



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التجارة

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

في شعبة العلوم التجارية، تخصص مالية وتجارة دولية

بعنوان:

واقع التجارة الالكترونية في الجزائر بين متطلبات التطبيق وتحديات التطوير

تحت إشراف الأستاذ:

- د. عمار جعفري

من إعداد الطالبة:

- الفاطمي نصيرة

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الجامعة	الرتبة	الصفة
د. جعفري عمار	المدرسة العليا للاقتصاد وهران	أستاذ محاضر "أ"	مشرفا ومقررا
د. قلبازة أمال	جامعة غرداية		مساعد مشرف
لغراب سمية	جامعة غرداية		رئيس اللجنة
د. عمى سعدي عبد الوهاب	جامعة غرداية		مناقش

اللسنة الجامعية: 2023 - 2024

الإهداء:

بسم الله الرحمان الرحيم

(وَآخِرُ دَعْوَاهُمْ أَنِ الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ)

سبحان الذي كان سبب في النجاح والتوفيق الذي خلقنا وأنار لنا السير في الطريق المستقيم

أهدي ثمرة عملي هذا الى من أجمل اسم عن دربي للمهدي لي طريق العلم ويرسم لي

خطوات وسلم لي أرتقي به حتى وهو في قبره ابي الغالي

ألف رحمة الله عليه

بينما تتسابق الكلمات وتتنافس الحروف لتخرج معبرة عن مكنون ذاتها إلى التي تمتهن الحب

وتخزن الامل في قلبي لتخفف عني مشقة الحياة امي الغالية ذاتو القلب والصفاء أهديك

رسالتي لتهديني الرضا الدعاء وكان لها فضل عليا في هذا العمل

هذا البحث تعبيراً مني عن خالص شكري لما قدمه لي طول مسيرتي الدراسية من دعم مادي

ومعنوي فكان نعم الزوج أحمد بن أوزينة

الى وردات بستاني بناتي (بتول، بشينة، بدرة) حفظهم الله ورعاهم

الى خيرة أيامي وصفوتها الى ضلعي الثابت وأمان أيامي (إخواني أخواتي وأودلاهم) إلى أبناء

وبنات إخوتي الذي مدو يد المساعدة موسى عبد الهادي زينب بشرى صابرين سارة وإلى كل

عائلة الفاطمي

الشكر والعرفان

لحمد لله الذي تتم بنعمته الصالحات...

في بداية كلمتي لا بد لي ان أتوجه اولاً بالشكر لله عزّ وجلّ الذي وفقني للوصول الى هذه المرحلة العلمية العالية، ومهد لي الطريق لأن أكون بينكم اليوم لأناقش رسالتي في الماجستير كما أتوجه بالشكر والامتنان لكل من الدكتور المشرف عمار جعفري على كل ماقدمه لي من نصائح وتوجيهات على انجاز هذا البحث وتقديمه بصورة المطلوبة اجره على الله كما نشكر الاخـت و الدكتورـة لويـزة بهاز على تقديم الدعم و المعنوي ومساندتي في هذا البحث والدكتور عبد الحميد بوخاري على تشجيعه لمواصلة الدراسة الى كل عمال كلية العلوم الاقتصادية وخاصة الى قسم المالية والتجارة دولية والى كل الاساتذة . والى كل الطلبة والطالبات وعمال المكتبة واخصص بالذكر الاخـت سليمة مصيـطفي ووردة بن عيسى. كما أقدم كلمة شكر خاصة الى اللجنة المناقشة على مجهودهم راجية من الله ان يرزقهم سعادة الدارين كما لا أنسي زملائي في العمل ملحقـة الديوان محو الامية غرداية دون استثناء على تقديمهم يد المساعدة وكذلك مديرية التربية على موافقة مواصلة الدراسة والى كل من مد لي يد العون والمساندة حفظهما الله ورعاهما وأطال في عمرهما، فقد كان لإشرافهما ومنحهما الكثير من الوقت لي اليد الأولى في خروج هذه الرسالة العلمية بالشكل الذي ظهرت عليه، كما كان لتوجيهاتهما ونصائحهما دور أساسي في إتمام دراستي العلمية. "

فهرس المحتويات:

الصفحة	العنوان
	الإهداء
	الشكر والعرفان
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
	فهرس الملاحق
	الملخص باللغة العربية
	الملخص باللغة الإنجليزية
أ-ث	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للتجارة الالكترونية	
2	تمهيد:
3	المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية
3	المطلب الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية
6	المطلب الثاني: الفرق بين التجارة الالكترونية والتجارة التقليدية
8	المطلب الثالث: أنواع التجارة الالكترونية
9	المطلب الرابع: تطبيقات التجارة الالكترونية وخدماتها

11	المبحث الثاني: نظم الدفع الإلكتروني
11	المطلب الأول: مفهوم البنك الإلكتروني
12	المطلب الثاني: مفهوم الدفع الإلكتروني
14	المطلب الثالث: تعريف ومزايا النقود الإلكترونية
18	المطلب الرابع: تأمين نظم الدفع الإلكتروني
20	المبحث الثالث: الدراسات السابقة
20	المطلب الأول: الدراسات العربية
23	المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية
25	المطلب الثالث: المقارنة بين الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة
28	خلاصة الفصل الأول:
الفصل الثاني: التجارة الإلكترونية في الجزائر	
30	تمهيد:
31	المبحث الأول: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر
31	المطلب الأول: نظرة عامة حول التجارة الإلكترونية في الجزائر
48	المطلب الثاني: العوائق والتحديات التي تواجه التجارة الإلكترونية في الجزائر
50	المطلب الثالث: مساهمة جائحة الكورونا في نمو التجارة الإلكترونية
52	المبحث الثاني متطلبات التجارة الإلكترونية والمجهودات المبذولة في الجزائر

52	المطلب الأول: متطلبات تطبيق التجارة الالكترونية
59	المطلب الثاني: قراءة استشرافية لمستقبل التجارة الالكترونية في الجزائر
60	المطلب الثالث: مجهودات الدولة في تطوير التجارة الالكترونية
62	خلاصة الفصل الثاني
63	خاتمة
68	قائمة المصادر والمراجع
74	قائمة الملاحق

فهرس الجداول:

الصفحة	العنوان	رقم الجدول
7	الفرق بين التجارة الالكترونية والتجارة التقليدية	01
26	الدراسة الحالية مع الدراسات العربية	02
27	الدراسة الحالية مع الدراسات الأجنبية	03
33	تطور عدد اشتراكات الهاتف الثابت في الجزائر خلال فترة 2010-2022	04
35	تطور عدد اشتراكات الهاتف المحمول في الجزائر خلال الفترة 2010-2023	05
37	تطور عدد الأفراد الذين يستخدمون الانترنت (% من السكان) خلال فترة 2010-2023	06
39	تطور عدد خوادم الانترنت المؤمنة في الجزائر خلال الفترة 2010-2023	07
45	التطور السنوي لأنشطة الدفع الالكتروني في الجزائر خلال الفترة 2019-2023	08
47	التطور الشهري لأنشطة الدفع الالكتروني في الجزائر لسنة 2024	09
47	جرائم التجارة الالكترونية في نظر قانون 05-12	10

فهرس الأشكال:

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
34	التمثيل البياني لتطور عدد اشتراكات الهاتف الثابت في الجزائر خلال الفترة 2010-2023	01
36	التمثيل البياني لتطور عدد اشتراكات الهاتف المحمول في الجزائر خلال الفترة 2010-2023	02
38	تطور عدد الأفراد الذين يستخدمون الانترنت (% من السكان) خلال فترة 2010-2023	03
40	تطور عدد خوادم الانترنت المؤمنة في الجزائر خلال الفترة 2010-2023	04
41	تطبيق جوميا	05
42	تطبيق على اكسبريس	06
43	تطبيق نمشي NAMSHI	07
44	تطبيق JAMALON	08
47	تطور أنشطة الدفع الالكتروني في الجزائر لسنة 2023	09

فهرس الملاحق:

الصفحة	العنوان	رقم الملحق
75	دليل حول إجراءات القيد في السجل التجاري للممارسة نشاط التجارة	01
76	استمارة إيداع اسم النطاق (شخص طبيعي)	02
77	استمارة إيداع اسم النطاق (شخص معنوي)	03
78	الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية العدد 28	04
79	البطاقة الذهبية	05

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على واقع تطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر بين متطلبات التطبيق وتحديات التطوير وهذا بالاستناد إلى مجموعة من المؤشرات والإحصائيات وتحليلها، ومن أجل ذلك تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، الوصفي عند عرض المفاهيم النظرية الشاملة فيما يخص التجارة الإلكترونية، والتحليلي في دراسة واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر.

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

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

Summary:

This study aims to shed light on the reality of the application of e-commerce in Algeria between the requirements of application and the challenges of development, based on a set of indicators and statistics and their analysis. For this purpose, the descriptive analytical approach was relied upon, descriptive when presenting the comprehensive theoretical concepts regarding e-commerce, and analytical in studying the reality of e-commerce in Algeria.

The study concluded that Algeria is still in the early stages, despite the efforts made by the economic sector in the country, which were embodied by the issuance of Law 05-18 dated May 10, 2018, which defined the legislative framework regulating electronic transactions, which seeks to provide many legislative tools capable of activating e-commerce activity to ensure the smooth electronic trading process.

Keywords: e-commerce, Internet, Algerian legislation, means of payment, commercial transactions.

مقدمة

1. توطئة:

تعتبر التجارة الإلكترونية من أبرز المصطلحات التي برزت وشاع تداولها في العديد من الأنشطة التي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، إذ تطور مفهوم التجارة الإلكترونية مع ظهور وتطور وسائل وشبكات الاتصال الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكتروني، وتعتبر التجارة الإلكترونية من المتغيرات العالمية الحديثة التي برزت بشكل لافت وفرضت نفسها بقوة خلال الحقبة الأخيرة من القرن العشرين، فقد اكتسبت أهمية اقتصادية أكثر من أي وقت مضى، حتى صارت أحد دعائم النظام الاقتصادي العالمي الجديد. ولذلك ونظراً للأهمية الكبيرة والمزايا العديدة التي تتمتع بها التجارة الإلكترونية سواء بالنسبة للأفراد أو المؤسسات الاقتصادية أو المجتمع ككل، فقد ازدادت نسبة نموها وتطورها وارتفعت نسبة التعامل من خلالها، كما اكتسبت مكانة هامة لدى جميع الدول في جميع أنحاء العالم، وأصبحت تمثل عاملاً مؤثراً في نمو اقتصاديات الدول الآخذة بها، حيث أدت إلى تطور العديد من الدول التي أصبحت متقدمة تكنولوجيا كاليابان والولايات المتحدة الأمريكية واليابان وأوروبا. ولأجل ذلك فقد سارعت عدة دول عربية خلال السنوات الأخيرة لإطلاق إصلاحات على المستوى الاقتصادي والسياسي والاجتماعي لبناء مجتمع المعلومات والاقتصاد المبني على المعرفة بما فيها الجزائر، التي سعت إلى توفير البنى التحتية الأساسية واللازمة لممارسة التجارة الإلكترونية، من خلال قيامها بالعديد من الإجراءات لمواكبة التقدم والتطور التكنولوجي، لغرض الاستفادة من التكنولوجيات المتطورة وسرعة الاندماج في الاقتصاد العالمي، بما يساهم في تنشيط الاقتصاد الجزائري وذلك رغم الصعوبات والتحديات الكثيرة التي تواجهها في هذا المجال.

2. الإشكالية:

ومن خلال ما سبق تُطرح إشكالية البحث الرئيسة التالية:

ما مدى تطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر؟

انطلاقاً من الإشكالية المطروحة يمكن أن نطرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ما مدى الفروق الجوهرية بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية؟
- ما مدى متطلبات تطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر؟
- ما مدى التحديات التي تواجه تطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر؟
- ما مدى مستقبل التجارة الإلكترونية في الجزائر في ظل الامكانيات المتاحة؟

3. الفرضيات:

للإجابة على إشكالية الدراسة الرئيسية وتساؤلاتها الفرعية ثم صياغة مجموعة من الفرضيات التي تخدم اهداف البحث وهي:

- التجارة الإلكترونية تقدم تجربة تسوق مخصصة من خلال البيانات والتحليلات، بالإضافة إلى سهولة مقارنة الأسعار والمنتجات، أما التجارة التقليدية فتوفر تجربة تسوق حسية، حيث يمكن للعملاء تجربة وفحص المنتجات فعليًا قبل الشراء.
- من متطلبات تطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر توفير البنية التحتية وتطوير نظام الدفع الإلكتروني.
- تتمثل التحديات التي تواجه التجارة الإلكترونية في الجزائر في العوائق التقنية وضعف البنية التحتية وخاصة قلة ثقافة الشراء عبر الأنترنت.
- يشهد قطاع التجارة الإلكترونية في الجزائر نمو ملحوظا في السنوات الأخيرة ومن المتوقع ان ينمو بشكل كبير في السنوات القادمة.

4. أهداف الدراسة:

حاولنا من خلال هذا البحث تحقيق الأهداف التالية:

- تحليل ظاهرة التجارة الإلكترونية وإلقاء الضوء على مدى استعداد الاقتصاد الجزائري لتطبيق التجارة الإلكترونية.
- التعرف على ظاهرة حديثة انتشرت بسرعة في العالم اسره، وهي التجارة الإلكترونية.
- دراسة البنية التحتية للتجارة الإلكترونية في الجزائر.
- تسليط الضوء على واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، والكشف عن اهم التحديات والعقبات واقتراح الحلول المناسبة لتخطيها.

5. 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. وتعد المؤسسات الجزائرية من المؤسسات التي لم تحض بعد هذا الميدان ومن هنا جاءت دراستنا لتبرز أهمية توظيف تقنية المعلومات والاستفادة من التجارة الإلكترونية والإنترنت بغية مساعدة مؤسساتنا على تعزيز قدراتها لتحقيق الأداء التجاري.

6. مبررات اختيار الموضوع:

مما لا شك أن البحث في أي موضوع تكون وراءه أسباب معينة، تجعلنا نتناول موضوع " واقع التجارة الالكترونية بين متطلبات التطبيق وتحديات التطوير"، ومن هاته الأسباب نذكر ما يلي:

- كون موضوع التجارة الالكترونية يتناسب مع تخصص في الماستر مالية وتجارة دولية.
- التعرف على الأهمية البالغة لموضوع التجارة الالكترونية لتشابكه وتعقده.
- أهمية موضوع التجارة الالكترونية في البحوث العلمية الحديثة، وارتباطه المباشر بالواقع.
- الوصول الى نتائج وتوصيات تساهم في دعم تطبيق التجارة الالكترونية في الجزائر.

7. منهجية الدراسة:

للقيام بدراسة الموضوع ومعالجة الإشكالية المطروحة قمنا بانتهاج المنهج الوصفي والمنهج التحليلي حيث قمنا بوصف كل المفاهيم المستعملة كأدوات التحليل وقمنا بتوضيحها بالشكل الذي رأينا أنه يخدم دراستنا كما ونوعا، هذا في الجانب النظري.

في الجانب التطبيقي قمنا بتوظيف منهج دراسة حالة، وهو المنهج المناسب لدراستنا التطبيقية.

8. حدود الدراسة:

قصد التقييد بإطار البحث وضعنا مجموعة من الحدود بهدف تركيز جهودنا داخلها وعدم الخروج عنها وتمثل هذه الحدود في:

- أ. الحدود الموضوعية: اقتصرنا هذه الدراسة على معرفة واقع التجارة الالكترونية بين متطلبات التطبيق وتحديات التطوير، حيث تم التركيز على مدى تطبيق التجارة الالكترونية في الجزائر.
- ب. الحدود المكانية: اقتصرنا تطبيق هذه الدراسة في الجزائر.
- ت. الحدود الزمانية: تمتد الفترة الزمنية للدراسة من 2010 الى 2023.

9. صعوبات الدراسة:

مما لا شك فيه أن أي بحث علمي لا يخلو من الصعوبات والعراقيل التي تعيق الباحث من إنجاز بحثه، ونحن لا ننكر أنه قد واجهتنا بعض المشاكل التي عطلت سير عملنا في الجانبين النظري والتطبيقي، والتي تمثلت في:

- نقص المراجع خاصة فيما يخص التجارة الالكترونية.

- نقص الاحصائيات المتعلقة بالموضوع في الجزائر، وحتى ان وجدت تكون احصائيات قديمة ومتناقضة بين مرجع واخر خاصة على مستوى الانترنت.
- قلة المراجع باللغة الأجنبية (أي عدم توفر الكتب).
- عدم اهتمام الجهات الخاصة بتنظيم التجارة في البلاد بالبحث في وضعية التجارة الالكترونية في الجزائر، بغية توفير دراسات واحصائيات حول وضعية هذه التجارة.
- اغلبية مواقع المؤسسات الجزائرية هي مواقع ساكنة، لا تستعمل كوسيلة للتفاعل مع جمهور واسع.

الفصل الأول:

الإطار المفاهيمي للتجارة

الإلكترونية

تمهيد:

من صور ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ونمو الأنترنت على وجه الخصوص هي التجارة الإلكترونية و التي أتاحت تبادل السلع والخدمات والبيانات بطرق جديدة سريعة ومریجة ومختلفة عن الطريقة التي يتم بها عادة إجراء وتوثيق العمليات التجارية، حيث صارت تنافس التجارة التقليدية من حيث حجم التعاملات ونسبة النمو التي تعرف ارتفاعا كبيرا، ونتج عن هذا التقدم مفهوم التجارة الإلكترونية من العديد من المنظمات والهيئات الدولية وخبراء الاقتصاد، فضال عن أنواعه وأشكاله وخصائصه المختلفة، و توفير آليات ووسائل الدفع المعتمدة لهذه التجارة، حيث ظهرت التجارة الإلكترونية كأسلوب جديد لعرض السلع والخدمات وعقد الصفقات إلكترونيا بين مختلف الدول وقد ساهمت في زيادة الترابط بين الأسواق في العالم، فهي من أحدث الظواهر التي ظهرت على المسرح العالمي.

وعلى هذا الأساس سيتم تقسيم هذا الفصل إلى:

المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية.

المبحث الثاني: نظم الدفع الإلكتروني

المبحث الثالث: الدراسات السابقة.

المبحث الأول: ماهية للتجارة الإلكترونية

تعتبر التجارة الإلكترونية واحدة من التعبيرات التي دخلت الحياة العصرية بقوة، وأصبحت تتداول في الاستخدام العادي لتعبر عن العديد من الأنشطة وبدا التداول بهذا المصطلح في عام 1995، ولكنها كمفهوم بدأ بالتبلور منذ بضعة عقود. وكانت البدايات الأولى من خلال شركات الطيران والتحويلات في البنوك ولم تخلو في حينها من التعقيدات والتكلفة الباهظة.

المطلب الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية

أولاً: تعريف التجارة الإلكترونية:

غالباً ما يتم استخدام مصطلحات "التجارة الإلكترونية" و "التجارة الرقمية، ولكن ليس دائماً، لا يوجد تعريف واحد ومعترف به للتجارة الإلكترونية، سواء كان من قبل المنظمات الدولية، الأعمال أو الباحثين وغيرهم ومن بين التعريفات:

نجد تعريف منظمة التجارة العالمية بشأن التجارة الإلكترونية والذي لم يتغير منذ سنة 1998، والذي يشير إلى "إنتاج السلع والخدمات أو توزيعها أو تسويقها أو بيعها أو توصيلها عبر الوسائل الإلكترونية"¹.

ويمكن تعريف التجارة الإلكترونية بأنها: شكل متطور من التجارة وتشمل كل الأنشطة التجارية وإبرام الصفقات والعقود التي تتم بين المتعاملين الاقتصاديين سواء أفراداً أو مؤسسات أو حكومات باستخدام تقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وعبر شبكة الاتصال الدولية الأنترنت سواء تمت على المستوى المحلي أو الدولي².

بينما أصدرت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية سنة 2009 تعريفاً للتجارة الإلكترونية على أنها "هي بيع أو شراء السلع أو الخدمات المجرى عبر شبكات الحاسوب وفق طرق صممت خصيصاً لهذا الغرض لتلقي أو وضع

¹ Yasmin Ismail, , **E-commerce in the World Trade Organization: History and latest developments in the negotiations under the Joint Statement**. 2020. P2. Available at: <https://www.iisd.org/system/files/publications/e-commerce-world-trade-organization-.pdf> .

² زينب بالصبيد، إيمان لكونوش، دور العملات الرقمية في التجارة الإلكترونية في ظل جائحة كورونا "البيتكوين نموذجاً"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية (ل.م.د)، تخصص: إقتصاد نقدي وبنكي، فرع العلوم الاقتصادية، قسم العلوم الاقتصادية والتجارية، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصف، ميله، 2022/2021، ص 17

طلبات، ويتم طلب السلع أو الخدمات عن طريق هذه الأساليب، ولكن الدفع والتسليم النهائي للسلع أو الخدمات لا يشترط أن يكون عبر الإنترنت. ويمكن أن تكون التجارة الإلكترونية بين المؤسسات العائلات، الأفراد، والحكومات، ومنظمات أخرى إما عمومية أو خاصة¹.

ويمكن القول أن التجارة الإلكترونية تندرج ضمن إطار عمل واسع من خلال الإنترنت والشبكات الأخرى، بحيث تتيح البيع والشراء للسلع والخدمات ودعم المبيعات كأنشطة المتعلقة بالتسويق وتقديم الخدمات التي تؤدي في الأخير إلى انتقال ملكية المنتج وذلك بتواصل البائع والوسطاء والمشترون في صيغة رقمية ينجر عنها إبرام صفقات².

