



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة البليدة 02 علي لونيبي
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم العلوم السياسية

دور تكنولوجيا المعلومات في تفعيل التجارة الإلكترونية- دراسة مقارنة (الجزائر المغرب (2024/2021

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه LMD في العلوم السياسية
تخصص: إدارة الموارد البشرية

إشراف الأستاذة:

د/ عبد اللاوي صبيحة

إعداد الطالبة:

مرجة شيماء

أعضاء لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة الأصلية	الصفة
رضا بن سالم	أستاذ التعليم العالي	جامعة البليدة 02	رئيسا
صبيحة عبد اللاوي	أستاذة التعليم العالي	جامعة البليدة 02	مشرفا ومقررا
أمال بوقاسم	أستاذة محاضرة (أ)	جامعة البليدة 02	عضوا مناقشا
صالح زيان	أستاذ التعليم العالي	جامعة باتنة	عضوا مناقشا
بيسان مصطفى موسى	أستاذة محاضرة (أ)	جامعة الجزائر 03	عضوا مناقشا
سفيان ريميلوي	أستاذ محاضر (أ)	جامعة الجزائر 03	عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2024/2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وتقدير

وبنأ لك الحمد

كما ينبغي لجلال وجهك وعظيم

سلطانك، اللهم إني أشكرك على تقديرك وتوفيقك

لإنجاز هذا العمل. وأتقدم بالشكر والتقدير إلى الأستاذة الفاضلة

المشرفة الدكتورة "محمد الأوي صبيحة" حفظها الله وأطال في عمرها على

نصائحها وتوجيهاتها القيمة. كما أتقدم بجزيل الشكر لكل أساتذة كلية العلوم

السياسية في جامعة البلدية 02، وبالأخص الأستاذ "شرقي محمود" على

مساعدهاته وتوجيهاته القيمة. وأتوجه بالشكر إلى كل من ساعدني

في إنهاء هذا البحث ولو بكلمة تشجيع أو بدعاء. كما أتقدم

بالشكر الخالص إلى كل زملائي وزميلاتي طلبة

الدكتوراه في جامعة البلدية 02.

إهداء

أهدي ثمرة جهدي:

إلى الذي كان سبيلاً في نجاحي وتفوقتي

وأمدني بالقوة والدعم في أوقات ضعفي أبي الحبيب...

إلى شمعة حياتي التي بذلت النفس من أجلنا، إلى من ربتني وسقنتني

من حنانها ولم تحرمني من الدعاء بالتوفيق والسداد والنجاح أمي الغالية...

إلى الشموع التي تنير لي الطريق إخوتي الغاليين: أيمن، أمينة، أمجد...

إلى الجوهرة المضيئة وسندي في الحياة، زوجي طارق، وكل عائلته الكريمة...

إلى جميع عائلتي صغيراً وكبيراً، وكل من لم يبخل علي بدعائه...

إلى كل من أمدني بيد العون في إنجاز

هذا العمل من قريب أو من

بعيد...

شيماء



الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد دور تكنولوجيا المعلومات في تفعيل التجارة الإلكترونية، ومعرفة الواقع الفعلي لهذين القطاعين في الجزائر والمغرب، حيث تم معالجتها من خلال الإشكالية الآتية: ما دور تكنولوجيا المعلومات في تفعيل التجارة الإلكترونية؟ وما هو واقعها في كل من الجزائر والمغرب؟. وحتى يتم الإجابة عليها، قمنا باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، والمنهج المقارن، والاقتراب القانوني والاقتراب المؤسسي. وتم التوصل إلى نتيجة مفادها أنتوافر وانتشار استخدام التجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب يتوقف بصورة رئيسية على مدى امتلاكهما لوسائل تكنولوجيا متطورة تتمثل أساسا في الانترنت ومختلف وسائل الاتصال الحديثة، بالشكل الذي يمكن الدولتين من تطوير عمليات الدفع الإلكتروني وتوفير منصات إلكترونية متخصصة في ممارسة هذا النوع من التجارة.

الكلمات المفتاحية: التجارة الإلكترونية؛ تكنولوجيا المعلومات؛ الدفع الإلكتروني؛ الجزائر؛ المغرب.

Resume:

The aim of this study is to determine the role of information technology in promoting e-commerce, and the current situation of these fields in Algeria and Morocco. The inquiry addressed the following issue: **What role does information technology play in stimulating e-commerce? Furthermore, what is the current situation regarding this in Algeria and Morocco?** In addressing these questions, we employed a combination of descriptive analytical, comparative, legal, and institutional approaches. Our findings indicate that the prevalence and expansion of e-commerce in Algeria and Morocco are predominantly contingent upon their access to advanced technological infrastructure, notably the Internet and various modern communication tools. This infrastructure empowers both nations to improve electronic payment systems and establish specialized online platforms for facilitating e-commerce transactions.

Keywords: e-commerce; information technology; electronic payment; Algeria; Morocco.

فهرس المحتويات:

الرقم	العنوان	الصفحة
	الشكر والإهداء	
	الملخص	
	فهرس المحتويات	
	فهرس الجداول	
	فهرس الأشكال	
	مقدمة	33 - 11
الفصل الأول: أهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات في المنظمات المعاصرة		
	تمهيد	35
01	المبحث الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات	36
02	المطلب الأول: خصائص تكنولوجيا المعلومات	36
03	المطلب الثاني: المسار التاريخي لتطور تكنولوجيا المعلومات	43
04	المطلب الثالث: أهمية وأهداف تكنولوجيا المعلومات	52 - 49
05	أولاً: أهمية تكنولوجيا المعلومات	49
06	ثانياً: أهداف تكنولوجيا المعلومات	52
07	المبحث الثاني: المراكز الرئيسية لتكنولوجيا المعلومات	54
08	المطلب الأول: مكونات تكنولوجيا المعلومات	55
09	المطلب الثاني: وظائف تكنولوجيا المعلومات	63
10	المطلب الثالث: أدوات تكنولوجيا المعلومات	66
11	المبحث الثالث: استخدامات تكنولوجيا المعلومات	70
12	المطلب الأول: دواعي استخدام تكنولوجيا المعلومات	72
13	المطلب الثاني: مجالات استخدام تكنولوجيا المعلومات	75
14	المبحث الرابع: مزايا وعيوب تكنولوجيا المعلومات	87
15	المطلب الأول: مزايا تكنولوجيا المعلومات	87
16	المطلب الثاني: عيوب تكنولوجيا المعلومات	92
	خلاصة الفصل	95

الفصل الثاني: دور التحول الرقمي في تطوير التجارة الإلكترونية

97	تمهيد
98	المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية
98	المطلب الأول: تمييز التجارة الإلكترونية عن بعض المفاهيم المشابهة لها
106	المطلب الثاني: المراحل التاريخية لتطور التجارة الإلكترونية
114 - 109	المطلب الثالث: أهمية وأنواع التجارة الإلكترونية
109	أولا: أهمية التجارة الإلكترونية
111	ثانيا: أنواع التجارة الإلكترونية
115	المبحث الثاني: المرتكزات الإلكترونية والأمنية لعمل التجارة الإلكترونية
115	المطلب الأول: الإنترنت والتجارة الإلكترونية
119	المطلب الثاني: وسائل الدفع المعتمدة في التجارة الإلكترونية
135	المطلب الثالث: أمن المعاملات التجارية الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت
141	المبحث الثالث: تطبيقات التجارة الإلكترونية
142	المطلب الأول: متطلبات تطبيق التجارة الإلكترونية
147	المطلب الثاني: مجالات تطبيق التجارة الإلكترونية
154	المبحث الرابع: مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية
154	المطلب الأول: مزايا التجارة الإلكترونية
157	المطلب الثاني: عيوب التجارة الإلكترونية
160	خلاصة الفصل

الفصل الثالث: دراسة تحليلية لواقع استخدام تكنولوجيا المعلومات في تفعيل دور التجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب

162	تمهيد
163	المبحث الأول: التشريع القانوني لتكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب
163	المطلب الأول: مسار تطور التشريع القانوني لتكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية في كل من الجزائر والمغرب
174	المطلب الثاني: القوانين المنظمة لمعاملات التجارة الإلكترونية في التشريعين

	الجزائري والمغربي	
189	المطلب الثالث: التنظيم القانوني لوسائل الدفع الإلكتروني في القانونين الجزائري والمغربي	36
196	المبحث الثاني: الإطار المؤسسي للتجارة الإلكترونية المعتمدة على تكنولوجيا المعلومات في الجزائر والمغرب	37
196	المطلب الأول: الإطار المؤسسي للتجارة الإلكترونية المرتكزة على تكنولوجيا المعلومات في الجزائر	38
206	المطلب الثاني: الإطار المؤسسي للتجارة الإلكترونية المرتكزة على تكنولوجيا المعلومات في المغرب	39
212	المبحث الثالث: واقع تكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب	40
213	المطلب الأول: البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب	41
224	المطلب الثاني: وسائل الدفع الإلكتروني التي تعتمدها الجزائر والمغرب في تفعيل معاملات التجارة الإلكترونية	42
255	المطلب الثالث: المواقع الإلكترونية والمنصات المتخصصة بممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب	43
265	المبحث الرابع: آفاق توسيع دور تكنولوجيا المعلومات في تفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب	44
265	المطلب الأول: البرامج الجزائرية والمغربية المستخدمة لتعزيز دور تكنولوجيا المعلومات في تفعيل التجارة الإلكترونية	45
277	المطلب الثاني: العراقيل التي تحول دون الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات في تفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب	46
283	المطلب الثالث: سبل توسيع دور تقنيات تكنولوجيا المعلومات في تفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب	47
289	خلاصة الفصل	
292	الخاتمة	
297	قائمة المراجع	

فهرس الجداول:

الرقم	العنوان	الصفحة
01	مجالات التكنولوجيا	38
02	خصائص تكنولوجيا المعلومات	42
03	المراحل الأولى والمتوسطة والحديثة لتكنولوجيا المعلومات	44
04	مراحل تطور تكنولوجيا المعلومات	47
05	أجهزة تكنولوجيا المعلومات	56
06	خدمات الانترنت	68
07	متطلبات استخدام تكنولوجيا المعلومات	71
08	استخدامات تكنولوجيا المعلومات في مجال التعليم والتكوين	78
09	تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في المجال الصناعي	80
10	مجالات استخدام تكنولوجيا المعلومات	85
11	مزايا تكنولوجيا المعلومات بالنسبة للمنظمة	91
12	خصائص التجارة الإلكترونية	100
13	الفرق بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية	101
14	أنواع التجارة الإلكترونية	111
15	سمات التجارة الإلكترونية عبر الانترنت	117
16	مجالات استخدام البطاقة الذكية	124
17	مزايا بطاقة الائتمان	129
18	مزايا البنوك الإلكترونية	134
19	خصائص التوقيع الإلكتروني	137
20	مراحل تطبيق التجارة الإلكترونية	141
21	فوائد تطبيق التجارة الإلكترونية في مجال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة	148
22	تطبيق التجارة الإلكترونية في مجال السياحي	150
23	مجالات تطبيق التجارة الإلكترونية	153
24	مزايا التجارة الإلكترونية	155
25	مديريات وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال	201
26	حصيلة استخدام الهاتف الثابت في الجزائر والمغرب فترة 2005 - 2014	215

216	حصيلة استخدام الهاتف الثابت في الجزائر والمغرب فترة 2015 - 2023	27
218	حصيلة استخدام الهاتف المحمول في الجزائر والمغرب فترة 2005 - 2014	28
219	حصيلة استخدام الهاتف المحمول في الجزائر والمغرب فترة 2015 - 2023	29
221	حصيلة استخدام الانترنت الثابت والمحمول في الجزائر والمغرب فترة 2005 - 2014	30
222	حصيلة استخدام الانترنت الثابت والمحمول في الجزائر والمغرب فترة 2015 - 2023	31
226	أجهزة محطات الدفع الإلكتروني في المغرب	32
232	مميزات وشروط ومدة صلاحية بطاقة CIB في البنوك الجزائرية	33
233	استعمالات وأشكال بطاقة CIB في البنوك الجزائرية	34
234	حجم إصدار الجزائر لبطاقة CIB الكلاسيكية والذهبية 2016 - 2023	35
235	أنواع بطاقة CMI في البنوك المغربية	36
238	بطاقة Corporate في البنوك المغربية	37
239	الخصائص المشتركة بين أنواع بطاقة visa في البنوك الجزائرية	38
240	استعمالات وأشكال بطاقة visa في البنوك الجزائرية	39
241	أنواع بطاقة Visa في البنوك المغربية	40
244	بطاقة Master Card في البنوك الجزائرية	41
244	أنواع بطاقة Master في البنوك المغربية	42
254	معاملات الدفع الإلكتروني في الجزائر خلال 2016 - 2023	43
256	أكثر المواقع والمنصات الإلكترونية المتداولة في الجزائر	44
261	أكثر المواقع والمنصات الإلكترونية المتداولة في المغرب	45

فهرس الأشكال:

الرقم	العنوان	الصفحة
01	تصور متسلسل ومترايط لمفهوم التكنولوجيا	37
02	العلاقة بين المعلومات والبيانات	39
03	خصائص تكنولوجيا المعلومات	41
04	التطور التاريخي لتكنولوجيا المعلومات	48
05	مرتكزات تكنولوجيا المعلومات	54
06	مكونات تكنولوجيا المعلومات	55
07	مكونات عمل تكنولوجيا المعلومات	62
08	وظائف تكنولوجيا المعلومات	65
09	الممارسات البيداغوجية الكبرى لتكنولوجيا المعلومات في التعليم العالي	76
10	أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات في المجال الصناعي	81
11	مستويات استخدام تكنولوجيا المعلومات في العمليات الإدارية	83
12	التفاعل بين تكنولوجيا المعلومات والمنظمة	89
13	عناصر التجارة الإلكترونية	98
14	علاقة التجارة الإلكترونية بالأعمال الإلكترونية	104
15	أنواع التجارة الإلكترونية	114
16	خطوات إنشاء موقع للتجارة الإلكترونية عبر الانترنت	117
17	وسائل الدفع المعتمدة في التجارة الإلكترونية	119
18	خصائص النقود الإلكترونية	121
19	أطراف التعامل في بطاقة الائتمان والعلاقة بينها	128
20	مبدأ عمل نظام المعاملات الإلكترونية الآمنة	140
21	أطراف الجريمة الإلكترونية	165
22	تطور عدد الموزعات الآلي في الجزائر والمغرب	227
23	بطاقة Corporate في بنك القرض الشعبي الجزائري	237
24	بطاقة Corporate في بنك التنمية المحلية	238
25	تطور عدد بطاقات الدفع الإلكتروني في الجزائر والمغرب	246

مقدمة

يعتبر الاستخدام الواسع لتكنولوجيا المعلومات من أهم إفرزات شبكة الانترنت والاقتصاد الرقمي حيث أن التطورات السريعة والمتغيرة التي يعرفها الأفراد والدول المنظمات المعاصرة في مجال تكنولوجيا المعلومات، أصبحت تعتبر من أهم ما يميز هذا العصر، لذلك نجد أن هذا الأخير لا يخلو من تأثير هذه التكنولوجيات على مختلف جوانب الحياة وخاصة الاقتصادية منها. واستجابة للتغيرات التي يفرضها الاقتصاد المعرفي الجديد بمختلف أبعاده، حاولت الدول والمؤسسات إيجاد الطرق اللازمة لتجاوز أساليبها التقليدية من خلال الأخذ بمفهوم التجارة الإلكترونية، التي يتم فيها القيام بالمعاملات التجارية عبر وسائط تكنولوجية جد متطورة، الأمر الذي ساهم في ظهور وانتشار هذا النوع من التجارة بشكل أكبر في العالم وذلك تزامنا مع الانتشار السريع لشبكة الانترنت.

وتعد التجارة الإلكترونية بمثابة الآلية المعاصرة التي يعتمد عليها الأفراد والمؤسسات على حد سواء لتطوير أدائهم الاقتصادي حاضرا ومستقبلا، حيث يتم استخدامها كمصدر لتحقيق التفوق على المنافسين في ظل بيئة تسودها منافسة شديدة، وبالتالي العمل على تحقيق ميزة تنافسية خاصة على المستوى العالمي.

تعتمد التجارة الإلكترونية على استخدام تكنولوجيا المعلومات والوسائل الحديثة والمتطورة في بيع السلع والمنتجات، وتدفق المعلومات التي تساعد على تسهيل المعاملات التجارية والعمل على توثيقها لذلك نجد أن الكثير من المؤسسات الاقتصادية اليوم أصبحت تتوجه بشكل كبير إلى الاعتماد على تكنولوجيا المعلومات من أجل تغيير طبيعة نشاطها وتحسين أدائها، وذلك راجع للدور الفعال الذي تؤديه هذه التكنولوجيات في إيجاد قيمة مضافة للمؤسسة وخفض تكاليفها، وحتى تتمكن هذه المؤسسات من مواكبة التطورات والتغيرات السريعة التي تشهدها البيئة الخارجية وتتمكن من التكيف مع التغيرات التي يفرضها الاقتصاد المعرفي الجديد، أصبحت تبحث عن أساليب حديثة لإتباعها تختلف عن تلك التقليدية لذلك تم التوجه إلى أسلوب التجارة الإلكترونية التي تجعل من تكنولوجيا المعلومات مصدرا أساسيا لنجاحها بشكل دائم.

ومحاولة لمواكبة العصر الرقمي، نجد أن العديد من الدول قد حاولت مسايرة هذا التطور من خلال الاستخدام الواسع لشبكة الانترنت، لذا بات على الدول النامية التسارع في توفير هذه التكنولوجيات وتحقيق بنية تحتية، يتسنى لها من خلالها مواكبة البلدان المتقدمة والتعامل معها تجاريا واقتصاديا وتعتبر الجزائر والمغرب من بين الدول التي اهتمت بشكل كبير بهذين القطاعين، لذلك حاولتا إحداث

تغييرات وتعديلات في مناهج وأنماط العمل في المجال التجاري، من خلال الاستخدام العصري للوسائل والتقنيات التكنولوجية المتطورة للقيام بمختلف عمليات التبادل التجاري الإلكتروني، بما يساهم في تسهيل قيام الأفراد بالممارسات التجارية، والحفاظ على استمرارية المؤسسات، وبالتالي قدرة الدولتين على الوصول إلى ما تحققه الدول المتقدمة.

- أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية الموضوع الذي تحتويه، ويمكن تحديدها في مجموعة من النقاط الأساسية على النحو الآتي:

- تسمح تكنولوجيا المعلومات بتعزيز ظهور وازدهار الصناعات الجديدة كالوسائط المتعددة، والتجارة الإلكترونية والبرامج...؛

- تمكن تكنولوجيا المعلومات الأفراد من استخدام الوسائل والتكنولوجيات الحديثة التي تساهم في تسهيل حياتهم اليومية في مختلف المجالات بما فيها المجال التجاري؛

- تعتبر التجارة الإلكترونية من المواضيع الجديدة والهامة التي تحظى باهتمام الأفراد والمؤسسات الكبيرة والصغيرة والمتوسطة، وذلك راجع إلى تزايد سرعة المعاملات المالية التي توفرها شبكة الانترنت؛

- تعد التجارة الإلكترونية إحدى سمات اقتصاد المعرفة الذي أصبح يشكل ضرورة ملحة في ظل التطورات التي أحدثتها الثورة التقنية لتكنولوجيا المعلومات؛

- إن التجارة الإلكترونية باعتبارها أحد أهم الظواهر الاقتصادية الحديثة الناتجة عن تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال، تحقق الكثير من الفوائد والمزايا الاقتصادية للدول، حيث أنها تزيد من توفر مؤشرات التنمية وتحقق الرفاهية الاقتصادية لمجتمعاتها؛

- المكانة الهامة التي تحظى بها تكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية، جعلت الجزائر والمغرب يسعيان إلى محالة توفير البيئة التشريعية والمؤسسية والمعلوماتية اللازمة لتبنيهما واستخدامهما إيجابيا قدر المستطاع.

- أسباب اختيار الموضوع:

يتم تقسيم أسباب اختيارنا لهذا الموضوع إلى أسباب ذاتية وأخرى موضوعية على النحو الآتي:

الأسباب الذاتية:

- الميولات الشخصية للبحث أكثر في هذا الموضوع واكتشاف مجاله؛
- الشعور بقيمة وأهمية هذا الموضوع خاصة مع التطورات العلمية والتوجهات الحديثة التي يشهدها عصرنا الحالي

- تماشي هذا الموضوع مع طبيعة التخصص؛

- احتلال موضوع التجارة الإلكترونية والدفع الإلكتروني مكانة هامة في حياتنا اليومية.

الأسباب الموضوعية:

- التجارة الإلكترونية وتكنولوجيا المعلومات من المواضيع الحديثة التي لم تستوفي حقها من البحث، حيث أنها لم تربط بمتغيرات عديدة تعكس أهميتها؛

- حداثة الموضوع واحتلاله الصدارة دوليا في مختلف الأبحاث والأوساط الأكاديمية؛

- بقاء العديد من الدول متمسكة بالأساليب التقليدية في معاملاتها التجارية، على الرغم من التطورات التكنولوجية التي يعيشها العالم اليوم في المجال التجاري؛

- الرغبة في دراسة الواقع الذي توصلت إليه الجزائر والمغرب في مجال تطبيق التجارة الإلكترونية والمزايا التي تحققها لاقتصاديات هذه الدول؛

- الرغبة في الخروج بالحلول التي يمكن أن تساعد الجزائر والمغرب على تعزيز دور تكنولوجيا المعلومات في تفعيل التجارة الإلكترونية، واستخدام التقنيات الحديثة القائمة على تكنولوجيا المعلومات في تطويرها؛

- العمل على إثراء المكتبة بمرجع جديد قد يكون نقطة انطلاق لباحثين آخرين لإنجاز دراسات أخرى مكملّة في المستقبل.

- أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة للوصول إلى:

- التعرف على الإطار المفاهيمي لكل من تكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية؛
- إبراز أهمية تكنولوجيا المعلومات في المجال الاقتصادي بالنسبة للأفراد والمؤسسات والدول؛
- توضيح الدور الذي تؤديه تكنولوجيا المعلومات في تطوير مجال المعاملات التجارية الإلكترونية؛
- تحديد العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية، وذلك من خلال ربط مؤشرات هذه التكنولوجيا مع مؤشرات التجارة الإلكترونية بالتركيز على الجزائر والمغرب؛
- تحديد الإطار التشريعي والمؤسسي لتكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب؛
- إدراك واقع تكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية في الجزائر مقارنة بالمغرب؛
- إبراز تحديات التجارة الإلكترونية المرتبطة بتكنولوجيا المعلومات التي تواجه الجزائر والمغرب، ومحاولة إيجاد الحلول الممكنة للتغلب عليها.

- الدراسات السابقة:

- الدراسة الأولى:

دراسة كريمة صراع¹، جاءت تحت عنوان: "واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر"، وهي دراسة قدمت سنة 2014، والتي طرحت الإشكالية الآتية: ما مدى استخدام التجارة الإلكترونية في الجزائر؟ وعالجتها من خلال الفرضيات الآتية:

- ✓ تعتبر الانترنت أهم وسائل تبادل السلع والخدمات في التجارة الإلكترونية؛
- ✓ إن غياب الاقتصاد الرقمي واستخدام التكنولوجيات الحديثة يحد من تطور ونمو التجارة الإلكترونية في الجزائر.

¹ كريمة صراع، "واقع وأفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر"، مذكرة ماجستير في جامعة وهران، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير العلوم التجارية، تخصص إستراتيجية، 2014.

✓ لا تملك الجزائر بنية تحتية للاتصالات اللازمة لتبني التجارة الإلكترونية حالياً.

واختبرت هذه الفرضيات من خلال ثلاث فصول، حيث تناولت في الفصل الأول الإطار النظري للتجارة الإلكترونية، أما الفصل الثاني فخصصته لدراسة أنظمة الدفع الإلكتروني وأمن المعاملات الإلكترونية، والفصل الثالث درست فيه الباحثة التجارة الإلكترونية في الجزائر.

- وتوصلت إلى جملة من النتائج، يمكن حصر بعضها في النقاط الآتية:

✓ إن التجارة الإلكترونية من المواضيع الحديثة في العالم، إلا أنها في الجزائر ضعيفة مقارنة مع الدول الجوار كتونس والمغرب، وجد ضعيفة مقارنة بدول العالم لذلك فهي لازالت في المرحلة التجريبية؛

✓ تشهد الجزائر تقدم ملحوظ في مجال الاهتمام بتطور تكنولوجيا الإعلام والاتصالات مقارنة بالسنوات السابقة؛

✓ انعدام الإحصائيات حول موضوع التجارة الإلكترونية ناتج عن انعدام الجهات الرسمية المختصة بتنظيم وتنسيق وتعميم التجارة الإلكترونية.

نجد أن هذه الدراسة قد تناولت أحد متغيرات الدراسة الحالية، والتي شكلت قاعدة معرفية كانت بمثابة منطلق وتصور فكري تم الاستفادة منها بشكل كبير للقيام بالدراسة الحالية. إلا أن هذه الأخيرة جاءت للبحث أكثر في مجال التجارة الإلكترونية وتكنولوجيا المعلومات، ليس في الجزائر فقط وإنما في المغرب أيضاً.

الدراسة الثانية:

دراسة حابت آمال¹، تحت عنوان: "التجارة الإلكترونية في الجزائر"، وهي دراسة قدمت سنة 2015 والتي طرحت الإشكالية الآتية: إلى أي مدى وفق المشرع الجزائري في تبنيه لموضوع التجارة الإلكترونية سواء من حيث ممارسة النشاط أو حمايته؟ وعالجتها من خلال الفرضية الآتية: محاولة تكييف قواعد التجارة الإلكترونية مع النصوص التشريعية الجزائرية لنلمس مدى تقبل هذه الأخيرة للسماح بممارسة نشاط التجارة الإلكترونية، وكذا مدى نجاعة الحماية المخولة لها، مما يرشحها للاستعمال من

¹ آمال حابت، "التجارة الإلكترونية في الجزائر"، أطروحة دكتوراه في جامعة مولود معمري - تيزي وزو، كلية الحقوق والعلوم السياسية، تخصص قانون، 2015.

- وتم اختبار هذه الفرضيات من خلال بايين، حيث تناولت الباحثة في الباب الأول مدى تقبل القانون الوضعي الجزائري لاستقبال نشاط التجارة الإلكترونية، والذي تم دراسته من خلال التكريس الضمني لإمكانية ممارسة التجارة الإلكترونية، وعدم كفاية النصوص الوضعية الحالية لضبط ممارسة نشاط التجارة الإلكترونية.

أما الباب الثاني فتم تخصيصه لدراسة الحماية القانونية للتجارة الإلكترونية في القانون الجزائري والذي تم دراسته من خلال الحماية المدنية والجنائية للتجارة الإلكترونية، إضافة إلى تسوية نزاعات التجارة الإلكترونية.

✓ تعتبر التجارة الإلكترونية وسيلة فعالة لتوسيع نطاق الأسواق المحلية بحيث تحرر التجارة من الطابع المادى وتتيح للأفراد عملية الاختيار؛

✓ ما يميز العقود التقليدية عن العقود الإلكترونية هي أنها تتم عن بعد ودون الحضور المادي لأطرافها، إلا أن هذا يؤدي إلى مشاكل عدة لا تكتفي في حلها بالتشريعات الداخلية بل لابد من اتفاقيات دولية تنظم إليها الدول لتحقيق توحيدها؛

✓ يقتصر القانون الجزائري المقترح لمستعملي وسائل التجارة الإلكترونية على المبادئ العامة التي يمكن على ضوءها تحقيق مقتضيات الاشتراطات التقليدية التي تشكل عقبات لاستخدام المحور الإلكتروني؛

✓ إن التجارة الإلكترونية تحتاج لتنظيم لها ولا فرق إن كان هذا التنظيم خاص بها أو كنوع من المعاملات الإلكترونية، المهم أنه من المستحسن جمعها في تشريع واحد وليس في نصوص متناثرة.

تم دراسة هذا الموضوع من ناحية قانونية بحتة، وبالتالي قامت هذه الدراسة بإزالة اللبس والغموض عن الجانب القانوني للتجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري. ومن ثم تم الاستفادة منها بشكل كبير في تحليل الإطار القانوني للدراسة. في حين أن الدراسة الحالية تتناول الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية وتكنولوجيا المعلومات في التشريعين الجزائري والمغربي.

- الدراسة الثالثة:

دراسة ضيف الله نسيم¹، تحت عنوان: "استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأثره على تحسين جودة العملية التعليمية: دراسة عينة من الجامعات الجزائرية"، وهي دراسة قدمت سنة 2017 والتي طرحت الإشكالية الآتية: ما هو أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تحسين جودة العملية التعليمية في الجامعات الجزائرية؟، وعالجتها من خلال الفرضيات الآتية:

- ✓ توجد علاقة تأثير إيجابية ذات دلالة إحصائية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتحسين جودة العملية التعليمية؛
- ✓ توجد علاقة تأثير سلبية ذات دلالة إحصائية بين معوقات استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال بمختلف أصنافها وجودة العملية التعليمية؛
- ✓ توجد فروق ذات دلالة إحصائية على مستوى دلالة 0.05 بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة حول تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة العملية التعليمية تعزى للمعلومات الشخصية للمستجوبين.

وتم اختبار هذه الفرضيات من خلال أربعة فصول، حيث تناولت في الفصل الأول مقاربة نظرية حول جودة التعليم العالي، أما الفصل الثاني فكان مدخل عام حول استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التعليم العالي، والفصل الثالث خصصته الباحثة لدراسة أنماط تأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العملية التعليمية وتقييمها، وآخر فصل درست فيه واقع جودة التعليم العالي والدمج التكنولوجي في الجزائر.

- وتوصلت إلى جملة من النتائج منها:

- ✓ فيما يخص واقع الأجهزة التكنولوجية فقد اتفق الأساتذة والطلبة على قلتها وعدم كفايتها، مما أثر سلبا على وتيرة استخدامها التي ظهرت منخفضة في الإجمال ومقتصرة أساسا على الحاسوب والداتاشو؛

¹ نسيم ضيف الله، "استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأثره على تحسين جودة العملية التعليمية: دراسة عينة من الجامعات الجزائرية"، أطروحة دكتوراه في جامعة الحاج لخضر باتنة 01، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، تخصص تسيير المنظمات، 2017.

- تناولت هذه الدراسة أحد المتغيرات المدروسة حاليا والمتمثل في تكنولوجيا المعلومات، وبالتالي كانت بمثابة منطلق حدد التصور المتعلق بموضوع، غير أن الدراسة الحالية قد اختلفت في طرحها للموضوع من خلال ربط هذا النوع من التكنولوجيا بالتجارة الإلكترونية في كل من الجزائر والمغرب.

- الدراسة الرابعة:

دراسة آيت مبارك سامية¹، جاءت تحت عنوان: "التجارة الإلكترونية في الجزائر في ظل تطور استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال"، وهي دراسة قدمت سنة 2016، التي طرحت الإشكالية الآتية: في ظل النظام العالمي الجديد القائم على العولمة وتحرير التجارة وتطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصال، كيف يمكن للجزائر التكيف مع هذه المستجدات لتبني التجارة الإلكترونية؟، وتم معالجة هذه الإشكالية من خلال ثلاث محاور رئيسية، حيث درست في المحور الأول واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، وفي المحور الثاني درست مواقع الويب التجاري وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، أما المحور الثالث فخصصته للتطرق إلى تحديات التجارة الإلكترونية في الجزائر وسبل معالجتها.

- وتوصلت هذه الدراسة إلى النتائج الآتية:

✓ انتشار التجارة الإلكترونية مرتبط ارتباط وثيق بانتشار استخدام الانترنت الذي لا يلقى حسن الاستعمال من طرف مستخدميه، إذ أن أغلب المستخدمين يلجئون إلى غايات سلبية لا تعود عليهم بالفائدة؛

✓ وجود مواقع التجارة الإلكترونية الناشطة في مجال التجارة الإلكترونية، وهذا ما يوحي بوجود مستقبل للتجارة الإلكترونية في الجزائر؛

عملت هذه الدراسة على الربط بين متغيرات الدراسة الحالية، حيث أنها صبت في لب الموضوع، على الرغم من أنها حصرت ذلك على الجزائر فقط، ولكن الاستفادة منها كانت كبيرة.

¹ سامية آيت مبارك، "التجارة الإلكترونية في الجزائر في ظل تطور استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال"، *مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة*، عدد 03، الجزائر : جامعة محمد بوضياف مسيلة، ديسمبر 2016.

الدراسة الخامسة:

دراسة Javier Alirio Sanchez Torres¹ ، تحت عنوان "اعتماد التجارة الإلكترونية في البلدان النامية والأثر الوسيط للفجوة الرقمية"، وهي دراسة قدمت سنة 2018، والتي طرحت الإشكالية الآتية: ما هي العوامل التي لها تأثير كبير على قبول المستخدم للتجارة الإلكترونية من قبل عامة المستخدمين في كولومبيا؟ وهل تؤثر الفجوة الرقمية سلباً على القبول التجاري للتجارة الإلكترونية من جانب عامة المستخدمين في كولومبيا؟، وعالجتها من خلال الفرضيتين الآتيتين:

✓ المواطنون يعتمدون على القناة التجارية عندما يكون لديهم ثقة بها، وبما أن هذا مؤسسي، فإن هذا المتغير أساسي في العلاقات بين الحكومة والمواطنين؛

✓ كلما زادت سهولة استخدام القنوات الإلكترونية للقيام بإجراءات المواطنين وغيرها من العمليات الخاصة بالمؤسسات العامة، كلما زادت نسبة استخدامها.

وتم اختبار هذه الفرضيات من خلال أربعة فصول، تم التطرق في الفصل الأول إلى أهمية البحث وأهدافه، في حين تم تخصيص الفصل الثاني لدراسة النماذج الرئيسية لاعتماد التجارة الإلكترونية فضلا عن الفجوة الرقمية، أما الفصل الثالث فتطرق فيه الباحث إلى تحديد المؤشرات التي تستجيب للأهداف الذي تم فيه جمع العملية التجريبية الكاملة للبحث، وأخيرا يحتوي الفصل الرابع على الاستنتاجات الرئيسية للعمل إضافة إلى تحديد الخطوط المستقبلية للبحث.

- وتوصلت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج منها:

- ✓ سياسات التنمية في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والانترنت تعتبر أساسية في هذه الأنواع من البلدان (أي النامية)؛
- ✓ هناك ثلاثة عوامل أساسية تؤثر على الثقة في استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية، وهي جودة المعلومات، والخصوصية التصورية من المعلومات المالية والبيانات الشخصية للمستخدم وأخيرا الأمن الملحوظ في الخدمات المالية المصرفية؛
- ✓ سلوك المستهلك الافتراضي سوف تحكمه مجموعة من العوامل الأساسية التي تم اعتمادها على

¹ Javier Alirio Sanchez Torres, “Adoption E-commerce in development Country and the moderator effect of digital divide”, **These PHD**, University of Barcelona, PHD in Business, 2018.

نطاق واسع في مجال البحث، وأنه بدونها يفقد المستهلك اهتمامه باستخدام التجارة الإلكترونية.

تناولت هذه الدراسة أحد متغيرات الموضوع والمتمثل في التجارة الإلكترونية، حيث أنها توسعت في تقديم الأدبيات النظرية حولها، وبالتالي تم الاستفادة منها بشكل كبير في الفصل الثاني من دراستنا ويكمن الفرق بين هذه الدراسة والدراسة الحالية في أنها ركزت على دول أمريكا الجنوبية وخاصة كولومبيا في حين أن الدراسة الحالية قارنت بين المغرب والجزائر.

استنادا إلى الدراسات السابقة التي تم عرضها يمكن القول أنها تناولت متغيرات بعضها يتقاطع مع الدراسة الحالية ولكنه تم ربطها بمتغيرات أخرى، والبعض الآخر يتطابق معها من الناحية النظرية ويختلف من حيث الدول المدروسة، مثل ما قامت به دراسة "آيت مبارك سامية" التي درست نفس المتغيرات، والتي قدمت المنطلق الأساسي الذي تم على ضوئه بناء الدراسة الحالية موضوع البحث.

- إشكالية الدراسة:

تعرف التجارة الإلكترونية في الآونة الأخيرة نموا متزايدا عن طريق الانترنت، مما شكل هذا التطور والنمو تحديا كبيرا وهاما للدول، وهذا ما دفع بعلماء وباحثي الاقتصاد إلى دراسة وتحليل هذا النوع من التجارة التي تتميز بالحدثة، والبحث عن الطرق والأساليب التي تمكن من تطويرها.

وعليه أصبحت الجزائر تسعى للاندماج في الاقتصاد العالمي ومقارنة نفسها مع الدول المجاورة لها والتي بدأت تحقق تطورا في هذا المجال ومن بين هذه الدول نذكر المغرب، وهذا ما يفرض عليها مواكبة كل هذه التطورات الاقتصادية الحديثة ومواجهة تحدياتها، وتعد التجارة الإلكترونية إحدى أهم تلك التطورات.

ومن خلال ما تقدم، يمكن طرح إشكالية الدراسة على النحو الآتي: ما دور تكنولوجيا المعلومات في تفعيل التجارة الإلكترونية؟ وما هو واقعها في كل من الجزائر والمغرب؟

- ولتيسير الإجابة على هذه الإشكالية نطرح الأسئلة الآتية:

✓ ما أهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات في المنظمات المعاصرة؟ وما دور التحول الرقمي في تطوير التجارة الإلكترونية؟

✓ ما هو واقع التجربة الجزائرية والمغربية في مجال تكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية؟

تم الاعتماد أيضا على **المنهج المقارن** للقيام بهذه الدراسة ويقصد بالمنهج المقارن أنه المنهج الذي يهدف إلى إبراز عناصر التشابه والاختلاف بين الظواهر التي تجرى عليها المقارنة، لذلك فالمقارنة تتطلب وجود قدر من التشابه والاختلاف بين الظواهر محل الدراسة إذ لا مقارنة بين ظواهر تامة الاختلاف أو تامة التشابه. **فالمنهج المقارن** عبارة عن تلك الخطوات التي يتبعها الباحث في مقارنته للظواهر المدروسة والتحكم في أوجه التشابه والاختلاف من خلال تحديد الأسباب التي تقف وراءها، وكذا كشف العلاقات بين المتغيرات أي إبراز المتغيرات المستقلة التي تولد المتغيرات التابعة²

وإضافة إلى المنهجين المذكورين سابقا، تم الاعتماد أيضا على الاقتراب القانوني في هذه الدراسة حيث أنه عبارة عن اقتراب وصفي، يقوم على دراسة الأحداث والمواقف والعلاقات والأبنية وعلى الجوانب

² محمد شلبي، *المنهجية في التحليل السياسي: المفاهيم، المناهج، الاقتربات، والأدوات*، الجزائر: الديوان الوطني للطبوعات الجامعية، 1997، ص، ص: 70، 71.

إن كلمة "تكنولوجيا" في أصلها اللاتيني تتكون من مصطلحين هما: (Techno) أو (Techno) وتعني "مهارة فنية" أو "الفن والحرفة" و(Logui) أو (Logy) وتعني "دراسة أو حقل معرفي"، أي أنها تعني "علم الحرفة".

- بمعنى أن التكنولوجيا عبارة عن مصطلح مكون جزأين "التكنو" والذي يعني الفن والصناعة، و"لوجيا" والذي يعني العلم، أي أنها علم الفن والصناعة"¹

- أما اصطلاحاً، فيعرف معجم (Webster) التكنولوجيا بأنها: مجموعة الوسائل التقنية والفنية المستخدمة لتحقيق أهداف علمية معينة، أو لتنظيم حياة الأفراد وزيادة رفاهيتهم²

- قدم هذا التعريف مفهوما متكاملًا للتكنولوجيا، باعتبارها إطار مركب يتكون من التقنيات والعلم التطبيقي والطريقة الفنية التي يستخدمها الإنسان لتحقيق هدف عملي معين، معتبرا أن التكنولوجيا ضرورة ملحة لمعيشة الناس ورفاهيتهم.

- كما أن التكنولوجيا هي عبارة عن مزيج بين المعالجات المادية لتحويل المدخلات إلى مخرجات، وبين النشاطات والاستعدادات المستخدمة لعملية التحويل حتى تكون بشكل صيغ تنظيمية وأساليب إجرائية³

- قسم هذا التعريف تكنولوجيا المعلومات إلى جانبين، وهما: الجانب المادي الذي يقوم بالمعالجة وتحويل المدخلات إلى المخرجات، والجانب الثاني الذي يرتبط بالنشاطات القائمة على الأساليب الإجرائية والتنظيمية المطلوبة لعملية التحويل.

- وتعرف التكنولوجيا أيضا بأنها: مجموعة التقنيات والمهارات المستخدمة في تطبيق التكنولوجيا عن طريق أخذ المدخلات وتغييرها وفقا لاستخدام الأنظمة تقنية أو التكنولوجية، وبالتالي فهي تعبر عن الأساليب التي يستخدمها الإنسان من أجل تسهيل حياته⁴

- على خلاف التعريف السابق، فصل هذا التعريف بشكل أكبر في تحديد مفهوم التكنولوجيا وذلك من خلال حصرها في المهارات والمعارف الفنية والعلمية، والأدوات والوسائل المستعملة

¹ حمزة لعزبزي، "تعريف ومفهوم التكنولوجيا"، نقلا عن: <https://innoopedia.blogspot.com>، 2023/06/05، 13:05.

² Webster I illustrated contemporary dictionary encyclopedic, U S A: edition ferguson publishing, 1982, p: 755.

³ عدنان تايه النعيمي، تكنولوجيا العمل في المنظمة بين النظرية والتطبيق، ط1، عمان: دار جليس الزمان، 2009، ص: 14.

⁴ أزهار عبد الغنى، "ما هي التكنولوجيا"، نقلا عن: <https://www.sotor.com>، 2023/06/03، 12:14.

في عملية تحويل المدخلات إلى مخرجات، باستعمال الطرق والأدوات المختلفة.

- ويعرف كل من "ماكينزي ووجومان" (Mackenzie and Wajwman) التكنولوجيا بأنها: عبارة عن وجود تكامل بين الأشياء المادية والمصنوعات اليدوية، ويكون ذلك من خلال شبكة متماسكة غير قابلة للتفكك¹

• يركز هذا التعريف في تحديد مفهوم التكنولوجيا على الشق المادي، المكون لشبكة متماسكة تقوم بتحويل المواد الأولية إلى منتجات وخدمات جاهزة وقابلة للاستخدام.

- في حين يرى البعض أن التكنولوجيا هي: التطبيق العلمي للمعرفة العلمية، والتي تحدد في جانبين رئيسيين هما: الجانب المادي (Hardware) والمتمثل في المعدات والأجهزة، والجانب المعنوي (software) ويتمثل في البرمجيات²

بناء على ما سبق، يمكن تعريف التكنولوجيا بأنها مجموعة التقنيات والمهارات والأساليب الفنية والتقنية والعمليات المستخدمة في إنتاج الخدمات من خلال تحويل المدخلات إلى مخرجات من أجل أو تحقيق أهداف محددة، عن طريق وجود تكامل بين الجوانب المادية والمعنوية لهذه التكنولوجيا.

2. المعلومات (Information):

هناك تداخل كبير بين مفهومي المعلومات والبيانات، وحتى يتم تحديد مفهوم المعلومات بشكل واضح، لابد من تحديد مفهوم هذين المصطلحين على النحو الآتي:

- البيانات (Data):

- تعرف البيانات بأنها عبارة عن مجموعة من الحقائق الموضوعية غير المترابطة، المقدمة دون حكم مسبق، والتي تصبح في شكل معلومات عندما يتم تنقيحها، لتصدر في إطار واضح للمتلقي³

• بمعنى أن البيانات هي كل ما يتم أخذه دون أحكام مسبقة، والتي تعبر عن كل الحقائق غير

¹ Sazali, AW, "defining the concepts of technology and technology transfer: a literature analysis", international business research, 01 january 2012, vol: 05, p: 62.

² غالب عبد المعطي الفريجات، مدخل إلى تكنولوجيا التعليم، ط1، عمان: دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، 2010، ص: 20.

³ محي الدين عارف حسن، الاتصال الجماهيري وتكنولوجيا المعلومات، ط1، عمان: الأكاديميون للنشر والتوزيع، 2015، ص: 206.

- تعرف المعلومات بأنها: مجموعة الأخبار التي يتم نقلها حول موضوع معين، وذلك قصد فهم المحيط فهما جيدا¹

- حصر هذا التعريف مفهوم المعلومات في وظيفة نقل الأخبار حول موضوع أو شيء معين بشرط أن تكون هذه الأخبار تحمل معارف علمية حول ذلك الموضوع.
- كما تعرف المعلومات بأنها: مجموعة المعارف المكتسبة والمتبادلة بين الأجيال، والتي تأخذ عدة أشكال مثل الحقائق والبيانات والأخبار المتعلقة بعمليات الاتصال، أي أنها تعبر عن المعارف الصريحة والضمنية التي يمتلكها الأفراد في مجال معين²
- قدم هذا التعريف مفهوماً أشمل للمعلومات، حيث أنه وسع نطاقها لتشمل مختلف الأجيال المتعاقبة، وتكمن هذه المعلومات في المعارف التي يكتسبها الأفراد بشكل حقائق أو بيانات أو أفكار أو أخبار اتصالية أو غيرها.
- والمعلومات هي: البيانات المستعملة في تحقيق أهداف معينة، والتي يتم تخزينها باستخدام الوسائل التقليدية، أو باستخدام الوسائل التكنولوجية المختلفة³
- أشار هذا التعريف إلى مصدر الحصول على المعلومات والتي تكمن في البيانات، كما أشار إلى طرق تخزين هذه المعلومات في شكل معارف، والتي قد تكون بطرق تقليدية أو بطرق حديثة.
- وتعرف المعلومات أيضاً بأنها: مجموعة من البيانات التي يتم معالجتها وترتيبها بالشكل الذي يصبح واضح ومفهوم ومفيد للإنسان⁴
- بين هذا التعريف أن المعلومات كمفهوم تأتي من مجموعة بيانات يتم معالجتها بشكل تكون

¹ Robert Reix, **système d'information et management des organizations**, paris : ed vuibert, 1998, p : 16.

² عبد الله حسن مسلم، إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات، عمان: دار المعتمد للنشر والتوزيع، 2015، ص: 106.

³ Andrew. D, “a definition of information”, **Aslib proceedings**, vol: 01, 09 october 2000, p: 344.

⁴ خضر مصباح إسماعيل الطيطي، مرجع سبق ذكره، ص: 20.

فيه واضحة وقابلة للاستعمال من قبل الأشخاص وتفيد حياتهم في مختلف المجالات.

بناء على ما سبق يمكن تعريف المعلومات بأنها مجموعة البيانات المعالجة، والتي يتم تخزينها في

شكل معارف قابلة للاستخدام وذات فائدة للأشخاص، وتكون هذه المعلومات خاصة بموضوع أو جانب معين، يتم توظيفها لتنمية وزيادة معارف الأفراد.

3. تكنولوجيا المعلومات:

- حسب "بروكتر" وآخرون (Procter and others) تكنولوجيا المعلومات هي: العلم والنشاط الذي يستخدم في تخزين واسترجاع ومعالجة وبث المعلومات باستخدام أجهزة الكمبيوتر، كما يعرفها معهد تكنولوجيا المعلومات بأنها: "علم تجميع وتصنيف ومعالجة ونقل البيانات"¹

• بمعنى أن تكنولوجيا المعلومات تشير إلى العلم الذي يستخدم الكمبيوتر في تخزين واسترجاع المعلومات، والعمل على معالجتها ونقلها للاستفادة منها.

- تعرف تكنولوجيا المعلومات بأنها: التكنولوجيا التي تجمع بين المعلومات والأشخاص والموارد وشبكات الكمبيوتر، واستخدامها في إنشاء وصيانة المعلومات، وجعلها في متناول جميع الأفراد والمؤسسات²

• قدم هذا التعريف مفهوما شاملا لتكنولوجيا المعلومات، حيث أنه ركز بشكل أساسي على البنية التحتية التي تتكون منها هذه التكنولوجيا والتي تجمع بين المعلومات والأشخاص والموارد من جهة، وبين البيانات والبرامج وشبكات الكمبيوتر من جهة أخرى.

- كما تعرف تكنولوجيا المعلومات بأنها: عملية توصيل وتناقل المعلومات بين الأفراد والمجتمعات، من خلال الاستفادة من المعارف والخبرات المتاحة وتوظيفها في جمع المعلومات وتخزينها وتبادلها باستخدام التقنيات التكنولوجية الحديثة³

• حدد هذا التعريف تكنولوجيا المعلومات في مكوناتها وأدواتها، وكذا في الوظيفة التي تقدمها

¹ هارون منصر، تكنولوجيا الاتصال الحديثة: المسائل النظرية والتطبيقية، ط1، الجزائر: دار الألفية للنشر والتوزيع، 2012، ص: 15.

² Richard Fox, **information technology: an introduction for today's digital world** London: taylor and francis group, 2013, p: 01.

³ محمد فتحي، المعلومات وتكنولوجيا المعلومات على أعتاب قرن جديد، مصر: مكتبة الدار العربية للكتاب، 2005، ص: 44.

للأفراد.

- ويقصد بتكنولوجيا المعلومات الاستخدام المشترك للحاسبات ونظم الاتصالات الحديثة، التي شكلت ثورة معلوماتية مرتبطة بجمع المعلومات ومعالجتها وتخزينها وتوزيعها وعرضها باستخدام الوسائل والتقنيات التكنولوجية الحديثة¹

• حدد هذا التعريف مفهوم تكنولوجيا المعلومات من خلال إبراز أهمية المعلومات التي تعد أهم مقومات هذه التكنولوجيا، ويتم التعامل مع هذه المعلومات من خلال استخدام الوسائل التقنية الحديثة ونظم الاتصالات المتطورة.

- وتعرف تكنولوجيا المعلومات أيضا بأنها: استخدام التقنيات التكنولوجية الحديثة بمختلف أنواعها، من أجل جمع البيانات وتحليلها ومعالجتها وتحويلها إلى معلومات مفيدة، يتم تخزينها واستخدامها في عمليات صنع القرارات وحل المشكلات، من أجل الوصول إلى الأهداف المرجوة بأقل وقت وجهد وتكلفة⁴

• بمعنى أن تكنولوجيا المعلومات تعبر عن الاستخدام الواسع للتقنيات الحديثة بمختلف أنواعها في جمع البيانات ومعالجتها وتوزيعها واستخدامها في حل المشكلات المختلفة واتخاذ القرارات لتحقيق الأهداف المرجوة خلال فترة زمنية معين، لذلك فهي تساعد الأفراد والمنظمات على أداء المهام المطلوبة في أقل وقت وتكلفة ممكنة.

بناء على ما سبق ذكره، يمكن تعريف تكنولوجيا المعلومات بأنها العملية التي يتم من خلالها جمع المعلومات ومعالجتها وتخزينها باستخدام الوسائل والأدوات والتقنيات المناسبة، وذلك من أجل الاستفادة منها وتوظيفها لتحقيق أهداف محددة.

4. التجارة Commerce:

إن المعنى اللغوي لكلمة التجارة يشير إلى أنها كلمة مشتقة من "تجر تجرا أو تجارة"، ويعني تقليب

¹ سيد علي ذهبية، الأمين بلباضي، "أهمية تكنولوجيا المعلومات في استقطاب الموارد البشرية"، مجلة التحولات الاقتصادية، العدد: 01، الجزائر: المركز الجامعي مرسلني عبد الله تيبازة، جانفي 2023، ص: 42.

⁴ خضر مصباح إسماعيل الطيطي، أساسيات إدارة المشاريع وتكنولوجيا المعلومات، ط1، عمان: دار ومكتبة الحاد للنشر والتوزيع، 2012، ص: 28.

المال لغرض الربح¹

أما اصطلاحاً فقد عرفها ابن خلدون في مقدمته الشهيرة بأنها محاولة الربح من خلال العمل على شراء السلع والمنتجات بثمن معين وبيعها بثمن أكبر، ويكون الفرق هو تنمية المال والكسب²

- أعطى هذا التعريف المفهوم البسيط للتجارة، حيث اعتبرها الربح الذي يكسبه التاجر من خلال بيع السلعة بثمن أكبر من ثمن شرائها.

كما تشير كلمة تجارة إلى وجود نشاط تجاري يتضمن عمليات البيع والشراء للسلع والمنتجات باستخدام وسيط ما، في إطار ما يعرف بالتجارة التقليدية³

- ركز هذا التعريف على تحديد أطراف التجارة التقليدية والمتمثلة في البائع والمشتري والوسيط ووصفها بالتجارة التقليدية لاستخدامها الطرق التقليدية في التبادلات التجارية.

بناء على ما سبق، يمكن تعريف التجارة بأنها عملية اقتصادية يتم من خلالها تبادل السلع والخدمات بين البائع والمشتري.

5. التجارة الإلكترونية E-Commerce:

تعرف منظمة التجارة العالمية التجارة الإلكترونية بأنها: العملية التي يكون فيها تزاوج بين استخدام الوسائل الإلكترونية المتنوعة وبين مختلف الخدمات التجارية، لذلك نجدها تشمل تأسيس الروابط التجارية والبيع والشراء والتبادل الإلكتروني والتحويلات المالية، وغيرها من المعاملات الأخرى التي تتم بين أطراف العملية التجارية عبر الشبكة العنكبوتية⁴

- قدم هذا التعريف مفهوماً شاملاً للتجارة الإلكترونية، وذلك باعتبارها كل الخدمات والصفقات والمعاملات التجارية التي تتم عبر شبكة الانترنت والوسائل الإلكترونية.

¹ مجد الدين أبو طاهر محمد بن يعقوب الفيروز أبادي، القاموس المحيط، الجزء الأول، بيروت: مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع، 2005، ص: 08.

² عبد الرحمن بن محمد بن خلدون، مقدمة ابن خلدون، الجزء الأول، بيروت: مكتبة لبنان، 1996، ص: 308.

³ إبراهيم أحمد عبد الخالق الدوي، التجارة الإلكترونية: دراسة تطبيقية على مكتبات، الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، 2010، ص: 26.

⁴ محمد عبد الله شاهيم محمد، التجارة الإلكترونية العربية بين التحديات وفرص النمو، ط1، مصر: دار حميثرا للنشر والترجمة، 2017، ص: 16.

كما تعرف التجارة الإلكترونية بأنها: المعاملات التجارية التي يتم فيها استخدام العمليات الرقمية عبر الانترنت¹

- يعكس هذا التعريف القاعدة الأساسية لفهم التجارة الإلكترونية بوصفها كل عملية تجارية تكون عبر عمليات رقمية وشبكة الانترنت.

وتعرف التجارة الإلكترونية أيضا بأنها: إحدى الوسائل التكنولوجية الجديدة، التي يتم اعتمادها في عمليات التوزيع باستخدام أجهزة الحاسب الآلي، وهذا ما يجعلها تتسع لتشمل كل أسواق المناطق الجغرافية في كافة أنحاء المعمورة²

- ربط هذا التعريف مفهوم التجارة الإلكترونية بالتجارة الخارجية أو الدولية، حيث اعتبرها أحد المزايا التي تساهم في اتساع العملية التجارية لتشمل أسواق العالم.

والتجارة الإلكترونية أيضا عبارة عن: شكل من أشكال معاملات التجارة الدولية، التي تتم باستخدام الوسائط الإلكترونية ووسائل الاتصال الحديثة، والابتعاد عن الأشكال الورقية للاتصال وتخزين المعلومات³

- يتفق هذا التعريف مع التعريف السابق في تحديد مفهوم التجارة الإلكترونية، وذلك من خلال ربطها بالتجارة الدولية التي تتم عن طريق استبدال الأشكال الورقية بالوسائل الإلكترونية والرقمية.

في حين يرى البعض أن التجارة الإلكترونية عبارة عن: عملية تكاملية تقوم على وجود اندماج بين التقنيات التكنولوجية والبنية التحتية وعمليات البيع والشراء والمقايضة، بالشكل الذي يساهم في تبادل المعلومات والنشاطات الاقتصادية بين المنتجين والمستخدمين عبر سوق الانترنت⁴

- على غرار التعاريف السابقة، قدم هذا التعريف وصفا مفصلا عن مفهوم التجارة الإلكترونية من خلال تحديد أطرافها نشاطاتها ومتطلباتها التي تتم عبر شبكة الانترنت.

¹ Charles Trapper, **Electronique commerce stratégie**, France : Gazette du palais, 2012, p : 05.

² Fragg Benjamine, **Commerce électronique et moyens de paiement**, France : Dunord, 1998, p : 19.

³ جهاد محمود عبد المبدى، التراضي في تكزين عقود التجارة الإلكترونية، ط1، الرياض: القانون والاقتصاد، 2016، ص: 23.

⁴ عبد الله بن علي الخريجي، التجارة الإلكترونية: الآفاق والأبعاد، ط1، الرياض: مكتبة الرشد للنشر، 2003، ص: 01.

من أجل الإجابة على الإشكالية المطروحة، واختبار صحة الفرضيات، والإلمام بمختلف جوانب الموضوع، إرتأينا تقسيم الدراسة إلى ثلاثة فصول على النحو الآتي:

- **الفصل الأول** معنون بـ: "أهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات في المنظمات المعاصرة"، تم تقسيمه إلى أربعة مباحث أساسية، حيث تم التطرق في المبحث الأول إلى ماهية تكنولوجيا المعلومات، من خلال تحديد خصائصها ومسارها التاريخي وأهميتها وأهدافها. في حين تم تخصيص المبحث الثاني لدراسة المرتكزات الرئيسية لتكنولوجيا المعلومات وذلك من خلال تحديد مكوناتها وأدواتها ووظائفها. أما فيما يتعلق بالمبحث الثالث، فتم فيه تناول دواعي ومجالات استخدام تكنولوجيا المعلومات، في الوقت الذي تم فيه إبراز مزاياها وعيوبها في المبحث الرابع والأخير من هذا الفصل.

- **الفصل الثاني** الموسوم بـ: "دور التحول الرقمي في تطوير التجارة الإلكترونية"، فتم تقسيمه إلى أربعة مباحث أساسية، حيث تم التطرق في المبحث الأول إلى ماهية التجارة الإلكترونية، من خلال تمييزها عن المفاهيم المشابهة لها وتحديد مراحل تطورها وأهميتها وأنواعا. في حين تم تخصيص المبحث الثاني لدراسة المرتكزات الإلكترونية والأمنية لعمل التجارة الإلكترونية، وذلك من خلال دراسة علاقتها بالانترنت وتحديد وسائل الدفع الإلكتروني المعتمدة فيها وكذا تحديد أمن معاملاتها عبر الشبكة العنكبوتية. أما فيما يتعلق بالمبحث الثالث فتم فيه تناول متطلبات ومجالات تطبيق التجارة الإلكترونية. في الوقت الذي تم فيه إبراز مزاياها وعيوبها في المبحث الرابع والأخير من هذا الفصل.

- **الفصل الثالث تحت عنوان:** "دراسة تحليلية لواقع استخدام تكنولوجيا المعلومات في تفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب"، وتم معالجته من خلال أربعة مباحث رئيسية. حيث تم التطرق في المبحث الأول إلى الإطار القانوني لتكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب، وذلك للتعرف على مراحل تطور القانونيين في البلدين، وكذا تحديد الترسنة القانونية المنظمة لمعاملات التجارة الإلكترونية في التشريعين الجزائري والمغربي، إضافة إلى تحديد التنظيم القانوني لوسائل الدفع الإلكتروني

في الدولتين. في حين تم تخصيص المبحث الثاني لدراسة الإطار المؤسسي للتجارة الإلكترونية المعتمدة على تكنولوجيا المعلومات في الجزائر والمغرب، وذلك من خلال دراسة أهم الهيئات والمؤسسات الجزائرية المغربية المكلفة بتطوير مجال التجارة الإلكترونية باستخدام تكنولوجيا المعلومات. أما فيما يتعلق بالمبحث الثالث، فتم فيه تناول قراءة لواقع تكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب، وذلك من خلال تحديد البنية التحتية ووسائل الدفع الإلكتروني والمواقع الإلكترونية المستخدمة في تطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب. في حين تم إبراز آفاق وعراقيل التجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب وسبل تفعيلها في المبحث الرابع والأخير من هذا الفصل.

- صعوبات الدراسة:

إن أهم صعوبة واجهتنا في إعداد هذه الدراسة، هي صعوبة الحصول على البيانات والإحصائيات المتعلقة بالمغرب، وهذا ما تطلب منا المتابعة الدقيقة والمتواصلة والربط بين المعطيات المتحصل عليها من الدولة الجارة، حتى يتم استخدامها في عمليتي المقارنة والتحليل كما هو موضح في الفصل الثالث من الدراسة.

الفصل الأول: أهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات في المنظمات المعاصرة

تمهيد:

المبحث الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات

المطلب الأول: خصائص تكنولوجيا المعلومات

المطلب الثاني: المسار التاريخي لتطور تكنولوجيا المعلومات

المطلب الثالث: أهمية وأهداف تكنولوجيا المعلومات

المبحث الثاني: المراكز الرئيسية لتكنولوجيا المعلومات

المطلب الأول: مكونات تكنولوجيا المعلومات

المطلب الثاني: وظائف تكنولوجيا المعلومات

المطلب الثالث: أدوات تكنولوجيا المعلومات

المبحث الثالث: استخدامات تكنولوجيا المعلومات

المطلب الأول: دواعي استخدام تكنولوجيا المعلومات

المطلب الأول: مجالات استخدام تكنولوجيا المعلومات

المبحث الرابع: مزايا وعيوب تكنولوجيا المعلومات

المطلب الأول: مزايا تكنولوجيا المعلومات

المطلب الثاني: عيوب تكنولوجيا المعلومات

خلاصة الفصل

يأخذ موضوع تكنولوجيا المعلومات مكانة خاصة في اهتمامات الباحثين والمفكرين منذ بداية هذا القرن، وذلك راجع للدور الذي تؤديه هذه التكنولوجيا في النهوض باقتصاديات الكثير من الدول، إضافة إلى التغير المستمر في بيئة العمل وبرز العولمة وما رافقها من تطورات أدت إلى التقدم التكنولوجي والمعلوماتي، مما نتج عنها ضرورة إعادة النظر في المفاهيم والتوجهات الاقتصادية والإدارية منها خاصة وأن الأوضاع الحالية أصبحت تتسم بالسرعة، والآنية والدقة والوضوح في المعلومات، وذلك من أجل تحقيق الشفافية وزيادة جودة الخدمات المقدمة من ذي قبل.

ونظرا لما تتميز به تكنولوجيا المعلومات من خصائص وسمات، جعلتها تبرهن على قوة الدور الذي تؤديه في التأقلم مع جميع الاقتصاديات مهما اختلفت درجة النمو والإمكانيات المتوفرة لديها، أصبحت هذه التكنولوجيا قادرة على مواجهة المعوقات والمشاكل التي تعترض سبيل نموها والتغلب عليها.

وسنحاول في هذا الفصل توضيح ماهية تكنولوجيا المعلومات من خلال تحديد مفهومها ومرتكزاتها ومجالات استخدامها، مع إبراز مزاياها وعيوبها.

- وقد تم تقسيم هذا الفصل إلى أربعة مباحث على النحو الآتي:

- المبحث الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات
- المبحث الثاني: مرتكزات تكنولوجيا المعلومات
- المبحث الثالث: استخدامات تكنولوجيا المعلومات
- المبحث الرابع: مزايا وعيوب تكنولوجيا المعلومات

المبحث الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات

تعتبر تكنولوجيا المعلومات من المكونات الأساسية لنظم المعلومات، ومن أهم الوسائل التي تؤثر في مختلف القطاعات الاقتصادية والخدماتية والصناعية والإدارية، وذلك راجع إلى ما تتميز به هذه التكنولوجيا من خصائص وسمات جعلتها تحظى بأهمية بالغة، نظرا لما تقدمه من تطبيقات وفوائد في مختلف المجالات وخاصة الإدارية منها، مما جعلها تهدف إلى تعزيز الشفافية وتحليل وقوع الأخطاء من خلال الانسياب السهل والسريع للمعلومات بما يحقق الرشادة في اتخاذ القرارات. لذلك سنحاول من خلال هذا المبحث التطرق إلى أهم الخصائص التي تنسم بها تكنولوجيا المعلومات، إضافة إلى تحديد المراحل التاريخية لتطورها، مع إبراز أهمية وأهداف هذه التكنولوجيا.

المطلب الأول: خصائص تكنولوجيا المعلومات

تعد تكنولوجيا المعلومات من المفاهيم المتشابكة التي تتطلب دراستها تحديد المفاهيم الرئيسية المرتبطة بها، حيث تبين أنها تتكون من شقين: أولهما التكنولوجيا التي أظهرت أهميتها الحقيقية في مختلف المجالات ذات الطابع الحيوي الاقتصادي، وثانيهما المعلومات التي أصبحت تعتبر أهم مورد للمؤسسات باختلاف طبيعتها وأهدافها.

وبعد أن تم تعريف التكنولوجيا وتعريف المعلومات سابقا من أجل تحديد مفهوم تكنولوجيا المعلومات وجدنا أن مفهوم التكنولوجيا يرتبط بثلاثة اتجاهات رئيسية وهي:

1. المعرفة العلمية: وتكون من خلال توظيف ما يمتلكه الإنسان من معرفة منظمة، وإمكانيات عقلية وإبداعية مختلفة من أجل تحقيق أغراض وتطبيقات عملية مطلوبة، على سبيل المثال قدرة الإنسان على التفكير في تخزين ومعالجة عدد هائل من المعلومات، والقدرة على استرجاعها بأسرع وأفضل الطرق الممكنة والمناسبة.

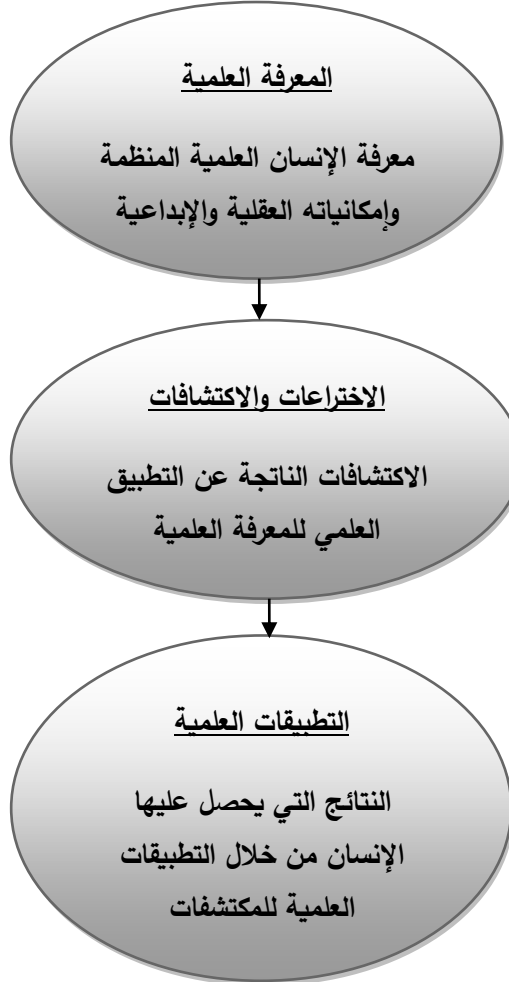
2. الاكتشافات والاختراعات: وتتمثل في الأجهزة والأدوات والاكتشافات والاختراعات الجديدة الناتجة عن التطبيق العلمي للمعرفة العلمية التي يملكها الإنسان، ومثال ذلك نجد اختراع الحاسوب، وتطوير أجياله المختلفة.

3. التطبيقات العلمية: وتكمن في ما يحصل عليه الإنسان من خلال تطبيقه العلمي للمكتبات والأجهزة

المذكورة آنفاً، وذلك لغرض تطوير قدرات الإنسان وتحسين أدائه، وكمثال على ذلك نجد التطبيقات المختلفة للحاسوب¹

- ومن أجل تلخيص ما سبق ذكره، يمكن تقديم تصور متسلسل ومتربط لمفهوم التكنولوجيا على النحو الآتي:

الشكل رقم (01): تصور متسلسل ومتربط لمفهوم التكنولوجيا



المصدر: عامر إبراهيم قنديلجي، إيمان فاضل السامرائي، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها، ط1، الأردن: الوراق للنشر والتوزيع، 2009، ص: 37.

أي أن التكنولوجيا تعمل كوسيلة مهمة جداً في ثلاث مجالات مختلفة ومتنوعة، والتي يمكن تحديدها في الجدول الآتي:

¹ عامر إبراهيم قنديلجي، إيمان فاضل السامرائي، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها، ط1، الأردن: الوراق للنشر والتوزيع، 2009، ص، ص: 35، 36.

مضمون	مجال التكنولوجيا
يتم في هذا النوع من التكنولوجيا العمل على نقل أفكار ومعارف جديدة للمنتج ولأداء العمل لتلبية رغبات واحتياجات الزبائن، وذلك من خلال التعاون والتنسيق بين مختلف عمليات المنظمة. أي التعاون بين الأقسام المختلفة للبحث عن تقنيات جديدة تعمل على تطوير المنتج.	تكنولوجيا المنتج Product Technology
يهتم هذا النوع بالمكان والأجهزة والطرق والإجراءات التي تؤدي إلى تقديم الخدمات وإنتاج المنتجات وأداء الأعمال المختلفة داخل المنظمة.	تكنولوجيا النظام Process Technology
تشمل هذه التكنولوجيا كل التقنيات المرتبطة بعملية تجميع ومعالجة وتوزيع المعلومات المعتمدة على الحاسوب، بهدف حصول المنظمة على أفضل القرارات لتقديم المنتجات والخدمات الجديدة في أسرع وقت ممكن وبأقل تكلفة.	تكنولوجيا المعلومات Information Technology

أما فيما يتعلق بالمعلومات بعد تعريفها، وجدنا أنها تتداخل بشكل كبير مع مفهوم البيانات، لذلك قمنا بتحديد مفهوم كل واحدة منهما على حدا، وهذا بدوره ما أوجب علينا تحديد العلاقة بينهما. حيث أن هذه العلاقة تكمن في أن البيانات عبارة عن أرقام أو حقائق أو حروف ليس لها معنى إلا بعد إجراء المعالجة عليها والاستفادة منها، في حين أن المعلومات هي عبارة عن البيانات التي توضع في إطار محتوى واضح ومحدد حتى يتم استخدامها في عدة مجالات، والمعلومات عادة ما تقدم في عدة أشكال، فنجدها في الشكل الكتابي، أو في شكل صور أو محادثات مع طرف آخر. بمعنى أن المعلومات ما هي إلا نتيجة عن معالجة البيانات التي يتم تقديمها لتحقيق هدف معين¹

كما أن البيانات لا تتجاوز أن تكون مؤشرات عن موضوع معين لدى القائم بعملية جمعها، إلا أن المعلومات غالبا ما تتفق المفاهيم على أنها تعكس المحتوى والجوهر المنظم الذي يتميز بالدقة في تحديد محتوى الموضوع المدروس، وهذا يعني أن المصدر الأساسي للمعلومات يكمن في البيانات، في حين أن البيانات لها ثلاثة مصادر يحددها الباحثون على النحو الآتي:

¹ محمد الفاتح محمود بشير المغربي، إدارة المعرفة، ط1، مصر: الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، 2019، ص، ص: 10، 11.

- مصادر تاريخية منشورة وغير منشورة، وتكون هذه المصادر أولية أو ثانوية، يتم جمعها من طرف مؤسسات معينة؛

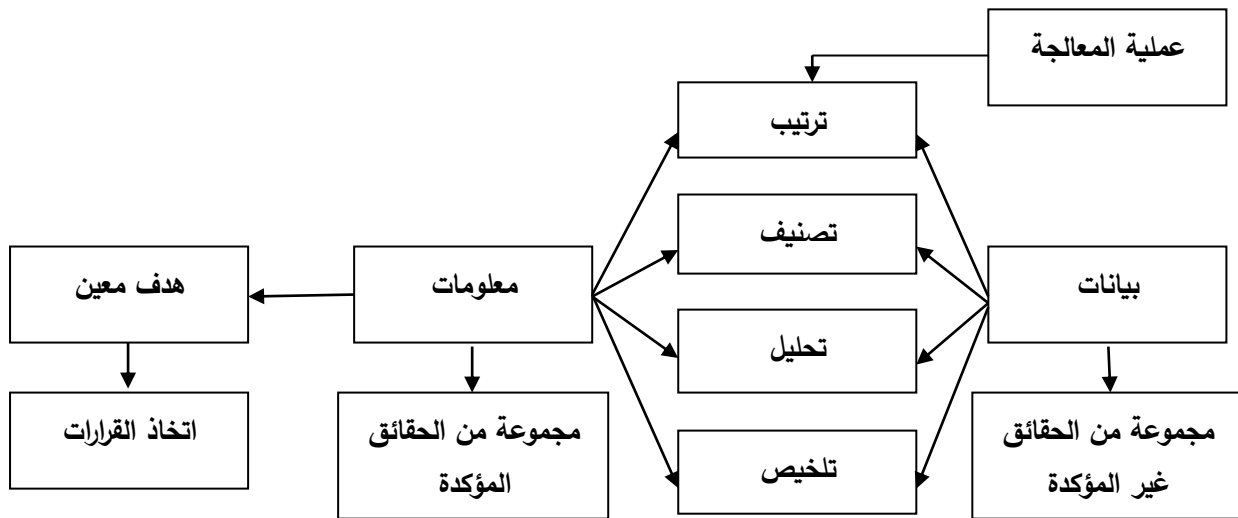
- مصادر ميدانية، يحصل فيها الباحث على بيانات يتم جمعها من خلال المقابلات أو الاستبيان؛

- قواعد البيانات، وفيها بيانات عامة أو متخصصة تخزن في أوساط تقليدية أو متطورة.

وبناء على ما سبق، يمكن القول أن العلاقة بين البيانات والمعلومات هي علاقة تكاملية، وهذه العلاقة تعكس حقيقة مفادها أن البيانات ما هي إلا مواد غير مبوبة ليس لها تأثير في التخطيط واتخاذ القرارات، بينما المعلومات هي بيانات مبوبة ومعالجة تؤثر بشكل واضح في عمليات التخطيط واتخاذ القرارات وغيرها من العمليات الأخرى، والمعلومات تكون إما رسمية كالقوانين والتشريعات والتوجيهات الصادرة عن جهات عليا، أو غير رسمية وتتمثل في التجارب والخبرات والتصورات الشخصية المختلفة¹

- ويمكن تلخيص العلاقة بين المعلومات والبيانات في الشكل الآتي:

الشكل رقم (02): العلاقة بين المعلومات والبيانات



المصدر: محمد محمود السيد، الإدارة العامة: منهج تحليلي، مصر: مكتبة عين شمس، ط1، 1999، ص: 157.

أما فيما يتعلق بالتعريفات المختلفة التي تم تقديمها سابقا لتكنولوجيا المعلومات، فنجد أنها تشترك جميعها في العديد من الخصائص والسمات، والتي يمكن تحديدها في العناصر الآتية:

¹ شمام حسن ضبيان الزبيدي، "نظم المعلومات وأثرها في التخطيط الاستراتيجي - دراسة سياسية"، مذكرة ماجستير في جامعة صدام، كلية العلوم السياسية، تخصص العلوم السياسية الاستراتيجية، 2001، ص: 18، 19.

1. الانتشار والشيوع: ويقصد بالانتشار هنا، هو قابلية الانتشار المنهجي لتكنولوجيا المعلومات بين الطبقات المختلفة للمجتمع وعبر مختلف مناطق العالم، كما وتتميز هذه التكنولوجيا بالشيوع من خلال أنها تعد وسيلة قابلة لتناقل المعلومات من طرف فئات وطبقات واسعة ومختلفة في المجتمع، مثل استعمال أجهزة الإعلام الآلي والهواتف النقالة المتطورة وغيرها؛

2. اللامجاهية: وتعني القدرة على التحكم في توجيه الرسائل الاتصالية إلى فئة معينة دون الحاجة إلى توجيهها إلى فئة كبيرة كما كان سائدا في الماضي، بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتجها إلى المستفيد منها؛

3. المرونة: تكتسب تكنولوجيا المعلومات خاصية المرونة من خلال إمكانية استعمالها الذي يختلف من شخص لآخر، حيث تتعدد استعمالات هذه التكنولوجيا بتعدد مستعمليها، فلو أخذنا الحاسوب على سبيل المثال لوجدنا أن استعماله قد يكون لكتابة النصوص، أو من أجل استخدام برنامج معين أو لأغراض أخرى¹

4. قابلية التحرك والحركية: تمكن تكنولوجيا المعلومات المرسل من التخلص من قيود المكان والزمان وذلك من خلال ما يوفره التطور المستمر والمتلاحق لهذه التكنولوجيا من إمكانية الاستفادة من الخدمات التي تقدمها في أي مكان وزمان؛

5. التفاعلية: بمعنى أن ما توفره تكنولوجيا المعلومات من السرعة في نقل المعلومات، جعل الاتصال يسير في اتجاهين وليس في اتجاه واحد تتبادل فيه أطراف عملية الاتصال الأدوار، ويظهر ذلك بشكل أوضح في عملية اتخاذ القرار في المنظمات التي لم تعد تتخذ بصفة مركزية، بل تعدت ذلك إلى مبدأ المشاركة والتعاون بين مختلف الوحدات والمستويات الإدارية؛

6. تكوين شبكات الاتصال: إن ما تحققه تكنولوجيا المعلومات من توحيد لشبكات الاتصال، يزيد من تدفق المعلومات بين المتعاملين من جهة، ويسمح بتبادل المعلومات مع باقي النشاطات الأخرى بالربط بينها من جهة أخرى؛

¹ عبد الله غانم، محمد قريشي، "دور تكنولوجيا المعلومات في تفعيل وتدعيم إدارة علاقات الزبائن"، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد: 10، الجزائر: جامعة مسيلة، سبتمبر 2011، ص: 138.

7. **اللاتزامنية:** بمعنى أن إرسال الرسائل واستقبالها يكون متاح في أي وقت يناسب المستخدم، دون أن يتطلب من كل المشاركين أن يستفيدوا من النظام في وقت واحد، الأمر الذي يسهل التعامل مع الرسائل الإعلامية والاتصالية كونها تحرر مستقبلها من قيود الزمان، ونجد ذلك يبرز في نظام البريد الإلكتروني وغيره من الأنظمة الأخرى¹

وبسبب الخصائص والسمات التي تتميز بها تكنولوجيا المعلومات، نجد أن الاعتماد عليها أصبح يزداد يوماً بعد يوم، مما مكنها من احتلال مكانة إستراتيجية ضمن أولويات الأفراد والمجتمعات والمنظمات على حد سواء.

- ويمكن تلخيص خصائص تكنولوجيا المعلومات في الشكل الآتي:

الشكل رقم (03): خصائص تكنولوجيا المعلومات



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على ما سبق.

كما وتتميز تكنولوجيا المعلومات بالعديد من الخصائص الأخرى والتي يمكن حصرها في الجدول الآتي:

¹ تامر كامل محمد، "العولمة من منظور ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتصال وآليات حراكها في الوطن العربي"، مجلة العلوم السياسية، العدد: 37، العراق: جامعة بغداد، ديسمبر 2008، ص: 288.

الجدول رقم (02): خصائص تكنولوجيا المعلومات

الخاصية	مضمونها
الدقة	تساعد تكنولوجيا المعلومات والتقنيات الحديثة على إعطاء نتائج أكثر دقة مقارنة مع الأعمال التقليدية التي يقوم بها الإنسان، نظرا لإمكانية إصابته بالتعب والإجهاد الأمر الذي ينتج عنه النقص في التركيز، وبالتالي حدوث خلل في أداء العمل.
السرعة	تزيد تكنولوجيا المعلومات من سرعة إدخال واسترجاع المعلومات في أي وقت مقارنة مع الطرق التقليدية.
الديناميكية	أي أن تكنولوجيا المعلومات عبارة عن عملية تفاعلية بين عدة أطراف لها أهداف مشتركة، وذلك نظرا لاعتمادها على الاتصالات القائمة على الأفعال وردود الأفعال وبالتالي فإن تكنولوجيا المعلومات هي ليست عملية ساكنة.
نظمية	أي أنها تأخذ شكل النظام المفتوح، وذلك لما لها من مدخلات (العنصر البشري والأجهزة، التقنيات الحديثة، أهداف العمل)، وعمليات معالجة المدخلات وتحويلها إلى مخرجات (تحقيق الأهداف المرجوة).
كمية	أي وجود مؤشرات مخصصة ومحددة متفق عليها لقياس تكنولوجيا المعلومات.
متطورة	أي أن تكنولوجيا المعلومات تتطور طرديا مع تطور العلوم التقنية بصفة خاصة لذلك لا يوجد حد يمكن الوقوف عنده والقول بأن هذا هو نهاية تكنولوجيا المعلومات.
هادفة	بمعنى أن تكنولوجيا المعلومات لا يتم استخدامها بصورة عشوائية، وإنما تهدف إلى تحقيق نتائج وأهداف معينة.
تكاملية	تقوم تكنولوجيا المعلومات على وجود تكامل بين مختلف مكوناتها وأدواتها من أجل تحقيق الأهداف المرجوة منها.
تطبيقية	تعتمد الخدمات والمنتجات التي تقدمها تكنولوجيا المعلومات على تطبيق المعارف والعلوم النظرية في الواقع الفعلي والعملية.
مدخل للتطوير التنظيمي	وذلك من خلال ما تحققه تكنولوجيا المعلومات من زيادة في انسجام الثقافة التنظيمية السائدة في المؤسسات، الأمر الذي ينعكس بشكل إيجابي على المناخ التنظيمي للمنظمة ككل.

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على حمادة رشدي عبد العاطي، المواطنة الرقمية في السياق التربوي، الأردن: دار الجنان للنشر والتوزيع، 2011، ص، ص: 86، 87.

ويتبين من خلال الجدول أعلاه أن تحديد مفهوم تكنولوجيا المعلومات أن لها العديد من الخصائص والسمات التي تجعلها من أهم التطبيقات التقنية التي تسعى المؤسسات اليوم لاستخدامها حيث أنها تتسم بالانتشار والشيوع بين الطبقات المختلفة للمجتمع عبر مختلف مناطق العالم، وسهولة وصول منتج

الرسالة إلى المستقبل منها في إطار ما يعرف بالاجماهيرية والمرونة وقابلية الحركة، الأمر الذي يزيد من التفاعلية والمشاركة والتعاون داخل المنظمة من خلال تكوين شبكات اتصال فعالة تجعل هذه التكنولوجيا متاحة في كل وقت في إطار ما يعرف باللاتزامنية. دون أن ننسى في ذلك اتسام تكنولوجيا المعلومات بالدقة والسرعة والديناميكية والتكامل مما يجعلها هادفة ومنظمة ومتطورة. وتعتبر المراحل التاريخية التي مرت بها هذه التكنولوجيا هي العامل الأساسي الذي جعلها تتسم بهذه الخصائص.

المطلب الثاني: نشأة وتطور تكنولوجيا المعلومات

تشهد تكنولوجيا المعلومات تطورات هائلة وواضحة ترتبط بشكل مباشر بتطور الحاسبات ووسائل الاتصال، وتتمثل بداية في اتجاه التقريب والتجميع "convergence" أي التقريب والدمج بين المنظمات والأفراد من خلال لغة الحاسوب، ثم إمكانية النقل والحمل "portability" أي الاستخدام في أي مكان يختاره المستقبل ووفقا لما يلاءم تنقلاته، فضلا عن الخصوصية "personalization" وتعني الحرية الفردية التي يتعامل فيها المستقبل مع المعلومات المطلوبة¹

وتشهد تكنولوجيا المعلومات ثلاث مستويات رئيسية من مراحل تطورها، والمتمثلة في المراحل الأولى؛ والمراحل المتوسطة؛ والمراحل الحديثة أو المتطورة. ويمكن حصر هذه المراحل التاريخية في الجدول الآتي:

¹ عامر إبراهيم قنديلجي، مرجع سبق ذكره، ص، ص: 85، 108.

الجدول رقم (03): المراحل الأولى والمتوسطة والحديثة لتكنولوجيا المعلومات

المرحلة	مميزاتها
المراحل الأولى	تكمُن في: - مرحلة اختراع الكتابة: لقد اخترع الإنسان الكتابة التي أصبحت تحفظ له خبراته ومعارفه وتجاربه عبر مختلف السنين، فقام في بادئ الأمر بالكتابة على ألواح الطين وعلى جدران الكهوف وجلود الحيوانات، ثم قام بعدها باختراع الورق للكتابة عليه؛ - مرحلة اختراع الطباعة: تغيرت في هذه المرحلة طريقة تعامل الإنسان مع المعلومات حيث تم التحول من نسخ الكتب نسخة واحدة يدويا إلى طباعتها آليا بنسخ متعددة؛ - مرحلة التكنولوجيا المسموعة والمرئية: بدأت في النصف الأول من القرن التاسع عشر من خلال اختراع جهاز التليغراف والهاتف وآلة العرض السينمائي، ثم تم بعدها التحول إلى مجال المعلومات المسموعة باختراع المذياع والتلفاز؛ - مرحلة المصغرات: واعتبرت تكنولوجيا مهمة لخصن واسترجاع المعلومات نظرا للمزايا المتعددة التي قدمتها لمراكز المعلومات مقارنة بالأصول الورقية.
المراحل المتوسطة	تكمُن في: - أوائل محاولات بناء الحاسوب: بدأت هذه المرحلة ببناء آلة التعداد لاختصار زمن جدولة نتائج التعداد السكاني، ثم تم بناء آلة حاسبة أوتوماتيكية تستخدم التقنيات المتاحة وبعدها تم بناء أول حاسوب كهرومغناطيسي؛ - الجيل الأول للحواسيب: من أبرز سمات هذا الجيل هي استخدام الصمامات المفرغة وما يعاب عليها أنها كانت تشع الكثير من الحرارة لذلك تطلبت استخدام الكثير من وسائل التبريد، كما تميزت هذه الحواسيب ببطء السرعة وكثرة العطب ومحدودية الخزن؛ - الجيل الثاني للحواسيب: تميزت هذه الحواسيب باستخدام الترانزستورات بدلا من الصمامات، حيث أنها تعتبر أصغر حجما وأسرع عملا وأقل كلفة واستهلاكاً للطاقة الكهربائية، كما تميزت بتطور أساليب برمجتها؛ - مرحلة مخرجات الحاسوب المصغرة: تخزن كميات كبيرة من المعلومات، حيث استثمرت مكانتها في فهارس المكتبات ومراكز المعلومات المختلفة، ووضعت في حافظات على شكل ألبومات.
	- الجيل الثالث للحواسيب: تتميز حواسيب هذا الجيل باستخدام الدوائر الإلكترونية المتكاملة المبنية على شرائح من السيليكون، كما أنها أصغر حجما وأقل استهلاكاً للطاقة الكهربائية، و أكثر دقة من حواسيب الجيل السابق؛ - الجيل الرابع للحواسيب: تميزت حاسبات هذا الجيل بالتطورات الكبيرة سواء على مستوى المكونات المادية أو البرمجيات، وأصبح من خلالها يمكن وضع آلاف من الدوائر الإلكترونية

المراحل الحديثة	على شريحة واحدة صغيرة؛ - نظم البحث بالاتصال المباشر: وهي عبارة عن أجزاء متفاعلة لقراءة واستعراض معلومات محسوسة تشمل قيود أو تسجيلات مقروءة آلياً للملف، وتكون قاعدة المعلومات مخزنة في حاسوب مركزي كبير؛ - الجيل الخامس للحواسيب: يتميز هذا الجيل بظهور حواسيب مصغرة الحجم (الحاسوب الشخصي)، إضافة إلى تطور أنظمة المعالجة وتطبيق إدارة قواعد البيانات وتطوير حواسيب ذات قدرات هائلة للقيام بالعمليات الحسابية.

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على عامر إبراهيم قنديلجي، لإيمان فاضل السامرائي، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها، عمان: مؤسسة الوراق الحديثة، 2002، ص-ص: 91-107.

ويتبين من خلال الجدول أن تكنولوجيا المعلومات قد مرت بمراحل تطور متسلسلة ومتزايدة وتنحصر في خمسة مراحل أساسية وهي:

1. المرحلة الأولى لتطور تكنولوجيا المعلومات: تتمثل هذه المرحلة في ثورة المعلومات والاتصالات ابتداء من اختراع الكتابة والطباعة ومختلف أنواع مصادر المعلومات المسموعة والمرئية واختراع الحاسوب، والتزاوج فيما بين تكنولوجيا الحاسبات المتطورة وتكنولوجيا الاتصالات مختلفة الأنواع وصولاً إلى شبكة المعلومات المختلفة وعلى رأسها الإنترنت؛

2. المرحلة الثانية لتطور تكنولوجيا المعلومات: تبدأ هذه المرحلة منذ أوائل محاولات بناء الحاسوب والأجيال الأولى للحاسبات، وبدايات مرحلة تناقل المعلومات عبر الأقمار الصناعية والجيل الثاني للحاسبات، ومرحلة مخرجات الحاسوب المصغرة *COM¹

3. المرحلة الثالثة لتطور تكنولوجيا المعلومات: وفي هذه المرحلة تطورت تكنولوجيا المعلومات بشكل متسارع وخاصة في مجال الأجهزة والبرمجيات ونظم الاتصالات والشبكات، وامتازت الحواسيب بحجم أصغر وسرعة عالية، حيث بدأت تقاس بالنانو ثانية، كما امتازت بقدرة كبيرة على التخزين واستعمال أنظمة التغيير القوية؛

4. المرحلة الرابعة لتطور تكنولوجيا المعلومات: استعملت فيها الدوائر المتكاملة الكبيرة، وتم فيها تطوير

* COM: وهي اختصار لعبارة computer out put microforms أي أشكال المخرجات الدقيقة للكمبيوتر.

¹ غسان قاسم اللامي، أميرة ولي البياتي، إدارة الإنتاج والعمليات (مرتكزات معرفية وكمية)، عمان: دار البيازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2008، ص: 238.

البناء التصميمي للحاسوب، حيث تم إنتاج أجهزة أصغر من الحجم السابق بكثير وهي ما تعرف في الوقت الراهن بالحاسبات الشخصية، وهي أسرع بكثير من الجيل السابق وفاقت سرعتها الألف، وذات سعة تخزين كبيرة، وظهرت فيها الذاكرة العشوائية وذاكرة القراءة RAM و ROM *

5. المرحلة الخامسة لتطور تكنولوجيا المعلومات: وتمثل هذه المرحلة ذروة التطور في مجال تكنولوجيا المعلومات، حيث أنها تعتبر أسرع آلة في الوقت الراهن، وهي تمتاز بسرعة فائقة وسعة ذاكرة منخفضة التكلفة، علاوة على ظهور أقراص التخزين الضوئي وتقنيات الوسائط المتعددة، كما ساهمت في ظهور الذكاء الاصطناعي الذي يحاكي التفكير البشري¹

- ويمكن تحديد مراحل تطور تكنولوجيا المعلومات وفقا للفترات الزمنية التي شهدتها في الجدول الآتي:

* RAM وهي اختصار لعبارة "Random Access Memory" أي ذاكرة الوصول العشوائي، وتعرف بذاكرة الكتابة والقراءة وهذا نوع من الذاكرة مؤقت يستعمل في الحواسيب، إذ أن المعلومات تفقد منها بمجرد انقطاع التيار عنه، فإذا أعيد تشغيل الحاسوب فقدت المعلومات.

أما ROM هي اختصار لعبارة "Read Only Memory" أي ذاكرة القراءة فقط، وهي ذاكرة تصمم من طرف الشركة المصممة للوحة الأم حيث أنها تحتوي على عدة برامج منها: مشغل الكمبيوتر البدائي - أي بداية تشغيل الحاسوب قبل التحميل من القرص الصلب- وبرنامج للتعرف على الأجهزة الموصولة بالحاسوب، كما أنه لا يمكن حذف المعلومات التي تحتويها هذه الذاكرة ولا يمكن التخزين فوقها.

¹ ثابت عبد الرحمان إدريس، نظام المعلومات الإدارية في المنظمات المعاصرة، مصر: الدار الجامعية، 2007، ص: 314.

الجدول رقم (04): مراحل تطور تكنولوجيا المعلومات

المدة	مميزاتــــــــــــــــها
من 1950 إلى 1960	تميزت بظهور الحاسبات الآلية وظهور الطباعة بأنواعها المختلفة وتطوراتها كما تمتاز بسرعة عالية في معالجة وتشغيل البيانات ولكنها لم تحضى بالاهتمام الكبير في أعمال المنظمات بسبب ارتفاع تكاليفها، فضلا عن قلة الموارد البشرية المتخصصة فيها، ومحدودية البرامج التطبيقية.
من 1970 إلى 1980	تميزت بسرعة الحواسيب وزيادة إمكانياتها، إذ ظهرت نظم التشغيل وأنظمة معالجة المعلومات واهتمام منظمات الأعمال بها، وظهور نظم المعلومات والإدارة التي ساعدت على رفع مستوى الأداء وتحسين الإنتاج والجودة والقدرة والإمكانيات الكبيرة في التنافس.
من 1980 إلى 1995	تطورت تكنولوجيا المعلومات بشكل كبير واعتمدت على الشبكات المحلية وأنظمة الاتصالات التي ساعدت على تبادل المعلومات بين المعنيين، فضلا عن تطور أتمتة المكاتب.
من 1995 إلى الآن	تتطور تكنولوجيا المعلومات في هذه المدة وخاصة في مجال الأجهزة والبرمجيات ونظم الاتصالات والشبكات، وتمتاز تطبيقات الحاسوب بتحليل المشاكل ووضع الحلول والتطبيقات المعقدة كنظم دعم القرار، ونظم المعلومات التنفيذية والنظم الخبيرة، والشبكات العصبية الصناعية، وتطبيقات التصنيع المتكامل حاسوبيا...

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على حيدر شاكر البرنزجي، محمود حسن جمعة، تكنولوجيا ونظم المعلومات في

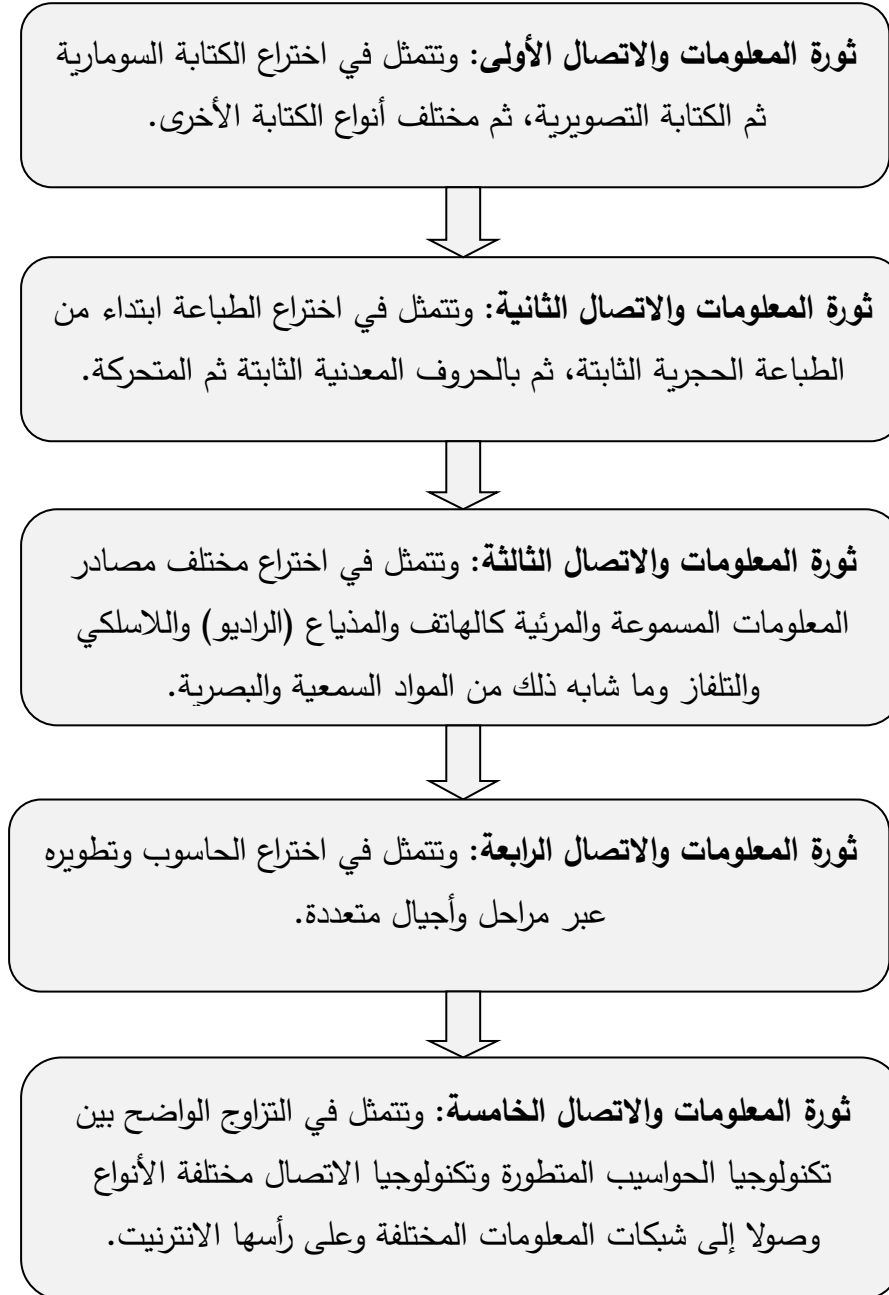
المنظمات المعاصرة: منظور إداري تكنولوجي، بغداد: مطبعة ابن العربي، 2013، ص، ص: 12، 13.

انطلاقا لما تم عرضه من مراحل تطور تكنولوجيا المعلومات، نجد أن هذه الأخيرة قد مرت بعدة

تطورات تاريخية متشعبة ومتسلسلة، يمكننا تلخيصها في الشكل الآتي:

الشكل رقم (04): التطور التاريخي لتكنولوجيا المعلومات

تكنولوجيا المعلومات



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على ما سبق.

نلاحظ من خلال ما سبق أن التطور الذي شهدته تكنولوجيا المعلومات لم يكن وليد اللحظة، وإنما تمتد جذوره إلى مراحل تاريخية متسلسلة ومتراصة كانت بمثابة ثورات معلوماتية متعاقبة، بدأت باختراع الكتابة (السومارية والتصويرية)، ثم الطباعة (الحجرية الثابتة، الحروف المعدنية الثابتة، والحروف المعدنية المتحركة)، وظهور بعدها ما يسمى بالمصادر السمعية والبصرية (الهاتف، المذياع، اللاسلكي

التلفزيون)، ثم جاءت مرحلة التكامل بين تكنولوجيا الحواسيب المتطورة وتكنولوجيا الاتصال وصولاً إلى الانترنت.

وهذا التطور هو الذي جعل تكنولوجيا المعلومات تحظى بأهمية بالغة في مختلف مجالات الحياة من أجل بلوغ الأهداف المرجوة منها.

المطلب الثالث: أهمية وأهداف تكنولوجيا المعلومات

تحظى تكنولوجيا المعلومات بأهمية كبيرة جعلتها تستخدم بشكل واسع في مختلف المجالات سواء من طرف الأفراد أو المؤسسات أو الدول، وذلك راجع بالدرجة الأولى إلى الأهداف الواسعة التي ترمي إليها.

أولاً: أهمية تكنولوجيا المعلومات

تكمن أهمية تكنولوجيا المعلومات فيما تقدمه تطبيقاتها من فوائد في العديد من المجالات، وتعتبر المجالات الإدارية الأكثر تأثيراً بهذه التكنولوجيا، حيث أنها تأثر بشكل جوهري في النظم الإدارية وذلك من خلال ما يلي:

- تحقيق الاستخدام الأمثل للموارد البشرية والفنية والمادية المتاحة في المنظمة والعمل على ترميتها كمياً وكيفياً؛

- إيجاد قنوات اتصال جديدة من خلال شبكات الاتصال سواء على مستوى المنظمة أو على المستوى القومي أو العالمي، مما يمكن من زيادة سرعة تدفق ومعالجة وتبادل المعلومات وتطوير الأساليب الإدارية الحديثة كالأجتماعات والتفاوض وعقد الصفقات عن بعد؛

- مساعدة المديرين على التخلص من أعباء المهام الروتينية، مما يتيح لهم إمكانية استخدام الفائض في أوقاتهم للعمل في مجال التخطيط الاستراتيجي ورسم السياسات، الأمر الذي ينعكس بشكل واضح في رفع كفاءة وفعالية الإدارة العليا؛

- تساهم تكنولوجيا المعلومات في زيادة قدرة النظم الإدارية على التكيف السريع مع بيئة العمل الإداري من خلال توفير وسائل اقتصادية فعالة لتخزين واسترجاع ومعالجة البيانات وتقديمها إلى متخذ القرار في

الوقت المناسب¹

- قدرة تكنولوجيا المعلومات على الرفع من كفاءة المنظمات حتى تكون قادرة على مواجهة المنافسة الشديدة في البيئة الخارجية؛
- يساعد استخدام تكنولوجيا المعلومات على الحد من الحواجز الزمنية والمكانية في ظل التزايد العالمي في عملية الشراء والتصنيع والتسويق من خلال ما أفرزته عولمة العمليات التجارية؛
- تزيد تكنولوجيا المعلومات من إدراك الإدارة العليا بمدى قدرتها على إحداث التغيرات التنظيمية وزيادة عمليات الاندماج والشراء في المنظمات باستمرار²

ويرى "Keindele" أن تكنولوجيا المعلومات تحقق الميزة التنافسية للمنظمات، وذلك من خلال ما توفره من مزايا عديدة مثل توسيع أعمال المنظمات وتخفيض كلفة الأعمال والأنشطة، وذلك عن طريق التخلص من الطرائق الورقية التقليدية المكلفة للمال والجهد. كما تمكن تكنولوجيا المعلومات المنظمات من توفير الوقت وزيادة مرونة تحديث وتطوير الأعمال مما يوفر عائد جديد لها، فضلا عن قدرة المنظمات على تكوين قاعدة تقنية لبناء نظم إدارة المعرفة فيها من خلال تطبيق نظم التحسين المستمرة للجودة مما يحسن سرعة الاستجابة للزائن. ويمكن إبراز أهمية تكنولوجيا المعلومات في حياة المنظمات من خلال النقاط التالية:

- توفير تكنولوجيا المعلومات قنوات الاتصال والتكامل الوظيفي الذي يربط المنظمة مع مورديها وشركائها وزبائنهم، وهذا ما يساهم بدوره في تحسين الأداء الاستراتيجي للمنظمة؛
- تزويد المنظمات خاصة الصناعية منها ببنى تحتية قوية، وذلك من خلال اعتماد بعض التطبيقات مثل نظم التصميم بمساعدة الحاسوب (CAD)*، والتصنيع بمساعدة الحاسوب (CAM)*؛

¹ أشرف السعيد أحمد، تكنولوجيا المعلومات وحروب الجيل السادس، ط1، مصر: الأكاديمية المصرية للتدريب العلمي، 2019، ص: 75.

