



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي



كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير  
قسم علوم التسيير

مذكرة بعنوان:

## مساهمة التجارة الالكترونية في حرية تحرير التجارة العالمية

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية  
تخصص: مالية وتجارة دولية

إشراف الأستاذ:  
أ.د بن خليفة أحمد

إعداد الطلبة:  
قاسمي رضا

مرخي حسين

عوينات عبد السلام

### لجنة المناقشة

جامعة الوادي	مناقش	أستاذ محاضر أ	د. يوسف د. فرو عبد المنعم
جامعة الوادي	مقيم أول	أستاذ محاضر أ	د. شبرو بن بردي حنان
جامعة الوادي	مشرفا ومقررا	أستاذ محاضر أ	د. سعد بن خليفة أحمد

السنة الجامعية 2020-2021



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

م

سنة ١٤٢٠



# مقدمة

ظهرت في العقود الأخيرة من القرن العشرين العديد من التغيرات والتحويلات التي أفرزتها معطيات التطور التكنولوجي، فتسارع وتيرة نمو الابتكارات والتقنيات التكنولوجية ساهم في نقل المجتمعات عبر الزمن إلى عصر المعلومات، وأدى إلى ميلاد وبروز العديد من التطبيقات والأنشطة الحديثة والتي تعتبر المعرفة أهم عامل من عوامل نجاحها. إن امتلاك الثورة التكنولوجية للعديد من عناصر القوة مكانها من إحداث تعديلات جذرية في مناهج وأنماط العمل في كل الميادين، لاسيما المجال التجاري الذي يعد من أكثر القطاعات استجابة للتقدم والابتكار التكنولوجي ومن أكثرها استخداما للتقنيات الحديثة والمتطورة، فقد شكلت هذه التكنولوجيات محور تحول تجاري أسفر عنه تغير عميق في نمط التفكير وفي سلوك المنتجين والمستهلكين على حد سواء، وبالتالي تغيرت بعض قواعد التعاملات التجارية ونجم عنها ميلاد نوع حديث من المبادلات التجارية قوامها التدفق السريع للمعلومات والاستجابة الأسرع للتغيرات المفاجئة، والإلغاء النهائي للحدود والقيود المادية والجغرافية، وهو ما أصبح يطلق عليه التجارة الإلكترونية. وقد أصبحت التجارة الإلكترونية النعمة السائدة في عالم اليوم، فقد ساهمت في جعل هذا العالم مجرد قرية صغيرة وسوقا واحدا تتعادل فيه الفرص الممنوحة لكل الشركات على اختلاف أحجامها لاقتحام الأسواق العالمية وترويج البضائع والسلع بكل يسر وسهولة متخطين بذلك كل الحدود، وكذلك الحال بالنسبة للزبائن الذين أصبح بمقدورهم اقتناء احتياجاتهم بمجرد نقرة زر واحدة ودون الحاجة لمغادرة أماكنهم.

وعليه فإن المميزات العديدة التي يوفرها التجارة الإلكترونية و مساهمتها الفعالة في التجارة الوطنية وحتى الدولية والتي تتم عبر وسيط إلكتروني ساهم في زيادة إدراك العديد من الدول لأهمية تبني التجارة الإلكترونية، فالحاجة إلى إدراك هذا النوع من التجارة لم يعد خيارا بل أصبح ضرورة حتمية تفرض وجودها على جميع الدول، ولكن درجة تطور هذه التجارة تختلف من بلد لآخر، فقد استجابت العديد من الدول لهذا النمط من المبادلات حسب أوضاعها وخصوصياتها، حيث برغم أن التجارة الإلكترونية بلغت حدود عالية في انتشارها لدى الدول الغربية وبعض الدول العربية التي بدأت تخطوا خطوات مهمة رغم تواضعها أن اعتماد هذه التجارة في الجزائر ما زال في مراحل الأولى، ولم يرقى بعد إلى ذلك المستوى الذي يمكن من اعتبارها كتقنية متطورة للتجارة، وبالتالي يتعرض الاقتصاد الجزائري إلى خلل كبير بسبب نقص هذه التجارة. فالجزائر تواجه الكثير من العراقيل التي تحول دون توسع انتشار التجارة الإلكترونية، إلا أن إلقاء هذه التجارة لظلالها على كثير من الدول التي من بينها الجزائر وتحولها إلى واقع ملموس، أكد أن التجارة الإلكترونية صارت ضرورة ملحة لهذا البلد ومتطلبا تنمويا لتطوير قطاعاته الإنتاجية المحلية والتسويقية، وتوفير فرص واسعة لدفع نموه الاقتصادي ومساهمتها في التجارة الخارجية، وهذا ما يفرض على الجزائر أن تسعى إلى تعظيم الاستفادة من هذه التجارة وتسريع عملية الانتقال نحوها من خلال تدليل العقبات التي تواجه تطبيقها، وتوفير كافة أسباب النجاح لها، والتي من بينها متطلبات البنى التحتية التكنولوجية والتشريعات المتعلقة بتطبيقها.

## 1- أهمية الدراسة :

تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية الموضوع الذي تطرقت إليه، فهي تعالج ظاهرة التجارة الإلكترونية، والتي تعد إحدى سمات الاقتصاد القائم على المعرفة، ومن أبرز ما حققته الثورة التقنية والمعلوماتية في الاقتصاد المعاصر.

## 2- إشكالية الدراسة:

لقد ادركت جميع الدول والمجتمعات أهمية المعلومات كمورد استراتيجي و حيوي في ان واحد لا يقل اهمية عن الموارد الأخرى حيث اصبح مجتمع المعلومات بديلا عن المجتمع الصناعي . فالعالم اليوم يواجه تدفقا هائلا و ثورة معلوماتية شاملة ساهمت في نمو و تطور العلاقات و التبادلات التجارية، وهو ما تمخض عنه ميلاد نمط حديث من المبادلات التجارية التي تتم عبر وسيط الكتروني اصطلاح على تسميتها "التجارة الالكترونية" والتي تحولت الى واقع ملموس ليس في بلدان جميع بقاع العالم ، وتمكنت هذه التجارة في وقت قصير من تلقى رواجها واستحسانا كبيرا في معظم الدول . و في ظل هذه التغيرات العالمية المتعددة و تأثر العالم كله بالتجارة الالكترونية، يطفو الى السطح التساؤل الرئيسي التالي: **ما مدى مساهمة التجارة الالكترونية في تعزيز حرية التجارة العالمية ؟**

و حتى نستطيع تحليل ومناقشة الاشكالية المطروحة من خلال هذا البحث بهدف الوصول الى نتائج ارتأينا تقسيم هذه الاشكالية الى افكار جزئية تتولد عنها الاسئلة الفرعية التالية :

- ماذا يمكن ان تقدمه تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في المجال التجاري؟
- ماذا نقصد بالتجارة الالكترونية؟
- ما مدى استجابة الجزائر لتكنولوجيا الاعلام و الاعلام في هذا المجال ؟
- ما هو واقع التجارة الكترونية في الجزائر ؟

## 1. فرضيات الدراسة:

لتحديد موضوع الدراسة فإننا نحاول طرح الفرضيات التالية والتي سنخضعها من خلال هذا البحث للدراسة قبل الحكم عليها:

✓ تشكل تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات البنية الاساسية و القاعدة التكنولوجية للتعاملات التجارة الالكترونية .

- ✓ التجارة الالكترونية هي ظاهرة حديثة يصعب تحديد مجالها الجغرافي و السياسي، و هي تعني بعملية تبادل المنتجات و الخدمات من خلال شبكة الاتصالات من ضمنها الانترنت.
- ✓ مختلف التطورات التكنولوجية إلا انها تحتل موقعا ضعيفا في مجال تطبيق تقنيات المعلومات و إتصالات
- ✓ مساهمة التجارة الالكترونية على المستوى الوطني و الدولي لكنها لا تزال التجارة الالكترونية شبه غائبة عن الجزائر لعدم توفر مقوماتها الاساسية ولغياب الوعي بأهميتها.
- ✓ امكانية لتطوير التجارة الالكترونية و الاستفادة من مزاياها فيما من خلال اتخاذ الاجراءات اللازمة وتوفير متطلبات لازمة لاستخدامها وتوسيع انتشارها.

### 3- أسباب اختيار موضوع الدراسة: من بين دوافع وأسباب اختيار الموضوع ما يلي:

#### أ- أسباب ذاتية:

- تزويد المكتبة بهذا الموضوع نظرا لندرة البحوث فيه.
- الرغبة والفضول في اكتشاف ورفع الستار عن أي موضوع مهم ومفهوم جديد يطرح على الساحة العلمية.
- تناسب التخصص مع الموضوع محل الدراسة.

#### ب- أسباب موضوعية:

- الفضول العلمي في معرفة مدى إدراك مدى مساهمة التجارة الالكترونية في التجارة العالمية و ايضا في الاقتصاد الوطني.
- كون الدراسة من موضوعات الساعة المطروحة للنقاش والبحث، وهو أكبر سبب وأقوى حجة للبحث.

### 4- أهمية الدراسة:

- ✓ تكمن أهمية الدراسة في إظهار واقع تبني الجارة الالكترونية من طرف الاشخاص و الدولة في ظل ازمة كورونا ومدى الالتزام بها.
- ✓ معرفة مدى ادراك الجزائريين للاستخدامات التجارية لهذه التكنولوجيا، ومدى تطبيقهم وتعاملهم مع التجارة الالكترونية.

### 5- أهداف الدراسة:

- ✓ تزويد المكتبة بهذا الموضوع نظرا لندرة البحوث فيه ومحاولة ابراز اهميتها الاقتصادية على المستويين الوطني و الدولي.

تتلخص أهداف موضوع الدراسة في هدفان أساسيان هما:

#### أ- هدف عملي:

- محاولة إبراز دور التجارة الإلكترونية وأهميتها في تحسين و تطوير التجارة على المستوى المحلي و الدولي.
  - تسليط الضوء على مفهوم التجارة الإلكترونية باعتباره مفهوم جديد في الاقتصاد العالمي.
- ب- هدف علمي: يتمثل في إضافة مرجع جديد في هذا المجال من الدراسة و تطويره.

#### 6- حدود الدراسة:

أ- الحد الموضوعي: ركزت هذه الدراسة في جانبها الموضوعي على توضيح مدى مساهمة التجارة الإلكترونية في حرية التجارة الدولية و كذا مساهمتها على المستوى الوطني (الاقتصاد الجزائري).

ج- الحد الزمني: تمت الدراسة في السداسي الثاني من السنة الجامعية 2020 إلى 2021.

#### 7- منهجية الدراسة والأدوات المستخدمة:

مما لاشك فيه ان بناء أي بحث يحتاج الى منهج يكون الوسيلة التي تحدد للباحث مجالات البحث، و منه تسهل له عملية الاجابة عن التساؤلات التي ينطلق منها في بحثه، و المناهج العلمية على اختلاف انواعها تشكل اللباس المناسب الحقيقي الذي يغطي عناصر البحث . و للإلمام بجوانب الموضوع اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي، فيكون وصفيًا عند التعرض الى مفاهيم النظرية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية و عند تشريح و تقييم وضع و مكانة التجارة الإلكترونية في العالم و الدول العربية و التي من بينها الجزائر هو تحليليا لنتائج الدراسات و الابحاث التي تعرضت لهذا الموضوع وتتجسد الاستعانة بالمنهج الاحصائي من خلال توظيف بعض مقاييس ومؤشرات التجارة الإلكترونية و تقنية المعلومات و الاتصالات و ترجمة الاحصائيات المتعلقة بالبحث . و نظرا لطبيعة الموضوع فقد تم الاعتماد على مجموعة من ادوات الدراسة تجسدت في البحث المكتبي القائم على استعانة بالمراجع المتنوعة كالكتب و المجلات الاقتصادية و البحوث الاكاديمية و التقارير المستقاة من المنظمات والمراكز ذات العلاقة بالموضوع، ومن اجل اعطاء هذا الموضوع صبغة منفردة تتماشى مع المستجدات الراهنة، ثم اللجوء الى مواقع الانترنت للحصول على المعلومات و المعطيات الرقمية ذات صلة بالموضوع.

#### 8- الدراسات السابقة:

في هذه الدراسة تم الاعتماد على مجموعة من الكتب العربية والأجنبية، ومذكرات الماجستير والماسستير، وأطروحات الدكتوراه، ومقالات وملتقيات ومجلات علمية.

#### 8-1- الدراسات السابقة في الدول العربية :

انطلقت دراسة (العوضي، 2010) من أن التجارة الالكترونية تعود إلى الثلاثون عاما الأخيرة من القرن العشرين، وتعتمد على الحاسب الآلي والشبكة العنقودية حتى أصبحت في الوقت الحاضر أمرا ضروريا لنمو الاقتصاد العالمي والإقليمي والمحلي، وقد اعتبرها المحللون بأنها من العوامل المؤثرة في الراج الاقتصادي.

وقد هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على التجارة الالكترونية وآثارها في الاقتصاد العالمي والتعرف على واقع التجارة الالكترونية في الوطن العربي، بالإضافة إلى التعرف على أهم المخاطر التي تتعرض لها التجارة الالكترونية ووسائل مجابتهها.

وترى الدراسة أنه أصبح على الدول العربية أن تقوم بالاتحاد والنهوض باقتصادها ورفع التحدي الذي تفرضه تكنولوجيات الاتصال وعليها أن تفتح المجال على مصراعيه للتجارة الإلكترونية وأن تخطو خطوات مدروسة إلى الأمام، لتساهم في فتح آفاق واسعة أمام المؤسسات الاقتصادية الكويتية إلى اختراق الأسواق العالمية، إضافة إلى تطوير الصادرات خارج مجال المحروقات وتحديث المؤسسات المصرفية خاصة فيما يتعلق بأساليب الدفع الإلكترونية.

أما دراسة (علام، 2010) فقد رأت أنه في ظل الأوضاع الاقتصادية التي تعيشها الدول العربية والإسلامية، أضحى التجارة الإلكترونية بالنسبة لها ضرورة ملحة ومتطلبا تنمويا لزيادة إسهامها في التجارة الخارجية، وكذا تطوير قطاعها الإنتاجية المحلية والتسويقية وتوفير فرص واسعة لرفع نموها الاقتصادي، نجد أنه تختلف صورة التجارة الإلكترونية في الوطن العربي إلى حد كبير عن باقي دول العالم إذا عاينا واقع التجارة الإلكترونية في العالم الغربي والعالم العربي، إذ نجد العديد من الشركات العربية ما زالت بعيدة عن ممارسة التجارة الإلكترونية، حيث نجد أن معظم الدول العربية ما زالت متخلفة عن ركب التعاملات الإلكترونية.

## 8-2- الدراسات السابقة في الجزائر:

نذكر البعض من مذكرات اليقظة الإستراتيجية في الجزائر على سبيل المثال لا للحصر وهي:

دراسة الطالب عامر عبد اللطيف ، والتي جاءت بعنوان " اثار سياسات تحرير التجارة الدولية على ظاهرة الفقر في الدول النامية دراسة حالة: آثار التحرير التجاري على ظاهرة الفقر في المغرب العربي" ، جامعة سطيف، 2011، حيث هدفت هذه الدراسة إلى دراسة وتقييم آثار تحرير التجارة الدولية، من حيث نشأتها وظروفها والمفاهيم والآراء القريبة منها أو تلك الآراء المتباينة بشأنها، من خلال تقييم الدور الذي تؤديه في معالجة ظاهرة الفقر في الدول النامية، مع أخذ بلدان المغرب العربي كنموذج، وتحليل العلاقة بين ظاهرة تحرير وتنمية التجارة

الدولية وظاهرة الفقر كجانب من البعد الاجتماعي للتنمية المستدامة، ودراسة الانعكاسات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية والسياسية على واقع البلدان النامية وبلدان المغرب العربي منها بالخصوص، والكشف عن الخلل في الآليات المستخدمة على واقع الأنظمة السياسية المختلفة في هذه البلدان، ومعرفة مدى فاعلية تأثيرات ظاهرة تحرير التجارة الدولية على التنمية المستدامة وواقع ظاهرة الفقر.

دراسة الطالبة صروني كريمة بعنوان " واقع أفاق التجارة الالكترونية في الجزائر"، جامعة وهران، ماي 2014، حيث هدفت هذه الدراسة الى القاء الضوء على التجارة الالكترونية باعتبارها من المفاهيم الجديدة في هذا المجال و كذا معرفة استخدام الجزائر للتجارة الالكترونية و ما مدى التزامها و الخطط التي تتبناها في هذا المجال

دراسة كل من حميتي، مُحَمَّد الأمين؛ معطاء الله، اسماعيل؛ جروني، السايح والتي جاءت بعنوان "التجارة الإلكترونية ودورها في تعزيز حرية التجارة العالمية"، جامعة الوادي، جوان 2019، حيث هدفت هذه الدراسة إلى إبراز دور التجارة الإلكترونية في تعزيز حرية التجارة العالمية كما شملت الدراسة في اطارها الزمني من خلال انفتاح الجزائر على التجارة الإلكترونية على المستوى الوطني و الدولي.

#### 9- صعوبات الدراسة:

- يمكن تلخيص أهم الصعوبات التي واجهت هذه الدراسة في جملة النقاط التالية:
- ✓ صعوبة إيجاد مؤسسات تتيح كل المعلومات اللازمة للبحث وذلك بحجة السرية المهنية.
- ✓ قلة المراجع المتخصصة في التجارة الالكترونية سواء الكتب أو الدراسات الاكاديمية و التي تحتوي على معطيات حديثة، و بالتالي اضطررنا الى الاعتماد بشكل كبير على المقالات و الدراسات المتوفرة على شبكة الانترنت.
- ✓ عدم توفر بيانات و معلومات دقيقة و حديثة بشأن مساهمة التجارة الالكترونية في الاقتصاد الوطني، و غياب مؤشرات واضحة لقياس مدى تقدم الجزائر في تبني هذه التكنولوجيات.
- ✓ عدم اهتمام الجهات الخاصة بتنظيم التجارة في البلاد بالبحث في وضعية التجارة الالكترونية في الجزائر، بغية توفير دراسات وإحصائيات ولو كانت بسيطة حول وضعية هذه التجارة.

#### 10- هيكل الدراسة:

في ضوء أهداف وفرضيات الدراسة وبهدف الإجابة على الإشكالية المطروحة تم تقسيم البحث إلى فصلين : الفصل الأول يعرض الإطار النظري حول التجارة الالكترونية و التجارة العالمية والذي تطرق إلى عدة فروع وهي: نشأة ومفهوم التجارة الالكترونية و كل ما يتعلق بهذا المجال، أما الفصل الثاني والذي يعتبر دراسة حالة اخذنا فيه الجزائر حيث تطرقنا فيه الى مدى مساهمة التجارة الالكترونية في الاقتصاد الوطني من خلال تقييم نتائج الدراسة التطبيقية لمساهمة التجارة الالكترونية ودورها في تحسين الاقتصاد الوطني.

## الفصل الأول

مر العالم الحديث بالعديد من التطورات التي غزت جميع المجالات و لم يبق مجالاً إلا و مسته التكنولوجيات الحديثة التي جعلته يختلف بشكل كبير عن الماضي، و من أهم هذه المجالات هي التجارة حيث ما حدث في التجارة من تطور ملحوظ عبر مراحل التاريخ المختلفة أمر واضح و ملحوظ بدءاً من التجارة من خلال المقايضة في عصور ما قبل التاريخ ثم اختراع العملات و استخدام وسائل النقل البدائية التي تعتمد على الدواب ثم التطور الكبير الذي حدث مع الثورة الصناعية واكتشاف آليات جديدة للصناعة و ابتكار وسائل مواصلات فائقة السرعة وغيرها من التطورات إلى أن وصلنا إلى ما نحن عليه الآن، اذ أصبحت التجارة تتم من خلال التكنولوجيا و أصبحت التجارة الإلكترونية، وذلك نظراً لتطور التقنيات الحديثة التي تعتمد عليها أغلب أسواق الأعمال في العالم اليوم و أصبحت الصفقات التجارية و المعاملات تتم بكل سهولة من خلال ضغط زر بالاعتماد على التكنولوجيات الحديثة.

