



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية



أهمية التجارة الالكترونية في تسهيل معاملات التجارة
الخارجية - دراسة مقارنة بين الجزائر وتونس -

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر
تخصص: مالية وتجارة دولية

المشرف:
د. الوكيل ليلي

من إعداد الطلبة:
- بن خليفة عبد الكريم
- مسعي عون الياس
- نيد اسماعيل

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
د. محلول زكية	أستاذ محاضر	جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي	رئيسا
د. الوكيل ليلي	أستاذ محاضر	جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي	مشرفا ومقررا
د. بن بردي حنان	أستاذ محاضر	جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي	مناقشا

السنة الجامعية: 2021 / 2022



قال تعالى: ﴿وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ
وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلٰى عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ
بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ﴾

(التوبة 105)

شكر وعرفان

نتقدم بالشكر لله أولا وأخيرا، ونحمد الله حمدا كثيرا وجليلا على توفيقه لإتمام هذا العمل وعلى كل النعم التي أنعم بها علينا، ونصلي ونسلم على الرسول الكريم عليه أفضل الصلاة وأزكى السلام.

يشرفنا أن نتقدم بجزيل الشكر والامتنان والعرفان للأستاذ الفاضل: "" الذي تكرم بقبول الإشراف على هذا العمل والذي ساعدنا بتوجيهاته ونصائحه، والتي نرى فيها صورة مجسمة للخير والفضل.

كما لا يفوتنا أن نتقدم بكل الشكر والتقدير لجميع الأساتذة بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بالجامعة والذين لم ييخلوا علينا بتوجيهاتهم ونصائحهم.

وفي الأخير نشكر كل من ساهم في إنجاز هذا العمل من قريب أو من بعيد. ونرجو من الله عز وجل أن يكون هذا العمل خالصا لوجهه الكريم والله الحمد والمنة، وصل اللهم وسلم على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين..

الطالبة

إهداء

إلى الوالدين الكريمين راجين من الله عز وجل أن يطيل في أعمارهم ويغفر لهم

ويرحمهم ويرزقهم العافية

إلى أفراد عائلة وإلى كل الأهل والأحبة وجميع الأصدقاء، إلى الأستاذة الأكارم في

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

إلى كل الزملاء والزميلات، وإلى كل من علمنا حرفا في هذه الحياة

إلى كل من نعرفهم ويعرفوننا في هذه الحياة ولم تسع أقلامنا لذكرهم.

ونرجو من الله سبحانه وتعالى أن يتقبل منا ثمرة هذا الاجتهاد.

"اللهم انفعنا بما علمتنا وانفع غيرنا بعلمنا"

الطالبة

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور التجارة الالكترونية في تسهيل التجارة الخارجية وذلك من خلال دراسة المقارنة بين تونس والجزائر، وقد استخدم المنهج الوصفي التحليلي في هذه الدراسة وذلك بالاعتماد على مؤشرات اقتصادية تخص كلا البلدين، وقد تم التوصل إلى أن الجزائر لاتزال تعاني من تخلف في التجارة الالكترونية رغم مجهودات الدولة المبذولة في هذا المجال قد يرجع ذلك إلى البنى التحتية الخاصة بها، ولا تخلو التجارة الالكترونية في تونس من نقائص فهي في تذبذب مستمر طيلة الفترة الزمنية المدروسة .

الكلمات المفتاحية: التجارة الالكترونية، التجارة الخارجية، دراسة مقارنة بين الجزائر وتونس.

Summary

This study aims to know the role of electronic commerce in facilitating foreign trade through a comparative study between Tunisia and Algeria. Despite the efforts made by the state in this field, this may be due to its own infrastructure, and electronic commerce in Tunisia is not without shortcomings, as it is in constant fluctuation throughout the studied period of time.

Keywords: electronic commerce, foreign trade, a comparative study between Algeria and Tunisia.

فهرس المحتويات

شكر وعرفان	
إهداء.....	
الملخص	
فهرس المحتويات.....	
فهرس الجداول	
مقدمة.....	أ- د

الفصل الأول: الاطار المفاهيمي للدراسة

تمهيد.....	5
المبحث الأول: ماهية التجارة الخارجية	7
المطلب الأول: مفهوم التجارة الخارجية وأهميتها	7
المطلب الثاني: أهمية التجارة الخارجية.....	8
المطلب الثالث: سياسات التجارة الخارجية.....	9
المبحث الثاني: ماهية التجارة الالكترونية.....	11
المطلب الأول: تعريف التجارة الالكترونية ومراحل تطورها.....	11
المطلب الثاني: أهمية التجارة الالكترونية وأنواعها.....	13
المطلب الثالث: دوافع وتقييم التجارة الالكترونية.....	15
المبحث الثالث: التسهيلات وطرق الدفع الحديثة	19
المطلب الأول: طرق الدفع الالكترونية في التجارة الالكترونية	19
المطلب الثالث: طرق الدفع في التجارة الدولية.....	25
خلاصة الفصل.....	32

الفصل الثاني: دور التجارة الالكترونية في تسهيل للتجارة الخارجية مقارنة بين تونس

والجزائر

33	تمهيد.....
35	المبحث الاول: واقع تجربة تونس والجزائر في مجال التجارة الالكترونية.....
35	المطلب الاول: واقع التجربة التونسية في مجال التجارة الالكترونية.....
40	المطلب الثاني: واقع التجربة الجزائرية في مجال التجارة الالكترونية.....
47	المطلب الثالث: آفاق تطوير التجارة الالكترونية في الجزائر وتونس.....
	المبحث الثاني: دور التجارة الالكترونية في تنشيط التجارة الخارجية مقارنة بين الجزائر وتونس.....
55	المطلب الأول: مؤشرات وسائل التجارة الالكترونية في الجزائر وتونس.....
57	المطلب الثاني: مؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر وتونس.....
60	المطلب الثالث: مؤشر التجارة الالكترونية في التجارة الخارجية الصادر عن UNCTAD.....
61	خلاصة الفصل.....
63	الخاتمة.....
67	قائمة المصادر والمراجع.....

فهرس الجداول

ر . الصفحة	عنوان الجدول	ر . الجدول
55	تطور الخوادم المؤمنة خلال الفترة 2010 - 2018 في الجزائر وتونس	الجدول رقم (01-02)
56	تطور مستخدمي الانترنت في الجزائر وتونس خلال الفترة 2010 - 2018	الجدول رقم (02-02)
57	تطور مؤشر التجارة الإلكترونية في الجزائر وتونس خلال الفترة 2016 - 2018	الجدول رقم (02 - 03)
59	تطور صادرات و واردات خدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر وتونس خلال الفترة 2010-2017	الجدول رقم (02 - 04)
60	تطور صادرات وواردات سلع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر وتونس خلال الفترة 2010 - 2016	الجدول رقم (02 - 05)

مقدمة

تعتبر دراسة التجارة الدولية والتجارة الالكترونية من أهم المواضيع والدراسات التي تهتم بها الدول المعاصرة حديثا في ظل زيادة حجم التبادلات التجارية بين مختلف الدول وارتفاع حجم رؤوس الأموال المتداولة في الأسواق المالية الدولية ووجود قدرة تنافسية عالية بالنسبة للدول التي تسارعت في الابداع الإنتاجي لمختلف مؤسساتها الصناعية التي ساعدت على رفع قيمتها المضافة في جميع قطاعاتها المنتجة. ولذلك أصبحت الدول المصدرة تهتم بتطوير تقنيات واليات الدفع وهذا طبعا من اجل بتسهيل معاملات التجارة الدولية. فظهر ما يسمى بالتجارة الالكترونية.

ومع بداية القرن الحادي والعشرين وبداية الألفية الثالثة عرفت التكنولوجيا الحديثة لنقل المعلومة والاتصال تقدما كبيرا الساحة الدولية، وهو بلا شك ثمرة تطور طويل، لذلك يدور الحديث الآن عن ثورة صناعية جديدة قوامها المعلوماتية بكافة عناصرها يسميها البعض بالثورة الإلكترونية.

وتعتبر التجارة الإلكترونية ثمرة حقيقية من ثمار هذا التقدم العلمي المذهل، وإن السمة الرئيسية التي تميز كل العصور هي دور الاختراعات والاكتشافات العلمية في ذلك، ومن المشاهد أن دول عالمنا المعاصر لا تعيش بمعزل عن بعضها البعض بل ترتبط فيما بينها بعلاقات اقتصادية ومالية وسياسية واجتماعية وثقافية متعددة، لذلك أن العلاقات الاقتصادية المتبادلة بين الدول في نمو مطرد سواء أكان ذلك بسبب الكميات الهائلة من السلع والخدمات التي يتم تبادلها بين الدول من خلال التجارة الخارجية، أم بسبب الأصول المالية المتداولة بين الدول، أم بسبب النشاط المتعاظم للشركات الدولية متعددة الجنسيات، فالسبب المشترك بينها هو استخدام التجارة الالكترونية في عملها.

من خلال ما سبق يمكن من خلال هذه الدراسة صياغة الاشكالية التي سنحاول الاجابة عنها والتي تمثلت في:

" ما هو الدور الذي تلعبه التجارة الالكترونية في تسهيل معاملات التجارة الخارجية و ما مدى تطورها ؟"

ولتسهيل الاجابة عن هذه الاشكالية تم طرح لإشكاليات فرعية تمثلت فيما يلي:

- ما هي التجارة الدولية او التجارة الخارجية؟
- ماهية التجارة الالكترونية وأهم معاملتها في التجارة الدولية؟
- كيف ساعدت التجارة الالكترونية في القيام بعمليات التجارة الخارجية وتسهيل معاملاتها؟
- هل ساهمت تطور التجارة الالكترونية في تسهيل معاملات التجارة الخارجية بالنسبة لكل من الجزائر وتونس؟ ومن تملك اكثر تسهيلات التجارة الخارجية بالنسبة لاستعمال أو استخدام التكنولوجيا الحديثة؟

فرضيات الدراسة

- أدى تطور التجارة الالكترونية في المساهمة في تسهيل معاملات التجارة الخارجية بالنسبة لكل من الجزائر وتونس.
- نظرا للتطورات تكنولوجيا المعلومات والاتصال تملك تمتلك تونس اكثر تسهيلات في تجارة الخارجية لاستعمالها التكنولوجيا الحديثة.

دوافع اختيار موضوع الدراسة:

• دوافع موضوعية:

تم اختيار هذا الموضوع نظرا لأسباب التالية:

- الرغبة في معرفة المكانة التي تتولاها كل من التجارة الالكترونية، ومدى اهتمام الدول بتجارها الخارجية وأهمية هذه الأخيرة في اقتصاديات الدول.
- التعرف على مدى اهتمام الدول وخاصة الدول الافريقية بالتجارة الالكترونية ومدى الاعتماد عليها في عمليات التجارة الخارجية، لتحديد مدى النمو الذي تعرفه هته الدول.

• دوافع شخصية:

تم اختيار الموضوع على الصعيد الشخصي لأنه من ضمن متطلبات التخصص أولاً، إضافة إلى أنه يعتبر موضوعاً حديث النشأة ومن الممكن التوصل من خلاله إلى وجهة نظر جديدة في عالم التجارة الإلكترونية والعالم الاقتصادي الإلكتروني.

أهداف الدراسة:

تحاول هذه الدراسة تسليط الضوء على:

- التعرف على التجارة الإلكترونية، والتجارة الخارجية التي تحتل كل منهما مكانة خاصة بين قطاعات الأعمال الاقتصادية.
- تحديد مدى أهمية التجارة الإلكترونية في الوقت الحاضر والدور الذي يمكن أن تلعبه في النمو الاقتصادي للدول.
- تحديد ومعرفة أهم التحديات والعقبات التي تواجهها عملية تطبيق التجارة الإلكترونية في التجارة الخارجية خاصة في بعض الدول الأفريقية (الجزائر وتونس).

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من أهمية التجارة الإلكترونية والدور الذي تلعبه في بيئة الأعمال إذ أصبحت عاملاً مؤثراً في نمو اقتصاديات الدول وتعزيز تجارتها الخارجية، وقد غدت وسيلة هامة في زيادة القدرة التنافسية للدول، إضافة إلى تمكين المستهلك أينما كان من الطلب الفوري للسلع والخدمات.

حدود الدراسة:

• **الحدود المكانية:** تمت الحدود المكانية الخاصة بالدراسة بدراسة الجزائر وتونس وأوجه المقارنة بينهما.

• **الحدود الزمانية:** تمثلت الحدود الزمانية الخاصة بالدراسة في الفترة الممتدة بين 2010 و2018.

المنهج المتبع:

اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهجين:

- استعملنا المنهج الوصفي في وصف مختلف زوايا الموضوع من خلال طرح للتجارة الالكترونية والتجارة الخارجية كل على حدى ومختلف الجوانب التي تتعلق بهما، في الجانب النظري للدراسة.

- كما اعتمدنا منهج دراسة الحالة في الجانب التطبيقي المتمثل في دراسة مقارنة بين تونس والجزائر بالاعتماد على مجموعة من المؤشرات.

هيكل الدراسة:

تضم هذه الدراسة فصلين مسبوقين بمقدمة عامة حول موضوع ومنتھين بخاتمة تضم أهم النتائج والتوصيات التي توصلنا اليها من خلال هذه الدراسة، وقائمة للمراجع التي استعنا بها في اعدادها، وقد تمثل الفصلين في:

الفصل الأول: الذي يضم الاطار المفاهيمي للدراسة والذي يشمل ثلاثة مباحث حيث يحتوي المبحث الأول على مختلف الجوانب الخاصة بالتجارة الخارجية، يليه المبحث الثاني الذي يضم بدوره مختلف المفاهيم التي تتعلق بالتجارة الالكترونية، فيما جاء المبحث الثالث يحتوي على مختلف التسهيلات وطرق الدفع الحديثة التي تقدمها التجارة الالكترونية للتجارة الخارجية.

الفصل الثاني: والذي كان عبارة عن دراسة تطبيقية وإحصائية والتي تأخذ بعين الاعتبار دراسة مقارنة بين كل من الجزائر وتونس وكيف تساهم التجارة الالكترونية في التسهيل معاملات التجارة الخارجية في كل من البلدين، والتي سوف نتوصل من خلالها إلى إجابة للإشكالية المطروحة في هذه الدراسة، ومختلف النتائج والتوصيات التي من الممكن التوصل لها.

الفصل الأول:

الاطار المفاهيمي للدراسة

تمهيد

إنّ التطورات التي عرفتھا التجارة الخارجية ساهم في ازدياد حجم المعاملات مما جعل البنوك التجارية تلعب دورا رئيسيا في مجال تمويل التجارة الخارجية. وفي نفس الوقت تلعب البنوك التجارية دور وسيط بين المصدر و البائع في مجال التجارة الدولية.

وقد تنوعت التقنيات والوسائل المستعملة من طرف المتعاملون الاقتصاديين في مجال التجارة من أجل تسوية معاملاتهم، ويمكن تصنيف تقنيات تمويل التجارة إلى تقنيات قصيرة الأجل ومتوسطة وطويلة ومن أهم التقنيات التي تتميز بالأمان والاستعمال الكبير نجد أن الاعتماد المستندي من أهم تقنيات التمويل الدولي بالإضافة إلى تقنيات التحصيل المستندي. و هي احد تقنيات تمويل القصير الاجل.

سنتناول في هذا الجانب النظري مفاهيم حول التجارة الخارجية حيث سنتطرق إلى مفهوم التجارة وأهميتها، ثم نتطرق إلى النظريات المفسرة للتجارة الخارجية. ومن جانب آخر سوف نتطرق للتجارة الالكترونية وأهم الجوانب المتعلقة بها.

ثم نتطرق بعد ذلك الى تقنيات التمويل القصير الاجل منها الاعتماد المستندي والتحصيل المستندي والفرق بينهما وتقنيات تمويل متوسط وطويل الاجل.

المبحث الأول: ماهية التجارة الخارجية

تعتبر التجارة الخارجية أحد فروع علم الاقتصاد تختص بدراسة الاعتماد المتبادل بين دول العالم وهذا الاعتماد المتبادل بصورة مستمرة مع تزايد درجة العولمة الاقتصادية.

المطلب الأول: مفهوم التجارة الخارجية وأهميتها

أولاً: مفهوم التجارة الخارجية

تعددت الصيغ المختلفة لمفهوم التجارة الخارجية بناء على الهدف من دراستها، ومن هذه المفاهيم نلخص ما يلي:

تعرف التجارة الخارجية بأنها عملية انتقال السلع والخدمات بين الدول والتي تنظم من خلال مجموعة من السياسات والقوانين والأنظمة التي تعقد بين الدول بهدف تحقيق المنافع المتبادلة بين أطراف التجارة¹.

تمثل التجارة الخارجية المعاملات التجارية الدولية في صورها الثلاثة المتمثلة في انتقال السلع والخدمات، والأفراد، ورؤوس الأموال، تنشأ بين أفراد يقيمون في وحدات سياسية مختلفة، أو بين حكومات أو بين منظمات اقتصادية تقطن وحدات سياسية مختلفة².

التجارة الخارجية هي عملية التبادل التجاري في السلع والخدمات وغيرها من عناصر الإنتاج المختلفة بين عدة دول بهدف تحقيق منافع متبادلة لأطراف التبادل³.

عُرفت التجارة الخارجية باعتبارها عملية التبادل التجاري في السلع، والخدمات وغيرها من عناصر الإنتاج المختلفة بين عدة دول بهدف تحقيق المنافع المتبادلة لأطراف التجارة⁴.

¹ علي الزبون عطا الله ، التجارة الخارجية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 09.

² جمال، جويدان الجميل، التجارة الدولية، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، 2006، ص 11.

