبات اللازمة لإقامة وسائل الدفع الالكتروني على مستوى القطاع المصرفي"، ورقة مقدمة إلى الملتقى الوطني حول المنظومة المصرفية في الألفية الثالثة: منافسة، مخاطر وتقنيات، المنعقد أيام6-7 جوان 2005، جامعة جيجل، ص6.

⁷فريد النجار و آخرون، مرجع سبق ذكره، ص121.

⁸ديمثان المجالي، أسامة عبد المنعم، "التجارة الالكترونية"، الطبعة الأولى، داروائل للنشر، الأردن، 2013، ص215.

2. تصنيفات الدفع الالكتروني: تصنف وسائل الدفع الالكتروني بالاعتماد على توقيت الدفع ضمن ثلاثة أنظمة تتمثل في:

أ. نظام الدفع المسبق: يسمح هذا النظام بالحصول على النقود مسبقا وسداد ثمنها لكي يتمكن بعد ذلك العميل من اقتناء حاجياته، عن طريق دفع العميل لنقود حقيقية مقدما ليحصل على وحدات من النقد الالكتروني من البنك بالكمية التي يريدها، ويخزنها سواء على الشريحة الالكترونية للبطاقة الذكية أو القرص الصلب للكمبيوتر، ويشمل هذا النظام النقود الالكترونية والنقود الذكية.¹

ب. نظام الدفع الالكتروني الفوري: يتم تسديد قيمة المشتريات لحظة انجاز الصفقة دون أي تأجيل تسوية المدفوعات، ويشمل هذا النظام بطاقة الدفع الفوري أو بطاقة الخصم الفوري أو بطاقة السحب المباشر، التي ظهرت لتفتح المجال أمام شريحة من المستخدمين التي لا يمكنها الحصول على البطاقة الائتمانية (بسبب عدم أهليتها ماليا) أن يتمكنوا من السداد باستخدام البطاقات البلاستيكية، ونعرف "بطاقة الدفع الفوري" على أنها عبارة عن بطاقة بلاستيكية يتم بموجبها خصم ثمن المشتريات من رصيدها لصاحب البطاقة مباشرة بعد التحقق من صحة رقم البطاقة، وبالتالي تحول القيمة المالية من حساب صاحب البطاقة على حساب التاجر مباشرة دون تأجيل ودون أي يقوم البنك بالسداد نيابة عن العميل.²

ت. نظام الدفع الالكتروني المؤجل: في هذا النظام يتم الشراء الفوري والدفع الأجل، بمعنى عدد اقتناء السلعة أو الخدمة لا يسدد المستهلك ثمنها في الحين بل يحصل عليها والدفع يتم فيما بعد من طرف البنك، وينطوي ضمن هذا النظام كل من البطاقة الائتمانية والبنك الالكتروني.³

ث. النظام البنكي الحديث للدفع: تماشيا مع التقدم التقني المذهل، طورت الكثير من المتاجر الالكترونية والتقليدية باقة متنوعة من الخدمات المعاصرة، التي يمكن تلخيصها في الهاتف المصرفي والانترنت المصرفي وأوامر الدفع المصرفية، وخدمات المقاصة الالكترونية.¹

¹ إبراهيم بختي، "دور الانترنت وتطبيقاته في مجال التسويق"، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، ص115.

² محمد نور برهان، عز الدين خطاب، "التجارة الالكترونية، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات"، مصر، 2009، ص316.

³ السيد احمد عبد الخالق، مرجع سبق ذكره، ص181.

الفصل الأول: الإطار النظري للتجارة الالكترونية

المطلب الثالث: التدابير الأمنية اللازمة لحماية المعاملات التجارية الالكترونية

يمكن أن تتعرض مواقع الأفراد أو المؤسسات إلى عمليات الاختراق من طرف لصوص الانترنت (internet hackers) ، بسبب أن الصفقات التجارية الالكترونية تتميز بانعقادها عن بعد دون اللقاء المباشر بين البائع والمشتري، فكان لابد من إيجاد طرق وتدابير أمنية لحماية المعاملات التجارية الالكترونية لتوفير الخصوصية والسرية والأمن أثناء القيام بهذا النوع من التجارة، وعليه سنذكر أهم الوسائل والأنظمة المستخدمة لضمان النقل الآمن للمعلومات والتي تتمثل في:

1. التشفير:

حسب التشريعات الأجنبية فإنها أخذت بنظام التشفير، فالمشرع الفرنسي قد قام بالنص على أدوات التشفير ووسائله في مجال المعلوماتية وهذا من خلال: الفقرة الأولى من المادة 28 من القانون رقم 90-1170 والصادر بتاريخ 29 كانون الأول 1990 حول: "تنظيم الاتصالات عن بعد"، منشور في الجريدة الرسمية الفرنسية في العدد الصادر بتاريخ 30 كانون الأول 1990.² "هوجميع التقديرات التي ترمي بفضل بروتوكولات سرية إلى تحويل معلومات مفهومة إلى معلومات وإشارات غير مفهومة، أو القيام بالعملية المعاكسة وذلك بفضل استخدام معدات أو برامج مصممة لهذه الغاية".³

¹ السيد احمد عبد الخالق، مرجع سبق ذكره، ص 183.

² بولين انطونيوس أيوب، "الحماية القانونية للحياة الشخصية في مجال المعلوماتية، الطبعة 1، منشورات الحلبي الحقوقية"، 2009، ص 231.

³ Chiffrement ou cryptographie:

Protect visant a transformer a l'aider de convention secrètes des information ou des signaux clairs en informations ou signaux intelligibles pour des tiers; le procède peut également permettre de réaliser l'opération inverse; c'est a due la traduction d'un message chiffre en signaux clairs. Christine bitouzet; le commerce électronique hermes.science publication. Paris.1990.p180.

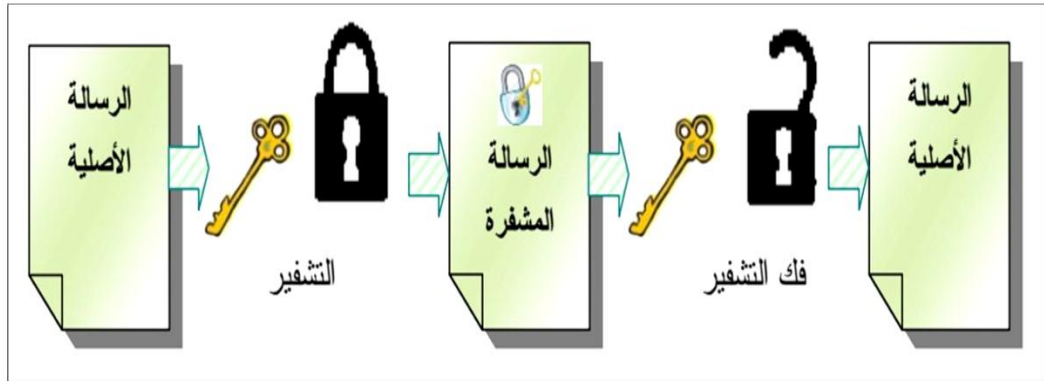
الفصل الأول: الإطار النظري للتجارة الالكترونية

تبنى المشرع الجزائري كأغلب التشريعات الأخرى للتشفير، وذلك بالرجوع إلى القانون رقم **04-15** المتضمن: "القواعد العامة للتوقيع والتصديق الالكترونيين" ووفقا للفصل الثاني المادة **2** الفقرة **3** المعنونة ب: "بيانات إنشاء التوقيع الالكتروني" والتي عرفت بأنها: "رموز أو مفاتيح التشفير العمومية، بيانات فريدة مثل الرموز أو مفاتيح التشفير الخاصة التي يستعملها الموقع لإنشاء التوقيع الالكتروني"، من خلال هذه المادة فالمشرع اعتبر أن مفاتيح التشفير سواء كانت عامة أو خاصة تستخدم لإنشاء التوقيع الالكتروني، وكذلك في الفقرة **5** من نفس المادة² والتي جاءت تحت عنوان "بيانات التحقق من التوقيع الالكتروني" لم تحمل أي تعريف لنظام التشفير، وبهذا فإن المشرع الجزائري لم يأتي بتعريف واضح لنظام التشفير على الرغم من انه لا يعقل أن يعرف لنا نوعيه ولم يعطي مفهوم له، بل اعتبره من بيانات إنشاء التوقيع الالكتروني من خلال نص المادة **2** من الفصل الثاني الفقرة **3**، أما في الفقرة الخامسة فقد اعتبر التشفير من بيانات التحقق من التوقيع.

ويتم تقسيم طرق التشفير بناء على معيار المفتاح المستخدم إلى ثلاثة أنواع رئيسية تتمثل في:

أ. التشفير باستخدام المفتاح المتماثل (المفتاح السري): يعتمد هذا النظام على استخدام نفس المفتاح من طرف مصدر الرسالة المرسل إليها للقيام بتشفير الرسالة وإعادة فك رموزها.

عملية التشفير المتماثل



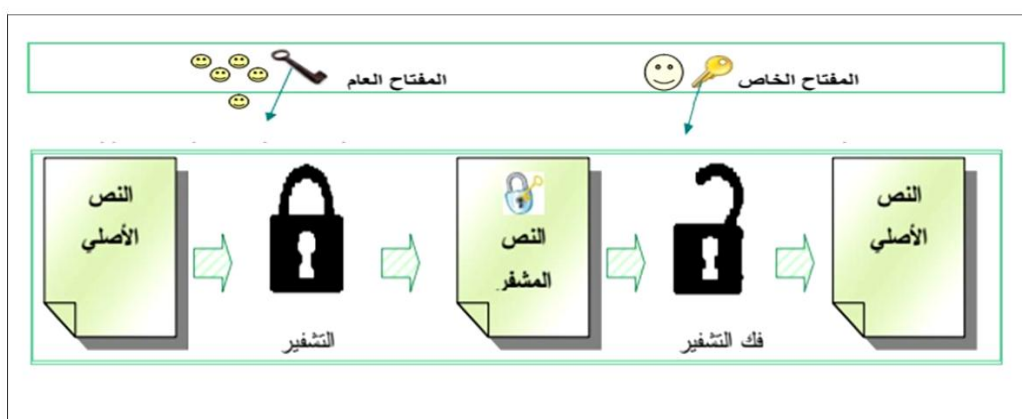
¹ القانون رقم 04-15 المؤرخ في 11 ربيع الثاني من عام 1436 الموافق لـ 1 فبراير "المتعلق بقواعد عامة للتوقيع والتصديق الالكتروني"، الجريدة الرسمية، العدد 6، ص 1.

² المادة 2/5 من القانون رقم 04-15: "رموز أو مفاتيح التشفير العمومية أو أي بيانات أخرى مستعملة من أجل التحقق من التوقيع الالكتروني".

المصدر: محمد نور برهان، عز الدين الخطاب، "التجارة الالكترونية"، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، مصر، ص 270 .

ب. التشفير باستخدام المفتاح اللامتماثل (المفتاح العام): ظهر نظام المفتاح العام بغرض معالجة نقائص نظام التشفير بالمفتاح المتناظر المتمثلة في تعرض المفتاح إلى مخاطر أمنية أثناء تبادلها، بفضل هذا النظام أصبح من الممكن تجنب هذه الأخطار، عن طريق تشفير البيانات باستخدام مفتاحين بدل من واحد.

التشفير بمفتاح عام (لا متماثل)



المصدر: محمد نور برهان، عز الدين الخطاب، مرجع سبق ذكره، ص 270 .

ت. المزج بين أسلوب استخدام المفتاح المتماثل والمفتاح العام: هذا النظام يستطيع تحقيق هدفه من خلال المزج بين الأسلوبين، حيث يهدف إلى تفادي عيوب النظامين السابقين من خلال ضمان أكبر قدر من الأمن والحماية للبيانات، بأقل تكلفة ممكنة وفي اقصر وقت.¹

التشفير باستخدام أسلوب المزج بين المفتاح المتماثل والمفتاح العام



¹ إبراهيم بختي، مرجع سبق ذكره، ص 77.

المصدر: محمد نور برهان، عز الدين الخطاب، مرجع سبق ذكره، ص 271 .

2. **التوقيع الالكتروني:** مع التطورات الراهنة في جميع مجالات الحياة، أصبح التوقيع اليدوي عقبة مستحيل تكييفها مع التكنولوجيا الحديثة وخاصة مع تعاملات التجارة الالكترونية، مما أدى إلى ضرورة ظهور توقيع جديد يتماشى مع مقتضيات العصر الحديث وهوما يطلق عليه **"بالتوقيع الرقمي"**، ونعرف التوقيع الالكتروني: عرفت المادة (1-2) من القانون النموذجي "المتعلق بالتوقيعات الالكترونية" والذي وضعته لجنة الامم المتحدة لقانون التجارة الدولي سنة **2001**، التوقيع الالكتروني بأنه " بيانات في شكل الكتروني مدرجة في رسالة بيانات أومضافة إليها أومرتبطة بها منطقيا، ويجوز أن تستخدم لتعيين هوية الموقع بالنسبة لرسالة البيانات وبيان موافقة الموقع على المعلومات الواردة في رسالة البيانات.¹

أي أن التوقيع الالكتروني يتمثل في حروف وأرقام وإشارات مجموعة في ملف رقمي صغير، يساعد على تمييز هوية الموقع وشخصيته دون غيره، وبأنه هومن قام بإجراء المعاملة وتنفيذها، وللتوقيع الالكتروني صورتين اساسيتين تتمثلان في التوقيع الرقمي(الكودي) والتوقيع باستخدام القلم الالكتروني.

