



الموضوع

دور العولمة الاقتصادية في التجارة الإلكترونية دراسة حالة الجزائر لفترة (2020/2010)

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم اقتصادية

تخصص: إقتصاد دولي

الأستاذة المشرف(ة):

د. بن اسماعين حياة

إعداد الطالب(ة):

حوحو ريمة

لجنة المناقشة

الرقم	أعضاء اللجنة	الرتبة	الصّفة	مؤسسة الانتماء
1	أ.بن الزاوي عبد الرزاق	أستاذ تعليم العالي	رئيسا	جامعة بسكرة
2	د.بن اسماعين حياة	أستاذ محاضرأ	مشرفا	جامعة بسكرة
3	د.كرامة مروة	أستاذ تعليم العالي	ممتحنا	جامعة بسكرة

السنة الجامعية: 2021/ 2020



الموضوع

دور العولمة الاقتصادية في التجارة الإلكترونية دراسة حالة الجزائر لفترة (2020/2010)

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم اقتصادية

تخصص: إقتصاد دولي

الأستاذة المشرف(ة):

د. بن اسماعين حياة

إعداد الطالب(ة):

حوحو ريمة

لجنة المناقشة

الرقم	أعضاء اللجنة	الرتبة	الصّفة	مؤسسة الانتماء
1	أ.بن الزاوي عبد الرزاق	أستاذ تعليم العالي	رئيسا	جامعة بسكرة
2	د.بن اسماعين حياة	أستاذ محاضرأ	مشرفا	جامعة بسكرة
3	د.كرامة مروة	أستاذ تعليم العالي	ممتحنا	جامعة بسكرة

السنة الجامعية: 2021/ 2020

شكرتك يا الله

فالشكر أولاً لله عز وجل على أن هداني لسلوك طريق البحث و
التشبه بأهل العلم وان كان بيني و بينهم مفاوز.
كما أخص بالشكر أستاذتي الكريمة و معلمتي الفاضلة المشرفة
على هذا

البحث الدكتورة : بن اسماعين حياة ، فقد كانت حريصة على
قراءة كل ما
أكتب ثم توجهني إلى ما يرى بأرق عبارة و أطف إشارة،
فلها مني وافر الثناء و خالص الدعاء .

كما أشكر السادة الأساتذة وكل الزملاء وكل من قدم لي فائدة
أو أعانني بمرجع ،
أسأل الله أن يجزهم عني خيراً و أن يجعل عملهم في ميزان
حسناتهم.

إهداء

الحمد لله الذي أعاننا بالعلم وزيننا بالحلم وأكرمنا بالتقوى
وأجملنا بالعافية أتقدم بإهداء عملي المتواضع إلى الدرع
رمز الواقي والكنز الباقي، أنت أبي العزيز أطل الله عمرك
العطاء وصدق الإيماء، إلى ذروة العطف والوفاء،
لك أجمل حواء، أنت أُمي الغالية أطل الله عمرك إلى
زوجي سندي وقوتي أدام الله وجوده في حياتي وابني و ابنتي قرّة
عيني و إلى من أقاسمهم أفراحي وإحزاني إخوتي وأخواتي
الأعزاء و إلى كل من مد يد المساعدة وساهم معنا في تذليل ما
واجهتنا من صعوبات من أحبّاب وأصدقاء.

ملخص:

تطور التبادل التجاري عبر العالم، واستحدثت له طرق عدة قصد تسهيل العمليات المتعلقة به، ومن بين هذه الطرق "التجارة الالكترونية"، التي تسمح بالرفع من وثيرة التبادل التجاري بصفة سريعة وأكثر فعالية مقارنة مع نظيرتها التقليدية، التي تتطلب الحضور المادي للتاجر أو الزبون، إذ يكفي على سبيل المثال معاينة البضاعة عن بعد والتعاقد عليها من خلال شبكة الانترنت، وكذا تسديد ثمنها من خلال الدفع الالكتروني. إن هذا الفضاء الجديد لممارسة التجارة سمح بخلق فرص شغل جديدة ذات فوائد مادية كبيرة، غير أن الوضع في الجزائر لم يزل يراوح مكانه، حيث أن التجارة الالكترونية كعملية تمارس بصفة غير منظمة، إذ أن الإطار القانوني لازال غائب، وهو ما يستدعي تدخّل المشرع الجزائري بغرض تنظيم هذا النوع من النشاط التجاري.

الكلمات المفتاحية: العولمة الاقتصادية ، تجارة الكترونية الانترنت، الدفع الالكتروني

Title of the intervention : Electronic commerce in Algeria, employment opportunities and returns

Abstract:

Trade has developed around the world. and has been developed several ways to facilitate the related processes, and among these are e-commerce, which allows a faster and more efficient trade exchange compared to its traditional counterpart, which require the physical presence of the merchant or customer, for example, simply inspect the goods remotely and contract them via the Internet, as well as pay for them by electronic payment. This new space for the exercise of trade has allowed the creation of new employment opportunities with substantial material advantages, however, the situation in Algeria is still in place, e-commerce is practiced irregularly, because the legal framework is still absent, which requires the intervention of the Algerian legislator to regulate this type of activity.

Keywords : economic globalization, electronic commerce, Internet, electronic payment.

قائمة الجداول والأشكال

فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
53	مؤشرات استعمال مواقع الانترنت	01
68	أوجه التشابه و الاختلاف بين البطاقات البنكية	02
70	إيجابيات و سلبيات المحفظة الإلكترونية	03

فهرس الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
49	تطور عدد المشتركين في شبكة الهاتف الثابت	01
49	اشتراكات الهاتف الثابت السكنية والمهنية	02
50	ولوج شبكة الهاتف الثابت للأسرة	03
51	عدد المشتركين في الهاتف النقال حسب نوع طريقة الدفع بالمليون	04
52	حصص سوق متعاملي التكنولوجيا	05
52	عرض نطاق الأنترنت الدولية (ميغابايت/ ثانية)	06
53	توزع المشتركين حسب طبيعة التكنولوجيا عام 2017.	07

مقدمة :

شهد الاقتصاد العالمي نوعاً من التجارة لم يكن معروفاً من قبل، ففي الثمانينات من القرن الماضي ظهرت فكرة التجارة الإلكترونية وتطورت تحت مفهوم (تبادل المعطيات المعلوماتية). والتي تفترض البرمجة الأوتوماتيكية للعمليات التجارية والصناعية والإدارية التي يتم قيدها وتسلسلها بطريقة آلية، ثم استخدمت هيئة الأمم المتحدة مصطلحاً متطوراً وأكثر عمومية من المصطلح السابق وهو (تبادل معطيات المعلوماتية في مجالات الإدارة والتجارة والنقل).

يشمل تعريف التجارة الإلكترونية أي نوع من الأعمال أو العمليات التجارية التي تتعلق بتبادل السلع والخدمات بواسطة الإنترنت، وتتضمن مكوناتها قطاعات مثل تجارة من شركة إلى شركة، ومن شركة إلى زبون، ومن زبون إلى زبون. وتجارة المحتوى الإلكتروني إضافة إلى نشاطات مثل التسويق والبيع الإلكترونيين والمصارف الرقمية وغيرها، وتمتاز التجارة الإلكترونية بسرعة وسهولة عمليات البيع والشراء للسلع والخدمات مع إمكانية الشراء دون وسطاء مما يقلل من سعر السلعة أو الخدمة.

بالإضافة إلى أنها تتصف بانخفاض تكاليف إنشاء وتوزيع واسترجاع المعلومات الورقية، وكلف الاتصالات السلكية واللاسلكية، التي تقتضيها التجارة التقليدية، فتكنولوجيا المعلومات وفرت وسائل سريعة لتحليل المعلومة مما منح للاقتصاد الحديث هذه الهيمنة.

وتعد التجارة الإلكترونية واحدة من الأدوات التي تحقق للمشروعات الصغيرة ومتوسطة الحجم القدرة على المشاركة في حركة التجارة الدولية بفاعلية وكفاءة في التسويق والدعاية والإعلان. وتوفير الوقت والمكان اللازمين لتحقيق المعاملات التجارية. وهذا ينعكس إيجاباً على تفعيل نشاطات هذه المشروعات الأمر الذي يدفع عجلة التنمية الاقتصادية.

إن تحقيق التنمية الاقتصادية وتزايد حدة المنافسة ومعالجة البطالة — في ظل عولمة التجارة والاستثمار — تتطلب تأسيس اقتصاد مبني على المعرفة قائم على نشر تقنيات وتدفق المعلومات ونقل التكنولوجيا والوصول إلى الأسواق العالمية الحقيقية والافتراضية بكل يسر.

ويعتبر قطاع تكنولوجيا المعلومات (في دول أوروبا والولايات المتحدة ودول جنوب شرق آسيا) العنصر المحرك لخلق الوظائف الجديدة وتنشيط الاقتصاد من خلال ما يسمى بالاقتصاد الرقمي القائم على الأسواق الإلكترونية.

ومن المعروف أن ثورة تكنولوجيا المعلومات تتمتع بأهمية كبرى في تطور نوعية نمط التجارة، ولها تأثير في تطور الاقتصاد المحلي والعالمي، فقد خلقت هذه الثورة نوعاً جديداً من التعاون والتبادل الاقتصادي أثر بشكل كبير على ثروة الأفراد، وحسب إحصاءات للأسواق الأوروبية أصبحت هذه الصناعات والمستخرجات تشكل 7٪ من الناتج المحلي والإجمالي.

ولذلك شهدت السنوات الأخيرة توجهات متطورة في تحسين جوانب صناعة هذه التقنيات، وذلك من خلال

المنتجات المختلفة التي أخذت تغزو أسواق العالم، أو التكنولوجيات الحديثة التي توصف بأنها واعدة من خلال إمكاناتها المتطورة نسبة لما شهدته الحقب الزمنية الماضية. ويتعايش سويًا مع هذا التوجه هاجس مهم لدى هذه الدول هو المسألة الأمنية والمتعلقة بهذه المنتجات لمساسها المباشر مع تطبيقات حكومية حساسة أو ارتباطها الوثيق مع الجوانب الاقتصادية المهمة. ومن أهم ملامحها سرعة تطورها وتسارع نسقها وتواتر الأنباء الحاملة لأخبار الاختراعات الجديدة التي أصبحت منتظرة بين الفينة والأخرى في كافة مجالات الحياة بصرف النظر عن القطاع الذي ينتمي إليه الاختراع.

ولم يعد الشأن العالمي في مجال الاقتصاد المعولم رهين زوايا الإنتاج الثلاث المعهودة وهي العمالة ورأس المال والموارد الطبيعية وإنما أضيفت زاوية رابعة. وهي المرتبطة بعنصر المعلومات التي تولدت عنها نظرية الاقتصاد الافتراضي الذي أفرز بدوره التجارة الإلكترونية الحرّة التي عصفت بالمنظومة التقليدية في التعامل الاقتصادي ورافق ذلك تحطيم الحدود والمسافات التي كان يعاني منها الاقتصاد العالمي المادي ونتج عن ذلك كله أيضا نمط جديد من الحياة استوجب تغييرا سريعا لنسق العيش.

وكيفية الإنتاج في إطار منظومة الاقتصاد اللاحدودي (فالمعلومات هي المفتاح إلى عوالة الاقتصاد وشموليته)، ومن الواضح أن التجارة الإلكترونية تختلف عن التجارة التقليدية من حيث أنها لا تقتصر على دولة أو منطقة ما وأنها سريعة الحركة ويمكن الوصول إليها بسهولة. ويمكن القول بأن الرأسمالية بلغت ذروتها في ظل الاقتصاد المعولم، وأن حجم الأرباح التي تجنيها الدول المتقدمة من جراء رفع القيود عن الاقتصاد والإلغاء التدريجي للرّسوم الجمركية يصعب تقديره.

ومن هذا المنطلق يتأكد الانتباه إلى فخاخ العوالة التي أضحت أسيرة السياسة وآثارها وقد بين الباحثان الألمانيان هانس بيترمارتين وهارالد شومان في كتابهما "فخ العوالة" ما يميز النظام الاقتصادي المعولم وتسللا إلى الوجه المخادع له فلاحظنا مثلا أن الديمقراطية فيه مصيدة، وأن الدولار صار سلاحاً لا يقبل المنافسة، واقتناص الأرباح في نظام العوالة يضاهي سرعة الضوء، وأن الفوضى آتية من بنوك الأوفشور، وأن الانخراط في تلك المنظومة يخفي كميناً لانهيار غير متوقع كما وقع للنمور الآسيوية وأنه في ظل العوالة اندلعت أكبر كارثة محتملة في أجهزة السيطرة الإلكترونية على العمليات المعرفية.

وقياسا على ذلك نطرح الاشكالية التالية :

أولا : اشكالية الدراسة

ما هو دور العوالة الاقتصادية في تفعيل التجارة الالكترونية في الجزائر؟

ثانيا : الأسئلة الفرعية

- ماهي أهم تطورات التي عرفتها التجارة الدولية عبر مراحل تطور النظام الاقتصادي من دولة الى عولمة؟ وما هو مفهوم العولمة الاقتصادية ؟
- فيما تتمثل اهداف ومظاهر العولمة الاقتصادية ؟ وماهي محدداتها وادواتها ؟
- ماذا نقصد بالتجارة الالكترونية ؟
- وماهي المتطلبات اللازمة لإقامة التجارة الإلكترونية؟

ثالثا : الدراسات السابقة

1.دراسة للأستاذ محمد تقروت بعنوان واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الوطن العربي وهي رسالة ماجستير في كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية بجامعة حسبية بن بوعلي سنة 2005 أنه من أجل قيام تجارة إلكترونية في الوطن العربي لابد من اتخاذ بعض الإجراءات والتدابير كالتوعية بأهمية التجارة الإلكترونية والعمل على تنمية البنية الأساسية الخاصة بها خاصة في مجال الاتصالات وتنمية البيئة التشريعية والقانونية

2. دراسة كمال رزيق، فارس مسدور، التجارة الإلكترونية وضرورة اعتمادها في الجزائر، د.ت. كان الهدف الأساسي من الدراسة التي قام بها الباحثان هو معرفة مقومات التي يجب أن تتوفر لدى الاقتصاد الجزائري حتى يتمكن من اعتماد التجارة الالكترونية كتقنية متطورة للتجارة السريعة بالاضافة الى فوائد التي يجنيها من خلال تبنيه لهذه الاستراتيجية وقد خلاصا الى مجموعة من النتائج أهمها:

أولا - حتى تتمكن الجزائر من إنتهاج التجارة الالكترونية عليها:

- ارساء قواعد تكوينية في الإعلام الآلي تدخل التجارة الالكترونية ضمن البرامج التكوينية وعلى كافة المستويات.
- حوصصة الإتصال وفتح باب المنافسة فيه، حتى تنخفض تكلفة الإنترنت.
- تخفيض الرسوم الجمركية على التكنولوجيا المعلوماتية المستوردة، حتى تكون في متناول الفئات المختلفة للمجتمع.
- تطوير أساليب الدفع الإلكتروني لدى مختلف المراكز الائتمانية، وكذا اعتماد نظام الشبكات الالكترونية المصرفية.

ثانيا - فيما يخص الفوائد التي يجنيها الاقتصاد الجزائري من خلال تبنيه للتجارة الالكترونية، يمكن تلخيصها فيما يلي:

- فتح آفاق واسعة أمام المؤسسات الجزائرية للمنافسة على المستوى العالمي.

- الاستفادة من السلع والخدمات الأجنبية ذات التكنولوجيا المتطورة.

- تطوير الصادرات خارج المحروقات.

- تطوير العمل المصرفي الجزائري من خلال إرساء أسس نظام الدفع الإلكتروني.

- تفادي المشاكل الإدارية بين المكلفين بالضريبة والإدارة الجبائية، من خلال تقديم التصاريح الجبائية ودفع المستحقات عن طريق شبكة الإنترنت.

رابعا : فرضيات الدراسة

للإجابة عن إشكالية البحث الرئيسية وتساؤلات الفرعية نضع الفرضيات التالية :

الفرضية العامة: - أثرت العولمة الاقتصادية على تفعيل التجارة الالكترونية في الجزائر.

الفرضيات الفرعية :

- أثرت التطورات التي عرفتها التجارة الدولية عبر مراحل تطور النظام الاقتصادي من دولة الى عولمة.

- تعتبر الانترنت قاعدة انطلاق تقنية لتطوير التجارة الالكترونية.

- هناك إمكانية كبيرة متاحة للجزائر لتطوير التجارة الالكترونية والاستفادة من مزاياها ، اذ تم اتخاذ التدابير والاجراءات اللازمة وتوفير المتطلبات المناسبة.

خامسا : أسباب الدراسة

1- الأسباب الذاتية : تتمثل فيما يلي

- تنبع رغبتنا في إنجاز هذا الموضوع كونه حديث النشأة.

- علاقة البحث بمجال التخصص .

- الرغبة في الإثراء و الإطلاع على هذا الموضوع .

2- الأسباب الموضوعية : تتمثل في ما يلي

• إثراء المكتبة بمرجع عن العولمة الاقتصادية و التجارة الالكترونية

• الأهمية الكبيرة للموضوع خاصة في استمرارية حداثة تكنولوجيا المعلومات .

• الوصول إلى مدي انعكاس تطبيق العولمة الاقتصادية على التجارة الالكترونية.

سادسا : أهمية الدراسة

وتكمن أهمية البحث في الجوانب التالية:

-إظهار العلاقة بين العولمة الاقتصادية و التجارة الالكترونية.

-تحديد متطلبات حمائية للحفاظ على التجارة الإلكترونية.

-التعرف على مظاهر العولمة الاقتصادية .

سابعا : منهج الدراسة

نظرا لطبيعة هذه الدراسة التي تستهدف الكشف عن تأثير تطبيق الإدارة الالكترونية في الجزائر سنقوم بإتباع المنهج الوصفي .

ثامنا : خطة مختصرة للدراسة

قمنا بتقسيم هذا البحث إلى فصلين :

حيث تم التطرق في الجانب النظري ضمن الفصل الأول إلى العولمة الاقتصادية والتجارة الالكترونية ، فقد تعرضنا في المبحث الأول إلى عموميات حول العولمة الاقتصادية، أما المبحث الثاني محددات العولمة الاقتصادية، أما المبحث الثالث حول ماهية التجارة الالكترونية، أما المبحث الرابع فتم التطرق فيه إلى المتطلبات اللازمة لإقامة التجارة الالكترونية.

أما بالنسبة للجانب التطبيقي استعرضناه في الفصل الثاني حيث تم تسليط الضوء على دور العولمة الاقتصادية في التجارة الالكترونية في الجزائر، ففي المبحث الأول تطرقنا الى البنية التحتية في الجزائر، أما المبحث الثاني فتم التطرق الى أهم التطبيقات للتجارة الالكترونية في الجزائر، أما المبحث الثالث وسائل الدفع الالكتروني في الجزائر، أما المبحث الرابع كانت الدراسة حول معوقات التجارة الالكترونية في الجزائر وسبل توسيعها.

الفصل الاول

الفصل الأول : الاطار النظري للعولمة الإقتصادية و التجارة الالكترونية

تمهيد:

شهد الربع الأخير من القرن العشرين، وبشكل أكثر تحديدا عقد التسعينات، العديد من التغيرات العالمية السريعة، والعميقة المتلاحقة في آثارها وتراكمتها وتوجهاتها المستقبلية، فأنشأت هذه التغيرات نظاما دوليا جديدا يستمد أصوله من الفكر الليبرالي الرأسمالي، ويتحقق على مستويين: الأول ومتعلق بالنظام الداخلي لكل دولة، ويهدف إلى تغيير الحكم الداخلي للدولة وإنشاء اقتصاد قائم على السوق الحرة، ويهدف المستوى الثاني إلى ترسيخ واعتماد تغييرات في قواعد وأساليب ونظم المجتمع الدولي، بما يتناسب مع أهداف ورؤية القوى الاقتصادية العظمى عالميا، خاصة الولايات المتحدة الأمريكية، وتعتبر التغيرات الاقتصادية أهم نتائج العولمة بل لا يكاد مفهوم العولمة إلا على هذه التغيرات الاقتصادية العالمية، من تزايد في نمو الأسواق العالمية وتزايد في حركة رؤوس الأموال الدولية ونمو التجارة العالمية بمعدلات أعلى من نمو الناتج الإجمالي العالمي، بالإضافة إلى تغييرات في حجم ونوعية السلع والخدمات، وهو ما جعل العولمة تنتشر على كافة المستويات الإنتاجية والمالية والتكنولوجية والخدمية.

الفصل الأول : الاطار النظري للعولمة الإقتصادية و التجارة الالكترونية

المبحث الأول : عموميات حول العولمة الاقتصادية

لقد كثر الحديث عن العولمة في السنوات العشر الأخيرة من القرن العشرين بعد سقوط الاتحاد السوفيتي، فتناولتها بالحديث الأوساط الجامعية والإعلامية والتيارات الفكرية والسياسية المختلفة، وأصبحت حديث الاجتماعيين والفلاسفة الأوربيين وعلماء البيئة والطبيعة وكثرت أعداد الندوات والمؤتمرات والمحاضرات التي تحمل عناوينها "العولمة" أو النظام العالمي الجديد أو المتغيرات الدولية الجديدة أو الكونية.

ولقد صدرت كثير من المؤلفات باللغات الأوربية والعربية التي تتناول هذه الظاهرة، لدرجة أن المرء يكاد يحار في كيفية دراسة هذه الظاهرة والإمام بموضوعها، خاصة أن كل كاتب أو متحدث يتناولها بالدراسة والتحليل من جانب معين مثل الجانب الاقتصادي أو الثقافي أو السياسي أو الإعلامي.

ومعظم الأفكار والأطروحات الغربية التي تتناول دراسة ظاهرة العولمة تقوم على ما طرحه الكاتب الأمريكي الياباني الأصل "فرانسيس فوكاياما" في كتابه (نهاية التاريخ والإنسان الأخير) ، والتي يزعم فيه أننا وصلنا إلى نقطة حاسمة في التاريخ البشري تتحدد بانتصار النظام الرأسمالي الليبرالي والديمقراطية الغربية على سائر النظم المنافسة لها، وأن العالم قد أدرك بعد فترة حماسة طويلة أن الرأسمالية هي أفضل أنواع النظم الاقتصادية، وأن الليبرالية الغربية هي أسلوب الحياة الوحيد الصالح للبشرية، وأن الولايات المتحدة الأمريكية وامتدادها الاقتصادي القيمي (النظام الرأسمالي المادي) أوربا يمثلان الدورة النهائية للتاريخ، وأن الإنسان الغربي هو الإنسان الكامل الأخير(جلال ، 1998، صفحة 5).

ومن هنا وجدت الفلسفة الإعلامية الغربية في أفكار وأطروحات (فوكوياما) مادة تسوّغ بها سياسات الغرب تجاه العالم المعاصر(نفس المرجع السابق، صفحة 185).

حيث نتطرق في هذا المبحث إلى تعريف العولمة الاقتصادية كمطلب أول ثم في المطلب الثاني أهداف و خصائص العولمة الاقتصادية و عوامل تعميقها وأخيرا في المطلب الثالث انعكاسات العولمة الاقتصادية على النظام الاقتصادي الدولي.

المطلب الأول : مفهوم العولمة الاقتصادية.

أصبح مصطلح العولمة متداولاً منذ بداية التسعينات ، وأصبح علماً على الفترة الجديدة التي بدأت بتدمير جدار برلين عام 1989م وسقوط الاتحاد السوفيتي وتفككه، وانتهت بتغلّب النظام الرأسمالي الغربي على النظام الشيوعي، وانفراد الولايات المتحدة الأمريكية بقيادة العالم المعاصر، وقد تم تعريفها لغة و اصطلاحاً.

الفصل الأول : الاطار النظري للعولمة الإقتصادية و التجارة الالكترونية

الفرع الأول: العولمة لغة

العولمة على وزن فوعلة، وهذه الكلمة بهذه الصيغة الصرفية لم ترد في كلام العرب، والحاجة المعاصرة قد تفرض استعمالها، وهي تدل على تحويل الشيء إلى وضعية أخرى، ومعناها: وضع الشيء على مستوى العالم، وأصبحت الكلمة دارجة على ألسنة الكتاب والمفكرين في أنحاء الوطن العربي(الجابري، 1998، صفحة 135).

والعولمة ترجمة لكلمة "Mondialisation" الفرنسية، بمعنى جعل الشيء على مستوى عالمي، والكلمة الفرنسية المذكورة إنما هي ترجمة "Globalization" الإنجليزية التي ظهرت أولاً في الولايات المتحدة الأمريكية، بمعنى تعميم الشيء وتوسيع دائرته ليشمل الكل . فهي إذا مصطلح يعني جعل العالم عالمًا واحدًا، موجّهًا توجيهاً واحدًا في إطار حضارة واحدة، ولذلك قد تسمى الكونية أو الكوكبية(عبد الجواد، 2000، صفحة 252).

ومن خلال المعنى اللغوي يمكننا أن نقول بأن العولمة إذا صدرت من بلد أو جماعة فإنها تعني: تعميم نمط من الأنماط التي تخص ذلك البلد أو تلك الجماعة، وجعله يشمل الجميع أي العالم كله(الجابري، المرجع السابق، صفحة 136).

العولمة إذاً من حيث اللغة كلمة غريبة على اللغة العربية ويقصد منها عند الاستعمال -اليوم- تعميم الشيء وتوسيع دائرته ليشمل العالم كله.

الفرع الثاني: العولمة اصطلاحاً

فكلمة العولمة جديدة، وهي مصطلح حديث لم يدخل بعد في القواميس السياسية والاقتصادية.

و كلمة "العولمة" نسبة إلى العالم -بفتح العين- أي الكون، وليس إلى العلم -بكسر العين- لقد ظهرت العولمة أولاً كمصطلح في مجال التجارة والمال والاقتصاد، ثم أخذ يجري الحديث عنها بوصفها نظاماً أو نسقاً أو حالة ذات أبعاد متعددة، تتجاوز دائرة الاقتصاد، فتشمل إلى جانب ذلك المبادلات والاتصال والسياسة والفكر والتربية والاجتماع و الأيديولوجيا(عبد الجواد، مرجع سابق، صفحة 138).

وقد أطلق عليها بعض الكتاب والمفكرين "النظام العالمي الجديد" وربما يوحي هذا الإطلاق بأن اللفظة ذات مضامين سياسية بحتة، ولكن في الحقيقة تشمل مضامين سياسية واقتصادية وثقافية واجتماعية وتربوية (ابوزعرور ، 1418هـ -1998م، صفحة 13) ، بمعنى آخر تشمل مضامين تتعلق بكل جوانب الحياة الإنسانية. يقول الرئيس كلينتون: "ليست العولمة مجرد قضية اقتصادية بل يجب النظر إلى أهمية مسائل البيئة والتربية والصحة"(من خطاب ألقاه في المنتدى الاقتصادي بدافوس، 2000).

الفصل الأول : الاطار النظري للعولمة الإقتصادية و التجارة الالكترونية

ولقد كثرت التعاريف التي توضح معنى العولمة، نذكر هنا بعضاً منها، نستطيع في مجال تعريف العولمة بطريقة تحليلية أن نتأمل محاولة نظرية لافتة قام بها جيمس روزناو (شومان، 1418هـ -1998، صفحة 40) أحد أبرز علماء السياسة الأمريكيين : " و إن كان يبدو مبكراً و ضع تعريف كامل و جاهز يلاءم التنوع الضخم لهذه الظواهر المتعددة ، فعلى سبيل المثال ، يقيم مفهوم العولمة علاقة بين مستويات متعددة للتحليل : الاقتصاد ، السياسة ، الثقافة ، الأيديولوجيا ، و تشمل إعادة تنظيم الإنتاج ، تداخل الصناعات عبر الحدود ، انتشار أسواق التمويل تماثل السلع المستهلكة لمختلف الدول ، نتائج الصراع بين المجموعات المهاجرة ، و المجموعات المقيمة " و يعقب قائلاً في ظل ذلك كله : " فإن مهمة إيجاد صيغة مفردة تصف كل هذه الأنشطة تبدو عملية صعبة ، حتى لو تم تطوير هذا المفهوم، فمن المشكوك فيه أن يتم قبوله و استعماله بشكل واسع "

أما الأستاذ الكندي مارشال ماك لوهان (نوري، 2004، الصفحات 87-88) فيقول : " العولمة هي تلك الحالة أو الظاهرة التي تسود في العالم حالياً و تتميز بمجموعة من العلاقات و العوامل و القوى ، تتحرك بسهولة على المستوى الكوني متجاوزة الحدود الجغرافي للدول و يصعب السيطرة عليها ، تساندها التزامات دولية أو دعم قانوني ، مستخدمة لآليات متعددة ، و منتجة لآثارها و نتائج تتعدى نطاق الدولة الوطنية إلى المستوى العالمي ، لتربط العالم في شكل كيان متشابك الأطراف ، يطلق عليه القرية الكونية " . و يشير مصطلح العولمة حسب هذا التعريف إلى زيادة الاندماج الاقتصادي على مستوى العالم و ذلك نتيجة لزيادة نطاق عمليات تحرير التجارة في السلع و الخدمات و تحرير تدفقات رؤوس الأموال بين الدول ، كما يشير المصطلح إلى سهولة انتقال عنصر العمل و المعرفة الفنية و التكنولوجيا عبر الحدود الدولية .

و إن كنا بصدد الكلام عن العولمة لاقتصادية ، أي محاولة الاقتصار في دراسة البعد الاقتصادي للعولمة ، فإنه لا يعني إهمال الأبعاد الأخرى ، لأن العولمة هي تداخل واضح لأمر الاقتصاد و الاجتماع و السياسة و الثقافة و من هنا يمكن إدراج تعريف صندوق النقد الدولي لمفهوم العولمة بأنها تعبر عن التعاون الاقتصادي المتنامي لمجموع دول العالم و الذي يحتمه ازدياد حجم التعامل في السلع و الخدمات و تنوعها عبر الحدود بالإضافة إلى تدفق رؤوس الأموال الدولية و الانتشار المتسارع للتقنية في أرجاء العالم كله .

و يعرفها رونالد روبروتسون (تومي، 2009، صفحة 19) قائلاً : " العولمة هي اتجاه تاريخي نحو انكماش العالم و زيادة وعي الأفراد و المجتمعات بهذا الانكماش " . و نلاحظ هنا البعد الوظيفي للعولمة حيث يركز على أمرين أساسيين أولهما انكماش العالم ، و يقصد به تقليص المسافات بين الأفراد في جميع أنحاء العالم و ثانيهما قضية الوعي بهذا الانكماش و الإدراك الكامل بفكرة القرية الكونية .

و يعرفها الكاتب الفرنسي دولفوس (نفس المرجع السابق، صفحة 19): " بأنها تبادل شامل و إجمالي بين مختلف أطراف الكون ، يتحول العالم على أساسه إلى محطة تفاعلية للإنسانية بأكملها ، و هي كظاهرة لا تخرج عن دائرة المبادلات الاقتصادية داخل الأسواق العالمية " و هنا يتضح طغيان الجانب الاقتصادي في هذا التعريف .

الفصل الأول : الاطار النظري للعولمة الإقتصادية و التجارة الالكترونية

أما الفيلسوف الفرنسي روجيه غارودي (نفس المرجع السابق، صفحة 20) فيركز على الجانب الأيديولوجي فيقول "إنها نظام يمكن الأقوياء من فرض الدكتاتوريات الإنسانية التي تسمح بافتراض المستضعفين بذريعة التبادل الحر و حرية السوق " و هذا التعريف يركز على البعد الأيديولوجي و ما تحمله العولمة من صور للهيمنة .

ويعرفها الفرد فرج(نفس المرجع السابق، صفحة 21): الذي يقول: " هي لفظ لظاهرة قديمة ، نشأت في دنيا أصبحت حجم قرية إلكترونية صغيرة ترابطت بالأقمار الصناعية و الاتصالات الفضائية و قنوات التلفزيون الدولي " و هو يبين الآليات العلمية و الوسائل التقنية التي ساهمت في إيجاد هذا الانكماش .

و في هذا الشأن فإن برهام غليون (نفس المرجع السابق، صفحة 21) فتعتبر العولمة نتيجة من نتائج التقدم العلمي و يقول في تعريفه : " هي الدخول بسبب تطور الثورة المعلوماتية و التقنية و الاقتصادية معا ، من التطور الحضاري يصبح فيه مصير الإنسانية موحدا أو نازعا نحو التوحيد " و هو بذلك يجعل العولمة في قمة هرم أضلعه الثلاثة المعلوماتية ، التقنية ، الاقتصاد و بعبارة أخرى معتبرا إياها ثمرة من ثمرات التطور الحاصل على المستوى الاقتصادي و العلمي .

أما عند محمد الحماد(نفس المرجع السابق، صفحة 22): "هي ظاهرة عامة يتدخل فيها بشكل أساسي الاقتصاد ثم السياسة و الثقافة و الاجتماع و السلوك ، ويكون الانتماء فيها للعالم كله عبر الحدود الوطنية" .

أما العولمة عند جلال صادق العظمة (نفس المرجع السابق، صفحة 24) هي : "وصول نمط الإنتاج الرأسمالي عند منتصف هذا القرن تقريبا ، إلى نقطة الانتقال من عالمية دائرة التبادل و التوزيع و السوق و التجارة و التداول ، إلى عالمية دائرة الإنتاج و إعادة الإنتاج ذاتها ، أي أن ظاهرة العولمة التي نشهدها هي بداية عولمة الإنتاج و الرأسمال الإنتاجي و قوى الإنتاج الرأسمالية ، و بالتالي علاقات الإنتاج الرأسمالية أيضا ، ونشرها في كل مكان مناسب و ملائم خارج مجتمعات المركز الأصلي و دوله . العولمة بهذا المعنى هي رسمة العالم على مستوى العمق بعد أن كانت رسمته على مستوى سطح النمط و مظهره " . و ينتهي العظم إلى صياغة تعريف عام للعولمة بكونها " هي حقبة التحول الرأسمالي العميق للإنسانية جمعاء في ظل هيمنة دول المركز و بقيادتها و تحت سيطرتها ، وفي ظل سيادة نظام عالمي للتبادل غير المتكافئ"

و يعرفها محمد الأطرش(الأطرش، 2003، صفحة 412): "العولمة هي اندماج أسواق العالم في حقول التجارة و الاستثمارات المباشرة و انتقال الأموال والقوى العاملة و الثقافات و التقانة ضمن إطار من رأسمالية الأسواق الحرة..." .

أما تعريف عزمي بشاره(بشاره، 2000، صفحة 283): " طغيان قوانين التبادل العالمي المفروضة من قبل المراكز الصناعية الكبرى على قوانين و حاجات الاقتصاد المحلي" .

و نختتم بمقولة رئيس وزراء ماليزيا السابق د.احمد مهاتير(نفس المرجع السابق، صفحة 24): "إن العالم المعولم لن يكون أكثر عدلا و مساواة، و إنما سيخضع للدول القوية المهيمنة...في عالم معولم سيصبح بإمكان الدول الغنية المهيمنة فرض إرادتها على الباقين الذين لن تكون حالهم أفضل مما كانت عليه عندما كانوا مستعمرين من قبل أولئك الأغنياء."

الفصل الأول : الاطار النظري للعولمة الإقتصادية و التجارة الالكترونية

المطلب الثاني : خصائص العوالمة الاقتصادية:

الفرع الأول: تدفق التبادلات التجارية كمحرك للنمو الاقتصادي:

أولاً-التبادلات التجارية: تمكن الخاصية الرئيسية للعوالمة الاقتصادية أساساً في الزيادة السريعة و المتزايدة للتجارة الدولية منذ الحرب العالمية الثانية, إذ نلاحظ التزايد السريع لقيمة تبادل البضائع أكثر من قيمة الإنتاج و المداخيل (إجمالي الناتج الداخلي الخام).

فعلى سبيل المثال فإن حصة الخدمات (المواصلات, التأمينات, الاتصالات السلكية و اللاسلكية, السياحة, حقوق التأليف...) من التأليف ذات التكاثر و إن التكاثر المسترسل و المستمر بشكل واضح, إذ تمثل هذا الأخير اليوم 1/5 التبادلات, هذا من جهة, تزايد حصة المنتجات المانفاكتورية كذلك على حساب المنتجات القاعدية الموجهة أساساً للتحويل في القطاع الصناعي, إذ انتقلت نسبة الخدمات من 56% سنة 1982 إلى 73% سنة 1992م من جهة أخرى.

هيمنة الشمال: تحقق الدول المتطورة أكثر من 3/4 التجارة العالمية, و على العموم فإن مساهمة الدول السائرة في طريق النمو لهذا القرن تشهد تزايداً ملحوظاً منذ بداية التسعينات في مجال التجارة العالمية.