³ أميرة بحري، إكرام مرعوش، واقع التجارة الخارجية في الجزائر وتأثيرها بأسعار الصرف -دراسة تحليلية -، مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، المجلد 5، العدد 02، جوان 2021، جامعة عباس لغرور، خنشلة، ص 284.

⁴ حسام علي داود وآخرون، اقتصاديات التجارة الخارجية، دار الميسرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2002، ص 13.

من التعاريف السابقة نجد أن التجارة الخارجية عبارة عن مختلف عمليات التبادل التجاري الخارجي سواء في صور سلع أو خدمات أو أفراد أو رؤوس أموال بين أفراد يقطنون وحدات سياسية مختلفة بهدف إشباع أكبر حاجات ممكنة.

المطلب الثاني: أهمية التجارة الخارجية

تعد التجارة الخارجية من القطاعات الاستراتيجية ألي دولة، نظرا لأهميتها المتمثلة في¹:

- تؤدي التجارة الخارجية إلى زيادة الدخل القومي انطلاقا من التخصص وتقسيم العمل؛
- زيادة حجم التعاون بإقامة علاقات الصداقة بين الدول المتعامل معها؛
- زيادة حجم مكاسب من خال الحصول عل السلع بتكلفة أقل مما لو تم انتاجها محليا؛
- زيادة المنافذ لتصريف فائض الإنتاج عن حاجة السوق المحلية، مما يربط الدول والمجتمعات ببعضها البعض؛

- إزالة الحدود وتقصير المسافات باعتماد العولمة السياسية لمحاولة جعل العالم كقرية واحدة وجديدة؛

- تحقيق التوازن في السوق الداخلية من منطلق تساوي كمية العرض بالطلب المحلي؛
- الارتقاء بالأذواق وتحقيق كافة المتطلبات والرغبات بما يسمح بإشباع الاحتياجات؛
- اعتبارها مؤشرا جوهريا على قدرة الدول الإنتاجية والتنافسية في السوق الدولي، لارتباطها بالإمكانيات الإنتاجية المتاحة وقدرة الدولة على التصدير، إضافة إلى مستويات الدخل المحققة فيها وقدرتها على الاستيراد، مما يعكس رصيد العملات الأجنبية للدولة وأثره على ميزانها التجاري؛

- نقل التكنولوجيا والمعلومات الضرورية لبناء اقتصاديات قوية، تعزز عملية التنمية الشاملة؛

¹ مديحة بن زكري بن علو، نصيرة شيبان، دور إعادة تأطير وإصلاح قطاع التجارة الخارجية في تنمية الاقتصاد الوطني الجزائري (التجارة الخارجية من التقييد إلى التحرير)، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، المجلد 14، العدد 03، سبتمبر 2019، جامعة زيان عاشور الجلفة، ص 386.

المطلب الثالث: سياسات التجارة الخارجية

أولاً: تعريف سياسة التجارة الخارجية

تمثل السياسات التجارية في الآليات المباشرة وغير المباشرة التي تؤثر وتتحكم في التجارة الخارجية للبلد ولها عدة أهداف من بينها¹:

- تحقيق موارد الخزينة العامة؛
- تحقيق توازن ميزان المدفوعات؛
- حماية الانتاج المحلي من المنافسة الاجنبية؛
- حماية الاقتصاد الوطني من خط الاغراق وحماية الصناعة الناشئة؛
- إعادة توزيع الدخل الوطني؛
- حماية الاقتصاد الوطني من التقلبات الخارجية.

ثانياً: أهداف السياسة التجارية

تختلف أهداف السياسة الجارية باختلاف نوعية السياسة المطبقة وسياسة التقيد أو سياسة الحرية، وعليه يمكن أن نذكر أهداف السياسة التجارية الدولية دون تفريق بين أهداف سياسة حرية التجارة الدولية أو سياسة حمايتها وهي²:

- تحقيق التوازن في ميزان المدفوعات: ويتم ذلك عن أساس تعظيم عائدات الصادرات والموارد من العملة الأجنبية وتخفيض الطلب على الصرف الأجنبي"، ويعرف توازن ميزان المدفوعات بأنه الحالة التي تكون فيها المديونية مساوية للدائنين في المدفوعات المستقلة"، فالتوازن يربط بين طبيعة النمو المستمر في ميزان المدفوعات وطبيعة الحركة المستمرة في مكوناته، ويأتي هذا التوازن على أساس تعظيم عائدات الصادرات والموارد من العملة الأجنبية وتخفيض الطلب على الصرف الأجنبي.

1 محمد اسماعيل، جمال قاسم، سياسات التجارة الخارجية في الدول العربية، مجلة دراسات اقتصادية، العدد 66، 2020، صندوق النقد العربي، أبو ظبي، ص 06.

2 تزالت محمد، شارييف العربي، السياسات التجارية والاندماج في الاقتصاد الدولي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص مالية واقتصاد دولي، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2015/2016، ص 22، 23.

- **حماية الإنتاج المحلي من المنافسة الأجنبية:** وتعتبر هذه السياسة من بين الإجراءات التي تقوم بها السلطات لعرض إعاقة حركة الاستيراد وحماية السوق الوطنية من المؤثرات الخارجية التي تضر بالإنتاج المحلي، ومن بين هذه الإجراءات، فرض أجور ونفقات تحكمية مرتفعة على نقل وتخزين البضائع المستوردة في المنطقة الجمركية، التشديد في تطبيق اللوائح الصحية، المغالة في تقدير قيمة الواردات، فرض رسوم على عملية التفتيش.

- **حماية الاقتصاد الوطني من خطر سياسة الإغراق:** يقصد بسياسة الإغراق "بيع السلع بسعر يقل عن تكاليف الإنتاج في الأسواق الخارجية، على أن تعوض الخسارة بالبيع بسعر مرتفع في السوق المحلية"، وهو أحد الوسائل التي تتبعها الدولة أو المشروعات الاحتكارية للتمييز بين الأثمان السائدة في الداخل وتلك السائدة في الخارج، وخاصة الإغراق العارض والذي يفسر بظروف استثنائية طارئة والإغراق قصير الأجل أو المؤقت والذي ينتهي بتحقيق الغرض المنشأ من أجله والإغراق الدائم، المرتبط بسياسة دائمة تستند وجود احتكار في السوق الوطنية يتمتع بالحماية، وعلى هذا الأساس جاءت جولة أوروغواي والجات سنة 1994 ومنظمة التجارة العالمية بإجراءات وقوانين تكفل حق الحماية ضد الدول التي تمارس سياسة الإغراق.

- **تشجيع الاستثمار من أجل التصدير:** وذلك بانتهاج أساليب واستراتيجيات تتكفل بهيئة الفضاء الاستثماري الخصب الذي يعمل على تطوير الإنتاج الوطني بهدف التصدير وتشجيع إقامة المناطق الحرة ذات المزايا والحوافز التفضيلية التي تشجع الاستثمار فيها وتبني مؤسساتية تعمل على دعم الاستثمار المحلي أو الاستثمار الأجنبي المباشر لتدعيم قدرة المنتج الوطني على التنافس في الأسواق الدولية وزيادة العائد النقدي.

- **زيادة العمالة مستوى التشغيل في الاقتصاد القومي:** يعتبر هذا الهدف من أهم أهداف السياسة الاقتصادية العامة وخاصة السياسة التجارية سواء الحمائية منها أو سياسة الحرية، فسياسة الحماية تخلق أنواع جديدة من القناعات التي تستخدم مزيدا من العمالة أو

زيادة مستوى التشغيل، في حين أن سياسة الحرية تعمل على تحقيقه من خلال تعظيم الصادرات في إطار التحول إلى استراتيجية الإنتاج من أجل التصدير.

- **حماية الصناعات الناشئة:** تعتمد هذه السياسة في الدول التي تتمتع بصناعات حديثة خاصة الدول النامية وهذا بغرض حمايتها من منافسة صناعات الدول الكبرى التي تتميز بالتقدم الفني الإنتاجي والسياسات الاحتكارية. إلا أنه يجب التفريق بين هدف حماية الصناعة الناشئة وهدف حماية الإنتاج المحلي من المنافسة، فالأول مقبول من بعض الاعتبارات الاقتصادية أما الثاني فال يمكن الدفاع عنه لأنه غالبا ما يصدر عن الضغوط السياسية التي تمارسها جماعات الضغط ذات الوزن السياسي في المجتمع.

المبحث الثاني: ماهية التجارة الالكترونية

شهد العالم في السنوات الأخيرة تطورا هائلا في ميدان التجارة الالكترونية التي صارت تنافس التجارة التقليدية من حيث حجم التعاملات ونسبة النمو التي تعرف ارتفاعا كبيرا، جاء هذا التطور نتيجة لتوفر بنى تحتية توافق التعامل بالتجارة الإلكترونية.

المطلب الأول: تعريف التجارة الالكترونية ومراحل تطورها

أولا: تعريف التجارة الالكترونية

لقد تعددت تعارف التجارة الإلكترونية، كل حسب النظرة التي ينظر بها إليها ومن هذه التعاريف نلخص ما يلي:

هي عملية الإعلان والتعريف للبضائع والخدمات ثم تنفيذ عمليات عقد الصفقات وإبرام العقود ثم شراء والبيع لتلك البضائع والخدمات وسداد القيمة الشرائية عبر شبكات الاتصال المختلفة سواء انترنت أو غيرها من الشبكات التي تربط بين المشتري والبائع¹.

¹ ندى فائز يحيى، العوامل المحددة لتبني التجارة الإلكترونية وأثرها على الأداء التسويقي، رسالة ماجستير في قسم الأعمال الإلكترونية، جامعة الشرق الأوسط، 2012، ص 19.

هي استخدام الإنترنت والشبكة العنكبوتية العالمية لتبادل العمليات بشتى أشكالها بين الأعمال المختلفة، مع التركيز على استخدام التكنولوجيا الرقمية في العمليات التجارية بين الشركات والأفراد¹.

كذلك عرفت بأنها: الاستخدام المنظم لتكنولوجيا الاتصالات المتقدمة وشبكات الاتصالات لتحقيق التعامل بين الشركة البائعة من جانب وعملائها ومورديها من جانب آخر². وهي التجارة التي تتم بين المتعاملين فيما بينهم من خلال استخدام أجهزة ووسائل الإلكترونية مثل الانترنت وغيرها أو الشبكات الإلكترونية الخاصة³.

من خلال التعريفات السابقة يمكن تلخيص تعرف التجارة الإلكترونية على أنها: نشاط تجاري يتم بفضل إجراءات تكنولوجية متقدمة، متعلق بتنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات، عن طريق بيانات ومعلومات تتساب عبر شبكات الاتصال والشبكات التجارية العالمية الأخرى.

ثانيا: مراحل تطور التجارة الإلكترونية

تطورت التجارة الإلكترونية عبر حقتين زمنيةتين أساسيتين تمثلتا ما يلي⁴:

1. التجارة الإلكترونية حقبة أولى: وتشير إلى الحقبة الزمنية الممتدة من عام 1995 وحتى عام 2000 وهي التي شهدت نموا متفجرا في التعاملات الإلكترونية والمعتمدة أو الموجهة بالتقنية، حيث كان التركيز منظمات الأعمال منصبا بصف أساسية على نمو العائد من تلك التعاملات، وذلك من خلال تبني استراتيجيات تعتمد على التواجد الإلكتروني

¹ ظاهر شاهر يوسف القشي، مدى فاعلية نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق الأمان والتوكيدية والموثوقية في ظل التجارة الإلكترونية، أطروحة الدكتوراه، جامعة عمان العربية، للدراسات العليا، 2003، ص 56.

² محمد عبيد كافي أبكر، وآخرون، أثر التجارة الإلكترونية على تطوير نظام المعلومات المحاسبية - دراسة ميدانية على عينة مختارة من الشركات التجارية بولاية الخرطوم-، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، العدد 04، المركز الجامعي سي الحواس، بركة الجزائر، 2019، ص 232.

³ الرشيد بوعافية، دور النقود الإلكترونية في تطوير التجارة الإلكترونية، المجلة الجزائرية للاقتصاد والمالية، العدد 02، جامعة المدية، الجزائر، 2014، ص 120.

⁴ طارق طه، التسويق والتجارة الإلكترونية، الطبعة الثانية، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2005، ص 327

الفوري الخاص، في غياب ملموس للتشريعات الحكومية المختلفة والمنظمة للأعمال الإلكترونية.

2. التجارة الإلكترونية حقبة ثانية: وتتمثل في الحقبة الزمنية التي بدأت من عام 2001 وحتى وقتنا هذا، حيث شهدت تحولات في نمط التعاملات إلى التوجه بالأعمال، وتركيز منظمات الأعمال منصبا على تنمية الأرباح ومن خلال تبني استراتيجيات مختلطة، أي تعتمد على التواجد المادي للمنظمة في السوق وتواجدها الإلكتروني على شبكة الإنترنت، في ظل تشريعات حكومية منظمة للأعمال الإلكترونية.

المطلب الثاني: أهمية التجارة الإلكترونية وأنواعها

أولا: أهمية التجارة الإلكترونية

- يمكن القول أن التجارة الإلكترونية تعد من أهم اختراعات العصر والتي يمكن من خلالها تحقيق أرباح لم يكن من الممكن تحقيقها سابقا بالطرق التقليدية والسبب يعود إلى¹:
- تتيح الفرص لدى العديد من الأشخاص للعمل من منازلهم.
 - تفتح الباب لدى ذوى الاحتياجات الخاصة والمتقاعدين وربات البيوت للعمل في ذلك المجال وكان لهذا الفضل في عملية النهوض والتنمية.
 - كان لها فضلا كبيرا في إتمام الكثير من المعاملات التجارية في وقت زمني قصير وفي أي ساعة في اليوم وفي أي مكان.
 - أنشأت مجتمعات إلكترونية على الإنترنت وأصبح لدى الأفراد القدرة على مبادلة الخبرات ووجهات النظر بشأن الخدمات أو المنتجات.

ثانيا: أنواع التجارة الإلكترونية

تأخذ التجارة الإلكترونية ثلاثة أشكال قطاعية مهمة وهي²:

¹ نبيلة جعيجع، التجارة الإلكترونية في العالم العربي وأهم المعوقات التي تحد من تطويرها، مجلة آفاق علوم الإدارة والاقتصاد، المجلد 02، العدد 02، جامعة المسيلة، الجزائر، 2018، ص 279.

² الرشيد بوعافية، المرجع السابق، ص 121.

- التجارة الإلكترونية بين المؤسسة والمؤسسة (Business to Business): ويرمز لها بالرمز (B to B) وتشير إلى العمليات البيع والشراء التي تجري بين الشركات عبر شبكة الانترنت أو عبر الشبكات الاتصال الأخرى، بالإضافة إلى عمليات التحويل الإلكتروني للمعلومات وإجراء الصفقات الإلكترونية وإجراء مختلف التحويلات المالية إلكترونياً، فتتيح التجارة الإلكترونية التحكم في عمليات التسويق وتفتح أسواق جديدة.

- التجارة الإلكترونية بين المؤسسة والمستهلك (consumer to Business): ويرمز لها بالرمز (B to B) وذلك من خلال العروض المختلفة التي تقدمها المؤسسة للمستهلكين من ما يسمى بمراكز التسويق على الأنترنت حيث تعرض كل أنواع السلع والخدمات ويتم أيضاً الدفع من خلال الشبكة أما الاستلام فحسب طبيعة السلعة و صيغة الاتفاق. وتطرح التطبيقات القطاعية لنموذج (B to B) عدة تقنيات وهي:

• **التسويق الإلكتروني:** يشير التسويق الإلكتروني إلى تطبيق نظرية التسويق باستخدام إمكانيات الأنترنت لتقديم المنتجات أو الخدمات إلى السوق المستهدفة، وتبقى أسس التسويق نفسه ، لكن الانترنت توفر قنوات تزويد جديدة تصل إلى تشكيلة واسعة من الزبائن.

• **البيع الإلكتروني:** يشير البيع الإلكتروني إلى شراء من متاجر التجارة الإلكترونية الآنية على الويب، وتعرف بالمحلات الافتراضية، وقد أدى البيع الإلكتروني إلى تطوير أدوات برمجية لتجارة الإلكترونية مهمتها إنشاء الفهارس الآنية وإدارة الأعمال التجارية الإلكترونية. بالإضافة إلى المصرف الإلكتروني من خلال ما يقدمه من خدمات الدفع الإلكتروني وتأمين العمليات المالية بأقل تكلفة وأكبر فعالية.

- **بين المؤسسة والإدارة (Administrations to Business)** أو ما يرمز لها بالرمز (B to B): وتشمل جميع التحويلات والتعاملات التي تتم بين المؤسسات والهيئات الإدارية العامة، من خلال ما يعرف بالحكومة الإلكترونية، حيث تسعى الحكومة إلى استخدام وسائل التي أنتجتها التكنولوجيا المتقدمة في تقديم الخدمات الحكومية إلى قطاع المؤسسات، كما يستفيد قطاع المؤسسات من استخدام للتجارة الإلكترونية في تعامله مع الإدارة العمومية.

- التجارة الإلكترونية بين المستهلكين والإدارة (customers to Administration): والتي يرمز إليها بالرمز (C to A) حيث يمكن هذا الشكل من التجارة الإلكترونية الإدارة من تقديم الخدمة الواجب أدائها للمستهلكين ويستفيد المستهلكين من السهولة والسرعة عند تلقي الخدمة المقدمة من الإدارة، وبدأ هذا الشكل من التجارة الإلكترونية يتطور مع ظهور الحكومات الإلكترونية وظهر ما يسمى بمجتمع المعلوماتية.