3. **الشهادات الرقمية:** هي عبارة عن وثيقة الكترونية تربط كيان معين (شركة أوخادم أو شخص ما) بمفتاح عام لحل مشكلة انتحال الشخصية ، تثبت هذه الشهادة هوية الشخص مثلها مثل جواز السفر، لكن الاختلاف هنا أن جواز السفر لا يمكن عمل نسخ منه ونشره للملاء بعكس الشهادة الرقمية التي يمكن عمل نسخ منها ونشرها، والسبب في ذلك أنها لا تحتوي على معلومات سرية ونشرها لا يؤدي إلى مخاطر أمنية، لأن المفتاح العام المصدق من قبل المانح سيعمل مع المفتاح الخاص المرافق له والمملوك من قبل الكائن المعرف بالشهادة.² تتضمن الشهادات الرقمية مجموعة من البيانات والمعلومات الالكترونية، والتي قامت هيئة المواصفات القياسية العالمية **ISO** بتحديدتها وفقا للمعيار **X-509** كآلاتي:

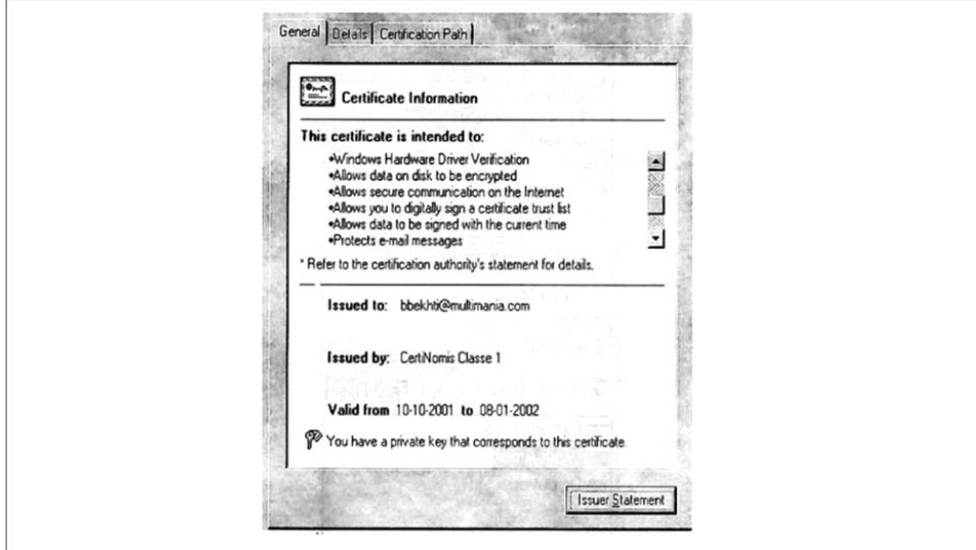
- بيانات عن المرسل تحدد هويته؛
- نسخة من المفتاح العام للمرسل؛
- الرقم التسلسلي للشهادة وتاريخ انتهاء صلاحيتها؛

¹ نضال اسماعيل برهم، "أحكام عقود التجارة الالكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع"، الأردن، 2005، ص170.

² Mark Ciampa, Security+ Guide To Network Security Fundamentals, 2005, p313-314.

- التوقيع الرقمي للمرسل.¹

الشهادة الرقمية



المصدر: www.certinomis.com : 3.00 23/02/2023

4. نظام المعاملات الالكترونية الآمنة:

تم تطوير نظام المعاملات الالكترونية الآمنة (SET) بالتعاون مع اكبر شركات كروت الائتمان العالمية وهي شركة "فيزا" و"ماستركارد"، وذلك بغرض تأمين المعاملات المالية على شبكة الانترنت باستخدام بطاقة الائتمان، حيث صدر هذا النظام عام 1996، الغاية من هذا البروتوكول ضمان الحفاظ على امن البيانات (خصوصيتها وسلامتها) والتحقق من وصولها إلى الجملة المطلوبة أثناء إجراء الحركات المالية عبر الانترنت، وكذا إضفاء الشرعية والموثوقية على أصحاب المتاجر الالكترونية وحملة البطاقات الائتمانية.

تتضمن عملية الشراء وفقا لبروتوكول الحركات المالية الآمنة (SET) خمسة أطراف وهي:

- حامل البطاقة؛
- موفر المحفظة الالكترونية؛

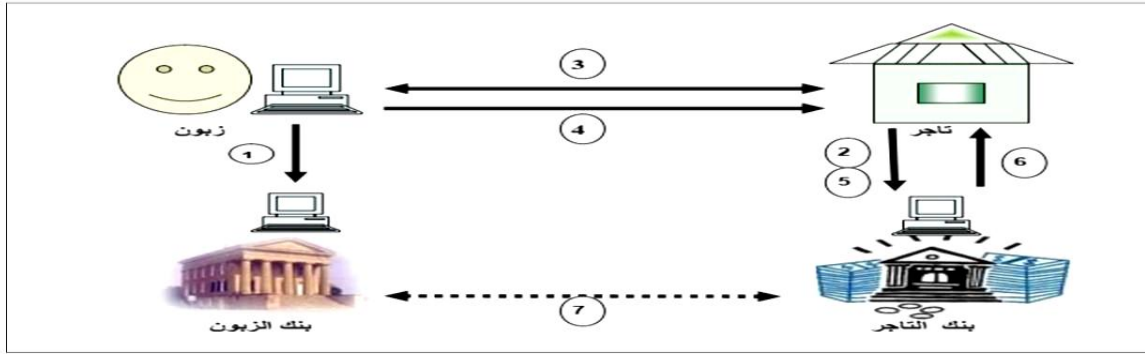
¹ أحمد محمد غنيم، الإدارة الالكترونية، "آفاق الحاضر و تطلعات المستقبل"، المكتبة العربية، المنصورة، مصر، 2004، ص 327.

الفصل الأول: الإطار النظري للتجارة الالكترونية

- التاجر؛
- معالج عمليات الدفع؛
- بوابة الدفع.

ولإجراء الحركات المالية وفقا لبروتوكول الحركات المالية الآمنة، يتطلب قيام الزبون في الأول فتح حساب بطاقة ائتمانية في احد المصارف، ثم يصدر المصرف إلى صاحب البطاقة برنامجا خاصا ببروتوكول الحركات المالية الآمنة (SET) يدعى "برنامج المحفظة الالكترونية"، وتستخدم هذه المحفظة في الشراء وإجراء الحركات المالية عبر الانترنت.¹

مراحل استخدام نظام بروتوكول الحركات المالية



المصدر: جمال مزغيش، "التجارة الالكترونية على شبكة الانترنت"، دراسة حالة توجه المؤسسات الجزائرية نحو التجارة الالكترونية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002، ص101، بتصرف.

المبحث الثالث: الدراسات السابقة

تناولت العديد من الدراسات المحلية والعربية موضوع واقع التجارة الالكترونية، حيث أن الدراسات السابقة لهذا الموضوع متعددة منها من ركز على الجانب النظري من مفاهيم وخصائص وأهمية، ومنها من ركز على الجانب التقني والفني لتطبيقات التجارة الالكترونية، ومنها من ركز على واقع التجارة الالكترونية في العالم بصفة عامة، لكن

¹بركان أمينة، "المعاملات التجارية والمالية عبر الانترنت وسبل تأمينها"، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد3، خميس مليانة، ماي2011.

في الجزائر هذه الدراسة تعتبر قليلة جداً، وهذا ما سنحاول إضافته من خلال هذه الدراسة، وفيما يلي بعض من هذه الدراسات التي لها علاقة بموضوع دراستنا بشكل مباشر أو غير مباشر:

المطلب الأول: الدراسات المحلية والعربية

أ. الدراسات المحلية:

1. دراسة للأستاذ بختي إبراهيم بعنوان دور الانترنت وتطبيقاته في مجال التسويق، وهي أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية بجامعة الجزائر سنة 2003، حيث توصلت هذه الدراسة إلى أن التجارة الالكترونية توفر على مستوى الوظيفة التسويقية إمكانية مقارنة الأسعار، عرض السلع على مستوى عالمي واسع، باستخدام سياسات اشهارية وترويجية جديدة على الانترنت تضمن التفاعل، وتساهم في بناء نظام معلومات قوي يساعد في وضع السياسات التسويقية والإستراتيجية للمؤسسة.
2. دراسة سمية ديمش بعنوان التجارة الالكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر، وهي رسالة ماجستير بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير في جامعة منتوري قسنطينة بالجزائر سنة 2011، حيث توصلت هذه الدراسة إلى انه يرجع الفضل الكبير في تحقيق وجود التجارة الالكترونية وانتشارها إلى الأدوات المختلفة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، التي وفرت البيئة التقنية اللازمة لقيام هذه التجارة.
3. دراسة الدكتور فريد كورتل بعنوان التجارة الالكترونية في الوطن العربي واقع سيبقى أم موجة ستنتهي؟، وهي مقال في مجلة الاقتصاد الجديد العدد 3 بجامعة 20 أوت 1955 في سكيكدة ماي 2011، حيث توصلت هذه الدراسة إلى التأكيد على أن النمو السريع لوسائل الدفع الحديثة وتكنولوجيا المعلومات نتج عنه اثار كبيرة، لذا أصبح من الضروري تطوير الأساليب المصرفية التقليدية في معالجة التجارة الالكترونية بما يتلائم مع التغيرات الجديدة في ظل نمو الأسواق الشاملة والتكتلات الاقتصادية.

ب. الدراسات العربية:

1. دراسة الدكتور علي خلف سلمان الركابي بعنوان التجارة الالكترونية وواقع استخدامها على المستوى العربي، وهي مقال في مجلة الاقتصاد الجديد العدد 02 بالجامعة المستنصرية بالعراق في جانفي 2010، حيث توصلت هذه الدراسة إلى أن التجارة الالكترونية هي الآن المستقبل وعصب الاقتصاد العالمي، وتحتاج إلى استثمارات ضخمة ورؤية متفتحة أكثر تقبلاً للأفكار التقنية العصرية، ومن أهم التحديات التي تواجهها هي أن سرعة الدخول إلى الانترنت في ظل الشبكات العامة للاتصالات الهاتفية العربية هي سرع غير كافية.
2. دراسة باسم بانوب بخيت بعنوان اتجاه نموذج مقترح لتطوير التجارة الالكترونية دراسة تطبيقية عن صناعة البرمجيات، وهي رسالة ماجستير بجامعة بنها بمصر سنة 2011، حيث توصلت هذه الدراسة لوجود العديد من المشكلات والمعوقات التي تواجه التجارة الالكترونية في مصر وجهود الدولة لحلها.

3. دراسة معراج الهواري بعنوان اثر الانترنت في تفعيل التسويق المباشر بين منظمات الأعمال دراسة استطلاعية على عدد من المؤسسات، وهي دراسة مقدمة في المؤتمر العالمي الدولي التاسع حول الوضع الاقتصادي العربي وخيارات المستقبل لجامعة الزرقاء بالأردن في 24-25 2013، حيث توصلت هذه الدراسة أن للانترنت آثار ايجابية ملموسة من قبل منظمات الأعمال، ووجود معوقات في استخدام التسويق المباشر وهي في مجملها قانونية وفنية.

المطلب الثاني: أوجه الشبه والاختلاف بين الدراسات السابقة

- أوجه الشبه:
- اغلب هذه الدراسات السابقة تناولت موضوع الدراسة من جانبه العلمي، من خلال التطرق إلى مختلف المفاهيم النظرية للتجارة الالكترونية من مفاهيم وخصائص وغير ذلك، وكذا التطرق لواقع هذه التجارة الالكترونية، أما الجانب التطبيقي فلم يكن له الحظ الأوفر في هذه الدراسات؛
- الدراسات السابقة ركزت على ما مدى تحقيق الأهداف، من خلال مقارنة النتائج المتوصل إليها والمحققة مع الوسائل المستعملة التي تعتبر تقليدية بالنظر إلى التطور التكنولوجي الحاصل؛
- كل نتائج الدراسات السابقة كانت تصب في سياق واحد ألا وهوالتجارة الالكترونية، حيث ترمي إلى أن هذه الأخيرة أدخلت البشرية في عصر جديد خاصة مع تزايد استخدام الانسان للادوات المتنوعة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

الفصل الأول: الإطار النظري للتجارة الالكترونية

- أوجه الاختلاف:

جدول رقم 02: أوجه الاختلاف بين الدراسات المحلية

الدراسات المحلية	مشكلة الدراسة	أهداف الدراسة	نتائج الدراسة
- بختي إبراهيم - أطروحة - دكتوراه - جامعة الجزائر - سنة 2003	ما مدى تأثير الانترنت على التسويق ؟	معرفة دور الانترنت ومختلف تطبيقاته على التسويق والتجارة الالكترونية	التجارة الالكترونية توفر على مستوى الوظيفة التسويقية إمكانيات جديدة وحديثة
- سمية ديمش - رسالة - ماجستير - جامعة - قسنطينة - سنة 2011	ما مدى اعتماد الجزائر على التجارة الالكترونية؟	التعرف على تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتأثيرها على المجال التجاري، وتسهيل الضوء على واقع التجارة الالكترونية في الجزائر	ضعف واضح في المؤشرات الغير مباشرة للتجارة الالكترونية في الجزائر، والمتعلقة أساسا بالبنية التقنية للاتصالات والمعلومات
- فريد كورتل - مقالة - جامعة - سكيكدة - سنة 2011	هل يوجد في الوطن العربي بؤادر للتجارة الإلكترونية ؟	التعرف على جوهر وطبيعة التجارة الإلكترونية	النمو السريع لوسائل الدفع الحديثة وتكنولوجيا المعلومات نتج عنه آثار كبيرة، لذلك أصبح من الضروري تطوير الأساليب المصرفية التقليدية في معالجة التجارة الالكترونية

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على الدراسات السابقة.

