

جامعة 8 ماي 1945

قائمة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية



مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية

تخصص: مالية وتجارة دولية

تحت عنوان:

دور التحول الرقمي في تطوير التجارة الالكترونية في الجزائر  
خلال الفترة 2016-2021

إشراف الأستاذ:

• د. بنية محمد

إعداد الطالبتين:

• خروبي أمينة

• عطافي مروة

السنة الجامعية: 2021/2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# شكر وعرفان

قبل كل شيء، نحمد الله عز وجل الذي أُنعمنا بنعمة العلم ووفّقنا إلى بلوغ هذه الدرجة قال الله عزوجل: { **وَإِذَا تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ وَلَئِن كَفَرْتُمْ إِنَّ عَذَابِي لَشَدِيدٌ** }

إبراهيم-07-

ثم الصلاة على خير رسله وأنبياؤه الداعي إلى رضوانه والقائل: { **من لم يشكر الناس لم يشكر الله** }، ومن أسد إليكم معروفا فكأننوه، فإن لم تستطيعوا فادعوا له وافتدءا، بهذا الحديث نتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى الأستاذ الدكتور الفاضل

**"بنية محمد"**

لقبوله الإشراف على هذه المذكرة وعلى كل ما قدمه لنا من نصائح وتوجيهات والثقة التي وضعها فينا والتي كانت حافزا لإتمام هذا العمل.

الشكر موصول إلى لجنة المناقشة لقبولهم مناقشة هذا العمل وإثراءه.

ولا يفوتني شكر كل الأساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، خاصة قسم العلوم التجارية.

وهذا الشكر موصول إلى كل من كانت له يد العون في هذا العمل من قريب أو بعيد.

فلهم منا جزيل الشكر والتقدير مع تمنياتنا لهم بالتوفيق والنجاح.

**أمنة/مروة**



# الإهداء

إلى من كلله بالهيبة و الوقار...إلى من علمني العطاء بدون انتظار...إلى من أحمل  
اسمه بكل افتخار...أرجو من الله أن يمد في عمرك لتري ثمارا قد حان قطفها بعد  
طول انتظار و ستبقى كلماتك نجوم أهدني بها اليوم و في الغدو إلى الأبد...  
والدي العزيز " شريفه "

إلى ملائكي في الحياة...إلى معنى الحب و إلى معنى الحنان و التفاني...إلى بسمه  
الحياة و سر الوجود.

أمي الحبيبة " دليلة "

إلى من رافقتني منذ أن حملنا حقائب صغيرة و معك سررت الدرب خطوة بخطوة و ما  
تزال ترافقتني حتى الآن ...شمعة متقدة تنير ظلمة حياتي...  
أختي " نسرين "

إلى أخواتي و رفيقات دربي في هذه الحياة، معكن أكون أنا و بدونكن أكون مثل أي  
شيء، إلى من أرى التفاؤل بعينهن و السعادة في ضحكتهن...في نهاية مشواري أريد  
أن أشركن على مواقفكن النبيلة إلى من تطلعت لنجاحي بنظرات الأمل  
: أخواتي

" هدى و أبناءها " نادر و مرام " و زوجها " رضوان "

" أسماء و أبناءها " عبد الغفور و الأء و إسراء " و زوجها " عبد القادر "

ياسمين و زوجها منير و إبناها " صفوان "

إلى من سرنا سويا نشق الطريق معا نحو النجاح و الإبداع من تكاتفنا يدا بيد جسور  
الود و الحب إلى من سمرنا و كابدنا المشاق إلى رفيقتي و زميلتي التي تقاسمت معي  
" جهود إنجاز هذه المذكرة رفيقة دربي " مروة "

كما أهدي ثمرة جهدي لأستاذي الكريم: الأستاذ بنية محمد الذي كلما تظلمت  
الطريق أمامي لجأت إليه فأنازها لي و كلما سألت عن معرفة زودني بها و كلما طلبت  
كمية من وقته الثمين وفره لي بالرغم من مسؤولياته المتعددة  
و في الأخير أرجو من الله تعالى أن يجعل عملي هذا نفعاً يستفيد منه جميع الطلبة

أمنة

# الإهداء

ها أنا أمسكت قلمي بأنامل أعيائها التعب والأرق، أنظر إلى مذكرتي بدموع الحزن والفرح في آن واحد.

فالفراق صعب بعد طول سنوات مليئة بالتعب و النجاحات،

أتطلع لما هو آت من همسات هذه الدنيا المليئة بالتفاؤل والأمل المشرق،

فإهدائي هنا ليس لتخرجي فقط،

علمني أن أرتقي سلم الحياة بحكمة وصبر "أبي الغالي"

إلى ملاكي في الحياة إلى معنى الحب وإلى معنى الحنان والتفاني إلى بسمه الحياة وسر الوجود إلى من كان

دعائها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحني إلى أغلى الحبايب "أمي الحبيبة"

إلى من حبهم يجري في عروقي ويهيج بذكرهم فؤادي إلى إخواني "صلاح الدين - سهام - آمنة"

إلى من كان سندي بعد أبي إلى قرة عيني إلى من خط خطواتي ويسر لي الصعاب إلى من جسد لي كل

معاني الحب والاحترام زوجي "ياسين" حفظه الله وأدامه لي.

إلى أجمل النجوم في سماء الطفولة أبناء و بنات إخواني "ميلينا سجود- أرسلان سيف الدين - عبد

المهيمن" رعاهم الله

إلى رفيقة دربي إلى أجمل من أهدتني بها الحياة إلى أختي التي أحببتها لي الحياة إلى أجمل ما أمضيت معها

أجمل سنوات عمري إلى صديقة الغالية "آمنة"

وأتقدم بجزيل الشكر إلى أستاذي ومشرفي "بنية محمد" والذي قدم لنا كل ما نستطيع من علم ووقت

حتى أنجزنا رسالتنا هذه.

إلى كل من نساه القلم وحفظه القلب.

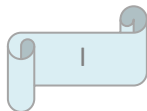
## الملخص:

أصبح التحول الرقمي من المواضيع الشاملة بين الحكومات والشركات التجارية في العالم ويعود هذا إلى ثورة المعلومات والاتصالات التي أحدثت تغييرا في المفاهيم و المصطلحات القانونية من جهة، كما أنه أدى إلى تغيير طريقة تقديم الخدمة بشكل جذري سواء للعملاء أو المواطنين، مما أدى إلى ظهور التجارة الإلكترونية وفي هذا المجال اتخذت الجزائر أولى خطواتها إلى عالم المعرفة في بعض القطاعات التي تهدف من ورائها إلى تطوير أداء الخدمات الحكومية، والحد من استخدام الورق في الجهات الحكومية، وتوفير الوقت والجهد، وخفض التكاليف وتساهم في القضاء على الفساد وهذا ما يدفع عجلة التنمية الاقتصادية ويساهم في تحقيقها، إلا أن التحول الرقمي يقابله مخاطر عديدة، لذا يجب مواجهته بتطوير المنظومة القانونية التي تواكب الثورة التكنولوجية والتطور التقني في مجالات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

وقد خلصت الدراسة إلى عدم جاهزية الجزائر للتحول الرقمي لغياب البنية التحتية الرقمية وضعف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وقلة المخصصات المالية الموجهة لعمليات التدريب والتأهيل من أجل تطبيق المشاريع الرقمية، ولا يخفى أن هذا التحول الرقمي ظهر بشكل إستثنائي وفريد في قطاع التجارة الإلكترونية، فعمل على تجنب الآثار السلبية لجائحة كورونا وهذا راجع لتوفر الخدمات الإلكترونية التي سهلت تسيير الحياة اليومية، وساهم كذلك في تحسين عمليات التجارة الإلكترونية في الجزائر.

**الكلمات المفتاحية:** التحول الرقمي - التجارة الإلكترونية - تكنولوجيا المعلومات والاتصالات -

كوفيد 19.

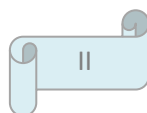


## **Abstract :**

Digital transformation has become one of the comprehensive topics between governments and commercial companies in the world. This is due to the information and communication revolution that has changed legal concepts and terminology on the one hand, and has radically changed the way service is provided, whether to customers or citizens, which led to the emergence of e-commerce. In this regard, Algeria has taken its first steps towards the world of knowledge in some sectors that aim behind it to develop the performance of government services, reduce the use of paper in government agencies, save time and effort, reduce costs and contribute to the elimination of corruption. This is what drives the wheel of economic development and contributes to however, digital transformation faces many risks, so it must be confronted by developing the legal system that keeps pace with the technological revolution and technical development in the fields of information and communication technology.

The study concluded that Algeria is not ready for digital transformation due to the absence of digital infrastructure, weak information and communication technology, and the lack of financial allocations directed to training and qualification processes in order to implement digital projects. This is due to the availability of electronic services that facilitated the conduct of daily life, and also contributed to the improvement of e-commerce operations in Algeria.

**Keywords:** digital transformation - e-commerce - Information and Communication Technology - covid 19



# فهرس المحتويات



## فهرس المحتويات:

الصفحة	المحتوى
	بسملة
	شكر وعرهان
	إهداء
I-II	الملخص
IX- IV	فهرس المحتويات
XI	فهرس الجداول
XIII	فهرس الأشكال
أ-ز	مقدمة عامة
<b>الفصل الأول: التحويل الرقمي</b>	
2	تمهيد.
3	المبحث الأول: ماهية التحويل الرقمي.
3	المطلب الأول: مفهوم التحويل الرقمي.
5	المطلب الثاني: أهداف التحويل الرقمي.
6	المطلب الثالث: خصائص التحويل الرقمي.
8	المطلب الرابع: أشكال التحويل الرقمي.
9	المبحث الثاني: دواعي، متطلبات، وسائل ومجالات التحويل الرقمي
9	المطلب الأول: دواعي التحويل الرقمي.
13	المطلب الثاني: متطلبات التحويل الرقمي.
15	المطلب الثالث: وسائل التحويل الرقمي.
17	المطلب الرابع: مجالات التحويل الرقمي.
18	المبحث الثالث: المراكز الأساسية للتحويل الرقمي.
18	المطلب الأول: خطوات والأعمدة الأساسية للتحويل الرقمي.
18	أولاً: خطوات التحويل الرقمي.
21	ثانياً: الأعمدة الأساسية للتحويل الرقمي.
24	المطلب الثاني: تحديات التحويل الرقمي.

25	المطلب الثالث: نماذج وفوائد التحول الرقمي.
25	أولاً: نماذج التحول الرقمي.
27	ثانياً: فوائد التحول الرقمي.
27	المطلب الرابع: العوائق التي تواجه التحول الرقمي.
29	خلاصة الفصل.
<b>الفصل الثاني: التجارة الإلكترونية</b>	
31	تمهيد.
32	المبحث الأول: المفاهيم الأساسية حول التجارة الإلكترونية.
32	المطلب الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية ومراحل تطورها.
32	أولاً: مفهوم التجارة الإلكترونية.
34	ثانياً: مراحل تطور التجارة الإلكترونية.
35	المطلب الثاني: أهمية وفوائد التجارة الإلكترونية.
36	أولاً: أهمية التجارة الإلكترونية.
36	ثانياً: فوائد التجارة الإلكترونية.
38	المطلب الثالث: خصائص وأشكال التجارة الإلكترونية.
38	أولاً: خصائص التجارة الإلكترونية.
41	ثانياً: أشكال التجارة الإلكترونية.
44	المطلب الرابع: الفرق بين التجارة التقليدية و التجارة الإلكترونية.
46	المبحث الثاني: قواعد التجارة الإلكترونية.
46	المطلب الأول: مبادئ التجارة الإلكترونية.
46	أولاً: ريادة القطاع الخاص.
46	ثانياً: دور الحكومة دافع ومحفز.
47	ثالثاً: البيئة التشريعية والقانونية الملائمة.
47	رابعاً: إتاحة الفرص المتكافئة أمام الجميع.
47	خامساً: دعم وتشجيع المنشآت المتوسطة والصغيرة الحجم للمشاركة.
47	سادساً: الحفاظ على مبادئ وقيم المجتمع وثقافته وهويته.
48	سابعاً: التوازن في تحقيق الخصوصية والسرية بين مقتضيات التجارة الإلكترونية وحماية المجتمع.

48	ثامنا: حماة المملكة الفكرية.
48	تاسعا: التعاون الدولي.
48	المطلب الثاني: متطلبات التجارة الإلكترونية.
48	أولا: البنية التحتية الإلكترونية.
49	ثانيا: توفر الأنظمة والتشريعات القانونية.
49	ثالثا: توفر الكوادر البشرية.
50	المطلب الثالث: مجالات التجارة الإلكترونية.
50	أولا: تجار التحزئة .
50	ثانيا: البنوك والتمويل.
50	ثالثا: التوزيع.
50	رابعا: التصميمات الهندسية.
50	خامسا: التعاملات التجارية.
50	سادسا: النشر.
50	سابعا: خدمات متخصصة.
51	ثامنا: التجارة الدولية.
51	المطلب الرابع: مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية.
51	أولا: مزايا التجارة الإلكترونية.
53	ثانيا: عيوب التجارة الإلكترونية.
54	المبحث الثالث: آليات ووسائل الدفع المعتمدة في التجارة الإلكترونية وتأمينها.
54	المطلب الأول: أطراف التجارة الإلكترونية.
54	أولا: المستهلك.
55	ثانيا: البائع "التاجر".
55	ثالثا: البنك.
56	المطلب الثاني: مراحل إبرام عقود التجارة الإلكترونية.
57	أولا: مرحلة العرض أو الإيجاب.
57	ثانيا: مرحلة الطلب "القبول" والدفع.
59	ثالثا: مرحلة التنفيذ "التسليم".

60	المطلب الثالث: وسائل الدفع الإلكترونية.
60	أولاً: نظام الدفع الإلكتروني المسبق.
63	ثانياً: نظام الدفع الإلكتروني الفوري.
64	ثالثاً: نظام الدفع الإلكتروني المؤجل.
67	رابعاً: النظام البنكي الحديث للدفع.
68	المطلب الرابع: أمن المعاملات التجارية على شبكة الانترنت.
68	أولاً: التشفير.
70	ثانياً: التوقيع الإلكتروني.
72	ثالثاً: الشهادات الرقمية.
73	رابعاً: نظام المعاملات الإلكترونية الآمنة 'SET'.
74	خامساً: بروتوكول الطبقات الآمنة 'SSL'.
74	سادساً: الجدران النارية. Fire walls.
77	خلاصة الفصل.
<b>الفصل الثالث: التحول الرقمي والتجارة الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة 2016-2021.</b>	
79	تمهيد.
80	المبحث الأول: التحول الرقمي في الجزائر خلال الفترة 2016-2021.
80	المطلب الأول: تحليل أهم مؤشرات البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الجزائر خلال الفترة 2016-2021.
80	أولاً: الهاتف الثابت في الجزائر خلال الفترة 2016-2021.
81	ثانياً: الانترنت الثابت في الجزائر خلال الفترة 2016-2021.
83	ثالثاً: الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة 2016-2021.
85	رابعاً: خدمات الجيل الثالث والرابع في الجزائر.
87	المطلب الثاني: نماذج التحول الرقمي في الجزائر.
87	أولاً: نماذج التحول الرقمي في القطاع العام.
89	ثانياً: نماذج التحول الرقمي في القطاع الخاص.
90	المطلب الثالث: مدى جاهزية الجزائر للتحول الرقمي
90	أولاً: مقومات نجاح مشروع التحول الرقمي.

91	ثانيا: مدى تقدم الجزائر في مشروع التحول الرقمي.
92	ثالثا: رفع تحدي إنجاح التحول الرقمي.
93	رابعا: الصعوبات المؤخرة لتطبيق مشروع الجزائر الإلكترونية.
94	المطلب الرابع: معوقات التحول الرقمي في الجزائر
95	المبحث الثاني: التجارة الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة 2016-2021.
95	المطلب الأول: وضعية التجارة الإلكترونية في الجزائر.
96	أولا: نظرة عامة حول التجارة الإلكترونية في الجزائر.
96	ثانيا: تصنيفات التجارة الإلكترونية الجزائرية.
97	ثالثا: بعض تطبيقات التجارة الإلكترونية في الجزائر.
99	المطلب الثاني: تطور التجارة الإلكترونية قبل وأثناء جائحة كورونا خلال الفترة 2016-2021.
99	أولا: تطور نشاط الدفع على الانترنت في الجزائر خلال الفترة 2016-2021.
102	ثانيا: نشاطات السحب على الجهاز النقدي خلال الفترة 2016-2021.
104	ثالثا: نشاطات الدفع على محطات الدفع الإلكتروني خلال الفترة 2016-2021.
106	المطلب الثالث: تأثير وتداعيات جائحة كورونا على التجارة الإلكترونية في الجزائر.
106	أولا: تأثير جائحة كورونا على التجارة الإلكترونية في الجزائر.
108	ثانيا: تداعيات جائحة كورونا على التجارة الإلكترونية في الجزائر.
112	المطلب الرابع: إيجابيات وسلبيات التجارة الإلكترونية في الجزائر.
112	أولا: إيجابيات التجارة الإلكترونية في الجزائر.
113	ثانيا: سلبيات التجارة الإلكترونية في الجزائر.
114	المبحث الثالث: علاقة التحول الرقمي بالتجارة الإلكترونية في الجزائر
114	المطلب الأول: تطبيقات التحول الرقمي للتجارة الإلكترونية في ظل التشريع الجزائري.
114	أولا: تقنين التجارة الإلكترونية.
115	ثانيا: السجل التجاري الإلكتروني.
116	ثالثا: الدفع الإلكتروني.
117	المطلب الثاني: اثر التحول الرقمي على النظام المصرفي في الجزائر.
119	المطلب الثالث: اثر التحول الرقمي على تطوير النظم الضريبية في الجزائر.

122	خلاصة الفصل.
126-124	الخاتمة العامة.
136-128	قائمة المراجع.

# فهرس الجداول

فهرس الجداول:

الصفحة	العنوان	الجدول
35	مراحل التطور التاريخي للتجارة الإلكترونية.	01
44	مقارنة بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية.	02
80	تطور عدد مستخدمي الهاتف الثابت في الجزائر خلال الفترة 2016-2021 (4GLTE- ADSL).	03
82	تطور عدد مستخدمي الانترنت الثابت في الجزائر خلال الفترة 2016-2021 (4GLTE- ADSL).	04
83	تطور عدد مستخدمي الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة 2016-2021.	05
85	تطور مستخدمي الجيل الثالث والرابع في الجزائر خلال الفترة 2016-2021.	06
100	تطور نشاط الدفع عبر الانترنت في الجزائر خلال الفترة 2016-2021.	07
103	العدد الإجمالي لأجهزة الصرف الآلي البنكية العاملة وعدد معاملات السحب للفترة 2016-2021.	08
104	نشاطات الدفع على محطات الدفع الإلكتروني خلال الفترة 2016-2021.	09



# فهرس الأشكال

## فهرس الأشكال:

الصفحة	العنوان	الشكل
23	الأعمدة الخمسة الأساسية للتحويل الرقمي	01
41	تطبيقات الإنترنت في الأنشطة التجارية وتبادل المعلومات.	02
61	دورة استخدام الشبك الإلكتروني وإجراءاتها.	03
81	مستخدمي الهاتف الثابت في الجزائر خلال الفترة 2016-2021.	04
82	مستخدمي الانترنت الثابت في الجزائر خلال الفترة 2016-2021.	05
84	مستخدمي الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة 2016-2021.	06
86	مستخدمي الجيل الثالث والرابع في الجزائر خلال الفترة 2016-2021.	07
102	تطور نشاط الدفع عبر الانترنت في الجزائر لسنة 2021.	08
105	العدد الإجمالي لمعاملات السحب والدفع في الجزائر للفترة 2016-2021.	09
112	إحصائيات التجارة الإلكترونية في الجزائر سنة 2021.	10

# مقدمة عامة

ظهرت في العقود الأخيرة من القرن العشرين العديد من التطورات والتحويلات التي أفرزتها معطيات التطور التكنولوجي، فتسارع وتيرة نمو الابتكارات والتقنيات التكنولوجية ساهم في نقل المجتمعات عبر الزمن إلى عصر المعلومات، وأدى إلى ميلاد وبروز العديد من التطبيقات والأنشطة الحديثة التي تعتبر المعرفة أهم عامل من عوامل نجاحها.

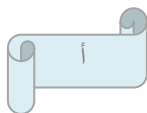
لقد زاد الاهتمام بموضوع التحول الرقمي نظرا لأهميته المرتبطة بتطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصال ضرورة ملحة أكثر من ما مضى خاصة مع تطورات الكبيرة والمتسارعة التي تشهدها في هذه السنوات الأخيرة، وقد غير التحول الرقمي تغيير جذري في طريقة تقديم الخدمات للجمهور من عملاء ومواطنين وبات كل شيء مرتبط بالإنترنت.

وقد ساهمت التجارة الإلكترونية المنتشرة في العصر الحالي في جعل العالم قرية صغيرة وسوقا واحدا تتعادل فيه الفرص الممنوحة لكل الشركات على اختلاف أحجامها لاقتحام الأسواق العالمية وترويج البضائع والسلع بكل يسر وسهولة متخطين بذلك كل الحدود، وكذلك الحال بالنسبة للزبائن الذين أصبح بمقدورهم اقتناء احتياجاتهم بمجرد نقرة زر واحدة ودون الحاجة لمغادرة أماكنهم.

نظرا للمخلفات الاجتماعية والإقتصادية التي تترتبت عن جائحة كورونا في السنوات الأخيرة التي بدورها أدت إلى اختلال موازينها، اضطرت الجزائر إلى فرض جملة من التدابير الاحترازية والوقائية لحماية شعبها، وكان سببا في ركود اقتصادي، لكن استخدام التحول الرقمي بخصائصه المميزة التي تتناسب مع هذا الوضع، ساهم في أنقاص الموقف في شتى المجالات، خاصة في المجال التجاري. إذ كانت التجارة الإلكترونية بمثابة طوق نجاة للخروج من حرب الأزمة بأقل الخسائر وهنا تظهر الجهود التي تبذلها الجزائر لتطوير التجارة الإلكترونية من خلال تطبيق آليات التحول الرقمي، للدفع بعجلة النمو الإقتصادي.

بناء على ما سبق ارتأينا إلى صياغة إشكالية البحث في السؤال الرئيسي التالي:

إلى أي مدى يمكن أن يساهم التحول الرقمي في تطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر؟



### ❖ التساؤلات الفرعية:

ويتفرع عن الإشكالية الرئيسية مجموعة من الأسئلة الفرعية والتي قمنا بصياغتها على النحو التالي:

1. هل تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تعزيز استخدام عمليات التجارة الإلكترونية؟
2. هل ساهم التحول الرقمي في تخفيف آثار جائحة كورونا؟
3. ما مستوى تقدم الجزائر في التحول الرقمي؟
4. هل تباطؤ الاقتصاد الجزائري في التحول الرقمي يؤثر على نمو التجارة الإلكترونية؟
5. هل ساهم التحول الرقمي في تحسين عمليات التجارة الإلكترونية في الجزائر؟

### ❖ الفرضيات:

للإجابة على الإشكالية الرئيسية والتساؤلات الفرعية تم صياغة مجموعة من الفرضيات وهي:

- الفرضية الأولى: إن انتشار وتعميم معاملات التجارة الإلكترونية يتوقف على درجة توفر بنية تحتية متطورة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- الفرضية الثانية: ساهم التحول الرقمي في تخفيف آثار جائحة كورونا من خلال استخدام الخدمات الإلكترونية ومختلف التطبيقات في تسيير الحياة اليومية.
- الفرضية الثالثة: مازالت الجزائر بعيدة عن مستويات تحقيق التحول الرقمي رغم الإجراءات المتخذة للحد من العراقيل والمعوقات.
- الفرضية الرابعة: إن تباطؤ الاقتصاد الجزائري في الاستفادة من عمليات التحول الرقمي يحد من تطور ونمو التجارة الإلكترونية.
- الفرضية الخامسة: ساهم التحول الرقمي في تحسين عمليات التجارة الإلكترونية في الجزائر.

### ❖ أهمية البحث:

تتمثل أهمية البحث في كونها تسلط الضوء على موضوع حديث وفي غاية الأهمية، ومازالت النقاشات والدراسات متواصلة بشأنه، وتتضح البعض من أهمية البحث فيما يلي:

- تكمن أهمية البحث في تحديد دور التحول الرقمي في تطوير التجارة الإلكترونية.

- كما تكمن أهمية البحث في تحديد وضع الجزائر بالنسبة للتحول الرقمي والتجارة الإلكترونية ومدى استعدادهما، بتقديم مؤشرات تعبر عن واقع تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستغلالهما بالمعاملات التجارية عبر الحدود للأفراد والشركات.
- محاولة البحث في تأثيرات جائحة كورونا على التجارة الإلكترونية.

#### ❖ أهداف البحث:

نهدف من خلال هذا البحث إلى تحقيق الأهداف التالية:

1. محاولة تسليط الضوء على مدى تطور التحول الرقمي والتجارة الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة 2016-2021.
2. توضيح مدى مساهمة التحول الرقمي في تحسين التجارة الإلكترونية في الجزائر.
3. توضيح انعكاسات جائحة كورونا على تطور التجارة الإلكترونية في الجزائر.

#### ❖ أسباب اختيار الموضوع:

هناك العديد من الدوافع التي جعلتنا نختار هذا الموضوع من أهمها:

1. يعتبر موضوع التحول الرقمي من بين المواضيع الحديثة والتي لم يتم التطرق لها بشكل كبير من قبل الباحثين والمهتمين بمثل هذه المواضيع.
2. نقص الأبحاث والدراسات، وقلة الاهتمام بالتحول الرقمي وخاصة ما يتعلق بالجزائر.
3. حداثة الموضوع وعدم أخذه الاهتمام اللازم في الجزائر.
4. الرغبة الذاتية للبحث في الموضوع لأنه يعتبر من المواضيع المفيدة بالنسبة لنا.

#### ❖ المنهج المستخدم في البحث:

مما لا شك فيه أن بناء أي بحث يحتاج إلى منهج يكون الوسيلة التي تجدد للباحث مجالات البحث وتسهل الإجابة على التساؤلات التي ينطلق منها في بحثه.

وبشكل عام استخدمنا المنهج الوصفي فكان وصفيا عندما تطرقنا إلى مختلف الجوانب النظرية المتعلقة بالتحول الرقمي والتجارة الإلكترونية ومكانتهما في الجزائر، وتاريخيا من خلال سرد مراحل تطورها، وتحليلها لنتائج الدراسة التي تعرض لها الموضوع استخدمنا من خلال مؤشرات تقنية المعلومات والاتصالات وترجمة الإحصائيات المتعلقة بالبحث.

❖ حدود البحث:

يهدف التحكم في الموضوع ومعالجة الإشكالية على البحث، قمنا بوضع حدود وأبعاد للدراسة تمثلت أساسا فيما يلي:

- الحدود الزمنية: تم اختيار الفترة الممتدة ما بين 2016 و 2021.
- الحدود المكانية: فقد تم تحديد الدراسة في الجزائر.

❖ الدراسات السابقة:

إن الدراسات التي اطلعنا عليها في سياق بحثنا هذا كالاتي:

**الدراسة 01:** دراسة رباحي أحمد وسرير فاطمة، بعنوان " التحول الرقمي وأثره على التجارة الخارجية في ظل كوفيد 19"، المؤتمر الدولي العلمي الافتراضي حول التجارة الدولية بين الحاضر والمستقبل، إصدارات المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ألمانيا-برلين، 19-20 جوان 2021. تهدف هذه الدراسة: إلى محاولة توضيح بعض المصطلحات والمفاهيم المتعلقة بالموضوع، كالتحول الرقمي، والتجارة الإلكترونية، الدفع الإلكتروني، بالإضافة إلى تطبيقات التحول الرقمي للتجارة الإلكترونية في ظل التشريع الجزائري.

وقد خلصت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

- \* التفاعل مع البيئة الرقمية لم يعد خيار بل حتمية وضرورة لإعادة النظر في الخطط والبنى التحتية الرقمية والثقافة المجتمعية.
- \* أظهرت جائحة كورونا الحاجة الملحة إلى اعتماد الرقمية في تقديم خدمات المواطنين، وما رافقها من تدابير إستعجالية متمثلة في الحجر الصحي والعزل المنزلي والتباعد الإجتماعي، فرض هذا الخيار الحتمي وأدى إلى إنتعاش التجارة الإلكترونية والمعاملات، الدفع الإلكتروني.

**الدراسة 02:** محمد عبد المنعم السيد أبو سليمان، بعنوان " إقتصادات التجارة الإلكترونية في إطار التحول الرقمي"، المؤتمر الدولي العلمي حول التحول الرقمي وأثره على التنمية المستدامة، جامعة العلوم والتكنولوجيا- مصر، 2021.

تهدف هذه الدراسة: إلى أهمية التجارة الإلكترونية في إطار تحول الاقتصادات من التقليدية إلى الرقمية والآثار الإيجابية المترتبة عليها، وكذلك أهم العوامل التي تساعد على نجاح هذا التحول والتي من شأنها تحفز قطاع الأعمال نحو التحول إلى التجارة الإلكترونية.

وقد خلصت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها: تعدد وتنوع الفوائد الاقتصادية العامة للتجارة الإلكترونية وأن التجارة الإلكترونية أصبحت واحدة من التعابير الحديثة والتي دخلت حياتنا اليومية بقوة حتى أنها أصبحت تستخدم في العديد من الأنشطة التجارية، وكذلك تعتبر التجارة الإلكترونية امتداد طبيعي للتحويل الرقمي والتقنيات التي وفرتها ثورة المعلومات والاتصالات وشبكة الإنترنت متجاوزة عنصري المكان والزمان.

**الدراسة 03:** جميلة سلايمي، يوسف بوشي، بعنوان " التحويل الرقمي بين الضرورة والمخاطر "، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد 10، العدد 02، جامعة الوادي-الجزائر، سبتمبر 2019.

تهدف هذه الدراسة : إلى إطلاق العديد من الدول العربية لبرامج التحويل الرقمي كأحد البرامج للرؤية واستيعاب طموحاتها ومتطلباتها، الأمر الذي استدعى البحث عن مكانة الجزائر ومدى تبنيتها لتقنية التحويل الرقمي، خاصة وأن التحويل الرقمي أصبح ضرورة من أجل إعادة هيكلة المؤسسات لتقديم الخدمات الإلكترونية.

**وتوصلت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:**

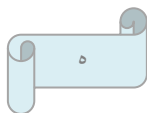
- \* أن التحويل الرقمي انتقل من القول إلى الفعل في الجزائر.
  - \* تسعى الجزائر إلى مواكبة هذه التطورات والاستفادة من أفضل الممارسات العالمية والفرص المتاحة بما يمكنها من التحويل إلى حكومات رقمية.
  - \* تقنيات الأمن التقليدية لم تعد مناسبة لمواجهة مثل هذه المخاطر، وبالتالي يقتضي الأمر ضرورة تعزيز الأمن الإلكتروني.
  - \* إصدار الجزائر مؤخرا مجموعة من القوانين تعزز الانتقال إلى عصر الرقمنة.
- تتفق دراستنا الحالية مع الدراسات السابقة في بعض الجوانب، وتختلف معها في جوانب عديدة لعل أهمها كونها من الدراسات الحديثة في الجزائر التي تناولت دور التحويل الرقمي في تطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر.

#### ❖ مصادر البيانات وأدوات البحث:

لتحقيق منهجية هذه الدراسة تم استخدام الأدوات ومصادر البيانات التالية:

1- المسح المكتبي لمختلف المراجع ذات العلاقة بموضوع الدراسة، سواء كانت كتب أو رسائل

ماجستير أو أطروحات دكتوراه؛





2- المسح المعلوماتي عن طريق شبكة الإنترنت؛

3- البحوث والدراسات المنشورة في الدوريات والمقالات المنشورة في المجالات أو المقدمة في شكل أوراق بحثية في الملتقيات العلمية.

### ❖ صعوبات البحث:

خلال فترة إعداد هذه الدراسة صادفتنا بعض الصعوبات منها:

- صعوبة الحصول على المراجع المتخصصة ذات الصلة بالموضوع خاصة في مجال التحول الرقمي والتي تحتوي على معطيات حديثة، وبالتالي اضطررنا إلى اللجوء إلى المقالات والدراسات على شبكة الإنترنت خاصة باللغة الأجنبية وما تطلبه من ترجمتها التي كلفتنا وقت وجهد كبيرين.
- انعدام الدراسات التي تربط بين التحول الرقمي والتجارة الإلكترونية بشكل كامل وما يتعلق بالجزائر على وجه التحديد.
- ضعف تطبيق التجارة الإلكترونية والتحول الرقمي لجهلها جعل منهما مسألة صعبة الفهم في مجال تطبيقهما بالأخص في الجزائر.
- نقص إن لم نقل انعدام في الإحصائيات والمعطيات حول موضوع الدراسة بالنسبة للجزائر.
- عدم توفر بيانات ومعلومات دقيقة وحديثة بشأن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الجزائر.

### ❖ هيكل البحث:

للإحاطة بالإشكالية المطروحة ومعالجتها تم تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاثة فصول وقد كانت كالتالي:

- الفصل الأول:** بعنوان "التحول الرقمي"، حيث تم تقسيمه إلى ثلاثة مباحث رئيسية، تناولنا في المبحث الأول ماهية التحول الرقمي، بينما خصص المبحث الثاني لدراسة دواعي، متطلبات، وسائل ومجالات التحول الرقمي، وأخيرا عالجنا في المبحث الثالث المرتكزات الأساسية للتحول الرقمي.
- الفصل الثاني:** بعنوان "التجارة الإلكترونية"، ولقد تم تقسيمه إلى ثلاثة مباحث رئيسية، المبحث الأول تطرقنا إلى المفاهيم الأساسية حول التجارة الإلكترونية، أما المبحث الثاني خصص لمعالجة قواعد التجارة الإلكترونية، وأخيرا تم التطرق في المبحث الثالث إلى آليات ووسائل الدفع المعتمدة في التجارة الإلكترونية وتأمينها.

الفصل الثالث: بعنوان "التحول الرقمي والتجارة الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة 2016-2021" حيث تم تقسيمه إلى ثلاثة مباحث رئيسية، تناولنا في المبحث الأول التحول الرقمي في الجزائر خلال الفترة 2016-2021، أما في المبحث الثاني تطرقنا للتجارة الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة 2016-2021، و في الأخير خصصنا المبحث الثالث لعلاقة التحول الرقمي بالتجارة الإلكترونية في الجزائر.

**الفصل الأول:**

**التحول الرقمي**

تمهيد :

في السنوات الأخيرة حدث تحول جوهري في مجال تكنولوجيا المعلومات، فظهر التحول الرقمي الذي أصبح من أهم الاستراتيجيات والأهداف التي يسعى إلى تحقيقها كل من القطاع الحكومي والخاص.

إن التطور المذهل في الأجهزة والآلات والأنظمة الذكية سيؤدي لاختصار الوقت وخفض التكلفة وتحقيق مرونة أكبر وكفاءة أكثر في العملية الإنتاجية وقدرة كبيرة في معالجة البيانات والذكاء الصناعي ولاشك أن هذه المستجدات ستعمل على اتساع نطاق التطوير وحدوث تحولات غير مسبوقة في الاقتصاد وسوق العمل والقطاع الصناعي، حيث يمثل التحول الرقمي واحدا من أهم دوافع و محفزات النمو في كبرى الشركات والدوائر الحكومية، مما يفرض على الشركات تقدما لتطوير حلول مبتكرة، تضمن استمراريتها في دائرة المنافسة.

وسنحاول من خلال هذا الفصل التطرق إلى ثلاثة مباحث:

**المبحث الأول: ماهية التحول الرقمي.**

**المبحث الثاني: دواعي، متطلبات، وسائل ومجالات التحول الرقمي.**

**المبحث الثالث: المرتكزات الأساسية للتحول الرقمي**

## المبحث الأول: ماهية التحول الرقمي

إن التحول الرقمي من المواضيع الأكثر أهمية في عصرنا نظرا للانتشار السريع للإنترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصال، وتعتبر من أهم أساسيات تحقيق الكفاءة والفعالية لشركات ككل. لذا سنحاول التطرق إلى مفهوم التحول الرقمي من خلال تعريفه وأهدافه والخصائص التي يتميز بها وكذلك أشكاله.

## المطلب الأول: مفهوم التحول الرقمي

لقد أعطيت عدة تعاريف للتحول الرقمي على أنه :

- ✓ نموذج عمل جديد قائم على استعمال التقنيات الرقمية في ابتكار منتجات وخدمات جديدة وطريقة توزيعها والتوجه والتركيز نحو العميل أو المستخدم؛
- ✓ عملية دمج التقنيات الرقمية في عالم الأعمال، وتغيير جذري وكلي في طريقة تقديم القيمة للمستخدم النهائي، كما يعتبر تغيير ثقافي للمنظمات لا بد عليها من التأقلم معه؛
- ✓ وهو التوجه نحو تحقيق رؤية ومتطلبات العميل أو الزبون من خلال الاستثمار في التكنولوجيا والنماذج الاقتصادية التي تتيح إدماج العميل الرقمي في كل نقاط تجربة المستخدم للقيمة؛
- ✓ وهو أيضا الابتكار من خلال التغيير الكلي وإدراج التكنولوجيات الرقمية المتاحة في طريقة صنع وإنتاج القيمة وقيادة الأعمال، وخاصة طريقة تفكيرنا.<sup>1</sup>

على الرغم من وضوح لفظ التحول الرقمي ، إلا أنه توجد صعوبة في توضيح معناه، يمكن اعتباره التحول في المعاملات من ورقية إلى رقمية، ويمكن تعريفه بأنه إجراء تغييرات جذرية لنموذج العمل والإجراءات والعمليات بحيث تعتمد أكثر على التكنولوجيا والتعامل غير المباشر من خلال العالم الافتراضي.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> صدوقي غريسي، وآخرون، واقع وأهمية التحول الرقمي والأتمتة، مجلة آراء للدراسات الاقتصادية والإدارية ، المجلد 03 ، العدد 02 ، جامعة أفلو (الجزائر)، ديسمبر 2021، ص 101.

<sup>2</sup> Feltcher Gordon ,and Marie Griffiths, « Digital transformation during a lock down », international journal of information management 55(2020) :102185 .

و التحول الرقمي داخل الحكومة ليس ميكنة فقط، بل تحسين البنية التحتية ثم ميكنة الخدمة داخل الوزارة لتحويلها بعد ذلك لنظام إلكتروني، لتقديمها على بوابة إلكترونية يستطيع المواطن من خلالها الحصول على الخدمة بشكل أكثر سهولة ويسر.<sup>1</sup>

كما عرفت التحول الرقمي الشركات الاستثمارية العالمية نذكر منها:

### 1. عرفته شركة "IDC"

يعرف التحول الرقمي بأنه : " العملية المستمرة التي تقوم بها المؤسسات للتكيف مع متطلبات عملائها وأسواقها " النظام البيئي الخارجي " عبر توظيف القدرات الرقمية من أجل ابتكار نماذج عمل جديدة ومنتجات وخدمات تميز بسلاسة الأعمال الرقمية و اليدوية وتجارب الزبائن مع تحسين الكفاءة التشغيلية والأداء التنظيمي في نفس الوقت.

### 2. عرفته شركة "Accenture"

" يتطلب نجاح الأعمال اليوم تحولا رقميا يركز على العميل، ويبدأ بإعطاء الأولوية لتجربة العملاء الممتازة وذات الصلة وحشد المؤسسات والعمليات والتكنولوجيات لتحقيق ذلك. "

### 3. عرفته أيضا "Capgemini"

"أصبح التحول الرقمي هو التحدي الرئيسي في إدارة التغيير لأنه لا يؤثر فقط على هياكل الصناعة و الموقع الإستراتيجي ولكن على جميع مستويات المؤسسة (كل مهمة، نشاط، عملية) وسلسلة التوريد الموسعة الخاصة بها".

### 4. عرفته شركة " Deloitte"

"الرقمية كانت قوة دافعة التغيير في مختلف الصناعات و التحول يتسارع" كما أنه يعتبر إطارا يعيد تشكيل الطريقة التي يعيش بها الناس ويعملون ويفكرون ويتفاعلون ويتواصلون اعتمادا على التقنيات المتاحة مع التخطيط المستمر والسعي الدائم لإعادة صياغة الخبرات العملية ، حيث يوفر إمكانيات ضخمة لبناء مجتمعات، تنافسية ومستدامة عبر تحقيق تغيير جذري في خدمات مختلف الأطراف من

<sup>1</sup> Wassel ,Lauri , et al , « Uxpacting the difference between digital transformation and it enabled organization transformation , journal of the association for information systems 22 . 1 (2021) :102\_129.

المستهلكين وموظفين ومستخدمين مع تحسين تجاربهم وإنتاجيتهم عبر سلسلة من العمليات المتناسبة مترافقة مع صياغة الإجراءات اللازمة للتفعيل والتنفيذ، وبعد أداة لتحسين الكفاءة وتقليل الإنفاق وتطبيق خدمات جديدة بسرعة و مرونة .

من خلال هذه التعريفات يتضح أن عملية التحول الرقمي تتطلب وجود نموذج عمل وقدرات تقنية ورقمية يتم جمعها لابتكار منتجات وخدمات إبداعية مقارنة بالطرق التقليدية في تقديم الخدمات، وكذا تحسين الكفاءات التشغيلية وخفض التكلفة والاستحواذ على شريحة أكبر من العملاء والجمهور من أجل التفوق على المنافسين.<sup>1</sup>

### المطلب الثاني: أهداف التحول الرقمي

يسعى التحول الرقمي لتحقيق العديد من الأهداف و التي يمكن تلخيصها في مايلي :<sup>2</sup>

- توفير كم هائل من المعلومات عن وسائط رقمية؛
- حفظ مصدر المعلومات الأصلي من التلف؛
- تسهيل عملية البحث في المجموعات الرقمية واسترجاع المعلومات بوسائل وطرق عديدة؛
- تخفيض التكلفة التي تعتمد على الوسائل التقليدية؛
- توفير خدمات معلوماتية بتقنيات جديدة، كالخدمة المرجعية الرقمية والترجمة الآلية؛
- إتاحة المعلومات الأكبر عدد من المستخدمين والمتعاملين من خلال المنصات الرقمية وأرشفتها كمواد رقمية يمكن الوصول إليها من بعد وعن بعد؛
- تقليص المدة الزمنية التي تستغرقها المعلومة من مصدرها الأساسي إلى المتلقين والمستخدمين؛
- التحديث المستمر للمعلومات الرقمية وإتاحة معلومات أصلية مرقمنة؛
- الارتقاء بمستوى البحث العلمي من خلال الارتقاء بخدمات المعلومات المتقدمة؛
- الحصول على معلومات دون التدخل البشري؛
- تحقيق عائد مادي (ولو رمزي) من خلال التعامل الرقمي ( اشتراك الانترنت، الأقراص المضغوطة....).

<sup>1</sup> جميلة سلايمي، يوسف بوشي، التحول الرقمي بين الضرورة و المخاطر، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد 10، العدد 02، جامعة الوادي (الجزائر) ، سبتمبر 2019، ص ص947-948.

<sup>2</sup> فاطمة الزهراء فرحات، دور التحول الرقمي في تحسين أداء وظائف العلاقات العامة في المؤسسة العمومية الجزائرية، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال و علاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي \_أم البواقي، 2020/2019، ص ص66 - 67.

إضافة إلى أهداف أخرى على المستويات التالية: <sup>1</sup>

- 1) **الحفظ:** يعد حفظ المعلومات في الصيغة الرقمية أقل عرضة للتلف والضرر مقارنة بالوسائط الورقية التي تتعرض لعدة أخطار .
- 2) **التخزين:** توفر التحولات الرقمية مساحات أكبر للتخزين كالأقراص المضغوطة، و DVD التي تخزن الآلاف من الصفحات.
- 3) **التشارك:** من خلال شبكة الانترنت ومختلف شبكات المعلومات الأخرى التي تمكن من إطلاع آلاف الأشخاص في نفس الوقت في الوثيقة والمعلومة.
- 4) **سرعة الاسترجاع وسهولة الاستخدام:** عن طريق تمويل المواد والوثائق على الشكل الرقمي يمكن من الوصول إليها في ثوان بدلا من دقائق أو ساعات في النظم التقليدية.