المطلب الثالث: دوافع وتقييم التجارة الإلكترونية

أولاً: دوافع التجارة الإلكترونية

هناك العديد من العوامل المشتركة لدى المؤسسات والقطاعات التي تدفع إلى التجارة الإلكترونية، وهذا راجع إلى أن التجارة الإلكترونية ظهرت بالتدريج وتطورها يكون حسب احتياجات قطاعات النشاطات المختلفة والتي تخلق دوافع للدخول في التجارة الإلكترونية والتي نوردتها في ما يلي¹:

أ/- **تسيير المعاملات التجارية:** إن التجارة الإلكترونية تسمح بتأدية جزء كبير من العمليات المختلفة والتي تدخل ضمن المعاملات التجارية العادية بين البائع والمشتري.

حيث تسمح الشيكات باختزال الزمن والمسافة مما يقلص الآثار السلبية للزمن والمسافة على الاقتصاد، وتشمل التجارة الإلكترونية على المعاملات المادية والغير مادية في نفس الوقت مما يسمح بتقليص التكاليف المتعلقة بكل أنواع المعاملات. كما نشأت علاقات سوقية جديدة ب/- **الفعالية التجارية:** من أهم دوافع التجارة الإلكترونية القيام بالوصول إلى أعلى مستويات الإنتاج والتوزيع حيث أن اعتماد تكنولوجيات الإعلام والاتصال في إطار الدعم والتطوير يسمح للمؤسسات بمواجهة التحديات المنتظرة في محيط تجاري عالمي.

¹ أحمد عبد الله العوضي، العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد 6، جامعة عبد الحميد مهري، قسنطينة 2، 2010، ص 170، 171.

كما انه يمكن للمؤسسة من إنتاج معلومات حول معاملاتها والاحتفاظ بها بطرق آلية فتتم بذلك المعالجة والتوزيع بصفة سريعة كما يمكن أن تستعمل هذه المعلومات في تقييم السوق وتقييم مسارها وهذا ما يمكن أن تستعمله فيما بعد في التخطيط والتحسين.

ج/- تطوير أسواق جديدة: إن دافع تطوير أسواق جديدة، جعل مؤسسات كثيرة تتوجه إلى استخدام العلاقات التجارية الإلكترونية وأدخلتها في استراتيجيتها للقيام باكتساح السوق وإنشاء أسواق جديدة وتطويرها.

ثانيا: مزايا الجارة الإلكترونية

من أبرز مزايا التجارة الإلكترونية التي تضع أمام المؤسسة مهما كان حجمها، فرصة استغلال هذا النمط من الأعمال لبلوغ أسواق قد لا تتيح التجارة التقليدية بلوغها وإنشاء مشاريع برؤوس أموال صغيرة قد تتناسب فرص الاستثمار فيها منها¹:

- إيجاد وسائل للتجارة توافق عصر المعلومات: في عصر المعلومات والاتجاه نحو قضاء ساعات طويلة أمام الحاسبات ومواقع الإنترنت تعدو حاجة ملحة إلى توافق الأنماط التجارية مع سمات هذا العصر.

- تلبية خيارات الزبون ببسر وسهولة: تمكن التجارة الإلكترونية المؤسسات من تفهم احتياجات زبائنها وإتاحة خيارات التسوق أمامهم بشكل واسع، وهذا بذاته يحقق نسبة رضا عالية لدى الزبائن لا تتيحه وسائل التجارة التقليدية، فالزبون يمكنه معرفة الأصناف والأسعار وميزات كل صنف والمفاضلة وتقييم المنتج موضوع الشراء من حيث مدى تلبيته لرغبته وخياراته.

- تطوير الأداء التجاري والخدمي للمؤسسة: بما تتطلبه من بنى تحتية تقنية واستراتيجيات إدارة مالية وتسويقية وإدارة علاقات و اتصال بالآخرين، تتيح الفرصة لتطوير

¹ بن عناية جلول، حوسيني يمينة، مفاهيم أساسية حول الانترنت والتجارة الإلكترونية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية التجارة الإلكترونية في الجزائر، معهد العلوم الاقتصادية والتسيير، المركز الجامعي خميس مليانة، 26/27/2011، ص 12، 13.

أداء المؤسسات في مختلف الميادين، وهي تقديم خدمة كبرى ل مؤسسات في ميدان تقييم واقعها وكفاءة موظفيها و سلامة بنيتها التحتية و برامج التأهيل الإداري.

– الدخول إلى الأسواق العالمية وتحقيق عائد أعلى من الأنشطة التقليدية: إن الصفة العالمية لتجارة الإلكترونية ألغت الحدود والقيود أمام دخول الأسواق التجارية، وبفضلها تحول العالم إلى سوق مفتوح أمام المستهلك بغض النظر عن الموقع الجغرافي للبائع أو المشتري، وإذا كانت اتفاقيات التجارة الدولية تسعى إلى تحرير التجارة في السلع و الخدمات، فإن التجارة الإلكترونية بطبيعتها تحقق هذا الهدف دون الحاجة إلى جولات توافق ومفاوضات¹.

ثالثا: معوقات التجارة الإلكترونية

على الرغم مما توفره التجارة الإلكترونية من مزايا عديدة إلا أن هناك العديد من المعوقات ما يقف في طريق الأخذ بها بصورة تجعلها البديل للتجارة التقليدية، ومن هذه المعوقات ما يرجع إلى طبيعة هذا النوع من التجارة ذاتها، ومنها ما يرجع إلى الظروف المحيطة بها وذلك على النحو التالي²:

– عدم كفاية عناصر الأمان بالنسبة لوسائل السداد؛
– وجود تشريعات متكاملة تنظم التجارة الإلكترونية وما يتعلق بها من موضوعات؛
– التعارض بين تشريعات الدول في هذا الشأن مما يتعارض مع طبيعة هذا النوع من التجارة؛

– تأثير التجارب السيئة لعمليات النصب من جانب الشركات أو حتى من جانب بعض المستهلكين على الشبكة، إضافة إلى انتظار ليوم أو عدة أيام قبل تسليم البضاعة؛

¹ مسعود كسرى، خليفة محمد بلخير، إشكالية الاستمرارية و تطوير الميزة التنافسية للتجارة الإلكترونية في البيئة العربية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية التجارة الإلكترونية في الجزائر، معهد العلوم الاقتصادية والتسيير، المركز الجامعي خميس مليانة، 26/ 27 أبريل 2001، ص 6.

² خلوف عقيلة، مرقاش سميرة، حوكمة تقنية المعلومات مطلب رئيسي في التجارة الإلكترونية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية التجارة الإلكترونية في الجزائر، معهد العلوم الاقتصادية والتسيير، المركز الجامعي خميس مليانة، 26-27 أبريل 2011، ص5.

إلا أن هناك رؤى أخرى تلخّص معوقات التجارة الإلكترونية في النقاط التالية¹:

- **التوعية والتعليم:** مما لا شك فيه أنّ نقص الوعي والتعليم له السبب الرئيسي في العديد من المشاكل ويقصد بنقص التعليم أي الجهل في صورتيه أي الأمية العادية والامية المعلوماتية.
- **عدم القدرة على تحصيل الضرائب أو الرسوم على هذه المعاملات التجارية الإلكترونية:** فمن المتعارف عليه أنّ الضرائب تمثل أحد المصادر الهامة لتمويل الخزينة العامة للدولة، وأنّ التهرب الضريبي يضعف من هذا المصدر الهام وهذه المعاملات التي تتم في ظل التجارة الإلكترونية تؤدي إما إلى دخول سلع أو خدمات إلى الدولة أو خروج هذه السلع والخدمات منها وذلك دون تحصيل ضريبة المبيعات عليها مثلاً مما يؤدي إلى فقد الدولة مصدراً هاماً من مصادرها الأمر الذي يؤدي على المدى البعيد إلى عدم اتزان الدولة في أدائها لوظائفها.
- **انعدام الثقة:** فلا يزال انعدام الثقة في التجارة الإلكترونية يشكل عقبة عالمية مما يؤدي إلى ضرورة تشجيع الأفراد على استعمال الإنترنت للتبادل التجاري وذلك عن طريق بث الثقة في نفوس الأشخاص تجاه هذا النوع الذي لم يألفوه من التجارة
- **البطالة:** تساهم التجارة الإلكترونية بشكل فعال في تزايد نسبة البطالة فما دامت هناك إمكانية التسويق أو طلب الخدمة من المنازل فلماذا يقوم (الشخص المعنوي) مثلاً بتعيين أفراد يقوموا هذه المهام مادام في الإمكان القيام بالمهام نفسها عبر الاتصال المباشر بالخارج بواسطة الكمبيوتر.

¹ أحمد المهدي، الإثبات في التجارة الإلكترونية، دار الكتب القانونية، مصر، سنة 2004، ص 36-37

المبحث الثالث: التسهيلات وطرق الدفع الحديثة

تطورت طرق وأساليب الدفع الإلكتروني المستخدمة لإتمام التجارة الإلكترونية على مر المراحل التي تطورت بها هذه الأخيرة، فكانت أولها ظهور البطاقات البنكية والتي تطورت من البطاقة ذات الشريط المغناطيسي إلى البطاقة ذات الخلية الإلكترونية.

المطلب الأول: طرق الدفع الإلكترونية في التجارة الإلكترونية

أولاً: تعريف طرق الدفع الإلكترونية

وسائل الدفع المتطورة في الانترنت هي عبارة عن الصورة أو الوسيلة الإلكترونية التقليدية للدفع والتي نستعملها في حياتنا اليومية، الفرق الأساسي بين الوسيلتين هي أن وسائل الدفع الإلكترونية تتم كل عملياتها وتُسِير الكترونياً، ولا وجود للحوالات ولا للقطع النقدية فالدفع الإلكتروني هو "عملية تحويل لأموال، هي في الأساس ثمن لسلعة أو خدمة بطريقة رقمية، أي باستخدام أجهزة الكمبيوتر، وإرسال البيانات عبر خط تلفوني أو شبكة ما أو أي طريقة لإرسال البيانات¹.

ثانياً: أهمية طرق الدفع الإلكترونية

إن ما يرسخ أهمية وسائل الدفع الإلكترونية، الخصائص التي تميزها عن وسائل الدفع التقليدية والتي يمكن تلخيصها فيما يلي²:

- الدفع الإلكتروني يتسم بالطبيعة الدولية، أي أنه وسيلة مقبولة من قبل جميع الدول، حيث يتم استخدامه لتسوية الحساب في المعاملات التي تتم عبر فضاء الكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم، خصوصاً وأن عمليات التجارة تتوسع إقليمياً ودولياً، وبذلك تساعد وسائل الدفع الإلكترونية على تحسين السيطرة على عمليات التوزيع والنقل.

¹ بن رجدال جوهر، الانترنت والتجارة الإلكترونية، رسالة ماجستير، قسم علوم تسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002، ص 83.

² صالح إلياس، وسائل الدفع التقليدية في ظل وجود الوسائل الحديثة، الملتقى العلمي الدولي الرابع، حول عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية، واشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي بخميس مليانة، 26-27 أفريل 2017، ص 22.

- يتم الدفع باستخدام النقود الإلكترونية، وهي قيمة نقدية تتضمنها بطاقة بها ذاكرة رقمية أو الذاكرة الرئيسية للمؤسسة التي تهيمن على إدارة عملية التبادل.
- يستخدم هذا الأسلوب لتسوية المعاملات الإلكترونية عن بعد، حيث يتم إبرام العقد بين أطراف متباعدة في المكان، ويتم الدفع عبر شبكة الانترنت، أي من خلال المسافات بتبادل المعلومات الإلكترونية بفضل وسائل الاتصال اللاسلكية، يتم إعطاء أمر الدفع وفقا لمعطيات الكترونية تسمح بالاتصال المباشر بين طرفي العقد.

ثالثا: خصائص وسائل الدفع الإلكترونية

تتمثل خصائص وسائل الدفع الإلكترونية فيما يلي¹:

- يتسم الدفع الإلكتروني بالطبيعة الدولية أي أنه وسيلة مقبولة من جميع الدول، حيث يتم استخدامه لتسوية الحساب في المعاملات التي تتم عبر فضاء الكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم.
- يتم الدفع من خلال استخدام النقود الإلكترونية وهي قيمة نقدية تتضمنها بطاقة بها ذاكرة رقمية أو الذاكرة الرئيسية للمؤسسة التي تهيمن على إدارة عملية التبادل.
- يستخدم هذا الأسلوب لتسوية المعاملات الإلكترونية عن بعد، حيث يتم إبرام العقد بين أطراف متباعدين مكانيا، ويتم الدفع عبر شبكة الإنترنت بتبادل المعلومات الإلكترونية بفضل وسائل الاتصال اللاسلكية، ويتم إعطاء أمر الدفع وفقا لمعطيات الكترونية تسمح بالاتصال المباشر بين طرفي العقد.

¹ عبد الرحيم وهيبة، إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالإلكترونية دراسة حالة الجزائر، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علوم التسيير، جامعة الجزائر، ص 34.

المطلب الثاني: طرق الدفع الحديثة في التجارة الالكترونية

أولاً: أنواع طرق الدفع الحديثة في التجارة الالكترونية

تعددت وسائل الدفع الالكترونية واتخذت أشكالاً تتلاءم ومتطلبات التجارة الالكترونية وكذلك طبيعة المعاملات عبر شبكة الانترنت، كما ظهرت وسائل دفع أخرى الكترونية نتناولها فيما يلي:

1. البطاقات البنكية وأنواعها¹: لقد عرف المشرع الفرنسي بطاقات الدفع في المادة 57-1 من المرسوم التشريعي المؤرخ في 30-10-1935 بأنها "كل بطاقة تسمح لحاملها بسحب أو بنقل الأموال، ولا يمكن أن تصدر إلا من طرف هيئة قرض أو مؤسسة مالية أو مصلحة مرخص لها بوضع وإصدار البطاقات كالمصارف والخزينة العامة ومصالح البريد، فهي وسيلة دفع حديثة تقدم مميزات أفضل من تلك التي تقدمها وسائل الدفع التقليدية، ولذلك انتشر استعمالها عبر مختلف دول العالم . كما تستخدم هذه البطاقات في السحب النقدي من آلات الصراف الآلي ATM، وفي شراء السلع والحصول على خدمات، حيث تعطي لحاملها قدراً كبيراً من المرونة في السداد، وقدّر أكبر من الأمان وتكلفة أقل في إتمام العمليات، وبسرعة أكبر في إتمام التسويات المالية.

وللبطاقة البنكية عدة مسميات فهناك من يطلق عليها بالبطاقة البلاستيكية أو النقود البلاستيكية على أساس أنها تصنع من مادة البلاستيك، وتحل محل النقود في مختلف الالتزامات، بينما يسميها آخرون ببطاقات الدفع الالكترونية وذلك لاعتمادها على الأجهزة الالكترونية في الحصول على التفويض أو إجراء التسويات المالية، وهناك عدة أنواع من هذه البطاقات لعل أهمها ما يلي:

- بطاقة السحب الآلي (CARD CACH)

- بطاقة الشيكات (CARD CHEQUE)

¹ رابح حمدي باشا، وهيبه عبد الرحيم، تطور طرق الدفع في التجارة الالكترونية، مجلة معهد العلوم الاقتصادية (مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجار)، المجلد 15، العدد 04، جامعة الجزائر 03، 2011، ص 172، 173.

- بطاقة الدفع (CARD DEBIT)
- بطاقة الصرف البنكي (CARD CHARGE)
- بطاقة الانترنت (CARD INTERNET)
- بطاقة الائتمان (CREDIT CARD) .

2. البطاقات الذكية¹: هي بطاقة تحوي معالج دقيق يسمح بتخزين الأموال من خلال البرمجة الأمنية، والتأكد من سلامة كل معاملة من الخداع، وهذه البطاقة تستطيع التعامل مع بقية الحواسيب، وال تتطلب تفويض أو تأكيد 4 لصاحبة البطاقة من أجل نقل الأموال من المشتري إلى البائع.

3. الشيكات والتحويلات الإلكترونية²: يعرف الشيك على انه محور ثلاثي الأطراف معالج الكتروني بشكل كلي أو جزئي، يتضمن امرا من شخص يسمى الساحب إلى البنك المسحوب عليه بأن يدفع مبلغا من النقود لإذن شخص ثالث يسمى المستفيد ولعل الشيك الإلكتروني هو أكثر الأوراق التجارية التي يمكن الاستفادة منها في مجال التقنيات الإلكترونية.

4. النقود الإلكترونية³: يشار لها عادة بالعملة الرقمية أو الالكترونية، وبالتالي فإن القيمة الفعلية للعملة الرقمية في وحدات النقود التقليدية ليست لها علاقة بالموضوع. فالعملات الرقمية تولد بواسطة وسطاء سماسرة، فإذا أراد العميل شراء عملة رقمية فانه يتصل بوسيط ويطلب كمية محدودة من العملات و يدفع نقود فعلية حينئذ يمكن للعميل أن يقوم بالشراء من أي تاجر يقبل العملات الرقمية لذلك الوسيط، وكل تاجر يمكنه الاستيراد

¹ عماد الدين بركات، حورية طيبي، وسائل الدفع الإلكترونية ودورها في تفعيل التجارة الإلكترونية، مجلة القانون والتنمية المحلية، مخبر القانون والتنمية المحلية، العدد 02، جامعة أدرار، الجزائر، 2019، ص 128.

² فريد نجار وآخرون، التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة، الدار الجامعة، مصر، 2006، ص 127.

³ الرشيد بوعافية، المرجع السابق، ص 113.

من عملات الوسيط التي تم الحصول عليها من العملاء، وبمعنى آخر فإن الوسيط يأخذ العملات مرة واحدة و يضع في حساب التاجر نقود فعلية.