جدول رقم 03: أوجه الاختلاف بين الدراسات العربية

الدراسات العربية	مشكلة الدراسة	أهداف الدراسة	نتائج الدراسة
- د. علي خلف - مقال - جامعة المستنصرية بالعراق - سنة 2010	هل البنية التحتية التكنولوجية للدول العربية مهيأة للدخول إلى التجارة الالكترونية؟	الوقوف على التطورات التي طرأت على التجارة الدولية، والواقع الحقيقي لها	اختلاف التعاريف المستخدمة لتوضيح التجارة الالكترونية أدى إلى اختلاف المقاييس، والمؤشرات الإحصائية المستخدمة فيها
- بانوب بخيت - رسالة ماجستير - جامعة مصر - سنة 2011	هل عدم التحديد الدقيق لمتطلبات ومعوقات تطبيق التجارة الالكترونية اثر على فاعليتها في مصر؟	تطوير التجارة الالكترونية في مجال البرمجيات بمصر، وتحديد المعوقات التي تؤثر على انتشارها	وجود العديد من المشكلات والمعوقات التي تواجه التجارة الالكترونية في مصر، وجهود الدولة لحلها
- معراج الهواري - مؤتمر عالمي - جامعة الزرقاء بالأردن - 2013	ما هو تأثير استخدام الانترنت على الأداء التسويقي المباشر بين مؤسسات الأعمال؟	تحديد تأثير الانترنت على منظمات الأعمال في مجال التسويق، وأهم معوقاتها	للانترنت آثار ايجابية ملموسة من قبل منظمات الأعمال، وجود معوقات في استخدام التسويق المباشر بينها وهي في مجملها قانونية وفنية

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على الدراسات السابقة.

المطلب الثالث: موقع دراستنا من الدراسات السابقة

تعتبر الدراسات السابقة ذات أهمية قصوى في الدراسات الحديثة، كون هذه الأخيرة أضحت الطريق السليم والصحيح الذي يجب على الباحث أن يسلكه منذ الانطلاقة الأولى في مساره، ومن خلال تحليلنا للدراسات السابقة تبين أن هذه الدراسات تناولت موضوع التجارة الالكترونية من الجانب العام.

من خلال المعلومات والأفكار التي تحصلنا عليها من هذه الدراسات السابقة والمتعلقة عامة بنفس موضوع بحثنا العلمي، جاءت دراستنا الحديثة لتتعمق قليلا في هذا المجال، وتنتقل من السياق النظري إلى التطبيق الفعلي والعملية الملموس لدراسة حالة في فترة زمنية معينة وهذا بالاستناد إلى مجموعة من المؤشرات والبيانات وتحليلها، ومن خلال دراسة واقع التجارة الالكترونية في الجزائر، توصلنا لوجود تجارة إلكترونية ولكن بشكل تقليدي على الرغم من توفر العديد من المواقع الالكترونية التي تمارس عمليات الشراء والبيع عبر الانترنت، وتواجد العديد من المؤسسات التي تملك مواقع إلكترونية والتي تعرض منتجاتها عبر الانترنت ولكن التسليم يكون بطرق تقليدية، وهذا ناتج عن عدم توفر نظام دفع إلكتروني رغم توفر بطاقات بنكية لكن غير صالحة للدفع عبر الانترنت، الامر الذي يصعب عملية قياس حجم المبادلات التجارية في عمليات التجارة الالكترونية، إضافة إلى ضعف البنية التحتية اللازمة والقوانين التشريعية اللازمة لإنشاء هذه التجارة، إضافة إلى وجود تفاوت في مدى تقبل المستهلك الجزائري في ممارسة هذا النوع الحديث من التجارة كمفهوم جديد ومشاكل في الثقة.

خلاصة:

حاولنا من خلال هذا الفصل إلقاء الضوء على التجارة الالكترونية، التي أدخلت البشرية في عصر جديد تصاحب مع تزايد استخدام الإنسان للأدوات المتنوعة الخاصة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فلم تعد هذه الأخيرة من الأحلام المستقبلية كما كانت في القرن الماضي لان التجارة قديما كانت تعتمد على وسائل جد تقليدية في التعاملات، لكن مع إتاحة الانترنت للعوام بعدما كانت مقتصرة فقط على هيئة حكومية واحدة وبازدياد الاستثمارات المباشرة في تكنولوجيا الاتصالات وتقنية المعلومات شهدت التجارة الالكترونية تطور واسع وهائل، واستطاعت الدول المتقدمة استغلال هذه التقنية بشكل مثالي فاخترقت أسواق العالم بشكل منقطع النظير.

الفصل الثاني :

واقع التجارة الالكترونية في الجزائر

تمهيد :

بعد تطرقنا إلى الجانب النظري في هذه المذكرة، كان لابد علينا أن نخصص جزء تطبيقي من اجل معرفة أكثر حول موضوع دراستنا، حيث أن سعي الجزائر للاندماج في الاقتصاد العالمي القائم على التجارة الحرة وتكنولوجيا المعلومات والاتصال يفرض عليها مواكبة التطورات الاقتصادية الحديثة، وفي هذا السياق تحاول هذه الدراسة تحديد واقع التجارة الالكترونية في الجزائر، وكذا معرفة البيئة العامة لهذه التجارة وأهم المعوقات والتحديات التي تواجهها إضافة إلى سبل ترقيتها، وعليه قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين:

المبحث الأول: البيئة العامة للتجارة الالكترونية في الجزائر

المبحث الثاني: معوقات التجارة الالكترونية في الجزائر وحلول تفعيلها، والمجهودات المبذولة في هذا المجال

الفصل الثاني: واقع التجارة الالكترونية في الجزائر

المبحث الأول: البيئة العامة للتجارة الالكترونية في الجزائر

يعتبر وجود وتطور شبكة الانترنت الوسيلة الأساسية لنجاح التجارة الالكترونية، حيث حاولت الجزائر الولوج لهذا العالم سنة **1993**، وللحديث عن البيئة العامة للتجارة الالكترونية في الجزائر كان لابد من الاطلاع على وضعية الجزائر في هذا المجال وكذا على بنيتها التحتية والرقمية والمعلوماتية، بالإضافة لمختلف وسائل الدفع الالكترونية الخاصة بهذا البلد.

المطلب الأول: وضعية التجارة الالكترونية في الجزائر

أولت الدولة الجزائرية اهتماما بالغا بتطبيق الحكومة الالكترونية، إلا انها تعتبر متأخرة وشبه غائبة عن متابعة تطورات التجارة الالكترونية فلم تعطيها حقها، لكن مؤخرا بدأت تسعى بخطوات جد بطيئة لإيجاد طريقها في هذا المجال وجني الفوائد الكامنة فيه.¹

أولاً: نظرة عامة حول التجارة الالكترونية في الجزائر

التجارة الالكترونية في الجزائر لا تزال تتطور بشكل بطيء جدا، ويعود ذلك إلى مجموعة من العوائق التي تترهن مستقبله، وذلك في جميع المجالات سواء في الجانب التشريعي، القانوني، المالي، المصرفي، وغير ذلك، بالإضافة للبنية التحتية لقطاع الاتصالات وكذا على مستوى درجة الوعي العام للمستخدمين والكوادر البشرية للشركات والمؤسسات العمومية الخاصة، والتجارة الالكترونية كانت موجودة بالموازاة مع التجارة العادية والدليل على ذلك وجود العديد من المواقع الالكترونية المتخصصة في التسويق الالكتروني، إلا أنها كانت قبل صدور قانون التجارة الالكتروني الجزائري **05/18**، حيث جاء في المادة **3** منه "التجارة الالكترونية النشاط الذي يقوم بموجبه مورد الكتروني بإقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد للمستهلك الالكتروني عن طريق الاتصالات الالكترونية".²

وبالتالي وضح المشرع الجزائري أطراف المعاملة التجارية الالكترونية، ووفر الاطار القانوني والحماية اللازمة لأطرافها تماشيا مع مستحدثات ثورة المعلومات التي غيرت من طابع المعاملات التجارية الكلاسيكية، وأوجدت ما يسمى "بالمعاملات الالكترونية"، ويمكن تعريف المعاملات الالكترونية العمومية على أنها "الاستخدام التكاملي الفعال لجميع تقنيات المعلومات والاتصالات، لتسهيل وتسريع التعاملات بدقة عالية داخل الجهات الحكومية وبينها وبين

¹ عبد الله سراج، "التسويق والتجارة الالكترونية في الدول العربية"، التحديات التي تواجهها وسبيل التغلب عليها، مجلة العلوم الإنسانية العدد 5، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ديسمبر 2003، ص 69.

² القانون رقم 05/18 المؤرخ في شعبان 1439 الموافق ل: 10 مايو 2018 "المتعلق بالتجارة الالكترونية"، الجريدة الرسمية العدد 28، بتاريخ 20 شعبان 1430، الموافق ل 16 مايو 2018.

الفصل الثاني: واقع التجارة الالكترونية في الجزائر

تلك التي تربطها بالافراد¹، فالتعاملات قد تشمل كل الخدمات التي يقدمها المرفق العام عبر الشبكة العنكبوتية سواء ما تعلق بخدمات موجهة للأفراد أو وحدات العمال، وفي هذا الإطار بذلت الجزائر جهودا لأجل عصنة المرافق العامة وتسهيل الاجراءات والخدمات على المواطنين، هذا وقد كان لقطاع العدالة ووزارة الداخلية والجماعات المحلية السبق في الاستفادة من التقنية الرقمية، حيث من بين القطاعات الأولى التي حظيت بحصة الأسد في مجال رقمنة الخدمات مقارنة بقطاعات أخرى هو قطاع التجارة².

إن الكثير من الأعمال على المستوى الدولي أصبحت بفضل التجارة الالكترونية وتطورها تتم بسهولة، باستخدام وسائل متعددة ومتطورة من الانترنت وأجهزة الإرسال الالكتروني وغير ذلك، وهي من الأمور التي ساعدت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدخول إلى الأسواق لان هذه الأخيرة تعمل على تنظيم الإنتاج والتوزيع من خلال سلاسل التوريد العالمية، ووفقا لموقع business.com فان اكبر 10 أسواق للتجارة الالكترونية في العالم لسنة 2023 تتمثل في:³

الجدول رقم 04: اكبر 10 أسواق للتجارة الالكترونية في العالم لسنة 2023

البلد	الصين	و.م.ا	مملكة م.	اليابان	ألمانيا	فرنسا	كوريا ج.	كندا	روسيا	برازيل
الرتبة	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
حجم مبيعات التجارة الالكترونية	672	340	99	79	73	43	37	30	20	19
حصة التجارة الالكترونية من إجمالي مبيعات التجزئة %	15.9	7.5	14.5	5.4	8.4	5.1	9.8	5.7	2	2.8

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على موقع www.business.com.

¹ انظر للموقع المتخصص في برنامج التعاملات الالكترونية الحكومية: www.yessergov.as.

² موساوي رشيدة، دراجي المكى، "دور الإدارة الالكترونية في تطوير الخدمة العمومية والمرفق العام في الجزائر": دراسة لنموذجين قطاعيين العدالة الداخلية والجماعات المحلية، مجلة العلوم القانونية و السياسية، المجلد التاسع، العدد الأول، 2017.

³ <https://www.shopify.com/enterprise/global-ecommerce-statistics:08/04/2023:18:00>

الفصل الثاني: واقع التجارة الالكترونية في الجزائر

من خلال الجدول يتضح لنا هذه النقاط :

- 1- الصين: هي أكبر سوق للتجارة الالكترونية في العالم بفضل الشركات الرائدة للتجارة الالكترونية فيها مثل (Taobao, Alibaba.com, Tmall)، وتحظى بأعلى نسبة مبيعات إلكترونية من إجمالي مبيعات التجزئة والمقدرة بـ **15.9%**.
- 2- الولايات المتحدة الأمريكية: هي ثاني أكبر سوق للتجارة الالكترونية في العالم بعدما أحكمت قبضتها على التجارة الالكترونية لأكثر من عقد من الزمان، بفضل قيادة شركات التجارة الالكترونية العملاقة مثل (Amazons and eBay).
- 3- المملكة المتحدة: فعلى الرغم من صغر حجمها، إلا أنها جاءت في المركز الثالث عالميا والأول أوروبا وذلك بفضل (Amazon UK, Argos and Play.com).
- 4- اليابان: هي الرائدة عالميا في التجارة الالكترونية عبر الهواتف الذكية، فقد جاءت في المرتبة الرابعة عالميا بفضل منصة التجارة الالكترونية (Rakuten) الرائدة في اليابان.
- 5- ألمانيا: هي خامس أكبر سوق للتجارة الالكترونية في العالم والثاني أوروبا بعد المملكة المتحدة، بفضل (Amazons and eBay) إضافة إلى متاجر التجزئة المحلية على الانترنت (Otto).
- 6- فرنسا: جاءت في المرتبة السادسة عالميا بفضل (Odigeo and c-discount).
- 7- كوريا الجنوبية: تمتلك أسرع سرعة انترنت لاسلكية في العالم تأتي في المركز السابع عالميا، بفضل شركتي (Gmarket and Coupang).
- 8- كندا: بفضل (Amazons and Castco)، حيث جاءت في المرتبة الثامنة عالميا.
- 9- روسيا: يعتبر سوقها للتجارة الالكترونية الناشئة والتي يوجد بها أكبر عدد من مستخدمي الانترنت في أوروبا، جاءت في المرتبة التاسعة عالميا بفضل (Ulmart, Citilink, and Ozon).
- 10- البرازيل: فهي الدولة الوحيدة من أمريكا الجنوبية في هذه القائمة، والتي جاءت في المرتبة العاشرة عالميا بفضل (Merkadolibre and B2W Digital Inc)، تعتبر من أكبر شركات تجارة التجزئة الالكترونية في البلاد.