ثانياً- انفجار و تدفق التبادلات المالية و الاستثمارات في الخارج:

أ-إلغاء التنظيمات:

تميزت العوالمة بتسريع التبادلات المالية و تطور الاستثمارات المباشرة في الخارج, إن مصدر هذه الحركة يعود جزئياً إلى تعميم الانزلاقات و عدم التحكم فيها خلال الثمانينات, و مما سهل من هذه المهمة وجود الابتكارات التكنولوجية التي تؤدي إلى توزيع الإعلام و التحويلات الفورية, عرفت كل نشاطات البورصة و البنوك الداخلية و كذا الحركات لرأسمال تحرراً مطلقاً.

فعلى سبيل المثال, إن التزايد المالي في الأسواق المصرفية ما بين 1988-80 تضاعفت بحوالي 8.5 مرة في دول منظمة التعاون و التنمية الإقتصادية (OCDE), و تدفق الاستثمارات المباشرة في الخارج ب3.5مرات, و كذا التدفق التجاري و الناتج الداخلي الخام ب1.9 مرة, و هكذا فإن الاستثمارات المباشرة في الخارج زادت سرعتها بثلاث مرات عن المبادلات التجارية خلال سنوات الثمانينات, و قد بلغ مجمل الزيادة السنوية للإستثمارات حوالي 870مليار مقابل 290مليار خلال العشرية السابقة, و بهذا تصبح أهمية وزن القطاع الخدمات (المال/ التوزيع) تعادل و تساوي الاستثمارات الصناعية.

الفصل الأول : الاطار النظري للعولمة الإقتصادية و التجارة الالكترونية

ب- الدول الصناعية:

شهدت الولايات المتحدة الأمريكية تقلصاً ملحوظاً لحصتها في الاستثمارات في الخارج, و لكن هذه الدولة إلى البلد الرئيسي المستقبل لهذه الاستثمارات, بينما كرست حضورها و تواجهها في العالم كل من هولندا و بريطانيا العظمى و ألمانيا, من جهة أخرى حققت فرنسا و اليابان تغلباً معتبراً.

ت- تاريخياً:

ساهمت الدول المتخلفة بقسط ضئيل في هذه الحركة, ما دام أن تزايد استثمارات تركز في الدول المصنعة عموماً, و لكن انعكس اتجاه الاستثمارات في أواخر الثمانينات, إذ أن حصة الدول السائرة في طريق النمو من الاستثمارات في الخارج عرفت تزايداً ملحوظاً, و انتقل من 15% في سنة 1989 ليصل إلى 43% في 1993, و لكن تدفق الاستثمارات في اتجاه الدول المتخلفة تميز جغرافياً بارز (جنوب شرق آسيا خصوصاً), و بسرعة فائقة تبرز و تنفرد خصوصيتها المالية الآسيوية الأخيرة التي شهدتها هذه المنطقة (aljazeera, بلا تاريخ).

ث- التشجيع على عدم وضع قواعد تنظيمية:

مكنت السيولة المالية للمؤسسات من خلق و انتقال وحداتها الإنتاجية بكل سهولة في البلدان التي تتساهل كثيراً في مجال الأعباء الأجرية و الضرائب و القوانين البيئية, لذا يمكن للبلدان الصاعدة أن تتسامح في مجال المعايير الاجتماعية و البيئية قصد جذب أكبر عدد من الاستثمارات و رؤوس الأموال الأجنبية, هذه الفرضية يجب أخذها بكل تحفظ, لكن الشيء المؤكد في هذا الشأن هو أن الرقابة و الصرامة للقواعد و الإجراءات القانونية, الاجتماعية, و البيئية, و خاصة مرونة في العقوبات, كل هذا جعلها عوامل جذب أو إغراء رأسمال المتأني من المؤسسات التي يهملها الربح فقط.

ثالثاً- الدور الضروري لقوة الشركات المتعددة الجنسيات:

إن الظواهر التي وصفناها سابقاً, كانت الشركات المتعددة الجنسيات وراء تفعيلها أو المساهمة فيها, إذ تزامن هذا التزايد في الشركات و بالتوازي مع هذه الحركة العالمية و التي عادت عليها بأرباح و منافع هائلة.

أ- منافع تحت الرقابة:

تمحورت مبادلات الشركات العظمى المتعددة الجنسيات حول أربعة قطاعات أساسية (البتروال, السيارات, التكنولوجيا, العالمية, البنوك), و لكن تعتمد هذه الأخيرة على خلق شبكة معتبرة من الفروع في الخارج كامتداد و توابع لها في الدول

الفصل الأول : الاطار النظري للعولمة الإقتصادية و التجارة الالكترونية

النامية, و تتضمن تلك الشركات العظمى كل المبادلات, و تحقق %70 من الاستثمارات المباشرة في الخارج باعتبارها المحرك الرئيسي لتوسعها.

و تقدم هذه الشركات أداة تسيير, و مهارات جيدة في مجال التحكم التكنولوجي, و إيجاد منفذ للتغلغل في الأسواق العالمية و لكن يمكن أن تعتمد على أن الأسواق المحلية, لذا فهي تستفيد من وفرة اليد العاملة الرخيصة في سوق العمل.

ب- القدرة التنافسية:

و تؤهل هذه الخصائص للشركات المتعددة الجنسيات, لاكتساب وزن في كل تفاوض مع الدول سواء الشمالية أو الجنوبية, و في هذا الإطار تستطيع هذه الشركات اكتساب الوسائل اللازمة للتأثير بشكل كبير في السياسات العمومية و بخاصة البيئة, و هذا ما يفسر المشاركة الفعالة للشركات الكبرى في اللقاءات و المفاوضات الدولية حول البيئة و التنمية, و كذا المناقشات المتعلقة بمدونات حسن السلوك الإداري و المهياة خصيصاً لهذه الشركات.

- تطبيق أحداث أساليب الإدارة و يتم توظيف الكفاءات و تستخدم وسائل الاتصال (الكمبيوتر, الانترنت), و اتخاذ القرار المناسب في الوقت و أحكام الرقابة على النشاطات الاقتصادية في العالم, فالعولمة أساسها اقتصادي بالدرجة الأولى, لأنها أكثر وضوحاً في أرض الواقع و أصبحت النظم الاقتصادية متقاربة و متداخلة تحكمه أسس مشتركة, و تديره مؤسسات و شركات عالمية (aljazeera, بلا تاريخ).

أما الأسواق التجارية و المالية فأصبحت خارجة عن تحكم دول العالم, و أصبحت الشركات الكبرى تدير عمليات الاستثمار و الإنتاج, و بهذا أصبحت حركة رأس المال و الاستثمار, و الموارد و السياسات ز القرارات على الصعيد العالمي, و ليست على الصعيد المحلي.

نتيجة لذلك, عرف النظام الاقتصادي العالمي خلال التسعينات ظهور عدة معالم منها:

- تداخل الاقتصاد العالمي؛
- التسارع نحو الاقتصاد الحر؛
- التخصص و الاندماج في النظام الرأسمالي؛
- تحول المعرفة و المعلومة إلى سلعة إستراتيجية و أصبح التركيز على الخدمات بدلا من الصناعة.
- ظهور تكتلات تجارية رئيسية تتمحور حولها الاقتصاد العالمي؛
- ظهور دول منطقة جنوب شرق آسيا كطرف مهم في الاقتصاد العالمي (aljazeera, بلا تاريخ).

المطلب الثالث : أهداف و مظاهر العولمة الاقتصادية:

الفرع الأول: أهداف العولمة الاقتصادية

إن الحديث عن أهداف العولمة يقودنا إلى قضية جوهرية تتمثل في أوجه النظر إليها، بمعنى أن هناك مقاربتين مختلفتين الأولى تصب من خلال أنها تؤيد العولمة و الأخرى تعارضها. و عليه و في هذا السياق، فإننا نصوغ الأهداف حسب مؤيدي و معارضي العولمة الاقتصادية.

أ- أهداف العولمة وفق طرح مؤيديها:

- تعد مفيدة و إيجابية من ناحية أنها تفتح أفقا كبيرة للنمو الاقتصادي محليا و دوليا بسبب فرص الاستثمار التي تهيئها.
- تساهم في انتعاش الاقتصاد العالمي بفضل زيادة حجم المبادلات التجارية.
- عولمة الاقتصاديات العالمية و صبغها بالرأسمالية حيث تعمل على تقارب وجهات النظر و كذا تحرير أسواق التجارة و رأس المال.
- تساهم في حل المشكلات الإنسانية المشتركة كحظر انتشار أسلحة الدمار الشامل و المخدرات و قضايا البيئة.

ب - أهداف العولمة وفق طرح معارضيها:

- هيمنة الدول الرأسمالية على الاقتصاد العالمي عن طريق الشركات المتعددة الجنسيات و البنك الدولي و صندوق النقد الدولي و منظمة التجارة العالمية، و فرض توسيع النظام الربوي، و ربط الاقتصاديات المتخلفة باقتصاديات الدول الرأسمالية.
- السيطرة على الدول النامية و الاستغلال اللاعقلاني لمواردها الطبيعية و ثرواتها بل حتى العمل على القضاء على هويتها الوطنية.
- إضعاف المؤسسات الاقتصادية للدول النامية من خلال إغراق أسواقها المحلية بالمنتجات المستوردة و منافستها في عقر دارها.(عبد العزيز و اخرون، 2011، صفحة 67)

الفصل الأول : الاطار النظري للعولمة الإقتصادية و التجارة الالكترونية

الفرع الثاني: مظاهر العولمة الاقتصادية:

تتجلى ملامح و إرهابات العولمة الاقتصادية من خلال ما يلي:

أ-تزايد التبادل التجاري الدولي في السلع و الخدمات: حيث أشارت إحصائيات 1998 أن صادرات السلع تزايدت بنسبة 06 % سنويا، و الإنتاج الإجمالي العالمي تضاعف بنسبة 3.7 % سنويا، أما السلع الصناعية فقد تضاعفت 17 مرة و هذا بين سنوات (1948 -1997). (World Trade organization، 1998، صفحة 33)

ب -الاندماج المالي: نمو أسواق النقد و الرسايل، إضافة إلى زيادة المعاملات المالية العابرة للحدود، هذا أدى إلى أن العولمة المالية فرضت نفسها بواسطة اندماج أسواق الأوراق المالية و التأمين و فعاليات المصارف العبارة للقارات، و تحرير تجارة الخدمات المصرفية، و انتشار العمليات المصرفية الإلكترونية.(جليلي، 1981، الصفحات 54-65)

ت -تدفق رؤوس الأموال و الاستثمارات: و هذا من خلال تدفق رؤوس الأموال بين الدول مما أدى إلى تحول الدول الصناعية الرأسمالية و التنافس لاستقطاب الاستثمارات الأجنبية المباشرة عن طريق توفير ضمانات و إحلال المناخ الاستثماري المناسب و تقديم الحوافز و المزايا و التسهيلات.(زاكي، 1993، صفحة 15)

ث -اندماج الأسواق العالمية: حيث زادت وتيرة اندماج الأسواق و السلع و الخدمات و رؤوس الأموال في الأسواق العالمية بسبب انخفاض التعريفات الجمركية.

ج -إستراتيجية خطة التنمية: و تتمظهر من خلال أن التنمية المنشودة من ذي قبل كانت تعتمد على التمويل الذاتي و المحلي، لكن اليوم أصبحت تعتمد على الاستثمارات الخارجية و التي تمثلها الشركات المتعددة الجنسيات و هذا ما أدى إلى عجز مزم من في موازين المدفوعات و تفاقم أزمة الديون في العالم الثالث و إهمال الأوضاع الاجتماعية و الثقافية لدول العالم الثالث.

ح - سياسة التحرر الاقتصادي: و يتجلى ذلك من خلال منظمة الجات التي تقضي بإنشاء منظمة التجارة العالمية هدفها تحرير التجارة الدولية، مما أدى إلى انفتاح الأسواق و السلع و الخدمات و سهل اندماج الاقتصاد الوطني في الاقتصاد العالمي، مما قلص نفوذ الحكومات و الدول الخاضعة لتخفيض الحواجز الجمركية.(بلقزيز، 1997، صفحة 97)

خ -التأثير على الدول النامية: إن من آثار العولمة على الدول النامية هو افتقار الدول للإمكانيات التقنية و التكنولوجية الاقتصادية التي تؤهلها لخوض مغامرة المنافسة، و هذا ما أضر عنه ضعف مؤسساتها الاقتصادية في مجابهة الشركات المتعددة الجنسيات الذي أدى في نهاية الأمر إلى الاقتصار على كونها مستهلكا للإنتاج.

الفصل الأول : الاطار النظري للعولمة الإقتصادية و التجارة الالكترونية

د- التقدم التكنولوجي في مجال وسائل الاتصال: حيث بلغة الدول المتقدمة أشواطاً كبيرة في مجال استخدام وسائل الاتصال و هذا ما عاد بالفائدة حين تم استخدامه في تسيير مؤسساتها الاقتصادية، في حين أن الدول النامية لم تستفد من هذه التكنولوجيا بالشكل الكافي. (عبد المنعم و النيل)

المبحث الثاني: محددات العولمة الاقتصادية

المطلب: آثار العولمة الاقتصادية

للعولمة آثار عديدة تنقسم إلى آثار إيجابية وسلبية :

الفرع الأول: الآثار الإيجابية للعولمة الاقتصادية:

تخلق العولمة الحرية التجارية و المال والاستثمار وخدمات الانتاج وفتح الاسواق و منافسة الحرة بين الدول الصناعية إذا ترمي مصالح الدولة الكبرى للقضاء على منشآت الصغيرة التقليدية وكذلك الصناعات الناشئة في الدول النامية وان التنافس بين الدول الصناعية الكبرى يسجل لمصلحة الدول النامية لأنها سوق لتصريف هذه المنتجات و يعتقد اصحاب هذا راي ان لتنافس بين الدول الكبرى يوفر البضاعة الاقل سعر و يفتح اسواق العالمية لتقبل اليد العاملة العربية وبتالي تفيد الدول العربية من هذا التنافس. (الفتلاوي، 2009، صفحة 95).

تعمل العولمة على تطبيق القوانين التي تهدف إلى حماية الطبقة العاملة في مواجهة الشركات الكبرى بما يضمن لهم الحياة مستقرة آمنة و مستقبل معلوم دون أن يكونوا مهددين بالفصل أو التشريد من جانب هذه الكيانات دون ضابط أو رقيب، بحجة تقليل الأيدي العاملة أو غيرها من مبررات التي تحملها هذه الكيانات الخاصة. وفي الدول التي تحمل على أكتافها ترسيخ نظام العولمة توجد فيها ترسانة القوانين المختلفة التي تخلق المؤسسات والهياكل الرقابية على نشاط المشروعات الخاصة بما يضمن عدم تعسف هذه الشركات في مواجهة الأيدي العاملة بها و بما يضمن حقوقهم بمعنى ضرورة وجود نوع من توازن بين الحماية التي يجب أن يتمتع بها رأس المال وتلك التي يجب أن يتمتع بها العمل الإنساني.

فالشركات الخاصة في الدولة العربية تفيد من عملية الإقراض التي تحصل عليها من المؤسسات الدولية في وقت الذي تعجز فيه الحكومات عن تقديم مثل هذه القروض.

الزعة الحالية هي نحو التكتلات الاقتصادية التي يمكن أن تساعد على فتح الأسواق، واجتذاب الاستثمار لتطوير تلك الأسواق تقنياً، إذا دلت تجارب المجموعات الإقليمية الأخرى "كالمسوق الأوروبية المشتركة" على الفاعلية التعاون الاقتصادي في التصدي للتحديات، وإفادة من الفرص التي تقدمها عملية حرية التجارة العالمية، وخاصة في مجال التبادل التجاري بينها. ومن المؤكد أن العولمة ستدفع الدول العربية إلى الاستفادة من تجارب العالمية في التكتلات الدولية وتعمل على تقنية وتنشيط جامعة الدول العربية بما يتلاءم من التطورات الجديدة في عالم.

الفصل الأول : الاطار النظري للعولمة الإقتصادية و التجارة الالكترونية

إن أهمية حرية التجارة العالمية، التي حققتها العولمة، تعد مدخلا أساسيا لتعزيز التعاون الإقليمي وتحقيق التكامل الاقتصادي بين الدول. وبنظر لأهمية قطاع التجارة وقدرته على تحقيق المنافع المتبادلة، خاصة أن الدول العربية جميعها ممثلة في منظمات دولية عديدة، فإنها ستحقق علاقات تجارية متطورة مع الدول أخرى من خلال هذه المنظمات، كما أن اتفاقيات الجات تعد المعاملات بين أعضاء التكتلات التجارية القائمة أمرا داخليا، من غير الإلزام بضرورة تعميم مزاياها التفضيلية على الدول أخرى، وهذا ما يبدو بوضوح في دولة التي انشأت بينها مجموعات شبه إقليمية "كدول مجلس التعاون لدول الخليج، والمغرب العربي، وآسيا، وإيكواس، وكوميسا" وان التدرج في التعاون الإقليمي بين تلك الكتل، من شأنه تفعيل مهمة المؤسسات العربية القائمة التي تنضوي تحتها الدولة العربية، كل في مجال تخصصه، لتهيئة الجو الملائم لإقامة نوع من التكامل المقبول بين الدول الأعضاء، آخريين في الحسبان ظروفها المتباينة، ومن شأن ذلك تطور القدرات المؤسسية والبشرية الأزمة، لإفادة من الفرض التي يتيحها النظام العالمي الجديد، بتكاتف جهود هذه المؤسسات وتعاونها، مع اتخاذ الخطوات العملية لتفعيلها، وتذليل العقبات التي تعترض تقدمها وتطورها.

يؤدي خفض الجمركي وإلغاء العوائق غير الجمركية فضلا عن التزام الدولة العربية الأعضاء بتحرير إجراءات الاستثمار إلى تهيئة المناخ لجذب المزيد من الاستثمارات الأجنبية إليها استفادة من الميزات النسبية المختلفة لهذه الدول، وما يصاحب هذه الاستثمارات الأجنبية إليها استفادة من الميزات النسبية المختلفة لهذه الدولة، وما يصاحب هذه الاستثمارات بالتبعية من نقل التكنولوجيا التي هي بأمرس الحاجة إليها، ونري أن خفض الدول العربية للرسوم الجمركية وإلغاء العوائق غير الجمركية ستؤدي إلى زيادة تدفق السلع الأجنبية للدول العربية وزيادة التزعة الاستهلاكية دون أن تتمكن الدول العربية من الحد من هذه الظاهرة، كما أن المستهلك العربي يفضل السلع والخدمات الأجنبية على مثيلاتها الوطنية، وهذا التدفق للسلع والخدمات الأجنبية لا يقابل تدفق سلع وخدمات عربية للدول الأجنبية. (نفس المرجع السابق، صفحة 96)

الفرع الثاني: الآثار السلبية للعولمة الاقتصادية:

أولا- تأثير صادرات الدولة العربية:

على الرغم من إدراك الدولة العربية بمخاطر العولمة إلا أنها وجدت أن المنظمة التجارية العالمية أصبحت تضم الغالبية العظمى من دول العالم. وان عدم انضمامها يعني أنها ستعرض لأخطار المنظمة دون أن تفيد منها، وان أهم صادرات الدول العربية هي مادة النفط والبتروكيماويات كأهم سلعة تصدير والمصدر الرئيسي لمواردها من العملات الحرة والذي يتم على أساس عوائق التخطيط البرنامج التنموية المستقبلية مما يجعل هذا البرامج تتأثر بشكل كبير بالحالات الطارئة على الأسعار العالمية للبترو. (نفس المرجع السابق، صفحة 152)

ثانيا- تنمية التزعة الاستهلاكية:

من الأخطار التي تواجهها الدول العربية من جراء المنافسة بين الدول الصناعية هي إذكاء الثقافة الاستهلاكية الموجه التي تقوم بها الدول الغربية لدفع الشعب العربي إلى استهلاك الموارد الصناعية والزراعية .

الفصل الأول : الاطار النظري للعولمة الإقتصادية و التجارة الالكترونية

ثالثا - فرض الشروط على الدول العربية:

تؤدي الحرية التجارية العالمية الى فرض شروط اقتصادية قاسية على الدول النامية ومنها الدولة العربية، وان أبرز تلك الشروط:

أ- فرض آلية السوق بلا مؤسسة سوق.

ب- فرض الرأسمالية بلا رأسمالية.

ج- فرض اللاهوية الاقتصادية بدل الهوية الاقتصادية.

د- فرض نماذج التنمية الكونية بدل نماذج التنمية القومية. (نفس المرجع السابق، صفحة 161)

رابعا-تزايد البطالة:

تعمل العولمة على تزايد البطالة بجميع أشكالها وأنواعها لأن التحول إلى شكل ملكية الوسائل الإنتاج لصالح الملكية الخاصة سيؤدي إلى جعل الطلب على قوة العمل في ظل الحرية التجارية اقل بكثير من عروض قوة العمل، وارتفاع أسعار الغذاء المستورد للدولة العربية بسبب تحديد التجارة في المواد الغذائية وإلغاء سياسات الدعم للصادرات في دول المركز. (نفس المرجع السابق، صفحة 162)

خامسا-تلوث البيئة:

إن تصدير الصناعات الأكثر تلويثا للبيئة من مراكز إلى البلدان العربية والعالم الثالث يتطلب كثافة عالية في اليد العاملة بدلا من كثافة عالية لرأس المال وخاصة أن الصناعات الملوثة تعاني ضغوطا قانونيا وشعبية وواسعة في الدول المتقدمة ولا توجد مثل الضغوط في الدول العربية.

سادسا-تراجع عوائد النفط العربي:

باعتبار أن القوة العظمى هي التي تسعر البترول والدولار بما يناسب اقتصادها وما على البقية إلا أن ينصاعوا، وكان ما تبتغيه تلك القوى العظمى قد أصبح قضاء وقدر، فقد سبب التدهور في أسعار النفط تدني دخول الدولة العربية المنتجة للنفط بمقدود 60 مليار دولار على سبيل المثال. (نفس المرجع السابق، صفحة 163)

الفصل الأول : الاطار النظري للعولمة الإقتصادية و التجارة الالكترونية

المطلب الثاني: أبعاد العولمة الاقتصادية:

إن الحديث عن العولمة قد يرتبط أساسا بالمفهوم الاقتصادي، خاصة لدى الباحثين الاقتصاديين إلا انه لابد من القول بان هاته الظاهرة لا ترتبط بإحداث المتغيرات الاقتصادية فقط وإنما الحياة الاجتماعية والثقافية وسير الأجهزة السياسية في مختلف أنحاء العالم....

الفرع الأول : البعد الاقتصادي:

تدل العولمة الاقتصادية أولا وقبل كل شي على اتجاه مختلف للاقتصاديات الوطنية نحو الاندماج في هيكل اقتصادي موحد وشامل يلتزم بذلك تحرير قطاعات الاقتصادية من عوامل الداخلية للسوق والأسعار، وإنما هذا التحرير قد يمس عاملين أساسيين للبنية التحتية الاقتصادية وهما تنقل رؤوس الأموال، وتنقل القوى العاملة.

إن الحديث عن العولمة تمحور أساسا حول العولمة الاقتصادية التي سمحت للمؤسسات المتعددة الجنسيات أو المجمعات الاقتصادية الكبرى تخطي الحدود الجغرافية للدولة الأصلية من اجل البحث عن قوى عاملة جديدة تناسبها أو من اجل البحث عن موارد الطبيعية وموارد الأولية وإزالة الحدود الجغرافية والجمركية تسمح بدوره لهاته المؤسسات بالهروب من القيود القانونية والتشريعية، المفروضة في الدولة الأصلية عن طريق ما يسمى بالهجرة إلى الدول أخرى جذبتها بسبب مناخها الاستثماري واستقرارها السياسي مزاياها الضريبية الممنوحة، وهو ما جعل بعض المؤسسات تتحول إلى مؤسسات شاملة .

الفرع الثاني: البعد التجاري:

أن سيرورة العولمة التجارية كان أساسها الترع التدريجي للقيود الجمركية والتجارية بين الدول قصد التحقيق سوق موحد تنتقل فيه السلع والخدمات بكل حركة، هاته السيرورة تميزت بمرحلتين مهمتين وهما:

أولا-الاتفاقية العامة للتعريف الجمركية:

هي عبارة عن مجموعة من الاتفاقيات تهدف إلى الحذف التدريجي للقيود الجمركية والتجارية، وكانت اول اتفاقية سنة 1947 ودخلت حيز التنفيذ 1948 وسميت بجولة اورقواي وانتهت بالاتفاقية مراكش 1994 والتي تخص عنها ظهور المنظمة العالمية التجارية وكانت محتوى كل اتفاقيات هو الاعتراف بسيادة قوى السوق والأسعار في ظل التجارة الدولية. وتغطي هاته الاتفاقيات مختلف الميادين التجارة عن طريق أجهزة خاصة مثل " Gats " والخاصة بقطاع الخدمات و"trip" الخاصة بالملكية الفكرية و"trim" والخاصة بحماية الاستثمارات، وكل هاته الاتفاقيات تعتبر فرصة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وجب اغتنامها.

الفصل الأول : الاطار النظري للعولمة الإقتصادية و التجارة الالكترونية

ثانيا-المنظمة العالمية للتجارة:

أنشأت هاته المنظمة عن اتفاقية مراكش 1994 ودخلت حيز التنفيذ سنة 1995 ومن صلاحياتها اتخاذ كل الإجراءات التأديبية والعقارية ضد كل دولة أخلت بتطبيق القواعد والاتفاقيات ومن جهة أخرى تعتبر كهيئة يعود إليها صلاحية تسوية النزاعات والخلافات التي قد تحدث بين الدول الأعضاء.

الفرع الثالث :البعد التكنولوجي:(نفس المرجع السابق، صفحة 250)

يمكن القول بان التطور والتقدم التكنولوجي هو احد المركبات والمكونات الأساسية للعولمة حسب مبيناه سابقا بان كل مرحلة كان التقدم التكنولوجي هو بمثابة العمود الفقري الدافع لتطورها المهم والسريع ،تتطور أجهزة ووسائل النقل مثلا قد لعبت دورا أساسيا محدد في التنمية الشاملة وتكامل الاقتصادي عبر مناطق العالم المختلفة، فحركات اليد العاملة ومؤسسات سمحت بالدخول الي مجال استغلال الموارد الطبيعية والموارد الأولية ومن ثم زيادة الصادرات لاسيما منها الخاصة بالموارد الزراعية والغذائية والصناعية، قد حفزت عامل هجرة اليد العاملة ورؤوس الأموال وخلق الاستثمارات الأجنبية المباشرة.

لكن في الواقع يعتبر قطاع الاتصالات "الهاتف المعلوماتية، طرق السر" من بين أهم العوامل التكنولوجية التي تؤدي إلى خرق الحدود الوطنية بدون أي عائق من اجل البحث على المعلومات المختلفة وبطريقة جد سريعة وفي الوقت مثالي، وهو ما يعتبر في نفس الوقت بمثابة عامل منشئ لثروة لدى الدول الصناعية المتقدمة.

إن تحويل التكنولوجيات باستثناء عنصر النقل والمواصلات والاتصالات، وقد يتم عن طريق هجرة الاستثمارات في بلد أي آخر، ومنه يمكن القول بان العوالم التكنولوجية لها أثرها الإيجابي على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، باعتبارها تتميز بحجمها الصغير او المتوسط ولا تمتلك سمات خاصة في البحث والإبداع وبالتالي يمكن لها ان تغتنم فرصة الدخول مع هاته الاستثمارات عن طريق المناولة أو التحالفات...الخ.

الفرع الرابع: البعد المالي:(نفس المرجع السابق، صفحة 251)

لقد ذهب العوالم بالقطاع المالي إلى ابعاد الحدود، من خلال النقاط التالية التي تمثلت في العوالم المالية والنقدية.

أولاً- **التحرير المالي ونقدي**: بدأ التحرير المالي ونقدي في ولايات المتحدة الأمريكية نهاية 1970 متبوع باليابان 1983 وأخير أوروبا سنة 1990، وهو ما جعل وجود سوق مالي موحد على القوانين التي تنظم الحركات المالية والنقدية، وهو ما يجعل المؤسسات "صوم" تغتنم هاته الفرصة علي غرار المؤسسات الكبيرة في القيام بتحويلات المالية وطلب القروض الخارجية التي أصبحت سهلة التنفيذ بواسطة الدفع الالكتروني دون اللجوء إلى الوساطة المالية قد تولد عنها تكاليف كبيرة.

ثانياً- **تحرير الأسواق المالية الدولية**: إن نزع الوساطة المالي، قد أنجز عنه فتح أسواق مالية وطنية على عالم الخارجي.

الفصل الأول : الاطار النظري للعولمة الإقتصادية و التجارة الالكترونية

ثالثاً_ نزع الوساطة: إن المتدخلين الدوليين في أسواق رؤوس الأموال قد لا يحتاجون الي وسيط من اجل تنفيذ عمليات مالية او صفقات، وذلك لأهم يتعاملون مباشرة عن طريق مختلف الأسواق المالية والبورصات

المطلب الثالث : وسائل فرض العولمة الاقتصادية(نظر): العولمة الاقتصادية وآثارها وتأثيراتها على الدول العربية،
(الصفحات 70-72)

وقد اتخذت الدول الصناعية الكبرى عدة وسائل ومؤسسات ومنظمات دولية من أجل فرض أطروحاتها الاقتصادية في الواقع ومن أهم ذلك:

أولاً : المؤسسات الاقتصادية الدولية:

من المؤسسات التي أنشأت الدول الغربية لتنظيم العلاقات الاقتصادية في أعقاب الحرب العالمية الثانية : صندوق النقد الدولي والبنك الدولي، وبعد ذلك بنصف قرن تقريباً تم إنشاء منظمة التجارة العالمية ليستكمل بها إطار المؤسسات الدولية على الصعيد الاقتصادي وهذه المنظمات تسيطر عليها الدول الصناعية الكبرى وتوجهها لتحقيق مصالحها وأهدافها وعلى رأس هذه الأهداف عولمة الاقتصاد الدولي وإضعاف قيمة نقود الدول النامية لتصبح ضعيفة في مواقفها وعاجزة دائماً أمام قرارات الدول الكبرى.

وقد بلغ عدد أعضاء منظمة التجارة العالمية أكثر من 140 دولة يمثلون أكثر من 90 % من التجارة العالمية.

ثانياً : الإتحادات الاقتصادية الدولية:

تشكل هذه الإتحادات من دول رأسمالية متطورة أو تكون هي ذات الكلمة النفوذ فيها كالاتحاد الأوروبي واتفاقية التجارة الحرة لأمريكا الشمالية، وكل دولة من الدول النامية تريد أن تتعامل معها تفرض عليها انتهاج الاتجاه الرأسمالي بالمفهوم الذي تراه تلك الإتحادات، فتفرض شروطها على تلك الدول بحيث يكون الغنم للاتحاد والغرم على الدولة المتعاملة معها، كإلغاء الحواجز الجمركية أمام السلع ، وتخفيض سعر المواد الأولية ونحو ذلك.

والدول النامية تجد في عروض هذه الإتحادات ما يغريها بعقد اتفاقيات معها منها الحاجة إلى رؤوس الأموال أو توهم التخفيف من البطالة أو غيرها من الأوهام، ولتجنب مخاطر تلك الاتفاقيات تحاول مناقشة بعض الشروط أو تعديلها، وربما تحاول بعض الدول أن تعقد اتفاقيات جماعية إقليمية.

ثالثاً : الشركات متعددة الجنسيات:

ومن الوسائل التي تستغلها الدول الرأسمالية في فرض عولمتها على الدول النامية: الشركات العالمية متعددة الجنسية، وذلك من خلال التجارة الدولية والتسويق والاستثمار المباشر في تلك الدول.

الفصل الأول : الاطار النظري للعولمة الإقتصادية و التجارة الالكترونية

وكثير ما تستغل المؤسسات الدولية كصندوق النقد الدولي لتحقيق نفوذ هذه الشركات عن طريق فرض الخصخصة والسوق الحرة على الدول النامية التي تلجأ إليه، مما يؤدي حتما إلى سيطرة الشركات العملاقة الأمريكية والأوروبية واليابانية على رؤوس أموال الشركات في الدول الفقيرة؛ فتنقل هذه الشركات إلى هذه الدول النامية حيث اليد العاملة الرخيصة وحيث السوق الاستهلاكي، وذلك يعني أن النفع الأكبر والدائم يرجع إلى تلك الشركات لا إلى شعوب الدول النامية.

رابعاً: العقوبات الاقتصادية:

ومن وسائل الضغط على الدول التي تأبى الانصياع لمخطط العولمة الاقتصادية؛ أن تفرض عليها عقوبات اقتصادية من طرف الدول الغربية الكبرى، تحت غطاء أممي تارة أو من الإتحادات الإقليمية تارة أخرى، وتصل أحيانا تلك العقوبات إلى حد التدخل العسكري ومن حجج تلك العقوبات: حماية حقوق الإنسان أو مكافحة الإرهاب أو منع انتشار أسلحة الدمار الشامل أو غيرها من المبررات التي تخفي وراءها الأطماع الاقتصادية.

خامساً : تداول الأسهم والسندات:

ومن وسائل العولمة الاقتصادية تداول أدوات استثمار جديدة كالأسهم والسندات، وغيرها من أدوات التدخل الأجنبي غير المباشر، حيث ينتقل رأس المال من دولة إلى أخرى في العالم؛ ببيع تلك الأوراق أو شرائها بقرار من مديري الشركات المتعددة الجنسيات، وقد يتم سحب تلك الأموال لمعاقبة الدول التي لا تلتزم بمعايير العولمة وشروطها الاقتصادية ومتطلباتها.

سادساً : وسائل الاتصال الحديثة والانترنت:

ومن وسائل فرض العولمة في الواقع الاقتصادي استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة والانترنت؛ التي تمكن من سرعة التعريف بالسلع وإبرام العقود وتجاوز كثير من العقبات التجارية والإجراءات القانونية التنظيمية، كما أن الانترنت قد لعب دورا مهما في الترويج لأفكار العولمة وللسلع الغربية، وخاصة أن هذه الوسائل تعتبر حكرا على الدول الصناعية المستفيدة من العولمة. ومن الاتفاقيات التي ينبغي لفت النظر إليها: الاتفاقية الدولية المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية (trips) التي تضمن الحماية المطلقة للتكنولوجيا الجديدة، تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات وبرامج الكمبيوتر والانترنت والتكنولوجيا البيولوجية ونحوها، ومعنى الحماية المطلقة يتعدى مفهوم تزوير التقليد إلى تحريم التصنيع والامتلاك والتطوير (للدكتور المخلافي)

المبحث الثالث : ماهية التجارة الالكترونية

لقد شهدت شبكة الأنترنت إنتشارا هائلا، مما جعل مفهوم التجارة الإلكترونية يشيع ويتوسع ليشمل عمليات أوسع من البيع والشراء، حيث أن الآفاق التي تفتحها التجارة الإلكترونية أمام الشركات والمؤسسات والأفراد لا تتوقف عند حد معين والسبب من وراء ازدهارها هو إعتقاد تلك المؤسسات على تكنولوجيا متطورة.

عند القيام ببحثنا، وجدنا العديد من التعريفات منها البسيطة ومنها التقنية المعقدة وسنورد فيما بعد أهم التعريفات وأكثرها دلالة وسهولة للفهم

المطلب الأول: مفهوم ونشأة التجارة الالكترونية

ليس من السهل تحديد مفهوم التجارة الالكترونية، خاصة لما يتعلق الأمر بنوع التقنية المستخدمة في هذا النوع من التجارة، ومع هذا فان هناك ثلاث عناصر أساسية تميز التجارة الالكترونية وهي (بيومي حجازي، 2000، صفحة 39):
أ-فكرة النشاط التجاري، وهي الركيزة الأساسية لها وذلك لان التجارة الالكترونية كغيرها من الأنشطة التجارية الأخرى.

ب-اختفاء الوثائق الورقية للمعاملات، إذ لا ترتبط المعاملات الالكترونية بوجود أي وثائق ورقية متبادلة في أجزاء المعاملات، إذ هناك وثائق الكترونية حلت محلها .

ج-فكرة التدويل أو العولمة المقترنة بالتكنولوجيا المتقدمة، وذلك إن العلاقات القانونية الناشئة عن هذه العملية، ليست حبيسة مكان أو بلد معين.

الفرع الأول : تعريف التجارة الالكترونية

لا يوجد تعريف واحد و شامل للتجارة الالكترونية لأنها مفهوم جديد يشرح عملية بيع أو شراء أو تبادل المنتجات والخدمات أو المعلومات من خلال شبكات الانترنت إلا أنه يمكن أن نذكر بعض التعاريف الخاصة ببعض الهيئات و الحكومات،و لكن قبل هذا يجب أن نخللها لأنها تحتوي على كلمتين (التجارة-الالكترونية).

أولا-التجارة:

(أ) لغة:هي عملية الشراء و البيع بهدف الربح.

(ب) اصطلاحا:هي تبادل السلع و الخدمات بين أفراد البلد الواحد و تكون هنا تجارة داخلية، أو بين الدول و تكون تجارة خارجية.