### المطلب الثالث: خصائص التحول الرقمي

نجد أن التحول الرقمي قد يساعد العديد من الخصائص، ومن أهم تلك الخصائص ما يلي :

- **التفاعلية:** حيث يتبادل القائم بالاتصال و المتلقي الأدوار، وتكون ممارسة الاتصال ثنائية وتبادلية، و ليست في اتجاه أحادي بل يكون هناك حوار بين الطرفين.
- **الالتزامية:** وهي إمكانية التفاعل مع العملية الاتصالية في الوقت الذي يناسب الفرد، سواء كان مستقبلا أو مرسلا.
- **المشاركة و الانتشار:** يسمح التحول الرقمي لكل شخص يمتلك وسائل بسيطة أن يكون ناشرا لرسالة ويشاركها مع الآخرين. <sup>2</sup>
- **المرونة:** تتسم الشبكة الرقمية بالمرونة حيث تخضع النظم الرقمية عادة للتحكم من جانب برامج Software بالحاسوب مما يسمح بقدر عال من جودة الاستخدام.

<sup>1</sup> مهري سهيلة ، المكتبة الرقمية في الجزائر : دراسة للواقع وتطلعات المستقبل ، رسالة ماجستير في علم المكتبات ، تخصص إعلام علمي و تقني ، جامعة منتوري ، قسنطينة ، 2006/2005 ، ص ص64-65.

<sup>2</sup> بشرى حسين الحمداني ، التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية ، دار وائل للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى ، عمان- الأردن، 2015 ، ص 138.



- **الذكاء:** تتسم الشبكات الرقمية بقدر عال جدا من الذكاء ، حيث يمكن أن يصمم النظام الرقمي لكي يراقب تغيير أوضاع القنوات الاتصالية بصفة مستمرة ويصحح مسارها.<sup>1</sup>  
كما يختص التحول الرقمي بمجموعة من الخصائص الأخرى هي:
- **التنوع:** فمع تطور المستحدثات الرقمية في الاتصال وتعددتها، بالإضافة إلى ارتفاع القدرة على الإنتاج والتخزين والإتاحة للمحتوى الاتصالي أدى ذلك في تنوع عناصر العملية الاتصالية ، التي وفرت للمتلقى خيارات أكثر لتوظيف عملية الاتصال بما يتفق مع حاجاته ودوافعه للاتصال وتمثل ذلك في الآتي:  
- التنوع في أشكال اتصال المتاحة من خلال وسيلة رقمية واحدة هي الحاسب الشخصي، والاختيار بين هذه الأشكال في الزمان والمكان الذي يحدده بناء على حاجاته وظروفه الخاصة؛  
- التنوع في المحتوى الذي يختاره في المواقع المختلفة المنتشرة على شبكة الانترنت سواء في وظائف هذا المحتوى أو مجالاته.
- **التكامل:** تمثل شبكة الانترنت مظلة اتصالية تجمع بين نظم الاتصال وأشكالها ، والوسائل الرقمية المختلفة والمحتوى بأشكاله ، في منظومة واحدة توفر للمتلقى الخيارات المتعددة، في إطار متكامل عن طريق توفير أساليب التعرض و الإتاحة ووسائل التخزين بأسلوب متكامل خلال وقت التعرض على شبكة الانترنت ومواقعها المتعددة.
- **تجاوز وحدتي المكان والزمان:** فالتحول الرقمي يتيح إمكانية الاتصال عن بعد وبالتالي لا يفترض فيه وجود طرفي عملية الاتصال في مكان واحد كما هو في الاتصال المواجهي والذي كان شرطا لتوفر عنصري المرونة والتفاعلية .
- **الاستغراق في عملية الاتصال:** من الخصائص المميزة للتحول الرقمي انخفاض تكلفة الاتصال أو الاستخدام نظرا لتوفر البنية الأساسية للاتصال وانتشار الأجهزة الرقمية، وكذلك تطوير برامج المعلومات ونظم الاتصال بكلفة زهيدة مما شجع المستخدمين لأجهزة الحاسوب وبرامجه على الاستغراق في هذه البرامج بهدف التعلم لأوقات طويلة في إطار فردي، كما ساعد تطور برامج النصوص الفائقة على طول فترة التحول بين المعلومات والأفكار التي تتضمنها لأغراض اكتساب المعلومات أو التسلية، ولذلك فإن فترة استخدام الحاسب الآلي وبرامجه تفوق في كثير من الأحيان الوقت المستغرق في القراءة أو الاستماع أو

<sup>1</sup> حسن عماد مكاي ، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عمر المعلومات ، الدار المصرية اللبنانية ، الطبعة الثانية ، القاهرة، 1997 ، ص 151 .

المشاهدة، خصوصا بعد إن أصبحت الشبكة العالمية مصدرا مضافا لغرض المواد الإعلامية التي تقدمها وسائل الإعلام على مواقعها في هذه الشبكة.<sup>1</sup>

- اندماج الوسائط: فالوسائل الرقمية الجديدة تتيح إمكانية استخدام كل وسائل وطرق وتقنيات الاتصال، مثل: النصوص، الصوت، الصورة الثابتة، الصورة المتحركة، الرسوم البيانية الثنائية والثلاثية الأبعاد... الخ.
- الإنباه والتركيز: نظرا لأن المتلقي للوسائل الرقمية الجديدة يقوم بعمل فاعل في اختيار المحتوى، والتفاعل معه، فإنه يتميز بدرجة عالية من الإنباه والتركيز، بخلاف التعرض لوسائل الإعلام والاتصال التقليدية الذي يكون عادة سلبيا وسطحيا.
- التخزين والحفظ: حيث يسهل على المتلقي تخزين وحفظ الرسائل الاتصالية واسترجاعها كجزء من قدرات الوسيلة في حد ذاتها.<sup>2</sup>

من هنا يتضح أن لتكنولوجيات المعلومات والاتصال والتحويلات الرقمية دورا هاما في تعزيز التنمية البشرية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وذلك لما لها من خصائص متميزة وأكثر كفاءة من وسائل الاتصال التقليدية، فتكنولوجيا المعلومات والاتصال واسعة الانتشار تتخطى بذلك الحدود الجغرافية والسياسية للدول لتصل إلى أي نقطة من العالم عجزت أن تصل إليها وسائل الاتصال القديمة كما أنها تمتاز بكثرة وتنوع المعلومات والبرامج التثقيفية والتعليمية لكل ومختلف شرائح البشرية، متاحة في كل زمان ومكان، وبتكلفة منخفضة، فهي تعد مصدرا هاما للمعلومات سواء الأشخاص أو المنظمات بمختلف أنواعها أو للحكومات، كما أنها تلعب دورا هاما في تنمية العنصر البشري.<sup>3</sup>

### المطلب الرابع: أشكال التحول الرقمي.

للتحول الرقمي أشكال ودرجات متعددة، وتختلف المنظمات فيما بينها بطريقة ودرجة التحول حسب طبيعة نشاطها ونوع التقنية التي تحتاجها، إلا أن بعض التقنيات التي صنفت الأكثر انتشارا هذا العام هي:<sup>4</sup>

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، الطبعة الثانية، القاهرة، 2004، ص 110.

<sup>2</sup> بشرى حسين الحمداي، مرجع سابق، ص 115.

<sup>3</sup> حسن عماد مكاي، مرجع سابق، ص 153.

<sup>4</sup> موقع مزن، ما هو التحول الرقمي وما هي أشكاله؟ متوفر على الموقع [www.mozn.ws](http://www.mozn.ws)، تم التصفح بتاريخ 2022/04/04، الساعة

- \* **تطبيقات الهواتف الذكية:** وهي أكثر التقنيات حضوراً واستعمالاً في الوقت الحالي حيث تستطيع المنظمة إنشاء تطبيقها الخاص لإدارة أنشطتها وتسهيل خدماتها لكل من الأعضاء والمستخدمين.
- \* **الحوسبة السحابية Cloud Computing:** وهي كل المصادر والأنظمة الحاسوبية المتوفرة تحت الطلب عبر الشبكة والتي توفر عدداً من الخدمات الحاسوبية المتكاملة للتيسير على المستخدم، وتشمل هذه الخدمات توفير مساحة لتخزين البيانات وإجراء النسخ الاحتياطي والمزامنة الذاتية، بالإضافة إلى قدرات معالجة برمجية وجدولة للمهام وإدارة البريد الإلكتروني والطباعة عن بعد.
- \* **إنترنت الأشياء (IoT):** وهي شبكة من الأجهزة المادية والمركبات والأجهزة المنزلية وغيرها من الأجهزة الإلكترونية وأجهزة الكمبيوتر وأجهزة الاستشعار والمحركات والاتصال، تستطيع هذه الأجهزة الاتصال وتبادل البيانات فيما بينها.
- \* **الذكاء الاصطناعي (AI):** وهو قدرة بعض البرامج والأنظمة الحاسوبية على محاكاة السلوك البشري والقدرات الذهنية للإنسان وخصوصاً القدرة على التعلم والاستنتاج حيث تستوعب هذه البرامج والأنظمة بيئتها المحيطة وتساهم في إيجاد حلول للمشاكل التي تواجهها.

### المبحث الثاني: دواعي، متطلبات، وسائل ومجالات التحول الرقمي

أصبح التحول الرقمي من الضروريات بالنسبة لكافة منظمات الأعمال التي تسعى إلى تطوير وتحسين سلعها وخدماتها وتسهيل وصولها إلى المستخدمين والتي تواجه تحديات كبيرة فالتحول الرقمي برنامج شامل يمس كل أقسام المؤسسة، وتطرقنا في هذا المبحث إلى دواعي ومتطلبات ووسائل ومجالات التحول الرقمي.

### المطلب الأول: دواعي التحول الرقمي

إن التحولات التي يشهدها العالم اليوم وتغلغلها في الحياة اليومية والمدنية يؤكد أن تكنولوجيا المعلومات والتحول نحو استخدام الوسائل الرقمية ضرورة لا تستغني عنها المؤسسات المدنية وأفراد المجتمع بشكل عام أين لاقى انتشاراً هائلاً كان وراءه مجموعة من الدوافع والعوامل.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> فضيل أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان-الأردن، 2010، ص57.

نذكر منها ما يلي:

### 1) الدوافع الرئيسية للتحول الرقمي

أ- زيادة الإنتاجية: ويقصد بها تنمية إنتاجية الموارد البشرية والمادية والطبيعية كما وكيفا، من أمثلتها:<sup>1</sup>

- زيادة إنتاجية عمال المصانع؛
- زيادة إنتاجية عمال المكاتب؛
- زيادة إنتاجية نظم التعليم؛
- زيادة إنتاجية الموارد الطبيعية.

لقد أثبتت تكنولوجيا المعلومات قدرة فائقة على تقليل كلفة الإنتاج والخدمات من خلال تقليل العمالة، وتوفير المواد الخام، والمواد الوسيطة، وتقليل استغلال الطاقة. والتحويلات الرقمية هي وسيلة فعالة لتحقيق التنمية الشاملة والمستدامة فهي حلقة الوصل التي تربط بين مطالب السوق وأنشطة التصميم والإنتاج والتوزيع في نظام متكامل. من جانب آخر فقد ساعدت نظم المعلومات على زيادة رقابة الإدارة على أداء العمالة وضبط جودة الإنتاج.

ب- تحسين الخدمات: تؤدي التحويلات الرقمية دورا حاسما في تحسين الخدمات القائمة واستحداث خدمات جديدة لم تكن متوفرة من قبل في مختلف المجالات من أهمها: خدمات المصارف والمواصلات والاتصالات والصحة من خلال ما توفره في مجال زيادة الرفاهية لطالب الخدمة أو الزبون أو العميل... الخ، وتسهيل عمل مقدمها.

ت- السيطرة على التعقيد: عن التطورات السريعة والمتلاحقة التي تشهدها المجتمعات اليوم جعلت من التعقيد واحدة من أهم الصفات التي تميزه. من أجل التخلص من هذا التعقيد تم اللجوء لتلك المعلومات والاتصالات الجديدة نتيجة لتنوع حاجات الأفراد وتشابك العلاقات الاجتماعية والإنسانية. ويساهم التحول الرقمي في توفير الوسائل والتقنيات التي تساعد بفعالية في تحليل الأوضاع المتناقضة في المجتمع وتذليل الصعوبات داخل المؤسسات وخارجها.

ث- دراسة ما ليس متاحا: أدى تغير مظاهر الحياة المعاصرة إلى تعدد الظروف والمواقف التي تستوجب الدراسة سواء كانت هذه الظروف سابقة أو حالية فقد يلعب التحول الرقمي دورا مهما في استحضار

<sup>1</sup> محمد قارطي، دور الإدارة الإلكترونية في تطبيق الخدمة العمومية في الجزائر، مذكرة ماستر في الحقوق، تخصص قانون عام معمم، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، 2016/2017، ص33.

أزمة الماضي وتتبع شريط الأحداث بالسرعة المرغوبة لمتابعة تطور هذه الظواهر، فالتحول الرقمي يلبي حاجات المجتمعات المعاصرة في المساهمة في تخطي خطر الكوارث التي يمكن أن تحدث في المستقبل.

**ج- المرونة:** تعد المرونة هي الوجه الأخر للمجتمعات الحديثة كصفة بديلة عن التعقيد وعملا مساعدا للتخلص من الآثار السلبية التي تحدثها التغيرات السريعة المفاجئة. بالإضافة إلى أن المرونة عامل يضمن تكيف الأفراد والمؤسسات مع المتغيرات والمتطلبات والرغبات المتجددة وتكون المرونة مجسدة في العديد من المجالات من بينها: عمليات الإنتاج، وعمليات تقديم الخدمات، بالإضافة إلى اتخاذ القرارات وطرق استغلال واستخدام المعلومات.<sup>1</sup>

### (2) العوامل المحفزة للشروع في عمليات التحول الرقمي:

- ✓ توفر الانترنت وتنوع الإمكانيات والخدمات التي تقدمها من خلال كونها أحد أهم مصادر المعلومات، وأنها تجمع العديد من المواقع التي تتيح للمتصفح كما هائلا من المعلومات والبيانات؛
- ✓ إدراك أهمية المعلومات الرقمية وضرورة توفرها للمستفيدين والتعامل معها والاستفادة منها؛
- ✓ التطورات التقنية في مجال المعلومات والوسائل الرقمية خاصة في مجال الحاسبات الإلكترونية وبرامج معالجة المعلومات، ونظم الاتصال عن بعد، فمواكبة التطورات في هذا المجال تساهم بشكل كبير في جعل المؤسسات تفكر في التحول الرقمي لمصادر المعلومات التي تتوفر في المؤسسة وإضافة مصادر أخرى؛
- ✓ تزايد ظهور مؤسسات تقدم خدمات رقمية وإلكترونية متطورة؛
- ✓ ظهور تحديات ذات طبيعة مختلفة تواجه المؤسسات نتيجة لتزايد عدد المتعاملين معها، وقلة وجود موظفين مؤهلين قادرين على التغلب على هذه المشكلات أو على السعي لإيجاد حلول لها والتي قد تكون متوفرة في التحولات الرقمية.

### (3) العوامل المساعدة في انتشار التحول الرقمي:

تتعدد العوامل التي تساعد على توسيع دائرة تطبيق التحولات الرقمية في نواحي متعددة ومن أهمها:

- أ- الانخفاض الهائل في ثمن العتاد، (وحدة المعالجة المركزي، وحدة الذاكرة، وسائل تخزين البيانات، ملحقات الإدخال والإخراج)؛

<sup>1</sup> فاطمة الزهراء فرحات، مرجع سابق، ص ص69-70.

- ب- تسهيل عمليات البرمجة وأساليب التعامل مع المعلومات والبيانات؛
- ت- قدرة التحولات الرقمية والتطورات التكنولوجية والتقنية على التحليل والتركيب، فهي تمكننا من قراءة النصوص وإنتاج التقارير وتوليد الأشكال المتحركة والكلام المنطوق وهي عمليات يسودها طابع التركيب؛
- ث- سهولة استبدال العناصر الميكانيكية والكهربائية بعناصر ميكرو إلكترونية وبرمجيات؛
- ج- زيادة حدة التنافس الدولي والتجاري؛
- ح- ما يوفره التحول الرقمي من مزايا مهنية ومكاسب مادية.<sup>1</sup>

#### 4) العوامل المؤثرة على انتشار الأعمال الإلكترونية في العالم العربي:

تؤثر على انتشار التحولات الرقمية والأعمال الإلكترونية في العالم العربي العديد من العوامل الاقتصادية والإدارية والتنظيمية والثقافية:<sup>2</sup>

##### ❖ العوامل الاقتصادية:

- انخفاض مستوى الدخل؛
- ارتفاع تكلفة استخدام التكنولوجيا الجديدة.

##### ❖ العوامل الإدارية والتنظيمية:

- عدم وجود إطار قانوني؛
- عدم وجود مؤسسات مالية؛
- ضعف مؤسسات الأعمال؛
- عدم وجود إطار لحماية المستهلك.

##### ❖ عوامل البنية التحتية:

- ضعف المستوى التكنولوجي؛
- ضعف مستوى شبكات الانترنت؛
- عدم توافر البنية الأساسية للكهرباء.

<sup>1</sup> حسن جعفر الطائي، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها، دار البداية ناشرون وموزعون، الطبعة الأولى، المملكة الأردنية الهاشمية، 2013، صص 143-144.

<sup>2</sup> محمود عبد الفتاح رضوان، الإدارة الإلكترونية وتطبيقاتها الوظيفية، المجموعة العربية للتدريب والنشر، الطبعة الأولى، القاهرة، 2012، صص 13.

## ❖ عوامل متعلقة بطبيعة السوق العربية:

- الاقتصاد غير الرسمي؛
- تفتت السوق؛
- ضعف قيم السوق؛
- صغر حجم مؤسسات الأعمال.

## ❖ العوامل الثقافية:

- الأمية ومستوى التعليم؛
- اللغة؛
- ضعف المحتوى العربي على شبكة الانترنت مقارنة بالمحتوى الغربي؛
- الخوف من الثقافة الغربية؛
- عدم الثقة في الاقتصاد والأعمال الرقمية.

## المطلب الثاني: متطلبات التحول الرقمي

إن تطبيق ونجاح عملية التحول الرقمي يتوقف على توفر مجموعة من المتطلبات اللازمة لذلك، نذكر أهمها

فيما يلي:

## أولاً: إنشاء البنية التحتية الرقمية

ويقصد بالبنية التحتية الرقمية التي تتمثل في مجموعة العناصر الأساسية التالية: التقنيات والبيانات والعمليات.

**1) التقنيات:** ويقصد بها توفير المتطلبات التكنولوجية لبناء التحول الرقمي باستخدام منظومة من الأجهزة والبيانات، والتخزين، والبرمجيات التي تعمل ضمن بيئات تقنية ومراكز معلومات، وأهمها تقنيات التطبيقات الاجتماعية، التقنيات المتنقلة، تحليل البيانات الضخمة والبنية التحتية للحوسبة السحابية، وعبر مصطلح الحوسبة السحابية (Cloud Computing) عن تشارك مزود الخدمة في إمكاناته مزود الخدمة الفائقة دون الحاجة إلى شراء أجهزة باهظة الثمن في الشركة للقيام بنفس المهام.

**2) العمليات:** تتضمن إرساء بناء تقني فعال يسمح بتطوير الأداء على المعيدين الداخلي و الخارجي للمؤسسات والشركات، لضمان التطبيق الأمثل للتحول الرقمي، ويتضمن ذلك السياسات والإجراءات التي تغطي كافة نشاطات الشركة وعملياتها المترابطة والتقنيات المطورة والبيانات المعالجة.<sup>1</sup>

**3) البيانات:** الدخول في عملية التحول الرقمي وإنجاحها يجب أن تتم إدارة وتحليل البيانات بشكل منتظم وفعال وذلك لتوفير بيانات نوعية موثوقة وكاملة مع توفير وتطوير أدوات مناسبة للتحليل الإحصائي والبحث عن البيانات والتنبؤ بالمستقبل، كما يجب متابعة البيانات بشكل مستمر لضمان استمرار تدفقها و الاستفادة منها بشكل يتماشى مع أهداف المؤسسة و توقعاتها.

### ثانيا: استغلال الموارد المالية والبشرية المؤهلة

يشكل الكادر البشري جانبا حيوي في تطبيق عملية التحول الرقمي من جهة، والجانب المالي من جهة أخرى.

#### 1. الكادر البشري:

يعتبر المورد البشري أحد أهم مكونات رأس المال الفكري والمعرفي والذي يتمثل في العاملين والمتخصصين في إدارة النظام وحقول العلوم النظرية والتطبيقية وتكنولوجيا الاتصال، حيث هم العامل الأهم في تحقيق الميزة التنافسية المؤكدة ومصدر الابتكار والإبداع التنظيمي والتكنولوجي لذا يتوجب توفير كوادر مؤهلة قادرة على استخدام البيانات وتحليلها لاتخاذ القرارات الفاعلة، والكفاءات البشرية ذات الخبرات العلمية والعملية هي القادرة وحدها على التحول الإلكتروني بطريقة سلسلة وبسيطة، وتعد الطاقات البشرية المؤهلة عامل نجاح في المشاريع الرقمية التي تكون العبرة فيها للكفاءة والقدرة على التغيير للأحسن وليس العدد، لهذا إذا أردنا الحصول على تحول رقمي سريع علينا الحصول أولا على فريق عمل متكامل ومدرب يدرك جيدا أهمية هذه العملية وكيفية الانتقال إليها وبقوة.

<sup>1</sup> نحلة عبد الوهاب عبد الصادق مشهور، سماح عبد الحفيظ يوسف، تأثير التحول الرقمي على القدرة التنافسية والقيمة المضافة للقطاع السياحي، مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة (Jaauth)، المجلد 21، العدد 03، الجزيرة (مصر)، ديسمبر 2021، ص ص 237-238.



## 2. المورد المالي:

تتطلب عملية التحول الرقمي الدعم المالي وبقوة لتنفيذ المشروع الذي يحتاج بطبيعة الحال إلى تجهيزات حديثة والتي تكون عادة غالية الثمن، بالإضافة إلى تسديد تكاليف الكادر البشري، بالإضافة إلى توفير الميزانية.<sup>1</sup>

## المطلب الثالث: وسائل التحول الرقمي

إن تعدد الوسائل والتقنيات المستخدمة في عمليات الاتصال والتواصل وتبادل المعلومات منتشرة بشكل واسع جدا، وإن الحديث عن التحول الرقمي يقودنا للحديث عن وسائل وتقنيات اتصالية وإعلامية مرتبطة به ارتباطا وثيقا يتم عبرها تبادل رسائل متعددة ومختلفة الاتجاهات يصعب السيطرة عليها، وتعد هذه الوسائل والتقنيات المستخدمة في الاتصال من أشد الوسائل أثرا على المجتمعات وثقافتهم وأفكارهم، ومن أهمها: القنوات الفضائية، الهواتف الذكية، مواقع الانترنت، وغيرها من الوسائط، وغيرها من الوسائل التي تعمل على توجيه سلوك المجتمعات.

○ **القنوات الفضائية:** للمواد المرئية المنشورة على القنوات الفضائية عدة إيجابيات من بينها إمكانية بثها مرات عديدة في أوقات مختلفة، لتصل إلى أكبر عدد من المشاهدين، كما أن بعض القنوات الفضائية تنشر مواد إعلامية نافعة من باب التعاون مع مؤسسات أخرى، وكذلك استضافة المختصين بمعالجة الظواهر المختلفة، كما تمتاز القنوات الفضائية بتقديم برامج توعوية من خلال ربط الصوت والصورة الحية بمحتوى النص لتكون أكثر فعالية وتأثيرا.

○ **الهواتف الذكية:** تلعب الهواتف الذكية دورا هاما في تغيير المجتمعات البشرية عامة والتأثير في عاداتها وتقاليدها سلبا وإيجابا بحكم توافره كوسيلة إعلام واتصال رقمية في تلك المجتمعات، حتى صار ضرورة لا يستغنى عنها معظم الأفراد.<sup>2</sup>

○ **الانترنت:** عالم الانترنت و الشبكة الرقمية منطقة شاسعة ومتنوعة، وتعد بيئة جديدة لتكثيف النشر وتنويعه لما في ذلك من منافع وإيجابيات لا يمكن حصرها، ومن أهمها إمكانية تقديم العمل الإعلامي

<sup>1</sup> خواترة سامية، التحول الرقمي خلال جائحة كورونا وما بعدها، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية، المجلد 58، العدد 02، جامعة يوسف بن خدة كلية الحقوق، (الجزائر 1)، جوان 2021، ص ص 116-118.

<sup>2</sup> فهد بن عبد العزيز الغنيلي، الإعلام الرقمي (أشكاله ووظائفه وسبل تفعيله وملحق به مشاريع وتطبيقات ميدانية)، فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر، الطبعة الأولى، الرياض، 2017، ص ص 17-18.

بأكثر من صيغة وهذه إحدى أهم خصائص الانترنت، فالمعلومة تقدم مسموعة، مكتوبة، أو مرئية، أو في شكل رسومات "أنفوغرافيك" وغير ذلك من الرسائل التي تتميز بالجاذبية للقدر على التأثير في مختلف الجماهير. ومن مزايا الانترنت أن الموقع الذي يحتوي على المعلومة متاح لجميع المستخدمين في كل مكان، فهي ليست محصورة أو مقيدة بمكان وإقليم محدد. بالإضافة إلى أن المعلومة تبقى متاحة ساعة نشرها وبعد ذلك بسنوات، بحيث ما على المستخدم إلا أن يبحث عن المعلومة التي يريدتها وغالبا ما يجدها متوفرة.

- **الوسائط الرقمية:** هي عديدة ومتطورة على شبكة الانترنت، ويمكن أن نذكر منها على سبيل المثال:
  - **المواقع الصفحات الالكترونية:** بعضها إخبارية كمواقع الصحف وبعضها تجارية واقتصادية لعرض السلع وبيعها، وصفحات دينية وترفيهية وتعليمية... الخ.
  - **المراسلات البريدية:** مثل بريد الياهو و الهوتميل، ويمكن من خلالها إرسال المخاطبات والمراسلات والرد عليها وهي وسيلة سهلة وسريعة وغير مكلفة.
  - **مواقع المحادثة:** ويمكن من خلالها إجراء المكالمات والمحادثات الفورية مثل الواتساب والفايبر وهي وسيلة سهلة وغير مكلفة.
  - **المدونات:** هي وسيلة للكتابة ونشر الأفكار والآراء الخاصة، وتختلف عن المذكرات الحقيقية في أنها تستخدم الانترنت كوسيلة، ويمكن من خلالها تلقي تعليقات القراء، وبعضها يختص بنقل الأخبار بمختلف أنواعها، بعضها الآخر يختص بأخبار شخصية ويومية.
  - **مواقع التواصل الاجتماعي:** مثل الفيسبوك و التويتر واليوتيوب ويمكن من خلال التواصل الاجتماعي والسياسي والثقافي والإعلامي، وهي وسائل واسعة الاستخدام و الانتشار، ويمكن من خلالها نقل ونشر الأخبار ومشاركة الصور والفيديوهات... الخ.
  - **استخدام روبوت الدردشة التفاعلي:** يستخدم للإجابة على استفسارات المستخدمين المتشابهة والمتكررة والتي يتم توقعها مسبقا من صاحب الصفحة.
  - **استخدام القصص:** على انستغرام أو فيسبوك أو واتساب وحتى اليوتيوب وغيرها.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> بنت دخيل الله الخنعمي، مشاريع وتجارب التحول الرقمي في مؤسسات المعلومات (دراسة للاستراتيجيات المتبعة)، متوفر على الموقع، <http://www.webreview.dz>، تم التصفح بتاريخ 2022/05/04، الساعة 20:37.

## المطلب الرابع: مجالات التحول الرقمي

تتضمن أي محاولة للتحول الرقمي أربعة عناصر أساسية هي:<sup>1</sup>

✓ **تغيير الإدارة:** تتعلق إدارة التغيير بالعنصر البشري ومواقف أصحاب المصلحة الداخليين والخارجيين وسلوكياتهم، وأيضا النظم البيئية التي يعملون فيها. لذا فإن إتباع أكثر نهجا شموليا في إدارة التغيير يعد برفع معدلات المؤسسة، وقد يساعد تضمين مبادئ مفتوحة للمؤسسة مثل الشفافية و الشمول في نماذج التغيير على خلق أشخاص مؤهلين يتكيفون بسرعة مع احتياجات العمل، فالشفافية والشمولية تتيحان فرصا للتحدث بحرية والتماس الملاحظات من الأصوات غير المسموعة في كثير من الأحيان. بالإضافة إلى ذلك، يتيح التعاون والمشاركة في خلق الشركات أن تكون المؤسسة منظورا جيدا وحلولا أكثر ابتكارا وتبدأ المؤسسة بذلك تحديد الثغرات والعوائق بمعدل أسرع، مما سيؤدي إلى تحسين العمليات والسياسات والحلول.

✓ **إحتياجات النظام البيئي:** هي الشبكة الحية والمتنفسة من الأشخاص والأطر التنظيمية التي تترابط لتشكل النظام الذي تعمل فيه المؤسسة. حيث تتشارك وتعتمد الأطراف المشاركة في أي نظام بيئي مثل الموظفين والشركاء وأصحاب المصلحة الخارجيين، والعملاء، والبائعين، وما إلى ذلك، على بعضها بعضا من أجل صحة أعمالها ونموها ونجاحها. وكما هو الحال في النظم البيئية التي تتواجد في الطبيعة، فإن قلة صحة أحد مكوناتها تؤثر على الآخرين بمرور الوقت، ويؤثر هذا الترابط المتبادل على نحو حاسم على نجاح كل من في المؤسسة، لذلك يجب على القادة التنظيميين فهم احتياجات أطراف الأدوار المشاركة، حتى يتمكنوا في المقام الأول من تحقيق الهدف الذي تريد المؤسسة أن تحققه بتطبيق تقنية جديدة، وكثيرا ما يخلق تطبيق تقنيات متقدمة وبسيطة حاجة أكبر للقادة لتقييم ومواءمة احتياجات النظام البيئي قبل التطبيق.

✓ **العمليات:** يجب على المؤسسة أن تفهم في كل مرة تستخدم فيها كلمة "التحول" ما تعنيه حقا هذه الكلمة، فالتحول هو تغيير جذري ويتطلب أي تغيير بغض النظر على حجمه مراجعة عمليات المؤسسة لتقييم ما تحتاج إلى تعديل للتناسب هذه العمليات مع التغيير الجديد، غير أن العمليات التي لا تتجاوز البساطة، هي تلك التي تغفلها في كثير من الأحيان، فكثيرا تنسى التفكير في العمليات البسيطة المتداخلة التي توجد بالفعل عندما تضيف شيئا جديدا إلى سير العمل أو حتى ضبطه وبذلك تخلق عن غير قصد تدفقا زائدا للعمل وبطء الإنتاج

<sup>1</sup> موقع مزن، مجالات التحول الرقمي الأربعة، متوفر على الموقع: <http://www.mozn.ws> ، تم التصفح بتاريخ 2022/04/28، الساعة

وقد يمتد في مجالات أخرى متصلة داخل النظام البيئي، ويجب على قيادة المؤسسة النظر في العمليات والسياسات المتصلة عند تغيير نموذج عمل أو تنفيذ نهج مبسط للتقنية التي هي بصدد التحول.

✓ **الصوامع:** تؤدي المؤسسات التي تستفيد من المبادئ المفتوحة إلى إزالة الحواجز التي تحول دون التعاون والخلق المشترك. وهي تنشئ عمليات شاملة تتيح التدريب المشترك لموظفيها، بينما يتسم تبادل المعارف والاتصال بالشفافية وسهولة الوصول للمعلومات والإفادة. ولقد أصبح كسر الصوامع الموجودة في المؤسسات أمراً حتمياً لنجاح الأعمال، والمجتمع بأكمله، في فترات التحول الرقمي المكثف. ويمكن للقادة الاستفادة من طرق جديدة للتفكير عن طريق التماس الملاحظات القادمة من الأصوات غير المسموعة وتنوع الفكر في فكر المشروع ويمكنهم خلق فرص للناس للتعلم وأن يصبحوا أكثر تنوعاً في كفاءاتهم.

### المبحث الثالث: المرتكزات الأساسية للتحول الرقمي

إن التحول الرقمي من المواضيع الأكثر أهمية في عصرنا نظراً للانتشار السريع للإنترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصال، وتعتبر من أساسيات تحقيق الكفاءة والفعالية لشركة ككل، لذا سنحاول التطرق إلى تحديد الخطوات والأعمدة الأساسية للتحول الرقمي، والتحديات التي يواجهها وأهم النماذج والفوائد وكذلك العوائق التي تواجه التحول الرقمي.

### المطلب الأول: خطوات والأعمدة الأساسية للتحول الرقمي

#### أولاً: خطوات التحول الرقمي

يعد التحول الرقمي من الطرق التي يمكن استخدامها لحل العديد من المشكلات التقليدية، ويكون ذلك من خلال دمج وإدخال التكنولوجيا الرقمية في جميع مجالات الأعمال، مثل المبيعات والخدمات مما يساعد الشركات على التطور والاستمرار، وعلى الرغم من أنه يمكن النجاح في تنفيذ التحول الرقمي، إلا أنه عملية مستمرة ومتكررة، لذلك يجب إتباع الخطوات الصحيحة للتحول الرقمي لكي يكون ناجحاً، وفيما يأتي توضيح لخطوات التحول الرقمي.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> موقع موضوع، خطوات التحول الرقمي، متوفر على الموقع <https://mawdo3.com>، تم النصف بتاريخ 2022/04/17، الساعة

**1. التركيز على العملاء**

يجب الاهتمام على التركيز على العميل بشكل أكبر من التركيز على المنتج، حيث إن ذلك يزيد من نجاح الشركة، وتكون أكثر قدرة على التحول الرقمي عند تفهم العملاء، ومعرفة جميع رغباتهم، كما يمكن أن يساهم ذلك في معرفة الأولويات للخطوات القادمة.

**2. الهيكل التنظيمي**

عند التخطيط للتحول الرقمي يجب الانتباه إلى ضرورة وجود مبدأ التغيير في الشركة، وإدماج كل من المديرين التنفيذيين، والقادة بالرؤية الجديدة الرقمية.

**3. إدارة التغيير**

يساعد تفهم الموظفين ودعمهم للتحول الرقمي على زيادة فرصة النجاح فيها، حيث يمكن أن يسبب عدم دعم الموظفين لها إلى الفشل، وبقاء الشركة والموظفين على حالهم دون تغيير، أو محاولة القيام بأي تغيير.

**4. القيادة التحويلية**

إن شخصية القائد القوية يمكن أن يكون لها تأثير كبير على نفسية الموظفين، حيث أنه عندما يكون القائد قويا فإن ذلك يزيد من شعور الموظف بالأمان عند التخطيط للتغيير، أي أنه عند التحول من عمل معين وطريقة معينة إلى شيء أكبر وأفضل فإنهم لا يشعرون بالخوف من هذا التغيير، لذلك فإن وجود شخصية قوية للقائد يساعد على نجاح التحول الرقمي.

**5. قرارات التكنولوجيا**

عند التخطيط للتحول الرقمي يجب أن يكون معظم القرارات التي يتم اتخاذها من قبل الموظفين في مجال تكنولوجيا المعلومات، خاصة قرارات الشراء، مع ضرورة العمل معا وبشكل تعاوني بين القادة جميعهم وتمثيل أقسامهم المختلفة، وبنفس الأهداف لتحقيق تحول رقمي ناجح.

## 6. التكامل

يمكن أن يساعد التركيز على البيانات على دمج الحلول الرقمية في أي مجال من مجالات الشركة، فيزداد التعقيد في التعامل مع البيانات كلما زاد حجم الشركة و أصبحت أكبر، لذلك بهذه الطريقة يمكن أن تكون طريقة التعامل معها أكثر بساطة، وتؤدي إلى تحول رقمي ناجح.

## 7. تجربة العملاء الداخلية

حيث يساعد دمج التحول الرقمي في الشركة على تحسين تجربة العميل داخل الشركة، حيث إنه عند حصول الموظفين على تعليقات من العملاء، وتقديم الحلول التقنية لها يمكن أن يقدم لهم تجربة ممتازة لهم.

## 8. اللوجستيات وسلسلة التوريد

كون أنه يجلب التركيز على سرعة وموثوقية خدمة العملاء عند حصولهم على المنتجات والخدمات، لتمكين الحصول على تحول رقمي أكثر فاعلية وكفاءة.

## 9. أمن البيانات والخصوصية و الأخلاق

حيث يساعد شعور العملاء والمستهلكين بأمان وخصوصية معلوماتهم وبياناتهم على زيادة الثقة بينهم، لذلك يجب الانتباه إلى ضرورة تأمين البيانات عند البدء بالتحول الرقمي.

## 10. تطور المنتجات والخدمات والعمليات

حيث يحتاج التحول الرقمي إلى إحداث تغيير وتطوير في طريقة التفكير عند تقديم المنتجات والخدمات، إذ يمكن تطوير المنتجات نفسها، وتحديث طريقة تسليمها.<sup>1</sup>

## 11. الرقمنة

بحيث تكون هذه العملية من خلال عمل تكامل بين المتاجر الرقمية والمتاجر المادية.

<sup>1</sup> موقع موضوع، خطوات التحول الرقمي، متوفر على الموقع <https://mawdo3.com> ، تم التصفح بتاريخ 2022/04/17، الساعة

## 12. التخصيص

حيث يهتم العملاء بالخدمات الشخصية، لذلك يجب التركيز على فهم العملاء وتقديم التوصيات وتجارب مختلفة لهم.

فهناك أيضا عدة خطوات للتحول الرقمي التي تكمن في النقاط التالية:<sup>1</sup>

- ✓ صياغة إستراتيجية رقمية للمنظمة؛
- ✓ تغيير الهيكل التنظيمي بما يتوافق مع الإستراتيجية الرقمية لتحقيق المرونة اللازمة داخل المنظمة؛
- ✓ تحديد الإمكانيات الرقمية للمنظمة وقياسها؛
- ✓ إنشاء وحدة التحول الرقمي ضرورة حتمية للتتبع عملية التحول الرقمي و إدارتها بفعالية؛
- ✓ تحديد عوائق التكامل الرقمي والعمل على حلها.

## ثانيا: الأعمدة الأساسية للتحول الرقمي

هناك خمسة أعمدة أساسية لقيام تحول رقمي جيد وهي:<sup>2</sup>

## 1) العمود الأول: الحكومة الرقمية Digital Government

يتعين على الحكومة الرقمية أن تكون قادرة على إدارة وقيادة ما يلي:

- ✓ تحسين الكفاءة الإنتاجية في عملياتها؛
- ✓ تحسين الخدمات المقدمة للمواطنين؛
- ✓ الإسراع في إنجاز مشروعات القطاعات الاجتماعية في الصحة و التعليم... الخ؛
- ✓ تحقيق وفورات في التكاليف من خلال دمج عمليات البنية التحتية من خلال عمليات رقمية؛
- ✓ تشجيع الشفافية وتخفيض الفساد؛
- ✓ تحسين سهولة إقامة مشروعات أعمال جديدة.

<sup>1</sup> صدوقي غريسي، وآخرون، مرجع سابق، ص 103.

<sup>2</sup> صبح محمود، إدارة التحول الرقمي لتطبيق رؤية مصر 2030م، المؤتمر السنوي الرابع والعشرون لبحوث الأزمات، كلية التربية، جامعة عين شمس، مصر، 07 ديسمبر 2019، ص 5-7.

## 2) العمود الثاني: الأعمال الرقمية Digital Business

يرتكز هذا العمود على تنمية وتقوية سوق رقمي متميز بزيادة جودة الشمول المالي، والمنافسة العادلة، وبنية التحتية جيدة من المعلومات، وتقديم حماية قوية للمستهلكين، وباختصار يمكن القول بأن هذا العمود يركز بصفة أساسية على ثلاثة مجالات:

- ✓ التجارة الرقمية؛
- ✓ الخدمات المالية؛
- ✓ قناعة رقمية لما يدور في السوق.

## 3) العمود الثالث: البنية التحتية Infrastructure

من المعروف أن البنية التحتية من الأهمية بمكان دائما للبلدان التي تحقق نجاحا كبيرا من معدلات نموها الاقتصادي، ولكن يلاحظ النمو السريع في اقتصاديات الأمم يحتاج تكنولوجيا الاتصالات، إن الأمر يتطلب تأسيس بنية تحتية فكرية تشمل ما يلي:

- ثقافة اجتماعية: تشجع على استخدام الأصول الرقمية، وتكنولوجيا المعلومات؛
- الرشد السياسي: من جانب الحكومة لدعم البنية التحتية الرقمية لتسهيل التجارة، والخدمات الرقمية المتاحة للمواطنين؛
- الرشد الاقتصادي: بمعنى أن يحقق الإنفاق على هذه البنية زيادة في القوة الاقتصادية للبلد ومركزها النسبي في الأسواق العالمية.

## 4) العمود الرابع: الابتكار يقود المخاطرة الاستثنائية Innovation-Driven Entrepreneurship

يمكن بيان خصائص الابتكار الذي يقود المخاطرة الاستثنائية فيما يلي:

- استخدام قطاع الأعمال العديد من التكنولوجيا الرقمية وبصفة خاصة الهاتف المحمول، التجارة الإلكترونية، الذكاء الصناعي، الحوسبة السحابية، الحوكمة الإلكترونية... الخ؛
- استخدام التكنولوجيا الرقمية لتحسين عمليات الأنشطة الاقتصادية؛
- وإختراع نماذج أعمال رقمية، وتحديث الذكاء الاقتصادي والتجاري؛
- الدخول في أعمال جديدة تربط العملاء من أصحاب المصالح خلال قنوات رقمية جديدة؛

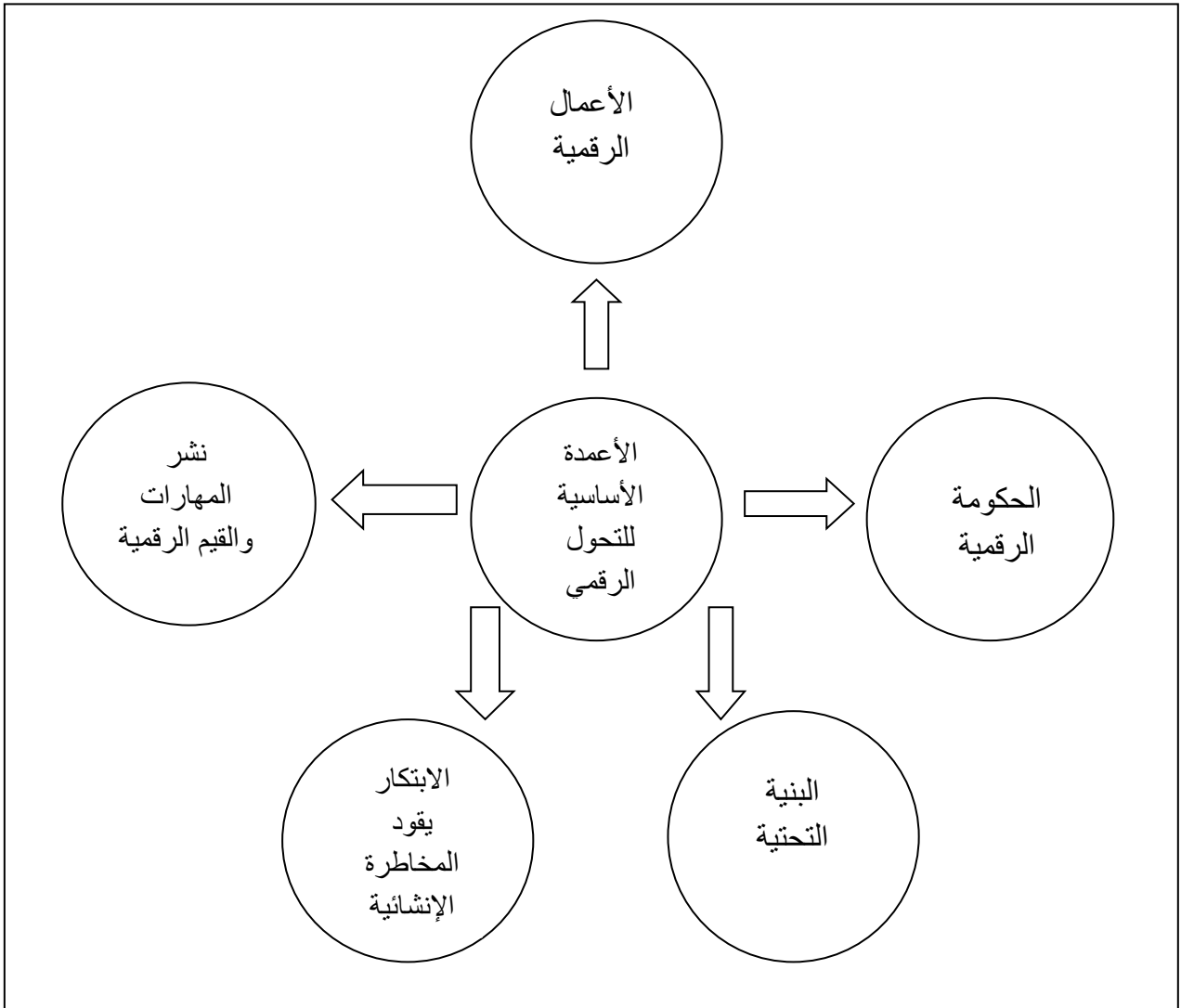


## 5) العمود الخامس: نشر المهارات والقيم الرقمية Digital Skills and Values

من الأهمية يمكن تنمية المهارات الرقمية من بداية التعليم الأول حتى التعليم الجامعي، ويكون على شكل مقررات دراسية مستقلة في كل المراحل التعليمية.