² Luan jusufi, "information technology as factor in development of contemporary business" *Ilinia international review*, vol: 01, june 2013, p: 140.

* CAD هي اختصار لعبارة (Computer Aided Designing) أي التصميم بمساعدة الحاسوب، وهو أحد التكنولوجيات التي تعتمد على الحاسوب في رسم الإظهار، وتتميز بدقة المنتج النهائي للنماذج التي يتم رسمها أو إظهارها.

- تساعد تكنولوجيا المعلومات على تطوير طرق تنفيذ الأعمال وابتكار نماذج عمل جديدة مثل التجارة الإلكترونية، الأعمال الإلكترونية، المنظمات الافتراضية، تنظيم المؤتمرات عن بعد، وخدمات الاتصال عبر شبكات التواصل الاجتماعي أو شبكة الانترنت، إضافة إلى ظهور المنظمات الخبيرة التي تساهم في إيجاد فرص جديدة للاستثمار؛

- تساهم تكنولوجيا المعلومات في اختزال الوقت والمساحة، فهي بمثابة أدار للقضاء على القيود الزمنية والمكانية؛

_ تساعد تكنولوجيا المعلومات على زيادة القدرة على الإبداع والابتكار من خلال قيامها بإيجاد طرق مبتكرة لتنفيذ الأعمال إلكترونيًا¹

أما على المستوى الدولي، فقد بدأت الدول تنظر إلى التكنولوجيا والمعلومات بعين أخرى، وذلك لما لها من قيمة اقتصادية وإستراتيجية للدول. وتتمثل أهميتها في:

- **الأهمية الإستراتيجية Strategic Importance:** أي اعتماد الدول على تكنولوجيا المعلومات على المدى البعيد لتحسين مختلف مجالات الحياة؛
- **الأهمية الاقتصادية Economic Importance:** أصبحت تكنولوجيا المعلومات مصدر قوة لاقتصاد الدول المتقدمة، وذلك لما لها من أثر كبير على الاقتصاد العالمي؛
- **الأهمية الاجتماعية Social Importance:** تساهم تكنولوجيا المعلومات في زيادة ثقافة الدول وذلك لارتباطها الوثيق بالإعلام، وهذا ما يساهم في زيادة الرخاء الاقتصادي للدول؛
- **الأهمية الإنتاجية Productivity Importance:** تساعد تكنولوجيا المعلومات على تحسين عملية التخطيط وتسهيل عمليات اتخاذ القرار، مما يؤدي إلى تطوير العمل الإداري وبالتالي زيادة الإنتاج²

* **CAM** هي اختصار لعبارة (Computer Aided Manufacturing) أي التصنيع بمساعدة الحاسوب، والتي تشير إلى استخدام تكنولوجيا المعلومات (برامج حاسوب متخصصة) لإدارة وتوجيه والسيطرة على معدات الإنتاج.

¹ حيدر شاكر نوري، محمود حسن جمعة، دراسات في أثر المعرفة وتكنولوجيا المعلومات في المنظمة، بغداد: مطبعة أبي العربي، 2015، ص: 193، 194.

² هاني شحادة الخوري، تكنولوجيا المعلومات على أعتاب القرن الحادي والعشرين، دمشق: دار الرضا للنشر والتوزيع، 1998، ص: 212.

يتبين من خلال ما سبق أن تكنولوجيا المعلومات تتجلى أهميتها في مختلف المجالات وخاصة الإدارية منها، سواء كان ذلك على مستوى المنظمات (محليا) أو على مستوى الدول (دوليا/ عالميا) فعلى المستوى المحلي نجد أن تكنولوجيا المعلومات تمكن المنظمات من إيجاد قنوات اتصال فعالة تساعد الإدارة العليا على التركيز على المهام الإستراتيجية بدلا من المهام الروتينية، وكذا التكيف السريع مع بيئة المنظمة من خلال الحد من الحواجز الزمنية والمكانية بما يسهل عمليات التطوير التنظيمي والهندرة وزيادة القدرة على الإبداع والابتكار.

أما على المستوى الدولي فتبرز أهميتها في مختلف الأصعدة سواء على الصعيد الاستراتيجي أو الاقتصادي أو الاجتماعي أو الإنتاجي أو كلها معا.

ثانيا: أهداف تكنولوجيا المعلومات

لقد أشار كل من "Broderick" and "Boudrean" إلى أهداف تكنولوجيا المعلومات، أين تم حصرها في إمكانية إلغائها لمراحل العمل الروتيني بما يحقق زيادة المعيارية الإدارية والدقة وفق المهارات الجديدة لانسياب المعلومات، إلا أنه لم يتم استثمارها بعد بشكل كامل وذلك بتميرها بين كافة الوحدات الإدارية وتخفيض قدر الإمكان من جهود جمع البيانات وتصميم نظام معلومات يلبي احتياجات جميع المنظمات المهمة بالوصول إلى هذا النظام، وليس لتلبية عمل وحدة نظام المعلومات فقط، وهذا نابع من رغبتها في تحقيق زيادة في الإنتاجية وتحسين جودة العمليات الإدارية¹

ويمكن تحديد أهم الأهداف التي تسعى تكنولوجيا المعلومات إلى تحقيقها في النقاط الآتية:

- خفض تكاليف تعقيد الإنتاج وإزالة أثر الميزة التنافسية الناجمة عن اقتصاديات السوق؛
- جعل الاتصال أسرع وأكثر كفاءة وأداء وأقل تكلفة؛
- توفير المعلومات الدقيقة والحديثة لدعم اتخاذ القرار؛
- توفير عمليات منظمة وإجراءات مبسطة لإدارة الموارد، وبالتالي تحقيق فعالية أكبر وأفضل؛
- تعزيز المسائلة والشفافية مما يؤدي إلى تقليل وقوع الأخطاء والتزوير؛

¹ Broderick and J.W. Boudreau, "human resource management, information technology and the competitive edge", **academy of manage executive**, vol: 06, 1992, p: 17.

- تقديم خدمات أفضل للموظفين والمراجعين، مما ينعكس بشكل إيجابي على التنظيم؛

- القضاء على هدر الوقت والجهد والموارد؛ وزيادة كفاءة استغلال المخزون¹

وما يمكن ملاحظته هو أن الأهداف التي تسعى تكنولوجيا المعلومات هي أغلبها أهداف إدارية حيث أنها تهدف بالدرجة الأولى إلى تسهيل المعاملات الإدارية بالشكل الذي يقلل من الجهود المبذولة وكذا تخفيض الوقت المستهلك، والتكلفة المنفقة قدر المستطاع.

¹ عادل محيد عيدان العدلي، حسين وليد حسين عباس، الاقتصاد في ظل التحولات المعرفية والتكنولوجية، ط1، عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع، 2016، ص: 126.

المبحث الثاني: المراكز الرئيسية لتكنولوجيا المعلومات

تقوم تكنولوجيا المعلومات على مجموعة من المراكز التي تحدد مدى نجاحها من فشلها، وذلك من خلال ما توفره البنية التحتية التي تعتمد عليها هذه التكنولوجيا، والمتمثلة في مكوناتها والأدوات التي تستخدمها وكذا الوظائف التي تؤديها. لذلك سنحاول من خلال هذا المبحث التطرق إلى المكونات الأساسية التي تتشكل منها تكنولوجيا المعلومات، إضافة إلى إبراز وظائفها وكذا الأدوات التي تستخدمها في القيام بمهامها.

وتقوم تكنولوجيا المعلومات على أربعة مراكز أساسية يمكن حصرها في الشكل الآتي:

الشكل رقم (05): مراكز تكنولوجيا المعلومات

تكنولوجيا المعلومات



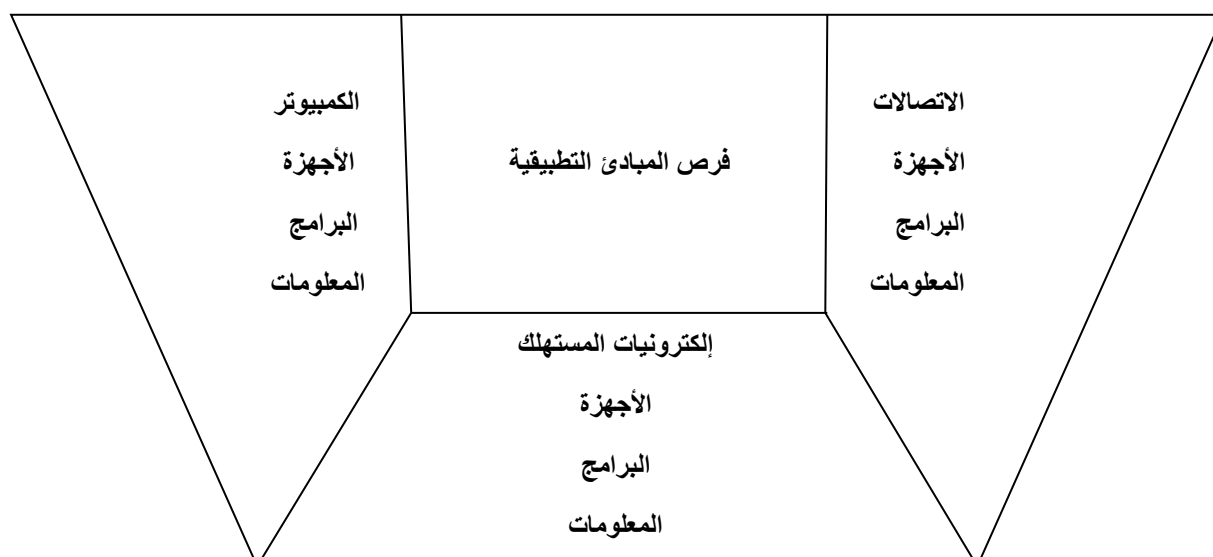
المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على فائق محمد سرحان الزويني، إبراهيم عبد الله عيدان، تكنولوجيا المعلومات في إدارة المشاريع الإنشائية، د.ب.ن: المذهل، 2017، ص، ص: 33، 34.

بمعنى أن تكنولوجيا المعلومات تقوم على مدى تكامل مرتكزاتها الأربعة، فمنها ما هو متعلق بالأفراد (المهارات والمعلومات والمعارف)، ومنها ما هو متعلق بالجوانب التقنية (الممارسات التصميمية والتنفيذية المستخدمة في معالجة المواد والسلع والمنتجات)، ومنها ما هو متعلق بالجوانب المادية (المنتجات والسلع والخدمات)، ومنها ما هو متعلق بالجانب المفاهيمي (القيم والمفاهيم والابتكارات). وهذه المرتكزات هي التي تحدد مكونات تكنولوجيا المعلومات.

المطلب الأول: مكونات تكنولوجيا المعلومات

تتكون تكنولوجيا المعلومات من جانب مادي Hardware ويتمثل في الأجهزة، وجانب معنوي Software ويتمثل في البرمجيات. ويمكن توضيح تكنولوجيا المعلومات من خلال الشكل الآتي:

الشكل رقم (06): مكونات تكنولوجيا المعلومات



المصدر: علاء عبد الرزاق السالمي، تكنولوجيا المعلومات، ط2، عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع، 2002، ص: 19.

أولاً: الأجهزة Hardware

وهي الأجهزة التي تقوم باستقبال البيانات وتخزينها ومعالجتها، وتعتبر الأجهزة الأداة التي تقوم بتوظيف البرمجيات الناتجة عن المعرفة التي يكتسبها الأفراد من خلال خبرتهم، وتخزينها عن طريق قواعد البيانات.

وتتجسد الأجهزة أساساً في أربع وحدات رئيسية، يمكن حصرها في الجدول الآتي:

الجدول رقم (05): أجهزة تكنولوجيا المعلومات

الأجهزة	محتواها
وحدة المعالجة المركزية	تعتبر هذه الوحدة أهم مكون في الكمبيوتر، حيث تكون بمثابة الدماغ الذي يتولى كافة الأعمال، فبدونها لا يعمل الكمبيوتر. وتتكون وحدة المعالجة المركزية من ثلاث وحدات فرعية، فهناك وحدة الحساب والمنطق التي تقوم بعمليات الحساب أو عمليات المقارنة المنطقية، وهناك وحدة التحكم التي تتحكم في جميع عمليات المعالجة من حيث الترتيب والتوقيت المناسبين، وهناك أيضا وحدة الذاكرة الرئيسية التي تتولى تخزين البيانات والمعلومات المراد حفظها وتخزينها لمعالجتها، أو المعلومات والبيانات الخاصة والثابتة في البرامج غير القابلة للتعديل.
وحدات الإدخال	وتمثل هذه الوحدات في مختلف الوسائل المستعملة في إدخال البيانات إلى الكمبيوتر وتتميز هذه الوسائل بالديناميكية والتغير والتطور المرتبطين بمدى الحاجة إلى البيانات، حيث أنها لا تأخذ شكلا واحدا فقط، على اعتبار أن البيانات تأتي في شكل أرقام أو حروف أو رموز أو صور. وتتمثل هذه الوسائل في: لوحة المفاتيح Key board، الفأرة Mouse، الماسحة الضوئية Scanner، لاقط الصوت Microphone، كاميرات الفيديو Video Camera الكاميرات الرقمية Digital Camera، القلم الضوئي Ligt Pen.
وحدات الإخراج	وهي الوحدات المسؤولة عن إخراج البيانات بعد معالجتها، وتتمثل أساسا في: الشاشة Monitor، الطابعة Printer، مكبرات الصوت Speakers، الراسمة Plotter.
وحدات التخزين	ويطلق عليها أيضا بملحقات التخزين (الذاكرة الثانوية للتخزين)، حيث أنها عبارة عن الوسائل التي يتم استخدامها لحفظ وتحميل البيانات والمعلومات والبرامج، وقد تطورت هذه الوحدات مع تطور الكمبيوتر وتغير حجم وطبيعة ما يتم تخزينه، ومن هذه الوحدات نجد: الأشرطة المغناطيسية Magnitic Disks، الأقراص المغناطيسية Floppy Disks والأقراص المغناطيسية الصلبة Hard Disks، الأقراص المدمجة Compact Disks القلم التخزيني Pen Drive.

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على محمد الناصر مشري، "سبل تفعيل دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في دعم التنمية المستدامة في المؤسسات الصناعية الجزائرية: دراسة عدد من المؤسسات في الشرق الجزائري"، أطروحة دكتوراه في جامعة فرحات عباس - سطيف 1، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، تخصص العلوم الاقتصادية، 2017، ص: 27.

وتقوم أجهزة تكنولوجيا المعلومات بتخزين البيانات ومعالجتها عن طريق:

1. تكنولوجيا التحكم control technology: ويتم ذلك عن طريق الإنسان human أو عن طريق الروبوت robot، ويعد هذا الأخير أحد أهم الإنجازات في هندسة التحكم الآلي التي يتم فيها دمج تقنيات الحاسب والإلكترونيات وهندسة التحكم والبرمجيات؛

2. تكنولوجيا شبكات الاتصال **communications networks**: وتتمثل وسائل هذه التكنولوجيا في الكابلات المجدولة وكابلات الألياف الضوئية، الإنترنت والهواتف الخلوية الثابتة¹

ثانياً: البرمجيات **software**

لقد أصبحت البرمجيات مصاحبة لتكنولوجيا المعلومات، وقد انفصلت عن أجهزة الحاسبات وتزامنت مع مراحل ابتكار الأجهزة وصناعتها واستخدامها. وتتكون البرمجيات من:

1. **هندسة المعرفة knowledge engineering**: وتعني كل ما يمكن صناعته في شكل منضبط مهما كانت درجة تعقيده، كما أن توليد المعرفة يمكن أن تكون في صورة عدد من العناصر التي تبنى منها كل الصيغ المعرفية؛

2. **هندسة البرمجيات software engineering**: وهي نتيجة لوجود امتزاج بين المعدات والحاسبات (الكمبيوتر) **hardware**، والبرمجيات **software**، وشبكات الاتصال **communications networks** وهنا يبرز المعنى الواسع لتكنولوجيا المعلومات باعتبارها أحد أهم ثلاث أسواق رئيسية لمكونات هذه التكنولوجيا²

- يوجد ثلاث أنواع رئيسية من البرامج:

1. **برامج النظام**: أي تقوم الشركة المصنعة للحاسوب بإعداد وتخزين سلسلة من البرامج داخله، حيث تعتبر هذه البرامج جزء لا يتجزأ من الحاسوب. ويقصد ببرامج النظام أنها مجموعة البرامج العامة التي تقوم بإدارة موارد الحاسوب مثل المشغل المركزي للاتصالات والأجهزة الأخرى، ومن أمثلة هذه البرامج نجد برنامج **DOS**، وبرنامج **MS**، وبرنامج **Windows**؛

2. **برمجيات التطبيقات**: وهي برامج معدة خصيصاً لتشغيل العمليات ذات الطبيعة النمطية من خلال التغييرات الطفيفة، وتضم هذه البرامج التعليمات التي تحدد عمليات التشغيل ومعالجة البيانات مثل برامج الكتابة على الحاسوب؛

¹ عدنان الشوابكة، دور نظم وتكنولوجيا المعلومات في اتخاذ القرارات الإدارية، الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2011، ص: 169.

² منال عشري، تكنولوجيا المعلومات ورأس المال البشري: رؤية للتنمية المستدامة 2030، مصر: دار التعليم الجامعي، 2021، ص: 38.

3. برامج التأليف: وهي البرامج التي تعمل على ترجمة التعليمات المكتوبة بإحدى لغات البرمجة ذات المستوى العالي إلى لغة الآلة¹

ثالثا: شبكات الاتصال communications networks

وهي عبارة عن ربط المحطات في مواقع مختلفة، ويكون ذلك من خلال وسط يسمح للمشاركين بإرسال واستخدام البيانات والمعلومات، وتعتبر القدرة على الاتصال جزء مهم ومكمل لتكنولوجيا المعلومات، على اعتبار أن البيانات والمعلومات ترسل عن طريق شبكات الاتصال. وتتكون هذه الأخيرة من:

1. المعرفة الفنية: وتشتمل على

- التعود على وسائل وأساليب تكنولوجيا المعلومات؛
- المهارات المطلوبة لاستخدام هذه الوسائل؛
- معرفة متى تستخدم تكنولوجيا المعلومات لحل مشكلة معينة، أو لتحقيق غرض محدد في وقت محدد؛

2. تكنولوجيا الحاسبة الآلية ووسائل الاتصال بأنظمتها: ويكون ذلك عبر وسائط متعددة تخاطب المراكز الإدراكية لعقل الإنسان؛

3. تكنولوجيا شبكات المعلومات: وتشمل نظم تصميم وتنفيذ واستخدام الحاسب في التطبيقات العلمية ونظم تصميم واختيار البرامج بمساعدة الحاسب الآلي، ولا يتوقف ذلك على التطبيقات العلمية فقط بل يتسع ليشمل العديد من التطبيقات الأخرى.

4. تكنولوجيا شبكات المعلومات المرتبطة بالحاسبات الآلية: وهي التي ترتبط بالحاسبات الآلية ونظم المعلومات في شكل أنظمة متكاملة على مختلف المستويات المحلية والعالمية²

¹ فاطمة طويهي، "أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء الموارد البشرية في المؤسسة الجزائرية - دراسة حالة شركة إنتاج الكهرباء بتيارت"، مذكرة ماجستير في جامعة وهران 02، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص تسويق، 2015، ص: 15.

² إبراهيم السعيد مبروك، المكتبات الإلكترونية: رؤية المكتبات في الألفية الثالثة، ط2، مصر: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2012، ص: 23، 24.

رابعاً: قاعدة البيانات data base

وتتمثل في المعلومات المخزنة في أجهزة ووسائل خزن البيانات، مثل مشغل الأقراص الصلبة للحاسبة والأقراص المرنة أو الأشرطة. فقاعدة البيانات هي مجموعة مهيكلة من البيانات المخزنة إلكترونياً ويتم الوصول إليها والسيطرة عليها من خلال الحاسوب، حيث تكون مرتبة بناء على علاقات معروفة مسبقاً تربط بين أنواع محددة من البيانات ذات العلاقة بالأعمال أو الحالات أو المشاكل الموجودة في تلك الفترة¹

- وتوجد ستة أنواع رئيسية لقواعد البيانات:

1. **قواعد بيانات تفصيلية:** وتستخدم لدعم العمليات المنظمة بشكل كلي، ومنها قواعد بيانات العميل وبيانات الأفراد، وبيانات المخزون؛
2. **قواعد بيانات تحليلية:** وتقوم بتخزين بيانات ومعلومات مستخلصة من قواعد بيانات تشغيلية وخارجية، وتكون المعلومات مطلوبة من قبل المديرين والمستخدمين بالمنظمة؛
3. **مخازن البيانات:** وتقوم بتخزين بيانات عن سنوات حالية وسنوات سابقة في المنظمة؛
4. **قواعد البيانات الموزعة:** تقوم الكثير من المنظمات بإعادة توزيع أو نسخ أجزاء من قواعد البيانات وتوفيرها لمستخدمي الشبكة في العديد من المواقع وقواعد البيانات الموزعة قد تكون نسخاً من قواعد بيانات تشغيلية أو تحليلية أو قواعد بيانات معتمدة على الوسائط السريعة أو المناقشة؛
5. **قواعد بيانات المستخدم النهائي:** تتكون من أنواع مختلفة من ملفات البيانات المعدة من قبل المستخدمين النهائيين في حواسيب محطات العمل العائدة لهم؛
6. **قواعد بيانات خارجية:** تمكن هذه القواعد من الوصول إلى ثروة من المعلومات مقابل رسوم من مقدمي الخدمة يتم الاتفاق عليها مسبقاً²

¹ غسان قاسم داود اللامي وآخرون، تكنولوجيا المعلومات في منظمات الأعمال: الاستخدامات والتطبيقات، الأردن: دار الوراق للنشر والتوزيع، 2001، ص: 21.

² سيدة حسن، "مكونات تكنولوجيا المعلومات (قواعد البيانات)"، نقلاً عن: <https://sayedahassan5.com>، 2023/05/30، 20:30.

خامسا: الإجراءات

ويقصد بها وصف لكيفية فعل (إنجاز) الأشياء، أو الخطوات المتبعة لإحراز نتيجة معينة، وفي بعض الأحيان تكون الإجراءات غير مذكورة أو معلنة نتيجة حالة أو ممارسة متعارف عليها، ويمكن أن تكون متاحة على الخط. وهي أيضا عبارة عن إجراءات تقدم إلى المستخدمين من أجل إرشادهم إلى الأفعال التي يجب الأخذ بها خطوة بخطوة. أي هي الأدلة الإرشادية من تعليمات وقواعد وخطوات موجهة إلى مستخدمي نظم المعلومات المستندة على الحاسوب، بهدف مساعدتهم في إنجاز أعمال التشغيل والحفظ والاسترجاع والتخزين بسهولة وسرعة وبشكل آمن¹

خامسا: الأفراد أو الموارد البشرية human recourse

إن المكونات السابقة لا يمكن لها أن تحقق أهداف تكنولوجيا المعلومات إلا بوجود العنصر البشري ونجد أن أغلبية الباحثين والمتخصصين في هذا المجال يؤكدون على مدى أهمية الفرد أو المورد البشري في إدارة وتشغيل عمليات تكنولوجيا المعلومات، وغالبا ما تفوق أهمية العنصر البشري كمكون من مكونات تكنولوجيا المعلومات المستلزمات المادية على نحو كبير، كما أن عدم الاهتمام بهذا الجانب غالبا ما يؤدي إلى حدوث فشل في النظام²

- ويمكن تصنيف الموارد البشرية إلى:

1. مديري تكنولوجيا المعلومات: تعتبر وظيفة مدير تقنية المعلومات من أكثر الوظائف طلبا، نظرا لزيادة عدد الشركات التي تعتمد بشكل كبير على أنظمة المعلومات والتكنولوجيا، ويمكن لمديري تكنولوجيا المعلومات الحصول على مناصب مسؤولي المعلومات، إضافة إلى إشرافهم على جميع الاحتياجات التكنولوجية على نطاق المؤسسة؛

2. محلي تكنولوجيا المعلومات: يعرف المحلل باسم المطور، أي الشخص الذي يقوم بتصميم نظم المعلومات، ومعرفته لكيفية ترقية البرمجيات وكيفية عمل الأجهزة؛

¹ سناء عبد الكريم الخناق، "أهمية تكنولوجيا المعلومات ودورها في إقامة المؤسسات التعليمية الافتراضية"، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، العدد: 01، الجزائر: جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، جانفي 2016، ص: 10.

² محمد عبد الحسين الطائي آل فرج، المدخل إلى نظم المعلومات الإدارية، الأردن: دار وائل، 2005، ص: 141.

3. مهندسي تكنولوجيا المعلومات: يستطيع مهندس البرمجيات تطوير واختبار وتنفيذ برامج وتطبيقات في النظام، ويجب أن يمتلك العديد من خبرات البرمجة والإلكترونيات والرياضيات¹

في حين يحدد آخرون الموارد البشرية لتكنولوجيا المعلومات في:

1. المتخصصون: وهم محلي ومصممي النظم، والمبرمجين، والمختصين في تشغيل الأجهزة وصيانتها والمتخصصين في تكنولوجيا الاتصال. ويطلق عليهم رأس المال الفكري في النظام باعتبارهم الفئة التي تؤدي الوظائف الأكثر دقة؛

2. الإداريون: وهم المشاركون في إدارة النظم، والمسؤولون عن قاعدة البيانات، والموظفون المستخدمون لأنظمة المعلومات كالمستخدمين لمنتجات النظم (محاسبين، رجال البيع، مدراء ومستهلكين)، وتعتبر وظائفهم أقل درجة وأقل دقة من المتخصصين²

3. المستشارون: ليس من السهولة إيجاد الأفراد ذو المهارة الجيدة في تكنولوجيا المعلومات، لذلك يتم توظيف الأشخاص الذين لديهم خبرة عدة سنوات في مجال هذه التكنولوجيا، فقد يملك مستشارو تكنولوجيا المعلومات عمقا كبيرا من الخبرة المكتسبة على عدة سنوات، أو قد تكون قليلة نسبيا، أو تكون متسعة بينهم. ويوجد العديد من مستشاري تكنولوجيا المعلومات الذين يختلفون باختلاف وظائفهم، حيث نجد:

- **مزودو الاستشارات الإستراتيجية:** نظرا لنمو الأهمية الإستراتيجية لتكنولوجيا المعلومات، أصبحت الشركات مطالبة بالعمل عن كتب والمشاركة في إستراتيجية تكنولوجيا المعلومات، وأفضل الشركات هي التي تعمل على تنفيذ إستراتيجية هذه التكنولوجيا ضمن اختصاصها ومصلحتها؛
- **مزودو استشارات الإدارة العامة:** إن استشارات تكنولوجيا المعلومات هي أكبر وأسرع الشرائح نموا في الاستشارات الإدارية ككل، ويترتب على ذلك أن أي شركة كبيرة مختصة في الاستشارات الإدارية يكون لها ممارسة واسعة في مجال استشارات تكنولوجيا المعلومات.؛
- **مستشارو تكنولوجيا المعلومات المتخصصون:** لقد اضطر المستشارون الإداريون إلى تبني تكنولوجيا المعلومات، وقد اعترف المتخصصون بالحاجة إلى تطوير المهارات الإدارية العامة وأصبحت مؤخرا الشركات التي انطلقت من قاعدة التكنولوجيا تنافس المستشارين التقليديين

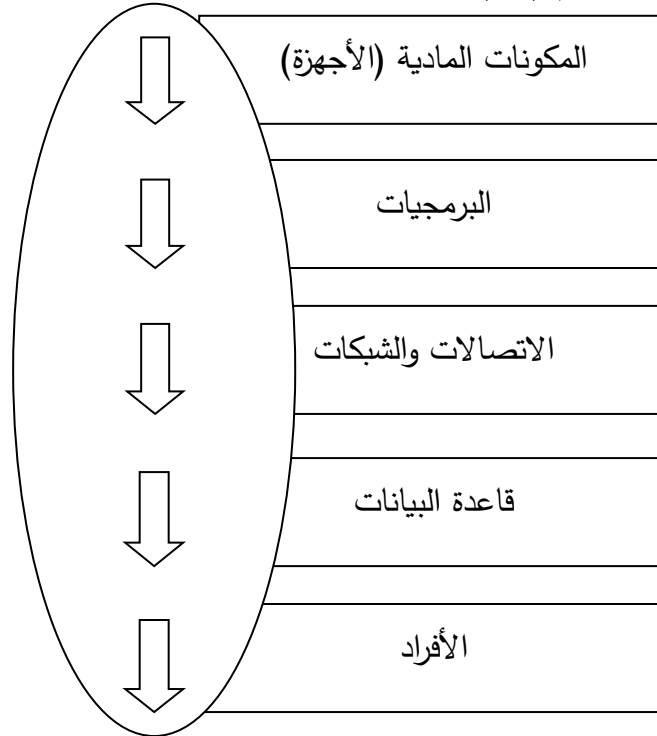
¹ مروة حسون، "تكنولوجيا المعلومات"، نقلا عن: <https://www.mawdoo3.com>، 2023/05/29، 12:53.

² نجم عبد الله الحميدي وآخرون، نظم المعلومات الإدارية: مدخل معاصر، الأردن: دار وائل، 2005، ص: 23.

بالحجم¹

- ويمكن تلخيص مكونات تكنولوجيا المعلومات في الشكل الآتي:

الشكل رقم (07): مكونات عمل تكنولوجيا المعلومات



المصدر: إيمان فاضل السامرائي، هيثم الزعبي، نظم المعلومات الإدارية، الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2004، ص:

120.

ونلاحظ من خلال ما سبق أن تكنولوجيا المعلومات تتكون من الأجهزة التي تستقبل البيانات وتخزنها وتعالجها عن طريق تكنولوجيا التحكم (التحكم الآلي عن طريق الإنسان أو الروبوت)، وتكنولوجيا شبكات الاتصال (الكابلات والهواتف الثابتة، الانترنت). كما تتكون هذه التكنولوجيا أيضا من البرمجيات التي أصبحت مصاحبة لها والتي تتمثل في هندسة المعرفة وهندسة البرمجيات (تكون نتيجة لاندراج الكمبيوتر والبرمجيات وشبكات الاتصال). أما ثالث مكون لتكنولوجيا المعلومات فيمكن في شبكات الاتصال التي تعتبر جزء مهم ومكمل لها، (ويوجد في هذه الشبكات المعرفة الفنية، تكنولوجيا الحاسب الآلي، تكنولوجيا شبكات المعلومات، وتكنولوجيا شبكات المعلومات المرتبطة بالحاسبات الآلية). ورابع مكون لتكنولوجيا المعلومات هو قاعدة البيانات التي تخزن البيانات إلكترونيا، دون أن ننسى في ذلك أهم مكون لها وهو

¹ ميلان كوبر، الإستشارات الإدارية: دليل المهنة، (تر: مقبولة حمودة)، جنيف: مكتب العمل الدولي، 2015، ص، ص: 279،

الفرد أو المورد البشري الذي يقوم بإدارة وتشغيل عمليات تكنولوجيا المعلومات، والذي يصنف إلى المتخصصين والإداريين والمستشارين والمحليين والمهندسين. ويمكن القول أن وجود التكامل والتفاعل بين هذه المكونات هو الأمر الذي يؤدي إلى أداء الوظائف التي يتوجب على تكنولوجيا المعلومات أدائها.

المطلب الثاني: وظائف تكنولوجيا المعلومات

لقد اختلف الباحثون في تحديد وظائف تكنولوجيا المعلومات، حيث نجد أن "seen" يرى أنه يمكن حصر وظائف تكنولوجيا المعلومات فيما يلي:

- جمع تفاصيل قيود أو سجلات النشاطات؛
- تحويل وتحليل وحساب جميع البيانات والمعلومات؛
- إجراء عدة أنواع من المعالجات للمعلومات في وقت واحد سواء كانت كتابة أو صوت أو صورة؛
- تنظيم المعلومات بشكل مفيد حسب طبيعتها سواء كانت صورة أو صوتاً أو غيرها، وتخزين البيانات والمعلومات من موقع إلى آخر باستخدام الإيميل الإلكتروني أو الرسائل الصوتية أو غيرها¹
- بينما يذهب "Curtin" إلى القول بأن تكنولوجيا المعلومات تؤدي عدة وظائف من خلال أدواتها وهذه الوظائف هي:

- معالجة البيانات لتحويلها إلى معلومات مفيدة؛
- إعادة معالجة المعلومات واستخدامها كبيانات في خطوات المعالجة الأخرى؛
- تبسيط المعلومات بحيث يسهل فهمها من قبل المستخدم لتصبح أكثر جاذبية وأكثر فائدة²
- كما وتختص تكنولوجيا المعلومات بجملة من الوظائف المنبثقة من مكوناتها سائلة الذكر، وهذه الوظائف يمكن اختزالها في العمليات الأساسية الآتية:

¹ علاء عبد الرزاق السالمي، تكنولوجيا المعلومات، مرجع سبق ذكره، ص، ص: 437، 438.

² Curtin, Dennis and Foley, Kim and Morin, Cathleen, **information technology: the breaking wave**, 3rded, Mc Graw Hill, 2001, p: 03.

أولاً: الحصول على البيانات

وهي الوظيفة الأولى التي تقدمها تكنولوجيا المعلومات، حيث توفر فيها المعلومات والبيانات من خلال تجميعها، وتشمل هذه العملية الحصول على البيانات الخاصة بعمليات المنظمة من جهة، والبيانات الخاصة بالبيئة الخارجية من جهة أخرى، ويتم تسجيل هذه البيانات إما في أوساط مادية كالورق أو يتم إدخالها مباشرة في الحاسوب بواسطة الأفراد العاملين في المنظمة، وحتى تتم هذه العملية بشكل ناجح يشترط فيها توفر الدقة والجودة في إدخال البيانات بصورة واضحة وصحيحة، فهذا يحدد مدى دقة وجودة مخرجات النظام من عدمه؛

ثانياً: المعالجة

وتأتي بعد الحصول على البيانات، ويقصد بها إجراء العمليات الحسابية المختلفة على البيانات وتحويلها إلى المعلومات، وتتضمن هذه العملية عدة أنواع من المعالجات حيث نجد معالجة المعلومات ومعالجة الكلمات والوثائق المستندة إلى النص بما في ذلك التقارير والأخبار والمراسلات، وكذا معالجة الصور والأصوات.

وهناك أنواع أخرى من المعالجة، وهي:

- **معالجة النصوص:** أي صياغة وثائق نصية مثل التقارير والنشرات الإخبارية والمراسلات، وذلك من خلال إدخال البيانات والأشكال وعرضها بصورة جذابة؛
- **معالجة الأشكال:** أي تحويل المعلومات المرئية المتمثلة في الأشكال البيانية والصور إلى صور يمكن التعامل معها في الحاسوب أو تناقلها بين الأفراد؛
- **معالجة الأصوات:** أي معالجة المعلومات الكلامية، والت أصبحت حديثاً تعالج عبر الهاتف بشكل خاص؛

- **الاستنباط والتجديد:** يتم استخدام تكنولوجيا المعلومات لإيجاد المعلومات من خلال المعالجة، أي تنظيم المعلومات والبيانات في صورة مفيدة إما على شكل أرقام أو أشكال أو نصوص مرئية أو صور¹

¹ مبروك إبراهيم السعيد، المكتبات الإلكترونية: رؤية للمكتبات في الألفية الثالثة، مرجع سبق ذكره، ص: 27.

ثالثاً: الخزن

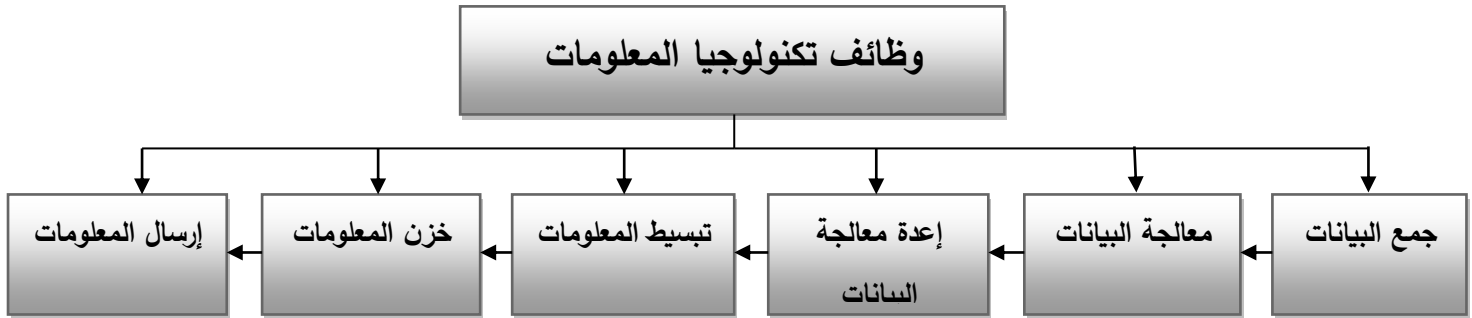
تعتبر عملية الخزن الوظيفية الأساسية لتكنولوجيا المعلومات، فالخزن عبارة عن نشاط تقوم به نظم المعلومات، يتم فيه حفظ البيانات والمعلومات بشكل منظم لاستعمالها كمخرجات حين يحتاجها المستفيد ويساعد الخزن الحواسيب على المحافظة على البيانات والمعلومات لاستعمالها في وقت لاحق.

رابعاً: الإرسال

ويقصد به إرسال المعلومات من موقع إلى آخر وذلك باستخدام واعتماد أوساط مختلفة كالأقمار الصناعية والألياف الضوئية أو غيرها¹

- ويمكن تلخيص وظائف تكنولوجيا المعلومات في الشكل الآتي:

الشكل رقم (08): وظائف تكنولوجيا المعلومات



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على ما سبق.

يتبين لنا من خلال ما سبق أن تكنولوجيا المعلومات تقوم بعمليات رئيسية تنبثق أساساً من مكوناتها وتبدأ هذه الوظائف بالحصول على البيانات من مصادر مختلفة، ثم يتم العمل على معالجتها باستخدام التقنيات والوسائل المناسبة لتصبح في شكل معلومات مفيدة، وتأتي بعدها عملية الخزن للمحافظة عليها واستخدامها في وقت لاحق، ولا يمكن أن تتم هذه العمليات المذكورة دون وجود وظيفة الاتصال. ويمكن القول أن القيام بهذه الوظائف يتطلب امتلاك تكنولوجيا المعلومات للأدوات المناسبة التي تفعل أدائها.

¹ محمود حسن جمعة، "تكنولوجيا المعلومات ودورها في تطوير الأداء الاستراتيجي: دراسة تطبيقية في وزارة الإعمار والإسكان والبلديات والأشغال العامة- جمهورية العراق"، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد: 02، الجزائر: جامعة الجزائر 03، ديسمبر 2018، ص: 46، 47.

المطلب الثالث: أدوات تكنولوجيا المعلومات

تتمثل الأدوات والوسائل التي تستخدمها تكنولوجيا المعلومات فيما يلي:

أولاً: الحاسبات الإلكترونية

هي عبارة عن آلات إلكترونية مصممة بطريقة تسمح باستقبال البيانات واختزالها ومعالجتها، ويمكن إجراء جميع العمليات البسيطة والمعقدة بسرعة ودقة عالية، ويتم الحصول على نتائج هذه العمليات بطريقة آلية، حيث تحول البيانات إلى لغة يتعامل معها جهاز الحاسوب، كما يمكنها نقل البيانات إلى جهاز حاسب آخر. أي تبادل المعلومات بين الحاسبات وتكوين ما يسمى بالشبكات، وتشكل هذه الحاسبات الإلكترونية المرتكز الأساسي المؤثر على تكنولوجيا المعلومات¹

ويعتمد نظام تشغيل الحاسب الإلكتروني - مثل النظم التكنولوجية الأخرى - على وحدات إدخال ومعالجات ووحدات إخراج، ويتم إدخال المعلومات من خلال منفذ Terminal عن طريق استخدام شريط أو قرص، أو باستخدام لوحة مفاتيح تشبه الآلة الكاتبة، ويقوم الحاسب بالاستجابة والتعامل مع البيانات التي يتم إدخالها حسب نمط النظام، ثم يتم إخراج البيانات من الحاسب بعد معالجتها بالطرق المرغوبة ويمكن أن يكون هناك تغذية عكسية Feedback من طرف المستخدم نفسه، أو رد فعل أوتوماتيكي من خلال برامج التجهيزات المادية Hardware أو برامج التجهيزات الفكرية software، وتستخدم التغذية العكسية في البيانات للحصول على النتائج المطلوبة²

ويؤدي الحاسب الإلكتروني دوراً مهماً في تصميم وبناء نظم المعلومات الحديثة، فهو يحقق لنظام المعلومات مزايا السرعة والدقة والثقة والصلاحية، ويترتب على ذلك الكفاءة العالية في الأداء، كما يقوم بإجراء العمليات المعقدة التي يصعب القيام بها يدوياً، إضافة إلى القدرة الهائلة على تخزين كم هائل من المعلومات بطريقة منظمة، بحيث يسهل استرجاعها في أوقات ضئيلة، كما تستطيع الحاسبات الإلكترونية إنجاز كافة المهام الأخرى التي يقوم بتنفيذها نظام المعلومات، ومنها تحقيق أمن وسلامة البيانات

¹ سونيا محمد البكري، نظم المعلومات الإدارية: المفاهيم الأساسية، مصر: الدار الجامعية، 2003، ص: 89.

² أحمد السيد كردي، "تكنولوجيا الحاسبات الإلكترونية واستخداماتها في المكتبات ومراكز المعلومات"، نقلاً عن: <https://kenanaonline.com>، 19 مارس 2022، 12: 27.

والضمان الكامل لفقدانها أو إتلافها من طرف المستخدمين¹

ثانياً: الاتصالات

ترتبط تكنولوجيا المعلومات بالاتصالات ارتباطاً وثيقاً، مما أدى إلى ظهور ما يسمى بمجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. حيث أصبح العالم يشهد تطورات هائلة في مجال تكنولوجيا الاتصالات وانفجار المعلومات، وبالتالي ارتباط الأفراد والجماعات والدول بشبكات معلوماتية متطورة تسهل انتقال المعلومات بثتى الميادين العلمية والاقتصادية والثقافية وفي جميع أنحاء العالم، ولعل أبرز ما شجع غزو هذه التكنولوجيا وانتشارها هو السمات والخصائص التي تتمتع بها هذه الأخيرة، والتي جعلت آثارها ذات أثر بالغ على الأفراد والمجتمعات، مما جعلهم لا يستغنون عنها في جميع مجالات حياتهم²

وتعرف تكنولوجيا الاتصال بأنها: "مجموعة الوسائل المستخدمة لإنتاج واستغلال وتوزيع المعلومات بكل أشكالها وعلى اختلاف أنواعها المكتوبة والمسموعة والمرئية"³

وتقوم الاتصالات بتوزيع المعلومات وبثها بسرعة لأشخاص مختلفين في أماكن مختلفة، حيث تعتبر الإنترنت أداة اتصال جديدة ومؤثرة تعتمد تكنولوجيا المعلومات كأداة رئيسية في مختلف الميادين.

تعرف الإنترنت بأنها: "تلك الجمعية العالمية من الحاسبات الآلية المرتبطة بشبكات داخلية تحمل البيانات وتسمح بتبادل المعلومات، وبذلك ليس هناك من يملك أو يتحكم بشبكة الإنترنت، فهي مشروع تعاوني لعدد من الهيئات والمنظمات أخذت على عاتقها وضع نظام مرتب ومتزن، نتجت عنه شبكة الإنترنت"، وهذا هو المعنى الواسع للإنترنت. أما المعنى الضيق لها فيشير إلى أنها: "عبارة عن حاصل جمع إجمالي للأجهزة المترابطة باستخدام بروتوكول الإنترنت من خلال القواعد التي يتم بمقتضاها تكوين الخدمات"⁴

¹ محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري، مصر: العربي للنشر والتوزيع، 1990، ص: 53.

² ربيعة نبار، "تكنولوجيا المعلومات والاتصالات - الخصائص والتأثيرات"، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد: 01، الجزائر: جامعة حمه لخضر الوادي، ديسمبر 2018، ص: 88.

³ هشام الشمري، نايا الليثي، الاقتصاد المعرفي، عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2008، ص: 58.

⁴ إبراهيم أبو الهيجاء، التعاقد بالبيع بواسطة الإنترنت، عمان: الدار العلمية الدولية ومكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2002، ص: 44.

وتقوم الإنترنت بتقديم عدة خدمات في مجالات مختلفة، ويمكن حصرها في الجدول الآتي:

لجدول رقم (06): خدمات الإنترنت

الخدمة	مضمونها
البريد الإلكتروني E-mail	يعتبر من أقدم خدمات الإنترنت وأكثرها انتشاراً، حيث يوفر وسيلة اتصال لإرسال الرسائل وتبادلها إلكترونياً، أين يكون للمستخدم عنواناً خاصاً يمكنه من إرسال واستقبال وتبادل الرسائل مع المشتركين الآخرين، وذلك باستخدام شبكة الإنترنت.
نقل الملفات FTP	تتيح هذه الخدمة إمكانية حصول المشترك -بالشبكة- على ملفات مخزنة بمواقع مختلفة منها، ويمكن للمشارك الاتصال بأي حاسب مرتبط بشبكة الانترنت نسخ الملفات المطلوبة المخزنة في الحاسوب.
المواقع Web	تعتبر من أشهر الخدمات التي تقدمها الإنترنت في كافة المجالات، وهي تشمل على حقل واسع من المعلومات في شتى الميادين، فهي وسيلة من وسائل الترويج والدعاية والإعلان على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي.
مجموعات الأخبار News group	توفر هذه الخدمة المشاركة في نقاشات تدور حول موضوع ما ضمن كثير من المعلومات والتي تناقش كل منها موضوع معين، حيث يتم تخزين جميع التساؤلات والردود التي تصل إلى مجموعة أخبار معينة على الخادم server.
المحادثة Chat	يوجد العديد من الخدمات المخصصة للمحادثات على الإنترنت والتي توفر لمستخدمها ما يسمى بغرف المحادثة، وتكون عن طريق الكتابة أو بالصورة أو كلاهما معاً، ويوجد نوعين من المحادثات هما المحادثة الشخصية والمحادثة الجماعية.
الشبكات الاجتماعية	وهي مواقع تتيح قدراً كبيراً من إمكانيات التعارف واللقاء بين الأفراد من مختلف أنحاء العالم بصفة سهلة، من خلال توفر خدمات البريد الإلكتروني والدرشة بالصوت والصورة بالإضافة إلى البحث عن المعلومات والأفراد وغيرها من الخدمات الأخرى.
خدمة الربط عن بعد Telnet	تسمح بالدخول إلى أي حاسب آلي مرتبط بشبكة الإنترنت من خلال جهازه، وعندما يتم الاتصال مع الحاسب المطلوب يستطيع المستخدم أن يهمل سائر أقسام الشبكة ويعمل وكأنه في محطة ظرفية نهائية للحاسب المتصل به.
البحث عن المعلومات	توفر الإنترنت كميات هائلة من المعلومات على الشبكة العنكبوتية بتخصصاتها المتعددة ولغاياتها المختلفة وأماكن نشرها المتفرقة.

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على محمد الناصري مشري، "سبل تفعيل دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في دعم التنمية المستدامة في المؤسسات الصناعية الجزائرية -دراسة عينة من المؤسسات في الشرق الجزائري"، أطروحة دكتوراه في جامعة فرحات عباس -سطيف 01، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، شعبة العلوم الاقتصادية، 2017، ص- ص: 58-60.

ثالثا: الترقيم أو التصوير المصغر

يعد التصوير المصغر من التقنيات الحديثة التي ظهرت بعد الثورة الصناعية لحل مشكلة تضخم إنتاج المعلومات وحفظ الوثائق، فهي تقنية تقوم على حمل المعلومة من وعاء لآخر، وتعتبر أكثر التقنيات شيوعا في مراكز الأرشفة والمكتبات. حيث تتم عملية التصوير المصغر بتصوير النسخ الأصلية من الوثائق مباشرة بدقة شكلا ومضمونا على الأفلام المصغرة¹

وتعد المصغرات الفيلمية أو التصوير المصغر Microfilm من أهم أدوات تكنولوجيا المعلومات ومرحلة مهمة جدا من مراحل تطورها، ويؤدي هذا الجهاز دور بالغ الأهمية في تخزين وتناقل المعلومات حيث تعتبر المصغرات من أهم التكنولوجيا لما تمتلكه من مزايا عديدة، فهي أداة اقتصادية نظرا لتمكنها من حفظ ما يقارب 30000 صفحة ورقية، والقدرة على تحويلها إلى شكلها المصغر في درج واحد من أدرج الكتب، لذلك فهي وفرت ما يقارب 98% من أماكن حفظ وتخزين مصادر المعلومات، إضافة إلى سهولة تداولها وتناقلها عبر مختلف المناطق. وتسهل هذه المصغرات أيضا استرجاع المعلومات المصورة باستخدام أجهزة القراءة Readers أو أجهزة القراءة الطباعة Reader-printers، كما أنها تسمح بتصغير الأحجام المتضخمة من المعلومات في حيز ومساحة صغيرة جدا، ولا زالت تستخدم في العديد من مراكز المعلومات والتوثيق حاليا²

ويتبين لنا من خلال ما تم ذكره أن تكنولوجيا المعلومات تستخدم مجموعة من الأدوات التي تمكنها من أداء وظائفها بشكل فعال، وتتمثل هذه الأدوات في الحاسبات الإلكترونية التي تؤدي دورا مهما في تصميم وبناء نظم المعلومات الحديثة، وذلك لما تحققه من مزايا عديدة كالسرعة والدقة والكفاءة. كما ويعتبر الاتصال أيضا من أهم الأدوات المستخدمة من طرف تكنولوجيا المعلومات خاصة في مجال الانترنت التي تعد من أهم آليات الاتصال الحديثة، حيث أنها تقوم بالعديد من الخدمات في عدة مجالات (مثل البريد الإلكتروني، نقل الملفات، المواقع، مجموعات الأخبار والمحادثات، الشبكات الاجتماعية والبحث عن المعلومات...). ومن بين أدوات تكنولوجيا المعلومات أيضا نجد الترقيم أو التصوير المصغر الذي يساهم في تخزين ونقل المعلومات بأقل تكلفة، وفي أقل حيز ومساحة ممكنة.

¹ فاطمة الزهراء صاري، "رقمنة الميكروفيلم"، نقلا عن: <https://www.alyaseer.net>، 2023/06/24، 11:30.

² خالد أحمد على محمود، تنمية الموارد البشرية عبر تطوير القيادة وتكنولوجيا المعلومات، مصر: دار الفكر الجامعي، 2019، ص: 19.

المبحث الثالث: استخدامات تكنولوجيا المعلومات

يشهد العالم اليوم تغيرات كبيرة، تشكل فيها الرقمنة العامل الأكثر تأثيراً في البيئات التي تعمل بها المؤسسات، حيث أن التطورات التكنولوجية وظهور اقتصاد المعرفة والعولمة، وكذا ظهور الشركة الرقمية أدت إلى الاستخدام الواسع لهذه التكنولوجيا في مختلف المجالات، فأصبحت تستخدم في المجال التعليمي والتكويني، والمجال المالي والاقتصادي، إضافة إلى الجانب الصناعي والتسييري. وسنحاول من خلال هذا المبحث التطرق إلى متطلبات استخدام تكنولوجيا المعلومات، وكذا تحديد الأسباب والدواعي التي أدت إلى التوجه المتزايد نحو استخدامها بشكل واسع، إضافة إلى تحديد أهم المجالات والقطاعات التي يتم فيها استخدام هذا النوع من التكنولوجيا.

ولغرض تبني آليات تكنولوجيا المعلومات وأدوات استخدامها التي باتت تعد من أهم توجهات المنظمات باختلاف نشاطاتها، يؤكد الباحثون والمتخصصون في هذا المجال أن هناك عدد من المتطلبات المختلفة التي يجب توفيرها من أجل تحقيق النجاح في استخدام هذه التكنولوجيا، وتكون هذه المتطلبات إما مرتبطة بالجوانب الفنية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو الإدارية أو التشريعية، ويتوقف نجاح تكنولوجيا المعلومات على تحقيق التكامل بين هذه المتطلبات. ويمكن تحديد متطلبات استخدام تكنولوجيا المعلومات في الجدول الآتي:

الجدول رقم (07): متطلبات استخدام تكنولوجيا المعلومات

المتطلبات	مضمونها
المتطلبات الفنية	- تحسين البنى التحتية والارتكازية من الاتصالات والمواصلات وغيرها؛ - تهيئة المهارات البشرية من ذوي الخبرة والكفاءة؛ - توفير معدات مناسبة للتشغيل بكفاءة وتحديثها باستمرار؛ - بناء قاعدة معلوماتية مرتبطة محليا وإقليميا ودوليا.
المتطلبات الاقتصادية	- تخفيض مبالغ كافية للقيام بنشاطات البحث والتطوير في مجال تقانة المعلومات؛ - دعم الصناعة المعلوماتية وأساسياتها؛ - تشجيع الاستثمار في مجال تقانة المعلومات.
المتطلبات الاجتماعية	- إيجاد أنماط العمل الجماعي ونشر روح التعاون بين مجموعات العمل المختلفة؛ - تبني آليات التشجيع للأفراد على تقبل التغير التقني؛ - العمل على تغير أنماط الثقافة التنظيمية السائدة وبما يتلاءم مع الثقافة المعلوماتية.
المتطلبات الإدارية	- تعيين قيادات إدارية قادرة على التغير؛ - اعتماد الهياكل اللامركزية والمرنة؛ - إنشاء وحدات تنظيمية تتولى إدارة تطوير مستلزمات تقانة المعلومات؛ - إعادة هندسة الأعمال والعمليات داخل المنظمة.
متطلبات أخرى	- إصدار قوانين وتشريعات تنظم عملية التبادل عبر قنوات تقانة المعلومات وتحمي مصالح الأطراف المتبادلة؛ - توفير المقومات الأمن والخصوصية على الشبكات؛ - توفير مبادئ حماية حقوق الملكية الفردية.

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على محمود حسن جمعة، حيدر شاكر نوري، دراسات في أثر المعرفة وتكنولوجيا

المعلومات في المنظمة، بغداد: مطبعة ابن العربي، 2015، ص، ص: 197، 198.

ونلاحظ من خلال الجدول أن نجاح تكنولوجيا المعلومات يتوقف بالدرجة الأولى على مدى قدرة المنظمات على توفير جملة المتطلبات اللازمة التي تساعد على استخدام هذا النوع من التكنولوجيا لذلك أصبحت المؤسسات اليوم مطالبة بتوفير عدة متطلبات فنية واقتصادية واجتماعية وإدارية وقانونية وأمنية لازمة لحماية الحقوق والملكية الفردية لرأس المال البشري الخاصة بها.

ويكون ذلك من خلال عملها على توفير البنى التحتية القوية والمواكبة للتطورات الحاصلة، إضافة

إلى توفير الموارد البشرية ذات المهارات والمعارف القادرة على الإبداع والابتكار، ووجود قاعدة المعلومات والمعدات والوسائل التي تمكن هذه المنظمات من تخفيض تكاليفها وتقليص وقتها وجهدها، وتدعم إنتاجها المعلوماتي وتشجع على استثمارها في مجال تكنولوجيا المعلومات، ولا يتحقق ذلك إلا من خلال تشجيع العمل الجماعي القائم على روح التعاون والمبادرة التي تحد من مقاومة التغيير، وكذا التشجيع على تقبل التغيير التقني الذي تعيشه المنظمات بشكل متزايد، وهذا بدوره ما يؤدي إلى تغيير أنماط الثقافة التنظيمية السائدة بما يتلاءم والتغيرات المعلوماتية والتقنية المستحدثة المتواجدة في البيئة الداخلية والخارجية للمنظمات.

ونجد أن زيادة اهتمام المنظمات بتوفير هذه المتطلبات مرهون بالأسباب والاعتبارات الملحة على استخدام تكنولوجيا المعلومات في العالم اليوم.

المطلب الأول: دواعي استخدام تكنولوجيا المعلومات

إن الانتشار الواسع الذي تعرفه تكنولوجيا المعلومات لم يأتي من العدم، وإنما يعود إلى وجود عدة أسباب واعتبارات ترتبط أغلبها بالتطورات التكنولوجية التي أصبح يعيشها العالم يوما بعد يوم، و يمكن حصر دواعي استخدام تكنولوجيا المعلومات في العناصر الآتية:

أولاً: تطورات الإنترنت المتلاحقة وتفاعلاتها التكنولوجية

إن ما أفرزته الإنترنت من أعمال إلكترونية جديدة وتجارة إلكترونية، وحكومات إلكترونية وتغييرات متسارعة في مجال الأسواق في تركيبها، أدى بها إلى التوجه بشكل كبير نحو الاستخدام الواسع لتكنولوجيا المعلومات والعزوف أكثر عن نماذج الأعمال التقليدية.

ونستطيع القول أننا في منتصف تحولات جذرية أدت إلى ما يسمى بالثورة في مجال شبكات المعلومات والاتصالات، وتقوم هذه التحولات على الإنترنت بالدرجة الأولى، حيث أن التفاعلات والتدخلات التكنولوجية أو الرقمية السائدة في العقد الماضي أصبحت حقيقة واضحة. وتوجد أربعة صناعات واسعة تسير نحو بناء منصات وقواعد مشتركة تكمن في الأجهزة والبرمجيات، والصناعات الإلكترونية الاستهلاكية والصناعات الخاصة بالاتصالات المتعلقة بالاتصالات السلكية واللاسلكية وكذا صناعة المحتوى كصناعة النصوص والموسيقى والبحث، وتعتبر الولايات المتحدة الأمريكية من أكثر

الدول التي تخصص مبالغ كبيرة في مثل هذه القطاعات¹

ثانيا: ظهور وتطور اقتصاد المعرفة

في ظل الاستخدام المتزايد للشبكات ورقمنة المعرفة، يعتبر اقتصاد المعرفة ذو أبعاد عالمية وأكثر الاقتصاديات اعتمادا على الأبعاد الرقمية في خزن ومعالجة وإرسال واسترجاع وإنشاء المعرفة وإعادة إنتاجها. لذلك أصبحت من الضروري إعادة النظر في كافة الأطر والكيفية التي نعيش ونعمل بها، نظرا لبزوغ عصر المعرفة وانعكاساته الكبيرة على الفكر الاقتصادي، مما يتطلب البحث عن الأساليب الجديدة والمتطورة من أجل صياغة مبادئ وأنظمة تواكب التغيرات الراديكالية التي تسود العالم اليوم. بمعنى أنه أصبح من الضروري التغيير في أساليب تنفيذ الأنشطة الاقتصادية المختلفة ومنها الأنشطة التسويقية التي تشكل جانبا حيويا مهما من الأنشطة الاقتصادية في المجتمعات.

واقتصاد المعرفة عبارة عن نظام يمثل فيه العلم القوة الدافعة الرئيسية لتكوين الثروة، ويقوم هذا الاقتصاد على فهم جديد لدور رأس المال البشري في تطور الاقتصاد وتقدم المجتمع، وهو مصدر أساسي للميزة التنافسية في الإدارة²

ثالثا: النمو في الاقتصاد المرتبط عالميا بالعولمة

تعتبر العولمة من أكثر ما يؤثر على اقتصاديات الدول، حيث أنها أدت إلى السيطرة على مواقع الأسواق العالمية الإلكترونية وإدارتها، مما نتج عنه وجود منافسة في أسواق العالم ومجموعة الأعمال الموزعة عالميا، وكذا نظم الاتصال العالمية. وأدت العولمة إلى التدفق السريع للسلع والخدمات من أجل تلبية احتياجات المستهلك وفتح آفاق جديدة أمام الصادرات، إضافة إلى تنمية الاستثمارات الأجنبية المباشرة التي تعد بمثابة جزء تكميلي للتمويل التنموي الاقتصادي.

وهذا التأثير لا يشمل الجانب الاقتصادي فقط، بل يتسع ليشمل الجانب الثقافي والاجتماعي والتسييري أو الإداري أيضا، واستفادت العولمة من الثروة المعلوماتية الحديثة التي جعلت العالم أكثر قربا واندماجا وسهلت سبل التواصل والاتصال بين الثقافات والحضارات لتحقيق الاتفاق والمنفعة المتبادلة بين

¹ عامر إبراهيم قنديلجي، علاء الدين عبد القادر الجناي، نظم المعلومات الإدارية، ط1، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2005، ص: 33.

² خالد أحمد علي محمود، مرجع سبق ذكره، ص، ص: 127، 136.

المجتمعات.

كما وتؤدي العولمة إلى اكتساب مزايا نوعية في مجال الإدارة الحديثة، والاعتماد في الإنتاج على قيم الجودة الشاملة الكلية، إضافة إلى تحسين الأداء الوظيفي في مختلف القطاعات الإنتاجية والصناعية والزراعية والتجارية والخدمية وغيرها¹

رابعاً: التحولات في مشاريع الأعمال

تعتبر الإنترنت وتكنولوجيا المعلومات عنصراً ذا صلة بالمؤسسة، حيث أنه أصبح بالإمكان القيام بالأعمال عبر حدودها بنفس الكفاءة تقريباً في القيام بالأعمال داخل المؤسسة، وهذا يعني أن هذه الأخيرة لم تعد تقتصر في أعمالها على حدود المنظمة التقليدية أو الحدود المكانية المتعارف عليه فقط²

خامساً: ظهور ما يسمى بالشركة الرقمية

الشركة الرقمية هي الشركة التي تمارس نشاطها من خلال منصة رقمية على شبكة الإنترنت والتي تتمتع بإمكانية الوصول إلى قاعدة أوسع من العملاء، وتقديم خدمات إلكترونية كاملة جديدة وخفض تكاليف التشغيل مقارنة بالشركات التقليدية العادية، إضافة إلى قدرتها على زيادة كفاءة الأداء لمواردها البشرية³

وللتحول إلى الشركة الرقمية لابد من تضافر مجموعة من الجهود، أهمها:

- اعتماد سياسة تكوينية تتوافق مع المتطلبات الجديدة التي تواكب التطورات التكنولوجية الحديثة؛
- تخصيص اعتمادات داخل الشركة لتطوير الجهود البحثية الرامية إلى استحداث مختلف الابتكارات؛
- اعتماد ميكانيزمات تحفيزية لتشجيع الجهود الابتكارية داخل الشركة؛

¹ إبراهيم الأخرس، الآثار الاقتصادية والاجتماعية لثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في الدول العربية (الإنترنت والمحمول نموذجاً)، ط1، مصر: إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، 2008، ص، ص: 239، 240.

² نسيم ضيف الله، "استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأثره على تحسين جودة العملية التعليمية: دراسة عينة من الجامعات الجزائرية"، أطروحة دكتوراه في جامعة الحاج لخضر - باتنة 01، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص تسيير المنظمات، 2017، ص: 84.

³ عدنان مصطفى البار، "الشركة الرقمية (الإلكترونية)"، نقلاً عن: <https://arab-cio.org>، 2022/02/23، 14:27.

- الاهتمام باكتساب وتطوير البرامج المعلوماتية الحديثة؛
- التركيز على سرعة نقل المعلومة، وذلك من خلال تكنولوجيا الاتصال الحديثة؛
- إعداد دراسة متكاملة لما هو موجود فعلا في نظم المعلومات المنجزة والأجهزة والمعدات وشبكات الاستفادة منها في التحول نحو الشركة الرقمية¹

ويتضح من خلال ما سبق أن الاستخدام الواسع الذي أصبحت تشهده تكنولوجيا المعلومات في مختلف المجالات، يرجع إلى وجود العديد من الدواعي والأسباب التي سارعت في زيادته بشكل ملحوظ. وذلك خاصة بعد التطورات المتلاحقة التي أحدثتها الانترنت وتفاعلاتها التكنولوجية (مثل ظهور التجارة الإلكترونية، والإدارة الإلكترونية، والحكومة الإلكترونية). كما يرجع هذا الاستخدام أيضا إلى ظهور وتطور اقتصاد المعرفة الذي أصبح أكثر الاقتصاديات استخداما في العالم، نظرا لاعتماده على دور رأس المال البشري في تطور اقتصاديات المجتمع. دون أن ننسى في ذلك الدور الفعال الذي تؤديه العولمة في زيادة التوجه نحو استخدام تكنولوجيا المعلومات، لما لها من تأثير كبير على الأسواق العالمية الإلكترونية خاصة بعد استفادتها من الثروة المعلوماتية الحديثة التي قربت العالم اقتصاديا واجتماعيا وثقافيا، ولم يتوقف هذا التطور هنا بل اتسع ليشمل مشاريع الأعمال وظهر ما يسمى بالشركات الرقمية التي أصبحت تمارس نشاطها عبر الانترنت. وكل هذه الأسباب أدت إلى توسع مجالات استخدام تكنولوجيا المعلومات بشكل ملحوظ.

المطلب الثاني: مجالات استخدام تكنولوجيا المعلومات

نظرا للأهمية البالغة التي تحضى بها تكنولوجيا المعلومات في مختلف المجتمعات، فإنها أصبحت تستخدم في شتى المجالات والميادين الاقتصادية منها وغير الاقتصادية، ويمكن تحديد أهم مجالات استخدام تكنولوجيا المعلومات فيما يلي:

أولاً: استخدامات تكنولوجيا المعلومات في مجال التعليم والتكوين

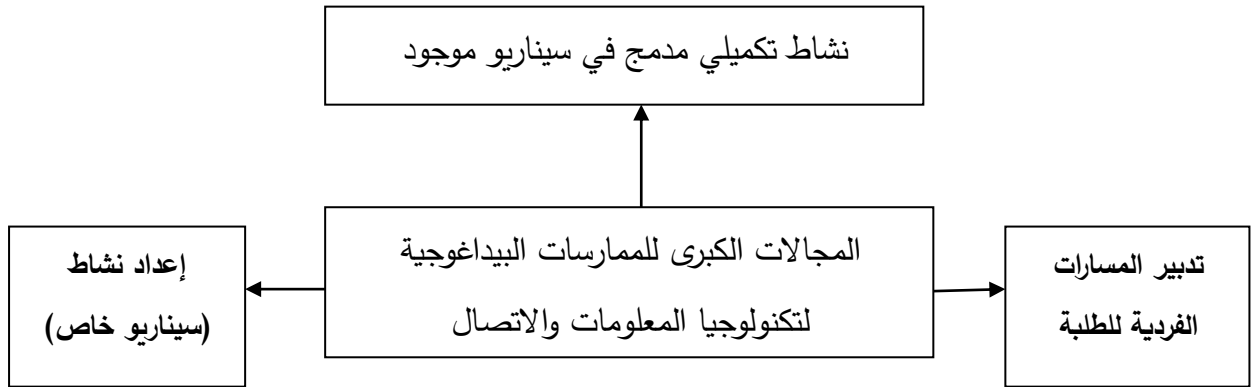
أصبحت تكنولوجيا المعلومات موضع اهتمام العاملين على تطوير وتحسين مخرجات العملية

¹ بلال خلف السكارنة، التطور التنظيمي والإداري، ط1، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2009، ص، ص: 125، 126.

التعليمية والركيزة الرئيسية لتحقيق الإبداع التقني المعاصر، وتستخدم تكنولوجيا المعلومات في مجال التعليم العالي باعتبارها أهم الوسائل التي تتوسط كل من الأستاذ والطالب والمعرفة المتبادلة بينهما، أو لأطراف أخرى خارجية، نظرا لما تؤديه من دور فعال في عمليات التعلم والتكوين والتدريب. وقد اكتسبت هذه التكنولوجيا أهميتها في هذا المجال من خلال الممارسات البيداغوجية لها في التعليم العالي والمتمثلة في ثلاثة مجالات كبرى مبنية في الشكل أسفله، وإن اختيار إحدى هذه المجالات في الممارسة البيداغوجية لتكنولوجيا المعلومات يتطلب من الأستاذ استعمال ثلاثة أدوات وموارد رقمية لإنجاز الأنشطة المرتبطة بها، ومعرفة الوظائف البيداغوجية المتوخاة من إدماجها¹

- ويبين الشكل الآتي الممارسات البيداغوجية لتكنولوجيا المعلومات:

الشكل رقم (09): الممارسات البيداغوجية الكبرى لتكنولوجيا المعلومات في التعليم العالي



المصدر: المختبر الوطني للموارد الرقمية المملكة المغربية، الدليل البيداغوجي لإدماج المعلومات والاتصال في التعليم، المغرب: المختبر الوطني للموارد الرقمية المملكة المغربية، 2012، ص: 15.

من خلال هذا الشكل، يتضح أن الممارسات البيداغوجية تتجلى في ثلاثة أصناف تتمثل في النشاطات التكميلية الإضافية لكل السيناريوهات الموجودة، إضافة إلى تدبير المسارات الفردية للطلبة لما لها من أهمية في تحقيق أهداف مؤسسات التعليم العالي، والتي تكمن في تكوين الكفاءات المؤهلة والمتوافقة مع سوق العمل، أما الممارسة الثالثة فتتمثل في إعداد سيناريو خاص أو نشاط جديد تماما يحقق الإبداع من خلال إطلاق العنان للأفكار الجديدة.

- وتساهم تكنولوجيا المعلومات في تقديم العديد من الفوائد للتعليم العالي نظرا لتعدد أدوارها كوسيلة مهمة ذات مزايا عديدة، يمكن حصرها فيما يلي:

¹ المختبر الوطني للموارد الرقمية المملكة المغربية، مرجع سبق ذكره، ص: 15.

1. **إعادة هيكلة التعليم:** وهذا استجابة إلى احتياجات مجتمع المعلومات المعاصر، إضافة إلى أن استخدامها يؤدي إلى تقليص الفجوة القائمة بين الواقع الاجتماعي والاقتصادي من جهة، ونتائج أنظمة التعليم العالي من جهة أخرى؛
 2. **زيادة فرص التعلم:** إن استخدام تكنولوجيا المعلومات من شأنه أن يساعد في زيادة فرص الوصول للتعلم، كما يمكن أن يساعد على رفع نوعية التعليم باستخدام أساليب تعليم متقدمة مع تحسين نتائجه وإصلاح إدارة النظم التعليمية؛
 3. **تحسين عملية التعليم/التعلم:** ويكون ذلك من خلال إصلاح أنظمة التعليم الإلكتروني، وتسهيل تكوين المهارات الفنية مع توفير ديمومة التعلم مدى الحياة، وكذا تحسين إدارة مؤسسات التعليم العالي بغض النظر عن تحسين المناهج التعليمية وتنويع مهارات الطلبة¹
 4. **مراقبة التقدم:** يهدف تطوير مؤشرات تكنولوجيا المعلومات في التعليم العالي إلى مراقبة التقدم الذي تحرزه الدول نحو تحقيق أهداف أساسية كتلك التي وضعتها القمة العالمية لمجتمع المعلومات، وأهداف التنمية والتعليم للجميع، وفتح المجال أمام الشركات الخاصة؛
 5. **الرقابة وتقوية عملية الاحتفاظ بالمعرفة:** إذ بإمكان تكنولوجيا المعلومات تقوية عملية الاحتفاظ بالمعرفة مع التقليل من الخاصية المتعلقة بإعادة الامتحان والقلق لدى الطلبة من جهة، والسماح للأساتذة بقضاء وقت أطول مع الطلبة ووقت أقصر في تصحيح الامتحانات من جهة أخرى²
- كما تساعد تكنولوجيا المعلومات على تجاوز قيود المكان والزمان في العملية التعليمية، وإتاحة الفرصة للطلبة للتفاعل الفوري فيما بينهم ومع أساتذتهم.

وتساهم الوسائل التكنولوجية الحديثة أيضا في إحساس الطلبة بالمساواة في توزيع الفرص في العملية التعليمية، حيث أن الطالب يمكنه الإدلاء برأيه في أي وقت دون أي حرج. ويعمل هذا النوع من التكنولوجيا أيضا على تقليل الأعباء الإدارية بالنسبة للمعلم واستخدام أساليب متنوعة ومختلفة أكثر

¹ هندريك فان دير بول، دليل لقياس تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التعليم، منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة: معهد اليونيسكو للإحصاء، 2009، ص: 11، 12.

² آلان جون روي، الذكاء الإبداعي: الإمكانيات والقدرات، (تر: عادل الرشيد)، ط2، مصر: المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2008، ص: 145.

دقة وعدالة في تقييم أداء الطلبة، إضافة إلى مراعاة الفروق الفردية بينهم وتمكينهم من التعلم بالأسلوب الذي يتناسب مع قدراتهم وحسب سرعتهم الذاتية¹

- ويمكن تلخيص استخدامات تكنولوجيا المعلومات في مجال التعليم والتكوين في الجدول الآتي:

الجدول رقم (07): استخدامات تكنولوجيا المعلومات في مجال التعليم والتكوين

تطبيقات تكنولوجيا المعلومات	الهدف منها
نظم التكوين من خلال محاكاة رواد الفضاء والطيارين على قيادة المراكب.	تقليل التكاليف والخطر
برمجيات مساندة التعليم والتعلم	زيادة إنتاجية المعلم والطالب في مواجهة تضخم المادة التعليمية وتعقدها
نظم المعلومات التربوية	صياغة ووضوح السياسات التربوية والتخطيط التربوي وجهود البحوث والتتظير في مجال التعليم.

المصدر: كمال عبد الرحمان زيتون، تكنولوجيا التعليم في عصر المعلومات والاتصال، مصر: عالم الكتب، 2002، ص، ص: 159، 160.

يتبين من خلال الجدول أعلاه، أن هناك العديد من استخدامات تكنولوجيا المعلومات في مجال التعليم والتكوين، حيث نجد أن عملية المحاكاة التي تقوم بها هذه التكنولوجيا تمكن المتدرب من مواجهة مثل هذه التحديات وتزويد من جاهزيته للتغلب عليها في الوقت المناسب، مما يؤدي إلى تقليل التكاليف والخطر الذي يمكن أن يتعرض له، أما فيما يتعلق ببرمجيات مساندة التعليم والتعلم، فإن تكنولوجيا المعلومات تساهم في التقليل من التضخم المعرفي للمادة العلمية.

فمن خلال هذه التكنولوجيا يمكن للطالب والمعلم استخراج المادة العلمية وعرضها بفعالية أكبر في حين أن مساهمة تكنولوجيا المعلومات في نظم المعلومات التربوية فهي تساعد الباحثين والمهنيين في هذا المجال على وضع السياسات والخطط القادرة على الدفع من كفاءة العملية التعليمية والتكوينية.

¹ طاوس وازي، خوجة عادل، "آليات استخدام تكنولوجيا المعلومات في المنظومة الجامعية"، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد: 06، الجزائر: جامعة حمه لخضر الوادي، مارس 2011، ص: 302.

ثانياً: استخدامات تكنولوجيا المعلومات في المجال المالي والاقتصادي

تساهم تكنولوجيا المعلومات في تنمية وتطوير القطاع المالي والاقتصادي من خلال ما يلي:

1. **إكمال أعمال البنوك:** ويكون ذلك من أجل تحسين الخدمة بشكل عام، والدفع من سرعة ضبط الحسابات، إضافة إلى مساندة الرقابة المالية على البنوك وتفعيلها؛
 2. **إقامة النماذج الاقتصادية:** وذلك من أجل تحليل أداء النظم الاقتصادية، والعمل على تقييم الاستراتيجيات الموضوعة بشأنها؛
 3. **تحويل الأموال إلكترونياً:** والهدف من هذه العملية هو زيادة سرعة الخدمة وتقليل الاعتماد على العمل الورقي للعمليات المالية بين البنوك، وبالتالي التخلص من العقبات الروتينية التي يمكن أن تواجهه هذه العملية.
 4. **إدارة الاستثمارات:** فهذا يساهم بالدرجة الأولى في تعظيم عوائد الاستثمارات وتحليل مختلف المخاطر التي يمكن أن تواجه العملية الاستثمارية في الوقت المناسب؛
 5. **تنظيم معلومات أسواق الأوراق المالية:** حيث تساهم تكنولوجيا المعلومات في تحقيق فورية بث المعلومات للمتعاملين، وإخراج إحصائيات السلاسل الزمنية لتغيير أسعار الأسهم والسندات والمؤشرات الاقتصادية الأخرى؛
 6. **التصميم بمساعدة الكمبيوتر:** يساعد الكمبيوتر كأداة من أدوات تكنولوجيا المعلومات على زيادة سرعة تعديل وتعدد تجارب التصميم وتوفير جهد ما بعد التصميم، وذلك من خلال قيام النظام الآلي بتحديد فوائد المكونات والمواد الداخلة فيه¹
- وهذا يعني أن تكنولوجيا المعلومات يتم استخدامها بشكل واسع في القطاع المالي والاقتصادي سواء من طرف البنوك أو حتى من طرف الدول، ويكون هذا الاستخدام خاصة من خلال توظيف خدمات الانترنت لتأدية الوظائف المنوطة بالبنوك كالدفع الإلكتروني وتحويل الأموال والاستثمارات إلكترونياً إضافة إلى إقامة النماذج الإلكترونية وتنظيم معلومات أسواق الأوراق المالية، وكذا التصميم بمساعدة

¹ عصام الدين مصطفى صالح، اقتصاديات تكنولوجيا المعلومات والإعلان الإلكتروني في عصر العولمة في المنتجات العربية، مصر: دار الفكر الجامعي، 2020، ص: 247.

الكمبيوتر.

ثالثاً: استخدامات تكنولوجيا المعلومات في المجال الصناعي

نظراً لما تعيشه المنظمات اليوم من تغيرات كبيرة في البيئة أو المحيط الذي تتواجد فيه، دفعها إلى استخدام تقنيات جديدة لتكنولوجيا المعلومات حتى تحافظ على بقائها واستمرارها. ويمكن تلخيص هذه التقنيات في الجدول الآتي:

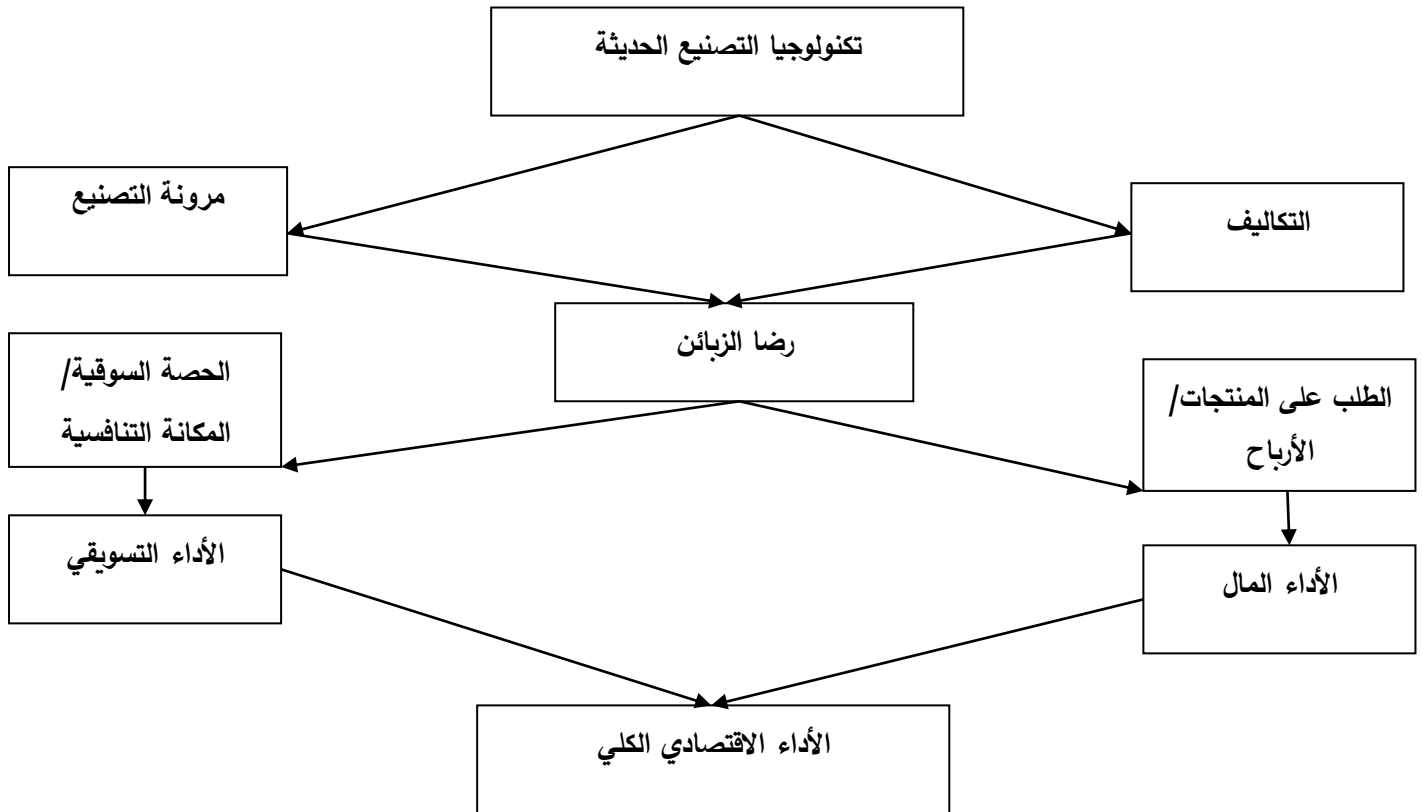
الجدول رقم (09): تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في المجال الصناعي

مضمونها	تطبيقات تكنولوجيا المعلومات
وتظهر من خلال الجهود التي يبذلها الباحثون في تصميم الإنسان الآلي الحديدي لتعويض الإنسان في كل الميادين خاصة الخطيرة والمتعبة منها ومع التطور في التكنولوجيا والإلكترونيك تمكن الباحثون من تطوير الرجل الآلي الذي أصبح يقوم بحركات معقدة وسريعة يعجز الإنسان عن أدائها بنفس الكفاءة، وقد أصبحت تستعمل هذه التكنولوجيا في العديد من العمليات منها: الحرب، التجارب الفضائية، الإنتاج والتصميم...	الآلية
وهو ما يسمح بانجاز نموذج بأقل التكاليف وفي أسرع وقت ممكن، وهذا ما يؤدي إلى ظهور ما يسمى باقتصاديات التصميمات، حيث أدخلت هذه التقنيات في إنجاز المشاريع وفي عمليات الإنتاج، ويمكن رؤية النموذج أو المجسم قبل أن ينجز مع إمكانية إجراء التعديلات عليه بكل سهولة وبأقل التكاليف.	البرنامج المعلوماتي
وهي آلات حلت محل العامل في عملية التصنيع والإنتاج، حيث تتلقى هذه الآلات الأوامر بطريقة إلكترونية من خلال الأسلاك، ويمكن أن تكون برمجتها بطريقة مركزية أو عن طريق برمجة كل آلة على حدى.	الآليات الموجهة رقمياً

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على علي عماري، "مساهمة تكنولوجيا المعلومات في تنمية الكفاءات، دراسة حالة مطاحن الأوراس - باتنة"، أطروحة دكتوراه في جامعة محمد خيضر - بسكرة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص إدارة المنظمات، 2018، ص، ص: 29، 30.

- ويمكن تحديد أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات في المجال الصناعي في الشكل الآتي:

الشكل رقم (10): أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات في المجال الصناعي



المصدر: كمال سماش، عبد القادر جغوط، "استغلال تكنولوجيا التصنيع الحديثة وأثره على أداء المؤسسات الصناعية - عرض تجارب عربية"، مجلة العلوم الإنسانية، العدد: 01، الجزائر: جامعة محمد خيضر بسكرة، نوفمبر 2020، ص: 197.

ويتبين من خلال الشكل أعلاه أن المزايا التي تقدمها تكنولوجيا المعلومات في المجال الصناعي لا تتوقف فقط على خفض التكلفة وزيادة السرعة في الأداء، وإنما تتعدى ذلك إلى البحث عن الدقة والمرونة والتصنيع، مما يؤدي إلى زيادة الحصة السوقية وزيادة أرباح المؤسسة. كما وتساهم تكنولوجيا المعلومات في تطوير الأداء المالي والتسويقي للمؤسسة، وبالتالي كسب رضا زبائنهم مما يكسبها مزايا تنافسية تؤهلها إلى تطوير أدائها الاقتصادي الكلي.

رابعاً: استخدامات تكنولوجيا المعلومات في مجال التسيير

أصبحت المنظمة مطالبة بتطوير تكنولوجيا المعلومات بها، وذلك نظراً للتدفق المتزايد للمعلومات والحاجة الملحة لمعالجتها داخل المنظمة، إضافة إلى حجم مبادلة هذه المعلومات مع بقية المصالح

الأخرى، ويعتبر الحاسوب كأداة من أدوات تكنولوجيا المعلومات من بين الوسائل الناجعة والموجهة لحل مشاكل التسيير خاصة بالدول المتطورة، وسرعان ما توسعت مجالات استعماله في تسيير العمليات الروتينية بشكل أكبر مثل: تسيير الأجور المحاسبية، تسيير المخزونات وغيرها¹

خامسا: استخدامات تكنولوجيا المعلومات في المجال الإداري

يعتبر الاتصال العنصر الأساسي الذي تقوم عليه المنظمات، ومع تطور أساليب الاتصال وظهور تكنولوجيا المعلومات أصبحت المؤسسات تستخدم الحواسيب والشبكات الداخلية والخارجية في القيام بوظائفها الإدارية، وتسهيل المراسلات بين الفروع المختلفة للمنظمة. وهذا بدوره ما أدى إلى بروز ما يعرف بـ (مكتب بلا ورق) ومصطلح (الحكومة الإلكترونية) اللذان أصبحا يترددان بشكل كبير في وسائل الإعلام، واللذان يتم فيهما إنتاج وتبادل المعلومات إلكترونيا وليس ورقيا.

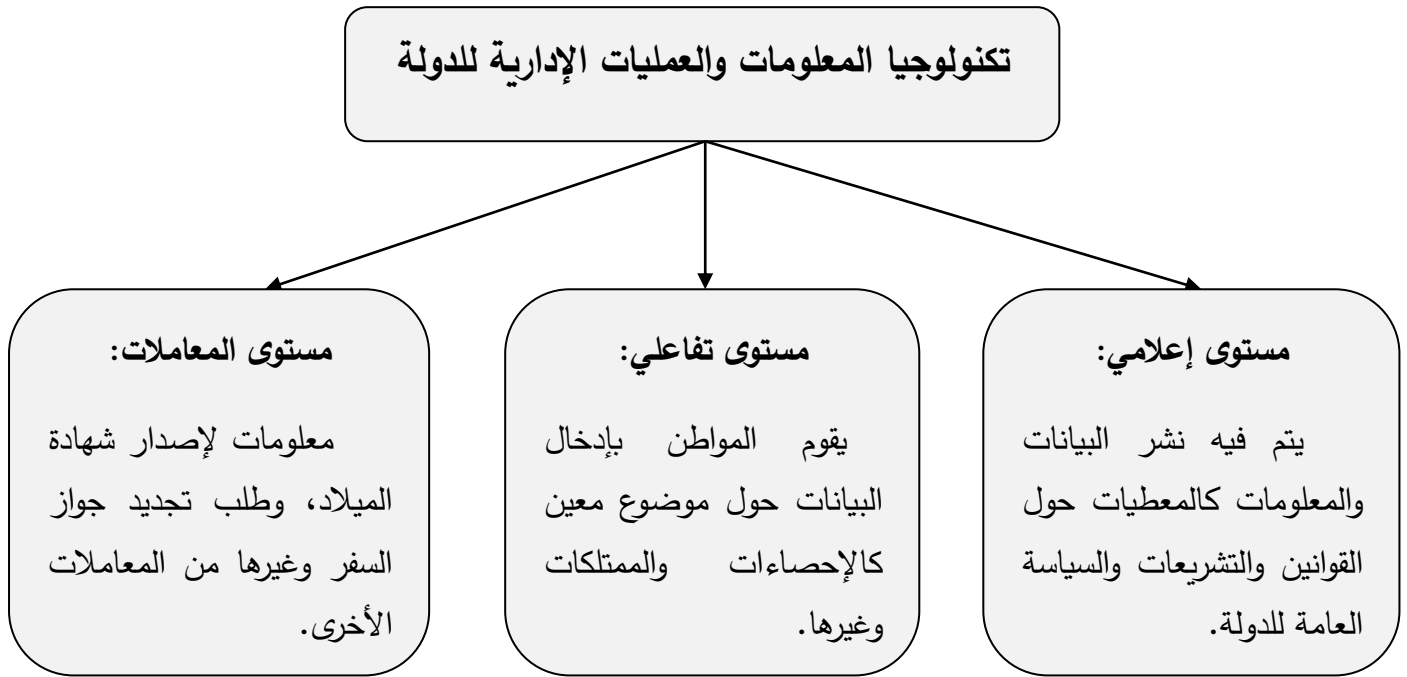
ونظرا لما توفره تكنولوجيا المعلومات من فوائد عديدة في المجال الإداري، جعل الدول تلجأ بشكل كبير إلى ما يسمى بالإدارة الإلكترونية التي تعتمد على أنظمة المعلومات المحسوبة في إدارة نشاطاتها المحلية والعالمية، والتواصل مع الأفراد بشكل أفضل وبما يضمن أمن المعلومات وسهولة المراسلات وإنجاز الخدمات بين مختلف الجهات - سواء الجهات رسمية أو مؤسسات أو مواطنين- وبما يوفر الجهد والوقت والمال²

وتستخدم تكنولوجيا المعلومات في العمليات الإدارية للدولة من خلال ثلاث مستويات رئيسية، يمكن تحديدها في الشكل الآتي:

¹ علي عماري، "مساهمة تكنولوجيا المعلومات في تنمية الكفاءات- دراسة حالة مطاحن الأوراس بباتنة"، أطروحة دكتوراه في جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص إدارة المنظمات، 2018، ص: 29.

² عدنان يحي وأخرون، تكنولوجيا المعلومات، ط1، فلسطين: مركز المناهج، 2005، ص: 06.

الشكل رقم (11): مستويات استخدام تكنولوجيا المعلومات في العمليات الإدارية للدولة



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على عدنان يحي وآخرون، تكنولوجيا المعلومات، ط1، فلسطين: مركز المناهج، 2005، ص: 07.

وهذا ما يعرف بالحكومة الإلكترونية E-Government التي أصبحت تمثل شكلا من أشكال الأعمال الإلكترونية، ويقصد بالحكومة الإلكترونية العمليات والهيكل التي تتفق مع إمداد الخدمات الإلكترونية للمواطنين ومؤسسات الأعمال على حد سواء. حيث أن الحكومة الإلكترونية تعتبر جامع للمعلومات ومصدرا لها ومقدمة للمعاملات والخدمات التي يحتاجها المواطنون ومؤسسات الأعمال فيمكنها تحقيق هذا التصور من خلال ما يطلق عليه بالحكومة الإلكترونية أو الرقمية المستخدمة لتكنولوجيا المعلومات الحديثة. وبذلك تضمن أنماطا وطرقا جديدة وأساليب مستحدثة تساهم في إمكانية الوصول للمعلومات والمعاملات والفرص والخدمات، فهي أكثر من مجرد موقع ويب حكومي على الانترنت.

وبهذا نجد أن الحكومة الإلكترونية توفر العديد من المزايا للدول والتي تكمن في:

- تعزيز التعاون بين المؤسسات الحكومية المختلفة وتبادل المعلومات والبيانات فيما بينها، مما يؤدي إلى زيادة الفاعلية في تحقيق الأهداف الحكومية؛

- تعد الوسيلة الملائمة لتحقيق الانتقال إلى التمركز حول احتياجات المواطن؛

- تسويق المنتجات والخدمات عالمياً؛
 - جذب الاستثمارات من خلال تحديد الفرص الاستثمارية القائمة؛
 - الاستثمار الأمثل لموارد المؤسسة من خلال تقليل تكلفة الخدمات والأعمال والمعلومات الحكومية وما يصاحبها من إجراءات متعددة؛
 - تبسيط العمليات والإجراءات الحكومية والتخلص من بيروقراطية الأداء¹
 - خفض التكاليف والحجم الإداري للحكومة؛
 - تدفق سليم وسلس للمعلومات بين المواطنين والقطاع الخاص والجهات الحكومية العامة؛
 - المزيد من الكفاءة في العملية التنظيمية؛
 - حكومة فعالة وتتسم بالكفاءة واللامركزية؛
 - العمل المشترك بين مقدمي الخدمات والزبائن؛
 - تقليل المسافات بين المواطنين والحكومة؛
 - العدالة الاجتماعية الناجمة عن توافر المعلومات للجميع؛
 - تعزيز وتحسين الخدمات للمواطنين والشركات؛
 - تعزيز المشاركة والديمقراطية؛
 - التحول من الخدمات العامة التقليدية إلى الخدمات الإلكترونية بتقديم خدمة فعالة من حيث التكلفة²
- كما تستخدم تكنولوجيا المعلومات في العديد من المجالات الأخرى، والتي يمكن حصرها في الجدول الآتي:

¹ سحر قدوري الرفاعي، "الحكومة الإلكترونية وسبل تطبيقها: مدخل استراتيجي"، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد: 07، العراق: جامعة بغداد، 2014، ص: 308، 312.

² جميلة بغداوي، الجبالي ميسومي، إبراهيم بوكرشاوي، "استراتيجيات التحول إلى الحكومة الإلكترونية مع الإشارة إلى تجربة نيويورك الدولية"، مجلة دراسات في التنمية والمجتمع، الجزائر: جامعة حسينة بن بوعلی الشلف، العدد: 01، جوان 2018، ص: 06.

الجدول رقم(10): مجالات استخدام تكنولوجيا المعلومات

مضمونه	مجال الاستخدام
تمكن تكنولوجيا المعلومات الأفراد اليوم من مشاهدة وسماع كل ما يحدث في مختلف أنحاء العالم، فلم بعد الاتصال اليوم محصورا في المكالمات الهاتفية أو الرسائل البريدية، إنما يتسع ليشمل مختلف الوسائل الإلكترونية مثل التحدث عبر اللقاءات المرئية (Video Conference)، والتراسل الفوري... كما تمكن تكنولوجيا المعلومات الأفراد من استخدام شبكة الانترنت لإجراء الاتصالات الهاتفية بتكلفة أقل من خلال ما يسمى بـ "الصوت عبر بروتوكول الانترنت" (Voice Over Ip-Vol P).	مجال الاتصالات
تزيد تكنولوجيا المعلومات من عملية النشر للكتب والصحف والمجلات والوثائقيات المصورة في مختلف المجالات عبر الانترنت، الأمر الذي يؤدي إلى رفع المستوى الثقافي للشعوب ولإيصال المعرفة إلى مختلف القطاعات بتكلفة أقل، ويتم نقل المعلومات من خلال وسائل الاتصال المختلفة بأسرع وقت ممكن، ويكون ذلك عبر الوسائل المسموعة والمرئية المسموعة أو الانترنت. بمعنى أن تكنولوجيا المعلومات تساهم في نقل المعلومات ومعالجتها وترجمتها وبثها في وقت قصير وبأقل تكلفة.	مجال الإعلام والثقافة
تستخدم تكنولوجيا المعلومات في المجال الطبي من أجل توفير العلاج اللازم لسكان الأرياف والمناطق النائية بأقل تكلفة وبأقل جهد ممكن، وذلك لرفع المستوى الصحي في هذه المناطق. كما تساهم تكنولوجيا المعلومات في تعزيز التبادل المعرفي بين المراكز الطبية في مختلف أنحاء العالم، من خلال تبادل التقارير والمشورات الطبية في الحالات الصعبة عبر المؤتمرات العلمية والطبية المرئية، دون أن ننسى في ذلك خدمة تقديم المعلومات حول الأدوية وتسويقها إلكترونيا عبر ما يعرف بالصيدلة الإلكترونية.	مجال الصحة والطب
يبرز استخدام تكنولوجيا المعلومات في التجارة الإلكترونية من خلال ما تقدمه هذه التكنولوجيا من فوائد عديد للشركات كالرفع من فعالية التسويق، والتواصل الفعال مع الشركات الأخرى والزبائن، وكذا توفير الوقت والجهد للزبائن وتأمين حماية المنتجات والأموال وحرية اختيار السلعة والتمن والاستفادة من تنافس الشركات وعروضها.	مجال التجارة الإلكترونية
تستخدم تكنولوجيا المعلومات في توفير ألعاب الحاسوب التي تعتمد على الصوت والموسيقى والأفلام والتأثيرات والرسومات ثلاثية الأبعاد، فهي تعمل على تسجيلها وعرضها وتوزيعها ونشرها في مختلف الأوساط عبر الانترنت.	المجال الترفيهي
ساهمت تكنولوجيا المعلومات في تطوير المجال العسكري بشكل كبير، وذلك من خلال توفير المعلومات والرسائل بصورة سرية بين القادة والميدان، حيث أن هذا النوع من التكنولوجيا يساهم في تطوير الأسلحة التي تعتبر عاملا أساسيا في كسب الحروب سواء قديما أو حديثا- بالإضافة إلى ظهور ما يسمى بالصواريخ الموجهة بالحاسوب وأنظمة	المجال العسكري

الاتصالات الحديثة، والقنابل الذكية وغيرها.

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على عدنان يحي وآخرون، تكنولوجيا المعلومات، ط1، فلسطين: مركز المناهج،

2005، ص- ص: 08-05.

تبين من خلال ما سبق، أن تكنولوجيا المعلومات أصبحت تستخدم في مختلف المجالات سواء التابعة إلى القطاع الحكومي أو إلى القطاع الخاص، حيث نجدها تستخدم في المجال التعليمي والتكويني وكذا في المجال الصناعي والتجاري والإداري، وتستخدم أيضا في المجال التسييري والترفيهي والعسكري دون أن ننسى مجال الصحة والاتصالات والتجارة الإلكترونية.

المبحث الرابع: مزايا وعيوب تكنولوجيا المعلومات

تقدم تكنولوجيا المعلومات العديد من المزايا والفوائد، وذلك راجع إلى الاستخدام الواسع لها في مختلف المجالات والميادين، وهذا لا يعني خلوها من الآثار السلبية المترتبة عنها في بعض الجوانب والتي يمكن أن تحد من فاعليتها.

وسنحاول التطرق في هذا المبحث إلى أهم المزايا التي يمكن أن يحققها استخدام تكنولوجيا المعلومات، إضافة إلى إبراز أهم العيوب التي يمكن أن تترتب عنها في مختلف الجوانب.

المطلب الأول: مزايا تكنولوجيا المعلومات

إن الاستخدام الواسع لتكنولوجيا المعلومات يمكن أن يحقق العديد من المزايا للمجتمع والمنظمات على حد سواء، ويمكن إبراز هذه المزايا من خلال تقسيمها على النحو الآتي:

أولاً: مزايا تكنولوجيا المعلومات بالنسبة للمجتمع

إن تطبيق تكنولوجيا المعلومات بالنسبة للمجتمع يسمح بـ:

- تعاضد الخدمات التي تقدمها تكنولوجيا المعلومات في التعليم، الطب، التجارة والاتصالات وتوفير متطلبات الفرد في أقل وقت وأقل تكلفة ممكنة؛

- تساهم تكنولوجيا المعلومات في تعزيز العمل الأكاديمي الجامعي، وتفتح آفاق جديدة أمام البحث العلمي في مختلف مجالاته؛

- تشجيع أولياء الأمور والمجتمعات المحلية على الاندماج والتفاعل مع نظم التعليم بشكل عام، ومع نمو سلوك وتعلم أبنائهم بشكل خاص، ويكون ذلك من خلال الاطلاع على أداء أبنائهم وتحصيلهم الدراسي بالإضافة إلى الإشعارات والتقارير التي تقوم المدرسة بإصدارها حول ذلك، فهذا ينمي ويطور خدمة تقنية المعلومات في المنازل والمجتمعات المحلية بشكل غير المباشر، ومن ثم يؤدي إلى نمو المجتمع والثقافة على الشبكة؛

- تقليل مساحة خزن المعلومات المختلفة التي يتم الحصول عليها وتحويلها إلى ملفات يمكن الحصول عليها في أي وقت، وكذلك إمكانية تحديث هذه البيانات المخزنة من خلال مواقع الوحدة الاقتصادية على

مختلف الشبكات، وهذا ما يسهل تقديم الخدمات للأفراد في مختلف جوانب في مجتمع¹

- تزويد المجتمع بإمكانيات إستراتيجية من أجل المنافسة الاقتصادية والتكنولوجيا، فامتلاك ثروة في مجال تكنولوجيا المعلومات في هذا القرن تمثل فرصة عظيمة للأمم المتخلفة عن الركب الحضاري، حيث أن هذه التكنولوجيا تمكنها من أن تتجاوز مراحل تخلفها لتقارب ما وصل إليه الآخرون، وذلك من خلال استخدام وإدارة هذه التقنية وإدخالها ضمن خطط تنمية وطنية حقيقية؛

- يؤدي امتلاك تكنولوجيا المعلومات إلى تقدم المجتمع ورخائه، حيث أنها تجذب المستثمرين لإقامة المشاريع الجديدة التي تتطلب قاعدة تكنولوجية، لذلك فإن الدول التي لا تملك هذه التكنولوجيا يمكن لها أن تخسر القدرة على جذب المشاريع الأجنبية التي تحقق لها وفرة الثروات وفرص العمل² فتكنولوجيا المعلومات تساعد على تسريع تطوير آليات فعالة للنمو الاقتصادي، حيث أن تشجيع التنمية المستدامة يتم من خلال تحولات وتوجهات دول العالم نحو تقانة المعلومات، وتستخدم هذه الأخيرة بشكل مهم في تحسين نوعية الحياة وزيادة ضخمة في الإنتاجية الاقتصادية³

- تؤثر تكنولوجيا المعلومات بشكل كبير على النشاط التجاري لمختلف الشركات والمؤسسات التجارية حيث أنها تساهم في تطور التجارة الإلكترونية وتوفير وتنوع كبير في السلع والخدمات للمجتمع؛

- تؤدي الصحافة الإلكترونية في عصر المعلوماتية دورا هاما في نشر المعلومات والتواصل بين الشعوب؛

- تتيح تكنولوجيا المعلومات للأفراد إدارة المستقبل والتنبؤ به، حيث تسمح تكنولوجيا المعلومات بتقليل حالات عدم التأكد من خلال افتراض الصيغ المستقبلية لمختلف المتغيرات التي يمكن أن تحصل في

¹ ليلي ناجي مجيد الفتلاوي، "بنية المحاسبة ومؤشرات تكيفها لتكنولوجيا المعلومات"، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد: 04، العراق: جامعة بغداد، ديسمبر 2013، ص: 296.