ثانيا: بعض مواقع التجارة الالكترونية في الجزائر

انتشرت الكثير من المتاجر الإلكترونية في الوطن العربي والتي أصبحت تقدم مختلف خدماتها في كافة أنحاء العالم، وذلك تبعاً للتطور الاقتصادي وتطور التكنولوجيا الموجودة عالمياً، فقد قلنا أن التجارة الإلكترونية من الأشياء الحديثة التي ظهرت والتي أصبح الكثير يعتمد عليها في الانترنت، ولقد اتجه كثير من الشباب في الجزائر إلى موقع نون للتسوق ومعرفة جميع مواقع الشراء التي تدعم الجزائر، وذلك للبدء بالتجارة الإلكترونية الخاصة بهم.

1. موقع جوميا الإلكتروني:



- يعتبر موقع جوميا موقع ضخم للغاية في التجارة الإلكترونية في الجزائر، ويحتوي على آلاف السلع والبضائع المختلفة مثل الأدوات الإلكترونية والهواتف المحمولة وغيرها الكثير من الأشياء، لتفيد مختلف أنواع الزبائن.
- لقد ظهر موقع جوميا لأول مرة في عام 2014، وبدأ بتقديم خدماته الكثيرة لمختلف أنواع الزبائن حيث يدعم كافة خدمات الدعم والشراء للمستخدمين.

2. موقع علي اكسبريس الإلكتروني:



- أ. يعتبر هذا الموقع من المواقع ذات الشعبية الكبيرة التي دخلت إلى المنافسة بشكل قوي في التجارة الإلكترونية في الجزائر.

الفصل الثاني: واقع التجارة الالكترونية في الجزائر

ب. لقد بدأ هذا الموقع بشكل أولي كتابع لشركة علي بابا الصينية التي لها شعبية كبيرة في العالم، وذلك في عام **2010** ولهذا بدأت المنافسة بشكل قوي للغاية.

ت. يمكن التسوق عبر هذا الموقع عن طريق الموقع الرسمي أو عن طريق تطبيق الموقع للتجارة، ويدعم هذا الموقع كافة خدمات الدفع للمستخدمين.

3. موقع اشاغو الإلكتروني:



- يعتبر من مواقع الصدارة الموجودة في الجزائر، والذي يتميز بخدمة سريعة وفعالة لكافة الزبائن، ويتمتع بمرونة وسهولة كبيرة، كما يتميز بتكاليف الشحن المنخفضة للغاية لذلك يعتبر من المواقع التي يجهلها الكثير من الأشخاص في التسوق في الجزائر.

- يتميز هذا المتجر بالمرونة العالية مع التعامل مع كافة الزبائن، يمكنك التسوق عبر الموقع الإلكتروني أو عن طريق تطبيق اشاغو للتجارة الإلكترونية.

4. موقع شي أن الإلكتروني:



الفصل الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر

- يعتبر هذا الموقع من المواقع التي تمتلك كمية كبيرة من الزبائن، وذلك بسبب نوع التخصص الداخل فيه، حيث يقدم جميع الإكسسوارات والمواد التجميلية النسائية، ولهذا يمتلك كمية كبيرة من الزبائن من كافة نساء العرب وليس فقط نساء الجزائر.
 - يتميز بخدمات الشحن منخفضة التكلفة والسريعة للغاية، ويقدم خدماته بأكثر من لغة داخل الموقع، كما يمكن الاستفادة من خدمات هذا الموقع عن طريق تطبيق الموقع والذي يدعم كافة طرق الدفع، وحتى يسمح باسترجاع الأموال للزبائن.
- وهذه كانت بعض النقاط المهمة عن التجارة الإلكترونية في الجزائر، ويجب التنويه بان هذا النوع من التجارة هونوع التجارة المستقبلي، والذي سوف تعتمد عليه الحضارة البشرية في المستقبل بشكل كامل، لذلك لقد بدأت الكثير من الدول في العالم العربي الدخول بهذا النوع من التجارة، وان تمتلك الخبرة فيها قبل أن تصبح من الأشياء الأساسية في عالمنا¹.

المطلب الثاني: واقع البنية التحتية الرقمية والمعلوماتية في الجزائر

إن الجزائر حاليا في انطلاقة واحدة في مجال التجارة الالكترونية باعتبارها قناة جديدة للبيع والشراء عبر الانترنت، حيث وفقا للخبراء ستعرف نموا واسعا في السنوات القادمة، وسنحاول من خلال هذا العنصر التطرق للبنية التحتية الرقمية والمعلوماتية لهذا البلد، وسنتطرق أيضا للأسباب التي جعلتها إلى الآن متأخرة في هذا المجال.

1. شبكة الانترنت وخدماتها:

ساهمت شبكة الانترنت في ظهور مؤسسات تعتمد في دخولها على الانترنت كليا أوجزئيا وهي:

- **مؤسسات بنية الانترنت:** هي المؤسسة التي تولد عوائدها كاملة أوجزء من عوائدها عن طريق تقديم المنتجات التي تتشكل منها بنية الانترنت، وقد تكون هذه المنتجات أجهزة أو برمجيات أو خدمات أو معلومات أو معارف.
- **مؤسسات الاتصال:** التي تولد جزءا من عوائدها أوجله من خدمات الاتصال، لان تدفق بيانات الانترنت يتم عبر خطوط الاتصالات التابعة لهذه المؤسسات، كما أن هذه المؤسسات قد توفر خدمة الانترنت للمستخدمين.
- **مؤسسات البيع عبر الانترنت:** وهي مؤسسات البيع التي تبيع المنتجات عبر الانترنت، وتنقسم إلى نوعين:
أ. مؤسسات تعتمد على الانترنت اعتمادا كاملا في تسير أعمالها، أي ليس لها على ارض الواقع مخازن أو متاجر؛
ب. مؤسسات تعتمد على الانترنت اعتمادا جزئيا في تسير أعمالها، أي لها على ارض الواقع مخازن ومتاجر.

¹ <https://www.tikane10.com/2021/11/e-commerce-sites-in-algeria.html> : 2023/05/12 : 17.00.

الفصل الثاني: واقع التجارة الالكترونية في الجزائر

- مؤسسات الوساطة الالكترونية عبر الانترنت: وظيفتها الرئيسية هي تسهيل وتحفيز الاتصال والتواصل بين البائعين والمشتريين.

للانترنت عدة أوجه لاستخدامها والتي يمكن تسميتها بالتطبيقات أو بالأحرى الخدمات من منظور تجاري، لكننا سوف نقصر على أهم الخدمات والمتمثلة في:

- خدمة البريد الالكتروني **E-mail**؛
- خدمة بروتوكول نقل الملفات **FTP**؛
- خدمة الشبكة العنكبوتية العالمية للمعلومات **www**؛
- خدمة الربط عن بعد **TELNET**؛
- خدمة منتديات النقاش **forumd**؛
- خدمة الاتصال المباشر¹.

الجدول رقم 05: عدد مستخدمي الانترنت والشبكات في الجزائر (31 يناير 2023)

عدد مستخدمي الانترنت والشبكات في الجزائر (مليون)	معدل انتشار الانترنت من مجموع عدد السكان %
عدد مستخدمي الانترنت	32,9
عدد مستخدمي التواصل الاجتماعي	52,9
عدد مستخدمي الاتصالات عبر الهاتف المحمول	107,2

المصدر: من إعداد الطالبين، بالاعتماد على إحصائيات الموقع الرسمي لجريدة الشروق الجزائرية لسنة 2023 متاحة على الموقع: <https://www.echoroukonline.com>

¹ إبراهيم بختي، التجارة الالكترونية، مرجع سبق ذكره، ص 25-27.

الفصل الثاني: واقع التجارة الالكترونية في الجزائر

من خلال تحليلنا للجدول:

- نشرت وكالة الاستشارات الدولية "داتا ريبورتال" في تقريرها السنوي حول الإنترنت وشبكات التواصل لعام **2023**، ارتفاع عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر بـ **5** ملايين شخص، وبلغت نسبة انتشار الإنترنت في الجزائر **70,9%** شهر يناير الماضي من إجمالي السكان أي **32,9** مليون مستخدم، ومنه تسجيل زيادة معتبرة مقارنة بنفس الفترة من سنة **2022** حيث بلغت هذه النسبة **60,6%**، وذلك حسب تقرير "ديجيتال 2023" للمكتب العالمي "داتاريبورتال" المتخصص في الإحصائيات الخاصة بالإنترنت الثابت والنقال في جميع أرجاء العالم.
- أبرز التقرير أن الاتصال بشبكة الهاتف المحمول في الجزائر بلغ نسبة **107,2%** من إجمالي السكان في يناير **2023** أي **48,53** مليون مستخدم، موضحاً أن العديد من الأشخاص في العالم يستعملون أكثر من اتصال بشبكة الهاتف المحمول.
- بلغ عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في الجزائر (فايسبوك، يوتوب، إنستغرام، تويتر، إلخ) إلى غاية **31** يناير **2023** نسبة **52,9%** من إجمالي السكان، أي **23,95** مليون مستخدم.

الجدول رقم 06: يوضح مكانة الجزائر بين الدول العربية فيما يخص استعمالات الانترنت لسنة 2022

الدولة	عدد مستخدمي الانترنت	عدد مستخدمي الانترنت %	مرتبة مستخدمي الانترنت
مصر	37333841	20.2	1
السعودية	24147715	13.1	2
المغرب	20535174	11.1	3
الجزائر	18580000	10.1	4
العراق	14000000	7.6	5
السودان	11806570	6.4	6
الإمارات	8515420	4.6	7
اليمن	6911784	3.7	8

الفصل الثاني: واقع التجارة الالكترونية في الجزائر

9	3.4	6300000	الأردن
10	3.3	6025631	سوريا
11	3.2	5848534	تونس
12	2.5	4596494	لبنان
13	1.8	3310260	عمان
14	1.7	3214347	الكويت
15	1.6	3015088	فلسطين
16	1.5	2800000	ليبيا
17	1.2	2204580	قطر
18	1.2	2179963	جنوب السودان
19	0.8	1390517	البحرين
20	0.5	900000	الصومال
21	0.4	770000	موريتانيا
22	0.1	180000	جيبوتي

المصدر من إعداد الطالبين: بناء على معطيات:

- internet world stats usage and Populatiaion statistics,date available:21/04/2019,on <http://www.internetworldstats.com/stats5.htm> .

- من خلال الجدول نستنتج أن الجزائر تحتل المرتبة الرابعة عربيا بالنسبة لعدد مستخدمي الانترنت بنسبة **10.1% لسنة 2022.**

الفصل الثاني: واقع التجارة الالكترونية في الجزائر

2- الشبكات الهاتفية الثابتة والنقال:

إن الجزائر تعتبر متأخرة في مجال تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات الذي يختص في كل من الهواتف النقالة والثابتة رغم الجهود المبذولة، توافر هذه الأخيرة من أهم الدلائل على زيادة توجه أي مجتمع نحوالتجارة الالكترونية.¹

الجدول رقم 07: المقارنة بين الجزائر وبقيّة مناطق العالم في اشتراكات الهاتف الثابت والنقال ونطاقهما العريض للجزائر لكل 100 ساكن سنة 2023

المنطقة	عدد الدول	اشتراكات الهاتف الثابت لكل 100 ساكن	اشتراكات الهاتف النقال لكل 100 ساكن	النطاق العريض للهاتف الثابت لكل 100 ساكن (kbit/s)	النطاق العريض للهاتف النقال لكل 100 ساكن (kbit/s)
إفريقيا	38	1.00	74.60	0.40	22.90
الدول العربية	19	7.70	107.10	4.70	45.20
آسيا والمحيط الهادي	34	10.00	98.90	11.30	47.40
رابطة الدول المستقلة	10	20.70	141.20	15.80	59.70
اروپا	40	37.70	118.00	30.20	80.10
الأمريكتين	35	24.40	114.20	19.10	82.70
العالم	176	13.57	101.53	12.39	52.23
الجزائر	-	8.24	117.02	6.92	46.81

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على بيانات الاتحاد الدولي للاتصالات 2023.

¹زيدان بدر البدور، 'واقع التجارة الالكترونية في الدول العربية دراسة حالة الجزائر-مصر'، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، 2013، ص72-82.