ويمكن توضيح الأعمدة الخمسة الأساسية للتحول الرقمي من خلال الشكل الموالي.

الشكل رقم (01): يوضح الأعمدة الخمسة الأساسية للتحول الرقمي.



المصدر: صبح محمود، إدارة التحول الرقمي لتطبيق رؤية مصر 2030م، المؤتمر السنوي الرابع والعشرون لبحوث الأزمات، كلية التربية، جامعة عين

شمس، مصر، 07 ديسمبر 2019، ص 7.

## المطلب الثاني: تحديات التحول الرقمي

عند البدء بالانتقال من النظام التقليدي إلى التحول الرقمي نواجه العديد من التحديات يمكن تلخيصها

فيما يلي:<sup>1</sup>

- نقص المهارات التقنية للأفراد العاملين بالمنظمة التي تعتبر عامل أساسي لا بد من مراعاته أثناء صياغة وإعداد الإستراتيجية الرقمية؛
- الثقافة التنظيمية، التي هي عبارة عن مزج من المعتقدات والقيم والأعراف والأساطير تعتبر كمشكل يعيق عملية التحول الرقمي ما لم تكن قائمة على الانفتاح للتغيير؛
- التنسيق، بمعنى إذا لم يتم الاتصال الجيد بين القمة الإستراتيجية والأفراد تفشل عملية التحول الرقمي لذا لا بد من تحديد الأدوار والمسؤوليات والأهداف بدقة؛
- ضعف الإمكانيات الرقمية المنظمة.

وكذلك توجد تحديات تنظيمية أخرى تتمثل في:<sup>2</sup>

- غياب الشعور بالحاجة؛
- تعارض الأهداف والأدوار بسبب مشكل التنسيق والقيادة؛
- غياب الرؤية وعدم وضوحها للأفراد الفاعلين؛
- مشكل الثقافة التنظيمية التي تعتبر متغير أساسي في نجاح التحول الرقمي؛
- ضعف البنية التحتية المتعلقة بتجهيزات وتقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال وقدمها ومحدوديتها؛
- غياب التعاون وروح الفريق داخل المنظمة؛
- مخاوف الفشل من التحول الرقمي وعدم الاقتناع بها؛
- قلة الإمكانيات المالية والتمويلية لعملية التحول الرقمي؛
- عدم كفاءة وخبرة الكوادر التنظيمية وقلة كفاءتها مع أساسيات ومتطلبات التحول الرقمي؛

<sup>1</sup> صدوقي غريسي، وآخرون، مرجع سابق، ص 103-104.

<sup>2</sup> نعموني مريم، تأثير الثقافة التنظيمية على نجاح التحول الرقمي في المؤسسة، مجلة معهد العلوم الاقتصادية، المجلد 23، العدد 02، جامعة الجزائر 3، 2020، ص 565-566.

➤ القوانين والتشريعات، غالباً ما تشكل عائق يحبط فعالية التحول الرقمي مما يجعلها بطيئة مما قد يعود بخسائر على المنظمة.

### المطلب الثالث: نماذج وفوائد التحول الرقمي

#### أولاً: نماذج التحول الرقمي

تشير أدبيات الإدارة إلى تعدد نماذج التحول من المنظمة التقليدية إلى المنظمة الرقمية، وفيما يلي توضيح لأهم النماذج المطبقة للتحويل الرقمي للمنظمات:<sup>1</sup>

1. **النموذج الفني:** يتم من خلاله تحويل المنظمات التقليدية إلى منظمات رقمية باستخدام بحوث العمليات وعلوم الحاسب وعلم الإدارة دون التركيز على الجوانب السلوكية للمنظمة، ويؤدي ذلك ورفض التطبيقات الالكترونية في اتخاذ القرارات.

2. **النموذج السلوكي:** يركز على المتغيرات السلوكية (الفردية والجماعية والتنظيمية والبيئية) بدرجة أكبر من المتغيرات الفنية وخاصة في تطوير البرمجيات، ومن ثم تقل أهمية الأمثلة في النماذج في اتخاذ القرارات رقمياً.

3. **النموذج الفني الاجتماعي:** يهتم بالتفاعل بين المتغيرات الفنية (الحاسبات والبرامج) والمتغيرات السلوكية والتنظيمية عند تنفيذ عمليات التحويل.

4. **نموذج الشراكة في المعلومات:** يعتمد التحول الرقمي على الاشتراك في أحد شبكات المعلومات المحلية أو الدولية لفترة لحين إتمام التحول، أو الاعتماد على أحد شركات المعلومات في توفير الخدمة بالشراكة.

5. **نموذج تحليل القوى التنافسية:** يعتمد على بناء نظم معلومات لدعم التحليل الرباعي، الذي يسعى إلى تعظيم نقاط القوة التنظيمية وتقليل نقاط الضعف، وذلك للسيطرة على الفرص البيئية ومواجهة التحديات العالمية والمحلية، ويعتمد هذا النموذج على التخطيط الاستراتيجي للمنظمة وبناء نظم معلومات متكاملة ومساندة لذلك.

6. **نموذج إدارة الأصول الرقمية:** يعتمد على مجموعة من شركات المعلومات والاتصالات بدلا من شركة واحدة في إدارة الملفات الرقمية (التخزين، الدخول للمعلومات، التصفح، تبادل المعلومات واسترجاعها).

<sup>1</sup> أسامة عبد السلام علي، التحول الرقمي بالجامعات المصرية: دراسة تحليلية، مجلة كلية التربية، المجلد 02، العدد 37، جامعة شمس، كلية التربية، مصر، 2013، ص ص 535-537.

7. نموذج التحول التدريجي: يعتمد على القدرات المالية للمؤسسات للتحول من النموذج الورقي إلى النموذج الرقمي، ومن ثم يتم التمويل على مراحل في ضوء المركز المالي وحجم أعمال المنظمة، ولا يعتمد على دراسات الجدوى التحليلية أو قياس الاحتياجات الرقمية مسبقاً.
8. نموذج التحول الاستراتيجي: يفترض هذا النموذج أن المعلومات والاتصالات عبارة عن أصول رأسمالية للمنظمة، كما يتحدد مركز المنظمة في القطاع أو النشاط الذي تنتمي إليه وفق قيمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تمتلكها المنظمة، والتي تعتبر أحد ركائز المركز التنافسي لها.
9. نموذج التحول الديناميكي: يعتمد هذا النموذج في التحول على درجات التفاعل السريع بين المنظمة والمتغيرات البيئية، والعلاقة بينهم، وكذلك على التقدم المستمر في تكنولوجيا المعلومات هو أساس هذا النموذج.
10. نموذج الأمثلة: يعتمد هذا النموذج على الدراسة عن التحول المثالية لتطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من خلال عمليات المحاكاة وتصميم التجارب والاختبارات العملية المسبقة قبل التحول مع ضغط التكاليف والدراسة عن أفضل نتائج.
11. نموذج التطوير التنظيمي: يعتمد هذا النموذج للتحول على التعلم والتدريب التحويلي ومحو الأمية الحاسوبية بالمنظمة، ومن ثم يتم التغيير وفق درجات التعلم العضوي وليس بفرض حلول ميكانيكية جامدة.
12. نموذج التكلفة والعائد: يعتمد هذا النموذج على مقارنة تكاليف التحول لمنظمة رقمية بالمكاسب المتوقعة من اقتناء تكنولوجيا المعلومات.
13. نموذج التحويل المتكامل: يقوم هذا النموذج على فلسفة المنظومات والرغبة في التحويل المتكامل لجميع الإدارات والمستويات التنظيمية لبناء المنظمة الرقمية، ومن ثم تسعى إدارة تكنولوجيا المعلومات إلى الربط بين التغيير في منظومة الأعمال والتحديث في منظومة الإدارة الإلكترونية، ويظهر ذلك من خلال تبني إطاراً متكاملًا للتحول يشمل الحاسبات والبرمجيات والشبكات وقاعدة البيانات ونظم المعلومات والانترنت.
14. نموذج التحويل الإستراتيجي: يتم التحويل من خلاله عن طريق استئجار الحاسبات وانجاز الأعمال لدى الغير، وتعتمد فلسفة التحويل على أن خبرة الشركات المتخصصة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتحليل النظم والبرامج أوسع بكم من خبرة المستخدم لتلك التكنولوجيا.
15. نموذج المشاركة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات: يعتمد هذا النموذج على أهمية الربط الشبكي لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتحقيق الفائدة من الانترنت لدعم القرارات والسياسات، ويقوم هذا النموذج على قياس المراكز التنافسية للشركات وإدخال التحسين المستمر في منظومة الاتصالات والمعلومات وفق

اتجاهات المنافسين وحاجات متخذي القرارات، ومن ثم يتم الاشتراك الكامل من خلال الشبكات في خدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تقدمها شركات متخصصة من خلال عقود طويلة الأجل وبصفة مستمرة.

### ثانياً: فوائد التحول الرقمي

يمكننا تلخيص فوائد التحول الرقمي في النقاط التالية:<sup>1</sup>

1) **سرعة وسهولة الأداء:** حيث توفر المنظمات غير الربحية الكثير من الوقت والجهد عند استخدامها للتقنية سواء في أداء الأعمال أو التواصل مع الموظفين والداعمين، كما أن مواكبة التطور الحامل في المجال التكنولوجي يضمن للمنظمة التواصل مع الأجيال الجديدة، ذات المهارة التقنية العالية وكسبهم على المدى الطويل.

2) **جودة الأداء:** حيث تنخفض نسبة الأخطاء البشرية عند الاستعانة بالتقنيات الذكية، كما يمكن قياس وتطوير الأداء باستمرار مما يضمن التحسين المستمر للعمل.

3) **شفافية ودقة الإجراءات:** حيث توفر الأدوات التقنية معلومات تفضيلية عن أي عمليات وأنشطة تقوم بها المنظمة من خلالها، ويمكن الاستفادة من هذه السجلات في التقارير السنوية التي تنشرها المنظمات غير الربحية لداعميها.

4) **خفض التكلفة:** حيث تقلل المنظمات غير الربحية عدد موظفيها وتبدلهم ببرامج وأدوات أقل تكلفة على المدى الطويل.

5) **زيادة التركيز على الأهداف والمستفيدين:** حيث تستطيع المنظمات غير الربحية اختيار وفرز واستهداف داعمين ومتطوعين ذو صفات وخصائص معينة تناسب مع توجهاتها وأهدافها العامة عن طريق تحليل المعلومات الشخصية والجغرافية التي توفرها هذه الأدوات التقنية.

### المطلب الرابع: العوائق التي تواجه التحول الرقمي

يوجد العديد من العوامل التي تعرقل عملية التحول الرقمي داخل المؤسسات منها نقص الكفاءات والقدرات المتمكنة والقادرة على قيادة برامج التحول الرقمي والتغيير كما أن نقص الميزانيات المرصودة لهذه البرامج

<sup>1</sup> عبير القصبي، التحول الرقمي للمنظمات غير الربحية: فرص وتحديات، متوفر على الموقع: <https://www.mozm.ws>، تم التصفح بتاريخ 2022/04/24، الساعة 02:18.

تحد من نموها، التخوف من مخاطر أمن المعلومات كنتيجة لاستخدام الوسائل التكنولوجية يعتبر أحد أكبر العوائق خصوصا إذا كانت الأصول ذات قيمة عالية.<sup>1</sup>

ويمكن تلخيص العوائق التي تعرقل عملية التحول الرقمي من خلال النقاط التالية:<sup>2</sup>

- نقص الكفاءات داخل المؤسسة والقادرة على قيادة برامج التحول الرقمي؛
- نقص الميزانيات المخصصة؛
- التخوف من مخاطر أمن المعلومات كنتيجة لاستخدام الوسائل التكنولوجية يعتبر أحد أكبر التحديات التي تواجه نجاح تنفيذ التحول الرقمي؛
- المؤسسات لا تملك نظام خبراتي وإنتاجي كافي لتشييد قواعد رقمية معلوماتية، وذلك يعود إلى عوامل الفقر الاقتصادي وسوء التعليم وانعدام الاستقرار العام؛
- الافتقار إلى بنية تحتية قادرة على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وموظفي التكنولوجيا ذوي المهارات الكافية والاتصال الثابت بالانترنت في العديد من المناطق الريفية.

<sup>1</sup> البار عدنان مصطفى، المرعي خالد علي، التحول الرقمي كيف ولماذا، متوفر على الموقع

<https://www.awforum.org/index.php/ar>، تم التصفح بتاريخ 2022/05/03، الساعة 16:43.

<sup>2</sup> يونس أبو سمرة مرعي، أهمية التحول الرقمي في القطاع المصرفي - دراسة ميدانية بالتطبيق على مصرف الراجحي بالمملكة العربية السعودية، المؤتمر الرابع والعشرون لبحوث الأزمات بعنوان: "إدارة التحول الرقمي لتطبيق رؤية مصر 2030م، المنظم بكلية التربية، جامعة عين شمس، مصر، 2019، ص ص 13-14.

## خلاصة الفصل

التحول الرقمي يعني تسخير التكنولوجيا لإحداث تغيير جذري في طرق العمل بالاعتماد على التقنيات الرقمية في تقديم الخدمات والتسيير، إذ يوفر التكلفة والجهد بشكل كبير ويحسن الكفاءة التشغيلية وينظمها، ويعمل على تحسين الجودة وتبسيط الإجراءات للحصول على الخدمات المقدمة للمستخدمين، ويخلق فرص لتقديم خدمات مبتكرة وإبداعية بعيدا عن الطرق التقليدية في تقديم الخدمات.

ولقد تطرقنا من خلال هذا الفصل إلى مفهوم التحول الرقمي، ومختلف أشكاله وخصائصه، ومن ثم تطرقنا إلى دواعي ومتطلبات التحول الرقمي وأهم الوسائل المستخدمة في الاتصال وكذلك مجالات التحول الرقمي، بالإضافة إلى المرتكزات الأساسية للتحول الرقمي.

ومن هنا توصلنا أن التحول الرقمي أصبح ضرورة من ضروريات ممارسة النشاطات المؤسساتية، وذلك أن كل الوسائل التي تطلبها منتشرة عبر العالم وتوفرها سهل سواء للأفراد أو المؤسسات.

**الفصل الثاني:**

**التجارة الإلكترونية**



تمهيد:

تعتبر التجارة الإلكترونية إحدى صور ثورة نظم المعلومات والاتصالات وانتشار الإنترنت على وجه الخصوص التي وفرت وسائل مستحدثة في تبادل السلع والخدمات وتبادل البيانات بصورة لم تكن معروفة من قبل والتي تتميز بالسرعة والسهولة في الاستخدام وبعدها عن الصورة التقليدية المعروفة في إجراء العمليات التجارية وتوثيقها.

ففي هذا العصر الرقمي الذي تنتشر فيه الإنترنت انتشارا هائلا، شاع مفهوم التجارة الإلكترونية التي تعددت مفاهيمها حسب العديد من المنظمات والمهيات العالمية والاقتصاديين، كما تعددت أنواعها وأهدافها العامة، وقصد قيام التجارة الإلكترونية لابد من توفر مبادئ ومتطلبات ومجالات أساسية، حيث يهدف هذا الفصل إلى أبرز أهم المفاهيم والجوانب النظرية والعملية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية ونموها، وذلك من خلال المباحث التالية:

المبحث الأول: المفاهيم الأساسية حول التجارة الإلكترونية.

المبحث الثاني: قواعد التجارة الإلكترونية.

المبحث الثالث: آليات ووسائل الدفع المعتمدة في التجارة الإلكترونية وتأمينها.

## المبحث الأول : المفاهيم الأساسية حول التجارة الإلكترونية

أصبحت التجارة الإلكترونية تتم من خلال التكنولوجيا، وذلك نظرا لتطور التقنيات الحديثة التي تعتمد عليها أغلب أسواق الأعمال في العالم اليوم وأصبحت الصفقات التجارية والمعاملات تتم بكل سهولة من خلال ضغط زر، في هذا المبحث سيتم التطرق إلى مفهوم التجارة الإلكترونية ومراحل تطورها وأهميتها وفوائدها ناهيك عن خصائصها وأشكالها والفرق بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية وذلك على النحو التالي:

## المطلب الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية ومراحل تطورها

## أولاً: مفهوم التجارة الإلكترونية

لا يوجد تعريف واحد وشامل للتجارة الإلكترونية لأنها مفهوم جديد يشرح عملية بيع أو شراء أو تبادل المنتجات والخدمات أو المعلومات من خلال شبكات الإنترنت إلا أننا يمكن أن نذكر بعض التعاريف، ولكن قبل هذا يجب أن نحللها لأنها تحتوي على كلمتين هما:<sup>1</sup>

## 1. التجارة:

هي تبادل السلع والخدمات بين أفراد البلد الواحد وتكون هنا تجارة داخلية، أو بين الدول وتكون تجارة خارجية.

## 2. الإلكترونية:

هي مجموع الهياكل اللازمة للتكنولوجيا والشبكة المعلوماتية والاتصال عن بعد "Télécommunication" والتي تستعمل لمعالجة وتحويل المعطيات الرقمية، وبالتالي فإن مصطلح الإلكترونية يعبر عن الأداة الحديثة في الاتصال ألا وهي الإنترنت التي تعمل على خلق فرص وفوائد عظيمة نظرا قدرتها على تحقيق التواصل السريع بين أرجاء العالم، كما أنها تسمح بإمكانية التبادل التجاري بين أي طرفين هذا ما يعرف بالتجارة عبر الإنترنت أو التجارة الإلكترونية.

<sup>1</sup> محمد متولي محمد زايد، التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني، مؤسسة رؤية للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، الإسكندرية، 2019، ص ص 59-60.

فالتجارة الإلكترونية هي مفهوم جديد فهي عملية بيع أو شراء أو تبادل المنتجات والخدمات أو المعلومات خلال شبكة الإنترنت وعليه يمكن تعريفها كما يلي:

❖ يمكن تعريف التجارة الإلكترونية على أنها "عملية لتبادل السلع والخدمات عن طريق وسيلة إلكترونية أو وسيط إلكتروني"<sup>1</sup>.

❖ هي عملية البيع والشراء عبر الشبكات الإلكترونية، على المستويين السلعي والخدمي، بجانب المعلومات وبرامج إلكترونية وأنشطة أخرى تساعد على الممارسات التجارية.

❖ هي تلك التجارة التي تشتمل على أنواع ثلاثة مختلفة من الصفقات، هي تقديم خدمات الإنترنت والتسليم الإلكتروني للخدمات أي تسليم صفقات المنتجات الخدمية للمستهلك في شكل معلومات رقمية واستخدام الإنترنت كقناة لتوزيع الخدمات وعن طريقها يتم شراء سلع عبر الشبكة لكن يتم تسليمها بعد ذلك للمستهلك في شكل غير إلكتروني.

❖ تعرف المنظمة العالمية للتجارة الإلكترونية على أنها "مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات بوسائل إلكترونية".

❖ عرفت الحكومة الأمريكية التجارة الإلكترونية بأنها "الاستعمال الأمثل لكل أنواع تكنولوجيا الاتصال المتاحة من أجل تنمية النشاط التجاري للمشروعات"<sup>2</sup>.

❖ عرفت اللجنة الأوروبية EC=European Commission التجارة الإلكترونية على أنها أداء الأعمال إلكترونيًا، حيث تقوم على أساس التبادل الإلكتروني للبيانات، مكتوبة كانت أو مرئية أو مسموعة، كما أنها تتضمن العديد من الأنشطة التجارية الخاصة بتبادل السلع والخدمات، وإتمام عمليات البيع والشراء والتسليم بالنسبة للمحتويات الرقمية والتحويلات الإلكترونية للأموال والفواتير الإلكترونية والمزودات التجارية، وعمليات التسويق وخدمات ما بعد البيع، وهي تشمل كلا من السلع والخدمات، وكذلك الأنشطة التقليدية وغير التقليدية.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> محمد عمر الشويرف، التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد، دار زهوان للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2015، ص ص 47-48.

<sup>2</sup> محمد متولي محمد زايد، مرجع سابق، ص ص 60-61.

<sup>3</sup> السيد أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية والعولمة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة (مصر)، 2006، ص ص 34-35.

من خلال ما سبق نخلص إلى أن التجارة الإلكترونية هي: نشاط تجاري يتم بفضل إجراءات تكنولوجية متقدمة، متعلق بتنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات، عن طريق بيانات ومعلومات تنساب عبر شبكات الاتصال والشبكات التجارية العالمية الأخرى، منها شبكة الإنترنت التي تعدت حدود الدول وحولت الركائز الورقية المستخدمة في المعاملات التجارية كالفواتير والعقود وقبض الثمن إلى ركائز إلكترونية تتم كلها عبر الجهاز الآلي، الذي يتقابل بواسطة كل من البائع والمشتري والمنتج والمستهلك لتحقيق معاملاته التجارية رغم بعد المسافات و اختلاف الحدود الجغرافية، حيث يتوقع لها البعض أن يتوسع نطاقها وتصبح الوسيط المطلق والمسيطر الشامل، حيث تكون كل المعروضات للبيع في العالم بأسره متاحة للمشتري في أي منطقة من العالم ليتفحصها ويقارنها بأخرى وحتى يجري عليها تعديلات إن أراد.

### ثانيا: مراحل تطور التجارة الإلكترونية

مر التطور التاريخي للتجارة الإلكترونية عبر حقتين زمنيتين عرفا بالتجارة الإلكترونية حقبة أولى وحقبة ثانية، وفيما يلي موجزهما:

#### ❖ تجارة إلكترونية: حقبة أولى 1 e-commerce

وتشير إلى تلك الحقبة الزمنية الممتدة من عام 1995 وحتى العام 2000، وهي التي شهدت نموا متفجرا Explosive Growth في التعاملات الإلكترونية والمعتمدة أو الموجهة بالتقنية Technology-driven، حيث كان تركيز منظمات الأعمال منصبا بصفة أساسية على نمو العائد من تلك التعاملات، وذلك من خلال تبني إستراتيجيات تعتمد على التواجد الإلكتروني الفوري الخاص pure online strategies، في غيبة ملموسة للتشريعات الحكومية المختلفة والمنظمة للأعمال الإلكترونية Ungoverned regulation.

#### ❖ تجارة إلكترونية: حقبة ثانية 2 e-commerce

وتتمثل في الحقبة الزمنية التي بدأت من عام 2001 وحتى وقتنا هذا، حيث شهدت تحولات في نمط التعاملات إلى التوجه بالأعمال business-driven، وتركيز منظمات الأعمال منصبا على تنمية الأرباح، ومن

خلال تبني إستراتيجيات مختلطة، أي تعتمد على التواجد المادي للمنظمة في السوق وتواجدها الإلكتروني على شبكة الإنترنت clicks-and-bricks strategies في ظل تشريعات حكومية منظمة للأعمال الإلكترونية.<sup>1</sup>

ويبين لنا الجدول التالي مقارنة موجزة بين مرحلتي التطور التاريخي للتجارة الإلكترونية.<sup>2</sup>

الجدول رقم (01): مراحل التطور التاريخي للتجارة الإلكترونية.

وجه المقارنة	تجارة إلكترونية حقبة أولى e-commerce 1	تجارة إلكترونية حقبة ثانية e-commerce 2
التعاملات	موجهة بالتقنية . (Technology-driven)	موجهة بالأعمال. ( business-driven)
التركيز	على عائد التعاملات.	على الأرباح طويلة الأجل.
الإستراتيجيات	تعتمد على التواجد الإلكتروني الفوري الخالص على الإنترنت. ( Pure on line strategies )	تعتمد على التواجد المادي للمنظمة في السوق وتواجدها الإلكتروني على شبكة الإنترنت. ( clicks-and-bricks strategies )
التشريعات	غياب التشريعات الحكومية والدولية المنظمة للتجارة الإلكترونية. ( Ungoverned regulation )	وجود تشريعات حكومية ودولية منظمة للأعمال الإلكترونية. ( governed regulation )

المصدر: رضوان ربيع، الاقتصاد الرقمي: نموذج "التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت"، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر3، 2006/2007، ص 113.

المطلب الثاني: أهمية وفوائد التجارة الإلكترونية

يمكن القول أن التجارة الإلكترونية تعد من أهم اختراعات العصر والتي يمكن من خلالها تحقيق أرباح لا

يمكن تحقيقها سابقا بالطرق التقليدية، والسبب يعود لأهميتها وفوائدها التي سنتطرق إليها:

<sup>1</sup> طارق طه، التسويق والتجارة الإلكترونية، منشأة المعارف، الإصدار 2، الإسكندرية، 2005، ص 327.

<sup>2</sup> نجم عبود نجم، الإدارة الإلكترونية: الإستراتيجيات والوظائف والمشكلات، دار المريخ للنشر، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2004، ص 55.

أولاً: أهمية التجارة الإلكترونية

تكمن أهمية التجارة الإلكترونية في النقاط التالية:<sup>1</sup>

- ✓ التقليص من النفقات الإدارية ونفقات الاتصال وغيرها، حيث تعتبر بديلاً عن تخصص جزئي كبير من رأس المال في إقامة علاقات مستمرة بين البائعين والمشتريين، كما أنها تسمح بإتمام عملية التوزيع رأساً للمستهلك؛
- ✓ تسهيل عمليات المراسلات وعقد الصفقات وكذا التعاملات بين المنتج والمستهلك وتبادل الآراء والخطط بين الشركاء التجاريين؛
- ✓ تبادل المعلومات وذلك بتوصل كافة المعلومات والبيانات والمواصفات الخاصة بأنشطة وخدمات الكثير من الشركات والمؤسسات التجارية والخدمية إلى كافة المهتمين في دول العالم المختلفة؛
- ✓ إيجاد روح من الانفتاح والثقافة خاصة وإن هذه التجارة تقلل من الزمن اللازم لإنجاز المهامات وأداء الأعمال فضلاً عن تغيير طبيعة السوق نفسها؛
- ✓ تعزيز حركة النقل وذلك بسرعة إنجاز المعاملات والحصول على أفضل الأسعار لعمليات الشحن، الأمر الذي يخفف من التكاليف التي تتحملها الشركات التجارية نتيجة للتخفيضات الجديدة في عمليات الإمداد والتوزيع؛
- ✓ تسمح التجارة الإلكترونية بتقليص المسافة بين البائع والمشتري دون الحاجة إلى تجار التجزئة وتجار الحملة كما هو الحال في التجارة التقليدية.

ثانياً: فوائد التجارة الإلكترونية

يمكن تقسيم فوائد التجارة الإلكترونية إلى ثلاثة أقسام:

1- فوائد التجارة الإلكترونية للشركات:

- ✚ التجارة الإلكترونية توسع نطاق السوق إلى نطاق دولي وعالمي بالإضافة إلى تخفيض التكاليف، بوسع أي شركة إيجاد مستهلكين أكثر وموردين أفضل وشركاء أكثر ملائمة وبصورة سريعة وسهلة وذلك من خلال الميزات التالية:

<sup>1</sup> محمد متولي محمد زايد، مرجع سابق، ص 74-75.

- سهولة الوصول إلى مراكز الاستهلاك الرئيسية؛
  - إمكانيات تسويق السلع والخدمات عالميا وبتكلفة محدودة؛
  - القدرة على سرعة عقد وإنهاء الصفقات؛
  - القدرة على تحليل الأسواق والاستجابة لتغير متطلبات المستهلكين؛
- التجارة الإلكترونية تخفض تكاليف إنشاء ومعالجة وتوزيع وحفظ واسترجاع المعلومات الورقية " الوثائق الورقية "؛
- التجارة الإلكترونية تساعد على إنشاء تجارات متخصصة جدا؛<sup>1</sup>
- التجارة الإلكترونية تخفض الفترة الزمنية مابين دفع الأموال والحصول على المنتجات والخدمات؛
- تخفيض التكاليف الإدارية وتكاليف الشحن والإعلان ومعلومات التصميم والتصنيع وتخفيض مصاريف الشركات.<sup>2</sup>

## 2- فوائد التجارة الإلكترونية للمستهلكين

- + توفير الوقت: فالتجارة الإلكترونية تعطي الخيار للمستهلك، بأن يتسوق أو ينهي معاملاته في 24 ساعة، وفي أي يوم من السنة ومن أي مكان من على سطح الأرض، كما أنه باستطاعة الزبائن الحصول على المعلومات اللازمة، من خلال ثوان أو دقائق عن طريق التجارة الإلكترونية، وفي المقابل قد يستغرق الأمر أيام وأسابيع من أجل الحصول على رد إن قمت بطلب المعلومات من موقع ملموس.
- + حرية الاختيار: تقدم التجارة الإلكترونية الكثير من الخيارات للمستهلك، بسبب قابلية الوصول إلى منتجات وشركات لم تكن متوفرة بالقرب من المستهلك.
- + تبادل الخبرات: فالتجارة الإلكترونية تسمح للزبائن بتبادل الخبرات والآراء بخصوص المنتجات والخدمات، عبر المجتمعات الإلكترونية كالمنتديات مثلا.<sup>3</sup>
- + خفض الأسعار: غالبا ما تكون التجارة الإلكترونية من أرخص الأماكن للتسوق، لأن البائع يستطيع أن يتسوق في الكثير من المواقع على الإنترنت، ومقارنة بضائع كل شركة مع أخرى بسهولة، ولذلك في آخر الأمر

<sup>1</sup> تارزي آمنة، متطلبات قيام التجارة الإلكترونية بالجزائر، رسالة ماجستير في العلوم التجارية، تخصص إدارة العمليات التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، 2010/2011، ص 24.

<sup>2</sup> رفيدة خطاب، إدارة الأعمال الإلكترونية، دار أمجد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان-الأردن، 2016، ص 110.

<sup>3</sup> خالد ممدوح إبراهيم، لوجيستيات التجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، الإسكندرية، 2008، ص 164.

سيتمكن من أن يحصل على أفضل عرض في حين أن الأمر أصعب إذا استلزم الأمر زيارة كل موقع جغرافي مختلف فقط من أجل مقارنة بضائع كل شركة بأخرى.

✚ توفير الجهد: في بعض الحالات وخصوصاً مع المنتجات الرقمية مثل: الكتاب الإلكتروني، فإن التجارة الإلكترونية تمكن المشتري من إرسال البضاعة بسرعة وبسهولة إلى البائع.<sup>1</sup>

### 3- فوائد التجارة الإلكترونية للمجتمع:

✚ التجارة الإلكترونية تسمح للفرد بأن يعمل في منزله، وتقلل الوقت المتاح للتسوق، مما يعني ازدحام أقل في الشوارع، وبالتالي خفض نسبة تلوث الهواء.

✚ أن التجارة الإلكترونية تسمح لبعض البضائع أن تباع بأسعار زهيدة، وبذلك يستطيع الأفراد الذين دخلهم المادي ليس بالرفيع، شراء هذه البضائع مما يعني رفع في مستوى المعيشة المجتمع ككل.

✚ التجارة الإلكترونية تسمح للناس الذين يعيشون في دول العالم الثالث، أن يمتلكوا منتجات أو خدمات غير متوفرة في بلدانهم الأصلية، مثل تسهيل الحصول على شهادات جامعية عبر الإنترنت.

✚ التجارة الإلكترونية تيسر توزيع الخدمات العامة مثل الصحة والتعليم والخدمات الاجتماعية بسعر منخفض وبكفاءة أعلى.<sup>2</sup>

✚ تخلق التجارة الإلكترونية فرض العمل الحر والعمل في المشروعات الصغيرة والمتوسطة التي تتصل بالأسواق العالمية بأقل تكلفة استثمارية، وتمثل تجارة الخدمات مجالاً أساسياً في التجارة الإلكترونية.<sup>3</sup>

### المطلب الثالث: خصائص وأشكال التجارة الإلكترونية

#### أولاً: خصائص التجارة الإلكترونية

تتميز التجارة الإلكترونية بعدد من الخصائص التي تختلف فيها و تتميز عن التجارة التقليدية حيث تتميز التجارة الإلكترونية بسرعة وسهولة الاتصالات وإمكانية إبرام الصفقات التجارية الإلكترونية بين الأطراف المتعددة في مجالات التجارة والخدمات والمعاملات المالية والنقدية مما يوفر الوقت والتكلفة، كما تسهل الحصول على

<sup>1</sup> يوسف حسن يوسف، الاقتصاد الإلكتروني، المركز القومي للإصدارات القانونية، الطبعة الأولى، القاهرة، 2012، ص 37 .

<sup>2</sup> خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سابق، ص 165.

<sup>3</sup> رفيدة خطاب، مرجع سابق، ص 108.



المعلومات اللازمة للوصول إلى الأسواق وتعتمد التجارة الإلكترونية وبشكل أساسي على شبكات الاتصالات والمعلومات والتي من أهمها الإنترنت، ويمكن أن نحدد سبع (7) خصائص رئيسية مميزة لها وهي على النحو التالي:

### 1- اختفاء الوثائق الورقية في المعاملات التجارية الإلكترونية:

تتميز المعاملات التجارية الإلكترونية بعدم وجود أية وثائق ورقية متبادلة في إجراء المعاملات، إذ أن كافة الإجراءات والمراسلات بين طرفي المعاملات تتم إلكترونياً دون استخدام أي أوراق، وهو ما يتفق مع الغرض من التجارة الإلكترونية وهو خلق مجتمع المعاملات اللاورقية، وبالتالي سوف تحل الدعائم الإلكترونية محل الدعائم الورقية وهكذا تصبح الرسالة الإلكترونية هي السند القانوني الوحيد المتاح لكلا الطرفين في حالة نشوء أي نزاع بينهما.

### 2- تسليم المنتجات إلكترونياً:

أتاحت شبكة الإنترنت إمكانية تسليم بعض المنتجات إلكترونياً أي التسليم المعنوي للمنتجات، مثل برامج الحاسب، التسجيلات الموسيقية، أفلام الفيديو، الكتب، الأبحاث والتقارير الإلكترونية، إلى جانب بعض الخدمات مثل الاستشارات الطبية أو الهندسية وهو ما يخلق تحدياً أمام السلطات المختصة حيث لا يوجد حتى الآن آليات متفق عليها لإخضاع المنتجات الرقمية للجمارك أو الضرائب إذ قد يستغل البائعون ذلك للتهرب من سداد الجمارك والضرائب بعدم تسجيل هذه التعاملات في الدفاتر المحاسبية الرسمية.

### 3- عدم إمكانية تحديد هوية المتعاقدين:

تتيح شبكة الإنترنت للمنشآت التجارية إدارة معاملاتها التجارية بكفاءة من أي مكان في العالم، ذلك أن مقر المعلومات الخاص بالشركة يمكن أن يتواجد في أي مكان دون أن يؤثر ذلك على الأداء، ولكن قد يترتب على هذا الانفصال المكاني بين أطراف التعاملات التجارية الإلكترونية عدم معرفتهم بكافة المعلومات الأساسية عن بعضهم البعض كما هو الحال في التعاملات التجارية التقليدية، حيث لا يعرف أي منهما درجة يسار الآخر، إذا كان بلغ سن الرشد أم ناقص الأهلية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> خالد ممدوح إبراهيم، لوجيستيات التجارة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 150-151.

**4- غياب العلاقة المباشرة بين الأطراف المتعاقدة:**

تدور المساومات والمفاوضات بين طرفي التعاقد في مجلس التعاقد للاتفاق على تفاصيل العقد المراد إبرامه بينهما، وقد يحتاج إبرام العقد جلسة واحدة أو عدة جلسات لحين الاتفاق على شروط وتفاصيل العقد، أما في عقود التجارة الإلكترونية فلا يكون هناك مجلس للعقد بالمعنى التقليدي، فقد يكون البائع في مكان والمشتري قد يبعد عنه بآلاف الأميال، وقد يختلف التوقيت الزمني أيضا بين مكاني البائع والمشتري.

وقد يغيب العنصر البشري تماما وتقوم أجهزة الكمبيوتر بالتراسل فيما بينها وهو ما يعرف بالتعاقد بالوكيل الإلكتروني وهو ما دفع البعض إلى القول أن التجارة الإلكترونية لها تأثير سلبي على العلاقات الاجتماعية بين الأفراد نتيجة غياب العلاقات الحميمة بين المتعاقدين، حيث يستطيع كل شخص الحصول على احتياجاته الضرورية من مأكّل وملبس وغيرها عن طريق الإنترنت ودون الخروج حتى من منزله.

**5- وجود الوسيط الإلكتروني:**

والوسيط الإلكتروني بين طرفي التعاقد هو جهاز الكمبيوتر والمتصل بشبكة الاتصالات الدولية التي تقوم بنقل التعبير عن الإرادة إلكترونيا لكل من الطرفين المتعاقدين في ذات اللحظة رغم انفصالهم مكانيًا، وعادة ما تصل الرسالة الإلكترونية في ذات اللحظة إلى الطرف الآخر، إلا إذا قد حدث عطل في الشبكة أو انهيار لها فقد لا تصل الرسالة أو تصل مغلوطة أو غير مقروءة، وهنا قد تثور مسؤولية مقدم خدمة الإنترنت عن عدم وصول الرسالة أو وصولها متأخرة أو وصولها في الميعاد ولكن يوجد بها غلط أو تحريف.<sup>1</sup>

**6- السرعة في إنجاز الصفقات التجارية:**

تساهم التجارة الإلكترونية بشكل فعال في إتمام العمليات التجارية بين الطرفين على وجه السرعة إذ تتم الصفقات التجارية دون حاجة لانتقال الطرفين والتقاءهما في مكان معين وفي ذلك توفير للوقت والجهد والمال.

<sup>1</sup> سمير برهان، إبرام العقد في التجارة الإلكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر الجديدة، القاهرة (مصر)، 2007، ص 53-54.

7- التفاعل الجماعي بين عدة أطراف:

التفاعل الجماعي بمعنى أنه يستطيع أحد أطراف المعاملة إرسال رسالة إلكترونية إلى عدد لا نهائي من المستقبلين في نفس الوقت ودون الحاجة لإعادة إرسالها في كل مرة وفي هذا المجال توفر شبكة الإنترنت إمكانيات بلا حدود للتفاعل الجماعي بين فرد ومجموعة وهو شيء غير مسبوق في أي أداة تفاعلية سابقة.<sup>1</sup>

ثانياً: أشكال التجارة الإلكترونية

نظراً للتطور السريع والمتزايد والذي تشهده التجارة الإلكترونية فقد تعددت أنواعها التي تربط بين أطراف التعامل المتعددة (الشركات، المستهلكين، الحكومات)، وهذه الأنواع منها ما هو قديم كالتعامل مابين الشركات وبعضها البعض وتعامل الشركات مع المستهلكين ومنها ما هو حديث كالتعامل فيما بين الحكومات وباقي أطراف التعامل، ويمكننا ومن خلال الشكل التالي والذي يعرف باسم مصفوفة كوبل (Coppel) أن نوضح هذه الأنواع:

الشكل رقم (02): تطبيقات الإنترنت في الأنشطة التجارية وتبادل المعلومات.

البيان	حكومة G	شركة B	مستهلك C
حكومة G	حكومة لحكومة G2G	حكومة لشركة G2B	حكومة لمستهلك G2C
شركة B	شركة لحكومة B2G	شركة لشركة B2B	شركة لمستهلك B2C
مستهلك C	مستهلك لحكومة C2G	مستهلك لشركة C2B	مستهلك لمستهلك C2C

المصدر: إبراهيم العيسوي، التجارة الإلكترونية، المكتبة الأكاديمية، الطبعة الأولى، مصر، 2003، ص 15.

وطبقاً لهذه المصفوفة هناك تسعة أنواع من تطبيقات الإنترنت على الأنشطة التجارية وعلى أنشطة تبادل المعلومات وهي:

<sup>1</sup> خالد ممدوح إبراهيم، الإدارة الإلكترونية، الدار الجامعية، الطبعة الأولى، الإسكندرية، 2010، ص 361.

**أولاً: تجارة حكومة لحكومة (G2G) (Government-to-Government)**

وتشمل على جميع أنواع التعامل بين أجهزة الحكومة الواحدة كتبادل المعلومات بين هذه الأجهزة من أجل التنسيق فيما بينها، وقد يكون أحد جوانب هذا التعامل تجارياً كأن تقوم إحدى الوزارات بتأجير مباني لوزارة أخرى، كذلك يشمل هذا النوع من التجارة على التعامل ما بين حكومة وحكومة أخرى، ويعتبر هذا النوع من الأعمال الضخمة والإستراتيجية.

**ثانياً: تجارة حكومة لشركة (G2B) (Government-to-business)**

وفي هذا النوع من التجارة غالباً ما تستخدم الحكومة شبكة المعلومات الدولية لإرسال المعلومات للشركات واستقبالها منها وهذه المعلومات غالباً ما تتمثل في الضرائب والرسوم الجمركية....الخ.<sup>1</sup>

**ثالثاً: التجارة بين الحكومة و المستهلكين (G2C)**

يحتل هذا النوع أيضاً باهتمام الحكومات والدوائر الحكومية المختلفة لتطوير ما تقدمه من خدمات للجماهير بتكلفة قليلة، سواء من حيث الحصول على المعلومات والبيانات، أو تلبية بعض المطالب، مثل خدمات المطارات، واستخراج رخص السيارات، والتراخيص لممارسة المهنة، وحتى صرف الرواتب والمعاشات. وهكذا تشهد التجارة الإلكترونية تطوراً مستمراً مع ما تشهده العوامل التي تؤدي إلى ازدهارها من تطور.

**رابعاً: التجارة بين المشروعات والحكومة (B2G)**

ينال هذا النوع من التجارة تركيزاً واهتماماً متزايداً من قبل مختلف الحكومات، حيث يحرص الكثير منها على إجراء تطوير وتحديث في أداء دوائر الأعمال المختلفة التابعة لها، وذلك بازدياد الاعتماد على الوسائل الإلكترونية في الحصول على السلع والخدمات التي تنتجها أو تقدمها دوائر قطاعات الأعمال، في إطار ما يعرف بالحكومة الإلكترونية 'E.government'.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> محمد عمر الشويرف، مرجع سابق، ص ص 67-69.

<sup>2</sup> السيد أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية والعولمة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، جمهورية مصر العربية، 2006، ص ص 47-48.

**خامسا: التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال ووحدة أعمال (B2B) Business to Business**

تستعمل هذا النوع في التجارة الإلكترونية مؤسسات أعمال مع بعضها البعض، فتقوم منشأة الأعمال بإجراء الاتصالات لتقديم طلبات الشراء إلى مورديها باستخدام شبكة الاتصالات وتكنولوجيات المعلومات كما يمكنها أن تسلم الفواتير والقيام بعمليات الدفع عبر هذه الشبكة باستعمال هذه التكنولوجيا، هذا الشكل من التجارة هو الأكثر شيوعا في الوقت الحالي سواء على المستوى المحلي أو على المستوى العالمي.<sup>1</sup>

**سادسا: تجارة شركة لمستهلك (B2C) Business to consumer**

ويقوم هذا النوع على بيع السلع والخدمات مباشرة إلى المستهلك ويعرف باسم تجارة التجزئة الإلكترونية أو التسوق الإلكتروني وذلك لأجل تمييزه عن باقي صور التعامل من خلال التجارة الإلكترونية، ويتم البيع هنا عن طريق أسواق افتراضية على شبكة المعلومات الدولية تعرف بالأسواق الإلكترونية وهي تحاكي الأسواق التقليدية التي يلتقي فيها البائع والمشتري، ويبلغ حجم هذه التجارة ما يقرب من 15% من حجم التجارة الإلكترونية الإجمالية في الوقت الراهن.

**سابعا: تجارة مستهلك لحكومة (C2G) Consumer-to-Government**

وأغلب صور هذا النوع من التجارة الإلكترونية يتمثل في قيام الأفراد بدفع الضرائب والرسوم المطلوبة للدولة بالإضافة إلى التقدم إلى الوظائف المعلن عنها من قبل الدولة.

**ثامنا: تجارة مستهلك لشركة (C2B) Consumer-to-Business**

وهذا النوع من التجارة يقوم المستهلك بالبحث عن المنتجات المختلفة ويقوم بالمقارنة بين أسعار مختلف الشركات من خلال تصفحه لمواقعها أو مواقع الأسواق الإلكترونية.

<sup>1</sup> محمد عبد الله شاهين محمد، مرجع سابق، ص 36.