² سمير إبراهيم حسن، "الثورة المعلوماتية: عواقبها وآفاقها"، مجلة جامعة دمشق، العدد: 01، سوريا: جامعة دمشق، ديسمبر 2002، ص: 216.

³ قاسم داود اللامي، "تحليل مكونات البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات: دراسة استطلاعية في بيئة عمل عراقية"، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد: 04، العراق: جامعة بغداد، جانفي 2013، ص: 09.

المستقبل، والتي كانت تشكل حيزا كبيرا من الجهد الإنساني في عالمنا المعاصر¹

ثانيا: مزايا تكنولوجيا المعلومات بالنسبة للمنظمة

يمكن لتكنولوجيا المعلومات أن تغير من حياة المنظمة من خلال وجود تفاعل بينها وبين المنظمات الأخرى في شكل عملية معقدة تتأثر بعدة عوامل وسيطة تتضمن البيئة المحيطة، الثقافة، هيكل المنظمة ومعالجة الأعمال والسياسات وطريقة اتخاذ القرارات الإدارية، حيث أن وجود أي تغير في تكنولوجيا المعلومات المستخدمة سوف يؤثر على العوامل الوسيطة المحيطة حتى يتم قبولها واستخدامها في المنظمة، إذ قد تشكل تلك العوامل عوامل دافعة للاستخدام أو عوامل مقاومة إذا لم تؤخذ بعين الاعتبار إضافة إلى أن وجود أي تغيير بالمنظمة لابد أن يؤثر في التكنولوجيا السائدة فيها. لذلك لابد من الأخذ بعين الاعتبار لأثر هذه العوامل الوسيطة المختلفة على التغيرات المحتملة فيها²

- ويمكن تلخيص هذا التأثير والتفاعل في الشكل الآتي:

الشكل رقم(12): التفاعل بين تكنولوجيا المعلومات والمنظمة



Source: Laudon, Kenneth C, and Laudon Jaune P, **management informationsystem: managing the digital firm**, 9thed, upper saddle river, new jersey: prentice-hall international, 2006, p: 72.

كما تحقق تكنولوجيا المعلومات العديد من المزايا عند استخدامها من طرف المنظمات، ويمكن تحديد أبرزها فيما يلي:

¹ محمد الناصر مشري، "سبل تفعيل دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في دعم التنمية المستدامة في المؤسسات الصناعية الجزائرية: دراسة عدد من المؤسسات في الشرق الجزائري"، مرجع سبق ذكره، ص: 32.

² فايز جمعة النجار، نظم المعلومات الإدارية: منظور إداري، ط3، الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع، 2010، ص، ص: 92، 93.

- زيادة المبيعات والأرباح من خلال ما تقدمه تكنولوجيا المعلومات للمنظمة من إشباع لحاجات ورغبات المستهلكين، مما يؤدي إلى زيادة المبيعات وتحسين الربح خاصة في ظل تخفيض التكاليف؛
- تساهم تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة مخرجات المنظمة، من خلال إمكانية إصدار الطلبات إلى المورد إلكترونياً، واستخدام نظم تبادل البيانات إلكترونياً مما يؤدي إلى تحسين الجودة عن طريق تقليل فرص الخطأ في إجراءات عقد الصفقات؛
- توفير المعلومات المناسبة في الوقت المناسب لدعم وتحسين عملية اتخاذ القرار؛
- صياغة وتنفيذ إستراتيجية المنظمة في إدارة المخاطر التي يمكن أن تواجهها¹
- تساهم تكنولوجيا المعلومات في تطوير أدوات الإدارة العليا من خلال تنظيم كفاءات المستخدمين؛
- تساعد تكنولوجيا المعلومات على تحسين التوظيف الداخلي للمنظمة، والعمل على تقليص الأعمال الإدارية والتركيز على المهام الأساسية؛
- تساعد تكنولوجيا المعلومات على الابتكار والتجديد وكذا التفاعل مع تحركات المنافسين، كما تساهم في تقديم عروض ملائمة لاحتياجات العملاء بغرض تحقيق الميزة التنافسية وإيجاد أسواق جديدة بأحسن سرعة وأقل تكلفة ممكنة؛
- تمكن تكنولوجيا المعلومات من إنشاء علاقات مثالية مع الموردين، والقدرة على الانفتاح بشكل أكبر على المحيط، من خلال وجود تفاعل مع تحركات المنافسين بمسايرة التطورات الحديثة التي تمس طرق الإنتاج والتوزيع؛
- تعد الوسيلة الأمثل لإدارة المؤسسات الكبيرة متعددة الفروع؛
- تمنح فرصة توسيع التجارة الإلكترونية والعمل مع فرق خارجية؛
- تمثل تكنولوجيا المعلومات وسيلة هجوم ومنافسة بالنسبة للمؤسسة، إذ تسمح بالخروج من الأسواق

¹ عبد الله فرغلي علي موسى، تكنولوجيا المعلومات ودورها في التسويق التقليدي والإلكتروني، مصر: إيتراك للنشر والتوزيع، 2007، ص، ص: 33، 44.

المحلية إلى الأسواق العالمية¹

ويمكن تلخيص مزايا تكنولوجيا المعلومات بالنسبة للمنظمة في الجدول الآتي:

الجدول رقم (11): مزايا تكنولوجيا المعلومات بالنسبة للمنظمة

المزايا	مجالاتها
التكلفة المنخفضة	- استخدام تكنولوجيا المعلومات لتخفيض تكلفة العمليات بشكل جوهري؛ - استخدام تكنولوجيا المعلومات لتخفيض الأسعار من المورد لغاية المستهلك.
التميز	- تطوير خصائص جديدة من خلال تكنولوجيا المعلومات لتحقيق التميز للسلع والخدمات؛ - تطوير خصائص جديدة من خلال تكنولوجيا المعلومات لتخفيض فرص التميز للمنافسين؛ - تطوير خصائص جديدة من خلال تكنولوجيا المعلومات لتركيز السلع والخدمات في الموقع السوقي الذي تم اختياره.
التحسين المستمر	- إيجاد سلع وخدمات جديدة تحتوي على مكونات تكنولوجيا المعلومات؛ - إيجاد أسواق فريدة أو أجزاء من السوق فريدة بمساعدة تكنولوجيا المعلومات؛ - إحداث تغييرات جذرية في العمليات، من شأنها تخفيض التكاليف وتحسين الجودة وتعزيز الفاعلية ورضا الزبون.
النمو	- استخدام تكنولوجيا المعلومات لإدارة التوسع الإقليمي العالمي؛ - استخدام تكنولوجيا المعلومات لتحقيق التنوع والتكامل بين السلع والخدمات.
تطوير الاتحادات	- استخدام تكنولوجيا المعلومات لإيجاد منظمات حيوية من الشركات الصناعية؛ - تطوير شبكات اتصال لدعم العلاقات الإستراتيجية مع الزبائن والموردين.

المصدر: هشام مزهود، مريم كلاش، "تأثير إدارة تكنولوجيا المعلومات على المؤسسات الاقتصادية الجزائرية في ظل حوكمة الشركات"، مجلة اقتصاد المال والأعمال، العدد: 04، الجزائر: المركز الجامعي عبد الحفيظ بو الصوف- ميله، جانفي 2020، ص: 90.

إن الاستخدام الواسع لتكنولوجيا المعلومات جعلها تحقق مزايا كثيرة للأفراد والمنظمات والمجتمعات والدول في مختلف المجالات، حيث أنها تعمل على تخفيض تكاليف العمليات والنشاطات مقارنة بالعمليات التقليدية، وهذا ما يساهم بدوره في الوصول إلى التميز والتحسين المستمر والنمو بما

¹ منال أحمد البارودي، علم استشراف المستقبل، ط1، مصر: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2019، ص- ص: 173-174.

يحقق الاستثمار الفعال لبلوغ الأهداف الإستراتيجية.

المطلب الثاني: عيوب تكنولوجيا المعلومات

على الرغم مما تتسم به تكنولوجيا المعلومات من مزايا واسعة ومتعددة، إلا أن الاستخدام الواسع لهذه التكنولوجيا يمكن أن يؤدي إلى مجموعة من الأضرار في مختلف المجالات، ومن بين هذه الأضرار نجد ما يلي:

أولاً: الأضرار الاجتماعية لتكنولوجيا المعلومات

يعتبر التحدي الاجتماعي من أهم التحديات التي يمكن أن تواجهها المجتمعات الإنسانية في استخدامها لتكنولوجيا المعلومات، ويمكن لهذا التحدي أن يشمل المجتمعات على مستواها الفردي من خلال انشغال الأفراد بالكمبيوتر والإنترنت لساعات طويلة، مما قد ينعكس سلباً على علاقاته الاجتماعية فيجعله يعيش بنوع من العزلة التي تحرمه من التواصل المباشر مع عائلته في البيت الواحد. أو يمكن أن يشمل المجتمعات على مستواها الكلي أي على مستوى المجتمعات البشرية بأسرها ويكون من خلال أن مستخدمي هذه التكنولوجيات يبدوون في مراقبة السلطات والتجسس عليها بدلاً من العكس، مما يزيد من صعوبة وتعقيد مجتمع المعلومات الحالي.

كما أن تكنولوجيا المعلومات قد تشغل في مجالات عديدة كالمخدرات مثلاً، أين أصبحت عصابات المخدرات تستخدم أدوات تمكنهم من المراقبة ومن التجسس على الشرطة وعلى المنظمات التي تحارب استخدام هذه المواد، فهذا النوع من التكنولوجيا أصبح يسهل عملية التواصل بين هذه العصابات بالرغم من تباعدها زمنياً ومكانياً، وهذا يمثل أكبر تحدي يمكن أن يواجه مجتمع المعلومات من طرف تكنولوجيا المعلومات ومستخدميها¹

ثانياً: الأضرار النفسية لتكنولوجيا المعلومات

أصبح علماء النفس يتحدثون عن عالم جديد تقدمه شبكة الإنترنت وتطبيقات الكمبيوتر، وقد يسبب هذا العالم أضرار نفسية هائلة خصوصاً في الفئات العمرية الصغيرة حيث يختلط فيه الوهم، وبناء

¹ جعفر حسن جاسم الطائي، جرائم تكنولوجيا المعلومات: رؤية جديدة للجريمة الحديثة، ط1، عمان: دار البداية، 2007، ص:

علاقات وارتباطات غير موجودة في الواقع مما قد يؤدي إلى عدم قدرة الفرد على بناء شخصية نفسية سوية قادرة على التفاعل مع المجتمع والواقع الذي يعيشه.

ثالثاً: الأضرار الثقافية لتكنولوجيا المعلومات

تؤثر تكنولوجيا المعلومات بشكل كبير على القيم والمبادئ الأصلية للمجتمعات المستمدة من دينهم وعاداتهم وتقاليدهم وأعرافهم المجتمعية، حيث أن ما هو عادي في مجتمع ما قد يكون غير عادي أو محرم في مجتمع آخر، مما يشكل نوع من التصادم بين الثقافات والتناقضات والخلط في المفاهيم بين أفراد المجتمعات من جهة وأفراد مجتمع الواحد من جهة أخرى¹

كما تؤدي تكنولوجيا المعلومات إلى ما يلي:

- اختراق حرمة الأشخاص والتنظيمات عن طريق الدخول في ملفاتهم الخاصة، ومعرفة أدق التفاصيل عن حياتهم الخاصة، ويمكن أن تصل هذه الاختراقات أحياناً إلى الرؤساء والشخصيات البارزة، كما أن هذه التكنولوجيات قد أتت بآثار سلبية على النظام والقانون، حيث أنها أصبحت تهدد الأمن القومي للدول والمجتمعات وإيجاد نوع جديد من الحروب وهي الحروب المعلوماتية، مما أدى إلى ظهور الجرائم الإلكترونية؛

- انعكاسات تكنولوجيا المعلومات على حجم وفرص العمالة، حيث أنها أدت إلى تصاعد معدلات البطالة مما ساهم في لفت الأنظار إلى المخاطر المجتمعية التي تهدد بحالات من الاضطرابات الاجتماعية التي يقوم بها المتعطلون بحثاً عن طريق للعثور على العمل والعودة للحياة؛

- أدخلت تكنولوجيا المعلومات على حياة الأفراد ما يسمى بالواقع الافتراضي، الذي يسمح للمنتفعين والمستثمرين بها أن يتلاعبوا بالحقائق التاريخية؛

- تؤثر تكنولوجيا المعلومات على صحة الأفراد، حيث أن الموجات الكهرومغناطيسية التي تنشرها هذه التكنولوجيا يمكن أن تسبب مرض الأعصاب والديسك والسرطان الناتج عن الهواتف النقالة، لذا يجب على مستخدميها أن يلتزموا بممارسة أنواع رياضة صحية في فترات محددة، بحيث تكون تتلائم وطريقة

¹ أماني زكرياء الرمادي، المكتبات العربية وآفاق تكنولوجيا المعلومات، مصر: مركز الإسكندرية للكتاب، 2008، ص، ص: 425، 426.

وطريقة استخدام هذه التكنولوجيا¹

- تساهم تكنولوجيا المعلومات في استمرار ووجود التفاوت الاجتماعي والمعرفي بين الناس سواء داخل الدولة الواحدة أو بين الدول، ووجود فئات المهمشين الأميين في عالم المعلومات، فأصبح يوجد ما يسمى بفقراء وأغنياء المعلومات في عصر المعلومات؛

- تزيد المعلومات من الطبقة التعليمية، وتعمل على إيجاد عدم تكافؤ الفرص حيث يتاح لأبناء النخبة القدرة، ويحرم منه أبناء الطبقات محدودة الدخل، وإدماج هذه التكنولوجيا في التعليم لا تعني الاستغناء عن المعلم، بل الحاجة إلى معلم يتقن استخدام التقنيات التكنولوجية المختلفة؛

- يمكن أن تؤدي تكنولوجيا المعلومات عولمة المعلومات نفسها واحتكارها من قبل مالكي التقنيات، وهنا لابد من التأكيد على خطورة احتكار المعلومات من طرف مستخدمي هذه التكنولوجيا²

¹ ياسين السيد، المعلوماتية وحضارة العولمة - رؤية نقدية عربية، ط2، مصر: نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع، 2002، ص: 27.

² ثائر محمد العاني، "تكنولوجيا المعلومات واقتصاد المعرفة القائم على التجارة الإلكترونية كأداة للمنافسة الصناعية"، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، العدد: 02، العراق: جامعة بغداد، جانفي 2008، ص: 155.

خلاصة الفصل:

يتبين من خلال ما سبق، أن ما يتعرض إليه الإنسان من كم هائل من المعلومات في كثير من الأحيان، جعله إما يصبح غير قادر على استيعابها ومعالجتها، أو يعيش تراكم وتكدس للمعلومات مما يعيقه عن توظيفها بطريقة فعالة، فهذا ما أوجب استحداث تكنولوجيا المعلومات. ويعرف هذا المصطلح تباين في تحديد مفهومه، وهذا راجع إلى اختلاف وجهات نظر الباحثين من جهة وما تتميز به هذه التكنولوجيا من تداخل، نتيجة لما تشهده من تطورات متعاقبة من جهة أخرى، حيث أن هذا التداخل والتعقيد جعلها تتميز بالانتشار والشيوع واللامهايرية؛ المرونة والتفاعلية؛ القابلية للحركة واللاتزامية، مما جعل الاعتماد على تكنولوجيا المعلومات يزداد يوما بعد يوم.

وكثيرا ما تختلف مكونات تكنولوجيا المعلومات من باحث إلى آخر، إلا أنها تدور كلها حول المكونات المادية والبرمجية؛ وشبكات الاتصال وقاعدة البيانات؛ إضافة إلى الأفراد أو الموارد. وتعتمد تكنولوجيا المعلومات في القيام بوظائفها -الحصول على البيانات ومعالجتها وتخزينها وإرسالها- على استخدام العديد من الأدوات كالحاسبات الإلكترونية؛ الاتصالات والترقيم أو التصوير المصغر.

وتعد تكنولوجيا المعلومات من الوسائل التي عملت ضجة كبيرة في هذا العصر في مختلف القطاعات، حيث أنها تستخدم في مجال التكوين والتعليم، المجال المالي والاقتصادي، المجال الصناعي والتسيري، المجال الطبي...، ويعود هذا الاستخدام الواسع إلى عدة عوامل ودواعي تمثلت في تطورات الإنترنت وتطور اقتصاد المعرفة، العولمة وتداعياتها المختلفة، التحولات في مشاريع الأعمال وظهور الشركة الرقمية وغيرها.

وعلى الرغم مما تقدمه تكنولوجيا المعلومات من المزايا التي وسعت من استخداماتها سواء بالنسبة للمجتمعات أو المنظمات، إلا أن هذا لا يعني خلوها من العيوب والآثار السلبية التي يمكن أن تحدثها سواء على المستوى الاجتماعي، الاقتصادي، الثقافي، الأمني، الصحي...

الفصل الثاني: دور التحول الرقمي في تطوير التجارة الإلكترونية

تمهيد

المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية

المطلب الأول: تمييز التجارة الإلكترونية عن بعض المفاهيم المشابهة لها

المطلب الثاني: المراحل التاريخية لتطور التجارة الإلكترونية

المطلب الثالث: أهمية وأنواع التجارة الإلكترونية

المبحث الثاني: المراكز الإلكترونية والأمنية لعمل التجارة الإلكترونية

المطلب الأول: الإنترنت والتجارة الإلكترونية

المطلب الثاني: وسائل الدفع المعتمدة في التجارة الإلكترونية

المطلب الثالث: أمن المعاملات التجارية الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت

المبحث الثالث: واقع تطبيقات التجارة الإلكترونية

المطلب الأول: متطلبات تطبيق التجارة الإلكترونية

المطلب الثاني: مجالات تطبيق التجارة الإلكترونية

المبحث الرابع: مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية

المطلب الأول: مزايا التجارة الإلكترونية

المطلب الثاني: عيوب التجارة الإلكترونية

خلاصة الفصل.

تعتبر التجارة الإلكترونية من أهم موضوعات عصر المعلومات الناجمة عن الاقتصاد الرقمي Digital economy، الذي أثر بشكل كبير في مجال المال والأعمال والتجارة والاقتصاد. لذلك يعد هذا النوع من التجارة من أبرز الأساليب الحديثة التي أفرزتها شبكة الإنترنت، والتي أصبحت تمارس من طرف الأشخاص الطبيعيين؛ ومن طرف المؤسسات الاقتصادية على حد سواء. مما جعل العالم سوقا واحدة جديدة ومتطورة، تتعادل فيها الفرص الممنوحة لكل المؤسسات على اختلاف أحجامها، وذلك لاقترام السوق العالمية والترويج للبضائع والسلع والخدمات بكل يسر وسهولة ومتخطية بذلك كل الحدود دون أن ننسى ما حققه التجارة الإلكترونية من فوائد عديدة للزبائن، حيث أصبحوا يفضلها يستطيعون اقتناء حاجياتهم بكل راحة وبأقل وقت وتكلفة ممكنة، ودون الحاجة لمغادرة أماكنهم. وهذا ما جعل هذه التجارة قادرة على مواجهة المشاكل والمعوقات التي يمكن أن تعترض سبيل نموها، والقدرة على التغلب عليها.

وسنحاول في هذا الفصل تسليط الضوء على هذا النمط الحديث من المبادلات التجارية الإلكترونية التي ظهرت بفضل تكنولوجيا المعلومات والانترنت، وذلك من خلال التطرق إلى بعض الجوانب المتعلقة بها، كتمييزها عن المفاهيم المشابهة لها، وتحديد المراحل التاريخية التي مرت بها، وكذا إبراز أهميتها وأنواعها. مع محاولة الإلمام ببعض الجوانب الأخرى المهمة فيها كتحديد متطلبات ومجالات تطبيقها وتحديد أهم وسائل الدفع الإلكتروني التي تعتمد عليها، إضافة إلى تحديد الإجراءات التي تزيد من أمن معاملاتها. ونختتم هذا الفصل بمناقشة أهم مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية.

- وقد تم تقسيم هذا الفصل إلى أربعة مباحث على النحو الآتي:

- المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية
- المبحث الثاني: المراكز الإلكترونية والأمنية للتجارة الإلكترونية
- المبحث الثالث: تطبيقات التجارة الإلكترونية
- المبحث الرابع: مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية

المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية

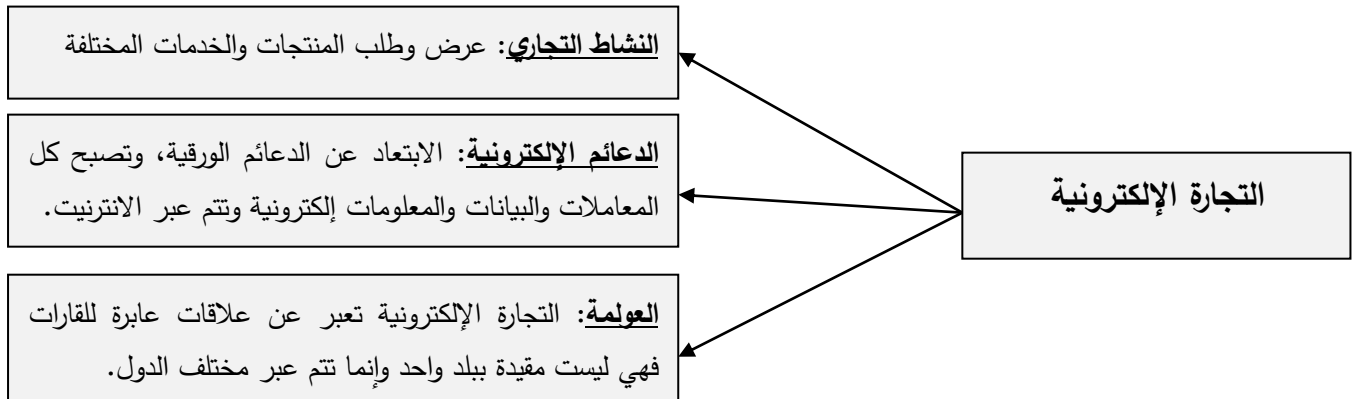
تعتبر التجارة الإلكترونية من المواضيع المتشابكة، التي تتطلب دراستها ضرورة تمييزها عن المفاهيم الرئيسية المتداخلة معها والمرتبطة بها في نفس الوقت (كمفهوم التجارة التقليدية؛ التسويق الإلكتروني والأعمال الإلكترونية)، لذلك سنحاول من خلال هذا المبحث توضيح علاقة التجارة الإلكترونية مع هذه المفاهيم، إضافة إلى تحديد المراحل التاريخية لتطور هذا النوع من التجارة، كما سوف يتم إبراز ما تحضى به التجارة الإلكترونية من أهمية كبيرة في العديد من المجالات، وكذلك التطرق إلى ما تنقسم إليه من أنواع مختلفة.

المطلب الأول: تمييز التجارة الإلكترونية عن بعض المفاهيم المشابهة لها

إن التطورات السريعة التي يشهدها الاقتصاد الرقمي للانترنت وتكنولوجيا المعلومات والشبكات أدت إلى ظهور العديد من المفاهيم والمصطلحات المتداخلة مع التجارة الإلكترونية مثل التجارة التقليدية والتسويق الإلكتروني، والأعمال الإلكترونية... وغيرها. وحتى يتم تمييز التجارة الإلكترونية عن هذه المفاهيم، لابد من تحليل مفهومها بناء على ما تم استنتاجه من التعاريف المقدمة لها سابقا.

ومن خلال التعاريف المقدمة سابقا للتجارة الإلكترونية، نجدها كلها تحصر التجارة الإلكترونية في ثلاثة عناصر أساسية تميزها عن غيرها من الأنشطة الأخرى. ويمكن تحديد هذه العناصر من خلال الشكل الآتي:

الشكل رقم (13): عناصر التجارة الإلكترونية



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على التعاريف المقدمة للتجارة الإلكترونية.

ويمكن شرح هذا الشكل على النحو الآتي:

- **النشاط التجاري:** وهو أهم ما تقوم عليه التجارة الإلكترونية، وذلك باعتبارها من أكثر الأنشطة التي تقوم على الأعمال الإلكترونية؛

- **الدعائم الإلكترونية:** بمعنى أن التجارة الإلكترونية - على غرار التجارة التقليدية- تعتمد على الدعائم الإلكترونية بين طرفي العقد، أين تتحول المعاملات التجارية من المعاملات المكتوبة إلى عقد وفاتورة تسليم وإيصال سداد الثمن وثمان الشحن كلها لبيانات أو معلومات تتساب عبر شبكة المعلومات، إلا أن هذا التحول لا يمس الطبيعة القانونية للعملية التجارية نفسها¹

- **العولمة:** ويقصد بالعولمة أنها صبغ العالم بصبغة واحدة في أي مجال من المجالات، بمعنى أن يتقارب البشر وتذوب بينهم الفوارق في الفكر واللغة والمعتقدات وفي أشكال الأزياء وصور التبادل التجاري والصناعي، فهي التوحد في كل شيء بحيث تذوب كل الفواصل والحواجز بينهم، سواء كانت حواجز مكانية أو زمنية. حيث يصبحون وكأنهم يعيشون في قرية واحدة²

تتجسد فكرة العولمة في التجارة الإلكترونية، من خلال أن العلاقات التجارية القانونية الناشئة في التجارة الإلكترونية ليست مقيدة ببلد واحد، ولكنها تتساب بين الدول وتكون عابرة للقارات، فقد يكون البائع من بلد والمشتري من بلد آخر، كما قد يكون منتج السلعة من دولة والمستهلك من دولة أخرى وهكذا وتعتبر شبكة الانترنت هي الوسيلة التي تتم عبرها العملية التجارية بين مختلف أطرافها³

كما ويتبين من خلال ما تم تقديمه سابقا من التعاريف المتنوعة للتجارة الإلكترونية، أن هذه الأخيرة تشترك جميعها في العديد من الخصائص والسمات، والتي يمكن حصرها في الجدول الآتي:

¹ محمد السيد عرفة، "التجارة الدولية الإلكترونية عبر الانترنت"، مؤتمر القانون والكمبيوتر -الانترنت، الإمارات العربية المتحدة: كلية الشريعة والقانون جامعة الإمارات العربية المتحدة، 1 و3 ماي 2000، ص: 02.

² آسيا لعساس، "العولمة: في المفهوم والمظاهر والآثار"، مجلة الاقتصاد والإحصاء التطبيقي، العدد: 02، الجزائر: المدرسة الوطنية العليا للإحصاء والاقتصاد التطبيقي، ديسمبر 2014، ص: 88.

³ عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، مصر: دار الفكر الجامعي، 2002، ص: 22.

الجدول رقم (12): خصائص التجارة الإلكترونية

الخاصية	مضمونها
اختفاء الوثائق الورقية في التجارة الإلكترونية	يعتمد إجراء المعاملات التجارية في التجارة الإلكترونية على عدم وجود أية وثائق ورقية، بل أن هذه الإجراءات تتم إلكترونياً مما يجعل الدعائم الإلكترونية تحل محل الدعائم الورقية.
تسليم المنتجات الإلكترونية	تقوم التجارة الإلكترونية على استخدام الانترنت في تسليم المنتجات إلكترونياً مثل تسليم برامج الحاسوب والكتب والتسجيلات الموسيقية والاستشارة الطبية والهندسة... وغيرها.
وجود الوسيط الإلكتروني	ويتمثل هذا الوسيط في الكمبيوتر المتصل بشبكة الانترنت، التي تنقل إرادة الطرفين المتعاقدين إلكترونياً وفي ذات اللحظة.
السرعة في إنجاز الصفقات التجارية	تساهم التجارة الإلكترونية في إتمام الصفقات التجارية بشكل أسرع بدءاً من مرحلة التفاوض وإبرام العقود ووصولاً إلى مرحلة الدفع وتسليم الخدمات أو المنتجات.
التفاعل الجماعي بين عدة أطراف	بمعنى أنه يمكن لأحد أطراف المعاملة إرسال رسالة إلكترونية إلى كل المستقبلين في نفس الوقت، مما يجعل التفاعل الجماعي بين فرد أو مجموعة أمراً غير مسبوق في أي أداة تفاعلية سابقة.

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على خالد ممدوح إبراهيم، عقود التجارة الإلكترونية في القانون الاتحادي لدولة الإمارات العربية المتحدة رقم 1 لسنة 2006 بشأن المعاملات والتجارة الإلكترونية، ط1، مصر: دار الفكر الجامعي، 2020، ص- ص: 36-40.

نلاحظ من خلال ما سبق، أن خصائص التجارة الإلكترونية تشترك كلها في الطبيعة الإلكترونية أو الرقمية للوثائق وعملية التسليم، وكذا الوسائط المستخدمة فيها بدلاً من الورقية، مما يساهم في زيادة سرعة إنجاز صفقاتها. وهذه الخصائص هي التي تميز التجارة الإلكترونية عن المفاهيم الأخرى المشابهة لها.

- ويمكن تمييز التجارة الإلكترونية عن المفاهيم المشابهة لها على النحو الآتي:

أولاً: التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية

تختلف التجارة التقليدية عن التجارة الإلكترونية، من خلال طرق الاتصال التي يعتمد عليها كل نوع من هذه التجارة، فوسيلة الاتصال الوحيدة الموجودة في التجارة الإلكترونية هي الانترنت، حيث تتميز هذه الأخيرة بالمرونة والسرعة في المعاملات ومعالجة الطلبات. في حين أن التجارة التقليدية لها وسائل وطرق

اتصال متنوعة، مما يصعب من عملية تنسيق وترتيب العمليات، وهذا ما يزيد من معالجة الطلبية¹

ويمكن حصر الفروق الجوهرية بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية في الجدول الآتي:

الجدول رقم (13): الفرق بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية

المعيار	التجارة التقليدية	التجارة الإلكترونية
البحث عن المعلومات حول المنتج	المجلات، الكاتالوجات، الممثلين	صفحة الويب
طلب السلعة	رسالة بريدية، استمارة	بريد إلكتروني
الرد على الطلب	رسالة بريدية، استمارة قوائم	بريد إلكتروني
مراقبة السعر	كاتالوج	كاتالوج على الخط
مراقبة الوفرة	هاتف - فاكس	/
تقديم الطلبية	استمارة مطبوعة	صفحة الويب، بريد إلكتروني
إرسال/استقبال الطلبية	فاكس، برقية (مراسلة)	البريد الإلكتروني
إعطاء الأولوية لطلبية معينة	/	قاعدة بيانات على الخط
مراقبة الوفرة في مكان التخزين	إستمارة مطبوعة، هاتف فاكس	قاعدة بيانات على الخط/صفحة ويب
تحرير الفاتورة	إستمارة مطبوعة	قاعدة بيانات على الخط
تأكيد وصول السلعة	إستمارة مطبوعة	بريد إلكتروني
استقبال السلعة	موزع	/
إرسال/استقبال الفاتورة	برقية (مراسلة)	بريد إلكتروني * EDI
استحقاق الدفع	استمارة مطبوعة	قاعدة بيانات EDI
إتمام الدفع	برقية/مراسلة	EDI-EFT*

Source: David Kosiur, *comprendre le commerce électronique*, 2^{ed}, France : Microsoft press, 2000, p : 07.

أي أن الفرق الجوهري بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية يكمن أساساً في الوسائل المستخدمة

¹ David Kosiur, *comprendre le commerce électronique*, 2^{ed}, France : Microsoft press, 2000, p : 07.

* **EDI**: هي اختصار لعبارة Electronic Data Interchange، أي التبادل الإلكتروني للمعلومات، وهي طريقة موحدة ومستقلة عن النظام الأساسي للشركات لتبادل المعلومات، حيث أنها توفر مزايا هائلة من خلال تقليل العبء الإداري وتقليل التكاليف، وتوفير المعلومات الدقيقة لصانعي القرار في الوقت المطلوب.

* **EFT**: هي اختصار لعبارة Electronic Funds Transfer، أي التحويل الإلكتروني للأموال، وتعني الحركة الرقمية للأموال من حساب مصرفي لآخر بشكل مستقل عن موظفي البنك، ودون الحاجة لمستندات ورقية.

في عملية الاتصال، وما تحققه من السرعة والمرونة في القيام بالعمليات التجارية. فالتجارة الإلكترونية تعتمد على وسائل الاتصال الحديثة وخاصة الانترنت، في حين أن التجارة التقليدية تعتمد على الوسائل التقليدية أكثر من اعتمادها على الوسائل الإلكترونية.

ثانيا: التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية

تعتبر التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية من أكثر المصطلحات المتداخلة، لذلك يجب عدم الخلط بينهما، فهما ليسا مصطلحان مترادفان كما هو سائد في اعتقاد بعض الفقهاء، وإنما هما مصطلحان مختلفان. ويمكن تحديد العلاقة بينهما من خلال تحديد مفهوم الأعمال الإلكترونية على النحو الآتي:

ظهر مصطلح الأعمال الإلكترونية E-Business لأول مرة سنة 1997، عندما استخدمت شركة IBM هذا المصطلح في إطار سعيها المكثف لتمييز أنشطة الأعمال الإلكترونية عن أنشطة التجارة الإلكترونية.

- ويقصد بالأعمال الإلكترونية: "استخدام إجراءات الأعمال التي تفعل التكنولوجيا وخاصة الانترنت وشبكة الويب العالمية (World Wide Web) للحفاظ على ميزات تنافسية أو لإنشائها"¹

- في حين يعرفها الكردي بأنها: "النظام الذي يستخدم الحاسب الآلي في توفير احتياجات المستخدمين المختلفة من المعلومات اللازمة لأداء وظائفهم واتخاذ قراراتهم"²

- ويعرف "تيربان وآخرون" (Turban And Others) الأعمال الإلكترونية بأنها: "النظام الذي يستخدم تكنولوجيا الحاسب لأداء بعض أو كل الأعمال المطلوبة"³

وبالتالي فإذا أردنا تحديد الفرق بين التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية، فإننا نجد أن شركة (IBM) قد حددت هذا الفرق، من خلال اعتبار أن الأعمال الإلكترونية هي بوابة شاملة لتوزيع قيمة تجارية فائقة، من خلال ربط الأنظمة بالعمليات لإجراء أنشطة الأعمال الأساسية بطريقة مبسطة ومرنة

¹ ستوارت ماك كي، أفضل الممارسات في التجارة الإلكترونية على شبكة الإنترنت، ط1، (تر: علي أبو عمشة، ندى غنيم)، المملكة العربية السعودية: مكتبة العبيكان، 2003، ص: 14.

² منال محمد الكردي، جلال إبراهيم العبد، مقدمة في نظم المعلومات الإدارية، ط1، مصر: الدار الجامعية، 2000، ص: 21.

³ Turban, Efraim, Meclecan and others, **Information Technology for management**, new York: John Wiley and Sons, 1999, p: 17.

وباستخدام تكنولوجيا المعلومات. كما تعتبر أن الأعمال الإلكترونية هي استخدام تقنيات الانترنت في العمل، وذلك لتطوير الأنشطة الموجودة أو لإيجاد أنشطة أعمال افتراضية جديدة.

أما التجارة الإلكترونية (E-Commerce)، هي عبارة عن استخدام الوسائل الإلكترونية للقيام بالمعاملات التجارية المختلفة، كالبيع والشراء، ونقل الخدمات بصورة رقمية من مكان إلى آخر.

من خلال هذا السياق، تبين أن التجارة الإلكترونية ما هي إلا عبارة عن بعد من أبعاد الأعمال الإلكترونية، والتي تشمل البريد الإلكتروني؛ التسويق الإلكتروني؛ المصارف الإلكترونية؛ الهندسة الإلكترونية؛ والتجهيز الإلكتروني؛ وغير ذلك من أنشطة الأعمال الإلكترونية الأخرى¹

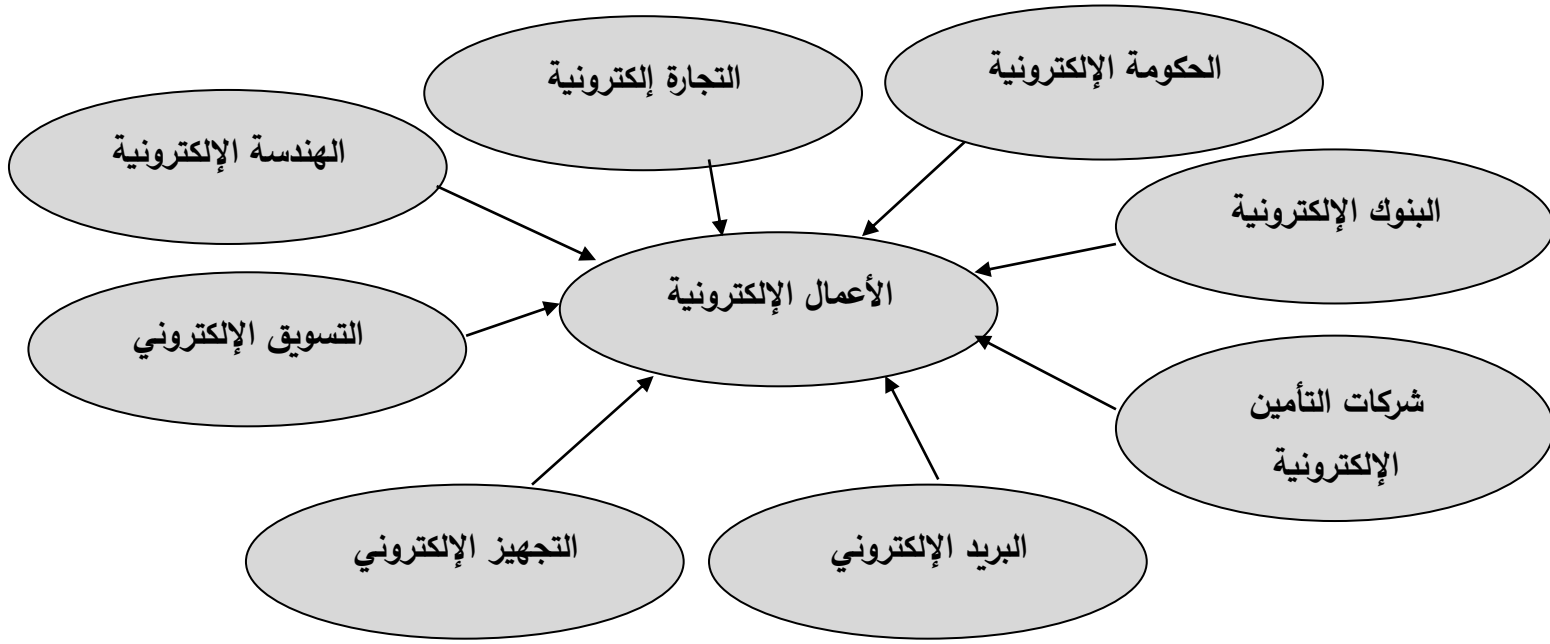
لذلك فإن الأعمال الإلكترونية أوسع مجالا وأكثر شمولية من التجارة الإلكترونية، فهي تشمل التجارة الإلكترونية، والحكومة الإلكترونية، والبنوك الإلكترونية، وشركات التأمين الإلكترونية. في حين أن التجارة الإلكترونية ينحصر نشاطها التجاري في المعاملات التجارية المختلفة باستخدام وسائل إلكترونية وضمن بيئة إلكترونية فقط²

وما يمكن استنتاجه من خلال ما تم عرضه، أن العلاقة بين الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية هي علاقة الكل بالجزء، والعام بالخاص وعلاقة المنظومة بأبعادها. فالأعمال الإلكترونية هي مفهوم واسع متعدد الأبعاد، وذو طبيعة متنوعة وأنماط تطبيقاته متباينة، والتي ترتبط بأنشطة تبادل المعلومات التي تتم عبر شبكات وأجهزة الاتصالات. ويمكن تلخيص العلاقة بين التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية في الشكل الآتي:

¹ سعد غالب ياسين، بشير عباس العلاق، التجارة الإلكترونية، الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع، 2009، ص: 13، 14.

² Jon A. Baomgarten, **business and legal guide on line-internet law**, new jersey: glasser legal works, 2000, p: 19.

الشكل رقم (14): علاقة التجارة الإلكترونية بالأعمال الإلكترونية



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على ما سبق.

ثالثا: التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني

لقد تغير مفهوم التسويق بتغير البعد الذي كان يركز عليه، حيث أن البداية الأولى لظهور التسويق كان يركز على عملية البيع بالدرجة الأولى بمعنى الإنتاج ثم البيع، ولكن مع زيادة التنافس والتطور ظهر مفهوم التسويق الحديث وذلك سنة 1950، أين أصبح التركيز ينصب على رغبات واحتياجات المستهلك ثم العمل على الإنتاج والبيع، بمعنى أنه لا يتم الإنتاج إلا وفق تلبية رغبات وأذواق المستهلك من خلال استخدام الأساليب الترويجية كالإعلان؛ والدعاية؛ وترويج المبيعات وغيرها.

وفي ظل التغيرات البيئية المحيطة بالمنظمات، ونتيجة للتطورات التكنولوجية الرهيبة، وما أفرزته من وسائل إلكترونية حديثة، ظهرت العديد من الأساليب الجديدة التي أثرت على التسويق وجعلته يستخدم التقنيات الإلكترونية المعتمدة على الانترنت في إطار ما يعرف بالتسويق الإلكتروني¹

ولذلك أحدث ظهور الانترنت قفزة نوعية في مجال التسويق، حيث ألغت الحدود الجغرافية والمسافات واللغات. وأدت إلى ظهور وتوسع التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني، كاستجابة للتطور السريع في شبكة الانترنت وجعلها سقوا لاتصال الشركات بعملائها بكفاءة، الأمر الذي أدى إلى تحول

¹ Philip B. Evans and T.S Wurster, "strategy and the new economics of information", **Harvard Business Review**, N: 05, 1997, P: 32.

التجارة العالمية من الشكل التقليدي إلى الشكل الإلكتروني¹

ومن أجل فهم الفرق والعلاقة بين التسويق الإلكتروني والتجارة الإلكترونية، يمكن تحديد مفهوم التسويق الإلكتروني، والذي يعرف بأنه: "إمكانية استخدام شبكة الانترنت وشبكات الاتصال المختلفة والوسائط المتعددة في تحقيق الأهداف التسويقية، مع ما يترتب على ذلك من مزايا جديدة وإمكانيات متعددة"². كما أن التسويق الإلكتروني عبارة عن "استخدام الأفراد لأجهزة الحاسب الآلي لاختيار وشراء العلامات التجارية التي يرغبون في الحصول عليها، على أن تتم هذه العملية بالتحويل النقدي الإلكتروني"³

وما يمكن استنتاجه من خلال ما تم طرحه، أن مفهوم التجارة الإلكترونية أشمل من مفهوم التسويق الإلكتروني، ففي الوقت الذي ينحصر فيه تعامل التسويق الإلكتروني مع المعاملات التجارية التي تتم عبر الانترنت؛ والبريد الإلكتروني؛ ومحركات البحث فقط، يتسع مجال التجارة الإلكترونية للتعامل مع معاملات تجارية أوسع تتضمن أدوات تكنولوجية مختلفة مثل الانترنت والهواتف المحمولة وأجهزة الفاكس وأجهزة الصرف الآلي. ويمكن تحديد الفرق بين التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني في النقاط الآتية:

- التسويق الإلكتروني هو التسويق الذي يجري عبر الانترنت، التي تشمل المدونات ومواقع التواصل الاجتماعي، وحملات البريد الإلكتروني المباشرة، وإعلانات ومقاطع الفيديو ومواقع الويب... وغيرها. في حين أن التجارة الإلكترونية تشمل مختلف أنواع الأعمال والمعاملات التجارية التي تندرج ضمن عملية نقل المعلومات عبر الانترنت؛

- يعتبر التسويق الإلكتروني جانب حيوي في التجارة الإلكترونية، فبدونه سيختفي جزء كبير من هذه التجارة، ولن يكون لها وجود؛

- يقوم نجاح التجارة الإلكترونية على مدى القدرة على جذب العملاء، ويكون ذلك من خلال الإعلانات التي يتم طرحها عن طريق التسويق الإلكتروني عبر الانترنت؛

¹ عبد الله محمود علي سراج، "التسويق الإلكتروني والتجارة الإلكترونية في الدول العربية: التحديات التي تواجهها وسبل التغلب عليها"، مجلة العلوم الإنسانية، العدد: 05، الجزائر: جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، ديسمبر 2003، ص: 55.

² محمد الصيرفي، التسويق الإلكتروني، مصر: دار الفكر الجامعي، 2008، ص: 26.

³ يوسف حجيم سلطان الطائي، هاشم فوزي دباس العباسي، التسويق الإلكتروني، عمان: الوراق للنشر والتوزيع، 2009، ص: 85.

- كما يرتبط نجاح التجارة الإلكترونية بالإستراتيجية المتبعة في عملية التسويق الإلكتروني، حيث أن أهداف التجارة الإلكترونية في زيادة عمليات البيع وزيادة الأرباح تتوقف على التسويق المميز¹

لذلك هناك علاقة تكاملية بين التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني، حيث أن تواجد كل واحد منهما على حدة يؤدي إلى عدم النجاح، فالمنتج الذي تقدمه التجارة الإلكترونية يحتاج إلى عملية تسويق مناسبة وبإستراتيجيات متكاملة، وهذا ما يفرض على كل من أراد النجاح في هذا المجال أن يبحث عن إيجاد العلاقة بين التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني المناسب، والذي يجب استخدامه لجذب العملاء. وبالتالي فإن العلاقة بينهما هي علاقة وثيقة تضيي النجاح للمنتج²

المطلب الثاني: المراحل التاريخية لتطور التجارة الإلكترونية

تعتبر التجارة الإلكترونية من المصطلحات الحديثة في عالم الأعمال، فحتى أوائل التسعينات من القرن العشرين لم يكن هناك ما يعرف بالتجارة الإلكترونية، ولم يشهد هذا النوع من النشاط الاقتصادي انتشاراً إلا في عام 1996، وذلك بعد أن حولت الهيئة القومية للعلوم في الولايات المتحدة الأمريكية الإشراف على شبكة الانترنت إلى القطاع الخاص اعتباراً من أبريل 1955، ومنذ ذلك التاريخ أصبح تقديم الخدمات التجارية والمالية على الانترنت أمراً متاحاً³

وقد كان لظهور التجارة الإلكترونية وتطورها أربعة مراحل أساسية، يمكن تلخيصها على النحو الآتي:

أولاً: المرحلة الأولى

في هذه المرحلة، قامت الولايات المتحدة بإنشاء وكالة سميث المتقدمة من أجل مساعدة الجيش الأمريكي في الحصول على ميزة تنافسية والعمل على تطوير أنشطة العلوم والتكنولوجيا وذلك سنة 1956، وعملت بعدها وكالة الدفاع على تطوير هذه الوكالة من خلال ربط أجهزة الكمبيوتر ببعضها

¹ مجد سلامي، "الفرق بين التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني"، نقلاً عن: <https://www.almrj3.com>، 05 أكتوبر 2022، 13:07.

² شذى علي سليمان، "التسويق الإلكتروني والتجارة الإلكترونية"، نقلاً عن: <https://www.Tijaratina.com>، 03 أكتوبر 2022، 14:30.

³ إبراهيم العيسوي، التجارة الإلكترونية، مصر: المنظمة العالمية للتنمية الإدارية، 1999، ص: 16.

البعض، وذلك سنة 1960 بالتحديد، أين تبنت وزارة الدفاع الأمريكي هذا المشروع وعدلت تسميته إلى "الأربانت"، حيث كان الهدف الرئيسي من هذا المشروع هو ربط مراكز الأبحاث والحاسبات العملاقة بالأجهزة المتصلة، وهناك ثلاث معايير تم أخذها بعين الاعتبار أثناء بناء هذه الشبكة، والمتمثلة في:

- عدم حدوث مشاكل عند وقوع مشكلة بأحد النقاط الواقعة على الشبكة؛
- إمكانية امتداد الشبكة وإضافة أجهزة إليها دون وجود أية قيود؛
- تطور أسلوب جديد للربط بين عناصر الشبكة، وهو ما عرف بعد ذلك بـ $Tcp \setminus Ip^*$ ¹

ثانيا: المرحلة الثانية

في الوقت الذي كانت فيه الأربانت وسيلة اتصال بين 40 جهاز كمبيوتر متفرقة جغرافيا في الولايات المتحدة الأمريكية، ظهر ما يسمى بالبريد الإلكتروني e-mail وذلك عام 1972، أين أصبح يمكن إرسال واستقبال الرسائل من خلاله.

واتسعت بعدها شبكة (الأربانت)، حيث أصبحت إنجلترا هي الأخرى متصلة بها، مما استدعى تطوير عملية الإرسال والاستقبال لكي تتم عملية الاتصال وبطريقة مثلى وبكفاءة أكبر، وهذا ما أدى إلى استحداث طريقة تسمى بالبروتوكول سنة 1973، واعتبرت من أكثر المبادئ المطورة والمستخدمة إلى الآن.

ولم يتوقف تطوير هذه الشبكات إلى هذا الحد، بل قامت منظمة القياس العالمية سنة 1980 بتطوير شامل لأساليب الربط بين معظم الشبكات في العالم. وكان البروتوكول من ضمن الأساليب التي تم تطويرها، وبلغ وقتها عدد الأجهزة المضيفة "Host" داخل الشبكة 213 جهاز، مما جعل شبكة الأربانت

^{*} Tcp / IP : هو مجموعة من قواعد الاتصال على الشبكة، يهدف إلى توفير عنوان Ip . وقد تم تصميم هذا البروتوكول لتقسيم الرسالة إلى عدة حزم قبل إرسالها في الشبكة، استخدام عنوان IP خاص بكل جهاز داخل الشبكة، توجيه الحزم عبر الشبكة "routing"، والتحقق من أخطاء الإرسال.

¹ محمد الفاتح محمود المغربي، التجارة الإلكترونية، عمان: دار الجنان للنشر والتوزيع، 2016، ص: 20.

العصب الرئيسي لمعظم الشبكات التي ظهرت في تلك الحقبة¹

ثالثا: المرحلة الثالثة

في عام 1989 تم إنشاء أشهر الوسائل الموجودة حاليا على شبكة التجارة الإلكترونية والمعروفة باسم (WWW (World Wide Web وتحتوي على أكثر من خمسة عشر مليون صفحة معلومات في مختلف المجالات.

وفي عام 1990 أصبحت شبكة الأربانت تستخدم للتجارة الإلكترونية فقط، وكرست للأغراض المدنية دون العسكرية التي أنشئت من أجلها، وشهدت هذه الشبكة نموا وتطورا هائلا في الأعمال التجارية الإلكترونية، واعتبرت ظاهرة عالمية في المعاملات الخارجية من خلال ما توفره من أسعار منخفضة وفعالية كبيرة.

وفي عام 1994 أصبحت الأعمال التجارية تعتمد على الويب وعمليات البطاقات الائتمانية بشكل أوسع، وذلك من خلال استخدام الإعلانات التلفزيونية لصنع مواقع على التجارة الإلكترونية.

ونظرا لما تشهده السوق من تعقيدات وتطورات لا متناهية، برزت الحاجة إلى تطوير هذه الشبكات، مثل ما قامت به شركة Microsoft سنة 1995، التي جاءت بما يسمى بـ "نيت سكيب؛ وانترنت إكسبلور"، أين أصبحت الانترنت تستخدم بشكل أكثر تقدما من خلال الوصول السريع والواسع للمعلومات، وذلك بالاعتماد على برامج وينداوز 95 وهذا ما جعل 50 مليون كمبيوتر مستخدم متصلا بالتجارة الإلكترونية ومواقع الويب العالمية، وبذلك أصبحت مصدرا هاما للمعلومات في مجال الأعمال²

رابعا: المرحلة الرابعة

وظل عدد الشبكات يتضاعف بشكل مستمر، حيث أنه تضاعف حجمها 50 مرة سنة 1997، وهذا ما جعل مستخدمي الشبكة يقومون بإنشاء موقع Home Page الذي يتم فيه الإعلان عن المؤسسات والبنوك ودور النشر باستخدام الصوت والصورة والفيديو، ويبلغ عدد مستخدميه 60 مليون شخص سنة

¹ محمد نور برهان، عز الدين خطاب، التجارة الإلكترونية، ط3، مصر: الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، 2012، ص: 07.

² محمد الفاتح محمد المغربي، مرجع سبق ذكره، ص، ص: 21، 22.

1998. وفي نفس هذا العام، شهدت شبكة المعلومات دفعة قوية نحو المستقبل، حيث أعلن رسمياً بداية العمل شبكة المعلومات الجديدة التي سميت بالانترنت، والتي تم بنائها من طرف مجموعة من الجامعات والمؤسسات الأمريكية الكبرى العاملة في مجال المعلومات.

وهذا يعني أن العمل الفعلي للتجارة عبر شبكة الانترنت كان عام 1998، كما أن التطورات الهائلة التي شهدتها وسائل وشبكات الاتصالات، جعلت التجارة الإلكترونية عبر الشبكة العنكبوتية تزداد ازدهاراً يوماً بعد يوم، وحتى مرحلة الألفية ظل عدد مستخدمي الانترنت في تزايد مستمر، حيث وصل عددهم في نهاية 1998 إلى حوالي 151 مليون مستخدم، ثم ارتفع بقدر 50% ليصل إلى حوالي 226 مليون مستخدم في نهاية 1999 إلى أن وصل إلى 340 مليون مستخدم في 2000 ومازالت الزيادة مستمرة إلى يومنا هذا، وهذا ما أدى إلى التطور المستمر في شبكة المعلومات وصناعة البرمجيات الخاصة بالتأمين والدفع الإلكتروني¹

وهذا يعني أن بروز التجارة الإلكترونية وتطورها، يرتبط بتطور تكنولوجيا المعلومات ووسائل الاتصال وخاصة الانترنت التي أصبحت تستخدم بشكل كبير في تقديم الخدمات التجارية والمالية في مختلف المجالات، باعتبار أنها توفر الخدمات بأقل وقت وجهد ممكن. وهذا ما يبرز أهمية التجارة الإلكترونية باختلاف أنواعها وتصنيفاتها.

المطلب الثالث: أهمية وأنواع التجارة الإلكترونية

تحظى التجارة الإلكترونية باهتمام كبير من طرف الباحثين والممارسين على حد سواء، مما جعلها ذات أهمية بالغة في العديد من المجالات، وتتبع هذه الأهمية من التنوع الذي تعرفه التجارة الإلكترونية في طبيعتها، والذي جعلها تصنف إلى العديد من الأنواع والتقسيمات.

أولاً: أهمية التجارة الإلكترونية

ترجع أهمية التجارة الإلكترونية إلى الاهتمام الذي تستحوذ عليه من العديد من المؤسسات العلمية والبحثية بكل أبعادها وتطبيقاتها، وذلك بهدف ضمان الاستثمار الفعال لهذا النوع من التجارة والاستفادة منها في نشاطات وفعاليات الأعمال.

¹ فيصل بن راجح الشريف، "وسائل وإجراءات الحماية وأثرها على تنمية التجارة الإلكترونية- دراسة تطبيقية في المملكة العربية السعودية"، أطروحة دكتوراه في جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا، 2007، ص- ص: 43-45.

وتكمن أهمية التجارة الإلكترونية في اعتبارها وسيلة جديدة لخفض التكاليف وتوسيع الأسواق وزيادة فوائد الشركات في مجال الأعمال والتجارة، من خلال أنها تجري معظم عملياتها عبر الانترنت والبريد الإلكتروني.

كما يتيح هذا النوع من التجارة أنماطا وطرق جديدة للأعمال، ومن أمثلة ذلك نجد: بوابات الانترنت العلمية مثل Yahoo؛ وArabia.com؛ وموقع المزاد e-bay؛ والمتاجرة الإلكترونية مثل البريد الإلكتروني ونقل الصوت عبر خطوط المعلومات وغيرها.

وتساعد التجارة الإلكترونية الحكومات والشركات على فتح آفاق جديدة من خلال ما توفره التطورات التقنية المتلاحقة والاستفادة منها في مجال التجارة والأعمال الإلكترونية، وهذا بدوره ما يساعدهم على زيادة الإنتاج وتحقيق الربح باستخدام أكثر الوسائل كفاءة وفعالية.

كما وتؤدي التجارة الإلكترونية إلى التغيير من ظروف العمل التقليدية وإيجاد فرص عمل جديدة، من خلال توفيرها للوقت والمال وتسهيل العمل التجاري بين الدول والأشخاص والشركات.

كما وتساهم التجارة الإلكترونية في تسريع إتمام البنى التعليمية والصناعية والاجتماعية على نحو مثمر، من خلال الاستفادة من العقول البشرية المتوفرة في الدول خاصة الفقيرة منها، وذلك بأعلى عائد ممكن¹

كما وتكمن أهمية التجارة الإلكترونية في أنها:

- تعتبر أداة فعالة في تخفيض التكاليف الإدارية وتكاليف الاتصال في عقد الصفقات بين المتعاملين كونها تعتمد على الاتصال الإلكتروني المباشر بدلا من المستندات الورقية التي تعتمد عليها التجارة التقليدية؛
- تعد التجارة الإلكترونية وسيلة فعالة في زيادة سرعة الوصول إلى أسواق العالم جميعا، حيث أنها تعود على البائعين والمشتريين بالمنفعة على حد سواء، من خلال تخطي حواجز الزمن والمسافات، والوصول إلى أساليب متعددة ومتنوعة في عملية البيع والشراء؛
- إن ما توفره التجارة الإلكترونية من سرعة في تدفق المعلومات في الوقت المناسب وبطريقة دقيقة سوف

¹ باسم أحمد المبيضين، التجارة الإلكترونية، عمان: دار جليس الزمان للنشر والتوزيع، 2010، ص، ص: 23، 24.

يساهم في ترشيد قرارات المتعاملين وزيادة تبادل المنافع بين البائعين والمشتريين¹

- تعتمد التجارة الإلكترونية في عملياتها على الحاسب الآلي بالدرجة الأولى، وهذا بدوره ما يساهم في مساعدة الشركات على إتباع أنظمة التشغيل الحديثة (أسلوب التشغيل على أجزاء المنتج، عمليات التحكم والرقابة وتخطيط الاحتياجات من الموارد، وموارد التصنيع والوقت المحدد...) ² وهذا ما يعني أن أهمية التجارة الإلكترونية لا تتوقف على الربح الذي يحققه الأفراد والشركات منها فقط، بل تتسع أهميتها لتشمل الدول أيضا من خلال أنها تغير من طبيعة العمل التقليدي، وتسهل العمل التجاري بين أطرافها في مختلف أنحاء العالم، باعتبار أن هذا النوع من التجارة يكون موفرا للوقت والمال والجهد.

ثانيا: أنواع التجارة الإلكترونية

تشهد التجارة الإلكترونية العديد من الأنواع والتقسيمات، حيث أنها تختلف باختلاف التبادلات التجارية بين أطراف المعاملات، وتتمثل هذه الأطراف عادة في المستهلك؛ الحكومة؛ الشركات (الأعمال)....، ويمكن حصر هذه الأنواع في الجدول الآتي:

الجدول رقم (14): أنواع التجارة الإلكترونية

	C العملاء	B وحدة الأعمال	G الحكومة
C العملاء	G2C مثال: تبادل المعلومات	G2B مثال: تبادل المعلومات	G2G مثال: التسويق
B وحدة الأعمال	B2C مثال: شراء وبيع	B2B مثال: تبادل المعلومات	B2G مثال: المشتريات
G الحكومة	C2C مثال: أسواق المزادات	C2B مثال: طلب الشراء	C2G مثال: دفع الضرائب

المصدر: حسين شنيني، "التجارة الإلكترونية كخيار استراتيجي للتواجد في الأسواق الدولية ومقومات إقامتها في الوطن العربي- واقع وتحديات"، أطروحة دكتوراه في جامعة ورقلة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، 2014، ص: 24.

¹ رمضان علي السيد معروف، التجارة الإلكترونية في اليابان ومدى استفادة مصر منها، ط1، مصر: مكتبة جزيرة الورد، 2012، ص: 18، 19.

² جلال الشافعي، التجارة الإلكترونية والضرائب، مصر: مؤسسة الأهرام، 2004، ص: 21، 22.

ويمكن شرح الجدول السابق، وتحديد أنواع التجارة الإلكترونية على النحو الآتي:

1. التجارة الإلكترونية من المستهلك إلى المستهلك (C2C): Consumer To e-business

Consumer

في هذا النوع تكون الشركة بمثابة وسيط، أي أنها تعمل على تقييم الأسواق الإلكترونية التي تسمح للمستهلكين بالبيع للمستهلكين الآخرين، حيث يمكن لهذه الشركة (الوسيط) كسب الأموال من خلال الإعلانات، والاشتراكات بالموقع أو الحصول على العمولة على المبيعات وغيرها من الطرق الأخرى.

2. التجارة الإلكترونية من وحدة أعمال إلى وحدة أعمال أخرى (شركة إلى شركة B2B): Business

To Business e-Business

أي أنه يمكن شراء وبيع المنتجات والخدمات وذلك بربط الشركات من خلال تطوير التجارة الإلكترونية من مؤسسة إلى مؤسسة، وهذا ما يطلق عليه بـ"اكسترنانت" والتي تشير إلى ربط الشركة ومورديها عبر نظام الويب. حيث أن هذا الأخير يمكن المورد من الوصول إلى المعلومات الخاصة بالمنتجات ومستويات المخزون لدى الشركة وكل ما هو جديد بشأن ذلك بصورة آلية، وهذا ما يطلق عليه تسمية نظم سلسلة التوريد الافتراضية "Virtual Supply Chain System" أي النظام المرتكز على الويب، والتي تحقق تكامل الموردين مع سلسلة التوريد¹

ويعتبر هذا الصنف من أقدم أنواع التجارة الإلكترونية وأكثرها انتشاراً، حيث أنه يعني تعامل التجار مع بعضهم البعض عبر شبكة الانترنت، من خلال تقديم طلبات الشراء إلى الموردين وتسليم الفواتير والدفع...، وباعتبار أن أغلب معاملات التجارة الإلكترونية تتم بين الشركات التجارية الدولية، مما جعل هذا النوع يعتمد أساساً على اتفاقيات التبادل الإلكتروني وأصبح هو أكثر أنواع التجارة الإلكترونية استخداماً²

¹ ستيف بينسون، كريج ستاندينج، نظم المعلومات - رؤية استراتيجية، (تر: مجدي صابر محمد، محمود عزت)، ط1، مصر: مجموعة النيل العربية، 2009، ص: 479.

² عمر عبد الفتاح علي يونس، "جوانب قانونية للتعاقد الإلكتروني في إطار القانون المدني"، أطروحة الدكتوراه في جامعة عين الشمس، كلية الحقوق، 2009، ص: 560.

3. التجارة الإلكترونية من الشركات إلى المستهلكين Business To consumer B2C:

ويشمل هذا النوع نشاطات بيع التجزئة أو الإعلانات في إطار علاقات متبادلة بين الشركات التجارية والمستهلكين، ومن أمثلة هذا النوع نجد شراء وبيع الكتب عبر المتاجر الإلكترونية أو عبر الانترنت، مما يتيح للمستهلكين الاطلاع على الكاتالوج الإلكتروني للشركات التي يقصدونها، وكذا يمكنهم من التجول داخل هذه المتاجر لشراء السلع والخدمات أو حتى لإكمال الصفقات إلكترونياً، إضافة إلى استخدام مختلف وسائل الدفع الإلكترونية لإتمام عملية الدفع¹

وتوسع استخدام هذا النوع من التجارة الإلكترونية مع ظهور شبكة الانترنت بشكل كبير، حيث ساهمت هذه الشبكات في ظهور ما يسمى بالمراكز التجارية للتسوق Shopping malls التي تقدم خدماتها من خلال عرض السلع والخدمات لصالح الشركات أو المؤسسات، وتنفيذ الصفقات التجارية من خلال عمليات البيع والشراء عبر شبكة الانترنت، وإتمام الدفع إما إلكترونياً أو نقداً عند التسليم.

3. التجارة الإلكترونية من المستهلك إلى الحكومة Consumer To Government e- C2G :business

وتكون من خلال قيام الأفراد بسداد الضرائب مثلاً، أو رسوم تجديد رخص السيارات للحكومة عن طريق الانترنت، وسداد فواتير التليفونات أو التقدم لشغل الوظائف المعلن عنها في المواقع الحكومية وغيرها من المواقع الأخرى المتوفرة على الانترنت²

5. التجارة الإلكترونية عبر تطبيقات المشاركة Peer To Peer application e-business:

تسمح هذه التطبيقات بممارسة أنواع التجارة الإلكترونية السابقة، حيث أنها تسمح لمستخدم الحاسوب بالمشاركة في الحصول على المعلومات وإجراء العمليات عليها مباشرة مع مستخدم آخر عبر الانترنت أي استعمالها في التعامل بين مستهلك ومستهلك آخر C2C، أو بين شركة وشركة أخرى B2B أو التعامل بين الشركات والمستهلكين B2C، وبالتالي فإن هذه التطبيقات تمكن مستخدميها من مبادلة الملفات والبرمجيات والفيديوهات إلكترونياً بصورة مباشرة.

¹ إبراهيم أحمد سعيد زمزمي، "القانون الواجب التطبيق في المنازعات: عقود التجارة الإلكترونية- دراسة مقارنة"، أطروحة دكتوراه في جامعة عين الشمس، كلية الحقوق، 2007، ص: 22.

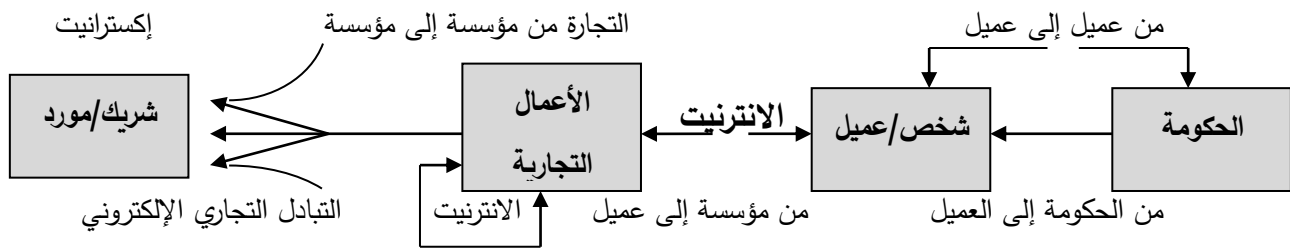
² مصطفى يوسف كافي، التجارة الإلكترونية، سوريا: دار مؤسسة رسلان، 2009، ص، ص: 14، 15.

5. التجارة الإلكترونية عبر الهاتف المحمول Mobile Commerce:

بمعنى أنه يمكن تنفيذ أنشطة وتطبيقات التجارة الإلكترونية عبر الأجهزة اللاسلكية مثل الهاتف المحمول، فعلى سبيل المثال يمكن للمستخدم إجراء عملياته البنكية عبر الهاتف المحمول. كما وظهرت حديثاً خدمة تحديد الموقع عبر الهاتف (Location-Based commerce)، وتعد من ضمن تطبيقات التجارة الإلكترونية التي توفر القدرة على تحديد موقع المستخدم عبر الهاتف المحمول¹

ويمكن تلخيص كل ما سبق ذكره من أنواع التجارة الإلكترونية في الشكل الآتي:

الشكل رقم (15): أنواع التجارة الإلكترونية



المصدر: ستيف بينسون، كريج ستاندينج، نظم المعلومات - رؤية تجارية، (تر: مجدى صايح محمد، محمود عزت)، ط1، مصر: مجموعة النيل العربية، 2009، ص: 478.

وهذا ما يعني أن نوع التجارة الإلكترونية يختلف باختلاف طبيعة العلاقة بين أطرافها، وكذا طبيعة العلاقة بين نشاطاتها. فتكون التجارة الإلكترونية إما من المستهلك إلى المستهلك، أو من شركة إلى شركة أو من المستهلك إلى الحكومة، وهناك أيضا أنواع أخرى مثل التجارة الإلكترونية عبر تطبيقات المشاركة أو عبر الهاتف المحمول.

¹ محمد نور صالح الجداية، سناء جودت خلف، تجارة إلكترونية، عمان: دار حامد، 2008، ص: 28.

المبحث الثاني: المراكز الإلكترونية والأمنية لعمل التجارة الإلكترونية

يتوقف عمل التجارة الإلكترونية على توفر قاعدة إلكترونية وأمنية، تمكنها من ممارسة النشاطات التجارية بصورة سليمة وفعالة. وتؤدي الانترنت الدور الكبير في هذه الممارسات، لذلك توجب علينا إبراز كيفية استخدام الانترنت في تطبيق التجارة الإلكترونية - بما في ذلك عملية الدفع- التي تتطلب استخدام وسائل إلكترونية مختلفة، مثل: البطاقات الائتمانية؛ الشيك الإلكتروني؛ البنوك الإلكترونية...، دون إغفال التركيز على كيفية المحافظة على أمن المعاملات التجارية الإلكترونية عبر الانترنت. لذلك سنحاول من خلال هذا المبحث التركيز على ارتباط التجارة الإلكترونية مع الانترنت، إضافة إلى تحديد أهم وسائل الدفع التي تعتمد عليها هذه التجارة، وكذلك معرفة أهم الأنظمة المحافظة على أمن المعاملات التجارية الإلكترونية.

المطلب الأول: الانترنت والتجارة الإلكترونية

قد أحدث ظهور الانترنت وانتشارها في جميع القطاعات، تغيرات جذرية في التجارة الإلكترونية أين وسعت مفهوم التجارة إلى إيجاد فرص جديدة من خلال اعتماد التجارة عبر الانترنت، وكذلك الاستثمار المالي في الأسواق المالية عبر الانترنت، وغيرها من الممارسات الأخرى.

وتعددت التسميات التي تطلق على شبكة الانترنت، حيث أنها اختصار لعبارة "International Network" أي شبكة المعلومات الدولية، كما تسمى بالشبكة العلمية "Net Work" أو الشبكة العنكبوتية "The Web".

وفي إطار تحديد مفهوم الانترنت Internet قام برنامج التنمية التابع للأمم المتحدة عام 1944 بتعريفها على أنها: "شبكة اتصالات تتألف من مجموعة من الحواسيب، والتي تربط بين أكثر من 35 ألف شبكة من مختلف شبكات الحاسوب في العالم، وتؤمن الاشتراك فيها حوالي 33 مليون مستخدم وهناك 100 دولة في العالم لديها نوع من الارتباط وإمكانية الوصول إلى الشبكة"¹

- كما أنها: "شبكة اتصالات عالمية أمريكية الأصل، وهي تمثل أكبر شبكة للاتصالات العالمية في الوقت الحالي، فهي مجموعة من الحواسيب المرتبطة ببعضها البعض بواسطة هذه الشبكات. وحتى يسهل

¹ عبد الملك ردمان الذنابي، الوظيفة الإعلامية لشبكة المعلومات الدولية، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، ص: 33.

لنا معرفة المفهوم الشامل للانترنت لابد من معرفة معنى الشبكة في الإعلام الآلي، فالشبكة حسب مصطلح المعلوماتية المتفق عليه هي عبارة عن مجموعة من الحواسيب والأجهزة التابعة لها والمتصلة فيما بينها، بمعنى اشتراك مؤسستين أو أكثر في وضع نظام يتبعه الأطراف الأعضاء في المصادر والخدمات¹

- والانترنت أيضا هي: "مزيج من عدد كبير من الشبكات الفرعية التي تعمل بنظام مفتوح يسمح بالاتصال بين مجموعة هائلة من الحواسيب وفق لغة مشتركة واحدة هي مراسيم (TCP\ IP) التي تسمح بإيجاد نوع من التفاعل عن طريق تبادل المعلومات بسرعة عالية وبطريقة مرنة ولا مركزية"²

وبالتالي يمكن التمييز بين نوعين من شبكات الانترنت - وفقا للنطاق الجغرافي- على النحو الآتي:

1. الشبكات الواسعة "Wide Area net Word" (WAN): وتعني الشبكة التي تصل بين عدة أجهزة تكون متباعدة جغرافيا، وتعود ملكية هذه الأجهزة أو وسائل الاتصال إلى جهات معينة مشتركة مثل: شركة الاتصالات (Telco) أو مزود الخدمة (TSP)، وفي إطار التعامل مع الشبكات الواسعة فإنه يتم استخدام مصطلحات خاصة تصف أجهزة متنوعة في مواقع مختلفة من الشبكة³

2. الشبكات المحلية "Local Area Net Work" (LAN): في هذه الحالة يكون المجال الجغرافي الذي يربط منظومات الحاسوب ببعضها البعض محدود، كأن يكون بناية المؤسسة أو طابقا رئيسيا منها بمعنى أنه يمكن للمنظمات استخدام شبكات (LAN) من أجل ربط مجالاتها الوظيفية الرئيسية بالشكل الذي يسمح بتبادل البيانات والمعلومات، ومعالجتها وتخزينها، أو تحديثها وإجراء الاستعمالات وطلب التقارير في أي وقت⁴

- وتتسم التجارة الإلكترونية عبر الانترنت بعدة سمات، يمكن حصرها في الجدول الآتي:

¹ Joe Krayment, Habraken, **Internet bibliomax**, paris: edition mac -pc, 1998, p: 07.

² سعاد بومايلة، فارس بوباكور، "أثر التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية، مجلة الاقتصاد والمناجمنت، العدد: 03، الجزائر: جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، مارس 2004، ص: 212.

³ إيهاب أبو العزم، سلسلة شبكات شهادة **CCNA 200-301**، الجزائر: دار الحكمة للنشر والتوزيع، 2020، ص: 644.

⁴ سعد غالب ياسين، الإدارة الإلكترونية، عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2020، ص: 64، 65.

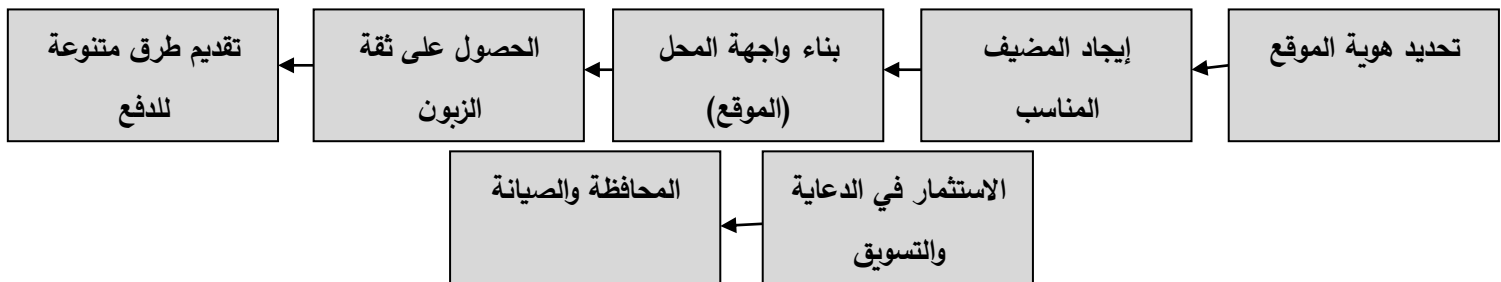
الجدول رقم (15): سمات التجارة الإلكترونية عبر الانترنت

السمة	مضمونها
انعدام العلاقة المباشرة بين أطراف العملية	بمعنى أن التجارة الإلكترونية عبر الانترنت، تجعل العلاقة بين طرفي العملية التجارية يتم من خلال الشبكة وليس بالصورة التقليدية له، وما يميز هذا الأسلوب هو الدرجة العالية من التفاعل بين طرفي العملية التجارية في الوقت نفسه على الشبكة إلكترونياً.
التفاعل المتوازي	بمعنى أن الانترنت توفر إمكانية التفاعل الجمعي مع أكثر من مصدر في الوقت نفسه، حيث يمكن لأحد أطراف المعاملة إرسال رسالة إلكترونية إلى كل المستعملين في نفس الوقت دون الحاجة إلى إعادة إرسالها إلى كل مستعمل على حدة، ويمكن من خلال شبكة الانترنت عقد ملتقيات وندوات بين المشتركين دون معرفة بعضهم البعض.
التسليم غير المادي للسلع والدفع الإلكتروني	بمعنى أنه يمكن للتجارة الإلكترونية عبر الانترنت تسليم السلع والخدمات غير المادية، إضافة إلى إمكانية دفع مستحقاتها عبر الانترنت، وذلك باستخدام وسائل الدفع الإلكترونية المختلفة والمتاحة.
تقليل التكلفة	تساعد التجارة الإلكترونية عبر الانترنت على الاستفادة من مزايا التبادل الإلكتروني والوثائق الإلكترونية بأعلى كفاءة وبأقل تكلفة ممكنة.

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على رشيد بوعافية، محمد يدو، "التجارة الإلكترونية والاستثمار عبر شبكة الانترنت: الإطار النظري والتطبيقي"، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد: 18، الجزائر: جامعة خميس مليانة، جانفي 2018، ص: 165.

ويمكن إنشاء موقع للتجارة الإلكترونية عبر الانترنت بإتباع عدة خطوات أساسية، يمكن حصرها في الشكل الآتي:

الشكل رقم (16): خطوات إنشاء موقع للتجارة الإلكترونية عبر الانترنت



المصدر: الأمم المتحدة، اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغرب آسيا، بناء القدرات في تطبيقات مختارة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات لدى الأعضاء في الأسكوا، نيويورك: الحكومة الإلكترونية والتجارة الإلكترونية، 2000، ص: 61.

- ويمكن شرح الخطوات السابقة على النحو التالي:

1. **تحديد هوية الموقع:** حتى يمكن نجاح موقع التجارة الإلكترونية عبر الانترنت وإعلام الزبائن بوجود موقع لهذه التجارة، لابد من تحديد هوية الموقع وعنوانه على الانترنت بشكل واضح منذ المرحلة الأولى؛
 2. **إيجاد المضيف المناسب:** من أساسيات نجاح موقع التجارة الإلكترونية عبر الانترنت القدرة على تحديد المضيف الجيد، وأفضل المترشحين للاستضافة عادة هم مزودو خدمات الانترنت؛
 3. **بناء واجهة المحل (الموقع):** تعتبر واجهة المحل أو الموقع هي التي تكون أول انطباع لدى الزبائن لذلك يجب أن تتناسب الواجهة مع الأهداف التسويقية للشركة مع العمل على تبسيط هيكل الموقع، حتى يسهل تصفحه وتحميله في فترة قصيرة؛
 4. **الحصول على ثقة الزبون والمحافظة عليها:** بمعنى أنه من ضروريات نجاح موقع التجارة الإلكترونية عبر الانترنت، هو الحصول على ثقة الزبون وكيفية الحفاظ على استمرارية هذه الثقة، فعلى الأقل يمكن للشركة الحفاظ على ثقة زبونها من خلال قدرتها على إدارة طلباته بطريقة جيدة وفي الوقت المناسب، وصولاً إلى جودة السلع والخدمات المقدمة؛
 5. **تقديم طرق متنوعة للدفع:** أي يجب على هذه المواقع أن تساعد الزبون على معرفة المكونات الرئيسية لمعالجة عمليات الدفع، وكذا تزويده بطرق ووسائل دفع متنوعة مثل بطاقات الائتمان والشيكات الإلكترونية...؛
 6. **الاستثمار في الدعاية والتسويق:** يتطلب نجاح موقع التجارة الإلكترونية التسويق المناسب وذلك لتوعية المتعاملين والمستهلكين من جهة، ولزيادة المبيعات من جهة أخرى ويكون ذلك من خلال الإعلان مثلاً؛
 7. **المحافظة والصيانة:** بعد إجراء الخطوات السابقة ككل، لابد من العمل بشكل مستمر على المحافظة على الموقع والبحث عن الأداء الأفضل، وتخطيط مقدرة الموقع في كل فترة وأخرى¹
- وبذلك تعتبر الانترنت من أم المرتكزات التي تقوم عليها التجارة الإلكترونية، حيث تستخدمها هذه الأخيرة في عرض السلع والخدمات وتسليمها وإنشاء مواقع لها (متاجر إلكترونية) بغية مواكبة التطورات

¹ الأمم المتحدة، مرجع سبق ذكره، ص: 63.

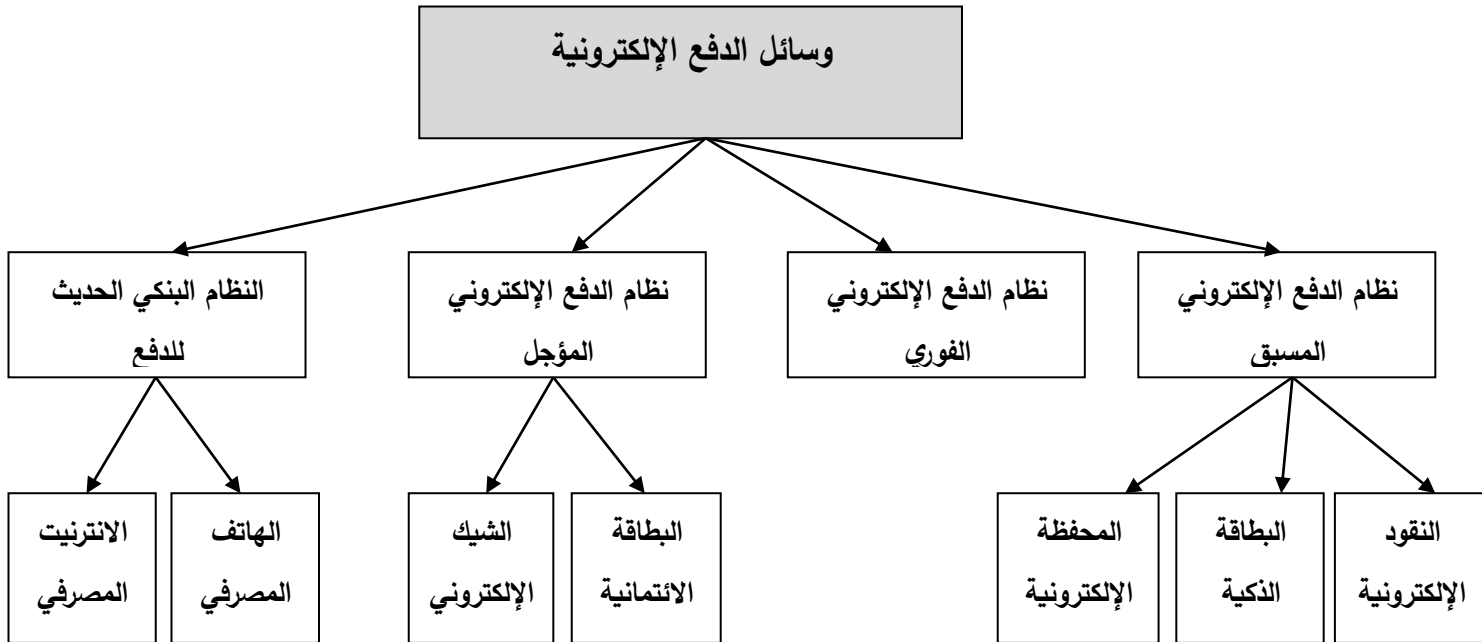
التكنولوجية المتسارعة، وكذا تحليل تكلفة التسويق والإعلان وتسليم السلع وغيرها من الخدمات الأخرى ولا يمكن تفعيل خصائص التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت إلا من خلال اعتماد أنظمة ووسائل الدفع الإلكترونية المختلفة.

المطلب الثاني: وسائل الدفع المعتمدة في التجارة الإلكترونية

لقد نتج عن التطورات التكنولوجية المختلفة، ظهور أنظمة الدفع الإلكترونية التي تعد أكثر ملائمة لمتطلبات التجارة الإلكترونية بمفهومها الشامل، مما جعلها تمثل الحجر الأساس في نجاح هذا النوع من التجارة، كما وتمكنت وسائل الدفع الإلكترونية من حل المشكلات التي أفرزتها وسائل الدفع التقليدية الأمر الذي جعلها تنشر بسرعة وتحقق مزايا لم تستطع الأنظمة التقليدية تحقيقها.

وهناك العديد من وسائل الدفع الإلكترونية التي تعتمد على التجارة الإلكترونية، والتي تصنف وفق توقيت الدفع إلى ثلاثة أنظمة للدفع إلكترونيًا. وحتى يسهل فهمها أكثر، يمكن تلخيصها في الشكل الآتي:

الشكل رقم (17): وسائل الدفع المعتمدة في التجارة الإلكترونية



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مجموعة من المراجع

أولاً: نظام الدفع الإلكتروني المسبق

يمكن هذا النظام العميل من الحصول على النقود مسبقاً، من خلال سداد ثمنها حتى يتمكن من

اقتناء حاجياته، حيث يحصل على النقد الإلكتروني من البنك بعد دفع نقوده الحقيقية مقدما عن طريق تخزينها على الشريحة الإلكترونية للبطاقة الذكية، أو القرص الصلب للكمبيوتر. ويشمل نظام الدفع الإلكتروني المسبق نوعين من أنظمة الدفع:

1. النقود الإلكترونية E-Cash:

لقد تعددت التسميات التي تستخدمها الأدبيات الحديثة للتعبير عن النقود الإلكترونية، فقد استخدم البعض مصطلح النقود الرقمية Digital Money، العملية الرقمية Digital Currency، في حين استخدم البعض الآخر مصطلح النقدية الإلكترونية E-Cash¹

وتعتبر النقود الإلكترونية من مظاهر تطورات العصر الحديث، حيث أنها تعبر عن تحويل المبالغ المالية من جهة إلى أخرى وفق نظام إلكتروني يطلق عليه بنظام تحويل الأموال الإلكتروني، وأصبح هذا النظام يستخدم بشكل واسع لتحويل الأموال من طرف العديد من المؤسسات والبنوك أيضا، ومن أهم ما يميز هذه التقنية هي السرعة الفائقة في تحويل الأموال وبأقل تكلفة ممكنة²

كما أن النقود الإلكترونية هي "قيمة نقدية مخزنة على وسيلة إلكترونية مدفوعة مقدما وغير مرتبطة بحساب بنكي، وتحظى هذه النقود بإقبال واسع باستخدامها كأداة للدفع، من أجل تحقيق أغراض مختلفة"³

بمعنى أن النقود الإلكترونية عبارة عن المال أو العملة، التي يتم تبادلها بطريقة إلكترونية فقط باستخدام شبكات الحواسيب والانترنت وبرامج تخزين المعلومات إلكترونيا، وتشمل هذه العملات الأموال الإلكترونية والدفع المباشر، وكأسهل مثال عنها نجد البيتكوين.

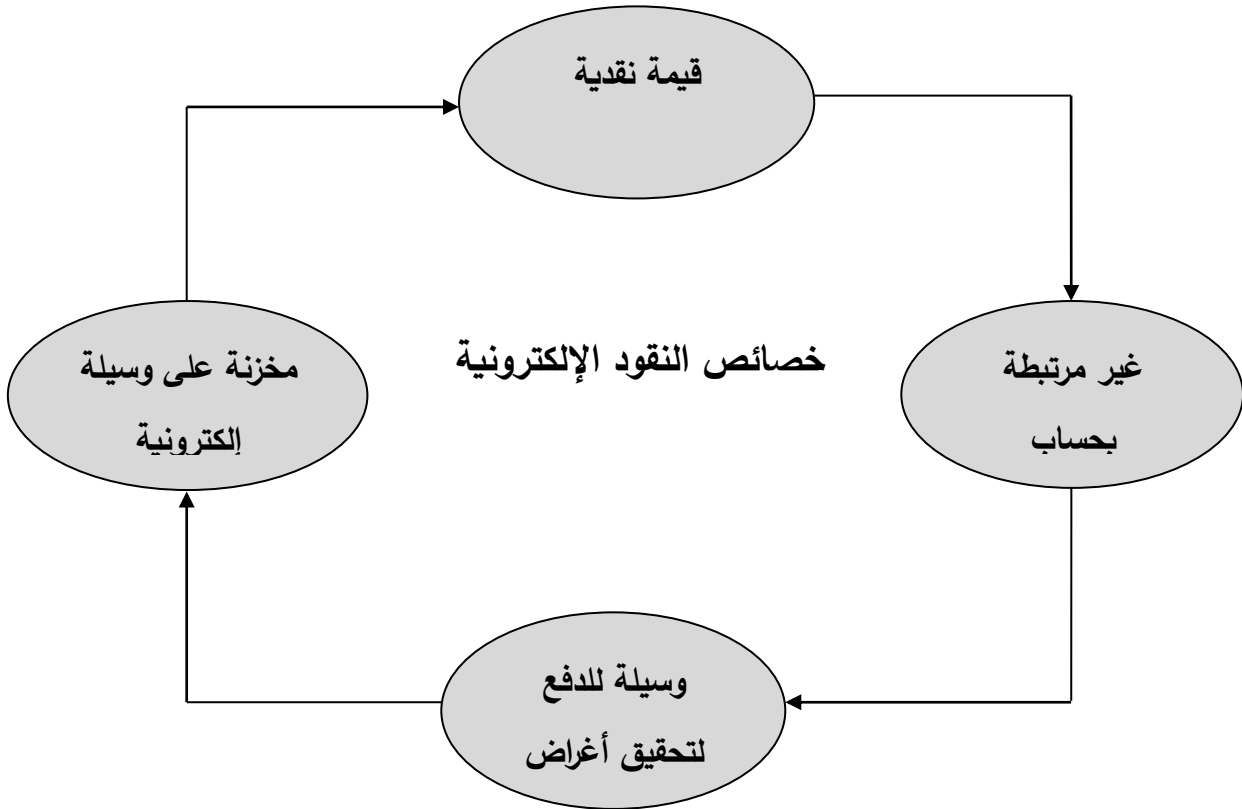
- بناءا على مفهوم النقود الإلكترونية، يمكن تحديد خصائصها في الشكل الآتي:

¹ Berenstien Alexander, "Monetary policy implication implications of Digital Money", **munich personal RCP-EC Archive**, n: 37392, March 2012, p: 17.

² هيثم محمد حرمي شريف، "النقود الإلكترونية: ماهيتها، أنواعها، آثارها"، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، العدد: 22، الجزائر: المركز الجامعي أفلو، جوان 2020، ص: 493.

³ نعمان ضياء علي أحمد، "النقود الإلكترونية وسيلة وفاء في التجارة الإلكترونية"، المجلة المغربية للدراسات القانونية والقضائية، العدد: 05، المغرب: كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية بمراكش، 2011، ص: 71.

الشكل رقم (18): خصائص النقود الإلكترونية



المصدر: مصطفى يوسف كافي، النقود والبنوك الإلكترونية في ظل التقنيات الحديثة، سوريا: دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، 2011، ص: 22.

ويمكن شرح هذا الشكل كما يلي:

- **قيمة نقدية:** أي أنها عبارة عن نقود تشمل وحدات نقدية لها قيمة مالية تكون قادرة على شراء السلع والخدمات؛

- **مخزنة على وسيلة إلكترونية:** أي أنه يتم شحن القيمة النقدية للنقود الإلكترونية بطريقة إلكترونية على بطاقة بلاستيكية، أو على القرص الصلب للكمبيوتر الشخصي للمستهلك؛

- **غير مرتبطة بحساب بنكي:** وهذا ما يميز النقود الإلكترونية عن بقية وسائل الدفع الإلكترونية الأخرى Electronic Means Of Payment، حيث نجد أن هذه الأخيرة تكون مرتبطة بحساب بنكي للعميل حامل هذه البطاقات، حتى يتمكن من دفع ثمن السلع والخدمات بعمولة يتم دفعها للبنك مقابل هذه الخدمة عكس النقود الإلكترونية؛

- **وسيلة للدفع لتحقيق أغراض مختلفة:** بمعنى أنه يجب أن تكون النقود الإلكترونية قادرة على دفع

الالتزامات من شراء السلع والخدمات، ودفع الضرائب...¹

2. البطاقات الذكية Smart Card:

تعتبر البطاقات الذكية من أحدث البطاقات المستخدمة والأمنة على مستوى العالم، حيث أن ما تعتمد عليه هذه البطاقات من تكنولوجيا متطورة، جعلها تحد من مشاكل السرقة التي تتعرض لها البطاقات البلاستيكية الأخرى.

ويقصد بالبطاقات الذكية أنها: "بطاقات بلاستيكية تحتوي على خلية إلكترونية، يتم فيها تخزين البيانات الخاصة بحامل البطاقة مثل الاسم؛ العنوان؛ المصدر؛ أسلوب الصرف والمبلغ المصروف تاريخه؛ وتاريخ حياة الزبون المصرفية وغيرها من المعلومات الأخرى"²

كما أن البطاقات الذكية عبارة عن "بطاقة تحتوي على معالج دقيق يسمح بتخزين الأموال من خلال البرمجة الأمنية والتأكد من سلامة كل معاملة من الخداع، وهذه البطاقة تستطيع التعامل مع بقية الحواسيب ولا تتطلب تأكيد وتفويض لصلاحيات البطاقة من أجل نقل الأموال من المشتري إلى البائع"³

بمعنى أن البطاقات الذكية عبارة عن بطاقات بلاستيكية يمكن وضعها في المحفظة الشخصية وتكون مزودة بشريحة كمبيوتر مدمجة تقوم بمعالجة المعلومات وتخزين البيانات، وتعمل إما بالاتصال المباشر أو عن بعد.

بناء على مفهوم البطاقات الذكية، يمكن تحديد خصائصها في النقاط الآتية:

- يمكن تحويل البطاقة الذكية إلى حافظة نقود الإلكترونية، أو تحويلها إلى بطاقة تعريف الهوية، أو تذكرة للتنقل بوسائل النقل العمومية؛

- تستخدم البطاقات الذكية في تأمين إجراء التحويلات المالية داخل الشبكة الدولية للمعلومات؛

¹ مصطفى يوسف كافي، النقود والبنوك الإلكترونية في ظل التقنيات الحديثة، سوريا: دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، 2011، ص: 19، 20.

² محمد الطائي عبد الحسين، التجارة الإلكترونية - المستقبل الواعد للأجيال القادمة، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2010، ص: 187.

³ ديثمال المجالي، أسامة عبد المنعم، التجارة الإلكترونية، الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع، 2013، ص: 215.

وكمثال واضح عن البطاقات الذكية، نجد بطاقة موندكس "Mondex Smart Card" والتي ظهرت عام 1999، حيث أنها عبارة عن منتج لمؤسسة ماستركارد العالمية، وتكتسب هذه البطاقات قبول كبير على الانترنت في موقع السوق العام¹

- تعثر البطاقات الذكية أكثر أماناً في الصفقات المالية عندما يتم إدخالها إلى القارئ الذي يمثل ماكينة تقوم بتحويل البيانات من وإلى الحاسبة المركزية؛

- يمكن شحن البطاقات الذكية عند كل اتصال في الهاتف النقال، وتعتبر بطاقة الجوال SIM Card أفضل مثال لاستخداماتها في الاتصال²

وتقوم البطاقات الذكية على تكنولوجيا عالية توفر الكثير من الامتيازات لكل من المستخدم والبنك أو المصرف أو المحلات التجارية التي تتعامل بها، لذلك تعرف هذه البطاقات انتشاراً واسعاً منذ تسعينات القرن الماضي، وذلك لعدة أسباب منها:

- تناقص تكلفة البطاقة الذكية التي أصبحت تتراوح بين 1 و 2,5 دولار؛
- تزايد المخاوف حول احتمالات التزوير التي ترافق استخدام البطاقات العادية؛
- تزايد الاهتمام بالتعامل عن بعد عبر الهواتف والحواسيب الشخصية؛
- البحث عن فرص جديدة من قبل شركات الاتصال والحواسيب، حيث يمكن تحويل هذه البطاقة إلى حاملة نقود إلكترونية، أو إلى بطاقة تعريف أو تأمين صحية... مثل ما قامت به شركة Sun micro system الأمريكية التي قامت بتطوير بطاقة تمكن صاحبها من التعريف بهويته والحصول على بريده الإلكتروني عوضاً عن الشفرات التي تكون أقل أماناً³

وتستخدم البطاقات الذكية في العديد من المجالات، وذلك للاستفادة من فوائدها ويمكن حصر هذه الاستخدامات في الجدول الآتي:

¹ محمد زايد، "البطاقات البنكية كأداة لتفعيل التجارة الإلكترونية"، مجلة ضياء للدراسات القانونية، العدد: 02، الجزائر: المركز الجامعي البيض، 2021، ص: 65، 66.

² محمد ناصر إسماعيل، أمل حسن علوان، تغريد جليل، "البطاقة الذكية وأثرها على التقليل من بعض المخاطر المصرفية"، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد: 37، العراق: كلية العلوم الاقتصادية جامعة بغداد، 2013، ص: 83.

³ حميد فشيث، حكيم بناولة، "واقع وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر"، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد: 03، الجزائر: جامعة خميس مليانة، ماي 2011، ص: 209.

الجدول رقم (16): مجالات استخدام البطاقات الذكية

محتواه	مجال الاستخدام
تتجه الشركات والحكومات إلى البطاقة الذكية لإتاحة المعلومات بسهولة لمن يحتاجونها مع حماية الخصوصية الأفراد في الوقت نفسه من القرصنة، وتستطيع البطاقات الذكية في مجال تكنولوجيا المعلومات تأمين تسجيل الدخول والمصادقة للمستخدمين على أجهزة الكمبيوتر والشبكات، إضافة إلى التجارة الإلكترونية الأمنية بين المؤسسات (B2B) وبين المؤسسات والمستخدمين (B2C) .	تكنولوجيا المعلومات
يستخدم المشتركون المستخدمون لمعيار النظام العالمي للاتصالات المستقلة GSM للهواتف المحمولة تقنية البطاقة الذكية، حيث تخزن هذه الأخيرة معلومات المشترك الشخصية والتفاصيل ويتم نقلها من هاتف إلى آخر، كما يستفيد مقدم الخدمات اللاسلكية من تقليل الاختلال. حيث تعمل البطاقات الذكية كآلية أمنية لحماية تلك الخدمات وضمان الثقة.	الاتصالات المستقلة
تؤدي البطاقة الذكية أدوارا مختلفة، فهي تعمل كوسيلة تقليدية لتحديد الهوية؛ ووثيقة سفر؛ وأخيرا كمفتاح مرور لبيانات المواطن المختلفة. كما تستخدم للمصادقة والتوقيع الإلكتروني.	المعرفات الإلكترونية
تعمل البطاقة الذكية كعنصر مهم في نظام تكنولوجيا المعلومات حيث أنها تكون عكس المستندات الورقية التي يمكن تزويرها بسهولة وتستخدم هذه البطاقات على نطاق واسع للتأمين الصحي.	التأمين والتأمين الصحي
يدمج جواز السفر الإلكتروني الذكي مع معالج دقيق يخزن نسخة رقمية من صورة الهوية وجميع بيانات الهوية الموجودة في الصفحة الأولى من جواز السفر الورقي.	جوازات السفر الإلكترونية والبيومترية

المصدر: من أعداد الباحثة بالاعتماد على محمد عبد الكريم يوسف، "سوق البطاقة الذكية"، نقلا عن:

<https://m.alhewae.org>، 22 نوفمبر 2022، 11:14.

3. المحفظة الإلكترونية E-Portfolio:

ويقصد بالمحفظة الإلكترونية مجموعة من الأدلة، يجمعها ويديرها المستخدم على شبكة الانترنت وقد تتضمن هذه الأدلة إما نص أو ملفات الكترونية؛ أو وسائط متعددة؛ أو مقالات ومدونات¹

كما أن المحفظة الإلكترونية عبارة عن بطاقة بلاستيكية مزودة بشريحة حوسبية يمكن للمستخدم

¹ منير نوري، التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2014، ص: 211.

تثبيتها على الكمبيوتر الشخصي له، أو تكون في شكل قرص مرن يمكن إدخاله في الكمبيوتر ليتم نقل القيمة المالية منه بصورة آلية عبر الانترنت¹

وتتميز المحفظة الإلكترونية بجملة من الخصائص، يمكن تحديدها في النقاط الآتية:

- تعتبر إحدى التقنيات الرقمية التي تنظم الحركات المالية للدفع والسداد بسهولة، وذلك بواسطة تطبيق يتم إثباته على الأجهزة الذكية المختلفة؛

- المحفظة الإلكترونية هي إحدى الإصدارات الرقمية لبطاقات الائتمان أو الخصم المباشر، وتكون هذه البطاقة مخزنة في تطبيق على الهاتف أو الكمبيوتر الخاص بالمستخدم؛

- تتكون المحفظة الإلكترونية من برنامج يعمل على تخزين المعلومات الشخصية، وبالتالي يوفر درجة عالية من السرية والأمن وتشفير البيانات؛

- تقوم المحفظة الإلكترونية على أساس الدفع المسبق منذ وصول الوحدات إلى البطاقة الخاصة بمحفظة التاجر، وبالتالي فإن الدفع أو الوفاء في المحفظة الإلكترونية يكون مباشراً²

وتنقسم المحافظ الإلكترونية إلى فئتين:

- **المحفظة الإلكترونية Server-Side**: ويخزن هذا النوع معلومات العميل على server يسمى Remote Server لدى تاجر معين، وقد تحتوي هذه المحفظة على مخاطر كشف المعلومات الشخصية للمستخدمين، إذا ما أخل server العميل بأمانه بما فيها أرقام وبيانات بطاقة الائتمان رغم أنها تستخدم أنظمة أمن قوية؛

- **المحفظة الإلكترونية Client-Side**: ظهر هذا النوع قبل Server-Side، ويتم تركيبها على الكمبيوتر الخاص، ويتم تخزين المعلومات بها لمرة واحدة فقط، وهي غير محمولة وبالتالي لا تعطي الحرية لمستهلكي الانترنت للتسوق والشراء من أي مكان³

ثانياً: نظام الدفع الإلكتروني الفوري Debit Card

يأخذ هذا النظام تسميته من طريقة الدفع التي يعتمد عليها، حيث أنه يتم وفقه دفع ثمن السلعة التي

¹ منير محمد الجنيهي، ممدوح محمد الجنيهي، البنوك الإلكترونية، مصر: دار الفكر الجامعي، 2005، ص: 53.