ثانيا: مزايا وعيوب وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة

1. مزايا وسائل الدفع الإلكترونية: تتميز وسائل الدفع الإلكترونية بعدة مزايا وهي¹:

- تحقق وسائل الدفع الإلكتروني لحاملها مزايا عديدة أهمها سهولة ويسر الاستخدام، كما تمنحه الأمان بدل حمل النقود الورقية وتقادي السرقة والضياع، كما أن لحاملها فرصة الحصول على الائتمان المجاني لفترات محددة، كذلك تمكنه من إتمام صفقاته فوراً بمجرد ذكر رقم البطاقة.

- تعد أقوى ضمان لحقوق البائع، تساهم في زيادة المبيعات كما أنها أزاحت عبء متابعة ديون الزبائن طالما أن العبء يقع على عاتق البنك والشركات المصدرة.

- تعتبر الفوائد والرسوم والغرامات من الأرباح التي تحققها المصارف والمؤسسات المالية.

2. عيوب وسائل الدفع الإلكتروني: بما أن لوسائل الدفع مزايا وإيجابيات فهي أيضاً لها بعض السلبيات التي تعييبها وهي²:

- من المخاطر الناجمة عن استخدام هذه الوسائل زيادة الاقتراض والإنفاق بما يتجاوز القدرة المالية، وعدم سداد حامل البطاقة قيمتها في الوقت المحدد يترتب عنه وضع اسمه في القائمة السوداء .

- إن مجرد حدوث بعض المخالفات من جانب التاجر أو عدم التزامه بالشروط يجعل البنك يلغي التعامل معه ويضع اسمه في القائمة السوداء وهو ما يعني تكبد التاجر صعوبات جمة في نشاطه التجاري .

¹ محمد الطائي، التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2010، ص 184.

² محمد الطائي، المرجع السابق، ص 185.

- أهم خطر يواجه مصدريها هو مدى سداد حاملي البطاقات للديون المستحقة عليهم وكذلك تحمل البنك المصدر نفقات ضياعها.

ثالثا: عوامل نجاح وسائل الدفع الإلكترونية في تفعيل التجارة الإلكترونية

لابد من وسائل لجذب المستهلكين والتجار الاستخدام تقنية معينة في عملية الدفع الإلكتروني عبر الشبكات وخاصة الإنترنت، ومن العوامل التي تؤدي إلى انتشار طريقة الدفع الكترونيا بشكل واسع ما يلي¹:

- **الاستقلالية:** حيث هناك العديد من الطرق التي تتطلب إعداد برامج خاصة من أجل استخدام وتنفيذ عملية الدفع الكترونيا من قبل التاجر والمستهلك تعتبر هذه الطرق التي تحتاج إلى إعداد برامج خاصة غير منتشرة بشكل واسع .

- **التطابقية:** إن من المهم في عملية الدفع الإلكتروني أن يتم تنفيذها من مختلف أنظمة التشغيل ومختلف أنواع الحاسبات تلك التي تتطلب أنظمة تشغيل معينة أو أجهزة معينة لتنفيذ عملية الدفع الإلكتروني تعتبر غير واسعة الانتشار بين التجار والمستهلكين.

- **الأمن والحماية :** مدى الأمن في نقل البيانات وتنفيذ عملية الدفع مهمة جدا لقياس مدى فعالية عملية الدفع الإلكتروني، حيث أنه إذا كانت المخاطر للمشتري أو البائع عالية في عملية الدفع الإلكتروني فإن هذا يؤدي إلى عدم انتشار هذه الطريقة بشكل واسع .

- **الرسوم والتكلفة:** حيث أنه كلما زادت العمولة المستخدمة لطريقة الدفع فإن ذلك يؤدي إلى عدم انتشارها بشكل واسع، وأيضا الرسوم والعمولة التي يتم تحصيلها عند استخدام طرق الدفع الإلكتروني تؤدي إلى عدم استخدامها وخاصة في المشتريات البسيطة قليلة التكلفة .

- **سهولة الاستخدام:** إن طريقة بطاقة الاعتماد مستخدمة بشكل واسع وذلك لسهولة استخدامها من قبل كل الأطراف .

¹ عماد الدين بركات، حورية طيبي، المرجع السابق، ص 132.

- مدى انتشارها: حتى تكون طريقة الدفع الإلكترونية ناجحة البد من استخدامها من قبل أعداد كبيرة من التجار والمستهلكين على حد سواء.

المطلب الثالث: طرق الدفع في التجارة الدولية

سنتطرق في هذا المطلب الى اساليب وطرق الدفع في التجارة الدولية على المدى القصير، المتوسط وطويل الاجل.

أولاً: تقنيات الدفع القصيرة الاجل

تستعمل عمليات التمويل قصير الاجل للتجارة الخارجية في تمويل الصفقات الخاصة بتبادل السلع والخدمات مع الخارج، ومن اجل تسهيل هذه العمليات والبحث عن أفضل الطرق التي تسمح بتوسع التجارة الخارجية.

1. الاعتماد المستندي:

يعرف الاعتماد المستندي على أنه: وسيلة هامة في تمويل التجارة الخارجية، وذلك أن عقود البيع على المستوى الدولي تتم عادة بين طرفين لا يعرف بعضهما البعض. فكان لابد من وجود وسيلة تجعل كلا من البائع والمشتري مطمئناً إلى حقه الناشئ عن عقد البيع¹. ويمكن تعريفه على أنه تعهد كتابي صادر من مصرف بناء على طلب مستورد بضائع لصالح مصدرها يتعهد فيه المصرف بدفع أو قبول كمبيالات مسحوبة عليه في حدود مبلغ معين ولأجل محدود مقابل استلامه مستندات الشحن طبقاً لشروط الاعتماد التي تظهر شحن بضاعة معينة وبمواصفات وأسعار محددة².

¹ فيصل محمود النعيمات، مسؤولية البنك في قبول المستندات في نظام الاعتماد المستندي، عمان، دار وائل، 2005، ص 17.

² أميرة حشاني، دور الاعتماد المستندي ك تقنية تمويل وضمان التجارة الخارجية، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم

الاقتصادية، تخصص نقود ومالية، بسكرة، 2014/ 2015، ص 47.

الاعتماد المستندي هو عملية يتعهد بموجبها البنك لحساب عميله المستورد بتسديد مبلغ معين في مهلة محدودة إلى شخص ثالث مصدر، لقاء تسليم مستندات مطابقة تماما ومطلوبة من المشتري ومثبتة لقيمة البضائع لمطابقتها ولإرسالها¹.

الأطراف المكونة لعملية الاعتماد المستندي:

ويلاحظ من مفهوم الاعتماد المستندي أنه يعتمد في مراحله على الأطراف التالية:

- **المستورد:** وهو عميل البنك المحلي الذي يطلب فتح الاعتماد المستندي لصالح أحد المستفيدين في الخارج، وبعد المشتري الذي سيدفع قيمة البضاعة بعقد وصول مستندات الشحن وأوراق ملكية البضاعة².

- **البنك فاتح الاعتماد:** وهو البنك الذي يقدم إليه المشتري طلب فتح الاعتماد، حيث يقوم بدراسة الطلب، وفي حالة الموافقة عليه وموافقة المشتري على شروط البنك فيصبح هو الوسيط والمسهل في المبادلات التجارية بين المصدر والمستورد³.

- **المستفيد:** يسمى بالمستفيد لأن الاعتماد يفتح لصالحه ويكون موردا أو مصدرا للبضاعة، وهو الذي سوف يحصل على قيمتها بعد قيامه بتنفيذ الصفقة حسب المواصفات والشروط المتفق عليها مسبقا والتي طلبها العميل في البلد خر من خلال طلب فتح الاعتماد الذي يصله من بنكه⁴.

- **بنك مبلغ الاعتماد:** هو بنك المراسل الذي يطلب منه بنك فاتح الاعتماد تبليغ الاعتماد لزبونه (المستفيد)، فعند تلقي بنك المصدر إشعارا بفتح الاعتماد يقوم مباشرة بتبليغ عميله (المصدر) حتى يقوم بإرسال المستندات وشحن البضاعة⁵.

¹ كتوش عاشور حاج قويدر، دور الاعتماد المستندي في تمويل التجارة الخارجية، مداخلة مقدمة في الملتقى الدولي حول "سياسات التمويل وأثرها على الاقتصاديات والمؤسسات النامية"، جامعة بسكرة، يومي 21-22 نوفمبر 2006، ص 03.

² عبد المطلب عبد الحميد، البنوك الشاملة "عملياتها وإدارتها"، الاسكندرية، الدار الجامعية، 2000، ص 149.

³ هدى بوطالب، تطور استخدام الاعتماد المستندي في التجارة الخارجية، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2010، ص 79.

⁴ هدى بوطالب، المرجع السابق، ص 80.

⁵ عبد المطلب عبد الحميد، مرجع سابق، ص 255.

2. التحصيل المستدي:

هي نوع آخر من وسائل الدفع في التجارة الخارجية، وهو يتعلق بالاستيراد للبضاعة بدون قيام المستورد بفتح اعتمادات مستندية لصالح البائع (المصدر) ولكن في هذه الطريقة يتم عمل اتفاق بين المستور والمصدر يقوم على اساس ارسال البضاعة من البائع لمكان وبلد المشتري ثم يقوم بتسليم مستندات الشحن (بوليصة الشحن، الفاتورة التجارية، وقائمة الوزن والتعبئة) لبنكه ومعها تعليمات لإرسالها للمستورد ومرفق معها كمبيالة البضاعة للتحصيل من بنك المستورد.

تستخدم هذه الطريقة عندما يكون هناك علاقات وتعاملات تجارية طويلة بين بائع ومشتري لها صفة الاستمرارية، ويصبح تعاملهم يأخذ نوعا من الثقة المتبادلة بينهما فضلا عن التعامل بميثاق العرف والشرف التجاري، وخصوصا في الصفقات صغيرة القيمة، وأحيانا عندما يكون هناك مادة خام ما تدخل في تصنيع منتج يتم انتاجه محليا ولا بد من توافر هذه المادة بصفة منتظمة لمصنع وبدون تأخير. فلهذه الاسباب يتجه بعض المستوردين بالتعاقد مع مورد في الخارج ليرسل هذه البضاعة بصفة منتظمة، وتنفيذا لمثل هذه الاتفاقيات يقوم المورد (البائع) وحسب الاتفاق بشحن البضاعة المطلوبة وبالكمية المطلوبة، ثم يتوجه الى بنكه في بلده ويسلمه مستندات الشحن الخاصة بهذه البضاعة ويطلب منه أن يقوم بإرسالها الى بنك المستورد لتحصيل قيمتها منه¹.

فيقوم بنكه بعمل مذكرة تتضمن تعليمات المصدر بكيفية التحصيل، ارفاق هذه المذكرة بمستندات الشحن ويرسلها مباشرة الى بنك المستورد للتحصيل ودفعوا بواسطة المستورد. التحصيل المستندي يشمل أمرين في أن يقوم البائع بإرسال البضاعة ثم يطلب تحصيل نقوده عن طريق تقديمه مستندات مالية مسحوبة على المشتري بالإضافة الى تقديمه مستندات شحن تجارية ويكون الدفع بطريقتين:

¹ اسامة عبد المنعم بسيوني، الاعتمادات المستندية " فن الاستيراد والتصدير في البنوك"، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، ط8، القاهرة، 2014، ص 81، 82.

- مستندات مقابل الدفع: أي يستطيع المستورد أو البنك المكلف أن يستلم المستندات مقابل أن يقوم بتسديد مبلغ البضاعة نقداً؛
- المستندات مقابل القبول: المستورد يمكنه استلام المستندات وذلك مقابل قبوله الكمبيالة المسحوبة عليه.

الأطراف المكونة لعملية التحصيل المستندي:

تتمثل هذه الاطراف في كل من¹:

- **البائع(المصدر):** وهو الذي يقوم بإعداد مستندات للتحصيل ويسلمها الى البنك الذي يتعامل معه، مرفقا بها أمر التحصيل؛
 - **بنك المصدر:** وهو الذي يستلم المستندات من المصدر ويرسلها الى البنك الذي سيتولى التحصيل وفقاً للتعليمات الصادرة اليه في هذا الشأن؛
 - **المشتري(المستورد):** تقدم له المستندات من أجل الدفع أو توقيع الكمبيالة؛
 - **البنك المكلف بالتحصيل:** وهو الذي يقوم بتحصيل قيمة المستندات المقدمة للمستورد نقداً أو مقابل توقيعه على الكمبيالة وفقاً للتعليمات الصادرة اليه من بنك المصدر.
- سير عملية التحصيل المستندي²:**

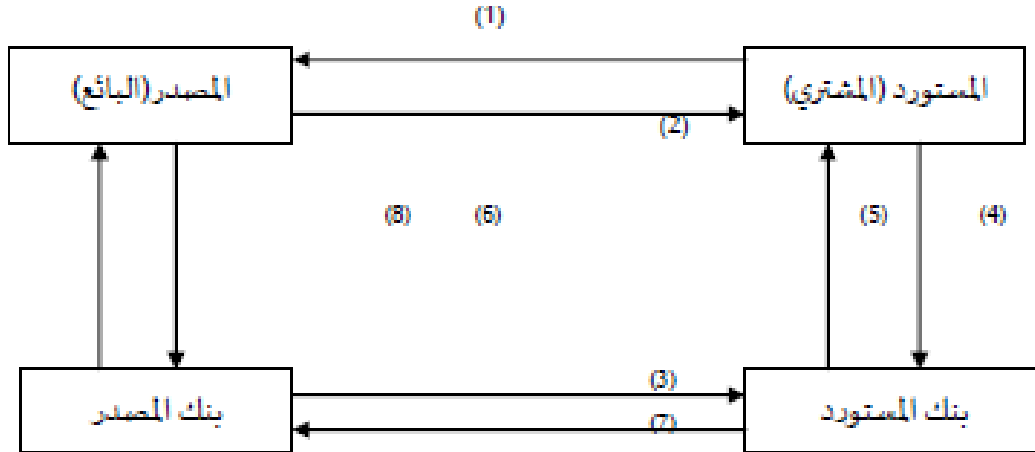
- تتم عملية التحصيل المستندي وفقاً للمراحل التالية:
- إبرام عقد تجاري بين الطرفين المستورد والمصدر؛
- يقوم المصدر بشحن وإرسال البضاعة الى المستورد عن طريق تسليمها للناقل وهذا بتقديم مستندات النقل الى المصدر؛
- يقوم بنك المصدر بتحويل هذه الوثائق الى بنك المستورد؛
- يقوم المستورد بدفع ثمن البضاعة نقداً أو بقبول الكمبيالة المسحوبة عليه على مستوى بنكه؛

¹ مدحت صادق، أدوات وتقنيات مصرفية، دار غريب ، القاهرة، 2001، ص 31.

² مدحت صادق، المرجع السابق، ص 35.

- يقوم بنك المستورد بتسليم الوثائق لعمله؛
- يستلم المستورد البضاعة بعد تقديمه الوثائق للشحن؛
- يقوم بنك المستورد بتحويل المبلغ الى بنك المصدر سواء نقداً أو تحويل الكمبيالة المقبولة من طرف المستورد.

الشكل رقم (1): يمثل مراحل تقنية التحصيل المستندي



المصدر: مدحت صادق، المرجع السابق، ص 36.

ثانيا: تقنيات الدفع متوسطة و طويلة الاجل

يستخدم هذا النوع من التمويل في المعاملات التجارية الدولية الكبيرة حيث تكون المبالغ والتكاليف مرتفعة وهذا الامر يطلب تمويلا خاص يتجاوز 81 شهرا.

1. القرض الايجاري¹:

هو أيضا عبارة عن آلية للتمويل متوسط وطويل الجل للتجارة الخارجية. ويتمثل مضمون هذه العملية في قيام المصدر ببيع سلعه الى مؤسسات متخصصة أجنبية والتي تقوم بالتفاوض مع المستورد حول اجراءات ابرام عقد ايجاري وتنفيذه. ويتضمن هذا العقد في الواقع نفس فلسفة القرض الايجاري الوطني ونفس آليات الاداء مع فارق يتمثل في أن العمليات تتم بين مقيمين وغير مقيمين، وهي في الحقيقة نفس التفرقة التي اعتمدها التنظيم الجزائري في هذا المجال.

وبهذه الطريقة فان المصدر سوف يستفيد من التسوية المالية الفورية وبعملته الوطنية. في حين أن المستورد يستفيد من مزايا التي يقدمها عقد القرض الايجاري وخاصة عدم التسديد الفوري لمبلغ الصفقة الذي يكون عادة كبير

2. قرض المورد²:

ويمثل هذا القرض طريقة للتمويل المستخدمة في التجارة الخارجية، حيث يمنح البنك قرضا للمصدر الذي قدم بالفعل فترة دفع الى العميل الاجنبي (أي أعطى مهلة تسديد للمستورد) من خلال تصدير التجارة التي يحملها على المشتري الاجنبي في وقت التسليم لتسوية النقود وفي هذا النمط من التمويل المصدر يتحمل مخاطر التصنيع ومخاطر الائتمان.

ويختلف قرض المورد عن القرض المشتري في وجهين على الاقل فاذا كان قرض المشتري يمنح للمستورد بوساطة من المصدر، فان قرض المورد يمنح للمصدر بعدما منح هذا الاخير

¹ الطاهر لطرش، تقنيات البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة السادسة، الجزائر، 2007، ص 127.

² الطاهر لطرش، مرجع سبق ذكره، ص ص 127.