### تاسعا: تجارة مستهلك لمستهلك (C2C) Consumer-to-Consumer

وهي تتمثل في بيع المستهلك لمستهلك آخر أي منتج أو خدمة من دون تدخل أي وسيط، ويعرف هذا النوع باسم تجارة الأنداد.<sup>1</sup>

#### المطلب الرابع: الفرق بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية

هناك فرق بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية حيث نستطيع القول بأن التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية لا تختلفان في العناصر المتعلقة بشراء أو بيع السلع والخدمات، ولكن يختلفان في كيفية تنفيذ تلك العناصر، بالإضافة إلى أن التجارة التقليدية متعبة ومرهقة ومكلفة (كمصاريف الإيجار والديكورات ومصاريف الماء والكهرباء ومكاتب وأوراق ورواتب موظفين.... الخ)

أما التجارة الإلكترونية فإنها تتبع أسلوبا غير تقليدي في الوصول إلى الزبائن، غير أن طريقة ونوع التسويق فيها على المستوى العالم وهي أيضا تحقق عائدات ضخمة يقابلها انخفاض في تكاليف (تتم من خلال سوق لربط الزبائن بالتجارة يتمثل في شبكة الإنترنت) مقارنة بالتجارة التقليدية، كما يمكن للشركات من خلال التجارة الإلكترونية القيام بإدارة أفضل لعمليات الشراء والتوريد والبيع والنقل والتأمين والدفع غالبا ما يكون إلكترونيا عبر بطاقات الائتمان والتحويل البنكي والشبكات الإلكترونية.

كذلك يوضح الجدول التالي مقارنة بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية.<sup>2</sup>

#### جدول رقم (02): يوضح مقارنة بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية.

وجه المقارنة	التجارة التقليدية	التجارة الإلكترونية
1- الأسلوب	أساليب تقليدية بانتقال شخص البائع أو المشتري من مكان إلى آخر أو نقل السلعة عن طريق وسائل النقل المعتادة.	تستخدم وسائل إلكترونية في جميع مراحلها الأساليب التقليدية. مثال: يمكن الحصول على كتاب عبر الإنترنت من خلال الإطلاع على قائمة من الكتب المعروضة على الشاشة وطلبه عن طريق البريد الإلكتروني ودفع ثمنه بالوسائل الإلكترونية وتسليمه للمشتري بتحميله على جهاز الكمبيوتر الشخصي له دون الانتقال أي من البائع أو المشتري إلى مكان الآخر ودون أن تمر السلعة عبر المنافذ الجمركية وتكون الصفقة قد أُنجزت إلكترونيا أو أن يتم تسليم الكتاب من

<sup>1</sup> محمد عمر الشويرف، مرجع سابق، ص ص 72-73.

<sup>2</sup> عبد المطلب عبد الحميد، اقتصاديات التجارة الإلكترونية، الدار الجامعية، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر، 2014، ص ص 37-38.

خلال شحنة إلى دولة المشتري ومرور من خلال المنافذ الجمركية فيكون جزء من الإجراءات ثم من خلال المنافذ الجمركية فيكون جزء من الإجراءات تم إلكترونيا وجزء بالأسلوب التقليدي.		
عدم وجود آية وثائق ورقية متبادلة في إجراء المعاملات حيث تتم المعاملات إلكترونيا.	تتم من خلال وثائق ورقية.	2- الوثائق
صعوبة إمكانية تحديد هوية المتعاقدين وتحديد قدراتهم المالية وما إذا كان كامل الأهلية أم لا.	هناك إمكانية تحديد هوية المتعاقدين ومعرفة كافة المعلومات الأساسية عن بعضهم البعض.	3- هوية المتعاقدين
بعض المنتجات يمكن تسليمها إلكترونيا كبرامج الحاسب الآلي وتسجيلات الموسيقى وأفلام الفيديو والكتب والأبحاث وكذلك بعض الخدمات كالاستشارات الطبية أو الهندسية.	تتم بصورة تقليدية ملموسة.	4- تسليم المنتجات
تتميز بالسرعة حيث تتم دون حاجة لانتقال أطرافها والالتقاء في مكان معين.	تتم العمليات التجارية التقليدية بالبطء في إتمامها حيث تتطلب انتقال الطرفين البائع والمشتري والتقاءهما في مكان معين.	5- السرعة
توزيع ومبيعات.	ترتفع تكلفة تسويق المنتج من خلال الوسائل التقليدية عبر التلفاز والصحف وكذلك الحاجة إلى مندوبي توزيع ومبيعات.	6- التكلفة
التعامل من خلال سوق غير ملموس في أي وقت ومن أي مكان بواسطة الحاسب الآلي وعبر الانترنت حيث يمكن الإطلاع على المنتج وشرائه.	سوق ملموس يتوجه إليه البائعون والمشترون.	7- طبيعة السوق
يمكن الوصول لجميع المستهلكين وفي شتى أنحاء العالم وتزويدهم بمعلومات كثيرة من خلال وسائط التكنولوجيا الرقمية حيث يتعرف المشتري على كافة المعلومات اللازمة ودون ادني مجهود.	من خلال مقابلة المستهلك وجها لوجه أو من خلال وسائل الإعلان التقليدية.	8- المعلومات عن المنتجات
عدم إحساس المشتري بالأمان التام في حالة استخدام وسائل الدفع الإلكترونية والتعرض للقرصنة.	مرتفعة في التجارة التقليدية حيث أن بعض السلع مثل الملابس والأثاث تتطلب المعاينة واللمس والتجربة للاقتناع بشرائها.	9- درجة الثقة والأمان
التوسع في نطاق السوق دوليا وعالميا وإمكانية الوصول إلى أي مكان في العالم بالنسبة للمتعاملين.	التعامل محليا وهناك صعوبة بالنسبة للمتعاملين في زيارة السوق العالمية للتسوق.	10- التداول العالمي
درجة عالية من المنافسة بما يؤدي إلى خفض في الأسعار في ظل اتساع الأسواق عالميا.	منافسة أقل في ظل السوق المحلية.	11- المنافسة

المصدر: عبد المطلب عبد الحميد، اقتصاديات التجارة الإلكترونية، الدار الجامعية، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر، 2014، ص 38-39.

## المبحث الثاني: قواعد التجارة الإلكترونية

لقد أصبحت التجارة الإلكترونية في عصرنا الحديث تطور للمفهوم التقليدي للتجارة بما يتناسب مع انتشار التكنولوجيا المتطورة في جميع أنحاء العالم وبسبب ظهور الكثير من وسائل الاتصال الحديثة فأصبح من السهل البيع والشراء في أي مكان في العالم فقد أصبح قرية صغيرة.

وسيمتحر هذا المبحث حول توضيح مبادئ ومتطلبات التجارة الإلكترونية وكذلك مجالاتها مروراً بأهم المميزات التي انفردت بها، والعيوب التي لا يمكن إغفالها.

## المطلب الأول: مبادئ التجارة الإلكترونية

تتمثل مبادئ تسهيل التجارة الإلكترونية في:<sup>1</sup>

## أولاً: ريادة القطاع الخاص

- تقوم التجارة الإلكترونية على إطلاق قدرات وطاقات مؤسسات الأعمال لتقديم خدمات جديدة ومتطورة للمستهلك وأن تتنافس عالمياً، وتعد ريادة القطاع الخاص محورياً أساسياً في تحقيق ذلك بما يملكه من آليات ونظم عمل تتناسب مع متطلبات التجارة الإلكترونية.

## ثانياً: دور الحكومة دافع ومحفز

- في إطار اتجاه الدولة لإطلاق طاقات المجتمع على الابتكار والإبداع يتحول دور الحكومة من مؤدى الخدمة إلى دافع ومحفز لكافة مؤسسات المجتمع للانطلاق في اتجاهات التنمية والاستثمار.
- إن تقليل التدخل الحكومي في كافة الأنشطة التجارية باستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة هو اتجاه رئيسي لأسلوب العمل.

<sup>1</sup> رأفت رضوان، عالم التجارة الإلكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، الطبعة الأولى، القاهرة، 1999، ص 215.



## ثالثا: البيئة التشريعية والقانونية الملائمة

- يعد خلق مناخ تشريعي وقانوني ملائم لمقتضيات التجارة الإلكترونية أحد عناصر النجاح ويتطلب خلق هذا المناخ مشاركة كاملة بين الحكومة وقطاعات والمستهلكين بصورة تضمن وتحقق بناء آليات جديدة متواكبة مع حركة التطور العالمي.
- إن التشريعات والقوانين يجب أن توازن بين المصالح المختلفة بين المنتجين والمستهلكين وفي إطار من الحفاظ على قيم المجتمع ومبادئه وسلامه الاجتماعي.

## رابعا: إتاحة الفرص المتكافئة أمام الجميع

نظرا لاختلاف مستويات التطور التكنولوجي والبنية الأساسية المطلوبة للتجارة الإلكترونية، لذا فإن عدالة واستدامة التنمية تحت ضرورة إتاحة الفرص المتكافئة للاستفادة من الإمكانيات التي توفرها التجارة الإلكترونية لمختلف قطاعات العمل من خلال وضع آليات ونظم تحقق التغلب على هذه الفروق.

## خامسا: دعم وتشجيع المنشآت المتوسطة والصغيرة الحجم للمشاركة

- تمثل المؤسسات المتوسطة أو الصغيرة أهمية بالغة في الاقتصاد وبعد التحول إلى التجارة الإلكترونية أحد الفرص التي يمكن – إذا أحسن استغلالها – أن تنمي من قدرة هذه المؤسسات على النمو والتنافس.
- تحتاج هذه المؤسسات لدعم وتشجيع واهتمام خاص حتى تتمكن من تبني هذه التقنيات ووضعها موضع الاستخدام ذي المردود الاقتصادي.

## سادسا: الحفاظ على مبادئ وقيم المجتمع وثقافته وهويته

- مما لا شك فيه أن التحول إلى الاقتصاد العالمي والانفتاح الهائل الذي تتيحه وسائل الاتصال التي ترتبط بها التجارة الإلكترونية يفتح الباب للتعامل مع ثقافات وعادات وأعراف وتقاليد يختلف بعضها مع مبادئ وقيم المجتمع وثقافته وهويته.
- إن الحفاظ على مبادئ وقيم المجتمع وثقافته وهويته هو أحد الثوابت الأساسية في التوجه نحو تطبيقات التجارة الإلكترونية، ويجب أن تتعاون جميع مؤسسات المجتمع في تأصيل المحافظة على هذه المبادئ والقيم من خلال الالتزام بقواعد محددة code of ethics يتم صياغته بالمشاركة العامة.

سابعاً: التوازن في تحقيق الخصوصية والسرية بين مقتضيات التجارة الإلكترونية وحماية المجتمع

- من المفهوم أن التوسع في تطبيقات التجارة الإلكترونية يقتضى نظم لتحقيق الخصوصية والسرية في هذه التعاملات، إلا أن هذا قد يفتح الباب لإساءة استخدام هذه النظم في تنفيذ أنشطة هدامة أو تتنافى مع مبادئ وقيم المجتمع.
- لذا يجب تبنى سياسة محددة تضمن من وحماية المجتمع وتحقق مستويات مناسبة من الخصوصية والسرية اللازمة لتنفيذ المعاملات التجارية باستخدام وسائل وآليات التجارة الإلكترونية.

ثامناً: حماية الملكية الفكرية

- إن التوسع في استخدامات التجارة الإلكترونية يرتبط ارتباطاً مباشراً بالقدرة على وضع وتطبيق نظم ملائمة للحماية الفكرية تضع في اعتبارها التطورات المتلاحقة للتكنولوجيا الحديثة.
- من المهم تواصل تطوير عناصر حماية الملكية الفكرية في إطار الالتزامات الدولية.

تاسعاً: التعاون الدولي

- يعتمد نجاح وتطوير التجارة الإلكترونية على وجود تعاون وتنسيق مستمر بين كافة الجهات والمؤسسات والدول.
- يقتضي تحقيق التعاون الدولي لنتائج ملموسة أهمية وضع مصالح الدول النامية والدول الفقيرة في الاعتبار عند وضع أو إقرار أي سياسات جديدة.

المطلب الثاني: متطلبات التجارة الإلكترونية

يتطلب قيام التجارة الإلكترونية توفر كل من:

أولاً: البنية التحتية الإلكترونية: تمثل البنية الداعمة للتجارة الإلكترونية ويجب أن تكون شاملة لكل من:

- 1- قطاع المعلومات والاتصالات؛Tic؛
- 2- توفر القطاعات المنتجة لتقنية المعلومات؛
- 3- توفر الأجهزة السلكية واللاسلكية في غاية الكفاءة والسرعة: هواتف ثابتة، هواتف نقالة، فاكس... الخ

← أن توفر هذه المكونات يساعد على توفر البيئة التحتية الإلكترونية، فهي تساهم في انتشار استخدام الإنترنت وتهيئة البيئة المناسبة للتجارة الإلكترونية.

ثانيا: توفر الأنظمة والتشريعات القانونية: من خلال تحديد الإطار القانوني المتعلق بالتجارة الإلكترونية من أجل:

1- ضمان سير واستمرارية التجارة الإلكترونية بين الأطراف المتبادلة؛

2- الحد من الجرائم الإلكترونية مثل القرصنة؛

3- حماية الأطراف المتاجرة؛

4- إيجاد الحلول لفض النزاعات الإلكترونية بين الأطراف المتبادلة.

ثالثا: توفر الكوادر البشرية: ويمثل هذا الجانب أحد مقومات نجاح التجارة الإلكترونية في أي مجتمع، وتشمل هذه الكوادر البشرية المتخصصين في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والبرمجيات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية.

رابعا: من ناحية أخرى فإن نجاح تطبيق التجارة الإلكترونية يرتبط بوجود ما يسمى بالاستعداد الإلكتروني (E-readiness)، وهو يعني قدرة ورغبة أفراد المجتمع في ممارسة التجارة الإلكترونية ويتحقق ذلك من خلال توفير دورات تعليمية حول كيفية استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال.<sup>1</sup>

خامسا: إضافة إلى ما سبق، فإن قيام التجارة الإلكترونية مرتبط أيضا بتوفر كل من:

1- جهاز مالي ومصرفي إلكتروني كفاء، لدعم العمليات التجارية الإلكترونية؛

2- توفر أنظمة ووسائل للدفع الإلكتروني بصفة آمنة ومحمية.

<sup>1</sup> باسم أحمد المبيضين، التجارة الإلكترونية: مفهومها، أهميتها، خصائصها، فوائدها، المعوقات، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 83.

## المطلب الثالث: مجالات التجارة الإلكترونية.

نشير فيما يلي إلى مجالات التجارة الإلكترونية ومنها:

أولاً: تجار التجزئة ( **Retail** ): وهي المبيعات التي يتم التعاقد عليها ويتم دفع قيمتها، من خلال شبكة الإنترنت، مع إرجاء التسليم مثل: تجارة الكتب والمجلات.

ثانياً: البنوك والتمويل ( **Banking & Finance** ): وهي كافة الخدمات التي تقدمها البنوك من خلال شبكة الإنترنت، ومنها الاستعلام عن الحساب، والتحويلات البنكية، ومتابعة أسعار البورصات، بيع وشراء الأسهم.

ثالثاً: التوزيع ( **Distribution** ): وهي المبيعات التي يتم تسليمها على الشبكة مثل: الأفلام Movies، وبرامج الحاسب Software، والأغاني Songs، والمعلومات Information، وتعد هذه المنتجات هي الأكثر مبيعا في الشبكة.<sup>1</sup>

رابعاً: التصميمات الهندسية ( **Engineering desing** ): وهي الطريقة المثلى للعمل المشترك بين أكثر من شخص لا يجمعهم مكان واحد عن طريق الشبكة.

مثال: فريق العمل الذي كونته شركة فورد ( Ford ) لصناعة السيارات، لتصميم محرك جديد، حيث كان أعضاء الفريق يتواجدون في أربعة مواقع جغرافية مختلفة.

خامساً: التعاملات التجارية ( **Business Support** ): وهي كافة المعاملات التجارية على الخط، كالتبادل التجاري بين الشركات، حيث يتم عرض المبيعات، وتبادل المعلومات إلكترونياً.<sup>2</sup>

سادساً: النشر ( **Publishing** ): وهي المنشورات التي تتم من خلال الإنترنت، كالإصدارات التي تقوم بها دور النشر المختلفة ( الجرائد والمجلات )، مثل مجلة الإنترنت العربي.

سابعاً: خدمات متخصصة ( **personal services** ): وهي الاستعمالات المتخصصة المختلفة عن طريق الشبكة، مثل الاستشارات الطبية، والقانونية، والهندسية، والإدارية.

<sup>1</sup> هبة مصطفى كافي، التجارة الإلكترونية، الناشر ألفا للوثائق، الطبعة الأولى، الجزائر، 2017، ص 113.

<sup>2</sup> محمد إبراهيم أبو الهيجاء، عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، عمان، 2011، ص 58.

ثامنا: التجارة الدولية ( **International trade** ): وهي مشاريع تم وضعها على شكل نقاط لتسهيل التجارة، وذلك من خلال تجميع بيانات عن الشركاء الحاليين والمنضمين في المستقبل مع تضمين المشروع سائر البيانات التجارية الأخرى، كالجمارك، والضرائب، والتسهيلات، وطرق الدفع، وقواعد التصدير والاستيراد، والتشريعات القانونية، مثال ذلك برنامج نقاط التجارة الدولية التي تم إنشاؤها برعاية الأونكتاد في عام 1992.<sup>1</sup>

#### المطلب الرابع: مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية

إن تقدم التجارة الإلكترونية من شأنه أن يحقق مكاسب عديدة بالنسبة للأفراد والمؤسسات، وبالرغم من هذه المزايا التي تكسبها التجارة الإلكترونية لمعتمديها فهي رغم ذلك لا تخلو من العيوب.

#### أولا: مزايا التجارة الإلكترونية:

تتمتع التجارة الإلكترونية بالعديد من المزايا والفوائد والمكاسب التي يمكن أن تستفيد منها شركات الأعمال والأفراد، والمجتمع ويمكن تقسيم وعرض مزايا التجارة الإلكترونية تبعا لكافة الأطراف المتعاملة بها كما يأتي:

#### 1- مزايا التجارة الإلكترونية لشركات الأعمال (التجار):

- تقلل التجارة الإلكترونية تكلفة إنشاء، ومعالجة، وتوزيع وتخزين واسترجاع الوثائق الورقية، وذلك عن طريق إحلال النظم الإلكترونية بدلا من النظم التقليدية؛
- تؤدي إلى توسيع نطاق السوق إلى نطاق دولي وعالمي، حيث يمكن الوصول إلى الأسواق البعيدة، والمبعثرة جغرافيا، والتي يصعب الوصول إليها باستخدام الطرق التقليدية إذا ألغت الحدود والقيود أمام دخول الأسواق التجارية، وتحول العالم إلى سوق مفتوح أمام المستثمرين، والمستهلكين بغض النظر عن شبكات الاتصال الأخرى؛
- تخفيض تكاليف الاتصالات السلكية واللاسلكية، لأن الإنترنت أرخص بكثير من شبكات الاتصال الأخرى؛<sup>2</sup>
- تحقق المشروعات الصغيرة والمتوسطة القدرة على المشاركة في حركة التجارة العالمية؛

<sup>1</sup> محمد إبراهيم أبو الهيجاء، مرجع سابق، ص 59.

<sup>2</sup> علي محمد أحمد أبو العز، التجارة الإلكترونية وأحكامها في الفقه الإسلامي، دار الفوائس للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2013، ص 59-60.

- أما الآن فقد ساعدت التجارة الإلكترونية على تنشيط المشروعات المبتدئة، وأتاحت لها الوقوف على قدم المساواة مع المشروعات الكبيرة، ومكنتها من المشاركة في الأسواق العالمية، ومنافسة المشروعات والشركات الضخمة، وذلك لما توفره من خفض في تكاليف التسويق، والدعاية والإعلان، كما أن صيانة مواقع التجارة الإلكترونية على الإنترنت أكثر اقتصادية وأرخص من صيانة متجر ضخم مصنوع من الحجر والبلاط.

## 2- مزايا التجارة الإلكترونية للمشتريين:

- تتيح التجارة الإلكترونية حرية الاختيار أمام المشتريين من أفراد وشركات حيث أصبح بإمكان من ينوي الشراء استعراض كافة المواصفات الخاصة بالمنتجات، والمقارنة بينها، واختيار العديد من البائعين وأكثر من منتج، دون أي ضغوط من الباعة، أو إضاعة الوقت بسبب تنقله من مكان لآخر من أجل المقارنة بضائع كل شركة بأخرى والبحث عن السعر الأقل؛
- تمكن المشتريين من التسوق وإجراء الصفقات على مدى أربعة وعشرين ساعة يوميا، على مدار العام، ومن أي مكان؛
- تشجع المنافسة بين الشركات، مما يؤدي إلى إمكانية الحصول على أسعار منخفضة بالنسبة للمشتريين مقارنة بأسعار المتاجر التقليدية؛
- تعمل على تبسيط الإجراءات من خلال تقليص القنوات الروتينية التي تنتقل من خلالها السلعة أو الخدمة حتى تصل إلى المستهلك ويبيع السلعة أو الخدمة حتى تصل إلى المستهلك ويبيع السلعة أو الخدمة مباشرة للمشتري.

## 3- مزايا التجارة الإلكترونية للمجتمع:

- تمثل أهم المكاسب التي تعود على المجتمع من خلال تطبيق التجارة الإلكترونية في:
- ✓ زيادة عدد الأفراد الذين يعملون من داخل منازلهم، وتقلل الوقت المتاح للتسوق، مما يعني تقليل الازدحام المروري في الشوارع، وبالتالي الحد من نسبة التلوث البيئي؛
- ✓ تسمح ببيع بعض البضائع بأسعار زهيدة، وبذلك يستطيع الأفراد ذوي الدخل المحدود والمتوسط من شراء هذه البضائع، وسد احتياجاتهم، مما يعني رفع معيشة المجتمع ككل؛

- ✓ تمكن الأفراد في دول العالم الثالث والمناطق الريفية من التمتع بالمنتجات أو الخدمات التي لم تكن متوفرة لهم في أسواقهم، وهذا يتضمن أيضا فرص للتعليم والحصول على مؤهلات علمية عبر شبكة الإنترنت؛
- ✓ تسهل توصيل الخدمات العامة التي تقدمها المؤسسات الحكومية مثل: الرعاية الصحية والتعليم، وتوزيع الخدمات الاجتماعية بتكلفة منخفضة، وبكفاءة أعلى، فمثلا يمكن الخدمات الرعاية الصحية أن تصل إلى المرضى في المناطق الريفية من خلال استخدام التكنولوجيا الحديثة من قبل الأطباء.<sup>1</sup>

### ثانيا: عيوب التجارة الإلكترونية

- بينما هناك مزايا للتجارة الإلكترونية، فإن هناك عيوب لها يمكن عرضها فيما يلي:<sup>2</sup>
- ✓ سرقة أو تزيف البطاقات الائتمانية يؤدي إلى تحمل أصحابها تكاليف سلع وخدمات لم يتم شراؤها؛
  - ✓ غياب التعامل الورقي في التجارة الإلكترونية يهدد مصالح العملاء والشركاء والبنوك نتيجة إمكانية حدوث تزوير بالبيانات أو تلاعب بالفواتير والمستندات عند الطلب؛
  - ✓ صعوبة التحقق من هوية المتعاملين في التجارة الإلكترونية نظرا لغياب العلاقة المباشرة بين العملاء فقد يتم إبرام عقد بيع البائع والمشتري بعيد عنه آلاف الأميال ويختلف عنه في التوقيت الزمني؛
  - ✓ استيراد سلع ممنوعة الاستعمال في الأسواق المحلية؛
  - ✓ حدوث اختراقات في شبكة الإنترنت يؤدي إلى فضح أسرار العملاء والبنوك والشركات؛
  - ✓ فقدان متعة الشراء المعروفة التي كان يجلبها المستهلك في ممارسة التسويق من خلال التفاعل الاجتماعي بين البائع والمشتري؛
  - ✓ تورط البعض بالاندفاع نحو شراء السلع التي قد لا يحتاج إليها الفرد نتيجة جاذبية الإعلان وسهولة الشراء ببطاقة الائتمان.

<sup>1</sup> علي محمد أحمد أبو العز، مرجع سابق، ص ص61-63.

<sup>2</sup> صراع كريمة، واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، رسالة ماجستير في العلوم التجارية، تخصص إستراتيجية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة وهران، 2013/2014، ص ص25-26.

## المبحث الثالث: آليات ووسائل الدفع المعتمدة في التجارة الإلكترونية وتأمينها.

إن التجارة الإلكترونية مثلها مثل التجارة العادية تسير وفق آليات وضوابط لتحقيق تبادل إلكتروني متوازن وضمن حقوق كل من البائع والمشتري، فالبائع يستعمل وسائل وآليات كالإشهار والترويج تحقق له أكبر المبيعات والأرباح، كما أن المشتري يجب عليه التسديد مقابل استلام البضائع باستعمال أدوات دفع حديثة تتماشى مع عصر الانترنت والتعاملات الرقمية. إلا أنه من نتائج التعاملات عبر الإنترنت ظهور وسائل غش واحتيال تتجاوز حدود الدول، وتعرض المعلومات المتنقلة عبر الشبكة إلى التصنت والتخريب، إلا أنه بفضل التكنولوجيا الحديثة تم تطوير مجموعة من البرامج والتقنيات التي تساهم في التخلص من مشكلة سرية وأمن المعاملات الإلكترونية وتزرع الثقة في نفوس الناس وتشجعهم على الشراء عبر الإنترنت.

## المطلب الأول: أطراف التجارة الإلكترونية.

إن الأطراف الثلاثة للتجارة الإلكترونية هي نفسها أطراف التجارة التقليدية والمتمثلة في المستهلك والبائع والبنك.

## أولاً: المستهلك.

يمكننا تعريف المستهلك بأنه " الشخص الذي يلتحق بشبكة الشبكات ويسبح في فضاء الإنترنت، ويطفو من وقت لآخر على الويب بقصد الحصول على معلومات المتعلقة بالسلع والخدمات " أي أن المستهلك هو الشخص الذي يتجول في الإنترنت ويوزر مختلف مواقع الويب التجارية بحثاً عن السلع والخدمات التي تشبع حاجياته، بمعنى آخر المستهلك هو كل من يتعاقد إلكترونياً بقصد إشباع رغباته.<sup>1</sup>

ومن خلال هذا التعريف يمكن تحديد أربع خصائص للمستهلك هي:

- \* هو الشخص طبيعياً كان أو معنوياً، الذي يبرم العقود المتعلقة بسلع أو خدمات للانتفاع بها فقط، دون أن يكون لديه نية لاستخدامها في المضاربة.
- \* تختلف طبيعة السلع التي يتعاقد عليها المستهلك، فقد تكون سلع لتلبية حاجات شخصية كالمأكل والملبس، أو خدمات مالية كالتأمين، أو فكرية كالتعليم، أو استشارية قانونية.

<sup>1</sup> محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، الدار الجامعية الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2003، ص 236.



- \* هو الشخص الذي يستخدم وسيط إلكتروني لإتمام المعاملات التجارية.
- \* هو الشخص الذي لا يملك القدرة الفنية للحكم على السلعة أو الخدمة الاستهلاكية محل التعاقد.<sup>1</sup>

### ثانياً: البائع "التاجر"

هو من يقوم بإنشاء موقع على شبكة الإنترنت ويتخذ كواجهة أو نافذة لعرض منتجاته والتعريف بها وتسويقها، حيث يساهم هذا الموقع في تعزيز التفاعل بين البائع والمشتري، ويستطيع البائع من خلال هذا الموقع تقديم معلومات تفصيلية عن السلعة (صورها، تكاليفها، طريقة دفع الثمن....) وتلقي العروض حول هذه السلعة.

ويعتبر استخدام الإنترنت لعرض وبيع المنتجات أحدث نوع من الدعاية، فهو يساعد على جلب أكبر عدد ممكن من المستهلكين من خلال إمكانية وصول الموقع إلى عدد لا نهائي من العملاء.

ولكي يتمكن البائع من النجاح في إدارة موقعه وتحقيق أرباح من تجارته الإلكترونية، لا بد أن يتجنب مجموعة من النقاط التي تؤدي إلى عدم فعالية ونجاح موقعه، من بينها:

- \* عدم توفر معلومات مفصلة وكافية حول المنتجات والخدمات؛
- \* المنتجات المعروضة لا تتماشى مع رغبات المستهلكين؛
- \* أسعار المنتجات جد مرتفعة؛
- \* تصميم سيء وغير جذاب للموقع.

### ثالثاً: البنك

كسائر القطاعات شهد قطاع البنوك في الفترة الأخيرة بعض التحولات من خلال توظيف التقنيات الحديثة واستخدام الشبكة العالمية لأتمتة أعمالها بالكامل والتوجه إلى ما يعرف ب: البنوك الإلكترونية، وهناك العديد من المصطلحات التي تستخدم للإشارة إلى هذه البنوك، من بينها البنوك الافتراضية، بنوك الإنترنت، البنك المنزلي، بنك الويب، البنك على الخط.

<sup>1</sup> نضال إسماعيل برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2005، ص 132.

ويمكننا تعريف البنوك الإلكترونية أنها " منافذ إلكترونية (آلات الصرف الآلي، بنك منزلي) تقدم خدمات مصرفية متنوعة دون توقف (24 ساعة) وبدون عمالة بشرية،" بمعنى أن البنوك الإلكترونية هي البنوك التي قامت بإنشاء مواقع لها على شبكة الشبكات، ليس بغرض الإعلان عنها وإنما بغية إيجاد الطرق التي تمكنها من تقديم الخدمات المصرفية لمتعاملها بدل الانتقال شخصياً إلى البنك وإجراء لقاء مباشر لإتمام المعاملة، فالبنوك الإلكترونية تفتح المجال أمام المتعاملين لإنجاز كافة العمليات المصرفية المتكاملة في أي وقت ومن أي مكان {من المنزل، المكتب أو أي مكان آخر} وفي أقصر وقت ممكن.<sup>1</sup>

وتوفر البنوك الإلكترونية تشكيلة متنوعة من الخدمات من بينها:<sup>2</sup>

— خدمة معرفة الرصيد؛

— خدمة سداد المدفوعات والفواتير نيابة عن المتعامل؛

— خدمة البطاقات الائتمانية؛

— خدمة التحويل الإلكتروني للأموال؛

— خدمة أجهزة الصراف الآلي.

### المطلب الثاني: مراحل إبرام عقود التجارة الإلكترونية

إن ظهور التجارة الإلكترونية كبديل للتجارة التقليدية، استوجب ضرورة استعمال أدوات جديدة بغرض تنظيم وتسيير التعاملات الرقمية، ومن أهم هاته الأدوات العقود الإلكترونية، والتي هي عبارة عن كل عقد يخص السلع والخدمات يتم بين طرفين عن بعد وبدون حضور جسدي، أي يتم تكوين العقد وتنفيذه عن طريق الاتصالات الإلكترونية.

ولكي تتم هذه العقود لابد من المرور بخطوات أو مراحل أساسية، تتمثل في العرض والطلب والتسليم.

<sup>1</sup> بريش عبد القادر، محمد زيدان، دور البنوك في تطوير التجارة الإلكترونية، الملتقى الدولي حول التجارة الإلكترونية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، يومي 6-7 مارس 2004.

<sup>2</sup> يوسف أحمد أبو فارة، التسويق الإلكتروني - عناصر المزيج التسويقي عبر الإنترنت، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2004، ص 176.

## أولاً: مرحلة العرض أو الإيجاب

يمكننا تعريف الإيجاب بأنه: " عرض جازم وكامل للتعاقد وفقاً لشروط معينة، يوجهه مختص إلى شخص معين أو أشخاص غير معينين بذواتهم أو للكافة، أي أنه اتصال عن بعد يتضمن كل العناصر اللازمة بحيث يستطيع المرسل إليه أن يقبل التعاقد مباشرة."<sup>1</sup>

وفي العقود الإلكترونية يتم العرض عبر موقع الويب، حيث يقوم البائع أو المنتج ببناء موقع على شبكة الإنترنت لعرض سلعته أو الخدمة التي يستطيع إنتاجها وتسويقها حسب طلب المشتريين.<sup>1</sup>

وخلال هذه المرحلة يتمكن المستهلكون من التعرف جيداً على السلعة المطلوبة من خلال المعلومات المقدمة من صاحب الموقع، ويجب أن يوضح ما يلي:

- هوية البائع أو المنتج وكل المعلومات المتعلقة به (اسم الشركة، العنوان، رقم الهاتف)؛
- المواصفات الداخلية والخارجية للمنتج، وهذا بوضع صور ورسوم موضحة للسلعة، حيث تظهرها من كل جوانبها مع ذكر الوزن والحجم، كما لا بد من تبيان كيفية استخدام هذه السلعة والهدف منها.
- سعر البضاعة أو الخدمة؛
- مدة صلاحية العرض أو السعر؛
- وسائل الدفع والإرسال والتنفيذ المعتمدة؛
- المصاريف المرتبطة بالبضاعة مثل الرسوم الجمركية والنقل والشحن والتأمين.

## ثانياً: مرحلة الطلب "القبول" والدفع

القبول هو التعبير عن إرادة من وجه إليه الإيجاب في إبرام العقد، بمعنى يوافق أحد الأطراف على أخذ العرض بجميع شروطه الواردة مقابل شيء ذو قيمة كالنقود أو الملكية أو الخدمات، فإذا توصل الطرفان ( البائع والمشتري) إلى اتفاق يكون قد التقى العرض بالقبول وتطابقاً تماماً وانعقد العقد.<sup>2</sup>

ويمكن التعبير عن القبول بعدة طرق منها:

<sup>1</sup> فيصل سعيد الغريب، التوقيع الإلكتروني وحججه في الإثبات، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، الكويت، 2005، ص 173.

<sup>2</sup> فيصل سعيد الغريب، مرجع سابق، ص 179.

- ملء استمارة إلكترونية على الموقع واللمس (النقر) على الزر المناسب في مكان معين على شاشة الحاسوب؛
- إرسال فاكس؛
- تحرير رسالة إلكترونية، وإرسالها عبر البريد الإلكتروني.

في الأصل لا يمكن اعتبار زيارة شخص ما للموقع تعبيراً عن القبول، فلا يمكن للمؤسسة أن تبدأ عملية توريد سلعة ما بمجرد دخول الزائر، فقد لا يكون مقتنعاً بها وإنما ترك معلومات من قبل عند شراء سلعة أخرى.

كما أن القبول عن طريق النقر على الزر لا يكون مقبولاً إلا إذا كان حاسماً، أي إذا اتخذ صاحب الموقع احتياطاته، وذلك بتنبه الزائر للموقع على الأقل مرتين، فيجب أن تتضمن عبارات التعاقد رسالة قبول نهائي مثل: هل تؤكد القبول؟ والإجابة على ذلك نعم أو لا. وفي الحقيقة هذه التساؤلات حول القبول ليست خاصة بالتجارة الإلكترونية فقط ولكن تخص المخاطر المترتبة عن البيع بالمراسلة أو عن بعد، وبالتالي يتضح أن الإمضاء الإلكتروني هو الإثبات الوحيد المؤكد للقبول.

وبعد إقناع المشتري بالعرض وإصداره لأمر الشراء، يقوم بتسوية المدفوعات إلكترونياً وهذا بإصدار أمر الدفع باستخدام أحد الوسائل التالية:<sup>1</sup>

- الدفع النقدي عند الاستلام؛
- الدفع باستخدام البطاقات البلاستيكية؛
- الدفع باستخدام النقود الإلكترونية أو "الميكروكاش"؛
- الدفع باستخدام الشيكات الإلكترونية.

<sup>1</sup> إبراهيم سيد أحمد، قانون التجارة الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني وقانون الملكية الفكرية والأدبية، المكتب الجامعي الحديث للنشر والتوزيع، مصر، 2005، ص 414.

### ثالثاً: مرحلة التنفيذ "التسليم"

في هذه المرحلة يتم التسليم الفعلي للسلع والخدمات المتفق عليها، ويختلف التسليم بحسب نوع البضاعة: فهناك الطريقة التقليدية لتسليم البضائع المادية، حيث يتم تقديم طلب الشراء والسداد إلكترونياً، على أن يتم تسليم البضاعة بالبريد، أو تستعين المؤسسة بمندوبي المبيعات لتوصيل السلعة إلى المستهلك بنفسه، أي أن التسليم يتم خارج الخط " off line"، وكمثال على هذا النوع من السلع: الكتب، السيارات، أجهزة الكمبيوتر.

أما الطريقة الثانية هي الطريقة الإلكترونية لتسليم السلع الرقمية، حيث يتم الشراء والسداد والتسليم إلكترونياً من خلال شبكة الإنترنت، أي التسليم على الخط " on line"، مثل القطع الموسيقية، برامج الحاسوب، والكتب، والاستشارات القانونية... الخ.

ومن خلال ما سبق يتضح لنا بأن مبدأ عمل التجارة الإلكترونية وتعاملاتها يتم من خلال آلية عامة تتمثل في الخطوات التالية:

- تحديد المستهلك للسلع التي تلي حاجياته (كتب، ملابس، برامج حاسوب)؛
- دخول المستهلك على شبكة الإنترنت للبحث عن البائع الأمثل الذي يوفر له حاجياته؛
- إطلاع الزبون على موقع الويب للبائع المناسب؛
- اختيار كتالوج على الخط المباشرة، وتحديد البضاعة المراد شراؤها، والتي تتوافق مع الرغبات (اللون، الحجم، السعر)؛
- التفاوض بين البائع والمشتري حول الصفقة (موعد التسليم، السداد)؛
- عند اقتناع المستهلك بالشروط يقوم بإرسال طلب الشراء عن طريق البريد الإلكتروني أو وسيلة أخرى؛
- يستقبل التاجر الطلب ويدججه ضمن قاعدة بيانات الطلب، ويتحقق من وفرة المنتج في المخزن؛
- يؤكد التاجر الطلبية على صفحة الويب أو عن طريق البريد الإلكتروني ويقوم بتحرير الفاتورة؛
- السداد الإلكتروني بين بنك المصدر (المشتري) وبنك المستهلك (التاجر)؛
- إرسال المنتج على عنوان المشتري، سواء كان التسديد إلكترونياً أو تقليدياً.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> سمية ديمش، التجارة الإلكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تحليل واستشراف اقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري - قسنطينة، 2010/2011، ص 94.

## المطلب الثالث: وسائل الدفع الإلكترونية

تصنف وسائل الدفع الإلكتروني بالاعتماد على توقيت الدفع ضمن أربعة أنظمة للدفع إلكترونياً:

## أولاً: نظام الدفع الإلكتروني المسبق.

إن هذا النظام يسمح بالحصول على النقود مسبقاً وسداد ثمنها لكي يتمكن بعد ذلك العميل من اقتناء حاجياته، بحيث يقوم العميل بدفع النقود الحقيقية مقدماً ليحصل على وحدات النقد الإلكتروني من البنك بالكمية التي يريد، ويقوم بتخزينها سواء على الشريحة الإلكترونية للبطاقة الذكية أو القرص الصلب للكمبيوتر، ويشمل هذا النظام النقود الإلكترونية والبطاقات الذكية.

## 1 - النقود الإلكترونية:

لقد شهدت السنوات الأخيرة انتشاراً كبيراً لاستخدام البطاقات الائتمانية في تسوية المدفوعات الإلكترونية، إلا أن الكثير منهم شعروا بعدم الراحة لاستخدامها نظراً للمشاكل العديدة التي تنجم عنها. مما أدى إلى ظهور عملة نقدية غير مادية تتماشى مع المشتريات عبر الإنترنت يطلق عليها اسم:

النقود الرقمية digital money، النقدية الإلكترونية e-cash، النقود الإلكترونية Electronic money.

أ - تعريفها: تعرف النقود الإلكترونية بأنها مجموعة من البروتوكولات والتوقيعات الرقمية التي تتيح للرسالة الإلكترونية أن تحل فعلياً محل تبادل العملات التقليدية.

وبعبارة أخرى فإن النقود الإلكترونية أو الرقمية هي المكافئ الإلكتروني للنقود التقليدية التي اعتدنا تداولها.<sup>1</sup>

## ب - خصائصها:

لقد ظهرت النقود الإلكترونية لمعالجة نقائص البطاقات الائتمانية في مجالين إلكترونيين أساسيين هما:

<sup>1</sup> مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، الأوراق التجارية ووسائل الدفع الإلكترونية الحديثة، الناشر مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2016، ص 484.

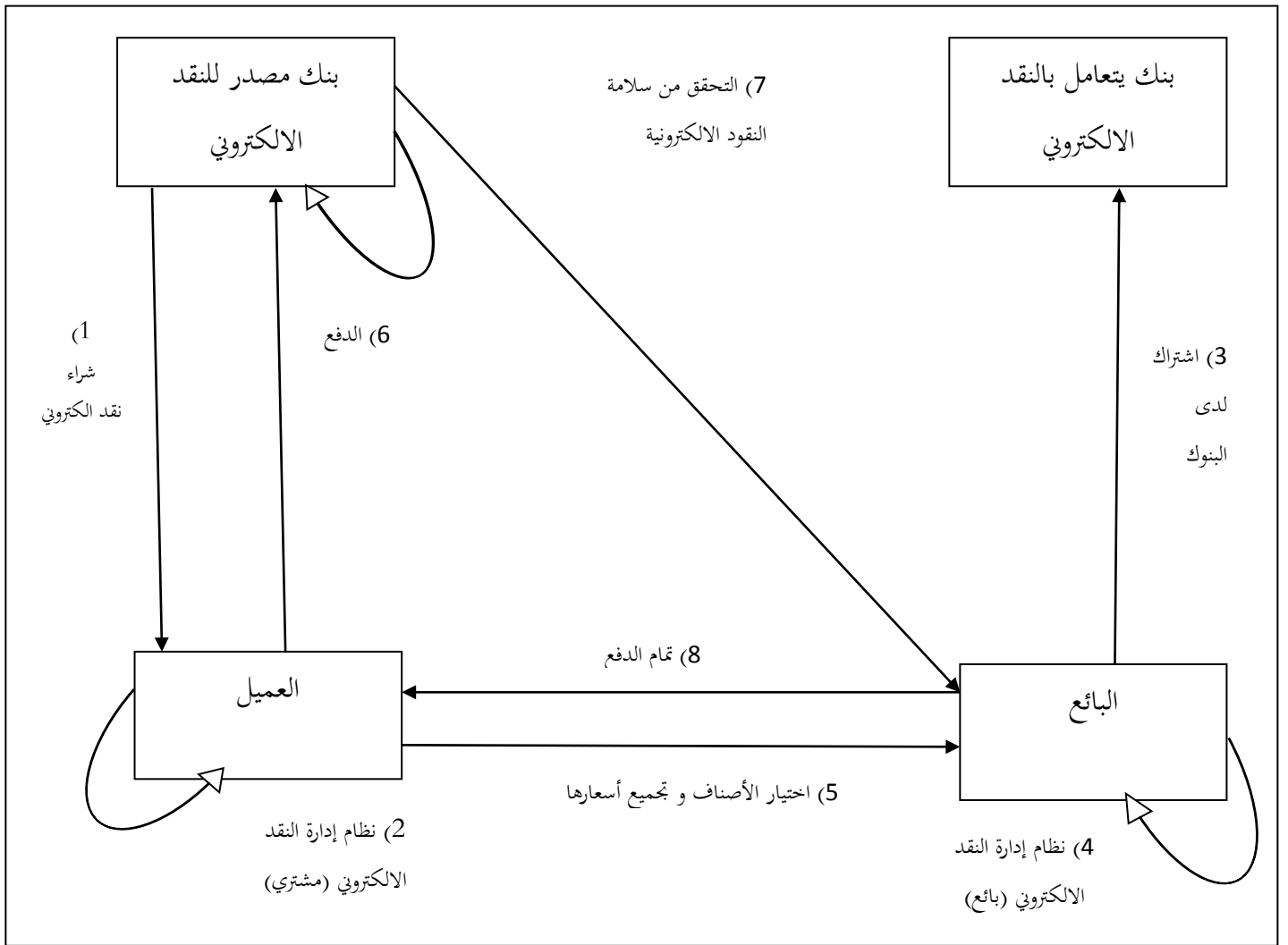
\* النقود الإلكترونية تصلح لتسوية الميكرو مدفوعات، أي مدفوعات الإنترنت التي تكلف من سنتات قليلة إلى ما يقارب 10 دولارات وهو الحد الأدنى لمدفوعات بطاقة الائتمان، فالنقود الإلكترونية قابلة للتجزئة ل وحدات صغيرة؛

\* النقود الافتراضية ملائمة للأشخاص الذين لا يستطيعون استخراج بطاقة الائتمان بسبب صغر سنهم أو تدني مدخولهم أو سبب وجود مشكلات لديهم.

### ج - مبدأ عمل النقود الإلكترونية:

يوضح الشكل التالي دورة استخدام النقود الإلكترونية في تسوية النزاعات:

شكل رقم (03): دورة استخدام النقد الإلكتروني وإجراءاتها.



المصدر: رأفت رضوان، عالم التجارة الإلكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، الطبعة الأولى، القاهرة، 1999، ص 66.