من خلال ما سبق يمكن تعريف التجارة الإلكترونية أو التجارة عبر الإنترنت هي عملية بيع وشراء السلع والخدمات أو تبادل المعلومات باستخدام شبكة الإنترنت.

ثانياً: خصائص التجارة الإلكترونية:

ان التجارة الإلكترونية تختص بمجموعة من الخصائص ويمكن ابرازها فيما يلي³:

1. الطابع العالمي للتجارة الإلكترونية:

ان أنشطة التجارة الإلكترونية تتميز بطابع عالمي فهي لا تعرف الحدود المكانية أو الجغرافية، فأى نشاط تجاري يقدم سلعا أو خدمات على الإنترنت، لا يعني بالضرورة الانتقال الى المنطقة الجغرافية بعينها، فإنشاء موقع تجاري على الإنترنت يمكن صاحب الشركة حتى ولو كانت صغيرة بإمكانية التغلغل الى أسواق ومستخدمي شبكة الإنترنت عبر العالم كله⁴.

¹ OECD, **OECD Guide to Measuring the Information Society 2011**, OECD Publishing, 2011.P72

² Chadli chaouki1, Amel mehaoua, **E-commerce in light of the Covid-19 pandemic between opportunities and challenges**, Journal of Economic Growth and Entrepreneurship JEGE, Spatial and entrepreneurial development studies laboratory, Vol.5. No.1. 2022. P170

³ تباي أمل، مرعد سعدة، واقع ومستقبل التجارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص مالية وتجارة دولية، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، قالة، 2020/2019، ص ص 5-

⁴ ابراهيم العيسوي، التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، المكتبة الأكاديمية، مصر، 2003، ص ص 31-32

2. غياب التعامل الورقي في معاملات التجارة الإلكترونية:

اتمام صفقة تجارية كاملة بدأ من التفاوض على الشراء والتعاقد ودفع قيمة البضاعة واستلامها إلكترونياً يتم دون تبادل مستندات ورقية على الإطلاق، وهذا منا يدعم هدف التجارة الإلكترونية وهو خلق مجتمع اللاورقية، لذلك شرعت منظمات دولية وحكومات متعددة في وضع قانون خاص بالتجارة الإلكترونية الصفة القانونية على المحررات الإلكترونية والعقود الإلكترونية والتوصيات الإلكترونية والوفاء بالنقود الإلكترونية¹.

3. عدم الكشف عن هوية المتعاملين:

ان تعاملات التجارة الإلكترونية تتم بين أطراف قد يفصل بينهما آلاف الأميال، كما قد يختلف التوقيت الزمني بينهم، وبالتالي غياب المعلومات الكافية عن المتعاملين بين بعضهم البعض، مما قد يخلق سلبيات كتقديم معلومات زائفة، أو تقديم بطاقات ائتمانية مسروقة أو اساءة استخدام المعلومات أثناء التعامل وهذا ما يثير مسألة الخصوصية وسرية المعلومات، لكن التقدم الذي تشهده التكنولوجيا الحديثة ستوفر حتما الأمان الموثوقية والنزاهة والصدق في التعاملات التجارية عبر الأنترنت².

4. سرعة تغيير المفاهيم والأنشطة في التجارة الإلكترونية:

ان اتساع حجم نطاق التجارة الإلكترونية والتغيرات المتسارعة التي تتعرض لها أنشطتها ونظراً لارتباط أنشطتها بوسائل الاتصال الإلكتروني ومجالات الاتصالات والمعلومات التي تعرف هي الأخرى تغيرات متسارعة يعرض التجارة الإلكترونية هي الأخرى للتغير المتسارع.

ثالثاً: مقومات التجارة الإلكترونية:

كفي يمكن للتجارة الإلكترونية أن تنمو وتتطور ينبغي توفر عدة مقومات أساسية تساهم جميعها في خلق بيئة مناسبة، وتساعد على تحقيق الفوائد المرجوة منها، ومن تلك المقومات³:

➤ توافر بنيه تحتية تتمثل بالاتصالات ونشر شبكة الانترنت على نطاق واسع بحيث يمكنها النفاذ لأوسع شريحة من المجتمع وبأسعار تنافسيه.

¹ خالد ممدوح إبراهيم، لوجستيات التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2008، ص152.

² إبراهيم العيسوي، مرجع سبق ذكره، ص34.

³ خالد ممدوح إبراهيم، لوجستيات التجارة الإلكترونية، الطبعة الثانية، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، مصر، 2009، ص 922.

- نشر الوعي العلمي والثقافي والقضاء على الأمية المعلوماتية لدى أفراد المجتمع يساهم في إصدار التشريعات المناسبة والمعالجات القانونية لتوفير الحماية والثقة للمتعاملين في هذا الحقل. الامر الذي سيساعد على تقليل عمليات النصب والاحتيال وكذلك يساهم في ثقة المواطن في عمليات البيع والشراء.
- وجود بنيه تحتية كافية للخدمات المالية لاسيما في مجال التعامل المالي المصرفي وتمكينه من دعم عمليات التجارة الإلكترونية والتوسع في نظم الدفع الإلكتروني لاسيما بطاقات الائتمان وتيسير أبرام معاملات مالية مأمونة على الشبكة.

المطلب الثاني: الفرق بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية

إن طرق الاتصال في التجارة الإلكترونية تختلف عن نظيرتها التقليدية ففي الأولى وسيلة الاتصال الوحيدة هي الأنترنت التي تتسم بالمرونة وبسرعة التحويلات ومعالجة الطلبات في حين التجارة التقليدية فتتعدد طرق الاتصال فيها واختلافها يؤدي إلى صعوبة التنسيق وترتيب العمليات وهو ما يؤدي عادة إلى إطالة زمن معالجة الطلبية، لذلك يمكن حصر هذه الفوارق من خلال المقارنة التي يوضحها الجدول التالي¹:

¹ زينب بالصبيد، إيمان لكنوش، مرجع سبق ذكره، ص 19

الجدول رقم 01: الفرق بين التجارة الالكترونية والتجارة التقليدية:

خطوات حلقة البيع	التجارة التقليدية	التجارة الالكترونية
البحث عن المعلومات حول المنتج	المحلات، الكاتالوجات، الممثلين	صيفة الويب
طلب السلعة	رسالة بريدية، استمارة	بريد الكتروني
الرد على الطلب	رسالة بريدية، استمارة قوائم	بريد الكتروني
مراقبة السعر	كتالوج	كاتالوج على الخط
مراقبة الوفرة	هاتف، فاكس	-
تقديم الطلبية (تحرير)	استمارة مطبوعة	صفحة الويب، بريد الكتروني
بحث استقبال الطلبية	فاكس، برقية (مراسلة)	البريد الالكتروني
اعطاء الأولوية لطلبية معينة		قاعدة بيانات على الخط
مراقبة الوفرة في مكان التخزين	استمارة مطبوعة، هاتف، فاكس	قاعدة بيانات على الخط / صفحة الويب
تحرير الفاتورة	استمارة مطبوعة	قاعدة بيانات على الخط
استقبال السلعة	موزع	
تأكيد وصول السلعة	استمارة مطبوعة	بريد الكتروني
ارسال / استقبال الفاتورة	برقية (مراسلة)	بريد الكتروني EDI
استحقاق الدفع	استمارة مطبوعة	EDI قاعدة بيانات
الدفع	برقية (مراسلة)	EDI-EFI

المصدر: زينب بوالصيود، إيمان لكنوش، مرجع سبق ذكره، ص 20

المطلب الثالث: أنواع التجارة الإلكترونية

هناك عدة فروع من التجارة الإلكترونية والتي لا بد من التعرف عليها، ومن أهمها¹:

1. التجارة الإلكترونية بين منشأة تجارية ومستهلك (Business-to-Customer):

بظهور التسوق على الأنترنت أو ما يسمى بالمراكز التجارية على الأنترنت، أصبح للمستهلك إمكانية القيام بشراء السلع المتاحة ودفع قيمتها عن طريق بطاقات الائتمان أو المصارف الإلكترونية أو عن طريق النقود عند استلام السلعة.

2. التجارة الإلكترونية بين منشأة تجارية ومنشأة أخرى (Business-to-Business):

يستعمل هذا النوع من التجارة بين مؤسسات أعمال مع بعضها البعض فتقوم منشأة الأعمال بإجراء الاتصالات لتقدم طلبات الشراء إلى مورديها باستخدام شبكة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، كما يمكنها أن تسلم الفواتير والقيام بعمليات الدفع عبر هذه الشبكة، هذا النوع من التجارة هو الأكثر شيوعاً في الوقت الحالي سواء على المستوى المحلي أو العالمي، حيث يستخدم بهدف خفض التكاليف وزيادة الكفاءة للعملية التجارية وتحقيق معدل أعلى من الأرباح.

3. التجارة الإلكترونية بين منشأة تجارية والإدارة المحلية (business-to administration):

بتوسع النشاط التجاري للمنشآت التجارية، أصبحت لا تستطيع أن تغطي كل معاملاتها الإدارية في وقتها ولهذا فإنه جرى استخدام التجارة الإلكترونية في تغطية معظم التحويلات، كدفع الضرائب ومختلف المعاملات التي تتم بين الشركات والهيئات المحلية الحكومية من عرض للإجراءات ونماذج المعاملات على الأنترنت، حيث تستطيع الشركات الاطلاع عليها بطريقة إلكترونية والقيام بإجراء المعاملة إلكترونياً دون الحاجة للتعامل مع مكتب حكومي.

4. التجارة الإلكترونية بين المستهلك والإدارة المحلية (Administration-to-Customer):

هذا النوع من أنواع التجارة الإلكترونية حديث النشأة وغير موسع وهو يضم العديد من الأنشطة من بينها دفع الضرائب إلكترونياً.

¹ زينب بوالصبيود، إيمان لكونوش، مرجع سبق ذكره، ص 18

5. التجارة الإلكترونية بين مستهلك ومستهلك (Customer-to-Customer):

ظهر هذا الشكل مع تزايد استخدام الأنترنت وظهور التقنيات الحديثة الخاصة بشبكة الأنترنت والنوع الرئيسي لهذا الشكل هو المعاملات بين المستهلكين عن طريق الرف الإلكتروني، حيث يقوم المستهلك بتقديم البضائع إلى المزاد فيستطيع المستهلكون الآخرون أن يزايدوا على الثمن، ويقوم الرف الإلكتروني بالخدمة كوسيط يمكن العملاء من وضع بضائعهم للبيع على الموقع الإلكتروني الخاص بالرف الإلكتروني وهذا الشكل يهدد التجارة الإلكترونية التي تتم بين وحدة الأعمال والمستهلك.

كما يرى جانب من الفقه الأمريكي أن هناك نوعاً آخر من التجارة الإلكترونية وهو التجارة الإلكترونية داخل المنظمة الواحدة ويشمل ذلك المنظمات العالمية التي تستخدم تكنولوجيا الإلكترونيات للاتصال بين فروعها أو أقسامها أو الشركات التابعة لها¹.

المطلب الرابع: تطبيقات التجارة الإلكترونية وخدماتها

الكثير من الناس تظن بأن التجارة الإلكترونية هي مجرد الحصول على موقع على الأنترنت، ولكنها أكبر من ذلك بكثير، هناك الكثير من تطبيقات التجارة الإلكترونية من مثل البنوك والتسوق في المجمعات التجارية الموجودة على الأنترنت وشراء الأسهم والبحث عن عمل والقيام بمزادات والتعاون مع بقية الأفراد في عمل بحث ما. ومن أجل تنفيذ هذه التطبيقات، يستلزم الحصول على معلومات داعمة وأنظمة وبنية تحتية².

تطبيقات التجارة الإلكترونية مدعومة ببنى تحتية وتأدية عمل هذه التطبيقات يستلزم الاعتماد على أربعة محاور مهمة:

الناس.

السياسة العامة.

المعايير والبروتوكولات التقنية.

شركات أخرى.

¹ المرجع نفسه، ص ص 18-19

² حسين يوسف، الاقتصاد الإلكتروني، الطبعة الأولى، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، مصر، 2012، ص ص 23-24

1. أقسام تطبيقات التجارة الالكترونية:

تطبيقات التجارة الالكترونية تنقسم الى ثلاثة أجزاء:

- شراء وبيع المنتجات والخدمات وهو ما يسمى بالسوق الالكتروني.
- تسهيل وتسيير تدفق المعلومات والاتصالات والتعاون ما بين الشركات وما بين الأجزاء المختلفة لشركة واحدة.
- توفير خدمة الزبائن.

2. أنظمة المعلومات ما بين المؤسسات والأسواق الالكترونية:

أنظمة المعلومات ما بين المؤسسات تركز على تبادل وتدفع المعلومات ما بين منطمتين أو أكثر غرضها الأساسي هو تخليص المعاملات بصورة فعالة كإرسال الجوالات المالية والفواتير والكمبيالات عبر الشبكات الخارجية. وفي هذه الأنظمة فان كل العلاقات ما بين الأطراف المعنية قد تم الاتفاق عليها مسبقا، فلا توجد مفاوضات أخرى ولكن مجرد تنفيذ ما تم الاتفاق عليه مسبقا. في حين أن الباعة والمشتريين في الأسواق الالكترونية يتفاوضون ويزيدون ويناقصون في السعر ويتفقون على فاتورة معينة وينفذون الاتفاق وهم متصلين بالشبكة أو غير متصلين، أنظمة ما بين المؤسسات تستخدم فقط في تطبيقات الشركات للشركات في حين أن الأسواق الالكترونية فتستخدم في تطبيقات الشركات للشركات وفي تطبيقات الشركات للمستهلكين¹.

¹تباني أمل، مرعد سعدة، مرجع سبق ذكره، ص ص 9-11

المبحث الثاني: نظم الدفع الإلكتروني

تتبع عملية التبادل الإلكتروني للسلع والخدمات بمرحلة ثانية ضرورية هي تسوية المدفوعات المترتبة على هذه المبادلات، وعلى هذا الأساس تم التطرق في هذا المبحث إلى نظم الدفع الإلكتروني وذلك من خلال أربعة مطالب.

المطلب الثاني: مفهوم البنك الإلكتروني

هناك عدة تعاريف للبنك الإلكتروني أو ما يسمى بالخدمات المصرفية عبر الإنترنت وسنشير إلى بعض منها: عرفه البعض على أنه: " البنك الذي يقدم الخدمات المصرفية عبر الموقع الإلكتروني له على شبكة الإنترنت ويقدم الخدمات المالية في البيئة الافتراضية"¹.

كما عرف البنك الإلكتروني من جهة أخرى على أنه: " هو العمل المصرفي الذي تكون فيه الإنترنت وسيلة الاتصال بين البنك والعميل وبمساعدة نظم وبرامج تمكن العميل من الاستفادة من الخدمات والحصول على منتجات مصرفية مختلفة، والتي يقدمها البنك عن بعد"².

ومن هذه التعريفات نجد أنه تم الاعتماد على أساس تقديم الخدمة عبر الإنترنت لتعريف البنك الإلكتروني.

وعرف البنك الإلكتروني بناء على عدم الوجود المادي كأساس وذلك باعتباره موجود فقط على مستوى العالم الافتراضي.

فعرف على أنه: " البنك الذي ليس له فروع مادية، والذي يتواصل مع عملائه عبر وسائل إلكترونية متصلة بشبكة الإنترنت... "³.

¹ علاء التميمي، التنظيم القانوني للبنك الإلكتروني على شبكة الإنترنت، دار الجامعة الجديدة، مصر 2012، ص 45.

² بحوصي مجدوب، سفيان بن عبد العزيز، واقع وآفاق البنوك الإلكترونية (مع إشارة إلى مستقبلها في الجزائر)، مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي، المجلد 6، العدد 2، 2013، ص 211

³ مداح عرابي وبارك نعيمة، أهمية البنوك الإلكترونية في تفعيل وسائل الدفع الإلكترونية في الوطن العربي الواقع والآفاق، مجلة الاقتصاد الجديد، جامعة خميس مليانة، المجلد 1، العدد 2، جانفي 2010، ص 62.

وتتنوع البنوك الإلكترونية على النحو التالي¹:

- **الموقع المعلوماتي:** من خلاله فان البنك يقدم معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية، ويحقق بذلك الحد الأدنى من النشاط الإلكتروني المصرفي.
- **الموقع التفاعلي:** يسمح الموقع بنوع ما من التبادل الاتصالي بين البنك وعملائه كالبريد الإلكتروني وتعبئة طلبات أو نماذج على الخط أو تعديل معلومات القيود والحسابات.
- **الموقع التنفيذي:** هذه المواقع تضمن البنوك قدرة الزبون على التعامل مع الخدمة المصرفية عن بعد ومن خلال الانترنت.

ويتضح أن البنك الإلكتروني في حقيقته عبارة عن موقع إلكتروني على شبكة الإنترنت يحتوي على كافة البرمجيات للتعامل مع العملاء بصورة كاملة².

ومن خلال ما سبق نستنتج ان البنك الإلكتروني هو نظام يسمح للعملاء بإجراء معاملاتهم المالية إلكترونيا من خلال منصة إلكترونية تقدمها المؤسسة المالية، سواء كان ذلك عبر موقعها الإلكتروني أو تطبيقها على الهاتف المحمول.

المطلب الثاني: مفهوم الدفع الإلكتروني

يعتبر الدفع الإلكتروني نظاما جديدا، وليد الثورة المعلوماتية التي مست مختلف ميادين الحياة، لذلك فالبد من إحاطته بالاهتمام الكافي من قبل المشرعين، بتوفير بيئة تنظيمية وقانونية مناسبة، لإزالة اللبس والغموض الذي يثور بشأن مفهوم هذا النظام، وكيفية التعامل به، وكذا حماية التعامل بوسائل الدفع الإلكتروني، كنقطة هامة وأولية، على اعتبار أن هذا النظام جاء ليبعث مزيدا من الأمان والسرية في المعاملات المالية والمصرفية.

¹ وافي ميلود، داودي محمد، واقع ومتطلبات تفعيل البنوك الإلكترونية دراسة حالة الجزائر، مجلة الدراسات التسويقية وإدارة الأعمال، جامعة بشار، المجلد 1، العدد 1، 2017، ص 6.

² علاء التميمي، مرجع سبق ذكره، ص 47_48.

يمكن تعريف الدفع الإلكتروني على أنه مجموعة التقنيات الإعلامية، المغناطيسية أو الإلكترونية التي تسمح بتحويل الأموال دون الحاجة إلى دعامة ورقية¹.

كما يعرف الدفع الإلكتروني بأنه "وسيلة تسمح بتنفيذ الصفقات التجارية لتبادل السلع والخدمات عبر الأنترنت"².

ويعرف الدفع الإلكتروني أيضا على أنه "مجموعة الأدوات والتحويلات البنكية التي تصدرها المصارف والمؤسسات كوسيلة دفع، وتمثل في البطاقات البنكية والنقود الإلكترونية وغيرها"³.

كما تعبر أنظمة الدفع الإلكترونية عن كل الأنظمة التي تستخدم في تسوية العمليات المالية عبر الوسائط الإلكترونية، إذ يتم اعتمادها بين المصارف أو المؤسسات أو الأفراد من داخل الوطن الواحد أو خارجه⁴.

من خلال التعاريف السابقة والتي تقاربت من حيث وجهات النظر، يمكن استنتاج الخصائص التالية لنظام الدفع الإلكتروني:

- الدفع الإلكتروني عبارة عن الصورة الإلكترونية للدفع التقليدي؛
- يتطلب الدفع الإلكتروني وجود وسائل إلكترونية مثل الحاسبات المكتبية والشخصية، هواتف ثابتة ونقالة، هوائيات الدفع الإلكترونية وشبكات اتصال سلكية ولاسلكية؛
- سرعة أداء المعاملات وتكلفة استعمالها منخفضة ذلك لأنها تعتمد على تكنولوجيا الإعلام والاتصال التي من خصائصها تقليص الوقت والجهد والمال؛
- الدفع الإلكتروني لا يستدعي بالضرورة تواجد البائع والمشتري في نفس المكان؛

¹ بن مصطفى ريم، فلوش عبد الله، الدفع الإلكتروني ودوره في تسيير أزمات السيولة في الجزائر، مجلة المشكاة في الاقتصاد والتنمية والقانون، المجلد 7، العدد 01، 2022، ص 32

² Ladli Abderrezak, **Les moyens de paiement électronique : « la carte CIB au niveau de CNEP Banque agence de Tizi-Ouzou »**, mémoire de master en science de gestion, option management bancaire, université Mouloud Mammerri de Tizi-ouzu, 2018, p14.

³ بن علي نيمان، حمودي ناصر، الدفع الإلكتروني بين العوائق التي تواجهه والحماية الفنية والجزائية المقررة له، مجلة دراسات وأبحاث المجلة العربية في العلوم الانسانية والاجتماعية، المجلد 03، العدد 4، 2021، ص 418

⁴ منير محمد الجنيبي، ممدوح محمد الجنيبي، النقود الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2005، ص 56

- أن التعامل بوسائل الدفع الإلكترونية يمكن أن يتم في حدود وطنية ودولية، لاعتمادها على شبكات اتصال لا تعترف بالحدود الجغرافية.

المطلب الثالث: تعريف ومزايا النقود الإلكترونية

النقد الإلكتروني هو شكل من أشكال النقد الكتابي، يمكن لصاحبه أن يطلب من البنك الذي أصدره تحويله إلى نقد ائتماني أو إلى نمط آخر من النقد الكتابي كالشيك مثلاً.