الفصل الثاني: واقع التجارة الالكترونية في الجزائر

يلاحظ من الجدول، انه على الرغم من اشتراكات الهاتف الثابت لكل 100 ساكن في الجزائر أكثر من متوسط الدول الإفريقية والدول العربية، إلا أنها تبقى ضعيفة جدا إذا ما قورنت بالمعدل العالمي الذي يقدر تقريبا بضعف المعدل المحلي، كما أن معدل الدول الأوروبية أكثر بأربعة أضعاف من المعدل المحلي، وكذلك معدل دول الأمريكيتين الذي هو أكثر بثلاثة أضعاف من المعدل المحلي، هذا الأخير الذي هو أقل كذلك من معدل رابطة الدول المستقلة والدول الآسيوية، ويعود ذلك إلى عدم وجود منافسة في قطاع الهاتف الثابت في الجزائر.

أما فيما يتعلق بقطاع الهاتف النقال فهو أكثر القطاعات تطورا في الجزائر فقد شهد نموا مطردا خلال السنوات الأخيرة، فعلى الرغم من انه أقل من معدل رابطة الدول المستقلة إلا انه تجاوز مستوى المعدل العالمي واقترب كثيرا من معدل الدول الأوروبية الذي يقدر ب 118.00، كما انه تجاوز معدل الأمريكيتين والدول الآسيوية والعربية والإفريقية، ويعود ذلك إلى اشتداد أتون المنافسة في سوق الهاتف النقال بين الشركات المزودة للخدمة في الجزائر، مما انعكس إيجابيا على أسعار الاشتراك وزيادة إمكانية الاشتراك مع أكثر من متعامل، وكذا ملائمة أسعار الخدمة لمختلف شرائح المجتمع الجزائري، بالإضافة إلى تعدد العروض وتنوعها طبقا لتوجهات وتطلعات العملاء باختلاف خصائصهم.

أما فيما يتعلق بمؤشر النطاق العريض للهاتف الثابت لكل 100 ساكن في الجزائر فإنه جاء أكثر من متوسط الدول الإفريقية والدول العربية، إلا أنه يبقى ضعيفا إذ ما قورن بالمعدل العالمي الذي يقدر بضعف المعدل الإجمالي، كما أن معدل الدول الأوروبية أكثر بخمسة أضعاف من المعدل الإجمالي، وكذلك معدل دول الأمريكيتين الذي هو أكثر بثلاثة أضعاف من المعدل الإجمالي، هذا الأخير الذي هو أقل كذلك من معدل رابطة الدول المستقلة والدول الآسيوية، ويعود ذلك إلى في الأساس إلى ضعف البنية التحتية للشبكة الثابتة وارتفاع تكلفة الاستثمارات فيها، ناهيك عن اتجاه بعض الجزائريين إلى خدمة النطاق العريض للهاتف النقال، بالإضافة إلى انعدام المنافسة في الخدمة مما يؤثر سلبا على الأسعار ونوعية الخدمة المقدمة.

فعلى الرغم من أن شبكات النطاق العريض الثابتة توفر معدلات أعلى من حيث السرعة والسعة وجودة الخدمة مما توفره شبكات النطاق العريض المتنقل، ومن ثم فهي تلبي على نحو أفضل احتياجات نخبة المستعملين من قبيل المنظمات ومؤسسات الأعمال التي تتطلب بنية تحتية متطورة من النطاق العريض الثابت من أجل الاستفادة الكاملة من هذا النطاق، إلا أنها تبقى بعيدة كل البعد عن المستوى العالمي ومستوى بقية الدول المتقدم.

أما فيما يتعلق بمؤشر النطاق العريض للهاتف النقال لكل 100 ساكن في الجزائر فإنه جاء أكثر من متوسط الدول الإفريقية والدول العربية، إلا أنه يبقى ضعيفا إذ ما قورن بالمعدل العالمي ومعدل دول الأمريكيتين وكذا معدل رابطة الدول المستقلة والدول الآسيوية، وتأمل الجزائر رفع جاهزيتها بالتركيز خصوصا على هذه الخدمة التي تحمل عوامل تطورها مع ارتفاع اشتراكات الهاتف النقال والوفرة والانتشار في أجهزة الهواتف الذكية.

الفصل الثاني: واقع التجارة الالكترونية في الجزائر

المطلب الثالث: اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر

1- مشروع التجارة الالكترونية في الجزائر:

أ. خطة التحول إلى التجارة الالكترونية:

نقترح العمل بمبدأ القانون رقم **18/05** المؤرخ في **10 ماي 2018** "المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتجارة الالكترونية"، وذلك إدراكا منا لأهمية الاستثمار الأمثل لتقنيات التجارة الالكترونية والحاجة إلى الإسراع باستكمال متطلباتها للسلع والخدمات، وعدم تركه مجرد حرب على ورق.¹

ب. خطة عمل ونشر التجارة الالكترونية في الجزائر:

تم إعداد مقترح للإطار العام لخطة عمل تستهدف لاستكمال متطلبات نشر تقنيات التجارة الالكترونية في الجزائر، وان تقوم بتزويد وزارة التجارة ببرنامج أعمالها التفصيلية لانجاز المهام الموكلة إليه، وتوجيه نداء للجهات المختصة للإسراع في تنفيذ هذه المهام التي تقع في نطاق اختصاصها.²

2- الوضعية القانونية التشريعية المنظمة للتجارة الالكترونية في الجزائر:

أ. مظاهر المعاملات الالكترونية في القانون المدني الجزائري:

ث. **الإثبات الالكتروني**: انتقل المشرع من النظام الورقي في الإثبات إلى النظام الالكتروني، يحتل عنصر الإثبات مكانة مهمة في كافة العلاقات والعقود، وأول ما يطرح في موضوع الإثبات هو توفير السند الخطي الذي أعطاه القانون قوة ثبوتية كبيرة لاثبات التصرفات القانونية وتحديد الحقوق والواجبات، غير أن انتشار المعاملات الالكترونية لاسيما التجارة الالكترونية أدى إلى تغيير مفهوم الإثبات نظرا لغياب المستندات الورقية وإمكانية إنشاء الحقوق والالتزامات بطريقة الكترونية، وهي المسألة التي عالجها المشرع الجزائري بإصدار القانون **05-10** المؤرخ في **20 جوان 2005** المعدل والمتمم، ولل قانون المدني الجزائري المفهوم الواسع للكتابة سواء تمت على الورق أو الكتابة المثبتة على دعائم غير ورقية، وذلك من خلال الإشارة إلى أن ينتج من الكتابة بحروف متسلسلة وأرقام وعلامات مهما كانت الوسيلة المستعملة للكتابة ومهما كانت طرق الإرسال، أي الوسيلة المستعملة مثل قرص صلب أو قرص مرن أو رسائل إلكترونية.

ج. **التوقيع الالكتروني**: القانون الجزائري يميز بين التوقيع الالكتروني والتوقيع الالكتروني المؤمن وذلك بموجب المادة **3** من المرسوم التنفيذي **162/07** "المتعلق بنظام الاستغلال المطبق على كل نوع من أنواع الشبكات

¹ رشيد علام، عوائق تطور التجارة الالكترونية في الوطن العربي، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري قسنطينة، 2011، ص157.

² رشيد علام، مرجع سبق ذكره، ص158.

الفصل الثاني: واقع التجارة الالكترونية في الجزائر

وعلى مختلف خدمات المواصلات السلكية واللاسلكية"، حيث أن التوقيع الالكتروني هو أسلوب عمل يستجيب للشروط المحددة في المادتين **323** مكرر و **323** مكرر **1**، أما التوقيع الالكتروني المؤمن هو توقيع الكتروني يكون خاصا بالموقع، ويتم بوسائل يمكن أن يحتفظ بها الموقع تحت مراقبته الحصرية، حيث اعتمد المشرع الجزائري على التوقيع الالكتروني لأول مرة في نص المادة **2/327** مدني جزائري المعدلة بالقانون **10/05** والتي تنص على "..... يعتد بالتوقيع الالكتروني وفق الشروط المذكورة في المادة **323** مكرر أعلاه"، وذلك من أجل إضفاء الحجية على المحررات الالكترونية.¹

ح. **التوثيق الالكتروني**: الموثق الالكتروني هو طرف محايد ثالث (محايد يتمثل في أفراد أو شركات أو جهات مستقلة محايدة)، تقوم بدور الوسيط بين المتعاملين لتوثيق تعاملاتهم الالكترونية، والوظيفة الأساسية للموثق الالكتروني أوجهة التوثيق الالكترونية هي التحقق من مضمون هذا التعامل وسلامته وكذلك جديته وبعده عن الغش والاحتيال، وتحديد هوية المتعاملين في التعاملات الالكترونية وتحديد أهليتهم القانونية في التعامل.

ب. **تقنية الدفع الالكترونية في الجزائر من الناحية القانونية**:

يعتبر القانون **15/03** المتضمن الموافقة في الأمر **11/03** "المتعلق بالنقد والقرض" أول قانون جزائري تضمن التعامل الالكتروني الحديث في القطاع المصرفي، ويتضح ذلك من خلال المادة **69** التي تضمن نصها "تعتبر وسائل الدفع كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل أموال مهما يكون السند أو الأسلوب التقني المستعمل"، ويتبين من خلال هذا النص نية المشرع الجزائري الانتقال من طرق الدفع الكلاسيكية إلى طرق الدفع الحديثة الالكترونية.

وبعد ذلك بصدور الأمر **06/05** المؤرخ بتاريخ **23 أوت 2005** المتعلق بمكافحة التهريب وفي المادة الثالثة، استعمل صراحة مصطلح "وسائل الدفع الالكتروني"، حيث اعتبرها المشرع من بين التدابير والإجراءات الوقائية لمكافحة التهريب.

وبذلك انتقل المشرع من مصطلح مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل الوارد في نص المادة **69** إلى مصطلح أكثر دقة المتمثل في "وسائل الدفع الالكتروني الوارد" في النص **3** من الأمر المذكور.

وبموجب القانون رقم **02/05** المؤرخ في **2005/06** الأمر المعدل والمتمم للأمر **59-75** سبتمبر **1975** المتضمن القانون التجاري، إضافة فقرة ثالثة للمادة **414** في وفاء السفتجة نص على "يمكن أن يتم التقديم أيضا

¹ صارة بساكر، "التجارة الالكترونية وآفاق تطورها في البلدان العربية"، مذكرة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية، جامعة الشهيد حمي لخضر الوادي، 2015، ص 57.

الفصل الثاني: واقع التجارة الالكترونية في الجزائر

بأية وسيلة تبادل الكترونية محددة في التشريع والتنظيم المعمول بهما"، ولقد تم إضافة نفس هذه الفقرة إلى المادة **502** بمناسبة تقديم الشيك للوفاء.

كما أضاف المشرع بموجب القانون **02/05** المؤرخ في **06** فيفري **2005** الفصل الثالث منه، يتضمن بطاقات السحب والدفع وذلك في المادة **543** مكرر **23**.

أما عن الطبيعة القانونية لهذه البطاقات، فلقد اعتبرها المشرع الجزائري أوراق تجارية جديدة إضافة إلى الأوراق التجارية الكلاسيكية، وهي السفتجة والشيك والسند لأمر.¹

ت. القانون الجزائري لمكافحة الجرائم الالكترونية:

صدر في **05** أوت **2009** القانون رقم **04-09** المتضمن "القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال ومكافحتها"، وهذا بسبب الثورة في مجال التكنولوجيا والاتصال، فأدت بالجزائر إلى محاولة الاقتداء بأغلب دول العالم في هذا المجال.

وبذلك تم صدور القانون **15/04** المؤرخ في **10** سبتمبر **2010** المعدل والمتمم لقانون العقوبات الذي نص على حماية جزئية لأنظمة المعلوماتية، وذلك من خلال تجريم كل أنواع الاعتداءات التي تستهدف أنظمة المعالجة الآلية للمعطيات، حيث تكمن أهميته في كونه يجمع بين القواعد الإجرائية المكملة لقانون الإجراءات الجزائية وبين القواعد الوقائية التي تسمح بالرصد المبكر للاعتداءات المحتملة والتدخل السريع لتحديد مصدرها والتعرف على مرتكبيها.²

ث. القانون رقم **18/05** المؤرخ في **10** ماي **2018**:

صدر القانون المتعلق بالتجارة الالكترونية المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتجارة الالكترونية للسلع والخدمات في آخر عدد من الجريدة الرسمية رقم **(28)**.³

¹ صارة بساكر، مرجع سبق ذكره، ص 57.

² صارة بساكر، مرجع سبق ذكره، ص 57.

³ الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية، قانون رقم 05/18، "المتعلق بالتجارة الالكترونية"، العدد 28، 2018، ص 04-10.

خ. الدفع الالكتروني في الجزائر:

1- إنشاء شركة (تألية الصفقات البنكية المشتركة والنقدية) و(الشبكة النقدية البين بنكية):

إن أول خطوة قام بها النظام البنكي لتحديثه وتطويره هي إنشاء شركة "تألية الصفقات البنكية المشتركة والنقدية" سنة 1955 وهي شركة ذات أسهم وفروع ل 8 بنوك، وتسعى هذه الشركة لتحديث البنوك وترقية الصفقات النقدية بينها بالإضافة إلى إصدار البطاقات البنكية ومعالجة كل المعاملات المتعلقة بها، ونظرا لكون وسائل الدفع المستعملة في النظام المصرفي الجزائري تقليدية، فإن حرص "MATLM" على تطوير هذه الأنظمة وتحقيق سلاسة العمل بين البنوك، دفع هذه الشركات لوضع شركة نقدية مشتركة تربط بين عدد من البنوك حيث تم في سنة 1997 تحقيق الخطوات الأولى لهذا المشروع، حيث انطلقت "الشبكة النقدية بين البنوك" التي تعطب الخدمات المتعلقة بإصدار البطاقات المصرفية الخاصة بالسحب بين الموزعات الآلية بالنقد، وإن ارتباط هذه الموزعات بالشبكة بين بنكية يمكن حامل البطاقة من إجراء عملية السحب من أي موزع حتى ولم يكن ينتمي للبنك المصدر للبطاقة.