### المبحث الاول: ماهية التجارة الالكترونية

ساهم التقدم والتطور الهائل في مجال المعلوماتية والاتصالات الإلكترونية وسهولة الإبحار في صفحات الويب من خلال شبكة الانترنت إلى بروز مصطلحات ومفاهيم جديدة مثل الاقتصاد الرقمي والنقود الإلكترونية وغيرها، وتمثل التجارة الإلكترونية أحد أهم موضوعات الاقتصاد إثارة للجدل في الوقت الحاضر، وذلك نظرا لأنها تمثل أداة النشاط التجاري المتوافقة مع عصر المعلومات، والمعتمدة اعتمادا كلياً على وسائط الاتصال عن بعد ليخلق في هذه البيئة نمطاً جديداً من الأعمال تعرف بالأعمال التجارية الإلكترونية عبر شبكة الانترنت، مما يحتم الوقوف على بيان تعريف التجارة الإلكترونية

**1- مفهوم التجارة الإلكترونية :** لقد وردت العديد من التعاريف للتجارة الإلكترونية بعضها يميل إلى التضييق وبعضها يميل إلى التوسيع وفيما يلي أهمها :

يمكن تعريف مصطلح التجارة الإلكترونية E-electronic Commerce بأنها عملية إجراء معاملات تجارية كبيع المعلومات والخدمات والسلع عن طريق شبكة الإنترنت، حيث تشمل التجارة الإلكترونية العديد من النشاطات الاقتصادية الكبيرة، كما تتكون هذه التجارة من عمليات البيع والشراء بين الشركات والمستهلكين بالإضافة إلى المعاملات التجارية الداخلية التي تدعم هذه التجارة، ومن أبرز الأمثلة على المتاجر الإلكترونية؛ أمازون،<sup>1</sup> Uber ، eBay ، على أكسبرس وغيرها. التجارة الإلكترونية تشمل تبادل المنتجات والخدمات بواسطة وسيط إلكتروني أي الإنترنت وحسب المنظمة العالمية للتجارة فهي تحتوي على مختلف أنشطة إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها وتسويقها وبيعها أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الإلكترونية.<sup>2</sup> حسب هذا التعريف ، تشمل المعاملات التجارية ثلاثة أشكال من العمليات وهي : البحث عن المنتج، طلب المنتج وتسليم المنتج .

<sup>1</sup> Commerce", britannica, Retrieved 2020-10-30. Edited. Consulté le 3mars 2021, à 12 : 30

<sup>2</sup> إبراهيم العيسوي، التجارة الإلكترونية (مصر: المكتبة الأكاديمية، 2003 )، ص 11.

ويرى بعض الاقتصاديين أن التجارة الإلكترونية هي استخدام وسائل الاتصالات والمعلومات بين الأطراف التجارية لإتمام الأعمال والصفقات وهذا من خلال تواصل المعلومات، خدمة السوق والمشروعات الافتراضية.<sup>1</sup> ويعتقد البعض أن التجارة الإلكترونية إضافة إلى ما تم ذكره، تقوم بمنح مرونة جوهرية للشبكات الإلكترونية. لقد أعطت التجارة الإلكترونية فرصا جديدة لكل القائمين على تسيير وإدارة النشاطات التجارية وكذلك على استغلال المعلومة الرقمية في إطار النشاط التجاري، كما تسهل التعاون بين مجموعات عمل مختلفة، وهذه المجموعات يمكن أن تكون خدمة توزع المعلومات داخل المؤسسة بهدف تطوير إستراتيجية تسويقية (أنظر الشكل الموالي).

### 2- أنماط التجارة الإلكترونية :

يمكن تحديد الأطراف المتعاملة في التجارة الإلكترونية بثلاثة أطراف هم : المستهلكون ، المؤسسات والإدارات الحكومية وبناء على ذلك يمكن تحديد الأنماط التالية للتجارة الإلكترونية .

#### 1-2 تعاملات بين مؤسسات - مؤسسات (Business to Business)

حسب هذا النمط تتم التجارة بين الشركاء وفيها تقوم الشركة بتقديم طلبات الشراء إلى الموردين وتسلم الفواتير والقيام بعمليات الدفع والتسديد والتعهدات المالية ... إلخ .

وحسب إحصائيات 1998 فإن هذا النمط يشكل الحجم الأكبر من التعاملات بقيمة بلغت نحو 43 مليار دولار.<sup>2</sup>

#### 2-2 تعاملات بين شركات - مستهلكين : (Business to Consumer)

يعتبر هذا النمط الأكثر شيوعا، حيث أصبح هناك ما يسمى بالمراكز التجارية عبر الأنترنت (Males Shopping) ، فمن خلالها يستطيع أي شخص فحص منتجات الشركات وعقد صفقات للشراء والقيام بعمليات الدفع خاصة عن طريق الشبكات الإلكترونية وبطاقات الائتمان . لقد بلغت قيمة التعاملات في هذا النمط نحو 08 مليارات دولار عام 1998.<sup>3</sup>

#### 3-2 تعاملات بين : شركات - إدارات حكومية : (Business to Government)

يستخدم هذا النمط في إرسال الحكومة المعلومات المتعلقة بالضرائب ، الجمارك، الجوانب النقدية ... إلى الشركات ، وكذلك تستخدمه هذه الأخيرة في التعرف على شروط التراخيص لإقامة مشاريع تنموية.

<sup>1</sup> السيد عليوه، التجارة الإلكترونية ومهارات التسويق العلمي(دار الأمين للنشر، 2002)، ص12-13.

<sup>2</sup> عبد العزيز الشعبي ود.جلال الملاح، "التجارة الإلكترونية والاستثمار عن طريق شبكة المعلومات العالمية: الفرص والمعوقات لدول مجلس التعاون الخليجي"، ورقة مقدمة إلى مؤتمر اقتصاديات دول مجلس التعاون : فرص القرن الحادي والعشرين، الذي نظمتها جامعة الملك فيصل، 13-15 فبراير 2001، ص216.

<sup>3</sup>المصدر نفسه.

2-4 : تعاملات مستهلكين - إدارات حكومية : يستخدم هذا النمط لتقديم خدمات تعليمية وتثقيفية للمواطنين ، إضافة إلى دفع الضرائب إلكترونيا . ونشير أن النوعان الآخران لا يزالان تحت التطوير .

2-5 إدارات حكومية - إدارات حكومية: يستخدم هذا النمط لتبادل المعلومات والتنسيق والتعاون بين مختلف الهيئات الحكومية .

### 3- وسائل ونظم الدفع الإلكتروني .

لقد شهدت البيئة الاقتصادية العالمية مع بداية هذا القرن تغيرا جوهريا تمثل في الاستخدام المتنامي لوسائل الاتصال والإعلام المتطورة. وكان من بين القطاعات التي استفادت من هذا التغير القطاع المصرفي ، الذي حاول تبني وسائل الدفع الإلكتروني والتخلي تدريجيا عن الوسائل التقليدية التي أثرت على نموه وعلى مردوديته المالية . إن طريقة السداد الإلكتروني هي أكثر كفاءة وفاعلية وأقل تكلفة من طريقة الدفع التقليدي التي تقوم على إرسال فواتير ورقية ليتم فيما بعد استلام المقابل . وتأكيذا لما سبق يقول رئيس شركة بوسطن أديسون للطاقة وهي شركة لها أكثر من 640 ألف عميل " إن نظم السداد الإلكترونية نظم رابحة Win " <sup>1</sup> ، كما يقول جون دودج - وهو محرر في صحيفة وول ستريت - " أن شركة GTE ترسل 53,5 مليون فاتورة سنويا ، فتستهلك 1,6 مليون رطل من الورق أي 2073 شجرة " <sup>2</sup> .

وتتمثل أهم وسائل وتقنيات الدفع الإلكتروني فيما يلي :

### 1. النقود الإلكترونية. Electronic Money.

النقود الإلكترونية عبارة عن مستودع للقيمة النقدية ، يحتفظ به في شكل رقمي Digital Form في مكان آمن على الأسطوانة الصلبة للكمبيوتر والخاص بالزبون يدعى المحفظة الإلكترونية ، ويكون متاحا للتبادل الفوري في عمليات الشراء والبيع والتحويل ... .

وقد عرفها البنك المركزي الأوروبي بأنها "مخزون إلكتروني لقيمة نقدية على وسيلة تقنية يستخدم بصورة شائعة للقيام بمدفوعات لمتعهدين غير من أصدرها، دون الداجة إل ى وجود حساب بنكي عند إجراء الصفقة وتستخدم كأداة محمولة مدفوعة مقدما" <sup>3</sup> .

<sup>1</sup> طارق عبد العال حماد، التجارة الإلكترونية (الإسكندرية: الدار الجامعية، 2002/2003)، ص 103.

<sup>2</sup> المصدر نفسه.

<sup>3</sup> محمد إبراهيم محمود الشافعي، الآثار النقدية والاقتصادية والمالية للنقود الإلكترونية (القاهرة: دار النهضة العربية،

(2003)، ص 07.

ويمكن أن يتجسد النقد الإلكتروني في صورتين : حامل النقد الإلكتروني le e-cash ou porte monnaie électronique ، وهو عبارة عن بطاقة يخزن بداخلها قيمة نقدية، تسمح بإجراء مدفوعات المشتريات الصغيرة بين أطراف التبادل دون تدخل لوسيط . والنقد الشبكي la monnaie réseau الذي يتم تحويله عبر شبكات الاتصال العالمية ( الإنترنت ) للوفاء بقيمة المدفوعات ، وهذا باستخدام برمجيات متخصصة des logiciels spécialisées مدججة بأجهزة الكمبيوتر الخاصة.<sup>1</sup>

وتتميز النقود الإلكترونية بالخصائص التالية :

- إمكانية تحويل القيمة إلى طرف آخر بواسطة تحويل المعلومات الرقمية وهذا يعكس إمكانية استخدام شهادة النقود الرقمية عدة مرات .
- التحويل يتم بواسطة الشبكات العالمية ( الإنترنت ) أو شبكات الاتصال اللاسلكية.
- إن الشخص الذي يستخدم النقود الإلكترونية هو مجهول المصدر anonymous وهذا لتوفير الأمن لعملية الدفع الإلكتروني .
- إن النقد الإلكتروني يتميز بقابليته للتجزئة وهذا لإجراء حتى العمليات صغيرة القيمة .
- يمكن استخدامها في أي وقت وفي أي مكان .

لقد شهد استخدام النقود الإلكترونية تطورا في الولايات المتحدة ، فقد ارتفع حجمها من 51 مليون دولار عام 1992 إلى 145 مليون دولار عام 1996 أي أنها زادت بنسبة 30% ، كما ارتفع حجمها في ألمانيا من 511 مليون مارك ألماني عام 1997 إلى 1238 مليون مارك عام 1998 .<sup>2</sup>

### 2. الشيكات الإلكترونية .

لقد أوضحت دراسات أمريكية أن البنوك تستخدم سنويا أكثر من 500 مليون شيك ورقي ، تتكلف إجراءات تشغيلها حوالي 79 سنتا لكل شيك ، وتزايد أعداد الشيكات بنسبة 03% سنويا.<sup>3</sup> انطلاقا مما سبق يتضح أن هناك ضرورة ملحة للانتقال من الشيكات الورقية إلى الشيكات الإلكترونية إذ بينت دراسات أخرى أن استخدام الشيك الإلكتروني من الممكن أن يخفض من تكلفة تشغيل الشيك إلى 25 سنتا بدلا من 79 سنتا وهو ما يحقق وفرا يزيد عن 250 مليون دولار سنويا في الولايات المتحدة فقط .<sup>4</sup>

Problèmes "Seconde génération de monnaie électronique :nouveau défis,"<sup>1</sup> Michel Aglietta et Laurence Scialon, Economiques, n°. 2785 (20/11/2002), pp.26-27  
<sup>2</sup> الشافعي، المصدر السابق، ص25

<sup>3</sup> رضوان، المصدر السابق، ص69.

<sup>4</sup> المصدر نفسه .

(\*) اليونيسترال هي لجنة التجارة الدولية التابعة للأمم المتحدة وتضم في عضويتها غالبية دول العالم الممثلة لمختلف النظم القانونية الرئيسية وغرضها الرئيس تحقيق الانسجام والتوائم بين القواعد القانونية الناظمة للتجارة الإلكترونية.

والشيك الإلكتروني هو أمر بدفع مبلغ معين من الساحب إلى المسحوب عليه لفائدة طرف ثالث هو المستفيد بطريقة إلكترونية . فبعد أن يقوم المشتري بتحرير الشيك الإلكتروني ويقوم بتوقيعه إلكترونياً مشفراً يرسله بالبريد الإلكتروني إلى البائع ، هذا الأخير يقوم بالتوقيع عليه كذلك كمستفيد ويرسله إلى جهة التخليص Clearing . ويحتوي الشيك الإلكتروني على البيانات التالية :

رقم الشيك، اسم الدافع ، رقم حساب الدافع ، اسم البنك ، اسم المستفيد ، القيمة التي ستدفع وحدة العملة المستعملة ، تاريخ الصلاحية ، التوقيع الإلكتروني للدافع والتظهير الإلكتروني لشيك المستفيد .  
ومن بين القضايا التي تثار حول استخدام الشيك الإلكتروني هي قضية التوقيع الإلكتروني الذي لا تعرفه أغلبية النظم القانونية القائمة ولا تألفه ، لذا كان لزاماً وضع قواعد واضحة وجليّة تكفل قبول هذه التوقيعات وتضمن حجيتها وقوتها القانونية في الإثبات مثلها مثل التوقيع الفيزيائي وضرورة التخلي شيئاً فشيئاً عن أية قيود تحد من الإثبات في البيئة التقنية . وقد كانت هناك مبادرات على المستوى العالمي لقبول التوقيعات الإلكترونية ، إذ قامت لجنة اليونسترال Unicitral<sup>(\*)</sup> في الأمم المتحدة بإنجاز القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية عام 1996 الذي عالج من بين ما عالج مسائل التوقيعات الإلكترونية وقرر وجوب النص على قبولها كوسيلة للتعاقد وإثبات الانعقاد ، إلا أنه لم يحدد معنى معيناً للتوقيع الإلكتروني أو معياراً محدداً لمسائله الإجرائية واكتفى بالمبادئ العامة القائمة على فكرة إيجاد وسيلة تكنولوجية تحقق نفس المفهوم والغرض الذي تحققه التوقيعات العادية.<sup>1</sup>

### 3. بطاقات الائتمان Credit Cards.

هي بطاقة بلاستيكية صغيرة الحجم شخصية تصدرها البنوك أو شركات التمويل الدولية تمنح لأشخاص لهم حسابات مصرفية مستمرة<sup>2</sup> ، ولا تتم عملية الإصدار إلا بعد دراسة معمقة لموقف الزبون، وهذا حتى يتجنب البنك المصدر مخاطر عدم السداد . وأهم أنواع هذه البطاقات نذكر : بطاقة Visa ، Master card و American Express .

وتتميز هاته البطاقات بالعديد من المزايا منها توفير الأمان لكل من المستهلك والتاجر وإمكانية القيام بالمشتريات الفورية والمدفوعات الآجلة باستخدام العملة المحلية سواء كانت القيمة منسرفة محلياً أو خارجياً، وتسمح هاته البطاقات بمعرفة حاملها باستخدام المعالج الإلكتروني الموجود بداخلها ، كما تتميز هاته البطاقات بإمكانية شحنها

<sup>1</sup> خير الدين معطي الله ومحمد بوقوم، "المعلوماتية والجهاز البنكي: حتمية تطوير الخدمات المصرفية"، ورقة مقدمة إلى الملتقى الوطني الأول حول المنظومة المصرفية و التحولات الاقتصادية: واقع وتحديات، الذي نظّمته جامعة الشلف يومي 15-14 ديسمبر 2004، ص199.

<sup>2</sup> يونس عرب، حجية الإثبات بالمستخرجات الإلكترونية في القضايا المصرفية، ص4. دراسة متاحة على الموقع:

عدة مرات. لقد ساهمت هاته المزاي في توسع وتطور البطاقات الائتمانية خلال السنوات الأخيرة مثلما هو موضح في الجدول الموالي.

Nombre de cartes bancaires par réseau dans le monde en 2002.

	Nombre de cartes En millions	Croissance 2002-2001	Part de marché 2002
Visa	1071,80	10,20%	60,50%
Master card	590,1	13,60%	33,30%
American express	57,3	3,80%	3,20%

Source : la monétique et les transactions électroniques sécurisées en basse-Normandie, rapport présenté au CESR par Philippe GUETIN 12/2003, www.direcimarketingmag.com/new/2004/01/01

المصدر حسين رحيم و هواري معراج، " الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية " ورقة مقدمة إلى الملتقى الوطني حول المنظومة المصرفية والتحويلات الاقتصادية : واقع وتحديات ، الذي نظمته جامعة الشلف، يومي 14 – 15 ديسمبر 2004، ص 321.

#### 4. البطاقات الذكية Smart cards.

هي عبارة عن بطاقات بلاستيكية في حجم بطاقة الائتمان، موجود بداخلها ذاكرة إلكترونية أو دائرة إلكترونية متكاملة تسمح بتخزين قيمة مالية معينة، وتحتوي هذه البطاقة على اسم المستهلك، العنوان، تاريخ حياة العميل المصرفية، البنك المصدر. وتتميز البطاقة الذكية بحماية أكبر ضد إساءة الاستخدام لأن المعلومات التي تحويها مشفرة، لذا شاع استخدامها كثيرا في أوروبا وأستراليا واليابان، ويقدر عددها حسب إحصائيات 2001 بحوالي 3,5 مليار بطاقة ، أي أكثر من خمسة أضعاف ما كانت عليه عام 1995.

#### 5. الأساليب البنكية الحديثة في الدفع والتسديد.

1-5 اهاتف المصرفي الخليوي: يشهد عالم الاقتصاد الافتراضي تطورات سريعة، فبعد انتشار الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية ثمة توجه متسارع نحو الأعمال الإلكترونية اللاسلكية wireless e-business وفي نطاقها برزت العديد من المفاهيم كالبنوك الخلوية. mobile banking وتقوم هاته البنوك على تقديم الخدمات المصرفية للعملاء في أي وقت وفي أي مكان وهذا تجنبا لطواير الانتظار. وتشمل الخدمات المصرفية المزودة عبر الهواتف الخلوية الخدمات المعلوماتية والاستفسار عن الأرصدة وأي معلومات يطلبها العميل والاطلاع على عرض البنوك ومعرفة أسعار الصرف الفورية ومعدلات الفائدة والقيام بعمليات التغطية والمضاربة والمراجعة في أسواق الصرف الآجلة والاستعلام بشأن القروض وتمويل الاستثمارات.