أولاً: تعريف النقود الإلكترونية:

تتعدد تعريفات الفقهاء للنقود الإلكترونية وهذه التعريفات وإن اختلفت من حيث الشكل والصياغة، فهي تتفق من حيث المعنى والمضمون، من ذلك فقد عرفت النقود الإلكترونية بأنها عبارة عن:

- مستودع للقيمة النقدية يحتفظ به بشكل رقمي، بحيث يكون متاحاً للتبادل الفوري في المعاملات¹.
- كما عرفت أيضاً مجموعة من البروتوكولات، والتوقيعات الرقمية التي تتيح للرسالة الإلكترونية أن تحل محل تبادل العملات التقليدية، وبعبارة أخرى فإن النقود الإلكترونية هي المكافئ الإلكتروني للنقود التقليدية التي اعتدنا تداولها².
- كما عرفت كذلك قيمة نقدية في شكل وحدات ائتمانية مخزنة بشكل إلكتروني، أو على أداة إلكترونية يحوزها المستهلك³.

وانطلاقاً من التعريفات السابقة نستطيع أن نعرف النقود الإلكترونية بأنها " قيمة نقدية مخزنة على وسيلة إلكترونية، وغير مرتبطة بحساب بنكي، وتستخدم كوسيلة لتحقيق الأغراض المختلفة "

ثانياً: مزايا النقود الإلكترونية:

يتفق علماء الاقتصاد أن للنقود الإلكترونية مزايا عدة، تتمثل فيما يلي:

1. الكفاءة:

¹ نادر عبد العزيز شاتي، المصارف والنقود الإلكترونية للمؤسسة الحديثة للكتاب، طرابلس، لبنان، 2007، ص 83

² منير محمد الجهيني، ممدوح محمد الجهيني، النقود الإلكترونية، دار الفكر العربي، الإسكندرية، مصر، 2005، ص 10

³ محمد إبراهيم محمود الشافعي، الآثار النقدية والاقتصادية والمالية للنقود الإلكترونية، بحث مقدم إلى مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون، المتعقد يوم 10 - 12 / 05 / 2003، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، دبي، ص 13.

إن صفقات النقد الإلكتروني أقل تكلفة من الطرق الأخرى، وهذا ما يشجع على زيادة أنشطة الأعمال، حيث تحويل النقد الإلكتروني على الأنترنت يكلف أقل من إجراءات عمليات بطاقات الائتمان، لأن التحويل يتم عبر بنية أساسية متواجدة وهي الأنترنت، ومن خلال نظم الكمبيوتر الموجودة، لذلك فإن التكلفة الثابتة للعناصر المادية للقيام بعملية النقد الإلكتروني تكاد تكون صفراً، ولأن الأنترنت ذات مجال عالمي فإن المسافة التي على العملية الإلكترونية قطعها لا تؤثر في التكلفة¹.

2. بسيطة وسهلة الاستخدام:

تسهل النقود الإلكترونية التعاملات البنكية الى حد كبير فهي تغني عن ملء الاستمارات وإجراء الاستعلامات البنكية عبر الهاتف فالعملية تتم بالكامل أوتوماتيكياً ومنتهى البساطة، فالمشترى يستطيع سداد قيمة المشتريات بمجرد إصدار أمر إلى حسابه الآلي.

3. لا تخضع للحدود:

يمكن تحويل النقود الإلكترونية من أي مكان إلى آخر في العالم، وفي أي وقت كان وذلك لاعتمادها على الأنترنت، أو على الشبكات التي لا تعترف بالحدود الجغرافية ولا تعترف بالحدود السياسية، إذ لا يمكن أن تستخدم إلا بوجود جهاز حاسوب مرتبط عبر شبكة إلكترونية خاصة أو عامة.

إن هذه الميزة تجعل من النقود الإلكترونية ذات طابع دولي، ذلك لأن فضاء الشبكات الإلكترونية لا يتقيد بالحدود الجغرافية لدولة معينة، بل يمتد ليشمل جميع أرجاء المعمورة، وهو ما يستلزم تنظيماً دولياً لهذه النقود، كما يترتب عن هذه الخاصية عدم ضرورة المعاصرة الزمانية، أو التواجد في مكان واحد أثناء استعمال العملة الإلكترونية، فلا يشترط أن يكون دافع النقود ومن تدفع له متواجدين في مكان أو زمان واحد حتى تتم عملية الدفع، بل يمكن أن تتم العملية من خلال وجود طرف واحد².

4. سهولة الحيازة:

¹ رشيد بوعافية، دور النقود الإلكترونية في تطوير التجارة الإلكترونية، المجلة الجزائرية للاقتصاد والمالية، مجلة علمية محكمة تصدر عن مخبر الاقتصاد الكلي والمالية الدولية جامعة يحي فارس، المدية، الجزائر، المجلد 2، العدد 2، 2014، ص 117

² خضير إسرائ، خالد نهي، النظام القانوني للنقود الإلكترونية، مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية، العراق، المجلد 22، العدد 2، 2014، ص 268.

يستطيع كل فرد استخدام النقود الإلكترونية، فالتجار يمكنهم الدفع لتجار آخرين في علاقة شركة بشركة، والمستهلكون يمكنهم الدفع من واحد لآخر، والنقد الإلكتروني لا يستلزم أن يكون لدى أحد الطرفين ترخيص خاص مثلما يلزم الأمر في الصفقات التي تتم ببطاقات الائتمان¹.

5. تسرع عمليات الدفع:

تحري حركة التعاملات المالية ويتم تبادل معلومات التنسيق الخاص بها فوراً في الزمن الحقيقي دون الحاجة إلى أي وساطة، مما يعني تسريع هذه العملية على العكس مما لو كانت تتم قبل ذلك بالطرق التقليدية.

6. تشجع عمليات الدفع الآمنة:

من خلال وجود نظام مصرفي معد لغرض التعامل بالنقود الإلكترونية، إذ تستخدم البنوك التي تتعامل بالنقود الإلكترونية أجهزة خادمة تدعم بروتوكول الحركات المالية الآمنة. كما تستعمل مستعرضات لشبكة الويب تدعم بروتوكول الطبقات الآمنة، مما يجعل عمليات دفع النقود الإلكترونية أكثر أماناً وسرية، لأن قضاء الإنترنت يقوم على وجود أرقام متسلسلة ترمز إلى القيمة النقدية وهذه الأرقام تستخدم لمرة واحدة، ويقوم المصرف بتغيير الرقم المتسلسل عند انتقال النقود الإلكترونية من شخص لآخر وهذا بدوره يستلزم نظاماً مصرفياً خاصاً².

وهناك العديد من المخاطر التي تنجم عن استخدام النقود الإلكترونية، وهذه المخاطر يمكن إجمالها فيما يلي:

1. مخاطر التشغيل:

إن تأمين أنظمة التشغيل الخاصة بالمدفوعات الإلكترونية تسعى المصارف لتحقيقها لزيادة الأمان والثقة لدى المستخدمين، وتنشأ المخاطر من إمكانية اختراق هذه الأنظمة من قبل أشخاص غير مرخص لهم بالدخول، والوصول إلى المعلومات الخاصة بالعملاء، وكشف حساباتهم وأرقام السر التي يحتفظون بها، ومن خلالها: يتم سرقة النقود الإلكترونية عن طريق ما يعرف بفك التشفير غير المشروع.

هذا وإلى جانب ما سبق فقد تتعرض، أنظمة التشغيل للتعطيل بفعل أعمال إجرامية كإرسال فيروسات تخريبية عبر شبكة الإنترنت فيكون هناك عدم وجود الكفاءة المطلوبة والسرعة في إجراء الصيانة الدورية، والطارئة التي يتطلبها العمل على شبكات الاتصال والاعتماد على التقنيات غير الحديثة، أو تقنية واحدة مشتركة للعديد من أنظمة

¹ رشيد بوعانية، مرجع سبق ذكره، ص 120.

² حضير إسرائ، خالد نهي، مرجع سبق ذكره، ص 269

التشغيل والأخطر هو الاستعانة بخبرات فنية من خارج المصارف أو المؤسسات المصدرة للنقود الإلكترونية لتقديم الدعم الفني¹.

2. المخاطر القانونية:

علاوة على مخاطر التشغيل فمن المتوقع أيضاً أن تثير النقود الإلكترونية بعض المخاطر القانونية وتنبع هذه المخاطر أساساً من جراء سوء استخدامها من دون قصد كالإهمال الذي يصدر من مستخدم النقود الإلكترونية (العميل) لعدم المحافظة على الرقم السري محفظة النقود الإلكترونية، أو السماح للآخرين بطريقة ما للتعرف على الأرقام السرية الخاصة به والمتعلقة بنظام الدفع الخاصة به، وقد يكون سوء الاستخدام لوسائل الدفع الإلكترونية عن قصد تتخذ غالباً أعمال إجرامية كالاختيال والسرقة والتزوير غالباً ما يكون القصد منه هو الصرف المزدوج للعملة الإلكترونية، وعلى الرغم من وجود إجراءات وقائية مضادة للحد من التزييف فإن التزوير يمكن حدوثه.

إضافة إلى التزوير هناك عمليات غسيل الأموال التي قد تكون النقود الإلكترونية المجال الخصب لمثل هذه الجرائم، لأن التعامل بالنقود الإلكترونية لاستوجب الكشف عن هوية العميل، وطبيعة المعاملة، ذلك لأن النقود الإلكترونية مثلها مثل أوراق النقد والعملات المعدنية لا يمكن تتبعها أبداً. أيضاً ستثار مخاطر التهرب الضريبي خاصة تلك التي تتعلق بالصفقات التي تتم بواسطة النقود الإلكترونية حيث يصعب على الجهات الحكومية حينئذ تحصيل الضرائب عنها، لأن الصفقات تتم خفية عبر شبكة الإنترنت.

إضافة إلى ذلك هناك مخاطر تتولد عندما تقنن حقوق والتزامات الأطراف المختلفة المتعاملة بالنقود الإلكترونية، وبطريقة غير دقيقة، لأن العلاقات التعاقدية التي تنشأ بين مستخدمي النقود الإلكترونية (المستهلكين وتجار تجزئة والمؤسسات المصدرة لهذه البطاقات) هي علاقات متشعبة ومعقدة².

3. مخاطر السرية والخصوصية

إن الممارسة الصحيحة للتعامل بالنقود الإلكترونية تقتضي القدرة على التأكد من أن الصفقات المتبادلة، والتي تبرم بواسطة استخدام النقود الإلكترونية تتم فقط بين الأطراف المعنية وأن عملية التبادل تنصب على تلك السلع

¹ شيماء نوزي أحمد، التنظيم القانوني للنقود الإلكترونية، مجلة الرائد للحقوق، تصدر عن كلية الحقوق، جامعة الموصل العراق، المجلد 14، العدد 50، 2010، ص 182

² صالح محمد حسني، دور النقود الإلكترونية في التجارة الإلكترونية والعمليات المصرفية الإلكترونية، بحث مقدم إلى مؤتمر الأعمال المصرفية بين الشريعة والقانون المتعدد يوم 10-2003/05/12، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، دبي، ص 252

والخدمات المصرح بها فقط، ومع ذلك يبقى هناك تخوف من قبل المستهلكين، وذلك من جراء إمكانية استخدام المعلومات والبيانات المتعلقة بإبرام الصفقات دون ترخيص، أو إذن مسبق، وسوف تتضاعف هذه المخاوف مع الازدياد المطرد في استخدام النقود الإلكترونية في إبرام الصفقات التجارية¹.

المطلب الرابع: تأمين نظم الدفع الإلكتروني

إن حماية المستهلك عند الدفع الإلكتروني ترتبط بالعديد من الأمور، فتسوق المستهلك عبر الانترنت وقيامه بالتعاقد أو الشراء يرتبط بالدفع الإلكتروني، لذلك فالأجهزة الإلكترونية وثيقة الصلة بالتعاقد الإلكتروني، ويمكن عن طريق هذه الصلة تحويل المبالغ لحسابات أخرى، ودفع الفواتير، لجهات خارج البنك من خلال الدفع الإلكتروني الذي يتم من خلال بطاقات الدفع الإلكتروني أو بطاقات الائتمان التي تحول صاحبها بتحويل قيمة مالية معينة من حسابه إلى حساب البائع².

1. التأمين الفني لعملية الدفع الإلكتروني:

يتحقق هذا التأمين من خلال الوظائف والشروط الفنية التي يجب أن تتوفر في عملية الدفع كي تكون آمنة، وتمثل هذه الشروط في إضفاء الصفة الرسمية على الأمر بالدفع إلى الجانب تقنية التشفير والتميز وحفظ المعلومات الخاصة بعملية الدفع وكذا تحديد التاريخ الإلكتروني لواقعه الدفع³.

2. التأمين القانوني لعملية الدفع الإلكتروني:

تأخذ عملية تأمين الدفع بالنسبة للمستهلك بعدين يتمثل البعد الأول في البحث عن وسيلة تضمن له عدم السحب من رصيده المتاح بموجب وسيلة الدفع المستخدمة إلا المبالغ المتفق عليها⁴، وذلك يستدعي تفعيل مسؤولية البنك عن الأخطاء التقصيرية أو التعاقدية التي من شأنها الإضرار بالعميل وعدم تحميل العميل مخاطر تشغيل النظام المعلوماتي مع التأكد من صحة أمر الدفع، ومن اجل حماية وسائل الدفع يجب على كل من العميل

¹ محمد إبراهيم محمود الشافعي، النقود الإلكترونية (ماهيتها، مخاطرها، تنظيمها القانوني)، مجلة الأمن والقانون، تصدر عن أكاديمية شرطة دبي، المجلد 2، العدد 1، جانفي 2004، ص 15.

² عبد الفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الانترنت، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، مصر، 2006، ص 79.

³ حابت أمال، التجارة الإلكترونية في الجزائر، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه، تخصص إدارة أعمال، جامعة مولودي معمري ولاية تيزي وزو الجزائر 2015، ص 279.

⁴ سامي عبد الباقي أبو صالح، الوفاء الإلكتروني بالديون الناشئة عن المعاملات التجارية، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 2006، ص 131.

والمستهلك بالدفع ضمن الوسائل المرخص بها، وفقاً للتشريع المعمول به، وهذا ما أكدته المادة 27 من قانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

أما البعد الثاني يتمثل في إقامة نظام يربط بين لحظة الدفع ولحظة التسليم، وهذا ما نصت عليه المادة 28 من نفس القانون على أنه : يجب أن يكون وصل موقع الانترنت الخاص بالمورد الإلكتروني بمنصة الدفع الإلكتروني مؤمناً بواسطة نظام تصديق الكتروني وعليه يعد التوقيع على وسائل الدفع الإلكترونية وسيلة لتوطيد الثقة وبعث الطمأنينة في مجال المعاملات الإلكترونية عامة والتجارة الإلكترونية خاصة، لهذه الأسباب وغيرها سارعت التشريعات المقارنة إلى تقنين التوقيع الإلكتروني والتشجيع التعامل عبر منصات الدفع الإلكتروني وإبراز دوره القانوني والمتمثل في تعيين صاحب التوقيع أولاً والتعبير عن قبوله للالتزامات الدفع عبر منصات الدفع الإلكتروني التي يضمنها ويحميها القانون من خلال مجموعة من النصوص القوانين وأمن التقنيات¹.

¹ المنتصر بالله ابوط، أسماء بعلوج، حماية المستهلك من خلال تأمين وسائل الدفع الإلكتروني، مجلة الصدى للدراسات القانونية والسياسية، العدد الثاني، مارس 2020، ص ص 159-163

المبحث الثالث: الدراسات السابقة

سوف يتم العرض في هذا المبحث أهم الدراسات السابقة التي تم الاعتماد عليها والتي لها علاقة بموضوع البحث:

المطلب الأول: الدراسات العربية

1. دراسة تبناني أمل ومريم سعد (2020/2019)، بعنوان: "واقع ومستقبل التجارة

الإلكترونية في الجزائر"¹.

هدفت من خلال هذه الدراسة الى التعرف على الجديد الذي جاءت به التجارة الإلكترونية ، وما الذي يميزها عن الأسلوب التقليدي في المبادلات التجارية ، ولماذا لقيت هذا الراجح الكبير لدى الأفراد ومختلف المنشآت، والوقوف أيضا على حالة الجزائر فيما يخص تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تلعب دورا كبيرا في زيادة القدرة التنافسية وتحقيق التنمية الاقتصادية، لما لها من علاقة مباشرة مع استعداد الجزائر الاستخدام تطبيقات التجارة الإلكترونية، وكذلك حصر السبل الكفيلة لتمكين الأفراد من الاستفادة من هذه التطبيقات، واقتراح الحلول المناسبة لتخطي التحديات والعقبات التي تفرضها التجارة الإلكترونية في الجزائر، تم الاعتماد على منهج دراسة الحالة، وقد توصلت إلى مجموعة نتائج أهمها أن التجارة الإلكترونية من المواضيع الحديثة في العامل، بالرغم من هذا أصبحت ممارستها امر طبيعي في الدول المتقدمة ، وهي تعرف تقدما تلو الآخرين مدى استعمالها، أما في الجزائر فهي ضعيفة مقارنة بدول الجوار كتونس والمغرب، وجد ضعيفة مقارنة بدول العامل، وهذا راجع الى مجموعة من العوائق والصعوبات في الجمال التشريعي، تكنولوجية ، ثقافية، تشهد الجزائر تقدم ملحوظ في جمال الإهتمام بتطور تكنولوجيا الإعلام والاتصالات، مقارنة بالسنوات السابقة، فرغم التطور الذي شهدته الجزائر في جمال الأنترنت وازدياد عدد مستخدميها، انعدام الإحصائيات حول موضوع التجارة الإلكترونية، ناتج عن انعدام الجهات الرسمية المختصة بتنظيم وتنسيق وتعميم التجارة الإلكترونية.

2. دراسة بودور حسام وبومعزة رؤوف (2021/2020)، بعنوان: "واقع التجارة الإلكترونية بالجزائر

في ظل جائحة كورونا وفاقها"²:

¹ تبناني أمل، مريم سعد، واقع ومستقبل التجارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص مالية وتجارة دولية، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، قلمة، 2020/2019.

² بودور حسام، بومعزة رؤوف، واقع التجارة الإلكترونية بالجزائر في ظل جائحة كورونا وفاقها، مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص مالية وتجارة دولية، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1954، قلمة، 2021/2020.

هدفت الدراسة إلى بيان تأثيري جائحة كورونا على نمو التجارة الإلكترونية العالمية وفي الجزائر خاصة، وقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي الذي يهدف جمع المعلومات الأكثر دقة ووضوحا عن هذه الظواهر في البحث العلمي بالاعتماد على المراجع والمصادر المتخصصة والاطلاع على التقارير الإحصائية والمؤشرات الاقتصادية المتعلقة بالدراسة، وتحليلها للتعرف على تأثير جائحة كورونا على التجارة الإلكترونية وتوصلنا الى مجموعة من النتائج أهمها أن الاقتصاد التقليدي لا يمكنه ان يجاري هذه التغيرات، وأن الجائحة أكدت أن التجارة الإلكترونية هي الحل الأنجح في ظل الجائحة وإجراءات الغلق الشامل والحجر المنزلي، حيث عرفت نمو غير مسبوق سواء من حيث حجم المداخيل أو اكتساح حصص سوقية، كما كشفت الدراسة ان الصين والولايات المتحدة الأمريكية جاءت في مقدمة الدول التي استحوذت على إيرادات التجارة الإلكترونية بسبب شركاتها الرائدة في هذا المجال وتجارة التجزئة عبر الأنترنت مثل شركة علي بابا وموقع dj وموقع امازون وغيرها من الشركات كما ابرزت بعض شركات الخدمات مثل التوصيل وغيرها في الجزائر وبعض المواقع الإلكترونية مثل: واد كنيس وجوميا و البيع عرب فايسبوك جدارتها واحتلت مكانة كبيرة لدى المستهلك الجزائري نظيرا لما قدمته من خدمات أثناء الجائحة بالرغم من الصعوبات الكبيرة التي واجهتها.

3. دراسة بريكي نادين وعماري دني، (2023/2022)، بعنوان: "واقع التجارة الإلكترونية في

الجزائر"¹:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة واقع تطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر وهذا بالاستناد إلى مجموعة من المؤشرات والإحصائيات وتحليلها، ومن أجل ذلك تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، الوصفي عند عرض المفاهيم النظرية الشاملة فيما يخص التجارة الإلكترونية، والتحليلي في دراسة واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر. وقد توصلت الدراسة إلى أن الجزائر ما تزال في مهد الطريق، رغم الجهود التي يبذلها القطاع الاقتصادي بالبلاد والتي تجسدت من خلال صدور القانون 05-18 المؤرخ في 10 ماي 2018 الذي حدد الإطار التشريعي الناظم للمعاملات الإلكترونية، الذي يسعى إلى توفير العديد من الأدوات التشريعية الكفيلة بتفعيل نشاط التجارة الإلكترونية لضمان عملية التداول الإلكتروني بسلاسة.

¹ بريكي نادين، عماري دني، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، تخصص مالية وتجارة دولية، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريبيج، 2023/2022.

4. دراسة زينب بوالصيود وإيمان لكنوش (2022/2021) بعنوان: "دور العملات الرقمية في التجارة الإلكترونية في ظل جائحة كورونا" البيتكوين نموذجاً¹:

هدفت هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على التجارة الإلكترونية خلال جائحة كورونا ودور العملات الرقمية في عمليات التسديد والمعاملات المالية.