يمكن توضيح عناصر الشكل في النقاط التالية:

- 1 - يقتني المشتري وحدات النقد Tokens من أحد البنوك المصدرة، ويقوم بتحميلها سواء على الحاسب أو البطاقة الذكية؛
- 2 - يحمل المشتري برنامج مجاني خاص بإدارة النقد الإلكتروني؛
- 3 - يشترك البائع لدى أحد البنوك المصدرة للنقود الإلكترونية؛
- 4 - يقوم البائع أيضا بتحميل برنامج إدارة النقد الإلكتروني؛
- 5 - يحدد المشتري حاجياته من موقع البائع ويصدر أمر الدفع عن طريق كمبيوتره، فيقوم برنامج الإدارة باختبار الرصيد واختيار وحدات النقد المناسبة، ويرسلها في كشف خاص إلى البائع عن طريق البنك المصدر للعملة؛
- 6 - بعد أن يقوم البنك المتلقى للكشف بالتأكد من صحة أرقام العملة، يرسلها إلى البائع؛
- 7 - يضيف برنامج إدارة النقد للبائع العملات الإلكترونية إلى خزينته؛
- 8 - يتولى برنامج إدارة النقد الإلكتروني للبائع مهمة إبلاغ المشتري بتمام السداد، فيقوم نظام النقد الإلكتروني لهذا الأخير بمحو هذه الوحدات من حساب المشتري؛
- 9 - يرسل برنامج الإدارة كشف العملات للبنك المشترك فيه، فيقوم هذا الأخير بتحويل النقود الإلكترونية إلى نقود حقيقية في حساب البائع.<sup>1</sup>

## 2 - البطاقات الذكية " smart card " :

تعتبر البطاقات الذكية أحدث البطاقات المنتجة على مستوى العالم، حيث تستخدم فيها تكنولوجيا متطورة ساهمت في الحد من مشاكل السرقة التي تتعرض لها البطاقات البلاستيكية الأخرى كالبطاقة الائتمانية.

أ - **تعريف البطاقات الذكية:** هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية بحجم بطاقة الائتمان، يثبت عليها شريط ممغنط عليه رقم كودي ويحمل شريحة (رقمية) إلكترونية مزودة بذاكرة مصاحبة، حيث تكون قادرة على أن تخزن وتسترجع وتعالج جميع البيانات الشخصية لحاملها.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> رأفت رضوان، مرجع سابق، ص ص 67-68.

<sup>2</sup> السيد أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية والعولمة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة- مصر، ص 182.



## ب - خصائص البطاقات الذكية:

لهذا النوع الحديث من البطاقات مجموعة من الخصائص يمكن إنجازها فيما يلي:

- \* هي بمثابة كمبيوتر متنقل للعميل لاحتوائها على سجل جميع المعلومات الشخصية: الاسم والعنوان، اسم المصرف، أسلوب المصرف، المبلغ المنصرف، تاريخ حياة العميل المصرفية، وتستطيع هذه البطاقات تخزين أكثر من 100 ضعف من المعلومات مقارنة بالبطاقات البلاستيكية الأخرى؛<sup>1</sup>
- \* تعبر عن قيمة نقدية مخزونة مدفوعة مقدما، أي أن هذه البطاقة قادرة على تخزين نقد إلكتروني يعني حاملها عن الذهاب إلى البنك؛
- \* تساعد على تخفيض عدد البطاقات التي يحملها كل شخص، فهي تلعب دور بطاقة الائتمان وبطاقة الصرف ورخصة القيادة وبطاقة التأمين الصحي وكذلك بطاقة العمل، فهي تجمع بين كل هذه البطاقات المتعددة الوظائف في بطاقات واحدة؛
- \* تمثل أفضل حماية ضد التزوير وسوء الاستغلال، إذ أن المعلومات التي توجد عليها مشفرة، بحيث تستطيع أجهزة قراءة البطاقات التأكد من أن هذه البطاقة أصلية من خلال التوقيع الرقمي المشفر المخزن في معالج البطاقة؛
- \* انخفاض نسبة الخطأ للشريط المغناطيسي لهذه البطاقات عند تمريرها على القارئ، حيث تصل هذه النسبة 100 خطأ لكل مليون معاملة، مقابل 250 خطأ لكل مليون معاملة بالنسبة للبطاقات الأخرى.<sup>2</sup>

## ثانيا: نظام الدفع الإلكتروني الفوري

يوحي نظام الدفع الإلكتروني الفوري من تسمية بتسديد قيمة المشتريات لحظة إنجاز الصفقة دون أي تأجيل لتسوية المدفوعات.

ويشمل هذا النظام بطاقات الدفع الفوري Debit card، التي ظهرت لتفتح المجال أمام شريحة من المستخدمين الذين لا يمكنهم الحصول على بطاقة ائتمان (بسبب عدم أهليتهم ماليا) أن يتمكنوا من السداد باستخدام البطاقات البلاستيكية.

<sup>1</sup> رأفت رضوان، مرجع سابق، ص 54.

<sup>2</sup> منير الجنيهي، ممدوح الجنيهي، البنوك الإلكترونية، الناشر دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006، ص 52.

**1 - تعريف بطاقة الدفع الفوري Debit card :**

إن بطاقة الخصم الفوري أو بطاقة السحب المباشر هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية يتم بموجبها خصم ثمن المشتريات من رصيد صاحب البطاقة مباشرة بعد التحقق من صحة رقم البطاقة، وبالتالي تحول القيمة المالية من حساب التاجر مباشرة دون تأجيل، ودون أن يقوم البنك بالسداد نيابة عن العميل، حيث تتميز هذه البطاقة بعدم تضمنها ائتماناً بل أنها تعتمد على وجود أرصدة فعلية للعميل لدى البنك، وكل ما يحدث عند الشراء هو خصم قيمة الصفقة من حساب العميل في البنك خلال يوم أو اثنين.

**2 - خصائص بطاقة الدفع الفوري:**

- بطاقة الدفع الفوري هي بطاقة متعددة الاستخدامات، حيث تستعمل لسداد المشتريات كما تستعمل لسحب النقود من الحسابات فهي تجمع بين نظام ATM والاستخدام عند نقطة البيع POS
- هي بطاقات متجددة، حيث يمكن إعادة تحميلها بمبالغ مالية أخرى عن طريق إيداع نقود في البنك.
- توفر الوقت والجهد من خلال الخصم المباشر من حساب العميل بصورة فورية بمجرد تقديم البطاقة.<sup>1</sup>

**ثالثاً: نظام الدفع الإلكتروني المؤجل:**

في نظام الدفع الإلكتروني المؤجل يتم الشراء الفوري والدفع لآجل، بمعنى عند اقتناء السلعة أو الخدمة لا يسدد المستهلك ثمنها في الحين بل يحصل عليها والدفع يتم فيها بعد من طرف البنك وينطوي ضمن هذا النظام كل من البطاقة الائتمانية والشيك الإلكتروني.

**1 - بطاقة الائتمان: Credit card (cc)**

تعد بطاقات الائتمان أكثر أنواع البطاقات انتشاراً، حيث يزداد استخدامها بمعدل مرتفع نسبياً يصل إلى 7,8% في بعض الدول، مثل الولايات المتحدة الأمريكية ويلاحظ البعض أن الغالبية العظمى من المشتريات عبر الإنترنت لا تزال تتم بواسطة بطاقة الائتمان، وهذا يعني أن الانتشار واسع النطاق لهذه النوعية من الكروت يعود في جانب مهم إلى التزايد في شراء السلع والخدمات عن طريق الإنترنت، أي إلى النمو في التجارة الإلكترونية لذا لا نندهش أن نجد البنوك تسعى جاهدة الآن بقوة وبأسلوب هجومي لكن تنمي وتطور نشاطها من خلال

<sup>1</sup> منير الجنيبي، ممدوح الجنيبي، مرجع سابق، ص 52-53.

الإنترنت، لتحث العملاء على استخدام البطاقات الخاصة بها، ومن الأساليب التي تتبع لجوء البنوك إلى البطاقات وتضم هذه البطاقات عدة أطراف هي: الكارد + البنك المصدر له + المحلات التجارية + بنوك التجار + الشركات مصدرة البطاقات.<sup>1</sup>

### خصائص البطاقة الائتمانية:

- تتيح البطاقة الائتمانية إمكانية شراء السلع والخدمات دون دفع قيمتها حالا، فهي تسمح بالشراء الفوري والدفع لآجل؛
  - تساعد هذه البطاقات على تنشيط السوق وزيادة سيولة من خلال خلق النقود المصرفية، لأن المبدأ الأساسي لهذه البطاقات يتمثل في منح قروض للعملاء دون أن يكونوا مطالبين بسداد الائتمان فوراً وإنما خلال أجل متفق عليه؛
  - تتميز بالقبول الواسع على المستوى المحلي أو على المستوى العالمي، بحيث يستطيع حاملها أن يدفع مقابل مقتنياته باستخدام هذه البطاقة في أي مكان في العالم؛
  - تمثل البطاقة الائتمانية مصدر دخل جيد للبنوك من خلال حصولها على رسوم مقابل الخدمات المقدمة للعملاء (رسوم الإصدار، العمولة عن كل عملية دفع....) أو مقابل فوائد التأخير في السداد المفروضة على العملاء وكذلك العمولة المقتطعة من المبلغ المدفوع من البنك إلى التاجر؛
  - تتضمن هذه البطاقات صورة مجسمة لحاملها بغية التقليل من التزوير والسرقة؛
  - أن تحمل البنك مسؤولية السداد نيابة عن العميل يعطي التاجر المزيد من الأمن والتأكد بأنه سوف يحصل على مستحقاته؛<sup>2</sup>
  - متعددة الأنواع حسب ظروف العملاء، حيث أنه رغبة من البنوك في تسهيل تعاملات المستخدمين يتم إصدار نوعين من البطاقات الائتمانية حسب القدرات المالية للعميل، وهي:
- أ - بطاقة الصرف البنكي **charge card**: أو كما يطلق عليها بطاقات الدين، بطاقات الخصم الشهري، بطاقات التسجيل على الحسابات: وتستخدم هذه البطاقات كأداة وفاء وائتمان عن فترة زمنية محددة يتم الاتفاق عليها مابين البنك والعميل وغالبا لا تتعدى الفترة شهر.

<sup>1</sup> السيد أحمد عبد الخالق، مرجع سابق، ص 161-162.

<sup>2</sup> أمير فرج يوسف، عالمية التجارة الإلكترونية وعقودها، المكتب الجامعي الحديث، بدون بلد، 2009، ص 102.

**ب - بطاقات الإقراض:** هي البطاقات التي تتيح لحاملها السداد على آجال طويلة متفق عليها مع البنك مقابل دفع عوائد كل شهر، حيث يستطيع العميل تسديد كامل المبلغ كل شهر أو جزء منه على أقساط دورية تتناسب مع دخله، أما الرصيد غير المغطى فيعتبر قرضا تفرض عليه فوائد شهرية.<sup>1</sup>

فالفرق الأساسي بين النوعين السابقين في أن حاملي بطاقة الخصم الشهري مطالبون بالسداد الكامل خلال نفس الشهر الذي يتم فيه السحب، أما حاصل بطاقة الإقراض فيحق له اختيار طريقة الدفع.

## 2 - الشيك الإلكتروني:

الشيك الإلكتروني هو المكافئ الإلكتروني للشيكات الورقية التي اعتدنا التعامل بها والشيك الإلكتروني هو رسالة إلكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك (حامله) ليعتمده ويقدمه للبنك الذي يعمل عبر الإنترنت ليقوم البنك أولاً بتحويل قيمة الشيك المالية إلى حساب حامل الشيك وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك وإعادة إلكترونيًا إلى مستلم الشيك (حامله) ليكون دليلاً على أنه قد تم صرف الشيك فعلاً ويمكن لمستلم الشيك أن يتأكد إلكترونيًا من أنه قد تم بالفعل تحويل المبلغ لحسابه.<sup>2</sup>

وهو محور ثلاثي الأطراف معالج إلكترونيًا بشكل كلي، أو جزئي يتضمن أمراض شخص يسمى الساحب إلى البنك المسحوب عليه بأن يدفع مبلغًا من النقود لإذن شخص ثالث يسمى المستفيد ولعل الشيك الإلكتروني هو أكثر الأوراق التجارية التي يمكن الاستفادة منها في مجال التقنيات الإلكترونية.<sup>3</sup>

## إجراءات استخدام الشيك الإلكتروني:

تتضمن إجراءات استخدام الشيك الإلكتروني على الخطوات الآتية:

**الخطوة الأولى:** اشتراك المشتري لدى جهة التخليص في الغالب تكون البنك حيث يتم فتح حساب جاري الخاص بالمشتري أو يتم الاتفاق على الصرف خصمًا من حساب المشتري بأي حساب جاري متفق عليه ويتم تحديد توقيع إلكتروني للمشتري وتسجيله في قاعدة بيانات جهة التخليص.

<sup>1</sup> نادر شعبان إبراهيم السواح، النقود البلاستيكية وأثر المعاملات الإلكترونية على المراجعة الداخلية في البنوك التجارية، الدار الجامعية، الإسكندرية-مصر، 2006، ص 20-22.

<sup>2</sup> منير الجنيهي، ممدوح الجنيهي، مرجع سابق، ص 49-50.

<sup>3</sup> مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، مرجع سابق، ص 495.

**الخطوة الثانية:** اشترك البائع لدى جهة التخليص نفسها حيث يتم أيضا فتح الحساب الجاري أو الربط مع أي حساب جاري للبائع وتسجيله على قاعدة بيانات جهة التخليص.

**الخطوة الثالثة:** فيها يقوم المشتري باختيار السلعة التي يرغب في شرائها من البائع المشترك لدى جهة التخليص و يتم تحديد السعر الكلي و الاتفاق على أسلوب الدفع.

**الخطوة الرابعة:** يقوم المشتري بتحرير شيك إلكتروني يقوم بالتوقيع الإلكتروني المشفر، ثم يقوم بإرسال هذا الشيك الإلكتروني المؤمن إلى البائع.

**الخطوة الخامسة:** يقوم البائع باستلام الشيك الإلكتروني الموقع من المشتري ويقوم بالتوقيع عليه كمستفيد بتوقيعه الإلكتروني المشفر ويقوم بإرساله إلى جهة التخليص.

**الخطوة السادسة:** تقوم جهة التخليص بمراجعة الشيك والتحقق من صحة الأرصدة والتوقعات و بناء على ذلك تقوم بإخطار كل من المشتري و البائع بإتمام إجراء المعاملة المالية.<sup>1</sup>

#### رابعا: النظام البنكي الحديث للدفع

تماشيا مع التقدم التقني المذهل، طورت الكثير من المصارف التقليدية و الإلكترونية باقة متنوعة من الخدمات المعاصرة التي تلخيصها في :

#### 1 - الهاتف المصرفي ( البنك المحمول ) bank phone

هو نظام يعمل 24/24 ساعة و 7/7 أيام وخلال أيام العطل، وقد أنشأ هذا النظام البنوك بغية تمكين عملائها من الحصول على توضيحات واستفسارات خاصة عن حساباتهم عن طريق الاتصال بهذه المصارف و استخدام رقم سري خاص بكل عميل، كما تمكنهم من سحب بعض المبالغ من هذه الحسابات و تحويلها لسداد بعض الالتزامات كالكمبيالات و الفواتير، فضلا عن إمكانية الحصول على قرض.

ورغم حداثة البنك المحمول إلا أنه ثبت أن هذا البنك يحقق أرباحا تعادل ستة أضعاف ما يحققه البنك في تعاملاته التقليدية، وذلك لأن البنك المحمول يستخدم التكنولوجيا لتحسين علاقاته و توسيع مجال في تعاملاته

<sup>1</sup> رأفت رضوان، مرجع سابق، ص ص70-71.

مع العملاء، وذلك عن طريق التعامل مع البيانات الشخصية التي لديه عن العميل بطريقة ذكية، لكي يقوم بتسويق خدمات من نوع جديد للعملاء، لم تكن تدخل من قبل في إطار الخدمات البنكية.

## 2 - الإنترنت المصرفي (البنك على الخط)

يمكن للعميل في هذا النظام أن يصل للفرع الإلكتروني للبنك بطرق سهلة، وبالتالي يحصل على الخدمات المصرفية التي يحتاجها عبر الإنترنت وهو جالس في منزله ويتحاور مع موظف البنك، دون الذهاب شخصياً إلى هذا البنك، فبدلاً من توسع البنوك في إنشاء مقر عقارية جديدة لها، فإنها اتجهت نحو إنشاء موقع على شبكة الإنترنت.

## 3 - أوامر الدفع المصرفية الإلكترونية وخدمات المقاصة الإلكترونية

في الماضي كان العميل يصدر أوامر الدفع لشخص ما بطريقة يدوية، أما الآن فأصبحت تتم في بعض المصارف من خلال نظام المقاصة الإلكترونية المصرفية، وتسمح هذه الخدمة بتحويل النقود من حساب العميل إلى حسابات الأفراد آخرين أو منظمات أخرى في أي فرع لأي مصرف في الدولة، وتتولى خدمات المقاصة الآلية مؤسسة تقوم بتنفيذ عمليات المدفوعات و التحويلات النقدية بين البنوك المختلفة أو بين فروع البنك الواحد على أساس إلكتروني.

فمثلاً يمكن هذا النظام المنشأة من دفع رواتب موظفيها دون شيكات، وذلك بنقل مبالغ رواتبهم من حساب الرواتب إلى حساب كل منهم في المصرف الذي يتعامل معه، كما يمكن هذا النظام العميل من تسهيل تسديد التزاماته اتجاه شركات التأمين.<sup>1</sup>

## المطلب الرابع: أمن المعاملات التجارية على شبكة الإنترنت

### أولاً: التشفير (Encryption)

استخدم الإنسان التشفير خاصة في الحروب لحماية رسائله السرية ويعرف التشفير بأنه تحويل المعلومات إلى شفرات غير مفهومة (دون معنى) لمنع الأشخاص غير المرخص لهم من الإطلاع على المعلومات، إذن فعملية

<sup>1</sup> حازم نعيم الصمادي، المسؤولية في العمليات المصرفية الإلكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان-الأردن، 2003، ص 30-32.

التشفير تعمل على تحويل النصوص العادية إلى نصوص مشفرة وذلك باستخدام مفاتيح وهذه المفاتيح تستعمل صيغ رياضية معقدة (الخوارزميات) وتعتمد قوة وفعالية التشفير على أساسين:

الخوارزمية وطول المفتاح (مقدار بالبت Bits).

أما فك التشفير (Decryption): "هو عملية إعادة تحويل البيانات إلى صيغها الأصلية وذلك باستخدام المفتاح المناسب لفك الشفرة".<sup>1</sup>

وينقسم التشفير إلى تشفير متماثل وتشفير لا متماثل وهو كالاتي:<sup>2</sup>

### 1. التشفير المتماثل:

"في هذا النوع من التشفير يستطيع كل من المرسل والمستقبل تشفير وفك شفرة المعلومات بنفس المفتاح السري لكن هذا النوع يطرح مشكلة الأمان وعدم التحقق من الهوية، لذلك تراجع استخدام هذا النوع من التشفير".

### 2. التشفير اللامتماثل:

"في هذا النوع التشفير يستلزم استخدام نوعين من المفاتيح المفتاح الخاص والمفتاح العام فالمفتاح الخاص يكون معرف فقط من طرف جهة واحدة وهو الشخص القادر على تشفير المعلومات وفك شفرتها، أما المفتاح العام فيكون معروفا لدى أكثر من جهة ويستطيع فك شفرة الرسالة التي شفرها المفتاح الخاص، إذن المبدأ الذي يقوم عليه هذا النوع من التشفير وهو أن المعلومة التي يتم تشفيرها من أحد المفاتيح لا يتم فك شفرتها إلا من طرف المفتاح الآخر".

"ونظام التشفير باستخدام المفاتيح العامة يدعى بنظام يعتبر أبسطاً مقارنة بنظام التشفير المتماثل لكنه أكثر أماناً لكنه ليس عصياً على الاختراق لذلك تم تطوير نظام وهو نظام مطور محسن ل ونظام لا يزال منيعاً على الاختراق حتى يومنا هذا فهو يستخدم مفتاحاً بطول إضافة إلى استخدامه البصمة الإلكترونية للرسالة".

<sup>1</sup> محمد بن أحمد السديري، التجارة الإلكترونية تقنيات و استراتيجيات التطبيق، متوفر على الموقع

[Http://faculty.ksu.edu.sa/mas/published%20papers/ec%20strategy.pdf](http://faculty.ksu.edu.sa/mas/published%20papers/ec%20strategy.pdf) ، تم التصفح بتاريخ 2022/03/14،

<sup>2</sup> David Kosieur, comprendre le commerce électronique, microsoft press, 2000, p 58/59.

## ثانيا: التوقيع الإلكتروني

تتمثل وظيفة التوقيع في تحديد هوية الموقع والتعبير عن رضاه بالتصرفات التي صدرت من قبله باعتبار أن التوقيع يعبر عن إرادة صاحبه ولذلك فإنه يتوجب أن يصدر من شخص كامل الأهلية، ولا تعتبر الكتابة دليلا كاملا في الإثبات إلا إذا كانت موقعة، فالتوقيع هو العنصر الثاني من عناصر الدليل الكتابي المعد أصلا للإثبات وبدون التوقيع يفقد الدليل الكتابي حجيته فالتوقيع هو الذي ينسب الورقة إلى من وقعها حتى لو كانت مكتوبة بخط غيره.<sup>1</sup>

## 1 - تعريف التوقيع الإلكتروني

عرفت المادة (2/أ) من قانون الانستراال النموذجي بشأن التوقيعات الإلكترونية لسنة 2001م التوقيع الإلكتروني بأنه: بيانات في شكل إلكتروني مدرجة في رسالة بيانات أو مضافة إليها أو مرتبطة بها منطقيا ويجوز أن تستخدم لتعيين هوية الموقع بالنسبة إلى رسالة البيانات وبيان موافقة الموقع على المعلومات الواردة في رسالة البيانات.<sup>2</sup>

## 2 - أشكال التوقيع الإلكتروني

## أ. التوقيع باستخدام القلم الإلكتروني:

ومعناه نقل التوقيع الإلكتروني المكتوب بخط اليد على المحرر إلى الملف المراد نقل هذا المحرر إليه باستخدام جهاز إسكانر وعليه ينقل المحرر موقعا عليه من صاحبه إلى شخص آخر باستخدام شبكة الإنترنت.

إلا أن تلك الطريقة تواجه الكثير من المعوقات تتمثل في عدم الثقة حيث يمكن للمستقبل أن يحتفظ بهذا التوقيع الموجود على المحرر- الذي استقبله عن طريق شبكة الإنترنت عبر جهاز الإسكانر- ووضعه على أي مستند آخر لديه دون وجود أي طريقة يمكن من خلالها التأكد من أن صاحب هذا المستند وقام بإرساله إلى هذا الشخص وعليه فإن تلك الطريقة مأخوذ ضدها انعدام الثقة.

وهو ما يضعف الثقة في المحررات الموقع عليها إلكترونيا وبالتالي يقلل من حجية التوقيع الإلكتروني.

<sup>1</sup> إبراهيم بختي، دور الإنترنت وتطبيقاته في مجال التسويق، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2003، ص 132.

<sup>2</sup> نضال إسماعيل برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2005، ص 170.



## ب. التوقيع باستخدام الخواص الذاتية:

وهذا النوع من التوقيع يعتمد على الخواص الكيميائية والطبيعية للأفراد وتمثل تلك الطرق في الآتي:

- البصمة الشخص؛
- مسح العين البشرية؛
- التحقق من مستوى ونبرة الصوت؛
- خواص اليد البشرية؛
- التعرف على الوجه البشري؛
- التوقيع الشخصي.

وهو ما يعني أنه يتم تعيين الخواص الذاتية للعين مثلا عن طريق أخذ صورة دقيقة لها وتخزينها في الحاسب الآلي لمنع أي استخدام من أي شخص آخر بخلاف الشخص المخزنة الخواص الذاتية لعينه.

## ج. التوقيع الرقمي: Signature Numerique

وتعني منظومة بيانات في صورة شفرة بحيث يكون في إمكان المرسل إليه التأكد من مصدرها ومضمونها ولكن أكثرها شيوعا التوقيعات الرقمية القائمة على ترميز المفاتيح.

- المفاتيح العمومية Public keys
- المفاتيح الخاصة Private keys

المفاتيح العامة هي التي تسمح لكل من يهتم بقراءة الرسالة أن يقرأها دون أن يستطيع إدخال أي تعديل عليها فإذا ما وفق على مضمونها وأراد إبداء قبول بشأنها وضع توقيعه عليها من خلال مفتاحه الخاص وعليه تعود تلك الرسالة إلى مرسلها مزيلة بالتوقيع.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> منير الجنيبي، ممدوح الجنيبي، مرجع سابق، ص 75-77.

## ثالثاً: الشهادات الرقمية

لطالما تعرضت معاملات التجارة الإلكترونية إلى أشكال عديدة من الخداع وانتحال الشخصيات، ولكي يتم تجنب هذا الخداع لابد من التحقق من هوية الأطراف المتبادلة للمعلومات وهذا باللجوء إلى شهادات رقمية تؤكد شخصية المتعاملين.

فالشهادات الرقمية هي عبارة عن: وثائق إلكترونية تثبت هوية المستخدمين عبر شبكة الإنترنت ويتولى إصدار هذه الشهادات جهة موثوق فيها يسمى سلطة إصدار الشهادات، تحتوي كل شهادة رقمية يتم إصدارها على معلومات مهمة تتعلق بمالكها وبالسلطة التي أصدرت هذه الشهادة مثل:

\* اسم حامل الشهادة؛

\* المفتاح العام لحامل الشهادة؛

\* اسم سلطة إصدار الشهادة الرقمية؛

\* رقم متسلسل؛

\* تاريخ الإصدار؛<sup>1</sup>

\* مدة صلاحية الشهادة.

ومثال على ذلك المؤسسة العالمية ( GLOBALSIGN ) المانحة للشهادات الرقمية عبر أطراف معتمدة

وهي تصدر ثلاث أنواع من الشهادات الرقمية:

- شهادات التعريف الرقمية على مستوى الأفراد.
- شهادات التعريف الرقمية على مستوى مزودات (خادم) الويب المستخدمة في مواقع التجارة الإلكترونية.
- شهادات التوقيع الرقمية التي تستخدم في توقيع الرسائل الإلكترونية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> خضر مصباح سماعيل الطيطي، إدارة المعرفة التحديات والتقنيات والحلول، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2010، ص 259-260.

<sup>2</sup> إبراهيم بختي، مرجع سابق، ص 129.

## رابعاً: نظام المعاملات الإلكترونية الآمنة 'SET'

لقد اعتمدت شركات بطاقات الائتمان معيار التعاملات الإلكترونية الآمنة لتحقيق التبادل المالي باستخدام بطاقات الائتمان عبر الإنترنت ( وأهم هذه الشركات شركة American Express وشركة Master card وشركة Visa card) من جانب آخر فإن معيار التعاملات المالية الآمنة SET جرى قبوله واعتماده من جانب مزودي الكيانات البرمجية Soft ware suppliers (مثل شركة IBM و شركة Microsoft وشركة Netscape).

وقد جرى استخدام معيار التعاملات المالية الآمنة في أول عملية تبادل مالي عام 1997 في الولايات المتحدة الأمريكية.

إن قدرة منظمات الأعمال الإلكترونية على تنفيذ التعاملات المالية عبر الإنترنت و بصورة آمنة أدى إلى كسب ميزة مهمة تدعم لأعمال الإلكترونية عبر الإنترنت وتزيد من درجة منافستها لميدان الأعمال التقليدية. ويسعى معيار إلى تحقيق مجموعة من الأهداف أهمها:

- 1 تحقيق مستوى عال من الثقة و الأمن في البيانات والمعلومات؛
- 2 التأكد من سلامة عملية الدفع؛
- 3 إضفاء الشرعية و الموثوقية على أصحاب المتاجر الإلكترونية وحملت البطاقات الائتمانية.

إن المتطلبات و الاحتياجات الأساسية التي جرى التركيز عليها و التعبير عنها ضمن مواصفة SET قد جرى تقسيمها إلى ما يأتي:

- \* أية بيانات و معلومات تنقل وترسل عبر الإنترنت يجب أن تظل سرية ، وأن لا يتمكن من الوصول و الدخول عليها إلا الطرف المستقبل المعني بها و التي توجه إليه؛<sup>1</sup>
- \* يجب أن يظل محتوى أية عملية تبادل غير قابل للتغيير أثناء عملية نقل البيانات و المعلومات، و باستخدام مواصفة set فإنه يمكن تصميم التوقيع الإلكتروني Digital signature ، ويمكن القول أن إدراج هذا التوقيع ضمن بيانات ومعلومات عملية التبادل يساعد على اكتشاف فيما إذا طرأ تغير عليها أثناء النقل والإرسال؛

<sup>1</sup> يوسف أحمد أبو فارة، التسويق الإلكتروني، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، عمان، 2007، ص ص366-367.

\* يحتاج المتجر الإلكتروني إلى أن يتأكد من أن حامل بطاقة الدفع Card holder هو المالك الشرعي لرقم حساب بطاقة الدفع، ومن جانب آخر، فإنه يجب أن يكون حامل البطاقة قادر على التحقق من هوية مالك المتجر الإلكتروني، وأن يكون واثقا من أن هذا المتجر قادرا على تحقيق تعاملات مالية آمنة، وتعمل مواصفة SET على توفير مجموعة معايير تحقق الشهادات الإلكترونية Electronic certificates وهذه تصنف صفة الشرعية على هوية الأعضاء الذين يمارسون عمليات التجارة الإلكترونية؛

\* إن معيار set يجب أن يكون قابلا للتطبيق والتنفيذ على مدى واسع من الأدوات الإلكترونية، وأن لا يجري تفضيل كيان برمجي Soft ware أو كيان مادي محدد Hard ware على غيره بحيث يكون أكثر قدرة على تطبيق وتنفيذ المواصفة.

#### خامسا: بروتوكول الطبقات الآمنة 'SSL'

إن بروتوكول Secure Layer-SSL يعمل ضمن مستعرضات (متصفحات) الويب Web browsers من أجل منع اعتراض البيانات والمعلومات التي يجري إرسالها عبر الإنترنت في أية نقطة أثناء انتقال هذه البيانات والمعلومات.

وقد قامت شركة Netscape بتطوير بروتوكول SSL واستخدامه في متصفحها من أجل دعم الجانب الأمني للإنترنت وجرى إدراج هذا البروتوكول أيضا ضمن نظم مزودات شبكة الويب، وعند تصميم موقع الويب، فإن المصمم يقوم بتحديد الصفحات التي تحتاج إلى مستوى عال من الأمن والسرية عندما يجري تبادل هذه الصفحات، ولذلك فإن بروتوكول SSL يعمل على تشفير Encryptions هذه الصفحات بعد أن يملأها الزبون بالبيانات والمعلومات المطلوبة، ويجري إرسالها باستخدام المتصفح (المستعرض) بصورة مشفرة آمنة، ويجري فك وتحليل التشفير والتميز بعد أن تصل البيانات والمعلومات إلى الجهة المطلوبة بعيدا عن عبث الآخرين.<sup>1</sup>

#### سادسا: الجدران النارية. Fire walls

إن إنشاء المؤسسة لموقع على شبكة الإنترنت يعني انفتاحها على العالم الخارجي وتعرض معلوماتها الداخلية إلى العديد من عمليات التطفل والتخريب، وأول خطوة تقوم بها المؤسسة لمنع دخول الزوار غير المرغوب

<sup>1</sup> يوسف أحمد أبو فارة، مرجع سابق، ص 368-369.

فيهم إلى موقعها، هي وضع برنامج واقى لمراقبة محاولات النفاذ إلى النظام الداخلي للمؤسسة يطلق عليه: الجدران النارية أو حوائط المنع.

### 1 - ماهية الجدران النارية : Fire walls

هي عبارة عن برمجيات هدفها الأساسي تأمين الحماية الكافية لمعلومات الشركة والقضاء على كل عمليات الاختراق والتدمير التي تتعرض لها ملفات خوادم الويب، من خلال إقامة حاجز بين شبكة الإنترنت والشبكة الداخلية للمؤسسة، ليقوم هذا الحاجز بتصفية وفحص كل عمليات الدخول والخروج إلى الشبكة لمنع دخول المستخدمين غير المصرح لهم وغير المسجلين ولتجنب خطرا لفيروسات والبرامج الداخلية.<sup>1</sup>

### 2 - مفهوم الجدران النارية

يقصد بحوائط المنع Fire walls استخدام أجهزة حاسبات آلية أو أجهزة خارج الحاسب الرئيسي أو خادم الملفات لتقوم بتقنين عملية النفاذ أو ما يطلق عليه عملية الترشيح إلى مقر معلومات المنظمة على شبكة الاتصالات الإلكترونية وذلك وفقا لقواعد ومبادئ أساسية حاكمة يحددها القائمون على إدارة المنظمة.

ويوجد نوعان أساسيان من حوائط المنع، يتمثل النوع الأول منهما في مرشحات مجموعة البيانات، بينما يتمثل النوع الثاني في تطبيقات التحكم في البوابات، ويمكن توضيح كل نوع من هذين النوعين بإيجاز فيمايلي:

أ - **مرشحات مجموعات البيانات: Packet filters** حيث تقوم هذه المرشحات بمنع دخول أو ورود أية معلومات إلى الموقع كله، ولهذا فإن هذه الحماية تعرف باسم الحماية الكلية لموقع المنظمة ومقرها على شبكة الاتصالات الإلكترونية.

ب - **تطبيقات التحكم في البوابات: Application Gateways** وهي تمنع كل المحاولات التي تبذلها أطراف خارجية للنفاذ إلى المكونات الداخلية لمقر المنظمة على شبكة الاتصال الإلكتروني، وهي تعمل باستخدام حاسبات آمنة خاصة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> سمية ديمش، التجارة الإلكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تحليل واستشراف اقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري - قسنطينة، 2010/2011، ص 94.

<sup>2</sup> أحمد محمد غنيم، التسويق والتجارة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 282-283.

## 3- طرق الحماية باستخدام حوائط المنع

تقوم حوائط المنع بإدارة عملية النفاذ إلى الموقع أو الشبكة من خلال ثلاث طرق أساسية:

## أ - طريقة إتاحة العام وغلق الخاص

عندما تتخذ المؤسسة قرار إنشاء هذا النوع من حوائط المنع فإنها تقوم بتقسيم معلوماتها وبياناتها إلى معلومات عامة ومعلومات سرية، فالمعلومات العامة يتم وضعها على خادم يقع خارج جدار النار بهدف تمكين جميع الأشخاص من الإطلاع عليها، أما المعلومات السرية فتوضع على خادم آخر يقع على الجدار الناري لمنع جميع محاولات الوصول إليها، وتتعلق هذه المعلومات بتطبيقات وقواعد بيانات المؤسسة.

## ب - طريقة حوائط المنع المزدوجة

يحول هذا الجدار المزدوج دون وصول الطلبات المشكوك فيها من الإنترنت إلى الخادمين العام والخاص مباشرة، فيتم وضع خادم الملفات العام بعد الجدار الناري الأول، ويوضع خادم الملفات الخاص بعد الجدار الناري الثاني لترشيح وتصفية كل الرزم الداخلة والخارجة من الشبكة، وبهذا يتم توفير حماية كاملة لجميع معلومات المؤسسة العامة منها والخاصة.<sup>1</sup>

## ج - طريقة الفصل المطلق للخادما

ويتم وفقا لهذه الطريقة الفصل التام بين كل من خادم الملفات العام وخادم الملفات الخاص، حيث يكون الخادم الأخير بمثابة حاسب آلي مستقل بذاته يعمل بنظام تشغيل آمن يحول دون الدخول إلى الملفات الخاصة بالمنظمة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> أحمد محمد غنيم، الإدارة الإلكترونية: آفاق الحاضر وتطلعات المستقبل، المكتبة المصرية، المنصورة، مصر، 2006، ص 329-330.

<sup>2</sup> أحمد محمد غنيم، التسويق والتجارة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 284.

## خلاصة الفصل:

كانت التجارة قديماً تعتمد على وسائل جد تقليدية في التعاملات، إلا أن التطورات والتحولت السريعة أحدثت الكثير من التغييرات في النشاط التجاري، وأدخلت البشرية إلى عصر جديد تصاحب مع تزايد استخدام الإنسان للأدوات المتنوعة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات - لاسيما - الإنترنت لتسهيل التبادلات التجارية.

وقد حاولنا من خلال هذا الفصل إلقاء الضوء على الظاهرة الحديثة المعروفة باسم التجارة الإلكترونية وإزالة الغموض عنها باستعراض أدوات تكنولوجيا الإعلام والاتصال المساهمة في ظهورها، ومعرفة المفاهيم الأساسية حول التجارة الإلكترونية وأهم أشكالها وانعكاساتها الإيجابية على المؤسسات التي تمكنت من اختراق الأسواق العالمية والوصول إلى أكبر شريحة من المستهلكين لأقل التكاليف، وكذلك المستهلكين الذين أضحي بإمكانهم اقتناء حاجياتهم بمجرد نقرة زر.

كما خلصنا من خلال ما تقدم أن التطور العظيم الذي شهدته هذه التجارة أوجب ضرورة إيجاد وسائل إلكترونية تتلاءم مع متطلبات هذا العصر وتعرقل نمو التجارة الإلكترونية وهو ما زاد من الوزن النسبي لنظم الدفع الإلكترونية التي تسمح بالتسوية السهلة والسريعة لكافة مدفوعات المعاملات التجارية باستخدام الطرق الإلكترونية الحديثة، إلا أنه نتيجة لتزايد الاستخدام التجاري للإنترنت ظهرت الحاجة الملحة لضرورة وجود تقنيات مختلفة سمحت بالتغلب على المشاكل المعرقة لتعاملات التجارة الإلكترونية و مدفوعاتها على غرار الأمن وسرية.

## **الفصل الثالث:**

**التحول الرقمي و التجارة**

**الإلكترونية في الجزائر**

**خلال الفترة**

**2021-2016**



تمهيد:

إن التحول الرقمي في الجزائر في القطاع العام والخاص أصبح الوسيلة المثلى في طريقة العمل في الشركات والمنظمات بحيث يقلل العمل الرتيب ويزيد وقت التفكير بالتطوير وهو تسريع لطريقة العمل اليومية بحيث يتم استغلال التكنولوجيا في خدمات المتعاملين بشكل أسرع وأفضل، ولقد أصبحت التجارة الإلكترونية في الجزائر تشمل جميع مجالات المعاملات التجارية من بيع وشراء للسلع والخدمات وقد اعتبرها حل للمحللين الاقتصاديين، إنها محرك جديد للتنمية الاقتصادية، وذلك باستعمالها لوسائل الدفع الإلكتروني التي تعد من الأدوات الفعالة والسريعة في إبرام الصفقات وتسهيل المبادلات التجارية داخل وخارج البلد.

ومن خلال ما سبق تم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث رئيسية كما يلي:

**المبحث الأول: التحول الرقمي في الجزائر خلال الفترة 2016-2021.**

**المبحث الثاني: التجارة الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة 2016-2021.**

**المبحث الثالث: علاقة التحول الرقمي بالتجارة الإلكترونية في الجزائر.**

### المبحث الأول: التحول الرقمي في الجزائر خلال الفترة 2016-2021.

إن عملية التحول الرقمي في الجزائر أصبحت ضرورة ملحة يفرضها التطور المتسارع في استخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتحسين كفاءة الشركات التجارية والمؤسسات الحكومية، لذا سنحاول التطرق إلى تحليل أهم مؤشرات البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الجزائر خلال الفترة 2016-2021، وكذلك التطرق إلى بعض نماذج التحول الرقمي في القطاع العام والخاص في الجزائر، والمعوقات التي تواجه التحول الرقمي.

**المطلب الأول: تحليل أهم مؤشرات البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الجزائر خلال الفترة 2016-2021.**

سنطرق في هذا المطلب إلى استعراض أهم الأرقام والإحصائيات الخاصة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الجزائر لمعرفة مدى تطور وتيرة هذا القطاع خاصة سنة 2021،

#### أولاً: الهاتف الثابت في الجزائر خلال الفترة 2016-2021

الجدول الموالي يوضح تطور عدد مشتركى الهاتف الثابت في الجزائر بين سنتي 2016-2021

جدول (03): تطور عدد مستخدمي الهاتف الثابت في الجزائر خلال الفترة

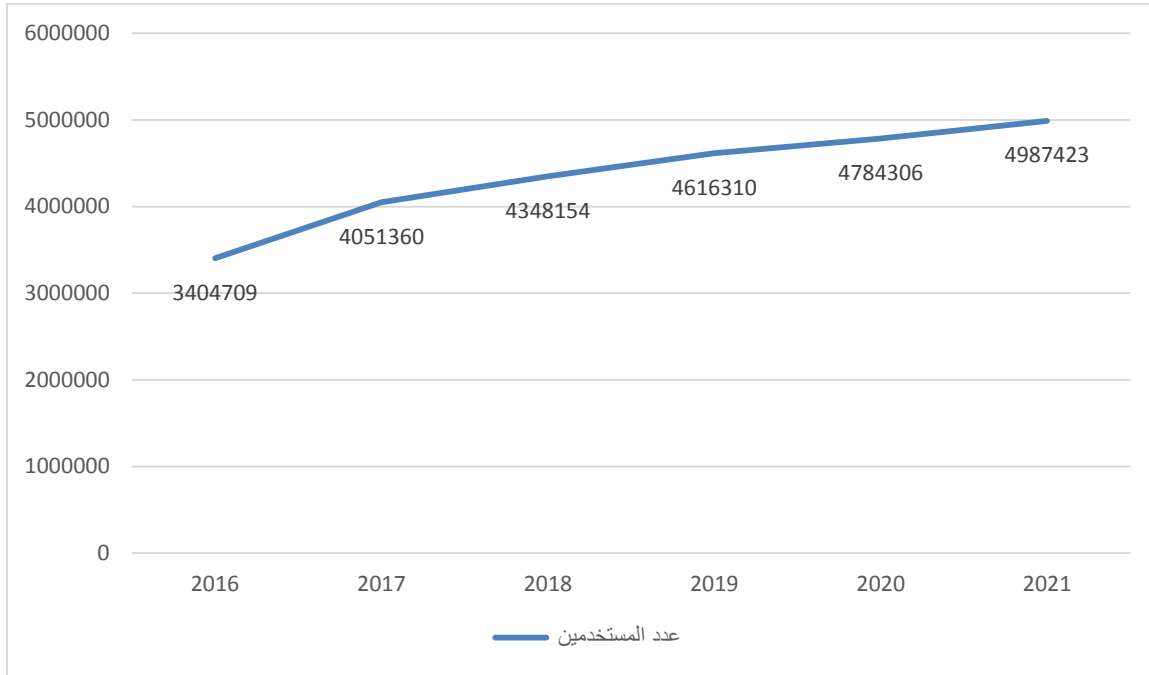
(4GLTE- ADSL) 2021-2016.

السنوات	2016	2017	2018	2019	2020	2021
عدد المستخدمين	3404709	4051360	4348154	4616310	4784306	4987423

المصدر: المرصد الوطني لسوق الهاتف والانترنت الثابت في الجزائر، متوفر على الموقع [www.arpce.dz](http://www.arpce.dz) ، تم التصفح بتاريخ 2022/05/11، على الساعة 11:53.

يمكن توضيح بيانات الجدول (03) في الشكل أدناه:

الشكل رقم (04): مستخدمي الهاتف الثابت في الجزائر خلال الفترة 2016-2021.



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (03).

نلاحظ من خلال الجدول رقم (03) والشكل رقم (04) ، أن هناك تطور ملحوظا في عدد المستخدمين في شبكة الهاتف الثابت خلال الفترة (2016-2021)، فبعد أن بلغ عددهم 3404709 مستخدم سنة 2016 أصبح 4616310 مستخدم سنة 2019، أي أنه هناك زيادة تقدر 1211601، ونلاحظ بأن الزيادة الملحوظة كانت في سنة 2020 فقد زادت عن سابقتها بحوالي 3,64%، لترتفع إلى 4987423 مستخدم سنة 2021، وبلغت نسبة النمو بين هاتين السنتين 4,25%، وهذا راجع إلى الوضعية الوبائية التي عاشتها الجزائر منذ مارس 2020 بسبب جائحة كورونا حيث تنامى مع حالة الحجر الصحي اللجوء إلى الانترنت، وبالتالي الاشتراك في الهاتف الثابت، باعتبار أن مشترك ADSL يستلزم منهم الاشتراك في الهاتف الثابت أيضا.

ثانيا: الانترنت الثابت في الجزائر خلال الفترة 2016-2021

الجدول الموالي يوضح تطور عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر خلال الفترة 2016-2021.