ثانيا-الالكترونية:(رزيق و مسدور، 2002، صفحة 3)

هي مجموعة الهياكل اللازمة للتكنولوجيا والشبكة المعلوماتية والاتصال عن بعد "telecommunication" و التي تستعمل لمعالجة و تحويل المعطيات الرقمية ، و بالتالي فان مصطلح الالكترونية يعبر عن الأداة الحديثة في الاتصال إلا وهي الانترنت التي تعمل على خلق فرص و فوائد عظيمة نظرا لقدرتها على تحقيق التواصل السريع بين أرجاء العالم كما أنها تسمح بإمكانية التبادل التجاري بين أي طرفين ، وهذا ما يعرف بالتجارة عبر الانترنت أو التجارة الالكترونية .

فالتجارة الالكترونية هي مفهوم جديد...عملية بيع أو شراء أو تبادل المنتجات والخدمات أو المعلومات خلال شبكة الانترنت وعليه يمكن تعريفها كما يلي:

• تعريف الحكومة الأمريكية :

عرفت الحكومة الأمريكية التجارة الالكترونية بأنها "الاستعمال الأمثل لكل أنواع تكنولوجيا الاتصال المتاحة من اجل تنمية النشاط التجاري للمشروعات" (نفس المرجع السابق، صفحة 39)

• تعريف الحكومة المصرية:

أما الدراسات في مصر عرفت التجارة الالكترونية بأنها "تنفيذ بعض أو كل المعاملات التجارية في السلع والخدمات التي تتم بين مشروع تجاري أو آخر أو بين مشروع تجاري ومستهلك وذلك باستخدام تكنولوجيا الاتصال و المعلومات" (نفس المرجع السابق، صفحة 41)

• تعريف منظمة التجارة العالمية:

"التجارة الالكترونية هي مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج وتوزيع و تسويق و بيع المنتجات بوسائل الكترونية" (نفس المرجع السابق، صفحة 41)

• تعريف المؤسسة العربية لضمك الاستثمار:

التجارة التي تتم باستخدام التقنيات التي وفرها ثورة المعلومات و الاتصال لضمك الاستثمار هي : "التجارة التي تتم باستخدام التقنيات التي وفرها ثورة المعلومات و شبكة الانترنت عبر التبادل الالكتروني للبيانات متجاوزا عنصري

الفصل الأول : الاطار النظري للعولمة الإقتصادية و التجارة الالكترونية

الزمن و المكان لتغطي قطاعات عديدة،بائعى التجزئة إلى الوسطاء الماليين و تضع قواعد جديدة لعمليات البيع و التسجيل و التخزين و التسليم"(نفس المرجع السابق، صفحة 25)

• تعريف نيكولاس بيتري:

يقول الخبير الأمريكياً مفهوم التجارة الالكترونية" يشير إلى تسويق المنتجات عبر شبكة الانترنت الدولية وتفرغ البرامج الالكترونية دون أن تذهب بنفسك إلى المتجر أو الشركة و علاوة عن ذلك فان التجارة الالكترونية تشمل على الاتصالات بين الشركات المختلفة مما يسهل عمليات البيع و الشراء "(نفس المرجع السابق، صفحة 25 (

• تعريف الجمعية الفرنسية للتجارية و التبادلات الالكترونية AFCEE:

تعرف التجارة الالكترونية بأنها "جميع المبادلات و التحويلات التي تستطيع ان تقوم بها أي مؤسسة عبر وسيلة اتصال الكترونية أو شبكة"(Bettil، صفحة 18)

• تعريف فرانس لورانس:

أها "جميع المبادلات الالكترونية المرتبطة بالنشاط التجاري"(bitouzi، 1999، صفحة 115)

• تعريف الباحث رأفت رضوان :

لقد ذكر الباحث مجموعة من التعاريف منها:"مزيج من العمليات البيع و الشراء ما بين المستهلكين و المنتجين أو بين الشركات بعضهم البعض باستخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات"(مرجع سبق ذكره، صفحة 4)

• تعريف القاموس الفرنسي:

فيعرفها بأنها"النشاط الذي يشمل الشراء، البيع، تبادل البضائع و المواد الأولية، القيم و الخدمات عن طريق المعالجة و تبادل المعلومات في شكلها الرقمي يطلق عليها التجارة الالكترونية"(بن رجدة، 2001، صفحة 55)

و من خلال هذه التعاريف يمكن أن نستنتج تعريف شامل و بسيط بان التجارة الالكترونية "هي عبارة عن عملية بيع و شراء البضائع و المواد الأولية كما تشمل عملية تبادل المعلومات و الخدمات عبر شبكة الانترنت " و من التعاريف نستنتج بعض النقاط الأساسية للتجارة عبر الانترنت وهي:

-شكل من أشكال البيع و الشراء و تبادل الخدمات عن بعد.

-لا تقتصر على السلع و البضائع فقط، بل يستطيع المستهلك أن يطلع على الأسعار و الخدمات الفندقية أو المصرفية... الخ، ويمكن أن يستفيد من الخدمات التعليمية.

-تعتبر وسيلة مهمة للمستهلك حيث توفر له الحرية في اختيار ما يريد شراؤه بأقل سعر ممكن وأفضل المنتجات تهدف إلى رفع الكفاءة و تحقيق الفعالية في التعامل.

-تعد من الأنشطة الصناعية المرتبطة بثورة المعلومات و الاتصالات عن بعد.

الفصل الأول : الاطار النظري للعولمة الإقتصادية و التجارة الالكترونية

الفرع الثاني : نشأة التجارة الالكترونية :

لا يمكن الحديث عن نشأة التجارة الالكترونية، إلا من خلال الحديث عن نشأة الانترنت، حيث برزت الانترنت إلى الوجود لتلبية حاجة الجامعيين الأمريكيين لتبادل المعلومات مع الآخرين، وكذا إدارة الجيش الأمريكي لوضع شبكة لا مركزية للمعلومات تكون بعيدة عن أي خطر "حرب نووية"، هاتان الإرادتان المتضاربتان، -الجيش الأمريكي و حاجته لشبكة معلومات لا مركزية، بحيث لا يمكن تدمير معلوماتها، و الباحثون على عكس ذلك و حاجياتهم للدخول بسهولة إلى بنك عالمي للمعلومات.(نورثن و سميث، 1997، صفحة 51)

شبكة الانترنت تجمع هذا التناقض من خلال أن المعلومة تقسم على آلاف الحواسيب، هذه الأخيرة تتصل مع بعضها البعض بناء على نظام موحد يسمح بالانتقال من واحد لآخر بطريقة شفافة مما يمكن سهولة الدخول إلى مجمل المعلومات المخزنة، و من هذا المنطلق أدركت المؤسسات الاقتصادية، الأهمية البالغة للحصول على موقع في الانترنت، و هذا يعتبر بالنسبة لها حيزا لعرض بياناتها بشكل مباشر، من خلال عرض المنتجات والخدمات التي تقدمها، و هذا يعني أن شبكة الانترنت، كانت ركيزة إعلانية حديثة تركز تجارة تعكس هذا التطور تمثلت في التجارة الالكترونية، حيث بدأت تطبيقات هذه الأخيرة في أوائل السبعينات من القرن الماضي و أكثرها شهرة، تطبيق التحويلات المالية الالكترونية، ولكن مدى هذا التطبيق لم يتجاوز المؤسسات التجارية العملاقة و بعض الشركات الصغيرة، و بعدها إلى التبادل الالكتروني للبيانات "EDI"، الذي و سع تطبيق التجارة الالكترونية من مجرد معاملات مالية إلى معاملات أخرى شملت التجارة، و تسبب في ازدياد عدد الشركات المساهمة في هذه التقنية من مؤسسات مالية إلى مصانع، بائعي التجزئة، و مؤسسات خدماتية أخرى ظهرت أيضا مثل بيع و شراء الأسهم، تذاكر السفر على الانترنت و على شبكات خاصة، مثل هذه الأنظمة كانت تسمى بتطبيقات الاتصالات السلكية و اللاسلكية و قيمها الإستراتيجية كانت معلومة و ظاهرة للعيان، و مع جعل الانترنت مادة مالية و ربحية في التسعينات من القرن الماضي، و نموها و انتشارها إلى الملايين من البشر، خرج مصطلح التجارة الالكترونية إلى النور، و هو المصطلح الذي أطلقه الأمريكيون سنة 1994م (بوجعطي و نجام، 2002، صفحة 29) على النشاط التجاري الذي يتخذ من التطور التكنولوجي في ميدان الاتصالات بنيته الأساسية.

الفصل الأول : الاطار النظري للعولمة الإقتصادية و التجارة الالكترونية

المطلب الثاني: وسائل وأنظمة السداد في التجارة الالكترونية

هناك وسائل وأنظمة السداد لقيام بالتجارة الالكترونية نقوم بذكرها في هذا المطلب.

الفرع الأول : أنظمة السداد في التجارة الالكترونية

أولا-نظام المعلومات:

نظام المعلومات من أهم مستلزمات التجارة الالكترونية، إذ لا يمكن لأي مؤسسة الشروع في تقديم خدمات التجارة الالكترونية عبر موقعها على الانترنت بشكل فعال إلا إذا كانت تمتلك نظام معلومات مصمم بطريقة جيدة، ويمكن تعريف نظام المعلومات على انه "مجموعة من الإجراءات التي تقوم بجمع و استرجاع وتشغيل و تخزين و توزيع المعلومات لتدعيم اتخاذ القرارات والتنسيق والرقابة، ويمكن لنظام المعلومات أن يساعد المديرين و العاملين في تحليل المشاكل و تطوير المنتجات والبيئة المحيطة"

إن نظم المعلومات ممكن أن تكون مبنية على الحاسب الآلي أو يدوية، حيث أن نظم المعلومات اليدوية تعتمد على استخدام القلم و الورق وتكنولوجيا بسيطة، لكن النوع الذي يهمنا هنا هو نظم المعلومات المبنية على استخدام الحاسب الآلي، حيث تعتمد هذه الأخيرة على استخدام الحاسب الآلي سواء بالنسبة للناحية الآلية-**hardware** والبرامج **software**-و ذلك بتوزيع و تشغيل المعلومات، و يجب الملاحظة انه بالرغم من أن نظم المعلومات المبنية على الحاسب الآلي تستخدم تكنولوجيا الحاسب فهناك فرق واضح بين الحاسب الآلي و برامج الحاسب الآلي و بين النظم المعلومات فالحاسب الآلي والتكنولوجيا المتخصصة في برامج الحاسب الآلي تعتبر الأساس الفني و الأدوات اللازمة لنظم المعلومات الحديثة، أما برامج الحاسب الآلي تعتبر مجموعة من تعليمات التشغيل التي توجه و تراقب تشغيل الحاسب الآلي، و معرفة كيفية تشغيله والتعرف على كيفية استخدام برامج الحاسب المتاحة التي تعتبر نقطة هامة في تقديم حلول للمشاكل التنظيمية التي تواجه المنظمة و تتم عملية إعداد نظام المعلومات داخل المؤسسة بأربعة مراحل: (قاسمي و قارة برنو ، 2003، الصفحات 82-83)

ثانيا-مرحلة التصميم: يمكن تقسيم تصميمه إلى مرحلتين الأولى هي التصميم المنطقي حيث يتم تحديد مكونات النظام و العلاقات التي تربط تلك المكونات وكيفية ظهور النظام المستخدم النهائي، أما المرحلة الثانية فهي التصميم المادي حيث تتم ترجمة نواتج المرحلة الأولى إلى تصميم في نظام يتضمن محددات للبرامج و الحاسبات و مكونات الاتصال عن بعد و سرعة و امن النظام ، و يجب أن يحتوي أي تصميم على المكونات التالية:

***المدخلات:** وهي البيانات التي يتم تغذية نظام المعلومات بها لكي يتم تشغيلها.

***المخرجات:** وهي تمثل نواتج النظام والتي قد تكون في شكل تقارير ملفات و سائط.

***العمليات:** وهي تحويل المدخلات إلى مخرجات.

***قواعد البيانات:** وهي الوسائل المستخدمة في تخزين البيانات والمعلومات داخل النظام.

الفصل الأول : الاطار النظري للعولمة الإقتصادية و التجارة الالكترونية

***الإجراءات:** و هي الأنشطة التي يؤديها النظام مستخدماً المعلومات التي يتيحها النظام.

***الرقابة:** وهي العمليات والإجراءات للتأكد من نظم المعلومات تؤدي ما هو مطلوب منها.

2- البرمجة: في هذه المرحلة يتم تحديد البرامج التي سوف تحقق التصميم الذي تم التوصل إليه، ثم يقوم المبرمجون

بكتابة البرامج أي تحويل التصميم إلى البرامج و بصفة عامة فإن البرمجة تتضمن ما يلي:

لغة البرمجة المستخدمة، توصيف المدخلات والمخرجات، جدول العمليات بالتفصيل، الحدود و القيود.

3- التركيب: حيث يمثل الخطوة الأخيرة في دورة حياة تطوير نظام المعلومات حيث يتم وضع النظام موضع

التطبيق، واختياره و التحويل من النظام القديم إلى النظام الجديد، والغرض من اختيار النظام هو التأكيد من أن نواتج النظام هي النواتج الصحيحة و المطلوبة، و يتضمن الاختيار الأنشطة الثلاثة التالية:

***اختيار أجزاء النظام:** وذلك باختيار كل البرامج داخل النظام بصوت منفصلة للتأكد من خلوه من الأخطاء.

***اختيار النظام:** حيث يتم اختيار الوظائف التي يؤديها النظام و التأكيد من أن أجزاء النظام تعمل مع بعضها البعض

كما هو مخطط لها.

***اختيار القبول:** وهي الخطوة الأخيرة في الاختيارات، حيث يتم التصريح بالتحويل إلى النظام الجديد، حيث يقوم

المستخدمون بتقييم النظام ومراجعة الإدارة له.

4-المراجعة اللاحقة: تتضمن هذه المرحلة استمرار عمل النظام بعد تنفيذه و يحقق على أداء له و تنخفض التكلفة،

وتحدد ما إذا كان النظام يقابل الأهداف التي تصمم من أجلها، وتم المراجعة على النحو التالي:

*مقارنة الأداء الفعلي بالأداء الوارد في مقترح النظام.

*مقارنة التكاليف الفعلية بالتكاليف المقدرة.

*مراجعة تشغيل المستندات وإجراءات الأمن والرقابة.

*إحصائيات التشغيل مثل معدلات الأخطاء ودرجة تكرارها.

بعد أن يتم تركيب نظام المعلومات في المؤسسة والتأكد من انه يعمل بطريقة صحيحة عليها أن تغذيه بالمعلومات

المفصلة حول الأنشطة التي تقوم بها لكي يتم فيها بعد ربطه بقاعدة بيانات الموقع.

ثالثاً- نظام الإمداد:(نفس المرجع السابق، صفحة 85)

يعتبر الإمداد عصب التجارة الالكترونية الذي يعمل ضمن العناصر الأخرى على المحافظة على مزاي الأعمال عبر

الانترنت من توفير للوقت و خفض للتكاليف و تعزيز للفعالية، فيعمل نظام الإمداد على توصيل المنتجات إلى المواقع المناسبة

بحسب الحاجة و الكميات المطلوبة في الوقت المناسب وبأقل تكلفة، فالإمداد عبارة عن سلسلة من الأنشطة المترابطة تبدأ

بمعالجة للطلبات و تنتهي بمعالجة الشكاوى، كما تختلف طرق الإمداد حسب السلع من حيث التسليم، فهناك تسليم مباشر

الفصل الأول : الاطار النظري للعولمة الإقتصادية و التجارة الالكترونية

فيما يخص السلع الغير مادية والخدمات عن طريق الإنزال، أو بطريقة غير مباشرة عن طريق نقاط البيع الموزعة عبر مختلف المناطق، كما يجب أن يكون مزودا بمعلومات تخص الجانب الضريبي، سعر الصرف .. الخ، و تكمن الأنشطة على مستوى الإمداد ما يلي:

* استقبال الطلبات ومعالجتها.

* متابعة وتحديد المخزونات.

* تحديد كل الوثائق الإدارية التي تخص التسليم (الفاتورقه وصل الاستلام) حتى تحقق مكانة وفعالية نظام الإمداد يجب على المؤسسة.

* الربط الجيد بين الموقع ونظام الإمداد.

* الاحتفاظ بمعلومات عن الزبائن.

* تقديم السلع البديلة عند نفاذ المنتج الرئيسي.

* إتمام كل المعاملات على أحسن وجه.

رابعا-نظام الدفع الآمن(أبو قاسم، 2000)

تعتبر عملية تحويل النقود صلب أي معادلة للتجارة الالكترونية سواء كانت من الزبون إلى التاجر أو من التاجر إلى المؤسسة المالية، الدفع هو المرحلة الأخيرة في عملية التسويق، فلا يمكن خسارة صفقة تجارية بعد أن عاين الزبون مواصفات المعروضات و قارنها بالسلع المنافسة ثم وصل إلى مرحلة الدفع لأي سبب من الأسباب.

إن تسهيل الدفع إلى أقصى حد ممكن بإعطاء بدائل الدفع الممكنة لإتمام عملية التسوق شيء ضروري فحصر أداة واحدة للدفع يجعل موقعك عاجزا نسبيا عن تلبية حاجات الزبائن.

أما فيما يخص امن المعلومات فيجب أن يكون الموقع قادرا على بناء مستوى جيد من ثقة العملاء، و يمكن تقسيم العملاء إلى فئات حسب أهمية العميل، كما أن اعتماد المؤسسة على انظمه أمنية فعالة يعطيها ميزة عن باقي المؤسسات من حيث سرية المعلومات المقدمة من طرف الزبائن، و تعمل المؤسسة على تطوير أنظمة الدفع لديها وفقا للتطورات التي تحدث على مستوى المؤسسات المالية الأخرى، كما تعمل على إنشاء عقود مع بنوك العملاء من اجل الاطلاع على صحة المعلومات المقدمة من طرفهم، و من احدث الطرق المستعملة في ذلك إدراج مربع نص في قائمة المعلومات الخاصة بالعميل بحيث يكون مرتبنا مباشرة مع قاعدة بيانات بنك هذا الأخير و بالتالي يسهل من عملية التأكد من رقم الحساب البنكي للعميل ومن توفر الرصيد الكافي لإجراء عملية الدفع في الآجال المتفق عليها و يعطي هذه العملية الالكترونية سرية و شفافية اكبر.

الفرع الثاني : وسائل الدفع الالكترونية¹

الفصل الأول : الاطار النظري للعولمة الإقتصادية و التجارة الالكترونية

إذا كان ظهور التجارة الالكترونية يرجع إلى التقدم العلمي في الوسائل الاتصال و المعلومات وبصفة خاصة عبر شبكة الانترنت فقد ترتب على ظهور التجارة الالكترونية ظهور فكرة النقود الالكترونية، حيث يتم الدفع من خلال قنوات اتصال الكترونية ما بين حاسوب وآخر عبر شبكة الانترنت، و لا جدال في أن استخدام النقود الالكترونية يؤدي إلى سرعة و سهولة تسوية المدفوعات وتقليص الحاجة إلى الاحتفاظ بالنقود السائلة الأمر الذي يساعد على التوسيع في التبادل التجاري، و من بين هذه الوسائل ما يلي:

أولا - النقود الالكترونية:

حسب تعريف بنك التشريع الدولي "bri": النقود الالكترونية هي قيمة نقدية مقاسه عن طريق وحدات عادية ومخزنة في شكل الكتروني محصل عليها من طرف المستهلك ويظم هذا النوع من النقود ما يلي:

أ- **البطاقات البلاستيكية:** وهي بطاقات مدفوعة سلفا تكون القيمة النقدية مخزنة فيها ويمكن استخدام هذه البطاقات للدفع عبر الانترنت وغيرها من الشبكات، كما يمكن استخدامها للدفع في نقاط البيع التقليدية منها:

1. - **بطاقات الاعتماد "carte de crédits":** وهي البطاقات التي تعتمد على وجود أرصدة فعلية للعميل

لدى البنك في صورة حسابات جارية لمقابلة المسحوبات المتوقعة للعميل أي حامل البطاقة و تتميز هذه البطاقات بأنها تسلم من طرف بنك محلي للزبون حتى يتسنى له عند تواجده في الخارج من تسديد مشترياته أو الخدمات المقدرة إليه من طرف التجار لسحب النقود.

2. - **بطاقات مدينة "carte de débits":** و هي البطاقات التي تصدرها المصارف في حدود قيمة معينة و

يتم غالبا استخدامها كضمان لمستعملها في التزاماته أمام البائع أو صاحب الخدمة، و تتميز هذه البطاقات بأنها تثبت قدرة الزبون على الدفع و هذا بتقديم رقم بطاقته الائتمانية للبائع أو صاحب الخدمة بيت هذا الأخير يتأكد منها لدى البنك و يقوم بإنشاء وصل يوقعه الزبون حيث يستعمله البائع لسحب أمواله من البنك "بنك الزبون" ثم يرسل هذا الأخير كشف يوضح فيه العملية للزبون.

3. - **بطاقات الصرف البنكية:** هناك تطابق بين بطاقات الصرف البنكية و البطاقات الائتمانية حيث أن

الأولى لها نفس مواصفات الثانية، إلا أن الاختلاف يمكن في أن عملية التسديد "وفاء الزبون لالتزاماته اتجاه البنك" يجب أن تتم خلال الشهر الذي تتم فيه عملية السحب أي أن الفترة التي تلي الائتمان الناتج عن تجاوز رصيد البطاقة لا يجب أن يتجاوز الشهر.

ب- النقود الافتراضية: (رضوان، 1999، صفحة 50)

إن النقود الافتراضية تختلف عن النقود الالكترونية كون الأولى تحمل في البرمجيات التي تمكن من إجراء عمليات الدفع على شبكات مفتوحة على سبيل المثال شبكة الانترنت.

إن النقود الالكترونية يمكن أن تكون ثنائية-jeton- افتراضية ترسل من طرف باعث الثقة من اجل استعمال نمط معين والسير في حلقة مغلقة.

الفصل الأول : الاطار النظري للعولمة الإقتصادية و التجارة الالكترونية

إن هذه الثنائيات "jeton" تختلف عن النقود الالكترونية في كونها قابلة للتداول لأنه معترف بها فقط في حلقات تجارية مغلقة و كمثال على هذه النقود بطاقات الهاتف بحيث يمكن نسخها من طرف شركات الاتصال الهاتفي، و هي بطاقات مسددة مسبقا من اجل الاستعمال الهاتفي فقط.

ج-النقود الرقمية:

إن النقود الرقمية ظهرت كجيل جديد من النقود الالكترونية وهي عبارة عن بطاقات ذكية يمكن تثبيتها على الكمبيوتر الشخصي في فتحة القرص المرن ل يتم نقل القيمة المالية منه واليه عبر الانترنت و الجدير بالذكر أن البطاقة الذكية هي بطاقة بلاستيكية مزدوجة بشريحة "jeton chipe" الحاسوبية وهي قادرة على إدخال البيانات تعادل 500 ضعف ما يمكن أن تخزنه البطاقات الممغنطة بخلاف ما عليه حال النقود الالكترونية التي تعتمد على البرمجيات فقط. و كمثال على ذلك بطاقة المونداكس "carte mondex" تعتبر احدث نظام دفع عالمي تم طرحه لعملاء المصارف و من أشكال النقود الرقمية ما يلي:

1. **النقود السائلة الالكترونية:** هي عبارة عن ثنائية تتكون من رقمين "0،1" و البنك المسؤول عن إرسال هذه

الثنائية يتكفل بإدانة رصيد الزبون بالقيمة المقابلة قبل التحويل "jeton" إلى جهاز المستخدم، حيث يقوم

البنك بإفراغه بعدما يضع عليها إمضاء الكتروني و عند تسوية الحسابات عن طريق النقود السائلة

الالكترونية يجب تحويل كمية "jeton" المتعلقة بالبائع الذي يجد نفسه في علاقة مع البنك من اجل تأكيد

استلام حقوقه.

2. **-الشيكات الالكترونية:** هي عبارة عن المكافئ الالكتروني للشيكات الورقية التقليدية التي اعتدنا التعامل بها

و الشيك الالكتروني هو رسالة الكترونية مؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك ليعتمده ويقدمه

للبنك الذي يعمل عبر الانترنت ليقوم البنك بتحويل قيمة الشيك المالية إلى حساب حامل الشيك و بعد

ذلك يقوم بإلغاء الشيك و إعادته الكترونيا إلى مستلم الشيك ليكون دليلا على انه قد تم صرف الشيك

فعلا.

د-تقنيات أخرى للدفع الالكتروني:

من بين هذه التقنيات نذكر :

1. **-المحفظة المالية الالكترونية:** إن القيمة المالية المخزنة في بطاقات ذات ذاكرة مثل "mondex et"

"digicash" إذا أراد شخص تحميل بطاقة بمبلغ معين فانه يرتبط بالبنك ثم يقوم بإدخال بطاقته في "ad"

"hoc" أو ما يعرف "pinopad" ثم يستعمل إمضاه الالكتروني الذي يمكن أن يكون شفرة سرية أو

كلمة مرور، هذا الإجراء يسمح له بتحميل مبلغ معين في بطاقته "محفظة الكترونية" و عند استعمال هذه

البطاقة للشراء من المحلات المجهزة بحاسبات الكترونية أو ما يسمى ب "tep" فان النقود تسحب

مباشرة دون المرور بوسيط مثل الشيكات الالكترونية أو النقود الرقمية و تخصص بطاقة مونداكس في هذه

الفصل الأول : الاطار النظري للعولمة الإقتصادية و التجارة الالكترونية

العمليات أما بطاقة "dizicash" فمبدأ عملها هو تخزين القيمة النقدية على القرص الصلب لحساب شخص بواسطة "خوارزمية" مشفرة.

2. -المحفظة المالية الافتراضية: هي عبارة عن حساب محمل على شكل وحدات مخزنة في نظام القبض

للتعامل غير البنكي مثل محل التجاري، إن الدخول إلى هذه المحفظة يتم عن طريق برمجيات محملة على الحاسوب الشخصي للزبون من اجل تسديد الدفع المصغر عبر الخط ، و القصد من هذا أن المشتري يمتلك وحدات الكترونية لدى البائع وله الحرية في الشراء إلى غاية انتهاء عدد وحداته.

3. تقنيات التبادل الالكتروني للبيانات "électronique data interchang"

تقنية مستعملة أساسا من طرف الشركات الكبيرة من اجل المبادلات الكبيرة مع مموليهم وفق شبكة خاصة ذات قيمة إضافية تسمى "valie added network" يعطي أكثر دقة و حماية إذ هو عبارة عن شبكة خاصة أسرع من الانترنت يعطي نسبة عالية من الأمان ممول خدمة "edi" يسير "van" بواسطة صناديق الرسالة الالكترونية لكل مؤسسة مشتركة، الممول يقوم بتخزين و متابعة الرسائل حيث أن كل مؤسسة متواجدة في تحويل "edi" عليها أن تفاهم مع شريكها على محتوى كل وثيقة الكترونية مستعملة هذه الوثائق ، يتم تحويلها عن طريق "e-mail" بواسطة "van" على مستوى المؤسسة المستقبلية ل "edi" هناك برنامج تحويلي "logiciel de conversion" يقوم بتسجيل معطيات "edi" وفق نموذج مقبول من طرف الإعلام الداخلي للمؤسسة.

المطلب الثالث: خصائص التجارة الالكترونية وأشكالها ومستوياتها (قاسمي و قارة برنو ، 2003، صفحة 15)

للتجارة الالكترونية أهمية كبيرة كما تتميز بخصائص واشكال ومستويات حمة سنتطرق إليها في هذا المطلب.

الفرع الأول : خصائص التجارة الالكترونية

- المنافسة بين المؤسسات الصغيرة و المؤسسات الكبيرة :الشركات العملاقة تمارس أنشطتها عبر العالم ، و لكن مع ظهور التجارة الالكترونية بدا ظهور شركات صغيرة الحجم و التي تستطيع باستخدام شبكات الانترنت أن تمارس أنشطتها التجارية عبر العالم و بالتالي منافسة الشركات الكبرى.
- المنتجات الرقمية: حيث تتيح الانترنت إمكانية تسليم بعض المنتجات الكترونيا مثل أفلام الفيديو، الأبحاث و الكتب، التسجيلات الموسيقية ، الاستثمارات و التقارير الالكترونية
- اختفاء الوثائق الورقية للمعاملات: حيث أن مختلف التعاملات بين الأطراف المشاركة في هذه التجارة تتم بوسائل الكترونية دون استخدام أي وثائق ورقية مما يشكل صعوبة في إثبات العقود و التعاملات.
- عدم إمكانية تحديد الهوية: حيث أن طرفي التجارة الالكترونية (البائع والمشتري) لا يعرف كل منهما الآخر كما هو الحال في التعاملات التجارية التقليدية.
- سرعة التعاقد والتسليم بالنسبة للكثير من الصفقات وفق نظام الجات.

الفصل الأول : الاطار النظري للعولمة الإقتصادية و التجارة الالكترونية

- القلبية على إلغاء الحواجز الزمنية والمكانية التي كانت تقيد حركة المعاملات التجارية.
- عدم وجود أي وثائق ورقية خلال إجراء وتنفيذ المعاملات، حيث أن التفاعل بين طرفي المعاملة يتم إلكترونياً. (الصيرفي، 2007، صفحة 162)
- إمكانية التفاعل مع أكثر من طرف في الوقت نفسه، حيث يستطيع أحد أطراف المعاملة إرسال رسالة إلكترونية واحدة لأكثر من شخص في نفس الوقت. (عبد الرحيم، 2007، صفحة 152)
- تسمح لدول العالم الثالث بامتلاك منتجات وبضائع غير متوفرة لديهم في بلدانهم الأصلية.
- عدم وجود علاقة مباشرة بين أطراف العملية التجارية سواء كانت بين مشتري ومؤسسة أو بين مؤسسة ومؤسسة أخرى، حيث تقوم شبكة الاتصالات بدور الوسيط بينهما.
- صعوبة الإثبات القانوني لأي معاملة تجارية تتم بين المتعاملين (احمد قنديل، 2004، صفحة 19).
- الانفصال المكاني: حيث أن للمؤسسات القلبية على إدارة تعاملاتها التجارية بكفاءة من أي موقع جغرافي، أي أن مقر المعلومات الخاص بالشركة يمكن أن يتواجد في أي مكان دون تأثير ذلك على الآراء.

الفرع الثاني : أشكال التجارة الالكترونية (رضوان ر.، الصفحات 29-30-31-32-33)

أولاً- التجارة الالكترونية بين وحدة أعمال و وحدة أعمال "business to business":

يتم هذا النوع من التجارة بين مؤسسات الأعمال بعضها ببعض باستخدام شبكة الاتصالات و تكنولوجيا المعلومات بهدف إجراء اقتصادية مشتركة، مثل التعاون على وضع تصاميم المنتج معين و القيام بالتعديلات اللازمة في زمن قياسي، أو البحث عن مواد خام، أو منتجات بمواصفة معينة، بتقديم طلبات الشراء إلى مورديها و تسلم الفواتير، وكذلك تقوم بعملية الدفع.

ثانياً- التجارة الالكترونية بين وحدة أعمال و مستهلك:

توسع هذا النمط بشكل كبير مع استخدام الانترنت، حيث أصبح ما يسمى المراكز التجارية على الانترنت، و هي تقدم كل أنواع السلع والخدمات، حيث يقوم المستخدم الذي يريد شراء سلعة ما، بالبحث عن الجناح الخاص بنوع السلعة المطلوبة، ثم ينتقي الفئة المعينة داخل الجناح، فتظهر له الشاشة "شاشة الحاسوب" اللائحة النهائية، و يختار منها السلعة بالمواصفات التي يريد، و يتم الدفع بطريقة مختلفة منها بطاقات الائتمان أو الشيكات الإلكترونية.

ثالثاً- التجارة الالكترونية بين الإدارة المحلية و وحدة أعمال:

و هي تغطي جميع التحويلات، حيث يمكن للمؤسسة أن تجري معاملاتها، أو التزاماتها أمام مختلف الإدارات الخاضعة لها، كإدارة الضرائب والجمارك والتأمين وغيرها، كان تقوم بعملية الدفع لمختلف المستحقات، وأيضاً تقديم التصاريح اللازمة، مما يوفر الجهد، مثال على ذلك ما تقوم به كندا من عرض الإجراءات، واللوائح والرسوم ونماذج المعاملات على الانترنت، بحيث

الفصل الأول : الاطار النظري للعولمة الإقتصادية و التجارة الالكترونية

تستطيع الشركات أن تطلع عليها بطريقة الكترونية وان تقوم بإجراء المعاملة الكترونيا، دون الحاجة إلى التعامل مع مكتب حكومي.

رابعا-التجارة الالكترونية من الحكومة إلى المستهلك : بدأ هذا الجزء يتطور ويتسع في الآونة الأخيرة، و يظهر هذا النوع من خلال ممارسات يلتزم بها المستهلك اتجاه إدارته ، كدفع الضرائب و الرسوم وتقديم التصريحات إلى مختلف الهيئات الإدارية المعنية.

وفي الواقع التطبيقي نجد العلاقات التجارية بين جهات الأعمال والمستهلك، وبين مؤسسات الأعمال فيما بينها هما الشكلا الأكثر شيوعا وأهمية في نطاق التجارة الالكترونية في وقتنا الحاضر.

الفرع الثالث : مستويات التجارة الالكترونية

تعدد مستويات التجارة الالكترونية طبقا لدرجة تنفيذ الأنشطة الفرعية المرتبطة بأداء المعاملة التجارية وهي تتراوح بين مستوى بسيط ومستوى أكثر تطورا (رضوان ر.، صفحة 31)

1-المستوى البسيط من التجارة الالكترونية:

وهو يشمل الترويج والدعاية للمنتجات والخدمات، خدمات قبل وبعد البيع، التوزيع الالكتروني للبضائع والسلع غير المادية، تبادل الأعمال والتحويلات البسيطة.

2-المستوى الأكثر تطورا من التجارة:

ويتضمن الدفع على المستوى المحلي، التوزيع على المستوى الدولي، والدفع كذلك على المستوى الدولي.

المطلب الرابع: مشاكل التجارة الالكترونية

من المشاكل التي تحد من نجاح التجارة الالكترونية وتؤدي إلى فشلها نذكر ما يلي:

أولا: المشاكل القانونية:

عدم المرونة أو وجود القوانين واللوائح المنظمة للتجارة في الدول وعدم ملائمتها لممارسة التجارة الالكترونية.

ثانيا: المشاكل التقنية.

ضعف الهيكلة التحتية للاتصالات في بعض الدول وعدم قدرتها على مواكبة متطلبات تقنيات المعلومات التي تشمل على اتصالات وما يرتبط بها من تجهيزات وبرامج وأنظمة التي يمكن أن تحد من أمن الشبكة المالية وتعيق سرعة نقل البيانات في الشبكة التجارية، وبالتالي الفشل في إقامة التجارة الالكترونية.