² الشريف بحماوي، مصطفى سليمان، "خصوصية وسائل الوفاء الإلكتروني ودورها في المعاملات التجارية"، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، العدد: 07، الجزائر: جامعة المسيلة، سبتمبر 2017، ص: 145.

³ ولاء سعد أبو زيد، المحفظة الرقمية، الإمارات العربية المتحدة: صندوق النقد العربي، 2021، ص: 06.

يقتنيها المستهلك في نفس وقت إنهاء إبرام عقد شرائها مع البائع دون سبق أو تأخير في دفع ثمنها ويكون الدفع هنا عن طريق استخدام المستهلك لبطاقة السحب المباشر، حيث أن هذه البطاقة تقوم بتحويل القيمة المالية من حساب صاحب البطاقة إلى حساب التاجر مباشرة دون أي تأخير، ودون حتى أن يقوم البنك بالسداد نيابة عنه، حيث تتصل بطاقة الدفع الفوري بحساب صاحبها في البنك¹

ويقصد ببطاقات الدفع الفوري أنها البطاقات التي تمكن صاحبها من دفع ثمن السلع والخدمات المتحصل عليها من بعض المحلات والأماكن التي تقبل الدفع بالبطاقة بموجب اتفاق من الجهة المصدرة لها، ويكون ذلك من خلال تحويل ثمن البضائع والخدمات من حساب المستهلك إلى حساب البائع أو التاجر، بمعنى أن بطاقة الدفع الفوري تستخدم بدلا من الشيك للوفاء بقيمة السلع والخدمات من مقر التاجر القابل لها²

كما أنها عبارة عن بطاقة بلاستيكية يتم بموجبها خصم ثمن المشتريات من رصيد صاحب البطاقة مباشرة بعد التحقق من صحة رقم البطاقة، وبالتالي تحويل القيمة المالية من حساب صاحب البطاقة إلى حساب التاجر مباشرة دون تأجيل ودون أن يقوم البنك بالسداد نيابة عن العميل³

وبالتالي يتبين من خلال ما سبق، أن أنظمة الدفع الفوري تتميز بأنها بطاقات متعددة الاستخدامات حيث أنها تستعمل لسداد المشتريات، كما أنها تستعمل لسحب النقود من الحساب، فهي تجمع بين النظام *ATM والاستخدام عند نقطة البيع POS*. كما أنها بطاقات متجددة حيث يمكن إعادة تحميلها بمبالغ مالية أخرى عن طريق إيداع النقود في البنك، إضافة إلى أنها توفر الوقت والجهد من خلال الخصم المباشر من حساب العميل بصورة فورية بمجرد تقديم البطاقة.

¹ دويني مختار، "وسائل الدفع الإلكتروني ومدى مساهمتها في تطور التجارة الإلكترونية في الجزائر"، مجلة القانون العام الجزائري والمقارن، العدد: 01، الجزائر: جامعة الجيلالي الياصب سيدي بلعباس، جوان 2021، ص: 199.

² وسيلة مصطفى هنشور، "النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري والمقارن"، أطروحة دكتوراه في جامعة مستغانم، كلية الحقوق، 2017، ص: 297.

³ محمد نور برهان، عز الدين خطاب، التجارة الإلكترونية، مصر: الشركة العربية المتحدة للتسويق والتسويق والتوريدات، 2009، ص: 312.

* ATM: هي اختصار لعبارة Automated Teller Machine، أي الصراف الآلي، وهو جهاز إلكتروني يوفر لعملاء المؤسسات المالية إجراء المعاملات المالية في الأماكن العامة كبديل للحاجة إلى الموظف.

* SOS: هي اختصار لعبارة Point Of Sale، أي نقاط البيع، وهي عبارة عن مجموعة من مكونات الأجهزة والبرامج المتصلة التي تعمل معا لتمكين العمليات السريعة.

ثالثا: نظام الدفع الإلكتروني المؤجل

وفقا لنظام الدفع الإلكتروني المؤجل يكون الشراء فوري والدفع مؤجل، بمعنى أنه عندما يقوم المستهلك بشراء سلعة أو خدمة معينة يحصل عليها ولكن لا يسدد ثمنها فورا، بل يتم الدفع فيما بعد عن طريق البنك، ويستخدم في هذا النظام الشيك الإلكتروني؛ البطاقة الائتمانية؛ والمحفظة الإلكترونية.

1. البطاقة الائتمانية Credit Card:

تعتبر بطاقة الائتمان من أولى الوسائل التي أفرزها التطور التكنولوجي في القطاع المصرفي حيث أنها دخلت العمل المصرفي منذ بداية النصف الثاني من القرن العشرين، مما جعل البنوك تتنافس على إدخالها منذ ستينيات القرن الماضي، نظرا لما تحققه من منافع كبيرة للبنوك والأفراد. الأمر الذي جعلها أكثر وسائل الدفع الإلكتروني استخداما.

ويقصد ببطاقة الائتمان حسب مركز البطاقات بالبنك أنها: "أداة مصرفية للوفاء بالالتزامات المقبولة على نطاق واسع محليا ودوليا لدى الأفراد والتجار والمصارف كبديل للنقد، لدفع قيمة السلع والخدمات المقدمة لحامل البطاقة مقابل وصل بقيمة التزامه، الناشئ عن شرائه للسلعة أو الحصول على الخدمة. على أن يقوم التاجر بتحصيل القيمة من المصرف المصدر للبطاقة عن طريق المصرف الذي صرح له بقبول البطاقة كوسيلة دفع، ويطلق على عملية التسوية بين المصارف الأطراف فيها اسم "نظام الدفع الإلكتروني"¹

أما من الناحية القانونية، فيقدم مجمع الفقه الإسلامي تعريف البطاقة للائتمانية من وجهة نظر قانونية، ويعتبرها بأنها: "مستند يعطيه مصدره (البنك أو غيره) لشخص اعتباري (حامل البطاقة) بناء على عقد بينهما، يمكن حامل البطاقة من شراء السلع والخدمات ممن يعتمد المستند (التاجر) بدون دفع الثمن حالا لتضمنه التزام المصدر بالدفع. وتفرض بعض البطاقات الائتمانية فوائد على مجموعة الرصيد المدفوع بعد مدة محددة من تاريخ المطالبة، وبعضها الآخر لا يفرض تلك الفوائد"²

¹ رشيد بوعافية، "آلية الدفع الإلكتروني باستعمال بطاقة الائتمان عبر شبكة الانترنت"، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد: 07، الجزائر: جامعة خميس مليانة، ديسمبر 2012، ص: 27.

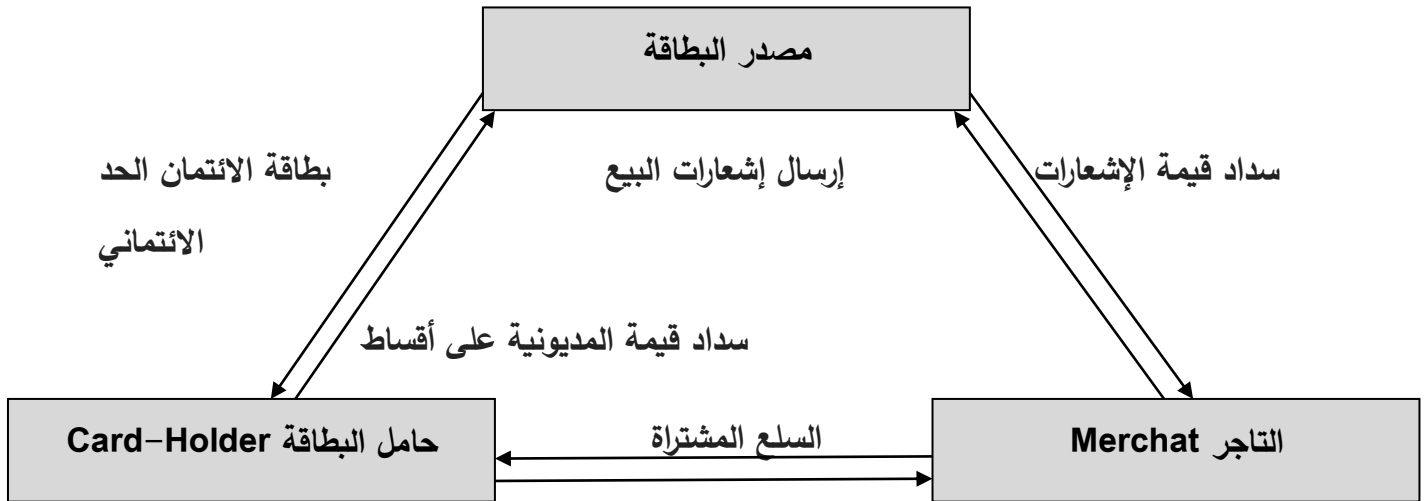
² أسعد معادي صوالحة، بطاقات الائتمان: النظام القانوني وآليات الحماية الجبائية والأمنية - دراسة مقارنة، مصر: دار قباء الحديثة للطباعة والنشر والتوزيع، 2007، ص، ص: 45، 46.

وبالتالي يتبين من خلال مفهوم بطاقة الائتمان، أن هناك أربعة أطراف رئيسية تتعامل مع بعضها في بطاقة الائتمان، وهذه الأطراف هي:

- **المركز العالمي للبطاقة:** وهي الجهة التي تتولى إنشاء البطاقة ورعايتها والموافقة على عضوية المصارف في جميع أنحاء العالم المشاركة في إصدارها، مثل visa، Mastar Expres؛
- **مصدر البطاقة:** وهي المصارف المنتشرة في جميع أنحاء العالم، والتي تتعاقد مع المركز العالمي للبطاقة ثم الاتفاق مع التجار للعمل بموجبها ثم الرجوع إلى المصدر بالثمن المستحق؛
- **حامل البطاقة:** وهم من يحملون البطاقة للحصول على السلع والخدمات من التجار بمجرد تقديمها؛
- **التاجر:** أي الشركات والمؤسسات التي يتم اتفاق المصدر معها على قبول البيع لحامل البطاقة، ثم الرجوع على المصدر بالثمن المستحق عليها¹

ويمكن تلخيص أطراف التعامل في بطاقة الائتمان والعلاقة بينها في الشكل الآتي:

الشكل رقم (19): أطراف التعامل في بطاقة الائتمان والعلاقة بينها



المصدر: نعمان العياش، "التجارة الإلكترونية أداة للمنافسة في الأسواق العالمية، صندوق النقد العربي- القدرة التنافسية

للاقتصاديات العربية في الأسواق العالمية"، سلسلة بحوث ومناقشات حلقات العامل، العدد: 05، أبو ظبي، من 4 إلى 7

أكتوبر 1999، ص: 39.

¹ نعمان العياش، "التجارة الإلكترونية أداة للمنافسة في الأسواق العالمية، صندوق النقد العربي- القدرة التنافسية للاقتصاديات العربية في الأسواق العالمية"، سلسلة بحوث ومناقشات حلقات العامل، العدد: 05، أبو ظبي، من 4 إلى 7 أكتوبر 1999، ص: 38، 39.

ويمكن تلخيص مزايا بطاقة الائتمان في الجدول الآتي:

الجدول رقم (17): مزايا بطاقة الائتمان

الفئة المستفيدة	كيفية الاستفادة
بالنسبة لحامل البطاقة	تمكن البطاقة حاملها من التسوق بسهولة كبيرة أثناء سفره، نظرا لسهولة حملها وقلة تعرضها للسرقة أو الضياع، فيستطيع شراء السلع أو تلقي الخدمات المختلفة في شتى أنحاء العالم بمجرد تقديمها دون الحاجة للدفع النقدي الفوري.
بالنسبة للتاجر	عادة ما ترحب المحلات التجارية باستعمال البطاقة الائتمانية لأنها تزيد من مبيعاتها، كما تستفيد هذه المحلات من الفرق بين أسعار العملات وأسعار الخصم إذا رغب التاجر في بيع بضاعته بالتقسيط وخصم الكمبيالات فيما بعد لتحصيل قيمتها نقدا، وتحمي بطاقة الائتمان التاجر من تعرض آلات الحساب لديه للسرقة.
بالنسبة لمصدر البطاقة (البنك)	تكون فائدة مصدر البطاقة في الحصول على عمولة من التاجر مقابل التعجيل بثمن المشتريات وفائدة من العميل (الحامل) مقابل الائتمان الممنوح كما أن العمل بنظام بطاقة الائتمان يسمح للبنك بتألية عمليات الدفع والسحب وما يترتب عن ذلك من خفض في التكاليف، وسهولة عمليات المراقبة.
بالنسبة للاقتصاد الوطني	تزيد بطاقة الائتمان من حجم الطلب الكلي، مما يؤدي إلى زيادة حركة النشاط الاقتصادي إضافة إلى نمو القطاع المالي، حيث تصبح البنوك هي الدائن للمستهلكين بدلا من المؤسسات التجارية، إضافة إلى قلة جرائم السرقة مما يوفر الأمان للأفراد في المجتمع.

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على أحمد جميل، كهينة رشام، "بطاقة الائتمان كوسيلة من وسائل الدفع في الجزائر"، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد: 01، الجزائر: جامعة خميس مليانة، ديسمبر 2009، ص، ص: 110، 111.

2. الشيك الإلكتروني E-Check:

قد عملت البنوك والمؤسسات المالية والمصرفية على إصدار الشيك الإلكتروني من أجل استخدامه في تسديد المعاملات التجارية الإلكترونية، ويعتبر الشيك الإلكتروني مكافئا للشيكات الورقية التقليدية

المعتاد العمل بها، حيث أن الشيك الإلكتروني عبارة عن رسالة إلكترونية موثقة ومؤمنة تصدرها الجهة المصدرة للشيك، ويقوم بمهنته كوثيقة تعهد بالدفع، ويحمل توقيعاً رقمياً يمكن التأكد من صحته¹

كما يعرف الشيك الإلكتروني بأنه "التزام قانوني يستعمل لسداد مبلغ معين في تاريخ محدد لجهة أو شخص معين، ويتم تحرير الشيك الإلكتروني بواسطة أداة إلكترونية، كما يتم تذييله بتوقيع الكتروني يكون بنفس قوة التوقيع العادي (الكتابي)، الذي يكون في الورق في الدول التي تعترف بصحة التوقيع الإلكتروني"²

ويحمل الشيك الإلكتروني نفس البيانات والمعلومات الموجودة في الشيك الورقي، والمتمثلة في: رقم الشيك؛ اسم مصدر الشيك؛ رقم حساب الدافع واسم البنك، اسم المستفيد؛ القيمة التي ستدفع؛ وحدة العملة المستعملة؛ تاريخ الصلاحية؛ التوقيع الإلكتروني للدافع؛ والتظهير الإلكتروني للشيك³

ويتم العمل بالشيك الإلكتروني وفق آلية، يمكن توضيحها في النقاط الآتية:

- تحديد التوقيع الإلكتروني الخاص بكل من الساحب والمستفيد لدى أحد البنوك التي تتعامل بالشيكات الإلكترونية؛

- وبعد تحرير الشيك الإلكتروني من طرف الساحب وتذييله بالتوقيع الإلكتروني الخاص به يقوم بإرساله للبريد الإلكتروني الخاص بالبائع؛

- يقوم المستفيد بعد استلامه للرسالة الإلكترونية التي تحتوي على الشيك الإلكتروني بوضع توقيعه وإرساله إلكترونياً إلى البنك؛

- ومن أجل إتمام المعاملة وصحتها يقوم البنك بإرسال تأكيد لكل من الساحب والمستفيد⁴

ويتميز الشيك الإلكتروني بجملة من الخصائص يمكن حصرها في النقاط الآتية:

¹ رمزي محمود، النقود والبنوك والتجارة الإلكترونية: ثورة نقدية تفرع أبواب القرن الحادي والعشرين وإعادة صياغة مستقبل الشعوب، مصر: دار التعليم الجامعي، 2005، ص: 212.

² محمد سعيد أحمد إسماعيل، أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية، بيروت: منشورات الحلبي الحقوقية، 2009، ص: 307.

³ أحمد محمد غنيم، الإدارة الإلكترونية: آفاق الحاضر وتطلعات المستقبل، مصر: المكتبة العربية، 2004، ص: 310.

⁴ سفيان بن نقي، فؤاد شعبي، "أحكام الشيك الإلكتروني"، مجلة القانون والعلوم السياسية، العدد: 02، الجزائر: المركز الجامعي النعامة، جوان 2017، ص: 139.

- تتسم الشبكات الإلكترونية بانخفاض تكلفة المقاصة مقارنة بتكلفة الشبكات العادية؛
- يحمل الشبك الإلكتروني توقيعاً رقمياً مشفر يصعب تزويره، وهذا ما يجعله أكثر حماية للمستخدمين؛
- يعتبر الشبك الإلكتروني وثيقة الكترونية، يتم الدفع بها، من خلال تحميل برنامج خاص من طرف المستخدم دون حاجته إلى استعمال دفتر شيكات ورقى¹

ثالثاً: النظام البنكي الحديث للدفع

حتى تتماشى المصارف التقليدية والإلكترونية مع التقدم التقني المذهل، طورت مجموعة متنوعة من الخدمات المعاصرة مثل الهاتف المصرفي، والانترنت المصرفي (البنوك الإلكترونية)، وأمر الدفع المصرفية وخدمات المقاصد الإلكترونية وغيرها...

1. الهاتف المصرفي (الموبايل البنكي) Phone Bank:

حسب ما اقره مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية - الأونكتاد- (2012)، إن الكثير من المصارف عملت على تطوير خدماتها نتيجة لزيادة انتشار الهواتف المحمولة، وظهور إقبال على التطبيقات والخدمات على الأجهزة المحمولة لتحسين سبل الوصول إلى الخدمات المتعلقة بمعلومات الأسواق وعمليات تحويل الأموال. وتعمل هذه المصارف بتطوير خدماتها من خلال إطلاق خدمات جديدة تتلاءم والتكنولوجيا الحديثة للتقليل من المصاريف وتحمل عناء ومشقه زيادة المصارف، دون أن ننسى الوقت الذي سوف يخسره العميل لإتمام المعاملات المصرفية في الوقت الذي يمكنه حلها في وقت قصير جداً وعلى مدار الساعة وفي كل أيام الأسبوع من خلال شبكة الانترنت، وأحياناً دون الحاجة للاتصال بالانترنت حتى.

ويعتبر الهاتف المصرفي من أهم الخدمات التي تتيح للعميل أو الزبون القدرة على الاستعلام عن الرصيد والتحويل من حساباتهم لحسابات أخرى، من خلال هواتفهم المحمولة وبشكل رئيسي من خلال تنزيل التطبيق الإلكتروني الذي تم تطويره من قبل المصرف²

¹ السيد أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية والعولمة، مصر: المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2006، ص: 181.

² امجد مارديني، "العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر الهاتف المحمول (الموبايل البنكي) في سوريا"، مذكرة ماجستير في الجامعة الافتراضية السورية، كلية إدارة الأعمال، 2018، ص: 02.

ويقصد بالهاتف المصرفي أنه قناة اتصال إلكترونية بين البنك والزيائن، تعمل على تقديم خدمات للزيائن من خلال الهاتف المحمول، وتشمل فتح الحسابات؛ والشراء الإلكتروني؛ وتحويل الأموال والتحذيرات الأمنية والتفكير؛ وكشوفات الحساب؛ وتحديد مواقع البنوك ومواقع الصرف الآلي ATM¹

ويقوم الهاتف المصرفي بتقديم العديد من الخدمات المالية الهامة التي يحتاجها الأفراد في حياتهم اليومية دون الذهاب إلى المصارف، ومن هذه الخدمات نجد:

- الاستفسار عن الرصيد الخاص بالحساب الشخصي للفرد؛
- إضافة المستفيدين على الحساب الخاص بالفرد دون الذهاب إلى البنك من أجل استكمال الإجراءات الخاصة بذلك؛
- الاستعلام عن آخر المعاملات التي قام بها الشخص عبر حسابه البنكي؛
- القدرة على تفعيل بطاقات الائتمان المختلفة، وكذلك إيقافها دون الذهاب إلى المؤسسات المالية؛
- دفع قيمة الأقساط أو الرسوم التي يطلب من الشخص تسديدها عبر حسابه على هذا الهاتف؛
- القيام بتسديد قيمة الفواتير مثل فواتير الكهرباء، وفواتير المخالفات المرورية وغيرها؛
- القيام بعملية تحويل الأموال من حساب إلى آخر، وكذلك تبادل الأموال سواء بشكل محلي أو خارجي؛
- سداد أقساط التمويل دون الاضطرار لدفع قيمة القسط في البنك ذاته، والاشتراك في الخدمات التي تقدمها البنوك والمؤسسات المالية المختلفة²

2. الانترنت المصرفي (البنك الإلكتروني) E-Bank:

¹ سامي العنكي الحر، "العوامل المؤثرة في تبني بنك الموبايل من وجهة نظر زبائن البنوك التجارية العاملة في الأردن"، مذكرة ماجستير في جامعه الشرق الأوسط، كلية الأعمال، 2015، ص: 24.

² يسرى ياسر، "ما هو الهاتف المصرفي"، نقله عن <http://www.mhtw-yat.com>، 28/ 11/ 2022، 17: 00.

على الرغم من تعدد التسميات المستخدمة للتعبير عن الانترنت، إلا أنها تشير كلها إلى القيام بالأعمال البنكية أو المصرفية باستخدام شبكة الانترنت، ومن بين هذه المصطلحات نجد: البنوك الإلكترونية، بنك الانترنت (e-banking)، البنك المنزلي (Home Banking)، البنك على الخط

(Online banking)، أو الخدمات المالية الذاتية (Self service banking)¹

ويقصد بها البنوك أو المؤسسات المالية التي تقوم على الركائز الإلكترونية وتوظف كافة التطورات الحديثة في مجال تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، لتقديم كافة الخدمات المصرفية بأمان مطلق²

في حين يرى كل من (Dennis and Alsajj) أن البنوك الإلكترونية عبارة عن: "عملية تقديم الخدمات المصرفية من خلال التكنولوجيا، ويكون ذلك دون استخدام الموارد المادية للبنوك، وذلك عبر الانترنت، ويوفر هذا النوع من الخدمات العديد من المزايا مثل دفتر الفواتير؛ وتحويل الأموال والمشتريات الاستثمارية والمبيعات والقروض وغيرها..."³

وتقدم البنوك الإلكترونية العديد من الخدمات التي تجعلها متميزة عن غيرها من البنوك التقليدية ويمكن تحديد أهم مزايا هذه البنوك في الجدول الآتي:

¹ عماد احمد أبو شنب، يسرى حرب، وجدان أبو البصل، الخدمات الإلكترونية، عمان: دار الكتاب الثقافي للنشر والتوزيع، 2011، ص: 43.

² حافظ كامل الغندور، محاور التحديث الفعال في المصارف العربية- فكر ما بعد الحداثة، بيروت: جمعية اتحاد المصارف العربية، جمعية اتحاد المصارف العربية، 2003، ص: 81.

³ Moktar mashood, "perceptions of uK based consumers towards internet banking in the United Kingdom", **journal of Internet Banking and commerce**, N: 01, april 2015, p: 06.

الجدول رقم (18): مزايا البنوك الإلكترونية

المزايا	مضمونها
إمكانية الوصول إلى قاعدة أوسع من العملاء	تتمكن المصارف الإلكترونية من الوصول إلى قاعدة عريضة من العملاء حيث أنها لا تتقيد بالزمان والمكان في تقديم الخدمات وهو ما يوفر الراحة لهم، دون أن ننسى السرية التي تقدمها هذه البنوك في المعاملات، مما يزيد من ثقة العملاء فيها.
تقديم خدمات مصرفية كاملة وجديدة	تقدم البنوك الإلكترونية خدمات تقليدية وأخرى متطورة عبر الإنترنت مثل: تقديم الإعلانات الإلكترونية عن الخدمات المصرفية؛ تمكين العملاء من التأكد من أرصدتهم لدى المصرف؛ وطرق تحويل الأموال من حسابات العملاء المختلفة؛ كما تساهم هذه البنوك في إدارة المحافظ المالية (من أسهم وسندات) للعملاء.
خفض التكاليف	تتميز البنوك الإلكترونية بتقديم الخدمات المصرفية منخفضة التكاليف مقارنة بالبنوك العادية، مع العلم أنها تحافظ على جودة الخدمات في مقابل ذلك، ومن ثم فإن تقليل التكلفة وتحسين جودتها تعتبر من أهم عوامل جذب العملاء.
زيادة كفاءة البنوك الإلكترونية	تتوقف كفاءة البنوك الإلكترونية على المزايا التي تقدمها الإنترنت لهذه المصارف، حيث أنه مع اتساع شبكة الإنترنت وزيادة سرعة انجاز الأعمال مقارنة بالبنوك التقليدية، أصبح العمل يجد سهولة في الاتصال بالبنك عبر الإنترنت لتنفيذ الإجراءات في أقصر وقت ممكن، ويكون ذلك بكفاءة عالية وبأداء صحيح وأفضل، وتكون حتى من الخدمات التي يحصل عليها أثناء انتقاله للبنك شخصيا، لأنه من الممكن أن يقابل احد الموظفين المنشغلون عنه.

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مداح عرابي الحاج، نعيمة بارك، "أهمية البنوك الإلكترونية في تفعيل وسائل الدفع الإلكتروني في الوطن العربي: واقع وآفاق"، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد: 02، الجزائر: جامعة خميس مليانة، جانفي 2010، ص، ص: 63، 64.

على الرغم من اختلاف وسائل الدفع الإلكتروني، إلا أنها تشترك كلها في الخاصية الإلكترونية وفي سهولة الاستخدام والنقل مقارنة بالوسائل التقليدية التي تعد أقل مرونة وأقل سرعة. كما يجدر الإشارة إلى أن هذه الوسائل تختلف باختلاف الجهة المصدرة لها، وكذا طريقة استخدامها (أي الخدمات التي توفرها للمستهلك). ولا ينجح ذلك إلا من خلال ضمان أمن معاملات التجارة الإلكترونية نظرا لإمكانية تعرضها إلى الاختراق أو السرقة.

المطلب الثالث: أمن المعاملات التجارية الإلكترونية عبر الانترنت

من المعروف أن التجارة الإلكترونية تتميز بانعقادها عن بعد، دون وجود لقاء مباشر بين كل من البائع والمشتري. وبالتالي فإنه يتم تبادل المعلومات بين هذه الأطراف من خلال تدفقها عبر شبكة الانترنت، وهذا ما يمكن أن يعرض هذه المعاملات إلى بعض المخاطر المعرقة لنجاح هذا النوع من التجارة وخاصة تلك المتعلقة بأمن وسرية المعلومات المتبادلة، مما يزيد من إمكانية تحولها وقراءة محتواها.

وهذا ما يتطلب ضرورة اللجوء إلى مجموعة من الأنظمة لتوفير السرية والأمن والخصوصية لمعاملات التجارة الإلكترونية عبر الانترنت، ومن أهم الأنظمة المستخدمة لضمان النقل الآمن للمعلومات نجد:

أولاً: التشفير Encryption

يعتبر التشفير من أهم وسائل حفظ سرية المعلومات لاسيما في التجارة الإلكترونية بما تتطلبه من ضرورة المحافظة على البيانات ومعاملات الأطراف، وحجم الصفقات ونوعها، وكذلك حماية النقود المتداولة داخل هذه التجارة، ويهدف التشفير عموماً إلى منع الغير من الدخول ومعرفة البيانات والرسائل المتداولة عبر الانترنت.

ويقصد بالتشفير أنه: "منظومة تقنية حسابية تستخدم مفاتيح خاصة لمعالجة وتحويل البيانات والمعلومات المقروءة إلكترونياً، بحيث لا يستطيع أي شخص الوصول إلى تلك البيانات إلا عن طريق استخدام مفتاح أو مفاتيح تلك الشيفرة"¹

كما أن التشفير هو: "استخدام البرامج القادرة على الحفاظ على سرية المعلومات من خلال تحويل المعلومات إلى رموز، مما يجعل الأشخاص غير المخولين غير قادرين على فهم هذه الرموز والأرقام والحروف، وبالتالي فالتشفير يعتبر طريقة عملية لحماية المعلومات المتدفقة عبر الانترنت والحفاظ على

¹ أمير فرج يوسف، التوقيع الإلكتروني، مصر: مطبوعات الجامعية، 2008، ص: 52.

صلاحية وسلامة الرسائل"¹

ويحضى التشفير - كأهم وسائل المحافظة على أمن المعاملات التجارية الإلكترونية- بأهمية بالغة، وذلك بعد زيادة معدل التبادل التجاري عبر الانترنت، حيث برزت أهميته بعد ظهور ما يسمى بالقرصنة الذين يعتدون على الرسائل المتبادلة بين أطراف التجارة الإلكترونية. وبالتالي يعمل التشفير على حماية المعاملات التجارية والتحويلات المالية المتداولة عبر الانترنت، ويعتبر أيضا من الدعائم الأساسية التي تقوم عليها التجارة الإلكترونية لاكتساب ثقة المستهلك وإدخال الطمأنينة عليه، وحتى لا يكون عرضة للاختراق²

وتتمثل الاستخدامات الأكثر شيوعا للتشفير في تخزين البيانات بشكل آمن في ملف الكمبيوتر، أو نقلها عبر قناة غير آمنة مثل الانترنت، فإن التشفير لا يمنع وصول الأشخاص غير المصرح لهم إلى المستند المشفر، ولكنه يضمن عدم تمكنهم من فهم المعلومات المشفرة، وهذه المعلومات هي ما يطلق عليها تسمية "النص المشفر" أو "بيان التشفير"، وتعتمد هذه الخوارزمية عادة على مفتاح التشفير. وحتى يتمكن المتلقي من استرجاع الرسالة من خلال النص المشفر، يجب أن تتوفر خوارزمية فك التشفير التي عند استخدامها مع مفتاح فك التشفير المناسب يسترجع النص الأصلي من النص المشفر³

ثانيا: التوقيع الإلكتروني Electronic Signature

لقد أصبح التوقيع التقليدي يشكل عقبة يستحيل تكيفها مع التكنولوجيا الحديثة وخاصة مع تعاملات التجارة الإلكترونية، فالتطورات الراهنة التي تشهدها جميع مجالات الحياة أدت إلى ضرورة ظهور توقيع جديد يتماشى مع مقتضيات العصر الحديث وهو ما يطلق عليه بالتوقيع الإلكتروني.

ويقصد بالتوقيع الإلكتروني "جميع الوسائل والأساليب لإنتاج الموقع لتوقيعه بصورة إلكترونية قصد توثيق السند الموقع، وقصد الالتزام بمضمون السند الموقع"⁴

كما أن التوقيع الإلكتروني عبارة "عن بيانات إلكترونية مدمجة في تعامل إلكتروني أو مضافة إليه

¹ ندى بدر جراح، "تقنيات التشفير في التبادل التجاري الإلكتروني"، مجلة الأكاديمية، العدد: 14، العراق: جامعة ميسان العراق، 2009، ص: 194، ص: 195.

² ياسين البياتي، التوقيع الإلكتروني عبر الانترنت ومدى حجيته في الإثبات، عمان: دار البداية، 2004، ص: 250.

³ فريد بابير، شون ميركي، علم التشفير، (تر: محمد سعد طنطاوي)، مصر: مؤسسه هنداوي للتعليم والثقافة، 2015، ص: 15.

⁴ عمر حسن المومني، التوقيع الإلكتروني وقانون التجارة الإلكترونية، الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع، 2003، ص: 50.

وأمر مرتبطة به منطقياً تستخدم لإثبات هوية الموقع وموافقته على التعامل الإلكتروني واكتشاف أي تعديل يطرأ على هذا التعامل بعد التوقيع عليه¹

ويتميز التوقيع الإلكتروني بجملة من الخصائص، يمكن حصرها في الجدول الآتي:

الجدول رقم (19): خصائص التوقيع الإلكتروني

المزايا	مضمونها
تمييز الشخص صاحب التوقيع وتحديد هويته	يتوقف التوقيع الإلكتروني على إمضاء أو بصمة الأصابع كما هو معمول به في التوقيع التقليدي، بل يشمل الرموز والإشارات والحروف والأرقام والصور والأصوات ذات الطابع الفردي التي تميز الشخص صاحب التوقيع وتحدد هويته وتظهر رغبته في التعاقد.
التشفير	يتم تشفير التوقيع الإلكتروني وإرساله من الرسالة المشفرة باعتبارها جزء منها حيث يتم التوثق من صحة الصور أو الرسالة أو الوثيقة من الشخص عند فك شيفرة التوقيع الإلكتروني.
التوثيق من مضمون المحرر	حتى يتم التأكد من رضا الشخص صاحب التوقيع الإلكتروني أثناء التعاقد فإنه يتم التأكد من مضمون المحرر الإلكتروني، وحمايته من أي تعديل أو تبديل ما دام أن الالتزام بالحقوق المنصوص عليها في هذا المحرر مذيلة بالتوقيع الإلكتروني.
اتصال التوقيع الإلكتروني برسالة إلكترونية	يتصل التوقيع الإلكتروني برسالة إلكترونية، تتمثل في معلومات يتم إنشاءها أو إرسالها أو تخزينها بوسيلة إلكترونية.
الأمان والخصوصية والسرية للموقع	يحقق التوقيع الإلكتروني الأمان والخصوصية والسرية للموقع خاصة مستخدم شبكة الانترنت وعقود التجارة الدولية، ويتم ذلك عن طريق إمكانية تحديد هوية الموقع ومن ثم حماية المؤسسات من عملية تزوير التوقيعات.

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على عبد العزيز سمية، "التوقيع الإلكتروني وسيلة حديثة للإثبات - دراسة مقارنة"، مجله معارف، العدد: 17، الجزائر: جامعة البويرة، ديسمبر 2014، ص، ص: 174، 175.

ثالثاً: الشهادات الرقمية (شهادات التصديق الإلكتروني) Electronic certification

تقوم شهادات التصديق الإلكتروني أو الشهادات الرقمية بدور إزالة مخاوف المتعاملين بالمجال

¹ خالد بطي الشمري، مروه شبل عجيزة، التسويق الإلكتروني في العالم العربي، السعودية: دار النشر للجامعات، 2012، ص: 218.

الإلكتروني من إمكانية اقتحام الغير لرسالة البيانات الإلكترونية الخاصة بهم أو الاطلاع على محتوياتها وتؤكد لهم هذه الشهادات هوية الطرف الآخر وتوقيعه، لكي تضمن لهم أمن معاملاتهم سواء الفردية أو التجارية.

ويقصد بالشهادات الرقمية أنها: "الشهادة التي تصدر عن مقدم خدمة المصادقة الإلكترونية، يشهد بمقتضاها صحة التوقيع الإلكتروني، ونسبه إلى من صدر عنه وأنه متبع للشروط والمعايير اللازمة للاعتراف بحجيته في الإثبات"¹

كما أنها: "هوية يصدرها شخص محايد للتعريف بالشخص الذي يحملها والمصادقة على توقيعه الإلكتروني وعلى المعاملات التي يجريها عبر الانترنت"²

وبالتالي فالشهادات الرقمية تعتبر بطاقة أو هوية إلكترونية تصدرها جهة توثيق مختصة، حيث أنها تتضمن البيانات الأساسية المتعلقة بهوية الشخص مصدر الشهادة، وتقوم هذه الشهادات بإثبات هوية المرسل عن طريق ربط مفتاحه الخاص بالمفتاح العام ووفق ضوابط معينة³

وللشهادات الرقمية أهمية كبيرة في مجال المعاملات الإلكترونية، وذلك من خلال قيامها بالوظائف الآتية:

- تمنح الشهادات الرقمية الحجية في الإثبات للتوقيع الإلكتروني من خلال توثيقه والتأكد من صحته؛
- يمكن للشهادات الرقمية أن تقدم دليل إثبات عند النزاع، من خلال ضمان سرية وسلامة محتوى البيانات المتداولة، وذلك من خلال التحقق من عدم تغير مضمون الرسالة في الفترة ما بين إرسالها واستلامها وحتى أثناء فترة حفظها؛
- تجمع الشهادات الرقمية بين المفتاح الشفري العام والخاص للرسالة، وهذا ما يمكنها من التأكد من صحة المعلومات المرسلة؛

¹ طارق كميل، " شهادات المصادقة الإلكترونية الأجنبية- دراسة مقارنة"، المؤتمر العلمي السنوي السابع حول المعاملات الإلكترونية (التجارة الإلكترونية، الحكومة الإلكترونية)، جامعة الإمارات العربية المتحدة ومركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، أبو ظبي، 19 و 20 ماي 2009، ص: 585، 586.

² حميد صالح كيوة المزوري، النظام القانوني لتوثيق المعاملات الإلكترونية (دراسة تحليلية مقارنة)، مصر: دار الجامعة الجديدة للنشر، 2018، ص: 123.

³ لنا إبراهيم يوسف حسان، التوثيق الإلكتروني ومسؤولية الجهات المختصة به، الأردن: دار الراية للنشر والتوزيع، 2009، ص: 75.

- تضمن الشهادات الرقمية عدم إنكار أطراف المعاملة لتوقيعهم الإلكتروني ورسالة البيانات الصادرة من طرفهم¹

رابعاً: نظام المعاملات الإلكترونية الآمنة Secure Electronic Transaction System

يعتبر نظام المعاملات الإلكترونية الآمنة من أهم الوسائل الحديثة التي تحافظ على سرية وأمن الدفع الإلكتروني، حيث أن المشكلة الرئيسية الذي تعاني منها التجارة الإلكترونية هو مشكل تأمين الدفع والأخطار التي تنترتب عنه، على اعتبار أن الدفع الإلكتروني عملية متعددة الأطراف يمكن أن تخلق لدى المشتري هاجس ضمان وتأمين عملية شراء السلعة عبر الانترنت، كما أنها تخوف البائع من مدى ضمان قدرة الزبون على التسديد. ويعتبر نظام المعاملات الإلكترونية من أكثر الوسائل قدرة على حماية المستهلك وضمان حقوق البائع.

ويقصد بنظام المعاملات الإلكترونية الآمنة أنها: "عبارة عن بروتوكول طورته مجموعة كبيرة من الشركات العالمية للائتمان مثل فيزا وماستر كارد، وظيفته الأساسية هو توفير الأمان لمدفوعات البطاقات المصرفية الائتمانية أثناء عبورها الانترنت بين حامل البطاقات والتجار والبنوك"²

كما أنه "النظام الذي يتضمن تجهيزات إلكترونية يستعمل لضمان أمان المعلومات، ويستند إلى تقنيات التشفير والترقيم أو التعريف أو أي عمليات تقنية ذات غاية مماثلة أخرى، وذلك بغية حماية المعلومات الإلكترونية واكتشاف أي تعديل وتحريف فيها"³

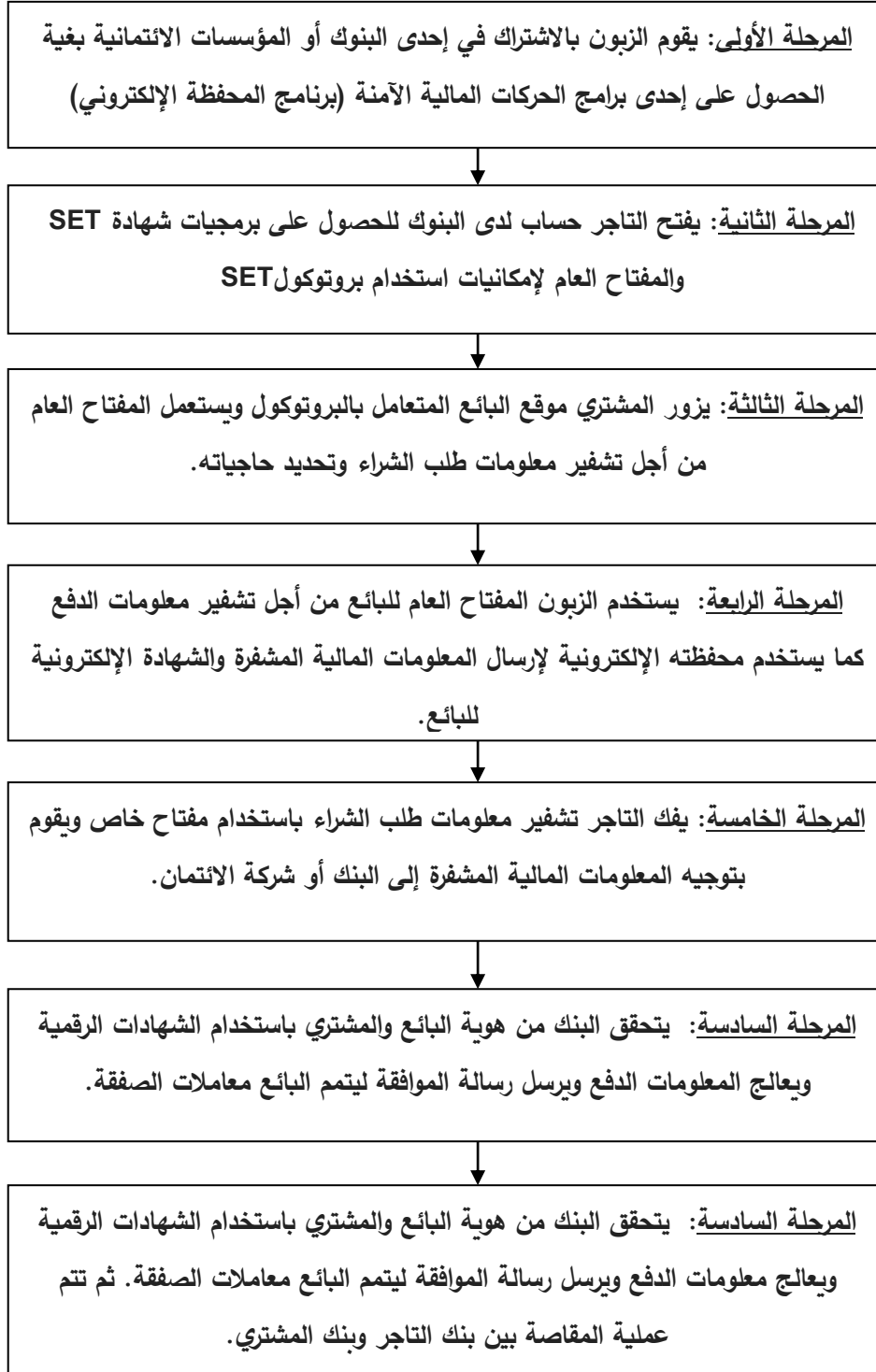
- ويعمل نظام المعاملات الإلكترونية الآمنة وفق سبعة مراحل أساسية، يمكن حصرها في الشكل الآتي:

¹ الزهرة بره، جميلة حميدة، " شهادة التصديق الإلكتروني كآلية لتعزيز الثقة في المعاملات الإلكترونية"، مجلة العلوم القانونية والسياسية، العدد: 01، الجزائر: جامعة الوادي، أفريل 2019، ص: 896.

² عبد السلام محمد مخلوف، "حوكمة التكنولوجيا المعلومات على مخاطر المعاملات الإلكترونية"، مجلة الدراسات التجارية والاقتصادية المعاصرة، العدد: 01، الجزائر: جامعة ابن خلدون تيارت، سبتمبر 2022، ص: 306.

³ نزيهة غزالي، "الآليات القانونية لحماية وسائل الدفع الإلكتروني في التشريع الجزائري"، مجلة البحوث السياسية والإدارية، العدد: 10، الجزائر: جامعة زيان عاشور الجلفة، جوان 2017، ص: 292.

الشكل رقم (20): مبدأ عمل نظام المعاملات الإلكترونية الآمنة



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مصطفى بوعقل، أونان بومدين، سمراء مباركي، "آليات وقاية المعاملات الإلكترونية في ظل حوكمة تكنولوجيا المعلومات، les cahiers du MECAS، العدد: 12، الجزائر: جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، جوان 2016، ص: 387.

المبحث الثالث: تطبيقات التجارة الإلكترونية

إن الانتشار الواسع الذي تعرفه الانترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، جعل الأفراد والمؤسسات يعزفون أكثر عن التجارة التقليدية ويتوجهون نحو التجارة الإلكترونية، وذلك لإمكانية تطبيق هذه الأخيرة في مختلف المجالات سواء الاقتصادية منها أو غير الاقتصادية. ويتوقف نجاح هذا التطبيق على مدى التزام التجارة الإلكترونية بالمتطلبات أو الشروط المتعلقة بالبيئة التشريعية والاجتماعية والاقتصادية التي يمارس فيها هذا النوع من التجارة، بالشكل الذي يضمن نجاحها وفعاليتها في شتى الميادين.

ويتم تبني تطبيق التجارة الإلكترونية وفق ثلاث مراحل أساسية، يمكن حصرها في الجدول الآتي:

الجدول رقم (20): مراحل تطبيق التجارة الإلكترونية

المرحلة	محتواها
مرحلة الترويج	توصف بالمرحلة الساكنة، حيث يتم فيها إنشاء موقع للشركة على شبكة الانترنت كأداة ترويجية، أين يتم تقديم كل المعلومات المتعلقة بالشركة.
مرحلة التزويد	توصف بالمرحلة الديناميكية، حيث تحتوي على أكثر من وظيفة يؤديها موقع الشركة على شبكة الانترنت، مثل تقديم الإجابات على الأسئلة المتكررة؛ وتقديم خدمات البريد الإلكتروني؛ وتقديم المعلومات الفنية المتعلقة بالمنتجات والخدمات. إذ يستطيع العملاء الحصول على المزيد من المعلومات والإجابات المتعلقة بالمنتجات والأسعار.
مرحلة المعالجة	تعتبر هذه المرحلة هي الأوسع والأكثر تعقيدا في تطبيق التجارة الإلكترونية، حيث أنها تمكن الشركة من معالجة العديد من المهام مثل تنفيذ صفقات البيع المباشرة عبر شبكة الانترنت؛ والقيام بالطلب المباشر والتوزيع المباشر للمنتجات وخاصة الرقمية منها؛ إضافة إلى دفع واستلام تكاليف الصفقات الإلكترونية من خلال بطاقات الائتمان.

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على أكرم كرمول، تطور القطاعات الاقتصادية والاستثمارية عبر تاريخ الأردن،

الأردن: دار الفلاح للنشر والتوزيع، 2008، ص: 196.

بمعنى أنه أي جهة تسعى إلى تبني التجارة الإلكترونية وتطبيقها، لابد لها من الترويج للفكرة عبر إنشاء موقع للشركة على شبكة الانترنت، والتي تستطيع من خلاله الإجابة على أسئلة وانشغالات العميل

وكذا الحصول على المعلومات المتعلقة بالسلع والخدمات المروج لها، ثم تنتقل بعدها الشركة إلى معالجة تنفيذ صفقات البيع وطلب وتوزيع المنتجات ودفع واستلام تكاليف الصفقات إلكترونياً عبر شبكة الانترنت. ولا يتحقق ذلك إلا من خلال توفير المتطلبات التقنية والفنية والبشرية والاجتماعية والاقتصادية اللازمة.

المطلب الأول: متطلبات تطبيق التجارة الإلكترونية

يمكن تطبيق التجارة الإلكترونية بشكل ناجح وفعال، من خلال توفر عدة متطلبات أساسية تساهم جميعها في إيجاد بيئة مناسبة وتحقيق الفوائد المرجوة من هذه التجارة، وتتمثل هذه المتطلبات في توفير بنية تحتية ملائمة؛ وكوادر بشرية ذات كفاءة؛ وتوفير المتطلبات الاجتماعية والتشريعية المطلوبة لتطبيق التجارة الإلكترونية.

أولاً: متطلبات البنية التحتية

يتوقف نجاح تطبيق التجارة الإلكترونية على وجود بنية تحتية كافية للخدمات المالية في مجال المعاملات المالية المصرفية، وذلك من خلال التوسع في نظام الدفع الإلكتروني لاسيما بطاقات الائتمان إضافة إلى توفير بنية تحتية آمنة تضمن تسيير المعاملات المالية والتجارية بطريقة آمنة على شبكة الانترنت دون تعرضها للاختراق أو القرصنة.

وتتطلب التجارة الإلكترونية أيضاً توفير بنية تحتية، تتمثل في الاتصالات ونشر شبكة الانترنت على نطاق واسع، بالشكل الذي يمكن هذه التجارة من النفاذ لأوسع شريحة في المجتمع بأسرع وقت وبأسعار تنافسية.

فضلاً عن ضرورة وجود بنية تحتية ثقافية تقضي على الأمية المعلوماتية لدى أفراد المجتمع بما يساعد في إصدار التشريعات المناسبة والمعالجات القانونية لتوفير الحماية والثقة للمتعاملين في هذا المجال، وهذا ما سوف يساعد على التقليل من عمليات النصب والاحتيال وكذلك يساهم في زيادة ثقة المواطن في عمليات البيع والشراء¹

¹ هاني وجيه العطار، التجارة الإلكترونية، ط 1، عمان: الأكاديميون للنشر والتوزيع، 2021، ص: 22.

ثانيا: متطلبات الكوادر البشرية

يعتبر العنصر البشري من أهم متطلبات نجاح تطبيق التجارة الإلكترونية، على اعتبار أن هذه الأخيرة عبارة عن منظومة كاملة تحتاج توفر مجموعة من المهارات على صعيدين رئيسيين هما:

1. الصعيد التكنولوجي: ويتمثل في الكوادر البشرية المختصة في تجهيز الأنظمة الخاصة بوسائل الدفع الإلكتروني؛ ومحلي قواعد البيانات؛ ومصممي ومنفذي المواقع التجارية على شبكة الانترنت؛ إضافة إلى معدي البرامج ومستشاري التأمينات وغيرهم. وبالتالي يقصد بالصعيد التكنولوجي الكوادر البشرية التي تقوم بمختلف العمليات التقنية، من تصميم وتطوير وتجهيز النواحي التكنولوجية الخاصة بالتجارة الإلكترونية بما في ذلك من أجهزة ومعدات وبرمجيات.

2. الصعيد المهني: ويشمل الكوادر البشرية العاملة بالمؤسسة أو المشروع، إضافة إلى المسؤولين عن تطبيق التجارة الإلكترونية بها، ويتطلب نجاح هذا التطبيق التحليل الدقيق للعناصر البشرية العاملة من حيث مهاراتها وخبراتها في المجال التكنولوجي، وكذا مدى استعدادها للتعليم والتدريب على الوسائل التكنولوجية الحديثة وتحقيقها لأهداف المؤسسة أو المشروع¹

وبالتالي فإن الكوادر البشرية تشمل المتخصصين في قطاع تقنية المعلومات وشبكات الاتصال والانترنت والبرامج التطبيقية ذات العلاقة بالتجارة الإلكترونية، وتتطلب التجارة الإلكترونية الاستعداد الإلكتروني الذي يتحقق من خلال تطوير نوعية الأنظمة التعليمية حتى يصبح المجتمع ذو معرفة وثقافة تكنولوجية وتكون له رغبة في ممارسة واستخدام التجارة عبر الانترنت²

ثالثا: المتطلبات الاجتماعية

يتوقف نجاح التجارة الإلكترونية وتحقيق التميز في السلع والخدمات التي تقدمها على الالتزام بالعديد من المتطلبات الاجتماعية والتي تكمن في:

- العمل على إعداد برامج إعلامية خاصة بالتجارة الإلكترونية، حيث تستهدف هذه البرامج توعية كافة فئات المجتمع بكل جوانب التجارة الإلكترونية من مزايا وأخطار؛

¹ هند محمد حامد، التجارة الإلكترونية في المجال السياحي، مصر: عالم الكتب، 2003، ص: 77.

² محمد خليل أبو زلطة، زياد عبد الكريم القاضي، مدخل إلى التجارة الإلكترونية، ط1، الأردن: مكتبة المجتمع العربي، 2009، ص:

- إعداد برامج ودورات تدريبية في قطاع الأعمال، وذلك لتمكينها من إعداد إطارات للتعامل في مجال التجارة الإلكترونية؛

- إعداد إطارات تقنية متخصصة في البنية المعلوماتية ونظم العمل على شبكة الانترنت؛

- تطوير مؤسسات التعليم المتخصص في المجالات المرتبطة بالتجارة الإلكترونية، وذلك من خلال فتح فروع في الكليات لتدريس التجارة الإلكترونية ك تخصص عام قائم بحد ذاته¹

رابعاً: المتطلبات التشريعية

يقصد بالمتطلبات التشريعية القوانين والتشريعات المنظمة للتجارة الإلكترونية، أي القوانين التي تتلائم مع طبيعة التجارة الإلكترونية عبر شبكة الانترنت، وبالتالي فهي بمثابة الإطار القانوني والتنظيمي الذي يضمن استمرارية التجارة الإلكترونية ويحمي حقوق كل الأطراف المتعاملة فيها. ويتطلب هذا الاستمرار إجراء التعديلات التنظيمية التي تضمن إتمام العمليات التجارية بطريقة آمنة للمتعاملين فيها أو حتى الاقتصاد القومي بشكل عام، هذا وتتطلب التعقيدات التي تفرضها التعاقدات المرتبطة بالاستيراد والتصدير عبر شبكة الانترنت - التي لا تعرف اللقاء المباشر بين أطراف التعامل - ضرورة إيجاد نوعية جديدة من المعالجات القانونية والتشريعية لتأمين أطراف التعامل والحرص على حفظ حقوقهم والتزاماتهم²

إن التحول إلى تطبيق التجارة الإلكترونية يتطلب إنشاء مناخ تشريعي محفز، ويتم هذا من خلال ما يلي:

- العمل على تطوير القوانين والإجراءات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، وذلك لتنظيم القضايا الخاصة بالوثائق الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني وإجراءات التعاقد عن بعد؛

- تقصير فترات التقاضي بالاعتماد على آليات التحكيم في الفصل في القضايا وإيجاد آليات لتخفيض أزمة التقاضي والفصل في المنازعات؛

- السرعة في تنفيذ الأحكام وإتمام المعاملات، لأن التجارة الإلكترونية تتطلب ذلك باعتبارها تعتمد على

¹ احمد عبد الله العوضي، "العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية"، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد: 06، الجزائر: جامعة قسنطينة 02، ديسمبر 2010، ص: 180.

² محمد تقوروت، "واقع وأفاق التجارة الإلكترونية في الوطن العربي"، مذكرة ماجستير في جامعة حسيبة بن بوعلي-الشلف، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2005، ص: 77.

الانترنت في عملها؛

- التركيز على القوانين التي تحمي حقوق المستهلكين، باعتبارها من أهم المشكلات الرئيسية التي تترك التجارة الإلكترونية، لذلك يجب أن تضمن القوانين الحديثة حماية حقوق المستهلكين؛
- العمل على حل الصراعات القضائية التي تقع بين مختلف الدول، وذلك من خلال إيجاد منظمة عالمية للسلطة القضائية، نظرا لأن هذه الصراعات لا يمكن الفصل فيها لاختلاف القوانين بينها. وتعمل هذه المنظمات على تبني قواعد ونظم تجارية موحدة تحقق مصالح المنتجين والمستهلكين في مختلف الدول¹

خامسا: متطلبات متعلقة بموقع القطاع الخاص

- حسب ما ورد في نموذج التجارة الإلكترونية الأمريكية لعام 1997، أن تنمية وتطوير التجارة الإلكترونية عبر القطاع الخاص تكون وفق خمسة مبادئ رئيسية وهي:
- يجب أن يتولى القطاع الخاص الدور الريادي والقيادي في التجارة الإلكترونية، أين يتم تطوير الانترنت على ضوء اقتصاديات السوق ودون الخضوع للقيود التنظيمية؛
- تقليص الدور الحكومي التنظيمي للتجارة الإلكترونية، حيث تتجنب الحكومة التدخل غير الضروري في الاتفاقيات التجارية عبر الانترنت؛
- يجب أن يكون كل تدخل حكومي مدعما ببيئة قانونية قوية وثابتة، وذلك لزيادة الشفافية والمساعدة في حل النزاعات، وتأمين المنافسة من خطر الغش؛
- إلزامية إدراك الحكومات لخصائص الانترنت المتميزة باعتبارها ذات طبيعة غير مركزية، مما يجعلها تتميز عن حركة الاتصالات التي سبقتها²

ويمكن إيجاز متطلبات تطبيق التجارة الإلكترونية بنجاح في النقاط الآتية:

¹ محمد عبد الله شاهين محمد، التجارة الإلكترونية العربية بين التحديات وفرص النمو، ط1، مصر: دار حمديثرا للنشر والترجمة، 2017، ص: 52.

² محمد طرشي، نبيل بوفليح، "التجارة الإلكترونية في الدول العربية بين الواقع والمأمول"، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد: 19، الجزائر: جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، 2018، ص: 39.

- إعداد الموارد المتاحة - المادية والبشرية- بإمكانية التعامل إلكترونيا مع أطراف أخرى، والاهتمام بتجارة الدول والاستفادة منها من خلال اقتناء المجالات والدوريات المتخصصة في مجال التجارة الإلكترونية، مع عمل الدوائر القانونية على جعل التشريعات القائمة أكثر تكيفا مع الواقع الجديد؛

- ضرورة إقناع المؤسسة بأهمية التجارة الإلكترونية على أنها أسلوب جديد وفعال في المعاملات المحلية والدولية، من خلال تنمية علاقات المؤسسة مع الغير، خاصة إذا تمت متابعة المؤشرات السوقية في الداخل والخارج بما يتيح تقدير إمكاناتها وقدراتها على المنافسة أو الاختراق أو التوسع؛

- الاهتمام بعملية الاتصال ونقل المعلومات باعتبارها القاعدة الأساسية في نجاح التجارة الإلكترونية وفي عملية اتخاذ القرار، حيث أن تطوير نظام المعلومات يساعد بشكل أكبر في ترشيد القرارات ويرفع من الأداء إذا ما كان العنصر البشري مدربا ومؤهلا لإدارة المعلومات باستخدام شبكة الانترنت؛

- التركيز على الزبائن الأوفياء في المراحل الأولى من تطبيق التجارة الإلكترونية، وذلك لتفادي الإنفاقات الممكن حدوثها نتيجة لعدم التحكم في التقنيات الإلكترونية جيدا؛

ويبقى نجاح تطبيق التجارة الإلكترونية متوقفا بالدرجة الأولى على مدى قدرة المجتمع في التحكم في

القضايا الآتية:

- توفير الأمن، خاصة أمن المعلومات وحمايتها من الاختراق والتزيف؛
- احترام الخصوصية الفردية والثقافية؛
- مراعاة وحماية حقوق الملكية الفردية¹

لذلك نجد أن الشركات التي تسعى إلى تطبيق التجارة الإلكترونية أصبحت مطالبة بتوفير جملة من المتطلبات تشمل مختلف الجوانب، فمنها ما يتعلق بالبنية التحتية والكوادر البشرية، ومنها ما يتعلق بالجانب الاجتماعي والتشريعي، ومتطلبات أخرى مرتبطة بالقطاع الخاص. وإن توفير هذه المتطلبات يوسع من استخدام التجارة الإلكترونية في الكثير من المجالات بشكل فعال.

¹ راجع شريط، "التجارة الإلكترونية: واقع وأفاق"، ملتقى دولي حول أهمية الشفافية و نجاعة الأداء للاندماج الفعلي في الاقتصاد العالمي، جامعة الجزائر 03، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 31 ماي إلى 02 جوان 2003، ص: 51.

المطلب الثاني: مجالات تطبيق التجارة الإلكترونية

تطبق التجارة الإلكترونية في مجالات واسعة، منها ما هو اقتصادي؛ ومنها ما هو ثقافي؛ ومنها ما هو دولي. ولذلك نجد أن التجارة الإلكترونية تستخدم بكثرة في مجال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛ وفي مجال التجارة الدولية؛ وفي المجال السياحي أيضاً، والكثير من المجالات الأخرى.

أولاً: تطبيق التجارة الإلكترونية في مجال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تساهم التجارة الإلكترونية بشكل كبير في دفع عجلة التنمية، من خلال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حيث أنها تحقق لهذه المؤسسات القدرة على المشاركة في حركة التجارة الدولية بفعالية وكفاءة، وذلك من خلال خفضها لتكاليف التسويق والدعاية والإعلان، وكذا توفير الوقت والمكان اللازمين لتحقيق المعاملات التجارية لنشاطات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

وفي إطار تحديد مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، انفردت كل دولة بوضع تعريف خاص بها وذلك وفقاً لحجم نموها الاقتصادي، وكذا ما تنص عليه قوانين الدولة فيما يتعلق بالمعايير المعتمدة من قبل اقتصادياتها.

بالنسبة للجزائر، فقد اعتمد "القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة" في تصنيف هذه المؤسسات على ثلاث معايير تحدد مفهومها، وتتمثل هذه المعايير في:

- **حجم العمالة:** المؤسسات الصغيرة والمتوسطة هي التي تشغل من 01 إلى 250 عامل؛

- **رأس المال:** هي التي تستخدم من 20 مليون دينار إلى 02 مليار دينار؛

- **مجموع الأصول:** هي التي تستخدم من 10 مليون دينار إلى 200 مليون دينار¹

ويمكن للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تحقيق العديد من الفوائد، من خلال انخراطها وتطبيقها للتجارة

الإلكترونية، يمكن إيجازها في الجدول الآتي:

¹ عمر شريف، زرار العياشي، "المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كخيار استراتيجي لحل مشكلة البطالة في الجزائر"، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، العدد: 10، الجزائر: جامعة مسيلة، ديسمبر 2013، ص: 63.

الجدول رقم (21): فوائد تطبيق التجارة الإلكترونية في مجال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

مضمونها	الفائدة
تمكن التجارة الإلكترونية المشترين من بلوغ أي مكان جغرافي عبر قنوات الاتصال ودون وجود أية حواجز .	المدى الجغرافي
تجعل التجارة الإلكترونية المستهلكين يتفاعلون في فترة زمنية وجيزة.	السرعة
إن السرعة التي تمكن المشترين من إتمام الصفقات في اقصر وقت تجعلهم قادرين على تكريس وقتهم للقيام بنشاطات أخرى، مما يؤدي إلى حصيلة إنتاجية أكبر.	الإنتاجية
تساعد التجارة الإلكترونية على سهولة تبادل المعلومات بين المستخدمين عبر شبكة الانترنت، ويتم إرسال هذه المعلومات إما عن طريق النص أو تسجيل صوتي أو فيديو أو رسم بياني أو رسوم متحركة.	تبادل المعلومات
توفر التجارة الإلكترونية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة إمكانية إضافة خاصيات جديدة للمنتجات أو الخدمات.	الخاصيات الجديدة
تعتبر تكاليف الخدمات التي تقدمها التجارة الإلكترونية منخفضة من تكاليف الطرق التقليدية، كون الصفقات فيها تتم عبر الانترنت ودون وجود وسطاء بين المنتجين والمشتريين.	التكاليف المنخفضة
أثبتت العديد من الدراسات أن الشركات التي تطبق التجارة الإلكترونية تحقق فوائد التنافسية أعلى مقارنة من تلك الشركات التي ليس بوسعها تقديم نفس المنتجات والخدمات والقدرات العملية.	الفائدة التنافسية

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على هارون بولفوال، "التجارة الإلكترونية كأداة لتفعيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية"، مجلة دراسات اقتصادية، العدد: 01، الجزائر: جامعة زيان عاشور الجلفة، أبريل 2009، ص، ص: 114، 115.

ثانيا: تطبيق التجارة الإلكترونية في مجال السياحة

لقد عرف المجال السياحي صورا حديثة للتعامل، بفعل ما تفرضه المتغيرات التكنولوجية على تقنية المعلومات والاتصال، مما أدى بدوره إلى ظهور ما يسمى بالسياحة الإلكترونية، حيث تعد هذه الأخيرة القسم الأكبر من حجم التجارة الإلكترونية، وتكيف مع هذه التطورات السريعة تم تطوير وتفعيل أحدث النظم الإلكترونية للخدمات السياحية، وذلك من خلال تفعيل استراتيجيات التسويق الإلكتروني لتطوير المنظومة السياحية واستقطاب الاستثمارات السياحية، ودعم التنافسية السياحية العالمية في ظل توافر البيئة والمناخ الاستثماري والصناعات الدائمة لقطاع السفر والسياحة.

ويقصد بالسياحة الإلكترونية أنها: "استخدام تقنيات الانترنت والأعمال الإلكترونية في مجال السفر والسياحة، وذلك من أجل تفعيل أعمال الموردين السياحيين والوصول إلى تسهيلات أكثر فعالية للمستهلكين السياحيين"¹

كما أنها عبارة عن نمط سياحي تنفذ معاملاته من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات، ويتم فيه تبادل العروض السياحية عبر شبكة الانترنت. وتكون المعاملات السياحية سواء بين مؤسسة سياحية ومؤسسة سياحية أخرى، أو بين مؤسسة سياحية ومستهلك (سائح)²

وتحظى السياحة الإلكترونية بأهمية بالغة، تتبع من المنافع الضخمة التي توفرها للمؤسسات السياحية أو السائحين، من خلال تجاوز الحواجز التقليدية في المعاملات السياحية النمطية. ومن هذه المنافع نجد:

- تقليل السياحة الإلكترونية من تكاليف التسويق السياحي، وتكاليف الإنتاج من خلال تسهيل وتسريع التواصل بين منتج الخدمة السياحية والمستهلك، إضافة إلى خفض حجم العمالة؛

- التحسين المستمر في المنتج السياحي، وذلك من خلال سهولة قياس رغبات المستهلكين، مما يساعد على معرفة التوجهات السياحية الجديدة والخدمات الأساسية المكملة التي يحتاجها السائح؛

- تزيد من القيمة المضافة للقطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي، وذلك من خلال زيادة القدرة التنافسية للمؤسسات السياحية بما يساهم في زيادة مبيعاتها وأرباحها؛

- تسير تقديم المعلومات التي تعتمد على صناعة السياحة، حيث تتسم الخدمات السياحية بأنها منتجات تتباين فيها المعلومات بشكل كبير، فلا يمكن قياس جودتها إلا بالتجربة؛

- تزيد السياحة الإلكترونية من الاستثمارات الأجنبية، لأنها تعتبر دليلاً على تقدم البنية التكنولوجية والخدمات الإلكترونية في البلد المعني³

¹ Anis Khan Chouch, **E-Tourism: an innovative Approach for the small and Medium sized tourism Enterprises (SMTE)**, paris: OECD, 2004, p: 25.

² رشا علي الدين احمد، " السياحة الإلكترونية حظ دبي القادم: نظرة قانونية"، نقلاً عن: <https://www.omano.net>، 09 نوفمبر 2022، 18:02.

³ مراد خطاب ، "فعاليه التجارة الإلكترونية في قطاع السياحة"، مجله الاقتصاد والتنمية، العدد: 08، الجزائر: جامعة يحي فارس لمدينة، جوان 2017، ص- ص: 134- 135.

وتستخدم التجارة الإلكترونية في قطاع السياحة، من خلال توفر عدة متطلبات، يمكن حصرها في

الجدول الآتي:

الجدول رقم (22): تطبيق التجارة الإلكترونية في المجال السياحي

المتطلبات	محتواها
توفر نظام مؤسساتي وتنظيمي	بمعنى وجود التعاون بين مؤسسات الحكومة والقطاع الخاص والمجتمع المدني في تقديم الدعم المادي للشركات والوسطاء السياحيين، من أجل استعمال تطبيقات الانترنت في مجال عملها وإبراز المزايا التي تعود على كل فاعل جراء تطبيق نظام التجارة الإلكترونية في المجال السياحي.
وجود إطار قانوني منظم للمستوي المحلي والدولي	تعتبر التجارة السياحية الإلكترونية جزءا من التجارة الدولية وهو ما جعل معظم الدول تدرج خدماتها السياحية في جدول التزاماتها الملحق بالاتفاقية العامة لتحرير التجارة في الخدمات، من أجل تحرير القطاع السياحي وجذب الاستثمار الأجنبي وتحقيق التنمية.
التقدم في مجال تكنولوجيا المعلومات	أي وجود بنية تقنية قوية والعمل على تطويرها واستخدامها في المجال السياحي، من خلال إتاحة فرصة أوسع للاتصال بخدمات الانترنت سواء في دولة المنتج السياحي أو الدول المستهدفة بالتسويق السياحي.
وجود بيئة ثقافية تدعم الساحة الإلكترونية	أي انه لا يجب أن تكون هناك مقاومة لنظم العمل بالتقنيات الإلكترونية وذلك بسبب عدم امتلاكهم للمهارات اللازمة، أو بسبب الإجراءات الروتينية والبيروقراطية المعقدة. لذلك لابد من وجود بيئة ثقافية مهيأة لمثل هذا النوع من التعاملات وبناء إستراتيجية جديدة للوسطاء التقليديين تؤهلهم للعمل في هذا المجال.

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مراد خطاب، "فعاليه التجارة الإلكترونية في قطاع السياحة"، مجلة الاقتصاد

والتنمية، العدد: 08، الجزائر: جامعة يحي فارس لمدينة، جوان 2017، ص- ص: 135- 138.

ثالثا: تطبيق التجارة الإلكترونية في مجال التجارة الدولية

لقد أصبحت المبادلات التجارية الدولية تشهد تسهيلات كبيرة مؤخرا ، وذلك بسبب التطور الكبير لوسائل الاتصال الإلكترونية، وتعتبر التجارة الإلكترونية أحد أهم هذه الأدوات لما لها من دور فعال في تسهيل التجارة عبر الدول بصورة كبيرة باستخدام أجهزة الإرسال الالكتروني والانترنت وغيرها من الوسائل الأخرى.

ويقصد بالتجارة الدولية في مفهومها العام أنها: "التجارة الدولية في صورها الثلاثة متمثلة في انتقال السلع والأفراد ورؤوس الأموال. وتنشأ هذه التجارة بين أفراد يقيمون في وحدات سياسية مختلفة، أو بين حكومات ومنظمات اقتصادية متواجدة في وحدات سياسية مختلفة¹

كما أن التجارة الدولية عبارة عن بيع وشراء السلع والخدمات عبر الحدود، سواء من قبل الحكومة أو من قبل المؤسسات الخاصة، لذلك يتوقف فهم العملية التجارية على التركيز على موارد العالم، وإدراك المنظمات المعنية للفرص والتهديدات التجارية العالمية، وتعرف التجارة الدولية بـ "عالمية تجارة السلع" أو "عالمية الخدمات والاستثمار"²

وتتلخص أهمية التجارة الدولية في قدرتها على توفير ما يلي:

- تساهم التجارة الخارجية في زيادة تراكم رؤوس الأموال من خلال العمل التجاري الخارجي؛
 - تساهم التجارة الدولية في تعزيز السيولة النقدية للدول التي تركز عليها عمليات التمويل والاستثمار وذلك من خلال الحصول على العملة الصعبة أو النادرة؛
 - تعمل التجارة الخارجية على تمويل المشاريع التنموية أو الخدمات التي تحتاجها الدول، من خلال ما توفره من عوائد الصادرات في إطار ما يسمى بالإنفاق الجاري؛
 - تحقق التجارة الدولية الاتزان في وضع الاقتصاد الداخلي في اقتصاد الدول؛
 - تساهم التجارة الدولية في تفعيل الحركة التجارية لعملية الاستيراد والتصدير للمواد الأولية والمصنعة وهذا ما يؤدي بدوره إلى تطوير وتنمية الأنشطة الاقتصادية الإنتاجية أو الاستهلاكية والخدماتية³
- وهناك العديد من الفوائد التي تحققها أساليب التجارة الإلكترونية في مجال التجارة الدولية:
- تسهل التجارة الإلكترونية بصورة كبيرة المبادلات التجارية الخاصة بالتجارة الدولية، حيث أنها تساهم في نموها وازدهارها، وذلك من خلال استخدام الوسائل الإلكترونية في تسليم المنتجات بصورة إلكترونية وبالتالي إتمام المبادلات التجارية بين أطراف تجارية تقيم في دول مختلفة؛

¹ الحاج بن احمد، قانون التجارة الدولية، عمان: مركز الكتاب الأكاديمي، 2016، ص: 11.

² Aarushi Graphics, Prashant Vihar, **international business-Laws and practices**, India: The Institute of The company Secretaries of India, 2015, p: 03.

³ عطا الله الزبون، التجارة الخارجية، عمان: دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2015، ص- ص: 17- 19.

- وتشهد التجارة الدولية للسلع والخدمات في صورة إلكترونية نموا واسعا بشكل أكبر، حيث أن برامج المعلومات والخدمات المساعدة لها تجعل التجارة الدولية وكأنها تتم داخل الدولة الواحدة؛
- يترتب عن شيوع استخدام أدوات التجارة الإلكترونية وإدارات الجمارك على مستوى الدول تسهيل عمليات التجارة بشكل كبير، حيث أنها تسهل عملية تفتير الرسوم الجمركية التي تصل إلى مبالغ ضخمة على المستوى الدولي؛
- وتساعد تكنولوجيا المعلومات المتقدمة على تدعيم مراقبة الجمارك وتحديثها وتبسيط إجراءاتها، بما في ذلك استخدام أساليب تقديم الأخطار التي تسمح بالفحص الاختياري للإرساليات من الإجراءات الضريبية¹
- كما تعين التجارة الإلكترونية على الوصول إلى الأسواق العالمية بسرعة هائلة وبنفقات قليلة، وعلى حد تعبير البعض فإنك تستطيع إرسال رسالتك إلى كل العالم واستقبالها في لحظات²
- وتطبق التجارة الإلكترونية في العديد من المجالات الأخرى، والتي يمكن تلخيصها في الجدول الآتي:

¹ نعيمة يحيوي، مريم يوسف، "الإلكترونية وأثرها على اقتصاديات الأعمال العربية"، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد: 06، الجزائر: جامعة قاصدي مرباح ورقلة، جوان 2017، ص- ص: 182-183.

² John Kennedy, **The Internet**, London: The Rough Guide, 1999, p: 11.

الجدول رقم (23): مجالات تطبيق التجارة الإلكترونية

المجال	تطبيقاته
التعاملات التجارية	تتمثل في التبادل التجاري بين الشركات أو بين الأفراد أو بين الأفراد والشركات، حيث يتم وضع قوائم إلكترونية للمنتجات؛ و دعم أنظمة الدفع؛ إضافة إلى تبادل المستندات والتأمين وخدمات الدفع.
تجارة التجزئة	كتجارة الكتب والمجلات، حيث يتم الدفع فيها الكترونيا والتسليم يكون إما عن بعد أو من خلال مؤسسات النشر.
المصارف والتمويل	وتكون من خلال تقديم الخدمات المصرفية والمالية الالكترونية، ومن بين هذه الخدمات نجد كشف الحساب وبطاقة القرض؛ متابعة أسعار البورصة والاستثمار عن بعد.
التسويق الإلكتروني	ويشمل الإعلان والترويج والنشر بطرق إلكترونية.
الخدمات المتخصصة	كالخدمات القانونية، والخدمات الإدارية والمالية.
الهندسة	تكون من خلال الاشتراك في تصميم منتج جديد دون التواجد في المكان نفسه من خلال مجموعة العمل.

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على فضيلة بطورة، نوفل سمايلي، "إلكترونية بين الضرورة وفعالية آليات حماية المستهلك من مخاطر الخداع التسويقي"، مجلة الاقتصاد الصناعي، العدد: 01، الجزائر: جامعة لحاج لخضر باتنة، 2019، ص: 34

المبحث الرابع: مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية

تحقق التجارة الإلكترونية العديد من المزايا والفوائد، وذلك راجع بالدرجة الأولى إلى الاستخدام الواسع لها في العديد من المجالات والميادين، إلا أن هذا لا يعني خلوها من الآثار السلبية التي يمكن أن تنجم عنها في بعض الجوانب والتي يمكن أن تحد من فعاليتها.

وسنحاول من خلال هذا المبحث تسليط الضوء على أبرز المزايا التي يمكن أن تحققها استخدام التجارة الإلكترونية، إضافة إلى التطرق إلى أهم العيوب التي يمكن أن تترتب عنها والتي يمكن أن تقلل من انتشارها في مختلف الجوانب.

المطلب الأول: مزايا التجارة الإلكترونية

إن الاستخدام الواسع للتجارة الإلكترونية يمكن أن يحقق لها العديد من المزايا سواء بالنسبة للمؤسسات أو المجتمع أو المستهلكين.

ويمكن إبراز هذه المزايا من خلال الجدول الآتي:

الجدول رقم (24) مزايا التجارة الإلكترونية

المزايا	محتواها
مزايا التجارة الإلكترونية بالنسبة للشركات والمؤسسات	إن تطبيق التجارة الإلكترونية بالنسبة للشركات والمؤسسات يسمح بـ: - التقليل من التكاليف، مما يوسع فرصها في إيجاد مستهلكين أكثر ومزودين أفضل وشركاء أكثر ملائمة وبصورة سريعة وسهلة، وبالتالي توسع من نطاق السوق إلى نطاق دولي وعالمي؛ - تمكن التجارة الإلكترونية الشركات من الحصول على أفضلية تجارية على منافسيها، وذلك من خلال عملية السحب التي تسمح بتصنيع المنتج أو الخدمة وفق متطلبات المشتري، وأكبر مثال على ذلك نجد شركة "ديل" لتصنيع الحواسيب الآلية؛ - تجعل التجارة الإلكترونية الشركات تقوم بعملية إعادة هندسة العمليات التجارية، وهذا ما يسمح لإنتاجية الباعة والموظفين والإداريين أن ترتفع بنسبة كبيرة جداً؛ - تساهم التجارة الإلكترونية في تحسين صورة الشركة أو المؤسسة وتحسين خدمة الزبائن، وإيجاد شركاء تجاريين جدد، وتسهيل العمليات وتقليص الفترة الزمنية لإرسال المنتجات والخدمات، ورفع الإنتاجية والتخلص من الأوراق وخفض تكاليف المواصلات وزيادة المرونة في التعامل.
مزايا التجارة الإلكترونية بالنسبة للمستهلكين	تحقق التجارة الإلكترونية للمستهلكين المزايا الآتية: - تساعد التجارة الإلكترونية عبر الانترنت الزبائن على تبادل الآراء بخصوص المنتجات والخدمات؛ - تزيد من المنافسة بين المستهلكين وذلك لما تحققه من خفض في الأسعار؛ - تزيد من حرية اختيار المستهلك في السوق أو إجراء معاملاته في أي وقت وفي أي مكان يريده؛ - تمكن المستهلكين من المشاركة في المزادات الافتراضية؛ - تزيد من سهولة حصول المستهلكين على المعلومات اللازمة في وقت وجيز جداً مقارنة مع الوقت الذي يمكن أن يستغرقه الزبون في الحصول على نفس المعلومات من موقع ملموس.
مزايا التجارة الإلكترونية بالنسبة للمجتمع	إن تطبيق المجتمع للتجارة الإلكترونية، يمكن أن يحقق له المزايا الآتية: - تسهيل التجارة الإلكترونية على توزيع الخدمات العامة والاجتماعية مثل الصحة والتعليم بسعر منخفض وبكفاءة عالية؛ - تساهم التجارة الإلكترونية في الرفع من المستوى المعيشي للمجتمع ككل، من خلال تمكين الأفراد ذوي الدخل المتوسط والمنخفض من شراء المنتجات والسلع

التي تباع بأسعار زهيدة عبرها؛	
- تخفض التجارة الإلكترونية من تلوث الهواء، حيث أنها تسمح للفرد أن يعمل في منزله وتقلل من الوقت المتاح للتسوق، وهذا يعني ازدحام مروري أقل في الشوارع.	

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على هاني وجيه العطار، التجارة الإلكترونية، ط1، عمان: الأكاديميون للنشر

والتوزيع، 2021، ص- ص: 23- 25.

وتحقق التجارة الإلكترونية العديد من المزايا، يمكن حصرها في النقاط الآتية:

- تزيد التجارة الإلكترونية من سرعة الاستجابة لطلبات العملاء مقارنة بالفترة التي تستغرقها المعاملات الورقية التقليدية؛

- توفر التجارة الإلكترونية نظام معلومات يدعم اتخاذ القرارات الإدارية، وذلك من خلال وجود نظام تبادل المعلومات بطريقة علمية ودقيقة وبشكل يزيد من القدرة على الرقابة؛

- تعمل التجارة الإلكترونية على تخفيض تكاليف المراسلات البريدية والدعاية والإعلان والتوزيع

والتصميم، إضافة إلى خفض تكاليف النقل والتخزين والشراء التسوق إلى أقل حد ممكن¹

- توفر التجارة الإلكترونية الكثير من نفقات الإعلان والنفاذ إلى الأسواق، حيث يكفي إعلان واحد ينشر على الانترنت للتعطية السوق كله؛

- توفير قواعد بيانات متكاملة عن نشاط السلع وتطور أسعارها، أو عن الموردين أو بين العملاء، أو عن تطورات تكنولوجيا إنتاجها وتشريعات التعامل عبر الحدود؛

- توفر التجارة الإلكترونية الكثير من عمولات البسطاء من المصدرين والمستوردين وتجار الجملة والتجزئة والوكلاء التجاريين؛

- تزيد التجارة الإلكترونية من شفافية التعاملات التجارية، وذلك من خلال ما تتيحه من الحصول على المعلومات الكاملة بكل دقة وسهولة وسرعة؛

- تقلل من مخاطر تراكم المخزون، وذلك من خلال خفض الزمن المستغرق في معالجة البيانات أو

¹ عبد الصبور عبد القوي علي مصري، التجارة الإلكترونية والقانون، ط1، مصر: دار العلوم للنشر والتوزيع، 2010، ص: 17.

المعاملات المتعلقة بالطلبات¹

- تخفيض تكلفة إنشاء المتاجر الإلكترونية مقارنة بتكلفة إنشاء المتاجر التقليدية، وهذا ما يساهم بدوره في إتمام الصفقات التجارية بتكلفة أقل؛
- التجارة الإلكترونية تخفض من التكاليف الاتصالات السلكية واللاسلكية في الانترنت، حيث تكون أرخص بكثير من شبكات القيمة؛
- تسمح التجارة الإلكترونية بتخفيض المخزون عن طريق استعمال عملية السحب في نظام إدارة سلسلة التوريد، إضافة إلى تقليل تكلفة الحاسب الآلي (إدخال، طباعة، مراجعة، تصحيح...)
- تسهل التجارة الإلكترونية من أداء المدفوعات الدولية المترتبة عن الصفقات التجارية بواسطة النقود الإلكترونية مقبولة الدفع عالميا وخلال فترة زمنية قصيرة²

المطلب الثاني: عيوب التجارة الإلكترونية

- على الرغم مما تحققه التجارة الإلكترونية من مزايا عديدة على النحو السابق ذكره، إلا أنه هناك العديد من المعوقات التي يمكن أن تقف عائقا أمام التوسع فيها بالشكل الذي يجعلها البديل الحديث والناجح للتجارة التقليدية، ومن هذه المعوقات ما يرجع إلى الظروف المحيطة بالتجارة الإلكترونية، ومنها ما هو راجع إلى طبيعة هذه التجارة في حد ذاتها، ويمكن حصر هذه المعوقات في النقاط الآتية:
- سهولة التلاعب في المعاملات التي تتم وفق التجارة الإلكترونية، مما يزيد من ضعف الثقة في التعامل بها وبالتالي يرفع من مخاطرها؛
- عدم كفاية عناصر الأمان بالنسبة لوسائل السداد في التجارة الإلكترونية؛
- تعدد المقاييس المعيارية التي تطبقها الدول في التجارة الإلكترونية، مما يصعب التعامل وفقا لها في كثير من الأحيان؛

- التخوف من اختراق المواقع التجارية من جانب قراصنة الانترنت التي أصبحت كثيرة الحدود؛

¹ أسامة أبو الحسن مجاهد، التعاقد عبر الانترنت، مصر: دار الكتب القانونية، 2002، ص: 51.

² طارق عبد العال، التجارة الإلكترونية، مصر: الدار الجامعية، 2003، ص: 42.

- تأثير التجارب السلبية لبعض عمليات النصب التي تتعرض لها الشركات أو المستهلكين على شبكة الانترنت؛
- قصور التشريعات في تطبيق قواعد الملكية الفكرية¹
- إضافة إلى عدم وجود تشريعات متكاملة تنظم عمليات التجارة الإلكترونية وما يتعلق بها من إجراءات؛
- التعارض مع طبيعة التجارة الإلكترونية نتيجة لتعارض التشريعات بين الدول؛
- الأمية المعلوماتية عند كثير من المستهلكين والتجار أو ضعف معلوماتهم عن الشبكة العالمية وفوائدها²
- صعوبة توزيع المنتجات نتيجة لصعوبة شحنها أو وجود قيود على دخول بعضها إلى دول معينة؛
- اشتداد حدة المنافسة بين الشركات لجذب انتباه مستخدمي الانترنت نتيجة لسهولة الانضمام إلى السوق الإلكتروني؛
- عدم توافر المواصفات القياسية التي يجب أن تلتزم بها التجارة الإلكترونية³
- السرقة أو التزيف الذي تتعرض له البطاقات الائتمانية يؤدي إلى تحمل أصحابها تكاليف السلع والخدمات التي لم يقوم بشرائها؛
- غياب التعامل الورقي في التجارة الإلكترونية يؤدي إلى تهديد مصالح العملاء والشركات والبنوك نتيجة إمكانية حدوث تزوير بالبيانات أو التلاعب بالفواتير والمستندات عند الطلب، إضافة إلى أن غياب التعامل الورقي قد يؤدي إلى تحمل أصحابها تكاليف سلع وخدمات لم يشتروها؛
- صعوبة التحقق من هوية المتعاملين في التجارة الإلكترونية نظرا لغياب العلاقة المباشرة بين العملاء فقد يتم إبرام عقد بين البائع والمشتري الذي يبعد عنه آلاف الأميال ويختلف عنه في الأسواق المحلي⁴

¹ وليد ناجي الحياي، مجدي احمد السيد الجعيري، الإطار النظري للمحاسبة في ظل عمليات التجارة الإلكترونية، عمان: مركز الكتاب الأكاديمي للنشر والتوزيع، 2016، ص، ص: 33، 34.

² وليد ناجي الحياي، مجدي احمد السيد الجعيري، مرجع سبق ذكره، ص: 34.

³ عبد الوهاب أكرم، التجارة الإلكترونية، مصر: مكتبة ابن سينا، 2004، ص، ص: 51، 52.

⁴ محمد الصالح الحناوي وآخرون، مقدمه في الأعمال في عصر التكنولوجيا، مصر: الدار الجامعية، 2004، ص: 169.

ونظرا للاستخدام الواسع الذي تعرفه التجارة الإلكترونية في مختلف المجالات والقطاعات (مجال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛ مجال السياحة؛ مجال التجارة الدولية) جعلها ذلك توفر العديد من المزايا سواء بالنسبة للشركات والمؤسسات، أو بالنسبة للمستهلكين أو المجتمع، إلا أن هذا لا يعني خلوها من العيوب التي يمكن أن تقلل من فعاليتها واستخدامها إذا لم يتم التحكم فيها الشكل المطلوب.

خلاصة الفصل:

يتبين من خلال ما سبق، أن التغيرات الجذرية التي أحدثتها الثورة التكنولوجية جعلت القطاع الاقتصادي عامة والتجارة على وجه الخصوص مطالبة بضرورة تطبيق التقنيات الإلكترونية الحديثة في نشاطها التجاري، وضرورة تغيير قواعد التعاملات التجارية التي جعلت أساسها التدفق السريع للمعلومات إضافة إلى الاستجابة الأسرع للتغيرات المفاجئة والإلغاء النهائي للحدود والقيود المادية والجغرافية، ويتحقق ذلك من خلال استحداث التجارة الإلكترونية. حيث يعتبر هذا المفهوم من أكثر المفاهيم تشابكا وتعقيدا نظرا لما شهده من تطورات متعاقبة جعله يتداخل مع العديد من المفاهيم الأخرى مثل مفهوم التجارة التقليدية؛ والأعمال الإلكترونية؛ والتسويق الإلكتروني...، وهذا ما ميز التجارة الإلكترونية بالسرعة والتفاعل والانخفاض في تكلفة المعاملات التجارية المختلفة. ويختلف نوع هذه التجارة حسب اختلاف الأطراف الممارسة لها، فتكون إما من مستهلك إلى مستهلك آخر؛ أو من وحدة أعمال إلى وحدة أعمال أخرى؛ أو من شركة إلى مستهلك؛ أو من المستهلك إلى الحكومة.

ويتطور النشاط التجاري الإلكتروني واعتماده على خدمة الانترنت، أصبحت وسائل الدفع التقليدية غير قادرة على تلبية احتياجات المتعاملين بالصورة المطلوبة، وبات نجاح هذا النوع من التجارة مرهون بإيجاد وسائل دفع أكثر تطورا، لذلك ظهرت وسائل الدفع الإلكتروني المسبق، ووسائل الدفع الإلكتروني الفوري، ووسائل الدفع الإلكتروني المؤجل، إضافة إلى النظام البنكي الحديث للدفع. ونظرا لإمكانية التعرض المعاملات التجارية الإلكترونية لأخطار متعلقة بأمن وسرية المعلومات المتبادلة، تطلب ضرورة وجود أنظمة تضمن النقل الآمن للمعلومات، ومن بين هذه الأنظمة نجد التشفير؛ التوقيع الإلكتروني؛ الشهادات الرقمية؛ ونظام المعاملات الإلكترونية الأمنية.

وتعتبر التجارة الإلكترونية من أكثر الأدوات استخداما في مختلف المجالات، حيث يتطلب هذا التطبيق توفر العديد من المتطلبات كالبنية التحتية الملائمة؛ والكوادر البشرية المؤهلة؛ والمتطلبات الاجتماعية والتشريعية اللازمة؛ ومتطلبات القطاع الخاص وغيرها. وعلى الرغم مما تقدمه التجارة الإلكترونية من مزايا عديدة للمؤسسات والمستهلكين والتجار في مختلف المجالات، إلا أن هذا لا ينفي خلوها من العيوب والمشاكل التي قد تحد من نجاحها سواء كانت معوقات أمنية؛ أو مدى ثقة الأطراف المتعاملة فيها؛ أو قصور التشريعات في ضبط وتنظيم المعاملات التجارية الإلكترونية.

الفصل الثالث: دراسة تحليلية لواقع استخدام تكنولوجيا المعلومات في تفعيل التجارة الإلكترونية في

الجزائر والمغرب

تمهيد

المبحث الأول: التشريع القانوني لتكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب

المطلب الأول: مسار تطور التشريع القانوني لتكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية في كل من الجزائر والمغرب

المطلب الثاني: القوانين المنظمة لمعاملات التجارة الإلكترونية في التشريعين الجزائري والمغربي

المطلب الثالث: التنظيم القانوني لوسائل الدفع الإلكتروني في القانونين الجزائري والمغربي

المبحث الثاني: الإطار المؤسسي للتجارة الإلكترونية المعتمدة على تكنولوجيا المعلومات في الجزائر والمغرب

المطلب الأول: الإطار المؤسسي للتجارة الإلكترونية المرتكزة على تكنولوجيا المعلومات في الجزائر

المطلب الثاني: الإطار المؤسسي للتجارة الإلكترونية المرتكزة على تكنولوجيا المعلومات في المغرب

المبحث الثالث: واقع تكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب

المطلب الأول: البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب

المطلب الثاني: وسائل الدفع الإلكتروني التي تعتمد عليها الجزائر والمغرب في تفعيل معاملات التجارة الإلكترونية

المطلب الثالث: المواقع الإلكترونية والمنصات المتخصصة بممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب

المبحث الرابع: آفاق توسيع دور تكنولوجيا المعلومات في تفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب

المطلب الأول: البرامج الجزائرية والمغربية المستخدمة لتعزيز دور تكنولوجيا المعلومات في تفعيل التجارة الإلكترونية

المطلب الثاني: العراقيل التي تحول دون الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات في تفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب

المطلب الثالث: سبل توسيع دور تقنيات تكنولوجيا المعلومات في تفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب

خلاصة الفصل

تعتبر تكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية من أهم المجالات الحيوية التي تحظى بالاهتمام الدولي في الوقت الراهن، وذلك راجع إلى التسهيلات الإلكترونية التي يوفرها للأفراد والمؤسسات والحكومات على حد سواء. وتعتبر الجزائر والمغرب من بين الدول التي باتت مؤخرا تسعيان بشكل كبير إلى بذل كل الجهود الممكنة لتطوير هذين القطاعين.

ومن أجل تحقيق هذا التطور، قامت الدولتان بوضع ترسانة قانونية شملت العديد من جوانب التجارة الإلكترونية وذلك تقاديا للجرائم الإلكترونية، حيث تم سن العديد من النصوص القانونية الضابطة للعقد الإلكتروني، والتوقيع الإلكتروني، وكذا الحقوق المكفولة للمستهلك الإلكتروني، فضلا عن وضع التشريعات المنظمة لآلية عمل وسائل الدفع الإلكتروني المستخدمة في عمليات الدفع والسحب. ومن أجل تنفيذ هذه الإجراءات قامت الدولتين باستحداث العديد من المؤسسات والوكالات الوطنية لإبراز دور تكنولوجيا المعلومات في تفعيل التجارة الإلكترونية.

كما تسعى كل من الجزائر والمغرب أيضا إلى امتلاك بنية تحتية قوية تكون قادرة على توظيف تقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل نشاط التجارة الإلكترونية، من خلال وضع قاعدة اتصالات متطورة تكون قادرة على تقديم خدمات الهاتف الثابت والنقل وخدمات الانترنت بسعة تدفق عالية وبكميات تشمل أغلب أفراد المجتمع. فضلا عن السعي إلى امتلاك الوسائل المتنوعة للدفع الإلكتروني التي تمكنهما من تسهيل معاملات التجارة الإلكترونية.

ولتوسيع آفاق دور التكنولوجيا الحديثة في مجال التجارة الإلكترونية، تهدف الجزائر والمغرب إلى إصدار العديد من المشاريع والبرامج الوطنية والدولية الكفيلة بتحقيق ذلك، غير أن هذا لا ينفي معاناتهما من العراقيل والتحديات الشاملة لكل العناصر المذكورة آنفا.

وسنحاول في هذا الفصل إبراز دور تكنولوجيا المعلومات في تفعيل التجارة الإلكترونية من خلال تحليل واقع استخدامها في الدولتين، وفق أربعة مباحث أساسية على النحو الآتي:

- المبحث الأول: التشريع القانوني لتكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب؛
- المبحث الثاني: الإطار المؤسسي للتجارة الإلكترونية المعتمدة على تكنولوجيا المعلومات في الجزائر والمغرب؛
- المبحث الثالث: قراءة لواقع تكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب؛
- المبحث الرابع: آفاق تطوير التجارة الإلكترونية باستخدام تكنولوجيا المعلومات في الجزائر والمغرب.

المبحث الأول: التشريع القانوني لتكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب

يعتبر مجال تكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية من أكثر المجالات تعقيدا، خاصة وأنه يتسم بالتطور السريع والدائم وعدم الثبات، الأمر الذي يزيد من صعوبة التحكم فيه، ومنع المخالفات والمخاطر الأمنية التي يمكن أن تنتج عن استخدام الأفراد لشبكة الانترنت ووسائل الاتصال في ممارسة نشاطاتهم التجارية اليومية. ومن أجل تجنب هذه المخاطر وحماية الأفراد والمؤسسات تعمل كل من الجزائر والمغرب على وضع التشريعات القانونية الضابطة لمجال تكنولوجيا المعلومات من أجل التقليل من الجرائم الإلكترونية قدر الإمكان، كما تعمل الدولتان على سن القوانين المنظمة لمجال التجارة الإلكترونية ونشاطاتها المختلفة، بدء بوضع التشريعات المحددة للعقد الإلكتروني وشروط إبرامه، وكيفية حماية المستهلك الإلكتروني - باعتباره أحد أطراف هذا العقد- من كل مظاهر الغش والتزوير والخداع والاحتيال التي يمكن أن يتعرض لها، مروراً بتحديد القوانين المنظمة للتوقيع الإلكتروني وطريقة إثبات حجية المصادقة عليه بطريقة مؤمنة، ووصولاً إلى إبراز أهم المواد القانونية الجزائرية والمغربية التي تنص على أنواع هذه الوسائل وطبيعة عملها وطرق ضبطها وهو ما سيتم التطرق إليه في هذا المبحث.

المطلب الأول: مسار تطور التشريع القانوني لتكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية في كل من الجزائر والمغرب

تشهد البيئة التشريعية لمجالي تكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب تطورا ملحوظا عبر فترات زمنية متعاقبة لتصل إلى ما هي عليه اليوم، حيث أن الشغور القانوني الذي كان يعيشه البلدين في فترات سابقة جعلهما يعيشان مشكلات قانونية كثيرة، خاصة مع زيادة توجه الأفراد نحو استخدام الخدمات التكنولوجية للقيام بمعاملاتهم اليومية عبر الوسائط التكنولوجية المختلفة. هذا الأمر جعل الدولتان تحاولان جاهدتين تطوير قواعدهما التشريعية، وإعادة التفكير في المنظومة التشريعية للتحكم في هذا المجال وتطويره بشكل أفضل.

وللسير في هذا الاتجاه قامت كل من الجزائر والمغرب بإصدار القوانين المتعلقة بالمعاملات الإلكترونية وشروط ممارستها وحقوق وواجبات أطرافها. لذلك سنحاول من خلال هذا المطلب تقديم نبذة

عن مسار التطور التاريخي للتشريعات القانونية المنظمة لقطاعي تكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية في البلدين محل الدراسة.

أولاً: نبذة عن التشريع القانوني لتكنولوجيا المعلومات في الجزائر والمغرب

تعتبر تكنولوجيا المعلومات من أهم الموضوعات التي تهتم بها الدول بما في ذلك الجزائر والمغرب لذلك نجد أن التشريعات القانونية في هاتين الدولتين تسعى جاهدة نحو الحرص على حماية تكنولوجيا المعلومات ومكافحة الجرائم التكنولوجية والمعلوماتية المتعلقة بها قدر الإمكان، وفي إطار ذلك وفرت كل من الجزائر والمغرب بيئة تشريعية لم تتضمن قوانين صريحة تساهم في تقنين هذا النوع من التكنولوجيا بشكل مباشر، بل وضعت قوانين تنص على تحديد أنواع الجريمة الإلكترونية الناتجة عن التأثير السلبي للتطورات التكنولوجية، والبحث عن كيفية تحقيق الردع العام من خلال مجموعة القواعد الموضوعية والإجرائية التي وضعها المشرعين لتحقيق ذلك.

فإذا انطلقنا من مصطلح الجريمة الإلكترونية في التشريعين الجزائري والمغربي، فإننا نجد أنه لا يوجد اتفاق حول وضع مصطلح معين للدلالة على هذه الظاهرة المستحدثة، فالجريمة الإلكترونية يدخل في مفهومها جرائم الحاسوب؛ وجرائم المعلوماتية؛ الغش المعلوماتي؛ أو جرائم الاعتداء على معطيات الحاسب الآلي؛ وجرائم الانترنت وغيرها، الأمر الذي جعل كل من المشرع الجزائري والمغربي يعززان الحماية الجنائية لهذا المجال، فلا يستطيع المجرم التحايل أو تحقيق أهدافه عن طريق استغلال التقدم العلمي والتكنولوجي إلا في إطار ما يسمح به القانون¹

أما فيما يتعلق بتحديد مفهوم الجريمة الإلكترونية، فنجد أن المشرع الجزائري قد حددها في تسمية "الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال"، وذلك في القانون 09/04² المتعلق بالقواعد الخاصة بالوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام، أين نصت المادة الثانية منه على أن الجرائم الإلكترونية هي كل الجرائم التي تمس بأنظمة المعالجة الآلية للمعلومات أو الأنظمة المعلوماتية، أو أنها أنظمة

¹ غنية باطلي، الجريمة الإلكترونية (دراسة مقارنة)، الجزائر: الدار الجزائرية للنشر والتوزيع، 2015، ص: 12.

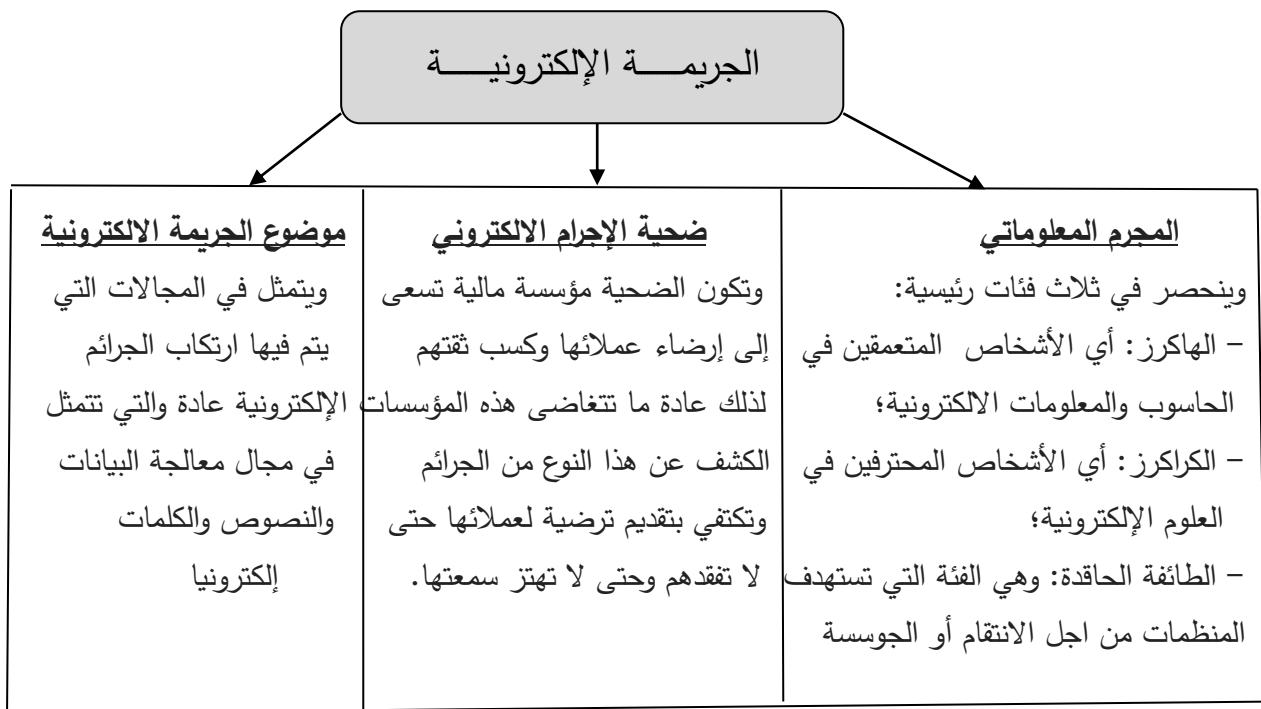
² القانون رقم 04/09 المؤرخ في 05 أوت 2009، المتعلق بالقواعد الخاصة بالوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال ومكافحتها، الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد: 47، الصادرة بتاريخ 24 شعبان 1430 الموافق لـ 16 أوت 2009.