مما أحدثته هذه الجائحة من آثار اجتماعية واقتصادية على الأفراد والدول والحكومات والمؤسسات حيث فرضت حجراً صحياً يمنع تنقل الأشخاص وحركة الملاحة الجوية والبحرية وهذا ما أدى إلى لجوء الأفراد إلى التجارة الإلكترونية ومنصات التجارة الإلكترونية هذه أتاحت للأفراد وسائل دفع جديدة من بينها العملات الرقمية، وتعتبر البيتكوين أشهر العملات الرقمية التي يتم التعامل بها في التجارة الإلكترونية.

5. دراسة بن مصطفى ريم وقلوش عبد الله (2022) بعنوان: "الدفع الإلكتروني ودوره في تسيير أزمات السيولة في الجزائر"²:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى تسليط الضوء على آلية هامة معتمدة في تسيير أزمات السيولة ألا وهي الدفع الإلكتروني، خاصة في ظل العولمة الرقمية التي لم تبق تقنيات انتقال الأموال في منأى عن هذا التطور، وعلى هذا الأساس سيتم الوقوف على واقع عمليات الدفع الإلكتروني في الجزائر ومدى تأثيره على أزمة السيولة.

ولقد توصلت الورقة البحثية، إلى أن الدفع الإلكتروني في الجزائر لا يزال بعيداً كل البعد مقارنة مع ما تم التوصل إليه عالمياً، الأمر الذي يجعل من أزمة السيولة تستمر وليكون ارتفاع معدل تداول النقد الورقي أحد أهم الأسباب المساهمة فيها.

¹ زينب بوالصيود، إيمان لكنوش، دور العملات الرقمية في التجارة الإلكترونية في ظل جائحة كورونا "البيتكوين نموذجاً"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية (ل.م.د)، تخصص: إقتصاد نقدي وبنكي، فرع العلوم الاقتصادية، قسم العلوم الاقتصادية والتجارية، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصف، ميله، 2022/2021.

² بن مصطفى ريم، قلوش عبد الله، الدفع الإلكتروني ودوره في تسيير أزمات السيولة في الجزائر، مجلة المشكاة في الاقتصاد والتنمية والقانون، المجلد 7، العدد 01، 2022.

6. دراسة بن علي نريمان وحمودي ناصر (2021) بعنوان: "الدفع الإلكتروني بين العوائق التي تواجهه والحماية الفنية والجزائية المقررة له"¹:

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الصعوبات التي تواجهها الجزائر في تطبيق وتعميم استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، فعلى الرغم من الأهمية البالغة لهذه التقنية إلا أن الجزائر لازالت متأخرة جدا في تعميم استخدامها، لذا سنحاول تبين العوامل المعرّقة لنجاح الدفع الإلكتروني في الجزائر والحماية المقررة لهذه التقنية. توصلت من خلال هذه الدراسة إلى أن أهم معوقات تعميم الدفع الإلكتروني في الجزائر يرجع بالأساس إلى ضعف الثقافة المعلوماتية لدى المواطن خصوصا من التقنيات الجديدة، وعدم إلمام المستخدمين بها، إضافة للمخاطر الناجمة عن استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في حد ذاتها، هذا من جهة، ومن جهة أخرى قلة الإمكانيات اللازمة كتنقص أجهزة التخليص، إضافة للأعطال المتكررة على مستوى الموزعات الآلية المتوفرة، والأهم من كل هذا غياب تشريع خاص يعنى بنظام الدفع الإلكتروني.

المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية

1. Etude de Chadli Chaouki¹, Amel Mehaoua (2022) intitulée: " **E-commerce in light of the Covid-19 pandemic between opportunities and challenges**"²:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اثر جائحة كوفيد - 19 على التجارة الإلكترونية و الفروقات التي ستحدث في معدلات المعاملات قبل و أثناء الجائحة و هذا لإبراز أهمية التجارة الإلكترونية و التي تتميز بخصائص يمكن أن تجعلها مرشحة لصنع الفارق و تعويض الركود الذي أصاب الاقتصاد العالمي، وقد تبين من خلال النتائج أن التجارة الإلكترونية لعبت دورا مهما في هذه الجائحة وارتفع حجم استخدام التجارة الإلكترونية و بمعدلات معتبرة يبقى انه هناك بعض النشاطات التي انخفضت فيها المعاملات بشكل كبير كالسفر و السياحة وبرز عائق

¹ بن علي نريمان، حمودي ناصر، الدفع الإلكتروني بين العوائق التي تواجهه والحماية الفنية والجزائية المقررة له، مجلة دراسات وأبحاث المجلة العربية في العلوم الانسانية والاجتماعية، المجلد 03، العدد 4، 2021.

² Chadli chaouki¹, Amel mehaoua, **E-commerce in light of the Covid-19 pandemic between opportunities and challenges**, Journal of Economic Growth and Entrepreneurship JEGE, Spatial and entrepreneurial development studies laboratory, Vol.5. No.1. 2022

حال دون تطور استخدام التجارة الإلكترونية بشكل أكبر وهو الجانب اللوجستي الذي انخفض فأثر على معدلات التجارة الإلكترونية.

2. Etude de Lingming Chen, Md. Salamun Rashidin , Fei Song, Yi Wang, Sara Javed, and Jian Wang (2021) intitulée: " **Determinants of Consumer's Purchase Intention on Fresh E- Commerce Platform: Perspective of UTAUT Model**"¹:

هدفت الدراسة إلى تحديد محددات المستهلك ونية شراء المنتجات الطازجة من منصة التجارة الإلكترونية: من منظور نموذج UTAUT نموذج قبول التكنولوجيا المتكاملة (النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا) حيث وبرغم من ازدهار سوق المواد الغذائية الطازجة، لا تحتفظ منصة التجارة الإلكترونية الطازجة إلا بحصة محدودة في السوق، بسبب قلة الاستخدام المعتاد لهذه المنصات وللإجابة على فرضيات الدراسة تم استخدام الاستبيان كأداة أولية لجمع البيانات وتم توزيع الاستبيان على 376 شخص. وإجراء تحليل باستخدام نموذج المعادلة الهيكلية باستخدام برنامج AMOS 23.0 وتحليل بيانات الاستبيان، استخدم الباحثين برنامج SPSS25.0.

ومن النتائج المتوصل إليها:

- كلاً من الأداء المتوقع والتأثير الاجتماعي لهما تأثير إيجابي كبير على المستهلكين نية الشراء باستخدام
- منصات التجارة الإلكترونية الجديدة، في حين أن المخاطر المتصورة لها تأثير سلبي كبير.
- الثقة المتصورة تلعب دوراً وسيطاً بين توقع الأداء ونية الشراء والتأثير الاجتماعي ونية الشراء وكذلك المخاطر المتصورة ونية الشراء. بالإضافة إلى ذلك، فإن الوعي بسلامة الأغذية هو الوسيط بين الثقة المتصورة ونية الشراء.

3. Etude de Robert Daniel Tolstoy, Emilia Rovira Nordman, Sara Mel'en Hånell, Nurgül "Ozbekm (2021) intitulée:" he development of

¹ Lingming Chen, Md. Salamun Rashidin , Fei Song, Yi Wang, Sara Javed, and Jian Wang, **Determinants of Consumer's Purchase Intention on Fresh E -Commerce Platform: Perspective of UTAUT Model**, SAGE Open, April-June 1– 17,2021.

international e-commerce in retail SMEs: An effectuation perspective"¹:

الغرض من هذه الدراسة هو فحص تأثير الترابط الاجتماعي على المجتمع مستخدمي وسائل الإعلام ونواياهم تجاه تبني التجارة الاجتماعية في التكنولوجيا نموذج القبول (تام) للبيانات التي تم جمعها من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي من الشباب (ن = 446) في الولايات المتحدة يظهر نموذج المعادلة الهيكلية أن الترابط الاجتماعي يؤثر بشكل إيجابي على تصورات مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي للسهولة من الاستخدام والفائدة والمتعة، والتي بدورها تؤثر على مواقفهم ونواياهم نحو تبني التجارة الاجتماعية في تسوق الملابس تأثير الاجتماعية للترابط الأقوى من حيث سهولة الاستخدام المتصورة من متغيرات TAM الأخرى.

محسوس - ملموس يتمتع بأقوى تأثير على المواقف، والمواقف لها تأثير قوي على نوايا المستهلكين لاعتماد التجارة الاجتماعية لشراء الملابس.

نتائج من هذه الدراسة أظهرت أن الترابط الاجتماعي يعزز تصورات مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي التجارة الاجتماعية ويؤدي بشكل إيجابي إلى اعتماد التجارة الاجتماعية في شراء الملابس. وتشير كذلك النتائج إلى أن الترابط الاجتماعي له تأثير غير مباشر على المواقف تجاه التجارة الاجتماعية من خلال المنفعة (أي سهولة الاستخدام والفائدة) وتصورات المتعة (أي الاستمتاع) للتجارة الاجتماعية.

المطلب الثالث: المقارنة بين الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة

يركز هذا المطلب على المقارنة بين الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة من خلال ذكر أهم أوجه التشابه وأوجه الاختلاف بين دراستنا ودراسات السابقة التي تم ذكرها سابقا.

أولا: المقارنة بين الدراسة الحالية مع الدراسات العربية:

تلخيص أهم الفروقات بين دراستنا والدراسات العربية في الجدول التالي:

¹ Daniel Tolstoy, Emilia Rovira Nordman, Sara Mel'en Hånell, Nurgül "Ozbekm, **the development of international e-commerce in retail SMEs: An effectuation perspective**, Journal of World Business, :2021. P56.

جدول رقم 02: الدراسة الحالية مع الدراسات العربية:

الدراسات	أوجه التشابه	أوجه الاختلاف
تباني أمل ومريم سعدة	- المتغير التابع - المتغير مستقل - نوع دراسة بحث جامعي - منهجية الدراسة	- حدود الزمنية والمكانية
بودور حسام وبومعزة رؤوف	- المتغير مستقل - منهجية الدراسة - نوع دراسة بحث جامعي - الحدود المكانية	- المتغير التابع - حدود الزمنية
بريكي نادين وعماري دني	- المتغير التابع - المتغير مستقل - منهجية الدراسة - نوع دراسة بحث جامعي - الحدود المكانية	- حدود الزمنية والمكانية
زينب بوالصيود وإيمان لكنوش	- المتغير التابع - المتغير مستقل - منهجية الدراسة - نوع دراسة بحث جامعي - الحدود المكانية	- حدود الزمنية والمكانية
بن مصطفى ريم وقلوش عبد الله	- المتغير التابع - منهجية الدراسة - الحدود المكانية	- حدود الزمنية - نوع دراسة بحث جامعي - المتغير مستقل

بن علي نريمان	- منهجية الدراسة	- حدود الزمنية
وحمودي ناصر	- الحدود المكانية	- المتغير التابع
		- المتغير مستقل
		- نوع دراسة بحث جامعي

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على معطيات الدراسة المقارنة

ثانيا: المقارنة بين الدراسة الحالية والدراسات الأجنبية:

تلخيص أهم الفروقات بين دراستنا والدراسات الاجنبية في الجدول التالي:

جدول رقم 03: الدراسة الحالية مع الدراسات الأجنبية:

الدراسات	أوجه التشابه	أوجه الاختلاف
Chadli Chaouki1, Amel Mehaoua	- المتغير مستقل - الحدود المكانية - منهجية الدراسة	- حدود الزمنية - المتغير التابع - نوع دراسة بحث جامعي -
Lingming Chen, Md. Salamun Rashidin , Fei Song, Yi Wang, Sara Javed, and Wang Jian	- المتغير التابع	- حدود الزمنية - الحدود المكانية - المتغير مستقل - نوع دراسة بحث جامعي - منهجية الدراسة
Robert Daniel Tolstoy, Emilia Rovira Nordman, Sara Mel'en Hånell, Nurgül "Ozbekm	- المتغير مستقل - منهجية الدراسة	- حدود الزمنية - الحدود المكانية - المتغير التابع - نوع دراسة بحث جامعي

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على معطيات الدراسة المقارنة

خلاصة الفصل الأول:

تطرقنا من خلال المبحث الأول لهذا الفصل إلى الإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية التي جاء بها مختلف الباحثين والمنظمات والهيئات الدولية على غرار المنظمة العالمية للتجارة، كذا الخصائص التي يمتاز بها هذا النمط الجديد من التجارة، بالإضافة إلى مقوماتها وأنواعها، كما تم أيضا التطرق في المبحث الثاني إلى نظم الدفع الإلكتروني جاء فيه مفهوم البنك والدفع الإلكتروني ومزايا نقود الإلكترونيات والمشكلات التي تطرحها وتأمين نظم الدفع الإلكتروني.

كما تناولنا خلال المبحث الثالث لهذا الفصل بعض الدراسات السابقة والمتعلقة بموضوع التجارة الإلكترونية، متمثلة في الدراسات العربية والدراسات الأجنبية التي كان لها إسهام مباشر لتحديد كل الجوانب المتعلقة بهذا النوع الجديد من التجارة وفي الأخير المقارنة مع الدراسة الحالية.

الفصل الثاني:

التجارة الالكترونية في الجزائر

تمهيد:

لقد مهدت التطورات التكنولوجية الحديثة لظهور التجارة الالكترونية، والتي تمثل منظورا جديدا في بيئة الاعمال التجارية ففكرا وفلسفة واتجاهها وممارسة، حيث تم التحول من الاساليب التقليدية في انجاز هذه الاعمال والاتصالات الى استعمال الاسلوب الرقمي الذي يزيل كافة الحواجز والموانع ويختزل المسافات والازمنة اللازمة لإتمام المعاملات، وان ازدياد التسابق التكنولوجي والمنافسة الدولية لاستخدام هذا الاسلوب الرقمي والشبكات العالمية ومن ضمنها الانترنت لإبرام الصفقات لا يترك للجزائر أي مجال للمماطلة في تبني التجارة الالكترونية والاستفادة من المزايا التي توفرها.

وعلى هذا الأساس سيتم تقسيم هذا الفصل إلى:

المبحث الأول: واقع التجارة الالكترونية في الجزائر.

المبحث الثاني: متطلبات التجارة الالكترونية وسبل توسعها والمجهودات المبذولة في الجزائر.

المبحث الأول: واقع التجارة الالكترونية في الجزائر

إن النمو العالمي المتسارع للتجارة الالكترونية والاتجاه الدولي المتزايد لنشر تطبيقاتها حيث لا يترك للجزائر أي مجال للتردد والمطالبة في تطبيق هذه التجارة ومحاولة إيجاد حل لوضعيتها المتواجدة فيها.

المطلب الأول: نظرة عامة حول التجارة الالكترونية في الجزائر

ان النمو العالمي المتسارع للتجارة الالكترونية والاتجاه الدولي المتزايد لنشر تطبيقاتها لا يترك للجزائر أي مجال للتردد والمطالبة في تطبيق هذه التجارة، وان محاولة رصد ودراسة مدى تبني الجزائر للتجارة الالكترونية والرغبة في اجلاء الغموض عنها، يستدعي ضرورة توافر إحصائيات دقيقة حول هذا الموضوع الا أنه يبقى عدم الانطلاق الفعلي لهذه التجارة، وبقائها مجرد حلم ينتظر تحقيقه، وكذلك بسبب قلة الوسائل الصحيحة للقياس و عدم وجود هيئة أو جهة مختصة استوعبت أهمية التجارة الالكترونية ونسقت الجهود لتطويرها و تشجيعها، وبالتالي تكون مصدرا قادرا على توفير البيانات والمؤشرات ذات الدلالة على مدى التقدم في تطبيق التعاملات التجارية الالكترونية فعلى هامش افتتاح الصالون الدولي لتكنولوجيا الإعلام والاتصالات في 18 ماي 2009 الذي حمل شعار التجارة الالكترونية و الاقتصاد المعرفي " أعلن كل من الوزير السابق لوزارة تكنولوجيا الاعلام والاتصال حميد بصالح والوزير السابق للتجارة هاشمي جعبوب عن انطلاق التجارة الالكترونية للتجارة في شهر أفريل 2009¹.

أصبحت الجزائر على وعي بضرورة إدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في جميع المجالات بما فيها الأعمال التجارية، ولكن يعرف هذا المجال بطيء وتأخر ملحوظ راجع لأسباب مختلفة سنوضحها من خلال التطرق إلى البيئة التي تنشأ فيها التجارة الالكترونية في الجزائر، وبالتالي فإن الجزائر من الدول العربية التي لازلت تجربتها في مجال التجارة الالكترونية متعثرة بالرغم من الحاجة الماسة لاقتصادنا إلى هذا النوع من التجارة وذلك نظرا للمزايا التي سينالها من خلال اعتماده التجارة الإلكترونية والمتمثلة في:

- فتح آفاق واسعة أمام المؤسسات الاقتصادية الجزائرية خاصة تلك التي تشكو من مشكلة صعوبة دخولها إلى أسواق عالمية لصغر حجمها وانخفاض مواردها.

¹فلاق شيرة فاطمة، واقع التجارة الالكترونية في الجزائر، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، تخصص الإمداد والنقل الدولي، شعبة العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغام، 2018/2017، ص 36-37

- الاستفادة من الخدمات والسلع الأجنبية التكنولوجية المتطورة وبالتالي توفر إمكانيات إخراج الاقتصاد الجزائري من تخلفه وإعطائه قدرة تنافسية أكبر.
- تطوير الصادرات خارج المحروقات حيث أن منتجات جزائرية تجد طلبها في السوق العالمي، لكن نقص الإشهار الدولي للسلع الجزائرية يجعلها مجهولة لدى العالم.
- تطوير العمل المصرفي الجزائري مما يتوافق مع متطلبات التجارة الإلكترونية الخاصة بطرق الدفع الإلكتروني.
- سهولة إيصال المعلومة للمستهلك والوصول إليه، سواء على المستوى العالمي أو المحلي.
- إعطاء نفس جديد للتجارة الالكترونية خاصة ونحن مقبلون على الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة¹.

أولاً: تحليل مؤشرات البنية التحتية لتجارة الالكترونية:

ارتكزت البنية التحتية للتجارة الالكترونية في الجزائر على عدة مؤشرات انقسمت إلى مؤشرات غير مباشرة ومؤشرات أخرى مباشرة، ويمكن توضيح هذه المؤشرات فيما يلي.

1. المؤشرات غير المباشرة لبنية التجارة الالكترونية في الجزائر:

من بين أهم المؤشرات غير المباشرة لبنية التجارة الالكترونية في الجزائر ما يلي:

أ- اشتراكات الهاتف الثابت:

الهاتف الثابت هو أحد طرق الاتصال الصوتي التي تستخدم فيها شبكة النقل في السنوات الأخيرة، في الفترة الممتدة من 2010-2023 في الجزائر، بدأ تطوير عدد من اشتراكات الهاتف الثابت، كما هو موضح في الجدول التالي:

¹قندوز فاطمة الزهراء، التجارة الالكترونية، تحدياتها وآفاقها في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص: تحليل اقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة الجزائر 3، 2012/2013، ص 159

الجدول رقم 04: تطور عدد اشتراكات الهاتف الثابت في الجزائر خلال فترة 2010-2022:

السنوات	اشتراكات الهاتف الثابت
2010	2922731
2011	3059336
2012	3289363
2013	3132829
2014	3098787
2015	3267592
2016	3404709
2017	4100982
2018	4200919
2019	4635217
2020	4784306
2021	4820000
2022	5570000
2023	6320000

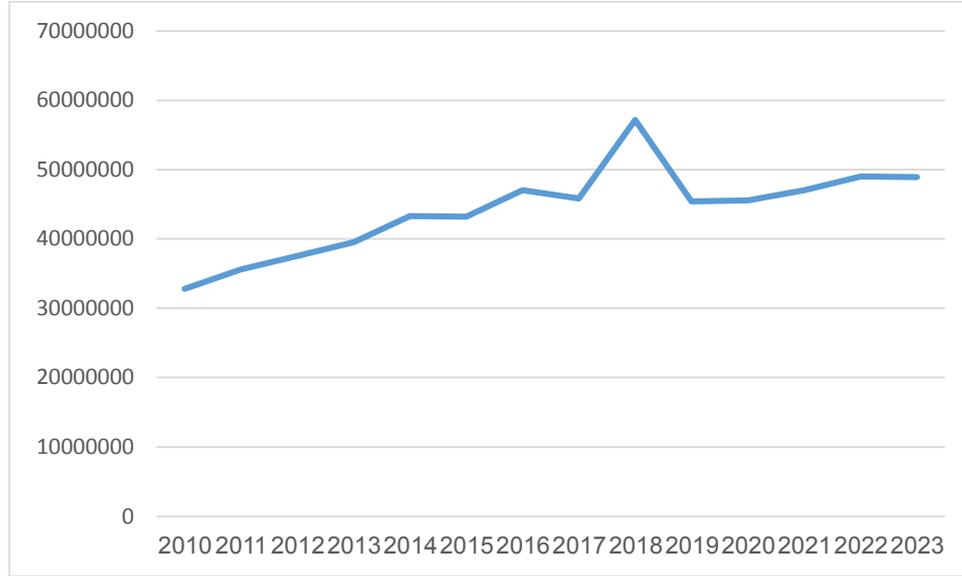
المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات عدد المشتركين في شبكات الهاتف الثابت، الموقع الالكتروني:

<https://www.sabqpress.dz>، تاريخ الاطلاع: 2024/05/22، على الساعة: 22:40.

بناء على معطيات الجدول أعلاه يمكن تمثيل الشكل التالي الذي يبين تطورات عدد اشتراكات الهاتف الثابت

خلال الفترة الممتدة ما بين سنة 2010-2023 كما يلي:

الشكل رقم 01: التمثيل البياني لتطور عدد اشتراكات الهاتف الثابت في الجزائر خلال الفترة 2010-2023:



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم 04.