مهلة للمستورد، أما الوجه الثاني للاختلاف وهو المهم فيتمثل في أن القرض المشتري يتطلب ابرام عقدين، في حين أن قرض المورد يتطلب ارام عقد واحد.

3. قرض المشتري¹:

هو القرض الممنوح من قبل البنك أو مجموعة من البنوك الى المستورد، للدفع الفوري للمورد الاجنبي للحصول على معدات الاستثمار بموجب عقد شراء دولي مدة هذا القرض تتراوح من سنتين إلى 2 سنوات.

ويستند القرض المشتري على وجود عقدين مختلفين:

- عقد شراء دولي: هو عقد ملزم للمستورد والمورد الاجنبي، يحدد التزامات كل طرف . وهذا العقد يحدد شروط استخدام القرض المشتري بما في ذلك تقديم وثائق تثبت اتمام عملية التصدير؛

- عقد القرض يتم توقيعه بين البنك والمستورد، حيث البنك يوافق على الدفع للمورد الاجنبي(نسبة 85 %) في حين أن المستورد يجب أن يدفع المبالغ المستحقة للمورد الاجنبي وفقا للشروط المحددة في عقد القرض.

¹ الطاهر لطرش، مرجع سبق ذكره، ص 126.

خلاصة الفصل

بعد التطرق إلى مختلف الأدبيات النظرية التي تخص كل من التجارة الخارجية والالكترونية ووسائل الدفع المساعدة على إتمام هذه الأخيرة يمكن القول أن التجارة الخارجية هي المبادلات التي تتم بين الأطراف الفاعلة بها في بيئات مختلفة، وهي ما يعرف بعمليتي الاستيراد والتصدير.

من جانب آخر يمكن القول أن التجارة الإلكترونية تحتاج إلى شبكة اتصالات قوية جدا وسريعة وخالية من الأعطال، كما تحتاج إلى قيام البنوك بالاشتراك في هذا النوع من التجارة والقبول بنظم الدفع الإلكتروني عبر الإنترنت، وأن تأخذ الشركات المتبنية للتجارة الإلكترونية في الاعتبار لنظم الحماية المعتمدة عالميا، وأن يكون المشتري والبائع مشتركين في نظام بطاقات الائتمان أو أي نظام آخر يسمح بالدفع لإلكتروني، وأن يكون الجميع متصلين بالإنترنت، وقد تم استحداث وسائل جديدة للدفع تدعى نظم الدفع الإلكتروني تسمح بإجراء كافة أنواع المعاملات التجارية باستخدام الطرق الإلكترونية.

التجارة الخارجية لها علاقة مع البنوك وهذا ما يسهل عمليات التبادل "التصدير والاستيراد" وذلك من خلال تقديم وسائل الدفع يعتمد عليها المستورد للتسوية المالية لمعاملاته التجارية مع الخارج، وهذه التقنيات بكل أشكالها تقدم الائتمان اللازم لكل من المصدر والمستورد.

الفصل الثاني:

دور التجارة الالكترونية في تسهيل للتجارة
الخارجية مقارنة بين تونس والجزائر

تمهيد

إن المقارنة بين الدول المتقدمة والنامية في مجال استخدام التجارة الالكترونية تثبت وجود فرق كبير، من حيث البنية التحتية و الافتقار إلى شبكات الربط المعتمدة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة، غير أن ذلك لم يمنع الدول النامية في التفكير والسعي نحو اعتماد هذه التجارة من خلال تهيئة المناخ الملائم لإنجاحها وتطويرها خدمة للاقتصاد المحلي كمرحلة أولى تعزيز هذه الدول لفرص تواجدها في اكبر الأسواق العالمية الافتراضية على شبكة الانترنت ودخول غمار المنافسة استعمال التكنولوجيا في مجال عرض السلع و الخدمات لضمان فتح أسواق جديدة .و بالحديث عن الدول النامية تجدر الإشارة إلى أن الدول العربية بشكل عام والدول المغاربية بشكل خاص وبالنظر إلى واقع تجربتيها في مجال التجارة الالكترونية تدل على أنها أصبحت تتجه شيئا فشيئا إلى ولوج هذا العالم وذلك الاستثمار فيه واعتماده في مختلف مجالات الحياة وكذا إقامة شبكات حديثة إضافة إلى تكوين العنصر البشري وكلها أمور من شأنها تشجع و تهيئة الإطار الملائم لها .هذا ونظرا لأهمية موضوع التجارة الالكترونية في ظل ما يسمى بالاقتصاد الافتراضي أو الاقتصاد الجديد الذي كان نتيجة تفاعل بين الثورة المعلومات والاتصالات وعولمة الاقتصاد، فسوف نتطرق بالتحليل من خلال هذه المداخلة إلى تجربة بلدين من المغرب العربي وهما الجزائر وتونس في مجال اعتمادهما على التجارة الالكترونية.

نقوم من خلال هذا الفصل بالتعرف على دور التجارة الالكترونية في تسهيل التجارة الخارجية في كلا من الجزائر وتونس.

المبحث الاول: واقع تجربة تونس والجزائر في مجال التجارة الالكترونية

تعد البلدان المغاربية وعلى رأسها تونس والجزائر من الدول التي تسعى إلى تطوير وتوسيع العمل في مجال التجارة الالكترونية من خلال اتخاذ عدة إجراءات وتدابير وقرارات واستحداث هيئات من اجل وضع قاعدة للتجارة الالكترونية تساهم في بعث وتنمية الاقتصاد المحلي للدولتين وعليه سوف نستعرض واقع تجربة كل دولة على حدة.

المطلب الاول: واقع التجربة التونسية في مجال التجارة الالكترونية

تعتبر تونس بالمقارنة مع باقي دول المغرب العربي السباق في مجال تبني التجارة الالكترونية وذلك من خلال إدراك لأهميتها في تطوير الاقتصاد المحلي باعتبار فكرة التجارة الالكترونية تمثل أمر ضروري للتطوير وتنمية الاقتصاد ففي سنة 1997 أبدت الحكومة التونسية إرادة سياسية في سبيل ذلك تحسبت من خلال اتخاذ إجراءات وتدابير ضمن استراتيجية وطنية عامة سطرتها الحكومة غايتها تهيئة محيط ملائم للتسهيل عمل التجارة الالكترونية مركزة في ذلك على أربعة نقاط أساسية وهي:

أولاً: البنى التحتية للعمل بالتجارة الالكترونية

إن سعي دولة تونس من التحكم في تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات من خلال توفير مناخ ممتاز لجلب المستثمرين ساعدها على استقطاب عدة شركات هي¹:

- الشركة الفرنسية ST- Microelectronics, Alcatel, Téléperformance

- الشركة الامريكية Gensym, IBM, Lucent Technologies Microsoft

- الشركة الصينية Huawei Technologies

- الشركة الألمانية Siemens

- شركات أخر سويدية Ericsson، وفلندية Stone Soft .

¹ حسين العلمي، دور الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات و 11 الاتصالات في تحقيق التنمية المستدامة(دراسة مقارنة بين ماليزيا، تونس والجزائر)، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف01، 2013/2012، ص 120، 121.

كما عملة تونس في إطار تقيير الوسائل الى¹:

- استخدام احدث الشبكات منها " WIFI " ذات السعة العالمية مع تجربة تكنولوجيا الإرسال " CDMA ".
 - وجد حوالي 12 مزود بخدمة الانترنت على مستوى تراب تونس منها 7 متعاملين يمثلون القطاع العمومي و 5 متعاملين من القطاع الخاص.
 - وجود كل أنواع شبكات الاتصالات كشبكة المحولة (X25) وخطوط مختصة شبكة (Frame Relay) وشبكة (GSM) و (S 4) و (RNIS) و (ADSL) .
 - الزيادة في طاقة التدفق والربط بالشبكة العالمية للإنترنت حيث وصلت إلى 47.5 جيجابايت في الثانية مع نهاية 2010.
 - امتلاك تونس لقوى بشرية مثقفة مؤهلة في مجال استخدام شبكة الانترنت إذ احتلت المرتب (50) عالميا في سنة 2012 بعدما كانت تحتل المرتبة (34) في سنة 2002 وهذا حسب مؤشرات العام لجاهزية الدول للاستفادة من احدث التطورات التكنولوجية.
- هذه المعطيات الأولية تشير إلى أن السوق التونسية للتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات تشكل مناخ مناسب لتبني التجارة الالكترونية في مجال المعاملات التجارية للمساهمة في تطوير التنمية الاقتصادية للبلاد.

¹ حسين العلمي، المرجع السابق، ص 122

ثانيا: الإطار القانوني والمؤسسي للتجارة الالكترونية

بهدف التحكم الأمثل في مجال التجارة الالكترونية، سعى المشرع التونسي إلى إصدار نصوص تشريعية من اجل تنظيم وسد الفراغ القانوني في المعاملات الالكترونية حيث نذكر أهم هذه النصوص¹:

- القانون رقم 57 لسنة 2000 والذي يتضمن تعديل قانون الالتزامات والعقود التونسي بإضافة التوقيع الالكتروني والوثيقة الالكترونية.

- القانون رقم 83 لسنة 2000 يعتبر القاعدة القانونية في مجال ضبط المبادلات والتجارة الالكترونية من خلال حصره لنطاق التنظيم على مسائل التجارة الالكترونية المباشرة .

- القانون الأساسي رقم 63 لسنة 2004 وقد صدر هذا القانون في 2004/07/17 لتوفير حماية المعطيات الشخصية للمستهلك الالكتروني بصفة خاصة و المستهلك التونسي بصفة عامة- . القانون رقم 51 لسنة 2005 وهو يخص التحويل الالكتروني للأموال من خلال إضافة تعديل في 27/07/2005 ينص على اعتماد الدفع الالكتروني ضمن الإرادات العامة في الفصل 76 من قانون المالية التونسي .

- القانون رقم 13 لسنة 2007 وقد صدر هذا القانون بهدف تحديد التنظيم المتعلق بالاقتصاد الرقمي بتاريخ 15/08/2007.

كل هذه الترسانة من النصوص القانونية التي أصدرها المشرع التونسي كان لها الأثر الايجابي في تطوير و توسع مجال ممارسة التجارة الالكترونية في الواقع العملي، وقد أسندت مهمة التنظيم والمراقبة و الإشراف إلى مجموع من الهيئات المتخصصة .

¹ سمية ديمش، التجارة الالكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر، مذكرة لنبل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري- قسنطينة، 2010/2011، ص 168

كما رافقت الإصلاحات القانونية في مجال تبني التجارة الالكترونية إنشاء عدة هيئات من شأنها تطوير وتفعيل التجارة الالكترونية في مجال تنمية الاقتصاد المحلي في اطار تنفيذ الإستراتيجية التي سطرته الحكومة التونسية من خلال بعض الهياكل الاستشارية و التنسيقية و أخرى تنفيذية و تقنية نذكرها كما يلي¹:

- **لجان التجارة الالكترونية:** تم استحداثها سنة 1997 وهي عبارة عن لجنتين لكل منها مهام:

- **اللجنة الوزارية للتجارة الالكترونية:** تقوم بالتنسيق بين مختلف الأطراف وكذا اتخاذ الإجراءات اللازمة لتطوير المبادلات التجارية.
- **اللجنة الوطنية الفنية للتجارة الالكترونية:** بتنفيذ ومتابعة تطبيق الإجراءات المتخذة من اللجنة الوزارية للتجارة الالكترونية.

- **الوكالة التونسية للإنترنت ATN Agence :** تم استحداثها في سنة 1996 لقد تم تأسيسها للإشراف على توفير و تسيير كافة خدمات الانترنت في دولة تونس و تقوم بمهمة تطوير البنية التحتية من خلال تسهيل النفاذ إلى كل خدمات الانترنت التي توفرها في أي مكان و تشرف على تنظيم إنشاء مواقع الويب التونسية من خلال التصرف في المجالات الفرعية على المستوى الوطني (tn).

- **الوكالة الوطنية للمصادقة الالكترونية:** تم استحداث هذه الوكالة في سنة 2000 إذ تعد هذه الوكالة المسؤولة عن تسليم و إصدار وكذلك حماية شهادات المصادقة الالكترونية في دولة تونس و التي تتعلق بالأعوان العموميين المؤهلين للقيام بالمبادلات الالكترونية وهذا من خلال تأمينها وفق نظام ووسائل التشفير على أساس قاعدة هيكل (المفتاح العمومي).

¹ سمية ديمش، المرجع السابق، ص 169.

- الوكالة الوطنية للسلامة المعلوماتية: تم إنشائها سنة 2004 تتمحور مهامها حول تأمين المعاملات الالكترونية وهذا من خلال السعي إلى تنفيذ كل التوجيهات الوطنية والاستراتيجية العامة في مجال سلامة المعلومات و تأمين اليقظة التكنولوجية.

ثالثا: وسائل الدفع الالكترونية التي اعتمدها تونس في معاملات التجارة الالكترونية معاملات التجارة الالكترونية: بعد أن تم الشروع في العمل بالتجارة الالكترونية في تونس استلزم الأمر ضرورة وضع وسائل للدفع تتناسب مع هذه التجارة من خلال وسائل الدفع الالكترونية التي وضعها بريد تونس ممثلة في الدينار الالكتروني والبطاقة البنكية. الدينار الالكتروني: تم استحداث هذه الطريقة من اجل تسهيل للمعاملات التجارة الالكترونية بطرق آمنة وفعالة للزبون والبائع معا تعرف بالدينار الالكتروني (dinar-e) والتي تم بداية العمل بها منذ سنة 2000 من خلال دفع تكاليف العمليات التجارية التي يتم إبرامها على شبكة الانترنت، وتوجد على شكل بطاقة بمبالغ مختلفة حسب رغبات و قدرة المستهلك التونسي وقد ارتفع عدد المستخدمين لهذه البطاقة من 93455 سنة 2007 إلى 817328 سنة 2005 إلى سنة 2007¹.

البطاقة البنكية: تم إصدارها من قبل شركة نقديات تونس Société Monétique de Tunisia (SMT) من خلال منظومة دفع مؤمنة يتم استخدام مشغل الدفع الالكتروني الأامن (SPS) وكذلك بطاقة البنكية (CIB) والبطاقات البنكية لفيزا إلكترون (visa card international)، والتي تمكن من دفع التكاليف بواسطة هذه البطاقات البنكية². هذه هي أهم الهيئات التي تشرف على مجال التجارة الالكترونية في تونس من خلال الإشراف والتنظيم والتسيير والرقابة.

¹ سمية ديمش، المرجع السابق، ص 170.

² متوفر على الموقع الالكتروني 19 <http://www.commerce.gov.tn/Ar/image.php?id=99>، تاريخ الاطلاع:

10:30، 2022/06/05.

المطلب الثاني: واقع التجربة الجزائرية في مجال التجارة الالكترونية

سعت الجزائر كغيرها من الدول إلى اقتحام مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال منذ التسعينيات وبالتحديد في سنة 1994 وذلك بعد بهدف إدراك التطور الحاصل وبغية اللحاق بركب الدول المتقدمة، وتعد التجارة الالكترونية احدى الاهداف التي سطرته الجزائر ولذلك سوف نحاول تسليط الضوء على واقع تجربتها.

أولا: البنية التحتية للعمل بالتجارة الالكترونية

تمثلت البنى التحتية للتجارة الالكترونية فيما يلي¹:

- يوجد ثلاثة متعاملين للهاتف النقال في الجزائر واحد تابع للقطاع العمومي (موبيليس) بنسبة تسويق تقدر ب 29,18% واثنان تابعين للقطاع الخاص (اوراسكوم تليكوم الجزائر) جازي بنسبة تسويق تقدر ب 46.81% وأوريدو بنسبة تقدر ب 24,01% حسب إحصائيات 2011.
- توسع انتشار استخدام الإعلام الآلي و شبكة الانترنت من قبل العنصر البشري فقد انتقل عدد أجهزة الحاسوب المستخدمة من 2007 إلى 2011 بمعدل نمو قدر ب 154 % حيث كان يوجد حوالي 1482000 إلى 3763607 حاسوب حيث قدر المعدل السنوي لحجم 25 مبيعات الحاسوب نحو 200000 حاسوب سنويا.
- اعتماد الجزائر تقنيات الجيل الثالث للهاتف النقال و الانترنت للمتعاملين الثلاثة G 4 وهي حاليا بصدد التحضير لإدخال تقنيات الجيل الرابع G 5 للاتصالات الجزائرية.
- توفر الجزائر على خدمة الانترنت في بدايتها سنة 1994 كان يقدر ب 9.6 كيلوبيت/ثانية و ليتوسع اليوم ليصل إلى 1 ميغابيت / الثانية في سنة 1998 ثم إلى 65,30 ميغابيت/ الثانية في 2009.
- قوة بشرية مستخدمة للانترنت قدرة ب 14 % من مجموع السكان في الجزائر في سنة 2012 أي ما يعادل 5 مليون و 230000 مستخدم.

¹ صراع كريمة، المرجع السابق، ص 133، 134.

- توفير الجزائر على خط اتصال أساسي (BACHBONE) من الألياف البصرية قدرته 34 ميغابيت /ثانية قابل للتوسيع لغاية 144 ميغابيت / ثانية لتمكن موزعي خدمات الانترنت من تقديم خدمة افضل .
- تتوفر الجزائر على شبكة هامة من الألياف الضوئية إذ كانت تقدر ب8134 كم في سنة 2000 لتصل إلى 67 ألف كلم في سنة 2008 مما ساهم بشكل كبير في 27 الخدمة الالكترونية¹.
- إقامة مشروع يتمثل في إطلاق شبكتين للاتصال عن طريق الساتليت (IMMARSAT VSAT) وهو ما يسمح دون شك بتقوية عمليات ربط المواقع مع المشتركين بشبكة الانترنت.
- تواجد ثلاثة عروض في سوق الجزائرية وهي خط المشترك الرقمي (ADSL) والألياف (FTXX) وخدمة مما يدعم البنية التحتية في مجال تكنولوجيات الإعلام والاتصال².
- التعاون مع شركات أجنبية رائدة في مجال التكنولوجيا وللمعلومات الاتصال مثل الشركة الأمريكية في مجال التكنولوجيا LUCENT TECHNOLOGIES والربط بشبكة الانترنت.
- استحداث عدة مواقع تساهم في تطوير و توسيع التجارية الالكترونية (CRUDDIME) واد كنيس وسوق الجزائر و .epay.dz

¹ سمية ديمش، المرجع السابق، ص 207.