ثالثا: المشاكل الاقتصادية:

وتتمثل أهم هذه المشاكل في:

الفصل الأول : الاطار النظري للعولمة الإقتصادية و التجارة الالكترونية

- 1- عدم اكتمال المعلومات المتعلقة بالتجارة الخارجية لدى المؤسسة.
- 2- نقص خبرة المؤسسة في الإلمام بشروط ومتطلبات التسويق الخارجي والمنافسة الخارجية.
- 3- ارتفاع تكلفة منتجات المؤسسة عن غيرها.
- 4- عدم مطابقة جودة منتجاتها للمواصفات العالمية.
- 5- عدم وجود خطة في المؤسسة ترسم طريقها في مجالات التسويق الخارجي.
- 6- عدم استيعاب مدى التأخر الذي يمكن أن يلحق بالمؤسسة عند تخلفها عن مسايرة التطور التقني السائد في التجارة.
- 7- عدم مراعاة متطلبات الأمان للعمليات التجارية للمؤسسة عبر الانترنت.
- 8- عدم التنبه للمشاكل الخارجية التي تعود للمؤسسة والتي يمكن أن تصادفها في مجال التجارة الالكترونية مثل: مخالفة البضائع للمواصفات، ورفع الأسعار عن المتفق عليه خاصة في أوقات الأزمات وتدخل وسطاء غير أمناء، واستغلال الطرف الخارجي لثغرات الاتفاق أو تمربه من بعض الالتزامات.
- 9- عدم الاستفادة من برامج تمويل الصادرات التي تقدمها المنظمات الإقليمية والدولية والتي تشترك فيها الدول التي تحمل المؤسسة جنسيتها.(خليج، 2007، صفحة 284)

المبحث الرابع: المتطلبات اللازمة لإقامة التجارة الإلكترونية

ترتبط تطبيق التجارة الإلكترونية، بتوافر مجموعة من المتطلبات في المجالات المالية التشريعية والاجتماعية والسياسية والتقنية والتي سنشرحها في النقاط التالية:

المطلب الاول: المبادئ الأساسية الحاكمة لنجاح في التجارة الالكترونية

لنجاح في التجارة الالكترونية يتطلب توافر خمسة مرتكزات هامة، يجب أن تعمل في منظومة متكاملة وفي وقت واحد بمعنى أن غياب أحد هذه المرتكزات يفقدها جميعها فعاليتها في التعامل مع الأسواق التي فرضت واقعا جديدا على الاقتصاد العالمي وهذه الأسس هي:

أولاً: تسهيل مهمة العميل

يأتي تسهيل مهمة العميل مع المنظمة محصلة لجهود يجب أن تبذل على عدة جبهات بدءا من توفير المعلومات الكاملة عن المنتجات والخدمات المتاحة و بيانات المخزون و العمليات الحاسبية و الضريبية وعروض الأسعار وطلبات التوريد و

الفصل الأول : الاطار النظري للعولمة الإقتصادية و التجارة الالكترونية

إجراءات الشحن و التسليم و تمكين العميل من متابعة طلبات التوريد و انتهاء التنسيق بين وظائف المنظمة الإنتاجية و التسويقية و المالية، هذا فضلا عن احترام حقوق العميل الأساسية في كل تعاملاته مع المنظمة و تتمثل هذه الحقوق في:

- **احترام وقت العميل:** فهو يكره إضاعة وقته في الانتظار أو إتباع إجراءات روتينية طويلة ومعقدة.
- **التعرف على العميل من أول نظرة:** بل ومن أول نظرة على الفأرة و جهاز الكمبيوتر هذا يعني تصميم قاعدة بيانات للعملاء تضم سابق تعاملاتهم و اهتماماتهم فالعميل لم يعد طفلا نملي عليه ما نريد، ولن يقبل إعادة تدوين نفس البيانات في كل مرة و كأنه عميل جديد.
- **إعطائه معلومات كاملة:** المبدأ الأساسي في التعاملات الالكترونية هو توفير كل المعلومات التي يمكن أن تساعد العميل في اتخاذ قرارات الشراء دون اللجوء إلى الاتصال الشخصي أو الهاتفية مثل المعلومات المتعلقة بالمنتجات ومواصفاتها أسعاره وطرق الدفع والشخص والتسليم وخدمات ما بعد البيع وموقف طلباته السابقة وكشوف حساباته السابقة.
- **الإنتاج وفقا لمواصفات العميل :** يتوقع العميل خدمة شخصية تفي باحتياجاته هو بالذات مثل الخدمة المتميزة التي قدمتها جريدة Wall Street Journal Interactive فهي تحرر صفيحة خاصة لكل عميل مقلقا لتفصيلاته مع تحديث محتوياتها على مدار الساعة وتوصيلها إليه عبر الشبكة. (عبد العزيز ا.، 2001، الصفحات 366-370)

ثانيا: جمع المعلومات عن المستهلك النهائي

لن تستمر المنظمة طويلا في عالم التجارة الالكترونية ما لم تحدد العميل أو المستهلك النهائي الذي تتعامل معه تمهيدا للاتصال المباشر به و جمع المعلومات عنه حتى يمكن التعرف على احتياجاته وتلبيتها ومع ذلك فإن أغلب المنظمات لا تهتم بتحديد عملائها فمنها من يكتفي بعلاقته مع الوكلاء و الموزعين أو تجار الجملة ومن شأن ذلك أن يؤدي إلى تأخر المعلومات المرتدة من العملاء ومتابعة اتجاهاتهم.

وتحرص الشركات على بناء قواعد بيانات ضخمة عن عملائها من خلال إغراء العملاء بإرسال بطاقات بيانات إلى الشركة للحصول على منتجات مجانية أو مخفضة السعر باعتبارهم عملاء قدامى وتسجيل و تحليل المعلومات التي يتركها العميل عند اتصاله بموقع الشركة على الانترنت مثل عنوان بريده الالكتروني ومنتجات الشركة التي لاقت اهتمامه خلال تصفحه للمواقع.

ثالثا: تصميم طرق العمل من وجهة نظر العميل

يسر الاتصال المباشر بالعميل على المنظمة التعرف على احتياجاته وميوله إلا أن السعي إلى إشباع هذه الاحتياجات يتطلب إجراء بعض التغييرات في نظم العمل، نستعرض بعضها فيما يلي:

- **إعادة تصميم الإدارة الأكثر احتكاكا بالعمل:** وجدت الشركات التي دخلت ميدان التجارة الالكترونية نفسها عند أول مواجهة مباشرة مع العملاء مضطرة إلى إعادة تصميم إدارتها وعملياتها لاسيما في قطاع المبيعات والحسابات والمخزن والدعم الفني.

الفصل الأول : الاطار النظري للعولمة الإقتصادية و التجارة الالكترونية

- **الاتصال المباشر و الدائم للعميل:** أوضح مثل على ذلك ما قامت به شركة جنرال موتورز الأمريكية في برنامجها المعروف باسم On Star ومؤداه تركيب أجهزة الاتصال بسيارات العملاء تتيح لهم الحصول على خدمات الشركة في أي مكان على مدار 24 ساعة ، بل وتمتد هذه الخدمة المتصلة إلى تلبية احتياجات العملاء الشخصية عند الاستعلام عن أقرب قسم شرطة أو بنك أو محطة بتزين أو مستشفى أو مجرد الاستعلام عن أقرب الطرق الموصلة إلى مكان ما، ولا شك في أن هذه الخدمات الشخصية تؤكد للعميل أنه موضوع اهتمام ، وأن علاقته بما لم تنتهي بشراء السيارة.
- **تغير دور الوسطاء:** أضعفت الانترنت دور الوسطاء التجاريين في عمليات البيع والتوزيع، ولكنها أظهرت من جهة أخرى الحاجة إليهم لأداء دور جديد في تسيير خدمة المنظمة لعملائها، ولتأخذ مثلا حالة مستخدمي الحاسبات الشخصية في توفير خدمات الصيانة أو الحصول على قطع غيارها إما بسبب تعدد أجيالها وأنواعها أو تعدد الشركات المنتجة، الأمر الذي دفع شركة Source pc Service إلى جمع المعلومات من شركات الكمبيوتر المتعلقة بالصيانة والمخزون المتاح من قطع الغيار، ونشرها على موقعها، مما ساهم في تسيير حصول العميل على خدمات الصيانة، والإصلاح، كما يمكن شركات الحاسب من دعم الخدمة المقدمة لعملائها القدامى.
- **تصميم نظام معلومات مناسب:** يعتبر تصميم قواعد البيانات المركزية والقدرة على استرجاع والتشغيل السريع للمعلومات أمرا حيويا في عالم التجارة الالكترونية نظرا لحاجة العميل إلى ردود فعل فورية لما يطلبه من معلومات وخدمات، إلا أن تصميم نظام المعلومات يجب أن يؤسس على تحديد واضح للعمليات التي يتطلبها العميل والأعمال التي يقوم بها، وتحديد ردود الفعل المطلوبة لكل منها، وكذلك الاتصالات التنسيقية المطلوبة بين الإدارات والوظائف المختلفة للوفاء بهذه العمليات. (عبد العزيز ا.، 2001، الصفحات 70-72)

المطلب الثاني: المتطلبات العامة لنجاح التجارة الالكترونية (ALRIYADH.COM، بلا تاريخ)

الفرع الأول: متطلبات تشريعية أو قانونية.

مما لاشك فيه أن التحول إلى تطبيقات التجارة الالكترونية يتطلب إيجاد مناخ تشريعي ملائم ومحفز، ويتطلب ذلك تطوير التشريعات الوطنية، مع الأخذ بعين الاعتبار النقاط التالية:

1- تطوير القوانين التجارية للقوائم مع المتطلبات الالكترونية:

- إن التطور المستقبلي للتجارة الالكترونية يتطلب تطوير بيئة قانونية في إطار يسهل ويعترف بالعمليات الالكترونية ويضعها محل التنفيذ.

- تعد قضايا الاعتراف بالوثائق الالكترونية والتوقيع الالكتروني من أهم القضايا التي يلزم الفصل فيها.

- يجب أيضا أن تقوم الجهات المتخصصة بتطوير البنية القانونية المناسبة التي تسمح بإجراءات (وضع العقود عن بعد)

موضع التنفيذ و وضع الحلول للمشاكل التي قد تظهر نتيجة لذلك.

الفصل الأول : الاطار النظري للعولمة الإقتصادية و التجارة الالكترونية

2-تقصير فترات التقاضي وسرعة تنفيذ الأحكام

إن طول فترات التقاضي هو احد المشاكل التي تؤثر سلبا على إمكانية تبني التجارة الالكترونية بما توفره من وقت، و يلزم أن يقوم المشرع بـ:

- الاعتماد على آليات التحكيم في الفصل في مثل هذه المنازعات لتكون هي الأصل ويرتبط ذلك أيضا بمتطلبات العمل على المستوى الدولي.
- إيجاد آليات لتخفيض فترات التقاضي بصوت جذرية تحقق الفصل في المنازعات في أقصر وقت ممكن.
- يجب أن يأخذ المشرع بعين الاعتبار أهمية وضرورة السرعة في تنفيذ الأحكام وأن يقوم بتطبيق الآليات التي تسمح بحصول صاحب الحق على حقه في وقت قصير جدا.

3-وضع قوانين وتشريعات لحماية المستهلك:

تمثل قضية حماية حقوق المستهلكين احد المشاكل الرئيسية في التجارة الالكترونية و التي تؤثر على أداء قطاعات الأعمال عند تحويلها إلى النظم الالكترونية.

- يجب أن تضمن القوانين الجديدة حماية حقوق المستهلكين بصورة واضحة و صريحة وفي إطار الشفافية الكاملة وفق نطاق ما تسمح به أدلة الإثبات الالكتروني.
- قد يكون من المناسب إنشاء الجمعيات المتخصصة لحماية المستهلكين و تفعيل دور المنظمات غير الحكومية في هذا المجال.

4-أهمية توفير منظمة عالمية للسلطة القضائية ونظم موحدة للقوانين التجارية:

إن التعاون الدولي في تبني قواعد ونظم تجارية موحدة يعد على جانب كبير من الأهمية لمعالجة العديد من القضايا في حسم الخلافات المتعلقة بأداء الأنشطة والأعمال عبر الحدود الدولية.

5-حماية الملكية الفكرية و براءات الاختراع: تعد حماية حقوق الملكية الفكرية إحدى التحديات التي تواجهها

الدول في سعيها لتحقيق النمو الاقتصادي، و الاجتماعي و حتى تدخل عصرا تسهم فيه المعلومات و المعرفة في تشكيل هياكل اقتصادها و تقويته.

ونجاح التجارة الالكترونية سوف يعتمد على تبني برامج وطنية من اجل حماية حقوق الملكية الفكرية وذلك على عدة مستويات مختلفة منها:

- تحسين الهيكل التشريعي لحماية الملكية الفكرية عن طريق إصدار وتعديل حقوق النشر والتأليف والقوانين المتعلقة بها.
- تعزيز القدرات المؤسسية في التعامل مع حقوق الملكية الفكرية والمسائل المتعلقة بها.

الفرع الثاني: المتطلبات السياسية والاقتصادية والمالية

الفصل الأول : الاطار النظري للعولمة الإقتصادية و التجارة الالكترونية

1-متطلبات سياسية واقتصادية:

أ-تمثل الرسوم الجمركية والضرائب أهم موارد الدولة السيادية والتي تحقق إمكانية التوسع المستقبلي في تنفيذ المشروعات اللازمة لخدمة التنمية والاستثمار وهي إحدى حقوق المجتمع وفي ظل تصاعد دور التجارة الالكترونية فان هذه القضية تعد واحدة من القضايا الساخنة وتتعدد الآراء فيها حيث:

يقول الرأي الأول: الذي تروج له الدول النامية وبعض دول أوروبا أن تحقيق العدالة الاجتماعية قد يتطلب العدالة في تحصيل وفرض الرسوم الجمركية و الضرائب بين السلع التي يتم تداولها عبر شبكة الانترنت و السلع التي يتم تداولها بالطرق التقليدية، و أن التحفيز لاستخدام و سائل التجارة الالكترونية وتسهيل إجراءات تحصيل الرسوم الجمركية يقتضي وضع إطار تنظيمي يحقق العدالة في تحصيل الرسوم الجمركية وتوفير حوافز لاستخدام التجارة الالكترونية.

أما الرأي الثاني: والذي تدعمه الولايات المتحدة الأمريكية وبعض الدول المتقدمة يدعو إلى إلغاء كل أنواع الضرائب والرسوم على المعاملات الالكترونية بما فيها أعمال التسليم.

ب-مشاركة القطاع الخاص في إعداد القواعد والنظم والتدابير والإجراءات اللازمة للتجارة الالكترونية: حيث لا بد أن يكون هناك تعاون قوي بين الحكومة وقطاعات الأعمال والأفراد، وذلك لتوفير مناخ محفز للتجارية الالكترونية وذلك من خلال التفاعل بين الحكومة وممثلي قطاعات الأعمال.

من الواضح أن الدور التنظيمي للحكومة يقتضي قيامها بإصدار العديد من التشريعات و القواعد المؤثرة على حركة التجارة الالكترونية ولذا فان ذلك يجب ان يتم بالتنسيق مع القطاع الخاص بشفافية كاملة.

ج-المساندة المباشرة للشركات في التحول إلى النظم الالكترونية حيث تحتاج الشركات إلى المساندة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في استخدامها للتجارة الالكترونية وذلك من اجل تحسين أو تعزيز مركزها في المنافسة العالمية،واقتراداً بما تفعل بعض الدول التي وضعت برامج للتعاون بين القطاعين العام والخاص في نطاق المشاركة لهذين القطاعين، وذلك للوصول إلى الاستخدام الواسع للتجارة الالكترونية.

د-توفير وإقامة المراكز التكنولوجية ومراكز المعلومات اللازمة لدعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لان الشركات والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بحاجة إلى استثمارات وتغييرات جوهرية، لا يمكن أن تقوم بها لوحدها،لذا فان الحكومة مطالبة بعم وإنشاء مراكز تكنولوجية،ومراكز معلومات متخصصة،لتوفير خدمات التجارة الالكترونية للمؤسسات الأعمال الصغيرة والمتوسطة الحجم،بتكلفة اقتصادية.

ه-تنمية مؤسسات الأعمال الصغيرة والمتوسطة الحجم في مجال التجارة الالكترونية وذلك من خلال:إنشاء مراكز وطنية للتجارة الالكترونية يكون لها دور الوسيط في إقامة التكنولوجيا المتقدمة المطلوبة لاستخدام الانترنت بين مؤسسات الأعمال الصغيرة والمتوسطة الحجم.

الفصل الأول : الاطار النظري للعولمة الإقتصادية و التجارة الالكترونية

و-ربط تجمعات ومراكز الإنتاج الحرفي: بشبكة الانترنت لأنها تعتبر فرصة لهذه التجمعات والمراكز لإبراز إنتاجها على المستوى العالمي.

2-متطلبات مالية:

أ-التحول إلى نظم السداد و الدفع الالكتروني، أي تحويل المجتمع من نظم الدفع والسداد النقدي إلى نظم السداد والدفع الحديثة، إلا أن ذلك يتطلب اخذ الاحتياطات المناسبة بغرض دعم الثقة في تلك النظم ومنع وجود أي مخاطر قد تنشأ عن التطبيق الواسع لها و تتمثل أهم هذه الاحتياطات في :

-الحد من المخاطر سواء كانت من الشركات أو الأفراد.

-ضمان الحماية الكافية ضد النشاط الإجرامي والقرصنة الالكترونية.

-البعد العالمي لنظم السداد وأثر ذلك على الاقتصاد الوطني.

ب-قضية جهة إقرار المعاملات المالية للإشراف على نظم السداد الالكتروني وفي هذا المجال تثار عدة تساؤلات

أهمها:

-ما نوع المؤسسات التي ستقوم بإقرار المعاملات؟ هل هي مؤسسات حكومية أم خاصة؟ هل سيكون هناك جهة

وحيدة تقوم بهذه العملية أم أن هناك جهات أخرى في الدولة الواحدة؟ ما هو الموقف بالنسبة للمعاملات التجارية بين جهات

مختلفة في الدولة أو دول مختلفة؟ هل ستحتاج إلى جهات إقرار ذات طبيعة دولية؟

الفرع الثالث: متطلبات تقنية و تعليمية(رضوان ر.، الصفحات 235-233)

- ضرورة وجود بنية أساسية للاتصالات وشبكات للمعلومات حيث نجد أن الدول النامية تواجه قضية أساسية مرتبطة بتطوير خدمات الاتصال فما زالت هذه الخدمات مرتفعة التكاليف ومحدودة النطاق، بحيث يجب على الحكومات وضع قواعد للعمل لتتسم بالمرونة وتعمل على ضمان حرية الوصول إلى هذه السوق بغير تحيز، حيث سيؤدي الانفتاح الحقيقي للسوق إلى زيادة المنافسة وتحسين البنية الأساسية للاتصالات واتساع مجال الاختيار أمام المستهلك وإلى خفض الأسعار وزيادة الخدمات المحسنة، والمجالات ذات الأهمية هنا هي:

-الاستمرار في تحسين مستوى الخدمات الهاتفية وتوفيرها في جميع المناطق داخل البلد، وذلك بوصول الخدمات

الهاتفية إلى كافة المناطق والتوسع في استخدام السرعات العالية للربط بين المراكز الهاتفية بعضها ببعض وبين المراكز الهاتفية والمشاركين.

-زيادة سرعات الاتصال العالمية و المحلية لتوفير المدى الترددي اللازم لمعاملات التجارة الالكترونية واستخدامات

الوسائط المتعددة .

-إنشاء و تطوير الشبكة الرقمية لخدمات الانترنت.

الفصل الأول : الاطار النظري للعولمة الإقتصادية و التجارة الالكترونية

-الاستمرار في خفض تكاليف استخدام شبكات الاتصالات الرقمية.

-ربط جميع مراكز المعلومات ومصادر المعلومات والمعرفة على شبكة الانترنت لدفع الاستثمار وتحقيق الشفافية في كافة المعاملات بين الأجهزة المختلفة.

-استخدام المعايير والمقاييس التقنية الدولية للوصول إلى إمكانية التعامل دوليا ويفترض في هذه المقاييس أن تحقق الثقة، وإمكانية التعاون دوليا وسهولة الاستخدام وذلك في مجالات معينة، مثل السداد الالكتروني.

-توفير الأمن والحماية والثقة في البنية الأساسية المعلوماتية الوطنية، حيث أن فقدان الثقة في تامين البيانات والمعلومات ضد محاولة وصول غير المرخص لهم إليها، أو محاولة تحريفها أو تغييرها سوف يؤدي بالضرورة إلى عدم التوسع في استخدام شبكات المعلومات.

2-متطلبات تعليمية وثقافية

إن مجتمع التجارة الالكترونية بطبيعته مجتمع مختلف حيث تتم فيه المعاملات دون تلاقي الأطراف و بصورة غير تقليدية، كما تختلف أساليب و طرق العمل و تتنوع معايير النجاح فيه عما سبق،ومما لا شك فيه أن أعداد المجتمع لعالم التجارة الالكترونية يتطلب تبني سياسات و برامج تحقق سرعة إحداث النقلة المجتمعية و يمكن أن يتم ذلك من خلال:

• البرامج الإعلامية الخاصة بالتجارة الالكترونية مثل الندوات، والمؤتمرات وورشات العمل، والبرامج

التلفزيونية، التحقيقات الصحفية، تستهدف كافة فئات المجتمع لتعريفه وتوعيته بأهمية التجارة الالكترونية وأساليب توظيفها لخدمة المجتمع.

• البرامج والدورات التدريبية لقطاعات الأعمال حيث يجب أن يتم تنفيذ مجموعة من البرامج التدريبية المتطورة في مجال إعداد "الإطارات" في قطاعات الأعمال المختلفة للتعامل في مجالات التجارة الالكترونية.

• إعداد الإطارات الفنية المتخصصة لان الدخول إلى عالم التجارة الالكترونية يتطلب إطارات فنية متخصصة في كافة المجالات المرتبطة بالبنية الأساسية والبنية المعلوماتية ونظم العمل على شبكة الانترنت و برامج الحماية والتامين وهي تخصصات نادرة بطبيعتها وبسرعة فائقة.

• تطوير مؤسسات التعليم المتخصصة في المجالات المرتبطة بالتجارة الالكترونية. (رضوان ر.، 1999، صفحة

(235)

• ضرورة تنوع المواد المطروحة على شبكة الانترنت بما في ذلك التنوع الثقافي واللغوي، حيث تمثل شبكة الانترنت إحدى وسائل تعزيز الهوية الثقافية ولا بد من التركيز على تنمية مضمون المواد المطروحة مما يحقق الاستفادة من شبكة الانترنت في التعريف بالثقافة والتقاليد الخاصة بالمجتمع.

• مراعاة ملائمة المحتوى لقيم مبادئ المجتمع.

• عدم الترويج لأي أنشطة هدامة أو تتنافى مع الشرائع السماوية.

الفصل الأول : الاطار النظري للعولمة الإقتصادية و التجارة الالكترونية

المطلب الثالث متطلبات حماية للحفاظ على التجارة الإلكترونية

للقيام بحماية التجارة الإلكترونية والحفاظ عليها يجب تحقيق المتطلبات التالية:

1- متطلبات الحفاظ على التجارة الإلكترونية :

يتم هذا بتأكيد خصوصية البيانات والمعلومات الشخصية بتحديد قواعد وإجراءات لإدارة البرامج التي يتم بها الحصول على البرامج وتحقيق التوازن بين خصوصية المعاملات، بالإضافة إلى إستخدام التكنولوجيات المتطورة لمواجهة المشاكل المتعلقة بالخصوصية.

• تدابير الأمن والحماية:

و يمكن تمييز الحماية عن طريق تشفير البيانات ذات الطبيعة الخاصة و الموائمة بين متطلبات تشفير البيانات و التصدي للجرائم و سوء الإستخدام بالإضافة إلى حماية مبادئ و تقاليد المجتمع .

• حماية الملكية الفكرية و أسماء النطاق :

تعد حماية حقوق الملكية الفكرية ، من أكبر التحديات التي تواجهها الدول لتحقيق النمو الإقتصادي و الإجتماعي بدخولها عصرا تسهم فيه المعلومات و المعرفة في تشكيل هياكل إقتصادها و تقويته .

ولنجاح التجارة الإلكترونية يجب تبنى برامج لحماية الملكية الفكرية ويتم هذا على عدة مستويات، كتحسين الهيكل التشريعي لحماية الملكية الفكرية وتعزيز القدرات المؤسسية والإرتقاء بالوعي على المستوى القومي والمؤسسات والأفراد.

2- متطلبات تقنية:

• متطلبات البيئة الأساسية للإتصالات وشبكات المعلومات:

لا بد للدولة أن تقوم بتحسين مستوى الخدمات الإتصالية وتوفيرها في جميع الأنحاء وزيادة سرعات الإتصال العالمية والمحلية وزيادة دور شركات القطاع الخاص في تقديم خدمات أساسية، للإتصالات بإنشاء وتطوير الشبكة الرقمية والإستمرار في خفض تكاليف إستخدام شبكات الإتصالات الرقمية.

• متطلبات تنظيم محتوى البيانات والمعلومات وصفحات الأترنت:

و يتم هذا بضبط محتوى البيانات و المعلومات الذي يسمح بتدفقه و زيادة المحتوى العربي على شبكة الأترنت و تنظم الإعلان بالإضافة إلى ربط جميع مراكز المعلومات و المعرفة و مصادرها على شبكة الأترنت.

• متطلبات معايير و مقاييس التقنية :

تعتبر مقاييس التقنية ذات أهمية كبيرة للنجاح التجاري الطويل المدى على شبكة الأترنت، حيث أنها تسمح للمنتجات والخدمات المقدمة من بائعين مختلفين بالعمل سويا، كما أنها تشجع على المنافسة ويتم هذا باستخدام المعايير

الفصل الأول : الاطار النظري للعولمة الإقتصادية و التجارة الالكترونية

والمقاييس التقنية الدولية من أمن وسرية ورقابة وتأمين الاتصالات وعقد المؤتمرات التلفزيونية والتبادل الإلكتروني للبيانات) نفس المرجع السابق، الصفحات (238-240).

المطلب الرابع : العلاقة بين التجارة الالكترونية و العولمة الاقتصادية (د. بن فهد الشلهوب، 2017)

التجارة الإلكترونية E-commerce اليوم أصبحت أحد مظاهر العولمة الاقتصادية التي بدأت تغزو المجتمعات خصوصا في الدول النامية التي تشهد ضعفا وقدرة أقل في مواجهة أدوات العولمة الاقتصادية، والعولمة globalization هي مظهر حديث يهدف إلى جعل العالم أشبه بالقرية الصغيرة التي تمكنها من التواصل بصورة يشعر فيها الإنسان بأنه لا يحتاج إلى كثير من الوقت والجهد والمال والانتقال للوصول إلى المعرفة أو الثقافات الأخرى أو التجارة بمختلف صورها أو كثير من المعاملات التي يحتاج إليها الأفراد أو الشركات عموما، والتجارة الإلكترونية هي جميع المعاملات التجارية بمختلف أشكالها التي تتم من خلال المحتوى الافتراضي الذي تقدمه الجهات ذات العلاقة بالتجارة. المساحات الافتراضية اليوم أصبحت أشبه بالإمبراطوريات التي تضم عمالقة من الشركات والمنتجات إضافة إلى كثير من الخدمات والمحتوى الذي له تأثير كبير حاليا ويتزايد تأثيره مع الزمن في إشارة إلى منافسة قوية جدا بين التجارة في الواقع الملموس والتجارة في المحتوى الافتراضي. والمشاهد أن المحتوى الافتراضي يتضخم بصورة أكبر فيما يظهر مقارنة بالتجارة التقليدية وبحسب ما نشر في صحيفة "الاقتصادية" بتاريخ غرة شعبان 1438هـ عن تصريح لمنظمة التجارة العالمية: "أكد روبرتو أزيفيدو، المدير العام لمنظمة التجارة العالمية أن عديدا من الدول الأعضاء في المنظمة تريد تعيين مسار إلى الأمام للمناقشات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، بهدف ضمان أن تحقق التجارة الإلكترونية دعما للنمو والتنمية الاقتصادية في السنوات المقبلة لجميع أنحاء العالم.

واستشهد، أزيفيدو، ببحث أجرته شركة برايس ووترهاوس كوبرز حول شراء الملابس في 25 بلدا متقدما وناميا، أظهر أن 54 في المائة من الذين تم استجوابهم اشتروا بالفعل منتجات على الإنترنت أسبوعيا أو شهريا. وفي الواقع، أن الأرقام كانت أعلى في بعض البلدان النامية. وأشار أزيفيدو، إلى أن أرقام منظمة التجارة العالمية تؤكد أنه بين 2013 و 2015، قفزت قيمة التجارة العالمية على شبكة الإنترنت من 16 تريليونا إلى 22 تريليون دولار، مشيرا إلى أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم تمكنت بفضل التجارة الإلكترونية من أن تقلل بكثير تكاليف القيام بالأعمال التجارية عبر الحدود.

وذكر أزيفيدو، أن التجارة الإلكترونية وفرت منصة تسمح للمنتجين، سواء من الشركات متعددة الجنسيات أو المؤسسات الصغيرة أو متوسطة الحجم، من الوصول إلى الأسواق العالمية، والوصول إلى شبكة أوسع من المشترين، وأن تسهم في سلاسل القيمة العالمية، كما أتاحت للمستهلكين، الوصول إلى تشكيلة أوسع من المنتجات، من طائفة أوسع من الموردين، وأسعار أكثر تنافسية. وبهذه الطريقة، يمكن أن تساعد التجارة الإلكترونية في تحسين سبل كسب العيش، وتشجيع مزيد من الشمولية في النظام التجاري، وتعزيز التنمية. إنه أمر إيجابي جدا أن تبحث في كيفية تحقيق أقصى استفادة من هذه الفرص". التجارة الإلكترونية بلا شك قد تكون أضخم بكثير من وضعها الحالي وقد تتفوق يوما ما على التجارة التقليدية وحجم النمو في سنتين الذي بلغ تقريبا 38 في المائة يرجح احتمال تفوق التجارة الإلكترونية في ظل محدودية النمو في قطاع التجارة التقليدية

الفصل الأول : الاطار النظري للعولمة الإقتصادية و التجارة الالكترونية

والنمو عموما للاقتصاد في العالم، والمنافع التي تحققها التجارة الإلكترونية التي تقدم ميزات تتفوق على التجارة التقليدية تؤهلها لأن تكون خيار المستهلك مستقبلا خصوصا في الدول النامية التي تجد صعوبات في تحقيق احتياجات المستهلك.

التجارة الإلكترونية مظهر من مظاهر العولمة، والعولمة اليوم أصبحت واقعا يجب أن تتعامل معه المجتمعات لتستطيع مجاراة النشاط التجاري والاقتصادي العالمي إذ إن العزوف أو التباطؤ في المشاركة في هذا القطاع ستكون نتيجته انحسار لحجم النشاط الاقتصادي المحلي ولذلك ينبغي على الجهات الرسمية أن تشجع على الانفتاح أكثر على التجارة الإلكترونية ليس فقط لتوزيع المنتجات محليا، بل حتى للوصول إلى دول العالم، وهذا يتطلب مجموعة من الخطوات منها: (د. بن فهد الشلهوب، 2017)

- وجود لجنة قانونية بالعرفة التجارية تهدف إلى التوعية بالأنظمة والقوانين للدول فيما يتعلق بالسلع والخدمات المسموحة والممنوعة وأنظمة التجارة الإلكترونية بما عموما،
- وجود بنية تحتية تقنية محمية بصوتية عالية لتسهيل مسالة ربط الشبكات المختلفة سواء الدفع أو التسليم والتسلمه
- وجود تشريعات لحماية المستهلك والتاجر وتوعية المجتمع بما لزيادة الثقة محليا وعالميا واشترط جعلها جزءا من المحتوى لأي جهة تطلب ترخيصا لها لمزاولة نشاط التجارة الإلكترونية محليا، وأن تشجيع المتاجر المحلية بفتح فروع افتراضية لمزاولة أنشطة البيع والشراء من خلالها، وأن تبنى مشاريع بالتعاون مع القطاع الخاص لبناء مراكز تجارية افتراضية تتيح للمتاجر والأنشطة التجارية الفردية التسويق من خلالها.

الخلاصة :

أن العولمة اليوم أصبحت واقعا ومن أشكال العولمة التجارة الإلكترونية التي أصبحت تنمو بصورة كبيرة خلال الأعوام الماضية، وتجاهلها أو التباطؤ في تبنيتها سيجعل التجارة التقليدية تنحسر محليا لمصلحة متاجر أجنبية، ما يتطلب تشجيع التوسع في المتاجر المحلية للتجارة محليا وعالميا، ما يتطلب العمل على التوعية بالأنظمة التجارية العالمية خصوصا فيما يتعلق بأنواع السلع المسموحة والممنوعة في كل دولة، وتهيئة بنية تقنية عالية الكفاءة، وتشجيع المتاجر التقليدية أن يكون لها منافذ إلكترونية، وبناء مراكز تجارية إلكترونية بالتعاون مع القطاع الخاص لتكون منصة للمتاجر التقليدية وأنشطة الأفراد التجارية(د. بن فهد الشلهوب، 2017).

الفصل الثاني

دور العولمة الاقتصادية في التجارة

الإلكترونية في الجزائر

2010-2020

تمهيد:

لقد أحدثت الشبكات في الآونة تغييرات جذرية في كيفية نقل المعلومات، ومشاركة المعلومات بين العمال والمؤسسة بسهولة، كما تم استخدام شبكة الإنترنت على أوسع نطاق في الأغراض التجارية، كما فتحت مجالاً للمؤسسات لتقديم المعلومات الخاصة بمنتجاتها وخدماتها لشرائح عريضة من المتعاملين والزبائن، وزادت هذه الخدمات من نسبة المبادلات التجارية أي بيع البضائع وشرائها عن طريق الإنترنت، حيث ظهر للوجود مفهوم "التجارة الإلكترونية"، التي أتاحت لعدد أكبر من المؤسسات في أن تزيد من سرعة وصولها إلى الأسواق، وقد أصبح من الواضح فعلاً أن الإنترنت أخذت تغير أساليب المنافسة و البيع و الشراء المتعلقة بمختلف أنواع المنتجات المادية و غير المادية و كذلك الخدمات.

كما تشهد التجارة في الدول المتقدمة حالياً، تحولاً سريعاً من الشكل التقليدي البسيط، إلى الشكل الإلكتروني المتطور، وتعمل حكومات تلك الدول بشكل جدي على دعم عملية الانتقال هذه، وتوفير جميع أسباب النجاح لها، كونها تساهم بشكل كبير في توسيع الأسواق العالمية المتاحة أمام منتجاتها، و تشير العديد من المؤشرات إلى أن الإنترنت ستصبح القوة الأساسية التي تقود النمو الاقتصادي في كافة بلدان العالم في المستقبل، فظهورها و تطورها المذهل جعلنا نطرح العديد من الأسئلة عن حقيقة هذه التجارة، و ماذا يمكن لها أن تقدمه بالمقارنة مع أشكال المعاملات التجارية الاقتصادية البسيطة؟ و هل للجزائر الإمكانيات الكافية لقيام التجارة الإلكترونية وتطويرها بما يحقق لها الفائدة المرجوة و يضمن لها المنافسة داخل الأسواق العالمية.

و قد تم تقسيم هذا الفصل إلى المباحث الثلاثة التالية:

المبحث الأول سنتطرق فيه إلى نظرة عامة حول التجارة الإلكترونية في الجزائر في المطلب الأول و شبكة الانترنت في المطلب الثاني أما المطلب الثالث سنشير فيه إلى تطور عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر بين 2010-2020.

في المبحث الثاني سنشير فيه إلى تطبيقات التجارة الإلكترونية في الجزائر من خلال خمس مطالب: نشير في الأول إلى وضعية التجارة الإلكترونية في الجزائر، أما الثاني سنتطرق فيه إلى بعض تطبيقات التجارة الإلكترونية في الجزائر، وفي المطلب الثالث نشير إلى بعض موانع التجارة الإلكترونية في الجزائر بينما في المطلب الرابع سنتطرق إلى الدفع الإلكتروني في الجزائر، و نشير إلى وسائل الدفع في التجارة الإلكترونية في المطلب الخامس.

وفيما يخص المبحث الثالث سنتناول فيه معوقات التجارة الإلكترونية كمطلب أول، أما المطلب الثاني سنشير فيه إلى العقبات التجارية و القانونية التشريعية، و سنتطرق من خلال المطلب الثالث إلى حتمية التجارة الإلكترونية في زمن كورونا في الجزائر.

المبحث الأول : البنية التحتية للتجارة الالكترونية

إن أهمية تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الوجود الفعلي للتجارة الالكترونية لم تعد اليوم محال للجدل في أي منطقة من مناطق العالم، فالتجارب الدولية المعاصرة قامت بإثبات أن الطريق الوحيد لتحقيق تقدم في مجال تطبيق التجارة الالكترونية والحصول على مكانة في السباق العلمي و المعلوماتي الحالي هو توفير بنية تحتية جد متطورة لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات.

لا يمكن الحديث عن نشأة التجارة الالكترونية، إلا من خلال الحديث عن نشأة الانترنت، حيث برزت الانترنت إلى الوجود لتلبية حاجة الجامعيين الأمريكيين لتبادل المعلومات مع الآخرين، وكذا إدارة الجيش الأمريكي لوضع شبكة لا مركزية للمعلومات تكون بعيدة عن أي خطر "حرب نووية"، هاتان الإرادتان المتضاربتان، -الجيش الأمريكي و حاجته لشبكة معلومات لا مركزية، بحيث لا يمكن تدمير معلوماتها، و الباحثون على عكس ذلك و حاجياتهم للدخول بسهولة إلى بنك عالمي للمعلومات. (نورثن و سميث، 1997، صفحة 51)

شبكة الانترنت تجمع هذا التناقض من خلال أن المعلومة تقسم على آلاف الحواسيب، هذه الأخيرة تتصل مع بعضها البعض بناء على نظام موحد يسمح بالانتقال من واحد لآخر بطريقة شفافة مما يمكن سهولة الدخول إلى مجمل المعلومات المخزنة، و من هذا المنطلق أدركت المؤسسات الاقتصادية، الأهمية البالغة للحصول على موقع في الانترنت، و هذا يعتبر بالنسبة لها حيزا لعرض بياناتها بشكل مباشر، من خلال عرض المنتجات والخدمات التي تقدمها، و هذا يعني أن شبكة الانترنت، كانت ركيزة إعلانية حديثة تركز تجارة تعكس هذا التطور تمثلت في التجارة الالكترونية، حيث بدأت تطبيقات هذه الأخيرة في أوائل السبعينات من القرن الماضي و أكثرها شهرة، تطبيق التحويلات المالية الالكترونية، ولكن مدى هذا التطبيق لم يتجاوز المؤسسات التجارية العملاقة و بعض الشركات الصغيرة، و بعدها إلى التبادل الالكتروني للبيانات "EDI"، الذي وسع تطبيق التجارة الالكترونية من مجرد معاملات مالية إلى معاملات أخرى شملت التجارة، و تسبب في ازدياد عدد الشركات المساهمة في هذه التقنية من مؤسسات مالية إلى مصانع، بائعي التجزئة، و مؤسسات خدماتية أخرى ظهرت أيضا مثل بيع و شراء الأسهم، تذاكر السفر على الانترنت و على شبكات خاصة، مثل هذه الأنظمة كانت تسمى بتطبيقات الاتصالات السلكية و اللاسلكية و قيمها الاستراتيجية كانت معلومة و ظاهرة للعيان و مع جعل الانترنت مادة مالية و ربحية في التسعينات من القرن الماضي، و نموها و انتشارها إلى الملايين من البشر، خرج مصطلح التجارة الالكترونية إلى النور، و هو المصطلح الذي أطلقه الأمريكيون سنة 1994م (بوجعيط و نجم، 2002، صفحة 29) على النشاط التجاري الذي يتخذ من التطور التكنولوجي في ميدان الاتصالات بنيته الأساسية.