يلاحظ من خلال الشكل رقم 01 بأن التطور في عدد اشتراكات الهاتف الثابت بالجزائر يميل في السنوات الأخيرة نحو نمو إيجابي متسارع، حيث وبحلول سنة 2010 بلغ العدد حوالي 2922731 مشترك ليعود التنامي في عدد مشتركى الهاتف الثابت مرة أخرى بوتيرة متباطئة خلال السنوات الأخرى بالغا ما قيمته 4784306 مشترك سنة 2020، وفي سنة 2021 حوالي 4820000 مشترك وكانت في سنة 2022 بزيادة 7.83% أي حوالي 5200000 مشترك، وبلغ عدد المشتركين في الهاتف الثابت أكثر من 6320000 مشترك الى غاية 31 ديسمبر 2023 أي بزيادة 13.42% من سنة 2022.

ب- اشتراكات الهاتف المحمول:

لقد شهد الهاتف المحمول في الجزائر تطورات هامة في عدد الاشتراكات فيه خلال الفترة الممتدة ما بين 2010-2023، وهذا ما يمكن توضيحه في الجدول أسفله.

الجدول رقم 05: تطور عدد اشتراكات الهاتف المحمول في الجزائر خلال الفترة 2010-2023:

السنوات	اشترارات الهاتف المحمول
2010	32780165
2011	35615926
2012	37527703
2013	39517045
2014	43298174
2015	43227643
2016	47041321
2017	45845665
2018	57154264
2019	45425533
2020	45555673
2021	47015757
2022	49018766
2023	48915484

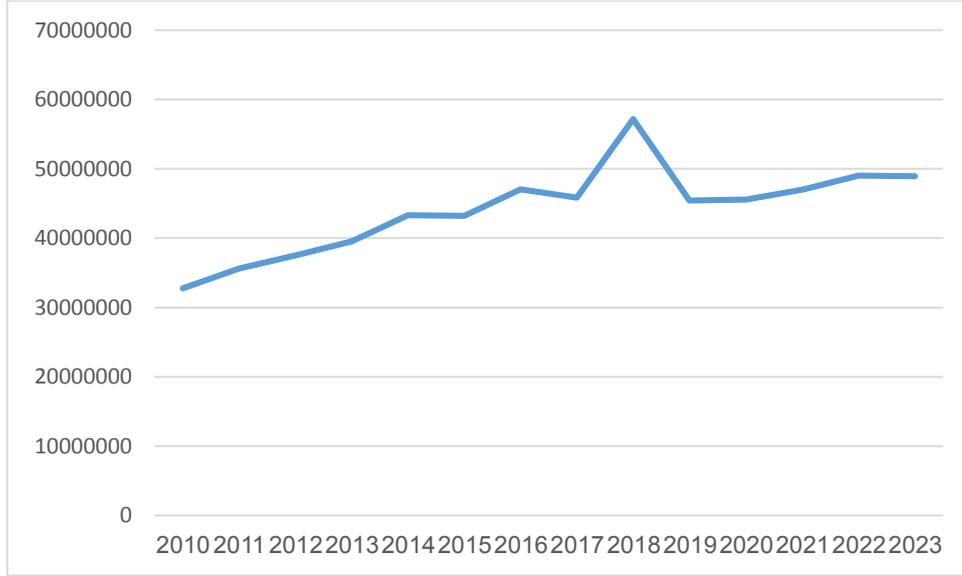
المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات الاتحاد الدولي للاتصالات، الموقع الالكتروني:

https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.mpt.gov.dz/wp-content/uploads/2024/03/rapport_TIC_-S1-2023-AR.pdf&ved=2ahUKEwi_0JiZr6SGAxVZTKQEHbt4B5A4ChAWegQICxAB&usg=AOvVaw2GC6uMOw_qRMgcLwVJHMCI، تاريخ

الاطلاع: 2024/05/22، على الساعة: 22:40.

بناء على معطيات الجدول أعلاه يمكن تمثيل الشكل الموضح أسفله الذي بين تطورات عدد اشتراكات الهاتف المحمول خلال الفترة الممتدة ما بين سنة 2010-2023 كما يلي:

الشكل رقم 02: التمثيل البياني لتطور عدد اشتراكات الهاتف المحمول في الجزائر خلال الفترة 2010-2023:



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم 05.

يلاحظ من خلال الشكل رقم 02 أن التطور في عدد اشتراكات الهاتف المحمول بالجزائر يميل في السنوات الأخيرة نحو نمو إيجابي متسارع أيضاً، ففي سنة سنتي 2013 و 2014 على التوالي 39517045 و 43298174، واستمر مرة أخرى في الزيادة خلال السنوات الأخرى ليلعب ما قيمته 45555673 مشترك سنة 2020، ومن حيث التطور سجلت شركة اتصالات الجزائر للهاتف النقال من سنة 2023 أفضل زيادة في اشتراكات الهاتف النقال وذلك بنسبة 8.73% حوالي 48915484 مشترك مقارنة بسنة 2022 حوالي 49018766 مشترك، وعليه فإنه ومنذ سنة 2004 نلاحظ أن هنالك نمو قوي وهذا راجع إلى وصول الشركة الوطنية للاتصالات الجزائر لعدد كبير من المتعاملين.

2. المؤشرات المباشرة لبنية للتجارة الالكترونية في الجزائر:

من بين أهم المؤشرات المباشرة لبنية التجارة الالكترونية في الجزائر يمكن تمييز ما يلي: شبكة الانترنت، خوادم الانترنت المؤمنة.

أ- شبكة الانترنت:

من خلال الشكل أدناه نجد أن ما يعبر عن تطور شبكة الانترنت في الجزائر خلال الفترة الممتدة ما بين 2010-2023، هو التطور عدد الأفراد الذين يستخدمون الانترنت (% من السكان).

الجدول رقم 06: تطور عدد الأفراد الذين يستخدمون الانترنت (% من السكان) خلال فترة 2010-2023:

السنوات	عدد الأفراد الذين يستخدمون الانترنت
2010	21%
2011	25%
2012	26%
2013	29%
2014	34%
2015	38%
2016	41%
2017	45%
2018	48%
2019	58%
2020	72%
2021	78%
2022	83%
2023	87%

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على بيانات البنك الدولي.

بناء على معطيات الجدول أعلاه يمكن تمثيل الشكل التالي الذي يبين تطورات عدد الأفراد الذين يستخدمون الانترنت خلال الفترة الممتدة ما بين سنة 2010-2023 كما يلي:

الشكل رقم 03: تطور عدد الأفراد الذين يستخدمون الانترنت (% من السكان) خلال فترة 2010-2023:



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم 06.

نلاحظ من خلال الجدول رقم 06 أن عدد الأفراد الذين يستخدمون الانترنت في الجزائر ينمو بوتيرة إيجابية متسارعة خلال الفترة الممتدة ما بين 2010-2023، ففي سنة 2010 بلغ عدد الأفراد الذين يستخدمون الانترنت ما نسبته 21% واستمر في النمو بشكل بطيء جدا من سنة 2010 إلى سنة 2013 والتي كانت فيها نسبة الزيادة بما قيمته 9%، ليبدأ في النمو بوتيرة متسارعة سنة 2014 والتي بلغ فيها حوالي 34% واستمر النمو في عدد الأفراد الذين يستخدمون الانترنت في التزايد إلى غاية سنة 2023 والتي قدرت فيها النسبة بحوالي 87%.

ب- خوادم إنترنت مؤمنة:

لقد بدأ عدد خوادم الانترنت المؤمنة في الظهور والتطور بالجزائر منذ سنة 2010 وهذا ما يمكن توضيحه في الجدول أدناه.

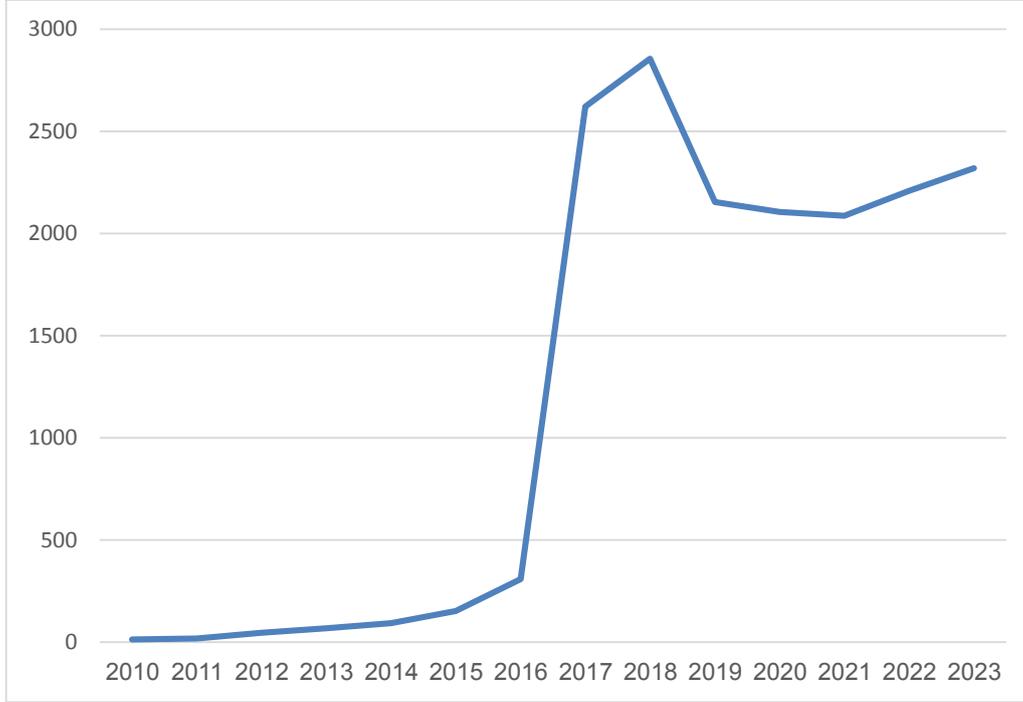
الجدول رقم 07: تطور عدد خوادم الانترنت المؤمنة في الجزائر خلال الفترة 2010-2023:

السنوات	خوادم الانترنت المؤمنة
2010	13
2011	18
2012	46
2013	68
2014	94
2015	152
2016	309
2017	2621
2018	2855
2019	2154
2020	2106
2021	2087
2022	2209
2023	2319

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات أطلس عالم.

وبالتالي وبناء على معطيات الجدول أعلاه يمكن تمثيل الشكل التالي الذي يبين تطور عدد خوادم الانترنت المؤمنة في الجزائر للفترة 2010-2023 كما يلي:

الشكل رقم 04: تطور عدد خوادم الانترنت المؤمنة في الجزائر خلال الفترة 2010-2023:



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم 07.

يلاحظ من خلال الشكل رقم 07 والذي يمثل الرسم البياني لتطور عدد خوادم الانترنت المؤمنة في الجزائر. أنه فيما يخص عدد خوادم الانترنت المؤمنة فقد بدأ ظهور البيانات المتعلقة به سنة 2010، والنمو فيه متدبب كما هو موضح في المنحنى حيث قدر عددها بحوالي 13 خادم سنة 2010 لينمو التزايد في هذا العدد بوتيرة بطيئة خلال الفترة من 2010 إلى غاية 2015 والتي قدر فيها عدد الزيادة بـ 139 خادم فقط. ثم من بعدها بدأ النمو في عدد هذه الخوادم يتزايد بوتيرة متسارعة فحقق قفزة متسارعة ومعتبرة سنة 2017، ليبلغ ما عدده 2106 سنة 2020، أي بزيادة قدرت بحوالي 1954 عن سنة 2015. ثم بعدها بدأ النمو في عدد الخوادم يتزايد سنة 2022 ليبلغ عدده 2209 وفي سنة 2023 بلغ العدد الى 2319، وبالتالي وكتيجة يمكن القول بأن السلطات الجزائرية قد بدأت مؤخرًا تولي اهتماما كبيرا لتطوير قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فيها وذلك من خلال سن قوانين وتشريعات وغيرها في هذا المجال.

ثانيا: تطبيقات ومواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر:

1- تطبيقات التجارة الإلكترونية في الجزائر:

توجد العديد من الأسواق الإلكترونية في الجزائر التي ساهمت في نشاط التجارة الإلكترونية خلال السنوات الأخيرة الماضية، ويعد تطبيق جوميا النيجيري من أهم وأفضل التطبيقات للتسوق الإلكتروني في الجزائر بالإضافة إلى العديد من المتاجر الإلكترونية العربية والجزائرية وفق لما يلي¹:

أ- تطبيق جوميا:

دخل تطبيق جوميا للتجارة الإلكترونية الى سوق التجارة الإلكترونية الجزائري سنة 2014، ويحتوي التطبيق على الآلاف السلع والبضائع والمنتجات في مختلف الفئات الغذائية والطبية والتكنولوجية بالإضافة إلى الملابس والاكسسوارات والاحذية.

تطور هذا التطبيق ويمكن تحميله على أجهزة الهاتف الجوال التي تعمل بنظامي الاندرويد والايفون لتسهيل عملية التسوق في الجزائر، وتوفر وسائل متعددة للشحن بأقل التكاليف الممكنة مع امكانية استبدال أو استرجاع المنتج خلال خمسة عشر يوم، يمكن للعميل الدفع عن طريق بطاقات الائتمان والفيزا كارد البنكية أو الدفع عند الاستلام للشحنات لمدوب التوصيل.

الشكل رقم 05: تطبيق جوميا:



المصدر: أسماء أحسن تطبيقات التسوق بالجزائر وأشهرها، على الموقع: <https://www.fakera.com> ،

بتاريخ: 2024/05/26، على الساعة: 16:09.

¹ أسماء أحسن تطبيقات التسوق بالجزائر واشهرها، على الموقع: <https://www.fakera.com> ، بتاريخ: 2024/05/26، على الساعة: 16:09

ب- تطبيق علي اكسبريس:

تم انشاء تطبيق اكسبريس في الجزائر سنة 2010 وتم الترويج له على أنه فرع من تطبيق علي اكسبريس الصيني الشهير، ويحتوي الموقع على كميات هائلة من المنتجات للبيع بالجملة من منتجات غذائية واجهزة كهربائية والكترونية واكسسوارات وادوات تحميل، ويقدم خدمات الدفع الالكتروني عبر باي بال أو الفيزا كارد مع إمكانية الدفع عند الاستلام للشحنة على أن يتكفل المشتري بعملية الشحن.

تطبيق علي اكسبريس تطبيق Ach Ago من أشهر التطبيقات الالكترونية للتسوق في الجزائر حيث يقدم تشكيلة متنوعة من المنتجات للتسوق، ويدعم الموقع عدد من اللغات من بينهم اللغة العربية والفرنسية مع تميزه بوجهه مرنة وسهلة الاستخدام.

يشتهر بسرعة شحن المنتجات والبضائع خلال بضع ساعات أو أيام بسيطة بتكاليف منخفضة للغاية، ويعطي العملاء خيارات متعددة للدفع مثل الدفع عبر الباي بال أو الفيزا كارد أو الدفع عند الاستلام.

الشكل رقم 06: تطبيق علي اكسبريس:



اسماء أحسن تطبيقات التسوق بالجزائر واشهرها، على الموقع: <https://www.fakera.com> ، بتاريخ:

2024/05/26، على الساعة: 16:15.

ت- تطبيق نمشي NAMSHI :

هو تطبيق التجارة الإلكترونية الأشهر الذي تمكن من الدخول الى السوق الجزائرية منذ عدة سنوات بسيطة، ويقدم التطبيق خدمات التسوق الإلكتروني للملابس والاكسسوارات وأدوات التجميل النسائية والرجالية على حد سواء، ويسمح بالدفع الإلكتروني عبر حساب الباي بال أو عن طريق الفيزا كارد وبطاقات الائتمان.

يعطيك خيارات متعددة للشحن مع توفير خدمات تتبع الشحنات حتى وصولها لمقر استلام البضائع، ويسمح الموقع باستبدال السلع والمنتجات أو استرجاعها في حالة وجود عيب في المنتج خلال خمسة عشر يوم.

الشكل رقم 07: تطبيق نمشي NAMSHI :



ث- أسماء أحسن تطبيقات التسوق بالجزائر وأشهرها، على الموقع:

<https://www.fakera.com>، بتاريخ: 2024/05/26، على الساعة: 16:21

ج- تطبيق JAMALON :

هو تطبيق تجارة إلكترونية في الجزائر لبيع الكتب العلمية والإصدارات الأدبية الإلكترونية، ويمكن التطبيق من الدفع عبر الباي بال أو الفيزا كارد وبطاقات الائتمان البنكية وغيرها من طرق الدفع السريع، ويعمل التطبيق طوال 24 ساعة مع توفير خدمات الرد على استفسارات العملاء.

الشكل رقم 08: تطبيق JAMALON :



اسماء أحسن تطبيقات التسوق بالجزائر وأشهرها، على الموقع: <https://www.fakera.com> ، بتاريخ: 2024/05/26، على الساعة: 16:30.

2- مواقع التجارة الالكترونية في الجزائر:

من بين المواقع المشهورة في التجارة الالكترونية في الجزائر وهي¹:

أ- منصة جوميا: (jumia.com.dz):

لقد سهّل موقع جوميا التجارة الالكترونية في الجزائر وكان سببا في تسريع عملية الشراء والبيع عبر الإنترنت، ظهر موقع جوميا لأول مرة سنة 2009 حيث يوفر تجربة تسوق مثالية مع مجموعة واسعة من المنتجات من مختلف الفئات وبأسعار تنافسية. تلتزم جوميا الجزائر بتقديم العلامات التجارية العالمية والمحلية بأسعار معقولة لجميع العملاء .

نوصي بزيارة الموقع بانتظام للبقاء على اطلاع بأحدث العروض والعثور على كل ما تحتاجه. من هواتف نقالة الى أجهزة الكمبيوتر المحمولة والكاميرات وأجهزة التلفزيون والألعاب وعناصر الديكور المنزلي، بالإضافة إلى أحدث اتجاهات الموضة بما في ذلك الأحذية والملابس والإكسسوارات .

¹أفضل مواقع التجارة الالكترونية والتسويق عبر الانترنت في الجزائر- دليل شامل لسنة 2024-، على الموقع: <https://www.goodrobotiq.com> ، بتاريخ: 2024/05/25، على الساعة: 16:09.

بمجرد العثور على المنتج المثالي، ما عليك سوى النقر فوق "شراء" وسوف تضمن جوميا التوصيل السريع إلى موقعك في الجزائر. لقد قامت المنصة أيضًا بتطوير مجموعة من طرق الدفع وخيارات خدمة العملاء لتوفر لهم تجربة تسوق مريحة وآمنة.

ب- منصة فورشوب: (Foorshop.com):

فورشوب هو موقع للتسوق عبر الإنترنت مقره في الجزائر، يقدم تجربة شراء ممتعة وفريدة من نوعها وبأسعار معقولة. أقام متجر فورشوب النشط في مجال التجارة الالكترونية في الجزائر هذا شراكات مع العديد من التجار والشركات العالمية لتوصيل منتجات فريدة مباشرة إلى باب منزلك أو مكان عملك، مع خيار الدفع عند الاستلام. المنتجات متنوعة منها الأكسسورات المنزلية ومنتجات التخسيس والعطل، منتجات العناية بالبشرة. يملك المتجر حوالي مليون متابع على صفحته على الفايسبوك.

ت- موقع واد كنييس: (ouedkniss.com):

يقدم واد كنييس مجموعة واسعة من المنتجات والخدمات، بما في ذلك عروض العمل والمنتجات الموجهة للشركات والمؤسسات الاقتصادية والمركبات والعقارات، وأكثر من ذلك بكثير. فهو يوفر منصة مناسبة للأفراد والشركات للتواصل والمشاركة في أنشطة التجارة الإلكترونية في الجزائر. ويتميز الموقع أيضًا بواجهة سهلة الاستخدام ووظيفة بحث، مما يسهل على المستخدمين تصفح العناصر التي يبحثون عنها بشكل سريع.

أصبح واد كنييس المنصة الأكثر شعبية للبيع والشراء عبر الإنترنت في الجزائر، مما يوفر طريقة مريحة وفعالة للمجتمع الجزائري لشراء وبيع البضائع. يعكس نمو الموقع المستمر بحركة المرور اليومية العالية حيث يبلغ 800 ألف زائر يوميا أهميتها في سوق التجارة الإلكترونية الجزائرية.