- ويتيح استخدام الأجهزة الخلوية في مجال الخدمات المصرفية مزايا وفرص عديدة أبرزها<sup>1</sup>:
- فعالية إدارة الوقت وتحديدًا في نقل المعطيات للزبائن في كل وقت ودون الوقوع في منزلقات التأخير.
  - تحقيق شخصية الخدمات والاهتمام بشخص العميل Personalized service، إذ تتيح الهواتف الخلوية ربطًا مباشرًا بين الخدمة وبين متلقيها وهو ما يتيح شعورًا مميزًا لدى العميل بأنه محط اهتمام.
  - الإنتاجية وفعالية الأداء Productivity حيث يمكن الاعتماد على الوسائط الخلوية في تجاوز معيقات الإنتاج والأداء في أوقات الضغط وأوقات التواجد خارج بيئة العمل.
  - خفض التكلفة الإدارية lower administrative cost وهذا يعتمد على نطاق التطبيق ومدى فعالية الاستفادة من التقنيات الحديثة .
  - توفير قاعدة بيانات خلفية خادمة للأعمال في كل وقت وفي كل مكان.
  - سهولة الاستخدام قياسًا بالأجهزة التقنية الأخرى.
  - إلغاء فكرة الموقع Location مما يتيح تقديم خدمات في أسواق مفتوحة.
- 5 - 2 الإنترنت المصرفي :**

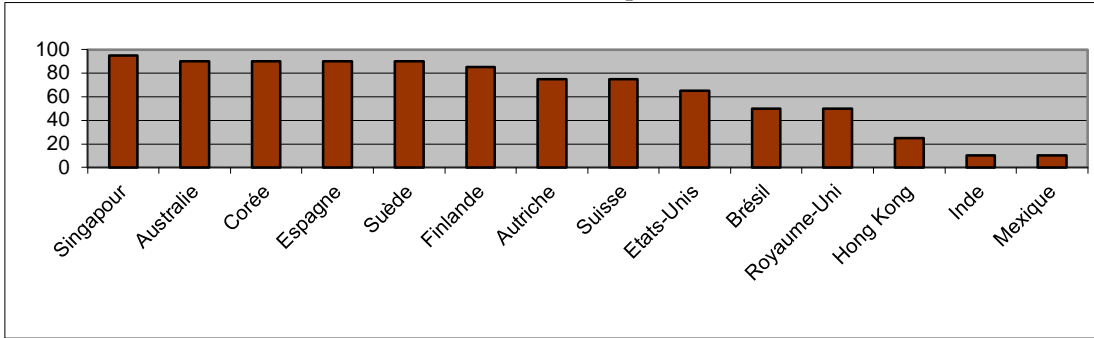
- I-Banking لقد أدى انتشار الإنترنت بروز ما يسمى بالبنوك الإلكترونية E-Banking أو بنوك الإنترنت أو البنوك المنزلية Home Banking وجميعها تعني قيام العملاء على إنجاز أعمالهم من خلال المواقع الإلكترونية فالبنوك بدأت تفكر في إنشاء مقرات لها عبر الواب بدلًا من إنشاء مباني . ويوفر البنك على الإنترنت الخدمات التالية<sup>2</sup>:
- شكل بسيط من أشكال النشرات الإلكترونية الإعلانية عن الخدمات المصرفية .
  - إمداد العملاء بطريقة التأكد من أرصدهم لدى المصارف.
  - تقديم طريقة دفع العملاء للكمبيالات المسحوبة عليهم إلكترونياً.
  - كيفية إدارة المحافظ المالية للعملاء.
  - طريقة تحويل الموالم بين حسابات العملاء المختلفة.
- وقد قامت بنوك كثيرة في العالم بعرض خدماتها على الإنترنت مثل النمسا ، كوريا ، إسبانيا ، البلاد الاسكندنافية ، سنغافورة ، سويسرا إلا أن استعمال تلك الخدمات اقتصر بشكل كبير على البلدان الاسكندنافية ، أنظر الشكلين الموالمين<sup>3</sup>:

<sup>1</sup> عرب، البنوك الخلوية – التجارة الخلوية – المعطيات الخلوية: ثورة جديدة تنبئ بانطلاق عصر ما بعد المعلومات، ص05. دراسة متاحة على الموقع: <http://www.arablaw.org/> اطلع عليه بتاريخ 25 مارس 2021 على الساعة 20:20

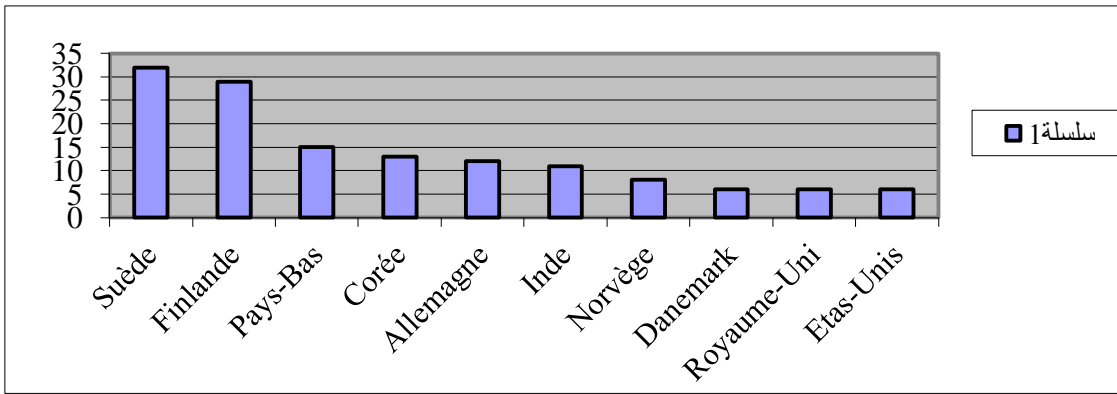
<sup>2</sup> رضوان، المصدر السابق، ص61.

<sup>3</sup> Saleh M.Nsouli et Andrea schaechter, "les enjeux de la banque électronique, "Finances et Développement (FMI), n°.03, vol.39 (septembre 2002), p.49.

Les banques de nombreux pays offrent des services en ligne (en pourcentage du total des banques 2000)



... mais le taux d'utilisation est le plus élevé en Scandinavie (clients utilisant les services bancaires en ligne en pourcentage du total des clients, 2001)



Source: Claessens, Glaessner, and Klingebiel, 2002

ويتم تحقيق خدمات الإنترنت المصرفي عبر ثلاث مستويات متتابعة<sup>1</sup>:

**المستوى الأول :** الموقع المعلوماتي Informational وهو المستوى الأساسي للبنوك الإلكترونية أو ما يمكن تسميته بصورة الحد الأدنى من النشاط الإلكتروني المصرفي ، ومن خلاله فإن البنك يقدم معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية وأغلب مواقع البنوك على الإنترنت هي مواقع تعريفية معلوماتية .

**المستوى الثاني :** الموقع التفاعلي أو الاتصالي communicative بحيث يسمح الموقع بنوع من التبادل الاتصالي بين البنك وعملائه كالبريد الإلكتروني وتعبئة طلبات أو نماذج على الخط .

<sup>1</sup> البنوك الإلكترونية E-Banking، ص03. دراسة متوفرة على الموقع: <http://www.arablaw.org/download/E-Banking> اطلع

عليه بتاريخ 25 مارس 2021 على الساعة 20:20

المستوى الثالث ، الموقع التبادلي Transactional وهذا هو المستوى الذي يمكن القول أن البنك فيه يمارس خدماته وأنشطته في بيئة إلكترونية ، حيث تشمل هذه الصورة السماح للزبون بالوصول إلى حساباته وإدارتها وإجراء الدفعات النقدية والوفاء بقيمة الفواتير وإجراء كافة الخدمات الاستعلامية

### III - متطلبات وسائل الدفع الإلكتروني

يلم لقيام وسائل الدفع الإلكتروني وانتشارها توافر عدد من المتطلبات على مستوى كل دولة على حدى وكذلك على الصعيد العالمي .

1. البنية الأساسية التقنية : تعد وسائل الاتصال الركيزة الرئيسية التي يمكن أن تؤدي إلى انتشار تقنيات الدفع الإلكتروني وتسمح بضمان أعمال إلكترونية ذات مردودية وتحقيق دخول آمن لعصر المعلومات وبالمقابل فإن ارتفاع هاته الوسائل ( الاتصال الهاتفي ، الحواسيب ... ) سوف تؤثر سلبا على استخدام تقنيات الدفع الإلكتروني .

ومن أجل تطوير الأعمال الإلكترونية وضمان استمراريتها وتنافسيتها يجب إعطاء دور ريادي للقطاع الخاص في مجال خدمات الاتصال ( خدمات الإنترنت ، الهاتف الخليوي .. ) كما يجب على السلطات الحكومية وضع أولويات تستهدف تطوير سوق الاتصالات من خلال تبني سياسات تسويقية وخدمية وتنظيمية مرنة تضمن المنافسة في السوق وبالتالي تحسين البنية الأساسية للاتصالات من خلال التعميم المنظم والفعال ، والاستخدام الأمثل والسليم لوسائل التقنية وفي نهاية الأمر يتسع مجال الاختيار أمام المستهلك ويزيد رفاهه الاجتماعي .

ويتمثل الجانب الغير مادي للبنية الأساسية في وجود بريد إلكتروني وواب وEDI ، HTTP وCP/IP وهذا لتوزيع ونقل المعلومات البنكية . إن إنشاء بنك إلكتروني متطور يتميز بطلب كبير على خدماته يتطلب تسويق موقعه وبريده الإلكتروني وإشهاره والإعلام عن وجوده لدى الزبائن عبر مختلف وسائل الاتصال والإعلام . ( Yahoo,Google, TV... )



2. المتطلبات القانونية والتنظيمية.

إن توفير بيئة قانونية وتنظيمية أمر في غاية الأهمية للسير الفعال لوسائل الدفع الإلكتروني ويتطلب خلق هاته البيئة تكاثف جهود كل من الحكومات وقطاعات الأعمال والمستهلكين من أجل القيام بـ :

- ضرورة تكييف القوانين التجارية والمالية مع عمليات البنوك الإلكترونية أي الاعتراف بهاته العمليات وجعلها محل التنفيذ
  - وضع منظومة تشريعية وقضائية عالمية للقضاء على التكاليف الناجمة عن تضارب القوانين الوطنية وهذا العمل يتطلب تكثيف جهود التعاون بين السلطات فيما يتعلق بتنسيق القوانين والتنظيمات على الصعيد العالمي .
  - الحفاظ على خصوصية عمليات البنوك الإلكترونية . وتنقسم هاته الخصوصية Privacy إلى عدد من المفاهيم المنفصلة لكنها ترتبط معا في الوقت ذاته وهي:<sup>1</sup>
- \* خصوصية المعلومات Information Privacy والتي تتضمن القواعد التي تحكم جمع وإدارة البيانات الخاصة كمعلومات بطاقات الهوية والمعلومات المالية وهي المحل الذي يتصل عادة بمفهوم حماية البيانات Data Protection .
- \* خصوصية الاتصالات Telecommunication والتي تغطي سرية وخصوصية المراسلات الهاتفية والبريد الإلكتروني وغيرها من الاتصالات .
- \* الخصوصية الإقليمية (نسبة إلى الإقليم المكاني) والتي تتعلق بالقواعد المنظمة للدخول إلى المنازل وبيئة العمل و تتضمن التفتيش والرقابة الإلكترونية.
- العمل على توفير أمن المعلومات ، ونقصد بها مجموعة القواعد التي يطبقها الأشخاص لدى التعامل مع التقنية وتتصل بشؤون الدخول إلى المعلومات والعمل على نظمها وإدارتها. وتهدف استراتيجية أمن المعلومات إلى تعريف المستخدمين بالتزاماتهم وواجباتهم المطلوبة لحماية نظم الكمبيوتر والشبكات وكذا حماية المعلومات . وتنطلق استراتيجية أمن المعلومات من تحديد أغراض الحماية والتي تتمثل في<sup>2</sup> :
  - السرية Confidentiality وتعني التأكد من أن المعلومات لا تكشف ولا يطلع عليها من قبل أشخاص غير مخولين بذلك
  - التكاملية وسلامة المحتوى Integrity وتعني التأكد من أن محتوى المعلومات صحيح ولم يتم تعديله أو العبث به .

<sup>1</sup> الخصوصية وحماية المعلومات، ص09. دراسة متوفرة على الموقع:

20: اطلع عليه بتاريخ 25 مارس 2021 على الساعة [http://www.arabl原因.org/download/Privacy\\_dataprotection.doc](http://www.arabl原因.org/download/Privacy_dataprotection.doc)

<sup>2</sup> أمن المعلومات: ماهيتها وعناصرها واستراتيجيتها، ص01. دراسة متوفرة على الموقع:

20: اطلع عليه بتاريخ 25 مارس 2021 على الساعة [http://www.arabl原因.org/download/Information\\_Security.doc](http://www.arabl原因.org/download/Information_Security.doc).

- استمرارية توفر المعلومات أو الخدمة Availability التأكيد من استمرار عمل النظام المعلوماتي واستمرار القدرة على التفاعل مع المعلومات
- 3. إعداد الموارد البشرية المؤهلة والمتخصصة لما لها من دور كبير في تحسين أداء الخدمات المصرفية. إن تنمية رأس المال البشري هي أولا عملية تعليمية يتزود فيها الفرد بالأسس العلمية المطلوبة ، وهي ثانيا عملية تدريبية فنية يكتسب فيها الفرد قدرات علمية متخصصة ومهارات معينة وهي ثالثا عملية تنظيمية إدارية يتم فيها تأهيل الأشخاص لإدارة وتنفيذ النشاط المصرفي الإلكتروني ، وهي أخيرا عملية سلوكية تهدف إلى التأثير في السلوك الاجتماعي للأفراد وتنمية القيم . وللقيام بهاته العمليات يتطلب تبني العديد من الاستراتيجيات ، نذكر منها :
  - إنشاء مراكز التعليم المتخصصة في معاملات البنوك الإلكترونية وتطوير القائم منها
  - تخصيص الحكومات لمبالغ معتبرة من ميزانياتها لصالح قطاع البحث العلمي مع ضرورة تعزيز بيئة الإبداع والابتكار وروح المبادرة
  - تنظيم برامج ودورات تدريبية خاصة بالأعمال الإلكترونية.
  - الاستعانة ببيوت الخبرة ومكاتب الاستشارة الدولية في تكوين الإطارات المصرفية.
  - تنظيم ندوات، مؤتمرات، ورشات عمل تحقيقات حول البنوك الإلكترونية وأنشطتها.
- 4. الكفاءة الأدائية : ونقصد بها الأداء الجيد لكافة الوظائف والأنشطة التقنية والمالية والتسويقية والقانونية ذات العلاقة بالأعمال المصرفية الإلكترونية.
- 5. الريادية والتكيف مع المستجدات: ونعني بذلك توفر روح المبادرة والريادية في اقتناص الفرص المتاحة واقتحام الجديد في شتى الحقول (خدمات ، تسويق ... ) والتفاعل معه بإيجابية وبسرعة سواء تعلق الأمر بالجوانب الفنية أو النظرية.
- 6. التقييم الموضوعي: وهو قيام مواقع البنوك الإلكترونية بوضع جهات تسند إليها مهمة الاستشارة في تخصصات التقنية والتسويق والقانون والنشر الإلكتروني لتقييم فعالية وأداء مواقعها.

### خاتمة:

أمام التطورات المتسارعة التي يعرفها الاقتصاد العلمي والتي حولت بنيتها من اقتصاد صناعي قوامه الآلة إلى اقتصاد رقمي يعتمد على المعلومة، أصبح لزاما على القطاع المصرفي وبخاصة في الدول النامية تحديث وتطوير مؤسساته

وهذا للتكيف الإيجابي مع تلك التطورات. ونقصد بعملية التحديث تبني نظم ووسائل دفع إلكترونية (نقود إلكترونية ، بطاقات ذكية ، الهاتف الإلكتروني ... ) إلا أن ذلك يتطلب توفير بنية أساسية وبيئة قانونية وتنظيمية واقتصادية ملائمة، وإعداد جيد للكوادر الفنية إضافة إلى متطلبات أخرى.

المبحث الثاني: حرية التجارة العالمية

تمهيد :

منظمة التجارة العالمية، هي منظمة دولية أنشأت لمراقبة تحرير التجارة الدولية، وبدأت المنظمة التي مقرها جنيف- سويسرا أعمالها بشكل رسمي بتاريخ 1 يناير 1995 بموجب اتفاقية مراكش، لتحل محل الاتفاقية العامة على التعرفة والتجارة التي أنشأت عام 1947.

تتعامل منظمة التجارة العالمية مع تنظيم التجارة بين الدول الأعضاء، وتقدم إطاراً للمفاوضات التي تؤدي للتوصل إلى الاتفاقيات التجارية، وتشرف المنظمة كذلك على عملية تسوية المنازعات التي تؤكد التزام الدول الأعضاء بالاتفاقيات التي تم التوقيع عليها من قبل الحكومات وتمت المصادقة عليها من قبل البرلمانات.

بلغ عدد الدول الأعضاء 164 دولة، وتمثل هذه الدول ما يزيد على 97% من التجارة الدولية، كما وتدار أعمالها بواسطة حكومات الدول الأعضاء، وتتخذ القرارات في المنظمة بتوافق الآراء للدول الأعضاء جميعاً، إما في اجتماع وزاري "الذي يعقد كل عامين على الأقل" أو بواسطة السفراء والخبراء "الذين يجتمعون بشكل معتاد في جنيف"، وبهذا الصدد فإن منظمة التجارة العالمية تختلف بذلك عن المنظمات الدولية الأخرى، ومنها البنك الدولي وصندوق النقد الدولي، كما أنه لا يوجد تفويض لمجلس مدراء أو لمدير المنظمة لإتخاذ القرارات.

### 1. مفهوم التجارة الدولية

يمكن تعريف التجارة العالمية هي تمثل تبادل السلع والخدمات بين الدول التي تتوافر فيها والدول التي تفتقر إليها ، أي أن هناك دولة مصدرة وأخرى مستوردة،-والحكمة من التجارة الدولية أنها استغلال امثل لموارد العالم.

يختلف مفهوم التجارة الدولية International Commerce عن التجارة الداخلية، في أن الأولى تقوم بين أطراف دولية تفصل بينها حدود سياسية، وموانع تداول، وأنظمة، وقوانين، وآليات، ليست قائمة بين أطراف التداول في السوق التجارية الوطنية. ويمكن النظر إلى التجارة الدولية على أنها ذلك النوع من التجارة الذي ينصب على كتلة التدفقات (الصادرات والواردات) السلعية المنظورة، التي تؤلف مجمل الإنتاج السلعي المادي الملموس المتداول في أقاليم التجارة الدولية بين الأطراف المتداولة من جهة وعلى كتلة التدفقات (الصادرات والواردات) الخدمية غير المنظورة التي تتألف من خدمات النقل الدولي بأنواعه، وخدمات التأمين الدولي، وحركة السفر والسياحة العالمية، والخدمات المصرفية الدولية، وحقوق نقل الملكية الفكرية، وخاصة نقل التقنية التكنولوجية من جهة أخرى<sup>1</sup>.

كما تم تعريف التجارة الدولية أيضا على أنها منظمة التجارة العالمية بأنها منظمة عالمية مقرها مدينة جنيف في سويسرا، مهمتها الأساسية هي ضمان انسياب التجارة بأكبر قدر من السلاسة واليسر والحرية. وهي المنظمة العالمية الوحيدة المختصة بالقوانين الدولية المعنية بالتجارة ما بين الدول. تضم منظمة التجارة العالمية 164 دولة عضو إضافة إلى 20 دولة مراقبة كما في 1 آب / أغسطس 2016<sup>2</sup>.

**أهداف المنظمة الدولية للتجارة : تهدف المنظمة إلى :**

● إيجاد بيئة آمنة وأجواء مستقرة للتجارة الدولية.

● استمرار تحرير التجارة من القيود ( والمقصود : النفاذ إلى الأسواق ) .

وفي سبيل ذلك تسلك سياستين مهمتين: الأولى الحد من سياسات الدعم للمنتجات المحلية، والثانية الحد من سياسات الدعم الموجهة للصادرات ( وتسمى الإغراق ). ومن الواضح أن هدف المنظمة من ذلك تكافؤ الفرص بين المصدرين في كل الدول الأعضاء، وأن لا تكون المنافسة بين الحكومات بل بين المنشآت الخاصة والشركات لما سبق بيانه من الأسباب. ويستحق البلد العضو وضع « الدولة الأولى بالرعاية » حين ينضم للمنظمة . والمقصود حصول الدولة العضو على المزايا الخاصة بالتجارة المتاحة من عضو من المنظمة لأحد الأعضاء الآخرين دون قيد أو شرط وتلقائياً. ويستثنى من هذا تجمعات التكامل الاقتصادي التي تتم بين دول بينها تجمع جمركي خاص ، ويستثنى كذلك بعض الترتيبات التفضيلية التي تقام بين الدول النامية تشجيعاً لها على الانضمام، ثم يحصل العضو كذلك على أحقية معاملة سلعه المصدرة معاملة السلع الوطنية في البلد الأجنبي . ولا شك بأهمية هاتين الميزتين للعمل التجاري عموماً ، مع أنهما في نفس الوقت التزام من كل عضو لكل الأعضاء بنفس ما حصل عليه من مزية . الصكوك القانونية : هناك صكوك واتفاقيات قانونية ملزمة للدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية ، وهي :

<sup>1</sup> Jones, Ronald W. 1961. Comparative Advantage and the Theory of Tariffs. *The Review of Economic Studies*, 28(3) pp.161-175.