2- البطاقة البين بنكية:

إن فشل السحب دفع البنوك إلى بذل المزيد من الجهد في مجال البطاقات ليتم استبدال مشروع البطاقة البنكية المشتركة للسحب بمشروع آخر جديد هو "بطاقة السحب والدفع بين بنكية" "CIB"، والتي تؤدي وظيفة مزدوجة وهي السحب من الموزعات الآلية بالإضافة إلى رفع قيمة المشتريات والخدمات على مستوى أجهزة الدفع الالكترونية المتوفرة لدى التجار المنخرطين في شبكة النقد الآلي بين بنكية، حتى لولم تكن الأجهزة تابعة للبنك المصدر للبطاقة، كما تحمل البطاقة شعار البنك المصدر وشعار البطاقة البنكية المشتركة "CIB".

بدأت شركة "MATLM" في مشروع بحث نظام الدفع بين بنكي سنة 2002 إلا أن هذا المشروع تأخر انطلاقه الفعلي عن موعده المحدد، ولم تنبذ ثمرته حتى 2006 حيث تم تجربته سنة 2005 لمدة ستة أشهر على عدد من التجار (200-500 تاجر)، وفي عام 2007 تم تعميم بطاقة "CIB" على كامل التراب الوطني كما تنقسم إلى نوعين أساسيين هما بطاقات عادية وبطاقات ذهبية حيث تسمح كل منهما بخدمة السحب والدفع، كما يقدمهما البنك للزبائن حسب معايير محددة¹.

¹سمية ديمش، مرجع سبق ذكره، ص 241-242.

3- البطاقات البنكية الدولية المستعملة في التجارة الالكترونية:

البطاقات البنكية المتوفرة في الجزائر غير قابلة للتعامل على المستوى الدولي لكنها فاتحة لانطلاق التجارة الالكترونية في بلدنا، فقد حاولت بعض البنوك الجزائرية إضفاء طابع الدولية على بطاقتها البنكية وقامت هذه الأخيرة بإصدار بترخيص من الشبكات العالمية، حيث أن إسهام البطاقات الالكترونية في التجارة الالكترونية لاجدال فيها فالسبيل الشائع لتسوية مدفوعات هذه التجارة مباشرة عبر الانترنت هوالبطاقات الائتمانية، ومن بين هذه البنوك التي شرعت في تقديم البطاقات المقبولة على المستوى الدولي القرض الشعبي الجزائري وكذا بنك التنمية المحلية، بنك الجزائر الخارجي، ومجرد حمل البطاقة لشعار هذه الهيئات الدولية سيمنح المستهلك الجزائري من التسوق عبر الانترنت بكل حرية وتسديد قيمة مشترياته لأي مكان في العالم.¹

المبحث الثالث: معوقات التجارة الالكترونية في الجزائر وحلول تفعيلها، والمجهودات المبذولة في هذا المجال

لقيام التجارة الالكترونية في الجزائر ومجابهة معوقاتها لابد من إقامة بنية تحتية واتباع استراتيجيه شاملة وهادفة للوصول إلى الهدف المرجو، وذلك عن طريق اتباع مجموعة من الحلول والسبل التي سنقترحها في دراستنا هذه لتفعيلها والتخلص من العقبات التي تقف أمامها، بالإضافة إلى القيام بمجهودات خاصة لتطويرها.

المطلب الأول: معوقات التجارة الالكترونية في الجزائر

التجارة الالكترونية في الجزائر عرفت عراقيل ومعوقات نذكر منها:

1- على مستوى البنية التحتية:

إن البنية التحتية تعتبر من أهم التحديات التي تواجهها التجارة الالكترونية في الجزائر مثلها مثل العديد من الدول النامية الأخرى، وهذا يعود إلى مجموعة من الأسباب نلخصها فيما يلي:

- ضعف شبكة الاتصالات السلكية والاسلكية عموما؛
- تكاليف انترنت مرتفعة؛
- ضعف في المعلومات ونوعية الاتصالات، بالإضافة إلى ضعف مستوى الربط الالكتروني؛
- احتكار المؤسسات التابعة للدولة لقطاع الاتصالات(اتصالات الجزائر) بسبب غياب المنافسة، وهذا يعود بالسلب على المستهلك الجزائري الذي يصبح غير قادر على استخدامها؛

¹بختي إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص207.

الفصل الثاني: واقع التجارة الالكترونية في الجزائر

- التأخر وبشكل كبير عالميا خاصة من حيث القاعدة التكنولوجية والبنية التعليمية اللازمة.¹

2- على مستوى الوعي:

توفر الوعي العام للمجتمع والكوادر البشرية أي المختصين في مجال تقنية المعلومات وشبكة الاتصالات والبرمجيات الرقمية هو أمر مهم وضروري جدا، فالثقافة والمعرفة بالتجارة الالكترونية تلعب دور هاما في توسيعها وتطويرها بين القطاعات الإنتاجية والمؤسسات التجارية والمؤسسات الحكومية وبين المستهلكين، حيث أن الجزائر تعتبر من بين الدول النامية التي فيها مستوى متدني من الوعي بالتجارة الالكترونية، ويعود ذلك إلى مجموعة من الأسباب نلخصها فيما يلي:

- ضعف في مستوى الإطارات والكوادر البشرية في مؤسسات الدولة أي ضعف في الكفاءة اللازمة وعدم توفرها بشكل كافي؛
 - الأمية المعلوماتية بسبب أن عدد كبير من الجزائريين غير قادرين على التحكم في استخدام الحاسوب؛
 - ضعف في التحكم في أنظمة التشغيل، ومهارات البرمجة، وتصميم مواقع التجارة الالكترونية، وقواعد البيانات، ونظم الدفع الالكتروني، وغير ذلك من البرمجيات والتطبيقات والأنظمة اللازمة في التجارة الالكترونية.
- ### 3- على المستوى الإداري:

لا تزال الجزائر متخلفة في مواكبة التطورات التكنولوجية العالمية، بسبب:

- فشل الاستراتيجيات المعتمدة لتطوير الإدارة الجزائرية رغم إعلان عدة مشاريع لتطوير ورقمنة هذه الأخيرة؛
 - يسود الجزائر نظام بيروقراطي متخلف؛
 - ضعف النظام المالي والمصرفي؛
 - فشل الجزائر في تحقيق منافسة دولية حتى وإن كانت تتوفر على شبكة انترنت؛²
- ### 4- على المستوى القانوني:

الجزائري تحتوي على بيئة قانونية ومنظومة تشريعية ضعيفة، مما أدى ذلك لضياع حقوق المتعاملين سواء كانوا أفراد أو مؤسسات، فسبب ذلك الكثير من المشاكل التي أثرت على تطور التجارة الالكترونية في الجزائر، ويعود ذلك إلى مجموعة من الأسباب نلخصها فيما يأتي:

- التجسس والسرقة للملفات والبيانات؛

¹رشيد علام، مرجع سبق ذكره، ص152.

²رشيد علام، مرجع سبق ذكره، ص152.

الفصل الثاني: واقع التجارة الالكترونية في الجزائر

- تدمير الملفات والمعطيات والبيانات السرية؛
- انخفاض مستوى الأمان فيما يخص وسائل الدفع؛
- ضعف البيئة القانونية مما يؤدي الى خطر عدم حماية حقوق المتعاملين؛
- ارتفاع في نسب تزوير البيانات والملفات من خلال ما يسمى بالقرصنة الالكترونية أو الاختراق (Hackers).¹

المطلب الثاني: حلول تفعيل التجارة الالكترونية في الجزائر

- من بين الحلول المقترحة لتفعيل التجارة الالكترونية وتعظيم عائدات المؤسسات الاقتصادية، نذكر ما يلي:
- توفير بنية معلوماتية متينة من خلال تبني نظم وشبكات حديثة في قطاع الاتصالات السلكية والاسلكية؛
 - تحرير التجارة الالكترونية من العوائق القانونية التي تعترض انتشارها مع مراعاة التنسيق الدولي والإقليمي؛
 - تشجيع وتنمية المؤسسات للتحويل إلى التجارة الالكترونية؛
 - تطوير وتنويع الهيكل الاقتصادي من خلال خفض التكاليف وتطوير نظم الدفع الالكتروني، ورفع معدل الإنفاق على أنشطة البحث والتطوير؛
 - تدريب وتأهيل الكفاءات البشرية لاستخدام تقنيات التجارة الالكترونية؛
 - نشر الوعي الثقافي والتكنولوجي بين أفراد المجتمع، وتشجيع الشباب للخوض في هذا المجال؛
 - تفعيل الشراكة مع المستثمرين الأجانب خاصة الدول الرائدة في مجال التجارة الالكترونية من أجل تبادل الخبرات وتكوين الإطارات؛
 - سن قواعد وقوانين صارمة اتجاه السرقة والاحتيال والتزوير للبيانات والمعلومات؛
 - إصدار تشريعات وقواعد قانونية ملائمة لهذه التجارة لتوفير الحماية والثقة لجميع المتعاملين؛
 - تقوية البنية التحتية للجهاز المصرفي بزيادة الإنفاق الاستثماري في مجال التكنولوجيا والمعلومات؛²

المطلب الثالث: مجهودات الجزائر المبذولة في مجال التجارة الالكترونية

1- استراتيجية الجزائر الالكترونية:

شارك أكثر من **300.000** شخص في طرح الأفكار ومناقشتها خلال مدة ستة أشهر في مشروع استراتيجيه الجزائر الالكترونية، حيث تم التشاور فيه بين العديد من المتعاملين والأطراف مثل مراكز البحث

¹ حسين الماحي نظرات قانونية في التجارة الالكترونية، مداخلة في المؤتمر العلمي حول الجوانب القانونية و الأمنية للعمليات الالكترونية، الإمارات العربية المتحدة، المنعقد بين 26-28 ابريل 2003.

²سمية دميث، مرجع سابق، ص283.

الفصل الثاني: واقع التجارة الالكترونية في الجزائر

العمومية، المتعاملين الاقتصاديين العموميين، الخواص، المؤسسات، الإدارات، الجامعات، الجمعيات المهنية التي تنشط في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وقد تضمن هذا المشروع **13** محورا تتمثل في:

- تسريع استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال؛
- تسريع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات؛
- تطوير الآليات والإجراءات التنفيذية الكفيلة بتمكين المواطنين من الاستفادة من تجهيزات وشبكات تكنولوجيا المعلومات والاتصال؛
- دفع تطور الاقتصاد النقدي؛
- تعزيز البنية الأساسية للاتصال السريع فائق السرعة؛
- تنمية القدرات البشرية؛
- تأهيل الإطار القانوني الوطني؛
- المعلومة والاتصال؛
- تعزيز التعاون الدولي؛
- آليات التقييم والمتابعة؛
- إجراءات تنظيمية؛
- المصادر التمويلية.

2- استراتيجيه التدفق العالي والعالي جدا:

من إحدى ركائز التنمية البشرية نشر التدفق العالي والعالي جدا حيث يساهم في:

- تطوير النشاطات السكانية داخل بعض المناطق المعزولة من الوطن، بهدف تكثيف وتنويع وتعزيز تكنولوجيا النفاذ وتأمين البنية التحتية ذات التدفق العالي والتدفق العالي جدا؛
- الوصول إلى المعرفة وتحسين حياة الأفراد من خلال: الإدارة الالكترونية، العمل عن بعد، الصحة الالكترونية، التجارة الالكترونية، وغير ذلك؛
- زيادة تنافسية الشركات وتعزيز استقطابها، من خلال فتح عروض تنافسية للتدفق العالي عبر كامل التراب الوطني مما يساهم في انتعاش الاقتصاد المحلي، وتوفير شبكة فعالة من الاتصالات السلكية واللاسلكية.

3- تعزيز وتطوير التدفق العالي للهاتف الثابت (الجيل الرابع) للمتعامل العمومي اتصالات الجزائر:

ستتم مواصلة تنفيذ الإستراتيجية الوطنية الخاصة بالتدفق العالي والتدفق العالي جدا لربط كافة البلديات والتجمعات السكانية التي يزيد تعداد مواطنيها عن **1000** نسمة بالنسبة لشمال البلاد، والتجمعات التي يزيد عدد سكانها عن **500** نسمة في جنوب البلد بالألياف البصرية، حيث يغطي **10** ولايات.

4- إطلاق مشروع الألياف البصرية نحو المنزل (FTTH) Home To Fiber:

وذلك سنة 2007، استهدف أربع ولايات رئيسية هي: الجزائر العاصمة، وهران، قسنطينة، وسطيف، كما قامت بإنشاء منصة ألياف بصرية بمختلف أنواعها للأكثر من 50.000 توصيلة في الجزائر العاصمة وهران، ومنصة أخرى لأكثر من 250.000 توصيلة في ثلاثة مدن رئيسية أخرى (قسنطينة، سطيف، والمدينة) سنة 2010.