المطلب الأول: نظرة عامة حول التجارة الالكترونية في الجزائر

إن النمو العالمي السريع للتجارة الالكترونية والاتجاه الدولي المتزايد لنشر تطبيقاتها لا يترك للجزائر أي مجال للتردد و المماثلة في تطبيق هذا النوع الجديد من التجارة، و إن محاولة رصد و دراسة مدى تبني الجزائر للتجارة الالكترونية و الرغبة في نزع الغموض عنها، يستوجب ضرورة توافر إحصائيات جد دقيقة حول هذا الموضوع إلا أنه يبقى عدم الانطلاق الفعلي لهذه

التجارة ، وبقائها مجرد حلم ينتظر تحقيقه بفارغ الصبر ، و كذلك بسبب قلة الوسائل الصحيحة للقياس و عدم وجود جهات و هيئات مختصة مدركة لأهمية التجارة الإلكترونية و نسقت الجهود لتطويرها و تشجيعها ، و بالتالي تكون مصدرا قادرا على توفير البيانات و المؤشرات ذات الدلالة على مدى التقدم في تطبيق التعاملات التجارية الإلكترونية . فعلى هامش افتتاح الصالون الدولي لتكنولوجيا الإعلام و الاتصالات في 31 ماي 2009 الذي حمل شعار 'التجارة الإلكترونية و الاقتصاد المعرفي ' أعلن كل من الوزير السابق لوزلية تكنولوجيا الإعلام والاتصال حميد بصالح والوزير السابق للتجارة هاشمي جعوب عن انطلاق التجارة الإلكترونية للتجارة في شهر أفريل 2009 . كما تفاوتت أهمية اللجوء إلى التجارة الإلكترونية حسب نوع السلعة أو الخدمة لأن بعضها في اعتماده على التجارة التقليدية يحقق نتائج أحسن مما لو استخدم الوسائل الإلكترونية في مبادلاته التجارية، و يظهر هذا جليا في السلع التي يفضل المستهلكين معاينتها عن قرب و التحقق من جودتها و صلاحيتها قبل شرائها، و في المقابل نجد أن السلع التي تحمل علامات تجارية معروفة تجد سهولة في بيعها عبر الانترنت .

كما تتميز التجارة الإلكترونية بالعديد من الخصائص و التي هي عبارة عن مجموع الصفات و المحددات التي تميزها عن التجارة التقليدية، و من أهم هذه الصفات نذكر:

1 - الاعتماد على الوسيط الإلكتروني :

حيث أن التعاملات بين المشاركين في هذه التجارة تكون من خلال وسائل إلكترونية كأجهزة الكمبيوتر التي تكون موصولة بمختلف الشبكات التي تتمثل أساسا في الشبكة العالمية المفتوحة و هي الانترنت Internet أو الشبكات الخاصة المغلقة و هي الانترنت Intranet أو الاكسترنات Extranet، و قد يكون هذا الاعتماد كليا بدءا من عرض المنتج إلى غاية تسليمه و ذلك بالنسبة لبعض السلع والخدمات كبرامج الكمبيوتر، التسجيلات الموسيقية، الأفلام، الكتب، التقارير، الأبحاث، الاستشارات و غيرها، أو جزئيا بالنسبة لباقي المنتجات المادية أو الخدمات التي تستدعي التعامل المباشر.

2 - تجارة عابرة للحدود

فهي تجارة كونية لا تعرف الحدود بين الدول أو القارات، فيمكن لأي شخص طبيعي أو معنوي أن يتعامل بها بغض النظر عن جنسيته أو مكان تواجده، و هذا الأمر يطرح عدة إشكالات خاصة من الناحية القانونية، كالقانون اللازم تطبيقه في حالة النزاع بين المتعاملين.

3 - تطوير منشآت الأعمال و تحسين أداؤها:

مما لا شك فيه أن التطور السريع الذي يشهده مجال التجارة الإلكترونية دفع منشآت الأعمال إلى التأقلم بسرعة فائقة حتى تستطيع تلبية احتياجات الزبائن، و بالتالي يكون للتجارة الإلكترونية أثر كبير على خطط معظم منشآت الأعمال لتصبح هذه التكنولوجيا مألوفة لدى هذه المنشآت على نحو سريع من حيث تعلم و فهم تلك الوسائل التكنولوجية فهما كاملا إلى جانب فهم قوتها لإعادة تشكيل علاقاتها مع العملاء، وبصورة مماثلة تحتاج وسائل التكنولوجيا الجديدة اتجاهات تنظيمية جديدة، فمثلا من الممكن تغيير الهيكل التنظيمي الذي يتعامل مع التجارة الإلكترونية عن ذلك الذي يستخدم في المنشأة في ، و في

الظروف العادية، و ذلك حتى يكون الهيكل التنظيمي أكثر مرونة و تجاوبا مع السوق هذا الصدد نشير إلى أن التكنولوجيات الحديثة تفرض على المنشآت تبني الهيكل التنظيمي الشبكي بدل الهرمي.

4 - غياب كلي أو جزئي للمستندات الورقية في المعاملات :

اين يمكن إتمام صفقة تجارية كاملة بدءا من التفاوض على الشراء و التعاقد و دفع قيمة البضاعة و استلامها إلكترونيا (في حالة السلع القابلة للتقييم) دون تبادل مستندات ورقية على الإطلاق، و هنا تظهر مشكلات جديدة و المتمثلة في إثبات التعاملات و العقود و توثيق الحقوق و الالتزامات و إثبات صحة التوقيعات و الحفاظ على حقوق الملكية الفكرية، و هذا ما أدى بمنظمات دولية و حكومات متعددة إلى الابتعاد عن مثل هاته المعاملات. بالإضافة إلى مسألة الأمان في إرسال و استقبال الرسائل **(د العيساوي، الصفحات 32-33)** و تم وضع قانون خاص بالتجارة الإلكترونية خاصة و أن البعض قد اختص في قرصنة برامج أجهزة الحاسوب و اختراقها و التغيير في محتوى الرسائل أو إرسال رسائل أخرى مغلوطة ينتج عنها نتائج بالغة الخطورة **(المومني، 2003، صفحة 34)**

5 - السرعة :

تعرف التجارة الإلكترونية بالسرعة الفائقة instantaneous، و هي سرعة التعاقد و سرعة التسليم بالنسبة للعديد من الصفقات وفق نظام الوقت المحدد time in Just، و من ثم فهي تختزل عنصر الزمن، فلقد اعتدنا أن نذكر عند التفرقة بين التجارة المحلية و الدولية عاملي المسافة و الوقت، و الواقع أن التجارة الإلكترونية الدولية جاءت لتختزل هذين العاملين إذ هي تختزل الحدود و تتم في وقت جد قصير ، و من ثم فهي تحدث ربما على نحو أسرع من التجارة الداخلية بدون وسائل الكترونية، اين يمكن شراء كتاب و دفع مقابله و الحصول عليه في نفس الوقت الذي يجلس فيه الإنسان على مكتبه، على نحو أسرع مما لو ارتدى ثيابه و خرج لشرائه من مكتبة تقع في أول الشارع الذي يقطن فيه **(د السيد أحمد ، الصفحات 38-39)**.

6 - تبين أهميتها بالنسبة للنشاطات التجارية:

تفاوت أهمية اللجوء إلى التجارة الإلكترونية حسب نوع السلعة أو الخدمة لأن بعضها في اعتماده على التجارة التقليدية يحقق نتائج أفضل مما لو استخدم الوسائل الإلكترونية في مبادلاته التجارية، و يظهر هذا جليا في السلع التي يفضل مستهلكوها معابنتها عن قرب قبل شرائها، و في المقابل نجد أن السلع التي تحمل علامات تجارية معروفة تجد سهولة في بيعها عبر الانترنت.

7 - التطور السريع:

و نظرا لارتباطها الوثيق بالتكنولوجيات الحديثة و المتطورة للمعلومات و الاتصالات التي تعرف دوما تطورات متزايدة فإن التجارة الإلكترونية تعرف بالتغير المتزايد و الدائم الذي يؤدي إلى عدم استقرار النظم و القواعد التي تخضع لها هاته التجارة، مما يتطلب تحديثها بصفة مستمرة لمواكبة التغيرات الحاصلة.

8 - التعامل دون الكشف عن هوية المتعاملين:

من الممكن جدا أن تجري عملية تجارية على الانترنت بين طرفين مجهولين لا يعرف أحدهما الآخر، حيث لا يمكن لأي منهما رؤية الآخر، و قد لا يملك أحدهما معلومات كافية عن الشخص الذي يتعامل معه، بما في ذلك موطنه أو المكان الذي يجري منه الاتصال، كذلك قد يقدم طرف لآخر معلومات زائفة أو خادعة دون أن تكون هناك دائما طريقة ميسورة للتأكد من هذه المعلومات، و من ذلك التعامل ببطاقة ائتمان مسروقة، أو الوعد بتقديم ضمانات أو خدمات ما بعد البيع دون ضمان حقيقي بأن يلتزم البائع بذلك، أو انتحال صفة "بنك و" بجميع الأموال تحت إغراء الوعد بعائد كبير دون وجود وسائل سهلة أو غير مكلفة يمكن أن يلجأ إليها المشتري للحصول على حقه (د العيساوي، صفحة 33).

9 - الحساسية السعرية :

ربما يعد من أكثر الصفات المميزة للتجارة الإلكترونية هو ما يسمى "باللعب على المكشوف" خاصة فيما يتعلق بالائتمان، و بخصوص البائع الإلكتروني، فإن العالم يكون مرثيا أمامه: المنافسين، الموردين، الأسعار، الخصومات... الخ، مما يمكن من المقارنة بسهولة بين العروض التنافسية، و تدعم النظرية الاقتصادية و نظرية سلوك المستهلك هذا الافتراض القائل بأنه كلما زادت معرفة المشتريين بأسعار البائعين كلما ارتفعت حساسيتهم للسعر كذلك فإن المسوقين الذين يجدون صعوبة بالغة في تمييز منتجاتهم، و كذلك الوسطاء الذين يقومون ببيع المنتجات التي تكون متوفرة لدى المشتريين معلومات كثيرة عنها، سوف يواجهون صعوبة تتعلق بحساسية المشتريين لأسعارهم و ذلك بعكس الحال بالنسبة لمسوقي العلامات المميزة أو السلع الخاصة و حيث أن الكثير من العملاء سوف يرحلون عبر الانترنت للبحث عن اقل الأسعار و أفضل العروض بدلا من التنقل الشخصي بين المتاجر و استهلاك الوقت و الجهد، فإنه من المتوقع أن ترتفع مظاهر الحساسية السعرية في المستقبل بالنسبة للعديد من المنتجات.

و منه يمكننا تلخيص بعض الأمثلة حول المنافع التي تعود على منشآت الأعمال التي تتعامل بالتجارة الإلكترونية فيما يلي :

- تكاليف إعلان منخفضة؛

- كلفة تسليم منخفضة (بالنسبة للسلع التي يمكن تسليمها بالطرق الإلكترونية)؛

- تحسين ملحوظ في عمليات الأبحاث السوقية و التخطيط الاستراتيجي؛

- انخفاض كلفة تصنيع و تصميم المنتجات؛

- توفير المزيد من الفرص لخدمة القطاعات السوقية الصغيرة جدا (تسويق الفئة المهمة Niche marketing)

- فرصة الوصول و التعرف على أسواق جديدة؛

- مشاركة العميل في ابتكار السلع و الخدمات.

المطلب الثاني: شبكة الانترنت

لقد أثمر ظهور الانترنت إلى أسطورة جديدة لعالم أفضل يصبو إليه كل الناس، أين يكون عالما أكثر ثراء و ديمقراطية و انسجاما و ثقافة. وشهدت الانترنت تطورا كبيرا مع دخولها للمرة الأولى في الجزائر عام 1993 عن طريق مركز البحث للمعلومات العلمية والتقنية (م ب م ع ت سيريست Cerist) وهو مركز للأبحاث تابع للدولة الجزائرية، في عام 1998 صدر المرسوم الوزاري رقم 265 لعام 1998 الذي بموجبه أمهي احتكار خدمة الإنترنت من الدولة وسمح للشركات الخاصة بتقديم هذه الخدمة و الاستفادة منها، حيث أن هذا المرسوم اشترط على الذين يريدون هذه الخدمة لأغراض تجارية أن يكونوا جزائري الجنسية، ويتم تقديم الطلبات مباشرة إلى وزير الاتصالات، وفي عام 1998 ظهرت أولى شركات التزويد الخاصة وارتفعت أعداد الشركات التي تزود الزبائن بشكل مستمر إلى غاية بلوغ 18 شركة بحلول شهر مارس عام 2000. ورغم تحرير قطاع الاتصالات في الجزائر إلا أن الوضع الحالي بالنسبة لشبكة الانترنت ما يزال ضعيفا مقارنة بدول الجوار، كما تشير الإحصائيات أن مجموع مستخدمي الإنترنت في الجزائر بلغ 1.9 مليون شخص حتى نهاية عام 2005.

أما في مايو 2008 وبقرار من وزارة البريد وتكنولوجيا الاتصالات بتخفيض سعر الاشتراك إلى النصف لدى أكبر شركات تزويد الإنترنت التابعة للحكومة الجزائرية وهي اتصالات الجزائر، مما زاد من عدد المشتركين بشكل معتبر.

إن الرغبة المتزايدة للجزائر في التحول نحو اقتصاد المعرفة والتي تعد التجارة الالكترونية جزءا منه ، يفرض لها أن تتحقق و تتجسد على أرض الواقع مع تطور و نضوج الانترنت كوسيط الكتروني يؤدي إلى تقريب المسافات و القضاء على الحواجز وتخفيض التكاليف ورفع الكفاءة والسرعة في انجاز المعاملات . ولقد زاد وعي الدولة الجزائرية بضرورة هذا التحول ، حيث كانت أولى الخطوات المتخذة لتحقيق هذه الرغبة الجارحة و تعميم تقنية الانترنت هي إسناد مهمة إنشاء شبكة وطنية و ربطها بالشبكات الدولية سنة 1993 لمركز البحث و الإعلام العلمي والتقني التابع لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي.

ومن غير المعقول التحدث عن التجارة الالكترونية الجزائرية قبل التطرق إلى بيئتها ، والتي تمثلت أساسا في عدد مستخدمي شبكة الانترنت ، فهذه الشبكة تعد الأرضية التي تقوم عليها كل عمليات التجارة الالكترونية (شوقي ناجي و اخرون،

2007، صفحة 46).

المطلب الثالث: تطور عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر بين 2010-2020

لقد دخلت خدمة الإنترنت أول مرة في الجزائر عام 1993 عن طريق مركز البحث للمعلومات العلمية والتقنية (وهو مركز للأبحاث تابع للدولة الجزائرية) و قد مرت بجملة من التطورات. بمرور السنين وصولا إلى عام 2010 حيث بلغ عدد المستخدمين حوالي 4,323,273 أي ما يقدر بحوالي 12.5% من عدد السكان. ومن أبرز شركات التزويد بالانترنت شركة (إيباد Eepad). لكن في مايو 2008 بقرار من وزارة البريد وتكنولوجيا الاتصالات والإعلام خفض سعر الاشتراك إلى النصف لدي أكبر شركات التزويد بالإنترنت التابعة لدولة الجزائر وهي (اتصالات الجزائر) حيث عرف عدد المشتركين ارتفاعا ملحوظا. نهاية 2015 أحصت وكالة ضبط الاتصالات 18583527 مشترك، وهو ما يمثل حوالي 46% من السكان. هناك 72% من مستخدمي الإنترنت في الجزائر أعمارهم ما بين 15 و 19 عاما، بما في ذلك 40% الذين يتصلون كل يوم. وبالتالي، ارتفع عدد المشتركين في شبكة الإنترنت من 2339338 في 2013 إلى 18'583'000 مشترك في عام 2015م (algerie focus، 2015)

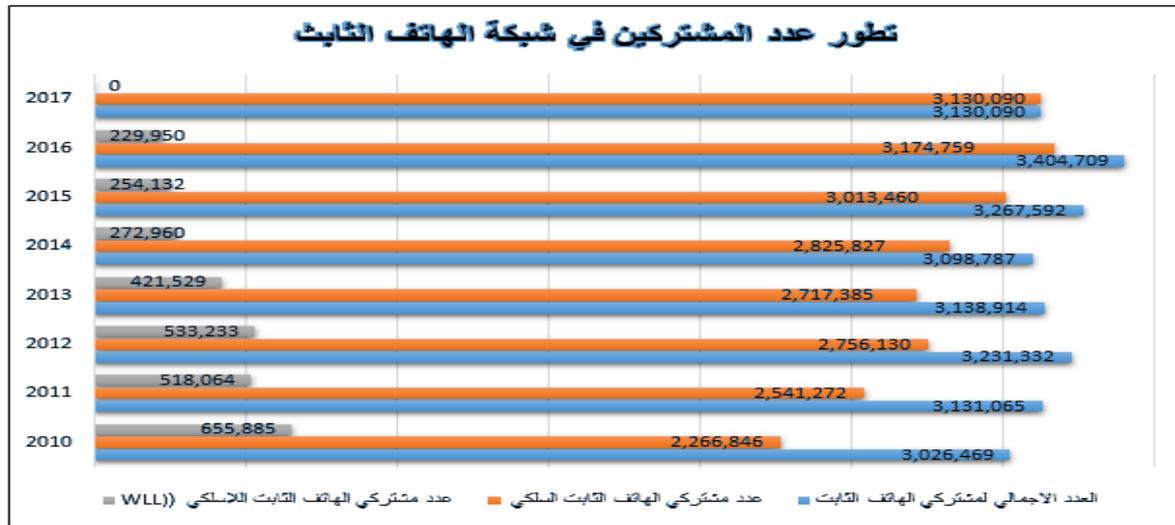
شهدت الجزائر نموا ملموسا في تحسين خدمات الانترنت منذ بداية 2018 حيث أصبح المتعاملين الثلاث للهاتف النقال في الجزائر (موبيليس، أوريدو، جيزي) يقدمون عروض بأحجام انترنت أكبر وبسعر أقل عكس العام الماضي والذي قبله أين كانت أحجام الانترنت صغيرة بأسعار خيالية. حيث نرى أن عدد المتصلين بالإنترنت بالجزائر وصل لغاية 20 مليون نسمة بنسبة 47% من النسبة الإجمالية لعدد السكان وفق آخر الإحصائيات المنشورة في جوان 2018. كما رصد ارتفاعا في عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر أين بلغ 16.1 بالمائة منذ جانفي 2020، بزيادة 3.6 مليون شخص انضموا إلى الشبكة العنكبوتية.

و خلال نفس السنة، التحق 3 ملايين جزائري بشبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 13.6 بالمائة، فيما انضم أكثر من 963 ألف إلى مستخدمي الانترنت بواسطة الهواتف النقالة بزيادة بلغت 2.1 بالمائة. وبلغ عدد الجزائريين الإجمالي للذين يستخدمون شبكات التواصل عبر الهواتف النقالة 24.48 مليون شخص بنسبة 97.9 بالمائة من العدد الإجمالي لمستخدمي الانترنت. كلها مؤشرات توحى بأن عدد المستخدمين للانترنت في الجزائر قد ارتفع بشكل كبير مقارنة بالسنوات الماضية.

➤ مؤشرات تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال و مجتمع المعلومات:

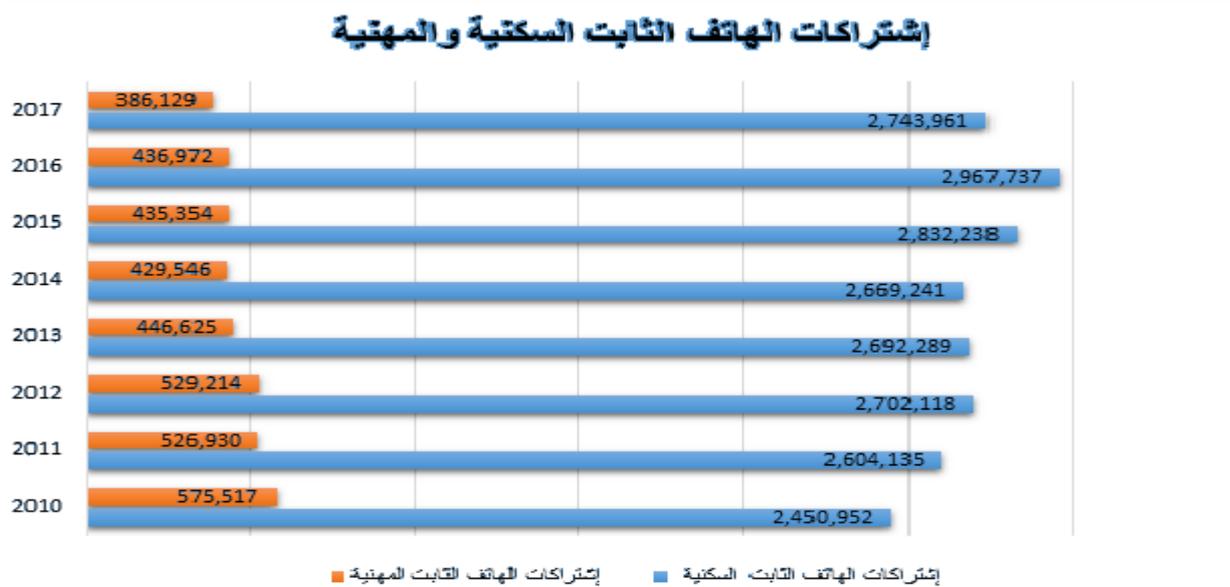
• مؤشرات شبكة الهاتف الثابت:

شكل 01: تطور عدد المشتركين في شبكة الهاتف الثابت.



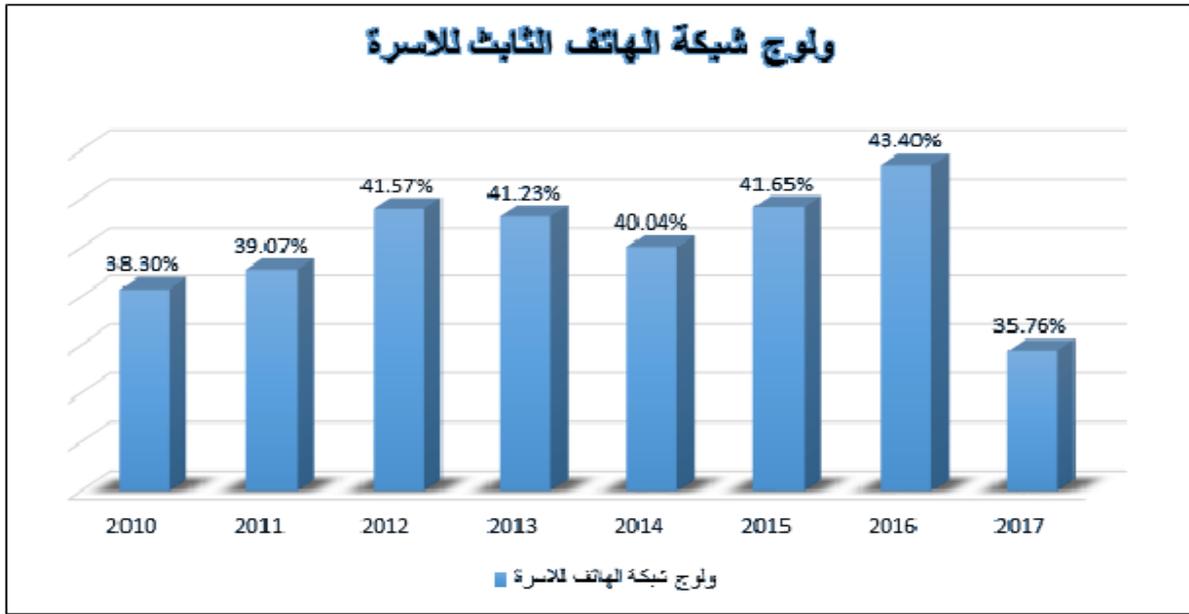
يتجه عدد مستخدمي الهاتف الثابت في الجزائر في الثلاث سنوات الأخيرة نحو استقرار نوعي حيث فاق الثلاث ملايين مشترك منذ سنة 2015؛ كما عرفت سنة 2017 الاستغناء عن تكنولوجيا الهاتف الثابت اللاسلكي الذي خصص للمناطق الريفية وذلك راجع إلى إستراتيجية الدولة بتزويد هذه المناطق ببنية تحتية للاتصالات أكثر نجاعة؛ كما نجد أن كثافة الهاتف الثابت عرفت انخفاضا حيث بلغت في سنة 2017 نسبة 07,50 % وفي سنة 2016 نسبة 8,26 % ويرجع ذلك لتوجه المواطن إلى الهاتف النقال.

شكل 02: اشتراكات الهاتف الثابت السكنية والمهنية.



حتى سنة 2017، اشتراكات الهاتف الثابت السكنية لا تزال تهيمن من حيث العدد حيث وصلت النسبة إلى 87.66% من إجمالي عدد المشتركين، أما بخصوص عدد اشتراكات الهاتف الثابت المهنية فقد عرف انخفاضاً من سنة إلى أخرى وهذا راجع إلى التوجه إلى تكنولوجيا الهاتف النقال.

شكل 03: ولوج شبكة الهاتف الثابت للأسرة.



عرفت نسبة ولوج شبكة الهاتف الثابت للأسر نقصانا خلال سنة 2017 حيث بلغت 35.76% وهذا راجع دائما للتوجه نحو تكنولوجيا الهاتف النقال (<https://www.mpt.gov.dz/ar/content>).

• مؤشرات شبكة الهاتف النقال:

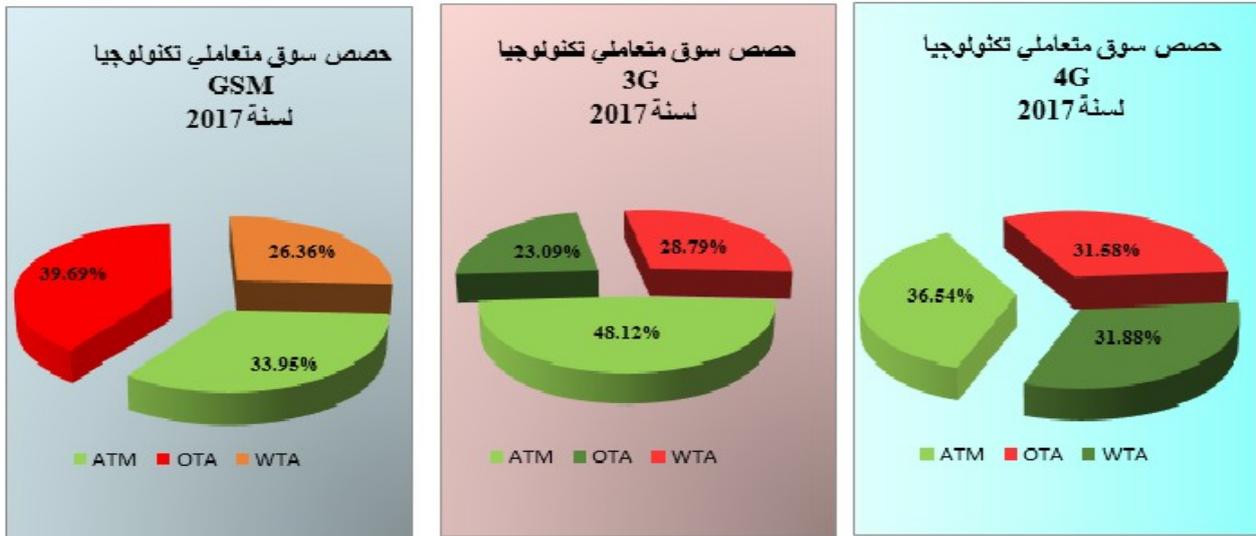
تم فتح سوق الهاتف النقال للمنافسة بالجزائر إثر إصدار القانون رقم 03-2000 المؤرخ في 05 أوت 2000 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات، وينشط حاليا 03 متعاملين للهاتف النقال داخل السوق الجزائرية. شهدت خدمات الهاتف النقال في الجزائر تحسنا ملحوظا حيث تجاوزت نسبة تغطية السكان بشبكة الهاتف النقال 98% عام 2016 وهذا ما يفسر الارتفاع المستمر لعدد المشتركين حيث وصل إلى 49,87 مليون مشترك سنة 2017 مقابل 47,04 مليون مشترك سنة 2016 أي بزيادة قدرها 6,02%.

شكل 04: عدد المشتركين في الهاتف النقال حسب نوع طريقة الدفع بالمليون.



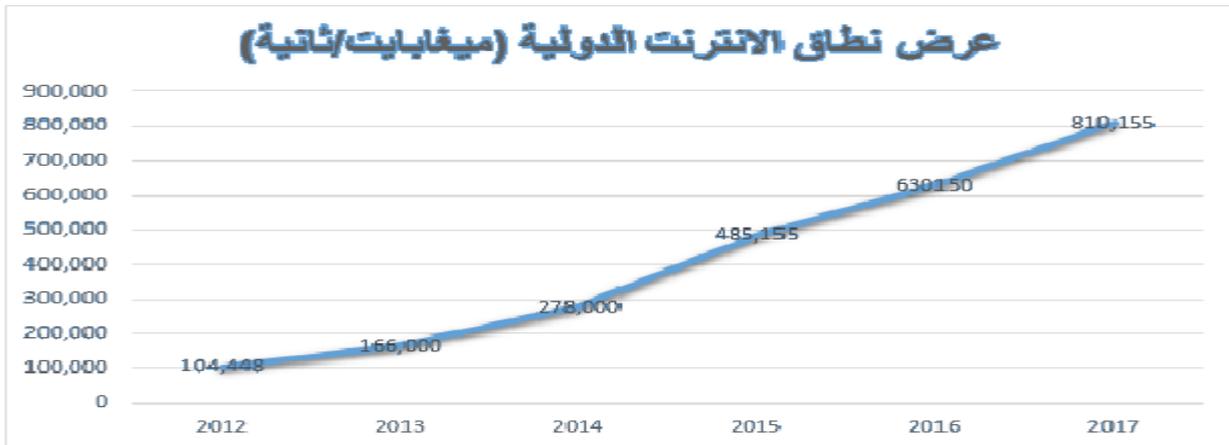
بدأت خدمة الهاتف المحمول الجيل الثالث 3G في الجزائر في ديسمبر عام 2013. وفي شهر واحد فقط تم تسجيل 308019 مشترك، وتضاعف هذا الرقم 27 مرة في عام 2014؛ وفي عام 2017 وصل إلى أكثر من 23 مليون مشترك. في إطار التحديث ونشر شبكة الاتصالات في البلاد لتوجيه البلاد نحو الاقتصاد الرقمي، أعلنت السيدة وزيرة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيات والرقمنة، حاليا، يوم 1 أكتوبر 2016 من إلى الانطلاق الرسمي للجيل الرابع للهاتف النقال في الجزائر حيث تم تسجيل 10968492 مشترك سنة 2017 حيث يمثل عدد الاشتراكات المدفوعة مسبقا نسبة 87,95٪ حول توزيع حصة السوق بين متعاملين الهاتف النقال (GSM)، لم يتغير الترتيب منذ سنين، حيث في عام 2017، تتولى شركة «أوراسكوم تليكوم الجزائر» الصدارة بـ 39,69٪، تليها «الجزائر للاتصالات موبيليس» ثم «الوطنية للاتصالات الجزائر». أما بالنسبة لسوق الجيل الثالث 3G والرابع 4G، «موبيليس» تقود المتعاملين بـ 48,12٪ و 36,54٪ على التوالي.

شكل 05: حصص سوق متعاملي التكنولوجيا.



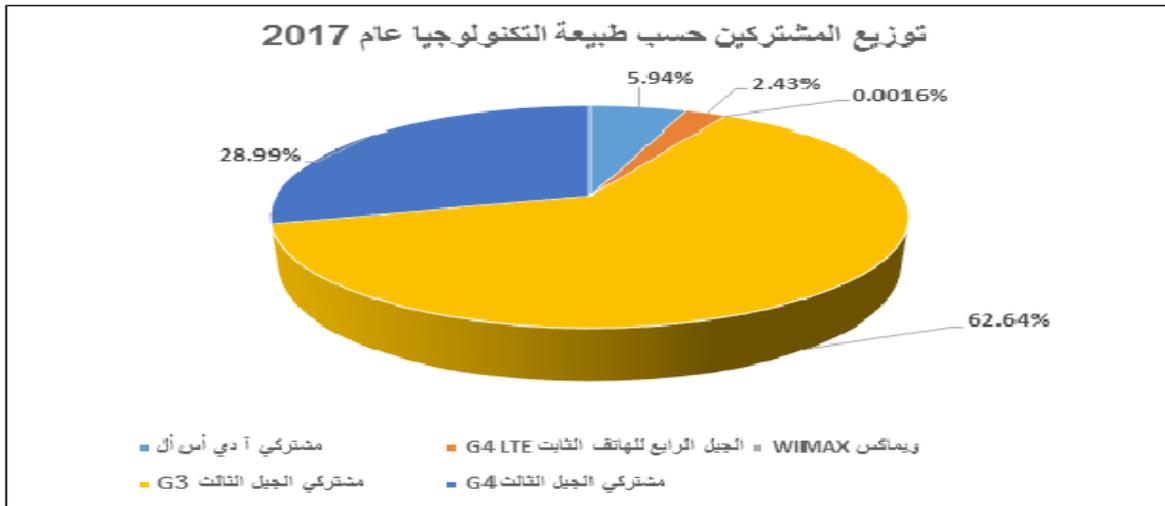
• مؤشرات شبكة الانترنت الدولية:

شكل 06: عرض نطاق الانترنت الدولية (ميغابايت/ ثانية)



في إطار عصرنة البنية التحتية والخدمات، تتواصل عمليات الربط بشبكة الألياف البصرية، ففي أواخر سنة 2017 تم ربط كل البلديات بشبكة الألياف البصرية. من أجل تلبية حاجيات مستخدمي الانترنت الجزائريين وكذا تقديم خدمة ذات نوعية، لم يتوقف النطاق الدولي عن التطور بحيث بلغ في أواخر سنة 2017 حوالي 810155 جيجابايت/ ثانية.

شكل 07: توزيع المشتركين حسب طبيعة التكنولوجيا عام 2017.



فيما يخص شبكة الانترنت في الجزائر، فقد بلغ عدد المشتركين 37.83 مليون في أواخر 2017، من بينهم 34 مليون

مشترك في الهاتف النقال، ومن المتوقع أن يرتفع الرقم أكثر مع استخدام تكنولوجيا التدفق العالي اللاسلكي للهاتف الثابت (G4LTE). (<https://www.mpt.gov.dz/ar/content>)

• مواقع الويب وخدمات الانترنت:

جدول رقم 01 يوضح مؤشرات استعمال مواقع الانترنت

المؤشرات	السداسي الأول 2015
عدد مواقع الانترنت dz.	7148
عدد المواقع المؤسسية (الوزارات والهيئات التابعة)	587
عدد الاستثمارات المتوفرة	265
عدد الإجراءات المتوفرة على الانترنت	29

بهدف تطوير الإدارة الالكترونية تم وضع مواقع انترنت مؤسسية من أجل السماح للمواطنين بالوصول إلى مختلف المعلومات

الضرورية والتفاعل مع الإدارة وكذلك من أجل إجراء بعض العمليات الكترونياً. (

<https://www.mpt.gov.dz/ar/content>)

كشفت تقرير مفصّل عن مستخدمي الانترنت في العالم، أن أكثر من نصف الجزائريين يستعملون الشبكة العنكبوتية، و25 مليون ينشطون في شبكات التواصل الاجتماعي.