ثالثا: واقع الدفع الالكتروني في الجزائر:

أضحى الدفع عن طريق الانترنت بواسطة البطاقات البنكية مؤخرًا ومنذ شهر أكتوبر لسنة 2016 عمليا بالجزائر، ليتم وفي المرحلة الأولى فتح هذه الخدمة للأشخاص القائمين على الفوترة (شركات التأمين، شركات توزيع الماء والطاقة والغاز والكهرباء الهاتف الثابت والنقل النقل الجوي وبعض الإدارات) وهذا ما يبينه الجدول أدناه:

الجدول رقم 08: التطور السنوي لأنشطة الدفع الالكتروني في الجزائر خلال الفترة 2019-2023:

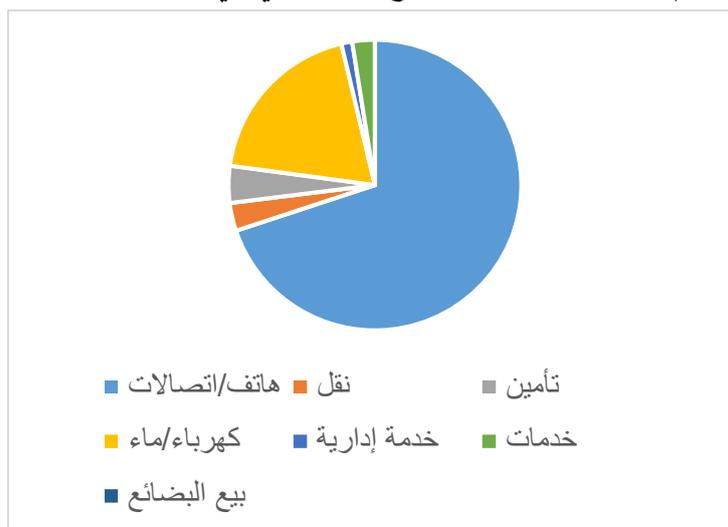
2023	2022	2021	2020	2019	
8400869	74900626	6993135	4210284	141552	هاتف/اتصالات
371317	195490	72164	11350	6292	نقل
36996	23571	8372	4845	8342	تأمين
640485	302273	120841	85676	38806	كهرباء/ماء
4086659	153957	155640	68395	2432	خدمة إدارية
1055672	705114	457726	213175	5056	خدمات
5154	24169	13468	235	0	بيع البضائع

المصدر: من إعداد الطالبة باعتماد على الموقع: [https://giemonetique.dz/ar/qui-sommes-](https://giemonetique.dz/ar/qui-sommes-sur-internet-nous/activite-paiement)

[sur-internet-nous/activite-paiement](https://giemonetique.dz/ar/qui-sommes-sur-internet-nous/activite-paiement) ، تاريخ الإطلاع: 2023/05/28، على الساعة: 16:06.

وبالتالي وبناء على معطيات الجدول أعلاه يمكن تمثيل الشكل التالي الذي يبين تطور نشاط الدفع الالكتروني على الانترنت في الجزائر لسنة 2023:

الشكل رقم 09: تطور أنشطة الدفع الالكتروني في الجزائر لسنة 2023:



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم 08.

أما عن التطور الشهري لأنشطة الدفع الالكتروني في الجزائر من شهر جانفي إلى غاية شهر مارس لسنة 2023 فيمكن توضيحه من خلال الجدول أدناه.

الجدول رقم 09: التطور الشهري لأنشطة الدفع الالكتروني في الجزائر لسنة 2024:

مارس 2024	فيفري 2024	جانفي 2024	
880653	649587	813293	هاتف/اتصالات
54843	45421	47466	نقل
1758	1690	8472	تأمين
139659	84186	63462	كهرباء/ماء
1749	1164	1252	خدمة إدارية
100081	89888	67500	خدمات
6677	5702	6365	بيع البضائع

المصدر: من إعداد الطالبة باعتماد على الموقع: <https://giemonetique.dz/ar/qui-sommes->

sur-internet-nous/activite-paiement ، تاريخ الإطلاع: 2023/05/28، على الساعة: 20:21.

من خلال الجدولين رقم 08 و09: يلاحظ بأن تضاعف في بيع البضائع عن طريق نشاط الدفع على الانترنت في الجزائر، قد كان منعدما خلال السنوات ،2019، 2020، 2021، 2022، 2023 وهذا يفسر على أن الشعب الجزائري بدأ يتفق في المعاملات الالكترونية، بينما بدأ الدفع الالكتروني في الظهور خلال سنة 2020 ومع بداية سنة 2021. وهذا راجع حتما إلى ما خلفته جائحة كوفيد 19 في العالم وبالجزائر خاصة والتي فرضت على المجتمع الجزائري اللجوء إلى مثل هذه التبادلات الالكترونية من أجل الالتزام بإجراءات الوقائية.

فبعد إنضمام بريد الجزائر إلى تجمع النقد الآلي وتحقيق تبادل المعلومات بين البطاقة البنكية الذهبية، التي أصبحت سارية المفعول منذ 05 جانفي 2020 ستشمل الإحصائيات المنشورة من الآن فصاعدا نشاط الدفع الالكتروني عن طريق البطاقة البنكية والبطاقة الذهبية.

المطلب الثاني: العوائق والتحديات التي تواجه التجارة الإلكترونية في الجزائر

بعض التحديات أصعب من غيرها، ولكن لا يمكن التغلب على أي منها وهذا ينطبق على جميع الأعمال في الحياة، والتجارة الإلكترونية بدون التحديات ستفقد أي مغامرة مذاقها وسيكون إنشاء عمل تجاري عبر الإنترنت أمراً سهلاً للغاية ويفقد اهتمامه، ومن أهمها¹:

1. العوائق التقنية والتجارية: تتمثل في العوائق ذات العلاقة بمجال التقنية والتكنولوجيا:

- ضعف البنية التحتية: بينت الإحصائيات المتوفرة في الجزائر ضعف البنية الأساسية الضرورية لممارسة التجارة الإلكترونية على نطاق واسع من شبكات اتصالات سلكية ولاسلكية، حاسبات، برمجيات.
- شبكات الاتصالات الهاتفية: ما يؤكد تأخر الجزائر في استكمال البنى القاعدية التكنولوجية هو محدودية الخدمات الهاتفية الثابتة التي تؤثر بشكل مباشر على الإقبال على الإنترنت أما الهاتف الجوال فيعتبر من أكثر التكنولوجيات انتشاراً في الجزائر وقد شهدت تحسناً ونمو كبيراً مقارنة بنظيرتها الثابتة.
- الإنترنت: عدم التمكن من النفاذ لهذه الشبكة يحد من انتشار هذه التجارة، رغم تحقيق سوق مستخدمي الإنترنت المعدلات نمو لا تزال هذه المجالات متدنية.
- ضعف الثقافة التقنية والوعي الإلكتروني بين أفراد المجتمع.
- قصور الكوادر البشرية المادية المدربة والمؤهلة في مجال تقنيات المعلومات وتطبيقات التجارة الإلكترونية.
- ضعف البنية التحتية للدفع الإلكتروني.

2. الجرائم الإلكترونية: من بين أهم الجرائم التي ترتكب بواسطة الحاسب الآلي وشبكات الإنترنت مما يؤثر

- على قرار البنوك في تطوير هذا النظام للدفع وعلى ثقة الزبائن في استعمال الوسائل الحديثة.
- جرائم انتحال شخصية الفرد واستعمال بياناته الشخصية لاستخراج البيانات البنكية عبر الإنترنت.
- جرائم السطو على أرقام البطاقات حيث يستطيع شخص ذوي دراية كبيرة بأنظمة المعلوماتية وطرق تزوير تخليق أرقام بطاقات ائتمانية بواسطة برامج تشغيل خاصة.
- غسيل الأموال باستخدام البطاقات البنكية حيث يتمكن أصحاب الدخل غير المشروع من استخدام البطاقات في غسيل هذه الأموال من خلال الحصول على عدد كبير من البطاقات في البنوك من دول أخرى.

¹بوخاري فاطمة حنان، واقع التجارة الإلكترونية واليات تفعيلها في الجزائر: المعوقات وسبل توسيعها دراسة تقييمية تحليلية - حالة الجزائر -، مجلة التكامل الاقتصادي، المجلد 10، العدد 03، سبتمبر 2022، ص ص 14-16

الجدول رقم 10: جرائم التجارة الالكترونية في نظر قانون 12-05

المواد	الجريمة	العقوبة الأصلية	العقوبة التكميلية
37	الإخلال بالتزامات المادة 03 (بيع منتجات أو عرض خدمات غير مرخص بها)	200 ألف إلى واحد مليون دينار جزائري	علق الموقع لمدة شهر إلى 06 أشهر
38	الإخلال بالتزامات المادة 05 (بيع منتجات أو عرض خدمات حساسة أو محضورة)	500 ألف إلى 02 مليون دينار جزائري	القلق النهائي للموقع والشطب من السجل التجاري
39	الإخلال بالتزامات المادة 11 و 12 المتعلقةتتين بكيفية عرض المنتج أو الخدمة على الموقع.	50 ألف إلى 500 ألف دينار جزائري	تعلق نقاده إلى منصات الدفع الإلكتروني بما لا يزيد عن 06 أشهر.
40	مخالفة الالتزامات المنصوص عليها في المواد 30 و 31 و 32 و 34	50 ألف إلى 500 ألف دينار جزائري	//
41	مخالفة أحكام المادة 25 المتعلقة بحفظ السجلات التجارية الإلكترونية	20 ألف إلى 200 ألف دينار جزائري	//
44	مخالفة أحكام المادة 20 المتعلقة بوجود إعداد فاتورة وتسليمها للمستهلك.	إحالة إلى القانون 04-02	//

المصدر: رابح بوسنة، السياسة الجنائية التي انتجها مشروع الجزائر في ظل القانون 18-05، الملتقى

الوطني حول الإطار القانوني لممارسة التجارة الالكترونية على ضوء قانون 18-05، 485-486

3. العوائق الاجتماعية والنفسية: ومن أهمها:

- الأمية: حوالي 7.5 مليون شخص من الأمية بين أوساط الشعب الجزائري فمن الصعب أن يتحولوا إلى اقتصاد معرفي وتطبيق أساليب التجارة الإلكترونية.
- اللغة: عدم التمكن من اللغة الإنجليزية، حيث أصبحت تتم بها معظم التعاملات الإلكترونية.
- العائق النفسي: سلوك المستهلك، ونظرة المستهلك الجزائري إزاء الانفتاح على العالم الخارجي وإبرام نوع حديث من الصفقات التجارية التي تتعدى الحدود، حيث تتميز سلوك المستهلك في انعدام الثقة في

الباعة المجهولين الذين لا يراهم أمامه مباشرة، كذلك تخوف المستهلك من عنصر المخاطرة الذي يميز التجارة الإلكترونية، 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 وأيضا التخوف من عملية سرقة البيانات والمعلومات الخاصة المتعلقة بأرقام البطاقات البنكية.

4. العوائق التجارية: ومن أهمها:

- عدم توفر الحوافز لدى المؤسسات لممارسة التجارة الإلكترونية.
 - ضعف المساعدات اللازمة للتحويل للتجارة الإلكترونية كمحدودية الدعم الحكومي المشجع للتجارة الإلكترونية.
 - ارتفاع تكاليف نقل الملكية الفكرية مما يضيف أعباء ثقيلة على فاتورة التقنية المعلوماتية
5. العوائق القانونية والتشريعية: ويقصد بها استخدام الوسائط في التجارة الإلكترونية، والتي تقوم على تعاقدات دون مستندات أو مركزات مالية الأمر الذي يثير مسألة التزامات الأطراف المتعاقدة، فلا بد من تعديل وتوفير عدد من التشريعات والتدابير القانونية التي تساعد على حماية هذه الأطراف أثناء التبادل وتسرع عملية إبرام، وتنفيذ العقود الإلكترونية.

المطلب الثالث: مساهمة جائحة الكورونا في نمو التجارة الإلكترونية

تلجأ الجميع إلى الخدمات الإلكترونية والأدوات الجديدة التي تسمح لهم بالتكيف مع الظروف الاستثنائية السائدة حاليا بسبب انتشار فيروس كورونا المستجد الذي ألزم نحو مليار شخص حول العالم البقاء في منازلهم، فضلا عن تسببه في انهيار البورصات ووضع الشركات الصعب، مما يترك أثرا اقتصاديا بالغ الشدة قد تأتي بعده تحولات كبرى في العالم سيكون المستفيد الأكبر منها بعض شركات قطاع التكنولوجيا والإنترنت¹.

1. الإقبال على المتاجر الإلكترونية:

عرفت المتاجر الإلكترونية إقبالا منقطع النظير خصوصا مع خدمة التوصيل المنزلي السريع، حيث يقوم المستهلك باختيار البضاعة واقتناعها ثم طلب شرحها إلى عنوانه مباشرة دون الحاجة إلى الخروج من منزله، حيث عبرت

¹ يعقوبن صليحة، تداعيات جائحة كورونا على التجارة الإلكترونية - مع الإشارة لحالة الجزائر-، مجلة أبعاد اقتصادية، المجلد 11، العدد 02،

مجموعة من الشركات التي تقدم خدماته كمتاجر الكترونية عن ارتفاع نسبة أرباحها بـ 80 % مقارنة مع نفس الفترة قبل تفشي الفيروس وشركات أخرى بنسب تتراوح بين 50 % و60%.

2. الاجتماعات والعمل عن بعد:

في ظل انتقال عدد متزايد من الأشخاص إلى العمل من منزليهم، ازداد الطلب على الاجتماعات عبر الإنترنت. وظهرت مجموعة من البرامج التي أظهرت كفاءة في التكنولوجيا التي تتيح الموضوع، حيث شهد العالم مجموعة من الاجتماعات خصوصا في الأعمال التي تتطلب اجتماعات ومفاوضات مباشرة، مما جعل العديد من الأشخاص يشتغلون من منازلهم وبالتالي الحفاظ على الوتيرة العادية للأعمال خصوصا الأعمال التي لم تتضرر بهذه الجائحة والمتعلقة في العمل في مجال الانترنت وتطوير البرمجيات.

3. ظهور صالات الرياضية عن بعد:

مع إغلاق العديد من الصالات الرياضية أبوابها، اتجه ممارسات الرياضة إلى الدروس عبر الإنترنت لمواصلة تمارينهم في البيت. وسجلت أسهم شركة "بيلوتون" الأميركية للتجهيزات الرياضية ارتفاعا كبيرا إذ يراهن المستثمرون على الطلب المتزايد على معداتها الفردية المتصلة بالإنترنت ودروسها عبر الشبكة.

المبحث الثاني: متطلبات التجارة الالكترونية وسبل توسعها والمجهودات المبذولة في الجزائر

لقيام التجارة الالكترونية في الجزائر لابد من إقامة بنية تحتية، وإتباع استراتيجية شاملة وهادفة للوصول إلى الهدف المرجوة.

المطلب الأول: متطلبات تطبيق التجارة الالكترونية

ومن بين متطلبات تطبيق التجارة الالكترونية وتعظيم عائدات المنظمات نذكر ما يلي¹:

1. توفير بنية معلوماتية متينة: من خلال تبني نظم وشبكات حديثة في قطاع الاتصالات السلكية واللاسلكية كنظام عصبي قادر على توفير اتصالات في غاية السرعة والكفاءة، وكذا العمل على نشر الانترنت وتقوية سعة النفاذ إليها وتمكين النفاذ إليها لأوسع شريحة في المجتمع وبأسعار تنافسية والتعجيل بالإصلاحات والمشاريع الطموحة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، فتأجيل البرامج لا يخدم السياسة التنموية للجزائر للنهوض بهذا القطاع.
2. في إصدار تشريعات وقواعد قانونية ملائمة: هذه التجارة لتوفير الحماية والثقة بجميع المتعاملين، الأمر الذي سيساعد على تقليل عمليات النصب والاحتيال من خلال سن قواعد صارمة جراء المخالفات وعدم الالتزام بالقوانين والشروط اللازمة.
3. تفعيل الشراكة مع المستثمرين الأجانب: خاصة الدول الرائدة في مجال التجارة الالكترونية من أجل تبادل الخبرات وتكوين الإطارات في مجال تصميم البرمجيات والنظم وحماية وأمن المواقع من خل الفترات التدريبية في الخارج، عصرنه وتحديث وسائل الدفع الالكترونية من خلال اعتماد بطاقات الائتمان والبطاقات الذكية وتكييف المجتمع الجزائري على هذا النوع من الوسائل واعتباره كإلزامية وضرورة حتمية من أجل النهوض وتطوير القطاع المصري. وحسب الدراسات فإن معاملات الدفع الالكتروني تصل أرباحها حتى 8 مليار دولار. وكذا تهيئة مناخ الأعمال في الجزائر من أجل جلب وتنشيط الاستثمارات الأجنبية للمباشرة مما سوف ينعكس سلبا على نمو الاقتصاد الجزائري فمناخ الأعمال الجزائري الحالي غير مستقر وهو يحتل المراتب الأخيرة في تقرير منتدى الاقتصاد العالمي (144) لسنة 2013.

¹ نسرين إسماعيل، الهام يحيوي، تحديات تطبيق نظام التجارة الالكترونية بالجزائر وسبل مواجهتها، مجلة الاقتصاد الدولي والعملة، المجلد 02، العدد 04، 2023، ص ص 113-115

4. نشر الوعي الثقافي والتكنولوجي بين أفراد المجتمع: من أجل إزالة الغموض حول التجارة الإلكترونية وتشجيع الشباب الطموح للخوض في هذا المجال من خلال برامج الدعم والتشغيل في هذا المجال وتكثيف الحملات التحسيسية من خلال ملتقيات وطنية تجمع المستهلكين والمؤسسات الفاعلة في الميدان من أجل شرح كل الخطوات والمسائل المتعلقة بهذه التجارة وحتى تكثيف الإعلانات للإعلان عن الفرص والمزايا المتاحة التي توفرها التجارة الإلكترونية.
5. زيادة الاهتمام ودعم الإستثمار في التنمية البشرية: من طرف الحكومة الجزائرية من خلال تأهيل العامل والكفاءة البشرية، من خلال فتح تخصصات في مجال التقنية العالية والتكنولوجيات الحديثة ومن خلال تعزيز بيئة الإبداع والإبتكار وتعزيز جهود البحث العلمي.
6. إسناد البرامج إلى المختصين: الاعتماد على المصدقية والاحترافية في تسيير وتنفيذ البرامج الخطط لها من أجل الوصول إلى الأهداف وتسليم المشاريع وإنجازها في أجلها المحددة.
7. حماية المستهلك: نظرا لكون كافة تعاملات التجارة الإلكترونية تتم في فضاء افتراضي باستخدام وسائل إلكترونية فإن المستهلك يكون عرضة لعمليات السرقة والغش والاحتيال والقرصنة، ولذلك فإن تحقيق قبول اعتماد التجارة الإلكترونية لدى المستهلك يعتمد على بناء الثقة في هذا النوع من المبادلات. وإن بناء هذه الثقة يستدعي اتخاذ مجموعة من الإجراءات من بينها إيجاد قواعد واضحة لتحديد البيانات التي تساعد المستهلك الذي يريد الدخول إلى السوق العالمية لاختيار ما يرغب في الحصول عليه من خدمات أو بضائع، فقلة المعلومات الخاصة بالمنتجات والخدمات المتوفرة على الإنترنت أو عدم صدقها يجر للمستهلك للوقوع ضحية غش واحتيال لأنه لا يتمكن من فحص هذه البضاعة.
8. تطوير نظام الدفع الإلكتروني: إن من بين المتطلبات الرئيسية لنمو التجارة الإلكترونية الجزائرية وانتشار تطبيقاتها، هو ضرورة استبدال النظام التقليدي للدفع والسداد بنظام إلكتروني يتماشى مع التطورات التكنولوجية الحديثة، فلا بد على الدولة الجزائرية أن تسارع بتشخيص الأوضاع الراهنة وتحديد احتياجات هذا النظام الإلكتروني الحديث، وبناء عليه تقوم بتنفيذ برنامج أو خطة شاملة لعصرنة وتطوير الأساليب الأساسية الشائعة الاستعمال لتسديد المدفوعات، على غرار البطاقات الائتمانية والذكية والنقود الإلكترونية، كما تعين على الجزائر أن تسهل المدفوعات الإلكترونية وتوسع قاعدة المتعاملين بالوسائل الإلكترونية سواء كانوا تجار أو مستهلكين، وذلك من خلال نشر الوعي والثقة بأمان هذه الوسائل،

ووضع تحفيزات من شأنها دفع التجار للاعتماد على أسلوب الدفع الالكتروني بدلا من الدفع النقدي، وتوفير عدد كبير من نقاط الدفع والتسوية ونشرها عبر كافة أرجاء التراب الوطني.

9. تخفيض الضرائب: لا بد من أن تسعى الحكومة إلى تخفيض أسعار منتجات تكنولوجيا الإعلام

والاتصال وخدمات النفاذ إليها من خلال حوصصة قطاع الاتصالات وفتح باب للمنافسة، ومنح إعفاءات ضريبية للشركات العاملة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتجارة الإلكترونية وتخفيض الرسوم الجمركية على منتجات تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستوردة ليتاح لمعظم فئات المجتمع الحصول عليها خصوصا مع زيادة التوجه نحو استيراد هذه المنتجات بدل تصديرها.

وفي ظل تنامي الاهتمام العالمي بالتجارة الالكترونية، يتعين على الجزائر ان تدرك حقيقة وضعها على الخريطة التجارية الالكترونية الحديثة، وان تحاول تدارك التأخر الحاصل والاستفادة من الفرص التي تتيحها هذه التجارة، من خلال ايجاد الحلول والسبل واتخاذ بعض الاجراءات قصد النهوض بهذه التجارة وايجاد البيئة التمكينية المناسبة لانتشارها، وتمثل هذه السبل فيما يلي¹:

اولا: سبيل التوعوية:

من المتفق عليه ان التحول نحو التجارة الالكترونية والتعامل في عالم افتراضي خالي من الوسائل المادية ، ولا يعترف بالحدود الزمانية والمكانية ، ويشكل في واقع الامر تحديا كبيرا لعادات استهلاكية وافكار تجارية مستقرة منذ عقود طويلة، ولذلك لا يمكن تطبيق التجارة الالكترونية الا في ضوء خطة اعلامية علمية مدروسة بعناية، ومخصصة حسب الفئات التي تتم مخاطبتها ، فالقيام بهذه الحملات الهادفة الى نشر الوعي و الاستعداد النفسي للتجارة الالكترونية ، يعد عاملا اساسيا في تكوين رأي عام ايجابي حول هذه التجارة والمزايا الناجمة عن التعامل بها لدى جميع الفئات بكافة اعمارهم وثقافتهم، سواء كانوا افراد او مؤسسات .