الاتصالات الإلكترونية¹

وما يمكن استنتاجه من هذه المادة، هو أن الجريمة الإلكترونية حسب المشرع الجزائري تشمل كل المخالفات القانونية المتعلقة بالجوانب الإلكترونية والآلية والمعلوماتية. وفي هذا السياق نجد أن المشرع المغربي لم يعطي تعريف واضح وصريح للجريمة الإلكترونية في قوانينه، بل ترك الأمر للفقهاء والقضاء واكتفى بسن العقوبات الصارمة للمخالفات الإلكترونية في القانون الجنائي المغربي الذي سيتم تطرق إليه فيما بعد.

والجريمة الإلكترونية بصفة عامة لها خصوصية تجعلها تختلف عن أنواع الجرائم الأخرى، حيث أنها تمتلك بعدا عالميا نظرا للاستخدام الواسع لشبكة الانترنت التي ألغت البعد المكاني للجرائم، وأين أصبح من الممكن أن يكون الجاني في بلد و المجني عليه في بلد آخر. وبالتالي فإن للجريمة الإلكترونية لها ثلاثة أطراف رئيسية يمكن حصرها في الشكل الآتي:

الشكل رقم (21): أطراف الجريمة الإلكترونية



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على غنية باطلي، الجريمة الإلكترونية (دراسة مقارنة)، الجزائر: الدار الجزائرية للنشر والتوزيع، 2015، ص-ص: 862-863.

¹ المادة 02 من القانون 04/09 المتعلق بالقواعد الخاصة بالوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال ومكافحتها.

أما فيما يتعلق بالعقوبات الجنائية التي حددها كل من المشرع الجزائري والمغربي لمرتكبي الجرائم الإلكترونية، فنجد أنه يوجد اختلاف بين الدولتين في تحديد مدة هذه الجرائم وغرامتها المالية، وفي هذا الصدد نجد أن المشرع الجزائري قد قسم الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال أو الجرائم الإلكترونية إلى ثلاثة طوائف رئيسية، تم تحديدها في القانون رقم 15/04¹ المتعلق بقانون العقوبات وبالتحديد في فصله الثالث الموسوم بـ "المساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات"، حيث نجد أن المادة 390 من قانون العقوبات قد حددت مدة عقوبة الطائفة الأولى بثلاثة (03) أشهر إلى سنة (01) سجن وبغرامة مالية تتراوح بين 50000 إلى 100000 دينار جزائري، أما في حالة قيام الجاني بحذف أو تغيير المعطيات فإن عقوبته تتضاعف. كما حددت هذه المادة عقوبة من يقوم بتخريب النظام المعلوماتي بمدة سجن تقدر بستة (06) أشهر إلى سنتين، وغرامة مالية تبدأ من 50000 إلى 150000 دينار جزائري²

أما الطائفتين الثانية والثالثة من الجريمة الإلكترونية، فقد نصت عليهما المادتين 394 مكرر 2 و394 مكرر 3، وتمثل الطائفة الثانية الجرائم الإلكترونية المرتكبة بواسطة النظام المعلوماتي والمتمثلة في إفشاء ونشر المعلومات؛ وجرائم التحويل الإلكتروني؛ والسطو... وقد حدد المشرع الجزائري عقوبتها بالسجن من شهرين (02) إلى ثلاثة (03) سنوات، وبغرامة مالية تبدأ من 1000000 إلى 5000000 دينار جزائري. أما الطائفة الثالثة والتي حددتها المادة 394 مكرر 3 فتتمثل في الجرائم الإلكترونية المتعلقة بأمن الدولة ومؤسساتها مثل جرائم التجسس والإرهاب وعقوبتها تقدر بالسجن من أربعة (04) أشهر إلى ستة (06) سنوات، وبغرامة مالية تبدأ من 2000000 إلى 10000000 دينار جزائري نظرا لخطورتها.

فيما يتعلق بالطائفة الرابعة والأخيرة [والمتمثلة في الجرائم الإلكترونية للشخص المعنوي]، فقد حددت عقوبتها المادة 394 مكرر 4 من نفس القانون وتكون عقوبتها معادلة خمس مرات للجرائم المرتكبة من طرف الشخص الطبيعي³

وما يمكن ملاحظته من خلال هذه المواد القانونية، أن التقسيم الذي اعتمدته الجزائر في تشريعها

¹ القانون رقم 15/04 المؤرخ في 10 أكتوبر 2004 المعدل والمتمم للأمر رقم 156/99، المتعلق بقانون العقوبات، الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد: 71، الصادرة بتاريخ 27 رمضان 1425 الموافق لـ 10 أكتوبر 2004.

² المادة 390 من القانون رقم 15/04 المتعلق بقانون العقوبات.

³ المادة 394 مكرر 2 و3 و4 من القانون رقم 15/04 المتعلق بقانون العقوبات.

للجرائم الإلكترونية يتوقف على مدى خطورة الجريمة المرتكبة من جهة، والمدة والغرامة المالية المقدرة على مرتكبيها من جهة أخرى. وهذا يدل على توسع المشرع الجزائري في نطاق هذا النوع من الجرائم، إلا أنه لا يضع معيار واحد واضح يمكن اعتماده في تقسيم الجرائم الإلكترونية وعقوبتها، فطبيعة هذه الجرائم التي حددتها الجزائر جملة غير كافية لاعتمادها كمعيار مفصل وواضح يمكن استخدامه في تقسيمها.

أما مشرع المغربي فقد قسم الجرائم الإلكترونية إلى جرائم ماسة بالأموال وجرائم ماسة بالأشخاص ويمكن توضيحها على النحو الآتي:

أولاً: الجرائم الماسة بالأموال

حدد المشرع المغربي الجرائم الماسة بالأموال في إتلاف المعلومات التي تطرق لها من خلال القانون 07/03¹ المتمم لمجموعة القانون الجنائي المغربي والمتضمن للجرائم المتعلقة بنظام المعالجة الآلية للمعطيات وبالتحديد في فصله 607، أين نصت المادة 06 منه على أن كل مجرم يقوم بإدخال المعطيات في نظام المعالجة الآلية أو إتلافها أو حذفها أو تغيير طريقة معالجتها أو طريقة إرسالها عن طريق الاحتيال، فإنه يتم معاقبته بالسجن من سنة (01) إلى ثلاثة (03) سنوات، وبغرامة مالية تقدر من 10000 إلى 200000 درهم. ولم تتوقف الجرائم الماسة بالأموال على إتلاف المعلومات فقط بل تعدت ذلك لتشمل التزوير* أيضاً، حيث جاءت المادة 07 من الفصل 607 من القانون الجنائي المغربي لتحديد عقوبة التزوير المعلوماتي بالسجن من خمسة (05) إلى ستة (06) سنوات، وبغرامة مالية تقدر من 10000 إلى 1000000 درهم²

وما يمكن ملاحظته من خلال تحليل المادة 07 من الفصل 607 للقانون الجنائي المغربي، هو أن هذا التزوير ينطبق بصفة خاصة على بطاقات الائتمان أو بطاقات الدفع الإلكتروني المرتبطة بعمل البنوك.

¹ القانون رقم 07/03 المتمم لمجموعة القانون الجنائي المغربي، المتضمن للجرائم المتعلقة بنظام المعالجة الآلية للمعطيات، الصادر بتنفيذ ظهير شريف رقم 1.3.297، الصادر في 16 رمضان 1425 الموافق لـ 11 نوفمبر 2003، الجريدة الرسمية المملكة المغربية، العدد: 6722، الصادرة بتاريخ 27 رمضان 1425 الموافق لـ 10 نوفمبر 2004.

* التزوير: هو تغيير الحقيقة قصد الغش، ويكون بإحدى الطرق المقررة بالقانون في كل ما يمس القانون الساري في الدول.

² المادتين 06 و 07 من الفصل 607 من القانون رقم 07/03 المتمم لمجموعة القانون الجنائي المغربي، المتضمن للجرائم المتعلقة بنظام المعالجة الآلية للمعطيات.

كما تعتبر القرصنة وغسيل الأموال أيضا من الجرائم الإلكترونية الماسة بالأموال والتي تتحمل فيها الدولة خسائر مالية ضخمة، وتتعلق هذه القرصنة خاصة بالوسائل الإلكترونية المستخدمة في عملية البيع والشراء عبر الانترنت، لذلك يسهل على المجرم الإلكتروني اختراق هذه الوسائل باستخدام تقنيات مختلفة حتى يتم التوصل إلى الأرقام السرية للبطاقات الإلكترونية والحصول على مبالغ مالية كبيرة من الشبابيك الأوتوماتيكية للبنوك¹

ثانيا: الجرائم الماسة بالأشخاص

لقد حدد المشرع المغربي الجرائم الماسة بالأشخاص في التجسس والإرهاب الإلكتروني، حيث يعتبر التجسس بصفة عامة جريمة قديمة نص عليها المشرع المغربي في مجموعة القانون الجنائي المغربي وبالتحديد في الفصل 185 منه، فاعتبر أن المجرم المرتكب لجناية التجسس يعاقب بالإعدام. أما التجسس الإلكتروني فهو أحد أنواع التجسس الحديث ويتم عن طريق إدخال ملف التجسس إلى المجني عليه تحت مسمى "حصان طروادة"² حيث يتم إصابة جهاز المجني عليه بهذا الملف، وهو المنفذ الأول لحدوث اتصال بين أجهزة الطرفين³

كما يعد القذف والسب من الجرائم التي تمس بالأشخاص وتشوه سمعتهم باستخدام الطرق الإلكترونية الحديثة، ويكون ذلك من خلال إنشاء مواقع الكترونية يكون الهدف منها هو القذف والسب والتشهير بالأشخاص أو الهيئات أو الدول أو الأديان. وقد عرف المشرع المغربي القذف في المادة 442 من القانون الجنائي المغربي واعتبره إدعاء واقعة أو نسبها إلى شخص أو هيئة بما يمس شرفها واعتبارها كما قامت المادة نفسها بتعريف السب على أنه تصرف شائن وتحقير للأشخاص حول واقعة معينة³ وتختلف عقوبة جريمتي السب والقذف عبر وسائل الإعلام التقليدية عن تلك التي تتم إلكترونيا

¹ فاطمة الزهراء رمضان، علي بدراني، "القصور التشريعي الجنائي في مجال الجريمة المعلوماتية في التشريع المغربي والجزائري"، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، العدد: 01، الجزائر: جامعة محمد بوضياف المسيلة، جوان 2011، ص: 859.

* حصان طروادة: هي شيفرة صغيرة يتم تحميلها مع برنامج رئيسي من البرامج ذات الشعبية العالية، ويقوم ببعض المهام الخفية وغالبا ما تتركز على إضعاف قوى الدفاع لدى الضحية واختراق جهازه وسرقة بياناته. ويرجع سبب تسميته إلى تشابه عمله مع أسطوره "حصان طروادة" الخشبي الذي اختبأ فيه عدد من الجنود اليونانيين وكانوا سببا في فتح مدينة "طروادة".

² فاطمة الزهراء رمضان، علي بدراني، مرجع سبق ذكره، ص- ص: 867-866.

³ مجموعة القانون الجنائي المغربي، الصادر بتنفيذه ظهير شريف رقم 1.59.413، الصادر في 28 جمادى الثانية 1382 (26 نوفمبر 1962)، الجريدة الرسمية المملكة المغربية، العدد: 2640، بتاريخ 12 محرم 1383 (5 جوان 1963)، المادة 442.

حيث قام المشرع المغربي بتحديد عقوبة مرتكبي جرمي السب والقذف عن طريق المنشورات الإلكترونية بمقتضى القانون رقم 88/13 المتعلق بالصحافة والنشر والذي نص على معاقبة مرتكبي جريمة القذف الموجه للأفراد بغرامة تتراوح بين 10000 و 100000 درهم، أما القذف الموجه لمؤسسات الدولة أو الهيئات القضائية فغرامته المالية تتراوح ما بين 100000 و 200000 درهم. وفيما يتعلق بالسب فإن مرتكبه في حق الأفراد له غرامة مالية تتراوح بين 10000 و 50000 درهم، وفي حق مؤسسات الدولة يكون بغرامة تقدر من 5000 إلى 20000 درهم¹

من خلال التطرق إلى قانون الجريمة الإلكترونية في الجزائر والمغرب، نلاحظ أن الدولتين حاولتا الإلمام بمختلف الجوانب التي يمكن أن تمسها الجرائم الإلكترونية، من خلال الاستمرار في تحيين القوانين لجعلها تتكيف وتتماشى مع التطورات الحديثة في هذا المجال. إلا أن المغرب كانت أكثر وضوحا في تحديد المعيار الذي يتم على أساسه تقسيم الجرائم الإلكترونية (والتي تم تصنيفها على أساس الجهة التي تمسها الجريمة، سواء كانت أموالا أو أشخاصا)، حتى يسهل تطبيق العقوبات المناسبة على مرتكبيها مقارنة بالجزائر، ومن ناحية أخرى نجد أن المشرع الجزائري قد وضع نص خاص بالأشخاص المعنويين على خلاف المشرع المغربي الذي اكتفى بالأشخاص الطبيعيين فقط في نصوصه القانونية.

ثانيا: نبذة عن التشريع القانوني للتجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب

لقد أصبحت وسائل الاتصال الحديثة من أكثر الأمور المهيمنة على حياة الأفراد والمجتمعات والدول حيث نتج عن استخدامها أنماط جديدة من العلاقات لم تكن موجودة من قبل، وقد أثارت هذه الوسائل العديد من الإشكاليات القانونية والممارساتية في عدة دول من بينها الجزائر والمغرب، وهو الأمر الذي جعل هاتين الدولتين أمام حتمية مباشرة لمواكبة هذه المستجدات من خلال سن مقتضيات قانونية جديدة خاصة بالتجارة والمعاملات الإلكترونية، وكذا حماية وضبط المتعاملين بالوسائل التكنولوجية الحديثة. وفي هذا الصدد نجد أن الوضع التشريعي الراهن الذي وصلت إليه الجزائر في مجال التجارة الإلكترونية لم يأتي من فراغ، وإنما كان نتيجة العديد من المحطات القانونية التي مرت بها خلال فترات زمنية متتالية فقبل صدور القانون الحالي لهذا النوع من التجارة أي القانون رقم 05/18، أثبتت القوانين القديمة للجزائر محدوديتها في حماية المعاملات الإلكترونية وحماية المستهلك من التطورات الحاصلة في هذا المجال

¹ القانون رقم 88/13، المتعلق بقانون الصحافة والنشر، الصادر بتنفيذه ظهير شريف رقم 1.16.122 المؤرخ في 06 ذي القعدة 1437 الموافق لـ 10 أوت 2016، الجريدة الرسمية المملكة المغربية، العدد: 5966، الصادرة بتاريخ 11 ذي القعدة 1437 الموافق لـ 15 أوت 2016، المادتين 84 و 85.

لذلك كان القضاء الجزائري قبل صدور هذا القانون يلجئ إلى العديد من القوانين على سبيل القياس من أجل فض النزاعات الخاصة بالمستهلك الإلكتروني وبالممارسات الإلكترونية، ويمكن تحديد هذه القوانين على النحو الآتي:

- القانون رقم 02/04 المؤرخ في 23 جوان 2004، المتضمن للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد: 41، الصادرة بتاريخ 09 جمادى الأولى الموافق لـ 27 جوان 2004.

- القانون رقم 08/04 المؤرخ في 14 أوت 2004 المعدل والمتمم بالقانون رقم 08/18 المؤرخ في 10 جوان 2018، المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد: 35، الصادرة بتاريخ 29 رمضان 1439 الموافق لـ 13 جوان 2018.

- القانون رقم 03/09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المعدل والمتمم للقانون رقم 09/18 المؤرخ في 10 جوان 2018، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد: 35، الصادرة بتاريخ 29 رمضان 1439 الموافق لـ 13 جوان 2018.

- القانون رقم 04/09 المؤرخ في 05 أوت 2009، المتعلق بالقواعد الخاصة بالوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال ومكافحتها، الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد: 47، الصادرة بتاريخ 24 شعبان 1430 الموافق لـ 16 أوت 2009.

- المرسوم التنفيذي رقم 378/13 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013، المتعلق بالشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد: 58، الصادرة بتاريخ 15 محرم 1435 الموافق لـ 18 نوفمبر 2013.

- المرسوم التنفيذي رقم 140/17 المؤرخ في 11 أفريل 2017، المتعلق بشروط النظافة والنظافة الصحية أثناء عملية المواد الغذائية للاستهلاك البشري، الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد: 24، الصادرة بتاريخ 17 رجب 1438 الموافق لـ 14 أفريل 2017¹

وبعد ذلك قام المشرع الجزائري بسن قانون يهدف إلى تحديد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين وهو القانون رقم 04/15 المؤرخ في 01 فيفري 2015، وجاء هذا القانون لتحديد

¹ أيوب بن النية، يمينه بليمان، "تطور قانون التجارة الإلكترونية في الجزائر"، مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، العدد: 03، الجزائر: جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية - قسنطينة 01، مارس 2021، ص-ص: 1204-1205.

مفهوم التوقيع الإلكتروني، وصفة الموقع، وآلية إنشاء هذا التوقيع، وكذا شهادة التصديق الإلكتروني وتحديد مفهوم العديد من المصطلحات الجديدة الخاصة بالتصديق الإلكتروني مثل: مصطلح التوقيع الإلكتروني وشهادة التصديق الإلكتروني؛ مفتاح التشفير العمومي؛ الترخيص؛ مؤدي خدمات التصديق الإلكتروني والمتدخلون في الفرع الحكومي...¹

ولم تتوقف القوانين الجزائرية الصادرة لتنظيم هذا المجال عند هذا الحد، بل تعدت ذلك لتشمل المستهلك الإلكتروني والسعي نحو حمايته وتحديد حقوقه وواجباته قانونيا، خاصة بعد زيادة وعي الفرد الجزائري في استعماله لوسائل الاتصال الحديثة لفترات طويلة يوميا، مما جعله يهتم بنمط المعاملات الإلكترونية القائمة على البيع والشراء عبر شبكة الانترنت وطلب الخدمات ودفع الفواتير... ونظرا لغياب النصوص التشريعية المنظمة لهذه النشاطات سابقا، فإن العديد من المتاجر الإلكترونية والصفحات أصبحت تمارس نشاطاتها بطرق غير قانونية وغير شريفة، لذلك نجد أن العديد من المواطنين يتأسفون لغياب الضمانات في عمليات الشراء الإلكترونية مثل: الفواتير؛ وتأخر التسليم؛ أو غياب خدمة ما بعد البيع وغيرها²

وهذا ما دفع بالمشروع إلى التدخل في وضع القوانين والآليات التي تركز الشروط الواجب توافرها لحماية المستهلك الإلكتروني كحقه في الإعلام، والعدول، ومواجهة الشروط التعسفية لتحقيق التوازن بين طرفي العقد، وكذا حقه في حماية بياناته الشخصية...³ وسيتم تطرق فيما بعد إلى المستهلك الإلكتروني في التشريع الجزائري بشكل مفصل.

وما يمكن ملاحظته من خلال ما سبق، هو أن الجزائر على الرغم من عدم امتلاكها لقانون خاص وواضح للتجارة الإلكترونية في البداية، إلا أنها كانت تسعى بشكل كبير إلى سد الثغرات القانونية والقصور في النصوص التشريعية لتنظيم مجال هذا النوع من التجارة، وذلك من خلال اللجوء إلى العديد من القوانين ومحاولة القياس عليها للخروج بأنسب تنظيم قانوني ممكن. ولكن مع زيادة الاعتماد الكبير

¹ القانون رقم 04/15 المؤرخ في 2015/02/01، المتضمن للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد: 06، الصادرة بتاريخ 20 ربيع الثاني 1436 الموافق لـ 2015/02/10، المادتين 01 و 02.

² أيوب بن النية، يمينة بليمان، مرجع سبق ذكره، ص- ص: 1207 - 1208.

³ مريم بربوشة، "الجودة الإلكترونية كمدخل لحماية المستهلك الإلكتروني"، مجلة مينا للدراسات الاقتصادية، العدد: 05، الجزائر: جامعة باجي مختار عنابة، مارس 2020، ص: 120.

على وسائل الاتصال الحديثة واعتماد عمليات البيع والشراء عبر الانترنت، أصبحت هذه القوانين لا تصل إلى جوانب عديدة من المعاملات التجارية الإلكترونية، وأصبح المشرع الجزائري أمام حتمية إصدار قانون خاص بالتجارة الإلكترونية ينظم نشاطها ويعاقب مخالفها، لذلك قامت الجزائر بإصدار القانون رقم 18/05 المؤرخ في 10 ماي 2018 الذي سيتم التعرف عليه بشكل مفصل لاحقا.

أما المغرب فلم يركز في تطويره للتجارة الإلكترونية على القوانين المنظمة لها بشكل مباشر، وإنما حاول في بادئ الأمر سن القوانين التي توفر له بنية تحتية إلكترونية قوية تمكنه من تطوير هذا المجال لذلك نجده تبنى سياسة الورش الكبرى منذ فترة طويلة وركز من خلالها على المغرب الرقمي "E-Maroc" من خلال وضع إستراتيجية وطنية لمجتمع المعلومات والاقتصاد الرقمي، ونجده قد وضع هذه الإستراتيجية سنة 2013 من أجل تعزيز الثقة الرقمية في الدولة، ولا يتحقق ذلك إلا من خلال السير في وسط قانون سليم يكفل الأمن القانوني والاستقرار التشريعي للمعاملات بالشكل الذي يعزز الثقة فيها¹

وقبل صياغة هذه الإستراتيجية قام المشرع المغربي بإصدار جملة من التشريعات والقوانين لتنظيم وتقنين المجال التكنولوجي ومجال التجارة الإلكترونية، فبدأ بإصدار القانون رقم 24/96 الصادر سنة 1996 والمتضمن للبريد والمواصلات خاصة ما يتعلق بمخالفات المس بالتجهيزات السلكية واللاسلكية والعقوبات الجزرية، كما جاء الفصل 108 من قانون المسطرة الجنائية الذي يسمح بالنقاط المكالمات الهاتفية والاتصالات بمختلف أشكالها وفقا للحدود التي يضعها هذا الفصل، وقد جرم أيضا التشريع المغربي العمليات الجمركية الناتجة عن المناولة عبر إدخال بيانات مزورة في النظام المعلوماتي للجمارك وذلك في مدونة الجمارك الصادرة سنة 2000.

ثم صدر بعدها القانون رقم 07/03 المتمم لمجموعة القانون الجنائي والمتعلق بجرائم المعالجة الآلية للمعطيات، وكذا القانون رقم 03/03 المتعلق بمكافحة الإرهاب وذلك ضمن الفصل 2/81 في الفقرة 07 منه، أين تم إدراج الجرائم المتعلقة باقتراح نظم المعالجة الآلية للمعطيات ضمن لائحة الجرائم الإرهابية والذي تم التطرق إليه سابقا.

إضافة إلى صدور القانون رقم 34/05 القاضي بتفسير وتتميم القانون رقم 02/2000 المتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة. كما أصدر المشرع المغربي تشريعا ينظم مقتضى التبادل الإلكتروني للمعطيات القانونية وذلك بموجب القانون رقم 53/05.

¹ عبد الحكيم رزق، التنظيم القانوني للمغرب الرقمي، ط1، المغرب: مكتبة الرشاد سطات للنشر والتوزيع، 2013، ص: 08.

وقام بعدها التشريع المغربي بإصدار القانون رقم 09/08 المتعلق بحماية الأشخاص الذاتيين تجاه معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، إضافة إلى إصدار القانون رقم 31/08 القاضي بتحديد تدابير حماية المستهلك¹

إن مجموعة التدابير المذكورة أنفا تعكس إصرار وإرادة المشرع المغربي في توفير وسائل تكنولوجية حديثة توفر الأمن في مجال المعاملات الإلكترونية، لذلك نجد أن المغرب يعرف طفرة نوعية في هذا المجال خاصة بعد إتباع إستراتيجية المغرب الرقمي التي سدت الفراغ القانوني الذي شهده المغرب في العديد من السنوات، نتيجة اعتماده على سياسة الأمن المعلوماتي المرتكزة على تعزيز الوسائل التقنية والإدارية للسلطات الأمنية في إطار وجود فراغ تشريعي، فجاءت هذه الإستراتيجية وعالجت هذا النقص ولقد ارتكز المغرب الرقمي 2013 على ثلاثة محاور مندمجة وهي:

- المبادرة الأولى المتعلقة بتحسين النصوص القانونية؛
 - المبادرة الثانية المتعلقة بوضع الأجهزة الملائمة؛
 - المبادرة الثالثة المتعلقة بتكوين الأطر البشرية وتحسين الفاعلين المكلفين بحماية الأمن القانوني²
- فمن الناحية الشكلية يتبين أن اهتمام المغرب بهذا المجال من خلال هذه الإستراتيجية كان متكاملا حيث أنها سعت إلى تطوير البنية التحتية والقانونية من خلال سن القوانين ووضع المؤسسات والهيئات المكلفة بتنفيذها وتقييمها ومتابعتها، وذلك من خلال تزويدها بالكوادر البشرية ذات الكفاءة القادرة على حماية الأمن القانوني للدولة.

كما يتبين من جملة هذه القوانين أن النقطة المشتركة التي جمعت كل من الجزائر والمغرب في هذا المجال هي حماية المستهلك، فنرى أن الجزائر قد اهتمت بهذا الجانب بشكل كبير أين أصدرت أكثر من ثلاث قوانين لحمايته، على خلاف المغرب الذي أصدر قانون واحد فقط. وهذا راجع إلى تركيز الجزائر على أطراف معاملات التجارة الإلكترونية بشكل مباشر، في حين أن المغرب ركز على الجوانب الأمنية والتكنولوجية لبناء دولة رقمية قوية قادرة على توفير الأمن المعلوماتي والتكنولوجي.

وبالتالي نجد أن المغرب في تنظيمه لمجال التجارة الإلكترونية قد اهتم بالجانب الأمني للمعاملات

¹ ماء العينين سعداني، "الحماية التجارية الإلكترونية في ضوء المستجدات التشريعية"، المجلة الجزائرية للأبحاث القانونية، العدد: 05، المغرب: جامعة محمد السادس، ديسمبر 2020، ص: 08.

² الحسن الداكي، "تأثير الجريمة الإلكترونية على الائتمان المال"، سلسلة ندوات محكمة الاستئناف بالرباط، العدد: 17، المغرب: الرباط، 2014، ص: 13.

الإلكترونية أكثر من اهتمامه بالنشاط التجاري وأطرافه الإلكترونية في حد ذاتها، وذلك لاعتباره أن الجوانب التكنولوجية والأمنية تشكل الركيزة الأساسية لنجاح المعاملات الإلكترونية، على خلاف الجزائر التي ركزت في تشريعاتها وقوانينها على نشاطات التجارة الإلكترونية في حد ذاتها، لذلك نجد أن أغلب قوانينها في هذا المجال تهتم بالمستهلك الإلكتروني؛ والمصادقة الإلكترونية؛ وشروط ممارسات التجارة الإلكترونية، وهذا لا ينفي اهتمامها بالجانب الأمني بشكل مطلق إلا أنها لم توضح ذلك بشكل صريح مقارنة بالمغرب.

ما يمكن استخلاصه، أن كل ما تم تقديمه سابقا هو عبارة عن لمحة تاريخية موجزة فقط لمعرفة التطور القانوني لتكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية في كل من الجزائر والمغرب، وحتى يتم التوسع أكثر في معرفة القوانين المنظمة لكل جزئية من نشاط التجارة الإلكترونية لابد من الاستفاضة في القوانين المنظمة للمعاملات والإجراءات وطرق الدفع المعتمدة في هذا النوع من التجارة من جهة أخرى. وهذا ما سيتم التطرق إليه في المطلب الموالي.

المطلب الثاني: القوانين المنظمة لمعاملات التجارة الإلكترونية في التشريعين الجزائري والمغربي

تقوم كل من الجزائر والمغرب بوضع منظومة قانونية شاملة تهدف إلى تسيير قطاع التجارة الإلكترونية من أجل تطويره والتحكم فيه، ويكون ذلك من خلال سن القوانين الضابطة للعقد الإلكتروني وكل ما يتعلق بشروط إبرامه وطرق فسخه. إضافة إلى وضع التشريعات المنظمة للتوقيع الإلكتروني الحائز على حجية الإثبات والقائم على المصادقة الإلكترونية المؤمنة، كما يكون من خلال وضع المواد القانونية المقننة لوسائل الدفع الإلكتروني التي يتم استخدامها في ممارسة نشاط التجارة الإلكترونية.

أولاً: العقد الإلكتروني في التشريعين الجزائري والمغربي

يعتبر التعاقد الإلكتروني من أهم صور التجارة الإلكترونية، حيث يتم استخدام الانترنت كوسيط أساسي لإبرامه، وهو ما يضيف عليه خصوصية غير مألوفة، لذلك كان لابد على الجهات والأطراف المستخدمة له أن تكون واعية ومدركة للقواعد والقوانين التي تحدد وتنظم شروط استخدامه وحالات فسخه وإبطاله. وفي هذا الإطار قامت الجزائر والمغرب بسن جملة من القوانين والتشريعات لتنظيم التعاقد الإلكتروني وتحديد حقوق وواجبات أطرافه بكل وضوح.

فالتشريع الجزائري حدد مفهوم العقد الإلكتروني في القانون 02/04 المؤرخ في 2004/06/23 واعتبره العقد الذي يتم فيه تحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، حيث يتم إبرامه عن بعد دون الحضور الفعلي والمتزامن لطرفيه، والاكتفاء باستخدام تقنيات الاتصال الإلكتروني¹ وهو الأمر الذي يميزه عن العقد التقليدي.

أما المشرع المغربي فلم يقدم تعريف واضح ومحدد للعقد الإلكتروني في قوانينه، واكتفى بتحديد شروطه، وشروط قبوله وفسخه فقط، وحتى يكون العقد صحيحا يجب أن يتضمن العديد من الشروط لذلك نجد أن المشرع الجزائري قد قام بتحديد المعلومات الأساسية التي يجب أن تتوفر في العقد الإلكتروني حتى يكون صحيحا، وذلك في نص المادة 12 من القانون 05/18 المؤرخ في 10 ماي 2018 والمتعلق بالتجارة الإلكترونية، والتي يمكن تحديدها على النحو الآتي:

- عرض خصائص السلع والخدمات بشكل مفصل؛
 - تحديد خدمات ما بعد البيع وشروط الضمان؛
 - تقديم شروط فسخ وإبطال العقد الإلكتروني؛
 - وضع شروط وكيفية إعادة المنتج؛
 - تحديد شروط وكيفية الدفع؛
 - إبراز الطرق التي يتم بها معالجة الشكاوي؛
 - تحديد كل ما يتعلق بالطلبية المسبقة عند الاقتضاء؛
 - وضع الشروط والكيفيات التي يتم التعامل بها في حالات النزاع؛
 - تحديد مدة العقد حسب الحالة²
- أما المشرع المغربي لم يحدد شروط العقد بشكل مباشر، وإنما حددها عند تعبيره عن إرادة الأطراف في العقد الإلكتروني.

وفي إطار التعبير عن إرادة الأطراف في العقد، نجد أن التشريعين الجزائري والمغربي قد حدداها في

¹ القانون رقم 02/04 المؤرخ في 23 جوان 2004، المتضمن للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد: 41، الصادرة بتاريخ 09 جمادى الأولى الموافق لـ 27 جوان 2004.

² القانون رقم 05/18 المؤرخ في 10/05/2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد: 28، الصادرة بتاريخ 30 شعبان 1439 الموافق لـ 16 ماي 2018، المادة 12.

صيغتي الإيجاب والقبول*، حيث أن الإيجاب هو مرحلة تسبق القبول وتكون مرتبطة ارتباطا مباشرا بالعرض، فكلما كان العرض مفصلا كلما كان إيجابيا أكثر، ويعتبر دعوة للتعاقد إذا أنقص الموجب التزاماته التعاقدية.

حيث نجد أن المادة 60 من القانون المدني الجزائري تنص على أن التعبير عن الإرادة يكون إما باللفظ أو بالكتابة أو بالإشارة المتداولة، كما يمكن أن يكون باتخاذ موقف معين يدل على إرادة صاحبه دون أي شك (أي أن الإرادة يتم التعبير عنها إما بشكل صريح أو بشكل ضمني)¹

فبالنسبة لصيغة الإيجاب، نجد أن المشرع الجزائري قد أشار إليها في المادة 10 من القانون المدني الجزائري، والتي تنص على أن كل معاملة تجارية إلكترونية يجب أن تسبق بعرض تجاري إلكتروني، يتم توثيق هذا العرض بموجب عقد إلكتروني يكون مصادق عليه من طرف المستهلك، كما أنها أوجبت أن يقوم المورد الإلكتروني بتقديم العرض التجاري وجوبا بطريقة مرئية مقروءة ومفهومة.

وقامت المادة 11 أيضا من القانون نفسه بتحديد المعلومات الواجب توافرها في الإيجاب، والمتمثلة في التعريف الجبائي؛ ورقم السجل التجاري؛ ومدة صلاحية العرض؛ وطريقة تأكيد الطلبية؛ وكذا موعد التسليم وطريقة إرجاعه²

في حين أن المشرع المغربي قد حدث حالتين أساسيتين تدخلان في إطار الإيجاب، وذلك في الفصل 3-65 من قانون الالتزامات والعقود وهي:

- حالة وضع الإيجاب في شكل عروض تعاقدية أو معلومات متعلقة بسلع أو خدمات رهن إشارة عموم الناس من أجل إبرام عقد من العقود؛

- الحالة التي يتطلب فيها شخص معين بالذات معلومات من أجل إبرام العقد عندما يتعلق الأمر بتوجيه معلومات أثناء تنفيذ العقد³

* الإيجاب الإلكتروني هو تعبير جازم عن الإرادة المصممة والعازمة نهائيا عند إبرام العقد إذا ما صادف الإيجاب قبولا. أما القبول الإلكتروني هو الرد الإيجابي على الإيجاب من طرف الموجب له.

¹ الأمر رقم 58/75 المعدل والمتمم، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتعلق بالقانون المدني الجزائري، الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الجزائرية، العدد: 78، الصادرة في: 23 رمضان 1395 الموافق لـ 29 سبتمبر 1975، المادة 60.

² المادتين 10 و 11 من القانون المدني الجزائري.

³ قانون الالتزامات والعقود، الصادر بظهير 09 رمضان 1331 الموافق لـ 12 أوت 1913، المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 53/05 المتعلق بالتبادل الإلكتروني للبيانات القانونية وغيرها، الفصل 3-65.

أما فيما يتعلق بصيغة القبول فقد قام المشرع الجزائري بالنص على شروطها في المادة 66 من القانون المدني الجزائري، حيث اعتبر أن القبول ممكن أن يتم إما عبر الفاكس؛ أو التيليكس؛ أو البريد الإلكتروني أو الكتابة؛ أو المشاهدة والمحادثة لفظا بالانترنت؛ أو حتى بالإشارة المتداولة عرضا، ويكون القبول ضمنيا أو صريحا¹

في حين أن المشرع المغربي نظم القبول الإلكتروني في القانون 53/05 ووضع له كل الضوابط والشروط الواجب توافرها فيه، حيث يقوم الطرف المرسل إليه بالإيجاب قبل التعبير عن إرادته بالقبول بالتأكد من:

- تفاصيل القبول حتى يعترف به قانونا؛
 - الثمن الإجمالي للأمر المتعاقد عليه فهو ركن أساسي في العقد؛
 - كل الأخطاء التي يمكن أن يقع فيها إذا حصل القبول؛
 - التعاقد، فيجب أن يشعر القابل بالطريقة الإلكترونية لتسليمه قبول العرض الموجه إليه²
- أما إذا كان العقد الإلكتروني لم يلتزم فيه طرفيه بالشروط المنصوص عليها سابقا، فإنه يتم إبطاله أو فسخه. وفي هذا الصدد نجد أن المشرعين الجزائري والمغربي قد حددا أسباب إبطال العقد أو فسخه في سببين رئيسيين هما: العرض التجاري الإلكتروني؛ والطلبية المسبقة.
- حيث أنه يتم إبطال العقد الإلكتروني وفقا للتشريع الجزائري إذا تم مخالفة ما نصت عليه المادتين 09 و 10 من القانون المدني الجزائري المذكورتين سابقا، وقد تم تحديد العقوبة المفروضة على المورد الإلكتروني وفقا لنص المادة 38 من القانون المدني الجزائري بغرامة مالية تتراوح بين 50000 إلى 500000 دج، إضافة إلى إمكانية تعليق نفاذه إلى جميع منصات الدفع الإلكتروني لمدة لا تتجاوز ست (06) أشهر³

أما المشرع المغربي فقد حدد الشروط الأساسية الواجب توافرها في الطلب حتى لا يتم إبطال العقد بسببه، والتي تتمثل في:

- يجب تحديد الخصائص الأساسية للسلعة أو الخدمة المقترحة أو الأصل التجاري المعني؛
- تحديد شروط بيع السلعة أو الخدمة أو شروط تقوية الأصل التجاري أو أحد عناصره؛

¹ المادة 66 من القانون المدني الجزائري.

² الفصل 3-417 من القانون رقم 53/04 المتعلق بالتبادل الإلكتروني للمعطيات القانونية.

³ المادة 38 من القانون المدني الجزائري.

- تحديد الخطوات والمراحل الواجب إتباعها عند إبرام العقد الإلكتروني وكيفية التزام الأطراف بالعقد؛
- تحديد الوسائل التقنية التي يمكن استعمالها للكشف عن الأخطاء المرتكبة أثناء تحصيل المعطيات وتصحيحها؛
- تحديد اللغات المقترحة من أجل إبرام العقد؛
- تحديد طرق حفظ العقد في الأرشيف من طرف صاحب العرض، إضافة إلى تحديد طرق الاطلاع على العقد المحفوظ؛
- تحديد الوسائل الإلكترونية للاطلاع على القواعد المهنية والتجارية التي يخضع لها صاحب العقد عند الاقتضاء¹

أما فيما يتعلق بالطلبية المسبقة فنجد أن المشرعين الجزائري والمغربي قد حددها من خلالها حقوق المستهلك في فسخ العقد وإرجاع السلع والمنتجات، والذي سيتم التعرف عليه بالتفصيل في العنصر الموالي.

من خلال استقراء المواد القانونية المنظمة للعقد الإلكتروني في التشريعين الجزائري والمغربي لاحظنا أن المشرع المغربي لم يقدم تعريفا واضحا وصريحا للعقد الإلكتروني، عكس نظيره الجزائري الذي عرفه وحدده بكل وضوح في قانونه المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية. من جهة أخرى نجد أن المشرع الجزائري في تحديده لشروط العقد الإلكتروني قد ركز على الجانب الشكلي للعقد، من حيث تفاصيل السلع والخدمات وشروط الدفع... في حين نجد أن المشرع المغربي قد ركز على صيغة القبول في تحديد هذه الشروط.

كما نجد أن المشرع الجزائري في حديثه عن القبول، اكتفى بتحديد الوسائل التي يمكن أن يتم عبرها القبول، على خلاف المشرع المغربي الذي حدد في عدة مواد من قانون الالتزامات والعقود الشروط الواجب توافرها في القبول حتى يكون صحيح ومطابق للقانون. نفس الشيء بالنسبة للعقوبة المفروضة على المورد الإلكتروني المخالف للعرض، نجد أن المشرع المغربي لم يحددها عكس المشرع الجزائري الذي حددها بشكل صريح، وفيما يتعلق بلغة إبرام العقد، فنجد أن المشرع المغربي قد نص عليها في شروط الطلب، في حين أن المشرع الجزائري لم يرق بالإشارة إليها مطلقا.

¹ الفصل 4-65 من قانون الالتزامات والعقود المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 53/05 المتعلق بالتبادل الإلكتروني للبيانات القانونية وغيرها.

ثانيا: الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في التشريعين الجزائري والمغربي

إن بروز التجارة الإلكترونية وكثرة استخدامها، جعل المستهلك يتجه نحو التعامل مع المنتجات المعروضة على شبكة الانترنت ووسائل التواصل الإلكترونية بشكل أكبر، الأمر الذي جعله عرضة للاحتيال والخداع خاصة وأن هذه المواقع من الممكن أن توقعه في التعاقد مع مواقع وهمية. لذلك كان لابد من توفير الحماية الردعية والزجرية للمستهلك الإلكتروني من مثل هذه المخاطر، وعلى إثر ذلك نجد أن المشرعين الجزائري والمغربي قد تدخلوا بسن العقوبات المدنية والجزائية لحماية المستهلك الإلكتروني والتي تندرج في إطار حماية المصلحة العامة.

ومن أجل تحديد مفهوم المستهلك الإلكتروني، قام المشرع الجزائري بتحديد مفهوم المستهلك بصفة عامة وذلك في نص المادة 03 من القانون 02/04 المتضمن للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على أنه كل شخص يقوم باقتناء السلع المعروضة للبيع سواء كان طبيعيا أو معنويا، أو كل شخص يستفيد من الخدمات غير الربحية والمجردة من كل طابع مهني¹

وما يمكن ملاحظته من خلال هذه المادة، هو أن المشرع الجزائري قد حصر المستهلك في مفهومه الضيق، واعتبره الشخص يقطن السلع ويستفيد من الخدمات لتلبية احتياجاته الشخصية فقط.

وفي نفس هذا الاتجاه نجد أيضا أن المادة 03 من القانون 03/09 قد عرفت المستهلك على أنه الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يقوم بالحصول على السلع أو الخدمات بشكل مجاني أو بمقابل مادي وذلك لتلبية حاجياته الشخصية أو حاجيات شخص آخر أو حيوان متكفل به²

ويتضح من خلال فحوى هذه المادة تأكيد المشرع الجزائري على تبني المفهوم الضيق للمستهلك، أين اقتصر مفهومه على الشخص الذي يتعاقد من أجل تلبية احتياجاته الشخصية أو العائلية، دون الإشارة إلى الشخص الذي يتعاقد من أجل نشاطه المهني أو الحرفي أو التجاري. فعلى هذا الأساس فإن هذا الأخير لا يستفاد من القواعد الحمائية المنصوص عليها قانونيا، وهذا يعتبر نقص. لذلك فالمشرع الجزائري قد جنب الفقه والقضاء البحث عن تعريف ملائم للمستهلك.

أما بالنسبة للمشرع المغربي، فقد سائر في هذا الصدد المشرع الجزائري في تبنيه للمفهوم الضيق للمستهلك، حيث اعتبره كل شخص مادي أو معنوي يقوم بشراء السلع بمقابل مادي أو يحصل على

¹ المادة 03 من القانون 02/04 المتضمن للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

² القانون رقم 03/09، المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد: 12، الصادرة في 11 ربيع الأول 1430 الموافق لـ 08 مارس 2009، المادة 03.

خدمات مجانية من أجل تلبية احتياجاته الشخصية أو العائلية¹

وما يؤخذ على هذه المادة في تعريفها للمستهلك استخدامها لمصطلح "شخص معنوي"، فالشخص المعنوي لا يتناسب معه استخدام عبارة "استعماله الشخصي أو العائلي"، حتى وإن كان بعض الفقه لا يعارض إضفاء صفة المستهلك على الأشخاص المعنويين مثل النقابات والتعاونيات ما دامت لا تهدف إلى تحقيق الربح، فهي تقتني السلع والمنتجات وتستعملها لغرض غير مهني.

أما بالنسبة للمستهلك الإلكتروني، فنجد أن المشرع الجزائري قد عرفه من خلال المادة 06 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، والتي تنص على أنه الشخص المادي أو المعنوي الذي يقتني السلع أو يحصل على الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني، من أجل الاستخدام النهائي لها²

بمعنى أن هذا التعريف قد قدم نفس تعريف المستهلك، إلا أنه أضاف استخدام الوسائل الإلكترونية لإيجاد الاتصال بين المستهلك والمورد. في حين أن المشرع المغربي قد عزف عن إعطاء تعريف محدد للمستهلك الإلكتروني

وفي إطار تحديد القواعد القانونية الجزائرية والمغربية لحماية المستهلك الإلكتروني، نجد أن المشرعين قد حددها في قواعد ردعية وقواعد زجرية على النحو الآتي:

1. القواعد الردعية لحماية المستهلك الإلكتروني في التشريعين الجزائري والمغربي:

تتمثل هذه القواعد خاصة في حق المستهلك في العدول وانسحابه من إتمام العقد، وإن الغاية من ثبوت الحق في العدول هو التأكد من رضا المستهلك فيما يتعلق بالتمهل في إبرام العقد، وهو ما يجب معه إطلاق إرادة الطرفين أو أحد الأطراف والرجوع عن التعاقد من كل قيود الاتفاق. حيث نجد أن المستهلك الإلكتروني قد تم حمايته في القانونين الجزائري أو المغربي سواء قبل إبرام العقد أو أثناءه أو بعده، إلا أنه لا يسعنا الوقت أن نتناولها كلها لذلك سيتم التركيز على حقه في العدول فقط.

فبالنسبة للمشرع الجزائري، قد منح للمستهلك الإلكتروني الحق في العدول من خلال المادتين 22 و 23 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، إلا أنه لم يقر بوضع الاستثناءات الشاملة للعقود أو الحالات التي يمنع فيها ممارسة هذا الحق، وتبعاً لذلك لم يقيد المشرع الجزائري المستهلك الإلكتروني

¹ حمد الله محمد حمد الله، حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك - دراسة مقارنة، ط1، مصر: دار الفكر العربي، 1997، ص: 33.

² المادة 06 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

- بكيفية خاصة لممارسة حقه، كما لا يجوز للمتعاقد أن يتفقا على طريقة معينة للممارسة، أي أن التشريع الجزائري لم يحدد طريقة معينة يمكن أن يعبر من خلالها المستهلك عن حقه في العدول¹ على خلاف المشرع المغربي الذي وضع جملة من الاستثناءات التي يمنع فيها على المستهلك الإلكتروني ممارسة حقه في العدول، وذلك اقتداء بالمشرع الفرنسي، وحسب التشريع المغربي يمكن للطرفين الاتفاق على طريقة معينة لممارسة العدول. وقد حدد هذه الاستثناءات على النحو الآتي:
- الخدمات التي بدأ المورد في تنفيذها بموافقة المستهلك قبل انتهاء أجل 07 أيام كاملة؛
 - الحالات التي يكون التوريد بالمنتجات والسلع أو الخدمات ذات الثمن والتعريف الجمركية مرهونة بتقلبات أسعار السوق المالية؛
 - الحالات التي يتم فيها صنع المنتجات حسب مواصفات المستهلك والمعدة له خصيصا، والتي لا يمكن إرسالها نظرا لطبيعتها أو لسرعتها في التعرض للفساد أو التلف؛
 - التوريد بتسجيلات سمعية أو بصرية اطلع عليها المستهلك
 - التوريد بالجرائد أو الدوريات أو المجلات؛
 - والتوريد بتسجيلات سمعية أو بصرية اطلع عليها المستهلك²
- أما فيما يتعلق بمدة العدول أو التراجع فقد حددها المشرع المغربي في مدة تتراوح بين 07 و 10 أيام حتى يتمكن المستهلك من التفكير بشكل أطول، وينص التنظيم الساري المعمول به في المغرب على أن المستهلك لديه مدة مقدرة بـ 07 أيام لممارسة حقه في العدول دون تقديم أي مبرر أو دفع أية غرامات وعندما يصادف اليوم الأخير للأجل المحدد يوم السبت أو الأحد أو يوم عطلة، فإنه يتم تمديد المدة إلى اليوم العادي الموالي³
- كما نصت المادة 03 من القانون 31/08 المتعلق بحماية المستهلك المغربي، على حقه في الرجوع دون الحاجة إلى تبرير ذلك أو دفع غرامة مالية باستثناء مصاريف الإرجاع إذا اقتضى الحال ذلك⁴

¹ المادتين 22 و 23 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

² القانون رقم 31/08، المتعلق بحماية المستهلك المغربي، الصادر بتنفيذه ظهير شريف رقم 1.11.03، المؤرخ في 14 ربيع الأول 1432 (18 فيفري 2011)، الجريدة الرسمية المملكة المغربية، العدد: 5932، الصادرة في 01 جمادى الأولى 1432 (07 أبريل 2011)، المادة 38.

³ المادة 13 من القانون 53/04 المتعلق بالتبادل الإلكتروني للمعطيات القانونية.

⁴ المادة 03 من القانون 31/08 المتعلق بحماية المستهلك المغربي.

وبهذا نلاحظ أن المشرع المغربي قد قدم تفاصيل أكثر في تحديده للقواعد المنظمة لحق المستهلك الإلكتروني في العدول عن العقد، عكس المشرع الجزائري الذي تحدث عليها جملة ولم يذكر المدة القانونية للعدول، كما لم يذكر الاستثناءات التي لا يمكن فيها للمستهلك العدول عن العقد الإلكتروني. ولقد قام المشرعان الجزائري والمغربي بتحديد حق المستهلك في إرجاع المنتجات أو السلع واسترجاع ثمنها، فالمشرع الجزائري حدد مدة الاسترجاع وفقا لنص المادة 31 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، وأنه بعد قيام المورد بالإشهار الإلكتروني لسلعته أو خدمته على موقعه الإلكتروني وجب عليه تلبية رغبة المستهلك الإلكتروني في غضون 24 ساعة من تسليم وصل الاستلام عن طريق الاتصالات الإلكترونية للمستهلك بعد تقديم الطلبية¹

ويحق للمستهلك الإلكتروني إرجاع السلعة أو المنتج للمورد الإلكتروني إذا تأخر هذا الأخير في أجل التسليم بأربعة أيام، أو في حالة حصول المستهلك على منتج معيب أو غير مطابق للطلبية، حيث يحق له إعادة إرسال السلعة في غلافها الأصلي خلال أجل الإقصاء أربعة أيام. وفي هذه الحالة، المورد هو الذي يتكفل بتكاليف إعادة السلعة ويكون ملزما بإصلاح المنتج المعيب أو استبداله أو إلغاء الطلبية. وهو الأمر الذي نصت عليه المادة 22 من القانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية²

أما فيما يتعلق بثمان المنتج الذي تم إرجاعه، فإن المشرع الجزائري منح للمستهلك الإلكتروني الحق في استرجاع الثمن إذا لم يتوفر المنتج المطلوب في المخزون أو في حالة إعادة الطلبية، فيتم رد المبلغ المدفوع للمستهلك في أجل أقصاه 15 يوما من تاريخ إرجاع المنتج.

أما المشرع المغربي فلقد حدد مدة تلبية الخدمة وكيفية استرجاع الثمن في نفس المدة والكيفية المنصوص عليها في العدول والتي حددتها المادة 13 من القانون 53/04، كما أنه أكد على حق المورد في استرجاع المبالغ المدفوعة مسبقا وما يستحق من فائدة على السعر القانوني الجاري العمل به بقوة القانون، دون دفع أي غرامات ما عدا ما يتعلق بتكاليف إرجاع المنتج لصاحبه، ودون المساس بحق هذا الأخير في المطالبة بالتعويض عن الضرر الذي لحق به³

وما يمكن ملاحظته على هذه التدابير التي اتخذتها الجزائر والمغرب في حماية المستهلك الإلكتروني هي أنها تدابير ذات طابع حمائي، وتقتصر إلى المقترضات الزجرية التي تضمن الحماية اللازمة

¹ المادة 31 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

² المادة 22 من القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية

³ المادة 14 من 53/04 المتعلق بالتبادل الإلكتروني للمعطيات القانونية.

للمستهلك، فلا يقع مخالفتها تحت طائلة العقاب وإنما يتم بطلان العقد فقط. لذلك كان لابد على المشرعين إضفاء الطابع الجزري عليها بالشكل الذي يضمن تفعيلها على أرض الواقع، وبالتالي ضمان الحماية الجنائية لفئات المستهلكين الإلكترونيين.

2. القواعد الجزرية لحماية المستهلكين الإلكترونيين في كل من التشريع الجزائري والمغربي:

لقد وضع كل من المشرع الجزائري والمغربي جملة من القوانين والتشريعات التي تحمي المستهلك الإلكتروني وتفرض عقوبات جنائية على كل الأطراف والجهات التي تخالف شروط العقد الإلكتروني وتخرق حقوق المستهلك الإلكتروني، وتتمثل هذه المخالفات في:

- الغش*:

لقد حدد المشرع الجزائري العقوبات الجنائية المقررة لجريمة الغش في المادة 431 من قانون العقوبات الجزائري¹، حيث اعتبرها جنحة يعاقب عليها بالحبس من سنتين (02) إلى خمس (05) سنوات، وغرامة من 10000 إلى 50000 دينار جزائري. وترفع عقوبة الحبس من خمس (05) سنوات إلى 10 سنوات وغرامة مالية من 500000 إلى 1000000 دج، إذا ألحقت المواد الغذائية المغشوشة أو الفاسدة بالشخص الذي تناولها أو سببت له مرض أو عجز عن العمل. كما يعاقب الجناة بالسجن المؤقت من 10 سنوات إلى 20 سنة وغرامة من 1000000 إلى 2000000 دج إذا تسببت تلك المادة للفرد بمرض غير قابل للشفاء أو في فقدان استعمال عضو أو عاهة مستديمة، كما يعاقب الجناة بالسجن المؤبد إذا تسببت هذه المادة في موت المستهلك²

أما المشرع المغربي فلقد اعتبر أن الغشاش هو كل شخص يرتكب جريمة الغش عن طريق الخداع أو التزييف في كل ما يتعلق بالمنتج، والتي حدد عقوباتها في الفصل الأول من القانون 13/83³ المتعلق بالزجر عن الغش في البضائع، بالسجن من ستة (06) أشهر إلى خمس (05) سنوات وبغرامة مالية من

* الغش: أي الغش التجاري عبر الانترنت، ويقع ضمن الغش التجاري التقليدي أو داخل نطاق الجريمة الإلكترونية.

¹ القانون رقم 01/09 المعدل والمتمم للأمر 155/66 المؤرخ في 08 جوان 1966، المتضمن لقانون العقوبات المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد: 15، الصادرة بتاريخ 11 ربيع الأول 1430 الموافق لـ 08 مارس 2009.

² المادة 431 من قانون العقوبات الجزائري.

³ القانون 13/83 المتعلق بالزجر عن الغش في البضائع، الصادر بتنفيذه ظهير شريف رقم 1.83.108، المؤرخ في 09 محرم 1405 (5 أكتوبر 1984)، الجريدة الرسمية المملكة المغربية، العدد: 3777، الصادرة بتاريخ 27 جمادى الثانية 1405 (20 مارس 1985).

12 إلى 24000 درهم¹

وبذلك نجد أن المشرع المغربي لم يفصل في تحديد عقوبات مرتكب جريمة الغش، وإنما حددها بشكل سطحي وتوسع في تحديد الحماية الجنائية لمستهلكي الخدمات الصحية، عكس المشرع الجزائري الذي حدد هذه العقوبات بكل تفاصيلها.

- الخداع*:

لقد تحدثت المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري على أن الشخص الذي يقوم بجريمة الخداع بالسجن من شهرين (02) إلى ثلاث (03) سنوات، وبغرامة من 2000 إلى 20000 دينار جزائري وتشدّد العقوبة إلى خمس (05) سنوات حبس وغرامة تصل إلى 500000 دينار إذا كان قد ارتكب هذه الجريمة عن علم وإرادة²

أما المشرع المغربي فقد اعتبر أي استغلال في ضعف أو جهل المستهلك عبارة عن خداع، ونصت على عقوبته المادة 59 من القانون 31/08 المتعلق بحماية المستهلك المغربي، وذلك من خلال الحبس في فترة تتراوح من شهر إلى خمس سنوات أو بغرامة من 1200 إلى 50000 درهم، أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط. وإذا كان المخالف شخص معنوي فإن العقوبة في هذه الحالة تكون مالية محضة، وتكون بغرامة تتراوح ما بين 50000 و 100000 درهم وذلك وفقا للمادة 184 من القانون نفسه³

- الاحتيال*:

لقد اقر المشرع الجزائري عقوبة جريمة النصب أو الاحتيال بالحبس من سنة إلى خمس (05) سنوات على الأكثر، وغرامة من 5000 إلى 20000 دينار جزائري، وتشدّد العقوبة إذا لجئ الشخص إلى الجمهور قصد إصدار أية سندات مالية لشركة أو مشاريع، وتصل مدة الحبس إلى 10 سنوات

¹ الفصل الأول من القانون رقم 13/83 المتعلق بالزجر عن الغش في البضائع.

* الخداع: هو القيام ببعض الأكاذيب أو بعض الحيل البسيطة التي من شأنها إظهار الشيء موضوع العقد على نحو مخالف للحقيقة لذلك يؤدي الخداع إلى التأثير على المستهلك وإيقاعه في غلط حول المنتج.

² المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري.

³ المادتين 59 و 184 من القانون 31/08 المتعلق بحماية المستهلك المغربي.

* الاحتيال: ويكون باستخدام أسماء كاذبة، أو صفات كاذبة، أو استخدام سلطة خيالية، أو اعتماد مالي خيالي، و يعتبر من الجرائم الأكثر انتشارا في مجال التجارة الإلكترونية، حيث يقع المستهلك الإلكتروني في الاحتيال من خلال عدم استلامه للسلعة المتعاقد عليها ثمنها، أو انتحال اسم أحد مواقع التسويق الشهيرة.

وغرامة مالية تصل إلى 200000 دينار جزائري¹ في حين نجد أن المشرع المغربي لم يحدد عقوبة الخداع كجريمة مستقلة وإنما ادخلها ضمن عقوبة الغش.

- الإشهار الكاذب*:

لم يرق المشرع الجزائري بتحديد عقوبة الإشهار الكاذب، في حين أن المشرع المغربي قد حدد عقوبة من يخالف الشروط القانونية لممارسة الإشهار الإلكتروني في المادتين 23 و 24 من القانون 31/08 بغرامة مالية تتراوح من 50000 إلى 250000 درهم، مع إمكانية رفع الغرامة لتصبح تساوي نصف نفقات الإشهار، أما إذا كان مرتكب الجريمة شخص معنوي فإن عقوبته تكون بغرامة مالية من 50000 إلى مليون درهم² في حين أن المشرع الجزائري لم يحدد العقوبات المفروضة على الأشخاص المخالفين لشروط ممارسة الإشهار الإلكتروني.

وحتى يتم السهر على تطبيق هذه القوانين والتنظيمات، قامت الجزائر بمنح مهمة الرقابة في هذا المجال إلى أعوان الرقابة التابعين للإدارات المكلفة بالتجارة على المستوى المركزي والمحلي، إضافة إلى منحها لضباط الشرطة القضائية* في حين أن المشرع المغربي قد منح هذه المهمة إلى المؤسسات المكلفة بقطاع الاتصالات والتجارة في الدولة.

وحتى تكون حقوق المستهلك الإلكتروني مضمونة في القانونين الجزائري والمغربي، يجب أن يكون العقد الإلكتروني مؤمنا وموثقا ومرافقا بوجود توقيع ومصادقة إلكترونية يثبتان قوة حجته. لذلك سيتم التطرق في العنصر الموالي إلى التوقيع الإلكتروني في التشريعين الجزائري والمغربي.

ثالثا: التوقيع الإلكتروني في التشريعين الجزائري والمغربي

يعتبر التوقيع الإلكتروني من أهم الإجراءات التي تتخذها الدول في تأمين معاملات التجارة الإلكترونية وحماية المتعاملين بها من تعرضهم للاحتيال والسرقة. وفيما يتعلق بالتشريعات الجزائرية والمغربية المنظمة للتوقيع الإلكتروني، فإن المشرع الجزائري كان متأخرا نوعا ما في إصدار القوانين المنظمة له مقارنة بالمشرع المغربي.

لقد أصدرت الجزائر أول قانون في هذا الإطار سنة 2015، والمتمثل في القانون رقم 04/15

¹ المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري.

* الإشهار الكاذب: هو الإشهار الذي يتضمن معلومات أو ادعاءات غير صحيحة وغير مطابقة لطبيعة المنتج.

² المادتين 23 و 24 من القانون 31/08 المتعلق بحماية المستهلك المغربي.

* لمزيد من المعلومات أنظر المادة 36 من القانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

المؤرخ في 01 فيفري 2015 والذي يتضمن تحديد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، في حين أن المغرب قامت بإصدار أول قانون لذلك سنة 2005، والمتمثل في القانون رقم 53/05 المتعلق بالتبادل الإلكتروني للمعطيات القانونية.

وفي إطار تعريف التوقيع الإلكتروني، قام المشرع الجزائري بإعطاء تعريف واضح وصريح له، حيث عرفه في المادة 2 من القانون 04/15 واعتبره وسيلة توثيق إلكترونية، تمثل بيانات إلكترونية مرتبطة منطقيا ببيانات أخرى، يتم من خلالها إثبات هوية وقبول الموقع بشكل إلكتروني¹

في حين أن المشرع المغربي لم يعطي تعريف واضح ومحدد للتوقيع الإلكتروني، وإنما تحدث عنه بشكل بسيط في الفقرة 2 من الفصل 417/3 من قانون الالتزامات والعقود المغربي، معتبرا إياه التوقيع المؤمن الذي تكون فيه هوية الموقع مؤكدة، وتكون تمامية الوثيقة القانونية مضمونة، وذلك حسب النصوص التنظيمية والتشريعية سارية المفعول في هذا المجال²

وما يمكن ملاحظته من خلال التعريف المقدم للتوقيع الإلكتروني من طرف المشرعين المغربي والجزائري، هو أن المشرع الجزائري في تحديده لمفهوم التوقيع الإلكتروني لم يتطرق إلى الإجراءات الإلكترونية التي يجب استخدامها وإتباعها في التوقيع الإلكتروني، بل إنه اكتفى بنسخ مفهوم التوقيع وأضاف له الصفة القانونية. في حين أن المشرع المغربي على الرغم من إعطائه تعريف بسيط للتوقيع الإلكتروني، إلا أنه حدد الوسيلة الواجب باستخدامها في هذا النوع من التوقيع، وعلى الرغم من ذلك لم يقدم الشرح الكافي لها واكتفى بالإشارة إليها بشكل بسيط، وهذا يعاب عليه.

لذلك فإن ما يمكن قوله، هو أن المشرع المغربي قد اكتفى بالبحث عن استعمال وسيلة موثوق بها من ضمان اتصاله بالوثيقة المرتبطة به، وذلك لمنع التزوير والتلاعب بالوثائق، إلا أنه لم يحدد بالتفصيل هذه الوثائق والوسائل، وهو ما جعل نص هذا الفصل قاصرا وبحاجة إلى مزيد من الشرح والتوضيح. وقد أوضحت الدراسات المقارنة أن هذا النص مأخوذ حرفيا من نص المادة 1316 من القانون 230/2000 الفرنسي. أما المشرع الجزائري لم يضع تعريف شامل لهذا النوع من التوقيع بالشكل الذي يتماشى مع واقعه، وإنما اكتفى بالنقل الحرفي لتعريف التوقيع الإلكتروني -كأحد أنواع التوقيع- والذي أورده الاتحاد

¹ المادة 02 من القانون 04/15 المتضمن للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين

² الفقرة 02 من الفصل 417/3 من قانون الالتزامات والعقود المغربي المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 53/05 المتعلق بالتبادل الإلكتروني للبيانات القانونية.

الأوروبي في تقسيم التوقيع الإلكتروني¹

لذلك نستنتج من خلال هذه التعريفات، أن التشريع الجزائري للتوقيع الإلكتروني مستوحى من قانون الأونسترال النموذجي للتوقيع الإلكتروني، في حين أن التشريع المغربي مشتق من القانون الفرنسي. وقد جاءت هذه التشريعات من أجل المعادلة بين قوة إثبات الوثيقة المحررة على الورق وقوة إثبات الوثيقة المحررة على دعامة إلكترونية، لذلك أصبح للكتابة في الشكل والتوقيع الإلكتروني مكانة هامة ضمن قواعد الإثبات في القانون المدني الجزائري، وذلك من خلال نص الفقرة 2 من المادتين 323 مكرر 1 والمادة 327 من القانون المدني الجزائري المعدل والمتمم. حيث أن المقصود بالكتابة في الشكل الإلكتروني طبقا لهذا النص هو التسلسل في المعلومات والبيانات التي تحتويها الأقراص الصلبة أو المرنة أو التي يتم كتابتها بالكمبيوتر أو نشرها على الانترنت، والتي تكون في شكل حروف أو أوصاف أو أرقام أو أي رموز ذات معنى²

وفي إطار تحديد شروط التوقيع الإلكتروني وإثبات حجته، قام المشرعين الجزائري والمغربي بتحديد مجموعة من النقاط المتكاملة والتي كانت أغلبها مشتركة بين التشريعين. ويمكن تحديد هذه الشروط على النحو الآتي:

1. ارتباط التوقيع الإلكتروني بالموقع وأن يتم تحديد هويته:

نجد أن المشرع الجزائري قد حدد هذا الشرط في المادة 02 من القانون 04/15 المتعلق بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين أين أكدت على وجوب ارتباط التوقيع الإلكتروني بصاحبه دون سواه، ويكون هذا الارتباط إما مادي أو معنوي، كما أكدت المادة أيضا على وجوب الكشف عن هوية الموقع ويكون ذلك من خلال الهيئات التي تقوم بإصدار شهادات التصديق الإلكتروني³

أما المشرع المغربي فقد حدد هذا الشرط في الفقرة 02 من الفصل 417/3 المتعلق بالالتزامات والعقود المغربي والتي تمت الإشارة إليها سابقا، حيث أنها اعتبرت التوقيع الإلكتروني توقيعا مؤمنا إذا ما

¹ أحمد برادي، "التوقيع الإلكتروني في التشريع المغربي - دراسة مقارنة"، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، العدد: 02، الجزائر: جامعة تامنراست، ماي 2021، ص: 371، ص: 172.

² فضيلة عاقل، "الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية وواقع استخدامها في الدول العربية"، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد: 03، الجزائر: جامعة خميس مليانة، ماي 2011، ص- ص: 177- 178.

³ المادة 02 من القانون رقم 04/15 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين.

كانت هوية الموقع مؤكدة¹

يعتبر هذا الشرط مهما جدا حتى يتصف التوقيع الإلكتروني بأنه توقيع مؤمن، فهو بمثابة العنصر الأساسي لإزالة تخوف الطرفين من الإقبال على التوقيع، وحتى يتم منح ثقة أكبر للمتعاملين في اعتماد التوقيع الإلكتروني في تصرفاتهم والتزاماتهم القانونية يجب أن يوضح لهم قدرة التوقيع على تحديد هوية محرره وتمييزه عن غيره بكل دقة.

2. أن يكون التوقيع الإلكتروني منشئ بواسطة وسائل تكون تحت التحكم الحصري للموقع:

نجد أن المشرع الجزائري في المادة 07 من القانون 04/15 قد حدد وسائل التوقيع الإلكتروني وأطلق عليها تسمية "بيانات إنشاء التوقيع الإلكتروني"، وهي عبارة عن مجموعة من البيانات المميزة التي يقوم الموقع باستعمالها لإنشاء التوقيع الإلكتروني، وتتمثل هذه البيانات في الرموز والأرقام وبيانات التشفير الخاصة²

أما المشرع المغربي فقد أشار إلى وسيلة التوقيع الإلكتروني في الفقرة 03 من الفصل 417/2 من قانون الالتزامات والعقود، واشترط أن يكون التوقيع باستعمال وسيلة تعريف ضمن ارتباطه بالوثيقة المتصلة به³

كما نصت المادة 06 من القانون 53/05 المتعلق بالتبادل الإلكتروني للمعطيات القانونية على أنه يتم إنشاء التوقيع الإلكتروني بوسائل يحتفظ بها الموقع تحت مراقبته الخاصة بصفة حصرية⁴ لذلك فإن التوقيع الإلكتروني في التشريعين الجزائري والمغربي يتطلب استخدام وسائل خاصة تكون محفوظة ومؤمنة تحت تحكم وتصرف الموقع الإلكتروني.

3. اتصال التوقيع الإلكتروني بالسند:

ويقصد بهذا السند حسب المشرع الجزائري آلية التحقق من التوقيع الإلكتروني، والتي اعتبرها في الفقرة 6 من المادة 02 من القانون 04/15 جهاز أو برنامج معلوماتي يتم من خلاله تطبيق بيانات

¹ الفقرة 02 من الفصل 417/3 من قانون الالتزامات والعقود المغربي المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 53/05 المتعلق بالتبادل الإلكتروني للبيانات القانونية وغيرها.

² المادة 07 من القانون رقم 04/15 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين.

³ الفقرة 03 من الفصل 417/2 من قانون الالتزامات والعقود المغربي المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 53/05 المتعلق بالتبادل الإلكتروني للبيانات القانونية وغيرها.

⁴ المادة 06 من القانون رقم 53/05 المتعلق بالتبادل الإلكتروني للبيانات القانونية.

التحقق من التوقيع الإلكتروني¹

أما المشرع المغربي فقد نص عليها في المادة 06 من القانون 53/04 والتي اعتبرها وثيقة تضمن ارتباط الموقع بالتوقيع الإلكتروني، ويمكن من خلالها التحقق منه بكل دقة وسهولة² وما يمكن استنتاجه من هذا الشرط هو أن ضرورة الحفاظ على سلامة وأمن بيانات المحرر الإلكتروني من تعرضها للتغيير أثناء نقل التوقيع من المرسل إلى المرسل إليه، يتطلب وجود سند أو وثيقة يتم من خلالها كشف التغييرات التي يمكن أن تلحق بالتوقيع أو الوثيقة نفسها. ونجد أن هناك ارتباط وثيق بين التوقيع الإلكتروني المؤمن والمصادقة الإلكترونية، حيث نجد أن المشرع الجزائري قد تحدث عن شهادة التصديق الإلكتروني، وميز بين نوعين من هذه الشهادة وذلك في نص المادة 02 والمادة 15 من القانون 04/15 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين. حيث توجد شهادة التصديق الإلكترونية البسيطة، والتي تكون في شكل إلكتروني يثبت الصلة بين بيانات التحقق من التوقيع الإلكتروني والموقع. كما توجد شهادة التصديق الإلكتروني الموصوفة والتي نظمها المشرع الجزائري من حيث البيانات التي يجب أن تحتويها، كأن تمنح من طرف ثالث موثوق أو من طرف مؤدي لخدمات التصديق الإلكتروني³

في حين أن المشرع المغربي قد نص على ذلك بشكل واضح في الفقرة 3 من الفصل 413/3 من قانون الالتزامات والعقود المغربي، واعتبر أن كل وثيقة تكون مذيلة بتوقيع إلكتروني مؤمن ومختومة زمنيا تتمتع بنفس قوة الإثبات التي تتمتع بها الوثيقة المصادق على صحة توقيعها في نهاية العقد الإلكتروني. وهذا يعني أن المصادقة الإلكترونية هي شرط من شروط التوقيع الإلكتروني المؤمن، وكل النصوص التشريعية الجزائرية والمغربية المتعلقة بالتوقيع الإلكتروني التي تم عرضها، تدخل كلها ضمن هذين النوعين من المصادقة الإلكترونية، وأن كل توقيع إلكتروني مؤمن وموثق له نفس حجية وقوة التوقيع، وله نفس قوة الوثيقة المصادق على صحة توقيعها.

إلا أن تأمين معاملات التجارة الإلكترونية لا يتوقف عند الإجراءات القانونية المتعلقة بالعقد الإلكتروني وما يحتويه من توقيع ومصادقة إلكترونية لحماية المستهلك من أي خداع أو تحايل فقط، وإنما تتعدى ذلك لتشمل وسائل وخدمات الدفع الإلكتروني خاصة وأنها ترتبط قانونيا بالمحررات الإلكترونية

¹ الفقرة 6 من المادة 02 من القانون رقم 04/15 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين.

² المادة 06 من القانون رقم 53/05 المتعلق بالتبادل الإلكتروني للبيانات القانونية.

³ الفقرة 07 من المادتين 02 والمادة 15 من القانون رقم 04/15 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين.

المؤمنة التي تم الإشارة إليها سابقا، وهذا ما دفعنا إلى التطرق للقواعد القانونية المنظمة لوسائل الدفع الإلكتروني طبقا للتشريعين الجزائري والمغربي في المطلب الموالي.

المطلب الثالث: التنظيم القانوني لوسائل الدفع الإلكتروني في التشريعين الجزائري والمغربي

رغم الأهمية الكبيرة التي تحظى بها وسائل الدفع الإلكتروني في مجال التجارة الإلكترونية، إلا أن الطبيعة التقنية لهذه الوسائل جعلتها أكثر عرضة للانتهاكات والاختراقات، مما زاد من مخاطرها في عملية الدفع. لذلك كان على الجزائر والمغرب أن تضعوا جملة من القوانين والتشريعات التي يتم على أساسها تنظيم هذه الوسائل، وجعلها في خدمة أطراف التجارة الإلكترونية - حامل البطاقة والبنك والتاجر - لا ضدهم.

لذلك نجد أن المشرع الجزائري قد حاول تنظيم وحماية وسائل الدفع الإلكتروني في عدة قوانين وأوامر تمثلت في الأحكام الواردة في القانون المدني، والأحكام الواردة في القانون التجاري، وكذا الأحكام الواردة في الأمر المتعلق بالنقد والقرض والأمر المتعلق بالتهريب*

أما المشرع المغربي فقد عمد إلى تنظيم وسائل الدفع الإلكتروني في قانونه المتعلق بمؤسسات الائتمان والهيئات المعتمدة في حكمها، وكذا القانون المتعلق بمدونة التجارة.

وبالنسبة لتعريف وسائل الدفع الإلكتروني، نجد أن المشرع الجزائري لم يعطي لها تعريف مباشر بل أشار إليها فقط في بعض قوانينه، حيث نجد ذلك في الباب الرابع من الفصل الثالث من القانون رقم 02/05¹ المؤرخ في 06 فيفري 2005، والمتضمن للقانون التجاري في مادته 534 مكرر 23، أين تم تحديد نوعين من البطاقات الإلكترونية وهما بطاقة الدفع وبطاقة السحب، فبطاقة الدفع حسب هذه المادة هي كل بطاقة تسمح لصاحبها بسحب وتحويل أمواله بشكل قانوني، ويتم إصدار هذه البطاقة من البنوك

* حددها القانون المدني في مسألة التوقيع الإلكتروني، والإثبات بالكتابة الإلكترونية، والتأكد من هوية المحرر. وهو الأمر الذي تم التطرق إليه سابقا في المواد القانونية المنظمة للتوقيع والمصادقة الإلكترونية. وقد أشار المشرع الجزائري إلى وسائل الدفع الإلكتروني في المادة 03 من الأمر 06/05، المؤرخ في 23 أوت 2005، المتعلق بمكافحة التهريب، الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد: 59، الصادرة 23 رجب 1426 في الموافق لـ 28 أوت 2005.

¹ القانون رقم 02/05، المؤرخ في 06 فيفري 2005 المعدل والمتمم للأمر 59/75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون التجاري، الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد: 11، الصادرة في 29 ذو الحجة 1425 الموافق لـ 09 فيفري 2005.

والهيئات المؤهلة قانونا. أما بطاقة السحب هي كل بطاقة تسمح لصاحبها بسحب الأموال فقط، وتكون صادرة عن بنك أو هيئة مالية مؤهلة¹

ومنه نلاحظ أن المشرع الجزائري لم يقيم بتعريف وسائل الدفع الإلكتروني في حد ذاتها، بل اتجه إلى حصرها في البطاقات الإلكترونية فقط دون الإشارة إلى وسائل الدفع الأخرى، حيث قام بوضع تعريف بسيط ومباشر لأنواع هذه البطاقات مميزا بينها من خلال الوظيفة التي تؤديها كل واحدة منهما، فبطاقة الدفع يتم من خلالها سحب وتحويل الأموال، في حين أن بطاقة السحب تقوم بوظيفة السحب فقط وتشترك هاتين البطاقتين في الجهات المصدرة لها وهي البنوك أو الهيئات المالية المؤهلة بذلك.

أما المشرع المغربي فقد أطلق على وسائل الدفع الإلكتروني تسمية "وسائل الوفاء الإلكتروني" وقام بتعريفها بشكل مباشر في المادة 06 من القانون 103/12 المتعلق بمؤسسات الائتمان والهيئات المعتمدة في حكمها، أين اعتبرها الوسائل والأدوات التي يقوم الشخص باستخدامها من أجل تحويل أمواله، بغض النظر عن الدعامة أو التقنية التي يستعملها للقيام بهذا التحويل²

كما اعتبر هذا القانون وسائل الدفع الإلكتروني أنها وسيلة لأداء النقود الإلكترونية التي تعتبر قيمة نقدية، تكون:

- عامة إلكترونية؛
 - يتم إصدارها مقابل تسليم أموال بمبالغ لا تقل قيمتها عن قيمة تلك الصادرة عن النقود العادية؛
 - تعتبر وسيلة مقبولة للأداء من قبل الجهات الأخرى غير الجهة المصدرة لها³
- وعلى الرغم من عدم تطرق القانون 53/05 لتعريف وسائل الدفع الإلكتروني، إلا أنه تم سد هذا القصور في المادة 329 من القانون 15/95 المتعلق بمدونة التجارة، والذي اعتبرها وسيلة تمكن الأفراد من تحويل الأموال كيفما كان نوعها وطريقتهما⁴

¹ المادة 543 مكرر 23 من القانون 02/05 المتضمن للقانون التجاري.

² القانون رقم 103/12، المتعلق بمؤسسات الائتمان والهيئات المعتمدة في حكمها، الصادر بتنفيذه ظهير شريف رقم 1.14.193، الصادر في 01 ربيع الأول 1436 الموافق لـ 24 ديسمبر 2014، الجريدة الرسمية المملكة المغربية، العدد: 6328، الصادرة في 01 ربيع الثاني 1436 الموافق لـ 22 جوان 2015.

³ المادة 06 من القانون رقم 103/12 المتعلق بمؤسسات الائتمان والهيئات المعتمدة في حكمها.

⁴ القانون رقم 15/95، المتعلق بمدونة التجارة، الصادر بتنفيذه ظهير شريف رقم 1.96.83، الصادر في 15 ربيع الأول 1417 الموافق لـ 01 أوت 1996، الجريدة الرسمية المملكة المغربية، العدد: 2187، الصادرة في 19 جمادى الأولى 1417 الموافق لـ 03 أكتوبر 1996، المادة 329.

ومن خلال هذه المواد القانونية، نلاحظ أن المشرع المغربي كان أكثر اهتماما بتحديد تعريف واضح ومعتمد لوسائل الدفع الإلكتروني، حيث أنه لم يقتصر في تعريفها فقط على البطاقات البنكية مثل ما قام به المشرع الجزائري، بل أشار أيضا إلى النقود الإلكترونية واعتبرها وسيلة من وسائل الدفع الإلكتروني المعتمدة من مختلف الجهات.

ولكن هذا لا ينفي نقص التفاصيل التي من شأنها أن تقلل من الاختلافات حول هذه الوسائل، وذلك خاصة بعد استخدام عبارة "كيف ما كان نوعها وطريقتها" فهذا يدل على وجود وسائل أخرى قد امتنع المشرع المغربي عن ذكرها والتطرق إليها في تعريفه لهذا النوع من الوسائل.

وفي هذا الصدد أثبتت العديد من الدراسات القانونية المقارنة أن معالم الدفع الإلكتروني بالنسبة للقضائيين الجزائري والمغربي لم تتضح بعد، الأمر الذي أدى إلى حدوث نزاعات متعلقة بهذا النوع من الدفع والتي تم عرضها على المحاكم الجزائرية والمغربية. لذلك نجد أن العمل القضائي للدولتين في موضوع الدفع الإلكتروني ينحصر بشكل أساسي في صنف واحد من هذه الوسائل وهي البطاقات الإلكترونية.

كما نجد أن التشريع الجزائري في بعض نصوصه القانونية قد حصر الجهات المخولة بإصدار البطاقة بالبنوك فقط، وذلك في نص المادة 71 من الأمر 11/03 المتعلق بالنقد والقرض المعدل والمتمم، على أنه لا يمكن للمؤسسات المالية تلقي الأموال من العموم ولا إدارة وسائل الدفع أو وضعها تحت تصرف زبائنهم¹ والمؤسسات المالية المقصودة في هذه المادة هي البنوك.

إلا أن هناك نوع من التوجه نحو العمل بوسائل الدفع التي تعتمد على الوسائط الإلكترونية في عملها، ولتطبيق هذا المفهوم الواسع لوسائل الدفع الإلكتروني نجد أن المشرع الجزائري قد عرفها في نص المادة 69 من الأمر 11/03 المتعلق بالنقد والقرض معتبرا إياها الأدوات التي تمكن الأشخاص من تحويل أموالهم مهما كان الأسلوب المستعمل فيها²

ونفس الشيء بالنسبة للتعريف الذي قدمه المشرع المغربي لوسائل الدفع الإلكتروني في نص المادة 06 من القانون 103/02 المتعلق بمؤسسات الائتمان والهيئات المعتمدة في حكمها، أو المادة 329 من

¹ المادة 71 من الأمر 11/03 المتعلق بالنقد والقرض.

² الأمر 11/03، المؤرخ في 26 أوت 2003 المعدل والمتمم للأمر 04/10 المؤرخ في 26 أوت 2010، المتعلق بالنقد والقرض، الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد: 64، الصادرة في 01 رمضان 1424 الموافق لـ 26 أكتوبر 2003، المادتين 69 و 71.

القانون 15/95 المتعلق بمدونة التجارة والتي تم الإشارة إليهما سابقا.

وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على نية المشرعين الجزائري والمغربي في التوسع نحو استعمال الوسائل الحديثة للدفع إلى جانب البطاقات البنكية والوسائل التقليدية أيضا.

وفي هذا الإطار نجد أن هناك إشارة من المشرعين الجزائري والمغربي إلى النقود الإلكترونية كوسيلة من وسائل الدفع الإلكتروني، فالمشرع المغربي اعتبرها وسيلة دفع جديدة تمكن الأشخاص من تحويل أموالهم بطرق تقنية حديثة، ويتم صدور النقود الإلكترونية من طرف مؤسسات وهيئات تكون خاضعة للقانون، وذلك طبقا للمادة 329 من مدونة التجارة¹

ولكن في ظل وجود غياب لنص قانوني صريح يقر بإمكانية استعمال هذا النوع من الوسائل في المغرب، أصبح التعامل بها يحمل نوع من الخطورة. ونجد بالفعل أن البلاغ الصادر عن مكتب الصرف المغربي في 20 نوفمبر 2017 قد منع استخدام النقود الافتراضية وذلك في إطار الرقابة الموكلة إليه، وأن مستخدميها يتم تعريضهم للعقوبات والغرامات المحددة قانونا²

ومن خلال قراءتنا لمحتوى المادة 329 من مدونة التجارة، ومحتوى البلاغ الصادر من مكتب الصرف المغربي، نجد أن هناك تناقض كبير في محتواهما، فالمادة تتيح للأشخاص التعامل بالنقود الإلكترونية في عملية الدفع الإلكتروني، في حين أن البلاغ يحظر استعمالها ويعرض مرتكبيها للعقوبات والغرامات المنصوص عليها قانونيا. وهذا يدل على عدم قدرة المشرع المغربي على ضبط القواعد القانونية المنظمة لعمل وسائل الدفع الإلكتروني.

كما نجد أن المشرع الجزائري هو الآخر قد حظر استخدام العملات الإلكترونية في المعاملات التجارية وذلك في نص المادة 117 من القانون 11/17 المتضمن لقانون المالية، والذي جاء فيه أنه يمنع شراء العملات الافتراضية وبيعها واستعمالها وحيازاتها³

ولعل السبب في اتجاه المشرعين الجزائري والمغربي إلى تحريم هذا النوع من النقود هو التخوف من استعمالها في دعم الإرهاب، لذلك تقوم الدولتان بمنع استخدامها لمكافحة الجرائم الإرهابية بالدرجة الأولى.

¹ المادة 329 من القانون رقم 15/95 المتعلق بمدونة التجارة.

² محمد فاضل باني، "الحماية التقنية لوسائل الوفاء الإلكترونية"، نقلا عن: <https://www.mohamah.net>, 2023/08/17، 22:01.

³ المادة 117 من القانون رقم 11/17، المؤرخ في 28 ديسمبر 2018، المتضمن لقانون المالية

وفي إطار اهتمام الجزائر والمغرب بالبطاقات البنكية واعتبارها من أبرز وسائل الدفع الإلكتروني التي تعتمد عليها البنوك، نجد أن المشرع الجزائري قد شدد على الأمر أو الالتزام بالدفع بموجب هذه البطاقات واعتبره غير قابل للرجوع فيه، كما أنه حدد الحالات التي يمكن فيها لحامل البطاقة الاعتراض على الأمر بالدفع، والمتمثلة في ضياع البطاقة أو سرقتها - إذا كان مصرح بهما قانونيا- أو في حالة وجود تسوية قضائية، أو في حالة إفلاس المستفيد نفسه. وذلك وفقا للمادة 543 مكرر 24 من القانون 02/05 المتضمن للقانون التجاري¹

لذلك فإنه عندما يقوم حامل البطاقة (العميل) بتسوية ثمن مشترياته أمام التاجر باستخدام الجهاز الإلكتروني في القارئ لبطاقة الدفع، فإنه يكون قد أعطى أمرا بدفع مبلغ المشتريات من حسابه إلى حساب التاجر الدائن. أما إذا اكتشف المشتري لاحقا أن البضاعة أو الخدمة التي تحصل عليها مخالفة للمواصفات التي طلبها، فإنه يكون بإمكانه تغيير أمره بالدفع من خلال رفع معارضة إلى البنك المصدر للبطاقة يمنع من خلالها تحويل المبلغ من حسابه إلى حساب التاجر، وهذا ما يعرف "بقطعية الأمر بالدفع"²

أما المشرع المغربي فإنه يمنح أهمية كبيرة للبطاقات الإلكترونية، لكنه لم يقدم لها تعريفا واضحا ولم يحدد شروط عملها في أي نص قانوني مباشر.

وفي إطار علاقة وسائل الدفع الإلكترونية بمدى حجية المحررات العادية، نجد أن المشرع الجزائري يعتبر المعلومات الإلكترونية الموجودة في البطاقات البنكية تدخل ضمن السندات العادية، وتلتقي مع المحررات العادية في حجية الإثبات والحماية من التزوير³

وما يمكن استنتاجه من كل ما تم تقديمه حول وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر والمغرب، هو وجود نقص تشريعي كبير في الدولتين من حيث عدم تحديدهما لأنواع الوسائل التي يمكن استعمالها وكذا عدم تحديدهما للشروط الواجب توافرها في البطاقات الإلكترونية.

ومن جهة أخرى نجد أن المشرعين الجزائري والمغربي لم يحددا المخاطر الناجمة عن سوء استخدام وسائل الدفع الإلكتروني والتي تشمل جميع أطراف عملية الدفع، لذلك نجد أن هناك مخاطر تنتج عن

¹ المادة 543 مكرر 24 من القانون 02/05 المتضمن للقانون التجاري.

² لخضر رفاف، السعيد شريك، "تنظيم وحماية البطاقات الإلكترونية في التشريع الجزائري"، مجلة البيان للدراسات القانونية والسياسية، العدد: 05، الجزائر: جامعة البرج بوعريبيج، ديسمبر 2019، ص: 84.

³ جهاد رضا الحباشنة، الحماية الجزائرية لبطاقات الوفاء، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2008، ص: 73.

سوء استخدام هذه الوسائل من طرف المتعامل بالدفع أو من طرف البنك أو من طرف التاجر، وكل استخدام غير قانوني لهذه الوسائل يمكن أن يعرض البطاقة وحاملها إلى مخاطر أمنية.

كما أنه لم تحدد هذه التشريعات المسؤولية القانونية أو الجنائية لمستخدمي وسائل الدفع الإلكتروني سواء المتعلقة منها بالمسؤولية العقدية للبنك اتجاه حامل البطاقة، أو حتى مسؤولية التاجر نحوه.

وعلى الرغم من أن المشرع الجزائري قد أشار في المادة 124 من القانون المدني إلى ذلك، واعتبر أن كل من يرتكب خطأ يسبب به الضرر للغير يكون ملزوما بالتعويض، إلا أنه لم يحدد طبيعة هذا الخطأ، ولم يحدد الجهات المرتكبة له، كما لم يحدد نوعية ومقدار التعويضات التي يجب عليه تقديمها.

ويتبين من خلال ما سبق أن الجهود التي تبذلها الجزائر والمغرب في تطوير مجال التجارة الإلكترونية باستخدام تكنولوجيا المعلومات لا تزال محتشمة في العديد من الجوانب، حيث أنها تشهد العديد من النقائص والثغرات القانونية، بدء من تحديد مفهوم التجارة الإلكترونية ووصولاً إلى القواعد القانونية المنظمة لوسائل الدفع المستخدمة فيها. وإن السبب الذي يقف وراء هذه النقائص هو الطبيعة المتغيرة لهذا المجال، فيمكن أن يكون التشريع المعمول به في هذه المجال فعال في فترة ما وغير فعال في فترة تليها. لذلك لابد للدولتين من البحث أكثر في هذا المجال ومحاولة سد القصور التشريعي والثغرات القانونية التي من شأنها أن تحد من تطوره وتزيد من تراجعها بدلاً من تقدمه.

ولكن هذا لا ينفي الإسهامات التشريعية التي تقدمها الجزائر والمغرب في وضع القاعدة الأساسية لهذا المجال، ويظهر ذلك جلياً من خلال الاستمرار في إصدار القوانين والمراسيم المنظمة لتكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية عبر فترات زمنية متعاقبة، وأيضاً من خلال محاولة تنظيم إجراءات العقد الإلكتروني وإثبات حجته من خلال تذييله بالمصادقة الإلكترونية التي تزيد من تأمينه، دون أن ننسى اهتمامهما بالمستهلك الإلكتروني ومحاولة حمايته مدنياً وجنائياً، وتوفير البيئة التشريعية الإلكترونية الآمنة التي تمكنه من الدفع إلكترونياً دون خوف أو تردد.

تطبيق هذه القوانين يتطلب من الجزائر والمغرب استحداث مجموعة من الهيئات والمؤسسات التي تتولى تنفيذ هذه القوانين، وتعمل على تنظيم قطاع التجارة الإلكترونية باستخدام تكنولوجيا المعلومات. وهذا ما سيتم التعرف عليه في المبحث الموالي.

المبحث الثاني: الإطار المؤسسي للتجارة الإلكترونية المعتمدة على تكنولوجيا المعلومات في الجزائر والمغرب

لقد أصبحت الدول تسعى إلى تنمية اقتصادها المحلي من خلال الاستثمار في مجال التجارة الإلكترونية بشكل أكبر، لذلك قامت كل من الجزائر والمغرب بالعمل على استحداث عدة مؤسسات وهيئات تتولى الإشراف على تطوير قطاع تكنولوجيا المعلومات، حتى يكون أكثر تماشياً مع متطلبات التجارة الإلكترونية في مختلف مجالاتها في كلا البلدين.

لذلك سنقوم في هذا المبحث بالتطرق إلى أهم المؤسسات والهيئات التي تستخدمها الجزائر والمغرب في تطوير التجارة الإلكترونية المعتمدة على تكنولوجيا المعلومات.

المطلب الأول: مؤسسات التجارة الإلكترونية المستخدمة لتكنولوجيا المعلومات في الجزائر

تعمل الجزائر على استحداث العديد من الهيئات والمؤسسات المكلفة بتطوير قطاع تكنولوجيا المعلومات ليكون أكثر تماشياً مع التجارة الإلكترونية ومتطلباتها في الوقت الراهن. ويمكن تحديد هذه المؤسسات على النحو الآتي:

أولاً: سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية (ARPT)*

وهي مؤسسة تم إنشائها سنة 2001 بموجب القانون رقم 03/2000 المؤرخ في 05/08/2001 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية¹ وتتمتع هذه المؤسسة بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي.

تتشكل أجهزة سلطة الضبط من مجلس إداري ومدير عام، ومن سبعة أعضاء لهم رئيس يعينه رئيس الجمهورية. ويتمتع المجلس بكل السلطات والصلاحيات الضرورية للقيام بالمهام المخولة لهيئة سلطة

* ARPT: هو اختصار لعبارة *Autorité de Régulation de la Poste et des Télécommunications*، أي سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية.

¹ القانون رقم 03/2000 المؤرخ في 05/08/2001، تتضمن القواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، *الجريدة الرسمية* الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد: 48، الصادر بتاريخ 06 جمادى الأولى 1421 الموافق لـ 06 سبتمبر 2000.

الضبط بموجب أحكام هذا القانون، وتكون مداولات المجلس ضمنية بحضور خمسة من أعضائه على الأقل، حيث يتخذ قراراته بأصوات الأعضاء الحاضرين. وفي حالة تساوي الأصوات يكون صوت رئيس المجلس مرجحا.

ويجوز الطعن في قرارات مجلس سلطة الضبط أمام مجلس الدولة في أجل قدره شهرا واحدا ابتداء من تاريخ إبلاغه، وليس لهذا الطعن أثر موقف. وتتألف وظيفة العضو في المجلس مع أي نشاط مهني أو منصب عمومي آخر، وكذا مع كل امتلاك مباشر أو غير مباشر لمصالح مؤسسة تابعة لقطاعات البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والسمعي البصري والمعلوماتية¹

إن الهدف الأساسي لسلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية هو تنفيذ التوجيهات الوطنية في المجال التكنولوجي. وقد حددت المادة 13 من القانون نفسه المهام المسندة لهذه الهيئة والمتمثلة في:

- إعادة هيكلة قطاع البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية من خلال توفير بيئة تنافسية فعالة بين مختلف المتعاملين؛
- القيام بمهمة التحكم لفض النزاعات الناشئة بين المتعاملين؛
- تقاسم منشآت المواصلات السلكية واللاسلكية مع احترام حق الملكية؛
- إعداد مخطط وطني للترقيم ودراسة طلبات الأرقام ومنحها للمتعاملين؛
- الفصل في النزاعات المتعلقة بالتواصل البيئي؛
- التعاون في إطار مهامها مع السلطات الأخرى والهيئات الوطنية والأجنبية ذات الهدف المشترك؛
- تخطيط وتسيير ومراقبة استعمال الذبذبات من الحزم التي منحت لها مع احترام مبدأ عدم التمييز؛
- إعداد التقارير والإحصائيات العمومية وتقرير سنوي يتضمن وصف نشاطاتها وملخص لقراراتها وآراءها وتوصياتها، مع مراعاة طابع الكتمان وسرية الأعمال، وكذا التقرير المالي والحسابات السنوية وتقرير

¹ المواد 14، 15، 16، 17، 18 من القانون 03/2000 المتعلق بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية.

تسيير الصندوق الخاص بالخدمة العامة¹

لذلك نجد أن هذه الهيئة تسعى إلى تطوير المجال التكنولوجي من خلال الاهتمام المكثف والشامل بقطاع البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، الأمر الذي يساهم بدرجة كبيرة في تطوير قطاع التجارة الإلكترونية، وذلك بمنح رخص الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

ثانيا: شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية بين البنوك (SATIM)*

تأسست شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية بين البنوك في 25 مارس 1995 برأس مال قدره 257 مليون دينار جزائري. ويساهم في هذه الشركة ثمانية بنوك أساسية وهي: بنك البركة الجزائري؛ بنك الفلاحة والتنمية الريفية؛ البنك الجزائري الخارجي؛ البنك الوطني الجزائري، ثم التحق بها الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط، والصندوق الوطني للتعاون الفلاحي.

تهدف شركة SATIM إلى تطوير وتوسيع وسائل الدفع الإلكتروني (البطاقات الإلكترونية للسحب والدفع) التي تعتمد على التجارة الإلكترونية، كما تهدف إلى تنظيم العلاقات بين البنوك وتحديثها وتطويرها إضافة إلى التكفل بالهياكل القاعدية للتكنولوجيا في المجال المصرفي، وكذا دعم وبناء قاعدة متينة لإقامة التجارة الإلكترونية²

ومن بين المهام التي تقوم بها شركة النقد الآلي والعلاقات التجارية بين البنوك نجد:

- تعمل الشركة على تطوير طرق الدفع الإلكتروني من خلال إنشاء إدارة المنصة النقدية والتنظيمية المتكفلة بالتشغيل البيئي الكامل بين جميع الأفراد العاملين في الشبكة المصرفية الجزائرية؛
- توفر الشركة الشبكة "البينكية" التي تعمل على تفعيل العلاقات بين البنوك من ناحية التعاملات خاصة بعد اندماجها مع البريد المركزي سنة 2020؛

¹ المادة 13 من القانون 03/2000 المتعلق بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية.

* SATIM هو اختصار لعبارة Société D'automatisation des Transactions Interbancaires et de Monétiques

أي شركة النقد الآلي والعلاقات التجارية بين البنوك.

² محمد يوسف، "التجارب المغاربية في مجال اعتماد التجارة الإلكترونية الجزائر وتونس نموذجا"، مجلة دراسات وأبحاث، العدد: 26، الجزائر: جامعة زيان عاشور الجلفة، مارس 2017، ص: 1099.

- تمكن الشركة كل من العميل والتاجر من التعامل مع البنوك وفتح حساب بنكي فيها والدفع باستخدام بطاقات الدفع الإلكترونية، وذلك بفضل المنصة التي توفرها الشركة؛
 - تتولى الشركة تنظيم وتنفيذ جميع الإجراءات التي تتحكم في عمل نظام الدفع الإلكتروني بمختلف مكوناته، وتتمثل هذه الإجراءات في إتقان التقنيات وأتمتة الإجراءات وسرعة المعاملات وكذا اقتصاد التدفقات المالية؛
 - تدعم الشركة البنوك في إنشاء وتطوير منتجات الدفع الإلكتروني من خلال المشاركة في تنفيذ القواعد بين البنوك لإدارة منتجات الدفع الإلكتروني بينها، وذلك من خلال دعم هذه الأخيرة في إنشاء وتطوير وسائل وخدمات الدفع الإلكتروني؛
 - تؤدي شركة النقد الآلي وظائف الاتصال وإدارة أجهزة الصراف الآلي؛
 - كما تقوم الشركة بإنشاء مفاتيح للأعضاء من خلال نظام تفويض خاص بهم يتم عبر تخصيص بطاقات السحب بين البنوك فقط.
- أما من الناحية الدولية، فنجد أن شركة النقد الآلي تتولى مسؤولية تطوير البوابة بين الجزائر والمنظمات الدولية مثل Visa Card و Master Card، والتي تسمح للبنوك الجزائرية بالتعامل دوليا بكل سهولة وأمان، ويكون ذلك من خلال تخصيص أجهزة خاصة بالسحب باستخدام البطاقات سالفة الذكر¹
- وبالتالي نجد أن شركة SATIM تهدف بالدرجة الأولى إلى وضع نظام وطني للدفع الإلكتروني من خلال استخدام بطاقة ما بين البنوك، وتعمل هذه الشركة على ضمان السير الحسن لعمليات السحب من أجهزة الصرف الآلي لكل البنوك المشاركة فيها، وتأمين الشركة أيضا لهذه البنوك قبول البطاقات وإجراء عمليات المقاصة وتبادل التدفقات المالية فيما بينها. لذلك تعتبر أكبر داعم للتجارة الإلكترونية في الجزائر ولا يتحقق ذلك إلا من خلال وجود بنية تقنية قوية ومتطورة توفرها تكنولوجيا المعلومات بشكل دائم

¹ هجيرة سكاوي، "نوال بن كريتلي المديرة العامة لمؤسسة النقد الآلي والعلاقات التلقائية بين البنوك ساتيم: حامل البطاقة أصبح قويا وكل المراكز التجارية الحديثة تحوز على آلات الدفع الإلكتروني"، نقلا عن: <https://www.elhiwar.dz>، 2023/08/23، 18:06.

ومستمر .

ثالثا: وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال (MPTIC)*

تم إنشاء وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال في مطلع الألفية بعد تحويل وزارة البريد والمواصلات سابقا، وذلك من أجل تنظيم قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وكذا السعي نحو تطوير قطاع التجارة الإلكترونية من خلال البحث عن الآليات الملائمة لإقامة مجتمع المعلومات.

وتقوم وزارة البريد والمواصلات بعدة مهام، تعتبر أهمها إعداد إستراتيجية لتطوير المواصلات السلكية واللاسلكية، والمعلومات والتقنيات السمعية والبصرية، وكذا اقتراح كل التدابير المساهمة في تطوير البحث التطبيقي في ميادين المواصلات السلكية واللاسلكية والمعلوماتية. ويكمن تحديد مهام وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال على النحو الآتي:

1. في مجال البريد: تقوم الوزارة بإعداد السياسة العامة للبريد والخدمات المالية البريدية، بالإضافة إلى اقتراح التدابير الضرورية لتطويرها وعصرنتها ورقمنتها، لاسيما عبر تعميم أنظمة الإعلام؛
2. في مجال المواصلات السلكية واللاسلكية وتكنولوجيا الإعلام والاتصال: تسهر الوزارة على حسن سير وديمومة الشبكات العمومية وخدمات المواصلات السلكية واللاسلكية والمنشآت القاعدية للتخزين ومشاركة البيانات؛
3. في مجال العصرية وتشبيد مجتمع المعلومات: تعمل الوزارة على اقتراح جميع الأعمال المساهمة في الارتقاء بالجزائر إلى مجتمع المعلومات والتنسيق مع مجموعة الأطراف الفاعلة؛
4. في مجال تسيير عروض النطاق الساتيلية للمواصلات السلكية واللاسلكية العمومية والخاصة واستغلالها: تقوم الوزارة بتحديد السياسة الوطنية المتعلقة بتسيير عروض النطاق الساتيلية للمواصلات السلكية واللاسلكية العمومية والخاصة ، وكذا السهر على تطوير إجراءات استغلالها؛
5. في مجال التطور التكنولوجي القطاعي: تقوم الوزارة في هذا المجال بتحديد طرق ووسائل تطوير

* MPTIC: هي اختصار لعبارة Ministère de la Poste et des Technologies de L'informations et de la Communication أي وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال.