ويتضمن النشاط الرقمي من حيث التجارة الإلكترونية والإنترنت ومواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي والألعاب الرقمية ونسبة استخدامها من قبل الشرائح السكانية المختلفة ونموها السنوي والمقارنة مع البلدان الأخرى.

وحسب التقرير فإن عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر بلغ 26.35 مليون شخص بنسبة 59.6 بالمائة من العدد الإجمالي للسكان.

وبلغ مستخدموا شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر 25 مليون شخص بنسبة 56.5 بالمائة، من العدد الإجمالي للسكان البالغ 44.23 مليون نسمة، فيما ولج 46.82 مليون مستخدم إلى الانترنت بواسطة الهواتف النقالة ما يشكل نسبة 105.8 بالمائة.

3.6 جزائري ينضمون إلى الشبكة العنكبوتية منذ جانفي 2020

ورصد التقرير ارتفاعا في عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر بلغ 16.1 بالمائة منذ جانفي 2020، بزيادة 3.6 مليون شخص انضموا إلى الشبكة العنكبوتية.

وخلال نفس السنة، التحق 3 ملايين جزائري بشبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 13.6 بالمائة، فيما انضم أكثر من 963 ألف إلى مستخدمي الانترنت بواسطة الهواتف النقالة بزيادة بلغت 2.1 بالمائة.

وبلغ عدد الجزائريين الذين يستخدمون شبكات التواصل عبر الهواتف النقالة 24.48 مليون شخص بنسبة 97.9 بالمائة من العدد الإجمالي لمستخدمي الانترنت.

وارتفع عدد سكان الجزائر خلال الفترة بين جانفي 2020 و جانفي 2021، بأكثر من 780 ألف نسمة بنسبة 1.8 بالمائة، حسب التقرير.

وحسب تقديرات التقرير يبلغ عدد سكان الجزائر 44.23 مليون نسمة، منهم 49.5 بالمائة إناث و 50.5 ذكور ويصل متوسط الأعمار إلى 28.6 سنة، ويعيش 74 بالمائة من السكان في المدن، فيما تبلغ نسبة الكثافة السكانية 18.6 شخصا في الكيلومتر المربع الواحد.

وذكر التقرير أن المعدل العام للتعليم لدى الأشخاص أكثر من 15 سنة بلغ 81.4 بالمائة، 75.3 لدى الإناث و 87.4 بالمائة لدى الذكور.

وحسب التقرير فإن عدد السكان الذين تساوي أعمارهم أو تفوق 13 سنة، 32 مليون نسمة (72.4 بالمائة من مجموع السكان)، أما الذين في فئة 18 سنة فما فوق فبلغ 28.7 مليون نسمة (65 بالمائة من مجموع السكان) بينما بلغ في فئة 16 إلى 64 سنة 26.9 بالمائة (60.8) بالمائة من مجموع السكان. وبخصوص نسب سرعة التحميل عبر الأترنت في الجزائر، فقد بلغت

13.23 ميغابايت في الثانية عبر الهواتف النقالة بارتفاع سنوي بلغ 67.9 بالمائة، و5.29 ميغابايت عبر الأنترنت الثابت، بارتفاع سنوي بلغ 34.9 بالمائة.

هذه المواقع الأكثر زيارة: واستند التقرير فيما يخص المواقع الإلكترونية الأكثر زيارة في الجزائر في ديسمبر 2020 على

إحصائيات "أليكسا" التي بينت تصدر موقع البحث google القائمة يليه youtube ثم ouedkniss وفي المرتبة الرابعة facebook و google.dz في المرتبة الخامسة.

وبخصوص التجارة الإلكترونية، يحوز 42.8 بالمائة ممن يفوق سنهم 15 سنة على حساب بإحدى المؤسسات المالية، و3.2 بالمائة على بطاقة إئتمان (5.1 بالمائة ذكور و1.3 بالمائة إناث)، ويقوم 4.6 بالمائة بعمليات شراء عبر النت.

المبحث الثاني : تطبيقات التجارة الإلكترونية في الجزائر

المطلب الأول :وضعية التجارة الإلكترونية في الجزائر

في قلب التطورات الاقتصادية و التكنولوجيا الحديثة التي يشهدها العالم مؤخرا يتنامى التفكير حول أهمية التجارة الإلكترونية البالغة كظاهرة حديثة تساهم في صياغة العالم المعاصر المتميز باستبدال عوامل الإنتاج التقليدية بعنصر المعلومات و قد ألفت هذه رواجاً و استحساناً كبيراً من الزبائن و المتعاملين ، و تمكنت في وقت و جيز من فرض وجودها على الدول المتقدمة و العربية على حد سواء ، إلا أن الجزائر — متأخرة و شبه غائبة عن متابعة التطورات التجارية الإلكترونية ، و لم تعطى التجارة الإلكترونية حقها ، و مؤخرا بدأت الجزائر تسعى بخطوات جد بطيئة في تلمس طريقها في مجال تطبيق هذه التجارة و جني الفوائد الكامنة فيها. (عبد الله ، صفحة 69).

الفرع الأول: سلبات التجارة الإلكترونية

و لعل أبرز السلبات التي قد تظهر جراء التعامل بالتجارة الإلكترونية نذكر ما يلي :

-المخاطر التي قد يتعرض لها الفرد و تتمثل خاصة في خطر الاطلاع على خصوصياته سواء تعلق الأمر بمعلوماته الشخصية كالاسم، العنوان، رقم حسابه البنكي، رقم بطاقة الائتمان و غيرها، أو المعلومات الخاصة بالمعاملة التجارية التي أجراها في حد ذاتها مثل ما الذي اشتراه، و من أي جهة ، و كيف سدد ثمنه ... الخ، هذا فضلا عن الأخطاء غير المتعمدة التي قد يرتكبها العميل أثناء إجراء المعاملة كأن يكتب 10 وحدات بدل وحدة واحدة تكون هي المطلوبة فعلا.

-غياب طريقة أو وسيلة للتأكد من صحة المعلومات المقدمة أو العروض المقترحة على شبكة الانترنت، و المثال التالي دليل على ذلك، فقد عرضت شركة أصحابها أمريكيون و ألمان على المستثمرين عن طريق الانترنت ما بدا أنه صفقة جيدة، و هي أن يشتروا أسهما في شركة جديدة، سريعة النمو يقدر عائدها ما نسبته 420٪ في السنة، و جمعت هذه الشركة أكثر من 1 مليون دولار بعد أن ذكرت للمستثمرين أن بنكا كبيرا يؤيد عملياتهم، و أن عمليات شركتهم مؤمنة ضد الخسارة و قد ثبت بعد ذلك أنه لم يكن هناك وجود لمثل هذا البنك، و لحسن الحظ أمكن ضبط أصحاب هذه الشركة و جرت محاكمتهم و صدر بحقهم حكم ببرد الأموال إلى أصحابها (العيسوي، 2003، الصفحات 77-78).

-المخاطر الناجمة عن الاتصال بالإنترنت، فلحد الآن لم يتم إيجاد طريقة توفر الحماية و الأمان التام لمستخدمي الإنترنت، و من هذه المخاطر مثلا، تدخل طرف ثالث خلال عملية نقل معلومات أو بيانات بين طرفين من أجل قرصنتها و الاستيلاء عليها أو إتلافها أو تغيير محتواها، و منها أيضا رسائل البريد الإلكتروني المحملة بالفيروسات التي تسبب مشاكل مختلفة لمتلقيها كإتلاف بعض الملفات أو تعطيل جهاز الكمبيوتر في حد ذاته.

-المشاكل التي يواجهها أصحاب المواقع الإلكترونية كعرض بياناتهم إلى التشويش أو التخريب أو التغيير بالإضافة إلى خطر إنزال بعض المعلومات من الموقع دون إذن أو ترخيص صاحبه، إلى جانب الأخطاء الناجمة عن سوء الاستخدام غير المقصود.

-ضرورة توفر بنية تحتية خاصة كأجهزة الكمبيوتر، الآلات القارئة، شبكات التوصيل و غيرها، حتى يمكن إتمام معاملات التجارة الإلكترونية و هذا خلافا للتجارة التقليدية التي تتم بطريقة أبسط من ذلك بكثير.

-وجود إشكال في استعمال اللغة بسبب اختلاف اللغات و اللهجات لدى كثير من شعوب العالم، فإن كان شخص ما يجهل لغة معينة فإن هذا يمكن أن يفوت عليه جميع الفرص التجارية التي تكون معروضة بهذه اللغة.

-التكاليف المرتفعة لاستخدام و نشر التكنولوجيات الحديثة للمعلومات و الاتصالات خاصة بالنسبة للدول التي لا تتوفر على مقومات إنشاء الصناعات الخاصة بإنتاجها محليا.

-عدم وجود إمكانية المعاينة المباشرة للسلع المعروضة خاصة تلك التي يفضل المستهلكون تفحصها قبل اقتنائها كالملابس.

-عدم نضج ثقافة الاستهلاك عن بعد لدى كثير من الأفراد الذين يرون في الخروج للتسوق بمثابة الزهة بالإضافة إلى رغبتهم في معاينة السلع و الخدمات عن قرب، فضلا عن عدم تأكدهم من استلام منتجات مطابقة لما تم الاتفاق عليه.

-عدم تطور أنظمة السداد الإلكتروني بشكل يضمن للأطراف المشاركة في المعاملات الإلكترونية أنتحويل أموالهم يتم بصفة آمنة تماما و أن الأموال المدفوعة لن تحيد عن وجهتها.

-مشاكل غياب المستندات الورقية في التجارة الإلكترونية حيث يمكن إتمام صفقة تجارية كاملة، بدءا من التفاوض على الشراء و التعاقد و دفع قيمة البضاعة و استلامها إلكترونيا، دون تبادل مستندات ورقية على الإطلاق (في حالة السلع القابلة للتقييم)، مما يثير مشكلة إثبات التعاملات و العقود و توثيق الحقوق و الالتزامات، و إثبات صحة التوقيعات و البيانات و الحفاظ على حقوق الملكية الفكرية و الوفاء بالنقود الإلكترونية، و ذلك لضمان كل طرف من أطراف المعاملات لحقوقه و عدم تعرضه للغش و السرقة و التدليس (د. الحداد و اخرون، صفحة 46).

-انتشار التهرب الضريبي خاصة و أنه لحد الآن لم يتم وضع تشريعات لمعالجة هذا الموضوع، و هذا ما جعل الحكومات تجد صعوبات عديدة في تحصيل الضرائب خاصة بالنسبة للمنتجات الرقمية، كما أن الطابع غير المحدود للتجارة الإلكترونية يجعل من الصعب تحديد الجهة التي يحق لها فرض الضريبة في حالة التعاملات بين الدول، زيادة على أن معظم وسائل الدفع الإلكترونية لا تكشف عن هوية أصحابها، و أيضا التعامل عبر الشبكات لا يتيح التعرف على أماكن المتعاملين بسهولة و هذا ما يصعب من إمكانية تحديد من يخضعون للضريبة و إلزامهم بدفعها.

- معظم وسائل الدفع الإلكترونية لا يتم استخدامها إلا لأغراض محددة و هذا ما يجعل اللجوء إلى استعمالها محدودا و هي بذلك لا تلقى القبول العام لدى جمهور المتعاملين الذي يعتبر صفة أساسية يجب توفرها في النقود.
- المتاعب الصحية التي قد يتعرض لها الإنسان نتيجة جلوسه الطويل أمام شاشة الكمبيوتر والاستخدام المستمر لمختلف التجهيزات الإلكترونية كالأضرار المتعلقة بالعمود الفقري و زيادة الوزن، إضافة إلى الآثار السلبية كالتأثيرات الإشعاعية التي يسببها الانتشار الواسع للشبكات و الوسائط الإلكترونية المختلفة في أرجاء المعمورة.
- انتشار عملية تشفير البيانات لحماية الخصوصية و الجهود المتواصلة لجعلها مضمونة مائة بالمائة، قد تكون لها سلبيات من جهة أخرى و هي تهديد الأمن الداخلي و الدولي ، إذ قد تستخدمها الشبكات ذات الأنشطة المشبوهة كعصابات المافيا، و تجار الأسلحة و الأعضاء، و المخدرات، للتستر على أعمالها خاصة من خلال عملية تبيض الأموال.
- هدر الوقت نتيجة قضاء ساعات طويلة للبحث عن السلع و الجودة و الخدمات المطلوبة و المقارنة بين مختلف العروض الموجودة من خلال الانتقال عبر الشبكة من موقع إلى آخر.
- توجد هناك قيود تقنية عديدة منها عدم تلاءم بعض برمجيات التجارة الإلكترونية مع بعض أنظمة التشغيل الخاصة بأجهزة الكمبيوتر و توفر بعض الخدمات كخدمة التوصيل مثلا في دول على حساب دول أخرى.

الفرع الثاني: حلول وسبل توسيع استخدام التجارة الإلكترونية في الجزائر

في ظل تزايد الاهتمام العالمي المستمر بالتجارة الإلكترونية، يجب على الجزائر أن تدرك حقيقة وضعها على الخريطة التجارية الإلكترونية الحديثة ، و أن تحاول جاهدة تدارك التأخر الحاصل و الاستفادة من الفرص التي تتيحها هذه التجارة ، من خلال إيجاد الحلول و اتخاذ بعض الإجراءات و ذلك من اجل النهوض بهذه التجارة و إيجاد البيئة التمكينية المناسبة لانتشارها على أوسع نطاق (شنايدر، 2000، صفحة 46).

أولا: السبل التوعوية

من المتفق عليه أن التحول نحو التجارة الإلكترونية والتعامل في عالم افتراضي خالي من الوسائل المادية الملموسة ، و لا يعترف بالحدود الزمانية و المكانية ،يشكل في واقع الأمر تحديا كبيرا لعادات استهلاكية و أفكار تجارية مستقرة منذ عقود طويلة ، ولذلك ليس من الممكن تطبيق التجارة الإلكترونية إلا في ضوء خطة إعلامية تنويرية علمية مدروسة بعناية ، و مخصصة حسب الفئات التي تتم مخاطبتها . فالقيام بهذه الحملة التوعوية التي تهدف إلى نشر الوعي و الاستعداد النفسي للدخول في عالم للتجارة الإلكترونية ، يعد عاملا أساسيا في تكوين رأي عام ايجابي حول هذه الخطوة و المزايا الناجمة عن التعامل بها لدى جميع الفئات بكافة أعمارهم وثقافتهم ، سواء كانوا أفراد أو مؤسسات . إذن فتجاح هذه السبل التوعوية في أداء الدور المنوط بها ،

يستدعي تركيزها على نشر الثقافة و المعرفة باستخدامات الإنترنت و التجارة الالكترونية ، و تحسيس الجمهور بفوائد هذه التجارة، و تكوين موارد بشرية ، و موائمة نظام التكوين و التعليم مع هذا النوع الحديث من المعاملات

01 -التثقيف الالكتروني : إذ يتم نشر الثقافة الالكترونية من خلال تنظيم و تنسيق ملتقيات تحسيسية وندوات و أيام دراسية توعوية حول التجارة الالكترونية ، و أهمية توظيف الإنترنت و تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات البالغة على الوجه الأمثل لخدمة الاقتصاد الوطني ، و ذلك بالتعاون مع شركات تقنية المعلومات و الهياكل الوطنية و الأجنبية . (العالق، 2007 ،صفحة 96) و يتم الاستعانة بكافة وسائل الإعلام السمعية و المرئية و المقروءة لوليد تيار متدفق من الفكر المدرك للأهمية .

02 -إعداد مجتمع الأعمال للتجارة الالكترونية : إن مسألة التوعية لا تقتصر على الأفراد فقط بل لا بد من أن تتعدى لتشمل المؤسسات كذلك ، فتبني تطبيقات التجارة الالكترونية في الشركات يعتمد بشكل كبير على مدى قبول هذه التكنولوجيا و إدراك إمكانياتها الضخمة من قبل العاملين في الشركة سواء كانوا مديرين أو موظفين .

03 -تتمين دور التعليم : في ظل اقتصاد المعلومات أين يتجه الاهتمام صوب النشاط كثيف المعرفة يخص جانب التعليم بدور جوهري باعتباره النطاق الذي تبنى فيه الطاقات البشرية التي تحتاجها صناعات اقتصاد المعرفة . فتطبيق التجارة الالكترونية يستدعي ضرورة اطلاق مبادرات لبناء و تنمية القدرات البشرية اللازمة للتحويل الى هذا النمط من التعمال (طارق، 2005،صفحة 01).

ثانيا :السبل التكنولوجية

تتعلق الحلول التكنولوجية التي تهدف إلى النهوض بالعناصر التالية :

01-تعميم استخدام الإنترنت : حيث إن الانتشار الواسع لشبكة الانترنت و تزايد استخدامها و بروزها كقاعدة للتجارة الالكترونية، ساهم بشكل ملحوظ في جعل هذه التجارة الطريقة الأرحص و الأكثر كفاءة للوصول إلى الأسواق الوطنية و العالمية و إتمام الصفقات ، مما يجعل من البديهي أن تضع الجزائر ضمن مشاريعها القادمة و المستعجلة ضرورة توسيع استخدام الانترنت و العمل على الاستفادة القصوى منه .

02 -تحرير سوق خدمات الاتصالات : ان من بين ما يحدث الآن من تطور التجارة الالكترونية هو انغلاق أبواب المنافسة في أسواق خدمات التكنولوجيا الإعلام و الاتصال ولهذا لا بد من تقليص دور القطاع العام و التوسع في تحرير هذه الخدمات من الاحتكار، من اجل خلق بيئة و سوق تنافسي تتعادل فيه الفرص و يكون حافزا و مشجعا على تطوير شبكة الاتصالات و زيادة معدلات الاتصال و تخفيض تكاليف الحصول على الخدمات فضلا عن تحسين نوعية الجودة و الخدمة.

03 -تشجيع القطاع الخاص على الاستثمار : تتميز البنية التحتية للاتصالات و المعلومات في الجزائر بكونها التزاما دون المستوى المقبول سواء من حيث نسب الانتشار و القدرات او التكلفة و لذلك يحتاج واقع البنية التحتية لكثير من الاستثمارات لتطوير أنظمة المعلومات و الاتصالات بشكل اكبر و أسرع.

04 - خلق صناعة محلية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات: تعتبر عملية تطوير صناعة جزائرية لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال احد الأركان الأساسية في مستقبل التجارة الالكترونية في الجزائر فلا يجب التركيز فقط على استيراد التكنولوجيا الجاهزة . (**سعد غالب والعالي،صفحة 97**)

05 - معالجة القضايا التنظيمية : أن وجود سلطة رسمية أو 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 .

ثالثا : السبل التشريعية

تختلف التعاملات في إطار التجارة الالكترونية في كثير من جوانبها عن التجارة التقليدية، فقد افرز الاعتماد المتنامي على شبكات المعلومات و نظم الحواسيب و الرقمنة في المجال التجاري جملة من التحديات القانونية التي لم يسبق للمشرع الجزائري مواجهتها ولهذا فان رغبة الجزائر في إقامة تجارة الالكترونية وتحقيق فوائد المرجوة منها يستدعي ضرورة القيام بتعديلات عميقة تشتمل على التوجه السريع للنظم القانونية الجزائرية من اجل معالجة الآثار الناجمة عن استخدام تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في الجانب التجاري، من خلال حركة تشريعية تعكس استجابة التشريع الجزائري للجدد و المستجد في هذا الحقل، حيث من اللازم ان تركز هذه الحركة على التحضير و التكييف السريع للإطار القانوني للتجارة الإلكترونية الذي يكفل تنظيمها على وجه يحقق شيوعتها و نمائها.

رابعا: السبل الاقتصادية والمالية

حيث تعد الحكومة المحرك الرئيسي و الفاعل للاقتصاد الوطني بشكل خاص و الدولي بشكل عام ، فبإمكانها اتخاذ مجموعة من التدابير و الإجراءات الاقتصادية و المالية التي من شأنها توفير قوة الدفع اللازمة لجميع أطراف مجتمع المعلومات لتبني فكرة التجارة الالكترونية .

01 - الشراكة بين القطاع الخاص و الحكومة : إن الرغبة في بناء مجتمع المعلومات يتطلب تنسيقا و تكاملا بين القطاع الحكومي و الخاص ،للتاح لكل قطاع فرصة القيام بالدور المنوط به في إيجاد آليات تسريع التحول نحو هذا المجتمع فمشروع التجارة الالكترونية جزء من مجتمع المعلومات التي يمكن للحكومة أن تقوم به بمفردها ، بل لا بد إسناد القيادة للقطاع الخاص ، و تفعيل دوره في مجال تطوير هذه التجارة بكافة أبعادها ، من خلال إعطاءه حرية الانطلاق و ضمان مشاركته في تحديد الرؤية و التخطيط و إعداد القواعد و النظم و الإجراءات اللازمة لتطبيق التجارة الالكترونية ،وتقييم ومتابعة تنفيذ هذا المشروع (طارق، 2005،صفحة 60)

02 - تنمية و تشجيع المؤسسات للتحول إلى التجارة الالكترونية : يوجد اتفاق عالمي أن القطاع الخاص يلعب الدور الفاعل و الرئيسي في تطور و نمو و ازدهار التجارة الالكترونية ، وما يميز مؤسسات هذا القطاع في الجزائر هو نقص اهتمامها بهذه التقنية التجارية التي ستفتح لها العديد من الآفاق الواسعة ، ولذلك يجب أن تلعب الحكومة الجزائرية دورا إيجابيا ، مشجعا و

محفزاً لهذه الشركات لتعظيم استخدامها للتجارة الالكترونية و رفع مستوى الوعي لديها بالفرص و التحديات التي تشكّلها هذه التجارة ، كما يمكن إنشاء سلسلة من الشركات التي تهتم بالتجارة الالكترونية ، وجميعها لإنشاء شبكات تجارية ومواقع تسويقية

أو بوابات الكترونية على شبكة الإنترنت، و التي تهدف إلى زيادة روابط التعاون بين هذه المنشآت و تدعيم المعاملات و الصفقات بينها عن طريق الاتصال المباشر.

03- تطوير وتنويع الهيكل الاقتصادي : أن التجارة الالكترونية تعد ركن أساسي من أركان الاقتصاد تعكس ما يدور فيه ، فازدهار هذه التجارة يتطلب تعبئة كافة القطاعات الاقتصادية لخدمتها .

04- رفع معدل الإنفاق على أنشطة البحث والتطوير: يمثل البحث و التطوير أحد أهم جوانب التطوير التكنولوجي ، فالدخول في اقتصاد المعرفة و تبني التجارة الالكترونية يستدعي ضرورة الخروج من النظرة الضيقة لقطاع البحث على أنه من غير الممكن ان يحقق قيمة مضافة ، و يمكن تجسيد ذلك بوضع خطة بحث و تطوير في تقنية المعلومات و الاتصالات تستهدف استقطاب الباحثين العلميين و الاستفادة القصوى من خبراتهم لزيادة ذخيرة المعرفة العلمية و استعمالها في إنتاج و تطوير منتجات و خدمات جديدة متعلقة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال (طارق، 2005،صفحة 61).

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

06- تخفيض التكاليف : لا بد أن تسعى الحكومة إلى تخفيض أسعار منتجات تكنولوجيا الإعلام والاتصال و خدمات النفاذ إليها من خلال حوصصة قطاع الاتصالات و فتح الباب للمنافسة ، و منح إعفاءات ضريبية للشركات العاملة في مجال تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و التجارة الالكترونية و تخفيض الرسوم الجمركية على منتجات تكنولوجيا الإعلام و الاتصال و التجارة الالكترونية و تخفيض الرسوم الجمركية على منتجات تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستوردة ليتاح لمعظم فئات المجتمع الحصول عليها .

المطلب الثاني: بعض تطبيقات التجارة الالكترونية في الجزائر

لا يقتصر مفهوم التجارة الالكترونية على عملية امتلاك موقع على الشبكة العنكبوتية العالمية، وعقد الصفقات وإقامة الروابط التجارية عبر هذه الشبكة ، بل تستعمل هذه التجارة مجموعة متنوعة من التطبيقات والتي تتمثل في مختلف الأنشطة الممارسة من قبل الشركات من خلال وسائل اتصالات الكترونية، على غرار عمليات الإعلان عن المنتجات والخدمات، تقديم المعلومات عن المنتجات عبر الخطوط الهاتفية (فريحة، 2006).

الفرع الأول: الإعلان عبر الانترنت

يعتبر الإعلان عبر الإنترنت من أكثر وسائل الترويج جاذبية و انتشارا في ظل الاتجاه نحو التجارة الالكترونية و تسويق المنتجات والخدمات عبر شبكة الإنترنت، بحيث يساهم الإعلان التجاري الالكتروني في تنمية وتطوير التجارة الالكترونية في الجزائر من خلال توفير بيئة تفاعلية لتزويد شريحة معينة من المجتمع و هم مستخدمو الانترنت الجزائريين بالمعلومات اللازمة عن السلع والخدمات مع إمكانية الطرح المباشر للاستفسارات و الحصول على إجابات فورية و من جهة أخرى يساعد هذا النوع من الإعلانات المؤسسات الجزائرية بكل أحجامها دون استثناء على جذب أكبر عدد من المستهلكين بفضل استعمال التكنولوجيا العالية وتميزها بمؤثرات صوتية و بصرية مذهلة و ملفتة للانتباه و بأقل تكلفة مقارنة بباقي وسائل الإعلان. ويتميز السوق الإشهاري في الجزائر بكونه لا زال في بداية المرحلة الأولى كون العديد من المؤسسات لا تزال خائفة من هذه الوسيلة بالإضافة إلى انخفاض تبني هذه المؤسسات لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال إلا أن الملاحظ هو النمو الكبير للاستثمارات الاشهارية عبر الانترنت من سنة إلى أخرى وقد بدأ الإعلان عبر الانترنت في الجزائر يقري شيئا فشيئا المعلنين، والذين قدر عددهم ب 11معلنا خلال فترة جويلية 2001 و قاموا بإطلاق حملة إعلانية عن طبيعة الخدمات التي تحظى بأكبر قدر من الترويج عبر الانترنت من 313 طرف، هؤلاء المعنيين فقد بينت هذه الدراسة أن قطاع السيارات فاز ب 31معلن عبر الانترنت و حصة سوق مقدرة 99 % متبوعا بقطاع التكنولوجيا الإعلام و الاتصال (الهاتف و المعلوماتية).و التي قدرت حصته السوقية ب . 91% و 31معلنا (الاتحاد الدولي للاتصالات, 2010)

الفرع الثاني : مراكز الاتصال

إن التجارة الإلكترونية بشكلها الواسع تتمثل في استخدام الوسائل الالكترونية المتنوعة التي وفرتها ثورة المعلومات و الاتصالات بغرض إنجاز المعاملات التجارية و من بين وسائل المستعملة الهاتف فليس من الضروري أن تتم التجارة الالكترونية عبر وسيط الالكتروني الانترنت، بل يمكن أن تتم عبر الهاتف، فالتعامل مع مراكز الاتصال يعد من تطبيقات التجارة الالكترونية، و هذه المراكز عبارة عن شركة خدمات عن بعد، وفي السابق كانت مراكز الاتصال تحاول جذب العميل و الحفاظ به بالتفاعل معه بواسطة الخدمات الهاتفية فقط لتقدم له خدمات البيع و خدمات ما بعد البيع .. الخ إلا أن التطور التكنولوجي سمح لهذه المراكز للتفاعل من خلال مجموعة من الوسائط الالكترونية كالفاكس، رسائل البريد الالكتروني الخ، ونظرا لكون عملية إيجاد

الزبائن و المحافظة عليهم في عالم التجارة الالكترونية عملية جد صعبة ، بسبب خصائص المستهلكين المميزة ، فان مراكز الاتصال تفهم تفكير الزبائن و تحلل احتياجاتهم و تساعد الشركات على مواجهة تحديات تقديم خدمة متميزة للعملاء من خلال إتاحة قواعد بيانات حول الزبائن الحاليين والمتوقعين ومدى تجاوبهم مع الخدمات الموفرة، مما ينعكس إيجابا على تطور التجارة الالكترونية الجزائرية.

المطلب الثالث : بعض مواقع التجارة الالكترونية في الجزائر

إن النمو العالمي المتسارع للمواقع التي تركز مفهوم التجارة الالكترونية زاد من قناعة المؤسسات الجزائرية والأفراد على حد سواء لضرورة استخدام شبكة الانترنت لعقد الصفقات الالكترونية ، و هو ما انعكس على نمو عدد ومحتوى مواقع التجارة الالكترونية الجزائرية .

الفرع الأول: دار الشهاب

تعتبر دار الشهاب من أهم المؤسسات الجزائرية التي أدركت مبكرا ضرورة تعظيم الاستفادة من ثورة تكنولوجيا الإعلام والاتصال لتسويق منتجاتها ، حيث يحتوي موقع هذه الدار على نظام متكامل للتجارة الالكترونية يسمح ببيع منتجاتها من خلال الانترنت داخل الجزائر وخارجها . ويحتوي هذا الموقع على فهرس الكتروني يقدم معلومات مفصلة ودقيقة حول الكتب المتوفرة (اسم الكاتب ، تاريخ النشر ، السعر الخ) ، وبعد تسجيل المستهلك في الموقع و تقديمه للمعلومات الشخصية (الاسم ، الهاتف ، العنوان يحصل على اسم دخول وكلمة سر ، تمنح له حرية التصفح واختيار الكتب التي يرغب في اقتناءها بالضغط على رمز السلة ليضاف المنتج تلقائيا إلى قائمة المشتريات ، وبعد تأكيد الطلبية يكون للمستهلك الحق في اختيار مدفوعاته سواء بإرسال شيك بالبريد أو تحويل المبلغ للحساب البنكي لدار النشر ، وأخيرا ترسل دار النشر الكتاب إلى العنوان المحدد سواء داخل الجزائر أو خارجها.

الفرع الثاني: سوق الجزائر

يهتم سوق الجزائر سوق الجزائر بالمزادات و الصفقات الالكترونية بين الأفراد ، فهو يسعى إلى تحقيق التواصل بين الأفراد الراغبين في بيع وشراء سلعة معينة عبر شبكة الويب مقابل رسم محدد ، فبعد عرض البائع للسلعة والتي غالبا ما تكون كتب ، برامج ، ألعاب ، أفلام في القسم المناسب لها يتمكن المشتري صاحب أعلى سعر من الفوز بالمزاد ، ويربح السلعة ، ثم يتيح له الموقع إمكانية التواصل مع البائع للاتفاق على كيفية تسديد قيمة السلع و طريقة شحنها ، كما يستطيع المشتري اقتناء السلعة مباشرة ، اذا كان البائع يستخدم خيار البيع المباشر . و يتيح هذا الملو قع عدة طرق لتسديد قيمة المشتريات و دفع الرسوم للموقع ، فتسديد قيمة المشتريات تكون حسب الاتفاق بين العارض والطالب ، سواء بالدفع المباشر عند التسليم أو التحويل البنكي أو عبر الحساب البريدي الجاري ، أما دفع رسوم الموقع تتم عن طريق الدفع المباشر ، والذي يعني دفع المبلغ لأصحاب نوادي الانترنت المتعاقدة مع السوق الجزائر ، و الذين يقومون بشحن حساب المتصفح لدى الموقع بالمبلغ المدفوع ،

أما الطريقة الثانية فهي التحويل من الحساب من احد البنوك و يتولى هذا الموقع شحن هذه الحسابات البنكية عن طريق شبكة مقاهي الانترنت التابعة لها، أما الطريقة الأخيرة فهي الدفع بالاستعمال البطاقة **(بسام)** العالمية AVIS، والتي يمكن طلبها و الحصول عليها من خلال موقع سوق الجزائر . ومن مزايا هذا الموقع انه بالإضافة الى حصول البائع على افضل السعر لسـلعه المعروضة ،فان وضعه ال رابط للترويج و الاشهار لهذه السلع في مواقع متعددة و الذي يتسبب في تحقيق زيارات في موقع سوق الجزائر (arabic educational center , s.d).

الفرع الثالث : سوق واد كنيس

يعتبر أول مواقع التسوق عبر الانترنت في الجزائر فقد أسس سنة 2007 و يهتم بوضع الإعلانات التجارية فهو يعتبر رابط حقيقي بين أصحاب الإعلانات الصغيرة الراغبين في بيع أو شراء أو مبادلة مختلف المنتجات و يحدد هذا الموقع نجاحا الفتا منذ تأسيسه إذا استقطب حوالي 3.8 مليون زائر خلال شهر أوت 2010

الفرع الرابع : موقع صنع في الجزائر

أوضحت الكثير من المؤسسات الجزائرية في الآونة الأخيرة ال تفوت أي فرصة لزيادة قنوات التبادل و البيع، ولذلك لجئت الى شبكة الانترنت في استعمالها للجانب التجاري و بغية مساعدة هذه المؤسسات على الوصول إلى الأسواق العالمية على شبكة الانترنت ، تم وضع الموقع و الذي هو عبارة عن سوق افتراضية جزائرية يسمح فيها للشركات بعرض سـلعهـا او خدماتها بطريقة حديثة ، مملوفا قلعة للتجارة الإلكترونية بين الشركات و يهتم هذا الموقع بالشركات الجزائرية خلاصة المصدرة منها مساعدتها على ترويج منتجاتها و ترقية الصادرات ، من خلال تقديم العرض الاسرع لنشر المعلومات التجارية على عدد كبير من المؤسسات و اتاحة امكانية التوصل بين العارضين و الطالبين، و ينقسم الموقع الى جزئين رئيسيين : قسم خاص بعرض السلع و الخدمات المتوفرة و التي عادة ما تشمل المنتجات النسيجية ، المنتجات الغذائية ، قطع ميكانيكية... الخ و القسم الاخر مخصص للمناقصات و التي تسمح بالاطلاع و المشاركة فيها الا لأعضاء المسجلين في الموقع (nafaa, 2010, p. 23)

الفرع الخامس: موقع بيت الجزائر

تعتبر عملية تصميم و استضافة المواقع و بيع البرمجيات احد اشكال التجارة الإلكترونية واكثرها انتشارا في الجزائر كموقع بيت الجزائر الذي يقدم خدمات متكاملة تشمل كل جوانب التجهيز و التشغيل و مواقع الانترنت للشركات و الافراد على حد سواء، فهو يساعد الراغبين على انشاء متاجر الكترونية من خلال تصميم المواقع الالكترونية بأحدث التقنيات و تزويدها ببرامج سهلة الدارة المواقع التجارية بالإضافة الى استضافة هذه المواقع على خوادم قوية و تتم عملية تسوية المدفوعات عن طريق التحويل الى الحساب البريدي الجاري للموقع و ارسال صورة عن وصل الحوالة الى البريد الالكتروني للموقع لتتم عملية تفعيل الخدمة (Hakem rasdali , 2009)

الفرع السادس: مواقع البطاقات العالمية

تمثل وسائل الدفع والسداد الإلكتروني حجر الزاوية لتطور التجارة الإلكترونية ، إلا أن هذه الأخيرة تعاني من ضعف كبير في الجزائر بسبب عدم توفر وسائل الدفع الإلكترونية على شبكة الانترنت، وبغية معالجة هذه المشكلة بادرت بعض المواقع بتوفير البطاقة العلمية ذات الدفع المسبق و تسمح هذه المواقع متصفح الانترنت بشراء بالدينار الجزائري لبطاقات VISA عن طريق تحويل من الحساب البريدي الجاري و يتم الحصول على بطاقة VISA من هذه المواقع بعد اتباع الخطوات التالية : ينسخ الزبون بطاقة التعريف بالماسح الضوئي ويرسلها إلى البريد الإلكتروني للموقع ثم يدفع قيمة البطاقة حسب نوعها و يتم التسديد عبر الحوالة البريدية مع ضرورة إرسال كشف الحوالة عبر الفاكس الى مكتب الشركة وبعد أن يتأكد الموقع عن هوية الزبون ترسل له معلومات عن بطاقته إلى بريده الإلكتروني كذلك يرسل الموقع صورة عن البطاقة التعريفية للزبون لشركة VISA لتقوم هذه الأخيرة بإرسال البطاقة المغناطيسية إلى الجزائر.

الفرع السابع: المتجر جوميا Jumia Dz

يعد هذا المتجر من أهم وأضخم مواقع التسويق الإلكترونية، التي تضم آلاف السلع، ذات الجودة العالية والأسعار المعقولة، وتوفر خدمات التوصيل والدفع الإلكتروني، وبحسب دراسة قام بها فريق عمل هذا الموقع فإن نسبة استخدام الإنترنت في الجزائر تزيد عن 50%، وأن نسبة زيارة الصفحات التجارية على موقعي الفيس بوك وتويتر تزيد عن 46%، فضلاً عن أن أكثر من 20 مليون جزائري يمتلك حساب مصرفي، و 6% منهم يمتلكون بطاقات ائتمان، ما يعني أن الاستثمار في مجال التجارة الإلكترونية E-Commerce والبيع والشراء من خلال الإنترنت، بات أمراً لا مجال للرجوع عنه، خاصة وأن 100% من الزبائن يتصفحون الإنترنت للبحث عمّا يرغبون بشرائه.