<sup>2</sup> www.ar.wikipedia.org, consulté le 24mars 2021, à 14 :20

- 1 - الاتفاق العام للتعريفات الجمركية والتجارة ( جات )<sup>1</sup> [GATT] ، والاتفاقات المرتبطة به ( وهي تزيد عن 12 اتفاقية ، و 4 مذكرات ) ، وتطبق هذه الاتفاقات على السلع .
- 2 - الاتفاق العام للتجارة في الخدمات ( الجاتس ) [GATS] الذي يطبق على تجارة الخدمات .
- 3 - اتفاق الجوانب المتصلة بالتجارة في حقوق الملكية الفكرية ( تريبس ) [TRIPS] . أما الاتفاقات الملزمة للأعضاء الموقعين عليها فقط فهي: الاتفاق الخاص بالتجارة في الطائرات المدنية ، والاتفاق الخاص بشأن المشتريات الحكومية ، والاتفاق الخاص بشأن منتجات الألبان ، والاتفاق الخاص بشأن لحوم البقر.<sup>2</sup> النطاق : لا شك أن من أهم عيوب اتفاقية ( الجات ) عدم شمولها قطاعات تجارية واقتصادية مهمة ، ولا شك أن التوسع في التجارة العالمية حثّم دخول كثير من المجالات لمنظمة التجارة العالمية . ومن هنا شمل نطاق منظمة التجارة العالمية التجارة في السلع الصناعية ومشتقاتها ، والتجارة في السلع الزراعية ، وتجارة الملابس والمنسوجات ، والتجارة في الخدمات . ولإكمال الإطار القانوني للتجارة السلعية ، فقد أدرجت الموضوعات التالية إما كمواد أو كاتفاقيات مستقلة ، وهي : الوقاية من الإغراق ، القيود على الدعم والإجراءات التعويضية ، الحماية الطارئة من الواردات على الصناعة المحلية ، الضوابط الفنية والمواصفات ، تراخيص الاستيراد ، وقواعد تسعير السلع على الحدود ، وقواعد الفحص قبل الشحن ، وإجراءات شهادات المنشأ.<sup>3</sup>
- وقد نص الاتفاق العام بشأن تجارة الخدمات ( جات ) على مجالات كثيرة مثل التعليم ، والأعمال المصرفية ، والتأمين ، والمعلومات ، والاتصالات السلكية واللاسلكية ، ووسائل الترفيه . وحددت منظمة التجارة العالمية ما يزيد على 150 قطاعاً فرعياً للخدمات<sup>4</sup> ، وقد نص على قاعدة « التغطية الشاملة » بخصوص الخدمات ، والمقصود شمول جميع الخدمات المتاجر بها دولياً في الاتفاق ، بغض النظر عن طريقة توصيل الخدمة . وقد عرفت الاتفاقية أربع طرق للتوصيل :

- 1 - الخدمات المعروضة من دولة عضو إلى أخرى ( مثل مكالمات الهاتف الدولية ) .
- 2 - الخدمات المعروضة من أراضي عضو للمستهلكين ( مثل السياحة ) .

<sup>1</sup> سميت الاتفاقات السابقة المشمولة باتفاقية الجات القديمة : (جات 1947م) ، وأما الجديدة فهي : (جات 1993م) ، وتشمل الثانية الأولى حين الإطلاق الآن ، ويشتهر اسم (منظمة التجارة العالمية) أكثر من اشتها (الجات) الآن

<sup>2</sup> دليل الأعمال، ص 4 - 5 ، التجارة في المستقبل ، ص 54 - 56 .

<sup>3</sup> التجارة في المستقبل ، 45 - 52 .

<sup>4</sup> ولذلك قامت كثير من دول العالم بتحرير سوق الاتصالات استعداداً للمنافسة القادمة التي تحتمها الحقائق التقنية الحديثة، ومتطلبات المنافسة العالمية حسب قواعد منظمة التجارة العالمية.

3 - الخدمات المقدمة عبر وحدة تجارية ( مثل البنوك ) .

4 - الخدمات المقدمة من أشخاص ( مثل الاستشارات )<sup>1</sup>.

والوسيلة الرئيسة المتبعة لحماية المنتجات المحلية هي الأنظمة الوطنية ، حيث لا يمكن وضع الرسوم الجمركية على الخدمات ؛ ولذلك تبين أهمية الإفصاح والشفافية للمنظمة وللمجتمع الدولي ؛ وعليه ، فتحريز التجارة في الخدمات يتم عبر تقديم الدول تعهدات من خلال المفاوضات لتعديل أنظمتها المحلية تدريجياً وحيثما أمكن نهائياً ؛ لتكون متوافقة مع مبادئ منظمة التجارة العالمية . وليست معاملة الخدمات المقدمة من الأجانب معاملة مماثلة للخدمات المقدمة من المواطنين ملزمة في الخدمات مثلها في السلع، بل يكفي بتقديم تعهدات لتعديل الأنظمة المحلية<sup>2</sup>.

كذلك تشمل المنظمة التجارة في الحقوق الفكرية والأدبية : فقد نص اتفاق الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية ( تريس ) التي تنصب على إبداع العقل البشري ، على أن يشمل الاتفاق حفظ :

1 - حقوق التأليف ( الكتب والأعمال الفنية الأخرى ) .

2 - حقوق براءات الاختراع ( حقوق المخترعين ) .

3 - حقوق النماذج الصناعية ( أشكال الرسوم الزخرفية ) . ويعتبر هذا الاتفاق مكملاً للاتفاقات التي وضعتها المنظمة العالمية للملكية الفكرية ( وايو )<sup>3</sup> [WIPO] ، ويحدد الاتفاق الحد الأدنى لمعايير الحماية ومددها التي يتعين توفيرها لحقوق الملكية الفكرية على اختلاف أنواعها . وتطالب الاتفاقية بمعاملة

المنتج الأجنبي معاملة مماثلة للمنتج الوطني ، ومراقبة تطبيق التشريعات على المستوى الوطني<sup>4</sup> . وتتعهد الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية بتنفيذ إجراءات حماية الملكية الفكرية من خلال تشريعاتها المحلية ، وتطبيق الإجراءات الرادعة لانتهاك هذه الحقوق ، بما في ذلك الإجراءات المدنية والإجراءات الجنائية ، وطبقاً للاتفاق، فإن الحد الأدنى لمدة حقوق الملكية الفكرية هو 50 سنة في حالة حقوق الطبع، و 20 سنة في حالة براءات الاختراع، و 7 سنوات في حالة العلامات التجارية<sup>5</sup> ، « وإثر إبرام اتفاق تعاون مع منظمة التجارة العالمية سنة

<sup>1</sup> التجارة في المستقبل ، ص 34 .

<sup>2</sup> على الرغم من تأسيس منظمة عالمية للملكية الفكرية (WIPO) منذ أكثر من ربع قرن (1967م) أصبحت تضم في عضويتها 132 دولة ، إلا أن الولايات المتحدة ودول الاتحاد الأوروبي قد أصرت على إدراج هذا الموضوع في مفاوضات جولة أوروغواي ، وعلى الوصول إلى اتفاق بشأنها في إطار منظمة التجارة العالمية ، منظمة التجارة العالمية ، ص 80 .

<sup>3</sup> دليل الأعمال، ص 13 .

<sup>4</sup> دليل الأعمال ، ص 14 15 ، والجدير بالذكر أن اتفاقية الخدمات تتيح للدول الأعضاء استثناءات عامة من تطبيق قواعده لحماية الأخلاق العامة أو النظام العام وحماية الأمن القومي ، على ألا تنطوي الإجراءات المتخذة على التمييز بين الدول أو حماية مقنعة ، منظمة التجارة العالمية ، ص 74 .

<sup>5</sup> منظمة التجارة العالمية ، ص 80 .

1996م ، بسطت ( الويبو ) الدور المنوط بها ، وأثبتت مدى أهمية حقوق الملكية الفكرية في إدارة التجارة في عهد العولمة » .

كذلك تطرقت المنظمة لترتيب إجراءات الاستثمار المتعلقة بالتجارة حيث إن كثيراً من ممارسات الدول بخصوصها مشابه للدعم الذي تقدمه الدول لصادراتها ؛ ومن ثم فإنه يجب إلغاء معظم هذه الإجراءات حيث إنها تؤدي إلى تغيير مسار التجارة الدولية وتشجيع الإنتاج غير الكفء ، وتصبح بهذا إجراءات مخالفة لقواعد المنظمة ؛ لذلك سعت المنظمة لتخفيف القيود المفروضة على الاستثمارات الأجنبية .

ويحدد الاتفاق إجراءات الاستثمار ذات الأثر في التجارة ( ترمز ) [TRIMS] ومعنى هذه الإجراءات بأنها الشروط التي تضعها السلطات المحلية على الاستثمارات الأجنبية التي ترغب في العمل في نطاق إقليمها ، والتي تنطوي على تقييد وتشويه للتجارة الدولية . وبمقتضى الاتفاق ( المادة 15 ) يتعين على كل دولة

عضو في منظمة التجارة العالمية إلغاء الإجراءات المحظورة خلال سنتين من قيام المنظمة إذا كانت من الدول المتقدمة . أما إذا كانت من الدول النامية فثمة معاملة تفضيلية تتمثل في إطالة الفترة المذكورة إلى 5 سنوات للدول النامية ، و 7 سنوات للدول الأقل نمواً . ويتم إلغاء مثل هذه القيود بعد ذلك عن المشروعات الجديدة والمشروعات القائمة في الوقت نفسه . والشروط المحظور فرضها هي:

1 - شرط المكون المحلي أو شرط استخدام المستثمر الأجنبي لنسبة محددة من المكون المحلي في المنتج النهائي .

2 - شرط إحداث توازن بين صادرات المستثمر الأجنبي و وارداته .

3 - شرط بيع نسبة معينة من الإنتاج في السوق المحلية .

4 - شرط الربط بين النقد الأجنبي الذي يتاح للاستيراد والنقد الأجنبي العائد من التصدير .<sup>1</sup>

هذه المجالات هي المجالات الموجودة الآن، ولا بد من تقرير أن نظام المنظمة يتيح لها إدخال كثير من المجالات التجارية الأخرى التي لم تكن مجالاً لمثل تلك الترتيبات العالمية من قبل .

قواعد الجات 1993م التي تطبق عند الحدود :

1 - تحديد القيم الخاضعة للرسوم الجمركية ( تحدد الرسوم حسب سعر البيع ، وللسلطات الجمركية إن شكت أن ترفض القيمة المعلنة ، وتعطي الفرصة للتسويق . فإن لم تسوغ ، فللسلطات الجمركية التقدير حسب المعايير القانونية الخمسة المقررة ) .

<sup>1</sup> منظمة التجارة العالمية، ص 78-79، باختصار.

2 - تطبيق المعايير الإلزامية ( وهي معايير الصحة والسلامة للمواطنين، ولا يجوز وضعها بطريقة تسبب وضع حواجز أمام التجارة ؛ ولذلك يدعى لتطبيق المعايير الدولية ، فإن لم توجد فتوضع على أساس المعلومات العلمية )

3 - تطبيق أنظمة الصحة، والصحة النباتية (كسابقتها) .

4 -إجراءات الترخيص بالاستيراد ( وهي تعنى بإرشادات إصدار التراخيص )<sup>1</sup>.

### قواعد دعم المنتجات الوطنية:

الدعم الحكومي للمنتجات الوطنية على نوعين :

أولاً : دعم محظور ، وهو نوعان :

أ - دعم التصدير، ويسمى : ( الإغراق ) .

ب - الدعم الذي يستهدف تشجيع استعمال السلع المحلية بدلاً من المستوردة.

ثانياً : الدعم المسموح ، وهو على نوعين أيضاً :

أ - دعم يسوّغ التقاضي .

ب - ودعم لا يسوّغ التقاضي : فيجوز في حال وجود دعم يسوّغ التقاضي لجوء البلدان المستوردة المضرومة إلى تدابير تصحيحية مثل الرسوم التعويضية إذا ألحقت المستوردات المدعومة ضرراً بالصناعة المحلية . ولا يجوز ذلك في الذي لا يسوّغ التقاضي<sup>2</sup> .

التدابير التي يمكن للدول المستوردة أن تتخذها بناء على طلب الصناعة المحلية :

1 - الإجراءات الوقائية : وذلك بزيادة التعرفة أو فرض قيد كمي لمدة لا تزيد عن 8 سنوات بشرط أن الزيادة المفاجئة في الواردات قد تم التحقق من أنها تضر ضرراً جسيماً بأكثر من شركتين محليتين تنتجان الجزء الأكبر من الإنتاج المحلي لمنتوج شبيه .

2 - يحق فرض رسم تعويضي على المنتوجات المستوردة حين يمارس الموردون ممارسات تجارية غير مشروعة ، وهي :

أ - الإغراق؛ وذلك حين يكون سعر التصدير أقل من سعر البيع في السوق المحلية للمصدر .

ب - بيع الشركات منتوجاتها بأقل بسبب تلقي دعم حكومي ، بشرط ثبوت ضرر كبير لمنتجين محليين ينتجون 25% من إجمالي الناتج المحلي<sup>3</sup> . الهيكل الإداري للمنظمة<sup>4</sup> :

<sup>1</sup> دليل الأعمال، ص 8.

<sup>2</sup> دليل الأعمال، ص 9.

<sup>3</sup> دليل الأعمال، ص 10 - 11 .

<sup>4</sup> التجارة في المستقبل ، 16 - 17 ، دليل الأعمال ، وانظر موسعاً جداً في (قواعد الجات: الاتفاق العام للتعريفات الجمركية والتجارية) ، مصطفى سلامة ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع ، بيروت ، 1998 ، ص 47- 67 ، (وسيشار له لاحقاً ب : قواعد الجات) .

يتكون الهيكل الإداري للمنظمة من المجلس الوزاري الذي يمثل فيه كل الدول الأعضاء ، سواء كان العضو دولة منفردة أم اتحاداً جمركياً . ويلتقي المجلس الوزاري كل سنتين على الأقل ، وتتخذ فيه القرارات الكبرى الخاصة بالمنظمة ، مثل الموافقة على دخول عضو جديد. وتكون القرارات بالإجماع أو التصويت بالأغلبية حسب نوع القرار . ويتفرع من المجلس الوزاري مجلس عمومي ، وهو للعمل اليومي للمنظمة . وهو مثل سابقه ممثل فيه كل الأعضاء ، ويرفع قراراته وما يتم النظر فيه للمجلس الوزاري . ويقوم المجلس العمومي بعمليتين مهمتين : متابعة حسم النزاعات التجارية ، ومراجعة السياسات التجارية للدول الأعضاء . ويفوض في ذلك ثلاثة مجالس : مجلس التجارة في السلع ، ومجلس التجارة في الخدمات ، والمجلس الخاص بحقوق الملكية الفكرية المرتبطة بالتجارة . وهناك لجنتان مشكّلتان من المجلس الوزاري : الأولى : « لجنة التجارة والتنمية » وتعنى بحل مشكلات الدول النامية ، والثانية : « لجنة ميزان المدفوعات » وهي للتشاور في شأن الدول التي تضع إجراءات تقييدية على وارداتها لمواجهة صعوبة ميزان المدفوعات ، وترفع هاتان اللجنتان توصياتهما للمجلس العمومي . أهم الفروق بين اتفاقية الجات ومنظمة التجارة العالمية<sup>1</sup> :

مع أن الفروق الآن قد باتت واضحة بين اتفاقية الجات ومنظمة التجارة العالمية ، إلا أن بيان أهم الفروق قد يفيد في هذه العجالة . ف ( جات 1947م ) ليست منظمة بالمعنى الكامل للمنظمات الدولية ؛ ومن ثم فليس لها سكرتارية دائمة ، ولا مبنى مستقل . وأما منظمة التجارة العالمية فهي منظمة عالمية بالمعنى القانوني الشامل لها، مقرها جنيف ، ويعمل فيها ما يزيد على 450 موظفاً ، بميزانية تقارب مائة مليون دولار . ومع كل ما سبق، ترتبط المنظمة ارتباطاً وثيقاً جداً وعضوياً مع صندوق النقد الدولي والبنك الدولي. ثم إن التزامات الدول في اتفاقية الجات مشروطة ومرتبطة بالاتفاقيات الثنائية الموقعة وذات أجل قصير ، وأما التزامات منظمة التجارة العالمية فدائمة ونهائية وملزمة للأعضاء<sup>2</sup> ، وكانت اتفاقية الجات تغطي بعض السلع الصناعية وشيئاً من السلع الزراعية فقط ، وأما منظمة التجارة العالمية فتغطي كل التزامات الجات السابقة وما تمت الإشارة إليه في النطاق أعلاه .

ثم إن اتفاقية الجات تخلو من نظام متكامل وفعال لفض المنازعات ، بعكس منظمة التجارة العالمية التي كان من أساس بنائها الإداري وجود مثل ذلك النظام ، بل اعتني به ليكون فعالاً وسريعاً يتواءم مع إيقاع التجارة العالمية في العصر الراهن .

<sup>1</sup> التجارة في المستقبل ، ص 14 - 15 ، قواعد الجات ، ص 8 - 9 .

<sup>2</sup> شرط الانضمام للاتفاقيات المرتبطة بمنظمة التجارة العالمية شرط جديد ، « وكان في السابق اختيارياً ، وكانت النتيجة أن انضمت قلة قليلة جداً من البلدان النامية إلى الاتفاقيات المرتبطة بالجات مثل اتفاق التقييم الجمركي ، وترخيص الاستيراد ، والحوافز الفنية أمام التجارة ، وأما قاعدة الالتزام المتكامل فقد جعلت جميع أعضاء منظمة التجارة العالمية ، بما في ذلك البلدان النامية وبلدان مرحلة التحول ، أطرافاً في الاتفاقيات المرتبطة باتفاق جات وفي غيره من الاتفاقيات المتعددة الأطراف » ، ولأجل الصعوبات العملية ، تتيح معاملة خاصة وتفاضلية وفترات انتقالية للبلدان النامية ، وأقل البلدان نمواً ، وبلدان مرحلة التحول ، مع توفير المساعدة الفنية ، دليل الأعمال ، ص 15

ثم إن اتفاقية الجات ليست لها علاقة بالمنشآت الفردية ولا الأفراد من باب أولى . أما منظمة التجارة العالمية فيمكن للأفراد والمنشآت الفردية والشركات فضلاً عن الحكومات الاستفادة منها ومن أجهزتها المختلفة، وخاصة حين حدوث ممارسات تخالف منطلقات المنظمة، وفي حال النزاع القانوني حولها .

### دور منظمة التجارة العالمية في صنع السياسة الاقتصادية العالمية :

نصت المادة الثالثة / فقرة 5 على ما يأتي: « بغية تحقيق قدر أكبر من التناسق في وضع السياسة الاقتصادية العالمية؛ تتعاون المنظمة على النحو المناسب مع صندوق النقد الدولي، والبنك الدولي للإنشاء والتعمير ، والوكالات التابعة له »<sup>1</sup> . ويشكل هذا القرار أساساً مهماً للوصول إلى « انسجام أكبر في صنع السياسة الاقتصادية العالمية » ... « كما أدرك القرار مساهمة تحرير التجارة في نمو وتنمية الاقتصادات الوطنية . فمن الملاحظ أن ذلك التحرير يمثل أهمية خاصة لنجاح برامج التكيف الاقتصادي التي ينفذها عدد من أعضاء منظمة التجارة العالمية ، وإن كانت تنطوي عادة على تكلفة تحول اجتماعي باهظة»<sup>2</sup> ومن المهم ربط ذلك بما ترسله الدول الأعضاء في صندوق النقد الدولي ، والبنك الدولي من معلومات مهمة ودورية عن جميع بيانات وإحصاءات الشؤون الاقتصادية .

### مراقبة السياسات التجارية الوطنية:

« يحتل نشاط متابعة السياسات التجارية الوطنية أهمية أساسية في عمل منظمة التجارة العالمية . ويرتكز هذا العمل على آلية مراجعة السياسة التجارية » . و « تتمثل أهداف آلية مراقبة السياسة التجارية من خلال المتابعة العادية بزيادة وضوح ( شفافية ) وتفهُم السياسات والممارسات التجارية ، وتحسين نوعية المناقشات بين الأجهزة الحكومية والعامّة على المشاكل ، وإيجاد التقييم المتعدد الأطراف لآثار السياسات على النظام التجاري العالمي . وتتم المراجعة على أساس معتاد ودوري . ويجري فحص أكبر أربع دول تجارية في العالم الاتحاد الأوروبي والولايات المتحدة واليابان وكندا مرة كل سنتين تقريباً . أما الدول الست عشرة التالية على أساس حصتها في التجارة العالمية، فيتم فحصها كل أربع سنوات، وبقية الدول كل ست سنوات مع إمكانية تمديد الفترة التحضيرية للدول الأقل نمواً. ويتولى المراجعة جهاز مراجعة السياسة التجارية المؤسس على مستوى مماثل لمستوى المجلس العمومي على أساس وثيقتين: وثيقة السياسة المقدمة من الحكومة محل المراجعة، ووثيقة مفصلة معدة بشكل مستقل من سكرتارية منظمة التجارة الدولية » . « وإلى جانب جهاز مراجعة السياسة التجارية، تحتوي معظم اتفاقات

<sup>1</sup> قواعد الجات ، ص 152 .