5- الاتصال عبر الساتل:

يكن دور القمر الصناعي في ضمان استمرارية التواصل عبر شبكة الانترنت في حالة حدوث اضطرابات على مستوى الألياف البصرية وبتكاليف منخفضة بالإضافة إلى الثلاث أقمار صناعية والتي دخلت حيز الخدمة، قررت الجزائر إطلاق القمر الصناعي (LTaALCONs) الذي يسمح بالولوج لشبكة الانترنت من جميع أنحاء الوطن بما في ذلك المناطق النائية، كما يسمح أيضا بوجود مجموعة أراضيات توفر للمستخدمين عدة حلول في مجال الاتصال والخدمات عبر الساتل (TVSa)، والمؤتمرات عن طريق الفيديو وتحديد المواقع الجغرافية.

6- عصنة أنظمة الدفع وإدخال خدمة الدفع الالكتروني حيز التنفيذ:

إطلاق البنك الوطني الجزائري لخدمة الدفع الالكتروني من خلال إصدار البطاقة البنكية الالكترونية في: 2016/10/04 وذلك من طرف البنوك التالية: بنك المؤسسة العربية المصرفية، بنك الخليج، مصرف السلام، بنك البركة، بنك الفلاحة والتنمية الريفية، الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط، بنك التنمية المحلية، البنك الوطني الجزائري، بنك القرض الشعبي الجزائري، بنك BNP، بنك NSAFRA، بنك HSBC، بنك NATIXIS، بنك HOUSING، بنك GENERAL SOCIETE وبنك TRUST .

7- سن تشريعات وقوانين في مجال الأمن الالكتروني، التصديق والتوقيع الالكتروني والتجارة الالكترونية:

من خلال:

- قانون 04/09: المؤرخ في 20 أوت 2009، والذي يتضمن الوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال؛
- قانون 04/15: المؤرخ في فيفري 2015، يحدد القوانين العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الالكتروني؛
- المصادقة على مشروع قانون حول التجارة الالكترونية: تمت المصادقة على هذا القانون من طرف مجلس الوزراء بتاريخ 04 أكتوبر 2017.

خلاصة:

رغم انتشار التجارة الالكترونية في العالم إلا أنها تبقى ضعيفة في الجزائر رغم اعتمادها منذ حوالي عقدين من الزمن، وذلك بسبب العديد من المعوقات خاصة ما تعلق منها بضعف البنية التحتية، حيث أن انتشارها في الجزائر يتطلب مجموعة من المقومات الكفيلة بإقامة البيئة التمكينية لزراعة نواة هذه التجارة .

من أجل تفعيل التجارة الالكترونية في الجزائر سيتطلب الأمر جملة من الترتيبات، والتخطيط، والتفكير الدقيق، عن طريق قيام الدولة باتخاذ إجراءات تحفز على تجاوز العقبات والصعوبات، وإتباع المقترحات الهادفة لإنشاء تجارة الكترونية آمنة، بالإضافة إلى وضع استراتيجيه ناجحة وفعالة وشاملة للوصول إلى الهدف المرجو في تطوير البنية التحتية والمنظومة القانونية والنظام المالي المصرفي، والتقليل من نسبة الأمية المعلوماتية التي تعد لبنة أساسية لنجاح التجارة الالكترونية .



الخاتمة

الخاتمة:

التجارة الالكترونية لم يعد موضوعا يقبل أويرفض أمام العالم الآن وإنما أصبح ضرورة حتمية تفرض وجودها اليوم على جميع أصحاب الأعمال والمؤسسات الاقتصادية، وتطويرها بات من أولوياتهم للدخول إلى حيز المنافسة في الأسواق العالمية، وعليه وعت جميع الدول عبر العالم بضرورة الاستفادة القصوى واستغلال هذه التقنيات الحديثة بما يفيد ازدهار اقتصادها.

في عالم طغت عليه لغة العلم والمعرفة أصبح التقدم التكنولوجي السريع والمستمر هو محرك الاقتصاد العالمي، فأضحى لزما على الجزائر مواكبة التطورات الحاصلة وتسخير العلم والمعرفة والتكنولوجيا في خدمة الاقتصاد، الذي ظهرت عدة مصطلحات للتعبير عنه في هذه الثورة الجديد من بينها الاقتصاد الجديد والاقتصادي الرقمي، والتجارة الالكترونية، وتعتبر هذه الأخيرة وسيلة حديثة للتعامل التجاري المحلي.

الجزائر تعتبر من الدول النامية التي أصبح لها وعي بضرورة إدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في جميع المجالات من بينها التجارة، على الرغم من وجود تأخر وبطي ملحوظ بسبب عدة عوائق وتحديات، لكنها بذلت مجهودات معتبرة في هذا المجال لمجابهة هذه المشاكل.

1- اختبار صحة الفرضيات:

الفرضية الأولى: بعد الدراسة التي قمنا بها توصلنا أن الفرضية الأولى صحيحة، التجارة الالكترونية هي مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج وتوزيع وترويج وبيع المنتجات من خلال شبكات الاتصالات، أما من بين أهميتها تعتبر عصب الاقتصاد العالمي أعلى الأقل هي جزء هام في منظومته الإجمالية؛

الفرضية الثانية: الفرضية الثانية صحيحة، لا تملك الجزائر البنية التحتية للاتصالات اللازمة لتبني التجارة الالكترونية حاليا؛

الفرضية الثالثة: الفرضية الثالثة أيضا صحيحة، تواجه الجزائر العديد من التحديات منها ما هو تقني وتكنولوجي وآخر تجاري، وكذلك تحديات تشريعية وقانونية.

2- نتائج الدراسة:

من خلال دراستنا توصلنا للنتائج الآتية:

- التجارة الالكترونية عبارة عن منهج حديث للإعمال يعتمد على تكنولوجيا الإعلام والاتصال خاصة الانترنت؛
- الفجوة الرقمية هي الفجوة التي خلفتها ثورة المعلومات والاتصالات، وهي نتيجة لتراكم عدة فجوات (سياسية، علمية، ثقافية....) تفصل بين الدول المتقدمة والدول النامية؛

- انعدام الإحصائيات حول موضوع التجارة الالكترونية ناتج عن انعدام الجهات الرسمية المختصة بتنظيم وتنسيق وتعميم التجارة الالكترونية؛
- ضعف تمويل التجارة الالكترونية ناتج عن قلة مساهمة القطاع الخاص والمشارك ورجال الأعمال في تمويل هذه التجارة؛
- للتجارة الالكترونية عدة شروط يجب توفرها لخلق بيئة يمكن ممارستها فيها بكل يسر وسهولة؛
- تشهد الجزائر تقدم ملحوظ في مجال الاهتمام بتطور تكنولوجيا الإعلام والاتصالات مقارنة بالسنوات السابقة؛
- أغلب الدراسات التي أجريت حول استخدامات التجارة الالكترونية في الجزائر أظهرت أنها لم تتجاوز المستوى البدائي بعد؛
- رغم تأخر الجزائر في مجال تبني التجارة الرقمية واختراق تكنولوجيا المعلومات، إلا أن هناك أمل على تحسن القطاع حسب ما تظهره المؤشرات، وإمكانية انطلاق التجارة الالكترونية.

3-توصيات الدراسة:

انطلاقا من النتائج المتوصل إليها للرقى بالتجارة الالكترونية نوصي بما يلي:

- إنشاء مواقع تسويقية على الانترنت؛
- توفير البنية التحتية التي تضمن امن وسلامة المعلومات الالكترونية؛
- وضع إطار قانوني صارم لتنظيم التعاملات الالكترونية؛
- تحفيز الشركات والمشاريع الصغيرة والمتوسطة على ممارسة التجارة الالكترونية، من خلال منحها إعفاءات ضريبية التي تتم عبر المواقع التجارية التابعة لها؛
- تطوير نظام المدفوعات اللازمة؛
- زيادة الاستثمار في مجال تأهيل الموارد البشرية وتكنولوجيا المعلومات والاتصال؛
- تتبع التطورات الحاصلة في ميدان التجارة الالكترونية؛
- نشر الوعي بأهمية التجارة الالكترونية؛
- الاستفادة من تجارب الدول في هذا المجال؛
- توفير بنية معلوماتية متينة؛
- تعزيز وتنمية الثقة بين المواطنين من جدية الخدمات والمنتجات التي تقدم عبر الشركة.

4- آفاق الدراسة:

وفي الأخير نأمل أننا قد وفقنا في إبراز أهمية دراستنا، وهذا رغم المشاكل التي واجهتنا كضيق الوقت ونقص المراجع والمصادر الخاصة بالتجارة الالكترونية في الجزائر، وصعوبة الموضوع من حيث التطبيق الميداني الذي

يحتاج إلى خبرة مهنية عالية، حيث كانت محاولة منا التركيز على جانب بسيط من هذا الموضوع المهم والواسع من خلال تسليط الضوء على واقع هذه التجارة الالكترونية في الجزائر، ومن بين المواضيع التي نقترحها كآفاق للبحث مستقبلا:

- واقع التجارة الالكترونية في المؤسسات الجزائرية؛
- مستقبل التجارة الالكترونية في الجزائر.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولاً: المراجع باللغة العربية:

الكتب:

1. إبراهيم بختي، "التجارة الالكترونية - مفاهيم و إستراتيجيات التطبيق في المؤسسة"، الطبعة الأولى، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
2. احمد محمد غنيم، الإدارة الالكترونية، "آفاق الحاضر و تطلعات المستقبل"، المكتبة العربية، المنصورة، مصر، 2004.
3. جلال عايد الشورة، "وسائل الدفع الالكتروني"، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
4. حجازي بيومي عبد الفتاح، "مقدمة في التجارة الالكترونية العربية"، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2002.
5. ديمثان المجالي، أسامة عبد المنعم، "التجارة الالكترونية"، الطبعة الأولى، داروائل للنشر، الأردن، 2013.
6. السيد احمد عبد الخالق، "التجارة الالكترونية والعولمة، منشورات منظمة التنمية الإدارية"، القاهرة، 2006.
7. عادل رجب الزنداح، أسامة إبراهيم الأزرق، "اثر التجارة الالكترونية على مهنة المحاسبة و المراجعة"، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2011.
8. عبد المطلب عبد الحميد، "اقتصاديات التجارة الالكترونية"، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الاسكندرية، مصر، 2014.
9. فريد النجار و آخرون، "التجارة و الأعمال الالكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة"، الدار الجامعية، مصر، 2006.
10. محمد حسين منصور، "المسؤولية الالكترونية"، الدار الجامعية الجديدة، الاسكندرية، مصر، 2003.
11. محمد صالح الحناوي وآخرون، "مقدمة في الأعمال في عصر التكنولوجيا"، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2004.

12. محمد نور برهان، عز الدين خطاب، "التجارة الالكترونية، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات"، مصر، 2009.
13. منير الجنيهي، ممدوح الجنيهي، "البنوك الالكترونية"، دار الفكر الجامعي، مصر، 2005.
14. ناصر وسام خليل، "التجارة و التسويق الالكتروني"، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر، عمان، الاردن، 2009.
15. نضال اسماعيل برهم، "أحكام عقود التجارة الالكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع"، الأردن، 2005.
16. وائل نور بندق، "وسائل الدفع الالكتروني"، مصر، 2008.
17. يوسف أحمد أبو فارة، "التسويق الالكتروني عناصر المزيج التسويقي عبر الانترنت"، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2004.

الأطروحات والمذكرات:

أ. الأطروحات:

1. إبراهيم بختي، "دور الانترنت وتطبيقاته في مجال التسويق"، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر.

ب. المذكرات:

1. جمال مزغيش، "التجارة الالكترونية على شبكة الانترنت"، دراسة حالة توجه المؤسسات الجزائرية نحوالتجارة الالكترونية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002.
2. رشيد علام، عوايق تطور التجارة الالكترونية في الوطن العربي، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري قسنطينة، 2011.
3. زيدان بدر البدور، "واقع التجارة الالكترونية في الدول العربية دراسة حالة الجزائر-مصر"، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، 2013.
4. سمية ديمش، "التجارة الالكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر"، مذكرة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري قسنطينة، 2011.

5. صارة بساكر، "التجارة الالكترونية وآفاق تطورها في البلدان العربية"، مذكرة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية، جامعة الشهيد حمى لخضر الوادي، 2015.
6. وسام عمرون، "دور التجارة الالكترونية في تفعيل عمليات التجارة الخارجية"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص تجارة دولية، جامعة قالمة، الجزائر، 2017.
7. وهيبة عبد الرحيم، "إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالالكترونية- دراسة حالة الجزائر"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علوم التسيير، جامعة الجزائر.

✚ مجلات:

1. ا.آمنة تارزي، "اقتصاديات التجارة الالكترونية"، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية-دراسات اقتصادية-، العدد32، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2011.
2. بركان أمينة، "المعاملات التجارية والمالية عبر الانترنت وسبل تأمينها"، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد3، خميس مليانة، ماي2011.
3. عبد الله سراج، "التسويق والتجارة الالكترونية في الدول العربية"، التحديات التي تواجهها وسبيل التغلب عليها، مجلة العلوم الإنسانية العدد5، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ديسمبر2003.
4. موساوي رشيدة، دراجي المكي، "دور الإدارة الالكترونية في تطوير الخدمة العمومية والمرفق العام في الجزائر": دراسة لنموذجين قطاعيين العدالة الداخلية والجماعات المحلية، مجلة العلوم القانونية و السياسية، المجلد التاسع، العدد الأول، 2017.