² صراع كريمة، المرجع السابق، ص 140.

ثانيا: الاطار القانون والمؤسستي للتجارة الالكترونية

1. -الإطار القانوني لتنظيم التجارة الالكترونية

تم سن مجموع من القوانين لتواكب التطور الحاصل في مجال التكنولوجيا و الاتصال ومنها¹:

- المرسوم التنفيذي رقم 257/98 المعدل ب المرسوم التنفيذي رقم 307/00 المؤرخ في 2000/10/14 ويعد أول نص تشريعي يصدر لتنظيم خدمات الانترنت كنشاط وكذلك تحرير سوق مزودي خدمة الانترنت، إذ قام هذا النص بحصر وتحديد كل الجوانب المتعلقة بخدمات الانترنت.

- قانون رقم 10/05 و المتعلق بتعديل قانون المدني حيث ينص في المادة 323 مكرر على إدراج الكتابة في الشكل الالكتروني وذلك للاستعانة بها في الإثبات وتأخذ هذه الكتابة شكل ذات التسلسل أو الأوصاف أو الأرقام أو العلامات أو الرموز ذات معنى مفهوم، إضافة إلى المادة 327/ 2 والتي أدرجت ما يعرف بالتوقيع الالكتروني والذي صدر فما بعد بنص آخر.

- المرسوم التنفيذي رقم 162/ 07 المؤرخ في 30/05/2007 والذي عرف التوقيع الالكتروني في نص المادة 3 منه و الذي يشير إليه في المادتين 323 مكرر و 232 مكرر من القانون المدني، ويدخل ضمن هذا المرسوم كذلك التصديق والتوثيق الالكتروني وذلك من خلال تراخيص تمنحها سلطة البريد والمواصلات من اجل محاربة الغش والاحتيال.

- استحداث نظام الدفع الالكتروني من خلال تعديل في الأمر رقم 11/03 في المادة 69 منه حول وسائل السحب والدفع وقد صدر القانون رقم 02/05 المؤرخ في 2005/02/06 بغية تطوير وعصرنة القطاع المصرفي من خلال الانتقال من

¹ حابت أمال، التجارة الالكترونية في الجزائر، رسالة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم ،تخصص قانون، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2015، ص87.

استعمال وسائل الدفع التقليدية إلى الالكترونية من خلال بطاقة الدفع و السحب الالكترونية¹.

- القانون رقم 04/09 المؤرخ في 2009/08/05 والذي تم إصداره من اجل التصدى للجريمة الالكترونية من خلال قواعد الحماية من الجريمة المتصلة بتكنولوجيات المعلومات و الاتصالات ومكافحتها، باعتبار أن هذا المجال أصبح اليوم يشهد جرائم عديدة منها القرصنة و التزوير واختلاسات وغيرها التي تتعرض لها معلومات العملاء و المواقع الرسمية للمؤسسات².

2. الإطار المؤسسي للتجارة الالكترونية

تم استحداث عدد من الهيئات للإشراف على تطوير قطاع التكنولوجيا الإعلام والاتصال حتى يتماشى و متطلبات التجارة الالكترونية في الجزائر.

- سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية: (ARPT) تم إنشائها في سنة 2001 بموجب القانون رقم 03/00 المؤرخ في 2001/08/05 والمحدد للقواعد العامة المتعلقة بالبريد و المواصلات السلكية واللاسلكية وهي تتمتع بالشخصية المعنوية ولاستقلال المالي كان هدفها الأساسي هو تنفيذ التوجيهات الوطنية في مجال التكنولوجيا وقد نصت المادة 13 من نص القانون على المهام التي أوكلت لهذه الهيئة ومنها: إعادة هيكلة قطاع البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية من خلال توفير بيئة تنافسية فعالة بين مختلف المتعاملين، القيام بمهمة التحكيم لفض النزاعات الناشئة بين المتعاملين، وقد لعبت هذه الهيئة دورا كبيرا في تطوير القطاع بمنح الرخص الاستثمار 34 في تكنولوجيا المعلومات والاتصال³.

¹ حابت آمال، المرجع نفسه، ص 343.

² القانون رقم 03/2000 المؤرخ في 2000/08/05 الذي يحدد 34 القواعد العامة المتعلقة بالبريد و المواصلات السلكية واللاسلكية، ج ر عدد 48.

³ قانون رقم 03/2000 المؤرخ في 2000/08/05 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد و المواصلات السلكية واللاسلكية، ج ر عدد 48.

- شركة تالية الصفقات البنكية و النقدية: (SATIM) تأسست هذه الشركة في 1995/03/25 برأسمال قدر ب 257 مليون د ج و يساهم فيها 8 بنوك وكانت تهدف إلى تحقيق مجموعة من الأهداف نذكر منها: تطوير و توسيع وسائل الدفع الالكتروني (بطاقات الالكترونية لسحب والدفع)، التنظيم العلاقات بين البنوك، التكفل بالهياكل القاعدية للتكنولوجيا في المجال المصرفي، وبالتالي حتى يكون لها دور كبير في 35 دعم وتقوية قاعدة متينة لإقامة التجارة الالكترونية¹.

- وزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال: (MPTIC) أنشئت هذه الوزارة بعد تحويل وزارة البريد والمواصلات سابقا بهدف تنظيم قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مطلع 2000 وكذلك للبحث عن الآليات الملائمة لإقامة مجمع معلومات مقدم من اجل التمهيد لخوض غمار التجارة الالكترونية مستقبلا، وكان من بين المهام الأساسية للوزارة هي: إعداد استراتيجية لتطوير المواصلات السلكي ولاسلكية والمعلومات والتقنيات السمعية البصرية، اقتراح كل التدابير المساهمة في تطوير البحث التطبيقي في ميادين المواصلات السلكية واللاسلكية والمعلوماتية، ولأداء أحسن تم تقسيم هذه الوزارة إلى 3 مديريات فرعية وهي: مديرية الدراسات والاستشراف والتنسيق، ومديرية تطوير تكنولوجيا الإعلام والاتصال ومديرية مجتمع المعلومات، وكلها تصب في مجال دعم التحول نحو مجتمع المعلومات².

- اللجنة الالكترونية: جاء إنشاء هذه اللجنة تماشيا مع رؤية الجزائر الاستشرافية للمستقبل ولخوض غمار تحديات عالم المعلوماتية والتكنولوجيا وهي تحت رئاسة السيد رئيس الحكومة وتشكيلة من الوزارات وقد بادرت في سنة 2008 إلى وضع خطة عمل

¹ متوفر على الموقع الالكتروني www.iefpedia.com/arab/?p=15920، تاريخ التصفح 05 /06 /2022، 11:04.

² معلومات مستقاة من الموقع الالكتروني لوزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال، على الرابط dz.mptic.www، تاريخ الاطلاع 05/06/2022، 11:20.

وطنية من اجل التحكم في مجال الاتصال و تقنية المعلومات بهدف تطوير تكنولوجيا الإعلام و الاتصال إلى غاية 2013¹.

- **الوكالة الوطنية لترقية الحظائر التكنولوجية وتطويرها:** تم إنشاء هذه الوكالة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 91/04 المؤرخ في 24/03/2004 وهي تتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلال المالي وفي هذا الإطار أسندت لهذه الوكالة عدة مهام نذكر منها : التكفل بكافة الإجراءات و الجوانب انجاز مجموعة من الحظائر التكنولوجية و تطويرها، دعم و تحفيز الاهتمام بالسوق الجزائرية من طرف المستثمرين الأجانب، ضمان تنفيذ الدولة لالتزاماتها في مجال الاتفاقيات الجهوية و الدولية المتعلقة بالحظائر التكنولوجية².

- **الوكالة الفضائية الجزائرية (ASAL) :** تم إنشاء هذه الوكالة بموجب المرسوم الرئاسي رقم 48/02 المؤرخ في 16/01/2002 بهدف الاهتمام بهذا المجال المهم و الذي يساعد على تطوير مجال الاتصالات في مجال الهاتف النقال والثابت وخدمات البث الإذاعي والتلفزيوني وكذلك خدمة الانترنت عن طريق الأقمار الاصطناعية وقد تم تكليف هذه الوكالة بعدة مهام نذكر منها: إعداد وتنفيذ البرامج المتعلقة بتطوير النشاطات الفضائية بالتعاون مع مختلف القطاعات المعنية، التعاون مع السلطات الأخرى و الهيئات الوطنية 39الأجنبية لنقل الخبرات³.

ثالثا: وسائل الدفع الالكترونية

سعت الجزائر إلى تطوير نظمها المصرفي حتى يتماشى مع متطلبات التجارة الالكترونية وكما يلي:

¹ سمية ديمش، المرجع السابق، ص 262.

² المرسوم التنفيذي رقم 91/04، المؤرخ في 24/03/1991، المتضمن إنشاء الوكالة الوطنية لترقية الحظائر التكنولوجية و تطويرها و يحدد تنظيمها و سيرها، ج ر عدد 19.

³ المرسوم الرئاسي رقم 48 / 02، المؤرخ في 16 / 01 / 2002، يتضمن انشاء الوكالة الفضائية الجزائرية وتنظيمها وعملها، ج ر عدد 05.

- بطاقة السحب لبريد الجزائر: هذه البطاقة متصلة بالحساب الجاري للزبون ويمكن بها سحب مبلغ في حدود 20 ألف د ج في اليوم من شبك بريد الجزائر أو أي شبك وقد تم تحديد عام 2005 للعمل الفعلي بها وتم تأجيل ذلك إلى غاية سنة 2008 أين تم تطوير هذه البطاقة للاستجابة لمتطلبات التجارة الالكترونية ولكن رغم ذلك و لحد الآن لم يتم تطبيقها¹.

- البطاقة بين بنكية: تستعمل لسحب النقود و الدفع أيضا "CIB" و يستفيد منها من له حساب بنكي، تستعمل لشراء وتسديد قيمة المشتريات في المجالات التي تتعامل بهذه البطاقة في كل ولايات الوطن من خلال موقع يتيح التعرف على التجار الذين يتعاملون بها لدى بنك للقرض الشعبي الجزائري².

- البطاقة المصرفية للسحب و الدفع: ويتم التعامل بها من طرف عدة بنوك نذكر منها BDR-CNAB.

- البطاقات العالمية فيزا و ماستر كارد: (VISA و Master Card) وهي الآن متوفرة في الجزائر من خلال بعض البنوك منها BEA - CPA - BDL وعليه فإن بنك القرض الشعبي يمنح مثلا بطاقة cpa visa وهي تأخذ نوعين (cpa visa gold) (cpa visa classic) وهي تسمح بسحب الاموال عبر 940000 موزع عبر العالم³.

¹ صراع كريمة، المرجع السابق، ص 141.

² سمية ديمش، المرجع السابق، ص 242.

³ سمية ديمش، المرجع السابق، ص 243.

المطلب الثالث: آفاق تطوير التجارة الالكترونية في الجزائر وتونس

رغم كل النتائج المشجعة التي سجلت في مجال التجارة الالكترونية في كل من تونس و الجزائر إلا أنها تبقى نتائج دون المستوى المطلوب وهذا بالنظر إلى الإمكانيات و القدرات و الجهود التي تبذل في سبيل تطويرها و توسيع مجال استخدامها، وهذا راجع إلى مجموعة من العراقيل و الصعوبات التي تحول دون تجسيد هذه البرامج و الخطط المسطرة من قبل البلدين في هذا المجال وعليه سعت كل دولة إلى اتخاذ عدة تدابير وإجراءات من اجل تطوير استغلال التجارة الالكترونية في الحياة الاقتصادية.

أولاً: برامج وآفاق استغلال التجارة الالكترونية في تونس و الجزائر

1. أهم البرامج التي سطرته تونس لاستغلال التجارة الالكترونية: وتمثلت أهم هاه البرامج فيما يلي¹:

- تطوير المعاملات الالكترونية في السوق الداخلية من خلال تنمية المبادلات بين المؤسسات ومع الزبائن والرفع من حجم المعاملات التجارية الالكترونية مع الخارج .
- إحداث عدة مواقع جديدة للتسوق والعمل على تعميم مواقع الواب التجارية في الفضاءات التجارية .
- وضع برنامج يرمي إلى متابعة وتنمية عدد المؤسسات المنخرطة في التجارة الالكترونية يتضمن بالخصوص بعث محضنة لمشاريع الخدمات الالكترونية وإحداث وحدة إرشاد وتوجيه لمشاريع التجارة الالكترونية .
- دعوة مراكز التحكيم إلى بعث نواة متخصصة في التحكيم والمصالحة في مادة التجارة الإلكترونية.

¹ خباب حظري، الإشكاليات والعراقيل التي تعيق تطور التجارة الإلكترونية، تونس بعد الثورة، مجلة الإعلام الاقتصادي، عدد 259 ، ص 15، 18 .

- بعث نظام لتأمين العمليات المالية على الخط (Structure assurantielle) توفير حوافز مالية وهيكلية جديدة لتوسيع المبادلات التجارية الالكترونية مع مزيد من التعمق في العمولة المحتسبة لوسائل الدفع الإلكتروني في اتجاه حذفها أو التقليل فيها ولو لمدة معينة.
- تكوين الخبراء مؤهلين لاسيما في مجالات الإمضاء والمصادقة الالكترونية والتوثيق الإلكتروني.
- دفع المبادلات التجارية الالكترونية بين المهنيين ولاسيما في إطار نشاط المؤسسات العمومية وذلك باعتماد التجارة الالكترونية في الصفقات العمومية في الحالات الممكنة ودعوة المؤسسات العمومية إلى استعمال منظومة الدفع الإلكتروني.
- تعزيز الجهود الرامية إلى ترسيخ الثقافة الرقمية لدى المتعاملين الاقتصاديين والحرص على مواصلة تدعيم البنية التحتية للاتصالات وتطوير منظومات الدفع الإلكتروني¹.

2. أهم البرامج التي سطرته الجزائر لاستغلال التجارة الالكترونية: سنذكر أهمها كما يلي:

- مشروع الجزائر الالكترونية 2013: يتمحور حول إبراز مجتمع العلم والمعرفة في إطار استراتيجية تطوير وعصرنة مختلف القطاعات الأساسية بدءا بالإدارة المحلية ووصولاً إلى تعميم استعمالها في مختلف المجالات كالتجارة و العدالة والصحة والتعليم وغيرها من اجل تحسين الخدمة العمومية للمواطن بشكل أفضل ويرتكز هذا المشروع على ثلاثة عشر محاور رئيسية نذكر منها: تسريع استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الإدارات العمومية، تسريع استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الشركات- تطوير الآليات والإجراءات التحفيزية الكفيلة

¹ متوفر على الموقع الإلكتروني لوزارة التجارة لتونس: <http://www.commerce.gov.tn>.

بتمكين المواطنين من الاستفادة من التجهيزات وشبكات تكنولوجيا الإعلام والاتصال، دفع تطوير الاقتصاد الرقمي من خلال توفير الجو الملائم لتنشيط الكفاءات العلمية و التقنية المحلية لدفع عجلة الاقتصاد إلى الأمام¹.

- مشروع أسرتك¹ و "2": جاء من اجل تعميم استخدام خدمة الانترنت في وسط الأسرة الجزائرية والذي يهدف إلى ربط 6 مليون عائلة بشبكة الانترنت حيث انطلقت العملية بتاريخ 2005/10/22 وامتدت إلى سنة 2010 وقد قدرت تكلفة هذا المشروع حوالي 400 مليار دينار جزائري ما يعادل 5 مليار دولار أمريكي وكان الهدف من ورائها هو العمل على إنشاء، كما تم إطلاق كذلك مبادرة مجتمع معلوماتي جديدة اخرى سميت ب "أسرتك 2" من اجل مواصلة عملية الربط بخدمة الانترنت في كل أنحاء الجزائر².

- مشروع حظائر التكنولوجيا: التي تعد دعم للبنية التحتية للقطاع التكنولوجي المعلومات و الاتصالات وكذا تطوير الاقتصاد الرقمي في البلاد ومن أهم هذه الحظائر نذكر الحظيرة التكنولوجية بسيدي عبد الله بالعاصمة تعمل منذ 2009 وحظيرة التكنولوجية بورقلة تعمل منذ مارس 2012 وقد سجل مشروع انجاز ثلاثة حظائر أخرى بكل من عنابة و وهران وورقلة من طرف (ANPT)³.

- تفعيل خدمات الجيل الثالث (3 G) للهاتف والانترنت والشروع في استغلال خدمات الجيل الرابع (4G) مع نهاية 2016.

¹ عبد القادر بلعربي، لعرج مجاهد نسيمه، أمغير فاطمة الزهراء، تحديات التحول إلى الحكومة الإلكترونية في الجزائر ، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الدولي الخامس ،الاقتصاد الافتراضي و انعكاساته على الاقتصاديات الدولية ، ص 5.

² مشروع أسرتك، متوفر على الموقع: <http://benbadis.org/vb/showthread.php?t>.