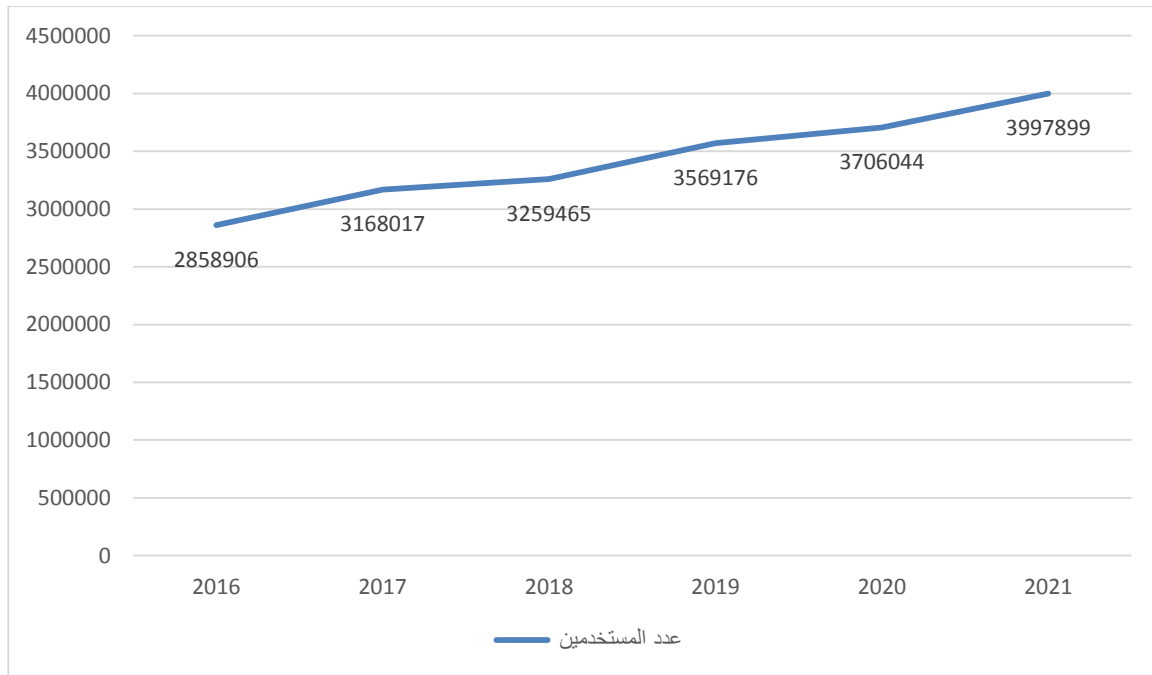
الجدول (04): تطور عدد مستخدمي الانترنت الثابت في الجزائر خلال الفترة 2016-2021  
(4GLTE – ADSL)

السنوات	2016	2017	2018	2019	2020	2021
عدد المستخدمين	2858906	3168017	3259465	3569176	3706044	3997899

المصدر: المرصد الوطني لسوق الهاتف والانترنت الثابت في الجزائر، متوفر على الموقع [www.arpce.dz](http://www.arpce.dz) ، تم التصفح بتاريخ 2022/05/11، على الساعة 13:32.

يمكن توضيح بيانات الجدول (04) في الشكل أدناه:

الشكل رقم (05): مستخدمي الانترنت الثابت في الجزائر خلال الفترة 2016-2021



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (04)

من خلال الجدول رقم (04)، نلاحظ أن هناك تطور ملحوظ في عدد مستخدمي الانترنت حيث بلغ عدد المستخدمين 3259465 مستخدم سنة 2018، ونلاحظ أن هناك ارتفاع في عدد مستخدمي الانترنت الثابت في سنة 2021، إذ عرف استخدام الانترنت الثابت في هذه السنة ارتفاع قدرت نسبته ب7,87% مقارنة بسنة 2020، وهذا تزامنا مع الظروف التي مرت بها الجزائر من إجراءات الحجر الصحي المنزلي مما جعل الكثير يتجه إلى استخدام الانترنت والتحول إلى مواقع التواصل الاجتماعي كبديل للحياة الواقعية.

### ثالثا: الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة 2016-2021

شهدت السنوات الأخيرة إقبالا كبيرا على خدمات الهاتف النقال في الجزائر لاسيما مع تنوع الخدمات المقدمة من طرف المتعاملين الثلاث للهاتف النقال في الجزائر.<sup>1</sup>

والجدول الموالي يوضح تطور عدد مستخدمي الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة 2016-2021:

الجدول (05): تطور عدد مستخدمي الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة 2016-2021.

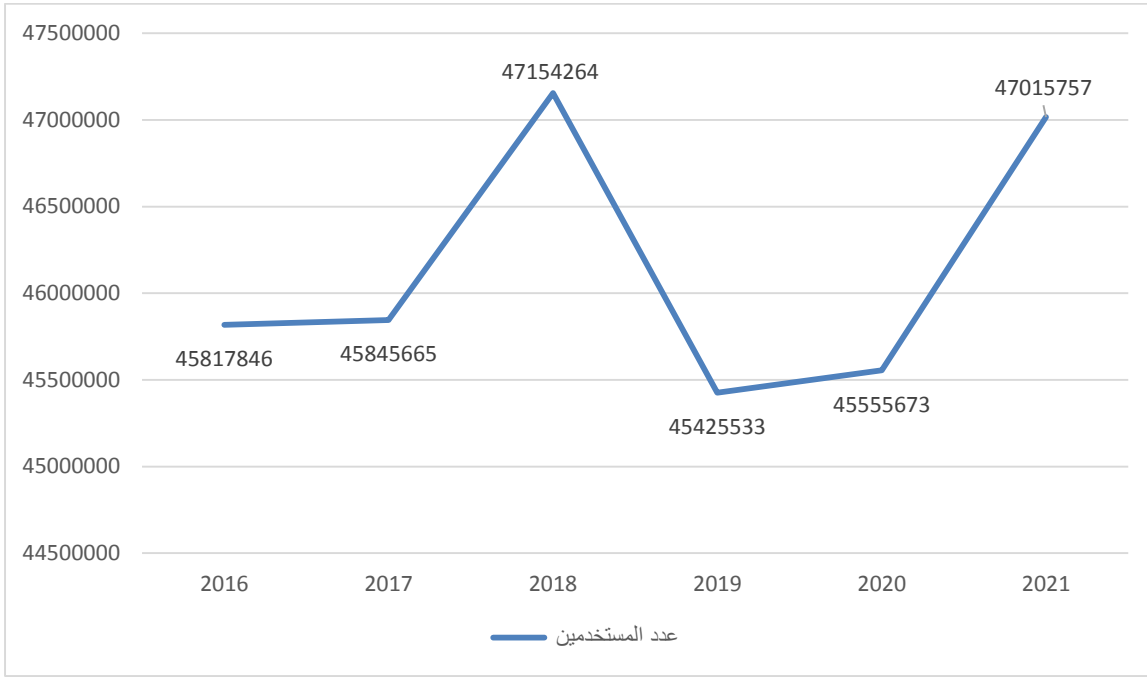
السنوات	2016	2017	2018	2019	2020	2021
عدد المستخدمين	45817846	45845665	47154264	45425533	45555673	47015757

المصدر: المرصد الوطني لسوق الهاتف والانترنت الثابت في الجزائر، متوفر على الموقع [www.arpce.dz](http://www.arpce.dz) ، تم التصفح بتاريخ 2022/05/12، على الساعة 22:31.

يمكن توضيح بيانات الجدول (05) في الشكل أدناه:

<sup>1</sup> وهبة أمال، قارة ابتسام، التحول الرقمي في الجزائر بين الآفاق والتحديات، مجلة البشائر الاقتصادية الجزء الثاني، المجلد الثامن، العدد 01، جامعة طاهري محمد- بشار (الجزائر)، أبريل 2022، ص 4.

الشكل رقم (06): مستخدمي الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة 2016-2021.



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (05).

نلاحظ من خلال الجدول رقم (05)، أن عدد مستخدمي الهاتف النقال في الجزائر يعرف حالة من النمو المتسارع خاصة مع وجود ثلاث متعاملين (جيزي، أوريدو، موبيليس) ومن خلال المنافسة بينهم الذي انعكست على تقديم أفضل العروض والخدمات والأسعار للزبون الجزائري.

وهذا ما نلاحظه في أرقام الجدول رقم (05)، إذ نجد أن هناك وتيرة نمو متسارعة من سنة لأخرى فبعد أن كان عدد المستخدمين سنة 2016، 45817876 مستخدم تزامنا مع تسويق خدمات الجيل الرابع إضافة إلى تطوير الخدمات السابقة GSM الجيل الثالث لبقى عدد المستخدمين في تزايد ويصل إلى 47154264 مستخدم في سنة 2018 ويعود هذا أساسا إلى زيادة عدد المشتركين في الجيل الثالث والجيل الرابع.

ونجد أن عدد مستخدمي الهاتف النقال في الجزائر وصل إلى أكثر من 45 مليون مستخدم سنة 2020 وهذا راجع إلى الإقبال الكبير للجزائريين على خدمات الهاتف النقال كوسيلة للاتصال والتواصل، ويصل إلى أكثر من 47 مليون مستخدم سنة 2021 ويعود هذا بسبب الزيادة الطفيفة في سوق الهاتف النقال والزيادة في عدد السكان الجزائريين من جهة أخرى.

### رابعا: خدمات الجيل الثالث والرابع في الجزائر خلال الفترة 2016-2021.

لقد عرفت الجزائر تأخرا ملحوظا في تسويق خدمات الجيل الثالث والرابع مقارنة بدول العالم وحتى بدول الجوار، فمثلا نجد أن تقنيات الجيل الثالث بدأت في أوروبا سنة 2003 لتعمم على كافة دول الاتحاد الأوروبي في 2005 أما جنوب إفريقيا مثلا 2006 ونيجيريا في 2007 بينما نجد أن هذه الخدمات ظهرت في المغرب في جانفي 2006 بينما تونس في 2011، أما الجزائر فقد تأخرت كثيرا إذ فتح باب المنافسة للمتعاملين الثالث لدخول العالم الإلكتروني في ديسمبر 2013 ليبدأ بتسويق خدمات الجيل الثالث رسميا في الجزائر في مارس 2014.

أما خدمات الجيل الرابع هي الأخرى عرفت تأخرا مقارنة بباقي دول العالم أو حتى الدول الإفريقية إلى غاية 25 ديسمبر 2016 صدر المرسوم التنفيذي رقم 16-235 من طرف الحكومة الذي يسمح باستغلال خدمات الجيل الرابع ليبدأ تسويقها فعليا نهاية 2016.<sup>1</sup>

والجدول الموالي يوضح تطور استخدام تقنيات الجيل الثالث والرابع في الجزائر خلال الفترة 2016-2021.

### الجدول (06): تطور مستخدمي الجيل الثالث والرابع في الجزائر خلال الفترة 2016-2021.

السنوات	2016	2017	2018	2019	2020	2021
الجيل الثالث	25214732	21592863	17422312	11989157	9944671	7272657
الجيل الرابع	1464811	9867671	18920289	24922271	28125102	34507542
المجموع	26679543	31450534	36342601	36911428	38069773	41780199

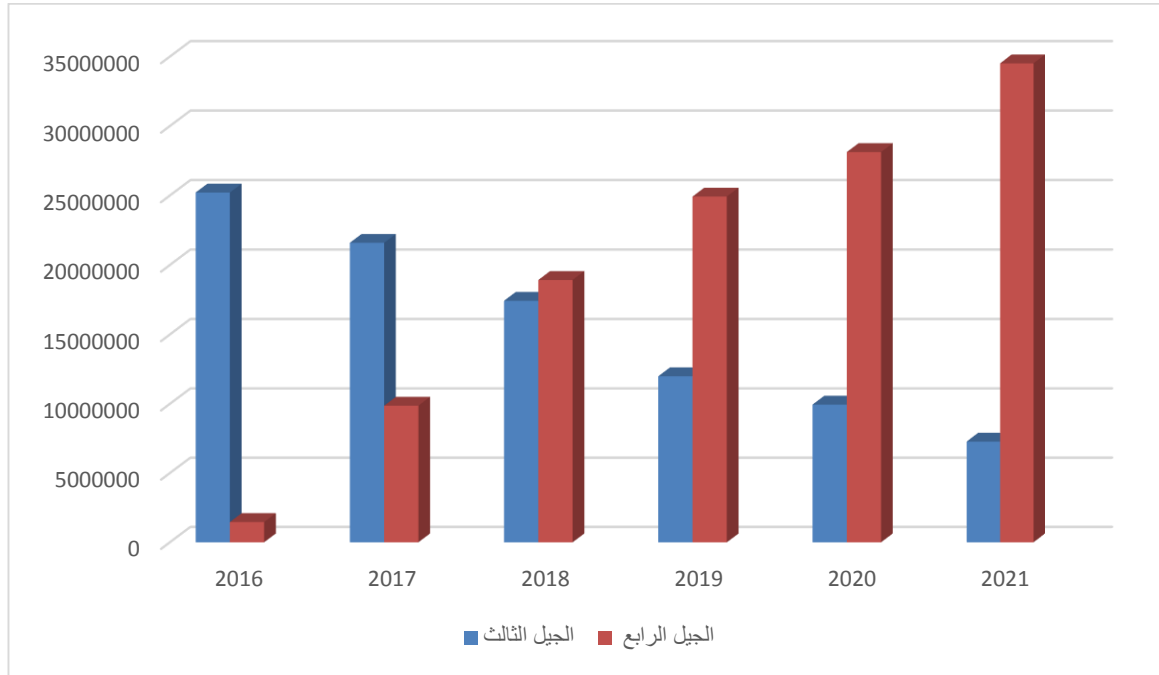
المصدر: المرصد الوطني لسوق الهاتف والانترنت الثابت في الجزائر، متوفر على الموقع [www.arpce.dz](http://www.arpce.dz) ، تم التصفح بتاريخ 2022/05/13،

على الساعة 03:00.

يمكن توضيح بيانات الجدول (06) في الشكل أدناه:

<sup>1</sup> وهبة أمال، قارة ابتسام، مرجع سابق، ص 5.

الشكل رقم (07): مستخدمي الجيل الثالث والرابع في الجزائر خلال الفترة 2016-2021.



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (06).

من خلال الجدول رقم (06) نلاحظ أن هناك تزايد في عدد مستخدمي تقنيات الجيل الثالث والرابع في الجزائر، بوتيرة نمو جد عالية من سنة إلى أخرى وهذا ما يعكس تعطش الجزائريين لهذه التكنولوجيا التي تأخرت كثيرا في الوصول إليهم، فالنسبة إلى الجيل الثالث نلاحظ أن عدد المستخدمين عرف تزايد سنة 2016 بلغ عدد المستخدمين 25214732 مستخدم. وانخفض سنة 2017 إلى 21592863 مستخدم وهذا يعود بسبب التحول إلى تقنيات الجيل الرابع التي بدأ تسويقها في ديسمبر 2016، ليتواصل الانخفاض من سنة إلى أخرى في عدد المستخدمين بالنسبة للجيل الثالث وهذا بسبب الانتقال إلى استخدام تقنيات الجيل الرابع.

أما بالنسبة للجيل الرابع نجد أن وتيرة النمو جد متسارعة ولم تعرف أي تراجع بالعكس فمن 1464811 مستخدم سنة 2016 بلغت 28125102 مستخدم سنة 2020. وتصل إلى أعلى مستوياتها سنة 2021 إذ بلغ عدد المستخدمين 34507542 مستخدم، وهذا يعود طبعا إلى تداعيات جائحة كوفيد 19 وما فرضته من تعاملات الكترونية إذ أن هذه الأزمة جعلت من هذه الخدمات الإلكترونية الاتصالية ضرورة اجتماعية وتجارية بعد ما كانت مجرد وسيلة تسلية وترفيه.



### المطلب الثاني: نماذج التحول الرقمي في الجزائر.

إن النمو المتسارع للرقمنة وشبكة الانترنت وسرعة التدفق في العالم فتحت أبوابا وآفاق جديدة لدفع عجلة النمو الاقتصادي إلى الأمام وابتكار نماذج جديدة في مجال الأعمال، وكذا مساعدة الحكومات والأنظمة في التنمية بجميع أنواعها وخلق بيئة اجتماعية راقية حيث أصبحت الرقمنة ليست فقط جزءا من الاقتصاد بل هي الاقتصاد، وبالتالي عدم التحكم في الرقمنة بطرق علمية في جميع المجالات من التجارة والفلاحة والإدارة والقضاء والصحة والأمن يعني بالضرورة توسيع فجوة مع الدول المتطورة في هذا المجال مما يصعب تقليصها مستقبلا، وبالتالي تقنية التحول الرقمي للنمو في الجزائر ضرورة حتمية لا بد منها.<sup>1</sup>

وفي هذا الصدد سنحاول الإشارة إلى أبرز ملامح التحول الرقمي في القطاع العام والخاص للجزائر الذي يهدف من وراء تبنيه تعزيز الخطط الرامية إلى تنمية وتطوير الخدمات الحكومية و الاقتصاد على حد سواء، وكذا دفع عجلة الابتكار، ومن ثمة سنحاول الإشارة إلى أمثلة التحول الرقمي في عدد من القطاعات وذلك على النحو التالي:<sup>2</sup>

#### أولا: نماذج التحول الرقمي في القطاع العام.

**في قطاع الداخلية والجماعات المحلية:** قد تم رقمنة مصلحة الحالة المدنية، إطلاق بطاقة التعريف الوطنية البيومترية والالكترونية، إطلاق جوازات السفر الالكترونية (قرار مؤرخ في أول صفر 1433هـ، الموافق ل26 ديسمبر 2016 يحدد تاريخ بداية تداول جواز السفر البيومتري الالكتروني) . البطاقة الرمادية ورخصة السياقة الالكترونيين، التسجيل الالكتروني للحج.

**في القطاع الصحي (رقمنة الصحة):** إن قانون الصحة الجديد أولى أهمية لعصرنة المنظومة الوطنية للصحة عبر إدراج أدوات تسيير عصرية، وتكنولوجيات جديدة لاسيما إنشاء البطاقة الالكترونية للصحة وتأسيس الملف الطبي الالكتروني للمريض.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> جميلة سلايمي، يوسف بوشي، مرجع سابق، ص 965.

<sup>2</sup> لمياء خزار، الحكومة الالكترونية، أطروحة دكتوراه في القانون، تخصص قانون إداري وإدارة عامة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة1، الحاج لخضر-الجزائر، ص28.

<sup>3</sup> جميلة سلايمي، يوسف بوشي، مرجع سابق، ص 958.

✚ **في القطاع المصرفي:** قبل التطرق إلى أشكال عصرنه القطاع المصرفي يجب الإشارة والتميز بين نوعين من المصارف التي تمارس الصيرفة الإلكترونية، فهناك مصارف ليست لها موقع جغرافي وغير موجود على أرض الواقع، تسمى بالمصارف الإلكترونية، وهناك مصارف تقليدية التي تقدم خدمات تقليدية بالإضافة إلى ممارسة الصيرفة الإلكترونية.<sup>1</sup>

حيث عرف القطاع المصرفي في الجزائر تطور ملحوظ في إطار عصرنه الخدمات المالية والانتقال من التعاملات التقليدية إلى التعاملات الإلكترونية من خلال بطاقة المصرفية الإلكترونية إلى بطاقة الائتمان الممغنطة التي أعطت للبنك مكانة بارزة، ومن ثمة إن المصارف أوجدت آليات مصرفية مبتكرة وحديثة استنادا إلى الثورة الحاصلة في المجال الإلكتروني، فالمصارف تملك أدوات مصرفية قابلة للتطور بفاعلية وكفاءة مالية بمساندة التجارة الإلكترونية.

✚ **في القطاع التجاري:** تعد التجارة الإلكترونية التي سبق التطرق إليها بالإضافة إلى السجل الإلكتروني، يعتبر كخطوة هادفة لعصرنه قطاع التجارة من خلال استعمال تكنولوجيات الإعلام والاتصال، حيث نجد المرسوم التنفيذي رقم 18-112 المؤرخ في أبريل 2018، يحدد نموذج مستخرج السجل التجاري الإلكتروني (ج ر رقم 21 المؤرخة في 11 أبريل 2018). كما أطلقت "بريد الجزائر" بطاقة الائتمان جديدة في أواخر عام 2016 تحت تسمية البطاقة الذهبية، بهدف تنشيط الدفع الإلكتروني في الجزائر وتسهيل عملية الدفع بخصوص فواتير تأخذ الكثير من الوقت والجهد. حيث بدأت البطاقة بدعم خدمات قليلة لكنها ستتوسع أكثر مثلا:<sup>2</sup>

➤ **الخطوط الجوية الجزائرية Air Algérie:** شركة طيران الجزائرية تعتبر الشركة الرئيسية المعتمدة في الجزائر بخدمات النقل الجوي، ويمكن مع الخطوط الجزائرية شراء تذاكر السفر باستعمال البطاقة الذهبية عن طريق موقعها الرسمي.

➤ **اتصالات الجزائر Algérie Télécom:** الشركة الجزائرية المتكفلة بخدمات الانترنت والهاتف الثابت في الجزائر، تقلل بشكل كبير من معاناة دفع فواتير الهاتف الثابت وتعبئة الانترنت بدعمها للبطاقة الذهبية للقيام بعمليات الدفع التي تخصها.

<sup>1</sup> مزريق عاشور، معموري صورية، عصرنه القطاع المالي و المصرفي وواقع الخدمات البنكية الإلكترونية بالجزائر، المؤتمر الدولي العلمي حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، جامعة حسينية بن بوعلي الشلف (الجزائر)، 11-12 مارس 2008، ص2.

<sup>2</sup> المبادئ الأربعة، التحول الرقمي في القطاع العام حتميا ولا غنى عنه، متوفر على الموقع <http://fourprinciples.com>، تم التصفح بتاريخ 2022/05/28، الساعة 16:40.

➤ **الجزائرية للمياه ADE:** شركة توزيع المياه في الجزائر قامت بتسهيل عملية دفع فواتير المياه يجعلها الكترونيا وباستعمال البطاقة الذهبية.

➤ **شركة توزيع الكهرباء والغاز Sonal gaz:** الشركة المتكفلة بالكهرباء والغاز في الجزائر والتي أيضا قامت بدفع فواتيرها عبر الانترنت من خلال أربعة مواقع الكترونية لشركات توزيع التابعة لمجمع سون لغاز وذلك 24/24 ساعة وعلى مدار الأسبوع.

### ثانيا: نماذج التحول الرقمي في القطاع الخاص

إن التحولات الكبرى التي عرفها عالم الاتصالات في البلدان المتقدمة بدأت في الوصول إلى الجزائر حيث أن الفروع الجزائرية للشركات الأجنبية والشركات الخاصة أظهرت رغبتها في التكيف مع هذه التغيرات، حيث تكمن أهمية اللجوء الرقمي في الشركات الصغيرة والمتوسطة في كونه طريقا نحو المستقبل ومواكبة للثورة الرقمية وكذا النهوض بالاقتصاد الوطني وتنميته، وعليه تعد شركة أوريدو، موبيليس، وكوندور ، ومصير الحياة نماذج من القطاع الخاص الذي يسعى إلى تبني التحول الرقمي.

❖ **أوريدو Ooredoo:** يوفر المتعامل أوريدو بالجزائر خدمة تعبئة الرصيد الخاص بالهاتف عبر الانترنت بضغط زر بدءا من 100 دج بالاستعانة بالبطاقة الذهبية وهذا من خلال الرابط الخاص بها.

❖ **موبيليس Mobilis:** يوفر أيضا المتعامل موبيليس نفس خدمة تعبئة الرصيد عبر البطاقة الذهبية.

❖ **مصير الحياة Macir Vie:** شركة جزائرية للتأمينات مختصة بالتأمين في مجالات ثلاثة، الحياة والصحة والسفر، تتعامل هذه الشركة بالبطاقة الذهبية وتوفر خيار الاشتراك في خدمة التأمين عبر الانترنت باستعمال البطاقة من خلال رابط مخصص لها.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> دعم التحول الرقمي والتكنولوجي في الجزائر، متوفر على الموقع <https://analgeria.dz> ، تم التصفح بتاريخ 2022/05/26، الساعة 22:33.

### المطلب الثالث: مدى جاهزية الجزائر للتحول الرقمي

سنتطرق في هذا المطلب إلى تسليط الضوء على مدى استعداد الجزائر للتحولات الرقمية الجارية في ظل تفشي جائحة كورونا، التي أظهرت الإمكانيات الإيجابية لعالم متحول رقميا يدعو إلى اتخاذ إجراءات سريعة وجديدة لدعم هذا التحول في مختلف دول العالم على غرار الجزائر.

#### أولا: مقومات نجاح مشروع التحول الرقمي.

في ظل واقع جزائري يشهد صعوبات كبيرة تتعلق في جانب منها بانتشار الأمية الإلكترونية، تخلف البنية التحتية للاتصالات والمعلومات، ضعف شبكة الانترنت وتأخر التأطير التشريعي والتنظيمي الذي يواكب متطلبات تطبيق الرقمنة وضعف الوعي العام المؤسساتي والمجتمعي ومنه القناعة الأكيدة بضرورة التحول الرقمي، تحتاج الجزائر إلى جهود معتبرة وصادقة لاستكمال إنجاز مشروع التحول الإلكتروني 2013 والتي تتعلق بـ :<sup>1</sup>

- إعادة النظر في صياغة خطة تحول إلكترونية لتنفيذ إستراتيجية ذات أهداف كمية ونوعية محددة بوضوح، بناء المؤشرات أو المعايير الموضوعية وإدماجها ضمن برنامج الحكومة، مع إعطاء الأولوية لقطاع الاتصالات والمعلوماتية خصوصا فيما يتعلق بالبنية التحتية وتعميم شبكة الانترنت ورفع من سرعة التدفق والاستفادة منها في كامل أرجاء الوطن؛
- توصيل الألياف البصرية، هذا المشروع الذي يحتاج إلى سنوات لانجازه. وقد وضعت مخططات لتطوير وتحسين نوعية الخدمة لدى اتصالات الجزائر منذ ثلاث سنوات لتعويض الألياف النحاسية بالألياف البصرية؛
- المحاولات الرامية للرفع من سرعة تدفق الانترنت، خاصة مع ترتيب الجزائر في المراتب الأخيرة عالميا، محاولة توزيع الضغط على مجموعة من الروابط سواء داخل الولاية أو ما بين الولايات أو على المستوى الدولي وتشجيع رقمنة القطاعات لاستغلال البيانات الداخلية بينها ورفع قدرة التخزين المؤقت (البيانات تمر على اتصالات الجزائر ثم إلى المستخدم) لتفادي الاختناقات الداخلية والخارجية وتجنب انعكاساتها السلبية على المستخدم (ضمان انعدام تذبذب الانترنت) ومنه التخفيف من الضغط على الروابط الخارجية؛

<sup>1</sup> بكاري مختار، مغراوي محي الدين عبد القادر، مدى جاهزية الجزائر للتحول الرقمي في ظل جائحة كورونا، متوفر على الموقع <https://portal.arid.my>، تم النصف بتاريخ 2022/05/27، الساعة 10:34.

– إمكانية التغطية بالهاتف النقال بواسطة الساتليت لتعويض نقص التغطية بالكابل عندما يتعلق الأمر بالمناطق البعيدة ( مناطق الظل)، بالإضافة إلى ما صرح به رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون من أن الجزائر تعتمد زيادة رابط دولي يجتاز البحر المتوسط في اتجاه أوروبا مع بداية سنة 2021.

ثانيا: مدى تقدم الجزائر في مشروع التحول الرقمي.

إن مشروع الجزائر الإلكترونية مازال متأخرا ولم يصل إلى درجة تقدم جيدة بعد، فمؤشرات الجاهزية بقيت ضعيفة إلى غاية سنة 2018، بل أكثر تراجعاً بعد انقضاء فترة تنفيذ المشروع مقارنة بوضعية الجزائر قبل سنة 2008، ومع ذلك لا يمكن إنكار التقدم في بعض التطبيقات الرقمية لكنها تبقى بسيطة ومتباينة بين المجموعات المحلية، حسب الوضع المالي للبلديات وبنيتها التحتية والقطاعات الحكومية.

لا يمكن كذلك إنكار تقدم وزارة الداخلية في تعميم استخراج جوازات السفر وبطاقات التعريف البيومترية في جميع البلديات بداية من سنة 2018، ورقمنة سجلات الحالة المدنية (نظام الشباك الإلكتروني)، بالإضافة إلى إطلاق العديد من التطبيقات الرقمية كتطبيق إجراءاتي الذي يوفر معلومات عن البلدية كالعنوان ورقم الهاتف والبريد الإلكتروني وموقع الانترنت.<sup>1</sup>

أما على مستوى القطاعات، فقد شهد قطاع البريد و المواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيات والرقمنة العديد من التطبيقات مثل بطاقة السحب (البطاقة الذهبية) والإطلاع على الرصيد، وإطلاق الكثير من المواقع الإلكترونية من بينها موقع "بوابة المواطن"، الذي يعتبر في نظر بعض الباحثين مجرد موقع إلكتروني إعلامي يؤدي بعض الوظائف للنشر الإلكتروني ولم يصل إلى درجة التفاعل والتبادل والاندماج، ومنه غياب بوابة حكومية إلكترونية بمفهومها التسييري، وهي الملاحظة العامة التي تشترك فيها باقي المواقع، أي إمكانية الاستفادة من الخدمة وإنهاء المعاملة إلكترونياً، أي مواقع الوزارات والمؤسسات والجماعات المحلية. وقد اعتبرت بعض الدراسات أن مسألة اللغة تعد من بين النقائص التي تواجه الحكومة الإلكترونية بسبب عدم الاستقرار على لغة موحدة للتواجد الإلكتروني مما يوحي بوجود خلل استراتيجي في قيادة المشروع، وأن الجزائر لم تأخذ المشروع الرقمي كمشروع وطني يتطلب التناسق والانسجام التام للعرض الإلكتروني الموجه للجمهور، كما أن غالبية المؤسسات الحكومية الجزائرية تبين عنوان مقراتها الرئيسية للحصول على الخدمات بشكل تقليدي، وتبقى وسيلة الاتصال عن طريق الهاتف الثابت أكثر فاعلية من الاتصال بواسطة البريد الإلكتروني، وضعف المواقع الإلكترونية التي تتيح المجال للمواطن

<sup>1</sup> بكاري مختار، مغراوي محي الدين عبد القادر، مرجع سابق، تم لتصفح بتاريخ 2022/05/27، الساعة 16:26.

إبداء رأيه ومناقشة القرارات والسياسات والمخططات الإدارية والإبلاغ عن الفساد المالي و الإداري وتقديم الشكاوى والطعون والاقترحات ومنها بوابة المواطن، ومنه ضعف اهتمام الحكومة بالمشاركة الإلكترونية. أما عن المعلومات من حيث الكيف أو النوع، فهي معلومات عامة في أغلبها، حيث تغيب المعلومات المهمة والمتعلقة مثلا بالميزانية السنوية للهيئات ومخطط صرفها، المخططات الإدارية للهيئات العمومية، إعلانات التوظيف الخاصة بالهيئات الحكومية، عرض التقارير السنوية للنشاط، ومنه فدرجة الشفافية في الأعمال الحكومية تكاد تكون منعدمة.<sup>1</sup>

كما شهد قطاع العدالة رقمنة استخراج السوابق العدلية والجنسية ومحاولة إدراج تقنية المحاكمة عن بعد، والتي تم تفعيلها جزئيا خلال جائحة كورونا.

أما قطاع التعليم العالي والبحث العلمي، فقد شهد تطورا في إدراج الفضاء الرقمي على مستوى الجامعات وأرضية التسجيلات الجامعية والمكتبة الافتراضية والتعليم عن بعد الذي مازال يعاني من ضعف استخدام تقنيات الحاضرة عبر تقنية الفيديو،

قطاع التشغيل والضمان الاجتماعي، بدوره نجح في إنجاز بطاقة الشفاء.

أما قطاع البنوك والتجارة فمازالا يعانيان من التأخر في مجال الرقمنة بسبب التأخر في تقنية الدفع الإلكتروني بسبب ارتفاع تكاليف اقتناء الأجهزة (نهائي الدفع والموزع الآلي للنقود) وتطورها التكنولوجي، تخوف البنوك من عدم سداد أصحاب البطاقات للأموال المستحقة، رداءة الخدمات البنكية وكثرة تعطل هذه الأجهزة وانخفاض القدرات المالية لاقتناء هذه البطاقات وضعف ثقة الجزائريين في تعاملهم بالبطاقات البنكية. بالإضافة إلى غياب تقنية الدفع الإلكتروني على مستوى العديد من المؤسسات الحكومية التي تتضمن خدماتها تحصيل المستحقات المالية مثل الضرائب والرسوم والتأمينات الاجتماعية، وهو ما يمكن إرجاعه لضعف النظام المصرفي والمالي عموما.

**ثالثا: رفع تحدي إنجاز التحول الرقمي.**

كامتداد لهذه الإجراءات العملية، تم إنشاء وزارة مخصصة حصريا للرقمنة والإحصائيات تهدف على وجه الخصوص إلى استدراك التأخر المسجل في عملية الرقمنة ورفع التحديات الاقتصادية والتكنولوجية. وبالتالي فإن التحول الرقمي يطبق على عدة مستويات، بما في ذلك رقمنة الإدارة المركزية وإزالة الطابع المادي لمختلف الخدمات العمومية. كما تأثرت قطاعات أخرى بالرقمنة، مثل الصحة من خلال مشروع الصيدلة الإلكترونية، والمستشفى

<sup>1</sup> البار عدنان مصطفى، المرعي خالد علي، مرجع سابق، تم التصفح بتاريخ 2022/05/28، الساعة 00:34.

الرقمي، ورقمنة العلاقات التعاقدية مع هيئات الضمان الاجتماعي. ونفس الشيء بالنسبة لقطاع العدالة، نظرا للورشات العديدة التي تم فتحها مثل رقمنة الملف القضائي، وتحسين الإخطار الإلكتروني للوثائق القضائية، وإطلاق النيابة الإلكترونية، وتقديم الشكاوى والطلبات عن بعد.

وشكلت جائحة كورونا أيضا فرصة لقطاعات أخرى لتحديث منشآتها القاعدية، وفقا لتعليمات رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون، الذي دعا القطاعين الاقتصادي والمصرفي إلى الاندماج في أسرع وقت ممكن في عالم الخدمات الإلكترونية من أجل رفع الإبهام الذي يكتنفها عن قصد. وفي هذا الشأن، أطلق قطاع التجارة العديد من المشاريع مثل نظام معلوماتي لمراقبة السلع المستوردة، في حين شرع قطاع المالية في عملية رقمنة خزائن الولايات الثماني والخمسون وأطلق نظاما معلوماتيا يسمح للخاضعين للضرائب بالقيام بدفع التزاماتهم الجبائية عن بعد.<sup>1</sup>

**رابعا: الصعوبات المؤخرة لتطبيق مشروع الجزائر الإلكترونية.**

مقارنة بالدول المجاورة كتونس والمغرب مثلا، والدول العربية كالإمارات العربية الأردن ومصر مثلا، التي سارت في التحول الرقمي مع بداية الألفية الثالثة، يعتبر العديد من الباحثين أن الجزائر قد تأخرت في إطلاق مشروع الجزائر الإلكترونية، ولعل أسباب هذا التأخر ترجع لسبب رئيسي يتعلق بغياب رؤيا إستراتيجية واضحة ودقيقة ومفصلة مسبقا لهذا التحول وضعف الإدارة السياسية بعدم إعطاء لمشروع الجزائر الإلكترونية الأولوية ضمن المشاريع القطاعية المعلنة، وللعديد من الصعوبات من بينها:<sup>2</sup>

- محدودية انتشار شبكة الانترنت عبر الوطن، ومنه ضعف استخداماتها (سواء تعلق الأمر بضعف الشبكة أو عدم وصولها لجميع المناطق في الدولة أو تديني جودة الخدمات)؛
- عجز قطاع البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال عن تلبية جميع الطلبات بخصوص الهاتف الثابت الذي يعد أهم وسيلة يتم عبرها الربط بالانترنت خصوصا في المناطق النائية؛
- وجود الفجوات الرقمية بين منطقة وأخرى لتباين البنية التحتية للاتصالات بين مختلف المناطق؛
- التأخر في استكمال البنية التحتية للاتصالات وتباينها بين المناطق، بسبب عجز قطاع البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال عن التغطية الجغرافية الشاملة سواء بشبكة الانترنت أو الهاتف الثابت؛
- ضعف الكفاءات والمهارات التقنية المتخصصة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال بسبب غياب أو ضعف التكوين؛

<sup>1</sup> وكالة الأنباء الجزائرية، الرقمنة في الجزائر تنتعش بفعل وباء كوفيد-19، متوفر على الموقع

<https://www.sqc.org.sa/sqcdocs/sqc>، تم التصفح بتاريخ 2022/05/28، الساعة 01:16.

<sup>2</sup> بكاري مختار، مغراوي محي الدين عبد القادر، مرجع سابق، تم التصفح بتاريخ 2022/05/29، الساعة 13:11.

- التأخر في إجراء التعاملات المالية الإلكترونية واستخدام وسائل الدفع الإلكترونية رغم مرور سنوات على شروع الجزائر في تعميمها على مستوى مختلف المؤسسات المالية والتجارية؛
- التكلفة الباهظة للاستثمار في تقنيات المعلومات، الذي يتطلب فتح المجال للشراكة مع القطاع الخاص؛
- تأخر الجزائر في إصدار التشريعات اللازمة للتحول الإلكتروني، مما ساهم في ضعف تحقيق الأمن المعلوماتي؛
- انتهاج الجزائر أسلوب مركزي في إدارة التطبيقات الرقمية، ومنه بقاء الإدارة المحلية رهين القرارات المركزية، بما تسبب في الكثير من الحالات في تأخر تطبيق البرامج وقواعد البيانات؛
- ضعف التنسيق بين الأجهزة والإدارات المختلفة واستمرار هيمنة البيروقراطية والذهنيات القديمة، التي لم تتجاوب بعد مع التطور التكنولوجي، على التسيير في الكثير من الإدارات.

### المطلب الرابع: معوقات التحول الرقمي في الجزائر.

توجد العديد من المعوقات التي تقع حجر عثرة في سبيل التحول الرقمي نذكر منها:<sup>1</sup>

#### ■ تفتقر الجزائر إلى الموارد البشرية والمعرفة اللازمة:

أول عامل يحول دون تحقيق عملية التحول الرقمي هو نقص الموارد البشرية لتكنولوجيا المعلومات. وبالتالي فإن حتى لو أدخلنا تقنيات ومعدات تكنولوجية جديدة إلى الأعمال التجارية وأسسنا البنية التحتية اللازمة في مؤسسات العمل، فلا يمكن توقع تأثيرها ما لم تكن هناك موارد بشرية فعالة في هذه المؤسسات يمكنها التعامل معها.

#### ■ تعاني الجزائر من صعوبة في تغيير عقلية المدراء:

إن تعزيز الوعي بضرورة التحول الرقمي في الأعمال لدى المدراء ومسؤولي العمل هو عائق آخر مهم. لأنه حتى لو فهم الموظفون ضرورة التكنولوجيا وكانوا قادرين على استخدام المعدات التقنية الحديثة، فإذا لم تفهم الإدارة هذه الضرورة وتقع بضرورة التغيير، فسيكون من الصعب تطبيق التحول الرقمي في مؤسسات العمل.

<sup>1</sup> شركة ريفان تك للحلول التقنية والذكاء الاصطناعي، متوفر على الموقع: <https://tech.rivanbh.com>، تم التصفح بتاريخ

2022/05/27، الساعة 23:31.



### ■ التكلفة:

في الواقع التكلفة هي أحد أهم المعوقات على تنفيذ التحول الرقمي، لأن معظم المؤسسات والشركات لاسيما الصغيرة ومتوسطة الحجم تعتبر الحلول التقنية أمر مكلف وباهظ.

\* قلة المواد المخصصة لتنمية البنية التحتية اللازمة لتطبيق المشروع الرقمي وخاصة إنشاء الشبكات وربط المواقع وتطوير الأجهزة؛

\* قلة المخصصات المالية الموجهة لعمليات التدريب والتأهيل من أجل تطبيق المشاريع الرقمية؛

\* انعدام التخطيط والتنسيق على مستوى الإدارة العليا لبرامج التحول الرقمي.

\* ضعف شبكة الانترنت وتأخر التأطير التشريعي والتنظيمي الذي يواكب متطلبات تطبيق الرقمنة وضعف

الوعي العام المؤسسي والاجتماعي ومنه القناعة الأكيدة بضرورة التحول الرقمي.

\* انتشار الأمية الإلكترونية.

### المبحث الثاني: التجارة الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة ( 2016-2021).

شهد العالم في الآونة الأخيرة اهتماما متزايدا بالتجارة الإلكترونية خاصة و بعد تفشي جائحة كرونة (كوفيد 19)، حيث أصبح هذا النوع من التجارة كحتمية ضرورية للتطورات المستجدة الحديثة، و عليه فقد باتت شتى الدول العربية و من بينها الجزائر و التي كانت لا تستوعب فكرة و أهمية المعلومات تسعى لمواكبة هذا التطور.

### المطلب الأول: وضعية التجارة الإلكترونية في الجزائر.

في قلب التطورات الاقتصادية والتكنولوجية الحديثة يتنامى التفكير حول أهمية التجارة الإلكترونية كظاهرة حديثة تساهم في صياغة العالم المعاصر المتميز باستبدال عوامل الإنتاج التقليدية بعنصر المعلومات وقد لاقت هذه رواجاً واستحساناً كبيراً، وتمكنت في وقت وجيز من فرض وجودها على الدول المتقدمة والعربية على حد سواء، إلا أن الجزائر مازالت متأخرة وشبه غائبة عن متابعة التطورات التجارية الإلكترونية، ولم تعطي التجارة الإلكترونية حقها.

ومؤخراً بدأت الجزائر تسعى بخطوات جد بطيئة في مجال تطبيق هذه التجارة وجني الفوائد الكامنة فيها.

أولاً: نظرة عامة حول التجارة الإلكترونية في الجزائر.

إن النمو العالمي المتسارع للتجارة الإلكترونية والاتجاه الدولي المتزايد لنشر تطبيقاتها لا يترك للجزائر أي مجال للتردد والمماطلة في تطبيق هذه التجارة، وإن محاولة رصد ودراسة مدى تبني الجزائر للتجارة الإلكترونية والرغبة في إجلاء الغموض عنها، يستدعي ضرورة توافر إحصائيات دقيقة حول هذا الموضوع إلا أنه يبقى عدم الانطلاق الفعلي لهذه التجارة، وبقائها مجرد حلم ينتظر تحقيقه، وكذلك بسبب قلة الوسائل الصحيحة للقياس، وعدم وجود هيئة أو جهة مختصة استوعبت أهمية التجارة الإلكترونية ونسقت الجهود لتطويرها وتشجيعها، وبالتالي تكون مصدراً قادراً على توفير البيانات التي تواجهها وسبيل التقدم في تطبيق التعاملات التجارية الإلكترونية.<sup>1</sup>

فعلى هامش افتتاح الصالون الدولي لتكنولوجيا الإعلام والاتصالات في 31 ماي 2009 الذي حمل شعار "التجارة الإلكترونية والاقتصاد المعرفي" أعلن كل من الوزير السابق لوزارة تكنولوجيا الإعلام والاتصال حميد بصالح والوزير السابق للتجارة هاشمي جعبوب عن انطلاق التجارة الإلكترونية للتجارة في شهر أبريل 2009.<sup>2</sup>

ثانياً: تصنيفات التجارة الإلكترونية الجزائرية.

تنجّه غالبية معاملات التجارة الإلكترونية الجزائرية نحو صورتين أساسيتين لهذه التجارة وهي التعامل بين الشركات والمستهلكين، والتعامل بين الشركات بعضهما مع بعض.

### 1- التجارة الإلكترونية بين الشركات:

إن التطور المذهل الذي أهدته ثورة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في عالم الأعمال والتجارة يفرض على المؤسسات الجزائرية ضرورة التفكير الجاد في استعمال هذه التكنولوجيات خاصة الإنترنت كقاعدة، ويدفعها لبداية العمل على تفعيل الفائدة العظمى للتجارة الإلكترونية في قنوات عملها اليومية، وقد بدأت المؤسسات الجزائرية تتقبل فكرة الشراء الإلكتروني، ولكن بمستويات مختلفة، فالإبحار في الشبكة العنكبوتية يجعلنا نكتشف مواقع لبعض الشركات التي بدأت تتعامل عبر الإنترنت مع المؤسسات الأخرى إلا أن المعلومات المتوفرة تؤكد أن جل محاولات المؤسسات للولوج لعالم التجارة الإلكترونية تتركز على العلاقة مع الزبائن، في حين هناك ضعف كبير في المعلومات

<sup>1</sup> سمية ديمش، مرجع سابق، ص 229.