القدرات البشرية من خلال التكوين والبحث والإبداع، ونقل التكنولوجيا وتملكها في القطاع¹

وتتكون وزارة البريد وتكنولوجيا الاتصال السلكية واللاسلكية من إدارة مركزية تشمل الأمين العام ورئيس الديوان والمفتشية العامة، إضافة إلى وجود ثمانية مديريات، لكل مديرية منهم مهام معينة يمكن تلخيصها في الجدول الآتي:

الجدول رقم (25): مديريات وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال

المديرية	مهامها
المديرية العامة للبريد	تقوم بتحديد السياسة العامة للتعريف العامة المتعلقة بخدمات البريد، وتحديد المواصفات التقنية المطبقة على النشاطات البريدية والخدمات المالية البريدية.
المديرية العامة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال	تقوم باقتراح الإطار القانوني المطبق على تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وكذا تحديد واقتراح مشاريع توحيد وترشيد استعمال الموارد والمنشآت القاعدية للمواصلات السلكية واللاسلكية
المديرية العامة لمجتمع المعلومات	من مهامها تهيئة بيئة مناسبة لتطوير مجتمع المعلومات، والحفاظ على الحقوق والحريات الأساسية في الفضاء السيبراني.
مديرية الإحصاء والدراسات والاستشراف	تقوم بوضع بنك للبيانات الإحصائية الخاصة بالقطاع، وإعداد الدراسات الاقتصادية الاستشرافية ذات الصلة بالقطاع.
مديرية التنظيم والشؤون القانونية	تقوم بإعداد مشاريع النصوص التشريعية والتنظيمية الخاصة بنشاطات القطاع، وكذا تمثيل الوزير أمام الجهات القضائية الوطنية.
مديرية التعاون والعلاقات الدولية	تقوم بتعزيز وترقية العلاقات الثنائية ومتعددة الأطراف في مجال البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، وكذا تحضير مشاركة القطاع في التظاهرات الدولية.
مديرية الموارد البشرية	تقوم بتطوير كفاءات الموظفين التابعين للقطاع، وكذا توفير الوسائل البشرية اللازمة لسير الإدارة المركزية والمصالح الخارجية.
مديرية إدارة الوسائل	ومن مهامها تحديد احتياجات الإدارة المركزية والمصالح الخارجية في مجال التسيير والتجهيز، وكذا السهر على التسيير الجيد للممتلكات المنقولة والعقارية للوزارة والمحافظة عليها.

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على الموقع الإلكتروني الرسمي لوزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، نقلا عن:

www.mpt.gov.dz، 2023/08/24، 10:18.

¹ الموقع الإلكتروني الرسمي لوزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، نقلا عن: www.mpt.gov.dz، 2023/08/24، 10:18.

يتبين من خلال ما سبق أن وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال تعتبر من أهم المؤسسات الوطنية التي تعتمد عليها الجزائر بشكل كبير في تطوير مجال التجارة الإلكترونية فيها، وذلك من خلال تنظيم قطاع البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية التي تعتبر البنية التحتية الأساسية لتكنولوجيا المعلومات المساعدة بشكل كبير على نجاح عمليات التجارة الإلكترونية في كل الدول وليست الجزائر فقط.

رابعاً: اللجنة الإلكترونية E-Commerce

إن رؤية الجزائر الاستراتيجية للمستقبل ومواجهة تحديات عالم المعلوماتية والتكنولوجيا، جعلها تقوم بإنشاء اللجنة الإلكترونية تحت إشراف رئيس الحكومة وتشكيلة من الوزارات، وقد بادرت هذه اللجنة سنة 2008 بوضع خطة عمل وطنية من أجل التحكم في مجال الاتصال وتقنيات المعلومات بهدف تطوير تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وبالتالي قامت الحكومة الجزائرية بتنصيب اللجنة الإلكترونية لدعم الحكومة الإلكترونية، الأمر الذي ترجم الإرادة السياسية للحكومة وعزمها على تنفيذ هذا المشروع.

تكلف اللجنة الإلكترونية بمتابعة تنفيذ برنامج الحكومة الإلكترونية، وتنفيذ برنامج تحديث الإدارة العمومية، وإدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. وقد تم تدعيم هذه اللجنة بلجنة أخرى تقنية تقوم بتحديد برنامج خاص بإستراتيجية الجزائر الإلكترونية E-Algeria 2013 وفقاً لمراحل تنفيذية مرتقبة يتم عرضها سنوياً إلى غاية استكمال البرنامج سنة 2013.

ويمكن تسجيل مبادرة الوزارة الخاصة بتوسيع الخدمة العامة بواسطة تسهيل النفاذ إلى الانترنت ومحاولة تسريع إدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في استخدامات الإدارات العمومية، بالشكل الذي يعيد النظر في كيفية تسييرها وتنظيمها وتكييف الخدمات التي تقدمها مع المتطلبات الرقمية¹

وهذا ما يوضح مدى اهتمام الجزائر بالمجال التكنولوجي، وذلك من خلال اعتمادها على تكنولوجيا المعلومات وتوظيفها في دعم الحكومة الإلكترونية بصفة عامة والتجارة الإلكترونية بصفة خاصة، ويبرز ذلك بشكل كبير في تسهيل الدولة للنفاذ إلى الانترنت واستخدامها في كل خدمات المرافق العمومية.

¹ سمية ديمش، محمد الطاهر درويش، "التجارة الإلكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر"، مذكرة ماجستير في جامعة منتوري، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص العلوم الاقتصادية، 2011، الجزائر: جامعة منتوري قسنطينة، ص: 262، 263.

خامسا: الوكالة الوطنية لترقية الحظائر التكنولوجية وتطويرها (ANPDPT)*

تم إنشاء هذه الوكالة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 91/04 المؤرخ في 24/03/2004 المتعلق بإنشاء الوكالة الوطنية لترقية الحظائر التكنولوجية وتطويرها ويحدد تنظيمها وسيرها¹ وتتمتع هذه الوكالة بالاستقلالية المالية والشخصية المعنوية، حيث أنها مزودة بصندوق ابتدائي يتم تحديد مبلغه بموجب قرار مشترك بين الوزير المكلف بتكنولوجيا الإعلام والاتصال والوزير المكلف بالمالية، وتقوم الوكالة الوطنية لترقية الحظائر التكنولوجية وتطويرها بعدة مهام رئيسية يمكن تحديدها على النحو الآتي:

- العمل على وضع إستراتيجية وطنية في مجال ترقية وتنمية الحظائر التكنولوجية؛
 - وضع حظائر تكنولوجية موجهة إلى تعزيز الطاقات الوطنية قصد ضمان تنمية تكنولوجيات الإعلام والاتصال والمساهمة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية؛
 - تقوم الوكالة بإنجاز منشآت الحظائر التكنولوجية؛
 - تنفيذ البرامج السنوية ومتعددة السنوات لتطوير الحظائر التكنولوجية؛
 - تنمية الحظائر التكنولوجية من خلال اقتراح التدابير التشريعية والتنظيمية؛
 - السهر على توفير الشروط المادية والمنشآت اللازمة لأداء مهامها؛
 - إبرام الصفقات مع الهيئات الوطنية أو الأجنبية فيما يتعلق بمجال نشاطها؛
 - المشاركة في تنظيم الملتقيات والندوات واللقاءات والأيام الدراسية حول موضوعها؛
 - تسيير تنمية الوكالة من خلال إنجاز كل عملية صناعية وتجارية وعقارية ومنقولة ذات صلة بنشاطها.
- يتم تسيير الوكالة عن طريق مجلس إدارة يديره المدير العام ويرأسه الوزير المكلف بتكنولوجيا الإعلام والاتصال أو ممثليه، ويتم تزويدها بمجلس تقني استشاري يتكون من ممثل وزير الدفاع الوطني وممثل وزير الداخلية والجماعات المحلية، وممثل وزير المالية، وممثل الوزير المكلف بالبحث العلمي وممثل الوزير المكلف بالطاقة، وممثل وزير الصناعة، وممثل الوزير المكلف بتهيئة الإقليم، وممثل الوزير

* ANPDPT: هو اختصار لعبارة Agence Nationale de Promotion et de Développement des Parcs Technologiques، أي الوكالة الوطنية لترقية الحظائر التكنولوجية وتطويرها.

¹ المرسوم التنفيذي رقم 91/04 المؤرخ في 24 مارس 2004، يتضمن إنشاء الوكالة الوطنية لترقية الحظائر التكنولوجية وتطويرها ويحدد تنظيمها وسيرها، الجريدة الرسمية، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد: 19، المؤرخة في 07 صفر 1425 الموافق لـ 28 مارس 2004.

المكلف بترقية الاستثمارات¹

- تقوم الدولة بتزويد الوكالة في إطار النشاطات المسندة إليها بوسائل بشرية ومادية وبمنشآت أساسية ضرورية لأداء مهامها وبلوغ أهدافها، وذلك من خلال:
- وضع شبكة قوية وحيوية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال؛
 - توفير دعائم تقنية ذات جودة عالية للمؤسسات الجزائرية؛
 - العمل على زيادة انتشار المؤسسات الناشئة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
 - تنويع سلسلة القيم الخاصة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال وتحفيز القطاع خاص بها.
- أما الحظائر التقنية الموجودة في الجزائر فتتمثل في:
- الحظيرة التكنولوجية بسيدي عبد الله الجزائر، تعمل منذ فيفري 2009؛
 - الحظيرة التقنية ورقلة، وهي حظيرة شكلية دشنت في 01 مارس 2012؛
 - في إطار مخطط التنمية الخماسي 2010 - 2014 الخاص بالوكالة الوطنية لترقية و تطوير الحظائر التكنولوجية نجد:

➤ 03 حظائر تكنولوجية جهوية (عنابة، وهران، ورقلة)

➤ 03 حظائر تكنولوجية أخرى: الحظائر التكنولوجية بسطيف، الحظائر التكنولوجية بقسنطينة بوغزول، وحاضنة غرداية²

وبالتالي نجد أن توجه الجزائر نحو إنشاء هذا النوع من الهيئات يعكس تركيزها المستمر على تكنولوجيا المعلومات من أجل توظيفها في كل القطاعات والمجالات العامة والخاصة وزيادة انشغالها بالمؤسسات الناشئة والصغيرة والمتوسطة. ومن المؤكد أن الجزائر ستقوم بتوسيع حظائرها التقنية لتشمل كل التراب الوطني في السنوات المقبلة، وهذا الأمر سيساهم بشكل كبير في تطوير مجال التجارة الإلكترونية على ما هو عليه حاليا.

¹ المواد 01 - 09 من المرسوم التنفيذي رقم 91/04 المتعلق بإنشاء الوكالة الوطنية لترقية الحظائر التكنولوجية وتطويرها ويحدد تنظيمها وسيرها.

² أخبار الجزائر، "الوكالة الوطنية لترقية الحظائر التكنولوجية تدرج تحت وصاية وزير المؤسسات الصغيرة"، نقلا عن: <https://www.androydi.com>، 2023/08/24.

سادسا: الوكالة الفضائية الجزائرية (ASAL)*

تم إنشاء الوكالة الفضائية الجزائرية بموجب المرسوم الرئاسي رقم 48/02 المؤرخ في 16/01/2002¹ بهدف الاهتمام بهذا المجال الذي يساعد على تطوير قطاع الاتصالات في مجال الهاتف النقال والثابت والبث الإذاعي والتلفزيوني وخدمة الانترنت عن طريق الأقمار الصناعية.

إن الوكالة الفضائية الجزائرية هي عبارة عن مؤسسة عمومية وطنية ذات طابع خاص تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وتقوم هذه الوكالة بعدة مهام رئيسية يمكن حصرها في النقاط الآتية:

- وضع إستراتيجية وطنية في ميادين النشاط الفضائي وعرضها على الحكومة؛
- وضع البنية التحتية الفضائية وتوجيهها نحو تعزيز الطاقات الوطنية؛
- إعداد البرامج السنوية ومتعددة السنوات لتطوير النشاطات الفضائية الوطنية والعمل على تنفيذها ومتابعتها وتقييمها بالاتصال مع مختلف القطاعات المعنية؛
- وضع الشروط المادية والمنشآت الأساسية الضرورية لأداء مهامها؛
- اقتراح التدابير التنظيمية المساهمة في تثمين مستوى الباحثين والخبراء والتقنيين العاملين في النشاط الفضائي؛
- العمل على تكوين المستخدمين التابعين للهياكل الملحقة بالوكالة الفضائية الجزائرية من أجل تحسين مستواهم وتجديد معارفهم؛
- الاهتمام بالمستوى الدولي من خلال اقتراح سياسات التعاون الدولي على الحكومة بالشكل الذي يتماشى مع الانشغالات الوطنية في مجال النشاطات الفضائية؛
- ضمان جمع المادة العلمية والتقنية ذات الصلة بميدان التقنيات الفضائية وحفظها ونشرها؛
- ضمان ديمومة تقديم الحويلة السنوية ومتعددة السنوات للنشاط الفضائي السنوي إلى رئيس الحكومة؛
- العمل على تنفيذ الالتزامات المترتبة على واجبات الدولة في مجال الاتفاقيات الجهوية والدولية في ميدان النشاط الفضائي؛

* ASAL: هي اختصار لعبارة Agence Spatiale Algérienne، وتعني الوكالة الفضائية الجزائرية.

¹ المرسوم الرئاسي رقم 48/02 المؤرخ في 16 جوان 2002، المتعلق بإنشاء الوكالة الفضائية الجزائرية وتنظيمها وعملها، الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد: 05، المؤرخة في 06 ذو القعدة 1422 الموافق لـ 20 جوان 2002.

ومن الناحية التنظيمية نجد أن الوكالة الفضائية الجزائرية تتكون من مجلس إدارة يتشكل من رئيس (يعين بموجب مرسوم رئاسي)، ومن ممثل رئيس الحكومة، وممثلي الوزراء المكلفين بـ: الدفاع الوطني والشؤون الخارجية؛ الداخلية والجماعات المحلية؛ المالية؛ الاتصال؛ التعليم العالي والبحث العلمي والمواصلات السلكية واللاسلكية؛ الطاقة والمناجم؛ الصناعة؛ الفلاحة؛ تهيئة الإقليم والبيئة؛ النقل؛ الموارد المائية؛ الصيد البحري والموارد الصيدية¹

أي أن هذه الوكالة تساعد بشكل كبير في تطوير البنية التحتية للتجارة الإلكترونية، والمتمثلة في مختلف خدمات تكنولوجيا المعلومات التي تكمن في مجال الاتصالات للهاتف الثابت والنقال والبث الإذاعي والتلفزيوني دون أن ننسى خدمات الانترنت.

المطلب الثاني: الإطار المؤسسي لتكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية في المغرب

تعمل المغرب كغيرها من الدول الأخرى على استحداث بعض المؤسسات التقنية، كمحاولة منها لتأمين المعاملات الإلكترونية وتطوير قطاع تكنولوجيا المعلومات، من أجل الاستفادة منه في مجال التجارة الإلكترونية في الدولة بالدرجة الأولى. وتتمثل هذه المؤسسات في:

أولاً: الوكالة الوطنية لتقنين المواصلات (ANRT)*

تعتبر الوكالة الوطنية لتقنين المواصلات مؤسسة عمومية مغربية مكلفة بتنظيم وتقنين قطاع المواصلات، وهي وكالة مستحدثة لدى رئيس الحكومة، حيث أنها تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وتم إنشاؤها من طرف الوزير الأول بمقتضى القانون رقم 24/96² المتعلق بالبريد والمواصلات والذي تم تغيير تسميته بمقتضى القانون رقم 55/01.

وتضم هذه الوكالة ثلاثة أجهزة رئيسية، يمكن تحديدها على النحو الآتي:

1. المجلس الإداري: يترأسه الوزير الأول (رئيس الحكومة حالياً)، ويتكون من ممثلي الدولة وخمس شخصيات يتم اختيارهم من القطاعات العمومية والخاصة لمدة خمس سنوات بمقتضى مرسوم، ولكفاءة

¹ المواد 01 – 07 من المرسوم الرئاسي رقم 48/02، المتعلق بإنشاء الوكالة الفضائية الجزائرية وتنظيمها وعملها.

* ANRT: هو اختصار لعبارة Agence Nationale de Réglementation des Télécommunications، أي الوكالة الوطنية لتقنين المواصلات.

² القانون رقم 24/96 المتعلق بالبريد والمواصلات، الصادر بتنفيذه ظهير شريف رقم 1-97-162، الصادر في 02 ربيع الثاني 1418 (07 أوت 1997)، الجريدة الرسمية المملكة المغربية، العدد: 4518، بتاريخ 15 جمادى الأولى 1418 (18 سبتمبر 1997).

عمل الوكالة الوطنية لتقنين المواصلات في المجالات التقنية والقانونية والاقتصادية المرتبطة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال، يتوجب أن تتناهى عضوية مجلس الإدارة بالنسبة لممثلي القطاع العام والخاص مع المصلحة الخاصة المرتبطة بميدان تكنولوجيا المواصلات والإعلام.

ويقوم المجلس الإداري بتداول التوجيهات العامة للوكالة، وكذا وضع برامج أنشطتها السنوية، وتحديد الميزانية السنوية لها، دون أن ننسى متابعة مدى تنفيذ الوكالة للأحكام القانونية¹

2. جهاز التدبير: ويتضمن هذا الجهاز لجنة التدبير التي تقوم بمساعدة المجلس الإداري على أداء مهامه، حيث يتم تعيين أعضائه من طرف المجلس الإداري لمدة خمس سنوات قابلة للتجديد، ويقوم الجهاز أساسا بالفحص في القضايا المتعلقة بنزاعات الربط البيتي الموكلة إليه من طرف المجلس الإداري.

3. المدير العام: يعتبر المدير العام بمثابة الجهاز الذي يشرف على إدارة الوكالة، حيث أنه يتولى الإشراف على أربعة مديريات رئيسية وهي: مديرية المنافسة؛ المديرية التقنية؛ الكتابة العامة؛ والمعهد الوطني للبريد والمواصلات. يتم تعيين المدير العام طبقا للقوانين المعمول بها، ويتمتع بجميع السلطات والاختصاصات اللازمة لتدبير شؤون الوكالة، كما يمكن له تسوية القضايا المستعجلة بتفويض من مجلس الإدارة²

تقوم الوكالة الوطنية لتقنين المواصلات بعدة مهام رئيسية وهي:

- منح الاعتماد لمزاولة نشاط مقدم خدمات المصادقة الإلكترونية؛
- تدبير مجال الانترنت والقيام بنشر مستخرج من قرار الاعتماد بالجريدة الرسمية سنويا؛
- إعداد السجل الاسمي لمقدمي المصادقة الإلكترونية المعتمدين ونشره في الجريدة الرسمية نهاية كل سنة؛
- مراقبة نشاط مقدمي خدمات المصادقة الإلكترونية والتأكد من مهام مسلمي الشهادات الإلكترونية المؤمنة؛
- متابعة نشاط مقدمي خدمات المصادقة الإلكترونية بشكل مستمر وذلك من خلال التحقق من مدى مطابقة نشاطهم للقانون والنصوص التنفيذية، سواء بنفسها أو عن طريق أعوانها وخبرائها المنتدبين؛

¹ المادة 33 من القانون رقم 24/96 المتعلق بالبريد والمواصلات.

² المادتين 35 و36 من القانون رقم 24/96 المتعلق بالبريد والمواصلات.

- العمل على تعزيز الشفافية الإدارية من خلال وضع قواعد التدبير الإداري والتقني، ووضع الشروط والمتطلبات التقنية اللازمة حتى يكون التسيير التقني يتماشى مع احتياجات المستخدمين ومقدمي الخدمات بشكل فعال¹

وما يمكننا قوله أن هذه الوكالة تم تأسيسها خصيصا من أجل تنظيم وتقنين قطاع المواصلات الذي يعتبر الحجر الأساس لتكنولوجيا المعلومات والمرتكز الرئيسي للتجارة الإلكترونية، ونجد أن الوكالة الوطنية لتقنين المواصلات تركز في مهامها بشكل كبير على المصادقة الإلكترونية التي تقوم بدور بارز في إزالة مخاوف المتعاملين في المجال الإلكتروني، من خلال تأكيد هويتهم وصحة توقيعهم لكي تضمن لهم أمن معاملاتهم سواء الفردية أو التجارية. وهذا بالضبط ما تتطلبه التجارة الإلكترونية في هذا العصر التكنولوجي المليء بالقرصنة وانعدام الأمن الإلكتروني.

ثانيا: مركز النقديات أو مركز الدفع الإلكتروني بين البنوك (CMI)*

تعتبر الجرائم الإلكترونية من أكثر الظواهر انتشارا مؤخرا خاصة بعد كثرة اللجوء إلى استخدام وسائل الدفع الإلكتروني وخاصة النقود الإلكترونية، حيث تعتبر هذه الأخيرة أحد الوسائل المستحدثة للتعامل التجاري عبر شبكة الانترنت ولها نفس خصائص وقيمة النقود الورقية، حيث أنها تكون غير ملموسة وتأخذ شكل وحدات مخزنة على الوسيط الإلكتروني، فهي تمثل إيداع مالي يتم من خلاله تحميل برنامج خاص على جهاز الحاسب الآلي لكل من المشتري والبائع والبنك الوسيط.

وفي إطار الحد من الجرائم المعلوماتية قامت المغرب باستحداث مركز النقديات والبنوك الذي يعتبر من أهم المؤسسات ذات الطابع الاقتصادي، والتي تم استحداثها كشركة مجهولة الاسم في 2001/2/15، وتم بدأ العمل بها رسميا في بداية فيفري 2004. وأنشئ هذا المركز من طرف مجموعة بنوك مغربية من أجل إدارة الصفقات النقدية وضمان سيورتها، مع تأمين استحداث البطاقات وتشجيع عمليات الأداء بواسطتها.

ومن مهام مركز النقديات والبنوك نجد:

- إدارة النشاط النقدي (الدفع باستخدام البطاقات البنكية)؛
- المقاصة بين البنوك الوطنية والأجنبية فيما يتعلق بسحب الأموال عبر الشبايبك الأوتوماتيكية؛

¹ الفترتين 02 و 03 من القانون رقم 24/96 المتعلق بالبريد والمواصلات.

* CMI: هو اختصار لعبارة Centre Monétique Interbancaire، أي مركز الدفع الإلكتروني بين البنوك أو مركز النقديات.

- محاربة الجرائم المتعلقة بالبطاقات البنكية؛
- العمل على تحسين الأداء عبر الانترنت بالشكل الذي يساهم في تطوير الصفقات عبر التجارة الإلكترونية، وإنشاء موقع إنقاذ المعلومات البنكية المخزنة لديه عن بعد؛
- يقوم المركز بالتصدي للجرائم الإلكترونية بشكل فعال، لأنه يتصل بكل البنوك الوطنية للإفادة عن جميع عمليات السحب عبر الشبايك البنكية بواسطة بطاقات الائتمان المزيفة؛
- يقوم مركز النقديات والبنوك بمساعدة الضابطة القضائية على التحري عن قرصنة الائتمان وتقديمهم للعدالة بالشكل الذي يساهم في رصد الجريمة الإلكترونية¹
- أي أن المغرب قامت بتأسيس مركز النقديات والبنوك من أجل التقليل من الجرائم الإلكترونية قدر المستطاع، ويكون ذلك من خلال اتصاله بكل البنوك المغربية والاطلاع على كل العمليات التي تتم فيها الأمر الذي يساعد على اكتشاف كل عمليات الاحتيال والتزيف باستخدام تكنولوجيا المعلومات، كل هذه الأمور تنعكس إيجابيا على عمليات التجارة الإلكترونية وتزيد من نجاح تطبيقاتها بشكل فعال.

ثالثا: شركة اتصالات المغرب Maroc Telecom

تم تأسيس شركة اتصالات المغرب في 3 فيفري 1998 في مدينة الرباط، وهي شركة تابعة للقطاع العام تقوم بنقل البيانات وخدمات الاتصالات المتعلقة بالهاتف الثابت والهاتف المحمول، كما أنها تقوم بدمج قطاعات تشغيل الخطوط الثابتة والمستقلة في قسم الشبكات والخدمات والأنظمة. وتحقق الشركة إيراداتها من بيع المعدات وتقديم خدمات الانترنت والخطوط الثابتة والمستقلة.

تهدف شركه الاتصالات المغرب إلى:

- تقديم العروض التي تلبي احتياجات الزبائن بأسعار مناسبة؛
- العمل على زيادة انتشار الهاتف الثابت من خلال تطوير عروضها؛
- تعتبر الاتصالات المغرب مرجعا لخدمة الزبائن؛
- إيجاد بنية تحتية تتماشى مع التكنولوجيا المتطورة لشبكة الاتصال بمختلف فروعها؛
- تقوم الشركة بالبحث عن أسواق جديدة واستكشافها بهدف عرض خدماتها بأوسع نقطة ممكنة²

¹ بلال الشراوي، "دور المؤسسات الوطنية في تأمين المعاملات الإلكترونية"، نقلا عن: <https://www.Alkanounia.info.com>، 2023/08/25، 11:38.

² رنا عياصرة، "معلومات عن شركة اتصالات المغرب"، نقلا عن: <https://www.shirkaty.com>، 2023/08/25، 12:05.

تتمتع شركة اتصالات المغرب بحقوق استخدام ترددات الراديو كهربائية المتعلقة باستخدام الشبكات والخدمات التي كان المكتب الوطني للبريد والمواصلات يشغلها، كما أنها تتولى مهمتين رئيسيتين هما:

- توفير الخدمة الأساسية أو الخدمة المساهمة في تمويلها؛
- استحداث أو استغلال واحدة أو أكثر من الشبكات العمل للمواصلات أو كلاهما معا¹

وهذا يعني أن اتصالات المغرب كشركة عمومية لا يقل دورها عن المؤسسات المغربية الأخرى الداعمة لقطاعي التجارة الإلكترونية وتكنولوجيا المعلومات، وذلك لأنها تستهدف خدمات الاتصالات التي تعتبر حلقة الوصل بين نشاط التجارة الإلكترونية وبين تطبيقات تكنولوجيا المعلومات، فالاتصالات الثابتة والمستقلة وخدمات الانترنت تمثل البنية التحتية التكنولوجية التي لا تنجح التجارة الإلكترونية إلا من خلالها.

رابعاً: مؤسسة بريد المغرب Post Maroc

تأسست بريد المغرب سنة 1998، وهي مؤسسة تنشط في البريد والإرساليات والبريد الرقمي والخدمات المالية للمغرب، حيث أنها تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي وتخضع لوصاية الدولة. والغرض من هذه الوصاية هو ضمان تقيد الأجهزة المختلفة للشركة بأحكام القوانين المنظمة لهذا القطاع، ويكون ذلك من خلال السهر على تطبيق النصوص التشريعية والتنظيمية المتعلقة بالمؤسسات العمومية.

وتقوم مؤسسة بريد المغرب بعدة مهام أساسية لصالح الدولة وهي:

- إصدار كل علامات التخليص البريدي والطابع البريدية؛
- القيام بكل الأنشطة تابعة لقطاع خدمات البريد على الصعدين الوطني والدولي؛
- التكفل بصندوق التوفير الوطني، نظراً لما تمتلكه من صلاحيات فتح حسابات ودائع لدى الطلب أو الأجل لفائدة كل شخص ذاتي أو معنوي يتم دفع الأموال باسمه أو لفائدته في صندوق التوفير الوطني؛
- إدارة الحسابات الجارية للشبكات البريدية ووفقاً لما هو معمول به قانونياً؛
- قيام مؤسسة بريد الجزائر بتنفيذ كل عمليات الإصدار والأداء والسحب من طرفها في الحساب الجاري المفتوح للخازن العام لدى بنك المغرب؛

¹ المواد 40، 41، 42 من القانون رقم 24/96 المتعلق بالبريد والمواصلات.

- تقوم المؤسسة بتلبية احتياجات الخزينة العامة التي تحدد الدولة قائمتها لتمكينها من القيام بمهامها ويتم ذلك بإبرام اتفاقية بين الدولة ومؤسسة بريد المغرب، التي تحدد شروط تنفيذ الخدمات المذكورة وأداء الأجر المستحقة عنها¹

يتم تسيير مؤسسة بريد المغرب عن طريق مجلس إدارة يتكون من رئيس المجلس وممثل الدولة إضافة إلى وجود ممثل عن بنك المغرب، وممثل عن صندوق الإيداع والتدبير، وممثل عن الأشخاص المعنويين الخاضعين للقانون العام، وعن الشركات التي تساهم الدولة في رأس مالها أو كلاهما معا. ويقوم مجلس إدارة مؤسسة بريد المغرب بالمهام الآتية:

- إعداد برنامج العمليات التقنية والمالية والميزانية ونظام الاستهلاك وحسابات الاستغلال وتخصيص النتائج؛

- تحديد قيمة المساهمات المالية أو رفعها أو تخفيضها؛

- تحديد كيفية إبرام الصفقات؛

- تحديد أسعار الخدمات التي تقدمها مؤسسة بريد المغرب²

ونظرا لأهمية البريد كمؤسسة وطنية تتوفر على التقنيات التكنولوجية الحديثة المساعدة على نجاح التجارة الإلكترونية، نجد أن المغرب قد اهتمت بهذا المجال وأنشئت مؤسسة بريد وطنية لتنظيم كل الخدمات المالية البريدية بالشكل الذي يضمن التكيف مع التطورات التكنولوجية من جهة، ويضمن نجاح ممارسات التجارة الإلكترونية من جهة أخرى.

وما يمكن استنتاجه بناء على ما تم التطرق إليه من المؤسسات الجزائرية والمغربية المساعدة على تطبيق التجارة الإلكترونية باستخدام تكنولوجيا المعلومات، هو أن كل من الجزائر والمغرب قد قامتا بتأسيس عدة هيئات وطنية لتنظيم وتقنين مجالات الاتصالات والبريد والبنوك والحظائر التكنولوجية باعتبارها أهم الجوانب التي يجب على أي دولة الاهتمام بها من أجل ترقية التجارة الإلكترونية في عصر التكنولوجيا الحديثة والمتطورة.

وما يمكن ملاحظته أيضا من خلال ما سبق هو أن الجزائر تعتبر أكثر اهتماما بالجانب المؤسسي للتجارة الإلكترونية المعتمدة على تكنولوجيا المعلومات، وذلك لأنها تمتلك عدد أكبر من هذه المؤسسات

¹ المواد 47، 48، 49 من القانون رقم 24/96 المتعلق بالبريد والمواصلات.

² المادتين 55 و56 من القانون رقم 24/96 المتعلق بالبريد والمواصلات.

مقارنة بالمغرب، إلا أن هذا لا يعكس الواقع الفعلي لما توصلت إليه الدولتين في هذين المجالين، فكل ما تم عرضه حول هذه المؤسسات وأدوارها الإيجابية في الجزائر والمغرب كان وفقا لما هو منصوص عليه قانونيا فقط في البلدين محل الدراسة. وهذا الأمر يدفعنا إلى البحث أكثر في الواقع الفعلي الذي تعيشه الجزائر والمغرب في مجال التجارة الإلكترونية وتكنولوجيا المعلومات وعدم الاكتفاء بالجانب الشكلي والقانوني لهذه المؤسسات. وهذا هو الأمر الذي سيتم التطرق إليه في المبحث الثالث من هذا الفصل.

المبحث الثالث: واقع تكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب

يتوقف نجاح التجارة الإلكترونية على توفير البنية التحتية التكنولوجية المطلوبة، وتعتبر توسع انتشار خطوط الهاتف الثابت والهاتف النقال من أهم مؤشرات تكنولوجيا المعلومات التي تستخدم بشكل قاعدي في ممارسة النشاط التجاري الإلكتروني، كما يعتبر توسع الانترنت المؤشر الأول الذي يقاس عليه مدى قدرة الدولتين على تطوير هذا القطاع.

ويعد الدفع الإلكتروني من أهم المعايير التي يتم الاعتماد عليها في معرفة مدى تطور مجال التجارة الإلكترونية من عدمه، لذلك نجد أن الجزائر والمغرب يسعيان نحو التنوع في استخدام الوسائل الإلكترونية للدفع. من خلال توظيفها في المواقع والمنصات الإلكترونية المتخصصة في التجارة الإلكترونية عبر الانترنت.

لذلك سنتعرف في هذا المبحث على واقع البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب، إضافة إلى التطرق إلى أهم وسائل الدفع الإلكتروني التي تستخدمها الدولتان في ممارسة التجارة الإلكترونية، فضلا عن تحديد أهم المواقع الإلكترونية والمنصات المتخصصة ممارسة هذا النوع من التجارة، وذلك وفق ثلاثة مطالب أساسية على النحو الآتي:

- المطلب الأول: البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب
- المطلب الثاني: وسائل الدفع الإلكتروني التي تعتمد عليها الجزائر والمغرب في تفعيل معاملات التجارة الإلكترونية
- المطلب الثالث: المواقع الإلكترونية والمنصات المتخصصة بممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب

المطلب الأول: البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب

تشكل الخدمات التي تقدمها تكنولوجيا المعلومات القاعدة الأساسية التي تنطلق منها التجارة الإلكترونية ونشاطاتها المختلفة، لذلك نجد أن أغلب دول العالم تحاول دائما الاستثمار في إمكانياتها التكنولوجية والاستفادة منها في المجال التجاري قدر المستطاع. وعلى هذا الأساس تقوم الجزائر والمغرب أيضا بالعمل على تطوير بنيتهم التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات - خاصة فيما يتعلق منها باستخدام الهاتف الثابت، والمحمول، وكذا الانترنت - عبر فترات زمنية متتالية.

أولا: تطور مستخدمي الهاتف الثابت في الجزائر والمغرب خلال الفترة الممتدة من 2005 إلى 2023

على الرغم من تراجع استخدام خطوط الهاتف الثابت في الآونة الأخيرة، إلا أنها تعتبر الوسيلة الأولى لتكنولوجيا المعلومات التي يتم استخدامها لدخول مجال التجارة الإلكترونية، لذلك قامت الجزائر والمغرب بمنحها أهمية كبيرة وعملا على تحديثها بشكل مستمر، حيث أنهما جعلتا هذه الخطوط تغطي كل أنحاء ترابهما الوطني. وهذا ما يتطلب منا تحديد عدد مستخدمي الهاتف الثابت في كل من الجزائر والمغرب خلال الفترة الممتدة من 2005 إلى 2023، وحتى يسهل علينا ذلك سوف نقوم بتقسيمها إلى فترتين رئيسيتين: الفترة الأولى من 2005-2014، والفترة الثانية من 2015-2023.

ويمكن تحديد عدد مستخدمي الهاتف الثابت في كل من الجزائر والمغرب مقارنة بعدد سكانهما في الفترة 2005-2014 في الجدول الآتي:

الجدول رقم (26): حصيلة استخدام الهاتف الثابت في الجزائر والمغرب فترة 2005-2014

البلد	الجزائر		المغرب	
	مستخدمي الهاتف الثابت (مليون)	عدد السكان (مليون نسمة)	مستخدمي الهاتف الثابت (مليون)	عدد السكان (مليون نسمة)
2005	2,57 م / مستخدم	32,89 م / ن	1,34 م / مستخدم	30,45 م / ن
2006	2,84 م / مستخدم	33,37 م / ن	1,03 م / مستخدم	30,63 م / ن
2007	3,06 م / مستخدم	33,88 م / ن	2,39 م / مستخدم	30,97 م / ن
2008	3,06 م / مستخدم	34,39 م / ن	1,03 م / مستخدم	31,31 م / ن
2009	2,57 م / مستخدم	34,96 م / ن	3,05 م / مستخدم	31,68 م / ن
2010	2,92 م / مستخدم	35,56 م / ن	3,05 م / مستخدم	32,07 م / ن
2011	3,05 م / مستخدم	36,23 م / ن	3,64 م / مستخدم	32,50 م / ن
2012	3,28 م / مستخدم	36,87 م / ن	3,31 م / مستخدم	32,91 م / ن
2013	3,13 م / مستخدم	37,72 م / ن	3,92 م / مستخدم	33,45 م / ن
2014	3,09 م / مستخدم	37,72 م / ن	3,92 م / مستخدم	33,45 م / ن

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على إحصائيات مجموعة من المواقع الإلكترونية*

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن الزيادة التي شهدتها الجزائر في عدد مستخدمي الهاتف الثابت في الفترة 2005-2014 كانت ضئيلة مقارنة بعدد سكانها، ومقارنة بالجهود المبذولة في هذا المجال. في حين تشير إحصائيات المغرب في نفس الفترة إلى وجود تطور ملحوظ في عدد مستخدمي هذه الخطوط

* بالنسبة للمواقع الإلكترونية التي تم اعتمادها في الحصول على إحصائيات الجزائر المتعلقة باستخدام الهاتف الثابت والهاتف المحمول والانترنت الثابت والمحمول هي:

- تقرير ديجيتال 2023 للمكتب العالمي "داتاربرتال"، نقلا عن: <https://www.aps.dz>؛
 - تقرير وحدة مختبرات المستهلك في "إيريكسون"، نقلا عن: <https://www.elbilad.net>؛
 - تقارير سلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية، نقلا عن: <https://algeriemaintenant.dz>.
- أما بالنسبة لحصيلة استخدام الهاتف الثابت والمحمول والانترنت الثابت والمحمول في المغرب، فإنه تم الاعتماد على المواقع الإلكترونية الآتية:

- تقارير الوكالة الوطنية لتقنين المواصلات، نقلا عن: <https://www.hespress.com>؛
- معطيات قطاع الاتصالات بالمغرب، نقلا عن: <https://iktissadkokm.ma>؛
- تقارير Digital 2023 global over view Report، نقلا عن: <https://nabd.com>.

الفصل الثالث: دراسة تحليلية لواقع استخدام تكنولوجيا المعلومات في تفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب

مقارنة بالجزائر، حيث زاد عددهم من مليون مستخدم سنة 2005 إلى 3 مليون مستخدم سنة 2009. وعلى الرغم من أن عدد سكان المغرب أقل من عدد سكان الجزائر خلال هذه الفترة، إلا أن عدد مستخدميها أكثر من عدد مستخدمي الجزائر، وذلك راجع إلى أن هذه الأخيرة كانت تعطي اهتماما أكبر لقطاع التعليم والقطاع العسكري، مما جعلها تعرف وجود عدد محدود من مستخدمي الخط الثابت.

وبدأت الجزائر تعرف نوع من التطور الملحوظ سنة 2007 أين وصل عدد مستخدمي الخطوط الثابتة فيها إلى 3 مليون مستخدم في ظل وجود أكثر من 33 مليون نسمة، إلا أنها ما لبثت أن تراجع عددهم في سنتي 2009 و 2010 ووصل إلى 2 مليون مستخدم فقط. أما المغرب قد حافظت على استقرار عدد مستخدميها في الفترة الممتدة من 2010 إلى 2014، في الوقت الذي كانت تشهد فيه ارتفاعا ملحوظا في عدد سكانها سنة بعد سنة.

أما فيما يتعلق بالفترة الممتدة من 2015 إلى 2023، فيمكن تحديد إحصائيات مستخدميها من خلال الجدول الآتي:

الجدول رقم (27): حصيلة استخدام الهاتف الثابت في الجزائر والمغرب فترة 2015-2023

البلد السنوات	الجزائر		المغرب	
	مستخدمي الهاتف الثابت (مليون)	عدد السكان (مليون نسمة)	مستخدمي الهاتف الثابت (مليون)	عدد السكان (مليون نسمة)
2015	3,26 م / مستخدم	39,59 م / ن	2,29 م / مستخدم	34,16 م / ن
2016	3,40 م / مستخدم	40,28 م / ن	2,07 م / مستخدم	34,58 م / ن
2017	4,10 م / مستخدم	41,09 م / ن	2,02 م / مستخدم	35,42 م / ن
2018	4,15 م / مستخدم	41,85 م / ن	1,08 م / مستخدم	35,83 م / ن
2019	4,63 م / مستخدم	42,75 م / ن	2,05 م / مستخدم	36,30 م / ن
2020	4,70 م / مستخدم	43,22 م / ن	5,67 م / مستخدم	36,52 م / ن
2021	5,09 م / مستخدم	44,13 م / ن	2,00 م / مستخدم	37,01 م / ن
2022	5,20 م / مستخدم	44,72 م / ن	1,09 م / مستخدم	37,39 م / ن
2023	5,75 م / مستخدم	45,67 م / ن	1,09 م / مستخدم	37,50 م / ن

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على إحصائيات المواقع الإلكترونية المشار إليها سابقا.

إن أول ما نستشفه من الجدول رقم (27) هو أن الجزائر قد شهدت تطور ملموس في عدد مستخدمي الهاتف الثابت مقارنة بالفترة السابقة (2005-2014) والجدول السابق (26)، عكس المغرب التي لم تعرف الاستقرار في عدد مستخدميها خلال الفترة 2015-2023، حيث وصل عدد مستخدمي الخطوط الثابتة فيها إلى ذروته سنة 2020 بمقدار 5 مليون مستخدم، إلا أنه عاد مجددا للانخفاض خلال سنتي 2022 و2023، ووصل إلى مليون مستخدم فقط، وهي نسبة منخفضة جدا مقارنة بعدد سكان الدولة في نفس الفترة.

على الرغم من الارتفاع الضئيل الذي تشهده الجزائر في عدد مستخدمي الهاتف الثابت من 2005 إلى 2023 - أين أفادت الإحصائيات المقدمة بارتفاع عددهم من 2 مليون مستخدم سنة 2005 إلى 5 مليون مستخدم سنة 2023-، إلا إن هذا الارتفاع يبقى محدود جدا مقارنة بعدد السكان خلال هذه الفترة ونفس الشيء بالنسبة للمغرب.

ويمكن تفسير المعدلات المنخفضة لاستخدام الخطوط الثابتة في الدولتين في هذه الفترة، بافتتاح سوق الهاتف النقال الذي أصبح يقدم مزايا وخدمات أفضل بكثير من التي يقدمها الهاتف الثابت، خاصة وأنها تتماشى مع المتطلبات الحالية للسوق. الأمر الذي أدى إلى وجود ركود نسبي في استخدام خطوط الهاتف الثابت، وبالتالي انخفاض عدد مستخدميها.

ثانيا: تطور مستخدمي الهاتف النقال في الجزائر والمغرب خلال الفترة الممتدة من 2005 إلى 2023

إن من أهم الدلائل على زيادة توجه أي مجتمع نحو التجارة الإلكترونية هو توفر شبكة الاتصالات الهاتفية النقالة، والتي يتم من خلالها الربط بشبكة الانترنت وممارسة نشاطات هذا النوع من التجارة، حيث أن وجود أي ضعف في خطوط الهاتف النقال لن يقدم أي دعم فعال لشبكات الأعمال ولن يلبي متطلبات الأعمال الإلكترونية والعكس صحيح.

ويمكن تحديد واقع البنية التحتية للهاتف النقال في الجزائر والمغرب في الفترة الممتدة من 2005 إلى 2014 في الجدول الآتي:

الجدول رقم (28): حصيلة استخدام الهاتف المحمول في الجزائر والمغرب فترة 2005 - 2014

البلد السنوات	الجزائر		المغرب	
	مستخدمي الهاتف المحمول (مليون)	عدد السكان (مليون نسمة)	مستخدمي الهاتف المحمول (مليون)	عدد السكان (مليون نسمة)
2005	13.66 م/مستخدم	32,89 م/ن	8,08 م/مستخدم	30,45 م/ن
2006	20,99 م/مستخدم	33,37 م/ن	12,00 م/مستخدم	30,63 م/ن
2007	27,56 م/مستخدم	33,88 م/ن	20,00 م/مستخدم	30,97 م/ن
2008	27,03 م/مستخدم	34,39 م/ن	22,99 م/مستخدم	31,31 م/ن
2009	32,72 م/مستخدم	34,96 م/ن	25,03 م/مستخدم	31,68 م/ن
2010	32,78 م/مستخدم	35,56 م/ن	31,09 م/مستخدم	32,07 م/ن
2011	35,61 م/مستخدم	36,23 م/ن	36,05 م/مستخدم	32,50 م/ن
2012	37,52 م/مستخدم	36,87 م/ن	38,00 م/مستخدم	32,91 م/ن
2013	39,51 م/مستخدم	37,72 م/ن	42,42 م/مستخدم	33,45 م/ن
2014	43,29 م/مستخدم	38,80 م/ن	44,25 م/مستخدم	33,16 م/ن

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على إحصائيات المواقع الإلكترونية المشار إليها سابقا.

تفيد القراءة الأولية لهذا الجدول أن تطور استخدام الهاتف المحمول في الجزائر والمغرب يتجه نحو الاستقرار أو الارتفاع المستمر، وذلك نتيجة لتوجه المواطنين إلى تكنولوجيا الهاتف النقال سنة بعد أخرى حيث لم تشهد الجزائر والمغرب أي انخفاض في عدد المستخدمين من 2005 إلى 2014 بل شهدت ارتفاعا مستمرا في عددهم. وما يمكن ملاحظته بشكل جلي هو أن التطور الذي عاشته الجزائر في هذه الفترة كان يزداد بوتيرة ضعيفة نوعا ما مقارنة بالتطور الذي شهدته المغرب، حيث أن هذه الأخيرة عرفت قفزة نوعية في عدد مستخدمي الهاتف النقال خاصة سنة 2011.

وإذا قمنا بمقارنة عدد المستخدمين مع عدد السكان في كل من الجزائر والمغرب نجد أن سنوات الممتدة من 2011 إلى 2014 كان فيها عدد المستخدمين أكبر من العدد الكلي للسكان، وهذا يدل على أن البعض منهم يستخدم أكثر من شريحة واحدة.

وبين لنا الجدول الآتي حصيلة مستخدمي الهاتف المحمول بالنسبة لعدد السكان في الجزائر والمغرب

خلال الفترة 2015 - 2023:

الجدول رقم (29): حصيلة استخدام الهاتف المحمول في الجزائر والمغرب فترة 2015 - 2023

البلد السنوات	الجزائر		المغرب	
	مستخدمي الهاتف المحمول (مليون)	عدد السكان (مليون نسمة)	مستخدمي الهاتف المحمول (مليون)	عدد السكان (مليون نسمة)
2015	43,22 م/مستخدم	39,59 م/ن	44,00 م/مستخدم	34,16 م/ن
2016	47,06 م/مستخدم	40,28 م/ن	41,05 م/مستخدم	34,58 م/ن
2017	45,84 م/مستخدم	41,09 م/ن	42,05 م/مستخدم	35,42 م/ن
2018	45,15 م/مستخدم	41,85 م/ن	43,09 م/مستخدم	35,83 م/ن
2019	45,42 م/مستخدم	42,75 م/ن	46,67 م/مستخدم	36,30 م/ن
2020	44,41 م/مستخدم	43,22 م/ن	45,87 م/مستخدم	36,52 م/ن
2021	45,83 م/مستخدم	44,13 م/ن	51,03 م/مستخدم	37,01 م/ن
2022	47,66 م/مستخدم	44,72 م/ن	53,00 م/مستخدم	37,39 م/ن
2023	48,53 م/مستخدم	45,67 م/ن	53,80 م/مستخدم	37,50 م/ن

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على إحصائيات المواقع الإلكترونية المشار إليها سابقا.

يبدو جليا من الجدول رقم (29) تفوق المغرب على الجزائر في عدد الأفراد المستخدمين للهاتف المحمول في السنوات الأخيرة وخاصة في 2021، و2022، و2023، أين ارتفع فيها عدد المستخدمين من 53 مليون إلى 54 مليون في المغرب، أما الجزائر فكانت تشهد ارتفاع وانخفاض مستمرين في عدد المستخدمين خاصة خلال سنوات الممتدة من 2015 إلى 2023. إلا أن البلدين قد شهدا تفوق في عدد المستخدمين على العدد الكلي للسكان خلال معظم هذه السنوات.

ويتبين من خلال ما سبق أن عدد مستخدمي الهاتف المحمول في الجزائر والمغرب في تطور مستمر وكبير خلال السنوات الأخيرة مقارنة بالعدد الكلي للسكان ومقارنة بالسنوات السابقة، وهذا راجع بالدرجة الأولى إلى الامتيازات التي يقدمها المتعاملون في الجزائر والمغرب، حيث تمتلك الجزائر ثلاث متعاملين رئيسيين يمثلون شبكة الاتصالات المعتمدة داخل الدولة، وتمتلك المغرب هي الأخرى ثلاث متعاملين أساسيين.

حيث تمتلك الجزائر (نجمة، موبيليس، جازي)* في حين تمتلك المغرب (أورنج، إنوي، اتصالات المغرب)*

ثالثا: تطور مستخدمي الانترنت الثابت والمحمول في الجزائر والمغرب خلال الفترة الممتدة من 2005 إلى 2023

تعتبر الانترنت من أهم مؤشرات قياس تطور تكنولوجيا المعلومات، حيث أنها تؤثر بشكل مباشر وغير مباشر على واقع وآفاق التجارة الإلكترونية، وإن رغبة الجزائر والمغرب في التحول نحو اقتصاد المعرفة وتطوير القطاع التجاري فيهما، فرض عليهما إيجاد بنية تحتية قوية تكون بمثابة الأرضية الرقمية التي تنطلق منها التجارة الإلكترونية، ويكون ذلك من خلال الاستثمار في الانترنت التي تعتبر من أهم التقنيات التي تمكن الدولتين من تحقيق ذلك.

وبين لنا الجدول الآتي كيفية تطور عدد مستخدمي الانترنت الثابت والمحمول في الجزائر والمغرب من 2005 إلى 2014:

* **جازي Djazzy**: وهو إحدى فروع "أوراسكوم للاتصالات" مقرها مصر، وفي جويلية 2001 حصلت الجزائر على رخصه الهاتف المحمول الثانية في الجزائر بمبلغ 737 مليون دولار، وانطلقت رسميا في 2002 وقد استثمرت 2.5 مليون دولار أمريكي منذ 2001. **موبيليس Mobilis**: تعتبر ثاني شبكة للهاتف المحمول في الجزائر، تأسست في 2003 كفرع للمؤسسة العمومية للاتصالات الجزائر التي تمتلكها بنسبة 100%، ولذلك تعتبر شبكة الاتصالات العمومية الوحيدة في الجزائر.

نجمة (أوريدو) Ooredoo: هي عضو من المجموعة الوطنية "تليكوم" الكويتية، وتحصلت الجزائر في 2003/12/02 على رخصة استغلال الهاتف النقال في الجزائر بعد عرضها المالي المقدر بـ 421 مليون دولار، وفي 2004/8/28 تم إطلاق علامتها التجارية بمختلف التشكيلات.

* **أورنج Orange**: هي شركة مختصة في الاتصالات الانترنت، تأسست سنة 1999 تحت اسم "ميديتيل"، وتعد ثاني مشغل للاتصالات المتنقلة في المغرب وبلغ حجم أعمالها 5.3 مليار درهم (465 مليون يورو).

اتصالات المغرب Maroc Telecom: هي الاسم التجاري للمزود التاريخي لخدمات الاتصالات في المغرب تأسست الشركة سنة 1999 وتعد الأقدم في مجال الاتصالات في المغرب حيث أنها تعتبر ثاني مشغل الانترنت بعد أورنج.

إنوي Inwi: هي المشغل الثالث لخدمات الهاتف المحمول والثابت والانترنت في المغرب، وقد تأسست سنة 2010 وتعتبر رائدة في هذا المجال، وقد عرفت هذه الشركة تقلبات عدة في مسارها وهيكلتها.

الجدول رقم (30): حصيلة استخدام الانترنت الثابت والمحمول في الجزائر والمغرب فترة 2005-2014

البلد	الجزائر		المغرب	
	مستخدمي الانترنت الثابت والمحمول (مليون)	عدد السكان (مليون نسمة)	مستخدمي الانترنت الثابت والمحمول (مليون)	عدد السكان (مليون نسمة)
2005	5,81 م/مستخدم	32,89 م/ن	252 ألف مستخدم	30,45 م/ن
2006	7,41 م/مستخدم	33,37 م/ن	340 ألف مستخدم	30,63 م/ن
2007	9,82 م/مستخدم	33,88 م/ن	526 ألف مستخدم	30,97 م/ن
2008	10,23 م/مستخدم	34,39 م/ن	482 ألف مستخدم	31,31 م/ن
2009	11,24 م/مستخدم	34,96 م/ن	1,02 م/مستخدم	31,68 م/ن
2010	12,56 م/مستخدم	35,56 م/ن	1,08 م/مستخدم	32,07 م/ن
2011	14,95 م/مستخدم	36,23 م/ن	03 م/مستخدم	32,50 م/ن
2012	18,27 م/مستخدم	36,87 م/ن	15 م/مستخدم	32,91 م/ن
2013	22,58 م/مستخدم	37,72 م/ن	16,03 م/مستخدم	33,45 م/ن
2014	29,59 م/مستخدم	38,80 م/ن	22,56 م/مستخدم	33,16 م/ن

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على إحصائيات المواقع الإلكترونية المشار إليها سابقا.

من خلال تفحصنا لإحصائيات الجدول رقم (30) نلاحظ أن مؤشرات استخدام الانترنت الثابت والمحمول في الجزائر واعدة وفي تحسن مستمر، حيث أن عدد المشتركين قد تزايد من 2005 بأكثر من 5 مليون مستخدم إلى 2014 بأكثر من 29 مليون مستخدم، وإذا قارنا هذا التطور مع العدد الكلي للسكان نجد أنه لم يرقى بعد حتى نقول عنه تطورا كبيرا أو هائلا، وإنما ظل تطورا محتشما.

أما بالنسبة للمغرب فيبدو من خلال الإحصائيات المقدمة في الجدول أعلاه، أنها لا تزال تتسم بانخفاض في عدد مستخدمي الانترنت الثابت والنقال خلال الفترة الممتدة من 2005 إلى 2014، إلا أنها شهدت تطور محسوس خاصة بعد ارتفاع عدد المشتركين من 252,000 مشترك سنة 2005 إلى أكثر من 22 مليون مشترك سنة 2014، صحيح أنه تطور مقبول، إلا أنه محدود قليلا خاصة إذا تمت مقارنته بالعدد الكلي لسكان الدولة خلال هذه الفترة.

ويمكن تحديد عدد مشتركى الانترنت الثابت والمحمول في الجزائر والمغرب في الفترة الممتدة من 2015 إلى 2023 في الجدول الآتي:

الجدول رقم (31): حصيلة استخدام الانترنت الثابت والمحمول في الجزائر والمغرب فترة 2015-2023

البلد السنوات	الجزائر		المغرب	
	مستخدمي الانترنت الثابت والمحمول (مليون)	عدد السكان (مليون نسمة)	مستخدمي الانترنت الثابت والمحمول (مليون)	عدد السكان (مليون نسمة)
2015	38,21 م/مستخدم	39,59 م/ن	13,89 م/مستخدم	34,16 م/ن
2016	42,92 م/مستخدم	40,28 م/ن	17,20 م/مستخدم	34,58 م/ن
2017	47,73 م/مستخدم	41,09 م/ن	19,20 م/مستخدم	35,42 م/ن
2018	59,64 م/مستخدم	41,85 م/ن	24,14 م/مستخدم	35,83 م/ن
2019	40,47 م/مستخدم	42,75 م/ن	26,02 م/مستخدم	36,30 م/ن
2020	40,63 م/مستخدم	43,22 م/ن	33,86 م/مستخدم	36,52 م/ن
2021	43,92 م/مستخدم	44,13 م/ن	30,06 م/مستخدم	37,01 م/ن
2022	47,25 م/مستخدم	44,72 م/ن	32,06 م/مستخدم	37,39 م/ن
2023	48,53 م/مستخدم	45,67 م/ن	35,64 م/مستخدم	37,50 م/ن

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على إحصائيات المواقع الإلكترونية المشار إليها سابقا.

يبدو واضحا من الجدول رقم (31) أن الجزائر بقيت محافظة على ريادتها في عدد مستخدمي الانترنت الثابت والمنقول من 2015-2023، في مقابل المغرب التي لم تشهد تطورا ملحوظا مقارنة بعدد سكانها ومقارنة حتى بالفترات الزمنية التي سبقت هذه الفترة. وما يمكن ملاحظته من مجمل الإحصائيات المقدمة أن الجزائر والمغرب في السنوات الأولى قد حققا معدلات منخفضة لاستخدام الانترنت الثابت والمحمول، لكن سرعان ما تداركت الجزائر ذلك في الآونة الأخيرة ابتداء من 2015، أما المغرب فلا يزال يعرف تطور بطيء نوعا ما.

ويرجع التطور الذي شهدته الجزائر إلى إدخال الانترنت في الهاتف النقال، وزيادة العروض التنافسية لشركات الاتصال والمغرية للمستخدمين، كما تؤدي الإعلانات الترويجية المستخدمة في الشوارع

والمطارات واللوائح الإعلانية... دورا لا يستهان به في زيادة التوجه نحو استخدام الانترنت.

إن واقع البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات في كل من الجزائر والمغرب، يوضح أن استخدام الهاتف الثابت في البلدين يعرف انخفاضا ملحوظا خاصة في السنوات الأخيرة، و يمكن تفسير هذا التراجع برداءة البنية التحتية للهاتف الثابت خاصة فيما يتعلق بكثرة الأعطال التي يتعرض لها وقلة العروض التي يقدمها، إضافة إلى الإجراءات البيروقراطية الروتينية المستعملة من طرف شركات الاتصال في منح خطوط الهاتف الثابت للمستخدمين مما يزيد من نفورهم أكثر في استخدام هذا النوع من الشبكات كما يرجع هذا الانخفاض أيضا - خاصة في السنوات الأخيرة- إلى زيادة توجه المستخدمين نحو شراء خطوط الهاتف الثابت والاستفادة من خدماتها ومزاياها.

أما بالنسبة للهاتف النقال فقد عرف تطورا كبيرا في الجزائر والمغرب خلال الفترات الأخيرة مقارنة بالعدد الكلي للسكان في الدولتين، وهذا راجع إلى المنافسة القوية التي يعيشها المتعاملين في الدولتين بغية تقديم أفضل الخدمات بأقل الأسعار، لذلك نجد أن المستخدم الواحد أصبح يمتلك أكثر من شريحة واحدة. ويعتبر هذا التطور الملحوظ في إحصائيات عدد مستخدمي الهاتف النقال مؤشرا هاما وإيجابيا لتطور البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في البلدين محلا للدراسة.

كما أن ارتفاع عدد المستخدمين الذي شهدته شبكة الانترنت في الجزائر والمغرب، يعتبر انعكاسا مباشرا عن ارتفاع عدد خطوط الهاتف الثابت والنقال فيهما، وكل هذه المؤشرات تدل على قدرة الدولتين على مسايرة ومجاراة التطورات الحاصلة في الاقتصاد الرقمي، وكذا الغزو الكبير للتكنولوجيا الحاصل في البلدين من خلال الاعتماد على التقنيات الرقمية باعتبارها المفتاح الرئيسي للولوج إلى المعلومات.

وفي مجموع العناصر المدروسة نستنتج وجود تقارب في الإحصائيات المقدمة لتحديد البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات في الجزائر والمغرب، وذلك في الفترة الممتدة ما بين 2005 إلى 2023 في مختلف مجالات الهاتف الثابت والنقال وكذا الانترنت الثابت والمحمول، ويرجع ازدياد نسبة استخدامهم للهاتف والانترنت من 2020 إلى 2022 إلى الحجر الصحي وانتشار جائحة كورونا. إلا أنه على الرغم من الجهود التي تبذلها الدولتان في دعم وتعزيز التجارة الإلكترونية، إلا أنهما لا يزالان يعانيان من ضعف وفجوة رقمية مقارنة مع ما توصلت إليه الدول العربية الخليجية ودول العالم اليوم، وهذا راجع بالدرجة الأولى إلى عدم كفاية البنية التحتية للاتصالات، وصعوبة وصول كل شرائح المجتمع إلى

الانترنت بشكل مستمر ودائم نظرا لارتفاع تكلفتها، بالشكل الذي يقلل من إمكانية تطوير وتفعيل التجارة الإلكترونية في الدولتين.

وحتى يتم التعمق أكثر في دراسة واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب، لابد لنا من تحديد أهم وسائل الدفع الإلكتروني الذي تعتمد الدولتان في معاملتهما التجارية.

المطلب الثاني: وسائل الدفع الإلكتروني التي تعتمد الجزائر والمغرب في تفعيل معاملات التجارة الإلكترونية

يؤدي نظام الدفع الإلكتروني دورا كبيرا في ممارسة التجارة الإلكترونية، وذلك لتمييزه بالسهولة والسرعة والفعالية فضلا عن قلة تكلفته، وتمنح وسائل هذا النوع من الدفع للمتعاملين بها إمكانية الوفاء باستخدام حاسوبهم الخاص أو هواتفهم الذكية المتصلة بالانترنت، لإتمام كل إجراءات الدفع في وقت قصير. ونظرا لأهمية هذه الوسائل في مجال التجارة الإلكترونية، نجد أن كل من الجزائر والمغرب قد أعطياها اهتماما كبيرا، محاولتان بذلك استمرار التوجه نحو استخدام الحلول الرقمية في عمليات الدفع والتسوق. ولا يمكن الحديث عن التجارة الإلكترونية في الدولتين دون وجود قطاع بنكي عصري جيد يقوم بتوفير وسائل دفع إلكترونية متطورة، لذلك نجد أن المصارف الجزائرية والمغربية تسعيان دائما إلى تطوير خدماتهما وتحديثها من أجل مواكبة التطور الحاصل عبر العالم.

وإن أهم البرامج التي شهدتها الجزائر في هذا المجال، هو البرنامج المتمثل في مشروع تطوير وتحديث وسائل الدفع التقليدية والذي دخل حيز التنفيذ سنة 2006، وقد تضمن هذا المشروع العمل على تطوير الوسائل التقليدية والبطاقات البنكية للدفع (الاتجاه نحو البطاقات البنكية الإلكترونية)، لذلك نجد أن الجزائر قد اتجهت نحو زيادة عدد هذه البطاقات وزيادة نشر الموزعات الآلية للنقد ونهايات الدفع، إضافة إلى الانضمام لشبكة الدفع العالمية (الدفع الإلكتروني عبر الانترنت). وهذا ما يدل على تبنيها للمتطلبات الإلكترونية اللازمة للممارسة التجارة الإلكترونية.

أما المغرب فتعتبر من أكثر الدول العربية والإفريقية التي تسعى إلى تخفيض المعاملات المالية النقدية والاتجاه نحو المعاملات المالية الإلكترونية، حيث أنها تهدف دائما إلى زيادة وتطوير وسائل الدفع الإلكتروني المعتمدة فيها من أجل تفعيل عمليات التجارة الإلكترونية. لذلك نجد أن الخطوط الملكية

المغربية تعمل على تقديم طرق دفع مختلفة، تسمح للعملاء والزبائن بدفع أثمان مشترياتهم عبر الانترنت بكل سهولة وبأسرع وقت ممكن.

ويمكن تحديد أهم وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر والمغرب على النحو الآتي:

أولاً: الموزعات الآلية للنقود (الصرافات الآلية)

تعتبر الموزعات الآلية للنقود من أهم التقنيات الحديثة التي توفرها المصارف الجزائرية والمغربية لدعم توجهها نحو الصيرفة الإلكترونية، وفي هذا الإطار نجد أن الجزائر تستخدم الموزعات الآلية للنقل الإلكتروني DAB* ونهائيات (أجهزة) الدفع الإلكتروني TPE*، وهذه الموزعات عبارة عن أجهزة أوتوماتيكية تستخدم للسحب عن طريق البطاقات الإلكترونية، ويتم تثبيت هذه الآلات خارج المصارف التي تمولها بالعملة الوطنية الجزائرية. وتقوم شركة SATIM بصيانة هذه الأجهزة، حيث تعمل الجزائر على تطوير هذه الموزعات من خلال زيادة نشر شبكات السحب الإلكتروني في كافة التراب الوطني¹

أما محطات الدفع الإلكتروني في المغرب فتتوفر على مجموعة من آلات الأداء الإلكترونية منها البسيطة ومنها الراقية، وكلها مناسبة لنشاطات التجار واحتياجات العملاء، فضلاً على أنه مصادق عليها كوسيلة أداء دون تواصل. وتتمثل هذه الآلات في أجهزة الدفع الإلكترونية الثابتة للحصول في المحلات قرب صندوق الدفع؛ وأجهزة بالبلوتوث شبه متنقلة للحصول عن قرب؛ وأجهزة الأداء المتنقلة لجميع أنواع التحصيل، ويمكن توضيح هذه الآلات في الجدول الآتي:

* DAB: هو اختصار لعبارة Distributeur Automatique de billets، أي الموزعات الآلية للنقد الإلكتروني.

* TPE: هو اختصار لعبارة Terminal de payment électronique، أي نهائيات الدفع الإلكتروني.

¹ محمد زايد، "البطاقات البنكية كأداة لتفعيل التجارة الإلكترونية"، مجلة ضياء للدراسات القانونية، العدد: 02، الجزائر: المركز الجامعي نور البشير البيض، ديسمبر 2021، ص: 67.

الجدول رقم (32): أجهزة محطات الدفع الإلكتروني في المغرب

الأجهزة المستخدمة	الفئة
 جهاز ICT220: هو جهاز سهل الاستعمال وقوي ومريح، يوفر جاذبية لا مثيل لها وراحة في الاستخدام، ويمتلك الجهاز تقنية Telium 2 التي توفر له المعالجات الدقيقة للمعاملات السريعة، وله لوحة المفاتيح ذات إضاءة خلفية سهلة الاستخدام بفضل مفاتيحها الكبيرة.	أجهزة الدفع الإلكترونية الثابتة للحصول في المحلات قرب صندوق الدفع
 - جهاز VX520C: هو جهاز دفع إلكتروني يتميز بالفعالية وسهولة الاستخدام. له سرعة معالجة أسرع 3 مرات للتزيلات التشغيلية والفورية، ويمتلك تصميم فريد لمنافذ الاتصالات في الجزء الخلفي من المحطة، وللجهاز غلاف يوفر له ضمان طويل الأمد لمنع الخدوش.	
 - جهاز VX680BT: جهاز دفع إلكتروني محمول مزود بشاشة لمس شاشة لمس ملونة كبيرة مقاس 8.25 سم بدقة مثالية، ولوحة مفاتيح مقاومة للماء بإضاءة خلفية باللون الأزرق مثالية لإجراء المعاملات في بيئة متطلبية، ويمتلك الجهاز محطة متحركة مع اتصال بلوتوث بالقاعدة.	أجهزة بالبلوتوث شبه متحركة للحصول عن قرب
 - جهاز VX690: هو جهاز أداء إلكتروني بتصميم متكامل يجمع بين الفعالية والاتصال. حيث يوفر الجهاز الاتصال الأمثل ووقت قصير للمعاملة، كما أنه يمتلك تصميم أنيق لبيئة عصرية بشاشة ملونة تعمل باللمس.	
 - جهاز VX675: هو جهاز أداء إلكتروني لاسلكي في متناول راحة اليد، ويعتبر أصغر محطة لاسلكية في السوق ذو تصميم أنيق، مدمج للغاية ومحمول، وهو جهاز مناسب للمهنيين في مجال تقديم الطعام والضيافة وال تسليم والنقل.	أجهزة الأداء المتنقلة لجميع أنواع التحصيل

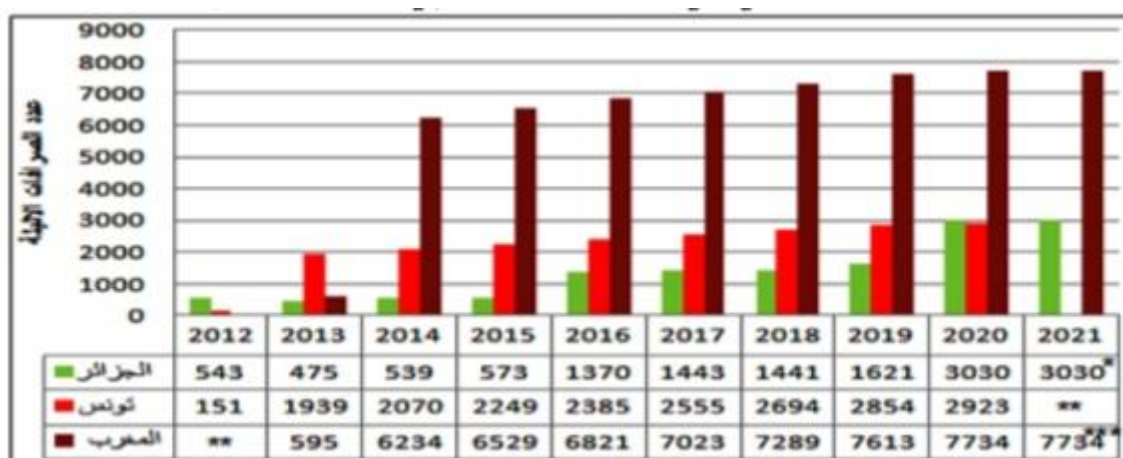
المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مركز النقديات، "محطات الدفع الإلكتروني"، نقلا عن:

<https://cmi.co.ma/ar>، 2023/11/21، 12:49.

وبالنسبة لتطور عدد الموزعات الآلية (الصرافات الآلية) في الجزائر والمغرب، فيمكن تحديدها في

الشكل الآتي:

الشكل رقم (22): تطور عدد الموزعات الآلية في الجزائر والمغرب



المصدر: أيمن بوزانة، وفاء حمدوش، "دراسة تحليلية لواقع الدفع الإلكتروني لدول المغرب العربي: الجزائر - تونس - المغرب خلال الفترة 2012-2021"، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية، العدد: 02، الجزائر: جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، ديسمبر 2022، ص: 1391.

من خلال الشكل أعلاه نلاحظ أن الاعتماد على الموزعات أو الصرافات للقيام بالدفع الإلكتروني تشهد تطورا مستمرا خلال الفترة 2012-2021 في الجزائر والمغرب، وهو ما يفسر جهودهما المبذولة في تطوير البنية التحتية للبنوك، غير أن هذا التطور يتفاوت بين الجزائر والمغرب. وقد حصلت المغرب أكبر عدد من الموزعات الإلكترونية سنة 2021 أين بلغت 7734 جهاز، وهذا يعني أنها حققت زيادة قدرها 7139 جهاز مقارنة بسنة 2012.

أما الجزائر، فشهدت هي الأخرى تطورا ملحوظا في عدد الموزعات الإلكترونية، حيث وصل عددهم في 2021 إلى 3030 جهاز، وهذا يعني أنها عرفت زيادة قدرت بـ 2437 جهاز مقارنة بـ 2012. ولا تزال الدولتان تشهدان تطورا وزيادة في عدد الموزعات الإلكترونية إلى نهاية 2023.

ثانيا: الحوالات البنكية عبر الانترنت

تعتبر الحوالات البنكية عبر الانترنت من بين وسائل الدفع الإلكتروني التي تعتمد عليها الجزائر والمغرب بشكل كبير، حيث أنها تمكن الأفراد والشركات من تحويل أموالهم من حساباتهم البنكية إلى حسابات

أخرى عبر الانترنت، ويكون ذلك إما داخل الدولتين أو خارجهما¹

فيما يتعلق بتحويل الأموال داخل دولتين- أي بين الحسابات البنكية فيهما- فتتوفر هذه الخدمة في أغلب بنوكهما، ويتم هذا التحويل في الجزائر من خلال تمكين العميل من إرسال أمواله أو استلامها بشكل آني عبر رقم هاتفه أو بريده الإلكتروني فقط، حيث تتيح هذه الميزة إمكانية السداد والاقتراض والاستلام للأموال مباشرة وبكل أمان، وهذا ما يسمى بالتحويل P2P الذي يوفره بنك "Banxy" الجزائري فعندما يكون الشخص المستلم للأموال عميل في البنك، فإنه يتلقى تحويل المرسل إليه في مدة لا تتعدى 60 ثانية، وذلك بعد التحقق من صحة التحويل بواسطة الرقم السري الخاص به الموجود في Super Pin. أما الحالة التي يكون فيها العميل لا يمتلك حسابا في هذا البنك، فإنه يتلقى رسالة نصية قصيرة أو بريد إلكتروني يتم من خلاله دعوته إلى فتح حساب في البنك خلال 14 يوم للاستفادة من الأموال المحولة إليه، وإذا لم يتم بفتح حساب في الفترة الممنوحة له فإنه يتم إرجاع الأموال إلى البنك المرسل لها دون أي تكلفة إضافية، فضلا على أن هذه العملية تخضع لنفس شروط أمان التأمين البسيط الذي يتم بين حسابين داخل نفس البنك²

أما المغرب فتقوم بتوفير هذه الخدمة في كل بنوكها، وتختلف طريقة وتسعيرة التحويل من بنك لآخر، فعلى سبيل المثال نجد أن "البريد البنك" يوفر خدمة "منصتي إكسبريس" للقيام بالتحويل الإلكتروني للأموال في جميع أنحاء المغرب بطريقة إلكترونية تجمع بين السرعة والتسعيرة والأمان. وتتحقق السرعة من خلال وضع الأموال المحولة رهن إشارة المستفيد في الحين بجميع وكالات البريد بنك؛ أو بريد كاش أو عبر بريد بنك موبايل؛ أو مباشرة عبر الشبائيك الأوتوماتيكية للبنك، ويتحقق الأمان من حيث أن الأموال لا تسلم إلا للمستفيد فقط، في حين أن التسعيرة تبدأ من 15 درهم فقط وتتغير حسب المبلغ المرسل، ويمكن أن تصل إلى 0.65% من المبلغ الإجمالي إذا كان هذا المبلغ يتراوح بين 10.001 و80.000 درهم كحد أقصى³

¹ قانون ديزاد، "وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر (التشريع الجزائري)"، نقلا عن: <https://9anon4dz.com>، 2023/10/17، 10:57.

² البنك النقال Banxy، "P2P أرسل واستقبل الأموال بشكل آني مباشرة من هاتفك الذكي"، نقلا عن: <https://www.banxybank.com>، 2023/10/18، 11:12.

³ الموقع الرسمي لبريد بنك، "منصتي إكسبريس"، نقلا عن: <https://www.albaridbank.ma>، 2025/01/03، 10:13.

أما الحوالات البنكية التي تتم عبر الانترنت وتحول خارج البلدين فتكون عبر شركات دولية تختلف من الجزائر إلى المغرب، فالجزائر تتعامل مع شركة "ويسترن يونيون Western Union" المستخدمة في مختلف أنحاء العالم. وهي شركة تختص في تحويل الأموال بين الدول عبر شبكة الانترنت، وتم تأسيسها سنة 1851 في الولايات المتحدة الأمريكية، تمتلك الشركة العديد من الفروع عالميا، فضلا عن توفر خاصية تحويل الأموال بشروط سهلة وغير معقدة، تتمثل في أن يكون الشخص بالغ ولديه هوية ويستطيع إرسال الأموال في أي جهة من العالم¹

وتتم خدمة التحويل القياسي للأموال من خلال استخدام رقم التتبع "mtcn" أين يقوم الشخص الآخر باستلامها فوراً، وتكون له مهلة لاستلام الأموال تصل إلى 90 يوم، وطالما أن هذا الشخص لم يستقبل الرسالة فيمكن للمرسل استرجاع أمواله في أي وقت، وتتراوح القيمة التي يمكن استلامها عبر حوالات هذه الشركة من 300 دولار إلى 10,000 دولار، كما يمكن أن يصل المبلغ إلى 50,000 دولار أمريكي في الوقت الذي تختلف فيه العمولة من بنك إلى آخر، ويشترط في عملية الاستلام أن يتلقى الحوالة الشخص المرسله باسمه فقط وغير مسموح لأي شخص آخر أن يستلمها تحت أي سبب كان²

أما فروعها في الجزائر فتتركز كلها في العاصمة، حيث توجد وكالة فاتح ماي، ووكالة الشارع ALN، وبعض مراكز البريد التي تتعامل بها (مثل بريد روشان بوعلام، بريد حسيبة بن بوعلي، بريد لحسن ميموني، وبريد فرحات بوساد).

في حين أن المغرب له شراكة مع عدة شركات دولية تختص في تحويل الأموال إلكترونيا، فهو يعمل مع شركة Western Union التي تتبع نفس الإجراءات المذكورة آنفا، ومن أهم فروعها في المغرب نجد: فروع متوفرة بمدينة الرباط (وكالة 2 مارس؛ مطار الرباط سلا؛ وكالة عبد الكريم الخطابي؛ وكالة الريحان؛ الوكالة 50؛ الوكالة 148 الرباط البوسوفية)، الفروع المتوفرة بالدار البيضاء (وكالة بنجدية؛ وكالة مولاي التهامي؛ وكالة الرحمة؛ وكالة السور الجديد؛ تسهيلات على وباقة بروكسي)، الفروع المتوفرة

¹ صناع المال، "ويسترن يونيون في الجزائر وطرق تحويل الأموال"، نقلا عن: <https://www.almaal.org.com>، 2023/10/17، 11:30.

* mtcn: هو رقم سري يتكون من 10 أرقام، يكون مميز وفريد يتم استخدامه مرة واحدة فقط، ويمثل رقم الحوالة.

² موقع إقرأ، "البنوك التي تتعامل مع ويسترن يونيون في الجزائر"، نقلا عن: <https://www.eqrae.com>، 2023/10/18، 14:30.

بالمراكش (وكالة شرف؛ وكالة معطا الله؛ وكالة رياض العروس؛ تسهيلات متجر بروكسيمو؛ تسهيلات الشروق؛ تحويلات صوفيا). أما البنوك المغربية التي تتعامل معها فيوجد: بنك وفاكاش؛ CIH Bank؛ البريد بنك؛ ويمكن إرسال ما يصل إلى 10000 درهم مغربي سنويا¹

وما يمكن ملاحظته هو أن الجزائر والمغرب يستخدمان نفس الشركة لتحويل الأموال إلكترونيا إلى الخارج، إلا أن عدد فروعها يختلف بين الدولتين، فالمغرب تمتلك عدد أكبر من هذه الفروع التي تم توزيعها في مختلف أنحاءها، في حين أن الجزائر لها عدد محدود من الفروع وتتركز كلها في العاصمة وهذا ما يعكس مدى استعمالها في البلدين.

إلا أن تحويل الأموال إلكترونيا في المغرب لا يتم عبر هذه الشركة فقط، وإنما توجد العديد من الشركات الأخرى التي تملك شراكة معها، ومن بينها نجد شركة "Money Gram"، التي تمكن المغاربة من استقبال وإرسال الأموال من وإلى الخارج من خلال توجيههم إلى الوكالة الأقرب إليهم والتي تتعامل مع هذه الشركة. ومن أهم البنوك المغربية التي تتعامل معها نجد: بنك Cush Plus؛ البريد بنك؛ ضمان كاش؛ بريد كاش؛ البنك الشعبي؛ مصرف المغرب؛ وفاكاش...²

كما يمكن أن نذكر على سبيل الحصر بعض الشركات الأخرى التي تعتمد المغرب في التحويل الإلكتروني للأموال إلى الخارج، مثل شركة Ria، شركة Small Word، شركة Amizo، شركة Money Trans، شركة Taptap Send وغيرها من الشركات الأخرى، غير أنه لا يسعنا الوقت للتطرق إليها كلها بالتفصيل. وهذا ما يوضح أن المغرب أكثر اهتماما واستخداما لهذه الشركات الدولية مقارنة بالجزائر.

ثالثا: بطاقات الدفع

تعتمد الجزائر والمغرب على استخدام البطاقات البنكية وغير البنكية في عمليات الدفع الإلكتروني وتعرف هذه البطاقات تنوعا في الخدمات التي تقدمها لمستخدميها. لذلك يمكن تحديد أهم أنواع بطاقات الدفع الإلكتروني في الجزائر والمغرب على النحو الآتي:

¹ أميرة بن عيسى، "فروع ويسترن يونيون في المغرب (العناوين، التلغونات، مواعيد العمل)"، نقلا عن: <https://www.almaal.org>، 2023/12/28، 15:28.

² الموقع الرسمي لشركة Money Gram، نقلا عن: <https://www.moneygram.ma>، 2023/12/31، 11:07.

1. بطاقة CIB وبطاقة CIM:

إن بطاقة CIB وبطاقة CIM، تعتبران بطاقات محلية تصدرهما البنوك الجزائرية والمغربية لتسهيل التعاملات المالية المصرفية في الدولتين. حيث أن البنوك الجزائرية تقوم بإصدار بطاقات الدفع البيبنكية للدفع والسحب CIB، والتي أصبحت الأكثر استخداما منذ أكتوبر 2016، وقد تم فتح هذه الخدمة في المرحلة الأولى للقائمين على الفوترة الكبيرة: شركات توزيع الماء والطاقة والكهرباء والغاز؛ الهاتف الثابت والهاتف النقال؛ شركات التأمين والنقل الجوي؛ بعض الإدارات...، ثم أصبحت تستخدم بعدها في كل عمليات الدفع.

CIB هي بطاقة تصدرها أغلب البنوك الجزائرية المشتركة في شبكة SATIM، والتي تسمح بتسوية الشراء والخدمات من المحلات والأماكن المزودة بأجهزة قراءة هذه البطاقات، إضافة إلى إمكانية استخدامها في جميع الموزعات الآلية المرتبطة بشبكة النقد بين البنوك IRM الموضوعة من قبل SATIM على مستوى كل التراب الوطني¹ وحسب العقد النموذجي الذي تم إبرامه بين البنك وحامل البطاقة، يوجد نوعين رئيسيين من هذه البطاقات هما البطاقة الكلاسيكية والبطاقة الذهبية، ويكمن الفرق بينهما في سقف مبالغ السحب والدفع المقررة، حيث يتم إصدارهما وفقا للمعايير والشروط التي يحددها كل بنك لوحده²

ويمكن تحديد خدمات وشروط هذه البطاقات في الجدول الآتي:

¹ رتيبة تيفوتي، "نظام الدفع الإلكتروني في الجزائر - الواقع والآفاق"، مجلة دراسات، العدد: 02، جوان 2019، الجزائر: جامعة الأغواط، جوان 2019، ص: 85.

² صليح بونفلة، "بطاقة الدفع البيبنكية CIB والنظام القانوني للعقود الخاصة بها"، مجلة العلوم القانونية والسياسية، العدد: 03، الجزائر: جامعة الوادي، ديسمبر 2018، ص: 499.

الفصل الثالث: دراسة تحليلية لواقع استخدام تكنولوجيا المعلومات في تفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب

الجدول رقم (33): مميزات وشروط ومدة صلاحية بطاقة CIB في البنوك الجزائرية

نوع البطاقة	الصلاحية	خدماتها	شروطها
بطاقة CIB الكلاسيكية و الذهبية	سنتين قابلة للتجديد	- تمكن عملائها من إجراء عمليات السحب والدفع بكل أمان على مدار 24/24 ساعة و 07/07 أيام؛ - إمكانية القيام بالدفع من خلال أجهزة الدفع الإلكتروني TPE لدى التجار وعمليات الدفع عبر الانترنت؛ - إمكانية القيام بالسحب من الموزعات والشبابيك الآلية للبنك DAB؛ - إمكانية الاطلاع على الرصيد من خلال الموزعات والشبابيك الآلية للبنك.	- أن يمتلكها الأشخاص الطبيعيين فقط؛ - تمنح لأصحاب البطاقات البنكية بالدينار والذين يمارسون مهنة معترف بها حسب الأصول مع دخل ثابت؛ - تمنح لممثلي أو وكلاء الشركات أو المؤسسات التي لها حساب بنكي جاري، وفي هذه الحالة يتم إصدار البطاقة على الحساب البنكي للشركة.

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على المواقع الرسمية للبنوك الجزائرية*

أما أنواع وأشكال وحدود استعمال بطاقة CIB، فيمكن تحديدها في الجدول الآتي:

* الموقع الرسمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية "BDR" هو: <https://badrbanque.dz>.

الموقع الرسمي لبنك التنمية المحلية "BDL" هو: <https://www.bdl.dz>.

الموقع الرسمي لبنك القرض الشعبي الجزائري "CPA" هو: <https://www.cpa-bank.dz>.

الموقع الرسمي لبنك البركة هو: <https://www.albaraka-bank.dz>.

الموقع الرسمي لبنك الخليج الجزائري "AGB" هو: <https://www.agb.dz>.

الموقع الرسمي لبنك الجزائر الخارجي "BEA" هو: <https://www.bea.dz>.

الموقع الرسمي لبنك BNP paribas هو: <https://www.bnpparibas.dz>.

الموقع الرسمي لبنك السلام هو: <https://www.asalamalgeria.com>.

الموقع الرسمي بنك Banxy هو: <https://www.banxybank>.

الموقع الرسمي بنك Trust هو: <https://www.trustbank.dz>.

الفصل الثالث: دراسة تحليلية لواقع استخدام تكنولوجيا المعلومات في تفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب

الجدول رقم (34): استعمالات وأشكال بطاقة CIB في البنوك الجزائرية

إسم البنك	نوع البطاقة	سقف السحب	الحد الأدنى للسحب	شكل البطاقة
بنك التنمية المحلية*	كلاسيكية	5000.000 دج	5000.000 دج	
	ذهبية	10.000.000 دج	10.000.000 دج	
بنك القرض الشعبي الجزائري*	كلاسيكية وذهبية	40000 دج مع وصولها إلى 03 عمليات	800000 في الأسبوع، مع وصولها إلى 07 عمليات	
بنك البركة*	كلاسيكية	100.000 دج	100.000 دج	
	ذهبية	500.000 دج	500.000 دج	
بنك الخليج الجزائري*	بطاقة التوفير	100.000 دج	100.000 دج	
	بطاقة AIOULA	50.000 دج	50.000 دج	
	بطاقة SAHLA	200.000 دج	200.000 دج	
بنك الجزائر الخارجي*	كلاسيكية وذهبية	70000 دج	200000 دج	

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على المواقع الرسمية للبنوك الجزائرية.

وقد تطور حجم إصدار هذه البطاقات في الجزائر خلال 2016-2023، لذلك يمكن تحديد عدد بطاقات CIB الكلاسيكية والذهبية الخاصة بالأفراد والمؤسسات في هذه الفترة في الجدول الآتي:

- * بنك التنمية المحلية "BDL": هو بنك عمومي برأسمال يصل إلى 73000000000 مليون دينار جزائري ويملك البنك 155 وكالة ويقوم البنك بتشجيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والسعي للمساهمة في تطوير الاقتصاد الوطني.
- * بنك القرض الشعبي الجزائري "CPA": وهو بنك تجاري عمومي تم تأسيسه سنة 1966 برأس مال قدر 48 مليار دينار، ويتكون البنك من 160 وكالة، ويعتبر كمتعامل وممول حديث للنشاطات والتعاملات التي تهدف إلى ترقية المجتمع وتطويرة.
- * بنك البركة: يعتبر أول بنك إسلامي في الجزائر، يملك رأس مال قد مختلط بين العام والخاص قدره 50000000000 دينار جزائري وتم إنشائه سنة 1991. حيث يسعى إلى تلبية الاحتياجات المالية للأفراد والمؤسسات وفق نهج أخلاقي.
- * بنك الخليج الجزائري "AGB": وهو بنك أجنبي تم تأسيسه وفق القانون الجزائري سنة 2004، يتواجد مقره الرئيسي في الجزائر العاصمة، ويمتلك 60 وكالة، تقوم بتقديم خدمات مصرفية ومالية متنوعة.
- * بنك الجزائر الخارجي "BEA": هو بنك تجاري جزائري الخدمات المالية الإسلامية، تأسس سنة 1997 يوجد مقره في الجزائر العاصمة، ويمتلك رأس مال قدره 230 مليار دينار جزائري. يتميز البنك بجودة خدماته المصرفية في القطاع البنكي والمالي.

الجدول رقم (35): حجم إصدار الجزائر لبطاقة CIB الكلاسيكية والذهبية 2016-2023

نوع البطاقة	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
الكلاسيكية	387727	159725	1281291	1367749	1430211	1530403	1654321	1763498
الذهبية	303655	28773	220674	271035	3840433	4341339	5212334	8232888

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على إحصائيات تجمع النقد الآلي، نقلا عن: <https://giemonitique.dz>

2023/011/10، 15:54.

ويتضح من خلال هذا الجدول أن عدد بطاقات CIB الصادرة عن البنوك الجزائرية في تزايد مستمر من سنة 2016 إلى سنة 2023، غير أن البطاقات الكلاسيكية كانت هي الأكثر إصدارا في النصف الأول من الفترة، ولكن بدء من 2020 أصبحت البطاقات الذهبية هي الأكثر استخداما في الجزائر. وهذا راجع إلى المزايا التي توفرها في قيمة السحب، خاصة وأن هذه الفترة كانت تشهد جائحة كورونا، الأمر الذي زاد من التوجه نحو العمل عبر الانترنت، وبالتالي زاد توجه الأفراد نحو البحث عن الوسائل الإلكترونية التي تمكنهم من سحب قيمة أكبر من أموالهم للوفاء بثمن مشترياتهم وخدماتهم، وكانت البطاقات البنكية الذهبية CIB هي الحل الأمثل لهم.

أما البنوك المغربية فتقوم بإصدار بطاقة CMI بالشراكة مع مركز النقديت* والتي تعتبر من أهم البطاقات المستخدمة للدفع المسبق في المغرب، حيث يوجد أكثر من 3.9 مليون بطاقة، ويحملها ثلث حاملي البطاقات المغربية.

ويتم استخدام بطاقة CMI من أجل القيام بعمليات السحب والدفع المحلي داخل المملكة المغربية حيث تحتوي البطاقة على تقنيات مبتكرة مثل الرقائق الجديدة؛ الدفع بدون تتامس؛ التشفير؛ توفر ضمان أداء آمن بفضل أنظمتها العالية والمحترمة للمعايير الدولية؛ وتتيح الولوج إلى العديد من برامج الوفاء المربحة التي يقدمها مركز النقديت وشركائه. تسمح بطاقة CMI بتأدية المشتريات عبر الأجهزة الإلكترونية وعبر الانترنت دون الحاجة للنقود ومن مزاياها: توفير التقنيات المبتكرة؛ مكافحة الاحتيال؛

* مركز النقديت: هو مؤسسة مغربية تم تأسيسها سنة 2004، تقوم باستخدام التكنولوجيا المتقدمة في مراقبة إدارة وتطوير المبادلات الإلكترونية النقدية بين الأفراد والتجار والتجار الإلكترونيين والمؤسسات البنكية والإدارات العامة، حيث أنه يقوم بتقديم الحلول المصممة وفقا لخصائص النشاط التجاري لهذه الجهات، مما يزيد من قدرته للتنبؤ بالاحتياجات المستقبلية للمصارف المغربية.

الفصل الثالث: دراسة تحليلية لواقع استخدام تكنولوجيا المعلومات في تفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب

وجود محللون خبراء؛ مراقبة في الوقت الآني؛ تتبع التقاضي؛ المصادقة والأمان¹ ويمكن تحديد أنواع وأشكال بطاقة CMI حسب المواقع الرسمية للبنوك المغربية* على النحو الآتي:

الجدول رقم (36): أنواع بطاقة CMI في البنوك المغربية

اسم البنك	نوع البطاقة	الفئة المستهدفة	صلاحية البطاقة	سقف السحب	شكل البطاقة
البنك الشعبي	Prima CMI	الجميع	04 سنوات	2000 درهم	
	Auto Card	الجميع	04 سنوات	2000 درهم	
التجاري وفا بنك	Mourih	موظف عمومي	05 سنوات	5000 درهم	
	بلادي	الجميع	04 سنوات	5000 درهم	
CIH Bank	Code 60	الجميع	04 سنوات	5000 درهم	
	Go	الجميع	05 سنوات	30.000 درهم	
	Binatna	الجميع	02 سنوات	12.000 درهم	
	O Jour RCAR	الجميع	04 سنوات	50.000 درهم	
CFG Bank	CIM Mourih	الجميع	05 سنوات	5000 درهم	
وفا كاش	Floussy	الجميع	02 سنوات	6000 درهم	

¹ مركز النقديات، "بطاقة CMI"، نقلا عن: <https://cmi.com.ma/ar>، 12/21، 2023، 14:41.

* الموقع الرسمي للبنك الشعبي هو: <https://www.grpupebcp.com>.

الموقع الرسمي لـ CIH Bank هو: <https://www.cihbank.ma>.

الموقع الرسمي لبنك إفريقيا هو: <https://www.bankofafrica.ma>.

الموقع الرسمي للبريد بنك هو: <https://albaridbank.ma>.

الموقع الرسمي لبنك القرض الفلاحي هو: <https://www.creditagricole.ma>.

الموقع الرسمي لبنك BMCI هو: <https://www.bmci.ma>.

الموقع الرسمي لأمنية بنك هو: <https://www.umniabank.ma>.

الموقع الرسمي لبنك Cash plus هو: <https://www.cashplus.ma>.

الموقع الرسمي لبنك الصفاء هو: <https://www.bankassafa.com>.

الموقع الرسمي لشركة العامة هو: <https://societegenerale.ma>.

الموقع الرسمي للتجاري وفا بنك هو: <https://www.attijariwafabank.com>.

		1000 درهم	02 سنوات	الجميع	Hissab Bikhir	
		5000 درهم	05 سنوات	الجميع	راحتي	CIMR

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على المواقع الرسمية للبنوك المغربية.

2. بطاقة كوربوريت Corporate :

وهي هي بطاقات متخصصة تمنحها البنوك للمؤسسات المنخرطة فيها لتغطية نفقاتها، حيث تقوم الجزائر والمغرب بإصدارها في عدد محدود من البنوك. فبالنسبة للجزائر تتوفر بطاقة Corporate في بنكين فقط: هما بنك القرض الشعبي الجزائري وبنك التنمية المحلية.

- بطاقة corporate في بنك القرض الشعبي الجزائري:

يقوم بنك القرض الشعبي الجزائري بمنح بطاقة corporate للشخص الطبيعي المؤهل والمفوض من طرف الشركة العميلة في البنك، حيث تمكن هذه البطاقة التجار من القيام بعمليات السحب والدفع باستخدام وسائل الدفع الإلكتروني عبر الانترنت، أو من خلال السحب النقدي من أجهزة الصراف الآلي وتكون البطاقة صالحة لمدة 03 سنوات قابلة للتجديد.

يحدد بنك القرض الشعبي الجزائري الحد الأقصى للسحب بالبطاقة بمبلغ يتراوح بين 50000 و80000 دينار جزائري، أما السحب الأقصى للدفع فيقدر بـ 200000 دينار جزائري، في حين أن عمولة السحب من أجهزة الصراف الآلي التابعة للقرض الشعبي الجزائري قد حددها البنك بـ 40 دينار جزائري بالنسبة للسحب من أجهزة الصراف الآلي DAB التابع للبنوك الأخرى¹ وتأخذ بطاقة Corporate في بنك القرض الشعبي الجزائري شكلين رئيسيين هما:

¹ الموقع الرسمي لبنك القرض الشعبي الجزائري، "بطاقة القرض الشعبي الجزائري للمؤسسات Corporate"، نقلا عن: <https://www.cpa-bank.dz>، 2023/10/10، 14:20.

الشكل رقم (23): بطاقة Corporate في بنك القرض الشعبي الجزائري



المصدر: القرض الشعبي الجزائري، "بطاقة القرض الشعبي الجزائري للمؤسسات Corporate"، نقلا عن: <https://www.cpa-bank.dz>، 2023/10/10، 14:20.

- بطاقة corporate في بنك التنمية المحلية:

يقوم بنك التنمية المحلية بتوجيه بطاقة Corporate إلى المهندسين والمؤسسات من أجل الوفاء بنفقاتهم، وهذا ما يجعلها بطاقة متخصصة تحتوي على نوعين هما: بطاقة كوربوراييت الفضية وكوربوراييت الذهبية الصالحتين لمدة 03 سنوات قابلة للتجديد، والصالحتين للاستعمال 24/24 ساعة و 07/07 أيام وتمكن هذه البطاقات مستخدميها من سحب ودفع الأموال باستخدام أجهزة الدفع الإلكتروني أو موزعات السحب الإلكتروني.

وفيما يتعلق بالحد الأقصى للسحب والدفع، فنجد أن البنك قد حدد سقف السحب في بطاقة كوربوراييت الفضية بـ 50,000 دينار جزائري شهريا، أما سقف الدفع فيقدر بـ 500,000 دينار جزائري شهريا. في حين أن البطاقة الذهبية، فيتم فيها سحب مبلغ لا يتعدى 200,000 دينار شهريا، ومبلغ دفع لا يتجاوز 300,000 دينار جزائري شهريا¹

وتأخذ بطاقة Corporate في بنك التنمية المحلية شكلين رئيسيين هما:

¹ الموقع الرسمي لبنك التنمية المحلية، "بطاقة كوربوراييت بنك التنمية المحلية"، نقلا عن: <https://www.bdl.dz>، 2023/10/11، 15:10.

الشكل رقم (24): بطاقة Corporate في بنك التنمية المحلية



المصدر: بنك التنمية المحلية، "بطاقة كوربوريت بنك التنمية المحلية"، نقلا عن: <https://www.bdl.dz>، 15:10، 2023/10/11.

أما بالنسبة للمغرب فيتم إصدار بطاقة Corporate في ثلاثة بنوك، وهي: التجاري وفا بنك؛ الشركة العامة؛ القرض الفلاحي، ويمكن تحديدها في الجدول الآتي:

الجدول رقم (37): بطاقة Corporate في البنوك المغربية

اسم البنك	نوع البطاقة	الفئة المستهدفة	صلاحية البطاقة	سقف السحب	شكل البطاقة
التجاري وفا بنك	Corporate	الشركات	02 سنوات	30000 درهم	
الشركة العامة	Corporate international	الشركات	02 سنوات	100000 درهم	
القرض الفلاحي	Corporate exclusive	الشركات	03 سنوات	10000 درهم	

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على المواقع الرسمية لبنوك التجاري وفا بنك، والشركة العامة، والقرض الفلاحي.

وما يمكن ملاحظته من خلال ما سبق، هو أن البنوك المغربية التي تقوم بإصدار البطاقات المحلية CMI محدودة مقارنة بالجزائر، وهذا لا يعني نقص في عدد البطاقات وإنما نقص في عدد البنوك المصدرة لها، عكس الجزائر التي تتجه أغلب بنوكها - إذا لم نقل كلها - إلى إصدار بطاقة CIB، ونفس

الشيء بالنسبة لبطاقات Corporate، وهذا ما جعل الأفراد يتجهون نحو الرغبة في استخدام البطاقات الدولية المتمثلة في بطاقات Visa Card و Master Card.

3. بطاقة Visa الدولية:

شركة Visa هي شركة مقرها الولايات المتحدة الأمريكية، تقوم بمنح التراخيص للبنوك بإصدار بطاقة فيزا، وتم تأسيسها سنة 1958. تعمل هذه الشركة في 06 مناطق منتشرة في العالم، وتدخل في ملكيتها 21000 مؤسسة مالية موجودة في كل أنحاء العالم، حيث أنها تقوم بإصدار ثلاثة أنواع من البطاقات وهي: البطاقة الفضية (تمنح للعملاء)، البطاقة الذهبية (تمنح لذوي الكفاءات المالية العالمية)، بلاتينيوم (تستخدم في أجهزة الصراف الآلي الدولية أو في الأجهزة القارئة لشريط المغناطيسي)¹ أما بطاقة فيزا هي بطاقة إلكترونية دولية تصدرها بنوك معينة، تمنح لعملائها القيام بعمليات الدفع الإلكتروني عن طريق الانترنت أو السحب عن طريق موزعات السحب أو الدفع في الخارج في كل أنحاء العالم، وتم إنشاء هذه البطاقة سنة 1981 من طرف مديرية النقديات مع مشاركة الهياكل البنكية خاصة الوكالات²

بالنسبة للجزائر، تشترك بطاقة فيزا في مجموعة من خصائص والشروط في كل البنوك الجزائرية والتي يمكن تحديدها في الجدول الآتي:

الجدول رقم (38): الخصائص المشتركة بين أنواع بطاقة visa في البنوك الجزائرية

البطاقة	صلاحيتها	خدماتها	شروطها
بطاقة Visa الكلاسيكية والذهبية والبلاتينيوم	03 سنوات قابلة للتجديد	- تمكن عملائها من إجراء عمليات السحب والدفع بكل أمان على مدار 24/24 ساعة و 07/07 أيام؛ - إمكانية القيام بالدفع من خلال أجهزة الدفع الإلكتروني الحاملة لشارتها؛ - إمكانية القيام بالسحب من جميع أجهزة الصراف الآلي الحاملة لشارتها - تقدم البطاقة العروض الترويجية لعملاء البنك حاملي بطاقة Visa.	- إمتلاك العميل لحساب جاري بالدينار والعملة الصعبة؛ - يختلف الحد الأقصى للسحب والدفع في أنواع بطاقات Visa.

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على المواقع الرسمية للبنوك الجزائرية.

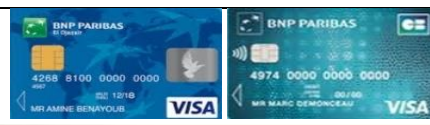
¹ هارون العشي، فائزة بوراس، "وسائل الدفع الإلكتروني ودورها في تحسين الأداء البنكي في ظل تحديات التنمية المستدامة"، مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية، العدد: 03، الجزائر: جامعة البليدة 02، ديسمبر 2018، ص: 178.

² عمر بولحبيب، آسيا قاسمي، "واقع الاستثمار في الصيرفة الإلكترونية ببنك التنمية المحلية لولاية سطيف وأثرها على رضا العملاء"، مجلة مجاميع المعرفة، العدد: 01، الجزائر: المركز الجامعي تيندوف، أفريل 2022، ص: 114.