³ انظر الموقع: <http://www.anpt.dz/consulté>

- استحداث السجل التجاري الالكتروني و كذلك بطاقة الدفع الالكترونية من المركز السجل التجاري وذلك من اجل تسهيل العمل مع التجار و أصحاب المهن وهي مبادرة مقترحة من قبل وزارة التجارة¹.

ثانيا: العراقيل التي تحول دون تطوير التجارة الالكترونية

إن العراقيل التي تحول دون تطوير التجارة الالكترونية في كل من تونس والجزائر تبقى مشتركة مع بعض الاختلافات نتيجة اختلاف مستوى التقدم في هذا المجال حيث تبقى تونس أحسن من الجزائر وذلك بالنظر إلى المؤشرات المسجلة والتي أعطت نتائج جيدة بها مقارنة بالجزائر، وعليه سوف نذكر أهم العراقيل التي تعني منها كل دولة وذلك باختصار.

1. أهم العراقيل المسجلة في تونس: رغم النتائج الملموسة المسجلة في مجال التجارة الالكترونية في تونس إلا أنها تبقى غير مرضية بالمقارنة مع النمو المذهل الذي تشهده التجارة في الدول المتقدمة وذلك نتيجة العراقيل التي تحول دون ذلك و لعل أهمها:²

- عدم تسطير خطط عمل لتطوير وتوسيع العمل في مجال التجارة الالكترونية لدى المؤسسات الاقتصادية والأفراد سواء على المدى القصير أو المتوسط أو الطويل .

- التأخير في تطبيق بعض القوانين وتفعيل نشاط بعض الهيئات في مجال دعم التجارة الالكترونية مثل اللجنة الوطنية التقنية للتجارة الالكترونية التي تم إنشائها في سنة 1999 والتي لم يتم تفعيل نشاطها إلى حد اليوم.

- انعدام ثقافة الشراء عبر الانترنت في الأسواق الالكترونية لدى معظم المواطنين التونسيين نظرا لعدم وجود أي قيمة مضافة أو حوافز أو تشجيعات من شأنها رفع مستوى الإقبال على التعامل في مجال التجارة الالكترونية من طرف الأفراد والمؤسسات الاقتصادية.

¹ وزارة التجارة الجزائرية، " السجل التجاري" <http://www.mincommerce.gov.dz/arab>.

² بوابة رئاسة الحكومة التونسية، الجامعة الافتراضية، متوفر على الموقع www.pm.gov.tn/pm/article/.

- الصعوبات التي تعيق المؤسسات التجارية على ولوج عالم التجارة الالكترونية لعدم وجود حوافز مالية وقنوات لتمويل هذه المشاريع ذات الطابع الرقمي نظرا للعراقيل التي تواجه نشاط البنوك.

- نقص العنصر البشري المؤهل لتحكم واستخدام تقنيات التجارة الالكترونية من خلال تامين المعلومات والبيانات الشخصية للعلاء من جهة واستخدام البرامج والتطبيقات الحديثة من جهة أخرى، وتعد هذه أهم النقاط التي تحول دون اعتماد التجارة الالكترونية في تونس.

2. أهم العراقيل في الجزائر: تعرف الجزائر عراقيل كثيرة بالمقارنة مع جارتها تونس في مجال التوسيع وتطوير التجارة الالكترونية وهذا يرجع إلى الكثير من العوامل نحاول أن نحصرها باختصار في النقاط التالية¹:

- نقص الاهتمام من قبل المؤسسات الاقتصادية في البلاد بتقنيات التجارة الحديثة التي يمكن أن تفتح لهم أفاق اقتصادية واسعة إلا القلة القليلة وهو الأمر الذي يرهن سرعة انتشارها في بلادنا.

- - غياب نصوص قانونية صريحة تنظم و تضبط المعاملات التجارية في إطار التجارة الالكترونية بشكل مباشر كما هو الحال في العديد من الدول على غرار تونس و مصر و غيرها .

- ارتفاع تكاليف استخدام الانترنت لدى المواطن الجزائري بنظر إلى تكلفة أجهزة الحاسوب وتصليحها بالإضافة إلى عدم وجود شركات محلية لتصليح هذا النوع من الأجهزة كما أن التكاليف المرتفعة المدفوعة مقابل تقديم خدمة الانترنت تشكل عائقا أمام استخدام الانترنت في بلادنا .

¹ صراع كريمة، المرجع السابق، ص 177، 178.

- انتشار الأمية في أوساط المجتمع الجزائري نظرا لنسبة الأمية المسجلة وغياب ثقافة استخدام الحاسوب كما أن عدم إتقان اللغات الأكثر تداولاً على شبكة الانترنت كاللغة الانجليزية مثلاً أدى إلى تأخير استخدام التجارة الالكترونية بالشكل المطلوب .
- سياسة الاحتكار التي تمارسها الدولة في مجال خدمة الانترنت (اتصالات الجزائر) وعدم فتح المجال أمام متعاملين آخرين نتيجة البيروقراطية أدى إلى ارتفاع تكلفة استخدام خدمة الانترنت .
- نقص عدد بطاقات الدفع الالكتروني نظرا لعدم التغطية الكافية لاحتياجات السوق و متطلباتها وهذا نتيجة الطبيعة التقليدية للنظام المصرفي الجزائري ككل، وتأخره في عصرنة هذا القطاع الذي يعد من أهم عوامل نجاح التجارة الالكترونية .
- افتقار الجزائر لبنية التحتية حقيقية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتخلفها عن مواكبة التطورات الحاصلة لاسيما التأخر في استخدام التقنيات الحديثة كخدمة الانترنت وبرامج الكمبيوتر G 3 و G 4 وغيرها.
- نقص في الكفاءات والإطارات المتحركة في مجال التكنولوجيا المعلومات والاتصال وحماية البيانات والمعلومات الشخصية الخاصة بالأفراد والمؤسسات مما ينعكس سلباً على توسيع وتوعية المستهلك الجزائري بالمزايا التي توفرها التجارة الالكترونية من حيث الإشهار والجودة والتنافسية العالمية للمؤسسات التجارية المحلية بالجزائر.
- فشل بعض البرامج والخطط المعتمدة لتعميم استخدام خدمة الانترنت ومن أمثلتها مشروع (أسرتك) والذي يهدف إلى تزويد 6 مليون عائلة بالحاسوب وخدمة الانترنت وكذلك (مشروع الجزائر الالكترونية) والذي لم تتجاوز نسبة تنفيذه 55 % وسبب فشله هو عدم التنظيم والتأطير المحكم الذي شاب هذه العملية.
- تعد هذه العراقيل التي ذكرناها أهم حاجز يعيق تطوير و توسيع اعتماد التجارة الالكترونية في تونس والجزائر حتى تلحق بركب الدول المتقدمة في هذا المجال حتى

ينعكس إيجابا على التنمية المحلية لاقتصاد البلدين، بدون أي شك ولهذا وجب وضع برامج وخطط أكثر فعالية بغية الاستغلال الأمثل للتجارة الالكترونية.

ثالثا: سبل توسيع استخدام تقنيات التجارة الالكترونية في كلا البلدين

حتى يتمكن كلا البلدين من توسيع استخدام التجارة الالكترونية في الحياة الاقتصادية وإشراك الأفراد في هذه العملية يجب¹:

- تكثيف التعاون مع مختلف الشركات الأجنبية الرائدة من خلال تهيئة مناخ الاستثمار في مجال التكنولوجيا المعلومات والاتصالات .
- تطوير وسائل الدفع الالكترونية وتعميم استعمالها في جميع المرافق العمومية والمحالات التجارية على وجه الخصوص.
- نشر الوعي وثقافة التسوق عبر شبكة الانترنت لدى المستهلك التونسي والجزائري من خلال التخفيضات والتحفيزات الممكنة .
- اعتماد برامج تدريس وتكوين تركز على تعليم وإتقان اللغة الأجنبية ولاسيما اللغة الانجليزية وهذا لتسهيل التواصل مع مختلف المواقع الالكترونية في أي دولة من العالم .
- تطوير البنية التحتية من خلال رفع سرعة التدفق للإنترنت من خلال إبرام اتفاقيات تعاون مع كبار الدول والشركات العالمية في هذا الشأن .
- تكوين إطارات قادرة على تطوير والتحكم في تكنولوجيا المعلومات من خلال استخدام البرامج والتطبيقات لتأمين المواقع وحماية البيانات والمعلومات الشخصية من عمليات القرصنة .

¹ يوسف محمد، التجارب المغاربية في مجال اعتماد التجارة الالكترونية (الجزائر و تونس نموذجا)، مجلة دراسات وأبحاث المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، العدد 26، 2017، ص 18، 19.

- تشجيع المؤسسات التجارية على اقتحام الأسواق الالكترونية وعرض منتجاتها لتحقيق التنافسية مع باقي دول العالم وبأسعار تنافسية لجذب المستهلك المحلي والأجنبي مع تكفل الدولة بتقديم الدعم لها من تحفيز جبائي وتوفير مصادر التمويل لها .
- وضع إطار قانوني وتنظيمي لكل الجوانب المتعلقة بمجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بصفة عامة ومجال التجارة الالكترونية بصفة خاصة.
- الاستثمار في العنصر البشري المحلي الذي يعد قاعدة مهمة في سبيل تطوير استخدام تقنيات التجارة الالكترونية وذلك بفتح مواقع التسوق الالكترونية وذلك اعتمادا على تجارب دول رائدة في هذا المجال .
- إن مثل هذه البرامج المسطرة من طرف البلدين والرؤيا المستقبلية للتجارة الالكترونية كمورد حقيقي لتنمية الاقتصادية سوف يكون لها انعكاسات ايجابية على تطوير قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بوجه عامة وتوسع استخدام تقنيات التجارة الالكترونية من قبل الأفراد والمؤسسات التجارية بوجه خاصة.

المبحث الثاني: دور التجارة الالكترونية في تنشيط التجارة الخارجية مقارنة بين الجزائر

وتونس

سنحاول في هذا المبحث تسليط الضوء على بعض مؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر وتونس ومدى توفرها بالإضافة إلى مؤشر التجارة الإلكترونية.

المطلب الأول: مؤشرات وسائل التجارة الالكترونية في الجزائر وتونس

نقوم من خلال هذا المطلب بإجراء مقارنة بين الجزائر وتونس في بعض المؤشرات التي تساعد في اكمال عملية التجارة الالكترونية في كلا البلدين.

أولاً: الخوادم المؤمنة

الخوادم المؤمنة هي الخوادم التي تستخدم تكنولوجيا تشفير في عمليات الإنترنت، ومن الجدول التالي نبين تطورها في الجزائر وتونس خلال الفترة 2010-2018.

الجدول رقم (02-01): تطور الخوادم المؤمنة خلال الفترة 2010-2018 في الجزائر وتونس.

2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010		
2855	2621	309	152	94	68	46	18	13	الجزائر	الخوادم
3657	2450	1045	214	225	170	117	82	66	تونس	المؤمنة

المصدر: البنك الدولي، على الموقع الالكتروني <https://data.albankaldawli.org/indicator>.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه نتطور مستمر وملحوظ في كلا البلدين، وكان التزايد

ملحوظ بمعدل كبير جدا في سنة 2018 عن سنة 2016 وما قبلها، ورغم الجهود التي

تبذلها الجزائر وتبنيها لمشروع الحكومة الالكترونية إلا أنها متأخرة نوعا ما أمام تونس.

ثانيا: مؤشر مستخدمي الانترنت

اذ يتم حساب هذا المؤشر لكل مليون شخص والجدول التالي يبين تطورها.

الجدول رقم (02 - 02): تطور مستخدمي الانترنت في الجزائر وتونس خلال الفترة 2010 - 2018

2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	
67.96	63.43	7.60	3.81	2.40	1.77	1.22	0.48	0.35	الجزائر
313.66	212.44	91.64	18.89	20.19	15.43	10.74	7.61	6.20	تونس

المصدر: البنك الدولي، على الموقع: <https://data.albankaldawli.org/indicator>.

الملاحظ ان كل من الجزائر وتونس في السنوات الأولى للدراسة حققت معدلات منخفضة لاستخدام الانترنت لكن سرعان ما تداركت هذا في الآونة الأخيرة ابتداء من سنة 2016 لتتضاعف وعلى الرغم ذلك سجلت تونس قفزة كبيرة لأكثر من 6 اضعاف أما في الجزائر وهذا راجع ادخال الانترنت في خدمات الهاتف النقال وكثرة المنافسة بين شركات الاتصال وتقديم عروض تنافسية مما توفر للمستهلك عروض مغرية، وهذا ما لم نشهده في الجزائر إلا في الأشهر الأخيرة.

المطلب الثاني: مؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر وتونس

تمثل الصادرات والواردات المشكل الرئيسي لتسهيل العمل بتكنولوجيا المعلومات والاتصال، تشمل صادرات وواردات سلع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كلا من الاتصالات السلكية واللاسلكية، والصوت والفيديو، والحاسب الآلي (الكمبيوتر)، والتجهيزات ذات الصلة، والمكونات الالكترونية وغيرها من سلع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وتستثنى من ذلك البرمجيات.

أولاً: صادرات وواردات سلع تكنولوجيا المعلومات والاتصال

الجدول التالي يبين تطور صادرات وواردات سلع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر وتونس في الفترة الممتدة من 2010 إلى 2016.

الجدول رقم (02-03): تطور صادرات وواردات سلع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر وتونس خلال الفترة 2010-2016

السنوات		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
البيان	الجزائر	0.0017	0.003	0.0011	0.0008	0.002	0.002	0.020
	تونس	6.52	7.37	6.70	5.84	5.75	5.41	6.33
البيان	الجزائر	2.69	3.35	4.02	4.15	5.07	5.38	5.18
	تونس	6.30	6.62	5.79	4.96	4.72	5.59	6.21

المصدر : البنك الدولي، على الموقع: <https://data.albankaldawli.org/indicator> .

الملاحظ من الجدول أعلاه أن صادرات سلع تكنولوجيا المعلومات والاتصال ان الجزائر نسبتها من مجموع الصادرات جد منخفضة اذ لا تصل حتى 1 % وذلك راجع الى ضعف الإنتاج في هذا المجال وعدم وجود استثمارات، لكن اذا ما قورنت بتونس صحيح هي الأخرى ضعيفة لكن احسن من الجزائر بأضعاف على الرغم من توفر الجزائر على كل الإمكانيات، وفي المقابل الجزائر هي الأفضل من حيث عدم استيرادها لسلع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في سنة 2010 الا أنها سرعان ما ارتفعت في باقي السنوات وهذا إن دل فإنه يدل على عدم تركيز السياسة الجزائرية على القطاع والاهتمام به، أما ما لاحظ في

تونس هو تقريبا ثبات النسبة من 2010 حتى 2016 على رغم من انخفاضها سنة 2014 وكذا الملاحظ في تونس تساوي تقريبا الصادرات والواردات.

ثانيا: نسبة صادرات وواردات خدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصال (% من ميزان المدفوعات)

تغطي خدمات الاتصالات والكمبيوتر والمعلومات والخدمات الأخرى (% من واردات الخدمات، ميزان المدفوعات) الاتصالات السلكية واللاسلكية الدولية وخدمات البريد وتوصيل المراسلات، وبيانات الكمبيوتر ومعاملات الخدمات المتعلقة بالأخبار بين أطراف مقيمة وغير مقيمة، وخدمات الإنشاءات، وعائدات حقوق الملكية ورسوم الرخص، وخدمات أنشطة الأعمال المتنوعة والخدمات المهنية والفنية، والخدمات الشخصية والثقافية والترفيهية، والخدمات الحكومية غير المدرجة في موضع آخر. تشير الخدمات (الخدمات غير المرتبطة بعوامل) إلى الناتج الاقتصادي للسلع غير الملموسة التي يمكن إنتاجها، ونقلها، واستهلاكها في الوقت نفسه، ويرد تعريف للمعاملات الدولية في الخدمات في دليل ميزان المدفوعات الصادر عن صندوق النقد الدولي (1993)، غير أن التعاريف قد تختلف مع ذلك فيما بين الاقتصادات القائمة¹.

¹ البنك الدولي، على الموقع الالكتروني: <https://data.albankaldawli.org>، تاريخ التصفح 2022/06/05،

والجدول التالي بين تطورها في الجزائر وتونس خلال الفترة 2010-2017.

الجدول رقم (02-04): تطور صادرات و واردات خدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصال

في الجزائر وتونس خلال الفترة 2010-2017

السنوات البيان		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
صادرات	الجزائر	63.44	66.48	65.80	64.61	59.97	59.11	63.40	60.99
	تونس	32.26	26.46	24.55	25.45	22.69	27.58	28.78	26.22
واردات	الجزائر	67.51	66.93	58.19	55.85	58.18	57.90	60.27	61.54
	تونس	24.85	21.29	22.17	20.90	22.48	23.83	23.66	21.20

المصدر : البنك الدولي، على الموقع: <https://data.albankaldawli.org/indicator> .

والملاحظ من الجدول أعلاه أن صادرات الجزائر في خدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصال جيدة كنسبة مئوية من ميزان الخدمات (ميزان المدفوعات) وهي أفضل من تونس بكثير، إلا أنها شهدت تراجع في السنوات الأخيرة وهو ما حصل كذلك في تونس، اما بالنسبة الى الواردات فالجزائر كذلك تسجل نسب أكبر من تونس وهو ما لا يخدم الاقتصاد كذلك سجلت نسب عالية وتبقى تونس هي الأفضل لأنها سجلت نسب أقل من حيث الواردات فبلغت أعلاها 24% .