<sup>2</sup> التجارة في المستقبل ، ص 22 .

منظمة التجارة العالمية على إلزام للحكومات الأعضاء بإبلاغ سكرتارية منظمة التجارة العالمية بالإجراءات الجديدة أو المعدلة . على سبيل المثال : يجب إبلاغ الجهاز المختص في منظمة التجارة العالمية عن تفاصيل أي تشريع جديد لمكافحة الإغراق والتعويض ، والمواصفات الجديدة التي تؤثر على التجارة ، وتعديلات التشريع الذي يؤثر على تجارة الخدمات ، والقوانين والتشريعات الخاصة باتفاقية مظاهر التجارة ذات العلاقة بحقوق الملكية الفكرية . كما يتم تأسيس مجموعات خاصة لفحص الترتيبات الجديدة لمناطق التجارة الحرة والسياسات التجارية للدول المنضمة»<sup>1</sup>.

### فض المنازعات التجارية والاستئناف والتنفيذ :

ينص التفاهم على القواعد والإجراءات التي تحكم فض المنازعات التجارية على أن « نظام فض المنازعات التجارية لمنظمة التجارة العالمية يشكل عنصراً أساسياً لتأمين الثقة والقابلية للتنبؤ للنظام التجاري متعدد الأطراف . ويلتزم أعضاء منظمة التجارة العالمية بعدم اتخاذ أي إجراء من طرف واحد ضد التصور بالإخلال في قواعد التجارة ، بل اللجوء إلى نظام فض المنازعات متعدد الأطراف وبقبول قواعده ونتائجه . ويجتمع المجلس العمومي للمنظمة بصفته جهاز فض المنازعات للبت في الخلافات التي تنشأ من أي اتفاقية في الوثيقة الختامية لجولة أوروغواي..

وتهدف آلية فض المنازعات لـ « التحقق من الحل الإيجابي للخلاف » . وأنه حل مُرضٍ منسجم مع شروط منظمة التجارة العالمية، من خلال المشاورات بين البلدين المتنازعين. وفي حال إخفاق المشاورات، ترفع للأمين العام لبذل المساعي الحميدة للتوفيق بين وجهات النظر. وإذا لم تنجح المشاورات في الوصول إلى حل بعد 60 يوماً ، يستطيع المدعي أن يطلب من جهاز فض المنازعات تأسيس هيئة لفحص الحالة ، وتحديد اختصاصها وأعضائها ، على أن تعطي الهيئة تقريرها النهائي بعد 6 أشهر ، يمكن تخفيضها إلى 3 أشهر<sup>2</sup> ، ويمكن الاستئناف ضد حكم صادر ، ولكنه مقيد بالقضايا المتعلقة بالقانون المستخدم في تقرير هيئة الفحص والتفسيرات القانونية المقدمة منها . وجهاز الاستئناف معد من قبل جهاز فض المنازعات ، من سبعة أشخاص ، يخدمون 4 سنوات ، لهم سمعة مميزة في القانون والتجارة الدولية وغير مرتبطين بأية حكومة . ويتبنى جهاز حسم المنازعات تقرير جهاز الاستئناف بعد ثلاثين يوماً من إصداره، ويقبل من أطراف النزاع بدون شرط ، إلا مع الإجماع ضده . ويجب على الطرف المعني إظهار عزمه على تنفيذ التوصيات المتوصل إليها من جهاز فض المنازعات، ويمكن إعطاؤه فترة معقولة من الزمن تحدد من جهاز فض المنازعات للقيام بذلك . وفي حال إخفاق العضو في تنفيذ ما تقرر ، يتفاوض على حل تعويضي للمدعي ، كتخفيضات جمركية في بعض الجوانب المهمة للمدعي . وفي حال الإخفاق ، يطلب المدعي من جهاز فض المنازعات سحب الامتيازات والالتزامات من الطرف الآخر ، في نفس القطاع الذي تخوصم فيه ،

<sup>1</sup> التجارة في المستقبل ، ص 22 - 23 .

<sup>2</sup> التجارة في المستقبل ، ص 23 - 24 ، بتصرف ، وللنظر في الإجراءات المفصلة لعمل الهيئة ، انظر الكتاب نفسه ، ص 25 - 26 .

إلا إن كان غير عملي أو غير فعال ، فيمكن سحب الامتيازات من قطاعات أخرى . وعلى أية حال ، فإن جهاز فض المنازعات سيتابع تنفيذ التوصيات والقرارات المتبناة ، وستبقى أية حالة معلقة على جدول أعماله حتى تحل المشكلة<sup>1</sup> . ولا شك أن آليات فض المنازعات قد تم التوسع فيه مقارنة بالآليات الخاصة بـ ( جات 1947م )<sup>2</sup> .

### المبحث الثالث: الدراسات السابقة

دراسة حميتي مُجَّد الأمين، معطاء الله، إسماعيل، جروني، السايح، بعنوان التجارة الإلكترونية ودورها في تعزيز حرية التجارة العالمية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي، تخصص مالية و تجارة دولية، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، امعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، 2019، حيث هدفت هذه

<sup>1</sup> التجارة في المستقبل، ص 26 - 27 ، بتصرف ، وباختصار .

<sup>2</sup> قواعد الجات ، ص 44 .

الدراسة الى توضيح الرؤية الجديدة و دراسة التجارة بالإضافة الى معرفة مدى تأثير التجارة الالكترونية على تحرير التجارة الخارجية.

كما هدفت ايضا الى ابراز دور التجارة الالكترونية في تعزيز حرية التجارة العالمية ما بين 2009 إلى 2018 كالتى تتماشى مع الانفتاح على التجارة الالكترونية الارقام و الاحصائيات الحديثة في التجارة الإلكترونية و اطارها المكاني المتمثل في الدراسة العالمية لهذه الاخيرة.

دراسة الباحثة هناء سيد جواد الناصر، بعنوان: أثر التجارة الإلكترونية على المنافسة في الأسواق المحلية العربية، المركز الديمقراطي العربي، 2017، تحاول هذه الدراسة إلقاء الدور على مدى أهمية التجارة الإلكترونية في الوقت الحاضر والدور الذي يمكن أن تلعبه في النمو الاقتصادي للدول، والتأكيد على أنه بالرغم من التحديات التي تمثلها إلا أن هناك أيضاً فرصاً يمكن استثمارها إذا أحسنت المؤسسات استغلالها واستطاعت أن تتغلب على عائق الفجوة التكنولوجية واستطاعت ملاحقة التطورات العالمية.

دراسة حسين شنيني، التجارة الالكترونية كخيار استراتيجي للتواجد في الاسواق الدولية ومقومات إقامتها فيالوطن العربي الواقع والتحديات، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه ، تخصص إدارة أعمال، جامعة قاصدي مرباح ، 2014، حيث تهدف هذه الدراسة للكشف عن العلاقة الترابطية بين التوسق الالكتروني و التجارة الالكترونية واعتبارها وسيلة من وسائل التسويق الدولي في اختراق الاسواق الدولية.

دراسة اجنبية ل هي يونغ، لي جونيانغ، وو شو بين و جيانغ جياو جياو بعنوان :

**Impact of e-Commerce on International Trade—Based on a Iceberg Cost Model,**  
**International Journal of Trade, Economics and Finance, Vol. 2, No. 3, June 2011**

حيث تهدف هذه الدراسة الى معرفة كيفية ومدى تأثير التجارة لالكترونية و مساهمتها في التجارة الدولية و التوظيف.

## الفصل الثاني

إن التغيرات العالمية الجذرية والناجمة عن الثورة التكنولوجية كان لها آثار بالغة على كيفية الساحة ممارسة النشاطات التجارية ، وكان من أهم ثمار هذه التغيرات هو ميلاد التجارة الالكترونية حديث للمبادلات التجارية ما لبث أن تخطى كل الحدود وتوسع انتشاره وتنامت معدلات على الاقتصادية العالمية و العربية .

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

### 1. البنية التحتية للتجارة الالكترونية الجزائرية

إن أهمية تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الوجود الفعلي للتجارة الالكترونية لم تعد اليوم محال للجدل في أي منطقة من مناطق العالم ، فالتجارب الدولية المعاصرة أثبتت أن السبيل الوحيد لتحقيق تقدم في مجال تطبيق التجارة الالكترونية وافتكاك مكانة في السباق العلمي والمعلوماتي الحالي هو توفير بنية تحتية متطورة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

(1) **شبكة الانترنت** : إن رغبة الجزائر في التحول نحو اقتصاد المعرفة والتي تعد التجارة الالكترونية جزءا منه ، يفرض لها أن تتحقق و تتجسد على أرض الواقع مع نضوج و تطور الانترنت كوسيط الكتروني يؤدي إلى تقريب المسافات و إزالة الحواجز وتخفيض التكاليف ورفع الكفاءة والسرعة في انجاز المعلومات . ولقد زاد وعي الدولة الجزائرية بضرورة هذا التحول ، حيث كانت أولى الخطوات المتخذة لتحقيق هذه الرغبة و تعميم تقنية الانترنت هي إسناد مهمة إنشاء شبكة وطنية و ربطها بالشبكات الدولية سنة 1993 مركز البحث و الإعلام العلمي والتقني التابع لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي . ومن غير المعقول التحدث عن التجارة الالكترونية الجزائرية قبل التطرق الى بيئتها ، والتي تمثلت أساسا في عدد مستخدمي شبكة الانترنت ، فهذه الشبكة تعد الأرضية التي تقوم عليها كل عمليات التجارة الالكترونية.<sup>1</sup>

(2) **مزودي خدمات الأنترنت ،المقاهي و المواقع الالكترونية** : ان أحد اهم اركان التجارة الالكترونية هو توفر البنى التحتية للاتصالات ،وتشهد هذه البنى التحتية نموا نوعيا في الجزائر تجسد على ارض الواقع من خلال نمو سوق الانترنت و زيادة استخدامه ، ولعل من المؤشرات ذات الدلالة الكبيرة على مستوى تقدم الجزائر في استخدام الانترنت وتطبيقاتها في المجال التجاري.

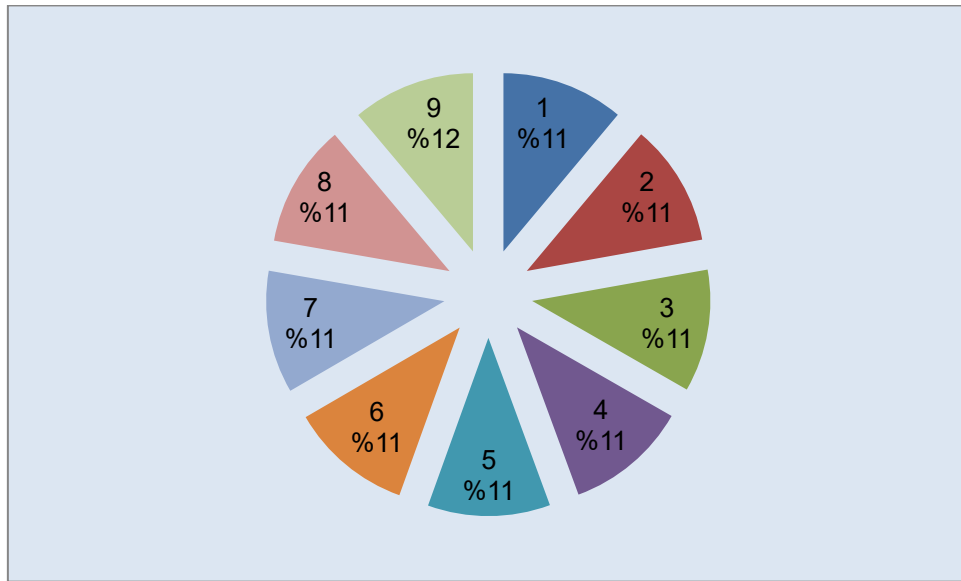
(3) **أجهزة الحاسوب** : ملاكان عالم التجارة الالكترونية يتميز بالتراكم المعرفي ، فان البقاء في وضع المتفرج أمر لا يساعد على تطبيق هذا النوع الحديث من التجارة ،ولهذا البد من توفير جميع العوامل التي تتيح للجزائر فرصة حقيقية لتبني المعاملات الالكترونية الحديثة ،ومن بين العوامل الواجب توفيرها أجهزة الحاسوب الشخصي .

نستعرض من خلال الجدول الموالي وتيرة تطور عدد أجهزة الحاسوب في الجزائر خلال الفترة 2000-2012

<sup>1</sup> شوقي ناجي جواد آخرون الأبعاد المستقبلية للحكومة الالكترونية في الأردن :متطلبات النجاح"، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 3 ، العدد 3 ، مطبعة الجامعة الأردنية، الأردن، 2007، ص.46

السنوات	عدد الأجهزة الحاسوب
2004	20000
2005	220000
2006	242000
2007	265000
2008	290000
2009	350000
2010	386667
2011	429162
2012	471667

الجدول يبين وتيرة تطور عدد أجهزة الحاسوب في الجزائر خلال الفترة 2004-2012



الشكل يبين وتيرة تطور عدد أجهزة الحاسوب في الجزائر خلال الفترة 2004-2012

الشبكات الهاتفية الثابتة والنقالة : إن من أهم الدلائل على زيادة توجه أي مجتمع نحو التجارة الالكترونية هو توفر شبكات الاتصالات الهاتفية الثابتة والنقالة ، والتي يتم من خلالها النفاذ إلى الانترنت و ممارسة التجارة

الالكترونية ، فضعف هذه الشبكات لا يقدم أي دعم فعال لشبكات الأعمال و لا يلبي متطلبات الأعمال الالكترونية<sup>1</sup>.

1. **وضعية التجارة الالكترونية في الجزائر في ظل التطورات الاقتصادية و التكنولوجية الحديثة** يتنامى التفكير حول أهمية التجارة الالكترونية كظاهرة حديثة تساهم في صياغة العالم المعاصر المتميز باستبدال عوامل الإنتاج التقليدية بعنصر المعلومات و قد ألفت هذه رواجاً و استحساناً كبيراً ، وتمكنت في وقت وجيز من فرض وجودها على الدول المتقدمة و العربية على حد سواء ، إلا أن الجزائر متأخرة و شبه غائبة عن متابعة التطورات التجارية الالكترونية ، ولم تعطي التجارة الالكترونية حقها ، ومؤخراً بدأت الجزائر تسعى بخطوات جد بطيئة في تلمس طريقها في مجال تطبيق هذه التجارة و جني الفوائد الكامنة فيها . 1أوال : نظرة عامة حول التجارة الالكترونية في الجزائر : إن النمو العالمي التسارع للتجارة الالكترونية والاتجاه الدولي المتزايد لنشر تطبيقاتها ؛ و ألا يترك للجزائر أي مجال للتردد و المماثلة في تطبيق هذه التجارة ، و إن محاولة رصد و دراسة مدى تبني الجزائر للتجارة الالكترونية و الرغبة في إجلاء الغموض عنها ، يستدعي ضرورة توافر إحصائيات دقيقة حول هذا الموضوع إلا أنه يبقى عدم الانطلاق الفعلي لهذه التجارة ، وبقائها مجرد حلم ينتظر تحقيقه ، و كذلك بسبب قلة الوسائل الصحيحة للقياس و عدم وجود هيئة أو جهة مختصة استوعبت أهمية التجارة الالكترونية و نسقت الجهود لتطويرها و تشجيعها ، و بالتالي تكون مصدراً قادراً على توفير البيانات و المؤشرات ذات الدلالة على مدى التقدم في تطبيق التعاملات التجارية الالكترونية . فعلى هامش افتتاح الصالون الدولي لتكنولوجيا الإعلام و الاتصالات في 18 ماي 2009 الذي حمل شعار 'التجارة الالكترونية و الاقتصاد المعرفي ' أعلن كل من الوزير السابق لوزارة تكنولوجيا الإعلام والاتصال حميد بصالح والوزير السابق للتجارة هاشمي جعبوب عن انطلاق التجارة الالكترونية للتجارة في شهر أفريل 2009.

### تصنيفات التجارة الالكترونية الجزائرية :

تتجه غالبية معاملات التجارة الالكترونية الجزائرية نحو صورتين أساسيتين لهذه التجارة و هي التعامل بين الشركات و المستهلكين، و التعامل بين الشركات بعضها مع بعض.

• **التجارة الالكترونية بين الشركات والمستهلكين** : ان التجارة الالكترونية اليوم هي بمثابة لغة عالمية جديدة لمختلف الاقتصاديات ، فاتساع رقعة استعمال الانترنت من المحيط الجامعي الى مختلف أوساط مختلف فئات المجتمع ، أحدث تغييراً كبيراً في التعاملات التجارية للجزائريين ، وقد سارعت العديد من المؤسسات الجزائرية لتبني ألا نماط الحديثة لتسويق منتجاتها عبر الانترنت ، وإيصالها إلى المستهلكين مما ساعد على انتشار نمط الشراء عبر

<sup>1</sup> عبد الله حمود سراج، "التسويق والتجارة الإلكترونية في الدول العربية، التحديات التي تواجهها وسبيل التغلب عليها"، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 5

، جامعة محمد خيضر، بسكرة ، ديسمبر ، ص 129

شبكة الأنترنت ، وهو ما يعرف بتجارة التجزئة الالكترونية التي وفرت للمستهلكين العديد من المزايا كحرية الاختيار ، واقتصاد الوقت و التكاليف .

• **التجارة الالكترونية بين الشركات :** إن التطور المذهل الذي أحدثته ثورة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في عالم الأعمال والتجارة يفرض على المؤسسات الجزائرية ضرورة التفكير الجاد في استعمال هذه التكنولوجيات خاصة الأنترنت كقاعدة ، و يدفعها لبداية العمل على تفعيل الفائدة العظمى للتجارة الالكترونية في قنوات عملها اليومية ، و قد بدأت المؤسسات الجزائرية تتقبل فكرة الشراء الالكتروني ، و لكن بمستويات مختلفة ، فالإبحار في الشبكة العنكبوتية يجعلنا نكتشف مواقع لبعض الشركات التي بدأت تتعامل عبر الأنترنت مع المؤسسات الأخرى إلا أن المعلومات المتوفرة تؤكد أن جل محاولات المؤسسات للولوج لعالم التجارة الالكترونية تركز على العالقة مع الزبائن ، في حين هناك ضعف كبير في المعلومات الخاصة بالتبادل التجاري بين المؤسسات ، والدراسات القليلة المتوفرة تقتصر على تسليط الضوء على الواقع التكنولوجي لدى مختلف الهيئات الاقتصادية في الجزائر . ففي دراسة قام بها باحث في مركز البحوث في الاقتصاد التطبيقي للتنمية حول استعمال تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة مست 550 مؤسسة خلال سنة 2010 بينت نتائجها أن استعمال هذه التكنولوجيا يقتصر على اقتناء و اكتساب وسائل الإعلام الالي بدال من تشغيلها واستغلالها استغلال أمثال يمكن من الاستفادة من التطبيقات التجارية المتميزة لهذه التكنولوجيا.