الفصل الثالث: دراسة تحليلية لواقع استخدام تكنولوجيا المعلومات في تفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب

أما أنواع وأشكال وحدود استعمال بطاقة visa في البنوك الجزائرية، فيمكن تحديدها في الجدول الآتي:

الجدول رقم (39): استعمالات وأشكال بطاقة visa في البنوك الجزائرية

البنك	نوع البطاقة	الحد الأقصى للسحب	الحد الأدنى للسحب	شكل البطاقة
البنك البنكية	كلاسيكية	500 أورو أسبوعيا	500 أورو أسبوعيا	
	ذهبية	1000 أورو أسبوعيا	1000 أورو أسبوعيا	
بنك السلام*	الدفع المسبق	من 500 إلى 1000 أورو	من 500 إلى 1000 أورو	
	ذهبية	من 1000 إلى 50000 أورو	من 1000 إلى 50000 أورو	
	بلاطينيوم	أكثر من 50000 أورو	أكثر من 50000 أورو	
بنك الخليج الجزائري	الدفع المسبق	من 100 إلى 1000 دولار	من 100 إلى 1000 دولار	
	ذهبية	من 5000 إلى 10000 دولار	من 5000 إلى 10000 دولار	
	بلاطينيوم	أكثر من 10000 دولار	أكثر من 10000 دولار	
BNP paribas*	بطاقة فيزا	500 يورو يوميا، ورسومها	500 يورو يوميا، ورسومها	
بنك البركة	كلاسيكية	لا تتجاوز 1000 يورو أسبوعيا	لا تتجاوز 1000 يورو أسبوعيا	
	ذهبية	أكثر من 1000 يورو أسبوعيا	أكثر من 1000 يورو أسبوعيا	
	بلاطينيوم	لا تتجاوز 3500 يورو أسبوعيا	لا تتجاوز 3500 يورو أسبوعيا	
بنك Banxy*	الدفع المسبق	من 1000 إلى 2500 يورو	من 1000 إلى 2500 يورو	
	الذهبية	من 2500 إلى 5000 ورو	من 2500 إلى 5000 ورو	
	بلاطينيوم	من 4500 إلى 9000 يورو	من 4500 إلى 9000 يورو	

* بنك السلام: هو بنك إسلامي يعمل وفق الشريعة الإسلامية وطبقا للأحكام القانونية الجزائرية، تم تأسيسه سنة 2008، وتضبط معاملاته هيئة شرعية تتكون من كبار العملاء في الشريعة والاقتصاد، حيث يكون هذا المصرف من 23 فرع موزعين في مختلف ربوع الوطن.

* بنك BNP paribas: وهو من أكبر البنوك الدولية التي تقدم الخدمات المصرفية والمالية للأفراد أو المنشآت الخاصة، تم إنشائه سنة 2002، ويمتلك البنك 80 فرع في مختلف التراب الوطني.

* بنك Banxy: يعرف بالبنك النقال، وهو عبارة عن ابتكار مستحدث أطلقته مجموعة ناتيكسيس، يقوم هذا البنك بتسهيل المعاملات والخدمات البنكية الجزائرية، ويمكن الدخول للبنك عبر الهاتف النقال، ويتطابق تطبيقه مع المتطلبات التنظيمية والإطار التشريعي المعمول به في الدولة.

الفصل الثالث: دراسة تحليلية لواقع استخدام تكنولوجيا المعلومات في تفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب

	بنك Trust*	الكلاسيكية	من 3000 إلى 2500 أورو	من 3000 إلى 2500 أورو
		الذهبية	من 1000 إلى 5000 أورو	من 1000 إلى 5000 أورو
		بلاتينيوم	من 5000 إلى 7500 أورو	من 5000 إلى 7500 أورو

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على المواقع الرسمية للبنوك الجزائرية.

أما البنوك المغربية فتقوم بإصدار عدة أنواع من بطاقة فيزا، ويمكن تحديدها في الجدول الآتي:

الجدول رقم (40): أنواع بطاقة Visa في البنوك المغربية

اسم البنك	نوع البطاقة	الفئة المستهدفة	صلاحية البطاقة	سقف السحب	شكل البطاقة
البنك الشعبي*	Populaire	الجميع	03 سنوات	2000 درهم	
	Live	الطلبة	04 سنوات	5000 درهم	
	Swipe	تلميذ من 12 إلى 17 سنة	04 سنوات	2000 درهم	
	Ailes	الإناث	04 سنوات	4000 درهم	
التجاري وفا بنك*	Aisance	الجميع	02 سنوات	5000 درهم	
	Pou L	إناث	02 سنوات	5000 درهم	
	Bila Houdoud	الجالية المغربية	02 سنوات	5000 درهم	
CIH Bank*	الذهبية	الجميع	04 سنوات	8000 درهم	
	Duo	الجالية المغربية	04 سنوات	8000 درهم	

* بنك Trust: هو بنك عضو في مجموعة نست للاستثمارات القابضة المحدودة، ومقرها قبرص، وتراست بنك الجزائر هو بنك مملوك للقطاع الخاص بموجب القانون الجزائري، بدأ عمله في أبريل 2003 برأس مال أولي قدره 750 مليون دينار، وارتفع بعدها إلى 13 مليار دينار ومازال في الارتفاع.

* البنك الشعبي: هو أول بنك مغربي معترف به دوليا، تم تأسيسه سنة 1961 مقره الرئيسي الدار البيضاء، ويؤدي البنك دورا كبيرا في الاقتصاد المغربي خاصة وأنه يستحوذ على 60% من مجموع المدخرات المحلية للجالية المغربية في الخارج.

* التجاري وفا بنك: هي شركة مالية مغربية تأسست سنة 2003، مقرها الرئيسي في الدار البيضاء ولها ما يقارب 10 ملايين عميل وهي شركة مساهمة ذات مجلس إدارة، يبلغ رأسمالها 2.151.408.390 درهم، ويدعم العلاقات الاقتصادية بين مصر والمغرب.

* CIH Bank: يسمى ببنك القرض العقاري والسياحي، وهو بنك مجاني لفائدة الشباب الأقل من 30 سنة وفائدة السيدات مجانا مقره مراكش، ويتكون من أكثر من 100 وكالة موزعين في مختلف أنحاء المغرب.

الفصل الثالث: دراسة تحليلية لواقع استخدام تكنولوجيا المعلومات في تفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب

 	4000 درهم	04 سنوات	الجميع	Azur	بنك إفريقيا*
	4000 درهم	04 سنوات	طالب 18 إلى 24 سنة	Jeune Campus	
	4000 درهم	سنة واحدة	الجميع	E Pay	
 	6000 درهم	03 سنوات	الجميع	Classic	البريد بنك*
	3000 درهم	05 سنوات	طالب/تلميذ	Minhaty	
	3000 درهم	03 سنوات	القوات المسلحة الملكية	Visa militaire	
 	5000 درهم	02 سنوات	الجميع	Classic	القرض الفلاحي
	5000 درهم	04 سنوات	الجميع	Qatro	
	12000 درهم	02 سنوات	الجميع	Platinum	
 	3000 درهم	03 سنوات	الجميع	Reflex	BMCI
	10000 درهم	03 سنوات	الجميع	Platinum	
	2000 درهم	03 سنوات	الأطفال من 12 إلى 18 سنة	B. Free	
	5000 درهم	02 سنوات	الجميع	Amaly	أمنية بنك
 	60000 درهم	04 سنوات	الجميع	Platinum	CFG
	20000 درهم	04 سنوات	الجميع	Gold	
	20000 درهم	04 سنوات	الجميع	E-Carte	
 	10000 درهم	04 سنوات	الجميع	Classic	الشركة العامة
	50000 درهم	04 سنوات	الجميع	Platinum	
	20000 درهم	04 سنوات	الجميع	Gold	
 	5000 درهم	03 سنوات	الجميع	Bidaya	بنك اليسر
	10000 درهم	03 سنوات	الجميع	Gold	
	15000 درهم	03 سنوات	الجميع	Platinum	

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على المواقع الرسمية للبنوك المغربية.

* بنك إفريقيا: وهي مجموعة بنكية متعددة الجنسيات ومتعددة الأعمال، تم إنشاؤه سنة 1959 تحت اسم البنك المغربي للتجارة الخارجية، ثم تغيير إلى بنك إفريقيا، مقره الدار البيضاء ويعد من أقدم البنوك المغربية.

* البريد بنك: هو فرع تابع لبريد المغرب، انطلق العمل به في 08 جوان 2010، وهو فرع جديد لبريد المغرب المتخصص في المنتجات والخدمات المحلية والبنكية، ويتمتع هذا البنك بالاستقلالية المالية، ويقوم بتقديم الخدمات الملائمة والمتاحة للجميع.

نلاحظ من خلال ما سبق أن المغرب أكثر إصدارا لبطاقات فيزا مقارنة بالجزائر، ويظهر ذلك خاصة في عدد البنوك التي تصدرها، وكذا في نوع الفئات الموجهة إليها، فنجدها تخص كل فئة بنوع معين من البطاقات، لذلك توجد Visa Card خاصة بالإناث وأخرى خاصة بالتلاميذ والطلبة، وبطاقات يتم إصدارها لأصحاب الأعمال الحرة وبطاقات للقوات المسلحة...، عكس الجزائر التي كانت كل بطاقتها موجهة إلى كل فئات المجتمع وكلها ذات أنواع محدودة.

4. بطاقة Card ماستر كارد Master:

إن شركة ماستر كارد هي ثاني أكبر شركة ائتمانية بعد شركة فيزا في العالم، مقرها الولايات المتحدة الأمريكية، وقد اتسع انتشارها عن طريق أعضاء من أكبر الموزعين في العالم مثل Access Auro وتعتبر الجزائر والمغرب من بين الدول التي أدرجت هذه البطاقات في خدمات العديد من بنوكها.

بالنسبة إلى الجزائر، تعتبر بطاقة ماستر كارد مقبولة عند أكثر من 9.14 مليون محل جزائري عبر كل التراب الوطني، حيث أن مدة صلاحيتها هي سنتين قابلة للتجديد بطريقة أوتوماتيكية. وتوفر هذه البطاقة عدة مزايا لمستخدميها منها:

- تمكين حاملها من الاستفادة من التأمين على السفر خارج الوطن بالمجان؛
 - تسمح البطاقة لحاملها القيام بعمليات التحويل والدفع والسحب 24/24 ساعة و07/07 أيام بكل أمان من أجل: الدفع باستخدام أجهزة الدفع الإلكتروني؛ الدفع باستخدام الانترنت؛ السحب باستخدام موزعات الدفع والسحب الإلكترونيين؛ الاطلاع على الرصيد عبر موزعات الدفع الإلكتروني¹
- ويمكن تحديد أنواع وأشكال وحدود استعمال بطاقة visa في البنوك الجزائرية في الجدول الآتي:

¹ محمد زايد، "البطاقات البنكية كأداة لتفعيل التجارة الإلكترونية"، مجلة ضياء للدراسات القانونية، العدد: 02، الجزائر: المركز الجامعي البيض، ديسمبر 2021، ص: 68.

الفصل الثالث: دراسة تحليلية لواقع استخدام تكنولوجيا المعلومات في تفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب

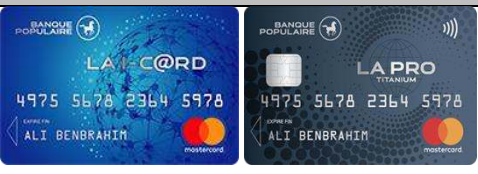
الجدول رقم (41): بطاقة Master Card في البنوك الجزائرية

إسم البنك	نوع البطاقة	الحد الأقصى للسحب أسبوعيا	الحد الأدنى للسحب أسبوعيا	شكل البطاقة
بنك التنمية المحلية	تيتانيوم	لا يتجاوز 1000 أورو	5000 أورو أسبوعيا	
	بلاتينيوم	8000 أورو أسبوعيا	لا يتجاوز 1500 أورو أسبوعيا	
بنك الفلاحة والتنمية الريفية	الكلاسيكية	800 يورو أسبوعيا	2500 يورو أسبوعيا	
	تيتانيوم	1000 يورو أسبوعيا	5000 يورو أسبوعيا	
بنك الجزائر الخارجي	الكلاسيكية	2000 أورو شهريا	4000 أورو شهريا	
	بلاتينية	5000 أورو شهريا	10000 أورو شهريا	
	النخبة	10000 شهريا	20000 شهريا	
بنك الخليج الجزائري	كلاسيكية	USD 2000 شهريا	USD 4000 شهريا	
	ذهبية	USD 3000 شهريا	USD 6000 شهريا	
	بلاتينيوم	USD 4000 شهريا	USD 15000 شهريا	

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على المواقع الرسمية للبنوك الجزائرية.

أما البنوك المغربية فتقوم بإصدار بطاقة ماستر كارد بمختلف أنواعها، والتي يمكن تحديدها في الجدول الآتي:

الجدول رقم (42): أنواع بطاقة Master في البنوك المغربية

البنك	نوع البطاقة	الفئة المستهدفة	الصلاحية	سقف السحب	شكل البطاقة
البنك الشعبي	I Card	الجميع	04 سنوات	2000 درهم	
	Gold	الجميع	04 سنوات	6000 درهم	
	Pro	المهنة الحرة	04 سنوات	8000 درهم	
التجاري وفا بنك	واحدة	الجميع	02 سنوات	20000 درهم	
	Club	الجميع	05 سنوات	5000 درهم	
	World Access	الجالية المغربية	03 سنوات	50000 درهم	
CIH Bank	سيدتي	إناث فوق 30 سنة	02 سنوات	20000 درهم	

الفصل الثالث: دراسة تحليلية لواقع استخدام تكنولوجيا المعلومات في تفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب

	80000 درهم	02 سنوات	الشركات	Business Exclusive	بنك إفريقيا
	5000 درهم	05 سنوات	18 إلى 25 سنة	توفير الغد	البريد بنك
	5000 درهم	02 سنوات	الجميع	Safar	
	5000 درهم	03 سنوات	الإناث	Laky	
	5000 درهم	03 سنوات	الجميع	Can In	القرض الفلاحي*
	7000 درهم	02 سنوات	الإناث	E-Laki	
	50000 درهم	04 سنوات	الجميع	World First Privilege	
	5000 درهم	03 سنوات	الجميع	Gold Privilege	BMCI*
	5000 درهم	03 سنوات	الإناث	Ladies Fiest	
	/	03 سنوات	قرض من 5000 إلى 50000 درهم	Viva	
	5000 درهم	02 سنوات	الجميع	Usurf	أمنية بنك*
	20000 درهم	04 سنوات	الجميع	Titanium	الشركة العامة*
	2000 درهم	02 سنوات	الجميع	العود	الصفاء*
	10000 درهم	02 سنوات	الجميع	العنبر	

* **القرض الفلاحي:** هو بنك تنتمي إلى مجموعة القرض الفلاحي للمغرب ذات رأسمال عمومي، والتي تأسست سنة 1961 بغرض تمويل الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية للعالم القروي، ويوجد مقر البنك في الرباط، ويتكون من 543 وكالة.

* **BMCI:** ويسمى بالبنك المغربي للتجارة والصناعة، تم تأسيسه سنة 2001، وهو بنك عالمي للأعمال المصرفية، يقوم بتقديم خدماته لجميع العلاء وحتى الجالية المغربية بالخارج، مقره الدار البيضاء، ويحتوي على أكثر من 360 فرع في كل أنحاء المغرب.

* **أمنية بنك:** يعتبر أول بنك إسلامي في المغرب، تم تأسيسه سنة 2017 بترخيص من بنك المغرب، ويقوم بتقديم مختلف الخدمات المصرفية لعملائه.

* **الشركة العامة:** وهي أول مجموعة مالية خاصة في المغرب مع مساهمين كبار من المعيار الدولي، تم تأسيسها سنة 1913، مقرها الدار البيضاء، وتتوفر على شبكة تقارب 4000 وكالة موزعة على معظم المدن المغربية.

* **بنك الصفاء:** هو مؤسسة بنكية مغربية مختصة في المالية المشتركة وتمتلكها مجموعة التجاري وفا بنك بنسبة 100%، تم تأسيسه سنة 2017 من مجموعة من المنتجات المطابقة للشريعة تبعا لتوجهات المجلس الأعلى، وتحتوي على 38 فرع في كل المغرب.

الفصل الثالث: دراسة تحليلية لواقع استخدام تكنولوجيا المعلومات في تفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب

	2000 درهم	06 سنوات	الجميع	Cash Plus	Cash Plus*
	2000 درهم	سنة واحدة	الجميع	Cash Plus Vertuelle	

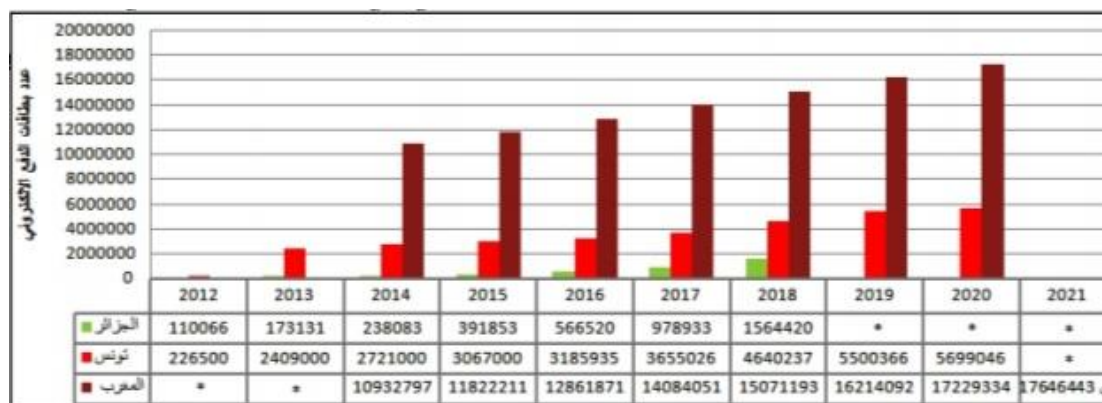
المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على المواقع الرسمية للبنوك المغربية.

وما يمكن ملاحظته من خلال الجدولين السابقين، أن المغرب أكثر إصدارا لبطاقات ماستر كارد مقارنة بالجزائر، ويتضح ذلك في عدد البنوك التي تصدرها، وكذا في تنوع الجهات الموجهة إليها، تهتم بكل فئة منهم وتصدر لهم بطاقات خاصة بهم، لذلك توجد Master Card خاصة بالإناث وأخرى خاصة بالتلاميذ والطلبة، وبطاقات يتم إصدارها لأصحاب الأعمال الحرة وبطاقات للجالية المغربية في الخارج...، عكس الجزائر التي كانت كل بطاقتها موجهة إلى الجميع وكلها ذات أنواع محدودة.

وبين الشكل الآتي عدد بطاقات الدفع الإلكتروني في الجزائر في الفترة الممتدة من 2012 إلى

2021:

الشكل رقم (25): تطور عدد بطاقات الدفع الإلكتروني في الجزائر والمغرب



المصدر: أيمن بوزانة، وفاء حمدوش، "دراسة تحليلية لواقع الدفع الإلكتروني لدول المغرب العربي: الجزائر - تونس - المغرب خلال الفترة 2012-2021"، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية، العدد: 02، الجزائر: جامعة ، ديسمبر 2022، ص: 1393.

ويتبين من خلال هذا الشكل أن عدد بطاقات الدفع الإلكتروني في تطور مستمر في الجزائر والمغرب خلال الفترة الممتدة من 2012 إلى 2021، إلا أن المغرب كانت الأكثر تطورا في هذا المجال

* Cash Plus: هو مؤسسة مالية مغربية تأسست سنة 2004، تمت المصادقة عليها من طرف بنك المغرب، وتقدم مجموعة كاملة من الخدمات المالية المصرفية، مقرها الدار البيضاء، وتحتوي على 2200 وكالة في كل أنحاء المغرب.

وشهدت ارتفاع غير مسبوق منذ سنة 2014 والتي سجلت 10.9 مليون بطاقة دفع إلكترونية محلية ودولية صادرة عن البنوك المغربية، وبقي عدد هذه البطاقات في تزايد مستمر خلال الفترة 2014-2021 أين وصلت عددها في 2021 إلى 17.6 مليون بطاقة بنكية، ويرجع سبب هذا الارتفاع الملحوظ إلى الوضع الوبائي الخاص بفيروس كورونا وإجراءاته الصحية الصارمة التي زادت من تعزيز التوجه نحو التعاملات غير النقدية في البنوك.

أما الجزائر فكان تطور عدد البطاقات الإلكترونية محدود جدا مقارنة بالمغرب، إلا أنها شهدت تطورا ملحوظا في عدد هذه البطاقات خلال الفترة 2012-2018، أين حققت أكبر عدد في البطاقات عام 2018 بأكثر من 1.5 بطاقة تنوعت بين المحلية والدولية.

وقد ظلت هذه البطاقات في تطور مستمر في الجزائر والمغرب إلى غاية نهاية سنة 2023، حيث بلغ عددها في المغرب 18.9 مليون بطاقة سنة 2022، ووصل إلى 20 مليون بطاقة سنة 2023. في حين أن الجزائر أصبحت تملك 16.5 مليون بطاقة في نهاية 2023. وإنما تمتلك البطاقات البنكية فقط والتي تم توضيحها سابقا.

رابعا: البطاقات البريدية

لقد قامت مؤسسة بريد الجزائر بإصدار بطاقة إلكترونية يتم من خلالها سحب الأموال من موزعات السحب الإلكتروني عبر كل ربوع الوطن، ثم عملت بعد ذلك على تطويرها وأصدرت بطاقة إلكترونية جديدة تؤدي وظيفتي السحب والدفع معا. حيث بدأت الجزائر بإصدار هذه البطاقات سنة 2005، أين عرفت إقبال كبير من العملاء للحصول عليها، وتم توزيع أكثر من 2.5 مليون بطاقة و200 شباك آلي لتوزيع النقود في نفس السنة.

ويوجد نوعان من البطاقات البريدية التي يصدرها بريد الجزائر:

- **بطاقة السحب:** وهي البطاقة التي يحصل عليها كل شخص يمتلك حساب بريدي جاري، حيث أنها تعد من أكثر البطاقات تداولاً عند زبائن وعملاء بريد الجزائر، وتوفر هذه البطاقة العديد من المزايا، فهي تمكن صاحبها من سحب أمواله حتى 20000 دينار جزائري، فضلا عن إمكانية استخدامها في كشف الرصيد وكشف العمليات العشرة الأخيرة التي قام بها صاحبها. أما الجانب الشكلي للبطاقة فكانت متوفرة

باللون الأصفر، ثم تم استبداله إلى اللون الأزرق سنة 2013. إلا أن بريد الجزائر قام بسحب هذه البطاقات من التداول وعوضها ببطاقة أخرى¹

- **بطاقة الدفع الذهبية:** وهي بطاقة خصم بريدية وبنكية تقدم خدمات مهمة وتتسم بالأمان، يستخدمها كل شخص جزائري لإجراء تعاملاته المالية على مستوى البريد أو البنوك الجزائرية أو حتى الدفع أونلاين حيث تمكن هذه البطاقة مستخدميها من الاطلاع على الحساب البريد الجاري؛ وتحويل الأموال من حساب لآخر؛ إضافة إلى إمكانية إرسال واستقبال الأموال عبر الهاتف؛ وسحب الأموال ودفع الفواتير؛ وكذا تعبئة الهاتف لكل الشرائح؛ فضلا عن التسوق عبر الانترنت من المواقع والمتاجر الإلكترونية التي تقبل البطاقة الذهبية. وبذلك فهي بطاقة إلكترونية تستخدم للسحب والدفع معا، وتعمل وفق نظام يضمن أمن المعلومات لحاملها.

أما فيما يتعلق بشروط وكيفية الحصول عليها، فإن بريد الجزائر يمنح هذه البطاقة لكل زبون لديه حساب بريدي وتقدم بطلب للحصول عليها، حيث يقوم البريد بدراسة طلبه ومنحه القبول وإعلامه بالتقدم لاستلام بطاقته وتفحصها وتنشيطها على مستوى مكتب البريد التابع لمحل إقامته²

أما المغرب، فلا تملك بطاقات إلكترونية صادرة عن البريد المغربي يتم استخدامها في عمليات الدفع الإلكتروني.

خامسا: البوابات الإلكترونية

تعتبر الجزائر والمغرب من بين الدول التي تتيح للأفراد إمكانية استخدام البوابات الإلكترونية في عمليات الدفع الإلكتروني، لذلك يمكن تحديد أهم هذه البوابات على النحو الآتي:

1. بوابة Skrill: وهو عبارة عن بوابة إلكترونية يتم استخدامها في التحويلات المالية السريعة وفي عملية الدفع الإلكتروني عبر الانترنت، ويكون ذلك من خلال فتح العميل حساب فيها، يقوم بتفعيله عبر إيداع الأموال فيه لمرة واحدة على الأقل، حيث يكون العميل أو الزبون حر في اختيار العملة المناسبة له، إما اليورو أو USD.

¹ سعاد دعبوز، "دور استعمال البطاقة الذهبية لبريد الجزائر للحد من أزمة السيولة"، مجلة الحدث للدراسات المالية والاقتصادية، العدد: 06، الجزائر: جامعة محمد الشريف مساعدي سوق أهراس، ديسمبر 2021، ص: 55.

² بريد الجزائر، "الدفع الإلكتروني"، نقلا عن: <https://edcarte.dz>، 2023/10/14، 13:19.

وتعتبر الجزائر بوابة skrill خيارا جيدا للأشخاص الذين يبحثون عن طرق آمنة وسهلة للقيام بعملية الدفع الإلكتروني عبر الانترنت، لذلك نجده شائع الاستعمال في مختلف أنحاء العالم. وتوفر هذه البوابة لعملائها إمكانية إرسال واستقبال الأموال بشكل فوري وآمن، مع عدم وجود أي رسوم على فتح الحساب فيها، كما يقدم أيضا خاصية سحب الأموال منه إلى الحسابات البنكية المحلية، فضلا عن أنها تمنح عملائها بطاقات ائتمانية للحسابات الموجودة فيها¹

أما المغرب فأصبحت لا تستخدم هذه البوابة الإلكترونية في معاملاتها المالية الإلكترونية، حيث أصبح لا يمكن لأي مواطن مغربي الحصول على بطاقة Skrill، على الرغم من أنه يقدر على فتح حساب في البوابة. إلا أنه لا يستطيع شحن هذا الحساب، كما لا يتمكن من إيداع أو سحب الأموال من الحساب باستخدام البنوك المغربية.

ب. بنك Payza: يسمى بالبنك الأخضر ويستهدف الدول النامية، وكان يسمى سابقا alertpay، يعتبر هذا البنك من أهم وأفضل البنوك الإلكترونية التي ظهرت سنة 2012، حيث شهد عدة تطورات وتعديلات لتحسين خدماته الإلكترونية لدعم الهواتف الذكية، ويمنح حماية قوية ومجانية. يقوم بنك payza بدعم الدول العربية بما فيها الجزائر خاصة وأنه يوفر لمستخدميه إمكانية استقبال الأموال من حسابات أخرى كما يمكن زبائنه من دفع قيمة مشترياتهم من المواقع الإلكترونية التي تتعامل معه.

يتوفر بنك payza على وجود نوعين من الحسابات هما:

- حساب **personal**: ويقدم للمستخدمين العاديين، حيث أنه يوفر لأصحابه إمكانية إرسال واستقبال الأموال مجانا، ويكون الحد الأقصى للأموال المرسلة هو 400 دولار شهريا أو 2000 دولار سنويا، كما يمكنهم من الحصول على بطاقة فيزا؛

- حساب **business**: وهو حساب موجه لقطاع الأعمال على الانترنت أي أنه يمنح للشركات وتتنخفض فيه رسوم المعاملات من 2.05% إلى 0.25% لكل معاملة، كما يقبل هذا الحساب استخدام البطاقات الائتمانية.

¹ عبير حسن، "تفعيل حساب skrill وطرق السحب والإيداع في الحساب"، نقلا عن: <https://dananer.com>، 2023/10/14، 10:18.

وفيما يتعلق بعملية إيداع وسحب الأموال، فإن بنك payza يمكن زبائنه من إيداع الأموال عن طريق التحويل البنكي أو عن طريق البطاقات الدولية "ماستر أو فيزا كارد"، في حين أن عملية السحب فتتم عن طريق شيك أو تحويل بنكي للحساب¹

وتقوم الجزائر والمغرب بتدعيم هذا البنك الافتراضي، خاصة وأن تفعيل الحساب فيه لا يحتاج إلى بطاقة ائتمانية، إلا أن أغلب مواقع الشراء الجزائرية والمغربية لا تدعمه، وتكاد تكون المواقع المدعومة له قليلة جدا وشبه معدومة، إضافة إلى صعوبة استلام الأموال كاش عبر البنك، فلا تتم عملية الاستلام إلا عن طريق بطاقة فيزا التي يصدرها البنك ونفسه، ولا يمكن استخدام أي بطاقة فيزا أخرى، كما لا يقبل البنك استخدام بطاقتي ماستر وفيزا الدولتين، فكل هذه الأمور تحد من استخدامه في البلدين.

ج. بنك Paysera: هو عبارة عن مؤسسة مالية إلكترونية دولية، تم تأسيسها سنة 2004 بترخيص من بنك ليتوانيا، والتي عرفت العديد من التعديلات لتحسين خدماتها الإلكترونية حتى تسهل على العملاء التداول والشراء إلكترونيا عبر الانترنت، كما أن هذا البنك يقدم بطاقة فيزا لجميع الدول العربية بما فيها الجزائر، التي تتوفر على مكتب افتراضي للبنك يعمل أونلاين.

ويقدم البنك بطاقة paysera التي تتميز بسهولة الاستعمال، حيث أنها تشترط فقط امتلاك جواز سفر أو بطاقة بيومترية للشخص الراغب في الحصول عليها، وتقدم هذه البطاقة العديد من المزايا لحامليها خاصة وأنها تمكنهم من سحب أموالهم من الصراف الآلي ATM حول العالم، فضلا عن إمكانية الشراء عبر الانترنت وتحويل الأموال إلى أكثر من 140 دولة حول العالم بكل أمان. ويقوم البنك بإصدار بطاقة visa paysera التي تكون صالحة لمدة 04 سنوات قابلة للتجديد إلكترونيا، ويمكن لأي زبون طلب 05 بطاقات إضافية لعائلته²

في حين قد اتجهت كل من الجزائر والمغرب مؤخرا إلى سحب إمكانية إرسال واستقبال الأموال عبر Payza وأصبحت معظم البنوك الجزائرية والمغربية ترفض التعامل معها بشكل رسمي، نظرا لأنها تقدم خدمات غير قانونية في أغلب الأحيان.

¹ البنوك الإلكترونية، "التسجيل في بنك payza"، نقلا عن: <https://minaljazeera.com>، 2023/12/15، 14:07.

² شركة بورساي، "شرح طريقة طلب بطاقة باسيرا وشحنها إلى الجزائر دون وسيك"، نقلا عن: <https://blog.porsay.com>، 2023/12/20، 15:04.

د. بنك PayPal: يعد من أشهر البنوك الإلكترونية على مستوى العالم، وذلك لأنه يعتبر من أكثر البوابات الإلكترونية استخداما سواء من طرف العملاء أو من طرف المتاجر الإلكترونية، حيث يصل عدد مستخدميه إلى أكثر من 169 مليون شخص عالميا، نظرا لتميزه بدرجة عالية من الأمان، خاصة وأنه يوفر إمكانية استقبال الأموال من خلال البريد الإلكتروني المرتبط بالحساب.

يعمل بنك paypal كوسيط لجميع الأفراد المتسوقين عبر الانترنت، لذلك نجده يشترط امتلاكهم لبطاقة ماستر كارد أو فيزا كارد حتى يتمكنوا من فتح حساب فيه مجانا، فهو يسهل من عملية البيع والشراء وإرسال واستقبال الأموال مع من يمتلكون حساب paypal¹

إلا أن الجزائر تعتبر أول الدول العربية التي قامت بحظر paypal من تعاملاتها الإلكترونية رسميا مؤخرا، حيث اعتبرته موقع غير موثوق خاصة وأنها لا تمتلك هيئة مختصة في مراقبه مصادر أمواله لذلك قررت عدم التعامل مع paypal.

ونظرا إلى أن هذا القرار صادر من الجزائر وليس من البنك فإنه مازال بإمكان الجزائريين فتح حساب على موقع البنك، إلا أنه لا يمكنهم التعامل به، لذلك نجد أن أغلب الجزائريين يتجهون نحو استخدام بطاقة ماستر كارد أو فيزا كارد، والتعامل مع بنك paysera وبنك Payoneer²

عكس المغرب التي تسمح باستخدام PayPal في معاملاتها الإلكترونية، سواء فيما يتعلق بالشراء عبر الانترنت من المواقع التي تدعمها، أو من خلال إيداع الأموال، وإذا كان حساب الشخص مصدق فلا يوجد حد أقصى للمبلغ الإجمالي الذي يمكنه إرساله، ويمكن أن يصل إلى 6000000 دولار أمريكي في معاملة واحدة، ويمكن أن يقيد إلى 1000000 دولار، كما يمكن أن يتغير حسب العملة المغربية.

هـ. بنك PayOneer: على الرغم من وجود اختلاف حول اعتباره بنك أو شركة مالية - خاصة وأنه لا يوفر القروض ولا يأخذ الفوائد على معاملاته، ويختص بالتحويلات المالية لأصحاب الأعمال الحرة عبر الانترنت - إلا أن الكثير يعتبره بنك إلكتروني موجه لشركات الأعمال الحرة أو ما يعرف free lancer. تم إطلاق مشروعه سنة 2005، لذلك يعتبر من أوائل البنوك الرائدة في هذا المجال، وقام البنك بعقد

¹ رنا محمود، "ما هي أفضل البنوك الإلكترونية في 2023؟"، نقلا عن: <https://masary.net>، 2023/12/21، 12:23.

² الحسن مزواد، "هذه أول دولة عربية تقوم بحظر الباي بال من تعاملاتها رسميا"، نقلا عن: <https://igli5.com>، 2023/11/19، 09:13.

شركات مع العديد من الشركات العالمية المعروفة مثل: شركة Amazon، وشركة EBay، وشركة Airbnb.

يقوم بنك Payoneer بتسهيل المعاملات المالية الإلكترونية، حيث أنه يمكن عملائه من السحب السريع للأموال وكذا الشراء من مختلف المواقع الإلكترونية التي تشتغل ببطاقة Payoneer، ويشترط البنك امتلاك العميل لجواز السفر ساري المفعول يمكنه من فتح حساب بنكي بالعملة الصعبة. وتعتبر الجزائر من أكثر الدول العربية المتعاملة به، خاصة وأن هذا البنك يتعامل مع جميع الحسابات المصرفية الجزائرية التي تقبل بالجوالات من خارج البلد، إلا أن أهم ما يعاب عليه هو ارتفاع الرسوم السنوية للبطاقة التي تبلغ 30 دولار¹

ويتم استلام الدفعات المالية من حساب بايونير في الجزائر والمغرب إما عن طريق الشركات الدافعة وهم شركاء بايونير الرسميين، أو عن طريق الشركات الدولية المختصة في تحويل الأموال في الدولتين كما أشرنا إليهم سابقا.

إضافة إلى هذه البوابات الإلكترونية، فإن المغرب تعتمد أيضا على ثلاثة طرق أخرى للدفع الإلكتروني وهي:

- شركة **Vapulus**: وهي من أفضل شركات الدفع الإلكتروني عامة وفي المغرب على وجه الخصوص، تم تأسيسها سنة 2006، ويتم الاعتماد عليها من أجل دفع جميع المعاملات المالية اليومية حيث تمتلك الشركة تطبيقا على الهواتف الذكية الأمر الذي يزيد من استخدامها ويبرط البطاقات الائتمانية الخاصة مع المحافظ الإلكترونية المختلفة.

- **Pay Space**: تعتبر من أقوى المعالجات الفنية لمعاملات البطاقات المالية الإلكترونية في المغرب وتعمل هذه الشركة على مساعدة التجار على اختيار وسائل الدفع الموثوقة، وتقديمها للعملاء المتعاملين معهم بكل ثقة وأمان.

- **Payment Wall**: وهي منصة عالمية تعمل ضمن الأراضي المغربية بشكل فعال، ولا تكتفي هذه المنصة بتقديم خيارات الدفع فقط بل تتوسع خدماتها لتشمل توفير أكثر من 150 طريقة دفع محلية حول

¹ الجزائر ويب، "كيف تحصل على بطاقة بايونير"، نقلا عن: <https://algeriawebs.com>، 2024/12/23، 22:07.

العالم، وتعمل هذه المنصة على مساعدة أكثر من 200 ألف تاجر بما فيهم المغاربة المنخرطين في المنصة¹

سادسا: الهاتف المحمول (المحافظ الإلكترونية)

يعتبر الهاتف المحمول من أكثر وسائل الدفع الإلكتروني التي تعتمد عليها الجزائر والمغرب في معاملاتها المالية الإلكترونية، وإن عملية الدفع الإلكتروني بواسطة الهاتف النقال في الجزائر تقوم بها مؤسسة دفع معتمدة تدعم بطاقتي CIB والذهبية. والطريقة المثلى التي تعتمد عليها الجزائر في هذا النوع من وسائل الدفع الإلكتروني هو الجمع بين المحفظة الإلكترونية والبطاقة المصرفية، حيث تسمح لكل من يمتلك أو لا يمتلك بطاقات مصرفية- الدفع باستخدام هواتفهم فقط، إلا أن طريقة المحافظ الإلكترونية تجعل مبلغ الدفع محدودا، عكس البطاقات الإلكترونية التي ترفع من سقف المبالغ المستخدمة في التطبيق²

أما بالنسبة للمغرب، فأصبح بإمكان أي شخص مغربي يمتلك هاتف ذكي أن يعمل على ربط هاتفه بتطبيق M-Wallet، ومن ثم يعمل على شحن حسابه الخاص ضمن التطبيق بالمبلغ المالي الذي يريده أو يكون من خلال الدفع المباشر عبر تطبيق E Banking من البنك الخاص بالعميل. ويتميز هذا النوع من الدفع بأنه آمن وسهل الاستخدام وفوري، ولا يحتاج فيه الشخص إلى امتلاك حساب بنكي خاص به إلا أنه هناك وجود حد أقصى لكل معاملة مالية، حيث أنها لا تتجاوز 3000 درهم مغربي، وهذا ما يجعل هذه الطريقة غير مناسبة لعمليات الشراء مرتفعة السعر، ولكن في حالة امتلاك حساب متقدم فإنه يمكن إيداع مبلغ يصل إلى 20000 درهم مغربي³

ولقد قام مركز النقديات في الجزائر بتقديم حصيلة حول معاملات الدفع الإلكتروني باستخدام مختلف الوسائل الإلكترونية المذكورة آنفا، خلا الفترة 2016-2023، نتج فيها حوالي 32 356 545 معاملة موزعة على كل هذه الفترة، والتي يمكن تحديدها في الجدول الآتي:

¹ ريا سيراز، "وسائل الدفع الإلكترونية المتاحة في المغرب"، نقلا عن: <https://www.tijaratuna.com>، 2023/11/22، 14:12.

² المجلس العلمي للجنة الرقمنة الجزائرية، "الدفع بالهاتف المحمول لتطوير الدفع الإلكتروني في الجزائر"، نقلا عن: <https://jiljadid.org>، 2024/01/11، 17:23.

³ ريا سيراز، مرجع سبق ذكره.

الجدول رقم (43): معاملات الدفع الإلكتروني في الجزائر خلال 2016 - 2023

السنة	هاتف / اتصالات	نقل	تأمين	مصدر فواتير	خدمة إدارية	خدمات	بيع السلع	رياضة وترفيه	العدد الإجمالي للمعاملات
2016	6536	388	51	391	0	0	0	0	7366
2017	87286	5677	2467	12414	0	0	0	0	107844
2018	138495	871	6439	29722	1455	0	0	0	176982
2019	141552	6292	8342	38806	2432	5056	0	0	202480
2020	4 210284	11350	4845	85676	68395	213175	235	0	4593960
2021	6 993135	72164	8372	120841	155640	457726	13468	0	7821346
2022	7 490625	195490	23571	302237	153957	705114	24169	152925	9048125
2023	725790	34878	1718	56983	1371625	105159	4190	26024	23266367

المصدر: تجمع النقد الآلي خلال سنوات 2016 - 2023، نقلا عن: <https://gimonetique.dz>، 2023/11/14،

15:58.

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن معاملات الدفع الإلكتروني في الجزائر عرفت تطورا مستمرا من بداية هذه الفترة إلى نهايتها، وشكلت فارق 23259001 معاملة شاملة لمختلف القطاعات والمجالات سنة 2023 مقارنة بـ 2016، وعلى الرغم من ارتفاع عدد هذه المعاملات، إلا عمليات الدفع الإلكتروني في مجال السلع والمنتجات لم تعرف تطورا إلا مع بداية 2020، وشهدت بعدها قفزة نوعية إلى غاية 2023، ويعود السبب في ذلك إلى الحجر الصحي الذي فرضته الجائحة، والتي صعبت من عمليات التسوق الإلكتروني.

نستنتج من خلال ما تم عرضه بشأن وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر والمغرب، أن الناحية الشكلية لها تبين امتلاك الدولتين لمختلف أنواع هذه الوسائل، إلا أن الإحصائيات المقدمة عكست واقع استخدامها بشكل أوضح، والتي تم التوصل من خلالها إلا أن الجزائر لا تزال بحاجة إلى دفعة تكنولوجية قوية حتى تستطيع التوسع في استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في مختلف مجالات الحياة، غير أن المغرب تملك بنية تحتية لا يستهان بها في مجال هذه الوسائل. وحتى يتم التعرف على مدى استخدام هذه المواقع في ممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب، سيتم التطرق إلى أهم المواقع الإلكترونية والمنصات المتخصصة في القيام بالنشاط التجاري إلكتروني في البلدين محل الدراسة.

المطلب الثالث: المواقع الإلكترونية والمنصات المتخصصة في ممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب

تعتبر المواقع الإلكترونية الوسيلة التي تمكن الأفراد والمؤسسات من التعريف بنفسها على شبكة الانترنت، حيث أنها تقوم باستخدام التقنيات التكنولوجية الحديثة لإنشاء مواقع ومنصات إلكترونية متخصصة تقوم من خلالها بتقديم المعلومات عن منتجاتها وخدماتها لشرائح عريضة من الزبائن والمتعاملين وتسهيل عملية الشراء والبيع وغيرها. وتكون المواقع الإلكترونية بمثابة دعاية وإعلان لجهة معينة، لذلك نجد أن الجزائر والمغرب قد عملتا على مواكبة هذه التطورات وتمكنتا من فرض حضورهما على شبكة الانترنت، حيث قامتا بإنشاء مجموعة من المواقع والمنصات الإلكترونية لتسهيل المعاملات التجارية الإلكترونية وتعميمها على كل مناطق الدولتين.

أولاً: مواقع ومنصات التجارة الإلكترونية في الجزائر

لقد تضاعف عدد المواقع الإلكترونية الجزائرية المتخصصة في البيع والشراء وتقديم الخدمات عبر الانترنت في الفترة الأخيرة، وخاصة بعد انطلاق خدمتي الجيل الثالث سنة 2014 والجيل الرابع سنة 2016، وأيضاً بعد إصدار القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية الجزائرية. ويرجع كثرة هذا الاستخدام إلى ما تحققه هذه المواقع من زيادة في تأطير سوق التجارة الإلكترونية بشكل كبير، وكذا زيادة توجه المواطنين والمؤسسات نحو هذا الأخير، لذلك نجد أن أغلب المهتمين بمجال المواقع الإلكترونية في المجال التجاري يصفونه بالمجال المربح.

وعلى الرغم من تأخر الجزائر في اعتمادها على استخدام المواقع الإلكترونية في تطوير التجارة الإلكترونية، إلا أن العديد من الشركات والمؤسسات الجزائرية قد بدأت بممارسة هذا النوع من التجارة بداية من 2006، ثم أصبحت هذه المواقع بعدها تزيد باستمرار إلى أن شمل نشاطها مختلف المجالات، لذلك نجدها تقوم بتقديم منتجات متنوعة مثل المواد الغذائية، والملابس، والأجهزة الإلكترونية وغيرها من السلع والخدمات الأخرى.

وفي هذا السياق، يمكن تحديد أهم المواقع والمنصات الإلكترونية التي تستخدمها الجزائر في ممارسة تجارتها الإلكترونية في الجدول الآتي:

الجدول رقم: (44) أكثر المواقع والمنصات الإلكترونية المتداولة في الجزائر

الموقع	سنة الإنشاء	مجال البيع	مكان توجيه المبيعات	طرق الدفع	الموقع الإلكتروني
Ouedkniss واد كنيس	2006	مخصص للعديد من المنتجات	كل الولايات	paysera ، Ccp	https://Ouedkniss.com
Dirlaffaire	2008	استقبال وبث الإعلانات في مختلف المجالات	أغلبية الولايات	الدفع عند الاستيلاء	https://www.dirlaffaire.com
سوق الجزائر	2008	البيع والشراء عبر نظام المزاد الإلكتروني	في 24 ولاية	الدفع عند الاستيلاء	www.dezsoq.com
Guidini	2009	التحويل الرقمي للشركة الصغيرة والمتوسطة	كل الولايات	البطاقة البنكية Pay pal	https://guidini.com
Epay	2009	سداد الفواتير والخدمات العامة عبر الانترنت	العاصمة ووهران	بطاقة الائتمان Pay pal	https://epay.dz
El mismar	2009	بيع الكتب والأقراص المضغوطة	بعض الولايات	الدفع عند الاستيلاء	https://elmismar.com
Zawali	2010	المنتجات المستعملة والجديدة محلية ودولية	بعض الولايات	Ccp	https://www.zawali.com
Nechri finet	2010	500 منتج من مواد التجميل ومعدات الطبخ والكتب والألعاب...	كل الولايات	Ccp ، الدفع عند الاستيلاء، Paypal	https://nechrifinet.com
Ali Express	2010	طعام، الأجهزة المنزلية كمبيوتر، لوازم الرياضة أدوات التصليح...	كل الولايات	التحويلات البنكية محفظة QIWI بطاقة الائتمان	https://ar.aliexpress.com
Jamalon	2010	متجر إلكتروني للكتب	كل الولايات	Master ، Visa Card Card الدفع عند الاستيلاء	https://jamalon.com/ar
Modanisa	2012	الأزياء، الملابس، أحذية حقائب، اكسسوارات...	كل الولايات	بطاقة الائتمان الدفع عند الاستيلاء، Pay pal	https://www.modanisa.com
Jumia	2013	ملابس، أحذية، عطور	كل	الدفع عند الاستيلاء	https://www.jumia.com

الفصل الثالث: دراسة تحليلية لواقع استخدام تكنولوجيا المعلومات في تفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب

		الولايات	هواتف، أدوات تجميل...		
https://batolis.com	الدفع عند الاستيلاء Visa Card، البطاقة البنكية	كل الولايات	مختلف المنتجات	2015	Batolis
https://dzboom.com	الدفع عند الاستيلاء Visa Card، البطاقة البنكية	كل الولايات شحن مجاني*	كل مستلزمات النساء	2015	Dz Boom
https://algeriemarket.com	الدفع عند الاستيلاء	بعض الولايات	الكتب والمنتجات الثقافية وغيرها	2016	Algerie market
https://foorshop.com	الدفع عند الاستيلاء	معظم الولايات	منتجات الأزياء والموضة	2016	Foorshop
https://haylla.com	الدفع عند الاستيلاء	كل الولايات	الملابس، الأحذية، الأدوات الكهرومنزلية...	2016	Haylla
https://vendita.com	الدفع عند الاستيلاء، بطاقة الائتمان	بعض الولايات	تكنولوجيا المعلومات الإلكترونيات وغيرها...	2017	Vendita
https://wassilni.com	الدفع عند التوصيل Visa Card	العاصمة	طلب سيارة أجرة بسائق في العاصمة	2017	تطبيق وصلني
https://www.resto356.com	عند الأكل	العاصمة	حجز طاولات في مختلف المطاعم	2017	Resto 356
https://baridinet.poste.dz	البطاقة الذهبية، ccp، filyx، الدفع عند الاستيلاء	كل الولايات	تحويل الأموال بدون بطاقة ذهبية	2018	Baridi Mob
https://www.eshop.com	البطاقة البنكية CIB	كل الولايات	المنتجات الترفيهية الرقمية والتكنولوجية	2018	Eshop
https://hanot.com	الدفع عند الاستيلاء	كل الولايات	المواد الغذائية، الحبوب الأدوات المدرسية...	2020	Hanot.com
www.mdinjdida.com	الدفع عند الاستيلاء	كل الولايات	الملابس، الأحذية، الأجهزة الإلكترونية...	2021	Mdinjdida

* توجد العديد من الشركات في الجزائر، ومن أبرزها نجد: شركة رهوان، شركة بارساي، شركة DHL، شركة Fedex، شركة MyUS، شركة USaddress، شركة UPS، شركة Borderlinx، شركة Stackry...

الفصل الثالث: دراسة تحليلية لواقع استخدام تكنولوجيا المعلومات في تفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب

www.amazon.com	الدفع عند الاستيلاء، التحويلات البنكية، بطاقة الائتمان	كل الولايات	كل أنواع المنتجات	2022	Amazon
https://m.shein.com	الدفع عند الاستيلاء، بطاقة الائتمان، Pay Pal	بعض الولايات	كل أنواع المنتجات	2023	Shein
.https://www.ar.global namshi.com	الدفع عند الاستيلاء	بعض الولايات	ملابس، أزياء أحذية...	/	Namshi
www.boysandgirlsffashion. com	الدفع عند الاستيلاء، البطاقة البنكية، Pay Pal	كل الولايات	ملابس الأطفال للجنسين الأحذية، الإكسسوارات...	/	Boys and Gerls fashion
https://dlalaonline.com	الدفع عند الاستيلاء، البطاقة البنكية، Pay Pal	كل الولايات	موقع الإعلانات للبيع والشراء	/	Dlala Online
https://www.vitamedz.co m	الدفع عند الاستيلاء، البطاقة البنكية، Pay Pal	كل الولايات	الإعلانات المتخصصة في البيع والشراء	/	Vitamedz

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مجموعة المواقع الإلكترونية المذكورة.

ويتبين من خلال الجدول أعلاه أن الجزائر قد عرفت عددا كبيرا من المواقع والمنصات الإلكترونية الناجحة خلال الفترة الممتدة من 2006 إلى 2023، كما نلاحظ من خلال نفس الجدول وجود تنوع في الخدمات والمنتجات التي تقدمها هذه المواقع، فتكون هذه الأخيرة إما متخصصة في منتجات متنوعة مثل موقع Ouedkniss، أو موقع Nechri finet، أو موقع Ali Express، أو Amazon...، أو تكون متخصصة في مجال معين كمجال الأزياء أو الإلكترونيات مثلا، ومن هذه المواقع نجد موقع Jamalon، أو موقع Dz Boom، أو موقع Vendita...، كما يمكن أن تكون هذه المواقع تقدم خدمات معينة مثل دفع الفواتير وحجز المطاعم...، ومن بينها نجد موقع Epay، وتطبيق وصلني، وتطبيق Resto 356، ومنصة Baridi Mob...

أما المواقع الإعلان، فيتم فيها إجراء المعاملات الإلكترونية بين المواطنين أنفسهم، أو بين المواطنين والمتاجر الإلكترونية، ويكون ذلك عن طريق الهاتف من أجل توفير عدة خدمات مثل بيع أو شراء المنتجات، وبيع أو شراء العقارات...، ومن بين هذه المواقع نجد موقع Ouedkniss، وموقع Dirlaffaire، وموقع Dlala Online...

ويعود هذا التطور الذي تشهده الجزائر في مجال المواقع التجارية الإلكترونية بالأساس إلى إضفاء الطابع الديمقراطي للهواتف الذكية والانترنت، وتمكين هذه الخدمات من الوصول إلى كل فئات المجتمع الجزائري، لذلك تساهم هذه الطرق التكنولوجية الحديثة في تسهيل عمليات البيع والشراء، والتقليل من جهد ووقت وتكلفة المستهلك في الحصول عليها.

وكما سبق أن اطلعنا في الفصل الثاني من الدراسة على أنواع التجارة الإلكترونية ومقارنتها مع الجدول رقم (32) نلاحظ أن الجزائر تتجه نحو استخدام صورتين أساسيتين من صور معاملات التجارة الإلكترونية وهما المعاملات التي تتم بين المؤسسات والمستهلك "B2C"، والمعاملات التي تتم بين المؤسسات "B2B".

وقد أكدت على هذه الملاحظة الدراسات التي قام بها بعض الباحثين في مجال التجارة الإلكترونية، والتي أثبتت كثرة استخدام النوع الأول من التجارة الإلكترونية - B2C - من خلال الدراسة الحديثة المعنونة بـ "ويب ديالنا"، والتي أجريت سنة 2009 من طرف مؤسستي "Idea Tic" و "med@com" اللتان تعملان في مجال البحث والتحليل والاستقصاء حول التسويق عبر الانترنت، وتعتبر هذه الدراسة هي الأولى من نوعها في هذا المجال، حيث توصلت إلى أن 75% من مستخدمي الانترنت الذين أجريت عليهم الدراسة يعتبرون أن المعاملات التي تتم بين المؤسسة والمستهلك أداة مهمة جدا لا يمكن الاستغناء عنها، ولم تعد الخدمات المقدمة للزبون أو المستهلك تقف على شبكة الانترنت فقط، بل أصبحت العديد من المؤسسات والمواقع الجزائرية تقوم بتوصيل طلباتهم إلى عنوان المتعامل بأسرع وقت ممكن، ومن بين هذه المواقع نجد موقع Echirli، وموقع Dz Boom وغيرهما.

في حين بينت الدراسة التي قام بها أحد الباحثين في مركز البحوث في الاقتصاد التطبيقي لتنمية التكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أن الجزائر تعتمد على معاملات التجارة الإلكترونية بين المؤسسات -B2B- أكثر من اعتمادها على صور المعاملات الأخرى، وقد شملت هذه الدراسة 550 مؤسسة سنة 2010. وتوصلت نتائجها إلى أنه على الرغم من أن هذه التكنولوجيا تختصر استخدامها على اقتناء وسائل الإعلام الآلي بدلا من استغلالها في التطبيقات التجارية، إلا أن إدراك المؤسسات الجزائرية لأهمية التكنولوجيا الحديثة قد زاد بشكل كبير، ويظهر ذلك

خاصة في زيادة ونمو معدل استغلاله حتى ولو كان بخطوات بطيئة وثقيلة¹

ثانيا: مواقع ومنصات التجارة الإلكترونية في المغرب

تعرف المغرب انتشارا كبيرا في استعمال الانترنت خاصة عند فئة الشباب الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بكثرة، لذلك ظهرت العديد من المواقع والمنصات الالكترونية التي تعتبر بمثابة متاجر الكترونية يقوم من خلالها الأفراد بالتسوق إلكترونيا عبر الانترنت، الأمر الذي يعتبر ايجابيا خاصة بالنسبة للمنتجات التي يتعذر الحصول عليها بسهولة. فهذه المواقع تتيح للمستهلك البحث عن السلع والخدمات التي يريدتها بأقل جهد وأسرع وقت ممكن، لذلك نجد أن المواقع الالكترونية في المغرب تشهد تطورا كبيرا خاصة بعد زيادة عمليات الشراء عام بعد آخر، خصوصا وأن هذه المواقع تضع الوصف الكامل والدقيق للمنتجات التي تعرضها بالشكل الذي يقربها للمستهلك.

ويمكن تحديد أهم المواقع والمنصات الالكترونية المتخصصة في ممارسة التجارة الالكترونية في المغرب في الجدول الآتي:

¹ زهرة بورحلة، الحاج بن زيدان، "التجارة الإلكترونية طريق جديد لتحقيق النمو الاقتصادي في الجزائر - رؤية تحليلية"، مجلة الدراسات الاقتصادية، العدد: 01، الجزائر: مركز البصيرة للبحوث والاستشارات والخدمات التعليمية، جوان 2021، ص: 371.

الجدول رقم (45): أكثر المواقع والمنصات الإلكترونية المتداولة في المغرب

الموقع الإلكتروني	طرق الدفع	مكان توجيه المبيعات	مجال البيع	سنة الإنشاء	الموقع
https://www.Bonprix.ma	البطاقة البنكية، الدفع المباشر وعند ccp، الاستيلاء	كل المحافظات	المنتجات التكنولوجية المتطورة	1993	Bestmark
https://luxor.resorts.com	البطاقة الائتمانية، فيزا كارد	كل المحافظات	الألبسة النسائية، ألعاب الأطفال، اكسسوارات...	2009	Luxor
https://www.hmizate.ma	الدفع المباشر، فيزا كارد، paypal	بعض المحافظات	توفير الأكلات المشهورة في المغرب، الحجز في الفنادق	2011	Hmizat
https://www.hmall.ma	الدفع عند الاستيلاء	كل المحافظات	المفروشات، الأجهزة الكهربائية، أدوات المطبخ، الملابس...	2012	Hmall
https://www.ma.ar	Paypal، الدفع المباشر، فيزا كارد	بعض المحافظات	العطور، مواد التجميل الملابس، المجوهرات...	2012	Ubuy
https://www.vendo.ma	الدفع عند الاستيلاء	كل المحافظات	المواد الغذائية، مواد التجميل، اكسسوارات...	2012	Vendo
https://www.marocomol.com	الدفع عند الاستيلاء	كل المحافظات	المنتجات الكهربائية المنزلية الملابس، مواد التجميل	2012	Marocomol
https://www.groupon.com	Paypal، البطاقة الائتمانية	كل المحافظات	خدمات حجز الفنادق حجز تذاكر الطيران...	2012	Groupon
https://www.jumia.com	الدفع عند الاستيلاء، الشحن المجاني*	بعض المحافظات	الأزياء، مواد التجميل، ومنتجات أخرى....	2013	Jumia
https://lesmarques.ma	الدفع عند الاستيلاء، البطاقة الائتمانية والشحن المجاني	كل المحافظات	الملابس، الألبسة الرياضية، اكسسوارات النساء والرجال...	2014	Les marques
https://www.soldmaroc.ma	الدفع عند الاستيلاء، البطاقة الائتمانية	كل المحافظات	الكتب، الملابس النسائية والرجالية...	2014	shoppeos

* من أهم شركات الشحن الموجودة بالمغرب نجد شركة أرامكس؛ شركة جلوبيكس؛ شركة أمانة

الفصل الثالث: دراسة تحليلية لواقع استخدام تكنولوجيا المعلومات في تفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب

https://www.kamyu.ma	الدفع عند الاستيلاء	كل المحافظات	المنتجات الإلكترونية أجهزة كهربائية، عطور، ملابس...	2015	Kamyu
https://www.mda.gov.ma	الدفع عند الاستيلاء	كل المحافظات	بيع السلع المتعلقة بديكورات المنازل	2016	Tribaliste
https://www.noon.com	Paypal، الدفع عند الاستيلاء	كل المحافظات	الأدوات الكهربائية أدوات المطبخ، العطور أدوات التجميل...	2016	Noon
https://www.aliexpress.com	الدفع عند الاستيلاء، فيزا كارد، ماستر كارد	كل المحافظات	الألعاب، مواد التجميل الملابس، الساعات...	2016	Aliexpress
www.Epicerieverte.ma	الدفع عند الاستيلاء، البطاقة البنكية	كل المحافظات	المنتجات التقليدية، مواد التجميل، المنتجات الإيكولوجية	2019	Epicerie verte
https://www.la-rose.ma	الدفع عند الاستيلاء بطاقة الائتمان والشحن مجاني	كل المحافظات	الأزياء الحديثة، حقائب اكسسوارات، ملابس...	2019	La rose
https://saligon.com	الدفع عند الاستيلاء، بطاقة الائتمان، البطاقة البنكية	كل المحافظات	منتجات صيدلانية، أدوات منزلية، منتجات تكنولوجية، ملابس...	2020	Saligon
www.chicintemporel.mda.gov.ma	الدفع عند الاستيلاء	كل المحافظات	أثاث المنزل، مستحضرات التجميل...	2020	Chic intemporel
https://www.ecwid.com	الدفع عند الاستيلاء البطاقة البنكية، بطاقة الائتمان	كل المحافظات	ملابس النساء والرجال والأطفال	2020	Ecwid
https://marocbonprix.com	الدفع عند الاستيلاء	كل المحافظات	الأجهزة الإلكترونية، الأثاث المفروشات، العطور...	2020	Maroc Bon Prix
https://electrochoix.ma	Paypal، الدفع عند الاستيلاء، البطاقة البنكية	كل المحافظات	الأجهزة الإلكترونية بكل أنواعها	2021	Electro Choix
https://www.amawon.ae	الدفع عند الاستيلاء بطاقة الائتمان	كل المحافظات	إلكترونيات، ملابس، مستلزمات المنازل...	2022	Amazon

الفصل الثالث: دراسة تحليلية لواقع استخدام تكنولوجيا المعلومات في تفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب

https://www.crenova.ma	الدفع عند الاستلام، Paypal، ماستر كارد، فيزا كارد	كل المحافظات	الإلكترونيات، اكسسوارات الموبايل والكمبيوتر	2022	Crenova
https://www.shein.com	الدفع عند الاستلام البطاقة البنكية	كل المحافظات	ملابس، أحذية، اكسسوارات	2022	Shein
mda.gov.ma	الدفع عند الاستلام	كل المحافظات	كل المنتجات المحلية المغربية	/	ماي تيندي
mda.gov.ma	الدفع عند الاستلام والشحن مجاني	كل المحافظات	المجوهرات والحلي	/	goldin
https://www.Boutika.com	الدفع عند الاستلام	كل المحافظات	الهواتف، ألعاب، أدوات صيدلانية، كمبيوترات...	/	Boutika

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مجموعة المواقع الإلكترونية المذكورة.

وما يمكن ملاحظته من خلال الجدولين رقم (32) و (33) هو عدم اقتصار الجزائر والمغرب على استخدام المواقع الإلكترونية الوطنية فقط، بل التوجه أيضا نحو استخدام المواقع الأجنبية أيضا في معاملتهما التجارية، وبين الجدول رقم (33) أن المغرب هي الأكثر استخداما لهذه المواقع مقارنة بالجزائر، حيث أنها تستخدم موقع Ubuy، وموقع Noon، وموقع Aliexpress، إضافة إلى موقع Amazon و Shein. في حين أن الجزائر تستخدم موقع Aliexpress و Amazon و Shein فقط وهذا راجع إلى اهتمام المغرب بالسياحة بشكل أكبر خاصة مؤخرا، مما جعلها تزيد من استخدام هذه المواقع، والسماح لمواطنيها باستخدام العديد من منصات الدفع الإلكترونية التي تعتبر محظورة في الجزائر مثل منصة paypal الأمر الذي جعلها تتجه أكثر نحو استخدام المواقع الأجنبية مقارنة بالجزائر.

ونلاحظ أيضا أن المواقع الإلكترونية المغربية تعتبر أقدم بكثير من المواقع الجزائرية في مجال التجارة الإلكترونية، وهذا راجع إلى أن الحكومة المغربية قد بدأت بسن القوانين والتشريعات الداعمة للتجارة الإلكترونية بداية من مطلع التسعينات، عكس الجزائر التي تأخرت نوعا ما في إصدارها. إضافة إلى زيادة اهتمام المغرب بالصناعات التقليدية جعلها تتجه إلى مزج متاجرها التقليدية مع المتاجر الإلكترونية في وقت مبكر، وحاولت من خلالها إيصال ثقافتها وتقاليدها إلى كل فئات المجتمع المغربي وإلى المجتمع العربي المجاور، وحتى إلى العالم بأكمله عبر استخدام هذه المواقع، عكس الجزائر التي لم تستثمر كثيرا

في مجال صناعتها التقليدية ولم تقم بتقديمها الكترونيا عبر شبكة الانترنت مثل ما قامت به المغرب.

ونلاحظ أيضا من خلال الجدولين السابقين أن أغلب المواقع الإلكترونية الجزائرية والمغربية توجه خدماتها إلى فئة النساء بشكل أكبر، لذلك نجد أن مجالات بيعها تتجه بشكل كبير إلى تقديم مستحضرات التجميل والملابس والعطور والأزياء والمنتجات المنزلية من مواد التنظيف وديكورات ووسائل كهرومنزلية... وهذا لإرضاء لرغبات واحتياجات النساء العازبات والمتزوجات. والسبب في ذلك راجع إلى أن النساء هم الفئة الأكثر تسوقا والأكثر تأثرا بالاقتناء من هذه المواقع مقارنة بفئات المجتمع الأخرى.

فيما يخص مكان توجيه المبيعات عبر المواقع التجارية الإلكترونية، نجد أن الجزائر والمغرب قد نجحا في تعميم تقديم خدماتهما التجارية الإلكترونية إلى أغلب المناطق المتواجدة في ترابهما الوطني، وعلى الرغم من اتساع مساحة الجزائر وبعد ولاياتها عن بعضها البعض مقارنة بالمغرب، إلا أنها تقوم بتوجيه أغلب مبيعات مواقعها الإلكترونية إلى كل هذه الولايات، وتسهر على إيصال المنتجات المطلوبة بكل أمان وسرعة للمستهلك. وهذا يعتبر أمرا في غاية الإيجابية بالنسبة لها.

أما فيما يتعلق بطرق الدفع التي تعتمد عليها الدولتان في معاملاتها التجارية الإلكترونية، نجد أن كليهما قد وفرا عدة طرق ممكنة للدفع، ولكن كانت أغلبها تقوم على الدفع عند الاستلام، ويرجع ذلك إلى خوف المستهلكين في كل من الجزائر والمغرب من الدفع المسبق للثمن، خاصة وأنهم لم يستلموا المنتج بعد كما أن وجود نسبة كبيرة من فئات المجتمع التي لا تمتلك حسابا بنكيًا سوف يعرقل من عمليات الدفع الإلكتروني في هذه المتاجر الإلكترونية، ويجلبهم غير قادرين على امتلاك بطاقات إلكترونية تابعة للبنوك المصدرة لها الأمر الذي دفع التجار والمتعاملين إلى توفير خدمة الدفع عند الاستلام ومحاولة تعميمها في معظم المتاجر الإلكترونية، إلى جانب إتاحة طرق الدفع الأخرى، وترك الحرية الكاملة للزبون أو المستهلك في اختيار وسيلة الدفع المناسبة له.

وحتى يتم تطوير مجالي تكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب بشكل أكبر لابد من تحديد العوائق والعقبات التي يمكن أن تواجهها الدولتين في هذا المجال، وبالتالي البحث عن الأساليب والآليات التي يمكن اقتراحها من أجل الاستفادة من التقنيات التكنولوجية لزيادة فعالية التجارة الإلكترونية في البلدين. وهذا ما سيتم التعرف عليه في المبحث الموالي.

المبحث الرابع: آفاق تطوير التجارة الإلكترونية باستخدام تكنولوجيا المعلومات في الجزائر والمغرب

تبذل كل من الجزائر والمغرب الكثير من الجهود لتطوير قطاعي تكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية بشكل دائم ومستمر، لذلك قامت الدولتان بإصدار العديد من المشاريع والبرامج الوطنية والدولية من أجل توسيع استخدام المعاملات التجارية للأفراد والمؤسسات عبر الانترنت، إلا أن ذلك لم يحقق لهما المستوى العالي من النجاح، نظرا لما يعيشه البلدين من عراقيل وتحديات مختلفة تشمل كل جوانب عمليات تكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية.

لذلك سنقوم من خلال هذا المبحث التعرف على أهم البرامج والمشاريع التي أصدرتها الجزائر والمغرب في المجال التجاري الإلكتروني، إضافة إلى إبراز أهم العراقيل والعوائق التي تحد من نجاح استخدام التقنيات التكنولوجية المتطورة من أجل تفعيل المعاملات التجارية الرقمية، والخروج بالحلول والآليات التي يمكن للدولتين إتباعها لزيادة نجاح وتفعيل القطاع التكنولوجي والتجاري على المدى القريب والبعيد.

المطلب الأول: البرامج الجزائرية والمغربية المستخدمة لتعزيز دور تكنولوجيا المعلومات في تفعيل التجارة الإلكترونية

من أجل توظيف تكنولوجيا المعلومات في تطوير التجارة الإلكترونية واستغلالها بشكل فعال، عملت الجزائر والمغرب على استحداث العديد من البرامج والمشاريع الإجرائية والتدبيرية لتطوير هذا النوع من التجارة وتوظيفها في الحياة الاقتصادية للمجتمعين الجزائري والمغربي، ويمكن تحديد هذه البرامج على النحو الآتي:

أولاً: البرامج الجزائرية لتعزيز دور تكنولوجيا المعلومات في تفعيل التجارة الإلكترونية

لقد قامت الجزائر بوضع إستراتيجية وطنية شاملة لتطوير قطاع التجارة الإلكترونية وتفعيله باستخدام تكنولوجيا المعلومات، لذلك أصدرت مجموعة من المشاريع والبرامج التي شملت مختلف القطاعات ويمكن تحديد محاور هذه الإستراتيجية في المشاريع الآتية:

1. مشروع الجزائر الإلكترونية:

يتمحور مشروع الجزائر الإلكترونية لسنة 2013 حول بناء مجتمع المعرفة، من خلال عصنة قطاع الإدارة المحلية وتعميم استخدامها في المجال التجاري ومجال العدالة والتعليم...، وذلك بهدف تحسين الخدمة العمومية المقدمة للمواطنين. ويركز هذا المشروع على ثلاثة محاور رئيسية وهي:

- تسريع استخدام تقنية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الإدارات العمومية وفي الشركات؛
- تمكين المواطنين من الاستفادة بشكل أفضل من شبكات تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وذلك من خلال تطوير الآليات والإجراءات التحفيزية الكفيلة بذلك؛
- العمل على تطوير القطاع الاقتصادي، وذلك من خلال بناء اقتصاد رقمي قائم على تامين الكفاءات العلمية والتقنية المحلية¹

ويعتمد مشروع الجزائر الإلكترونية على استخدام التكنولوجيا الحديثة في الحياة اليومية للمواطن الجزائري، وهو ما يتطلب وجود بنية تحتية قادرة على بناء حكومة إلكترونية قوية، وقد قامت الجزائر بتكوين اللجنة الإلكترونية تحت إشراف رئيس الحكومة من أجل تنفيذ هذا المشروع، والتي قامت بتجسيد مجموعة من العمليات في الواقع من أجل تفعيل إستراتيجية الجزائر الإلكترونية، حيث يمكن تحديد هذه العمليات على النحو الآتي:

- تنصيب شبكة حكومية داخلية، وهي عبارة عن شبكة تشمل وسائل الاتصال الحديثة على مستوى الحكومات العالمية؛
- استحداث برنامج على مستوى الوظيفة العمومية ومصلحة الموارد البشرية؛
- إنشاء مواقع إلكترونية للدوائر الحكومية مثل: إدارة الضرائب ووزارة الصحة...؛
- وضع نظام وطني لوزارة الداخلية والجماعات المحلية يمكنها من إصدار بطاقة تعريف بيومترية وجواز السفر بيومتري.

وكل هذه الخطوات عكست الرغبة الفعلية للجزائر في إنجاح هذا المشروع وجعله واقعا ملموسا، إلا أنها واجهت العديد من المعوقات التي حالت دون تقدمه، والتي تمثلت في محدودية سرعة تدفق الانترنت

¹ عبد القادر بلعربي، نسيمه مجاهد لعرج، فاطمة الزهراء مغير، "تحديات التحول إلى الحوكمة الإلكترونية في الجزائر"، المؤتمر الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية، الجزائر: المركز الجامعي خميس مليانة، 13-14 مارس 2012، ص: 05.

في الجزائر؛ إضافة إلى انتشار الأمية الإلكترونية في مختلف المجالات نتيجة لنقص الوعي الجماهيري للتقنيات التكنولوجية؛ وقصور الجانب التشريعي في مجال المعاملات الإلكترونية؛ وعدم توفر الكوادر البشرية الكفئة المتخصصة في هذا المجال...¹

2. مشروع الحظائر الإلكترونية:

في إطار برنامج الجزائر الإلكترونية، قامت الدولة بإطلاق إستراتيجية وطنية تدعم وتطور الحظائر التكنولوجية، تم من خلالها إنشاء عدة حاضنات عبر الوطن، وعلى رأسها الحاضنة التكنولوجية بسيدي عبد الله 2010، إضافة إلى حاضنة ورقلة 2012، وحاضنة التكنولوجيا بوهان 2013، وحاضنة جامعة باتنة 2013. تهدف هذه الحاضنات إلى تقديم الدعم للمشاريع الإبداعية في ميدان تكنولوجيا المعلومات والاتصال، ويكون ذلك من خلال إبرام الاتفاقيات مع الوكالة الوطنية للحظائر التكنولوجية والمؤسسات التابعة لها، ويمكن تحديد أهم هذه الحظائر على نحو الآتي:

- **حاضنة سيدي عبد الله:** تقع هذه الحاضنة بمدينة سيدي عبد الله في الجزائر العاصمة على بعد 200 متر من مبنى "سيرتيك"، حيث أنها تملك مبنى ذكي بهندسة معمارية متطورة تبلغ مساحته 9800 متر مربع، وتم إنشاء هذه الحاضنة في 06 جانفي 2009، في حين انطلق نشاطها الفعلي مع بداية 2010 تحت وصاية وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال.

تقوم وكالة الحاضنة باستقبال حاملي المشاريع المبدعة في مجال تكنولوجيا المعلومات والمؤسسات الناشئة الراغبة في تطوير خدماتها، وتم من خلالها إنشاء 18 مؤسسة ناشئة في بداية إنشائها مباشرة ولا يزال عددها يتضاعف في الوقت الراهن، وبالتالي فهي تقوم بتكوين أصحاب مؤسسات المستقبل. وقد رافقت حاضنة سيدي عبد الله أكثر من 350 حامل مشاريع في المقاولاتية، ونجحت في إطلاق 50 مؤسسة صغيرة تعمل حاليا في السوق الجزائرية، في الوقت الذي دعمت فيه حاضنة وهران 24 حامل مشروع سنة 2018²

- **الحاضنات الجامعية:** تعد حاضنة المشاريع بجامعة الحاج لخضر باتنة أول حاضنة تكنولوجية تم

¹ سيد أحمد مسيدري، خديجة سعدي، "مشروع الجزائر الإلكترونية: واقع وتحديات"، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، العدد: 04، الجزائر: جامعة البليدة 02، ديسمبر 2013، ص: 281، 282.

² فاطمة الزهراء بارة، "مساهمة حاضنات الأعمال في تنمية وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة - دراسة حالة الحاضنة التكنولوجية بسيدي عبد الله"، مجلة حوليات، العدد: 31، الجزائر: جامعة الجزائر 02، جوان 2018، ص: 603.

إنشائها داخل الجامعات الجزائرية، حيث تأسست في بداية ماي 2013 استنادا للاتفاقية المبرمة بين الوكالة الوطنية لترقية وتطوير الحظائر التكنولوجية بسيدي عبد الله وبين المديرية العامة للبحث العلمي بوزارة التعليم العالي والبحث العلمي. وشملت الدفعة الأولى من حاملي المشاريع في هذه الحاضنة 11 جامعي تحت إشراف 06 مديرين متخصصين، حيث أن هذه المشاريع تشمل مجالات مختلفة منها البيولوجيا والإعلام الآلي والاقتصاد.

وبهذا الصدد منح وزير التعليم العالي والبحث العلمي الدكتور "الطيب بوزيد" اعتماد حاضنة جديدة في جامعة محمد بوضياف المسيلة في ماي 2019، ويكون ذلك من خلال تخصيص هيكل يتم فيه تجميع نتائج البحث والتنمية التكنولوجية تحت إشراف المديرية العامة للبحث العلمي والتطوير التكنولوجي كما وكشف الوزير عن تنصيب مركز لدعم التكنولوجيا والابتكار من خلال اتفاق المعهد الوطني للملكية الصناعية بهدف مراقبة حاملي المشاريع من الأساتذة والطلبة، وتمكينه من الحصول على براءة الاختراع المسجلة بالشراكة مع جامعة المسيلة¹

3. مشروع أسرتك:

من أجل تقريب تكنولوجيا المعلومات من المواطن وتكوين مجتمع معلومات قوي والاستفادة من خدمات الإدارة الإلكترونية والتعليم الإلكتروني والتجارة الإلكترونية والبنوك الإلكترونية، قامت وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال بإطلاق مشروع "أسرتك" في 22 أكتوبر 2005، والذي يهدف إلى بيع 6000.000 جهاز كمبيوتر لتغطية طلبات كل العائلات الجزائرية، ومن أجل تنفيذ ذلك قامت الجزائر بتكليف 06 متعاملين لتوفير الأجهزة وهم: KLC، Sakoni، Kourty، Soline، Alfatron E Epad، ويتم تمويل المشروع من خلال إشراف عدة بنوك ومؤسسات تأمين لمدة 10 سنوات وهي: Société Générale، BNA، BEA، BDL، CPA، Cash Assurance، SAA، CAAT، Algérie، Poste، Cetelem.

يقوم مشروع "أسرتك" بتقديم قروض للعائلات ذات الدخل الضعيف لمدة تتراوح من 12 إلى 36 شهر لشراء أجهزة كمبيوتر ثابتة تتراوح قيمتهم بين 73,000 و 47,000 دينار جزائري مع ضمان ثلاث سنوات، وأجهزة الكمبيوتر المحمول التي تتراوح قيمتهم بين 73,000 و 88,000 دينار جزائري مع

¹ علاء الدين بوضياف، زبير محمد، "دور حاضنات الأعمال التكنولوجية في دعم المؤسسات الناشئة بالجزائر"، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، العدد: 01، الجزائر: جامعة المركز الجامعي تيسمسيلت، مارس 2020، ص: 96.

ضمان سنتين، إضافة إلى تقديم خدمة ربط الجهاز بالانترنت مقابل 1000 دينار جزائري شهريا.

إلا أن الدراسات التي أجريت في هذا المجال أثبتت أن هذه الأسعار لا توافق إلا مع 2% من العائلات الجزائرية فقط، وأغلب هذه العائلات تفضل شراء أجهزة الكمبيوتر نقدا بأسعار أقل من التي يقدمها البنك، كما أوضحت هذه الدراسات أن 70.8% من العائلات تقوم بشراء أجهزة الكمبيوتر من أجل إرضاء أطفالهم فقط، وليس من أجل الاستفادة منها في مجال الخدمات الإلكترونية.

ولقد أثبتت الإحصائيات عدم نجاح هذا المشروع، حيث تم تسجيل سوى 50,000 كمبيوتر فقط أي تحقيق 1% فقط من هدف المشروع، ويرجع سبب فشله إلى سوء إدارة العملية وانعدام عملية التحكم فيها مجملا، الأمر الذي أدى إلى عدم اهتمام العائلات الجزائرية به، ولم تتعدى نسبة امتلاكهم للأجهزة الموصولة بشبكة الانترنت بـ 2.5% فقط من مجمل العائلات المتوفرة على جهاز الكمبيوتر لوحده¹

4. مشروع السجل التجاري الإلكتروني:

في إطار تبني مشروع برنامج الحكومة الإلكترونية الذي قدمته منظمة التنمية والتعاون الاقتصادي لكل الدول في إطار ما يسمى ببرنامج الحكومة الإلكترونية، قامت الجزائر بإصدار مشروع السجل التجاري الإلكتروني من خلال اتفاقية التعاون بين وزارة التجارة ووزارة البريد والتكنولوجيا الاتصال في 26 جانفي 2011.

يهدف مشروع السجل التجاري الإلكتروني إلى تأسيس علاقات تجارية إلكترونية من الحكومة إلى الحكومة، ومن الحكومة إلى المواطنين، ومن رجال الأعمال إلى الموردين، وهذا من أجل التحول من إدارة المواطنين إلى خدمة المواطنين. كما يهدف أيضا إلى تعديل سلامة مستخرجات السجل التجاري من أي تزوير أو ممارسة احتيالية، إضافة إلى عصنة عملية مراقبة النشاطات التجارية باستعمال الوسائل التكنولوجية المتنقلة.

ومن أجل تجسيد هذا المشروع، تم إعطاء إشارة الإطلاق الرسمي للمرحلة النموذجية للمشروع على مستوى الجزائر العاصمة في 16 مارس 2014، وتتمثل وظيفة السجل التجاري الإلكتروني بتحديد الصفة القانونية للتاجر، لذا يجب على هذا الأخير القيد فيه حتى يكون له حجة قانونية تثبت صفته، إضافة إلى

¹ فارس قريني، "واقع البنية التحتية لقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بالجزائر"، مجلة إيليزا للبحوث والدراسات، العدد: 01، الجزائر: المركز الجامعي إيليزي، جوان 2019، ص: 60، ص: 61.

أنه يمكن الدولة من معرفة عدد المؤسسات التجارية بكل أنواعها المتواجدة في كل التراب الوطني، كما أنه يساهم في الضبط المستمر لقائمة الأنشطة الاقتصادية الخاضعة للقيد في السجل التجاري، فضلا عن أنه يعتبر وسيلة لمعرفة كل ما يتعلق بالتاجر والمحل

كما قام مركز السجل التجاري بإصدار بطاقة دفع إلكترونية من أجل إعطاء دفعة قوية لنظام الدفع الإلكتروني وتطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر، وتسمى هذه البطاقة بـ "Sijil.com"، وهي بطاقة صالحة لمدة غير محدودة وقابلة للتعبئة حسب 03 أنواع وهي: 500، 1000، 5000 دينار جزائري حسب طلب الزبون، حيث أنه بمجرد تعبئتها يصبح صاحبها قادرا على استخدامها في خدمات الشراء عبر الانترنت حسب الرصيد المتاح لديه. وتتميز هذه البطاقة بأنها مأمنة وسهلة الاستعمال ومتاحة للبيع في جميع مراكز السجل التجاري لكل الولايات¹

5. بوابة الدفع الإلكتروني للضرائب:

لقد قامت المديرية العامة للضرائب بإبرام اتفاقية مع بنك الجزائر الخارجي، من أجل إطلاق بوابة إلكترونية جديدة أطلق عليها تسمية "مساهمة.تك"، بهدف توسيع القاعدة الضريبية وتحسين العلاقة بين الإدارة ودافعي الضرائب (المواطنين)، فضلا عن استفادة الفاعلين الاقتصاديين من الإجراءات المبسطة في هذا المجال.

تساهم هذه البوابة الإلكترونية في تسهيل إجراءات الوفاء بالالتزامات الجبائية لدفع الضرائب، من خلال السماح لهم بإمكانية تسديد ثمنها على شبكة الانترنت، كما أنها تمكن الحاملين لبطاقة CIB والبطاقة الذهبية من استخدامها في دفع قيمة ضرائبهم عبر البوابة، ويكون ذلك من خلال الدخول إلى الفضاء المخصص لاستعمال هذين النوعين من البطاقات على "مساهمة.تك"، ويرجع سبب إمكانية استخدامها إلى وجود شراكة بين البوابة وبين بنك الجزائر الخليجي وشركة SATIM وتجمع النقد الآلي²

¹ سامية حساين، "القيد في السجل التجاري الرقمي أحد بنوك وإنجازات الحكومة الإلكترونية في الجزائر"، مجلة إدارة، العدد: 44، الجزائر: المدرسة الوطنية للإدارة- حيدرة الجزائر"، جوان 2019، ص: 65، ص: 72.

² النهار أونلاين، "دفع الضرائب عبر الانترنت عبر بوابة- مساهمة.تك"، نقلا عن: <https://www.ennaharonline.com>، 16:15، 2024/01/11.

6. تجربة شركة طيران الجزائر:

لقد أصبحت شركة طيران الجزائر تقوم بعرض خدماتها على شبكة الانترنت من خلال تقديم خدمة التذكرة الإلكترونية، وتعتبر هذه التجربة خطوة مهمة وإيجابية في مجال التجارة الإلكترونية في الجزائر حيث يقوم المسافر بحجز التذكرة الإلكترونية من خلال الدخول إلى موقع الشركة أو تسجيل الدخول بالبريد الإلكتروني، ثم اختيار طريقة الدفع المرغوبة والمتاحة عبر الموقع وهي: البطاقة الزرقاء أو بطاقة فيزا أو ماستر كارد، وبعدها يتم الحصول على التذكرة التي ينبغي طبعها.

تتميز التذكرة الإلكترونية بأنها تخفض من فترة الانتظار في مصالح المطار للتأكد من المعلومات خاصة وأنها تحتوي على كل بيانات الرحلة والزيون، فلا يمكن لأي شخص آخر استخدامها حتى في حالة ضياعها لأنها تحمل خصوصية الشخص الذي قام بشرائها. وقد تم بيع أكثر من 500 تذكرة إلكترونية فور انطلاقها في الشهر الأول من سنة 2008، وهو ما يؤكد نجاحها، ولكنها لا تزال تفتقر إلى تفعيل استخدام البطاقات البنكية الصادرة عن البنوك الجزائرية في الموقع الرسمي للشركة حتى تكون أكثر فعالية¹

وقد أصدرت الشركة بيان أوضحت فيه أن خدمة التسجيل عبر الانترنت تكون متوفرة 24 ساعة وإلى غاية 03 ساعات قبل انطلاق الرحلة، الأمر الذي يساهم في ربح الوقت، كما أنها تسمح لهم باختيار المقاعد المناسبة لهم. إلا أن تأكيد التسجيل إلكترونياً لا زال لا يحل محل بطاقة الركوب التقليدية التي يتوجب على المسافرين سحبها من شبابيك التسجيل يوم الرحلة.

وتستبعد الشركة في خدمة التذكرة الإلكترونية الركاب الذين لديهم وضعيات خاصة مثل الذين يحتاجون مساعدة خاصة كالأطفال غير المرافقين، أو الركاب المعاقين حركياً، أو الركاب المسافرين مع الأطفال الرضع...²

¹ كريمة صراع، بغداد كربالي، "واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة 2000-2018" مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، العدد: 01، الجزائر: جامعة المسيلة، جوان 2019، ص: 221.

² وكالة الأنباء الجزائرية، "الخطوط الجوية الجزائرية تطلق خدمة التسجيل عبر الانترنت للرحلة الدولية"، نقلاً عن: <https://www.aps.dz>، 2024/01/03، 12:13.

ثانيا: البرامج المغربية لتعزيز دور تكنولوجيا المعلومات في تفعيل التجارة الإلكترونية

في إطار توسيع استخدام التجارة الإلكترونية في المغرب، قامت الدولة بوضع عدة خطط وبرامج ومشاريع شملت العديد من القطاعات، والتي يمكن تحديدها على النحو الآتي:

1. إستراتيجية المغرب الرقمي:

لقد بدأ المغرب في التخطيط لمسار المغرب الرقمي منذ بداية الألفية الثانية، وذلك للحد من الفساد ومحاربة البيروقراطية وترشيد الخدمات العمومية وتحسين سيرها. لذلك اعتمدت الدولة على ثلاث مخططات رئيسية وهي: مخطط المغرب الرقمي 2009-2013؛ مخطط المغرب الرقمي 2020؛ إضافة إلى مخطط المغرب الرقمي 2030.

ومع مطلع الألفية الثالثة، بدأت الدولة في اعتماد إطرارات قانونية ومؤسسية للتجديد بالانتقال إلى المغرب الرقمي، وذلك بإنشاء اللجنة الوطنية لمراقبة حماية المعطيات ذات الطابع الشخصي لسنة 2009، والتي تعمل على التأكد من صحة عمليات معالجة المعطيات الشخصية، وأنها تتم بصورة قانونية ولا تمس بالحياة الشخصية للأفراد أو بالحقوق والحريات الأساسية للإنسان.

وفي عام 2017 تم إنشاء وكالة التنمية الرقمية لمراقبة إستراتيجية المغرب في مجال التنمية الرقمية وتشجيع نشر الوسائط الإلكترونية بين المواطنين، والتي تقوم بعدة مهام تهدف إلى هيكلة المنظومة وتعمل على إيجاد فاعلين متميزين في الاقتصاد الرقمي، وتشجع على الإدارة الرقمية عبر تقريبها من المواطنين.

ولقد أعلنت الحكومة المغربية أن الدولة تعمل على تسريع عملية التحول الرقمي فيها، وذلك للتحول من بلد مستهلك للرقمنة إلى بلد منتج لها، ويكون ذلك من خلال الاستثمار في قطاع المؤسسات الناشئة وجعلها قادرة على إنتاج الرقمنة محليا. واستطاعت المغرب تسجيل أكثر من 60 منصة رقمية خاصة بتسيير الخدمات الإدارية، الأمر الذي أدى إلى إيجاد 1.2 مليار وظيفة عمل جديدة في الفترة 1991-2021 في إطار مسار التحول الرقمي في المغرب¹

¹ نوفل الشراوي، "التحول الرقمي في المغرب، تسريع الجاهزية وبطء الإقبال"، نقلا عن: <https://www.independentarabia.com>، 2024/01/08، 10:36.

- أما إستراتيجية المغرب الرقمي 2030، فتهدف إلى تعزيز الاقتصاد الرقمي في المملكة المغربية من خلال وضع إستراتيجية تحول رقمي تهدف إلى:
- الصعود إلى المرتبة 50 عالميا في مجال الخدمات العامة عبر الانترنت، وهذا ما يتطلب منها إجراء تحسين كبير في البنية التحتية التكنولوجية وتوفير الخدمات الرقمية للمواطنين؛
 - إنشاء 300,000 وظيفة في مجال الاستشارات الخارجية، من أجل تعزيز التعاون الدولي في مجال الخدمات الرقمية؛
 - تطوير 3000 شركة ناشئة، من أجل تعزيز الابتكار وتوفير فرص العمل بشكل أكبر؛
 - تطوير الكوادر وتعزيز المهارات في القطاع التكنولوجي، وذلك من خلال تدريب 45,000 المحترف محلي واستقطاب 6000 محترف الدولي في مجال التكنولوجيا سنويا؛
 - تلبية الاحتياجات المتزايدة للبيانات والخدمات الرقمية، وذلك من خلال زيادة ساعات مراكز البيانات من 07 ميغاوات سنة 2022 إلى 40 ميغاوات سنة 2030؛
 - تجهيز 05 ملايين منزل بالألياف البصرية بما يساهم في الاتصالات السريعة الموثوقة للمواطنين والشركات¹

2. مشروع مدينة محمد السادس طنجة تيك:

لقد أعلنت المغرب عن إطلاق مشروع بناء مدينة جديدة متطورة في طنجة أطلق عليها تسمية "مدينة محمد السادس- طنجة. تيك"، وقد كان هذا المشروع نتيجة لاستثمار صيني إجمالي قدره 10 مليارات دولار في فترة ممتدة على 10 سنوات، وقد تم ذلك من خلال توقيع مذكرة تفاهم لإنشائها في 12 ماي 2016 بين وزارة الصناعة والتجارة والاستثمار والاقتصاد الرقمي- وجهة طنجة تطوان الحسيمة- وبين المجموعة الصينية "هيتي".

ويجمع هذا المشروع بين الصناعة والتعمير والبيئة وأنماط النقل البحري والسيار والسككي، حيث سيتم تنفيذه في مساحة إجمالية قدرها 2000 هكتار وفق ثلاثة مراحل أساسية، تتعلق المرحلة الأولى بتخصيص 500 هكتار لتهيئة فضاء سكني ذكي ومنطقة مندمجة للخدمات تضم 10 قطاعات وهي:

¹ مراكش بوست، "المغرب الرقمي 2030: رؤية مستقبلية لتحقيق التقدم الرقمي"، نقلا عن: <https://marrakechpost.com>. 13:07، 2024/12/29.

الطيران؛ السيارات؛ التجارة الإلكترونية؛ الاتصالات؛ الطاقات المتجددة؛ النقل؛ الأجهزة المنزلية؛ الصناعة الدوائية؛ تصنيع المواد والصناعات الغذائية. أما المرحلة الثانية فتتعلق بتهيئة منطقة لوجيستية حرة على مساحة 500 هكتار تشمل العديد من المشاريع المنفتحة على آسيا وأوروبا وإفريقيا. في حين أن المرحلة الثالثة تضم مساحة 1000 هكتار متخصصة لإنشاء منطقة للأعمال تستقطب شركات كبرى متعددة الجنسيات.

ويمكن لهذه المدينة استقبال 300,000 شخص، الأمر الذي سيمكن من تسجيل رقم معاملات سنوي يصل إلى 15 مليار دولار، ومداخل جبائية بقيمة 300 مليون دولار، كما سيحفز على تشغيل 100,000 شخص، وبالموازاة مع ذلك سيتم تكوين 6000 شخص عالي التأهيل سنويا بما يعزز تطوير الابتكارات التكنولوجية¹

3. مشروع التوأمة "حماية المستهلك المغربي":

في إطار الوضع المتقدم للمغرب مع الاتحاد الأوروبي، استقادت الدولة من مشروع التوأمة - حماية المستهلك المغربي-، والذي تم إطلاقه رسميا في ابريل 2015، وقد حصلت عليه وزارة الصناعة والاستثمار والتجارة والاقتصاد الرقمي بتمويل من الاتحاد الأوروبي بما يقدر بـ 10 ملايين درهم. وقد تم تنفيذ هذا المشروع من طرف 03 هيئات رئيسية وهي: المديرية العامة للمنافسة والاستهلاك ومنع الغش (فرنسا)؛ المعهد الوطني للاستهلاك (فرنسا)؛ المجلة البلجيكية للبحث وخبرة منظمات المستهلكين (بلجيكا).

وقد نتج عن هذا المشروع العديد من الإنجازات القانونية والتكوينية والاتصالية، حيث بدأت التبادلات المثمرة للمشروع تظهر بعد سنتين من الشراكة تقريبا، حيث أنه في 2017 تم تسجيل حصيلة تدخل 30 خبير أوروبي خلال 90 بعثة مبرمجة في إطار برنامج التوأمة - حماية المستهلك المغربي. ويمكن تحديد أهم الانجازات الناتجة عن هذا المشروع في النقاط الآتية:

- إعداد مجموعة من النصوص التطبيقية للقانون 31.08 المتعلق بتحديد تدابير حماية المستهلك؛

¹ حاتم البطوي، "المغرب يبني مدينة صناعية ذكية باسم- محمد السادس طنجة.تيك"، نقلا عن: <https://aawsat.com>، 17:08، 2023/12/29.

- وضع خطط مراقبة المجالات ذات الأهمية بالنسبة للمستهلك؛
- تطوير كفاءات مراقبة وزارات الصناعة والاستثمار والتجارة والاقتصاد الرقمي، في مجال التجارة الإلكترونية؛
- تنظيم الدورات لتكوين المراقبين حول مقتضيات القانون 31.08، أين تم تدريب قرابة 400 شخص؛
- دعم جمعيات حماية المستهلك من أجل تعزيز دورها في إعلام وتوجيه المستهلكين؛
- التطوير والتحسين المستمرين لبوابة المستهلك لجعلها مرجعا لحمايته؛
- نشر الكتيبات والمنشورات المتعلقة بكل أمور المستهلك، والتي تمثل النقاط الواجب التحقق منها قبل شراء المنتج، وحقه في التراجع، والشراء عبر الانترنت...؛
- إعداد إستراتيجية وطنية للخمس سنوات المقبلة، من أجل مواصلة العمل بنفس الدينامية التي عرفت في إطار مشروع التوأمة¹

4. برنامج التميز الصيني في التجارة الإلكترونية العابرة للحدود:

لقد أطلق المغرب برنامج التميز الصيني في التجارة الإلكترونية العابرة للحدود، من خلال عقد إتفاقية بين مكتب التكوين المهني وإنعاش الشغل المغربي وبين كلية "تيانجين للتجارة" يوم الجمعة 3 ديسمبر 2021، ويخدم هذا البرنامج متدربي التكوين المهني من خلال تكوينهم ومنحهم شهادات تأهيلية في مجال التجارة الإلكترونية العابرة للحدود.

يهدف هذا البرنامج إلى تطوير التجارة الإلكترونية في المغرب وجعلها مواكبة للتطورات العالمية خاصة وأنها تعتبر من أهم القطاعات التشغيلية المحركة لريادة الأعمال في العالم الرقمي. وبفضل هذا البرنامج أصبح مكتب التكوين المهني وإنعاش الشغل في المغرب يعتمد على شريكه الصيني في الحصول على توفير المعدات السمعية البصرية بقيمة 349,000 دولار أمريكي، من أجل توفير الجو المحفز على التعلم وتطوير الكفاءات.

¹ بوابة المستهلك، "برنامج التوأمة- حماية المستهلك المغربي: نجاح جماعي"، نقلا عن: <https://www.klidmat.ma>، almostahlik.ma، 2024/01/02، 11:17.

وتعتبر هذه الورشة من بين 10 ورشات لوبان للتكوين في التجارة الإلكترونية العابرة للحدود في القارة الإفريقية، المستخدمة لتكوين شباب إفريقيا مهنيًا في هذا المجال، وذلك من خلال تقاسم النماذج البيداغوجية والمعايير المهنية والمعدات التقنية للبرامج التعليمية لدولة الصين مع بعض الدول الإفريقية. ولقد قامت المغرب بتوسيع نطاق هذه الورشة لتشمل القطاعات الأخرى كالقطاع الخاص باعتباره عنصرا أساسيا في عملية إدماج الخريجين المستقبليين من أجل نجاح التجارة الإلكترونية¹

5. برنامج "هاكاثون" لإنشاء مواقع التجارة الإلكترونية:

لقد قامت غرفة التجارة والصناعة والخدمات للدار البيضاء بإطلاق دعوة لمشاركة الطلاب وخريجي المؤسسات المغربية للتعليم العالي إلى إجراء مسابقة "هاكاثون" لإنشاء مواقع التجارة الإلكترونية وتم تنظيم هذه المسابقة من طرف غرفة التجارة والصناعة والخدمات للدار البيضاء، إلى جانب كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية لعين الشق، ومعهد الدراسات الاجتماعية والإعلامية، بالشراكة مع مجموعة التجاري وفا بنك في إطار المنتدى الوطني الأول للمقاولة الرقمية.

حيث تم تحديد آخر موعد لاستلام النماذج الأولية في 14 جوان 2023، وتعتبر هذه المسابقة فرصة مهمة جدا لتطبيق مهارات الطلبة وخريجي الجامعات المغربية في تطوير الويب والتصميم والتسويق وكل مجالات التجارة الإلكترونية. وبالتالي فإن هذا البرنامج يهدف إلى جمع الأفكار الإبداعية لغرض تصميم نماذج مبتكرة لمواقع التجارة الإلكترونية التي تلبي احتياجات السوق الحالي.

وتم إجراء هذه المسابقة في بيئة ديناميكية تعاونية، إلتقى فيها الطلبة والخريجين مع رعاة المشاريع في مجال التجارة الإلكترونية، وتحصلت المشاريع المختارة على فرصة عرض نماذجها أمام لجنة من الخبراء والمتخصصين في ريادة الأعمال الرقمية والصناعة، وذلك يوم 18 جوان 2023²

ما يمكن استنتاجه من خلال ما تم تقديمه حول البرامج الجزائرية المغربية المستخدمة في تطوير التجارة الإلكترونية باستخدام تقنيات تكنولوجيا المعلومات هو قلة عددها، خاصة وأن هذين القطاعين

¹ مكتب التكوين المهني وإنعاش الشغل، "يطلق المكتب برنامج التميز الصيني في التجارة الإلكترونية العابرة للحدود"، نقلا عن: <https://www.ofppt.ma>، 2024/01/05، 23:26.

² المقر المركزي لغرفة التجارة والصناعة والخدمات للدار البيضاء سطات، "غرفة التجارة والصناعة والخدمات تطلق - هاكاثون- لإنشاء مواقع التجارة الإلكترونية"، نقلا عن: <https://casa24.ma>، 2024/01/14، 18:48.

يتطلبان توظيف التقنيات الدقيقة والمتطورة لنجاحهما، وتعتبر أغلب البرامج الجزائرية قديمة زمنيا مقارنة بالمغرب.

كما أن الجزائر قد اعتمدت في مشاريعها على الخبرات الوطنية فقط وهذا غير كافي خاصة وأنها لا تملك بنية تحتية قوية تمكنها من النجاح في مجال التجارة الإلكترونية في الوقت الراهن، وهذا ما أدى إلى فشل مشروع "أسرتك" بسبب سوء إدارتها، على غرار المغرب الذي كانت أغلب مشاريعه وبرامجه بشراكة مع الشركات الصينية والأجنبية للاستفادة من خبراتها المتطورة في هذا المجال.

ونفس الشيء بالنسبة لفترة المشروع، فكل المشاريع الجزائرية لم يتم فيها تحديد الأجل الزمني على المدى البعيد لتحقيق الأهداف المسطرة في مشاريعها، عكس البرامج المغربية التي كانت تحمل بعدا زمنيا مستقبليا، ويتضح ذلك جليا من خلال إستراتيجية المغرب الرقمي. ومع ذلك لا تزال المغرب والجزائر تعانيان من العراقيل والتحديات التي تحد من نجاح توظيف تقنيات تكنولوجيا المعلومات في التجارة الإلكترونية. لذلك سنقوم بتحديد هذه العراقيل في المطلب الموالي.

المطلب الثاني: العراقيل التي تحول دون الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات في تفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب

تواجه الجزائر والمغرب عراقيل متشابهة في العديد من المحطات التي تحول دون نجاح التجارة الإلكترونية في كلتا الدولتين، إلا أنه هناك اختلاف بسيط بينهما نتيجة لاختلاف مستوى التقدم في تكنولوجيا المعلومات، وقد أثبتت المؤشرات والإحصائيات المسجلة في الدولتين ذلك، حيث تعتبر المغرب أكثر تقدما من الجزائر في هذه الشأن وتشمل هذه العراقيل الجوانب التشريعية والتقنية والتنظيمية والحكومية والمؤسسية والثقافية وغيرها، ويمكن تحديدها على النحو الآتي:

- تأخر المنظومة التشريعية للتجارة الإلكترونية خاصة في الجزائر، الأمر الذي أدى إلى محدودية انتشارها ووقوعها في مواجهة منافسة الشركات الأجنبية الحديثة والمتطورة؛
- وجود نقص في النصوص التشريعية الجزائرية والمغربية الصريحة والواضحة، التي تضبط المعاملات الرقمية للتجارة الإلكترونية بشكل مباشر؛

الفصل الثالث: دراسة تحليلية لواقع استخدام تكنولوجيا المعلومات في تفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب

- عدم توفر البنية التحتية الكافية للأعمال الإلكترونية في الجزائر والمغرب، حيث لا توجد بيئة مناسبة لممارسة هذه الأعمال، وتعرف الجزائر نقص أكبر من المغرب في هذا المجال؛
- ضعف البنية التحتية للخدمات المالية في الجزائر والمغرب، الأمر الذي يحد من نجاح الأعمال الإلكترونية عبر الانترنت؛
- ضعف البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات خاصة في الجزائر، وهذا راجع إلى نوعية وعدد الخدمات التي يقدمها الهاتف النقال والانترنت¹
- قلة تدفق سرعة الانترنت في الجزائر مقارنة بالمغرب؛
- ارتفاع تكلفة الاستفادة من الانترنت في الجزائر والمغرب، مما يشكل عائقا أمام استخدامها عند فئة كبيرة من الأفراد؛
- نقص الكفاءات والإطارات البشرية المتحركة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال المتضمنة على البيانات والمعلومات الشخصية الخاصة بالأفراد والمؤسسات، الأمر الذي ينعكس سلبا على المستهلك في إطار ممارسة المعاملات التجارية من حيث الإشهار والجودة والتنافسية العالمية للمؤسسة التجارية الجزائرية والمغربية على المستوى المحلي؛
- فشل بعض البرامج والخطط الجزائرية والمغربية المعتمدة لتدعيم استخدام الانترنت مثل مشروع "أسرتك" الجزائري؛
- عدم الاهتمام بالأمن والحماية والخصوصية للتجارة الإلكترونية؛
- عدم توفر الثقة لدى المستهلكين الجزائري والمغربي في القيام بعمليات المعاملات التجارية عبر الانترنت؛
- فشل الحكومة الجزائرية والمغربية في حل العديد من القضايا المتعلقة بالسياسات التنظيمية والعامّة للتجارة الإلكترونية كالضرائب؛

¹ فريد كورتل، "التجارة الإلكترونية في الوطن العربي.. واقع سيبقى أم موجة ستنتهي؟"، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد: 03، الجزائر: جامعة خميس مليانة، ماي 2011، ص: 96، 97.