✚ القوانين والمراسيم:

1. القانون رقم 05/18 المؤرخ في شعبان 1439 الموافق ل: 10 مايو 2018 "المتعلق بالتجارة الالكترونية"، الجريدة الرسمية العدد 28، بتاريخ 20 شعبان 1430، الموافق ل16 مايو 2018.
2. القانون رقم 04-15 المؤرخ في 11 ربيع الثاني من عام 1436 الموافق ل1 فبراير "المتعلق بقواعد عامة للتوقيع والتصديق الالكتروني"، الجريدة الرسمية، العدد6.
3. المادة 2/5 من القانون رقم 04-15: "رموز أو مفاتيح التشفير العمومية وأي بيانات أخرى مستعملة من اجل التحقق من التوقيع الالكتروني".

4. الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية، قانون رقم 05/18، "المتعلق بالتجارة الالكترونية"، العدد 28، 2018.

الملتقيات:

أ. الملتقيات الوطنية:

1. رحيم حسين، هواري معراج، "الصيرفة الالكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية"، مداخله مقدمة إلى ملتقى المنظومة المصرفية والتحول الاقتصادي - واقع وتحديات - جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف - الجزائر، يومي 14/15 ديسمبر 2004.

2. عباس بلفاطمي، "المتطلبات اللازمة لإقامة وسائل الدفع الالكتروني على مستوى القطاع المصرفي"، ورقة مقدمة إلى الملتقى الوطني حول المنظومة المصرفية في الألفية الثالثة: منافسة، مخاطر وتقنيات، المنعقد أيام 6-7 جوان 2005، جامعة جيجل.

ب. الملتقيات الدولية:

نوال بن عمارة، "وسائل الدفع الالكترونية (الآفاق والتحديات)"، الملتقى الدولي حول التجارة الالكترونية، جامعة ورقلة، أيام 15، 16، 17، مارس، 2004.

مراجع الانترنت:

1. <https://www.echoroukonline.com>:23/02/2023 : 3.00 .
2. <https://www.shopify.com/enterprise/global-ecommerce-statistics:08/04/2023:18:00>.
3. <https://www.tikane10.com/2021/11/e-commerce-sites-in-algeria.html> : 2023/05/12 : 17.00.
4. internet world stats usage and Populatiaion statistics,date available:21/04/2023,on <http://www.internetwo.rldstats.com/stats5.htm>.
5. www.certinomis.com:23/02/2023 : 3.00 .
6. www.yessergov.as:23/02/2023 : 3.00.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية

1. Mark Ciampa, Security+ Guide To Network Security Fundamentals, 2005, Chiffrement ou Cryptographie.
2. Protect visant a transformer a l'aider de convention secrètes des information ou des signaux clairs en informations ou signaux intelligibles pour des tiers; le procède peut également permettre de réaliser l'opération inverse; c'est a due la traduction d'un message chiffre en signaux clairs. Christine bitouzet;le commerce électronique hermes.science publication. Paris.

A decorative graphic of a scroll. It consists of a light orange rectangular area with rounded corners, which is the main body of the scroll. This is surrounded by a darker brown border that also has rounded corners. On the left and right sides, there are vertical bars of the same light orange color, representing the scroll's binding or edges. The entire graphic is centered horizontally and vertically on the page.

الملاحق

الملحق رقم 01: الشهادة الرقمية

الشهادة

تفاصيل مسار الشهادة

معلومات الشهادة

هذه الشهادة مخصصة للفرص (الأشخاص) التالية:
• كافة نهج الإصدار

الإصدار إلى: ب

دار من قبل: MSIT

صالحة من 28/9/2009 إلى 28/9/2010

لديك مفتاحاً خاصاً يتطابق مع هذه الشهادة

جهة المصدر

معرفة المزيد حول الشهادات

مواظق

الملحق رقم 02: القانون 18-05

[illegible]

الملحق رقم 03: تطبيق بريدي موب



خدمات بريدي موب



مع تطبيق بريدي موب
يمكنكم الاستفادة من عديد الخدمات

www.elawrastech.com

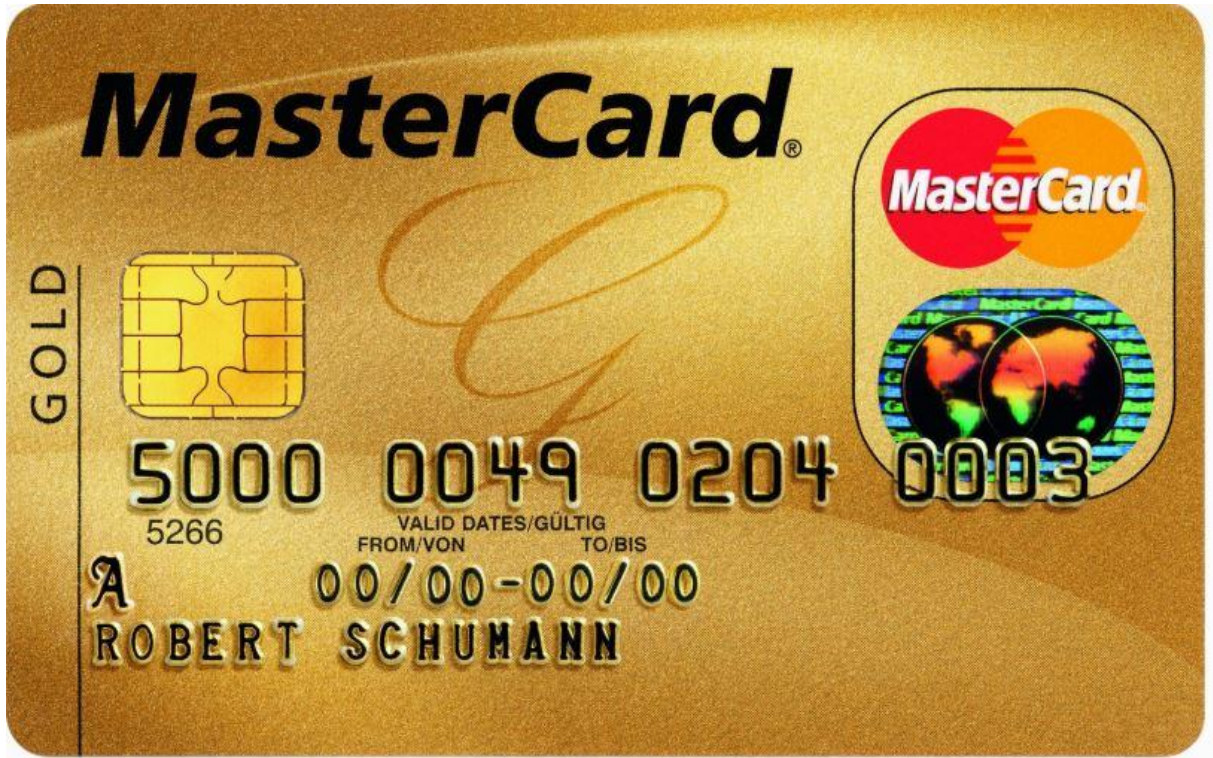


جميع الحقوق محفوظة لدى موقع الأوراس تيك | www.elawrastech.com

الملحق رقم 04: فيزا قولد كارد



الملحق رقم 05: بطاقة ماستر كارد



الملحق رقم 06: واجهة موقع جوميا الالكتروني



الملحق رقم 07: واجهة موقع علي اكسبريس الالكتروني



الملحق رقم 08: واجهة موقع اشاغو الالكتروني



الملحق رقم 09: واجهة موقع شي أن الإلكتروني

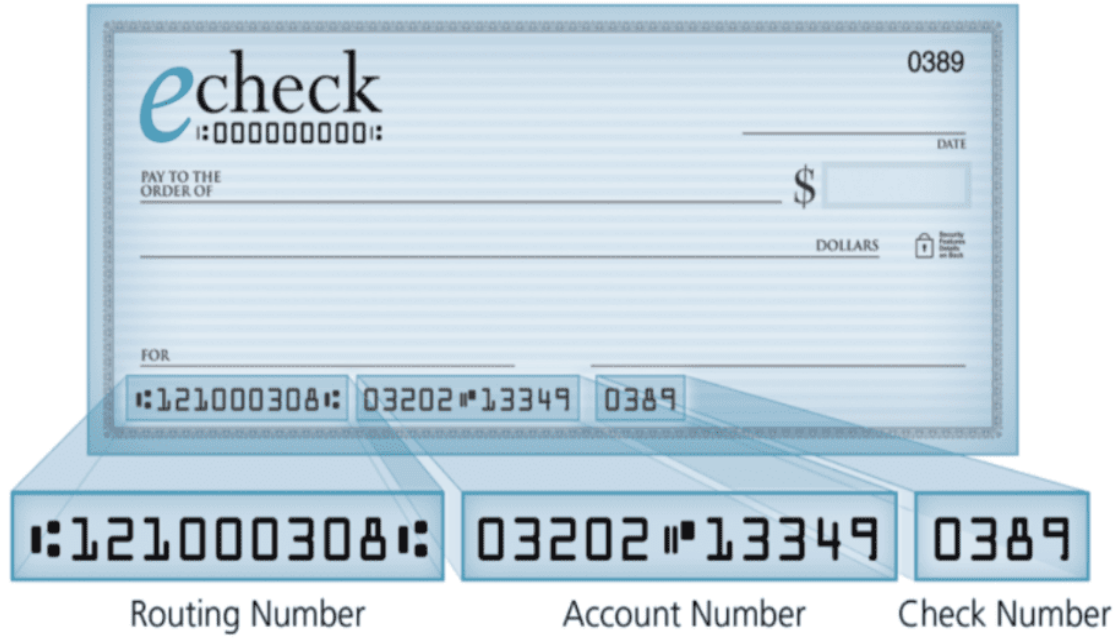


ملحق رقم 10: البطاقة الذهبية



EDAHABIA

الملحق رقم 11: شيك الكتروني



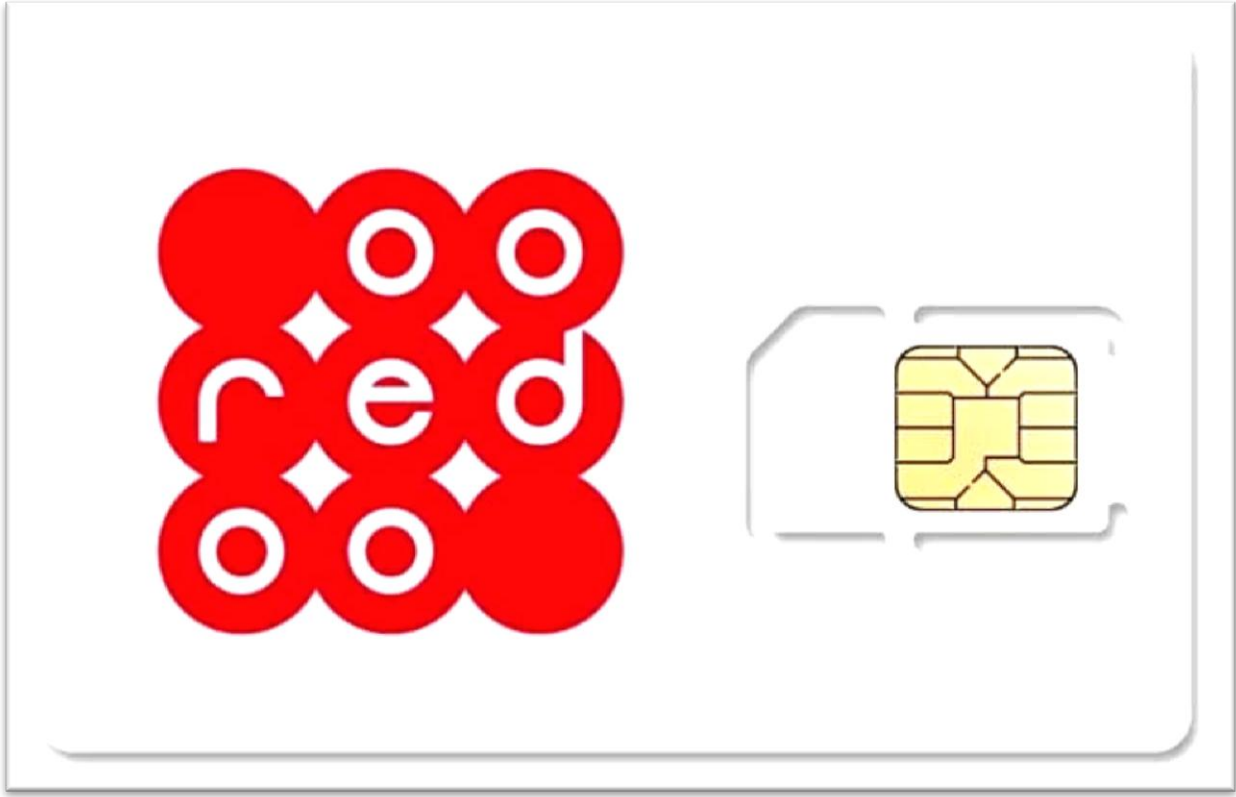
الملحق رقم 12: محفظة الكترونية



الملحق رقم 13: بطاقة CIB البنكية



الملحق رقم 14: شريحة اتصال هاتف نقال oreo



الملحق رقم 15: شيك ورقي

3245101

بريد الجزائر
ALGERIE POSTE

DA 5200,00

entre ce chèque

خمسة آلاف و مائتي دينار

هذا الصك

de

لي شخصيا

Le 2014.08 بومرداس

00020

M.

Centre National des
Postaux)
du 1er Novembre
Alger

99999

موسوعة

NE RIEN Ecrire DANS LA ZONE BLANCHE

79

الملحق رقم 17: موزع نقود آلي بريد الجزائر