• **بعض تطبيقات التجارة الالكترونية في الجزائر :** لا يقتصر مفهوم التجارة الالكترونية على عملية امتلاك موقع على الشبكة العنكبوتية العالمية ، وعقد الصفقات وإقامة الروابط التجارية عبر هذه الشبكة ، بل تستعمل هذه التجارة مجموعة متنوعة من التطبيقات والتي تتمثل في مختلف الأنشطة الممارسة من قبل الشركات من خلال وسائل اتصالات الكترونية ، على غرار عمليات الإعلان عن المنتجات و الخدمات ، تقديم المعلومات عن المنتجات عبر الخطوط الهاتفية.<sup>1</sup>

• **الإعلان عبر الأنترنت :** يعتبر الإعلان عبر الأنترنت من أكثر وسائل الترويج جاذبية و انتشارا في ظل الاتجاه نحو التجارة الالكترونية و تسويق المنتجات و الخدمات عبر شبكة الأنترنت ، بحيث يساهم الإعلان التجاري الالكتروني في تنمية وتطوير التجارة الالكترونية في الجزائر من خلال توفير بيئة تفاعلية لتزويد شريحة معينة من المجتمع و هم مستخدمو الانترنت الجزائريين بالمعلومات اللازمة عن السلع و الخدمات مع إمكانية الطرح المباشر للاستفسارات و الحصول على إجابات فورية و من جهة أخرى يساعد هذا النوع من الإعلانات المؤسسات الجزائرية بكل أحجامها دون استثناء على جذب أكبر عدد من المستهلكين بفضل استعمال التكنولوجيا العالية و تميزها بمؤثرات صوتية و بصرية مذهلة و ملفتة للانتباه بأقل تكلفة مقارنة بباقي وسائل الإعلان ويتميز السوق الاشهاري في الجزائر بكونه لازال في البداية المرحلة الأولى كون العديد من المؤسسات لا تزال خائفة من هذه

<sup>1</sup> - محمد كريم فريجة ، " النوادي الإلكترونية :تحديات وبدائل ، دراسة ميدانية بنواحي عنابة" ، مجلة العلوم الإنسانية العدد 27 يوم 2: ماي 2021 على الساعة 15 و 20 دقيقة [www.ulum.nl/b85.htm](http://www.ulum.nl/b85.htm)الموقع على متوفرة ، 2006 ،العراق

الوسيلة بالإضافة إلى انخفاض تبني هذه المؤسسات لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال إلا أن الملاحظ هو النمو الكبير لاستثمارات الاشهارية عبر الانترنت من سنة إلى أخرى وقد بدأ الإعلان عبر الانترنت في الجزائر يقري شيئا فشيئا المعلنين، والذين قدر عددهم ب 11 معلنا خلال فترة جويلية 2008 وقاموا بإطلاق حملته إعلانية و عن طبيعة المنتجات و الخدمات التي تحظى بأكبر قدر من الترويج عبر الانترنت من طرف هؤلاء المعلنين، فقد بينت هذه الدراسة ان قطاع السيارات فاز ب 17 معلن عبر الانترنت و حصة سوقية مقدرة 29 % متبوعا بقطاع التكنولوجيا الإعلام و الاتصال. و التي قدرت حصته السوقية ب 24 % و 14 معلنا.<sup>1</sup>

### • الدفع الالكتروني في الجزائر

كانت غالبية مراحل التجارة الالكترونية من بحث عن منتج وتفاوض وتعاقد تتم في فضاء افتراضي ، كان لا بد من إتمام المرحلة التالية من هذه التجارة و هي تسوية المدفوعات بطريقة الكترونية ، مما فرض على البنوك ضرورة توفير تقنيات حديثة و إصدار وسائل دفع الكترونية من شأنه تسريع تطور التجارة الالكترونية ، وبالتالي لا يمكن الحديث عن التجارة الالكترونية الجزائرية دون وجود قطاع بنكي عصري يوفر وسائل الدفع الالكترونية المتطورة و على الرغم من كون استخدامات التجارة الالكترونية في الجزائر لم تتعدى المستوى البدائي (الدفع عند التسليم) (ولمتصل إلى المستوى الثاني (الدفع الفوري الالكتروني)) إلا أن الكثير من المصارف الجزائرية بدأت تبدي اهتماما بالأعمال الالكترونية ووسائل الدفع الحديثة و سعت إلى تطوير نظامها المصرفي من خلال إصدار البطاقات البنكية ونشر الموزعات آالية ، والانضمام إلى شبكة الدفع العالمية.

• **الموزعات آالية للنقود ونهايات الدفع الالكتروني** : إن من بين التقنيات الحديثة التي وفرتها المصارف الجزائرية لدعم توجهها نحو الصرفة الالكترونية هي موزعات آالية للنقود "DAB" ونهايات الدفع الالكتروني "TPE" ، و أن الموزعات آالية للنقود هي عبارة عن أجهزة و آلات أوتوماتيكية تستخدم للسحب عن طريق البطاقات الالكترونية ، تثبت خارج المصرف الذي يمولها بالعملة الوطنية ، أما مسؤولية صيانة هذه الأجهزة و تسييرها فتتكفل بها "SATIM" و قد قامت البنوك الجزائرية مؤخرا بتطوير كبير لشبكات السحب الالكتروني من خلال نشر الموزعات آالية للأوراق النقدية في كافة التراب الوطني.<sup>2</sup>

إسهام البطاقات الالكترونية في التجارة الالكترونية لا جدال فيه ،فالسبيل الشاسع لتسوية مدفوعات هذه التجارة مباشرة عبر الانترنت هي البطاقة الائتمانية ، إلا أن البطاقات البنكية المتوفرة حاليا في الجزائر غير قابلة للتعامل على المستوى الدولي، لكنها فاتحة لانطلاق التجارة الالكترونية في بلدنا<sup>3</sup>، فقد حاولت بعض البنوك الجزائرية إضفاء طابع الدولية على بطاقتها البنكية و قامت بإصدار هذه الأخيرة بترخيص من الشبكات العالمية AVIS و

<sup>1</sup> الإتحاد الدولي للاتصالات قياس مجتمع المعلومات " 2010 ، متوفر على الموقع -www.itu.int/ITU :

Summary D/ict/publications/idi/2010/Material/MIS\_2010\_2021 على الساعة 15 و 40 دقيقة يوم

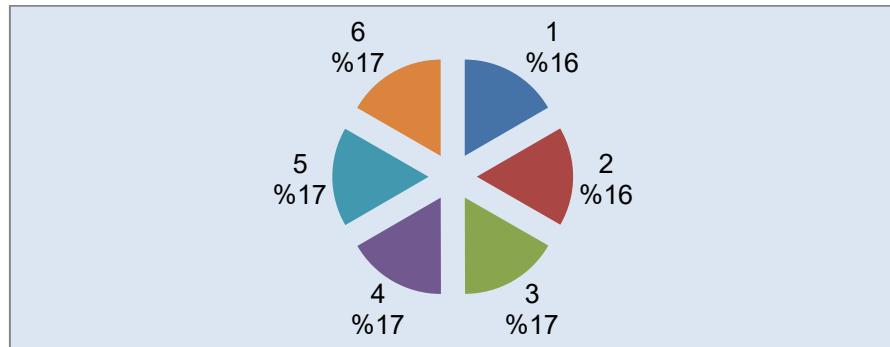
<sup>2</sup> United nations statistics division, millennium development goals database: personal computer per 100 population", [www.mdgs.un.org](http://www.mdgs.un.org), consulté le 2mai 2021, à 13 :30

<sup>3</sup> محمد إبراهيم عبد الرحيم، " الاقتصاد الصناعي والتجارة الإلكترونية"، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2007، ص 74

## الفصل الثاني:

إن مجرد حمل البطاقة لشعار الهيئات الدولية سيمكن المستهلك الجزائري من التسوق عبر الانترنت بكل حرية وتسديد قيمة مشترياته إلى مكان في العالم ومن بين هذه البنوك التي شرعت في تقديم البطاقات المقبولة على المستوى الدولي : القرض الشعبي الجزائري، بنك التنمية المحلية، بنك الجزائر الخارجي و يعتبر القرض الشعبي الجزائري أول من اصدر بطاقة الفيزا في الجزائر، و قام بوضع الموزعات آلية للنقود ونهائيات للدفع الالكتروني في المطارات والفنادق تقبل هذه البطاقات الدولية، وتمكن السياح من سحب مبالغ المالية بالعملة الوطنية بمجرد وصولهم الجزائر و الجدول الموالي يبين تطور عدد البطاقات CPA الدولية خلال الفترة الممتدة من 2000 إلى 2007

السنة	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
عدد بطاقات البنكية الدولية cpa	881	1195	1390	1475	1409	1637	2268	3518



### الشكل يبين تطور عدد البطاقات CPA الدولية خلال الفترة الممتدة من 2004 إلى 2011

يلاحظ من الجدول السابق التطور الكبير في إصدار البطاقات القابلة للاستعمال على المستوى الدولي بين سنتي (2004 إلى 2011) حيث تضاعف هذا العدد تقريبا ب 4 مرات وهو ما يدل على تحقيق هذه البطاقات لنجاح كبير في الجزائر نظرا لسماحتها للمستهلكين بالتسوق من المواقع العالمية ، وإصدار القرض الشعبي الجزائري لبطاقة CPA-VISA فتح المجال واسعا للتجارة الالكترونية الجزائرية.

و لقد خطت الجزائر أولى خطواتها في مجال تطبيق التجارة الالكترونية، إلا أن ازدهار و تطور هذه التجارة البد أن يسانده ويدعمه توفر أطار تشريعي ومؤسستي<sup>1</sup>.

معوقات التجارة الالكترونية في الجزائر وسبل توسيعها: تسعى الجزائر جاهدة للحاق بالركب العالمي للتطورات التكنولوجية ، وتعظيم الاستفادة من التقنيات الحديثة لاتصالات و المعلومات ، غير أنها لم تستطع لحد الآن تسخير هذه التقنيات بشكل فعال لاستخدامها في النشاط التجاري ،فمعدلات انتشار التجارة الالكترونية في الجزائر تبقى منخفضة و متواضعة وبعيدة كل البعد عن المستوى العالمي ،وأدى هذا التدني الى الصعوبات الكثيرة

<sup>1</sup> محمد إبراهيم عبد الرحيم، نفس المصدر، نفس الصفحة

التي تعرقل نموها وتطبيقها، إلا أن هناك أمل كبير في تخطي هذه العقبات ، من خلال تركيز الجهود الإيجاد الأدوات و آليات الكفيلة بتفعيل هذا النشاط و توفير البيئة الملائمة لتوسيع استخدام التجارة الالكترونية الجزائرية.

### 2. معوقات التجارة الالكترونية في الجزائر: رغم أن الانعكاسات الايجابية للتجارة الالكترونية على الاقتصاد

و التي لا تعد وال تحصى إلا أن هذه التجارة تبقى محدودة للغاية في الجزائر بسبب مجموعة من العقبات التي تمنعها من التطور و الانتشار، و الارتقاء إلى المستوى العالمي، ومن هذه الأسباب ما هو تقني، تجاري وتشريعي :

- **العوائق التقنية والتجارية:** تتمثل العوائق ذات العالقة بمجال التقنية و التكنولوجيا فيما يلي :
- **ضعف البنى التحتية التكنولوجية :** هذا يتطلب نجاح التجارة الالكترونية إنشاء بنية تحتية تكنولوجية متطورة تساعد على انتشار استخدام الانترنت ، و توفر البيئة المناسبة و الداعمة للتجارة الالكترونية و القدرة على تحمل أعباء و مخاطر النوع الحديث من المبادلات التجارية ، وتبين الإحصائيات المتوفرة في الجزائر ضعف البنية الأساسية الضرورية لممارسة التجارة الالكترونية على نطاق واسع من شبكات اتصالات سلكية والسلكية ، حاسبات وبرمجيات ، أقراص صلبة و مرنة و أجهزة الهاتف.<sup>1</sup>
- **شبكات الاتصالات الهاتفية :** ان أول ما يؤكد تأخر الجزائر في استكمال البنى القاعدية التكنولوجية هو محدودية الخدمات الهاتفية الثابتة التي تأثر بشكل مباشر على إقبال على الانترنت ، فال يمكن بأي شكل من أشكال التوسع في استخدام الانترنت دون توفر الخدمات الهاتفية الكافية باعتبار الانترنت هو ارتباط واتحاد بين جهاز كمبيوتر و هاتف .
- أما بالنسبة للهاتف الجوال،فانه يعتبر من أكثر التكنولوجيات انتشارا في الجزائر ، و قد شهدت هذه الأخيرة تحسنا ونموا كبيرا خلال السنوات القليلة الماضية مقارنة بنظيرتها الثابتة.
- **الانترنت :** بما أن التجارة الالكترونية تعتمد بشكل أساسي على الانترنت كأداة اتصال ،فان عدم التمكن من النفاذ إلى هذه الشبكة يحد من انتشار هذه التجارة ، فرغم تحقيق سوق مستخدمي الانترنت معدلات نمو من سنة الى أخرى ال تزال هذه المعدلات متدنية ، وان من بين أهم ما يعرقل تطور عدد مستخدمي الانترنت هو المبالغة في التكاليف سواء على الأفراد أو الشركات.

### • **تواضع حجم صناعة تكنولوجيا الإعلام والاتصال**

تعتبر صناعة تكنولوجيا الاعلام والاتصال محركا أساسيا لنمو التجارة الالكترونية وتوسع نطاقها ، و تعاني الجزائر من ضعف كبير في إنتاج السلع و الخدمات المتصلة بتكنولوجيا الإعلام و الاتصال ،فالجزائر لا تولي الاهتمام الكافي لعملية خلق صناعة وطنية لهذه التكنولوجيا ، نظرا لوجود أولويات تنمية أخرى ، ولميل هذه المنطقة الى الاستثمارات التقليدية في قطاعي الطاقة و العقارات ،بالإضافة إلى ضعف القاعدة البشرية التي تستند إليها صناعة

<sup>1</sup> سعد غالب ياسين، بشير عباس العالق، " التجارة الإلكترونية"، دار المناهج للنشر والتوزيع ، الأردن، 2004، ص 192

المعلومات ، و صعوبة عملية الانتقال من البحث العلمي نحو الصناعة في إطار الوتيرة المتسارعة للابتكارات التكنولوجية.

• **ضعف الثقافة التقنية و الوعي الالكتروني بين أفراد المجتمع :** إن تدني مستوى الثقافة الرقمية يؤثر سلبا على تطور وانتشار التجارة الالكترونية ، فان فئة واسعة من الجزائريين تعاني من ضعف المستوى الوعي بالاستخدام الصحيح لتقنيات المعلومات في قطاع الأعمال ، وهذا الضعف يفسر في جانب منه بانتشار ظاهرة (الامية المعلوماتية ) والتي يقصد بها الجهل بأساليب ووسائل التعامل بأجهزة الحاسب آلي و البرمجيات ،فعدم التعامل مع جهاز الحاسوب يؤثر في الاقبال على خدمات التكنولوجيا ويحرم الكثير من ممارسة التجارة الالكترونية . و من بين أهم الوسائل المساهمة في تعزيز و نشر الثقافة و الوعي الالكتروني هي نوعية التعليم ، وتشير إحصائيات أن مدى انتشار الحاسبات في المؤسسات التعليمية يختلف مراحلها في الجزائر يبقى محدودا ، و يؤكد غياب الوعي الالكتروني أهمية ومكانة التجارة الالكترونية ،و عدم دراية العديد من المواطنين بالفوائد التي يمكن التحصل عليها من إدماج الانترنت في النشاطات التجارية ،فتوظيف الانترنت في الجزائر يعتبر توظيفا ترفيهيا توظيفا تجاريا<sup>1</sup>.

• **قصور الكوادر البشرية المدربة والمؤهلة في مجال تقنيات المعلومات وتطبيقات التجارة الالكترونية :** ان العنصر الغير الملموس لقيمة التكنولوجيا المتقدمة و المتمثل في رأس المال الفكري ، يفوق القيمة الحقيقية لموجوداتها الحسية كالمعدات والتجهيزات ، ولذلك فان التركيز على العنصر البشري يعد إحدى سبل الوصول مجتمع المعرفة و التطبيق السريع للتجارة الالكترونية و تفتقر الجزائر إلى الموارد البشرية والكوادر والخبرات التكنولوجية للتعامل مع تقنيات التجارة الالكترونية والتي من المفروض أن تتولى مهمة تصميم و تطوير مواقع التجارة الالكترونية ونظم الدفع الالكترونية . و يفسر هذا الفقر في الموارد البشرية بجملة من العوامل من بينها :

- ضعف مستوى التكوين المتخصص في تكنولوجيا الإعلام والاتصال على مستوى المعاهد والمؤسسات.
- ضعف الامكانيات البحث والتطوير العلمي و التكنولوجي الذي يؤدي دورا مركزيا في اقتناء وإنتاج المعرفة التكنولوجية اللازمة للاستفادة من التجارة الالكترونية ، فلم توجه الجزائر الاهتمام الكافي لهذا المجال.
- ظهور ابتكارات جديدة باستمرار ، وتطور التكنولوجيا بسرعة فائقة يصعب من عملية اللحاق بها و يجعل خريجي المعاهد والجامعات في مجال المعلوماتية و التقنيات الحديثة الإعلام والاتصال غير كافي لمواكبة هذه التطورات وبناء مجتمع معلومات مع التجارة الالكترونية -هجرة الأدمغة و الكفاءات إلى الدول المتقدمة التي تعمل جاهدة إلى استقطابها<sup>2</sup>.
- ضعف البنية التحتية للدفع الالكتروني : تعترض الجزائر تحديات كبيرة في مجال الدخول إلى عالم التجارة الالكترونية ، و التي من بينها ياب البني التحتية التي تسمح بتسديد المشتريات عبر الأنترنت ، فضعف وعدم توفر الوسائل الخاصة بالدفع الالكتروني يلعب دورا كبير في ضعف عمليات التجارة الالكترونية

<sup>1</sup> - سعد غالب ياسين، بشير عباس ألعاق التجارة الإلكترونية"، المرجع السابق ،ص 199.

<sup>2</sup> إبراهيم العيسوي، " التجارة الإلكترونية"، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، مصر، 2003، . ص 86.

الجزائرية ، ومن شأنه عرقلة نمو هذا النوع الحديث من المبادلات ووسائل الدفع المستعملة في الجزائر تتميز بأهميتها التقليدية في أغلبها و قد أخرجت البنوك الجزائرية كثيرا في إصدار وسائل الدفع الحديثة تتماشى مع التطورات التكنولوجية بحيث أعطيت إشارة انطلاق نظام الدفع الإلكتروني باستعمال البطاقات البنكية نهاية سنة 2005 .

— بالنسبة للبطاقات فإن الحديث عن التجارة الإلكترونية الجزائرية دون توفر بطاقات ائتمانية يعتبر شبه مستحيل، نظرا لكون هذه البطاقات الطريقة المفضلة لتسديد المدفوعات مباشرة على الأنترنت ، إلا أن استعمال هذا النوع من البطاقات يبقى محدودا جدا في الجزائر.<sup>1</sup>

— إن نوع البطاقات المصدرة من طرف المنظومة البنكية الجزائرية هي بطاقات سحب ودفع "BCI" عمم استعمالها سنة 2007 ، إلا أنها لم ترقى بعد إلى المستوى الذي يحولها تشجيع نمو التجارة الإلكترونية، بالإضافة إلى بقاء هذه البطاقات غير مستعملة في عملية سداد المشتريات من التجار الجزائريين عبر الخط حتى النصف الثاني من سنة 2009، وكذلك لا تتمتع هذه البطاقات بالقبول للتعامل على المستوى الدولي ، فلم تشجع بعض البنوك في إعطاء طابع الدولية لبطاقتها VISA - MASTERCART من خلال الحصول على الترخيص من الهيئات الدولية حتى سنة 2010<sup>2</sup>

— و يمكن تفسير البنية التحتية للدفع الإلكتروني و تأخر البنوك في تطوير هذه البنية بالعوامل التالية:

— ارتفاع تكاليف الاقتناء .

— تخوف البنوك من إصدار البطاقات الائتمانية بسبب عدم التأكد من مدى التزام حاملي البطاقات لسداد الديون المستحقة عليهم .

— رداءة الخدمات البنكية وكثرة تعطل الموزعات الآلية ونهايات الدفع الإلكتروني . - تفضيل الزبائن للدفع نقدا في مختلف التعاملات التجارية بالإضافة إلى انخفاض القدرة الشرائية للمواطنين .

• **الجرائم الإلكترونية :** إن من بين أهم ما يعرقل نظام الدفع الإلكتروني هو انتشار الجرائم التي ترتكب بواسطة الحاسب الآلي و شبكات الأنترنت مما سيؤثر على قرار البنوك في تطوير هذا النظام للدفع و على ثقة الزبائن في استعمال الوسيلة الحديثة للدفع و من بين هذه الجرائم :

— جرائم انتحال شخصية الفرد و استعمال بياناته الشخصية لاستخراج البطاقات البنكية عبر الأنترنت .