الفرع الثامن: متجر ديزاد يوم DZBOOM

وهو موقع إلكتروني يتيح لمستخدميه من فئة المستهلكين، شراء كل ما يرغبون بها بكل سرعة وسهولة ممكنة، والدفع بعد الاستلام، مع توفير خاصية توصيل السلع، التي تتنوع بين مواد ومستحضرات تجميل، ومواد صحية، وكتب، وألبسة وما إلى ذلك، وعن مرئادي هذا الموقع فهم من كلا الجنسين ومن مختلف الفئات العمرية، ما يؤكد على أن التسوق الإلكتروني ينمو بشكل كبير ويقراً احتياجات ورغبات جميع الزبائن على اختلافها

متجر باتلوليس BATOLIS الفرع التاسع :

وهو موقع إلكتروني يضع عدد كبير ومتنوع من المنتجات، ويتوفر باللغتين؛ العربية والفرنسية، ويمكن للزبائن شراء ما يرغبون من سلع والدفع إما عند الاستلام أو عن طريق التحويل البنكي أو البريد، وتستغرق مدة استلام الطلبية من 3-10 أيام، مع إمكانية الاستبدال أو الإرجاع لمختلف المنتجات، في حال وجود مشاكل أو تأخير وما إلى ذلك من أمور.

إضافة إلى العديد من المواقع و التطبيقات التي تتيح للمواطنين القيام بعمليات التبادل و الشراء على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي و كذا التطبيقات التي تسعى الى تقديم الخدمات كتطبيق يسير yassir الذي يوفر و يسهل عملية التنقل في العديد من الولايات الجزائرية الخ ..

المطلب الرابع: وسائل الدفع في التجارة الإلكترونية

تتطلب التجارة الإلكترونية قطاعا ماليا كفئا و متطورا يواكب التغيرات المصاحبة لها، و يظهر ذلك جليا من خلال المنتجات التي يجب أن تلي بصوبة أفضل احتياجات المتعاملين و هذا يعني أن المنشآت المالية و المصرفية ينبغي عليها أن تعزز باستمرار الخدمات التي تقدمها . و تستوجب بيئة التجارة الإلكترونية التي تتسم بالعالمية و السرعة، طرح وسائل دفع سهلة و بسيطة الاستعمال، تسمح بالتحويل الإلكتروني السريع للأموال عبر الحدود، لكن في المقابل يجب عدم إغفال أهمية أن تتوفر هذه الوسائل على عاملي الثقة و الأمن، فالتحقق من هوية المتعاملين و تأمين وصول الأموال المحولة إلى وجهتها أمر لا بد منه، و النظام المالي الذي لا يستطيع توفير ذلك من شأنه أن ي عيق تطوير التجارة الإلكترونية، و في غياب الثقة و الأمن سوف تختفي ببساطة المدفوعات عن طريق الشبكات مباشرة، لذلك ينبغي أن توفر بروتوكولات للأمن و التحقق من الهوية و غيرها من الأساليب الأخرى، و ينبغي أن لا تكون باهظة التكلفة حتى تكون في متناول المستخدمين و من أهم الوسائل و الأساليب المستخدمة في التحويلات الآمنة نذكر ما يلي:

الفرع الأول : النقود الرقمية أو الإلكترونية

تعرف النقود الإلكترونية بأنها مجموعة من البروتوكولات و التوقيعات الرقمية التي تتيح للرسالة الإلكترونية أن تحل فعليا محل تبادل العملات التقليدية، و بعبارة أخرى فإن النقود الإلكترونية أو الرقمية هي المكافئ الإلكتروني للنقود التقليدية التي اعتدنا تداولها (الجنيبيهي و الجنيبيهي، 2005، صفحة 10).

و يعتمد نظام النقود الإلكترونية على مبدأ الوحدات، حيث تظهر كل وحدة على شكل سلسلة وحيدة من الأرقام و التي تعبر عن قيمة نقدية معينة، و البنوك وحدها هي التي تقوم بإصدار هذه النقود، و كل سلسلة أرقام يتم استعمالها تخزن في قاعدة بيانات متاحة لكل البنوك، و لهذا فإن النقود الإلكترونية قابلة للاستعمال مرة واحدة فقط. و قد أدت البرمجيات التي وفرت إجراء التحويلات بصفة آلية و أيضا عدد العمليات المنخفض لكل تحويل إلى جعل تكلفة النقود الإلكترونية منخفضة جدا هذا ما جعلها ملائمة لتسوية المعاملات من لمبالغ الصغيرة إلى المعاملات ذات بضع المئات من الوحدات النقدية . (Lu و chaillat، صفحة 6) كما تتميز النقود الإلكترونية بأنها غير اسمية أي أنها لا تحمل أية معلومات خاصة تحدد هوية مستعملها كما هو الحال بالنسبة للنقود التقليدية، و عموما تستعمل النقود الإلكترونية، و التي تسمى في تسوية المعاملات ذات القيمة المنخفضة. أيضا (د. العطار، 2003، صفحة 241) Tokens و لاستخدام النقود الإلكترونية ينبغي على المستهلك فتح حساب شخصي لدى البنك، و بالإضافة إلى المستهلك و البنك يجب توفر عنصر ثالث و هو البائع حتى يكون نظام النقود الإلكترونية فعالا وناجحا و الخطوات التالية تمثل مراحل تسوية العمليات التجارية بواسطة النقود الإلكترونية (al Perry، صفحة 184):

- 1 - حصول المستهلك على النقود الإلكترونية من البنك؛
 - 2 - شراء المستهلك السلع و الخدمات من البائع؛
 - 3 - البائع يرسل فاتورة خاصة مرمزة إلى المستهلك؛
 - 4 - البرمجية الخاصة بالمحفظة المالية الإلكترونية للمستهلك تترجم الفاتورة و تبعث مبلغ المشتريات إلى البنك؛
 - 5 - البنك يترجم بدوره الفاتورة و يقر بصلاحيه النقود الإلكترونية؛
 - 6 - البنك يشعر البائع بأن المعاملة صحيحة و يضع المبلغ في حساب البائع؛
 - 7 - البائع يرسل البضاعة إلى المستهلك أو يقدم له الخدمة بعد حصوله على تأكيد صلاحية المعاملة من البنك،
- و يمكنه بعد ذلك استعمال تلك النقود في شراء منتجات و خدمات لحاجته الخاصة. كما يمكن البائع تحويل تلك النقود إلى نقود حقيقية عن طريق البنك المصدر لها في أوقات محددة قد تكون يوما، أسبوعا، شهرا... و تعتبر الشركة الأمريكية Digicash أول من أصدر هذا النوع من النقود الذي عرف باسم (Cash-E) و كان ذلك عام 1994 من خلال فرع لها في هولندا ، و توجد أنواع أخرى من النقود الإلكترونية مثل (د. العطار، 2003، صفحة 241) Cash Cyber. و يواجه النقد الإلكتروني العديد من المشكلات و الصعوبات لعل أهمها هيمنة البنوك المركزية و سيطرتها على إصدار النقود في الدولة بالإضافة إلى صعوبة تحديد نوعية العملة التي سوف تصدر بها، و تعرض القرص الثابت فيها للتعطيل، فضلا عن التعرض للاستنساخ و ما تتطلبه من حماية خاصة (د. غنيم، 2004، صفحة 304). و للنقود الإلكترونية عدة مزايا أهمها (بختي، صفحة 75):

تكلفة تداولها منخفضة: تحويل النقود الإلكترونية عبر الانترنت أو الشبكات الأخرى أرخص كثيرا من استخدام الأنظمة البنكية التقليدية؛

لا تخضع للحدود: يمكن تحويل النقود الإلكترونية من أي مكان إلى آخر في العالم و في أي وقت كان، و ذلك لاعتمادها على الانترنت أو على الشبكات التي لا تعترف بالحدود الجغرافية، و لا تعترف بالحدود السياسية؛

بسيطة و سهلة الاستخدام: تسهل النقود الإلكترونية التعاملات البنكية إلى حد كبير، فهي تغني عن ملء الاستمارات و إجراء الاستعلامات البنكية عبر الهاتف؛

تسرع عمليات الدفع: (الجنبيهي و الجنبيهي، 2005، صفحة 41) تجرى حركة التعاملات المالية و يتم تبادل معلومات التنسيق الخاصة بها فوراً في الزمن الحقيقي دون الحاجة إلى أي وساطة مما يعني تسريع هذه العملية على العكس مما لو تتم بالطرق التقليدية

الفرع الثاني: الشيكات الإلكترونية

الشيك الإلكتروني هو المرادف الإلكتروني للشيك الورقي، و هو عبارة عن وثيقة إلكترونية تحمل العديد من البيانات كرقمه التسلسلي، اسم البنك المصدور له، اسم العملة، تاريخ صلاحيته، التوقيع الإلكتروني لصاحبه، و هذه الوثيقة تحمل التزاما قانونيا يتمثل في الوعد بالدفع من طرف حامله أي المشتري لصالح المستفيد و هو البائع، و كل من البائع و المشتري يشتركان في فتح حساب لدى نفس الجهة التي تقوم بعملية التخليص - عادة ما تكون بنكا- و التي تتوفر على معلومات خاصة بهما مسجلة في قاعدة بياناتها، من بينها التوقيع الإلكتروني لكليهما، إذ عند إرسال الشيك الإلكتروني عبر البريد الإلكتروني يتم توقيعه من طرف المرسل بعد أن يكون قد اختار منتوجا معيناً و قرر شراؤه، فيحصل عليه المستفيد و هو البائع فيوقعه إلكترونياً هو أيضا، ثم يقوم بإرسال رسالة إلى جهة التخليص التي تقوم بإخطار البائع و المشتري بانتهاء هذه المعاملة بخصم الرصيد من حساب المشتري و إضافته إلى حساب البائع بعد أن تتحقق من سلامة كل الإجراءات خاصة التأكد من صحة التوقيعات و الأرصدة. و كل شيك إلكتروني يجب أن يمر من خلال مكتب آلي مركزي عبر الشبكة العنكبوتية أو ما يعرف بغرفة المقاصة (Perry و al، صفحة 174)، حيث تمت سنة 2000 معاملة 42 مليون شيك في العالم . و ينتشر استخدام هذا النوع من الشيكات في المعاملات الإلكترونية التي تتم في قطاع الأعمال (B2B)، و لعل هذا يرجع إلى انخفاض تكلفة مقاصة الشيك الإلكتروني بالنسبة للشيك الورقي (د السيد أحمد ، صفحة 181)، فبينما تبلغ في الأولى ما يتراوح بين 25 -35 سنتا، تبلغ بالنسبة للثانية ما بين واحد دولار إلى 5.1 دولار .

و نظرا لأهمية الشيك الإلكتروني أو الرقمي في المستقبل، فإن عدة بنوك عملاقة تتبنى فكرة بناء مواصفات قياسية للشيكات الرقمية من أهمها سيتي بنك و بنك بوسطن و بنك الاحتياطي الفيدرالي الأمريكي (د. العطار، 2003، صفحة 246).

الفرع الثالث: البطاقات البنكية

و تسمى أيضا النقود البلاستيكية و هي بطاقات بلاستيكية مغطاة تمكن حاملها من الحصول على النقود من خلال آلات الصرف الآلي (Machines Teller Automated) أو دفع مقابل ما يحصل عليه من سلع و خدمات، و يتم إصدار هذه البطاقات من طرف البنوك، كما يمكن أن تصدرها جهات أخرى غير مصرفية. و الجدول (01) يوضح الأطراف المصدرة للبطاقات البنكية و التي على أساسها تتحدد أوجه التشابه و الاختلاف بين هذه البطاقات.

الجدول رقم (02): أوجه التشابه و الاختلاف بين البطاقات البنكية

الجهة المصدرة	أوجه الاختلاف	أوجه التشابه
المحلات التجارية	*أطراف عقد البطاقة اثنان : حامل	
المنظمات العالمية المنشآت	البطاقة و المحل *تقبل البطاقة في	
المالية و المصرفية	المحل الذي أصدرها فقط	

*وجود سقف ائتماني محدد .	
* طرق التسديد متشابهة	

المصدر: . د إبراهيم بخي، مرجع سابق، ص74.

و توجد عدة أنواع من البطاقات البنكية أهمها:

أ- بطاقات الائتمان (Cards Credit) CC:

تعد بطاقات الائتمان أكثر أنواع البطاقات انتشارا، حيث يزداد استخدامها بمعدل مرتفع نسبيا، إذ تعتبر الرقم واحد في وسائل يصل إلى 8.7% في بعض الدول مثل الولايات المتحدة الأمريكية الدفع عبر الانترنت (د السيد أحمد ، صفحة 176)، و إلى جانب استخدامها لتسوية المعاملات عبر شبكة الانترنت يتم استعمالها أيضا في المحلات، حيث أنها تلقى القبول من طرف المستهلكين و البائعين على حد سواء نظرا لمستوى الضمان الذي تقدمه بعض البرمجيات كبروتوكول الطبقات الآمنة (SSL)، (و بروتوكول المعاملات المالية الآمنة (SET))، التي تحافظ على المعلومات من الاطلاع عليها من طرف أشخاص غير مخولين . و تتمثل الأطراف المشاركة في نظام بطاقة الائتمان في التاجر، بنك التاجر، الزبون، بنك الزبون، و ال منشأة صاحبة بطاقة الائتمان.

و توفر بطاقة الائتمان لحاملها الوقت و الجهد، كما أنها تمثل مصدرا دخل للبنك مقابل رسوم الخدمات المقدمة للعملاء، أو مقابل فوائد التأخير في السداد و التي يقوم بدفعها هؤلاء العملاء، كما أنها تنشط التعامل في الأسواق لسهولة التبادل من خلالها، كما أنها تكون مقرونة بمنح ائتمان و من ثم تخلق ما يعرف بالنقود المصرفية . (د. غنيم، 2004، صفحة 307) و تحمل بطاقة الائتمان بعض المساوئ القليلة و التي تتمثل خاصة في المصاريف التي يتحملها البائع من جراء استخدام هذه البطاقة و التي يمكنه تغطيتها من خلال رفع حجم المبيعات، وبالمقابل يتحمل المستهلك أسعارا مرتفعة بشكل طفيف مقارنة مع الأسعار في حالة السداد بطريقة عادية (al و Perry، صفحة 178). و هناك أنواع عديدة من البطاقات الائتمانية أهمها (د.أبو فارة، الصفحات 375-376):

ب- بطاقة فيزا (Card Visa) :

و هي بطاقة تصدر عن شركة فيزا العالمية، و هذه البطاقة هي بطاقة متجددة و بإمكان حاملها أن يسدد كل التزامات البطاقة خلال مدة السماح أو أن يسدد جزءا من الالتزامات خلال مدة السماح و أن يسدد البقية بعد ذلك. و بطاقة فيزا هي أكثر البطاقات الائتمانية انتشارا على الإطلاق، و أعداد حاملتها بالملايين، و تتعامل مع ملايين المنشآت و المحلات التجارية و أجهزة الصرف الآلي؛

ت- ماستر كارد (Card Master) :

هذه البطاقة تأتي في المرتبة الثانية بعد بطاقة فيزا من حيث درجة انتشارها، فهي أيضا تتعامل مع ملايين المنشآت و المحلات التجارية، و عدد حملتها أيضا بالملايين و. هذه البطاقة هي بطاقة متجددة أيضا مثل بطاقة فيزا، و هناك عدة أشكال لهذه البطاقة و هي ماستر كارد الفضية و ماستر كارد الذهبية و ماستر كارد المدينة و ماستر كارد رجال الأعمال.

ث- بطاقات الدفع (DC (Cards Debit): (د. العطار، 2003، الصفحات 237-238)

هي بطاقات تعتمد على وجود أرصدة فعلية للعميل لدى البنوك في صورة حسابات جارية لمقابلة المسحوبات المتوقعة من العميل صاحب البطاقة، و تسمى أيضا بطاقات الشيك، و هي بطاقات تحكم التحويل النقدي الإلكتروني. بينما تعد بطاقات الائتمان طريقة للدفع الآجل، تعد بطاقات المدين طريقة الدفع الحالي و. عند استخدام بطاقات الدفع يتم خصم القيمة فوراً من رصيد الحساب أو الشيكات أو رصيد الادخار، و تسمح تلك البطاقات بالتسديد فقط في حدود الرصيد الموجود في الحساب البنكي، و عندما يستخدم العميل بطاقة الدفع، فإنه لا يتم تحميل رسوم على التاجر، و لذلك يوجد دافع قوي لديه لعرض الخصومات، لتشجيع السداد ببطاقات الدفع بدلا من بطاقة الائتمان

ج- الطاقات مخزنة القيمة (Stored Value Cards C.V.S) :

عدد البطاقات المخزنة القيمة يتجاوز اليوم عتبة 1 مليار بطاقة بالنسبة للبطاقات ذات الاستعمال ، و من أمثلتها بطاقات الهاتف و كذا بطاقات وسائل النقل. و هي بطاقات يتم دفع قيمتها الوحيد مسبقا عند شرائها (Badoc & al, paris, p. 110)، و يتم استعمالها بإدخالها في آلة قارئة لها من أجل سداد بعض المعاملات عن طريق خصم قيمة المعاملة من القيمة المخزنة عليه.

الفرع الرابع: البطاقات الذكية (smart cards) :

هي بطاقات بلاستيكية تتضمن معالج بيانات processor-Micro و وسيلة ذاكرة لتخزين مثل اسم حاملها، عنوانه، البنك أو المنشأة المصدرة لها و غيرها، و هي تحمل قيمة مالية المعلومات تنخفض بالاستخدام عن طريق تمريرها على آلة قارئة (د. الحداد و اخرون، صفحة 132)، فيتم خصم قيمة المشتريات دون الحاجة إلى أي ترخيص أو توقيع، و عند نفاذ القيمة المخزنة فيها يمكن إعادة شحن البطاقة بقيمة مالية جديدة و تمتاز باليسر و السهولة في التعامل، و صعوبة التقليد و التزوير .

و يطلق أحيانا على البطاقة الذكية مصطلح المحفظة الإلكترونية نظرا لقدرتها على الاحتفاظ بالنقود الإلكترونية، هذه النقود تكون على شكل قيم رمزية تعبر عنها أرقام معينة توجد على الشريحة الإلكترونية المثبتة على البطاقة، مقابل المحفظة العادية التي تحتوي على النقود الورقية من فئات و قيم مختلفة، تعبر عنها الأرقام الموجودة على كل ورقة نقدية . و الجدول رقم (3) يلخص بعض الإيجابيات و السلبيات المتعلقة بالمحفظة الإلكترونية:

جدول رقم 03 : (إيجابيات و سلبيات المحفظة الإلكترونية)

الإيجابيات	السلبيات
------------	----------

<ul style="list-style-type: none"> • سهولة الاستعمال (تقليل الحاجة لحمل القطع النقدية الصغيرة) ؛ • تكليف خطر السرقة (في حالة احتواء المحفظة الإلكترونية على رمز سري) ؛ • إمكانية إجراء مدفوعات دون ضرورة امتلاك حساب بنكي؛ • سهولة الدفع من خلال عدة عملات دون القيام بعملية صرف (في حالة المحفظة الإلكترونية متعددة العملات الصعبة) 	<ul style="list-style-type: none"> • التكلفة الوحشية للتشغيل ؛ • تكلفة الخزينة للمستعمل (التعبئة المسبقة تتطلب تسبيقا على مبلغ النفقات المستقبلية)؛ • الوقت اللازم للتعود على استعمالها؛ • المراقبة من طرف البنك المركزي
--	--

المصدر: M. Badoc et al, op cit, P11

و يقدر البعض أن العالم كانت به مائة مليون بطاقة ذكية في نهاية 1997، وأن 95% من هذه البطاقات توجد في أوروبا إذ من المعروف أن استخدام هذه البطاقات أكثر انتشارا في أوروبا منه في أمريكا الشمالية (د السيد أحمد ، صفحة 184). وتعتبر بطاقة موندكس Mondex أحد أهم البطاقات الذكية المعروفة في العالم و هي من منتجات هيئة ماستر كارد العالمية International card Master، هذه البطاقة يمكنها استقبال النقود الموجودة في الحساب البنكي لحاملها أو لغيره من خلال شريحة إلكترونية مثبتة عليها، كما يمكن لحاملها أن يرسل النقود لكل التجار الذين يملكون آلة قارئة لها، و يستطيع أيضا إرسالها إلى بطاقة موندكس أخرى عبر خط هاتفي، و يمكن استعمال هذه البطاقات للشراء عبر الانترنت أو في المحلات التجارية، كما يمكن بواسطتها دفع قيم مشتريات صغيرة جدا قد تبلغ قيمتها السنتات.

المبحث الثالث : معوقات التجارة الإلكترونية في الجزائر وسبل توسيعها

إن الأساليب التي يتم التعامل بها في التجارة الإلكترونية حديثة العهد، كما أنها تتميز بعدم الاستقرار و سرعة التطور، و الإقبال المتزايد عليها من قبل الأفراد و المنشآت، لذلك فإن القواعد القانونية التي تحكم المعاملات التقليدية لا تتلاءم مع خصائص هذه التجارة، و لا تستطيع إيجاد حلول للمشاكل الجديدة التي تطرحها و. في هذا الصدد فإن هناك جهودا تشريعية من طرف العديد من الجهات من أجل التغلب على هذه الصعوبات، و قبل التطرق إليها، نشير إلى أهم المواضيع التي ينبغي أن تعالج من منظور التجارة الإلكترونية و التي ما زال الجدل قائما بشأنها لحد الآن.

المطلب الأول: معوقات التجارة الإلكترونية في الجزائر:

رغم أن الانعكاسات الإيجابية للتجارة الإلكترونية على الاقتصاد تعد واثمة و تحصى ، إلا أن هذه التجارة تبقى محدودة للغاية في الجزائر بسبب مجموعة من العقبات التي تمنعها من التطور و الانتشار، و الارتقاء إلى المستوى العالمي ، ومن هذه الأسباب ما هو تقني، تجاري و تشريعي (عبد الرحيم، صفحة 42).

الفرع الأول : العوائق التقنية والتجارية

و تتمثل العوائق ذات العالقة بمجال التقنية و التكنولوجيا فيما يلي :

ضعف البنى التحتية التكنولوجية : هذا يتطلب نجاح التجارة الإلكترونية إنشاء بنية تحتية تكنولوجية متطورة تساعد على انتشار استخدام الانترنت ، و توفر البيئة المناسبة و الداعمة للتجارة الالكترونية و القدرة على تحمل أعباء و مخاطر النوع الحديث من المبادلات التجارية ، و تبين الإحصائيات المتوفرة في الجزائر ضعف البنية الأساسية الضرورية لممارسة التجارة الالكترونية على نطاق واسع من شبكات اتصالات سلكية و السلكية ، حاسبات برمجيات ، أقراص صلبة و مرنة و أجهزة الهاتف

أولاً: شبكات الاتصالات الهاتفية

إن أول ما يؤكد تأخر الجزائر في استكمال البنى القاعدية التكنولوجية هو محدودية الخدمات الهاتفية الثابتة التي تآثر بشكل مباشر على الإقبال على الإنترنت ، فال يمكن بأي شكل من الأشكال التوسع في استخدام الإنترنت دون توفر الخدمات الهاتفية الكافية باعتبار الإنترنت هو ارتباط واتحاد بين جهاز كمبيوتر و هاتف . (عبد الرحيم، صفحة 78).

أما بالنسبة للهاتف الجوال ، فإنه يعتبر من أكثر التكنولوجيات انتشارا في الجزائر ، و قد شهدت هذه الأخيرة تحسنا ونموا كبيرا خلال السنوات القليلة الماضية مقارنة بنظيرتها الثابتة .

ثانياً: الانترنت

بما أن التجارة الالكترونية تعتمد بشكل أساسي على الانترنت كأداة اتصال ، فإن عدم التمكن من النفاذ إلى هذه الشبكة يجد من انتشار هذه التجارة ، فرغم تحقيق سوق مستخدمي الإنترنت معدلات نمو من سنة إلى أخرى لا تزال هذه المعدلات متدنية ، وان من بين أهم ما يعرقل تطور عدد مستخدمي الإنترنت هو المبالغة في التكاليف سواء على الأفراد أو الشركات .

ثالثاً: تواضع حجم صناعة تكنولوجيا الإعلام والاتصال

تعتبر صناعة تكنولوجيا الإعلام والاتصال محركا أساسيا لنمو التجارة الالكترونية وتوسع نطاقها ، و تعاني الجزائر من ضعف كبير في إنتاج السلع و الخدمات المتصلة بتكنولوجيا الإعلام و الاتصال ، فالجزائر لا تولي الاهتمام الكافي لعملية خلق صناعة وطنية لهذه التكنولوجيا ، نظرا لوجود أولويات تنموية أخرى ، وميل هذه المنطقة إلى الاستثمارات التقليدية في قطاعي الطاقة و العقارات ، بالإضافة إلى ضعف القاعدة البشرية التي تستند إليها صناعة المعلومات ، و صعوبة عملية الانتقال من البحث العلمي نحو الصناعة في إطار الوتيرة المتسارعة للابتكارات التكنولوجية .

رابعاً: ضعف الثقافة التقنية و الوعي الالكتروني بين أفراد المجتمع

إن تدني مستوى الثقافة الرقمية يؤثر سلبا على تطور و انتشار التجارة الالكترونية ، فان فئة واسعة من الجزائريين تعاني من ضعف المستوى الوعي باستخدام الصحيح لتقنيات المعلومات في قطاع الأعمال ، وهذا الضعف يفسر في جانب منه بانتشار ظاهرة (لأمية المعلوماتية) والتي يقصد بها الجهل بأساليب و وسائل التعامل بأجهزة الحاسب الآلي و البرمجيات ، فعدم التعامل مع جهاز الحاسوب يؤثر في الإقبال على خدمات التكنولوجيا و يحرم الكثير من ممارسة التجارة الالكترونية . و من بين أهم

الوسائل المساهمة في تعزيز و نشر الثقافة و الوعي الالكتروني هي نوعية التعليم ، وتشير الإحصائيات أن مدى انتشار الحاسبات في المؤسسات التعليمية بمختلف مراحلها في الجزائر يبقى محدودا ، و يؤكد غياب الوعي الإلكتروني أهمية ومكانة التجارة الالكترونية ، و عدم دراية العديد من المواطنين بالفوائد التي يمكن التحصل عليها من إدماج الانترنت في النشاطات التجارية ، فتوظيف الانترنت في الجزائر يعتبر توظيفا ترفيهيا ال توظيفا تجاريا (سعد غالب و العالق، صفحة 266).

خامسا: قصور الكوادر البشرية المدربة و المؤهلة في مجال تقنيات المعلومات وتطبيقات التجارة الالكترونية

إن العنصر الغير الملموس لقيمة التكنولوجيا المتقدمة و المتمثل في رأس المال الفكري ، يفوق القيمة الحقيقية لموجوداتها الحسية كالمعدات والتجهيزات ، ولذلك فان التركيز على العنصر البشري يعد إحدى سبل الوصول مجتمع المعرفة و التطبيق السريع للتجارة الالكترونية و تفتقر الجزائر إلى الموارد البشرية والكوادر والخبرات التكنولوجية للتعامل مع تقنيات التجارة الالكترونية والتي من

المفروض أن تتولى مهمة تصميم و تطوير مواقع التجارة الالكترونية ونظم الدفع الالكترونية . و يفسر هذا الفقر في الموارد البشرية بجملة من العوامل من بينها:

- ضعف مستوى التكوين المتخصص في تكنولوجيا الإعلام والاتصال على مستوى المعاهد والمؤسسات.

- ضعف الإمكانيات البحث والتطوير العلمي و التكنولوجي الذي يؤدي دورا مركزيا في اقتناء وإنتاج المعرفة التكنولوجية اللازمة للاستفادة من التجارة الالكترونية ، فلم توجه الجزائر الاهتمام الكافي لهذا المجال

- ظهور ابتكارات جديدة باستمرار، وتطور التكنولوجيا بسرعة فائقة يصعب من عملية اللحاق بها و يجعل خريجي المعاهد والجامعات في مجال المعلوماتية و التقنيات الحديثة للعالم والاتصال غير كافي لمواكبة هذه التطورات وبناء مجتمع معلومات مع التجارة الالكترونية.

- هجرة الأدمغة و الكفاءات الى الدول المتقدمة التي تعمل جاهدا الى استقطابها (العيسوي، 2003، صفحة 24).

سادسا: ضعف البنية التحتية للدفع الالكتروني

تعرض الجزائر تحديات كبيرة في مجال الدخول إلى عالم التجارة الالكترونية ، و التي من بينها البنى التحتية التي تسمح بتسديد المشتريات عبر الإنترنت ، فضعف وعدم توفر الوسائل الخاصة بالدفع الالكتروني يلعب دورا كبير في ضعف عمليات التجارة الالكترونية الجزائرية ، ومن شأنه عرقلة نمو هذا النوع الحديث من المبادلات ووسائل الدفع المستعملة في الجزائر تتميز بأنها تقليدية في أغلبها و قد أخرجت البنود الجزائرية كثيرا في إصدار وسائل الدفع الحديثة تتماشى مع التطورات التكنولوجية بحيث أعطيت إشارة انطلاق نظام الدفع الالكتروني باستعمال البطاقات البنكية نهاية سنة 2005. بالنسبة للبطاقات فان الحديث عن التجارة الالكترونية الجزائرية دون توفر بطاقات ائتمانية يعتبر شبه مستحيل ، نظرا لكون هذه البطاقات الطريقة

المفضلة لتسليد المدفوعات مباشرة على الإنترنت ، إلا أن استعمال هذا النوع من البطاقات يبقى محدودا جدا في الجزائر . (غنيم، 2004، صفحة 99) إن نوع البطاقات المصدرة من طرف المنظومة البنكية الجزائرية هي بطاقات سحب ودفع "BCI" عمم استعمالها سنة 2007، إلا أنها لم ترقى بعد إلى المستوى الذي يخولها تشجيع نمو التجارة الالكترونية بالإضافة إلى بقاء هذه البطاقات غير مستعملة في عملية سداد المشتريات من التجار الجزائريين عبر الخط حتى النصف الثاني من سنة 2009، وكذلك لا تتمتع هذه البطاقات بالقبول للتعامل على المستوى الدولي، فلم تشرع بعض البنوك في إعطاء طابع الدولية لبطاقتها من خلال الحصول على الترخيص من الهيئات الدولية VISA - MASTERCART حتى سنة 2010. (د. غنيم، 2004، صفحة 99)

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

- ارتفاع تكاليف الاقتناء .

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

- رداءة الخدمات البنكية وكثرة تعطلات الموزعات الآلية وهماييات الدفع الالكتروني.

-تفضيل الزبائن للدفع نقدا في مختلف التعاملات التجارية بالإضافة إلى انخفاض القدرة الشرائية للمواطنين .

سابعاً: الجرائم الالكترونية

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

- جرائم انتحال شخصية الفرد و استعمال بياناته الشخصية لاستخراج البطاقات البنكية عبر الانترنت .

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

- جرائم السطو على أرقام البطاقات ، حيث يستطيع أشخاص ذوي دراية كبيرة بأنظمة المعلوماتية و طرق التزوير ، تخليق أرقام بطاقات ائتمانية من خلال حاسبهم بواسطة برنامج تشغيل خاص بالإضافة إلى الالتقاط غير المشروع لأرقام بطاقات مستعملة في التسوق عبر الإنترنت استغلالها في الحصول على سلع وخدمات . (العالق، 2007، صفحة 55).

- غسيل الأموال باستخدام البطاقات البنكية ، بحيث يتمكن أصحاب الدخل غير المشروع من استخدام البطاقات في غسيل هذه الأموال من خلال الحصول على عدد كبير من البطاقات من بنوك في دول أخرى .

الفرع الثاني: العوائق الاجتماعية والنفسية

تتعلق الأسباب الاجتماعية والنفسية للتجارة الالكترونية بخصائص المجتمع الجزائري و الذي ال يزال ينتظر الكثير من الأشياء حتى يتمكن من الانضمام الى مجتمع المعلومات (شنايدر، 2000، صفحة 45)

أولاً: الأمية

من الصعب على الجزائر التي يعاني فيها حوالي 1.1 مليون شخص من أمية الحرف أن تتحول بسهولة الى الاقتصاد المعرفي وتطبق أسلوب التجارة عبر الإنترنت.

ثانياً: اللغة

من بين تحديات التجارة الالكترونية عامل اللغة والذي يعتبر من بين القضايا الحاسمة في استخدام الشبكات للأغراض التجارية، حيث معظم التعاملات التجارية الالكترونية تتم باللغة الإنجليزية.

ثالثاً: العائق النفسي

إن من بين ما يعرقل التحول إلى التجارة الالكترونية ويجعلها بديلاً غير واقعيًا، هو سلوك المستهلك و نظرة المستهلك الجزائري ازاء الانفتاح على العالم الخارجي و إبرام نوع حديث من الصفقات التجارية التي تتعدى الحدود، فلقد فوجئ المستهلكون الجزائريون بهذا النوع الحديث من المبادلات و التسوق عبر وسيط الكتروني (د. غنيم، 2004، صفحة 62)، مما أدى الى عدم تقبلهم فكرة التجارة الالكترونية ومقاومتهم لها ويتميز سلوك المستهلك بما يلي :

-عدم انغراس التجارة الالكترونية في عادات المجتمع، فالكثير يفضلون البضائع والخدمات عن قرب ولمسها وتحسسها وربما تذوقا قبل إتمام الصفقة .

- انعدام ثقة المستهلك في الباعة المجهولين الذين يراهم أمامه مباشرة

-تخوف المستهلك من عنصر المخاطرة الذي يميز التجارة الالكترونية، فهناك احتمال بث معلومات غير صادقة من طرف التاجر حول مواصفات السلعة وأسعارها وبالتالي هناك خطر استلام منتجات غير مطابقة للطلبات أو عدم استلامها نهائيا

-العادات الشرائية للمستهلكين الذين يفضلون التوجه الى الأسواق التقليدية

-التخوف من عملية سرقة البيانات والمعلومات الخاصة المتعلقة بأرقام البطاقات البنكية

-حادثة ظاهرة التجارة الالكترونية وتميزها بالتغيير السريع يزيد من تخوف المستهلك من اقتحام هذا العالم الجديد (العائق، صفحة 09).

المطلب الثاني: العقبات التجارية والقانونية التشريعية

الفرع الأول: العقبات التجارية

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

01 -عدم توفر الحوافز لدى المؤسسات لممارسة التجارة الالكترونية : ويرجع ذلك إلى عدة أسباب من بينها صعوبة الوصول إلى قاعدة تمويل كبيرة لبدء مشاريع التجارة الالكترونية فال تستطيع أغلبية الشركات الحصول على تمويل كافٍ لتغطية نفقات و تكاليف توطين تكنولوجيا الإعلام والاتصال و إنشاء منصة للتجارة الالكترونية على الإنترنت ،تواكب هذه المنصة التكنولوجية التطورات التي تحدث بخطى متسارعة في هذا الميدان(غنيم، 2004،صفحة 63)

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

أ- محدودية الدعم الحكومي المشجع للتجارة الالكترونية .

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

ت- حاضنات غير ماهرة .

ث- الغياب الشبه التام للمشاركة للمعلومات التي بحوزة المؤسسات.