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

¹ تباي أمل، مريم سعد، مرجع سبق ذكره، ص ص 81-89

(1) **التثقيف التكنولوجي:** يتم نشر الثقافة الالكترونية من خلال تنظيم ملتقيات تحسيسية وندوات وايام دراسية حول التجارة الالكترونية، واهمية توظيف الانترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الوجه الأمثل الخدمة الاقتصاد الوطني، وذلك بالتعاون مع شركات تقنية المعلومات والهياكل الوطنية والاجنبية، ويتم الاستعانة بكافة وسائل الاعلام السمعية والمرئية والمقروءة لتوليد تيار متدفق من الفكر المدرك لأهمية التجارة الالكترونية.

(2) **اعداد مجتمع الاعمال للتجارة الالكترونية:** ان مسألة التوعية لا تقتصر على الافراد فقط بل لابد من ان تشمل المؤسسات كذلك، فتبني تطبيقات التجارة الالكترونية في الشركات يعتمد بشكل كبير على مدى قبول هذه التكنولوجيا وإدراك امكانياتها من قبل العاملين في الشركة سواء كانوا مديرين او موظفين.

(3) **تثمين دور التعليم:** في ظل اقتصاد المعلومات اين يتجه الاهتمام صوب النشاط كثيف المعرفة، يخص جانب التعليم بدوره الجوهرى باعتباره النطاق الذي تبني فيه الطاقات البشرية التي تحتاجها صناعات اقتصاد المعرفة، فتطبيق التجارة الالكترونية يستدعي ضرورة إطلاق مبادرات لبناء وتنمية القدرات البشرية اللازمة للتحويل الى هذا النمط من التعاملات.

(4) **اعتماد الحكومة للتجارة الالكترونية - ممارسة الحكومة للتجارة الالكترونية:** ان تزايد إدراك صناع القرار الاقتصادي لأهمية التجارة الالكترونية وترجمته في الواقع بالاعتماد الحقيقي لهذا النمط من التجارة.

ثانيا: السبل التكنولوجية:

تتعلق الحلول التكنولوجية الرامية الى النهوض بالتجارة الالكترونية بالعناصر التالية:

(1) **تعميم استخدام الانترنت:** ان الانتشار الكبير لشبكة الانترنت وتزايد استخدامها وبروزها كقاعدة للتجارة الالكترونية، ساعد على جعل هذه التجارة الطريقة الارخص والأكثر كفاءة للوصول الى الاسواق الوطنية والعالمية والتفاوض واتمام الصفقات، مما يجعل من البديهي ان تضع الجزائر ضمن مشاريعها القادمة والمستعجلة ضرورة توسيع استخدام الانترنت والعمل على الاستفادة القصوى منها.

(2) **تحرير سوق خدمات الاتصالات:** ان من بين ما يحد من تطور التجارة الالكترونية هو انغلاق ابواب المنافسة في اسواق خدمات تكنولوجيا الاعلام والاتصال، وهذا لابد من تقليص دور القطاع العام والتوسع في تحرير هذه الخدمات من الاحتكار، من اجل خلق بيئة وسوق تنافسي تتعادل فيه الفرص، ويكون حافزا ومشجعا

على تطوير وتوسيع شبكات الاتصالات وزيادة لمعدلات الانتشار، وتخفيض تكاليف الحصول على الخدمات، بالإضافة الى تطوير وتحسين النوعية والجودة.

(3) تشجيع القطاع الخاص على الاستثمار: تتميز البنى التحتية للاتصالات والمعلومات في الجزائر بكونها لاتزال دون المستوى المقبول، سواء من حيث نسب الانتشار، او القدرات او التكلفة ولذلك يحتاج واقع البنى التحتية للكثير من الاستثمارات لتطوير انظمة المعلومات والاتصالات خاصة بحال الانترنت، حتى تستطيع الوصول الى المستوى الملائم والداعم للتجارة الالكترونية الجزائرية، فلا بد ان تولي الحكومة الجزائرية عناية خاصة بعملية تشجيع الاستثمارات الخلية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وتوفير الحوافز المناسبة لاستقطاب رؤوس الاموال العربية والاجنبية التي تلعب دورا كبيرا في نقل التقنيات الحديثة وتوطين التكنولوجيا ، وتطوير المهارات وخلق فرص العمل في هذا المجال.

(4) خلق صناعة محلية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات: تعتبر عملية تطوير صناعة جزائرية لتكنولوجيا الاعلام والاتصال أحد الأركان الاساسية في مستقبل التجارة الالكترونية في الجزائر، فلا يجب التركيز على استيراد التكنولوجيا الجاهزة، بل العمل من اجل اقامة صناعة محلية لإنتاج التجهيزات والبرامج المعلوماتية، فبقدر النمو الذي يمكن تحقيقه في مجال هذه الصناعة، تكون النتيجة مباشرة تطوير التجارة الالكترونية في الجزائر ونشر تطبيقاتها.

(5) معالجة القضايا التنظيمية: ان وجود سلطة رسمية او كيان 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، وما يميز سلطة تنظيم الاتصالات السلوكية واللاسلكية في الجزائر، ان الحكومة هي المساهم الرئيسي فيها، ولهذا تلتزم هذه السلطة الحذر في فتح اسواق الاتصالات ولا تسمح بمستويات عالية من الملكية الاجنبية في الاصول الوطنية.

ثالثا: السبل التشريعية:

تختلف التعاملات في إطار التجارة الالكترونية في كثير من جوانبها عن التجارة التقليدية، فقد افرز الاعتماد المتنامي على شبكات المعلومات ونظم الحواسيب في المجال التجاري جملة من التحديات القانونية التي لم يسبق للمشرع الجزائري مواجهتها ولهذا فإن رغبة الجزائر في اقامة تجارة الكترونية وتحقيق الفوائد المرجوة منها، يستدعي

ضرورة القيام بتعديلات عميقة تشمل التوجه السريع للنظم القانونية الجزائرية لمعالجة الآثار الناجمة عن استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال في الجانب التجاري، من خلال حركة تشريعية تعكس استجابة التشريع الجزائري الجديد والمستجد في هذا الحقل.

حيث ان تسارع التجارة الالكترونية اوجد رغبة لدى المشرعين الجزائريين لتكييف قواعد قانونية تحكم التطورات التكنولوجية، الا ان هذه القواعد لازالت دون الطموحات لطبيعة التجارة الالكترونية، ولذلك لا بد من مراجعة التشريعات القانونية القائمة وتنقيتها وادخال عليها تعديلات لإثرائها، ويجعلها أكثر فعالية واستجابة لمتطلبات التجارة الالكترونية.

بمعنى ان التشريعات الجديدة والتعديلات لابد ان تمس الجوانب التالية:

✓ الإطار العام للتجارة الالكترونية.

✓ التعاقد الالكتروني.

✓ الاثبات والتوثيق.

✓ الخصوصية والامن المعلوماتي.

✓ حماية المستهلك.

✓ الملكية الفكرية.

✓ الخدمات المصرفية.

رابعاً: السبل الاقتصادية والمالية:

تعد الحكومة المحرك الرئيسي والفاعل للاقتصاد، فبإمكانها اتخاذ مجموعة من التدابير والاجراءات الاقتصادية والمالية التي من شأنها توفير قوة الدفع اللازمة لجميع أطراف مجتمع المعلومات لتبني التجارة الالكترونية وتمثل مختلف هذه السبل في:

(1) الشراكة بين القطاع الخاص والحكومة: ان الرغبة في بناء مجتمع المعلومات يتطلب تنسيقاً وتكاملاً بين

القطاع الحكومي والخاص، لتتاح لكل قطاع فرصة القيام بالدور المنوط به في إيجاد آليات تسريع التحول نحو هذا

المجتمع فمشروع التجارة الالكترونية جزء من مجتمع المعلومات لا يمكن ان تقوم به الحكومة وحدها، بل لابد من

استاد القيادة للقطاع الخاص، وتفعيل دوره في مجال تطوير هذه التجارة بكافة أبعادها، من خلال اعطائه حرية

الانطلاق وضمن مشاركة في تحديد الرؤية والتخطيط واعداد القواعد والنظم والاجراءات اللازمة لتطبيق التجارة الالكترونية، وتقييم ومتابعة تنفيذ المشاريع ، كما لا بد من السعي الى تعبئة الموارد التكنولوجية للقطاع الخاص الاجنبي، من خلال بحث سبل جذب القطاع الخاص العالمي للدخول في شركات مع القطاع الحكومي، وما سيكون لذلك من تأثير ايجابي على نقل التكنولوجيا وتوطينها في الجزائر".

(2) **تنمية وتشجيع المؤسسات للتحويل الى التجارة الالكترونية:** يوجد اتفاق عالمي ان القطاع الخاص يلعب الدور الفاعل والرئيسي في نمو وازدهار التجارة الالكترونية، الا ان ما يميز مؤسسات هذا القطاع في الجزائر هو نقص اهتمامها بهذه التقنية التجارية التي ستفتح لها آفاقا واسعة.

(3) **تطوير وتنويع الهيكل الاقتصادي:** ان التجارة الالكترونية هي ركن من اركان الاقتصاد تعكس ما يدور فيه، فازدهار هذه التجارة يتطلب تعبئة كافة القطاعات الاقتصادية لخدمتها، الا ان ما يميز هيكل الاقتصاد الجزائري انه قائم على نمط الانتاج الريعي الذي يصعب تكيفه مع متطلبات التجارة الالكترونية والاقتصاد المعرفي، فلن تكون هناك تجارة الكترونية جزائرية ما لم يتغير هذا الاقتصاد ليصبح قادرا على استغلال المعرفة لخلق القيمة المضافة.

(4) **رفع معدل الاتفاق على أنشطة البحث والتطوير:** يمثل البحث والتطوير أحد أهم جوانب التطوير التكنولوجي، فالدخول في اقتصاد المعرفة وتبني التجارة الالكترونية يستدعي ضرورة الخروج من النظرة الضيقة القطاع البحث على انه لا يحقق قيمة مضافة، وتجسيد ذلك بوضع خطة بحث وتطوير في تقنية المعلومات والاتصالات تستهدف استقطاب الباحثين العلميين والاستفادة من خبراتهم لزيادة ذخيرة المعرفة العلمية واستعمالها في انتاج وتطوير منتجات وخدمات جديدة متعلقة بتكنولوجيا الاعلام والاتصال.

(5) **تطوير نظام الدفع الإلكتروني:** ان من بين المتطلبات الرئيسية لنمو التجارة الالكترونية الجزائرية وانتشار تطبيقاتها، هو ضرورة استبدال النظام التقليدي للدفع والسداد بنظام إلكتروني يتماشى مع التطورات التكنولوجية الحديثة.

(6) **تخفيض التكاليف:** لا بد ان تسعى الحكومة الى تخفيض اسعار منتجات تكنولوجيا الاعلام والاتصال ومنح اعفاءات ضريبية وخدمات النفاذ اليها من خلال حوصصة قطاع الاتصالات وفتح الباب للمنافسة.

للشركات العاملة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتجارة الالكترونية وتخفيض الرسوم الجمركية على منتجات تكنولوجيا الاعلام والاتصال المستوردة ليتاح لمعظم فئات المجتمع الحصول عليها، خصوصا مع زيادة التوجه نحو استيراد هذه المنتجات بدل تصديرها.

المطلب الثاني: قراءة استشرافية لمستقبل التجارة الالكترونية في الجزائر

يعمل اعتماد التجارة الالكترونية كمنط في عقد الصفقات التجارية والتسويق على توليد منافع عديدة تحث على الاهتمام والتركيز على تفعيل هذا النشاط لاسيما في الوقت الراهن، وبغية مواكبة سير الحركة التجارية في العالم فهي تساهم في الرفع من الاستهلاك كون ان عملية الشراء الالكتروني لا يصاحبها صعوبة أو عراقيل أثناء الشراء، فهي تجعل المستهلك يشر عقد الصفقات بمجرد توافر عنصري الرغبة وتوفر القدرة المالية دون التفكير في كيفية التواصل مع مقدم السلعة أو الخدمة. إضافة لذلك يوفر اعتماد التجارة الالكترونية وتوفير متطلباتها مناخا خصبا للاستثمار، حيث يسهل على المستثمرين مباشرة صفقاتهم ومشاريعهم التجارية، كما يضمن وسائل دفع وتمويل أكثر ويسهل التواصل بين العملاء، فالتجارة الالكترونية أحيانا تعتبر النشاط الأساسي لبعض الشركات الاستثمارية وعنصرا مهما في نشاط شركات أخرى، كشرركات الطيران والفندقية التي يتم حجز وتسديد نسبة كبيرة من طلباتها عبر الانترنت والدفع الالكتروني.

والتجارة الالكترونية يمكنها المساهمة في دعم قطاع النقل للبضائع الذي يعتبر ضروريا لاستكمال تنفيذ الصفقات التجارية من خلال توريد البضائع المطلوبة من العملاء، والصادرة عن الشركات والمتاجر التي تنشط الكترونيا، هذا بالإضافة إلى مزايا أخرى من بينها دعم قطاع الاتصالات، زيادة فرص العمل، سرعة التنفيذ خصوصا بالنسبة للسلع والخدمات التي يمكن نقلها الكترونيا، تخفيض التكاليف الشراء. ورغم الإيجابيات الكبيرة للتجارة الالكترونية إلا أن هناك مخاوف وتحديات تواجه الاقتصاد المتبني لهذا النشاط، كصعوبة التقدير وضمان الإيرادات الضريبية المستحقة عن بعض العمليات التجارية كونها تتم في شكل افتراضي، إضافة لتأثر محلات التجارة التقليدية والمساحات الكبرى المعتمدة على العرض الميداني لسبب انخفاض طلبيات السلع المعروضة بها¹.

¹ بلبالي عبد الرحيم، تشوار خير الدين، واقع تطبيق التجارة الالكترونية وانعكاساتها على الاقتصاد العالمي، مجلة التكامل الاقتصادي، المجلد 05، العدد 02، 2017، ص ص 75-76

المطلب الثالث: مجهودات الدولة في تطوير التجارة الإلكترونية

لتعزيز التجارة الإلكترونية في الجزائر، يتطلب الأمر التركيز على تطوير البنية التحتية الرقمية، زيادة الوعي والثقة في التجارة الإلكترونية، وتبسيط التشريعات واللوائح المتعلقة بالتجارة الإلكترونية. كما يجب تعزيز الدعم المالي والتقني للتجار والمستهلكين وتحسين التكنولوجيا المالية وعمليات التوصيل، ولتفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر، يمكن اتخاذ عدة سبل وحلول إليك وتمثل في¹:

1. **تطوير البنية التحتية الرقمية:** يجب الاستثمار في تطوير البنية التحتية الرقمية في البلاد، بما في ذلك تحسين التغطية الشبكية وسرعة الإنترنت. يجب توفير اتصال سريع وموثوق به للمستخدمين في جميع أنحاء البلاد.
2. **زيادة الوعي والتثقيف:** يجب توعية المستهلكين والتجار بفوائد وآليات التجارة الإلكترونية. يمكن تنظيم حملات توعوية وتثقيفية لتعزيز الثقة وتعريف الناس بطرق الدفع الآمنة وحماية المعلومات الشخصية.
3. **تسهيل الإجراءات التشريعية والتنظيمية:** يجب تبسيط الإجراءات التشريعية والتنظيمية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية. ينبغي تحديث التشريعات لتلائم التطورات التكنولوجية وتسهيل عمليات التجارة الإلكترونية، بما في ذلك تسهيل إنشاء المشاريع الناشئة وتشجيع الابتكار في هذا المجال.
4. **تعزيز الثقة والأمان الرقمي:** يجب تعزيز الثقة والأمان الرقمي في عمليات التجارة الإلكترونية. يمكن توفير بيئة آمنة وموثوقة للمستهلكين والتجار من خلال تبني بروتوكولات الأمان واستخدام أنظمة الدفع الآمنة وتطبيق أفضل الممارسات في حماية البيانات الشخصية.
5. **تشجيع التعاون والشراكات:** يمكن تعزيز التجارة الإلكترونية من خلال تشجيع التعاون والشراكات بين الحكومة والقطاع الخاص والمؤسسات المالية والتجار. يمكن توفير الدعم المالي والتقني للمشاريع الناشئة وتعزيز التعاون في مجال التسويق الرقمي والتوصيل.
6. **توفير حلول دفع إلكترونية:** يجب توفير حلول دفع إلكترونية آمنة وملائمة للتجارة الإلكترونية. يمكن توفير خيارات متنوعة للدفع عبر الإنترنت، مثل البطاقات الائتمانية والحوالات البنكية الإلكترونية ومحافظ العملات الرقمية.

¹ بوراس بودالية، التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني في الجزائر، مقال على الموقع: <https://www.goodrobotiq.com> ،

بتاريخ: 2024/05/25، على الساعة: 16:09.

7. تطوير قطاع الشحن والتوصيل: يجب تطوير قطاع الشحن والتوصيل لتلبية احتياجات التجارة الإلكترونية. يمكن تحسين عمليات التوصيل وتوفير خدمات التتبع وتخفيض تكاليف الشحن لتشجيع المستهلكين على استخدام التجارة الإلكترونية.

تتطلب هذه الجهود التعاون بين الحكومة والقطاع الخاص والمؤسسات المالية والمجتمع المدني لتحقيق نمو مستدام وناجح في مجال التجارة الإلكترونية.

خلاصة الفصل الثاني:

رغم كل الجهود المبذولة للتفاعل مع التغيرات التكنولوجية، وتوفير متطلبات قيام التجارة الالكترونية، الا انه حسب المعطيات لاحظنا ان هناك تأخر في مجال البنية التحتية للاتصالات لاسيما الانترنت، 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.

ويهدف تفعيل هذه التجارة، لابد ان تدرك الجزائر ان مسار التحول الى التجارة الالكترونية، يتطلب جملة من التغييرات ، واعداد الترتيبات والتخطيط والتفكير الدقيق ، فمن الضروري التركيز على مجموعة من المقومات واستخدامها بشكل يعطي الثمار المرجوة منه ويحقق الانطلاق الفعلي للمعاملات التجارية الالكترونية ، ويتم ذلك من خلال استكمال البنية التحتية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، وانتهاج سياسة التثقيف الالكتروني ، بالإضافة الى تنشيط وتحفيز المؤسسات لاقتحام هذا النشاط و تحديث البيئة التشريعية والقانونية لتصبح أكثر تلاؤماً مع التجارة الالكترونية الجزائرية ، وكذلك قيام الدولة باتخاذ اجراءات تحفز على تجاوز العقبات والصعوبات واتباع المقترحات الهادفة لإنشاء تجارة الكترونية آمنة.

خاتمة

في عالم طغت فيه لغة المعرفة أصبح التقدم التكنولوجي هو المحرك الرئيسي للاقتصاد العالمي، وأضحى تطور الأمم وازدهارها يقاس بمدى تبنيها لهذه التكنولوجيا، وهو ما جعل العديد من دول العالم تدرك أهمية هذه التكنولوجيا، وتسعى لتسخيرها لخدمة الاقتصاد بأسره، لاسيما الجانب التجاري منه.

وإن الاهتمام بالتجارة المعتمدة على وسيط إلكتروني دليل على وعي اقتصادي ناضج، هذه التجارة التي كانت مجرد حلم، فرضت اليوم نفسها في تحديد المستقبل الاقتصادي للدول، وأصبحت النمط الرئيسي للنشاط التجاري، فقد نمت حجمها بسرعة خيالية في مختلف أنحاء المعمورة، بسبب المزايا العديدة التي توفرها خاصة اختصارها للزمن والمسافات واختزالها للتكاليف.

ولعل تجارب بعض الدول العربية، التي تشهد تحولات كبيرة للانتقال للعالم الرقمي، هو أكبر حافز لتشجيع الجزائر على استيعاب هذه التغيرات التكنولوجية الهائلة ومواكبة النقلة النوعية، وخوض تجربة التجارة الإلكترونية للاستفادة من مزايا تطبيقها.

من هذا الباب جاء التركيز على دراسة ظاهرة التجارة الإلكترونية، مع إيلاء اهتمام خاص بتشخيص الوضع المعرفي للجزائر وتبيين موقعها وموضعها في عالم التجارة الإلكترونية.

أولاً: اختبار الفرضيات:

من خلال مجمل الدراسة بجانبها النظري والتطبيقي يمكن اختبار الفرضيات واستخلاص ما يلي:

الفرضية الأولى: التجارة الإلكترونية تقدم تجربة تسوق مخصصة من خلال البيانات والتحليلات، بالإضافة إلى سهولة مقارنة الأسعار والمنتجات، أما التجارة التقليدية فتوفر تجربة تسوق حسية، حيث يمكن للعملاء تجربة وفحص المنتجات فعلياً قبل الشراء تم قبول الفرضية الأولى.

الفرضية الثانية: من متطلبات تطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر توفير البنية التحتية وتطوير نظام الدفع الإلكتروني لا يمكن قبول الفرضية الثانية، لأن متطلبات التجارة الإلكترونية في الجزائر توفير البنية التحتية وتطوير نظام الدفع الإلكتروني إضافة إلى إصدار تشريعات وقواعد قانونية ملائمة وتفعيل الشراكة مع المستثمرين الأجانب ونشر الوعي الثقافي والتكنولوجي بين أفراد المجتمع وزيادة الاهتمام ودعم الإستثمار في التنمية البشرية وإسناد البرامج إلى المختصين وحماية المستهلك وتخفيض الضرائب

الفرضية الثالثة: تتمثل التحديات التي تواجه التجارة الإلكترونية في الجزائر في العوائق التقنية وضعف البنية التحتية وخاصة قلة ثقافة الشراء عبر الأنترنت، لا يتم قبول الفرضية، لأن التحديات التي تواجه التجارة الإلكترونية في الجزائر تتمثل في العوائق التقنية وضعف البنية التحتية وخاصة قلة ثقافة الشراء عبر الأنترنت، إضافة إلى العوائق

التقنية والتجارية تتمثل في العوائق ذات العلاقة بمجال التقنية والتكنولوجيا مثل شبكات الاتصالات الهاتفية والإنترنت وقصور الكوادر البشرية المادية المدربة والمؤهلة في مجال تقنيات المعلومات وتطبيقات التجارة الإلكترونية، ومجال الجرائم الإلكترونية، ومجال العوائق الاجتماعية والنفسية ومن أهمها الأمية واللغة والعائق النفسي، إضافة إلى العقبات التجارية والعوائق القانونية والتشريعية

الفرضية الرابعة: يشهد قطاع التجارة الإلكترونية في الجزائر نموا ملحوظا في السنوات الأخيرة ومن المتوقع ان ينمو بشكل كبير في السنوات القادمة قبول الفرضية الرابعة.