المطلب الثالث: مؤشر التجارة الإلكترونية في التجارة الخارجية الصادر عن UNCTAD

سنعرض من خلال هذا المطلب الإحصائيات المتوفرة عن الجزائر وتونس وكذا قيم المؤشرات الأربعة المركبة لها، ورتبتها عالميا من التقارير الصادرة عن UNCTAD والجدول التالي يبين ذلك.

الجدول رقم (02- 05): تطور مؤشر التجارة الإلكترونية في الجزائر وتونس خلال الفترة 2016- 2018

الرتبة عالميا	قيمة المؤشر	الموثوقية البريدية	انتشار الحسابات المصرفية	الخوادم المأمونة لكل مليون طن	انتشار استخدام الانترنت		
95	32.3	68	6	37	18	الجزائر	2016
73	44.5	69	7	56	46	تونس	
97	38	26	50	31	43	الجزائر	2017
79	47	65	27	45	51	تونس	
111	36.3	18	43	41	43	الجزائر	2018
81	50.9	59	29	54	56	تونس	

Source : UNCTAD «UNCTAD B2C E-COMMERCE INDEX 2018,2017,2016» N°7,N°9,N°12- p23 , p17 ,p18.

سجلت الجزائر تراجع في ترتيبها مؤشر التجارة الإلكترونية رغم أنها هي في مراتب جد متأخرة على رغم الجهود المبذولة في تحقيق مشروع الحكومة الإلكترونية في جميع الميادين وتبقى دائما متأخرة مقارنة بدول الجوار كتونس على الرغم من الإمكانيات المتواجدة فمثلا تونس تحقق نتائج أفضل على الرغم من صغر مساحتها وعدد سكانها، كما لوحظ تحسن في ترتيب الجزائر عام 2018 هذا يدل على الاستراتيجيات والسياسات المدروسة من طرف الحكومات.

فالجزائر على الرغم من تحسن مؤشر استخدامها للإنترنت إلا أن تراجع موثوقية البريدية والأرباب كل من مؤشر الحسابات المصرفية والخوادم المأمونة على عكس تونس التي لقت تحسن في كل مؤشرات الأربعة.

خلاصة الفصل

لقد أصبحت التجارة الالكترونية تحتل مكانة مرموقة في اقتصاديات الدولة المتقدمة وحتى النامية باعتبارها تعكس أحد مظاهر التقدم والتطور في مجال التحكم واستغلال تكنولوجيا المعلومات عبر شبكة الانترنت في إطار ما يعرف بالاقتصاد الرقمي، وبالنظر إلى حجم المبادلات التجارية من بيع و شراء للسلع والخدمات والأرباح الهائلة المسجلة فيها، فهو الأمر الذي دفع بالعديد من الدول إلى تفكير في تبنيها (التجارة الالكترونية) من اجل تطوير قدرة التسويق واكتساب القدرات التنافسية مع باقي دول العالم للمساهمة في تحسين مستوى الدخل القومي من جهة وتطوير وعصرنة مختلف القطاعات الأخرى ذات الصلة مما يزيد في كفاءتها.

وهذا ما تسعى إليه الدول المغاربية وعلى رأسها الجزائر وتونس وذلك إلى بإنشاء قاعدة متينة ترتكز عليها أسس التجارة الالكترونية وذلك من خلال استحداث بنى تحتية وعصرنة المنظومة المصرفية لتستجيب لمتطلبات التجارة الالكترونية وكذا تكييف النظام القانوني لتأطير وضبط كل المعاملات فيها.

الخاتمة

تعد فوائد وإيرادات التجارة الإلكترونية ضخمة جدا بشكل كان يصعب على العقل تصورها، ويعود السبب في ذلك إلى أن عمليات التجارة الإلكترونية تتم عبر شبكة الانترنت التي استطاعت إلغاء الحدود الاقتصادية بين الدول. لقد استطاعت الدول المتقدمة استغلال تقنية التجارة الإلكترونية بشكل مثالي واخترقت أسواق العالم بشكل منقطع النظير، وبدأت تحقق إيرادات ضخمة جدا، ورغم السلبات الكثيرة المرافقة للتجارة الإلكترونية والمؤثرة بشكل كبير على النظام المحاسبي، إلا أن شركات الدول المتقدمة تحاول وبشكل دؤوب تقليص تلك السلبات بشتى الوسائل نظرا لما تحققه التجارة الإلكترونية من عوائد ضخمة لها بشكل خاص ولدولها بشكل عام.

وبالرغم من وجود الكثير من الصعوبات لدى الدول العربية عامة والمغربية بصفة خاصة، في سبيل الإفادة من التجارة الإلكترونية، إلا أن هناك أمل كبير في تخطي هذه العقبات واللاحق بركب الدول الأخرى في هذا المجال. ولكن لن يتحقق ذلك إلا بوضع وتفعيل استراتيجيات بعيدة ومتوسطة المدى وعلى المستويين القومي والإقليمي لتطوير قطاع تقنية المعلومات والتجارة الإلكترونية.

من خلال دراستنا لواقع التجارة الإلكترونية والدور الذي تلعبه في تنشيط التجارة الخارجية ومن خلال تطبيق ذلك بمقارنة بين الجزائر وتونس تبين أن كلا البلدين تواجه مجموعة من النقائص الضرورية لبناء قاعدة متينة تقوم عليها التجارة الإلكترونية ومن بين أهم النتائج المتوصل إليها نذكر:

- تدني ترتيب الجزائر في مؤشر التجارة الإلكترونية وتراجعها سنة بعد سنة.
- عدم توفر الجزائر على شبكة انترنت سريعة وواسعة النطاق على كل تراب الوطن.
- عدم وجود ثقافة لدى افراد المجتمع للشراء والبيع عبر الفضاء الافتراضي.
- عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر بقى ضعيفا مقارنة بالدول المجاورة (تونس) وعلى الرغم من زيادته في الجزائر من سنة إلى أخرى 2016 إلى 2018.

- عدم توفر وسائل دفع الكترونية على الرغم من استحداث بطاقات دفع في كلا البلدين (الجزائر، تونس)، الا أن شروط إصدارها غير مشجعة، كما أنها لا يمكن استعمالها خارج الحدود بالإضافة إلى العملات الكثيرة والباهظة التي تقتطع عند كل عملية شراء على مستوى المؤسسات لعرض منتوجاتهم في الفضاء.
- وعلى ضوء النتائج المستخلصة نؤكد صحة الفرضيات المطروحة المتمثلة في:
- أن تطور التجارة الالكترونية أدى في المساهمة في تسهيل معاملات التجارة الخارجية بالنسبة لكل من الجزائر وتونس.
- نظرا للتطورات تكنولوجيا المعلومات والاتصال تملك تونس أكثر تسهيلات في تجارة الخارجية لاستعمالها التكنولوجيا الحديثة.
- وعليه ومن خلال ما سبق نخلص إلى بعض التوصيات التي نراها مهمة في هذا الموضوع:
- توفير بنية تحتية أساسية للاتصالات وإتاحة خدمة الانترنت على نطاق واسع وبأسعار تكون في متناول الفرد المغاربي.
- تطوير وعصرنة المنظومة المصرفية لكلا البلدين للاستجابة لمتطلبات التجارة الالكترونية من خلال نظام الدفع الالكتروني وكذا تعميم استعمال وسائل الدفع في مختلف المجالات ذات الصلة بالتجارة الالكترونية.
- تشجيع وتوسيع فرص الاستثمار في مجال تكنولوجيا المعلومات عامة والتجارة الالكترونية خاصة من خلال تشجيع المؤسسات الاقتصادية المحلية على ولوج هذا المجال.
- خلق فرص للاستثمار بتوجيه رؤوس الأموال نحو تطوير وعصرنة البنية التحتية الالكترونية والاستثمار في الخدمات المصاحبة لقطاع تقنية المعلومات والاتصالات.

- السعي إلى سن نصوص قانونية مناسبة وتحديد الأطر التنظيمية الملائمة من أجل توفير حماية للزبون والبائع في إطار التجارة الالكترونية في كلا البلدين.

وعليه يمكن القول في الأخير أن التجارة الالكترونية تفتح أبوابا على الأسواق العالمية حيث لا يتطلب من المؤسسات الاقتصادية المحلية سوى اعتماد واستغلال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في سبيل عرض منتجاتها ذات جودة وبأسعار تنافسية حتى تمكنها من خلق القيمة المضافة ودفع عجلة التنمية وتوفير مناصب عمل جديدة الأمر الذي من شأنه أن ينعكس بالإيجاب على تطوير الاقتصاد المحلي للبلدين.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المراسيم والقوانين:

- المرسوم الرئاسي رقم 48 / 02، المؤرخ في 16 / 01 / 2002، يتضمن إنشاء الوكالة الفضائية الجزائرية وتنظيمها وعملها، ج ر عدد 05.
- المرسوم التنفيذي رقم 91/04، المؤرخ في 24/03/1991، المتضمن إنشاء الوكالة الوطنية لترقية الحظائر التكنولوجية و تطويرها و يحدد تنظيمها و سيرها، ج ر عدد 19.
- القانون رقم 03/2000 المؤرخ في 05/08/2000 الذي يحدد 34 القواعد العامة المتعلقة بالبريد و المواصلات السلكية واللاسلكية، ج ر عدد 48.
- قانون رقم 03/2000 المؤرخ في 05/08/2000 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد و المواصلات السلكية واللاسلكية، ج ر عدد 48.

ثانياً: الكتب:

- أحمد المهدي، الإثبات في التجارة الإلكترونية، دار الكتب القانونية، مصر، سنة 2004.
- اسامة عبد المنعم بسيوني، الاعتمادات المستندية " فن الاستيراد والتصدير في البنوك"، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، ط8، القاهرة، 2014.
- جمال، جويدان الجميل، التجارة الدولية، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، 2006 .
- حسام علي داود وآخرون، اقتصاديات التجارة الخارجية، دار الميسرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2002.
- طارق طه، التسويق والتجارة الإلكترونية، الطبعة الثانية، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2005.
- عبد المطلب عبد الحميد، البنوك الشاملة" عملياتها وإدارتها"، الاسكندرية، الدار الجامعية، 2000.
- علي الزبون عطا الله ، التجارة الخارجية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- فريد نجار وآخرون، التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة، الدار الجامعة، مصر، 2006.

- فيصل محمود النعيمات، مسؤولية البنك في قبول المستندات في نظام الاعتماد المستندي، عمان، دار وائل.

- محمد الطائي، التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2010.

- مدحت صادق، أدوات وتقنيات مصرفية، دار غريب، القاهرة، 2001.

ثالثا: الرسائل الجامعية والمذكرات

- أميرة حشاني، دور الاعتماد المستندي كتقنية تمويل وضمان التجارة الخارجية، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية، بسكرة، 2014/2015.

- بن رجدال جوهر، الانترنت والتجارة الالكترونية، رسالة ماجستير، قسم علوم تسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002.

- تزلت محمد، شارييف العربي، السياسات التجارية والاندماج في الاقتصاد الدولي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص مالية واقتصاد دولي، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2015/2016.

- حابت أمال، التجارة الالكترونية في الجزائر، رسالة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم، تخصص قانون، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2015.

- حسين العلمي، دور الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق التنمية المستدامة (دراسة مقارنة بين ماليزيا، تونس والجزائر)، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف 01، 2012/2013.

- سمية ديمش، التجارة الالكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري - قسنطينة، 2010/2011.

- ظاهر شاهر يوسف القشي، مدى فاعلية نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق الأمان والتوكيدية والموثوقية في ظل التجارة الإلكترونية، أطروحة الدكتوراه، جامعة عمان العربية، للدراسات العليا، 2003.
- عبد الرحيم وهيبية، إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالإلكترونية دراسة حالة الجزائر، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علوم التسيير، جامعة الجزائر.
- ندى فائز يحيى، العوامل المحددة لتبني التجارة الإلكترونية وأثرها على الأداء التسويقي، رسالة ماجستير في قسم الأعمال الإلكترونية، جامعة الشرق الأوسط، 2012.
- هدى بوطالب، تطور استخدام الاعتماد المستندي في التجارة الخارجية، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2010.
- الطاهر لطرش، تقنيات البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة السادسة، الجزائر، 2007.

رابعاً: المقالات والمؤتمرات

- أحمد عبد الله العوضي، العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الالكترونية، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد 6، جامعة عبد الحميد مهري، قسنطينة 2، 2010.
- أميرة بحري، إكرام مرعوش، واقع التجارة الخارجية في الجزائر وتأثيرها بأسعار الصرف - دراسة تحليلية -، مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، المجلد 5، العدد 02، جوان 2021، جامعة عباس لغرور، خنشلة.
- بن عناية جلول، حوسيني يمينية، مفاهيم أساسية حول الانترنت والتجارة الإلكترونية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية التجارة الإلكترونية في الجزائر، معهد العلوم الاقتصادية والتسيير، المركز الجامعي خميس مليانة، 26/27/2011.

- خباب حظري، الإشكاليات والعراقيل التي تعيق تطور التجارة الإلكترونية، تونس بعد الثورة، مجلة الإعلام الاقتصادي، عدد 259 .
- خلوف عقيلة، مرقاش سميرة، حوكمة تقنية المعلومات مطلب رئيسي في التجارة الإلكترونية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية التجارة الإلكترونية في الجزائر، معهد العلوم الاقتصادية والتسيير، المركز الجامعي خميس مليانة، 26-27 أفريل 2011.
- رابح حمدي باشا، وهيبة عبد الرحيم، تطور طرق الدفع في التجارة الإلكترونية، مجلة معهد العلوم الاقتصادية (مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجار)، المجلد 15، العدد 04، جامعة الجزائر 03، 2011.
- الرشيد بوعافية، دور النقود الإلكترونية في تطوير التجارة الإلكترونية، المجلة الجزائرية للاقتصاد والمالية، العدد 02، جامعة المدية، الجزائر، 2014.
- صالح إلياس، وسائل الدفع التقليدية في ظل وجود الوسائل الحديثة، الملتقى العلمي الدولي الرابع، حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية، وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر ، المركز الجامعي بخميس مليانة، 26-27 أفريل 2017.
- عبد القادر بلعربي، لعرج مجاهد نسيمه ،أمغرب فاطمة الزهراء، تحديات التحول إلى الحكومة الإلكترونية في الجزائر ، ورقة عمل مقدمة للمؤتمر الدولي الخامس ،الاقتصاد الافتراضي و انعكاساته على الاقتصاديات الدولية.
- عماد الدين بركات، حورية طيبي، وسائل الدفع الإلكترونية ودورها في تفعيل التجارة الإلكترونية، مجلة القانون والتنمية المحلية، مخبر القانون والتنمية المحلية، العدد 02، جامعة أدرار، الجزائر، 2019.
- عينة مختارة من الشكايات التجارية بولاية الخرطوم-، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، العدد 04، المركز الجامعي سي الحواس، بركة الجزائر، 2019.

- كتوش عاشور حاج قويدر، دور الاعتماد المستندي في تمويل التجارة الخارجية، مداخله مقدمة في الملتقى الدولي حول "سياسات التمويل وأثرها على الاقتصاديات والمؤسسات النامية"، جامعة بسكرة، يومي 21-22 نوفمبر 2006.
- محمد اسماعيل، جمال قاسم، سياسات التجارة الخارجية في الدول العربية، مجلة دراسات اقتصادية، العدد 66، 2020، صندوق النقد العربي، أبو ظبي.
- محمد عبيد كافي أبكر، وآخرون، أثر التجارة الإلكترونية على تطوير نظام المعلومات المحاسبية - دراسة ميدانية على
- مديحة بن زكري بن علو، نصيرة شيبان، دور إعادة تأطير وإصلاح قطاع التجارة الخارجية في تنمية الاقتصاد الوطني الجزائري (التجارة الخارجية من التقييد إلى التحرير)، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، المجلد 14، العدد 03، سبتمبر 2019، جامعة زيان عاشور الجلفة.
- مسعود كسرى، خليفة محمد بلكبير، إشكالية الاستمرارية و تطوير الميزة التنافسية للتجارة الإلكترونية في البيئة العربية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية التجارة الإلكترونية في الجزائر، معهد العلوم الاقتصادية والتسيير، المركز الجامعي خميس مليانة، 26/27 أفريل 2001.
- نبيلة جعيجع، التجارة الإلكترونية في العالم العربي وأهم المعوقات التي تحد من تطويرها، مجلة آفاق علوم الادارة والاقتصاد، المجلد 02، العدد 02، جامعة المسيلة، الجزائر، 2018.
- يوسف محمد، التجارب المغاربية في مجال اعتماد التجارة الالكترونية (الجزائر و تونس نموذجا)، مجلة دراسات وأبحاث المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، العدد 26، 2017.
- خامسا: المواقع الالكترونية**
- البنك الدولي، على الموقع الالكتروني: <https://data.albankaldawli.org>.

- بوابة رئاسة الحكومة التونسية، الجامعة الافتراضية، متوفر على الموقع
www.pm.gov.tn/pm/article/

- مشروع أسرتك، متوفر على الموقع:
http://benbadis.org/vb/showthread.php?t= 6619

- الموقع الالكتروني <http://www.commerce.gov.tn/Ar/image.php?id=99>

- الموقع الالكتروني www.iefpedia.com/arab/?p=15920

- الموقع الالكتروني لوزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال، على الرابط
dz.mptic.www

- الموقع الالكتروني: <http://www.anpt.dz/consulté>

- وزارة التجارة الجزائرية، "السجل التجاري"
<http://www.mincommerce.gov.dz/arab>:

- وزارة التجارة لتونس: <http://www.commerce.gov.tn>

سادسا: المراجع الاجنبية

- UNCTAD «UNCTAD B2C E-COMMERCE INDEX
2018,2017,2016” N°7,N°9,N°12- p23 , p17 ,p18.