<sup>2</sup> فلاق شيرة فاطمة، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة ماستر في العلوم التجارية، كلية الحقوق والعلوم التجارية والتسيير، تخصص الإمداد والنقل الدولي، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، 2017/2018، ص 37.

الخاصة بالتبادل التجاري بين المؤسسات و الدراسات القليلة المتوفرة تقتصر على تسليط الضوء على الواقع التكنولوجي لدى مختلف الهيئات الاقتصادية في الجزائر، ففي دراسة قام بها باحث في مركز البحوث في الاقتصاد التطبيقي للتنمية حول استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مست 550 مؤسسة خلال سنة 2010 بينت نتائجها أن استعمال هذه التكنولوجيا يقتصر على اقتناء واكتساب وسائل الإعلام الآلي بدال من تشغيلها واستغلالها استغلال أمثال يمكن من الاستفادة من التطبيقات التجارية المتميزة لهذه التكنولوجيا.<sup>1</sup>

### 2- التجارة الإلكترونية بين الشركات والمستهلكين:

إن التجارة الإلكترونية اليوم هي بمثابة لغة عالمية جديدة لمختلف الاقتصاديات، فإتساع رقعة استعمال الإنترنت بين مختلف أوساط فئات المجتمع، أحدث تغييرا كبيرا في التعاملات التجارية للجزائريين، وقد سارعت العديد من المؤسسات الجزائرية لتبني الأنماط الحديثة لتسويق منتجاتها عبر الإنترنت، وإيصالها إلى المستهلكين مما ساعد على انتشار نمط الشراء عبر شبكة الإنترنت، وهو ما يعرف بتجارة التجزئة الإلكترونية التي وفرت للمستهلكين العديد من المزايا، كحرية الاختيار، واقتصاد الوقت والتكاليف.<sup>2</sup>

### ثالثا: بعض تطبيقات التجارة الإلكترونية في الجزائر

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

<sup>1</sup> يوسف حسن يوسف، مرجع سابق، ص 23-24.

<sup>2</sup> عبد الفتاح بيومي حجاز، التجارة الإلكترونية في القانون العربي النموذجي لمكافحة جرائم الكمبيوتر والإنترنت، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2006، ص 45.

### 1. الإعلان عبر الإنترنت:

يعتبر الإعلان عبر الإنترنت من أكثر وسائل الترويج جاذبية وانتشارا في ظل الاتجاه نحو التجارة الإلكترونية وتسويق المنتجات والخدمات عبر شبكة الإنترنت، بحيث يساهم الإعلان التجاري الإلكتروني في تنمية وتطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر من خلال توفير بيئة تفاعلية لتزويد شريحة معينة من المجتمع وهم مستخدمو الإنترنت الجزائريين بالمعلومات اللازمة عن السلع والخدمات مع إمكانية الطرح المباشر للاستفسارات والحصول على إجابات فورية.

ومن جهة أخرى يساعد هذا النوع من الإعلانات المؤسسات الجزائرية بكل أحجامها دون استثناء على جذب أكبر عدد من المستهلكين بفضل استعمال التكنولوجيا العالية وتميزها بمؤثرات صوتية وبصرية مذهلة وملفتة للانتباه وبأقل تكلفة مقارنة بباقي وسائل الإعلان.<sup>1</sup>

ويتميز السوق الإشهاري في الجزائر بكونه لازال في بداية المرحلة الأولى كون العديد من المؤسسات لا تزال خائفة من هذه الوسيلة بالإضافة إلى انخفاض تبني هذه المؤسسات لتكنولوجيا الإعلام والاتصال إلا أن الملاحظ هو النمو الكبير للاستثمارات الإشهارية عبر الإنترنت من سنة إلى أخرى وقد بدأ الإعلان عبر الإنترنت في الجزائر يقري شيئا فشيئا المعلنين، والذين قدر عددهم ب 56 معلنا و قامو بإطلاق 141 حملة إعلانية وعن طبيعة المنتجات والخدمات التي تحظى بأكبر قدر من الترويج عبر الإنترنت من طرف هؤلاء المعلنين، فقد بينت هذه الدراسة أن قطاع السيارات فاز ب 17 معلن عبر الإنترنت وحصه سوقية مقدرة ب 29% متبوعا بقطاع التكنولوجيا الإعلام والاتصال (الهاتف والمعلوماتية) و التي قدرت حصته السوقية ب 24% و 14 معلنا.

### 2. مراكز الإتصال:

إن التجارة الإلكترونية بشكلها الواسع تتمثل في استخدام الوسائل الإلكترونية المتنوعة التي وفرتها ثورة المعلومات والاتصالات بغرض إنجاز المعاملات التجارية، فليس من الضروري أن تتم التجارة الإلكترونية عبر وسيط الإلكتروني الإنترنت، بل يمكن أن تتم عبر الهاتف، فالتعامل مع مراكز الاتصال يعد من تطبيقات التجارة الإلكترونية، وهذه المراكز عبارة عن شركة خدمات عن بعد، وفي السابق كانت مراكز الاتصال تحاول جذب

<sup>1</sup> كامش محمد ياسين، خلادي محمد الأمين، التجارة الإلكترونية- دراسة حالة الجزائر- مذكرة ماستر في العلوم الاقتصادية، جامعة أبو بكر بلقايد- تلمسان-2015/2016،ص 85.

العميل والحفاظ به بالتفاعل معه بواسطة الخدمات الهاتفية فقط لتقدم له خدمات البيع وخدمات ما بعد البيع... الخ، إلا أن التطور التكنولوجي سمح لهذه المراكز للتفاعل من خلال مجموعة من الوسائط الإلكترونية كالفاكس، رسائل البريد الإلكتروني... الخ، ونظرا لكون عملية إيجاد الزبائن والحفاظة عليهم في عالم التجارة الإلكترونية عملية جد صعبة، بسبب خصائص المستهلكين المميزة، فإن مراكز الاتصال تفهم تفكير الزبائن وتحلل احتياجاتهم وتساعد الشركات على مواجهة تحديات تقديم خدمة متميزة للعملاء من خلال إتاحة قواعد بيانات حول الزبائن الحاليين والمتوقعين ومدى تجاوبهم مع الخدمات الموفرة، مما ينعكس إيجابا على تطور التجارة الإلكترونية الجزائرية.<sup>1</sup>

**المطلب الثاني: تطور التجارة الإلكترونية قبل وأثناء جائحة كورونا في الجزائر ( 2016-2021 ).**

من خلال هذا المطلب تطور التجارة الإلكترونية قبل وأثناء جائحة كورونا في الجزائر (2016-2021) سنوضح ما يلي:

**أولا: تطور نشاط الدفع على الإنترنت في الجزائر خلال الفترة 2016-2021.**

منذ أكتوبر 2016، أصبح الدفع عن طريق الإنترنت بواسطة البطاقة البنكية عمليا بالجزائر، وقد تم فتح هذه الخدمة في المرحلة الأولى للقائمين على الفوترة ( شركات توزيع الماء والطاقة "الغاز والكهرباء"، الهاتف الثابت والنقل، شركات التأمين، النقل الجوي وبعض الإدارات ). فالجزائر تتيح أكثر من 150 موقعا للتجارة عبر الإنترنت خدمة الدفع الإلكتروني سواء عن طريق البطاقات البنكية أو الذهبية، ما نتج عنه أزيد من 7،8 مليون معاملة في مختلف قطاعات النشاط وفق الجدول التالي:

<sup>1</sup> فلاق شيرة فاطمة، مرجع سابق، ص 39.

## الفصل الثالث: التحول الرقمي و التجارة الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة 2016-2021

الجدول(07): تطور نشاط الدفع عبر الإنترنت في الجزائر خلال الفترة ( 2016-2021 ).

السنوات	2016	2017	2018	2019	2020	2021
اتصالات سلكية ولاسلكية	6536	87286	138495	141552	4210284	6993135
نقل	388	5677	871	6292	11350	72164
تأمينات	51	2467	6439	8342	4845	8372
كهرباء/ماء	391	12414	29722	38806	85676	120841
خدمات إدارية	0	0	1455	2432	68395	155640
مقدمي الخدمات	0	0	0	5056	213175	457726
بيع البضائع	0	0	0	0	235	13468
المجموع الكلي للمعاملات	7366	107844	176982	202480	4593960	7821346

المصدر: مجمع المنفعة الاقتصادية لخدمات الدفع الآلي 2021، متوفر على الموقع: <https://www.aps.dz> ، الساعة 17:44.

نلاحظ من خلال الجداول رقم (07)، ووفقا لأرقام تجمع النقد الآلي في الجزائر، بلغ عدد عمليات الدفع عبر الإنترنت سنة 2021 ب 7821346 عملية، أي ما يعادل تقريبا ضعف العمليات المسجلة عام 2020، وهذا بسبب التوجيهات الممنوحة من قبل البنوك و مؤسسة بريد الجزائر عملائهم على تفضيل استخدام وسائل الدفع الإلكترونية وبالأخص الدفع عبر الإنترنت مستغلين فترة الحجر الصحي، وعرف مجال الدفع الإلكتروني سنة 2021 دخول التجار في المجال الجديد الذي سجل 09 معاملات في جانفي 2020 خاص ببيع البضائع، حيث سجلت سنة 2021، 13468 عملية، وهذا بموجب القانون 05-18 المؤرخ في 10ماي 2018 والمتعلق بالتجارة الإلكترونية، ولكن العديد من الصعوبات التي واجهت المتعاملين خاصة ما يتعلق بمعايير الأمن المطلوبة.

وشهدت عمليات الدفع عبر الإنترنت زيادة غير مسبوقه ب 51,5% في سنة 2019 خاصة بالزيادة في عمليات شراء تذاكر الطيران وبروز مقدمي الخدمات على الشبكة، وحسب أرقام تجمع النقد الآلي في الجزائر،

## الفصل الثالث:التحول الرقمي و التجارة الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة 2016-2021

تم إجراء 202480 معاملة مالية خلال عام 2019 عن طريق البطاقة البنكية بمبلغ إجمالي قدره 503,87 مليون دينار مقابل 176982 معاملة في 2018 بقيمة 332,59 مليون دينار. وصل عدد المعاملات الإلكترونية منذ عام 2016 إلى 494672 معاملة في نهاية 2019 أي بنسبة زيادة 69% مقارنة ب 2018 وبلغت القيمة الإجمالية لهذه العمليات 1,2 مليار دينار في نهاية 2019. محققة بذلك نمو ب 82%، مقارنة بنهاية 2018، كما تميز عام 2021 ب بروز قطاع الخدمات الذي سجل 457726 معاملة ويتكون من خدمات حجز الفنادق في الجزائر، شراء الصحف، مصاريف التكوين أو خدمة معالجة ملف التأشيرة.

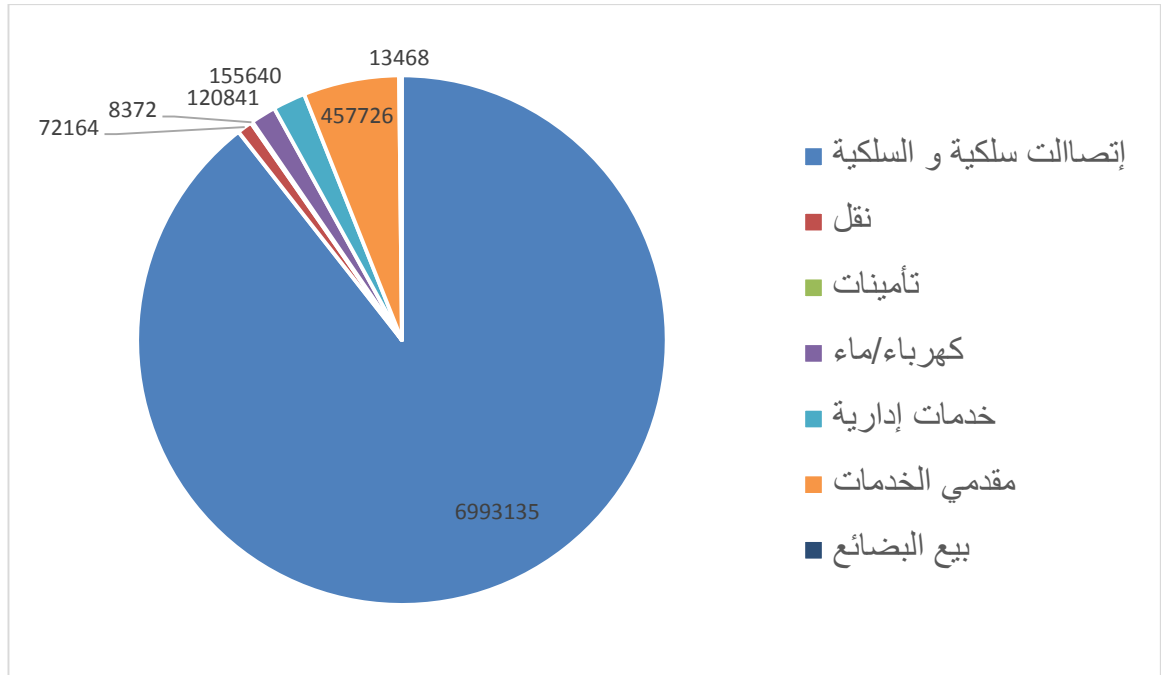
وواصلت القطاعات الأخرى نموها المطرد مع تسجيل 38806 عملية لشركة الكهرباء والماء سنة 2019، أي بنسبة زيادة 30,56% مقارنة مع سنة 2018، عملية الخدمات الإدارية 2432 عملية لسنة 2019 بزيادة تقدر ب 67,15% مقارنة مع السنة السابقة، عمليات شركات التأمين 8342 عملية بزيادة تقدر ب 29,55% و 141552 لشركات الاتصالات السلكية واللاسلكية أي بنسبة 2,21%.

فإن عدد معاملات نظام الدفع الإلكتروني البنكي في تزايد مستمر منذ سنة 2016 إلى غاية سنة 2021.

خاصة سنتي 2020 و 2021، وذلك في ظل جائحة كورونا، فمع انتشار هذا الوباء انتعشت التجارة الإلكترونية وتطور نظام الدفع الإلكتروني البنكي. إذن أدت جائحة كورونا إلى تسريع التحول نحو عالم رقمي أكثر.

يمكن توضيح بيانات الجدول (07) في الشكل أدناه:

الشكل (08): تطور نشاط الدفع عبر الإنترنت في الجزائر لسنة 2021.



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على بيانات الجدول رقم (07).

ثانيا: نشاطات السحب على الجهاز النقدي في الجزائر خلال الفترة 2016-2021:

جدول الموالي يبين العدد الإجمالي لأجهزة الصرف الآلي البنكية العاملة وعدد معاملات السحب للفترة

2016-2021.



الجدول (08): العدد الإجمالي لأجهزة الصرف الآلي البنكية العاملة وعدد معاملات السحب للفترة

( 2016-2021 ) .

الوحدة: مليون/دج

السنوات	عدد الأجهزة العاملة	العدد الإجمالي لمعاملات السحب	المبلغ الإجمالي لمعاملات السحب
2016	1370	6868031	98822524500.00 دج
2017	1443	8310170	126398291000.00 دج
2018	1441	8833913	136233452000.00 دج
2019	1621	9929652	164116233000.00 دج
2020	3030	58428933	1073004953000.00 دج
2021	3053	87722789	1728937064000.00 دج

Source : <https://giemonetique.dz/activite-retrait-sur-atm/> consulté :

10/05 /2022 , à 23 :09.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (08)، أن الحضيرة الوطنية للشبابيك تضم ( الموزعات الآلية للأوراق النقدية ) لسنة 2017، 1443 جهاز آلي بزيادة تقدر 5,33% مقارنة مع سنة 2016، كما بلغت عدد عمليات السحب من الموزعات الآلية باستعمال البطاقات البنكية 8310170 معاملة صحيحة بزيادة تقدر ب 21%، قدرت هذه العمليات بمبلغ إجمالي 126398291000 دج بزيادة قدرها 27,90%<sup>1</sup>، أما في سنة 2019 فحققت ارتفاع في عدد جهاز الآلي قدرت ب 1621، ومن جهة أخرى ارتفع عدد الأجهزة العاملة سنة 2021، إلى 3053 جهاز آلي بزيادة تقدر 0,76%، مقارنة مع سنة 2020، كما بلغت عدد عمليات السحب من الموزعات الآلية باستعمال البطاقات البنكية 87722789 معاملة صحيحة بزيادة تقدر ب 50,14% و قدرت هذه العمليات بزيادة في مبلغها الإجمالي تقدر بنسبة 61,13%.

<sup>1</sup> بن نامة فاطمة الزهرة، والآخرين (عدة محمد، بن نامة نورية)، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر قبل وبعد جائحة كورونا- دراسة تحليلية إحصائية للفترة 2016-2021، مجلة الاقتصاد والبيئة، المجلد 04، العدد 03، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم (الجزائر)، 2021، ص

ثالثا: نشاطات الدفع على محطات الدفع الإلكتروني في الجزائر خلال الفترة 2016-2021:

الجدول الموالي يوضح نشاطات الدفع على المحطات الدفع الإلكتروني خلال الفترة 2016-2021.

الجدول (09): نشاطات الدفع على محطات الدفع الإلكتروني خلال الفترة (2016-2021).

الوحدة: مليون/دج

السنوات	العدد الإجمالي لمحطات الدفع الإلكتروني	العدد الإجمالي للمعاملات	المبالغ الإجمالية
2016	5049	65501	444508902.40 دج
2017	11985	122694	861775368.90 دج
2018	15397	190898	1335334130.76 دج
2019	23762	274624	1916994721.11 دج
2020	33945	711777	4733820043.01 دج
2021	37561	2150529	15113249499.92 دج

المصدر: شفيقة ضويفي، دور وسائل الدفع الإلكترونية في معالجة أزمة السيولة في الجزائر دراسة تحليلية للفترة (2016-2021)، مجلة البحوث والدراسات العلمية، المجلد 16، العدد 01، جامعة الدكتور يحي فارس المدية (الجزائر)، جانفي 2022، ص 15.

نلاحظ من الجدول أعلاه رقم (09)، أن محطات الدفع الإلكترونية تختلف من سنة إلى أخرى يكون هناك ارتفاع حيث أن عدد أجهزة الدفع الإلكتروني لدى التجار عبر شبكة القبول لسنة 2017، ب 11985 جهاز بزيادة تقدر ب 137,37% مقارنة مع سنة 2016 كما يمكن القول أن محطات الدفع الإلكتروني سنة 2017 تضاعفت مقارنة مع سنة 2016، كما بلغت عدد المعاملات المقبولة عبر أجهزة الدفع الإلكتروني 122694، بزيادة تقدر ب 87,32%، وقدرت قيمة عمليات الدفع عبر أجهزة الدفع الإلكتروني ب 861775368.90 دج.

## الفصل الثالث: التحول الرقمي و التجارة الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة 2016-2021

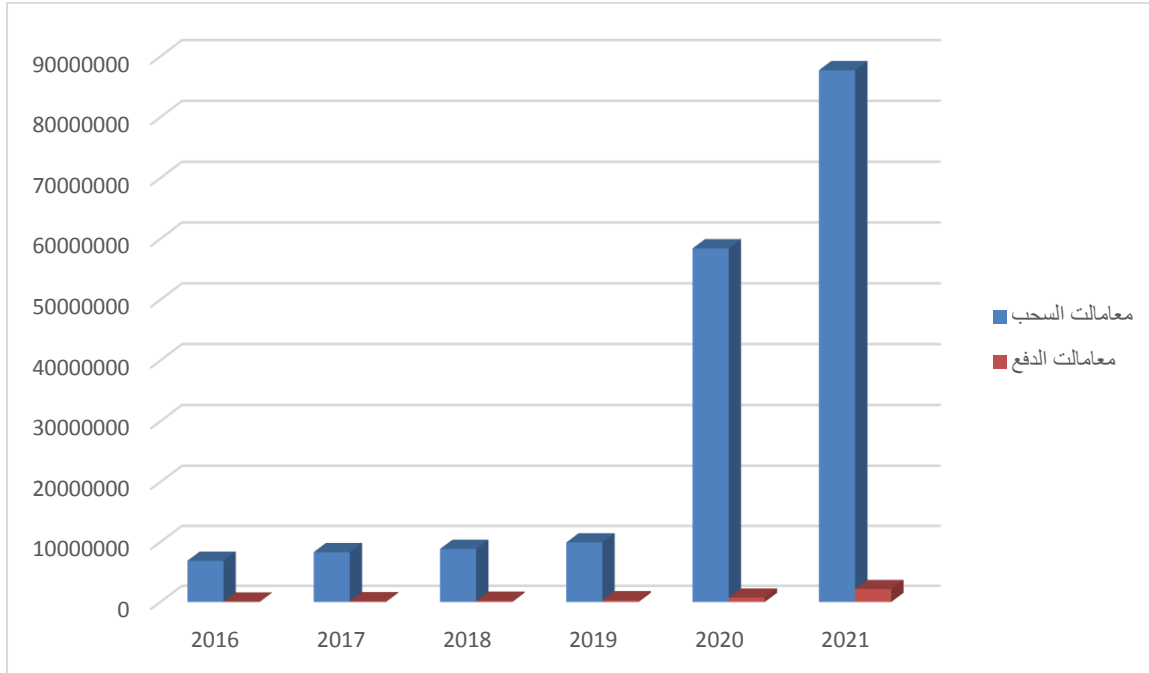
وجاء هذا النمو المقدر ب 43,56% كثمرة للتعميم التدريجي لاستخدام محطات الدفع الإلكترونية في الجزائر وخاصة في الفضاءات التجارية.<sup>1</sup>

ففي سنة 2019 ارتفع عدد المحطات قيد الاستغلال إلى 23762 محطة أي زيادة تقدر ب 54,33% مقارنة بسنة 2018.

أما في سنة 2021 نلاحظ أن عدد الأجهزة الدفع الإلكتروني لدى التجار عبر شبكة القبول ب 37561 جهاز زيادة تقدر ب 10,65% مقارنة مع سنة 2020، كما بلغت عدد المعاملات المقبولة عبر أجهزة الدفع الإلكتروني 2150529 معاملة زيادة تقدر ب 202.14%، وقدرت هذه المعاملات بزيادة في المبلغ الإجمالي تقدر ب 219.26%.

و بالاعتماد على هذين الجدولين نستخلص الشكل الموالي.

الشكل (09): العدد الإجمالي لمعاملات السحب والدفع في الجزائر للفترة 2016-2021.



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على بيانات الجداول رقم (09).

<sup>1</sup> وكالة الأنباء الجزائرية، الدفع الإلكتروني: الارتفاع بنسبة 20% في عدد البطاقات البنكية المتداولة خلال 2021، متوفر على الموقع <https://www.aps.dz>، تم النصف بتاريخ 2022/05/17، الساعة 04:56.

### المطلب الثالث: تأثير وتداعيات جائحة كورونا على التجارة الإلكترونية في الجزائر.

تسببت جائحة كورونا في تغيير عادات الشراء لدى الجزائريين وتوجهوا للتجارة الإلكترونية نظرا للأوضاع التي أملتتها ظروف الإغلاق- الحجر الصحي- ومع نهاية الجائحة وإعادة فتح المحلات هل سيتم التخلي عن العادات التي ألفوها خلال فترة الحجر، ويرى خبراء أن الإقبال بقوة على الشراء عبر الإنترنت سينتهي التجارة التقليدية في حين يتساءل البعض الآخر، هل سينتهي الشراء عبر الإنترنت بنهاية جائحة كورونا.

### أولا: تأثير جائحة كورونا على التجارة الإلكترونية في الجزائر.

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

وقد استطاعت الجزائر إحراز تقدم محسوس وفق تقرير أممي بتسع وعشرين (29) مرتبة على الصعيد العالمي في مجال التجارة الإلكترونية سنة 2021.

ووفقا للتقرير السنوي الصادر من مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، فإن " الجزائر أحرزت تقدما محسوسا قدر بتسع وعشرين (29) مرتبة على الصعيد العالمي، وفقا لآخر تقرير سنوي صادر عن مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، حول التجارة الإلكترونية، حيث انتقلت من المرتبة 109 إلى المرتبة 80 عالميا، محتلة بذلك المرتبة الرابعة إفريقيا" سنة 2021.<sup>1</sup>

وأشار هذا التقرير الأممي الذي نوهت به وزارة البريد سنة 2021 إلى أن الجزائر تعد من بين الدول الأربع التي حققت أكبر تقدم على الصعيد العالمي وفقا لذات المؤشر، رفقة كل من البرازيل (تقدم ب 10 مراتب) وغانا (تقدم ب 20 مرتبة) وجمهورية لاوس ( تقدم ب 11 مرتبة) ويستند التقرير في تصنيفه إلى جملة من المؤشرات، تتمثل في نسبة تعميم استعمال الإنترنت وتأمينه والإدماج المالي وكذا موثوقية الخدمات البريدية وفقا لترتيب الإتحاد البريدي العالمي.

<sup>1</sup> بودور حسام، بومعزة رؤوف، واقع التجارة الإلكترونية بالجزائر في ظل جائحة كورونا وآفاقها، مذكرة ماستر في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص مالية وتجارة دولية، جامعة 08 ماي 1945 قلمة، 2021/2020، ص ص74-75.

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

وأوضح المتحدث ذاته أن التقرير المشار إليه يتحدث عن التجارة الإلكترونية المتعلقة بالدفع الإلكتروني عبر الإنترنت وليس لدى محلات البيع والفنادق خاصة أن ميدان الدفع الإلكتروني واسع ولم نواكب جميع تطورات<sup>1</sup>.

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

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

عرفت الجزائر خلال الفترة الأخيرة خطوات معتبرة في تجسيد التعامل بالتجارة الإلكترونية، نظرا إلى الإجراءات الوقائية التي فرضتها السلطات كالحجر الصحي الذي حد في الأشهر الأولى من جائحة كورونا من تحركات المواطنين فما كان عليهم للمحافظة على التباعد التوجه نحو الفضاء الرقمي<sup>2</sup>.

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

<sup>1</sup> حوحو ريمة، دور العولمة الاقتصادية في التجارة الإلكترونية-دراسة حالة الجزائر لفترة (2010/2020)، مذكرة ماستر في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص اقتصاد دولي، جامعة خيضر-بسكرة، 2021/2020، ص 78.

<sup>2</sup> بودور حسام، بومعزة رؤوف، مرجع سابق، ص 75-76.

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

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

ويؤكد رئيس الجمعية الوطنية للتجار والحرفيين، الحاج الطاهر بولنوار أنهم كممثلين للتجار لمسوا خلال ثلاثة سنوات الأخيرة اهتماما متزايدا بالرقمنة والتجارة الإلكترونية في الجزائر، لكنه شدد على أنه " في فترة الحجر الصحي توسعت رقعة التعاملات التجارية الرقمية".<sup>1</sup>

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

وأشار المتحدث إلى بعض المشاكل التي تقف في وجه الدفع الإلكتروني بالجزائر منها وفق رأيه " غياب ثقافة الرقمنة عند بعض المستهلكين والتجار إضافة إلى ضعف تدفق الإنترنت في بعض المناطق".<sup>2</sup>

### ثانيا: تداعيات جائحة كورونا على التجارة الإلكترونية في الجزائر.

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

<sup>1</sup> إسلام كعبش، التعايش مع كورونا ينعش التجارة الإلكترونية في الجزائر، متوفر على الموقع: <https://www.skyneswsarabia.com>، تم التصفح بتاريخ 2022/05/18، الساعة 22:45.

<sup>2</sup> كوري ستالينا غورغيفنا، التأثير المحتمل لوباء فيروس كورونا في الجزائر، ما نعلمهما يمكننا أن نفعله، صندوق النقد الدولي، مارس 2020، متوفر على الموقع، <https://www.imf.org/ar/news/articles/2020/03/04/blog030420-potential-impact-of-the-coronavirus-epidemic>، تم التصفح بتاريخ 2022/05/11، الساعة 13:34.

ساهم إغلاق المحلات التجارية غير الأساسية بالدرجة الأولى بشكل كبير في انتعاش التجارة الإلكترونية التي تعرف نمواً بطيئاً جداً في الجزائر، ولا زال يعتمد عليها بشكل أساسي القليلون فقط، لكن يبدو أن الأزمة الصحية والوضع الاستثنائية التي تعيشها الدولة على غرار باقي بلدان العالم ردت الاعتبار للتجارة الإلكترونية بالنسبة للبعض، وكانت عند البعض الآخر التجارة عبر المنصات ومن خلال تطبيقات الهواتف الذكية بديلاً للتجارة التقليدية التي تستدعي النزول إلى سوق مفتوحة واختيار سلعة بمقارنتها بين عدد من المحلات من حيث النوعية وكذا الأسعار.<sup>1</sup>

ظهرت في السنوات القليلة الأخيرة في الجزائر إحدى أهم تلك التطبيقات وهي موقع واد كنيس الذي أعطى مفهوماً لتلك التجارة في الجزائر، التحقت بها تطبيقات أخرى خاصة بالتجارة الإلكترونية التي توفر مجموعة واسعة من المنتجات، وتشهد الآن حالة من الطلب المرتفع من قبل الأفراد حيث توفر المنصة وتطبيق للمتسوقين إمكانية الوصول إلى مجموعة متنوعة من العروض الاستثنائية والمخصصة للشراء عبر الإنترنت، كما تقدم المنصة خدماتها ومحتواها للجمهور باللغتين العربية والفرنسية، وتسمح للفرد باقتناء بعض الحاجيات من محلات متعاقدة معها، لكن تبقى غير موسعة وغير متطورة بالقدر الذي تسمح به للفرد بالتعامل إلكترونياً، وضمان الرضا التام سواء بالنسبة لتعدد الخيارات أو الجودة أو السعر.<sup>2</sup>

وفي مقابل ذلك، ظهرت العديد من الصفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بعملية البيع والشراء، فتحت بعضها خصيصاً لمجابهة هذه الوضعية ومنح المواطنين فرصة شراء أو بيع ما هم في حاجة إليه، ولقيت تلك الصفحات العديد من الإعجاب من طرف المواطنين، الذين اعتادوا أكثر على هذا النوع من التجارة الإلكترونية للقاء مع صاحب السلعة في مكان ووقت يتم الاتفاق عليه مسبقاً لعملية التسليم.

من بين أهم المواقع الإلكترونية المتخصصة بالتجارة الإلكترونية في الجزائر نجد:

<sup>1</sup> نور الهدى بوطيبة، التجارة الإلكترونية تنتعش في زمن كورونا، يومية مساء، متوفر على الموقع <https://www.el-massa.com> ، تم التصفح بتاريخ 2022/05/15، الساعة 21:39.

<sup>2</sup> يعقون صليحة، تداعيات جائحة كورونا على التجارة الإلكترونية- مع الإشارة لحالة الجزائر- مجلة أبعاد اقتصادية، المجلد 11، العدد 02، جامعة احمد بوقرة - بومرداس (الجزائر)، ديسمبر 2021، ص 864.

### \* موقع واد كنييس oued kniss:

يعتبر من أوائل مواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر ظهر سنة 2006 ويتعامل هذا الموقع بكثرة في مجال تسويق السيارات وبعض المنتجات كالملابس، أدوات منزلية... الخ وهو بمثابة وسيط تجاري بين أصحاب الإعلانات الراغبين في بيع أو شراء منتج معين وحتى الإيجار لكل الأشياء الجديدة والمستعملة، حقق هذا الموقع نجاحا لافتا إذ بلغ عدد زوار هذا الموقع أكثر من 100 ألف زائر يوميا، وازداد رواج هذا الموقع وتطوره منذ ظهور جائحة كورونا وبالنسبة لطرق الدفع، يتم الدفع يدا بيد بعد استلام الزبون لطلبته يقوم بالدفع مباشرة.<sup>1</sup>

### \* موقع جوميا jumia:

فتحت شركة جوميا سنة 2014، حيث قامت بتأسيس الموقع الإلكتروني الخاص بها، وذلك للترويج لمختلف منتجاتها المتمثلة في: المنتجات المكتبية، منتجات الصحة والجمال، الإلكترونيات والمستلزمات الرياضية، الهواتف النقالة، أجهزة الكمبيوتر وألعاب الأطفال، ساهمت جائحة كورونا في انتشار هذا الموقع حيث هذا الموقع حيث ارتفع عدد زوار الموقع سنة 2020 إلى أكثر من 2 مليون زائر شهريا بعد أن كان في حدود 1,7 مليون سنة 2018، واستقبل الموقع ما بين 220000 و 250000 طلبية خلال فترة الحجر الصحي، وأعلنت شركة جوميا عن ارتفاع في كل مبيعات منتجات السلع الأساسية أربعة أضعاف في الربع الأول من عام 2020 مقارنة بالعام الذي يسبقه، وبالنسبة لطرق الدفع فتم مباشرة بعد استلام الزبون لطلبته ( يدا بيد ).<sup>2</sup>

### \* مؤسسة بريد لجزائر:

عملت مؤسسة بريد الجزائر في هذه الفترة ( في ظل جائحة كوفيد ) على الإشهار على نطاق واسع للترويج لمختلف الخدمات التي تقدمها عن بعد من خلال شبكة الإنترنت، وهذه الخدمات تتمثل أساسا في الإطلاع على الحساب الجاري البريدي وتحويل الرصيد من حساب إلى حساب آخر من خلال تطبيق بريدي موب mob baridi تسديد مختلف الفواتير باستخدام البطاقة الذهبية لبريد الجزائر ( فاتورة الهاتف والإنترنت،

<sup>1</sup> هلال نسيم، واقع وأفاق التجارة الإلكترونية واتجاهات الجزائر للنهوض بها بعد تداعيات جائحة كورونا، المؤتمر الدولي العلمي الافتراضي حول التجارة الدولية بين الحاضر والمستقبل، إصدارات المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ألمانيا-برلين، 19-20 جوان 2021، صص 282-283.

<sup>2</sup> أحمد العلي، أفضل مواقع للتجارة الإلكترونية في الجزائر، متوفر على الموقع: <https://www.tikane10.com/2021/11/e-commerce-sites-in-algeria.html>، تم التصفح بتاريخ 2022/05/11، الساعة 12:07.



الكهرباء والغاز، الماء، موقع وتعبئة حسابات الهواتف النقالة ). ويتم ذلك عن بعد من خلال شبكة الإنترنت، عبر الموقع: <https://baridinet.poste.dz>.

### \* موقع BM shopping algérie :

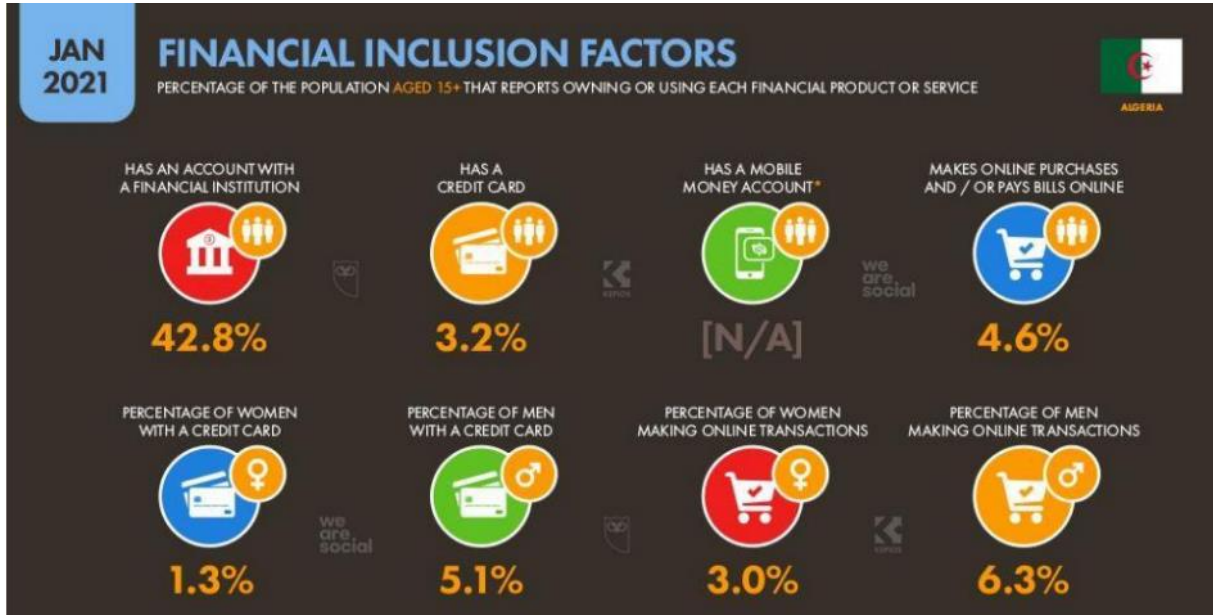
هذا الموقع التجاري متخصص في بيع الألبسة، الأحذية، الأدوات الكهرومنزلية وأدوات الحلاقة والعناية بالشعر، ظهر هذا الموقع في سنة 2017 غير أنه تطور وزاد عدد متابعيه وزبائنه في سنة 2020 بداية ظهور جائحة كورونا في الجزائر.

كل المواقع الإلكترونية المختصة بالتجارة الإلكترونية في الجزائر توفر خدمات البيع والشراء والإعلان والترويج والحصول على المعلومات، لكن لم تصل بعد إلى فهم التجارة الإلكترونية على أنها وسيلة للدفع الفوري الإلكتروني فهي لا توفر خدمات الدفع الإلكتروني مثل بطاقات فيزا كارد وماستر كارد، كما أشار التقرير الرقمي للجزائر سنة 2021 أنه يستخدم 88,3% من الجزائريين عبر هواتفهم المحمولة أرصدة الإنترنت ذات الدفع المسبق، و 11,7 منهم الإنترنت بالدفع بعدي الاشتراك.

بخصوص التجارة الإلكترونية، يجوز 42,8% ممن يفوق سنهم 15 سنة على حساب بإحدى المؤسسات المالية، و 3,2% على بطاقة ائتمان ( 5,1% ذكور و 1,3% إناث )، ويقوم 4,6% بعمليات شراء عبر الإنترنت ( 6,3% ذكور و 3% إناث ) كما يوضحه الشكل أدناه ( هذه آخر إحصائيات مستخدمي الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي بالجزائر 2021 ).<sup>1</sup>

<sup>1</sup> هلال نسيم، مرجع سابق، ص 283.

الشكل رقم (10): إحصائيات التجارة الإلكترونية في الجزائر سنة 2021.



المصدر: يعقوبين صليحة، تداعيات جائحة كورونا على التجارة الإلكترونية-مع الإشارة لحالة الجزائر-، مجلة أبعاد اقتصادية، المجلد 11، العدد 02، جامعة محمد بوقرة-بومرداس (الجزائر)، ديسمبر 2021، ص 867.

المطلب الرابع: إيجابيات وسلبيات التجارة الإلكترونية في الجزائر.

أولاً: إيجابيات التجارة الإلكترونية في الجزائر.

تتمثل إيجابيات التجارة الإلكترونية في الجزائر فيما يلي:<sup>1</sup>

- \* توفير الوقت والجهد حيث يمكن إتمام عمليات البيع والشراء من خلال الإنترنت، حيث تتمكن الشركة من عرض كافة منتجاتها بسهولة مع إضافة المواصفات؛
- \* الحصول على جميع المنتجات المرغوبة دون الذهاب إلى الأسواق؛
- \* تكاليف إنشاء المتجر الإلكتروني أقل بكثير من تكاليف إنشاء متجر تقليدي؛
- \* عدم الحاجة لعدد موظفين كبير عكس المتاجر التقليدية؛
- \* سهولة المنافسة بين الكثير من المتاجر الإلكترونية؛
- \* سهولة التواصل مع مسؤول التجارة الإلكترونية، والرد على جميع الاستفسارات.

<sup>1</sup> بن وارث حكيمة، دور وأهمية التجارة الإلكترونية في اقتصاد المعرفة-مع الإشارة للعالم العربي-، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص مناهج المؤسسة، معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، المركز الجامعي العربي بن مهيدي، أم البواقي (الجزائر)، 2007/2008، ص 82-84.

### ثانيا: سلبيات التجارة الإلكترونية في الجزائر.

يوجد العديد من سلبيات التجارة الإلكترونية في الجزائر نذكر منها:

- \* وجود إشكال في استعمال اللغة بسبب اختلافها لدى كثير من شعوب العالم، فإن كان شخص ما يجهل لغة معينة فإن هذا يفوت عليه جميع الفرص التجارية التي تكون معروضة بهذه اللغة.
- \* الإشكال الآخر، متعلق بتكلفة التوصيل، فبعدما كانت لا تتعدى مبلغ 300 دج في الجزائر العاصمة ارتفعت حتى 500 دج و 600 دج، وتصل حتى 1500 دج للولايات المجاورة. في ابتزاز غير منطقي للزبائن، ويبرر الباعة الأمر بأن شركات التوصيل هي التي رفعت الأسعار.
- \* أما بالنسبة للاستبدال السلعة فذلك إشكال آخر، لأن قلة من الباعة من يوافق على الأمر، فيما يلجأ آخرون إلى تغليفها بطريقة يصعب فتحها أثناء توصيلها، وبعد ذلك يرفض البائع تغييرها، بحجة أن الزبون تأخر في إرجاعها.
- \* إنتشار التهرب الضريبي خاصة وأنه لحد الآن لم يتم وضع تشريعات جزائرية لمعالجة هذا الموضوع، وهذا ما جعل الحكومات تجد صعوبات كبيرة في تحصيل الضرائب خاصة بالنسبة للمنتجات الرقمية.<sup>1</sup>
- \* عدم وجود إمكانية المعاينة المباشرة للسلع المعروضة خاصة تلك التي يفضل المستهلكون تفحصها قبل اقتنائها كالملابس.
- \* قد يحدث في التجارة الإلكترونية الغش في بعض البيانات المعروضة بسبب عدم وجود أي مستندات ورقية مما قد يؤدي إلى ضياع الحقوق والمصالح.
- \* التجارة الإلكترونية تتعرض لحدوث الكثير من عمليات الاحتيال والخداع بسبب عدم القدرة على التحقق من هوية المتعاملين.
- \* يعد التسليم المتأخر أحد السلبيات الشائعة في الجزائر لمنصات التجارة الإلكترونية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> نادية سليمان، التجارة الإلكترونية في الجزائر خارج مجال الرقابة، متوفر على الموقع <https://www.echoroukinline.com> ، تم التصفح بتاريخ 2022/05/20، الساعة 01:21.

<sup>2</sup> بن وارث حكيم، مرجع سابق، ص ص82-84.

### المبحث الثالث: علاقة التحول الرقمي بالتجارة الإلكترونية

إن التحول السريع في تكنولوجيا المعلومات أدى إلى تغيير كبير في صور النشاط الاقتصادي فأصبحت وسائل الاتصال قادر على نقل المعلومات والخدمات والأموال والسلع، وظهر ما يسمى بالتجارة الإلكترونية كأحدث وأهم النقلات النوعية في عالم التجارة والأعمال.

#### المطلب الأول: تطبيقات التحول الرقمي للتجارة الإلكترونية في ظل التشريع الجزائري.

لا شك أن التحول الرقمي بات ضرورة ملحة لا مفر منها، فرضتها إرهابات الثورة التكنولوجية، إذ ظهرت أولى بوادره في التجسيد الفعلي لبرنامج الجزائر الإلكترونية 2013، ويهدف هذا البرنامج إلى تشجيع التحول الرقمي في مختلف القطاعات، فضلا عن توفير الحرية لمستخدمي الإنترنت في الجزائر، ودون عوائق مفتعلة من قبل السلطة، في ظل غياب الرقابة المركزية على تصفح شبكة الإنترنت وعلى إثر ذلك، كانت الجزائر مطالبة بتطوير نماذج الحكم من صورته التقليدية، إلى صورته الحديثة المتمثلة في الحكومة الإلكترونية والتي تعرف بأنها: الوجه الآخر للحكومة التقليدية، ضمن النسق الرقمي، فهي ترتبط بفكرة استخدام التكنولوجيا من قبل الحكومة: لتعزيز الوصول إلى الخدمات الحكومية، وتوصيل الخدمات إلى المواطنين، وقطاع الأعمال، والموظفين، والهيئات الأخرى بشفافية وكفاءة عالية، غير أن هذا الحماس الهزيل، لم يرق إلى المستوى المطلوب مقارنة مع الدول الأخرى الأكثر تطورا في مختلف الميادين، كما تظهر جليا أهمية هذا التحول في دفع عجلة الاقتصاد، في ظل بروز الاقتصاد الرقمي، وتغيير آلية التعامل التجاري بصفة خاصة، حيث أشار علماء الاجتماع والاقتصاد أن التجارة الإلكترونية والإنترنت. قد غيرت بالفعل طرق العمل والحياة، التي يسلكها الأفراد وتجاوزت التوقعات غير المألوفة.