- عدم وجود منهجية واضحة لتقييم وقياس فوائد التجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب؛
- عدم انتظام أنماط الشراء لدى العديد من المستهلكين الجزائريين والمغربيين؛
- صعوبة التعامل في مجال التجارة الإلكترونية وتكنولوجيا المعلومات في الكثير من الأحيان، وذلك نتيجة لتعدد المقاييس المعيارية التي تطبقها مختلف الدول بهذا الشأن¹
- إن انعدام التنظيم وسوء إدارة المشاريع في إطار المعاملات التجارية الإلكترونية، يؤدي إلى عدم تنفيذ المشاريع المبرمجة في الآجال المحددة رغم تخصيص مبالغ مالية ضخمة لذلك، مثل ما حدث مع الجزائر في مشروع "أسرتك"؛
- تبني الحكومة الجزائرية والمغربية للسياسات التي لا تتناسب مع بنية التجارة الإلكترونية، مما يجعلها أقل كفاءة وأعلى تكلفة؛
- عجز الاستراتيجيات الحكومية في الجزائر والمغرب على دعم المشاريع التجارية الوطنية عبر الانترنت للمنافسة مع نظيرتها العالمية؛
- سيطرة الأنظمة البيروقراطية على عمليات التصدير والاستيراد التي تتخذ فترة طويلة لإتمام العمليات الجمركية، إضافة إلى القيود التي تفرضها الدولتين على الصادرات والواردات مثل التراخيص ونظام الحصص، فكل هذه الإجراءات تمثل تحديا أمام التجارة الإلكترونية الجزائرية والمغربية؛
- السياسة الجزائرية والمغربية في احتكار مجال خدمة الانترنت، وعدم فتح فرصة أمام متعاملين آخرين مما أدى إلى ارتفاع تكلفتها²
- محدودية الدعم الحكومي الجزائري والمغربي المشجع على استخدام تقنيات تكنولوجيا المعلومات في القيام بمعاملات التجارة الإلكترونية؛

¹ حياة حسين، "دراسة تقييمية للتجارة الإلكترونية"، مجلة آفاق العلوم، العدد: 01، الجزائر: جامعة زيان عاشور الجلفة، مارس 2022، ص: 559، ص: 560.

² نعيمة يحيوي، مريم يوسف، "التجارة الإلكترونية وأثرها على اقتصاديات الأعمال العربية"، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد: 06، الجزائر: جامعة قاصدي مرباح ورقلة، جوان 2017، ص: 189.

- النقص في عدد شركات الشحن الجزائرية والمغربية التي تقوم بعمليات الشحن والتوصيل بعد الشراء؛
- النقص في عدد الباعة والمشتريين الإلكترونيا مقارنة بعدد التجار والمستهلكين في الأسواق التقليدية ومقارنة بعدد السكان الموجود في الجزائر والمغرب؛
- وجود نقص كبير في عدد المواقع التي تقوم بتجميع ونشر قوائم السلع والخدمات التي تنتجها الشركات الجزائرية والمغربية عبر الانترنت؛
- افتقار المؤسسات الجزائرية والمغربية إلى قابلية التحول الجذري من مؤسسات تقليدية إلى مؤسسات إلكترونية ناجحة؛
- عدم استيعاب المؤسسات الجزائرية والمغربية لمفهوم الأعمال الإلكترونية الجديد؛
- صعوبة الوصول إلى قاعدة تمويل كبيرة لبدء مشاريع التجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب، خاصة وأن هذا النوع من التجارة يتطلب الكثير من النفقات من أجل توطين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وإنشاء منصة للتجارة الإلكترونية على الانترنت، تكون مواكبة للتطورات التكنولوجية المتسارعة في هذا المجال¹
- ضعف الخبرات والمساعدات الفنية لتحويل الأعمال التجارية التقليدية إلى أعمال إلكترونية؛
- محدودية حجم التجارة الإلكترونية سواء بين الشركات نفسها أو بينها وبين مورديها أو بينها وبين المستهلكين، لذلك نجد أن العديد من المتاجر الإلكترونية تستخدم الانترنت في عروض منتجاتها وخدماتها، إلا أن طرق الدفع فيها لا تكون إلكترونية أو العكس؛
- قصور أسواق رأس المال في الجزائر والمغرب لدعم مشروعات التجارة الإلكترونية؛
- نقص اهتمام المؤسسات الاقتصادية الجزائرية والمغربية بتقنيات التجارة الحديثة، التي يمكن أن تفتح لهم آفاق اقتصادية جديدة واسعة؛

¹ نور الدين مزهود، ياسين مقدم، "واقع عقود التجارة الإلكترونية في الجزائر"، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، العدد: 02، الجزائر: جامعة مسيلة، جوان 2022، ص: 35.

- عدم وضوح الرؤية المستقبلية للتسويق الإلكتروني لدى مدراء الشركات الجزائرية والمغربية¹
- المخاطر المتعلقة بالبطاقات البنكية للسحب والدفع، والتي يمكن تحديدها على النحو الآتي :
 - ✓ إساءة استعمال بطاقة الدفع الإلكتروني من حامل البطاقة، مثل استعمال البطاقة بعد نهاية صلاحيتها رغم إلغاء البنك لها؛
 - ✓ إساءة استعمال بطاقة الدفع الإلكتروني من الغير، مثل سرقتها أو سرقة الرقم السري لها؛
 - ✓ تلاعب التاجر في بطاقة الدفع الإلكتروني، كقبوله بطاقات مزورة من العملاء؛
 - ✓ تلاعب موظفي البنك المصدر للبطاقة بالاتفاق مع حامل البطاقة أو مع التاجر كالسماح بتجاوز الحد القانوني للسحب من البطاقة؛
 - ✓ اختراق أرقام البطاقات واستخدامها في المعاملات غير المشروعة؛
 - ✓ التعامل مع مواقع وهمية تتلقى طلبات المعاملات الخاصة بالتجارة الإلكترونية، والتي يتم فيها استخدام البطاقة البنكية للدفع، وهذا ما يؤدي إلى الحصول على المعلومات الشخصية والسرية المتضمنة للبطاقة؛
- ✓ إمكانية تعرض بطاقة الدفع الإلكتروني إلى التزوير²
- النقص في أجهزة الدفع الإلكتروني TPE لدى أغلب التجار خاصة في الجزائر؛
- زيادة الاعتماد على استخدام أجهزة الصراف الآلي في عمليات السحب، وتجنب استخدام وسائل الدفع الإلكتروني نظرا لعدم ثقة المستهلك فيها؛
- عدم كفاءة نظم المتابعة في عملية الدفع الإلكتروني، خاصة التقصير في القيام بالصيانة الطارئة أو الدورية التي تتطلبها الوظائف الأساسية لوسائل الدفع الإلكتروني، كعدم دقة تدوين المدفوعات أو عجزها عن نقل وحدات النقد الإلكتروني إلى التاجر المقصود، ونقلها بالخطأ إلى شخص آخر. وهذا ما يترتب عنه خسارة الأرصدة النقدية المخزنة على البطاقة؛
- صعوبة الرقابة على جريمة غسيل الأموال نتيجة استخدام النقود الإلكترونية، حيث أن هذه الأخيرة لا

¹ عابد بن عابد العبدلي، "التجارة الإلكترونية في الدول الإسلامية"، المؤتمر العلمي الثالث حول الاقتصاد الإسلامي، المملكة العربية السعودية: جامعة أم القرى، 05 مارس 2019، ص: 47.

² أحمد عبد الله العوضي، "العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية"، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد: 06، الجزائر: جامعة قسنطينة 2، جوان 2010، ص: 172، 173.

تتطلب ضرورة ظهور الهوية الحقيقية للمتعاملين، مما يساهم في زيادة حالات التهريب الضريبي ويصعب على الجهات المكلفة بتحصيل الضرائب على مراقبة الصفقات التي تتم عبر شبكة الانترنت باستخدام النقود الإلكترونية¹

- التأثير بثقافات وقيم وعادات المجتمعات الأخرى، نتيجة الانفتاح الذي تفرضه التجارة الإلكترونية، مما يؤدي إلى انحلال ثقافة الأفراد في المجتمعين الجزائري والمغربي؛

- إن معظم المواقع الإلكترونية في مجال التجارة الإلكترونية تكون باللغة الانجليزية أو الفرنسية، مما يجعل الأفراد ذوي الثقافة المحدودة غير قادرين على استخدام هذه المواقع واقتصار استخدامها على الطبقة المثقفة فقط؛

- ضعف المستوى المعيشي للأفراد في المغرب والجزائر، الأمر الذي يجعلهم غير قادرين على امتلاك أجهزة كمبيوتر والهواتف الذكية، ويحد من قدرتهم على استخدام الانترنت والاستفادة منها في المعاملات التجارية²

- افتقار المواقع الجزائرية والمغربية إلى الخصائص الفنية التي تضفي عليها الجاذبية وتجعل العملاء يقدمون على استخدامها؛

- ارتفاع تكلفة إنشاء المواقع الإلكترونية في الشبكات العالمية، لأنها تعتمد على وجود المحترفين للقيام بإدارتها وصيانتها لضمان نجاحها، مما يحمل هذا النوع من التجارة نفقات إضافية؛

- صعوبة الحفاظ على ولاء الزبون في التجارة الإلكترونية، خاصة وأنه يعتبر أهم عنصر للحفاظ على استمرارية المنتج وتواصل الطلب عليه، وخاصة وأن التجارة الإلكترونية تفتح للزبون المجال أمام الأسواق المحلية والعالمية المتنافسة³

¹ كاملة بوعكة، "النظام القانوني لوسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر"، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، العدد: 01، الجزائر: جامعة المسيلة، جوان 2022، ص: 24، 25.

² عبود زرفين، شوقي جباري، "تعزيز دور التجارة الإلكترونية في تنمية الاقتصاديات العربية"، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد: 02، الجزائر: جامعة خميس مليانة، جانفي 2010، ص: 146.

³ علي خلف سلمان الركابي، "التجارة الإلكترونية وواقع استخدامها على المستوى العربي"، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد: 02، الجزائر: جامعة خميس مليانة، جانفي 2010، ص: 21.

المطلب الثالث: سبل توسيع استخدام تقنيات تكنولوجيا المعلومات في تفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب

يمكن للجزائر والمغرب تجاوز العراقيل سابقة الذكر، حتى تتمكنان من توسيع استخدام تكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية في الحياة الاقتصادية للدولتين، هما ملزمتان على إتباع التدابير والإجراءات الآتية:

- عمل الحكومة الجزائرية والمغربية على تعزيز الإطار التشريعي لمواكبة التطورات الحاصلة على المستوى التعاملات الإلكترونية، حيث أن نمو أنشطة التجارة الإلكترونية يستلزم وجود قوانين خاصة بحماية الملكية الفردية، وقوانين متعلقة بالتوقيع الإلكتروني وسرية البيانات ومكافحة الجريمة الإلكترونية؛
- مشاركة الحكومة وقطاعات الأعمال والمستهلكين -باعتبارهم أطراف العملية التجارية الإلكترونية- في بناء مناخ تشريعي وقانوني يخدم مقتضيات التجارة الإلكترونية ويحافظ على مصالح أفرادها؛
- سن القوانين والتشريعات التي تضمن حماية الملكية الفردية للأشخاص والشركات، خاصة أن التجارة الإلكترونية في تطور مستمر لأنها ترتبط بالتطورات المتلاحقة للتكنولوجيا الحديثة؛
- وضع إطار قانوني وتنظيمي لكل الجوانب المتعلقة بمجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومجال التجارة الإلكترونية؛
- تحتاج الجزائر والمغرب إلى القيام باستثمارات ضخمة في حقل الانترنت حتى يتم تهيئة البنية التحتية لتكون قادرة على تحمل أعباء ومخاطر الأعمال الإلكترونية؛
- ينبغي إنشاء بنية مناسبة للخدمات المالية، تكون قادرة على توفير نفقات المعاملات الإلكترونية للتجارة الإلكترونية وإدارة مشاريعها بكل نجاح؛
- العمل على تطوير البنية التحتية للاتصال، وذلك من خلال تطوير الخدمات الهاتفية وخدمات الانترنت في الجزائر والمغرب، بالشكل الذي يسمح بزيادة انتشار استخدام التجارة الإلكترونية لدى الأفراد والمؤسسات؛

- تشجيع الاستثمار في صناعة تكنولوجيا المعلومات، من خلال توفير بيئة مواتية للاستثمار في قطاع التجارة الإلكترونية وتكنولوجيا المعلومات، سواء عند الشركات المحلية أو من خلال جذب الشركات الأجنبية؛
- إقامة الشراكة بين القطاعين العام والخاص في مجال تنمية وتطوير البنى التحتية للتكنولوجيا المعلومات؛
- توفير البرمجيات والإجراءات المساعدة على الحفاظ على أمن وسلامة المعلومات، لضمان توفير الخدمات الإلكترونية بكل أمان؛
- العمل على نشر خدمات تكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية في المناطق الريفية، وعدم اقتصرها على المدن والمناطق الحضرية فقط؛
- تكثيف البرامج والخطط التي توفرها الدولة لزيادة اعتماد التجارة الإلكترونية وتكنولوجيا المعلومات والاتصال؛
- إبرام اتفاقيات مع شركات عالمية للرفع من سرعة تدفق الانترنت، الأمر الذي يساعد على تطوير بنيتها التحتية؛
- إعداد الكوادر البشرية الكفئة والقادرة على تطوير التكنولوجيا المعلومات والتحكم فيها من خلال استخدام البرامج والتطبيقات الفعالة لتأمين المواقع، وحماية البيانات والمعلومات الشخصية من عمليات القرصنة؛
- تتطلب التجارة الإلكترونية توفير بيئة تتسم بالأمن والحماية والخصوصية العالية؛
- العمل على زيادة ثقة الأفراد والمؤسسات في اعتماد المعاملات الإلكترونية بدون تردد، ودون أي خوف أو شك، ويكون ذلك من خلال النشر المستمر للتجارب الناجحة في هذا المجال؛
- وضع السياسات التنظيمية اللازمة لمباشرة عمل التجارة الإلكترونية، وتوفير البيئة المحافضة على تطويرها؛

الفصل الثالث: دراسة تحليلية لواقع استخدام تكنولوجيا المعلومات في تفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب

- العمل على وضع مؤشرات ومعايير موحدة وواضحة يسهل من خلالها قياس مستوى التجارة الإلكترونية ونسبة الفوائد المحققة منها؛
- تعديل أنماط الشراء عند المستهلكين، وذلك من خلال زيادة البرامج التوعوية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية التي تثير اهتمامهم وتحسن من أنماط تسوقهم؛
- العمل على توحيد المقاييس المعيارية المستخدمة في مجال التجارة الإلكترونية، حتى تكون عملية التقييم دقيقة فيما بعد؛
- التقليل من تدخل الحكومة في الأنشطة التجارية، ومنح الفرص للمؤسسات التجارية لاستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة التي تحفزهم على الانطلاق في التنمية والاستثمار؛
- حرص الحكومة على تشجيع قدرات وطاقات مؤسسات الأعمال على تطوير الخدمات المقدمة للمستهلك بالشكل الذي يجعلها تدخل في تنافس عالمي مع منتجات أخرى، خاصة وأن القطاع الخاص يمتلك الآليات والميكانيزمات التي تتماشى مع متطلبات التجارة الإلكترونية؛
- إصرار الحكومتين على مباشرة إدارة البنى التحتية التجارية مثل الموانئ التجارية البرية والبحرية؛
- ضرورة تبني السياسات والاستراتيجيات الحكومية التي تتماشى مع طبيعة التجارة الإلكترونية وتقنيات تكنولوجيا المعلومات؛
- تشجيع الحكومة على دعم المشاريع التجارية عبر شبكة الانترنت، ورفعها إلى المستوى الذي يزيد من منافستها مع المشاريع المتطورة على المستوى العالمي؛
- التخلص من القيود البيروقراطية في إجراء معاملات التجارة الإلكترونية وتبادل السلع والمنتجات بالشكل الذي يزيد من سرعتها وكفاءتها، وبالتالي تصبح أكثر تماشياً مع متطلبات التجارة الإلكترونية؛
- ضرورة الرفع من المستوى المعيشي للأفراد حتى تصبح الفئة المالكة للأجهزة الإلكترونية المزودة بشبكة الانترنت واسعة، وتكون الاستفادة من المعاملات التجارية الإلكترونية أعلى؛
- إعطاء المتعاملين فرصة التدخل في تسيير مجال خدمة الانترنت، وعدم احتكارها على الدولة وحدها؛

الفصل الثالث: دراسة تحليلية لواقع استخدام تكنولوجيا المعلومات في تفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب

- عمل الحكومة الجزائرية والمغربية على إنشاء المزيد من المؤسسات والهيئات الرسمية، التي تقوم بتنظيم مجال تكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية وفقا للتشريعات والقوانين السارية؛
- دعم المؤسسات التجارية على التحول نحو المعاملات التجارية الإلكترونية، والاعتماد على الوسائط الإلكترونية في إبرام صفقاتها التجارية؛
- زيادة الدعم الحكومي لتشجيع المؤسسات التجارية على تبني التجارة الإلكترونية؛
- العمل على زيادة عدد شركات الشحن والتوصيل داخل الدولتين أو خارجهما؛
- تسهيل إجراءات نقل الملكية الفكرية بأقل التكاليف الممكنة؛
- الحرص على زيادة انتشار التجارة الإلكترونية، من خلال زيادة عدد الباعة والمشتريين على الانترنت؛
- إنشاء مواقع وبوابات إلكترونية تتولى مهمة نشر السلع والخدمات الخاصة بالشركات الجزائرية والمغربية في مختلف المجالات، بالشكل الذي يسهل على الزبون والمستهلك الوصول إليها بأقل وقت وجهد وتكلفة ممكنة؛
- بدء المشاريع المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، وذلك من خلال توفير طرق التمويل السهلة والكافية لتجهيز البنية التحتية اللازمة لنجاحها؛
- إتاحة الفرصة المتكافئة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الاستفادة من الإمكانيات التي توفرها التجارة الإلكترونية لقطاعات العمل المختلفة، خاصة وأنها تحتاج إلى الدعم والاهتمام للتمكن من استخدام هذه التقنيات الحديثة بالشكل الذي يساهم في التطور الاقتصادي للدول؛
- إقناع المؤسسات بأهمية وفائدة التجارة عبر الانترنت من خلال توعيتها؛
- وضع استراتيجيات مرحلية للتحول إلى التجارة الإلكترونية على المدى البعيد؛
- العمل على تقديم المساعدات الفنية والخبرات التجارية للمؤسسات الجزائرية والمغربية ومساعدتها على التحول إلى العمل الإلكتروني، وذلك من خلال الاستفادة من الخبراء الأجانب في هذا المجال، وزيادة الدورات التكوينية قدر المستطاع حتى يتم الوصول إلى درجات مقبولة في مجال التجارة الإلكتروني؛

- الحرص على توفير كل متطلبات التجارة الإلكترونية في المؤسسات والمتاجر الإلكترونية، والتأكد من أنها توفر كل الخدمات الرقمية في معاملاتها التجارية، من عرض للمنتجات وطرق الدفع الإلكتروني وشحنها إلى الزبون؛
- تشجيع المؤسسات على اقتحام الأسواق الإلكترونية وعرض منتجاتها لتحقيق التنافسية مع باقي دول العالم، ويكون ذلك من خلال تكفل الدولة بتقديم الدعم لها لتحقيق ذلك؛
- القيام بتحويلات جذرية في مجال التقاليد المصرفية وإعطاء صورة صادقة عن الخدمات الإلكترونية لكسب ثقة العميل، خاصة في الجزائر التي تشهد تأخرا في صياغة الاستراتيجيات المناسبة لبناء مجتمع المعرفة؛
- العمل على فرض إجراءات صارمة على استخدام بطاقات الدفع الإلكتروني، سواء بالنسبة للتاجر أو البنك أو حامل البطاقة نفسه حتى لا يتم إساءة استخدامها؛
- ضرورة اتجاه الجزائر إلى إصدار المزيد من البطاقات البنكية للقيام بعملية الدفع الإلكتروني وتنويعها لتشمل لمختلف فئات المجتمع مثل ما قامت به المغرب، وفي الوقت نفسه لابد للمغرب من إصدار بطاقات غير بنكية للقيام بعمليات الدفع الإلكتروني وعدم التركيز على البطاقات البنكية فقط مثل ما قامت به الجزائر في إصدارها للبطاقات البريدية؛
- زيادة وعي المستهلك باستخدام وسائل الدفع الإلكتروني وإزالة تخوفه منها وزيادة ثقته في استخدامها من خلال إثبات وجود نظام آمن وسليم لاستخدام هذه الوسائل؛
- الصيانة الدورية لأنظمة عمل وسائل الدفع الإلكتروني، وذلك لضمان منع وجود أي عطل أو قصور في أداء وظائفها الأساسية، وعدم هدر وقت وجهد وتكلفة إصلاحها فيما بعد؛
- حماية وسائل الدفع الإلكتروني من كل أنواع التزوير، وذلك بفرض الأنظمة الرقابية الصارمة والقوانين الجزرية المفصلة لتحقيق ذلك؛
- وضع نظام إلكتروني يكون قادر على كشف هوية المتعاملين بالنقود الإلكترونية، ويستطيع مراقبة العمليات المالية التي تتم باستخدامها تجنباً لجرائم غسيل الأموال؛

الفصل الثالث: دراسة تحليلية لواقع استخدام تكنولوجيا المعلومات في تفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب

- تطوير وسائل الدفع الإلكتروني وتعميم استخدامها في مختلف المرافق العمومية والمجالات التجارية المتنوعة؛
- العمل على تطوير المهارات الفنية للأفراد في تصميم المواقع الإلكترونية حتى تكون أكثر جاذبية للزبائن أو العملاء؛
- ضرورة التخفيض من نفقات إنشاء المواقع الإلكترونية وإدارة وصيانتها، وذلك من خلال تكوين الأفراد للقيام بذلك محليا، وعدم الاعتماد على المحترفين لتجنب النفقات الإضافية؛
- التركيز على تطوير مواقع الشركات العربية على الانترنت وجعلها أكثر ديناميكية وأكثر قدرة على إنجاز العمليات التجارية والتسويقية بشكل فعال؛
- الانفتاح الهائل الذي تنتجه وسائل الاتصال الحديثة المرتبطة بالتجارة الإلكترونية يجعل الأفراد في تعامل دائم مع عادات وتقاليد تختلف عن المبادئ والثقافة السائدة في مجتمعاتهم خاصة في الدول العربية كالجزائر والمغرب، الأمر الذي يتطلب ضرورة الحفاظ على مبادئهم وقيمهم وعدم انحلال ثقافتهم نتيجة التأثير بثقافة المجتمعات الأخرى؛
- حماية المجتمع الجزائري والمغربي من التعرض إلى الاختراقات الإلكترونية، وذلك لتحقيق مستوى عالي من السرية والخصوصية للقيام بمعاملات التجارة الإلكترونية؛
- القضاء على الأمية وتوسيع الطبقة المثقفة في المجتمعات الجزائرية والمغربية، والتشجيع على تعلم اللغات المختلفة في المواقع الإلكترونية لإتمام معاملاتها التجارية بكل سهولة وبدون أي مشاكل وعدم الاختصار على اللغة الأم لوحدها؛
- ضرورة مراعاة العوائق الثقافية والعادات والتقاليد والقيم، بحيث لا تكون عائق أمام استخدام المواقع التجارية؛
- تطوير برمجيات تمكن من ترجمة النصوص الموجودة في مواقع ومنصات التجارة الإلكترونية إلى لغات يفهمها العملاء بكل سهولة؛
- ضرورة استخدام برمجيات خاصة للحفاظ على سرية وخصوصية التعاملات التجارية للأفراد؛

خلاصة الفصل:

من خلال تحليلنا لواقع استخدام تكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب من أجل إبراز الدور الذي تؤديه هذه التكنولوجيا في المجال التجاري، تظهر رغبة الدولتين في تطوير هذين القطاعين، جعلتهما يقدمان العديد من الإسهامات القانونية والمؤسسية قدر المستطاع. حيث أن محاولة الجزائر والمغرب في وضع ترسانة قانونية مضبوطة للحد من الجرائم الإلكترونية من خلال تنظيم كل ما يتعلق بالعقد الإلكتروني والتوقيع الإلكتروني والمستهلك الإلكتروني ووسائل الدفع الإلكترونية، كانت متأخرة - خاصة الجزائر - مقارنة مع التطور المستمر الذي يشهده هذين القطاعين، كما تعرف هذه التشريعات العديد من الثغرات والنقائص القانونية سواء ما يتعلق بتحديد مفهوم هذه العمليات الإلكترونية أو ما يتعلق بالإجراءات والشروط القانونية المفروضة على ممارستها.

أما سعي الجزائر والمغرب في الإشراف على تطوير قطاع تكنولوجيا المعلومات ليكون أكثر تماشياً مع متطلبات التجارة الإلكترونية، من خلال استحداث المؤسسات والهيئات الوطنية المتكفلة بتقنين مجالات الاتصال والبريد والبنوك وغيرها، كانت جد محدودة في عددها وفي الصلاحيات الممنوحة لها للقيام بمهامها، ويتضح ذلك من خلال قصورها على القيام بالرقابة الناجعة على القطاعين بدليل أن نسبة الجرائم الإلكترونية لا تزال مرتفعة في الدولتين.

كما أن رغبة الدولتين في امتلاك بنية تحتية متطورة لتوفير الخدمات الاتصالية في التجارة الإلكترونية، جعلت كل من الجزائر والمغرب تحاول تطوير شبكات الانترنت والهاتف النقال والثابت لتكون أكثر مساهمة في تطوير النشاط التجاري إلكترونيًا، إلا أنهما لا يزالان يشهدان فجوة رقمية وضعف في هذه الخدمات مقارنة مع ما توصلت إليه الدول الخليجية ودول العالم المتقدمة. في حين تم التوصل إلى أن وسائل الدفع الإلكتروني التي تعتمد عليها الجزائر والمغرب في مجال التجارة الإلكترونية كانت متنوعة

في الدولتين، غير أن المغرب كان أكثر استخداما لهذه الوسائل مقارنة بالجزائر التي مازالت تتشبث بالوسائل التقليدية للشراء ولا يزال البلدين بحاجة إلى تطوير هذه الوسائل لتشمل كل المواقع والمنصات والمؤسسات لكامل ترابهما الوطني.

فضلا على أن الجهود التي تبذلها الجزائر والمغرب في توسيع آفاق دور التقنيات التكنولوجية في مجال التجارة الإلكترونية من خلال العديد من المشاريع الوطنية والدولية، كانت الجزائر أقل انفتاحا على الاستفادة من الخبرات والتجارب الأجنبية الناجحة في هذا المجال مقارنة بالمغرب. إلا أن الدولتين لا يزال عليهما قطع أشواط كبيرة لمواكبة التطورات التي يعيشها العالم اليوم. كل هذه المعطيات جعلت الدولتين تعانين العديد من العقبات التشريعية والتقنية والحكومية والاجتماعية والثقافية، التي أوجبت علينا البحث عن الأساليب والحلول التي يمكن للدولتين اتخاذها من مواجهة هذه التحديات وتجاوزها حسب الإمكانيات المتاحة فيهما.

الخاتمة

تم التطرق ضمن هذه الدراسة إلى موضوع مهم جدا من المواضيع التي تفرض نفسها بقوة في الحقبة الأخيرة من القرن العشرين وبداية القرن الحادي والعشرين، وهو موضوع تكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية، حيث تم تخصيص هذه الدراسة لإجراء مقارنة بين الواقع الجزائري والمغربي في هذين المجالين، باعتبارهما من بين الدول التي تمتلك تجربة حديثة تحيطها الكثير من المخاطر والمعوقات في هذا المجال.

وقد تبين من خلال هذه الدراسة أن الدور الذي تؤديه تكنولوجيا المعلومات في تفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب لا يزال محدودا خاصة في الجزائر، وذلك راجع إلى محدودية امتلاكها للبنى التحتية المطلوبة لتطوير هذين القطاعين، وقد توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى النتائج الآتية:

- تعتبر تكنولوجيا المعلومات عاملا أساسيا لتبني التجارة الإلكترونية، حيث يعتمد انتشارها على توفير الخدمات الاتصالية والتقنية التي تقدمها أجهزة الحاسوب والهاتف الثابت والمحمول؛

- يرتبط انتشار التجارة الإلكترونية ارتباطا وثيقا بانتشار استخدام الانترنت للقيام بالمعاملات التجارية؛

- فيما يتعلق بما تم ملاحظته من خلال إجراء المقارنة بين الدولتين، وما تم تقديمه من معلومات نظرية حول تكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية في الفصلين الأول والثاني. فإنه تم التوصل إلى أن الجزائر والمغرب تستخدمان كل المكونات التي تتطلبها تكنولوجيا المعلومات، والمتمثلة في أجهزة الكمبيوتر والبرمجيات، وشبكات الاتصال، وقواعد البيانات؛ والموارد البشرية (الأفراد) بنسب متفاوتة؛

- تقوم الجزائر والمغرب باستخدام عددا محدودا من أنواع التجارة الإلكترونية التي تم تحديدها في الفصل الثاني من الدراسة، حيث تكفي الدولتين باستخدام التجارة الإلكترونية C2C، وB2C، ووجود غياب للأنواع B2B، وC2G، وP2P. وهذا يدل على ضيق مجال ممارسة هذا النوع من التجارة؛

- ما يتعلق بوسائل الدفع الإلكتروني التي تعتمد عليها الجزائر والمغرب في ممارسة التجارة الإلكترونية، تبين أنها محدودة جدا مقارنة مع التصنيفات التي قدمناها لها في الفصل الثاني من الدراسة، حيث أن الدولتين تركزان على استخدام البطاقات البنكية والبريدية والحوالات الإلكترونية والهاتف النقّال فقط، وإهمال النقود الإلكترونية والبطاقات الذكية والمحافظ الإلكترونية والشيك الإلكتروني والانترنت المصرفي للدفع؛

- من خلال تحليل الإطار التشريعي لتكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية في الجزائر والمغرب، تم

التوصل إلى أن المغرب تعتبر أقدم من الجزائر في إصدارها للتشريعات المنظمة لهذا المجال، إلا أنهما لا يزالان يعانيان من وجود تشتت في النصوص القانونية المنظمة لهذين المجالين، الأمر الذي يتطلب منهما العمل على تنظيم هذه النصوص في إطار قانوني واحد؛

- لقد عكس التشريعين الجزائري والمغربي المنظمين للعقد الإلكتروني، إمكانية استيعاب القواعد العامة للتعبير عن إرادة المتعاقدين عبر الوسيط الإلكتروني، إلا أنها تبقى مبادرة غير كافية لتنظيم وتأطير المعاملات الإلكترونية بسبب الخصوصيات والتعقيدات التي يفرضها هذا النوع من العقد. وهو ما يتطلب ضرورة تعديل القانون المدني الجزائري والمغربي لإدراج أحكام قانونية تضم كل مراحل العقد؛

- أما فيما يتعلق بالنصوص القانونية الخاصة بالمستهلك الإلكتروني، فإن المغرب تعتبر أكثر حماية له من خلال تفعيل حقه في العدول في العديد من النصوص القانونية، عكس التشريع الجزائري الذي أشار إليها في عدد قليل جدا من المواد القانونية. وهذا ما يتطلب منها إعادة النظر في هذه القوانين؛

- على الرغم من الاجتهادات القانونية الجزائرية والمغربية لتسهيل المعاملات التجارية الإلكترونية عبر الانترنت، إلا أن الجرائم الإلكترونية في الجزائر والمغرب تشهدان ارتفاع مستمر سنة بعد سنة. وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على قصور هذه التشريعات من جهة، وعلى فشل المؤسسات والهيئات المكلفة بتنفيذها والرقابة عليها من جهة أخرى؛

- يوجد تقارب في مؤشرات البنية التحتية الجزائرية والمغربية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، غير أن المغرب تتفوق قليلا على الجزائر في هذا الجانب. إلا أن تقليل الفجوة الرقمية من حيث البنية التحتية للدولتين بصفة عامة لا تزال تسير ببطء ملحوظ؛

- على الرغم من حداثة موضوع التجارة الإلكترونية بالنسبة للجزائر والمغرب، إلا أن المغرب تعتبر أكثر انفتاحا في منح الحرية للقيام بالمعاملات التجارية إلكترونيا مع تقديم الضمانات القانونية للممارسين لها في حين أن الجزائر لا تزال متشددة في تضيق حيز ممارستها على الأفراد والمؤسسات؛

- تعرف الجزائر والمغرب تقدما ملحوظا في مجال الدفع الإلكتروني خاصة خلال جائحة كورونا، إلا أن المغرب تعتبر أكثر تفوقا على الجزائر في استخدام الصرافات الآلية والبطاقات البنكية والهاتف المحمول وذلك بسبب إدخالها للعديد من الحلول الرقمية في مجال الدفع الإلكتروني. وتبقى البيئة المصرفية الخاصة بالدولتين تسجل نقائص بالجملة، خاصة في مجال تكنولوجيا المعلومات وتعزيز الشمول المالي

الرقمي لترقية المدفوعات الإلكترونية؛

- وجود العديد من المواقع الإلكترونية والمنصات المتخصصة في ممارسة التجارة الإلكترونية الجزائرية والمغربية عبر الانترنت، دليل على زيادة توجه الدولتين إلى إنعاش الخدمات الإلكترونية في مجالات البيع والتجارة والتسويق. إلا أن هذه المواقع لا تزال بحاجة إلى توسيع أنواع الدفع الإلكتروني التي توفرها ولا تزال بحاجة إلى زيادة عدد شركات الشحن والتوصيل لتسهيل وصول الخدمة إلى المستهلك؛

- إن دور التجارة الإلكترونية في اقتصاد الدولة الجزائرية والمغربية لم تحقق الآمال المرجوة منه، والتي سطرتهما الدولتان في مشاريعها وبرامجها الوطنية والدولية، وهذا راجع إلى ما يواجهه البلدين من عوائق متفاوتة الدرجة في الجوانب التشريعية والمؤسسية والتقنية والحكومية والاجتماعية... مما يتطلب منهما اتخاذ التدابير اللازمة لوضع السياسات التي تعزز وتدعم التجارة الإلكترونية في اقتصادهما؛

- هناك تفاوت ضئيل بين الجزائر والمغرب في امتلاك وسائل تكنولوجيا المعلومات التي تؤدي دورا هاما في تفعيل التجارة الإلكترونية، وهذا بحكم الجوار وتقارب الثقافات بين الدولتين المدروستين.

وفيما يتعلق بفرضيات الدراسة فإنه تم التوصل إلى:

- توسيع دائرة استخدام المعلومات في المجالات المالية والاقتصادية مرهون بتوفير بنية تحتية وتوعية إعلامية واسعة. وهذا تأكيدا للفرضية الأولى؛

- كلما توفرت بيئة تشريعية وبنكية حديثة، كلما أدى ذلك إلى ضمان أمن وشفافية المعاملات التجارية الإلكترونية. وهذا تأكيدا للفرضية الفرعية الأولى للدراسة؛

- بداية التعامل واستخدام التجارة الإلكترونية في كل من الجزائر والمغرب يتوقف بالأساس على الدور الذي تؤديه تكنولوجيا المعلومات في كلا البلدين. وهذا تأكيدا للفرضية الفرعية الثانية للدراسة؛

- آفاق الدراسة:

يعتمد العالم على التحول الرقمي المستمر، حيث يتنامى مجال التجارة الإلكترونية في التطور بوتيرة سريعة، فهذا المجال سيكون لا محال هو المستقبل وذلك لارتباطه الشديد بالتقنية التي أصبحت جزءا هاما في الحياة العصرية والتي لا يمكن دونها انجاز الأعمال بشكل أفضل. لهذا يصبح أكبر تحدي

يواجه المنظمات وبيئة الأعمال المعاصرة هو المحافظة على ميزة تنافسية في سوق الأنترنت الديناميكي. أنها من الضرورة والحتمية استمرار تنمية التجارة الإلكترونية وتطورها لتلبية تزايد احتياجات وتطلعات المستهلكين للتكنولوجيا المتقدمة في المستقبل.

على هذا الأساس ستعرف عمليات التسوق والسلوكيات الاستهلاكية مستقبلاً توقع تطور التجارة الإلكترونية بالشكل الآتي:

- **زيادة التوجه نحو التجارة الإلكترونية الذكية:** ستشهد منصات التجارة الإلكترونية تبنياً أكبر للذكاء الصناعي وتحليل البيانات لتقديم تجارب تسوق مخصصة وفعالة أكثر للعملاء.
- **تطور وتوسع البنية التحتية الرقمية:** ستعرف شبكات الإنترنت السريعة والتواصل بين الأجهزة الذكية تحسناً مستمراً، مما يتيح فرصاً أوسع للتجار للوصول إلى عملائهم بسرعة وكفاءة.
- **تنامي استخدام التجارة الإلكترونية في القطاعات الجديدة:** من المتوقع أن تتوسع التجارة الإلكترونية بشكل أكبر في قطاعات مثل الرعاية الصحية والتعليم والخدمات المهنية، حيث يبحث المستهلكون عن تجارب رقمية أكثر شمولاً وملائمة وفعالية.
- **تحسين تجارب التسوق عبر الأجهزة المحمولة:** مع زيادة استخدام الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية ستعمل منصات التجارة الإلكترونية على تحسين تجارب التسوق عبر هذه الأجهزة وتحسين واجهات المستخدم لتكون أكثر سهولة وفعالية.
- **الابتكار في وسائل الدفع والتسويق:** سيتم تطوير وسائل دفع جديدة ومبتكرة لتسهيل عمليات الشراء عبر الإنترنت، بالإضافة إلى تطوير أساليب تسويقية مبتكرة لجذب العملاء وزيادة معدلات التحويل.
- **التزايد في التوجه نحو التجارة الإلكترونية الاجتماعية:** ستزيد منصات التواصل الاجتماعي من دورها كقنوات للتسوق عبر الإنترنت، حيث سيتم دمج وسائل التواصل الاجتماعي مع تجارب التسوق عبر الإنترنت لتوفير تجارب تسوق اجتماعية وتفاعلية أكثر.
- **تطور في تكنولوجيا الدفع والتسليم:** سيشهد التطور التكنولوجي تحسناً في خدمات الدفع والتسليم، بما في ذلك تطبيقات الدفع المحمولة وتقنيات التوصيل السريع.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية:

أ. الكتب:

1. أبو الهيجاء إبراهيم، التعاقد بالبيع بواسطة الإنترنت، عمان: الدار العلمية الدولية ومكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2002.
2. أبو زيد ولاء سعد، المحفظة الرقمية، الإمارات العربية المتحدة: صندوق النقد العربي، 2021.
3. أبو زلطة محمد خليل، القاضي، زياد عبد الكريم، مدخل إلى التجارة الإلكترونية، ط1، الأردن: مكتبة المجتمع العربي، 2009.
4. أبو الحسن مجاهد أسامة، التعاقد عبر الانترنت، مصر: دار الكتب القانونية، 2002.
5. أبو العزم إيهاب، سلسلة شبكات شهادة CCNA 200-301، الجزائر: دار الحكمة للنشر والتوزيع، 2020.
6. أبو شنب عماد احمد، حرب يسرى، أبو البصل وجدان، الخدمات الإلكترونية، عمان: دار الكتاب الثقافي للنشر والتوزيع، 2011.
7. الأخرس إبراهيم، الآثار الاقتصادية والاجتماعية لثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في الدول العربية (الأنترنت والمحمول نموذجاً)، ط1، مصر: إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، 2008.
8. باطلي غنية، الجريمة الإلكترونية (دراسة مقارنة)، الجزائر: الدار الجزائرية للنشر والتوزيع، 2015.
9. بايير فريد، ميركي شون، علم التشفير، (تر: طنطاوي محمد سعد)، مصر: مؤسسة هنداي للتعليم والثقافة، 2015.
10. البارودي منال أحمد، علم استشراف المستقبل، ط1، مصر: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2019.
11. البياتي ياسين، التوقيع الالكتروني عبر الانترنت ومدى صحته في الإثبات، عمان: دار البداية، 2004.
12. بيومي حجازي عبد الفتاح، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، مصر: دار الفكر الجامعي، 2002.

13. بينسون ستيف، ستاندينج كريج، نظم المعلومات - رؤية إستراتيجية، (تر: مجدي صابر محمد، محمود عزت)، ط1، مصر: مجموعة النيل العربية، 2009.
14. البكري سونيا محمد، نظم المعلومات الإدارية: المفاهيم الأساسية، مصر: الدار الجامعية، 2003.
15. بن احمد الحاج، قانون التجارة الدولية، عمان: مركز الكتاب الأكاديمي، 2016.
16. بن خلدون عبد الرحمان بن محمد، مقدمة ابن خلدون، الجزء الأول، بيروت: مكتبة لبنان، 1996.
17. برهان محمد نور، خطاب عز الدين، التجارة الإلكترونية، مصر: الشركة العربية المتحدة للتسويق والتسويق والتوريدات، 2009.
18. برهان محمد نور، خطاب عز الدين، التجارة الإلكترونية، ط3، مصر: الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، 2012.
19. البرنزي حيدر شاكر، جمعة محمود حسن، تكنولوجيا ونظم المعلومات في المنظمات المعاصرة: منظور إداري تكنولوجي، بغداد: مطبعة ابن العربي، 2013.
20. الجداية محمد نور صالح، جودت خلف سناء، تجارة إلكترونية، عمان: دار حامد، 2008.
21. جمعة محمود حسن، نوري حيدر شاكر، دراسات في أثر المعرفة وتكنولوجيا المعلومات في المنظمة، بغداد: مطبعة ابن العربي، 2015.
22. الجنبهي منير محمد، الجنبهي ممدوح محمد، البنوك الإلكترونية، مصر: دار الفكر الجامعي، 2005.
23. الدوي إبراهيم أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية: دراسة تطبيقية على مكتبات، الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، 2010.
24. الزبون عطا الله، التجارة الخارجية، عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2015.
25. الزويني فائق محمد سرحان، عيدان إبراهيم عبد الله، تكنولوجيا المعلومات في إدارة المشاريع الإنشائية، عمان، دار غيداء للنشر والتوزيع، 2017.
26. زيتون كمال عبد الرحمان، تكنولوجيا التعليم في عصر المعلومات والاتصال، مصر: عالم الكتب، 2002.
27. حامد هند محمد، التجارة الإلكترونية في المجال السياحي، مصر: عالم الكتب، 2003.

28. الحباشنة جهاد رضا، الحماية الجزائية لبطاقات الوفاء، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2008.
29. الحيايي وليد ناجي، السيد الجعيري مجدي احمد، الإطار النظري للمحاسبة في ظل عمليات التجارة الإلكترونية، عمان: مركز الكتاب الأكاديمي للنشر والتوزيع، 2016.
30. حمادة رشدي عبد العاطي، المواطنة الرقمية في السياق التربوي، الأردن: دار الجنان للنشر والتوزيع، 2011.
31. حمد الله محمد حمد الله، حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك - دراسة مقارنة، ط1، مصر: دار الفكر العربي، 1997.
32. الحميدي نجم عبد الله وآخرون، نظم المعلومات الإدارية: مدخل معاصر، الأردن: دار وائل، 2005.
33. الحناوي محمد الصالح وآخرون، مقدمة في الأعمال في عصر التكنولوجيا، مصر: الدار الجامعية، 2004.
34. الطائي آل فرج محمد عبد الحسين، المدخل إلى نظم المعلومات الإدارية، الأردن: دار وائل، 2005.
35. الطائي جعفر حسن جاسم، جرائم تكنولوجيا المعلومات: رؤية جديدة للجريمة الحديثة، ط1، عمان: دار البداية، 2007.
36. الطائي يوسف حليم سلطان، العباسي هاشم فوزي دباس، التسويق الإلكتروني، عمان: الوراق للنشر والتوزيع، 2009.
37. الطائي عبد الحسين محمد، التجارة الإلكترونية - المستقبل الواعد للأجيال القادمة، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2010.
38. الطيطي خضر مصباح إسماعيل، إدارة المعرفة: التحديات والتقنيات والحلول، ط1، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، 2010.
39. الطيطي خضر مصباح إسماعيل، أساسيات إدارة المشاريع وتكنولوجيا المعلومات، ط1، عمان: دار ومكتبة الحاد للنشر والتوزيع، 2012.

40. يوسف حسان إبراهيم لينا، التوثيق الإلكتروني ومسؤولية الجهات المختصة به، الأردن: دار الراية للنشر والتوزيع، 2009.
41. يحي عدنان وآخرون، تكنولوجيا المعلومات، ط1، فلسطين: مركز المناهج، 2005.
42. كافي مصطفى يوسف، التجارة الإلكترونية، سوريا: دار مؤسسة رسلان، 2009.
43. كافي مصطفى يوسف، النقود والبنوك الإلكترونية في ظل التقنيات الحديثة، سوريا: دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، 2011.
44. كوبر ميلان، الإستشارات الإدارية: دليل المهنة، (تر: حمودة مقبولة)، جنيف: مكتب العمل الدولي، 2015.
45. كرمول أكرم، تطور القطاعات الاقتصادية والاستثمارية عبر تاريخ الأردن، الأردن: دار الفلاح للنشر والتوزيع، 2008.
46. اللامي غسان قاسم داود وآخرون، تكنولوجيا المعلومات في منظمات الأعمال: الاستخدامات والتطبيقات، الأردن: دار الوراق للنشر والتوزيع، 2001.
47. اللامي غسان قاسم، ولي البياتي أميرة، إدارة الإنتاج والعمليات (مرتكزات معرفية وكمية)، عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2008.
48. لطاد ليندة، عباش عائشة، رانجة زكية وآخرون، منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، ألمانيا: المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، 2019.
49. ماك كي ستيوارت، أفضل الممارسات في التجارة الإلكترونية على شبكة الإنترنت، ط1، (تر: علي أبو عمشة، ندى غنيم)، المملكة العربية السعودية: مكتبة العبيكان، 2003.
50. المبيضين باسم أحمد، التجارة الإلكترونية، عمان: دار جليس الزمان للنشر والتوزيع، 2010.
51. مبروك إبراهيم السعيد، المكتبات الإلكترونية: رؤية المكتبات في الألفية الثالثة، ط2، مصر: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2012.
52. المجالي ديثمال، عبد المنعم أسامة، التجارة الإلكترونية، الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع، 2013.
53. المومني عمر حسن، التوقيع الإلكتروني وقانون التجارة الإلكترونية، الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع، 2003.

54. المزوري كيوة حميد صالح، النظام القانوني لتوثيق المعاملات الإلكترونية (دراسة تحليلية مقارنة)، مصر: دار الجامعة الجديدة للنشر، 2018.
55. محمد عبد الله شاهيم محمد عبد الله محمد، التجارة الإلكترونية العربية بين التحديات وفرص النمو، ط1، مصر: دار حميثرا للنشر والترجمة، 2017.
56. محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري، مصر: العربي للنشر والتوزيع، 1990.
57. محمود رمزي، النقود والبنوك والتجارة الإلكترونية: ثورة نقدية تفرع أبواب القرن الحادي والعشرين وإعادة صياغة مستقبل الشعوب، مصر: دار التعليم الجامعي، 2005.
58. محمود خالد أحمد علي، تنمية الموارد البشرية عبر تطوير القيادة وتكنولوجيا المعلومات، مصر: دار الفكر الجامعي، 2019.
59. ممدوح إبراهيم خالد، عقود التجارة الإلكترونية في القانون الاتحادي لدولة الإمارات العربية المتحدة رقم 1 لسنة 2006 بشأن المعاملات والتجارة الإلكترونية، ط1، مصر: دار الفكر الجامعي، 2020.
60. منصر هارون، تكنولوجيا الاتصال الحديثة: المسائل النظرية والتطبيقية، ط1، الجزائر: دار الألمعية للنشر والتوزيع، 2012.
61. مسلم عبد الله حسن، إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات، عمان: دار المعتر للنشر والتوزيع، 2015.
62. مصري عبد الصبور عبد القوي علي، التجارة الإلكترونية والقانون، ط1، مصر: دار العلوم للنشر والتوزيع، 2010.
63. المغربي محمد الفاتح محمود بشير، إدارة المعرفة، ط1، مصر: الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، 2019.
64. النجار فايز جمعة، نظم المعلومات الإدارية: منظور إداري، ط3، الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع، 2010.
65. نوري حيدر شاكر، جمعة محمود حسن، دراسات في أثر المعرفة وتكنولوجيا المعلومات في المنظمة، بغداد: مطبعة أبي العربي، 2015.

66. نوري منير، التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2014.
67. النعيمي تايه عدنان، تكنولوجيا العمل في المنظمة بين النظرية والتطبيق، ط1، عمان: دار جليس الزمان، 2009.
68. السالمي علاء عبد الرزاق، تكنولوجيا المعلومات، ط2، عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع، 2002.
69. السيد أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية والعولمة، مصر: المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2006.
70. السيد ياسين، المعلوماتية وحضارة العولمة - رؤية نقدية عربية، ط2، مصر: نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع، 2004.
71. السيد محمد محمود، الإدارة العامة: منهج تحليلي، مصر: مكتبة عين شمس، ط1، 1999.
72. السيد معروف رمضان علي، التجارة الإلكترونية في اليابان ومدى استفادة مصر منها، ط1، مصر: مكتبة جزيرة الورد، 2012.
73. السكارنة إبراهيم، التطور التنظيمي والإداري، ط1، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2009.
74. سعيد أحمد إسماعيل محمد، أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية، بيروت: منشورات الحلبي الحقوقية، 2009.
75. السعيد أشرف أحمد، تكنولوجيا المعلومات وحروب الجيل السادس، ط1، مصر: الأكاديمية المصرية للتدريب العلمي، 2019.
76. عارف حسن محي الدين، الاتصال الجماهيري وتكنولوجيا المعلومات، ط1، عمان: الأكاديميون للنشر والتوزيع، 2015.
77. عبد الوهاب أكرم، التجارة الإلكترونية، مصر: مكتبة ابن سينا، 2004.
78. العبد الكردي منال محمد، مقدمة في نظم المعلومات الإدارية، ط1، مصر: الدار الجامعية، 2000.

79. عبد الله محمد شاهين محمد، التجارة الإلكترونية العربية بين التحديات وفرص النمو، ط1، مصر: دار حمديثا للنشر والترجمة، 2017.
80. عبد المبدي جهاد محمود، التراضي في تكزين عقود التجارة الإلكترونية، ط1، الرياض: القانون والاقتصاد، 2016.
81. عبد العال طارق، التجارة الإلكترونية، مصر: الدار الجامعية، 2003.
82. عبد الرحمان إدريس ثابت، نظام المعلومات الإدارية في المنظمات المعاصرة، مصر: الدار الجامعية، 2007.
83. العدلي عادل مجيد عيدان، عباس حسين وليد حسين، الاقتصاد في ظل التحولات المعرفية والتكنولوجية، ط1، عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع، 2016.
84. العطار هاني وجيه، التجارة الإلكترونية، ط1، عمان: الأكاديميون للنشر والتوزيع، 2021.
85. العيسوي إبراهيم، التجارة الإلكترونية، مصر: المنظمة العالمية للتنمية الإدارية، 1999.
86. العسكر فهد إبراهيم، إدارة الوثائق في عصر الاتصالات وتقنية المعلومات، ط1، مصر: مجموعة النيل العربية، 2011.
87. عشري منال، تكنولوجيا المعلومات ورأس المال البشري: رؤية للتنمية المستدامة 2030، مصر: دار التعليم الجامعي، 2021.
88. فان دير بول هندريك، دليل لقياس تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العليم، منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة: معهد اليونيسكو للإحصاء، 2009.
89. الفاتح محمد محمود المغربي، التجارة الإلكترونية، عمان: دار الجنان للنشر والتوزيع، 2016.
90. فاضل السامرائي إيمان، الزعبي هيثم، نظم المعلومات الإدارية، الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2004.
91. الفيروز أبادى مجد الدين أبو طاهر محمد بن يعقوب، القاموس المحيط، الجزء الأول، بيروت: مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع، 2005.
92. فرج يوسف أمير، التوقيع الإلكتروني، مصر: مطبوعات الجامعية، 2008.

93. الفريجات غالب عبد المعطي، مدخل إلى تكنولوجيا التعليم، ط1، عمان: دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، 2010.
94. فرغلي علي موسى عبد الله، تكنولوجيا المعلومات ودورها في التسويق التقليدي والإلكتروني، مصر: إيتراك للنشر والتوزيع، 2007.
95. فتحي محمد، المعلومات وتكنولوجيا المعلومات على أعتاب قرن جديد، مصر: مكتبة الدار العربية للكتاب، 2005.
96. صالح عصام الدين مصطفى، اقتصاديات تكنولوجيا المعلومات والإعلان الإلكتروني في عصر العولمة في المنتجات العربية، مصر: دار الفكر الجامعي، 2020.
97. صوالحة أسعد معادي، بطاقات الائتمان: النظام القانوني وآليات الحماية الجبائية والأمنية - دراسة مقارنة، مصر: دار قباء الحديثة للطباعة والنشر والتوزيع، 2007.
98. الصيرفي محمد، التسويق الإلكتروني، مصر: دار الفكر الجامعي، 2008.
99. قنديلجي عامر إبراهيم، الجنابي علاء الدين عبد القادر، نظم المعلومات الإدارية، ط1، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2005.
100. قنديلجي عامر إبراهيم، السامرائي إيمان فاضل، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها، ط1، الأردن: الوراق للنشر والتوزيع، 2009.
101. روي آلان جون، الذكاء الإبداعي: الإمكانيات والقدرات، (تر: عادل الرشيد)، ط2، مصر: المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2008.
102. رزق عبد الحكيم، التنظيم القانوني للمغرب الرقمي، ط1، المغرب: مكتبة الرشاد سطات للنشر والتوزيع، 2013.
103. الرمادي أمانى زكرياء، المكتبات العربية وآفاق تكنولوجيا المعلومات، مصر: مركز الإسكندرية للكتاب، 2008.
104. الشافعي جلال، التجارة الإلكترونية والضرائب، مصر: مؤسسة الأهرام، 2004.
105. الشوابكة عدنان، دور نظم وتكنولوجيا المعلومات في اتخاذ القرارات الإدارية، الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2011.

106. شلبي محمد، المنهجية في التحليل السياسي: المفاهيم، المناهج، الاقترايات، والأدوات، الجزائر: الديوان الوطني للمطبوعات الجامعية، 1997.
107. الشمري هشام، الليثي نايا، الاقتصاد المعرفي، عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2008.
108. الشمري خالد بطي، عجيزة مروة شبل، التسويق الإلكتروني في العالم العربي، السعودية: دار النشر للجامعات، 2012.
109. الخوري هاني شحادة، تكنولوجيا المعلومات على أعتاب القرن الحادي والعشرين، دمشق: دار الرضا للنشر والتوزيع، 1998.
110. الخرجي عبد الله بن علي، التجارة الإلكترونية: الآفاق والأبعاد، ط1، الرياض: مكتبة الرشد للنشر، 2003.
111. الذنابي عبد الملك ردمان، الوظيفة الإعلامية لشبكة المعلومات الدولية، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003.
112. غالب سعد ياسين، بشير عباس العلاق، التجارة الإلكترونية، الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع، 2009.
113. الغندور حافظ كامل، محاور التحديث الفعال في المصارف العربية - فكر ما بعد الحداثة، بيروت: جمعية اتحاد المصارف العربية، 2003.
114. غنيم أحمد محمد، الإدارة الإلكترونية: آفاق الحاضر وتطلعات المستقبل، مصر: المكتبة العربية، 2004.
115. الأمم المتحدة، اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغرب آسيا، بناء القدرات في تطبيقات مختارة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات لدى الأعضاء في الأسكوا، نيويورك: الحكومة الإلكترونية والتجارة الإلكترونية، 2000.
116. المختبر الوطني للموارد الرقمية المملكة المغربية، الدليل البيداغوجي لإدماج المعلومات والاتصال في التعليم، المغرب: المختبر الوطني للموارد الرقمية المملكة المغربية، 2012.
- ب. الأطروحات والمذكرات الجامعية:
117. بن طاولس إيمان، "الحماية الجنائية للمستهلك من الغش وفقا للقانون 03/09 المتعلق بحماية

- المستهلك وقمع الغش"، أطروحة دكتوراه في جامعة الجزائر، كلية الحقوق، تخصص قانون جنائي، 2018.
118. بن راجح الشريف فيصل، "وسائل وإجراءات الحماية وأثرها على تنمية التجارة الإلكترونية- دراسة تطبيقية في المملكة العربية السعودية"، أطروحة دكتوراه في جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا، 2007.
119. ديمش سمية، محمد الطاهر درويش، "التجارة الإلكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر"، مذكرة ماجستير في جامعة منتوري، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص العلوم الاقتصادية، الجزائر: جامعة منتوري قسنطينة، 2011.
120. هنشور وسيلة مصطفى، "النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري والمقارن"، أطروحة دكتوراه في جامعة مستغانم، كلية الحقوق، 2017.
121. الزبيدي شمام حسن ضبيان، "نظم المعلومات وأثرها في التخطيط الاستراتيجي- دراسة سياسية"، مذكرة ماجستير في جامعة صدام، كلية العلوم السياسية، تخصص العلوم السياسية الإستراتيجية، 2001.
122. زمزمي إبراهيم أحمد سعيد، "القانون الواجب التطبيق في المنازعات: عقود التجارة الإلكترونية- دراسة مقارنة"، أطروحة دكتوراه في جامعة عين الشمس، كلية الحقوق، 2007.
123. حابت آمال، "التجارة الإلكترونية في الجزائر"، أطروحة دكتوراه في جامعة مولود معمري -تيزي وزو، كلية الحقوق والعلوم السياسية، تخصص قانون، 2015.
124. طويهرى فاطمة، "أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء الموارد البشرية في المؤسسة الجزائرية - دراسة حالة شركة إنتاج الكهرباء بتيارت"، مذكرة ماجستير في جامعة وهران 02، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص تسويق، 2015.
125. مارديني أمجد، "العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر الهاتف المحمول(الموبايل البنكي) في سوريا"، مذكرة ماجستير في الجامعة الافتراضية السورية، كلية إدارة الأعمال.
126. عماري علي، "مساهمة تكنولوجيا المعلومات في تنمية الكفاءات، دراسة حالة مطاحن الأوراس- باتنة"، أطروحة دكتوراه في جامعة محمد خيضر - بسكرة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص إدارة المنظمات، 2018.

127. عمر عبد الفتاح علي يونس، "جوانب قانونية للتعاقد الإلكتروني في إطار القانون المدني"، **أطروحة الدكتوراه في جامعة عين الشمس، كلية الحقوق، 2009.**
128. الناصر مشري محمد، "سبل تفعيل دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في دعم التنمية المستدامة في المؤسسات الصناعية الجزائرية: دراسة عدد من المؤسسات في الشرق الجزائري"، **أطروحة دكتوراه في جامعة فرحات عباس - سطيف 1، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، تخصص العلوم الاقتصادية، 2017.**
129. العنبي الحر سامي، "العوامل المؤثرة في تبني بنك الموبايل من وجهة نظر زبائن البنوك التجارية العاملة في الأردن"، **مذكرة ماجستير في جامعة الشرق الأوسط، كلية الأعمال، 2015.**
130. صراع كريمة، "واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر"، **مذكرة ماجستير في جامعة وهران، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير العلوم التجارية، تخصص إستراتيجية، 2014.**
131. شنيني حسين، "التجارة الإلكترونية كخيار استراتيجي للتواجد في الأسواق الدولية ومقومات إقامتها في الوطن العربي- واقع وتحديات"، **أطروحة دكتوراه في جامعة ورقلة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، 2014.**
132. تقوروت محمد، "واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الوطن العربي"، **مذكرة ماجستير في جامعة حسيبة بن بوعلي - الشلف، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2005.**
133. الثلثي محمود، "النظرية العامة لضمان سلامة الأشخاص"، **أطروحة دكتوراه في جامعة عين الشمس مصر، كلية الحقوق، 1998.**
134. ضيف الله نسيم، "استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأثره على تحسين جودة العملية التعليمية: دراسة عينة من الجامعات الجزائرية"، **أطروحة دكتوراه في جامعة الحاج لخضر - باتنة 01، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص تسيير المنظمات، 2017.**
135. غرايبة عبد الله أحمد عبد الله، "حجية التوقيع الإلكتروني في القانون الأردني - دراسة مقارنة"، **مذكرة ماجستير، في الجامعة الأردنية - الأردن، كلية الحقوق، 2005.**

ج. الملتقيات والندوات:

136. بلعربي عبد القادر، لعرج نسيم مجاهد، مغبر فاطمة الزهراء، "تحديات التحول إلى الحوكمة الإلكترونية في الجزائر"، **المؤتمر الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على**

- الاقتصاديات الدولية، الجزائر: المركز الجامعي خميس مليانة، 13-14 مارس 2012.
137. كميل طارق، "شهادات المصادقة الإلكترونية الأجنبية- دراسة مقارنة"، المؤتمر العلمي السنوي السابع حول المعاملات الإلكترونية (التجارة الإلكترونية، الحكومة الإلكترونية)، جامعة الإمارات العربية المتحدة ومركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، أبو ظبي، 19 و 20 ماي 2009.
138. السيد عرفة محمد، "التجارة الدولية الإلكترونية عبر الانترنت"، مؤتمر القانون والكمبيوتر - الانترنت، الإمارات العربية المتحدة: كلية الشريعة والقانون جامعة الإمارات العربية المتحدة، 1 و 3 ماي 2000.
139. العبدلي عابد بن عابد، "التجارة الإلكترونية في الدول الإسلامية"، المؤتمر العلمي الثالث حول الاقتصاد الإسلامي، المملكة العربية السعودية: جامعة أم القرى، 05 مارس 2019.
140. العياش نعمان، "التجارة الإلكترونية أداة للمنافسة في الأسواق العالمية، صندوق النقد العربي- القدرة التنافسية للاقتصاديات العربية في الأسواق العالمية"، سلسلة بحوث ومناقشات حلقات العامل، العدد: 05، أبو ظبي، من 4 إلى 7 أكتوبر 1999.
141. شريط رابح، "التجارة الإلكترونية: واقع وأفاق"، ملتقى دولي حول أهمية الشفافية ونجاعة الأداء للاندماج الفعلي في الاقتصاد العالمي، جامعة الجزائر 03، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 31 ماي إلى 02 جوان 2003.
- د. المجالات:**
142. آيت مبارك سامية، "التجارة الإلكترونية في الجزائر في ظل تطور استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال"، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة، عدد 03، الجزائر: جامعة محمد بوضياف مسيلة، ديسمبر 2016.
143. إسماعيل محمد ناصر، علوان أمل حسن، جليل تغريد، "البطاقة الذكية وأثرها على التقليل من بعض المخاطر المصرفية"، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد: 37، العراق: كلية العلوم الاقتصادية جامعة بغداد، 2013.
144. بارة فاطمة الزهراء، "مساهمة حاضنات الأعمال في تنمية وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة- دراسة حالة الحاضنة التكنولوجية بسيدي عبد الله"، مجلة حوليات، العدد: 31، الجزائر: جامعة الجزائر 02، جوان 2018.

145. بوزانة أيمن، حمدوش وفاء، "دراسة تحليلية لواقع الدفع الإلكتروني لدول المغرب العربي: الجزائر - تونس - المغرب خلال الفترة 2012-2021"، *مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية*، العدد: 02، الجزائر: جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، ديسمبر 2022.
146. بولحبيب عمر، قاسمي آسيا، "واقع الاستثمار في الصيرفة الإلكترونية ببنك التنمية المحلية لولاية سطيف وأثرها على رضا العملاء"، *مجلة مجاميع المعرفة*، العدد: 01، الجزائر: المركز الجامعي تبندوف، أبريل 2022.
147. بولفوال هارون، "التجارة الإلكترونية كأداة لتفعيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية"، *مجلة دراسات اقتصادية*، العدد: 01، الجزائر: جامعة زيان عاشور الجلفة، أبريل 2009.
148. بومائلة سعاد، بوباكور فارس، "أثر التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية، *مجلة الاقتصاد والمناجمنت*، العدد: 03، الجزائر: جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، مارس 2004.
149. بونفلة صليح، "بطاقة الدفع البيبنكية CIB والنظام القانوني للعقود الخاصة بها"، *مجلة العلوم القانونية والسياسية*، العدد: 03، الجزائر: جامعة الوادي، ديسمبر 2018.
150. بوعافية رشيد، "آلية الدفع الإلكتروني باستعمال بطاقة الائتمان عبر شبكة الانترنت"، *مجلة الاقتصاد الجديد*، العدد: 07، الجزائر: جامعة خميس مليانة، ديسمبر 2012.
151. بوعافية رشيد، يدو محمد، "التجارة الإلكترونية والاستثمار عبر شبكة الانترنت: الإطار النظري والتطبيقي"، *مجلة الاقتصاد الجديد*، العدد: 18، الجزائر: جامعة خميس مليانة، جانفي 2018.
152. بوعقل مصطفى، بومدين أونان، مباركي سمراء، "آليات وقاية المعاملات الإلكترونية في ظل حوكمة تكنولوجيا المعلومات، *les cahiers du MECAS*، العدد: 12، الجزائر: جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، جوان 2016.
153. بوعكة كاملة، "النظام القانوني لوسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر"، *مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية*، العدد: 01، الجزائر: جامعة المسيلة، جوان 2022.
154. بورحلة زهرة، بن زيدان الحاج، "التجارة الإلكترونية طريق جديد لتحقيق النمو الاقتصادي في الجزائر - رؤية تحليلية"، *مجلة الدراسات الاقتصادية*، العدد: 01، الجزائر: مركز البصيرة للبحوث والاستشارات والخدمات التعليمية، جوان 2021.

155. بوضياف علاء الدين، محمد زبير، "دور حاضنات الأعمال التكنولوجية في دعم المؤسسات الناشئة بالجزائر"، *مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية*، العدد: 01، الجزائر: جامعة المركز الجامعي تيسمسيلت، مارس 2020.
156. بجاوي الشريف، سليمان مصطفى، "خصوصية وسائل الوفاء الإلكتروني ودورها في المعاملات التجارية"، *مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية*، العدد: 07، الجزائر: جامعة المسيلة، سبتمبر 2017.
157. بطورة فضيلة، سمايلي نوفل، "إلكترونية بين الضرورة وفعالية آليات حماية المستهلك من مخاطر الخداع التسويقي"، *مجلة الاقتصاد الصناعي*، العدد: 01، الجزائر: جامعة لحاج لخضر باتنة، 2019.
158. بن النية أيوب، بليمان يمين، "تطور قانون التجارة الإلكترونية في الجزائر"، *مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية*، العدد: 03، الجزائر: جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية - قسنطينة 01، مارس 2021.
159. بن نقي سفيان، شعبني فؤاد، "أحكام الشيك الإلكتروني"، *مجلة القانون والعلوم السياسية*، العدد: 02، الجزائر: المركز الجامعي النعامة، جوان 2017.
160. برادي أحمد، "التوقيع الإلكتروني في التشريع المغربي - دراسة مقارنة"، *مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية*، العدد: 02، الجزائر: جامعة تامنراست، ماي 2021.
161. بربوشة مريم، "الجودة الإلكترونية كمدخل لحماية المستهلك الإلكتروني"، *مجلة مينا للدراسات الاقتصادية*، العدد: 05، الجزائر: جامعة باجي مختار عنابة، مارس 2020.
162. بره الزهرة، حميدة جميلة، "شهادة التصديق الإلكتروني كآلية لتعزيز الثقة في المعاملات الإلكترونية"، *مجلة العلوم القانونية والسياسية*، العدد: 01، الجزائر: جامعة الوادي، أبريل 2019.
163. بغداوي جميلة، ميسومي الجيلي، بوكراشوي ابراهيم، "استراتيجيات التحول إلى الحكومة الإلكترونية مع الإشارة إلى تجربة نيويورك الدولية"، *مجلة دراسات في التنمية والمجتمع*، الجزائر: جامعة حسية بن بوعلي الشلف، العدد: 01، جوان 2018.
164. جميل أحمد، رشام كهينة، "بطاقة الائتمان كوسيلة من وسائل الدفع في الجزائر"، *مجلة الاقتصاد الجديد*، العدد: 01، الجزائر: جامعة خميس مليانة، ديسمبر 2009.
165. جمعة محمود حسن، "تكنولوجيا المعلومات ودورها في تطوير الأداء الاستراتيجي: دراسة تطبيقية

- في وزارة الإعمار والإسكان والبلديات والأشغال العامة- جمهورية العراق"، *المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية*، العدد: 02، الجزائر: جامعة الجزائر 03، ديسمبر 2018.
166. جراح ندى بدر، "تقنيات التشفير في التبادل التجاري الإلكتروني"، *مجلة الأكاديمية*، العدد: 14، العراق: جامعة ميسان العراق، 2009.
167. الداكي الحسن، "تأثير الجريمة الإلكترونية على الائتمان المال"، *سلسلة ندوات محكمة الاستئناف بالرباط*، العدد: 17، المغرب: الرباط، 2014.
168. دويني مختار، "وسائل الدفع الإلكتروني ومدى مساهمتها في تطور التجارة الإلكترونية في الجزائر"، *مجلة القانون العام الجزائري والمقارن*، العدد: 01، الجزائر: جامعة الجيلالي الياصب سيدي بلعباس، جوان 2021.
169. دعبوز سعاد، "دور استعمال البطاقة الذهبية لبريد الجزائر للحد من أزمة السيولة"، *مجلة الحدث للدراسات المالية والاقتصادية*، العدد: 06، الجزائر: جامعة محمد الشريف مساعدية سوق أهراس، ديسمبر 2021.
170. وازي طاموس، خوجة عادل، "آليات استخدام تكنولوجيا المعلومات في المنظومة الجامعية"، *مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية*، العدد: 06، الجزائر: جامعة حمه لخضر الوادي، مارس 2011.
171. زايد محمد، "البطاقات البنكية كأداة لتفعيل التجارة الإلكترونية"، *مجلة ضياء للدراسات القانونية*، العدد: 02، الجزائر: المركز الجامعي البيض، 2021.
172. زرفين عبود، جباري شوقي، "تعزيز دور التجارة الإلكترونية في تنمية الاقتصاديات العربية"، *مجلة الاقتصاد الجديد*، العدد: 02، الجزائر: جامعة خميس مليانة، جانفي 2010.
173. الحاج مداح عرابي، برك نعيمة، "أهمية البنوك الإلكترونية في تفعيل وسائل الدفع الإلكتروني في الوطن العربي: واقع وآفاق"، *مجلة الاقتصاد الجديد*، العدد: 02، الجزائر: جامعة خميس مليانة، جانفي 2010.
174. حمزة هبة، "الآليات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني وفق القانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية"، *مجلة القانون الدولي والتنمية*، العدد: 01، الجزائر: جامعة الحميد بن باديس مستغانم، ديسمبر 2020.

175. حساين سامية، "القيد في السجل التجاري الرقمي أحد بنوك وإنجازات الحكومة الإلكترونية في الجزائر"، **مجلة إدارة، العدد: 44، الجزائر: المدرسة الوطنية للإدارة- حيدرة الجزائر**، جوان 2019.
176. حسين حياة، "دراسة تقييمية للتجارة الإلكترونية"، **مجلة آفاق العلوم، العدد: 01، الجزائر: جامعة زيان عاشور الجلفة، مارس 2022**.
177. حسن سمير إبراهيم، "الثورة المعلوماتية: عواقبها وآفاقها"، **مجلة جامعة دمشق، العدد: 01، سوريا: جامعة دمشق، ديسمبر 2002**.
178. حرمل شريف هيثم محمد، "النقود الإلكترونية: ماهيتها، أنواعها، آثارها"، **مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، العدد: 22، الجزائر: المركز الجامعي أفلو، جوان 2020**.
179. طرشي محمد، بوفليح نبيل، "التجارة الإلكترونية في الدول العربية بين الواقع والمأمول"، **مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد: 19، الجزائر: جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، 2018**.
180. يوسف محمد، "التجارب المغربية في مجال اعتماد التجارة الإلكترونية الجزائر وتونس نموذجا"، **مجلة دراسات وأبحاث، العدد: 26، الجزائر: جامعة زيان عاشور الجلفة، مارس 2017**.
181. يحيوي نعيمة، يوسف مريم، "الإلكترونية وأثارها على اقتصاديات الأعمال العربية"، **المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد: 06، الجزائر: جامعة قاصدي مرباح ورقلة، جوان 2017**.
182. كامل محمد تامر، "العولمة من منظور ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتصال وآليات حراكها في الوطن العربي"، **مجلة العلوم السياسية، العدد: 37، العراق: جامعة بغداد، ديسمبر 2008**.
183. كورتل فريد، "التجارة الإلكترونية في الوطن العربي..واقع سيبقى أم موجة ستنتهي؟"، **مجلة الاقتصاد الجديد، العدد: 03، الجزائر: جامعة خميس مليانة، ماي 2011**.
184. اللامي قاسم داود، "تحليل مكونات البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات: دراسة استطلاعية في بيئة عمل عراقية"، **مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد: 04، العراق: جامعة بغداد، جانفي 2013**.
185. لعساس آسيا، "العولمة: في المفهوم والمظاهر والآثار"، **مجلة الاقتصاد والإحصاء التطبيقي، العدد: 02، الجزائر: المدرسة الوطنية العليا للإحصاء والاقتصاد التطبيقي، ديسمبر 2014**.
186. مزهود هشام، كلاش مريم، "تأثير إدارة تكنولوجيا المعلومات على المؤسسات الاقتصادية الجزائرية في ظل حوكمة الشركات"، **مجلة اقتصاد المال والأعمال، العدد: 04، الجزائر: المركز الجامعي عبد**

- الحفيظ بو الصوف - ميلة، جانفي 2020.
187. مزهود نور الدين، مقدم ياسين، "واقع عقود التجارة الإلكترونية في الجزائر"، *مجلة الدراسات والبحوث القانونية*، العدد: 02، الجزائر: جامعة مسيلة، جوان 2022.
188. مسيدري سيد أحمد، سعيدي خديجة، "مشروع الجزائر الإلكترونية: واقع وتحديات"، *مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات*، العدد: 04، الجزائر: جامعة البليدة 02، ديسمبر 2013.
189. مخلوف عبد السلام محمد، "حوكمة التكنولوجيا المعلومات على مخاطر المعاملات الإلكترونية"، *مجلة الدراسات التجارية والاقتصادية المعاصرة*، العدد: 01، الجزائر: جامعة ابن خلدون تيارت، سبتمبر 2022.
190. نبار ربيعة، "تكنولوجيا المعلومات والاتصالات - الخصائص والتأثيرات"، *مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية*، العدد: 01، الجزائر: جامعة حمه لخضر الوادي، ديسمبر 2018.
191. نويري سامية، نويري محمد أمين، "حق المستهلك الإلكتروني في الدول في التشريعين الجزائري والمغربي"، *مجلة الأبحاث*، العدد: 02، الجزائر: جامعة الجلفة، جويلية 2020.
192. سماش كمال، جغوط عبد القادر، "استغلال تكنولوجيا التصنيع الحديثة وأثره على أداء المؤسسات الصناعية - عرض تجارب عربية"، *مجلة العلوم الإنسانية*، العدد: 01، الجزائر: جامعة محمد خيضر بسكرة، نوفمبر 2020.
193. سعداني ماء العينين، "الحماية التجارية الإلكترونية في ضوء المستجدات التشريعية"، *المجلة الجزائرية للأبحاث القانونية*، العدد: 05، المغرب: جامعة محمد السادس، ديسمبر 2020.
194. العاني ثائر محمد، "تكنولوجيا المعلومات واقتصاد المعرفة القائم على التجارة الإلكترونية كأداة للمنافسة الصناعية"، *مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية*، العدد: 02، العراق: جامعة بغداد، جانفي 2008.
195. عاقيلي فضيلة، "الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية وواقع استخدامها في الدول العربية"، *مجلة الاقتصاد الجديد*، العدد: 03، الجزائر: جامعة خميس مليانة، ماي 2011.
196. عبد العزيز سمية، "التوقيع الإلكتروني وسيلة حديثة للإثبات - دراسة مقارنة"، *مجلة معارف*، العدد: 17، الجزائر: جامعة البويرة، ديسمبر 2014.

197. العوضي أحمد عبد الله، "العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية"، *مجلة الاقتصاد والمجتمع*، العدد: 06، الجزائر: جامعة قسنطينة 2، جوان 2010.
198. علي أحمد نعمان ضياء، "النقود الإلكترونية وسيلة وفاء في التجارة الإلكترونية"، *المجلة المغربية للدراسات القانونية والقضائية*، العدد: 05، المغرب: كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية بمراكش، 2011.
199. علي سراج عبد الله محمود، "التسويق الإلكتروني والتجارة الإلكترونية في الدول العربية: التحديات التي تواجهها وسبل التغلب عليها"، *مجلة العلوم الإنسانية*، العدد: 05، الجزائر: جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، ديسمبر 2003.
200. العشي هارون، بوراس فايزة، "وسائل الدفع الإلكتروني ودورها في تحسين الأداء البنكي في ظل تحديات التنمية المستدامة"، *مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية*، العدد: 03، الجزائر: جامعة البليدة 02، ديسمبر 2018.
201. فشتيت حميد، بناولة حكيم، "واقع وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر"، *مجلة الاقتصاد الجديد*، العدد: 03، الجزائر: جامعة خميس مليانة، ماي 2011.
202. الفتلاوي ناجي مجيد ليلي، "بنية المحاسبة ومؤشرات تكيفها لتكنولوجيا المعلومات"، *مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة*، العدد: 04، العراق: جامعة بغداد، ديسمبر 2013.
203. صراع كريمة، كربالي بغداد، "واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة 2000-2018"، *مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية*، العدد: 01، الجزائر: جامعة المسيلة، جوان 2019.
204. قريني فارس، "واقع البنية التحتية لقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بالجزائر"، *مجلة إيليزا للبحوث والدراسات*، العدد: 01، الجزائر: المركز الجامعي إيليزي، جوان 2019.
205. الركابي علي خلف سلمان، "التجارة الإلكترونية وواقع استخدامها على المستوى العربي"، *مجلة الاقتصاد الجديد*، العدد: 02، الجزائر: جامعة خميس مليانة، جانفي 2010.
206. رمضان فاطمة الزهراء، بدراني علي، "القصور التشريعي الجبائي في مجال الجريمة المعلوماتية في التشريعين المغربي والجزائري"، *مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية*، العدد: 01، جامعة محمد بوضياف المسيلة، جوان 2011.
207. الرفاعي سحر قدوري، "الحكومة الإلكترونية وسبل تطبيقها: مدخل استراتيجي"، *مجلة اقتصاديات*

- شمال إفريقيا، العدد: 07، العراق: جامعة بغداد، 2014.
208. رفاف لخضر، شريك السعيد، "تنظيم وحماية البطاقات الإلكترونية في التشريع الجزائري"، مجلة البيان للدراسات القانونية والسياسية، العدد: 05، الجزائر: جامعة البرج بوعرييج، ديسمبر 2019.
209. شريف عمر، العياشي زرزار، "المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كخيار استراتيجي لحل مشكلة البطالة في الجزائر"، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، العدد: 10، الجزائر: جامعة مسيلة، ديسمبر 2013.
210. تيفوتي رتيبة، "نظام الدفع الإلكتروني في الجزائر - الواقع والآفاق"، مجلة دراسات، العدد: 02، جوان 2019، الجزائر: جامعة الأغواط، جوان 2019.
211. خطاب مراد، "فعاليه التجارة الإلكترونية في قطاع السياحة"، مجلة الاقتصاد والتنمية، العدد: 08، الجزائر: جامعة يحي فارس لمدينة، جوان 2017.
212. الخناق سناء عبد الكريم، "أهمية تكنولوجيا المعلومات ودورها في إقامة المؤسسات التعليمية الافتراضية"، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، العدد: 01، الجزائر: جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، جانفي 2016.
213. ذهبية سيد علي، بلقاضي الأمين، "أهمية تكنولوجيا المعلومات في استقطاب الموارد البشرية"، مجلة التحولات الاقتصادية، العدد: 01، الجزائر: المركز الجامعي مرسللي عبد الله تيبازة، جانفي 2023.
214. غانم عبد الله، قريشي محمد، "دور تكنولوجيا المعلومات في تفعيل وتدعيم إدارة علاقات الزبائن"، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد: 10، الجزائر: جامعة مسيلة، سبتمبر 2011.
215. غزالي نزيهة، "الآليات القانونية لحماية وسائل الدفع الإلكتروني في التشريع الجزائري"، مجلة البحوث السياسية والإدارية، العدد: 10، الجزائر: جامعة زيان عاشور الجلفة، جوان 2017.

هـ. المراسيم والقوانين:

- القوانين الجزائرية:

216. القانون رقم 15/04 المؤرخ في 2004/11/10 المعدل والمتمم للأمر رقم 156/99، المتضمن قانون العقوبات، الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد: 71، الصادرة بتاريخ 27 رمضان 1425 الموافق لـ 2004/11/10.

217. القانون رقم 04/09 المؤرخ في 05/08/2009، المتضمن للقواعد الخاصة بالوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال ومكافحتها، **الجريدة الرسمية** الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد: 47، الصادرة بتاريخ 24 شعبان 1430 الموافق لـ 2009/08/16.
218. القانون رقم 04/15 المؤرخ في 01/02/2015، المتضمن للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، **الجريدة الرسمية** الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد: 06، الصادرة بتاريخ 20 ربيع الثاني 1436 الموافق لـ 2015/02/10.
219. القانون رقم 02/04 المؤرخ في 23 جوان 2004، المتضمن للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، **الجريدة الرسمية** الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد: 41، الصادرة بتاريخ 09 جمادى الأولى الموافق لـ 2004/06/27.
220. القانون رقم 05/18 المؤرخ في 10/05/2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، **الجريدة الرسمية** الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد: 28، الصادرة بتاريخ 30 شعبان 1439 الموافق لـ 2018/05/16.
221. القانون رقم 05/07 المؤرخ في 13 ماي 2007 المعدل والمتمم للأمر 58/75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني الجزائري المعدل والمتمم، **الجريدة الرسمية** الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد: 31، الصادرة في 25 ربيع الثاني 1428، الموافق لـ 2007/05/13.
222. القانون رقم 02/05 المؤرخ في 06 فيفري 2005 المعدل والمتمم للأمر 59/75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون التجاري، **الجريدة الرسمية** الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد: 11، الصادرة في 29 ذو الحجة 1425 الموافق لـ 2005/02/09.
223. القانون رقم 02/04 المؤرخ في 23 جوان 2004، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، **الجريدة الرسمية** الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد: 41، الصادرة في 9 جمادى الأولى 1425 الموافق لـ 2004/06/27.
224. القانون رقم 03/09 المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، **الجريدة الرسمية** الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد: 12، الصادرة في 11 ربيع الأول 1430 الموافق لـ 2009/03/08.
225. القانون رقم 04/15 المؤرخ في 01 فيفري 2015، المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، **الجريدة الرسمية** الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد: 06، الصادرة في 20 ربيع الثاني 1436 الموافق لـ 2015/02/10.

226. القانون رقم 03/2000 المؤرخ في 05/08/2001، تتضمن القواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، **الجريدة الرسمية** الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد: 48، الصادر بتاريخ 06 جمادى الأولى 1421 الموافق لـ 2000/09/06.

227. القانون رقم 11/17، المؤرخ في 28 ديسمبر 2018، المتضمن لقانون المالية، **الجريدة الرسمية** الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد: 28، الصادرة في 30 شعبان 1439 الموافق لـ 2018/05/16.

228. الأمر 11/03، المؤرخ في 26 أوت 2003 المعدل والمتمم للأمر 04/10 المؤرخ في 26 أوت 2010، المتعلق بالنقد والقرض، **الجريدة الرسمية** الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد: 64، الصادرة في 01 رمضان 1424 الموافق لـ 2003/10/26.

229. الأمر 06/05، المؤرخ في 23 أوت 2005، المتعلق بمكافحة التهريب، **الجريدة الرسمية** الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد: 59، الصادرة 23 رجب 1426 في الموافق لـ 28 أوت 2005.

230. الأمر رقم 58/75 المعدل والمتمم، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتعلق بالقانون المدني الجزائري، **الجريدة الرسمية** الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد: 78، الصادرة في: 23 رمضان 1395 الموافق لـ 29 سبتمبر 1975.

231. المرسوم الرئاسي رقم 48/02 المؤرخ في 16 جوان 2002، المتعلق بإنشاء الوكالة الفضائية الجزائرية وتنظيمها وعملها، **الجريدة الرسمية** الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد: 05، المؤرخة في 06 ذو القعدة 1422 الموافق لـ 2002/06/20.

232. المرسوم التنفيذي رقم 91/04 المؤرخ في 24 مارس 2004، يتضمن إنشاء الوكالة الوطنية لترقية الحظائر التكنولوجية وتطويرها ويحدد تنظيمها وسيرها، **الجريدة الرسمية** الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد: 19، المؤرخة في 07 صفر 1425 الموافق لـ 2004/03/28.

- القوانين المغربية:

233. القانون رقم 07/03، المتضمن للجرائم المتعلقة بنظام المعالجة الآلية للمعطيات، الصادر بتنفيذه ظهير شريف رقم 1.3.297، الصادر في 16 رمضان 1424 (11 نوفمبر 2003)، **الجريدة الرسمية** المملكة المغربية، العدد: 5171، بتاريخ 27 شوال 1424 (22 ديسمبر 2003).

234. مجموعة القانون الجنائي المغربي، الصادر بتنفيذه ظهير شريف رقم 1.59.413، الصادر في

- 28 جمادى الثانية 1382 (26 نوفمبر 1962)، **الجريدة الرسمية** المملكة المغربية، العدد: 2640، بتاريخ 12 محرم 1383 (5 جوان 1963).
235. قانون الصحافة المغربي المغربي، الصادر بتنفيذه ظهير شريف رقم 1.58.378، الصادر في 23 جمادى الأولى 1378 (15 نوفمبر 1958)، **الجريدة الرسمية** المملكة المغربية، العدد: 3276، بتاريخ 12 محرم 1378 (5 جوان 1958).
236. القانون رقم 04/53 المتعلق بالتبادل الإلكتروني للمعطيات القانونية، الصادر بتنفيذه ظهير شريف رقم 1.07.129، الصادر في 19 ذي القعدة 1428 (30 نوفمبر 2007)، **الجريدة الرسمية** المملكة المغربية، العدد: 3879، بتاريخ 25 ذي القعدة 1428 (06 ديسمبر 2007).
237. القانون رقم 31/08 المتعلق بتحديد تدابير حماية المستهلك، الصادر بتنفيذه ظهير شريف رقم 1.11.03، الصادر في 14 ربيع الأول (18 فيفري 2011)، **الجريدة الرسمية** المملكة المغربية، العدد: 5932، بتاريخ 03 جمادى الأولى 1432 (07 أفريل 2011).
238. القانون رقم 103/12، المتعلق بمؤسسات الائتمان والهيئات المعتمدة في حكمها، الصادر بتنفيذه ظهير شريف رقم 1.14.193، الصادر في 01 ربيع الأول 1436 (24 ديسمبر 2014)، **الجريدة الرسمية** المملكة المغربية، العدد: 6328، الصادرة في 01 ربيع الثاني 1436 (22 جوان 2015).
239. القانون رقم 15/95، المتعلق بمدونة التجارة، الصادر بتنفيذه ظهير شريف رقم 1.96.83، الصادر في 15 ربيع الأول 1417 (01 أوت 1996)، **الجريدة الرسمية** المملكة المغربية، العدد: 2187، الصادرة في 19 جمادى الأولى 1417 (03 أكتوبر 1996).
240. القانون 13/83 المتعلق بالزجر عن الغش في البضائع، الصادر بتنفيذه ظهير شريف رقم 1.83.108، المؤرخ في 09 محرم 1405 (5 أكتوبر 1984)، **الجريدة الرسمية** المملكة المغربية، العدد: 3777، الصادرة بتاريخ 27 جمادى الثانية 1405 (20 مارس 1985).
241. القانون رقم 31/08، المتعلق بحماية المستهلك المغربي، الصادر بتنفيذه ظهير شريف رقم 1.11.03، المؤرخ في 14 ربيع الأول 1432 (18 فيفري 2011)، **الجريدة الرسمية** المملكة المغربية، العدد: 5932، الصادرة في 01 جمادى الأولى 1432 (07 أفريل 2011).
242. القانون رقم 24/96 المتعلق بالبريد والمواصلات، الصادر بتنفيذه ظهير شريف رقم 1-97-162، الصادر في 02 ربيع الثاني 1418 (07 أوت 1997)، **الجريدة الرسمية** المملكة المغربية، العدد: 4518، بتاريخ 15 جمادى الأولى 1418 (18 سبتمبر 1997).

و. القواميس:

243. الفيروز أبادي، مجد الدين أبو الطاهر محمد بن يعقوب، القاموس المحيط، الجزء الأول: بيروت: مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع، 2005.

ز. المواقع الإلكترونية:

244. باني محمد فاضل، "الحماية التقنية لوسائل الوفاء الإلكترونية"، نقلا عن: <https://www.mohamah.net>، 2023/08/17، 22:01.

245. البار عدنان مصطفى، "الشركة الرقمية (الإلكترونية)"، نقلا عن: <https://arab-cio.org>، 2022/02/23، 14:27.

246. بن عيسى أميرة، "فروع ويسترن يونيون في المغرب (العناوين، التلفونات، مواعيد العمل)"، نقلا عن: <https://www.almaal.org>، 2023/12/28، 15:28.

247. البطوي حاتم، "المغرب يبني مدينة صناعية ذكية باسم - محمد السادس طنجة.تيك"، نقلا عن: <https://aawsat.com>، 2023/12/29، 17:08.

248. حسون مروة، "تكنولوجيا المعلومات"، نقلا عن: <https://www.mawdoo3.com>، 2023/05/29، 12:53.

249. حسن سيدة، "مكونات تكنولوجيا المعلومات (قواعد البيانات)"، نقلا عن: <https://sayedahassan5.com>، 2023/05/30، 20:30.

250. يوسف محمد عبد الكريم، "سوق البطاقة الذكية"، نقلا عن: <https://m.alhewae.org>، 2022، 11:14.

251. ياسر يسرى، "ما هو الهاتف المصرفي"، نقله عن <http://www.mhtw-yat.com>، 28/ 11/ 2022، 17: 00.

252. لعزيزي حمزة، "تعريف ومفهوم التكنولوجيا"، نقلا عن: <https://innoopedia.blogspot.com>، 2023/06/05، 13:05.

253. مزواد الحسن، "هذه أول دولة عربية تقوم بحظر الباي بال من تعاملاتها رسميا"، نقلا عن: <https://igli5.com>، 2023/11/19، 09:13.

254. محمود رنا، "ما هي أفضل البنوك الإلكترونية في 2023؟"، نقلا عن: <https://masary.net>، 2023/12/21، 12:23.
255. نوفل الشرقاوي، "التحول الرقمي في المغرب، تسريع الجاهزية وبطء الإقبال"، نقلا عن: <https://www.independentarabia.com>، 2024/01/08، 10:36.
256. السيد كردي مروة، "تكنولوجيا الحاسبات الإلكترونية واستخداماتها في المكتبات ومراكز المعلومات"، نقلا عن: <https://kenanaonline.com>، 19 مارس 2022.
257. سيراز ريا، "وسائل الدفع الإلكترونية المتاحة في المغرب"، نقلا عن: <https://www.tijaratuna.com>، 2023/11/22، 14:12.
258. سكاوي هجيرة، "نوال بن كريتي المدير العام لمؤسسة النقد الآلي والعلاقات التلقائية بين البنوك ساتيم: حامل البطاقة أصبح قويا وكل المراكز التجارية الحديثة تحوز على آلات الدفع الإلكتروني"، نقلا عن: <https://www.elhiwar.dz>، 2023/08/23، 18:06.
259. سلامي مجد، "الفرق بين التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني"، نقلا عن: <http://www.almrj3.com>، 05 أكتوبر 2022، 13:07.
260. عبد الغني أزهار، "ما هي التكنولوجيا"، نقلا عن: <https://www.sotor.com>، 2023/06/03، 12:14.
261. عياصرة رنا، "معلومات عن شركة اتصالات المغرب"، نقلا عن: <https://www.shirkaty.com>، 2023/08/25، 12:05.
262. علي الدين أحمد رشا، "السياحة الإلكترونية حظ دبي القادم: نظرة قانونية"، نقلا عن: <https://www.omano.net>، 09 نوفمبر 2022، 18:02.
263. علي سليمان شذى، "التسويق الإلكتروني والتجارة الإلكترونية"، نقلا عن: <https://www.Tijaratina.com>، 03 أكتوبر 2022، 14:30.
264. صاري فاطمة الزهراء، "رقمنة الميكرو فيلم"، نقلا عن: <https://www.alyaseer.net>، 2023/06/24، 11:30.
265. الشرقاوي بلال، "دور المؤسسات الوطنية في تأمين المعاملات الإلكترونية"، نقلا عن: <https://www.Alkanounia.info.com>، 2023/08/25، 11:38.

266. تيسير محمد، "ما هو المنهج الوصفي التحليلي، وأهم خطوات إعدادة؟"، نقلا عن: <https://blog.asrp.com/?p=41256>، 2024/01/15، 17:07.
267. التقاوي نور الدين، محمد المنصوري، "علم السياسة: محاولة في التقريب النظري"، نقلا عن: <https://democratica.de/?p=47055>، 2024/01/15، 18:29.
268. الموقع الإلكتروني الرسمي لوزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، نقلا عن: www.mpt.gov.dz، 2023/08/24، 10:18.
269. أخبار الجزائر، "الوكالة الوطنية لترقية الحظائر التكنولوجية تدرج تحت وصاية وزير المؤسسات الصغيرة"، نقلا عن: <https://www.androydi.com>، 2023/08/24.
270. مركز النقديات، "محطات الدفع الإلكتروني"، نقلا عن: <https://cmi.co.ma/ar>، 2023/11/21، 12:49.
271. قانون ديزاد، "وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر (التشريع الجزائري)"، نقلا عن: <https://9anon4dz.com>، 2023/10/17، 10:57.
272. البنك النقال Banxy، "P2P أرسل واستقبل الأموال بشكل آني مباشرة من هاتفك الذكي"، نقلا عن: <https://www.banxybank.com>، 2023/10/18، 11:12.
273. الموقع الرسمي لبريد بنك، "منصتي إكسبريس"، نقلا عن: <https://www.albaridbank.ma>، 2025/01/03، 10:13.
274. صناع المال، "ويسترن يونيون في الجزائر وطرق تحويل الأموال"، نقلا عن: <https://www.almaal.org.com>، 2023/10/17، 11:30.
275. موقع إقرأ، "البنوك التي تتعامل مع ويسترن يونيون في الجزائر"، نقلا عن: <https://www.eqrae.com>، 2023/10/18، 14:30.
276. الموقع الرسمي لشركة Money Gram، نقلا عن: <https://www.moneygram.ma>، 2023/12/31، 11:07.
277. مركز النقديات، "بطاقة CMI"، نقلا عن: <https://cmi.com.ma/ar>، 2023/12/21، 14:41.
278. القرض الشعبي الجزائري، "بطاقة القرض الشعبي الجزائري للمؤسسات Corporate"، نقلا عن: <https://www.cpa-bank.dz>، 2023/10/10، 14:20.

279. الموقع الرسمي لبنك القرض الشعبي الجزائري، "بطاقة القرض الشعبي الجزائري للمؤسسات Corporate"، نقلا عن: <https://www.cpa-bank.dz>، 2023/10/10، 14:20.
280. بنك التنمية المحلية، "بطاقة كوربورايك بنك التنمية المحلية"، نقلا عن: <https://www.bdl.dz>، 2023/10/11، 15:10.
281. بريد الجزائر، "الدفع الإلكتروني"، نقلا عن: <https://edcarte.dz>، 2023/10/14، 13:19.
- حسن عبير، "تفعيل حساب skrill وطرق السحب والإيداع في الحساب"، نقلا عن: <https://dananer.com>، 2023/10/14، 10:18.
282. شركة بورساي، "شرح طريقة طلب بطاقة باسيرا وشحنها إلى الجزائر دون وسيك"، نقلا عن: <https://blog.porsay.com>، 2023/12/20، 15:04.
283. البنوك الإلكترونية، "التسجيل في بنك payza"، نقلا عن: <https://minaljazaire.com>، 2023/12/15، 14:07.
284. الجزائر ويب، "كيف تحصل على بطاقة بايونير"، نقلا عن: <https://algeriawebs.com>، 2024/12/23، 22:07.
285. المجلس العلمي للجنة الرقمنة الجزائرية، "الدفع بالهاتف المحمول لتطوير الدفع الإلكتروني في الجزائر"، نقلا عن: <https://jiljadid.org>، 2024/01/11، 17:23.
286. النهار أونلاين، "دفع الضرائب عبر الانترنت عبر بوابة- مساهمة. تك"، نقلا عن: <https://www.ennaharonline.com>، 2024/01/11، 16:15.
287. وكالة الأنباء الجزائرية، "الخطوط الجوية الجزائرية تطلق خدمة التسجيل عبر الانترنت للرحلة الدولية"، نقلا عن: <https://www.aps.dz>، 2024/01/03، 12:13.
288. مراكش بوست، "المغرب الرقمي 2030: رؤية مستقبلية لتحقيق التقدم الرقمي"، نقلا عن: <https://marrakechpost.com>، 2024/12/29، 13:07.
289. بوابة المستهلك، "برنامج التوأمة- حماية المستهلك المغربي: نجاح جماعي"، نقلا عن: <https://www.klidmat-almostahlik.ma>، 2024/01/02، 11:17.
290. مكتب التكوين المهني وإنعاش الشغل، "يطلق المكتب برنامج التميز الصيني في التجارة الإلكترونية العابرة للحدود"، نقلا عن: <https://www.ofppt.ma>، 2024/01/05، 23:26.

291. المقر المركزي لغرفة التجارة والصناعة والخدمات للدار البيضاء سطات، "غرفة التجارة والصناعة والخدمات تطلق - هاكاثون - لإنشاء مواقع التجارة الإلكترونية"، نقلا عن: <https://casa24.ma>، 2024/01/14، 18:48.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية

1. Ouvrage:

292. Curtin, Dennis and Foley, kim and Morin, Cathleen, **information technology: the breaking wave**, 3rded, Mc graw Hill, 2001.
293. Webster I illustrated contemporary dictionary encyclopedic, U S A: edition ferguson publishing, 1982.
294. Cambridge international, **data information and knowledge**, U K: Cambridge international examinations, 2017.
295. Robert Reix, **système d'information et management des organizations**, paris : ed vuibert, 1998.
296. Andrew. D, "a definition of information", **Aslib proceedings**, vol: 01, 09 october 2000.
297. Richard Fox, **information technology: an introduction for today's digital world** London: taylor and francis group, 2013.
298. Fragg Benjamine, **Commerce électronique et moyens de paiement**, France : Dunord, 1998.
299. Laudon, Kennth C, and Laudon Jaune P, **management informationsystem: managing the digital firm**, 9thed, upper saddle river, new jersey: prentice-hall international, 2006.
300. Turban, Efraim, Meclecan and others, **Information Technology for management**, new York: John Wiley and Sons.
301. David Kosiur, **comprendre me commerce électronique**, 2^{ed}, France : Microsoft press, 2000.
302. Jon A.Baomgarten, **business and legal guide on line-internet law**, new jersey: glasser legal works, 2000.
303. Anis Khan Chouch, **E-Tourism: an innovative Approach for the small and Medium sized tourism Enterprises (SMTE)**, paris: OECD, 2004.

304. Aarushi Graphics, Prashant Vihar, **international business-Laws and practices**, India: The Institute of The company Secretaries of India, 2015.

305. John Kennedy, **The Internet**, London: The Rough Guide, 1999.

306. Joe Krayment, Habraken, **Internet bibliomax**, paris: edition mac –pc, 1998.

2. These:

307. Javier Alirio Sanchez Torres, “Adoption E-commerce in development Country and the moderator effect of digital divide”, **These PHD**, University of Barcelona, PHD in Business, 2018.

3. Revue:

308. Broderick and J.W. Boudreau, “human resource management, information technology and the competitive edge”, **academy of manage executive**, vol: 06, 1992.

309. jusufi Luan, “information technology as factor in development of contemporary business” **Ilinia international review**, vol: 01, june 2013.

310. Philip B. Evans and T.S Wurster, “strategy and the new economics of information”, **Harvard Business Review**, N: 05, 1997.

311. Berenstien Alexander, “Monetary policy implication implications of Digital Money”, **munich personal RCP-EC Archive**, n: 37392, March 2012.

312. Moktar mashood, "perceptions of uK based consumers towards internet banking in the United Kingdom", **journal of Internet Banking and commerce**, N: 01, april 2015.

4. Dictionnaire:

313. Oxford dictionary of English, 1995.