— ارتكاب حاملي البطاقة لجرائم تتعلق بالاستعمال الغير المشروع للبطاقات منهية الصالحة أو الملعاة لسداد المشتريات ، و كذلك إساءة استخدام بيانات البطاقة أثناء مدة صلاحيتها بدفع ثمن السلع و الخدمات عبر الأنترنت أو السحب من أجهزة الصراف الآلي ، ويكون الرصيد في البنك غير كافي لتغطية هذه المبالغ .

<sup>1</sup> احمد مُجّد غنيم، " الإدارة الإلكترونية :آفاق الحاضر وتطلعات المستقبل"، المكتبة المصرية، المنصورة، مصر، 2004، ص 44

<sup>2</sup> احمد مُجّد غنيم، المصدر السابق، ص 99

- جرائم السطو على أرقام البطاقات ، حيث يستطيع أشخاص ذوي دراية كبيرة بأنظمة المعلوماتية و طرق التزوير ، تخليق أرقام بطاقات ائتمانية من خلال حاسبهم بواسطة برنامج تشغيل خاص بالإضافة إلى الالتقاط غير المشروع لأرقام بطاقات مستعملة في التسوق عبر الأنترنت استغلالها في الحصول على سلع وخدمات<sup>1</sup> .
- غسيل الأموال باستخدام البطاقات البنكية ، بحيث يتمكن أصحاب الدخل غير المشروع من استخدام البطاقات في غسيل هذه الأموال من خلال الحصول على عدد كبير من البطاقات من بنوك في دول أخرى .ثانيا : العوائق الاجتماعية والنفسية : تتعلق الأسباب الاجتماعية والنفسية للتجارة الالكترونية بخصائص المجتمع الجزائري و الذي لايزال ينتظر الكثير من الأشياء حتى يتمكن من الانضمام إلى مجتمع المعلومات.<sup>2</sup>
- الأمية :من الصعب على الجزائر التي يعاني فيها حوالي 7.5 مليون شخص من أمية الحرف أن تتحول بسهولة إلى الاقتصاد المعرفي وتطبق أسلوب التجارة عبر الأنترنت.
- اللغة : من بين تحديات التجارة الالكترونية عامل اللغة والذي يعتبر من بين القضايا الحاسمة في استخدام الشبكات لأغراض التجارية ، حيث معظم التعاملات التجارية الالكترونية تتم باللغة الانجليزية.
- العائق النفسي : إن من بين ما يعرقل التحول إلى التجارة الالكترونية ويجعلها بديلا غير واقعا ، هو سلوك المستهلك و نظرة المستهلك الجزائري إزاء الانفتاح على العالم الخارجي و إبرام نوع حديث من الصفقات التجارية التي تتعدى الحدود ، فلقد فوجئ المستهلكون الجزائريون بهذا النوع الحديث من المبادلات و التسوق عبر وسيط الكتروني ، مما أدى إلى عدم تقبلهم فكرة التجارة الالكترونية ومقاومتهم لها ويتميز سلوك المستهلك بما يلي<sup>3</sup> :
- انعدام ثقة المستهلك في الباعة المجهولين الذين يراهم أمامه مباشرة.
- عدم انغراس التجارة الالكترونية في عادات المجتمع ،فالكثير يفضلون البضائع والخدمات عن قرب ولمسها وتحسسها وربما تذوقا قبل إتمام الصفقة .
- تخوف المستهلك من عنصر المخاطرة الذي يميز التجارة الالكترونية ، فهناك احتمال بث معلومات غير صادقة من طرف التاجر حول مواصفات السلعة وأسعارها وبالتالي هناك خطر استلام منتجات غير مطابقة للطلبات أو عدم استلامها نهائيا -التخوف من عملية سرقة البيانات والمعلومات الخاصة المتعلقة بأرقام البطاقات البنكية -العادات الشرائية للمستهلكين الذين يفضلون التوجه إلى الأسواق التقليدية.

<sup>1</sup> بشير عباس العالق، " تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتطبيقاتها في مجال التجارة النقالة"، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، عمان، الأردن، ص55

<sup>2</sup> - جاري شنايدر، " التجارة الالكترونية"، تعريب سرور علي إبراهيم دار المريخ للنشر ، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2000، ص45

<sup>3</sup> احمد مجد غنيم، المصدر السابق، ص 62

حادثة ظاهرة التجارة الالكترونية وتميزها بالتغيير السريع يزيد من تخوف المستهلك من اقتحام هذا العالم الجديد.<sup>1</sup>

**ثالثا : العقبات التجارية :** لقد وضعت الثورة التكنولوجية الحديثة تحت تصرف المؤسسات طرق الكترونية حديثة الجراء التبادلات ولأعمال وألا نشطة التجارية ، بغية مساعدتها على إثبات وجودها بقوة على الساحة التجارية ، إلا أن أغلبية المؤسسات والمشروعات الجزائية لديها أنواع من الجمود و عوامل مرسخة لمقاومة التغيير، فهذه المؤسسات مرتبطة بأنماط التجارة التقليدية ، وتفتقر إلى قابلية التحول الجذري لمؤسسات الكترونية تعتمد على الوسائط الالكترونية في إبرام صفقاتها ويمكن تلخيص هذه العقبات التجارية كالآتي:

-عدم توفر الحوافز لدى المؤسسات لممارسة التجارة الالكترونية :ويرجع ذلك إلى عدة أسباب من بينها صعوبة الوصول إلى قاعدة تمويل كبيرة لبدء مشاريع التجارة الالكترونية فال تستطيع أغلبية الشركات الحصول على تمويل كافي لتغطية نفقات و تكاليف توطين تكنولوجيا الإعلام والاتصال و إنشاء منصة للتجارة الالكترونية على الأنترنت ،تواكب هذه المنصة التكنولوجية التطورات التي تحدث بخطى متسارعة في هذا الميدان<sup>2</sup>:

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

أ- محدودية الدعم الحكومي المشجع للتجارة الالكترونية

ب- عدم توفر شركات الوساطة تقوم بدور نقل وتوصيل البضائع المباعه الكترونيا

ت- حاضنات غير مأهولة.

ث- الغياب الشبه التام للمشاركة للمعلومات التي بجوزة المؤسسات.

-الانعكاسات السلبية لظاهرة العولمة على المؤسسات المحلية المختصة في مجال المعلوماتية و الذي أصبح دورها يقتصر على الاستهلاك فقط.

- ارتفاع تكاليف نقل الملكية الفكرية مما يضيف أعباء ثقيلة على فاتورة التقنية المعلوماتية .

- إحجام المستهلكين على التسوق عبر الأنترنت بسبب عدم وجود فوارق في الأسعار بين التجارة التقليدية و التجارة الالكترونية.

- عدم توفر عدد كبير من الباعة والمشتريين

**رابعا : العقبات القانونية والتشريعية :** ظهور الوسائط الالكترونية للتعامل و التي تتخطى الحدود الجغرافية ،نتج عنه بروز العديد من المشاكل و القضايا القانونية المترتبة عن استخدام هذه الوسائط في التجارة الالكترونية و التي تقوم على تعاقدات دون مستندات أو مرتكزات مالية ، الأمر الذي يثير مسألة التزامات الأطراف المتعاقدة ، فال بد من تعديل و توفير عدد من التشريعات و التدابير القانونية التي تساعد على حماية هذه الأطراف أثناء التبادل ، وتسرع عملية إبرام و تنفيذ العقود الالكترونية ، وتشجع على تبني مختلف أساليب التجارة الالكترونية و تواجه الجزائر تحديا حقيقيا في وضع التشريعات التي تتلاءم مع النمط الحديث من العمليات التجارية الالكترونية.

<sup>1</sup> بشير عباس العالق، « تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتطبيقاتها في مجال التجارة النقاله"، المرجع السابق، ص56

<sup>2</sup> أحمد محمد غنيم، المصدر السابق، ص63

### حلول وسبل توسيع استخدام التجارة الالكترونية في الجزائر:

في ظل تنامي الاهتمام العالمي بالتجارة الالكترونية يتعين على الجزائر أن تدرك حقيقة وضعها على الخريطة التجارية الالكترونية الحديثة ، و أن تحاول تدارك التأخر الحاصل و الاستفادة من الفرص التي تتيحها هذه التجارة ، من خلال إيجاد الحلول و اتخاذ بعض الإجراءات قصد النهوض بهذه التجارة وإيجاد البيئة التمكينية المناسبة لانتشارها<sup>1</sup> .

– **السبل التوعوية:** من المتفق عليه أن التحول نحو التجارة الالكترونية والتعامل في عالم افتراضي خالي من الوسائل المادية ، و لا يعترف بالحدود الزمانية و المكانية ، يشكل في واقع الأمر تحديا كبيرا لعادات استهلاكية و أفكار تجارية مستقرة منذ عقود طويلة ، ولذلك لا يمكن تطبيق التجارة الالكترونية إلا في ضوء خطة إعلامية تنويرية علمية مدروسة بعناية ، ومخصصة حسب الفئات التي تتم مخاطبتها . فالقيام بهذه الحملة التنويرية الهادفة إلى نشر الوعي و الاستعداد النفس ي للتجارة الالكترونية ، يعد عاملا أساسيا في تكوين رأي عام ايجابي حول هذه التجارة و المزايا الناجمة عن التعامل بها لدى جميع الفئات بكافة أعمارهم وثقافتهم ، سواء كانوا أفراد ومؤسسات . إذن فنجاح هذه السبل التوعوية في أداء الدور المنوط بها ، يستدعي تركيزها على نشر الثقافة و المعرفة باستخدامات الأنترنت و التجارة الالكترونية ، وتحسيس الجمهور بفوائد هذه ، وتكوين موارد بشرية ، و موائمة نظام التكوين و التعليم مع هذا النوع الحديث من المعاملات.

### إعداد مجتمع الأعمال للتجارة الالكترونية:

ان مسألة التوعية لا تقتصر على الأفراد فقط بل لا بد من أن تشمل المؤسسات كذلك ، فتبني تطبيقات التجارة الالكترونية في الشركات يعتمد بشكل كبير على مدى قبول هذه التكنولوجيا و إدراك إمكاناتها من قبل العاملين في الشركة سواء كانوا مديرين أو موظفين .

**تثمين دور التعليم:** في ظل اقتصاد المعلومات أين يتجه الاهتمام صوب النشاط كثيف المعرفة يخص جانب التعليم بدور جوهري باعتباره النطاق الذي تبنى فيه الطاقات البشرية التي تحتاجها صناعات اقتصاد المعرفة . فتطبيق التجارة الالكترونية يستدعي ضرورة لإطلاق مبادرات لبناء و تنمية القدرات البشرية اللازمة للتحول إلى هذا النمط من المعاملات<sup>2</sup> .

**ثانيا: السبل التكنولوجية:** تتعلق الحلول التكنولوجية الرامية إلى النهوض بالعناصر التالية:

**(1) تعميم استخدام الأنترنت:** إن الانتشار الكبير لشبكة الأنترنت وتزايد استخدامها و بروزها كقاعدة للتجارة الالكترونية ساعد على جعل هذه التجارة الطريقة الأرخص و الأكثر كفاءة للوصول إلى الأسواق

<sup>1</sup> جاري شنايدر، " التجارة الالكترونية"، تعريب سرور علي إبراهيم، المرجع السابق، ص 46

<sup>2</sup> طارق طه، " التسويق والتجارة الإلكترونية"، دار الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2005، ص 59

الوطنية العالمية و إتمام الصفقات ، مما يجعل من البديهي أن تضع الجزائر ضمن مشاريعها القادمة والمستعجلة ضرورة توسيع استخدام الانترنت والعمل على الاستفادة القصوى منه

**(2) تحرير سوق خدمات الاتصالات :** إن من بين ما يحد من تطور التجارة الالكترونية هو انغلاق أبواب المنافسة في أسواق خدمات التكنولوجيا الإعلام واتصال ولهذا البد من تقليص دور القطاع العام والتوسع في تحرير هذه الخدمات من الاحتكار من اجل خلق بيئة و سوق تنافس ي تتعادل فيه الفرص ويكون حافزا ومشجعا على تطوير شبكة الاتصالات و زيادة معدلات الاتصال و تخفيض تكاليف الحصول على الخدمات فضال عن تحسين نوعية الجودة و الخدمة .

**(3) تشجيع القطاع الخاص على الاستثمار :** تتميز البني التحتية للاتصال و المعلومات في الجزائر بكونها التزام دون المستوى المقبول سواء من حيث نسب الانتشار أو القدرات أو التكلفة و لذلك يحتاج واقع البني التحتية لكثير من الاستثمارات لتطوير أنظمة المعلومات و الاتصالات

**(4) خلق صناعة محلية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات :** تعتبر عملية تطوير صناعة جزائرية لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال احد الأركان الأساسية في مستقبل التجارة الالكترونية في الجزائر فيجب التركيز على استيراد التكنولوجيا الجاهزة<sup>1</sup> .

**معالجة القضايا التنظيمية :** ان وجود سلطة رسمية وكيان مستقل لتنظيم قطاع الاتصالات يمثل عاملا رئيسيا في نمو وانتشار التجارة الالكترونية فمثل هذه السلطة تتولى وضع آليات تنظيمية لخلق سوق يعزز الشفافية ويشجع على التنافس ويضمن التحول السريع إلى مجتمع المعلومات.

**ثالثا : السبل التشريعية :** تختلف التعاملات في إطار التجارة الالكترونية في كثير من جوانبها عن التجارة التقليدية، فقد افرز الاعتماد المتنامي على شبكات المعلومات و نظم الحواسيب في المجال التجاري جملة من التحديات القانونية التي لم يسبق للمشرع الجزائري مواجهتها ولهذا فان رغبة الجزائر في إقامة تجارة الالكترونية وتحقيق فوائد المرجوة منها يستدعي ضرورة القيام بتعديلات عميقة تشمل التوجه السريع للنظم القانونية الجزائرية لمعالجة الآثار الناجمة عن استخدام تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في الجانب التجاري، من خلال حركة تشريعية تعكس استجابة التشريع الجزائري للجديد و المستجد في هذا الحقل، حيث لا بد أن تركز هذه الحركة على التحضير و التكيف السريع لإطار القانوني للتجارة الالكترونية الذي يكفل تنظيمها على نحو يحقق شيوعتها و نمائها.

**رابعا: السبل الاقتصادية والمالية :** تعد الحكومة المحرك الرئيس ي و الفاعل للاقتصاد ، فيإمكانها اتخاذ مجموعة من التدابير و الإجراءات الاقتصادية و المالية التي من شأنها توفير قوة الدفع اللازمة لجميع أطراف مجتمع المعلومات لتبني التجارة الالكترونية .

<sup>1</sup> سعد غالب ياسين، بشير عباس العالق، " التجارة الإلكترونية"، المرجع السابق، ص64

-الشراكة بين القطاع الخاص و الحكومة : إن الرغبة في بناء مجتمع المعلومات يتطلب تنسيقا وتكاملا بين القطاع الحكومي و الخاص ،للتاح لكل قطاع فرصة القيام بالدور المنوط به في إيجاد آليات تسريع التحول نحو هذا المجتمع فمشروع التجارة الالكترونية جزء من مجتمع المعلومات التي يمكن أن تقوم به الحكومة وحدها ، بل البد إسناد القيادة للقطاع الخاص ، و تفعيل دوره في مجال تطوير هذه التجارة بكافة أبعادها ، من خلال إعطاءه حرية الانطلاق و ضمان مشاركته في تحديد الرؤية والتخطيط وإعداد القواعد و النظم والإجراءات اللازمة لتطبيق التجارة الالكترونية ،وتقييم ومتابعة تنفيذ هذا المشروع<sup>1</sup>.

— تنمية وتشجيع المؤسسات للتحول إلى التجارة الالكترونية : يوجد اتفاق عالمي أن القطاع الخاص يلعب الدور الفاعل و الرئيس ي في نمو و ازدهار التجارة الالكترونية ، وما يميز مؤسسات هذا القطاع في الجزائر هو نقص اهتمامها بهذه التقنية التجارية التي ستفتح لها آفاق واسعة ، ولذلك البد أن تلعب الحكومة الجزائرية دورا ايجابيا ، مشجعا و محفزا لهذه الشركات لتعظيم استخدامها للتجارة الالكترونية و رفع مستوى الوعي لديها بالفرص و التحديات التي تشكلها هذه التجارة ، كما كما يمكن إنشاء سلسلة من الشركات المهتمة بالتجارة الالكترونية ، وتجميعها النشاء شبكات تجارية ومواقع تسويقية أو بوابات الكترونية على شبكة الأنترنت ، تهدف إلى زيادة روابط التعاون بين هذه المنشآت و تدعيم المعاملات و الصفقات بينها عن طريق الاتصال المباشر.

تطوير وتنويع الهيكل الاقتصادي : إن التجارة الالكترونية هي ركن من أركان الاقتصاد تعكس ما يدور فيه ، فازدهار هذه التجارة يتطلب تعبئة كافة القطاعات الاقتصادية لخدمتها.

رفع معدل الإنفاق على أنشطة البحث والتطوير :يمثل البحث و التطوير أحد أهم جوانب التطوير التكنولوجي، فالدخول في اقتصاد المعرفة و تبني التجارة الالكترونية يستدعي ضرورة الخروج من النظرة الضيقة لقطاع البحث على أنه ال يحقق قيمة مضافة ، و تجسيد ذلك بوضع خطة بحث و تطوير في تقنية المعلومات و الاتصالات تستهدف استقطاب الباحثين العلميين و الاستفادة من خبراتهم لزيادة ذخيرة المعرفة العلمية و استعمالها في إنتاج و تطوير منتجات و خدمات جديدة متعلقة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال.<sup>2</sup>

- 2. تطوير نظام الدفع الالكتروني : يعتبر هذا النظام من بين الأنظمة الرئيسية لنمو التجارة الالكترونية الجزائرية و انتشار تطبيقاتها ، هو ضرورة استبدال النظام التقليدي للدفع و السداد بنظام الكتروني يتمشى مع التطورات التكنولوجية الحديثة ، فلا بد على الدولة الجزائرية أن تسارع بتشخيص الأوضاع الراهنة و تحديد احتياجات هذا النظام الالكتروني الحديث ، و بناء عليه تقوم بتنفيذ برنامج أو خطة شاملة لعصرنة و تطوير أساليب الشاسعة الاستعمال لتسديد المدفوعات ، على غرار البطاقات الائتمانية و الذكية و النقود الالكترونية.

<sup>1</sup> طارق طه، "التسويق والتجارة الالكترونية المرجع السابق، ص60

<sup>2</sup> طارق طه، المرجع السابق، ص61

**3 - تخفيض التكاليف :** البد أن تسعى الحكومة إلى تخفيض أسعار منتجات تكنولوجيا الإعلام والاتصال و خدمات النفاذ إليها من خلال خصصة قطاع الاتصالات و فتح الباب للمنافسة ، ومنح إعفاءات ضريبية للشركات العاملة في مجال تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و التجارة الالكترونية و تخفيض الرسوم الجمركية على منتجات تكنولوجيا الإعلام و الاتصال و التجارة الالكترونية و تخفيض الرسوم الجمركية على منتجات تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستوردة لیتاح لمعظم فئات المجتمع الحصول عليها.

### خاتمة

رغم كون التجارة الالكترونية لا يزال حديثا و غير محدد بدقة ، إلا أنه في ظل الثورة التكنولوجية وانفتاح الأسواق العالمية ، أصبح من القناعات الراسخة أن التجارة الالكترونية تشكل وسيلة رئيسية لدعم قدرة الاقتصاد على الاندماج في الاقتصاد المعرفي ، وان انتشار هذه التجارة الالكترونية في الجزائر يتطلب العديد من المقومات الكفيلة بإقامة البيئة التمكينية لزراع نواة هذه التجارة . ورغم كل الجهود المبذولة للتفاعل مع التغيرات التكنولوجية و توفير متطلبات قيام التجارة الالكترونية، إلا أنه حسب تحليلنا لاحظنا أن هناك تأخر في مجال البنية التحتية للاتصالات لا سيما الأنترنت، مما حال دون توسع التجارة الالكترونية الجزائرية، بالإضافة الى العديد من العراقيل والعقبات التي تعترض نمو هذه التجارة، منها ما هو قانوني ، تجاري، ثقافي واجتماعي . و بهدف تفعيل هذه التجارة ، البد أن تدرك الجزائر أن مسار التحول إلى التجارة الالكترونية يتطلب جملة من التغييرات وإعداد الترتيبات، والتخطيط والتفكير الدقيق. فمن الضروري التركيز على مجموعة من المقومات و العوامل الأجنبية ، واستخدامها بشكل يعطي الثمار المرجوة منه و يحقق الانطلاق الفعلي للمعاملات التجارية الالكترونية، ويتم ذلك من خلال استكمال البنية التحتية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال ، وانهاج سياسة التثقيف الالكتروني، بالإضافة إلى تنشيط و تحفيز المؤسسات لاقتحام هذا النشاط و تحديث البيئة التشريعية والقانونية لتصبح أكثر تلاءما مع التجارة الالكترونية.