#### أولا: تقنين التجارة الإلكترونية

على غرار مختلف التشريعات الوطنية، سجل المشرع الجزائري تأخرا ملحوظا في بلورة النظام القانوني للتجارة الإلكترونية، وعد هذا التأخر بحسب رأي الباحثين، بمثابة مغالاة في التشبث بالأنماط التقليدية، والتي بدورها عجزت عن تقرير الحماية الكافية للمستهلك، في عصر معلوماتي اندثرت فيه الحدود الجغرافية، وتزايد الاستخدام المضطرد للتجارة الإلكترونية.

ويضمن التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية الجزائري بدوره، الحماية القانونية للمتعاملين الإلكترونيين، وذلك من خلال تنظيم العلاقة التعاقدية فيما بين المستهلك والمورد الإلكتروني، وتسليح المستهلك الإلكتروني

بآليات قانونية سواء في المرحلة السابقة للتعاقد، أم في مرحلة إبرامه أو تنفيذه، وفق القانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

### ثانيا: السجل التجاري الإلكتروني

من المتفق عليه أن القيد في السجل التجاري يعتبر من أهم التزامات التاجر، باعتبارها بداية تدفق لكل نشاط تجاري، سواء الأشخاص الطبيعية، أم الأشخاص المعنوية، حيث نصت المادة 01/04 من القانون رقم: 08-04 على أنه: "يلزم كل شخص طبيعي أو اعتباري يرغب في ممارسة النشاط التجاري بالقيد في السجل التجاري ( القانون 08-04، 2004) وذلك للإفادة من الحماية القانونية المقررة للتاجر في إطار الممارسة النزيهة والمشروعة للتجارة.

ونظرا لأهمية هذا الإجراء بما يوفره من حماية للتجار، تسعى المشرع الجزائري إلى رقمنة قطاع التجارة، بما في ذلك السجل التجاري، لإضفاء أكبر قدر من الشفافية، موازنة مع التطور التكنولوجي والرقمي في مختلف المعاملات.<sup>1</sup>

وفي هذا الإطار تم تحديد نموذج مستخرج السجل التجاري الإلكتروني، بموجب المرسوم التنفيذي رقم 18-12 لسنة 2018، وبمقتضى هذا المرسوم سيتم إدراج رمز إلكتروني "س ت إ" وهو عبارة عن شفرة بيانية تتضمن معطيات وبيانات مشفرة حول التاجر، يتم طباعتها على الوجه يمين الجهة العليا للمستخرج، كما يتم قراءته بأي جهاز مزود بنظام التقاط الصور، بواسطة تطبيق يحمل مجانا من البوابة الإلكترونية للسجل التجاري، أما بالنسبة لتحسين بيانات هذا المستخرج فستتم بانتظام من طرف مصالح المركز الوطني للسجل التجاري (المرسوم التنفيذي رقم 18-12 ، 2018).

زيادة على ذلك فإنه للتجار الذين لا يجوزون على الرمز الإلكترونية "س ت إ"، الالتحاق بفروع المركز الوطني للسجل التجاري المختصة إقليميا للحصول عليه، وقد حدد مدة صلاحية السجلات التجارية غير الرقمية بسنة واحدة من تاريخ نشر هذا المرسوم في الجريدة الرسمية، وهذا طبقا لنص المادة 07 من المرسوم التنفيذي السالف الذكر، على أنه تم تعديل هذه المادة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 20-145 لسنة 2020، إذ تم تمديد

<sup>1</sup> سرير فاطمة، رياحي أحمد، التحول الرقمي وأثره على التجارة الخارجية في ظل كوفيد 19، المؤتمر الدولي العلمي الافتراضي حول التجارة الدولية بين الحاضر والمستقبل، إصدارات المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ألمانيا-برلين، 19-20 جوان 2021، ص

أجل مطابقة مستخرج السجل التجاري المنصوص عليه في المرسوم التنفيذي لسنة 2018 المذكورة أنفا، إلى غاية 31 ديسمبر 2020، كما أنه تقرر بعد انقضاء هذه المدة معاقبة التجار الذين لم يحصلوا على الرمز الإلكتروني، وذلك طبقا للقانون رقم: 04-08 السالف الذكر، ويتم رفض السجلات التي لا تحمل الرمز الإلكتروني من قبل الإدارات والمؤسسات العمومية. ابتداء من 2 جانفي 2020، طبقا لنص المادة 02 من المرسوم التنفيذي لسنة 2020. (20-145 والمعدل للمرسوم التنفيذي رقم 18-112، 2018).

### ثالثا: الدفع الإلكتروني

يعرف الدفع الإلكتروني بأنه: "الوفاء بثمن المبيع بطريقة إلكترونية من خلال تقنية اتصال عابرة للحدود "الإنترنت" وهي بذلك تتفق مع خصوصية التجارة الإلكترونية.

وعرف من جهة أخرى بأنه: "منظومة متكاملة مع النظم والبرامج التي توفرها الحكومة: لتسهيل عملية إجراء عمليات الدفع الإلكترونية الآمنة، وتعمل هذه المنظومة تحت مظلة جملة من القواعد والقوانين التي تضمن سرية تأمين وحماية إجراءات الشراء وضمان وصول الخدمة.<sup>1</sup>

وقد نص المشرع الجزائري على إمكانية الدفع إلكترونيا في ظل قانون التجارة الإلكترونية رقم 18-05 لسنة 2018، حيث نصت المادة 27 منه على أنه: "يتم الدفع في المعاملات التجارية الإلكترونية إما عن بعد أو عند تسليم المنتج، عن طريق وسائل الدفع المرخص بها وفقا للتشريع المعمول به".

وقد أدركت التجارة الإلكترونية في الجزائر حتمية تنشيط الدفع الإلكتروني، تحديدا في ظل تفشي أزمة كوفيد 19 لتسهيل عملية الدفع عن بعد، حيث أطلقت مديرية بريد الجزائر خدمة جديدة خاصة بالدفع الإلكتروني عبر رمز الاستجابة السريعة "QR CODE" "بريد باي" من خلال الهاتف المحمول بهدف تطوير التجارة الإلكترونية (بريد الجزائر يطلق خدمة بريد باي، 2020)، كما قامت هذه المديرية بتقديم عرض للتجار والمتعاملين الاقتصاديين، من أجل الاستفادة من هذه الخدمة الجديدة والمشاركة فيها.

وحسب بيان بريد الجزائر، فإن هذه الخدمة تعتمد على تقنية فارقة الرموز ثنائية الأبعاد، تدعى برمز الاستجابة السريعة "QR CODE"، وتتم خدمة بريد pay عبر نسخ رمز الاستجابة المخصص للتجار من خلال تطبيق بريد موب، ومن أهم شروط استخدام هذه التقنية انخراط التاجر بتقديم ملفه، ويتكون من: نسخة من

<sup>1</sup> سرير فاطمة، رياحي أحمد، مرجع سابق، ص 7.

السجل التجاري، ونسخة من بطاقة التعريف الضريبية، ونسخة من بطاقة تعريف صاحب المحل أو الوكيل، وصك مشطوب، وستقوم خدمة البريد بتزويد المعني برمز QR CODE يعرض على الزبائن، وبالتالي سيقوم الزبون بالدفع من خلال مسح رمز الاستجابة من الهاتف النقال، وسيتلقى كل منهما رسالة قصيرة تثبت نجاح عملية خدمة الدفع ببريد الجزائر للحصول على الخدمة، في المقابل يتوافر لدى الزبون حساب ccp وكذا البطاقة الذهبية لبريد الجزائر.<sup>1</sup>

### المطلب الثاني: أثر التحول الرقمي على النظام المصرفي في الجزائر

ما يميز الخدمة المصرفية التي يطردها النظام المصرفي الجزائري أنها خدمة تقليدية، ولا تتناسب مع ما هو حاصل في الدول المتقدمة لذلك لا بد من التفكير في تحديث الخدمة المصرفية في الجزائر وذلك يجعلها عصرية ومن بين أهم عناصر التحديث للخدمة المصرفية هو تحديث وسائل الدفع بمختلف أنواعها وجعلها وسائل دفع إلكترونية حتى يسهل اعتماد الصيرفة الإلكترونية في الجزائر فقد عرف النظام المصرفي الجزائري مؤخرا إدخال بطاقة السحب وبرمجة عدة مشاريع.

إن الجزائر كغيرها من البلدان في العالم تنبعت إلى أهمية التحول الرقمي، وما يتبعها من آثار إيجابية متنوعة على الاقتصاد القومي والقطاع المصرفي، وهو ما ظهر بشكل جلي في سعي رئيس الجمهورية من خلال برنامجه إلى دعم وتحفيز استخدام الوسائل الرقمية والعمليات الإلكترونية في الدفع، حيث تم وضع الإطار العام للتحول إلى نظام المدفوعات غير النقدية، وهو الجهد الذي يعد بمثابة خارطة طريق لتحقيق التطوير والتحول الرقمي المنشود، وفقا للمعايير الدولية المتعارف عليها مع مراعاة المتغيرات المحلية، حيث جاء هذا بعد التدابير الاحترازية التي حدثت عليها وزارة الصحة، واللجنة الوطنية لرصد ومتابعة فيروس كورونا، ما فرض على مختلف القطاعات العمل عن بعد على غرار التباعد، العملية التي انتهجها القطاع البنكي الذي يعتبر عصب المعاملات بين الزبائن والعملاء.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> سرير فاطمة، رباحي أحمد، مرجع سابق، ص 7-8.

<sup>2</sup> اتجاه المصارف العربية، التحول الرقمي في القطاع المصرفي والمالي، الاتجاهات والتحديات، متوفر على الموقع <https://Uabonline.org> ، تم التصفح بتاريخ 2022/05/30، الساعة 13:34.

وهناك تأثيرات أخرى للتحول الرقمي على النظام المصرفي في الجزائر نذكرها في النقاط التالية:

- يلعب التحول الرقمي دورا هائلا في الحفاظ على المصدقية من خلال العمليات المصرفية عبر الإنترنت، كما أنه يمكن البنوك من الوصول إلى العملاء بشكل أسرع وأسهل وأخيرا تسمح لهم بالتكيف مع الاتجاهات الرقمية والتكنولوجية الجديدة؛
- أن البنوك تشجع الموظفين بشدة على استخدام التقنيات الرقمية في عملية تقديم الخدمات المصرفية بأفضل طريقة ممكنة؛
- أن البنوك التي تعتمد على التقنيات الرقمية، وتستفيد من الإنترنت لتقديم خدمات متكاملة، تكون في وضع أفضل لتعزيز معدلات نمو أعمالها، والتغلب على الاضطرابات الناجمة عن تفشي فيروس (كورونا) المستجد؛
- أن توقعات العملاء المتطورة باستمرار إلى جانب شركات التكنولوجيا المالية الناشئة هي عوامل تشكل ضغطا على البنوك لتحديث كافة عملياتها وخدماتها؛
- أن أتمتة عمليات المكاتب الخلفية الاعتيادية في البنوك تساعد في تحقيق وفورات كبيرة في التكاليف التشغيلية وتوظيف الموارد البشرية في أقسام حيوية ومجالات إستراتيجية أهم؛
- أن البنوك لا تولي نفس الاهتمام لتحسين تجربة الموظفين رقميا كتجربة العملاء وأتمتة العمليات الداخلية.
- أن عدم اليقين الوظيفي الذي يأتي مع التحول الرقمي وأيضا المنافسة العالية التي يمكن توقعها في الصناعة المصرفية مع ظهور شركات التكنولوجيا المالية الناشئة يشكل تحديا للبنوك لتصبح أكثر رقمنة من أجل الحصول على ميزة تنافسية.<sup>1</sup>

تساعد التجارة الإلكترونية على القيام بالعمليات المصرفية التي تعتبر عمل تجاري يهدف إلى تحقيق الربح وفعالية أكثر بحكم عدم ارتباط العملية بزمن محدد ولا بمكان معين، لذا عملت البنوك في الجزائر على إطلاق مواقعها عبر الإنترنت، مع العمل على تطوير أنظمة معلوماتها الخاصة بزبائنهم، أضف إلى ذلك تمتع البنوك بصرافات آلية تعمل 24 ساعة على 24 ساعة خاصة في المدن الكبرى، وهو ما يفسر الاتجاه نحو عصنة

<sup>1</sup> التحول الرقمي للمؤسسات المالية بالجزائر أصبح حتمية تمهيدا لما بعد كورونا، متوفر على الموقع <https://www.echorokonline.com> ، تم النصفح بتاريخ 2022/05/30، الساعة 11:31.



الخدمات البنكية، وان كانت الجزائر متأخرة في اعتماد قانون التجارة الإلكترونية. وبقاء استعمالها التقنيات الخاصة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ضعيف جدا.

كما نسجل هنا الآثار الإيجابية والتي تتمثل في دفع عجلة التنمية والاقتصاد بفضل الخدمات الرفيعة التي تقدمها تكنولوجية المعلوماتية بما يؤدي إلى وجود بنوك تقوم بالعمليات المصرفية بوسيلة ودعامة إلكترونية وباستعمال تكنولوجيات الإعلام والاتصال تسمح لها بعصرنة الخدمات المصرفية.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث: أثر التحول الرقمي على تطوير النظم الضريبية في الجزائر

النظم الضريبية شأنها شأن باقي القطاعات والأنشطة، تأثرت بالتحول الرقمي في الآونة الأخيرة وخصوصا بعد حلول أزمة كورونا، وذلك لخدمة الدولة وتعزيز إيراداتها.

يساهم التحول الرقمي للنظم الضريبية في تحصيل حقوق الدولة والاستغلال الأمثل للمخصصات المالية مما يساعد في تعظيم الموارد العامة وحسن إدارتها ورفع كفاءة الأداء المالي، وبالتالي فإن التحول الرقمي عظيم الأثر على النظم الضريبية، حيث يعمل على:

- \* زيادة الإيرادات الضريبية؛
- \* تبسيط وتوحيد الإجراءات الضريبية؛
- \* حصر المجتمع الضريبي بشكل أكثر دقة؛
- \* تحقيق العدالة الضريبية.

من وجهة نظر الباحث فإن التحول الرقمي سيمنح مزايا هائلة فيما يتعلق بجمع وتحليل ومعالجة كميات كبيرة من المعلومات والبيانات في وقت قياسي، بالإضافة إلى تصنيفها بشكل أسرع، وبموضوعية ودقة أكبر. الأمر الذي يضمن اتخاذ أفضل القرارات، وتحقيق الأهداف المتمثلة في الحفاظ على مواد الهيئات الضريبية، وزيادة متحصلاتها وكشف حالات الاشتباه في عدم الامتثال.

<sup>1</sup> بلعيد جميلة، التجارة الإلكترونية وأثرها على النظام البنكي في الجزائر، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، العدد الحادي عشر، جامعة محمد بوضياف-المسيلة، 2018، ص ص337-338.

كانت الضرائب سابقا قبل التحول الرقمي تحصل على الطريقة التقليدية، وكان هناك الكثير من الأخطاء وضياع الوقت والجهد، وفقد المعلومات والأموال، الأمر الذي يؤثر على الجودة والقيمة المحصلة، كما كان يصعب تحديث البيانات، واسترجاعها في أي وقت.

ولكن بحلول التحول الرقمي تم الوصول إلى نتائج أفضل فعندما تكون الأمور مؤتمتة تكون النتائج أفضل والتكاليف أقل، سواء كانت تكاليف معدات أو كوادر بشرية، وأصبح بالإمكان تحديث البيانات واسترجاعها في أي وقت ومن أي مكان بوجود شبكة الإنترنت، وبالتالي الوصول إلى نتائج سريعة وعالية الجودة.

انطلاقا من الوضعية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية التي كانت تعيشها الجزائر، والتحول التي كان يعيشها الاقتصاد الجزائري، والسعي إلى الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة، نشأت الحاجة للقيام بالإصلاح ضريبي جزائري يخدم الاقتصاد الوطني، ويحمي القدرة الشرائية للمواطن.

قامت الجزائر بإعداد خطط مبرمجة على مراحل لتطوير التشريعات الضريبية، تعتمد أساسا على إصلاح الضرائب النوعية (الضرائب على الإنفاق)، التي تفرض على منتجات هي في الغالب ضارة بالصحة مثل: مواد التبغ والكبريت ومن المعايير والاتجاهات التي اتخذتها الدولة عند إعداد إستراتيجية الإصلاح الضريبي في الجزائر مايلي:<sup>1</sup>

- \* إعادة النظر ببنية النظام الضريبي والاتجاه بتخفيض المعدلات الضريبية وتوسيع الأجزاء الخاضعة للضريبة وتوسيع قاعدة التكاليف الضريبية؛
- \* توجيه الضريبة بحيث تكون أداة لخدمة التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وأن يكون النظام الضريبي يتماشى مع أهداف السياسة العامة والمستجدات الاقتصادية؛
- \* الأخذ بمبدأ التشخيص الضريبي لتحقيق العدالة في التكاليف، ومراعاة المقدرة التكلفة للمكلفين بتحديد حد أدنى معفى من الضريبة، والعمل على إعفائه تماشيا مع التغير الذي يحدث في مستوى أسعار السلع والخدمات؛
- \* تخفيف العبء الضريبي على الدخل والإنتاج والادخار، وتخفيض تكاليف الرسوم الجمركية على المواد الأولية للتقليل من الإنتاج ورفع قدرتها التنافسية على التصدير بما يحقق القطع الأجنبي اللازم للتنمية؛

<sup>1</sup> عبد الله عصام الفليح، أثر التحول الرقمي على تطوير النظم الضريبية في ظل جائحة كورونا، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، المجلد الثالث عشر، العدد الثاني، جامعة مدينة السادات، مصر، مارس 2022، صص 1102-1105.

\* توفير الوسائل والأدوات اللازمة لمكافحة التهرب والغش الضريبيين بما يساعد الإدارة الضريبية في تحقيق العدالة في التكليف؛

\* اعتماد التأهيل والتدريب لسياسة دائمة لرفع كفاءة الجهاز الضريبي؛

\* التوسع أكثر في استعمال أجهزة الإعلام الآلي.

إن التطور التكنولوجي الذي يعرفه العالم اليوم أحدث تحولات عميقة في مختلف المجالات والدخول في مجال التحول الرقمي خاصة فيما تعلق بالمعاملات التجارية وزيادة وتيرة التعاملات الإلكترونية جعل الدول ومن بينها الجزائر تفتقر إلى البنية الأساسية للتحكم في مثل هذه المعاملات والصفقات الإلكترونية، وهو ما أدى إلى بروز مشاكل عديدة أهمها كيفية إخضاع هذه المعاملات الرقمية إلى قواعد إجرائية جبائية من فرض الضريبة إلى غاية تحصيلها.

رغم أن الجزائر تحاول جاهدة مسايرة هذا المجال بإصدار نصوص قانونية مثل ما فعلت بالتجارة الإلكترونية غير أنه بالرجوع إلى قانون الإجراءات الجبائية ما يزال الأمر غامضا حول كيفية فرض وتحصيل الضريبة على الانتقال الإلكتروني للبيانات، غير أن المسألة لن تتحقق إلا بتضافر الجهود الدولية، وسن نصوص قانونية من شأنها ضبط كفاءات فرض ضريبة على الانتقال الإلكتروني للبيانات وكيفية تحصيلها.<sup>1</sup>

إن ظهور التحول الرقمي وما نتج عنه من آثار في المجال الاقتصادي وخاصة بظهور التجارة الإلكترونية جعل من دول العالم تبحث عن نظم ضريبية جديدة تتلائم والتحول الرقمي، خاصة وأن جل الأعمال أصبحت تنفذ بطريقة إلكترونية من خلال شبكة الإنترنت.

<sup>1</sup> عبد الله عصام الفليح، مرجع سابق، ص ص 1105-1106.

### خلاصة الفصل:

التحول الرقمي في الجزائر أصبح ضرورة ملحة، ودعامة اقتصادية وسياسية في كل دول العالم ولهذا على الجزائر أن تسير بنفس المنهج الذي تسير عليه الدول المتقدمة رقميا.

الآن أصبحت التجارة الإلكترونية تنافس نظيرتها التقليدية فرمما في المستقبل القريب تسيطر التجارة الإلكترونية على نصيب التجارة التقليدية في اقتصاد بدأ يأخذ طابع الرقمية كميزة من مميزات القرن الواحد والعشرين.

وعلى الرغم من هذا لا زالت الجزائر تعاني صعوبة في التكيف مع التجارة الإلكترونية واعتمادها كثافة أسلوب حياة للمواطن الجزائري فرغم الخطابات الرسمية والجهود المبذولة لإطلاق هذه التجارة في الجزائر لازالت تعاني تأخرا كبيرا لذلك على الجزائر والإسراع بالنهوض باقتصادها مواكبة التطورات الحاصلة في الجزائر وحتى مقارنة بالدول الجوار.

# الخاتمة العامة

### الخاتمة العامة:

تأسيسا على كل ما سبق ذكره، نخلص بأن التحول الرقمي والخصائص العديدة المصاحبة له، مركزا على التطور أي أسلوب جديد ومحسن لتسريع مراحل التطور المتعلقة بالتحول الرقمي، وذلك من خلال تبني وتنفيذ أحدث أنظمة الاتصالات السلكية واللاسلكية وتقنية المعلومات والاتصالات، والتي تساعد في تسهيل الآليات الشاملة للتحول الرقمي، وساهم في إنقاذ الموقف في شتى المجالات خاصة في المجال التجاري، إذ كانت التجارة الإلكترونية بمثابة طوق نجاة للخروج من حرب الأزمة (كوفيد 19) كأقل الخسائر، وهنا تظهر كفاءة الجزائر في تطوير هذه الآلية لتلبية احتياجاتها ودفع عجلة اقتصادها.

وبناء على هذا توصلنا إلى النتائج والتوصيات التالية:

### نتائج الدراسة:

توصلنا من خلال الدراسة إلى جملة من النتائج التالية:

1. للتحول الرقمي الناجح العديد من الثمار منها تسريع وتيرة الابتكار والإبداع، زيادة الإنتاجية، تحسين تجارب العملاء ورضاهم، تقليل التكاليف، وتحسين أداء الأعمال.
2. رغم تعدد وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، إلا أن شبكة الإنترنت برزت كركيزة أساسية للتجارة الإلكترونية، فقد ساعدت خدمات هذه الشبكة التعاملات التجارية على الإمتداد الإقليمي إلى مختلف القارات ولأكبر عدد من العملاء في أقصر وقت ممكن وبأقل تكلفة.
3. يعد تعميم معاملات التجارة الإلكترونية متوقف على مدى تطور البنية التحتية لمجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
4. عمل التحول الرقمي على تجنب الآثار السلبية لجائحة كورونا نظرا لتوفر الخدمات الإلكترونية التي سهلت في تسيير الحياة اليومية.
5. رغم التحسن التي تسجله المؤشرات الإقتصادية الدولية للجزائر في مجال الرقمنة وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، إلا أنها لازالت غير كافية ومتأخرة، وهو ما يتطلب بذل الحكومة الجزائرية المزيد من الجهود في الفكر والمال لمواجهة مختلف العراقيل والمعوقات التي توجهها للوصول للتحول الرقمي المنشود.

6. يعد التباطؤ الإقتصادي الجزائري العائق الأساسي في الإستفادة من التحول الرقمي بل وضع حد سلبي لنمو التجارة الإلكترونية.
7. ساهم التحول الرقمي في مجال عمليات التجارة الإلكترونية في تحسن ملحوظ في الجزائر.
8. رغم تأخر الجزائر في مجال اختراق تكنولوجيا المعلومات وتبني التجارة الإلكترونية، إلا هناك مؤشرات على إمكانية تحسن القطاع، وأمل كبير في انطلاق التجارة الإلكترونية في حال تم العمل على توفير البيئة التقنية والتوعوية والتشريعية والتجارية المناسبة لتنمية هذه التجارة، خصوصا أن هناك الكثير من المؤسسات التي بدأت بالفعل تمارس بعض أعمالها عبر الأنترنت.

### الإقتراحات:

- على ضوء النتائج السابقة، يمكننا تقديم جملة من التوصيات التي نراها ضرورية وذات صلة بالموضوع.
1. زيادة كثافة التغطية لشبكة الاتصالات الهاتفية والانترنت لجميع مناطق التراب الوطني.
  2. ضرورة تبني التحول الرقمي والرقمنة في كافة القوانين المتعلقة بالضرائب والنظم الضريبية.
  3. العمل على التقليل من العمل الورقي واستبداله بالعمل الإلكتروني، بالإضافة إلى تشجيع الموظفين على الإبداع في عملهم من خلال تحفيزهم وإقامة دورات تكوينية وتدريبية على تطبيق التكنولوجيا الحديثة.
  4. تتعدد وتنوع الفوائد الاقتصادية العامة للتجارة الإلكترونية.
  5. لا بد من تطوير وسائل الدفع الإلكتروني وتعميم استعمالها في المحلات التجارية حتى يتمكن المواطن الجزائري من استكمال مراحل الشراء الإلكتروني.
  6. توفير مستوى الأمان اللازم أثناء القيام بمعاملات إلكترونية، وذلك باعتماد أحدث التقنيات والتحكم فيها.
  7. تعاني الجزائر من تأخر كبير في استخدام التجارة الإلكترونية، ويعود سبب هذا التعثر إلى جملة من المعوقات التي تحول دون انتشار هذه التجارة أهمها الفراغ القانوني والبنية التقنية الهشة في الجزائر.
  8. على المؤسسات الجزائرية أن تقوم بتحليل ومعالجة تجارب دول رائدة في مجال التحول الرقمي وتطويره، ووضع إستراتيجية واضحة المعالم لتطوير القدرات الوطنية.

9. تشجيع النظام المصرفي على لعب دور أساسي ميسر ومسهل للتجارة الإلكترونية، من خلال تطوير التحويل الإلكتروني للأموال وتعميم وسائل الدفع الإلكتروني باعتبارها أول خطوة لتبني هذه التجارة، مع ضرورة الحفاظ على حقوق مختلف الأطراف من خلال التأكد من السرية والأمن في هذه العمليات.
10. العمل على توافر وتعزيز الأمن الإلكتروني لمواجهة المخاطر والهجمات الإلكترونية المحتملة التي يوجهها التحول الرقمي، فتقنيات الأمن التقليدية لم تعد مناسبة لمواجهة مثل هذه المخاطر.

### آفاق الدراسة:

يعتبر موضوع التحول الرقمي ودوره في تطوير التجارة الإلكترونية من المواضيع الجديدة في الجزائر، والتي تحتاج إلى العديد من الدراسات والبحوث، وقد حاولنا في هذا البحث التطرق لعدة جوانب تخص كل من التحول الرقمي والتجارة الإلكترونية، وبالرغم من هذا تبقى العديد منها غير محددة بسبب تأخر الجزائر في مجال الرقمنة وعدم توفر الإحصائيات اللازمة مع قلت المصادر، لذا نقترح مجموعة من المواضيع كآفاق بحثية جديدة تتمثل فيما يلي:

1. توفير الإحصائيات اللازمة حول مدى تطبيق التحول الرقمي في الجزائر.
2. أسباب تأخر تطبيق التحول الرقمي في الجزائر.
3. قياس حجم معاملات التجارة الإلكترونية وتحديد دورها في الدفع بعجلة النمو الإقتصادي في الجزائر.
4. تحديد دور التحول الرقمي في النهوض بالإقتصاد الجزائري.



# قائمة المراجع

قائمة المراجع:

المراجع باللغة العربية:

أولاً : الكتب

1. إبراهيم سيد أحمد، قانون التجارة الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني وقانون الملكية الفكرية والأدبية، المكتب الجامعي الحديث للنشر والتوزيع، مصر، 2005.
2. أحمد محمد غنيم، الإدارة الإلكترونية: آفاق الحاضر وتطلعات المستقبل، المكتبة المصرية، المنصورة، مصر، 2006.
3. أمير فرج يوسف، عالمية التجارة الإلكترونية وعقودها، المكتب الجامعي الحديث، بدون بلد، 2009.
4. باسم أحمد المبيضين، التجارة الإلكترونية: مفهوما، أهميتها، خصائصها، فوائدها، المعوقات، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
5. بشرى حسين الحمداني، التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية، دار وائل للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان-الأردن، 2015.
6. حازم نعيم الصمادي، المسؤولية في العمليات المصرفية الإلكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان-الأردن، 2003.
7. حسن جعفر الطائي، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها، دار البداية ناشرون وموزعون، الطبعة الأولى، المملكة الأردنية الهاشمية، 2013.
8. حسن عماد مكايي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عمر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الثانية، القاهرة، 1997.
9. خالد ممدوح إبراهيم، الإدارة الإلكترونية، الدار الجامعية، الطبعة الأولى، الإسكندرية، 2010.
10. خالد ممدوح إبراهيم، لوجيستيات التجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، الإسكندرية، 2008.
11. خضر مصباح سماعيل الطيطي، إدارة المعرفة التحديات والتقنيات والحلول، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2010.

12. رأفت رضوان، عالم التجارة الإلكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، الطبعة الأولى، القاهرة، 1999.
13. رفيدة خطاب، إدارة الأعمال الإلكترونية، دار أجد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان-الأردن، 2016.
14. سمير برهان، إبرام العقد في التجارة الإلكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر الجديدة، القاهرة (مصر)، 2007.
15. السيد أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية والعولمة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة (مصر)، 2006.
16. السيد أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية والعولمة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة- مصر.
17. طارق طه، التسويق والتجارة الإلكترونية، منشأة المعارف، الإصدار 2، الإسكندرية، 2005.
18. عبد الفتاح بيومي حجاز، التجارة الإلكترونية في القانون العربي النموذجي لمكافحة جرائم الكمبيوتر والإنترنت، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2006.
19. عبد المطلب عبد الحميد، اقتصاديات التجارة الإلكترونية، الدار الجامعية، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر، 2014.
20. علي محمد أحمد أبو العز، التجارة الإلكترونية وأحكامها في الفقه الإسلامي، دار النفائس للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2013.
21. فضيل أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان-الأردن.
22. فهد بن عبد العزيز الغفيلي، الإعلام الرقمي (أشكاله ووظائفه وسبل تفعيله وملحق به مشاريع وتطبيقات ميدانية)، فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر، الطبعة الأولى، الرياض، 2017.
23. فيصل سعيد الغريب، التوقيع الإلكتروني وحجته في الإثبات، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، الكويت، 2005.
24. لمياء خزار، الحكومة الإلكترونية، أطروحة دكتوراه في القانون، تخصص قانون إداري وإدارة عامة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1، الحاج لخضر-(الجزائر).

25. محمد إبراهيم أبو الهيجاء، عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، عمان، 2011.
26. محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، الدار الجامعية الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2003.
27. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، الطبعة الثانية، القاهرة، 2004.
28. محمد عمر الشويرف، التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد، دار زهوان للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2015.
29. محمد متولي محمد زايد، التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني، مؤسسة رؤية للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، الإسكندرية، 2019.
30. محمود عبد الفتاح رضوان، الإدارة الإلكترونية وتطبيقاتها الوظيفية، المجموعة العربية للتدريب والنشر، الطبعة الأولى، القاهرة، 2012.
31. مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، الأوراق التجارية ووسائل الدفع الإلكترونية الحديثة، الناشر مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2016.
32. منير الجنبهي، ممدوح الجنبهي، البنوك الإلكترونية، الناشر دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006.
33. نادر شعبان إبراهيم السواح، النقود البلاستيكية وأثر المعاملات الإلكترونية علي المراجعة الداخلية في البنوك التجارية، الدار الجامعية، الإسكندرية-مصر، 2006.
34. نجم عبود نجم، الإدارة الإلكترونية: الإستراتيجيات والوظائف والمشكلات، دار المريخ للنشر، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2004.
35. نضال إسماعيل برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2005.
36. هبة مصطفى كافي، التجارة الإلكترونية، الناشر ألفا للوثائق، الطبعة الأولى، الجزائر، 2017.
37. يوسف أحمد أبو فارة، التسويق الإلكتروني - عناصر المزيج التسويقي عبر الإنترنت، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2004.
38. يوسف أحمد أبو فارة، التسويق الإلكتروني، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، عمان، 2007.
39. يوسف حسن يوسف، الاقتصاد الإلكتروني، المركز القومي للإصدارات القانونية، الطبعة الأولى، القاهرة، 2012.

ثانيا : الأطروحات و الرسائل و المذكرات :

1/ الأطروحات :

40. إبراهيم بختي، دور الإنترنت وتطبيقاته في مجال التسويق، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2003.

2/ الرسائل :

41. بن وارث حكيمة، دور وأهمية التجارة الإلكترونية في اقتصاد المعرفة-مع الإشارة للعالم العربي-، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص مناخمت المؤسسة، معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، المركز الجامعي العربي بن مهدي، أم البواقي (الجزائر)، 2008/2007.

42. تارزي آمنة، متطلبات قيام التجارة الإلكترونية بالجزائر، رسالة ماجستير في العلوم التجارية، تخصص إدارة العمليات التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، 2011/2010.

43. سمية ديمش، التجارة الإلكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تحليل واستشراف اقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري- قسنطينة، 2011/2010.

44. سمية ديمش، التجارة الإلكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تحليل واستشراف اقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري - قسنطينة، 2011/2010.

45. صراع كريمة، واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، رسالة ماجستير في العلوم التجارية، تخصص إستراتيجية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة وهران، 2014/2013.

46. مهري سهيلة، المكتبة الرقمية في الجزائر : دراسة للواقع وتطلعات المستقبل ، رسالة ماجستير في علم المكتبات ، تخصص إعلام علمي و تقني ، جامعة منتوري ، قسنطينة ، 2006/2005.

3/ المذكرات:

47. بودور حسام، بومعزة رؤوف، واقع التجارة الإلكترونية بالجزائر في ظل جائحة كورونا وآفاقها، مذكرة  
 ماستر في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص مالية وتجارة دولية، جامعة  
 08 ماي 1945 قلمة، 2021/2020.
48. حوحو ريمة، دور العولمة الاقتصادية في التجارة الإلكترونية-دراسة حالة الجزائر لفترة  
 (2020/2010)، مذكرة ماستر في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير،  
 تخصص اقتصاد دولي، جامعة خيضر-بسكرة، 2021/2020.
49. فاطمة الزهراء فرحات، دور التحول الرقمي في تحسين أداء وظائف العلاقات العامة في المؤسسة  
 العمومية الجزائرية، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال و علاقات عامة، جامعة  
 العربي بن مهيدي \_أم البواقي، 2020/2019.
50. فلاق شيرة فاطمة، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة ماستر في العلوم التجارية، كلية الحقوق  
 والعلوم التجارية والتسيير، تخصص الإمداد والنقل الدولي، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم،  
 2018/2017.
51. كامش محمد ياسين، خلادي محمد الأمين، التجارة الإلكترونية- دراسة حالة الجزائر- مذكرة ماستر  
 في العلوم الاقتصادية، جامعة أبو بكر بلقايد- تلمسان-2016/2015.
52. محمد قارطي، دور الإدارة الإلكترونية في تطبيق الخدمة العمومية في الجزائر، مذكرة ماستر في  
 الحقوق، تخصص قانون عام معمق، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، 2017/2016.

ثالثا : المجالات:

53. أسامة عبد السلام علي، التحول الرقمي بالجامعات المصرية: دراسة تحليلية، مجلة كلية التربية،  
 المجلد 02، العدد 37، جامعة شمس، كلية التربية، مصر، 2013.
54. بلعيد جميلة، التجارة الإلكترونية وأثرها على النظام البنكي في الجزائر، مجلة الأستاذ الباحث  
 للدراسات القانونية والسياسية، العدد الحادي عشر، جامعة محمد بوضياف-المسيلة، 2018.

55. بن نامة فاطمة الزهرة، وآخرون، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر قبل وبعد جائحة كورونا- دراسة تحليلية إحصائية للفترة 2016-2021، مجلة الاقتصاد والبيئة، المجلد 04، العدد 03، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم (الجزائر)، 2021.
56. جميلة سلايمي، يوسف بوشي، التحول الرقمي بين الضرورة و المخاطر، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد 10، العدد 02، جامعة الوادي (الجزائر) ، سبتمبر 2019.
57. خواترة سامية، التحول الرقمي خلال جائحة كورونا وما بعدها، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية، المجلد 58، العدد 02، جامعة يوسف بن خدة كلية الحقوق، (الجزائر1)، جوان 2021.
58. شفيقة ضويفي، دور وسائل الدفع الإلكترونية في معالجة أزمة السيولة في الجزائر دراسة تحليلية للفترة (2016-2021)، مجلة البحوث والدراسات العلمية، المجلد 16، العدد 01، جامعة الدكتور يحيى فارس المدية (الجزائر)، جانفي 2022.
59. صدوقي غريسي، وآخرون (سي الطيب الهشمي، علي العبسي)، واقع وأهمية التحول الرقمي والأتمة، مجلة آراء للدراسات الاقتصادية والإدارية ، المجلد 03 ، العدد 02 ، جامعة أفلو (الجزائر)، ديسمبر 2021.
60. عبد الله عصام الفليج، أثر التحول الرقمي على تطوير النظم الضريبية في ظل جائحة كورونا، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، المجلد الثالث عشر، العدد الثاني، جامعة مدينة السادات، مصر، مارس 2022.
61. نعموني مريم، تأثير الثقافة التنظيمية على نجاح التحول الرقمي في المؤسسة، مجلة معهد العلوم الاقتصادية، المجلد 23، العدد 02، جامعة الجزائر3، 2020.
62. نحلة عبد الوهاب عبد الصادق مشهور، سماح عبد الحفيظ يوسف، تأثير التحول الرقمي على القدرة التنافسية والقيمة المضافة للقطاع السياحي، مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة (Jaauth)، المجلد 21، العدد 03، الجيزة(مصر)، ديسمبر 2021.
63. وهبة أمال، قارة ابتسام، التحول الرقمي في الجزائر بين الآفاق والتحديات، مجلة البشائر الاقتصادية الجزء الثاني، المجلد الثامن، العدد 01، جامعة طاهري محمد- بشار (الجزائر)، أبريل 2022.
64. يعقون صليحة، تداعيات جائحة كورونا على التجارة الإلكترونية- مع الإشارة لحالة الجزائر- مجلة أبعاد اقتصادية، المجلد 11، العدد 02، جامعة احمد بوقرة - بومرداس (الجزائر)، ديسمبر 2021.

رابعاً : الملتقيات و المؤتمرات :

65. بريش عبد القادر، محمد زيدان، دور البنوك في تطوير التجارة الإلكترونية، الملتقى الدولي حول التجارة الإلكترونية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، يومي 6-7 مارس 2004.
66. سرير فاطمة، رباحي أحمد، التحول الرقمي وأثره على التجارة الخارجية في ظل كوفيد 19، المؤتمر الدولي العلمي الافتراضي حول التجارة الدولية بين الحاضر والمستقبل، إصدارات المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ألمانيا-برلين، 19-20 جوان 2021.
67. صبح محمود، إدارة التحول الرقمي لتطبيق رؤية مصر 2030م، المؤتمر السنوي الرابع والعشرون لبحوث الأزمات، كلية التربية، جامعة عين شمس، مصر، 07 ديسمبر 2019.
68. مزريق عاشور، معموري صورية، عصرنة القطاع المالي و المصرفي وواقع الخدمات البنكية الإلكترونية بالجزائر، المؤتمر الدولي العلمي حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، جامعة حسبية بن بوعلي الشلف (الجزائر)، 11-12 مارس 2008.
69. هلال نسيم، واقع وأفاق التجارة الإلكترونية واتجاهات الجزائر للنهوض بها بعد تداعيات جائحة كورونا، المؤتمر الدولي العلمي الافتراضي حول التجارة الدولية بين الحاضر والمستقبل، إصدارات المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ألمانيا-برلين، 19-20 جوان 2021.
70. يونس أبو سمرة مرعى، أهمية التحول الرقمي في القطاع المصرفي - دراسة ميدانية بالتطبيق على مصرف الراجحي بالمملكة العربية السعودية، المؤتمر الرابع والعشرون لبحوث الأزمات بعنوان: "إدارة التحول الرقمي لتطبيق رؤية مصر 2030م، المنظم بكلية التربية، جامعة عين شمس، مصر، 2019.

المراجع باللغة الأجنبية:

71. David Kosieur, comprendre le commerce électronique, microsoft press, 2000.
72. Feltcher Gordon, and Marie Griffiths, « Digital transformation during a lock donn », international journal of information management 55(2020) :102185.
73. Wassel ,Lauri , et al , « Uxpacting the difference between digital transformation and it enabled organization transformation , journal of the association for information systems 22 . 1 (2021).



المواقع الالكترونية:

74. [Http://faculty.ksu.edu.sa/mas/published%20papers/ec%20strategy.pdf](http://faculty.ksu.edu.sa/mas/published%20papers/ec%20strategy.pdf)

75. [.https://giemonetique.dz/activite-retrait-sur-atm/](https://giemonetique.dz/activite-retrait-sur-atm/)

76. اتجاه المصارف العربية، التحول الرقمي في القطاع المصرفي والمالي، الاتجاهات والتحديات، متوفر على الموقع [.https://Uabonline.org](https://Uabonline.org)

77. أحمد العلي، أفضل مواقع للتجارة الإلكترونية في الجزائر، متوفر على

الموقع: <https://www.tikane10.com/2021/11/e-commerce-sites-in-algeria.html>

78. إسلام كعبش، التعايش مع كورونا ينعش التجارة الإلكترونية في الجزائر، متوفر على الموقع: [.https://ww.skyneswsarabia.com](https://ww.skyneswsarabia.com)

79. البار عدنان مصطفى، المرحي خالد علي، التحول الرقمي كيف ولماذا، متوفر على الموقع [.https://www.awforum.org/index.php/ar](https://www.awforum.org/index.php/ar)

80. بكاري مختار، مغراوي محي الدين عبد القادر، مدى جاهزية الجزائر للتحول الرقمي في ظل جائحة كورونا، متوفر على الموقع [.https://portal.arid.my](https://portal.arid.my)

81. بنت دخيل الله الختيمي، مشاريع وتجارب التحول الرقمي في مؤسسات المعلومات (دراسة للاستراتيجيات المتبعة)، متوفر على الموقع، <http://www.webreview.dz>

82. التحول الرقمي للمؤسسات المالية بالجزائر أصبح حتمية تمهيدا لما بعد كورونا، متوفر على الموقع [.https://www.echorokonline.com](https://www.echorokonline.com)

83. دعم التحول الرقمي والتكنولوجي في الجزائر، متوفر على الموقع [.https://analgeria.dz](https://analgeria.dz)

84. شركة ريفان تك للحلول التقنية والذكاء الاصطناعي، متوفر على الموقع: [.https://tech.rivanbh.com](https://tech.rivanbh.com)

85. عبير القصبي، التحول الرقمي للمنظمات غير الربحية: فرص وتحديات، متوفر على الموقع: [.https://www.mozm.ws](https://www.mozm.ws)

86. كري ستالينا غورغييفا، التأثير المحتمل لوباء فيروس كورونا في الجزائر، ما نعلمهما يمكننا أن نفعله، صندوق النقد الدولي، مارس 2020، متوفر على الموقع،  
<https://www.imf.org/ar/news/articles/2020/03/04/blog030420-potential-impact-of-the-coronavirus-epidemic>
87. المبادئ الأربعة، التحول الرقمي في القطاع العام حتميا ولا غنى عنه، متوفر على الموقع  
<http://fourprinciples.com>
88. مجمع المنفعة الاقتصادية لخدمات الدفع الآلي 2021، متوفر على الموقع:  
<https://www.aps.dz>
89. محمد بن أحمد السديري، التجارة الإلكترونية تقنيات و استراتيجيات التطبيق، متوفر على الموقع
90. المرصد الوطني لسوق الهاتف والانترنت الثابت في الجزائر، متوفر على الموقع [www.arpce.dz](http://www.arpce.dz)
91. موقع مزن، ما هو التحول الرقمي وما هي أشكاله؟ متوفر على الموقع [www.mozn.ws](http://www.mozn.ws)
92. موقع مزن، مجالات التحول الرقمي الأربعة، متوفر على الموقع: <http://www.mozn.ws>
93. موقع موضوع، خطوات التحول الرقمي، متوفر على الموقع <https://mawdo3.com>
94. نادية سليمان، التجارة الإلكترونية في الجزائر خارج مجال الرقابة، متوفر على الموقع  
<https://www.echoroukinline.com>
95. نور الهدى بوطيبة، التجارة الإلكترونية تنتعش في زمن كورونا، يومية مساء، متوفر على الموقع  
<https://www.el-massa.com>
96. وكالة الأنباء الجزائرية، الدفع الإلكتروني: الارتفاع بنسبة 20% في عدد البطاقات البنكية المتداولة خلال 2021، متوفر على الموقع <https://www.aps.dz>
97. وكالة الأنباء الجزائرية، الرقمنة في الجزائر تنتعش بفعل وباء كوفيد-19، متوفر على الموقع  
<https://www.sqc.org.sa/sqcdocs/sqc>