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

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

05 -أحجام المستهلكين على التسوق عبر الإنترنت بسبب عدم وجود فوارق في الأسعار بين التجارة التقليدية و التجارة الالكترونية

06 -عدم توفر عدد كبير من الباعة والمشتريين³

الفرع الثاني: العقبات القانونية والتشريعية

ظهور الوسائط الالكترونية للتعامل و التي تتخطى الحدود الجغرافية ،نتج عنه بروز العديد من المشاكل و القضايا القانونية المترتبة عن استخدام هذه الوسائط في التجارة الالكترونية و التي تقوم على تعاقدات دون مستندات أو مرتكزات مالية ، الأمر الذي يثير مسألة التزامات الأطراف المتعاقدة ، فال بد من تعديل و توفير عدد من التشريعات و التدابير القانونية التي تساعد

على حماية هذه الأطراف أثناء التبادل ، وتسرع عملية إبرام و تنفيذ العقود الالكترونية ، وتشجع على تبني مختلف أساليب التجارة الالكترونية و تواجه الجزائر تحديا حقيقيا في وضع التشريعات التي تتلاءم مع النمط الحديث من العمليات التجارية الالكترونية.و يمكن توضيح أهم هذه القوانين فيما يلي:

أولا -القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية

مع التسليم بأهمية المبادرات السابقة جميعها، إلا أن المبادرة الأهم، و التي حاولت إرساء قواعد قانونية متماسكة للتجارة الإلكترونية تتمثل في العمل التشريعي المنظم الذي وضعته لجنة الأمم المتحدة لقانون التجارة الدولية (الأونسيترال) سنة 1996 اعتمادا على دراسات شاملة بدأ بعضها منذ عام 1985 لواقع النظم القانونية الوطنية و مواقفها من مسائل التعاقد عن بعد و مشكلات الإثبات في هذه القوانين، و قد اعتمده الجمعية العامة للأمم المتحدة في 16 ديسمبر 1996، اقتناعا منها بأن وضع قانون نموذجي ييسر استخدام التجارة الإلكترونية، و يكون مقبولا لدى الدول ذات الأنظمة القانونية والاجتماعية والاقتصادية المختلفة، يمكن أن يساهم على نحو هام في تنمية علاقات اقتصادية دولية منسجمة، و يساعد جميع الدول في تعزيز تشريعاتها التي تنظم استخدام بدائل للأشكال الورقية للاتصال و تخزين المعلومات، و على صياغة هذه التشريعات في حال عدم وجودها. الفصل الثاني التجارة الإلكترونية (تجارة اقتصاد المعرفة) 74 و تتمثل أهداف هذا القانون فيما يلي **(القانون النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية، 2007):**

-وضع مجموعة من القواعد المقبولة دوليا أمام المشرعين الوطنيين لإزالة العقبات القانونية التي قد تعوق استعمال وسائل الاتصال الحديثة في التجارة، و تمكينهم من خلق بيئة قانونية أكثر أمنا؛

-إيجاد بديل للتشريعات التي تفرض ضمنا أو صراحة قيودا على استعمال الوسائل الحديثة للاتصال و تخزين المعلومات و ذلك بالنص على سبيل المثال على استعمال المستندات المكتوبة أو الموقعة يدويا أو الأصلية؛

-تدارك المساوئ الناجمة عما يطرحه قصور التشريعات الوطنية من عقبات أمام التجارة الدولية، التي يرتبط قدر كبير منها باستعمال التكنولوجيات الحديثة للمعلومات و الاتصالات، كما أن التباين بين هذه التشريعات الوطنية التي تنظم استعمال تلك التكنولوجيات من شأنه أن يحد من الوصول إلى الأسواق الدولية؛

-إيجاد مخرج للاتفاقيات الدولية التي تسبب حواجز قانونية تعرقل استعمال أسلوب التجارة الإلكترونية كأن تشترط مثلا وجوب كون وثائق معينة في شكل مكتوب، إذ أن اعتماد القانون النموذجي من طرف الدول كفيل باعترافها باستعمال أسلوب التجارة الإلكترونية و بذلك يجنبها التفاوض لإبرام اتفاقيات جديدة من أجل ذلك؛

-توفير معاملة متساوية لمستعملي المستندات الورقية و مستعملي غيرها من الأساليب الحديثة في التجارة لتحقيق النمو و الفعالية في التجارة الدولية. و ينقسم القانون النموذجي إلى جزأين، الأول يتناول التجارة الإلكترونية عموما من خلال 15 مادة موزعة على ثلاثة فصول، أما الجزء الثاني فيتعلق بالتجارة الإلكترونية في مجالات محددة و يتكون من فصل واحد بجوي مادتين تتناولان التجارة الإلكترونية من حيث تطبيقها على نقل البضائع و قد ترك المجال مفتوحا لتناول الجوانب الأخرى لهذه

التجارة مستقبلا. ولقد ثبتت العديد من الدول القانون النموذجي بهدف توفير إطار يكفل بيئة قانونية أكثر أمنا، ويزيل العراقيل من أمام تطور التجارة الإلكترونية، و من بين هذه الدول : سنغافورة 1998، جمهورية كوريا 1999، و كولومبيا 1999، هذا بالإضافة إلى ولاية إيلونوي في الولايات المتحدة الأمريكية 1998. و لم تكن الدول العربية غائبة عن ذلك إذ أصدرت بعضها قوانين التجارة الإلكترونية مثل:

إمارة دبي في الإمارات العربية المتحدة 2002، تونس 2000، الأردن 2001، البحرين 2002، وأعدت كل من مصر 2000، و الكويت 2001 مشروعين لقوانين في هذا الصدد . كما أعدت دول عديدة مشروعات قوانين مستندة إلى القواعد العامة التي يتضمنها القانون النموذجي مثل استراليا، كندا، **(د السيد أحمد ، صفحة 130)**فرنسا، هونغ كونغ، وغيرها كثير، و يعتقد أن معظم هذه المشروعات قد صدر كقوانين الآن

ثانيا- القانون النموذجي للتوقيعات الإلكترونية

هو قانون تم اعتماده في 5 جويلية 2001م ن طرف لجنة الأمم المتحدة لقانون التجارة الدولية (الأونسيترال) خلال دورتها الرابعة و الثلاثين المنعقدة في فيينا من 25 جوان إلى 13 جويلية 2001، و الهدف منه هو تطبيقه على كل المعاملات التجارية التي تستخدم فيها توقيعات إلكترونية و هو لا يلغى أي قاعدة قانونية القصد منها هو حماية المستهلك و . الأنشطة التي يسري عليها هذا القانون تشمل جميع العلاقات ذات الطابع التجاري **(القانون النموذجي بشأن التوقيعات الإلكترونية)**، و نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر : أي معاملة تجارية لتوريد أو تبادل البضائع أو الخدمات، اتفاق التوزيع ، التمثيل التجاري أو الوكالة التجارية ، السمسرة، البيع الإيجاري، تشييد المنشآت، الخدمات الاستشارية، الأعمال الهندسية ، منح الرخص، الاستثمار، التمويل، الأعمال المصرفية ، التأمين، اتفاق أو امتياز الاستغلال، المشاريع المشتركة و غيرها من أشكال التعاون الصناعي و نقل البضائع أو الركاب جوا أو بحرا أو بالسكك الحديدية أو بالطرق البرية. و قد عرف هذا القانون التوقيع الإلكتروني بأنه بيانات في شكل إلكتروني مدرجة في رسالة بيانات أو مضافة إليها أو مرتبطة بها منطقيا، والتي يمكن أن تستخدم لتعيين هوية الموقع صاحب رسالة البيانات و لبيان موافقته على المعلومات الواردة في هذه الرسالة.

المطلب الثالث: حتمية التجارة الإلكترونية في زمن الكورونا في الجزائر

في الوقت الذي أثرت فيه جائحة كورونا بالسلب على عدة قطاعات ذات طبيعة اقتصادية إلا أنها بالمقابل ساهمت في إنعاش التجارة الإلكترونية في الجزائر، خاصة أنه في هذه الفترة عملت الدولة على إطلاق خدمات جديدة في ظل تطور استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال والرغبة في التوجه نحو الاقتصاد الرقمي وتوسع نطاق التجارة الإلكترونية في أغلب دول العالم.

[إنعاش الحركة الاقتصادية.. رهان الجزائر في 2021](#)

وقد استطاعت الجزائر إحراز تقدم محسوس وفق تقرير أممي بتسع وعشرين (29) مرتبة على الصعيد العالمي في مجال التجارة الإلكترونية.

ووفقا للتقرير السنوي الصادر عن مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، فإن "الجزائر أحرزت تقدما محسوسا قدر بتسع وعشرين (29) مرتبة على الصعيد العالمي، وفقا لآخر تقرير سنوي صادر عن مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، حول التجارة الإلكترونية، حيث انتقلت من المرتبة 109 إلى المرتبة 80 عالميا، محتلة بذلك المرتبة الرابعة إفريقيا". وأشار هذا التقرير الأممي الذي نوهت به وزارة البريد إلى أن "الجزائر تعد من بين الدول الأربع التي حققت أكبر تقدم على الصعيد العالمي وفقا لذات المؤشر، رفقة كل من البرازيل (تقدم بـ10 مراتب) وغانا (تقدم بـ20 مرتبة) وجمهورية لاوس (تقدم بـ11 مرتبة)".

ويستند التقرير في تصنيفه إلى جملة من المؤشرات، تتمثل في نسبة تعميم استعمال الإنترنت وتأمينه والإدماج المالي وكذا موثوقية الخدمات البريدية وفقا لترتيب الاتحاد البريدي العالمي.

المؤسسات الناشئة.. فرصة الجزائر للانطلاق الاقتصادي

ويقراً بعض الخبراء المختصين في تكنولوجيات الاتصال والرقمنة أن هناك وثبة حقيقية في الجزائر بخصوص التجارة الإلكترونية في المدة الأخيرة خاصة أن ظروف الجائحة ساعدت في ذلك، لكنهم أكدوا أن الطريق لا يزال طويلا لتحقيق القفزة النوعية المأمولة.

ويقراً الخبير في تكنولوجيات الإعلام والاتصال، يونس قرار في اتصال جمعه بـ"موقع سكاى نيوز عربية" مضمون التقرير الصادر عن مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية بخصوص احتلال الجزائر للمرتبة الرابعة إفريقيا في التجارة الإلكترونية بأنه "مبني على أرقام حقيقية وذات مصداقية لأنها ملتقطة من مكاتب الدراسات والوزارات".

وأوضح المتحدث ذاته أن التقرير المشار إليه "يتحدث عن التجارة الإلكترونية المتعلقة بالدفع الإلكتروني عبر الإنترنت وليس لدى محلات البيع والفنادق خاصة أن ميدان الدفع الإلكتروني واسع ولم نواكب جميع تطوراتها".

وأكد المستشار في مجال تكنولوجيايات الإعلام والاتصال ذاته أن "الوثبة حصلت عندما اضطر الجزائريون خلال هذه المرحلة المتعلقة بوباء كورونا إلى الدفع عبر الإنترنت من فواتير الاتصالات، الكهرباء والماء، الغاز، إضافة إلى التعامل مع الشركات التي تبيع منتوجاتها عبر الإنترنت".

وأفاد المستشار في تكنولوجيايات الاتصال، يونس قرار أن "الأرقام تؤكد أن عدد معاملات الدفع الإلكتروني في مرحلة وباء كورونا تتجاوز بأضعاف المعاملات في ثلاث سنوات الماضية".

الجزائر تقرر فتح فروع لينوكها في أوروبا وأفريقيا

عرفت الجزائر خلال الفترة الأخيرة خطوات معتبرة في تجسيد التعامل بالتجارة الإلكترونية، نظرا إلى الإجراءات الوقائية التي فرضتها السلطات كالحجر الصحي الذي حدّ في الأشهر الأولى من جائحة كورونا من تحركات المواطنين فما كان عليهم للمحافظة على التباعد الاجتماعي إلا التوجه نحو الفضاء الرقمي.

وقد وجد العديد من أصحاب المحلات خاصة ما تعلق ببيع الأحذية والعطوف في البداية الفرصة لإنقاذ وضعيتهم من تداعيات الإغلاق عبر فتح صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي من فيسبوك وإنستغرام للترويج لسلعهم وتوصيلها فيما بعد للزبون حيثما يكون بأسعار معقولة.

ويقول محمد صاحب محل لبيع الملابس والأحذية بالجزائر العاصمة إن "اللجوء والاستعانة بشبكات التواصل الاجتماعي أنقذهم من بطالة محتومة"، ويؤكد لـ "موقع سكاى نيوز عربية" أنه "قبل ظهور وباء كورونا لم أكن أهتم بتكنولوجيايات الاتصال ولا بالتجارة الإلكترونية لكن بعد التوقف عن النشاط بسبب إجراءات الغلق واستمرار الوضع كان مفروضا علينا تسويق منتوجاتنا".

واستمر الوضع أمام الباعة حتى بعد الرفع التدريجي للنشاطات التجارية في البلاد، حيث تجد عشرات الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي التي توفر للزبائن أرقام هواتفهم للتواصل مع هؤلاء التجار لاختيار السلعة التي يرغبون في اقتنائها بعد الاتفاق على السعر ثم مكان التوصيل.

وأما ما تعلق بالدفع الإلكتروني، فقد أطلقت مؤسسة "بريد الجزائر"، في الصيف الماضي، خدمة جديدة للدفع بالهاتف النقال عبر رمز الاستجابة السريعة "بريد باي" لتسهيل دفع مستحقات المشتريات على المواطنين.

ويؤكد رئيس الجمعية الوطنية للتجار والحرفيين، الحاج الطاهر بولنوار أنهم كـممثلين للتجار لمسوا خلال ثلاثة سنوات الأخيرة اهتماما متزايدا بالرقمنة والتجارة الإلكترونية في الجزائر، لكنه شدد على أنه "في فترة الحجر الصحي توسعت رقعة التعاملات التجارية الرقمية".

وأبرز الحاج الطاهر بولنوار في تصريح لـ "موقع سكاى نيوز عربية" أن "التجار أصبحوا مهتمين بميدان التجارة الإلكترونية ولذلك تم توقيع اتفاقية بين الجمعية ووزارة البريد وكذلك اتصالات الجزائر الهدف منها التفكير في برامج تكوينية لفائدة التجار والحرفيين في مجال الرقمنة والتجارة الإلكترونية".

وأشار المتحدث إلى بعض المشاكل التي تقف في وجه الدفع الالكتروني بالجزائر منها وفق رأيه " غياب ثقافة الرقمنة عند بعض المستهلكين والتجار إضافة إلى ضعف تدفق الانترنت في بعض المناطق".

(<https://www.skynewsarabia.com/business>)

خلاصة الفصل:

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

و حاولنا في هذا الفصل الإلمام بأهم الجوانب المتعلقة بالتجارة الإلكترونية كنشاط يشهد تطورات سريعة و متواصلة خاصة و أنها منذ ظهورها في الدول التي تشهد تقدما علميا و تكنولوجيا و هي آخذة في الانتشار بين الأفراد و المنشآت داخل الدولة الواحدة أو بين الدول المختلفة سواء المتقدمة أو النامية . و توصلنا إلى أن التجارة الإلكترونية ينتظرها غد مشرق ، إذ أنها وجدت لتبقى ، شرط أن يتم القضاء أو التخفيف من سلبياتها و الاستفادة و تدعيم إيجابياتها ، و لاسيما توفير متطلباتها من بنية تحتية للنقل و التوزيع و قاعدة تكنولوجية و رأسمال فكري و كذلك القوانين و التشريعات المنظمة لها و وسائل الدفع الملائمة لها . لكن الملاحظ أن الدول التي دخلت بقوة في اقتصاد المعرفة هي الأكثر قدرة على تبني هذا الأسلوب التجاري الجديد و جني منافعه ، نظرا لما تتمتع به من مقومات تكنولوجية و بشرية و غيرها ، و بالتالي فإن الإشكال يطرح بالنسبة لتلك الدول التي لا تتوفر على هذه المقومات و التي يطلق عليها البلدان النامية و منها الدول العربية و التي تعاني من فجوة رقمية كبيرة بينها و بين العالم المتقدم .

الخاتمة

الخلاصة:

لقد توصلنا من خلال بحثنا هذا ان العولمة هي حقا ظاهرة متداخلة متجلية في مختلف المستويات فقد احدثت العديد من التغيرات على البشر وفي الوقت الذي تسعى فيه خالي توحيد العالم فهي وفي المقابل تزيد في قطر الفجوة بين الغرب المتقدم . والجنوب المتعثر نموه بسبب مختلف العراقل التي تحول دون تجاوزه لعتبة النمو

ان في الوقت الحالي اصبح لايعترف الحدود الجغرافية في التعاملات التجارية والكم الهائل للتبادلات اليومية وماهو انعكاس لاثار العولمة الاقتصادية

لقد تطرقنا من خلال هذا البحث الى دراسة دور العولمة الاقتصادية في تفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر فقمنا بدراسة الاطار المفاهيمي للعولمة الاقتصادية والتجارة الالكترونية وفي الفصل الثاني تطرقنا من خلاله الى دراسة دور العولمة الاقتصادية على تفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر ونظرة شاملة على اهم مواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر

أولاً- نتائج الدراسة

يمكن القول أن النظام الاقتصادي العالمي الجديد الحالي فرض نفسه من خلال العولمة الاقتصادية-

التغيرات و التطورات التي حدثت على النظام الاقتصادي العالمي عموما والنظام التجاري على الخصوص، أصبحت - تشكل تحديات لاقتصاديات الدول تفرض عليها إيجاد الآليات المناسبة للاستفادة من الفرص التي يقدمها هذا النظام و التقليل من تكاليفه و سلبياته

-أن تزايد التبادل التجاري و اندماج الاسواق العلمية و التقدم التكنولوجي لها تأثير على الدول النامية منها الجزائر .

في عالم طغت فيه لغة المعرفة، أصبح التقدم التكنولوجي هو المحرك الرئيسي لاقتصاد العالمي، وأضحى تطور الأمم-

وازدهارها يقاس بمدى تبنيها لهذه التكنولوجيا، وهو ما جعل العديد من دول العالم تدرك أهميته. هذه

التكنولوجيا، وتوسعى 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 فيتحديد المستقبل لاقتصادي للدول.

أصبحت النمط الرئيسي للنشاط التجاري، فقد نمت حجمها بسرعة خيالية في مختلف أنحاء المعمورة، بسبب المزايا العديدة- التي توفرها خاصة اختصارها للزمن والمسافات واختزالها للتكاليف لعل تجارب بعض الدول التي تشهد تحولات كبيرة للانتقال للعالم الرقمي، هو أكبر حافز لتشجيع الجزائر على استيعاب هذه التغيرات التكنولوجية الهائلة، ومواكبة النقلة النوعية، وحوض تجربة التجارة الإلكترونية للاستفادة من مزايا تطبيقها. من هذا الباب جاء التركيز على دراسة ظاهرة التجارة الإلكترونية، مع . إيلاء اهتمام خاص بتشخيص الوضع المعرفي

لقد أصبحت التجارة الإلكترونية في وقتنا الحالي محرك فعال لتنشيط العمل التجاري بين الأطراف المختلفة المتعاملة - فيه من أفراد و مؤسسات و إدارات ، لما تمنحه من إنفتاح لخلق أسواق كبيرة تعرض فيها منتجات المؤسسات ، حيث هي فرصة للراغبين في البحث عن أساليب أبحاث لتحقيق أكبر الأرباح عن طريق قنوات الترويج و البحث عن زبائن و أسواق جديدة ، عبر الوسائل الإلكترونية بالإعتماد على نظم الدفع و السداد الحديثة

لعل التغيرات و التطورات التي حدثت على النظام الاقتصادي العالمي عموما والنظام التجاري على الخصوص، أصبحت تشكل تحديات لاقتصاديات الدول تفرض عليها إيجاد الآليات المناسبة للاستفادة من الفرص التي يقدمها هذا النظام و التقليل من تكاليفه و سلبياته

ثانيا: اختبار الفرضيات

صحة الفرضية الاولى وان للعولمة الاقتصادية لها دور في تفعيل التجارة الالكترونية في الجزائر باعتبار ان هدفهم واحد هم- جعل العالم قرية من خلال تخطي الحدود الجغرافية و الإنعاش الاقتصادي العالمي بفضل زيادة حجم المبادلات التجارية صحة الفرضية الثانية ان الأنترنت قاعدة انطلاق لتطوير التجارة الإلكترونية لإعتماد هذه الأخيرة عليها وان التجارة- الإلكترونية هي عملية تبادل السلع و الخدمات عبر شبكة التواصل الانترنات

صحة الفرضية الثالثة لا تمتلك الجزائر البنية التحتية اللازمة من أجل تبني التجارة الإلكترونية حاليا وتوصلنا الى نتيجة رغم أن- الجزائر شهدت تطور في مجال استعمال الهاتف المحمول و هاتف الثابت و اجهزة الكمبيوتر و لكن لاتزال نسب امتلاكه في الاسر الجزائرية بعيدة على المستوى العالمي ،اما الانترنت لاتستخدم كوسيلة لتعاملات التجارية و اضافة الى ضعف سرعة الانترنت وهذا ما يحول دون ازدهارها وتطور التجارة الالكترونية

عدم صحة الفرضية الثالثة ان الجزائر لها امكانيات كبيرة متاحة لتطوير التجارة الالكترونية وذلك لما تواجهه من العقبات- والعراقيل وان التجارة الالكترونية تحاول فرضت نفسها و حتميتها عليها لكنها مزال تطورها البطيء. و غياب الأقتصاد الرقمي اللاملموس ولا زال الأقتصاد التقليدي و التعاملات التجارية لاتزال تقليدية وحتى وسائل الدفع الإلكتروني في بداية استعماله والمستهلك الجزائري لا يزال عنده مخاوف من التعاملات التجارية الإلكترونية

اقتراحات

وتبعاً لذلك يمكن الوصول الى مجموعة من المقترحات نذكر منها مايلي:
وضع برامج دعم و تحفيز لمساعدة الأفراد و الشركات للمشاركة في التجارة الالكترونية بالتنمية التدريب و الخبرة الفية اللازمين .
زيادة الاستثمار في المجال تأهيل الموارد البشرية في مجال تكنولوجيا المعلومات والشبكات الاتصال من خلال التعليم و- التدريب و تطوير البحث العلمي
. توفير البنية الأساسية للاتصالات و نشر خدمات الانترنات و تخفيض تكلفة الاتصال-

تطوير نظام المدفوعات الازمة بالعمليات المصرفية لاتمام التعاملات الالكترونية بسرعة وامن من خلال وسائل الدفع-
الالكتروني .

نشر الوعي بأهمية التجارة الإلكترونية من خلال ابراز لما لها من فوائد و مزايا من تعزيز الثقة من أجل استخدام وسائل-
الدفع الإلكتروني من خلال حملات تحسيسية و اجراء بحوث ودراسات المتعلقة

: افاق البحث

يبقى موضوع التجارة الالكترونية موضوعا كبيرا ومتشعبا لذلك حاولنا بقدر الإمكان الإلمام ببعض الجوانب هذاالموضوع
:لكن تبقى الكثير من المواضيع المطروحة في هذا المجال من بينها نقتح

طرق الجباية في التجارة الالكترونية-

. أنظمة السداد و دورها في تفعيل التجارة الالكترونية -

تحديات ورهانات مواقع التجارة الالكترونية الجزائرية لمنافسة المواقع التجارية الالكترونية العالمية-

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
/	شكر وعرفان
/	الإهداء
/	ملخص
/	قائمة الأشكال والجداول
أ-ج	مقلفة
/	الفصل الأول : الاطار النظري للعملة الاقتصادية و التجارة الالكترونية
2	تمهيد
3	المبحث الأول : عموميات حول العملة الاقتصادية
3	المطلب الأول : مفهوم العملة الاقتصادية
3	المطلب الثاني : خصائص العملة الاقتصادية
10	المطلب الثالث : أهداف و مظاهر العملة الاقتصادية
12	المبحث الثاني: محددات العملة الاقتصادية
12	المطلب الاول: اثار العملة الاقتصادية
15	المطلب الثاني: أبعاد العملة الاقتصادية
17	المطلب الثالث : وسائل فرض العملة الاقتصادية
19	المبحث الثالث : ماهية التجارة الالكترونية
19	المطلب الأول: مفهوم و نشأة التجارة الالكترونية
22	المطلب الثاني: وسائل وأنظمة السداد في التجارة الالكتروني
28	المطلب الثالث: خصائص التجارة الالكترونية وأشكالها ومستوياته

30	المطلب الرابع: مشاكل التجارة الالكترونية
31	المبحث الرابع : المتطلبات اللازمة لإقامة التجارة الإلكترونية
31	المطلب الاول: المبادئ الأساسية الحاكمة لنجاح في التجارة الالكترونية
33	المطلب الثاني: المتطلبات العامة لنجاح التجارة الالكترونية
37	المطلب الثالث متطلبات حمائية للحفاظ على التجارة الإلكترونية
39	المطلب الرابع : العلاقة مظاهر بين العولمة الاقتصادية و التجارة و الالكترونية

/	الفصل الثاني: دور العولمة الاقتصادية في التجارة الالكترونية في الجزائر (2010/2020)
42	تمهيد
43	المبحث الاول: البنية التحتية للتجارة الالكترونية
43	المطلب الاول: نظرة عامة حول التجارة الالكترونية في الجزائر
47	المطلب الثاني: شبكة الانترنت
48	المطلب الثالث : تطور عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر(2010/2020)
55	المبحث الثاني: تطبيقات التجارة الالكترونية في الجزائر
55	المطلب الاول: وضعية التجارة الالكترونية في الجزائر

61	المطلب الثاني: بعض تطبيقات التجارة الالكترونية في الجزائر
62	المطلب الثالث: بعض مواقع التجارة الالكترونية في الجزائر
64	المطلب الرابع: وسائل الدفع الالكتروني في الجزائر
64	المبحث الثالث: معوقات التجارة الالكترونية في الجزائر وسبل توسيعها
70	المطلب الاول: معوقات التجارة لالكترونية في الجزائر
75	المطلب الثاني:العقبات التجارية و القانونية التشريعية في الجزائر
78	المطلب الثالث:حتمية التجارة الالكترونية في زمن الكورونا في الجزائر
81	خلاصة الفصل

قائمة المصادر و المراجع

1. Badoc , M., & al. (paris). *e-marketing de la Banque et de l'Assurance, Organisation*. 2003
2. الجنبهي, م., & الجنبهي, م. (2005). *النقود الإلكترونية*. الاسكندرية: دار الفكر الجامعي.
3. العالق, ب. (2007). " *تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتطبيقاتها في مجال التجارة النقالة*", المنظمة العربية للتنمية الادارية. عمان, الاردن.
4. المومني, ع. (2003). *التوقيع الإلكتروني وقانون التجارة الإلكترونية*. الاردن: دار وائل.
5. مصطفى, ك., & بندق, و. (2005). *الأوراق التجارية و وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة*. الاسكندرية, دار الفكر الجامعي.
6. نورثن, ب., & سميث, ك. (1997). *التجارة على الانترنت*. (ت. م. البرمجة, Trad). لبنان, الدار العربية للعلوم.
7. al, & Perry , J. (s.d.). *op cit*
8. *La 3G fait grimper le taux de pénétration* .algerie focus (2015, اغسطس 22). *d'Internet en Algérie*. Récupéré sur wayback machine
9. arabic educational center . (s.d.). Consulté le 5 12, 2021, sur www.itep.ae/arabic/educationalcenter/Articles/Encryption_04.asp#4
10. Hakem rasdali , s. (2009). " retour a l'expérience sur la FAD: cas de la mise en oeuvre du dispositif ide@ ". *séminaire sur la gouvernance électronique: esanté, e-éducation, e-commune*,. alger. Récupéré sur www.mptic.dz
11. Lu. , M., & chaillat, R. (s.d.). *Le commerce électronique, un état de l'art*. Consulté le 05 12, 2021, sur www.supelec_rennes.fr/rennes/si/equipe/lme/publi/annales.telecoms98.pdf
12. nafia, a. (2010). *'les Tic comme éléments de performance: cas des entreprises algériennes* (éd. 3). alger
13. United nations statistics division. (s.d.). *millennium development goals database: personal computer per 100 population*. Récupéré sur www.mdgs.un.org/unsd/mdg/Handlers/ExportHandler.ashx?Type=Excel&Series=607
14. الاتحاد الدولي للاتصالات. (2010). Consulté le 05 19, 2020, sur www.itu.int/ITU-T/publications/idi/2010/Material/MIS_2010_Summary_A.pdf
15. العالق, ب. (s.d). " *تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتطبيقاتها في مجال التجارة النقالة*.
16. العيسوي, ا. (2003). " *التجارة الإلكترونية*". القاهرة, المكتبة الأكاديمية.
17. القانون النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية. (2007, 5 20). Récupéré sur http://www.arablaw.org/download/UNCITRAL_ECModel%20Law_Ar.doc
18. القانون النموذجي بشأن التوقيعات الإلكترونية. (s.d). Récupéré sur <http://www.uncitral.org/pdf/arabic/texts/electcom/ml-elecsig .a- pdf>
19. بختي, ا. (s.d). مرجع سابق.
20. بسام, ا. (s.d). *التجارة الإلكترونية: كيف متى وأين*، الموسوعة العربية للكمبيوتر والانترنت على الخط. Consulté le 06 03, 2021, sur www.c4arab.com

21. بوجعيط, ع. , & نجام, ع. (2002). التجارة الإلكترونية الجوانب التسويقية في المؤسسة. الجزائر, المدرسة العليا للتجارة .
22. د السيد أحمد , ع. (.s.d). مرجع سابق.
23. د العيساوي, ا. (.s.d).
24. د ثابت عبد الرحمن , إ. , & د. جمال الدين , م. (.s.d). مرجع سابق.
25. د. الحداد, م. , & آخرون. (.s.d). مرجع سابق.
26. د. العطار, ع. (2003). التجارة الإلكترونية بين البناء و التطبيق. الاسكندرية, الأكاديمية العربية للعلوم و التكنولوجيا و النقل البحري.
27. د. غنيم, ا. (2004). الإدارة الإلكترونية, المكتبة العصرية. المنصورة: المكتبة العصرية.
28. د. أبو فارة, ي. (.s.d). مرجع سابق.
29. دادن, ع. (2004). الجباية الافتراضية و التجارة الإلكترونية. مجلة العلوم الاقتصادية و علوم التسيير (3), p. 151.
30. سعد غالب , ي. , & العالق, ب. (.s.d). " التجارة الإلكترونية".
31. شنيدر, ج. (2000). " التجارة الإلكترونية". (ت. س. إبراهيم, Trad.) الرياض, دار المريخ للنشر , المملكة العربية السعودية.
32. شوقي ناجي, ج. , & آخرون. (2007). الابعاد المستقبلية للحكومة الإلكترونية في الاردن, متطلبات النجاح. المجلة الاردنية في ادارة الاعمال (3), p. 46.
33. طارق, ط. (2005). " التسويق و التجارة الإلكترونية". القاهرة, مصر: دار الكتب للنشر و التوزيع.
34. عبد الرحيم, م. (.s.d). " الاقتصاد الصناعي و التجارة الإلكترونية".
35. عبد الله , ح. (.s.d). التسويق و التجارة الإلكترونية في الدول العربية, التحديات التي تواجهها و سبيل التغلب عليها.
36. غنيم, ا. (2004). " الإدارة الإلكترونية: آفاق الحاضر و تطلعات المستقبل". المنصورة, المكتبة المصرية, مصر.
37. فريحة, م. (2006). النوادي الإلكترونية: تحديات و بدائل. مجلة العلوم الانسانية (27). Consulté le 05 04, 2021, sur : www.ulum.nl/b85.htm
38. من خطاب ألقاه في المنتدى الاقتصادي بدافوس في يناير 2000م.
39. أمين عبد العزيز حسن: إستراتيجيات التسويق في القرن 21، دار قباء للنشر و التوزيع، القاهرة، 2001.
40. بن ر جدال الجوهر، التجارة الإلكترونية و الانترنت، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الجزائر، كلية العاوم الاقتصادية و العلوم التسيير، 2001.
41. بوب نورثن، كاتي سميث: التجارة على الانترنت، ترجمة مركز التعريب و البرمجة ، الدار العربية للعلوم، 1997، لبنان
42. بوجعيط عمار، نجام عز الدين، التجارة الإلكترونية الجوانب التسويقية في المؤسسة، المدرسة العليا للتجارة ، الجزائر، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الليسانس، دفعة 2002.
43. التجارة الإلكترونية و واقع العالم العربي، من إعداد قسم البحوث "مجلة الشؤون الخليجية، الإمارات"، 1999، ص 25.

44. جلال، أمين . العولمة ، القاهرة :دار المعارف ، سلسلة اقرأ ، 1998 ، ص 5 . انظر ايضا :
45. جودت، سعيد وعبد الوهاب، علواني. الإسلام والغرب والديمقراطية، لبنان: دار الفكر المعاصر ، بيروت ، 1996،
46. حمد عبد العزيز و آخرون: العولمة الاقتصادية و تأثيرها على الدول العربية، مجلة الإدارة و الاقتصاد، العدد 86، 2011، ص 67.
47. خليج حسن خلف، اقتصاد المعرفة. دار النشر جدار الكتاب العلمي، ط.1، بيروت، لبنان، 2007،
48. د.سهيل حسين الفتلاوي، العولمة واثارها في الوطن العربي ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ،ط1، 2009،
49. رأفت رضوان، التجارة الالكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر 1999،
50. رأفت رضوان، التجارة الالكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر 1999،
51. رأفت رضوان، عالم التجارة الالكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر 1999.
52. رمزي زاكي: ظاهرة التدويل في الاقتصاد العالمي و آثارها على البلدان النامية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت ، 1993.
53. سيد حسين مير جليلي : العولمة المصرفية و مستلزماتها في العمليات المصرفية في إيران، مجلة تامة مفيد، مجلة فصلية جامعية، جامعة المفيد، رقم 31، أبان 1981، قم، إيران.
54. عبد الإله بلقزيز: العولمة و الهوية الثقافية: عولمة الثقافة أم ثقافة العولمة؟، ندوة مقدمة لندوة العرب و العالم، مركز دراسات الوحدة العربية ،بيروت، لبنان ، 18-20/12/1997،
- مجلة المستقبل العربي، العدد 229، آذار 1998.
55. عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الالكترونية ، دار الفكر الجامعي ،مصر، 2000،
56. عبد القادر، تومي، العولمة فلسفتها مظاهرها تأثيراتها، كنوز الحكمة ، الجزائر: مطبعة دار هومة ، 2009.
57. عبد المنعم محمد الطيب، حمد النيل: العولمة و آثارها الاقتصادية على المصارف: نظرة شمولية، المعهد العالي للدراسات المصرفية و المالية ،الخرطوم، السودان، بحث منشور على الإنترنت.
58. عزمي بشاره. العرب و العولمة، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ط3، 2000.
59. قاسمي رمضان، قارة برنو محمد، التجارة الالكترونية، مذكرة تخرج لنيل شهادة ليسانس ،المركز الجامعي بالمدينة، 2003،
60. قاسمير رمضان، قارة برنو محمد، التجارة الالكترونية ،مذكرة تخرج لنيل شهادة ليسانس، المركز الجامعي بالمدينة، 2003.

61. كمال رزيق، مسدور فارس، التجارة الالكترونية و ضرورة اعتمادها في الجزائر ،جامعة سعد دحلب البليدة، كلية العلوم الاقتصادية ،الملتقى الوطني 21/22 ماي.
62. محمد إبراهيم عبد الرحيم، الاقتصاد الصناعي والتجارة الالكترونية. مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2007،
63. محمد احمد أبو قاسم، التسويق عبر الانترنت، دار الأمين، القاهرة، 2000.
64. محمد الصيرفي، الإدارة الالكترونية. دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2007.
65. محمد سعيد أبو زعور. العولمة ، عمان: دار البيارق، الطبعة الأولى، 1418 هـ - 1998 م
66. محمد، الأطرش، العرب و العولمة، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ط3، 2000.
67. محمد، عابد الجابري، العرب والعولمة ، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية ، ط2، 1998.
68. نعيمة، شومان، العولمة بين النظم التكنولوجية الحديثة ، بيروت: مؤسسة الرسالة ، ط1، 1418 هـ - 1998.
69. نهلة أحمد قنديل، التجارة الالكترونية رؤية تسويقية .جامعة قناة السويس، مصر، 2004،
70. نوري، منير، "معوقات مساندة العولمة الاقتصادية للدول العربية"، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا ، العدد الأول، السادس الثاني، 2004.
71. ياسر، عبد الجواد، "مقاربتان عربيتان للعولمة"، المستقبل العربي ، عدد 252 ، شباط 2000.
72. Bettil mohamed nadjib, le commerce électronique, centre universitaire medea
73. Christine bitouzi, le commerce électronique, France : herme science ., publications, 1999
74. Mustapha hashem sherif, Ahmed serhrouchni, la monnaie électronique, France, édition eyrolles, 1999
75. World Trade organization: Globalization and Trade, Annual Report, 1998, .WTO, Geneva, Switzerland
76. www.aljazeera.net/in- depth international.com.
77. اثار العولمة على التنمية في الدول الأقل نموا -مخاطر حرية الاستثمار- للدكتور محمد أحمد المخلافي (39-40) موقع الاشتراكي نت
78. WWW.ALRIYADH.COM.

79. د. صلاح بن فهد الشلهوب، التجارة الإلكترونية .. وأدوات العولمة الاقتصادية، مقال على الموقع : https://www.aleqt.com/2017/04/29/article_1178546.html ، تاريخ النشر، 29/04/2017 ،

80. جمهورية الجزائر الديمقراطية الشعبية العربية، وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية ، مؤشرات تطور تكنولوجيا الاعلام والاتصال ومجتمع المعلومات ، [/https://www.mpt.gov.dz](https://www.mpt.gov.dz) ، تاريخ التصفح 27/5/2021.

81. إسلام كعبش ، التعايش مع الكورونا ينعش التجارة الالكترونية في الجزائر، مقال على موقع : <https://www.skynewsarabia.com/business/1417354> - تاريخ النشر 24

فيفري 2021.