### خاتمة

من خلال الدراسة النظرية والتطبيقية التي اختصت بها المذكرة والتي شملت اليقظة ودورها في تحسين الأداء المؤسسية، تمكنها من التعرف على مفهوم اليقظة الإستراتيجية وأنواعها والتي تعتبر النظام الذي يمكن المؤسسة من التطور والالتزام لكل ما هو جديد والعلم بتغيرات البيئة الداخلية والخارجية، فنظام اليقظة يعني البحث عن المعلومات الجديدة والمناسبة وجمعها من اجل استخدامها في التواصل وجمع المعلومات، مما ينمي قدرتها على البقاء في السوق والنهوض بها إلى مستويات أعلى خاصة في ظل هذه التغيرات السريعة والجديدة في جميع المجالات : التكنولوجية، والاقتصادية، والثقافية، والاجتماعية، والسياسية... هذا من جهة، وكذا اشتداد المنافسة نتيجة للتميز المتواصل الذي تحظى به المؤسسات لاستخدامها التطورات التكنولوجية والتقنية.

من هنا تبرز لنا أهمية اليقظة الإستراتيجية لاعتماد على المنهج الشمولي، أي اهتمامها بالمؤسسة وتفاعلاتها وعلاقتها مع العوامل البيئية المحيطة بها، وتمكين المؤسسة الأخذ بعين الاعتبار التحولات البيئية للتكيف معها وفق نظرة شمولية كاملة.

إن الهدف من رصد المؤسسة لبيئتها هو جمع معلومات متكاملة عن البيئة وتحديد معلومات المطلوبة وذلك لغرض أساسي وهو اكتشاف التهديدات وتفاديها وكذا الفرص المتاحة لاقتناصها.

ولن تتمكن المؤسسة من تحسين أداءها ما لم تعتمد على نظام يقظة إستراتيجية، حيث تعتبر هذه الأخيرة عملية لا يمكن للمؤسسة الاستغناء عنها لأنها تزودها بالمعلومات التي تؤهلها إلى تحسين الأداء.

في ظل المعطيات التي تملها الظروف على المؤسسة والتطوير التكنولوجي الرهيب، وأنظمة المعلوماتية الحديثة يظهر الدور الذي تلعبه اليقظة في تحسين الأداء للمؤسسة، حيث تجدها هذه الأخيرة نفسها مجبرة على اختيار وتبني نظام يقظة إستراتيجي يقودها إلى النتائج المسطرة.

وبناء على ذلك تم استخلاص مجموعة من النتائج والتوصيات.

### 1- نتائج الدراسة النظرية:

- اليقظة الإستراتيجية من المصطلحات التي ظهرت في نهاية الثمانينات، يعود أصل الكلمة لمراقبة المؤسسة بالرادار من اجل حماية محيطها، وهي تتعلق بالمسح البيئي، وتكون المؤسسة يقظة إذا كانت منتبهة إلى ما يحصل حولها من تطورات وتقلبات في محيطها.
- اليقظة الإستراتيجية هي عملية تسمح للمؤسسة بالملاحظة، البحث، المعالجة، التحليل، ونشر المعلومات لأهداف إستراتيجية وتنافسية، ومن اجل اغتنام الفرص وتجنب التهديدات، وهي تتميز بعدة خصائص تتمثل في أها إستراتيجية، تطوعية، ذكاء جماعي، محيطية، توقع، إنشاء الإبداع.
- تعتمد المؤسسة في جمع وتحليل المعلومات الخاصة باليقظة الإستراتيجية على مجموعة من الطرق الوسائل من أهمها الانترنت لجمع المعلومات، طرق المعايير لمعالجة المعلومات.

- تعد اليقظة الإستراتيجية نوع من أنواع اليقظة وهي اشمل الأنواع.
  - تشمل اليقظة الإستراتيجية أنواعا مختلفة تتمثل في: اليقظة التكنولوجية، التجارية، التنافسية، البيئية.
  - اليقظة التكنولوجية تسمح بمعرفة التكنولوجيات الجديدة الخاصة بالنشاط عمل المؤسسة، تعمل على تحسين أداء المؤسسة في حالة استغلالها، وذلك بإنتاج الإبداعات التكنولوجية أو اقتنائها إلى أن تأخذ الشكل النهائي كبراءة الاختراع، وبالتالي تحقيق ميزات تساهم في التفوق والمنافسة في السوق.
  - اليقظة التجارية تساهم في تحسين أداء المؤسسة من خلال جلب مختلف المعلومات عن العملاء، الموردين، السوق، بما ينعكس على تحسين قوتها التفاوضية مع العملاء والموردين.
  - اليقظة التنافسية تلعب دورا فعالا في تحسين أداء المؤسسة من خلال توفير المعلومات اللازمة عن مختلف المنافسين الحاليين والمحتملين في جوانب عديدة كمنتجاتهم، استراتيجياتهم التجارية والتسويقية، التكنولوجيا المستعملة... الخ
  - اليقظة البيئية دورها في تحسين اداء المؤسسة من خلال توفير المعلومات المتعلقة بالجوانب اجتماعية، الاقتصادية، السياسية، القانونية، والثقافية للمؤسسة.
  - اليقظة الإستراتيجية نظام يساعد في اتخاذ القرارات من خلال المراقبة والتحليل للمحيط العلمي، التقني والتكنولوجي والمؤثرات الاقتصادية الحاضرة والمستقبلية لالتقاط التهديدات والفرص التطورية، فهي تعني مراقبة محيط المؤسسة ورصد كل تغيراته وهذا في طابع استباقي إداري.
  - تحسين الأداء هو الأثر الذي ينجر عن تبني المؤسسة لنظام يقظة إستراتيجية فعال.
- 2- نتائج الدراسة التطبيقية:**
- أظهرت الدراسة انه اغلب عمال مؤسسة اطاك بليس من فئة الإناث حيث بلغت نسبتهم "55.6%" ونسبة "44.4%".
  - أظهرت الدراسة أن أعلى نسبة لمعدلات العمر في مؤسسة اطاك بليس تتمركز في مجال من 28 إلى 37 حيث بلغت 31.1% لتكون فئة البالغة من العمر أكثر من 48 سنة اقل بنسبة 15.6%.
  - أظهرت الدراسة أن العينة محل الدراسة تتمتع بمؤهلات علمية متنوعة نوعا ما في المستوى حيث أن اعلى نسبة للمؤهل العلمي في مؤسسة اطاك بليس كانت لمؤهل الأقل من الثانوي والتكوين ب 35.6% حيث كانت نسبة خرجي الجامعة الشهادات الأخرى ب 6.7% و 4.4% عل التوالي.
  - أظهرت الدراسة أن اكبر نسبة من عمال اطاك بليس ذات خبرة من 10 إلى 19 سنة تقابلها نسبة 33.3% وهذا يجعلهم على دراية اكبر بمنافسي المؤسسة، مورديها، زبائنهم، ومختلف القوى التي تؤثر على المؤسسة عملية اليقظة ويشجع التطور المستمر.
  - أظهرت الدراسة أن مؤسسة اطاك بليس تطبق أنواع اليقظة الإستراتيجية التي تمت دراستها بمستوى جيد، ويمكننا ترتيبها وفقا لأهميتها النسبية كمايلي: اليقظة التكنولوجية، اليقظة التنافسية، اليقظة التجارية، اليقظة البيئية.

- أظهرت الدراسة أن مؤسسة اطاك بليس يقظتها البيئية منخفضة جدا، لكونها لا تقوم بمراعاة القوانين والتشريعات التي تحكم المؤسسة.
  - أظهرت المؤسسة أن مستوى تقوم باكتسابها الأداء في مؤسسة اطاك بليس وفقا لمقياس الدراسة، وذلك كون المؤسسة تدرك مدى أهمية الأداء، كذلك تعمل المؤسسة على تقديم منتجات بأفضل جودة وخدمة عن منافسيها، وهذا ما توضحه حصتها السوقية المرتفعة التي تغطي 38 ولاية وخرجت لسوق الإفريقية في هذه السنة.
  - أظهرت الدراسة أن مؤسسة اطاك بليس تلتزم بأبعاد بطاقة الأداء المتوازن التي تمت دراستها بمستوى جيد، ويمكننا ترتيبها وفق لأهميتها النسبية كما يلي بعد النمو والتعلم، بعد العمل، بعد المالي، بعد العمليات الداخلية.
  - أشارت نتائج اختبار الفرضية الرئيسية وجود دور معنوي لليقظة الإستراتيجية في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية لمؤسسة محل الدراسة عند مستوى دلالة  $\alpha=0.05$  إذ نجد اليقظة الإستراتيجية فسرت ما نسبته 70.1% من تباين أداء المؤسسة الاقتصادية محل الدراسة.
  - أشارت نتائج اختبار الفرضية الأولى إلى وجود دور معنوي لليقظة التكنولوجية في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية محل الدراسة من منظور بطاقة الأداء المتوازن بمستوى دلالة ( $\alpha=0.05$ )
  - أشارت نتائج اختبار الفرضية الثانية إلى وجود دور معنوي لليقظة التجارية في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية محل الدراسة من منظور بطاقة الأداء المتوازن بمستوى دلالة ( $\alpha=0.05$ ).
  - أشارت نتائج اختبار الفرضية الثالثة إلى وجود دور معنوي لليقظة التنافسية في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية محل الدراسة من منظور بطاقة الأداء المتوازن بمستوى دلالة ( $\alpha=0.05$ ).
  - أشارت نتائج اختبار الفرضية الرابعة إلى وجود دور معنوي لليقظة البيئية في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية محل الدراسة ب من منظور بطاقة الأداء المتوازن مستوى دلالة ( $\alpha=0.05$ ).
- 3- التوصيات الدراسة:
- في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة يمكن اقتراح مجموعة من التوصيات التي يمكن أن تساهم في تفعيل وتسهيل تطبيق عملية اليقظة الإستراتيجية في مختلف المؤسسات الاقتصادية، ومن بين أهم التوصيات المقترحة ما يلي:
- أ- توصيات للمؤسسة:
    - ضرورة إنشاء مصلحة للبحث والتطوير التكنولوجيا.
    - العمل على نشر ثقافة اليقظة الإستراتيجية بين العاملين، والوعي بمدى أهميتها في تحسين أداء المؤسسة.
    - ضرورة الاهتمام بالبيئة الخارجية للمؤسسة وخاصة البيئة التنافسية عن طريق متابعة ومراقبة كل التحولات التي تطرأ عليها، لدراستها ثم التكيف والتعايش معها، لضمان الاستمرارية والبقاء والنمو.
    - التعامل مع المعلومات كمورد استراتيجي، وبالخص المعلومات الغير الرسمية، والمتعلقة بالمنافسين، الموردين، والأسواق، وتكنولوجيا الجديدة... وغيرها، التي تجعل المؤسسة تتفوق عن غيرها، بما يساعد تحسين أداءها.
    - نشر التوعية بين أفراد العمل بعدم تحيز على المعلومة وهذا لا يخدم عمل اليقظة والمؤسسة، فاليقظة تفرض ثقافة جديدة وهي ثقافة العمل الجماعي وهي خاصية من خصائص اليقظة الاستراتيجية.

- يجب على إدارة المؤسسة أن تكون همزة وصل بين متخذي القرارات وممثلي عملية اليقظة وتكون مسؤولة عن تنظيم وسير هذه العملية.
- تشجيع الموظفين والعاملين بالمؤسسة وتحفيزهم على العمل الجماعي و تحسيسهم بأنهم طرف مهم في عملية اليقظة وهو أحد عوامل نجاحها.
- يجب لضمان فعالية نظام اليقظة الإستراتيجية من توفير وتسخير الموارد المادية، الموارد البشرية ذات الكفاءة العالية، أحدث التقنيات، بالإضافة إلى تكاتف وتضافر الجهود والتطوعية لكل الموظفين بالمؤسسة باعتبارهم طرف من عملية اليقظة حتى يتمكن لممثلي اليقظة تتمين النتائج المتوصل إليها.

### ب- توصيات صاحب المؤسسة محل الدراسة:

- فتح أبواب المؤسسة لطلبة ذات التخصصات التي لها علاقة بمنتوجها وهذا للاستفادة من بعضهم البعض.
- إقامة اتفاقية بين المؤسسة محل الدراسة والجامعة قصد تشجيع الطلبة لدراسة الميدانية.
- فتح مناصب عمل لخرجي الجامعة في التخصص التسويقي.

### آفاق الدراسة:

- يعتبر موضوع اليقظة الإستراتيجية والأداء من القضايا الراهنة في دنيا الأعمال ، ويمكن معالجتهما من عدة جوانب وأبعاد مختلفة، ولهذا نقترح بعض المواضيع التي هي ذات صلة بموضوع البحث وتعتبر مواضيع تكميلية له وهي كالآتي:
- دراسة نفس الموضوع بدراسة حالة مجموعة من المؤسسات تعمل في نفس القطاع.
  - طرق تفعيل نظام اليقظة الإستراتيجية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية.
  - عوائق ومشاكل نظام اليقظة الإستراتيجية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية المتوسطة والصغيرة.
  - تأثير أبعاد بطاقة الأداء المتوازن على جودة المنتج.



1 أولاً: مراجع باللغة العربية

أ- كتب:

1. السيد عليوه، التجارة الإلكترونية ومهارات التسويق العلمي (دار الأمين للنشر، 2002).
  2. طارق طه، "التسويق والتجارة الإلكترونية"، دار الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2005.
  3. طارق عبد العال حماد، التجارة الإلكترونية (الإسكندرية: الدار الجامعية، 2003/2002).
  4. جاري شنايدر، "التجارة الإلكترونية"، تعريب سرور علي إبراهيم دار المريخ للنشر، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2000.
  5. سعد غالب ياسين، بشير عباس العالق، "التجارة الإلكترونية"، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2004.
  6. بشير عباس العالق، "تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتطبيقاتها في مجال التجارة النقالة"، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، عمان، الأردن.
  7. احمد محمد غنيم، "الإدارة الإلكترونية: آفاق الحاضر وتطلعات المستقبل"، المكتبة المصرية، المنصورة، مصر، 2004.
  8. إبراهيم العيسوي، التجارة الإلكترونية (مصر: المكتبة الأكاديمية، 2003).
  9. الإتحاد الدولي للاتصالات قياس مجتمع المعلومات " 2010
- ب- مذكرات ورسائل وأطروحات:

1. عامر عبد اللطيف، والتي جاءت بعنوان "اثر سياسات تحرير التجارة الدولية على ظاهرة الفقر في الدول النامية دراسة حالة: آثار التحرير التجاري على ظاهرة الفقر في المغرب العربي"، جامعة سطيف، 2011،
  2. صروني كريمة بعنوان " واقع أفاق التجارة الالكترونية في الجزائر"، جامعة وهران، ماي 2014،
  3. حميتي، محمد الأمين؛ معطاء الله، اسماعيل؛ جروني، السايح والتي جاءت بعنوان "التجارة الإلكترونية ودورها في تعزيز حرية التجارة العالمية"، جامعة الوادي، جوان 2019.
  4. التجارة في المستقبل، دليل الأعمال، وانظر موسعاً جداً في (قواعد الجات: الاتفاق العام للتعريفات الجمركية والتجارية)، مصطفى سلامة، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 1998
  5. محمد إبراهيم عبد الرحيم، "الاقتصاد الصناعي والتجارة الإلكترونية"، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2007،
  6. محمد إبراهيم محمود الشافعي، الآثار النقدية والاقتصادية والمالية للنقود الإلكترونية (القاهرة: دار النهضة العربية، 2003)
- ت- مجالات علمية:

1. حمد كريم فريجة، "النوادي الإلكترونية: تحديات وبدائل، دراسة ميدانية بنوادي عنابة"، مجلة العلوم الإنسانية العدد 27، العراق، 2006
2. عبد الله حمود سراج، "التسويق والتجارة الإلكترونية في الدول العربية، التحديات التي تواجهها وسبيل التغلب عليها"، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 5، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ديسمبر
3. شوقي ناجي جواد آخرون الأبعاد المستقبلية للحكومة الإلكترونية في الأردن: متطلبات النجاح"، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 3، العدد 3، مطبعة الجامعة الأردنية، الأردن، 2007.

ث - ملتقيات ومدخلات:

1. خير الدين معطي الله ومُجد بوقموم، "المعلوماتية والجهاز البنكي: حتمية تطوير الخدمات المصرفية،" ورقة مقدمة إلى المنتدى الوطني الأول حول المنظومة المصرفية و التحولات الاقتصادية: واقع وتحديات، الذي نظمتها جامعة الشلف يومي 14-15 ديسمبر 2004.
2. عبد العزيز الشعبي ود.جلال الملاح، "التجارة الإلكترونية والاستثمار عن طريق شبكة المعلومات العالمية: الفرص والمعوقات لدول مجلس التعاون الخليجي،" ورقة مقدمة إلى مؤتمر اقتصاديات دول مجلس التعاون : فرص القرن الحادي والعشرين، الذي نظمتها جامعة الملك فيصل، 13-15 فبراير 2001،

ج- مواقع الكترونية:

1. [http://www.arablaw.org/download/E-Evidence\\_Article.doc](http://www.arablaw.org/download/E-Evidence_Article.doc)
2. [http://www.arablaw.org/download/Information\\_Security.doc](http://www.arablaw.org/download/Information_Security.doc)
3. [http://www.arablaw.org/download/Privacy\\_dataprotection.doc](http://www.arablaw.org/download/Privacy_dataprotection.doc)
4. [www.mdgs.un.org](http://www.mdgs.un.org)
5. [www .ar.wikipedia.org](http://www.ar.wikipedia.org),
6. <http://www.arablaw.org/download/E-Banking>.

ثانيا: مراجع اللغة الاجنبية

1- كتب و اطروحات :

1. Jones, Ronald W. 1961. Comparative Advantage and the Theory of Tariffs. *The Review of Economic Studies*, 28(3) pp.161-175.
2. Seconde génération de monnaie "Michel Aglietta et Laurence Scialon, Problèmes Economiques, n°. 2785 (20/11/2002), "électronique :nouveau défis,
3. "les enjeux de la banque électronique,"Saleh M.Nsouli et Andrea schaechter, .Finances et Développement (FMI), n°.03, vol.39 (septembre 2002)
5. "Commerce", britannica, Retrieved 2020-10-30. Edited

## ملخص:

تسعى الدراسة إلى معرفة دور التجارة الإلكترونية في تحسين و تحرير التجارة العالمية، مع التركيز على تحليل واقعها في بعض الوكالات البنكية، ومدى تطبيقها، ومناقشة أبرز المعوقات التي تواجهها في تطبيق تقنياتها، وقد أظهرت نتائج الدراسة الأهمية البالغة لهذه ، وواقعها على الاقتصاد الوطني مثال. وسنحاول في هذه الدراسة رصد أهم الممارسات والوقوف على أثر التجارة الإلكترونية في البنوك الجزائرية، كونها أكثر المتعاملين بالتكنولوجيا الحديثة، ولها ممارسات جديدة بالاهتمام خاصة في مجال جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية، وقد أظهرت النتائج أن هناك أثر وارتباط بين التجارة الإلكترونية والخدمات المصرفية الإلكترونية في الوكالات محل الدراسة.

الكلمات المفتاحية: التجارة الإلكترونية، التجارة العالمية، خدمات مصرفية الكترونية، الأداء، التكنولوجيا الحديثة.

## Abstract:

The study seeks to know the role of e-commerce in improving the efficiency and liberalization of the world trade, with a focus on analyzing their reality in some countries and economies world, the extent of their application, and discuss the main obstacles faced in the application of their technologies. Improving the mechanism of electronic banking. In this study, we will try to monitor the most important practices and stand on the impact of e-commerce in the Algerian economic, being the most modern technology dealers, and have practices worthy of attention, especially in the field of quality of e-banking services.

**Key Words:** e-commerce, world Trade, e-banking services, performance, new technology.