ثانيا: نتائج الدراسة:

من خلال ما تم عرضه في الدراسة من محاولتنا للإجابة على الإشكالية خلصنا إلى النتائج التالية منها:

1. التجارة الإلكترونية عبارة عن منهج حديث للأعمال يعتمد على تكنولوجيا الإعلام والاتصال خاصة الانترنت، لإنجاز كافة العمليات المتصلة بعقد الصفقات بين أطراف متعددة، سواء كانوا مؤسسات أو هيئات حكومية أو أفراد، حيث تتحدد تصنيفات هذه التجارة بناء على العلاقة بين هؤلاء الأطراف.
2. بدأت تطبيقات التجارة الإلكترونية في أوائل السبعينات من خلال التحويل الإلكتروني للأموال، وبعدها التبادل الإلكتروني للبيانات، ثم توسعت التجارة الإلكترونية في سنوات التسعينات من مجرد معاملات مالية إلى معاملات أخرى تشمل مجموعة من التطبيقات والأنشطة التي تمارسها الشركات بواسطة وسائل الاتصالات الإلكترونية، فالتجارة الإلكترونية لا تقتصر على عملية امتلاك موقع على شبكة الانترنت فقط، بل تمتد إلى الإعلان الإلكتروني، النشر الإلكتروني، شراء الأسهم والسندات الصيرفة الإلكترونية، الاستشارات الطبية والقانونية.
3. لازالت وسائل الدفع الإلكترونية في بداية استعمالها والتي تمثل نسبة ضئيلة مقارنة بوسائل دفع تقليدية حيث لا يزال المستهلك الجزائري يفضل التنقل من أجل إجراء عملية الشراء والبيع.
4. تملك الجزائر البنية التحتية اللازمة من أجل تبني التجارة الإلكترونية ولكن ليس بالشكل الذي سيزيد من تسارع وتيرة حجم المعاملات الإلكترونية.
5. هناك اهتمام متزايد بتطبيقات التجارة الإلكترونية، ويزداد استخدامها بشكل كبير في جميع أنحاء العالم.
6. إن التعامل بالتجارة الإلكترونية يفرض تقبل الثنائية المتبادلة من المزايا والأعباء، فهي تنشئ القيمة من خلال مساعدتها للمؤسسات دون اعتبار لحجمها لولوج الأسواق العالمية بأقل وقت وتكلفة، كما تساعد

- الأفراد على الخيار العالمي لأجود المنتجات وبأرخص الأثمان غير أن هذه التجارة تفرض تحمل أعباء ومخاطر وسلبيات لا بد من العمل للقضاء عليها.
7. ارتفاع استعمال الهاتف في الجزائر لكن هذا التطور لم يصاحبه في ارتفاع نسبة استخدام الأنترنت لأغراض تجارية والتي هي أساس التجارة الإلكترونية.
8. وجود القانون 18-05 الخاص بالتجارة الإلكترونية الصادر في 10 ماي 201 يعتبر دافع أكثر لهذا المجال الذي سيأطر العديد من الإجراءات التي تسمح بضمان وأمن التجارة الإلكترونية إضافة إلى تحديد التزامات لكل من الموردين والمستهلكين.

ثالثا: التوصيات:

- على ضوء النتائج المتوصل لها يمكن إقتراح بعض التوصيات والإقتراحات التالية:
1. الإسراع في تجسيد مشروع الحكومة الإلكترونية التي توفر الخدمات للمواطنين والشركات عبر الشبكة بسرعة وسهولة، وما سيكون لذلك من آثار ايجابية في دفع التجارة الإلكترونية وزيادة الوعي بان التعامل بهذه التجارة ليس خيارا ترفيهيا بل أمر ضروري.
 2. تبني نظم وشبكات حديثة في قطاع الاتصالات السلكية ولا سلكية تكون في غاية السرعة والكفاءة.
 3. تحول التجارة من الشكل التقليدي إلى الشكل الإلكتروني لا بد أن يصاحبه بنية تحتية قوية مكونة من شبكات اتصالات ذات سرعة فائقة وقدرة كبيرة على المحافظة على سلامة المعلومات، وتوفير تجهيزات آلية، وتطوير برمجيات متخصصة ملائمة لطبيعة السوق الجزائري ولا بد من محاربة جزر المعلومات، والعمل على تأمين نفاذ جميع فئات المجتمع إلى خدمات تكنولوجيا الإعلام والاتصال ومعالجة قضايا التسعير، من خلال إعادة النظر في الأسعار لتتناسب مع مستويات دخل المواطنين.
 4. تسخير الإمكانيات الضرورية واللازمة للانتقال بمشروع الجزائر الإلكترونية من التخطيط إلى التنفيذ، وإعداد دراسات دقيقة حول سبل تسريع عملية تجسيد المشروع على أرض الواقع في أجاله المحددة حتى لا يؤول مصيره الفشل كباقي المشاريع.
 5. التشجيع العلمي والمعرفي للمستهلك الجزائري من خلال تقديم دورات وبرامج تعليمية حول التجارة الإلكترونية وتعزيز الثقة في تعاملات الدفع الإلكتروني.

6. تشجيع المتعاملين الاقتصاديين على استعمال التجارة الإلكترونية عن طريق تقديم تسهيلات جبائية ومنح إعفاءات ضريبية.
7. دعم الاستعداد الإلكتروني لكافة فئات المجتمع وتشجيعهم على التحول إلى التجارة الإلكترونية، وذلك من خلال التركيز على تنمية العنصر البشري كإحدى سبل تسريع تطبيق التجارة الإلكترونية، حيث يتم تبصير الأفراد والمؤسسات بأهمية هذه التجارة بإتباع مجموعة أساليب من بينها الحملات الإعلامية والتنويرية المرسخة لثقافة التسوق عبر الانترنت برامج وورش التدريب للأفراد والموظفين تحديث مناهج التعليم بغية تأهيل الكفاءات للتعاطي مع تحديات الانتقال للتجارة الإلكترونية.
8. فتح تخصصات في مجال التجارة الإلكترونية والتكنولوجيات الحديثة تشجيعا للشباب الطموح في هذا المجال.
9. التعدد في وسائل الدفع الإلكتروني من خلال إنشاء بطاقات ائتمانية خاصة بعمليات الدفع عبر الأنترنت.

رابعا: آفاق الدراسة:

لقد مست هذه الدراسة بعض جوانب التجارة الإلكترونية بالشرح والتفصيل وربطها بالأداء التجاري، وحسبنا أننا وفقنا في الإلمام بكافة جوانب الموضوع. لكننا نأمل أن تتم دراسة بعض الجوانب الأخرى، والتي يمكن حصرها في المجالات الآتية:

← الحظائر التكنولوجية بالجزائر.

← دور غرفة التجارة الجزائرية في تفعيل التجارة الإلكترونية.

← الإطار التشريعي للتجارة الإلكترونية في الجزائر.

وفي الأخير نتمنى أن نكون وفقنا في إتمام هذه الدراسة بما يخدم أغراضها وأهدافها.

قائمة المصادر والمراجع

الكتب:

1. ابراهيم العيسوي، التجارة الالكترونية، الطبعة الأولى، المكتبة الأكاديمية، مصر، 2003.
2. حسين يوسف، الاقتصاد الالكتروني، الطبعة الأولى، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، مصر، 2012.
3. خالد ممدوح ابراهيم، لوجستيات التجارة الالكترونية، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2008.
4. خالد ممدوح إبراهيم، لوجستيات التجارة الإلكترونية، الطبعة الثانية، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، مصر، 2009.
5. سامي عبد الباقي أبو صالح، الوفاء الإلكتروني بالديون الناشئة عن المعاملات التجارية، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 2006.
6. عامر إبراهيم قنديلجي، التجارة الالكترونية وتطبيقاتها، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
7. عبد الفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الانترنت، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، مصر، 2006.
8. علاء التميمي، التنظيم القانوني للبنك الإلكتروني على شبكة الإنترنت، دار الجامعة الجديدة، مصر 2012.
9. منير محمد الجنبهي، ممدوح محمد الجنبهي، النقود الالكترونية، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2005:
10. منير محمد الجهيني، ممدوح محمد الجهيني، النقود الإلكترونية، دار الفكر العربي، الإسكندرية، مصر، 2005.
11. نادر عبد العزيز شافي، المصارف والنقود الإلكترونية للمؤسسة الحديثة للكتاب، طرابلس، لبنان، 2007.

1. بحوصي مجدوب، سفيان بن عبد العزيز، واقع وآفاق البنوك الالكترونية (مع إشارة إلى مستقبلها في الجزائر)، مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي، المجلد 6، العدد 2، 2013.
2. بلبالي عبد الرحيم، تشوار خير الدين، واقع تطبيق التجارة الالكترونية وانعكاساتها على الاقتصاد العالمي، مجلة التكامل الاقتصادي، المجلد 05، العدد 02، 2017.
3. بن علي نزيهان، حمودي ناصر، الدفع الالكتروني بين العوائق التي تواجهه والحماية الفنية والجزائية المقررة له، مجلة دراسات وأبحاث المجلة العربية في العلوم الانسانية والاجتماعية، المجلد 03، العدد 4، 2021.
4. بن مصطفى ريم، فلوش عبد الله، الدفع الالكتروني ودوره في تسيير أزمات السيولة في الجزائر، مجلة المشكاة في الاقتصاد التنمية والقانون، المجلد 7، العدد 01، 2022.
5. بوخاري فاطمة حنان، واقع التجارة الالكترونية واليات تفعيلها في الجزائر: المعوقات وسبل توسيعها دراسة تقويمية تحليلية -حالة الجزائر-، مجلة التكامل الاقتصادي، المجلد 10، العدد 03، سبتمبر 2022.
6. خضير إسرائ، خالد نهي، النظام القانوني للنقود الإلكترونية، مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية، العراق، المجلد 22، العدد 2، 2014.
7. رابح بوسنة، السياسة الجنائية التي انتجها مشروع الجزائر في ظل القانون 18-05، الملتقى الوطني حول الإطار القانوني لممارسة التجارة الالكترونية على ضوء قانون 18-05.
8. رشيد بوعافية، دور النقود الإلكترونية في تطوير التجارة الإلكترونية، المجلة الجزائرية للاقتصاد والمالية، مجلة علمية محكمة تصدر عن مخبر الاقتصاد الكلي والمالية الدولية جامعة يحي فارس، المدية، الجزائر، المجلد 2، العدد 2، 2014.
9. شيماء نوزي أحمد، التنظيم القانوني للنقود الإلكترونية، مجلة الرائدین للحقوق، تصدر عن كلية الحقوق، جامعة الموصل العراق، المجلد 14، العدد 50، 2010.
10. محمد إبراهيم محمود الشافعي، النقود الإلكترونية (ماهيتها، مخاطرها، تنظيمها القانوني)، مجلة الأمن والقانون، تصدر عن أكاديمية شرطة دبي، المجلد 2، العدد 1، جانفي 2004.

11. مداح عرايبي، بارك نعيمة، أهمية البنوك الالكترونية في تفعيل وسائل الدفع الالكترونية في الوطن العربي الواقع والآفاق، مجلة الاقتصاد الجديد، جامعة خميس مليانة، المجلد 1، العدد 2، جانفي 2010.

12. المنتصر بالله ابوط، أسماء بعلوج، حماية المستهلك من خلال تأمين وسائل الدفع الالكتروني، مجلة الصدى للدراسات القانونية والسياسية، العدد الثاني، مارس 2020.

13. نسرين إسماعيل، الهام يحياوي، تحديات تطبيق نظام التجارة الالكترونية بالجزائر وسبل مواجهتها، مجلة الاقتصاد الدولي والعمولة، المجلد 02، العدد 04، 2023.

14. وافي ميلود، داودي محمد، واقع ومتطلبات تفعيل البنوك الالكترونية دراسة حالة الجزائر، مجلة الدراسات التسويقية وإدارة الأعمال، جامعة بشار، المجلد 1، العدد 1، 2017.

15. يعقوبن صليحة، تداعيات جائحة كورونا على التجارة الالكترونية - مع الإشارة لحالة الجزائر-، مجلة أبعاد اقتصادية، المجلد 11، العدد 02، 2021.

مذكرات وأطروحات جامعية:

1. بريكي نادين، عماري دني، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، تخصص مالية وتجارة دولية، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريريج، 2023/2022.

2. بودور حسام، بومعزة رؤوف، واقع التجارة الإلكترونية بالجزائر في ظل جائحة كورونا وافاقها، مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص مالية وتجارة دولية، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1954، قلمة، 2021/2020.

3. تباي أمل، مريم سعد، واقع ومستقبل التجارة الالكترونية في الجزائر، مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص مالية وتجارة دولية، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، قلمة، 2020/2019.

4. حابت أمال، التجارة الإلكترونية في الجزائر، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه، تخصص إدارة أعمال، جامعة مولودي معمري ولاية تيزي وزو، الجزائر، 2015.

5. زينب بوالصيود، إيمان لکنوش، دور العملات الرقمية في التجارة الإلكترونية في ظل جائحة كورونا "البيتكوين نموذجا"، مذكرة مكلمة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية (ل.م.د)، تخصص:

- إقتصاد نقدي وبنكي، فرع العلوم الإقتصادية، قسم العلوم الاقتصادية والتجارية، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصف، ميلة، 2022/2021.
6. فلاق شبرة فاطمة، **واقع التجارة الالكترونية في الجزائر**، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، تخصص الإمداد والنقل الدولي، شعبة العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، 2018/2017.
7. قندوز فاطمة الزهراء، **التجارة الالكترونية، تحدياتها وآفاقها في الجزائر**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص: تحليل اقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة الجزائر 3، 2013/2012.
8. محمد إبراهيم محمود الشافعي، **الآثار النقدية والاقتصادية والمالية للنقود الالكترونية**، بحث مقدم إلى مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون، المتعقد يوم 10 - 12 / 05 / 2003، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، دبي.

الموقع الالكتروني:

1. <https://www.goodrobotiq.com>
2. <https://www.goodrobotiq.com>
3. <https://www.fakera.com> ،
4. <https://www.iisd.org/system/files/publications/e-commerce-world-trade-organization-.pdf> .

المراجع باللغة الأجنبية:

1. Chadli chaouki1, Amel mehaoua, **E-commerce in light of the Covid-19 pandemic between opportunities and challenges**, Journal of Economic Growth and Entrepreneurship JEGE, Spatial and entrepreneurial development studies laboratory, Vol.5. No.1. 2022.
2. Daniel Tolstoy, Emilia Rovira Nordman, Sara Mel´en Hånell, Nurgül Özbekm, **the development of international e-commerce in retail SMEs: An effectuation perspective**, Journal of World Business, 56:2021.
3. Ladli Abderrezak, **Les moyens de paiement électronique : « la carte CIB au niveau de CNEP Banque agence de Tizi-Ouzou »**, mémoire de master en science de gestion, option management bancaire, université Mouloud Mammerri de Tizi-ouzou, 2018.
4. Lingming Chen, Md. Salamun Rashidin , Fei Song, Yi Wang, Sara Javed, and Jian Wang, **Determinants of Consumer’s Purchase Intention on**

- Fresh E -Commerce Platform: Perspective of UTAUT Model**, SAGE Open, April-June 1– 17,2021.
5. OECD, OECD Guide to Measuring the Information Society 2011, OECD Publishing, 2011.
 6. Yasmin Ismail,, **E-commerce in the World Trade Organization: History and latest developments in the negotiations under the Joint Statement**. 2020.

قائمة الملاحق

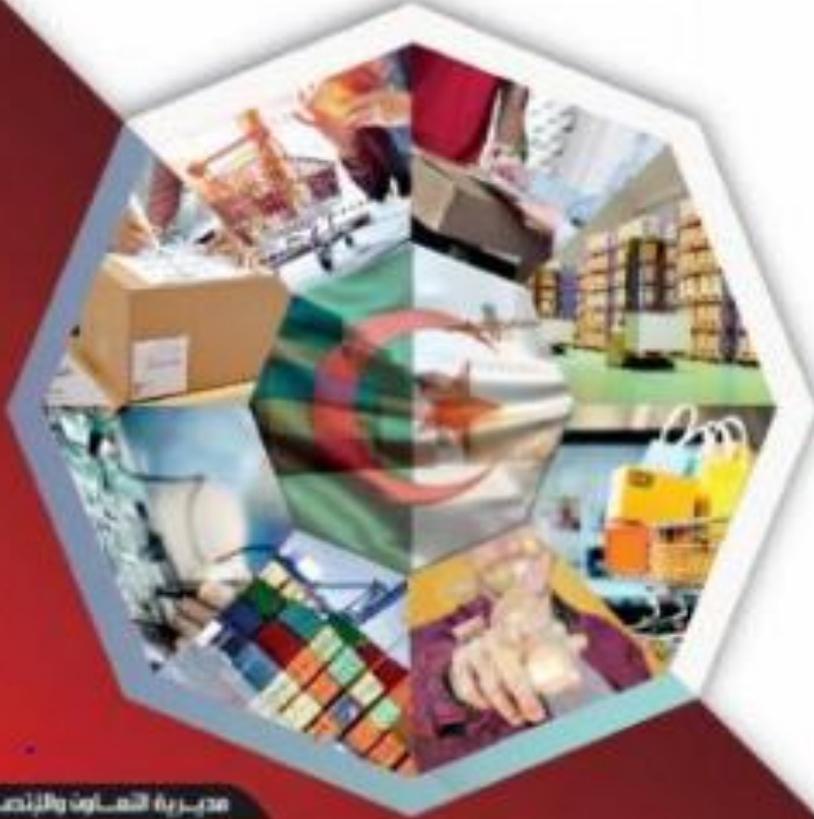


الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التجارة
المركز الوطني للسجل التجاري



دليل

حول إجراءات القيد في السجل التجاري
لممارسة نشاط التجارة الالكترونية



مديرية التعاون والتأصيل


الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التجارة
المركز الوطني للسجل التجاري


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

الفرع المعنى للمركز الوطني للسجل التجاري لولاية:
 تاريخ الإيداع:
 الاسم و التلقب:
 التسمية:
 عنوان المحل التجاري:
 رقم التقييد في السجل التجاري:
 رقم الهاتف: البريد الإلكتروني:

com.dz	اسم النطاق
--------	------------

يرجى ملء الخانة المناسبة لموضوع الطلب بوضع علامة X

إيداع تعديل حذف

إمضاء التاجر

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

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


الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التجارة
المركز الوطني للسجل التجاري


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

الفرع المحلي للمركز الوطني للسجل التجاري لولاية:
 تاريخ الإيداع:
 الإسم و التلب الممثل القانوني:
 التسمية الإجتماعية:
 عنوان المقر الإجتماعي:
 رقم القيد في السجل التجاري:
 رقم الهاتف: البريد الإلكتروني:

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

يرجى ملء الخانة المناسبة لموضوع الطلب بوضع علامة X

إيداع تعديل حذف

إمضاء الممثل القانوني

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

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

الأربعاء 30 شعبان عام 1439 هـ		العدد 28		
الموافق 16 مايو سنة 2018 م		السنة الخامسة والخمسون		
				
الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية				
<h1>الجريدة الرسمية</h1>				
اتفاقات دولية، قوانين، مراسيم قرارات وآراء، مقررات، منشور، إعلانات وبيانات				
الإدارة والتحرير الأسكنة العامة للحكومة WWW.JORADP.DZ الطبع والاشتراك المطبعة الرسمية بي اليمساجين، بشار مراد رئيس، حزب 379 - الجزائر - سمسة الهاتف: 021.54.33.06 إلى 09 021.65.64.63 الفاكس: 021.54.35.12 ج ج ب 379 - الجزائر Tel: +21 54 33 06 09 بنك الفلاحة والتنمية التريفية 090.300.0007 68 RG حساب العملة الأجنبية للمشاركين خارج الوطن بنك الفلاحة والتنمية التريفية 090.300.0007 12	الجزائر تونس المغرب ليبيا موريتانيا	الاشتراك سنوي		
	بنك خارج دول المغرب العربي	سنة	سنة	النسخة الأصلية
	سنة	2675,00 دج	1090,00 دج	النسخة الأصلية وترجمتها
سنة	3350,00 دج	2180,00 دج		
تزامنها تفكيك الترسق				
ثمن النسخة الأصلية 14,00 دج ثمن النسخة الأصلية وترجمتها 28,00 دج ثمن العدد الظاهر في النسخ المنشقة - حسب التسعير وتسلم الظاهر من مطبعا المشاركين المطابق إرفاق لفيفة إرسال الجريمة الأخيرة سواء التجميع الاشتراكي أو للاجتماع أو للتحرير العنوان ثمن النشر على أساس 00,00 دج للمطبع				

الملحق رقم 04: البطاقة الذهبية:

