

كلية الشريعة والاقتصاد، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية-قسنطينة
مخبر البحث في الدراسات القانونية والفقهية المقارنة
فرقة بحث الحماية الجزائية للتجارة الإلكترونية دراسة مقارنة بين الفقه
الإسلامي والتشريعات الجزائرية
تنظم ملتقى وطنيا حول:

"التجارة الإلكترونية"

-بين موقف الفقه الإسلامي والتنظيم القانوني"

بتاريخ: الأربعاء 03 ماي 2023

عنوان المداخلة:

"التجارة الإلكترونية في الجزائر، فرص وتحديات"

إعداد الدكتور: شعيب فيلالي

أستاذ محاضر ب، قسم الاقتصاد والإدارة، كلية الشريعة والاقتصاد، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية-
قسنطينة

fi.chouaib@gmail.com

ملخص:

يتلخص محتوى هذه الدراسة في تحليل واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، حيث عرف العالم تحولا جوهريا في نماذج الأعمال وأنشطة التجارة تماشيا مع التحولات التي رافقت القطاع الاقتصادي العالمي نتيجة لانتشار مظاهر العولمة وبالأخص العولمة الاقتصادية، حيث ساهمت التطورات التقنية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (TIC) وانتشار شبكات الانترنت والمعلوماتية في ظهور أنماط جديدة من العلاقات التجارية تركز أساسا على العقود الإلكترونية، وأدت إلى انتشار معاملاتها على المستوى العالمي، واستحوذت على حصص هامة من أسواق التجارة العالمية، والجزائر كغيرها من الدول تسعى إلى مواكبة التطورات الحاصلة على الساحة الدولية حفاظا على مصالحها الاقتصادية وتأمينا لحاجياتها من السوق الدولية، لذلك تعمل الجزائر على تعزيز بيئتها الرقمية واستدراك ما فاتها بخصوص التجارة الإلكترونية وهو ما تتعرض إليه ضمن محتوى هذه المداخلة.

الكلمات المفتاحية: التجارة، التجارة الإلكترونية، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، العقود الإلكترونية، الحكومة الإلكترونية.

Abstract:

The content of this study is summarized in analyzing the reality of electronic commerce in algeria, as the world has witnessed a fundamental shift in business models and trade activities in line with the transformations that have accompanied the global economic sector as a result of the spread of globalization, especially economic globalization, The technical developments in the field of information and communication technology (TIC) and the spread of the Internet and information networks contributed to the emergence of new patterns of commercial relations based mainly on electronic contracts, And it led to the spread of its transactions at the global level, and acquired important shares of the global trade markets, and Algeria, like other countries, seeks to keep abreast of developments taking place in the international arena in order to preserve its economic interests and secure its needs from the international market, Therefore, Algeria is working to strengthen its digital environment and catch up on what it missed regarding electronic commerce, which we are dealing with in the content of this intervention.

Keywords: commerce, electronic commerce, information and communication technology, electronic contracts, electronic government.

مقدمة:

لقد كان للتطور الكبير الذي يشهده العالم في المجال الرقمي منذ بداية استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (TIC) وانتشار شبكات المعلوماتية، أثر كبير في تطوير مجال الأنشطة التجارية، خصوصا بعد أن توسعت قاعدة الفئات التسويقية المستهدفة في البيئة الرقمية، والتي أضحت تستخدم تكنولوجيا الاعلام والاتصال (TIC) كجزء لا يتجزأ من متطلباتها اليومية، وهو ما سمح ب بروز نشاط تجاري جديد يعرف بالتجارة الإلكترونية (E-Commerce)، ويعتمد أساسا على تلك العلاقات التجارية المتولدة في العالم الافتراضي، ولا يزال يستقطب العديد من شركات الأعمال للاستفادة من فرصها المتاحة والمزايا التي تتوفر عليها.

حيث تمثل التجارة الإلكترونية في عصرنا هذا واحدة من ركائز التجارة العالمية، فقد حقق حجم نشاطها في المدة الأخيرة أرقام كبيرة، دفعت العديد من المتعاملين التجاريين إلى البحث عن ضمان مواقع مثالية في الفضاء الأزرق للاستفادة من سوق التجارة الإلكترونية بمختلف أطيافها، ويؤكد العارفون بخباياها على أنها ستكون

الفضاء الوحيد للتعامل التجاري في المستقبل القريب، يتنافس من خلالها العارضون وتتفاعل مختلف أطراف العلاقة التجارية في البيئة الرقمية وعبر الوسائط الإلكترونية ممثلة في الشاشات التفاعلية وأجهزة الهواتف الذكية. وفي الجزائر يسعى القائمون على نظامها التشريعي والقانوني إلى جانب مختصو النظام المالي والمصرفي إلى مواكبة التطورات الحاصلة على الصعيد العالمي، من خلال العمل على وضع نصوص تشريعية تنظم نشاط التجارة الإلكترونية، وتطوير نظام الدفع الإلكتروني الذي يعد مطلب هام في تعزيز هذا المجال التجاري المستحدث، وهو ما كان من خلال إصدار القانون رقم 18-05 المتعلق بتنظيم التجارة الإلكترونية في الجزائر وتأطير استخدام نظام الدفع الإلكتروني ومختلف الوسائل المرتبطة به بصد تسهيل التعاملات المالية، وتوفير الحماية الجزئية والفنية من الحالات التي يتم إساءة استخدام هذه الأدوات، كما حمل مشروع تعديل قانون القرض والنقد الجديد، والذي يلغي الأمر رقم 03-11 المؤرخ في 26 أوت 2003م المتعلق بالنقد والقرض، والذي تم عرضه يوم الخميس 06 أبريل 2023م من طرف وزير المالية " إبراهيم جمال كسالي" للمصادقة عليه أمام لجنة المالية والميزانية بالمجلس الشعبي الوطني، تعديلات هامة تتضمن انعكاسات التطورات التكنولوجية والرقمية على القطاع المصرفي الذي يعد محرك نشاط التجارة الإلكترونية، حيث تأخذ المادة الثانية (02) من المشروع إدخال العملة الرقمية للبنك المركزي التي يطورها بنك الجزائر ويصدرها ويسيرها ويراقبها، وتسمى "الدينار الرقمي الجزائري"، والذي سيشكل في نهاية المطاف دعما للشكل المادي للعملة النقدية، وتطرق المادة (37) إلى إرساء وتأطير الطابع اللامادي في التبادلات مع البنوك والمؤسسات المالية ومقدمي خدمات الدفع، وتوسيع مهمة بنك الجزائر في مجال الأمن ومراقبة أنظمة الدفع لتشمل نظم المقاصة والتسوية وتسليم الأدوات المالية وذلك في نص المادة (57)، كما تطرقت المادة (63) من المشروع إلى إنشاء بنوك رقمية وهيئات تسمى "مقدمو خدمات الدفع (Psp)، والتي يمكن تأسيسها على شكل شركة أسهم أو شركة أسهم مبسطة أو شركة ذات المسؤولية المحدودة حسب محتوى المادة (90)، كل ذلك يخضع لتقوية آليات المتابعة و المراقبة، لاسيما من خلال إنشاء لجان جديدة كلجنة الاستقرار المالي حسب المادة (156)، المكلفة بالمراقبة الاحترازية الكلية وإدارة الأزمات، واللجان الوطنية للدفع والتي تمثل مهمتها الأساسية وفق المادة (162) في إعداد مشروع الاستراتيجية الوطنية لتطوير وسائل الدفع الكتابية، بهدف تعزيز التعاملات المصرفية وتقوية الشمول المالي، كل هذه التطورات تقودنا إلى وضع التساؤل التالي: " ما هي حدود ممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر من حيث الفرص المتاحة والتحديات المفروضة؟"، وللإجابة على الإشكالية المطروحة تم تقسيم محتوى المداخلة إلى ثلاث عناصر أو محاور أساسية، بداية من تقديم إحاطة بماهية التجارة الإلكترونية عبر التعريف بها وبظروف نشأتها وتطورها ومختلف العناصر ذات الصلة، مروراً

بعرض متطلبات التجارة الإلكترونية من حيث أدوات ووسائل الدفع وغير ذلك، وصولاً إلى تحليل واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وعرض الفرص المتاحة والتحديات المفروضة.

❖ المحور الأول: ماهية التجارة الإلكترونية.

❖ المحور الثاني: متطلبات التجارة الإلكترونية.

❖ المحور الثالث: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر الفرص والتحديات.

المحور الأول: ماهية التجارة الإلكترونية.

تعتبر التجارة الإلكترونية من بين أهم معالم النظام الدولي الجديد وإحدى آلياته المنبثقة عن الانتشار الكبير والمتسارع لمفاهيم العولمة الاقتصادية، ويرتبط ظهور التجارة الإلكترونية وانتشارها عبر العالم بتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (TIC) وانتشار شبكات المعلوماتية، فقد كان لانتشار الأنترنت دافع قوي لتحول العديد من شركات الأعمال العالمية نحو استخدامها والاستفادة من مزاياها، والبحث عن منافذ تسويقية ضمنها، باعتبارها تتضمن مزيج تسويقي متكامل يحتوي على مختلف الأصناف والفئات التسويقية، حيث بات بإمكان المستهلكينولوج إلى أسواق مختلفة لتغطية حاجياتهم المتنوعة وإتمام معاملاتهم المالية والمصرفية انطلاقاً من مقرات إقامتهم.¹

أولاً-المقصود بالتجارة الإلكترونية:

تعد بداية تسعينيات القرن العشرين الفترة الأولى لبروز وانتشار مفاهيم التجارة الإلكترونية، وهناك تعاريف عديدة سقت لتفسير معنى هذه التجارة، تتمحور جميعها حول تلك العلاقات التجارية التي تتضمن بيع وشراء البضائع والخدمات بالاعتماد على أدوات وتقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (TIC) في ظل انتشار شبكات المعلوماتية، ومن بين هذه التعاريف نذكر:² " التجارة الإلكترونية عبارة عن نظام إلكتروني يتيح التعامل في السلع والخدمات في صيغة افتراضية أو رقمية، وتنفيذ العقود المتعلقة بهذه السلع والخدمات"،

¹ -Alain Bensoussan, Internet, aspects juridique, édition, HERMES, Paris, France, 2^{ème} édition, 1998,p.117.

² -عصام عبد الفتاح مطر، التجارة الإلكترونية في التشريعات العربية والأجنبية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2015، ص18.

كما تعرف بكونها: ¹ "استخدام تكنولوجيا المعلومات لإيجاد الروابط الفعالة بين الشركاء في التجارة"، وفي تعريف أكثر شمولية تتمثل التجارة الإلكترونية بشكل عام: ² "استخدام الأنترنت والشبكة العنكبوتية العالمية لتبادل العمليات بشتى أشكالها بين الأعمال المختلفة، مع التركيز على استخدام التكنولوجيا الرقمية في العمليات التجارية بين الشركات والأفراد".

أما من زاوية الرؤية الفقهية والشرعية لموضوع التجارة الإلكترونية فيرى أهل الاختصاص بأن عمليات التجارة الإلكترونية عبارة عن عقود مالية تبرم بين طرفي المعاملة، لذلك يمكن تعريفها من منظور فقهي وشرعي بكونها: ³ "عقد متعلق بالسلع والخدمات التي ينظمها المورد، والذي يتم باستخدام واحدة أو أكثر من وسائل الاتصال الإلكترونية"، وكذلك تعرف على أنها: ⁴ "تلك الأنشطة المتعلقة بتبادل السلع والخدمات التي تمارس باستخدام شبكة الانترنت الدولية، دون مراعاة كونها أنشطة تجارية أم لا وبالتالي حتى المعاملات المتعلقة بالاستعلام عن السلع أو الخدمات من قبل أحد الأطراف تدخل ضمن نطاق التجارة الإلكترونية"، وفي تعريف آخر هي: ⁵ "تلك التجارة التي تشمل على ثلاثة أنواع مختلفة من الصفقات التي تتمثل في تقديم خدمات الانترنت والتسليم الإلكتروني للخدمات أي تسليم المنتجات الخدمية للمستهلك في شكل معلومات رقمية، واستخدام الأنترنت كقناة لتوزيع الخدمات وعن طريقها يتم شراء السلع عبر الشبكة، ولكن يتم تسليمها بعد ذلك للمستهلك في شكل غير إلكتروني".

كما يظهر مفهوم التجارة الإلكترونية في عرف المنظمات الدولية من خلال ما أشار إليه خبراء ومستشارو المنظمة العالمية للتجارة كونها: ⁶ "مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج وتوزيع وترويج وبيع المنتجات مثل

¹- جلول بن عناية، حواسني يمينية، مفاهيم أساسية حول الإنترنت والتجارة الإلكترونية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية واشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر-عرض تجارب دولية، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي: 27-26 أفريل 2011، ص14.

²-Kenneth, Carol, Laudon & Carol Guericio Traver, (2001). E-commerce, by Eyewire. USA. 2001, p109

³-عبد الله سلطان محمود الجوارى، عقود التجارة الإلكترونية والقانون الواجب التطبيق، دراسة قانونية، مقارنة، ط/1، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2010، ص41.

⁴- الماحي حسين، نظرات قانونية في التجارة الإلكترونية، بحث مقدم بالمؤتمر العلمي الأول حول: الجوانب القانونية والأمنية للعمليات الإلكترونية، أكاديمية شرطة دبي، ج/3، الإمارات العربية، 2003، ص178.

⁵- عبد الفتاح بيومي حجازي، نظام التجارة الإلكترونية وحمايتها مدنيا، ط/1، دار الفكر الجامعي، د. م، 2002، ص46.

⁶-سعاد بومائلة، فارس بوباكور، "أثر التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية"، مجلة الاقتصاد والمناجمنت، العدد 03، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، مارس 2004، ص:

الكتب والقطع الموسيقية... من خلال شبكات الاتصالات"، وتطرق لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي لموضوع التجارة الإلكترونية ضمن عمليات تبادل المعلومات إلكترونياً، وأشارت إليها على أنها:¹ "نقل المعلومات إلكترونياً من حاسوب إلى آخر باستخدام نظام متفق عليه لإعداد المعلومات"، حيث اعتبر هذا المفهوم شاملاً لمختلف حالات استعمال المعلومات إلكترونياً ومن ضمنها التجارة الإلكترونية، مع الإشارة إلى الوسائل المستخدمة لإبرام العقود الإلكترونية.²

وعموماً تظهر فروق أو مميزات التجارة الإلكترونية في طبيعتها عن نظيرتها التقليدية في مجموعة من الخصائص نذكرها كما يلي:³

1. إجراء المعاملات والعقود التجارية من خلال شبكة الإنترنت.
2. نقل المعلومات والعمليات التجارية على اختلاف أنواعها عبر الشبكة.
3. استخدام ما تُتيحه شبكة الإنترنت من إمكانيات ضخمة سواء ما تعلق بالصوت أو الصورة أو الحركة.
4. كما تشمل التجارة الإلكترونية ثلاث أنواع من المتعاملين وهو الأفراد والمؤسسات وكذلك الحكومات.

ثانياً-مراحل تطور التجارة الإلكترونية:

عرف تطور التجارة الإلكترونية منذ نشأتها إلى غاية الآن المرور بثلاث (3) مراحل أساسية، انطلاقاً من تاريخ بداية استخدام أجهزة المعلوماتية في المؤسسات والمنشآت الاقتصادية، وتتمثل هذه المراحل في الآتي:⁴

205، كذلك أنظر/ إبراهيم العيسوي، التجارة الإلكترونية، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، جمهورية مصر العربية، 2003، ص: 12.

¹-عماد الدين توكل فادي محمد، عقد التجارة الإلكترونية، ط/1، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2010، ص24.

²-نفس المرجع السابق، ص24.

³-علي كحلون، الجوانب القانونية لقنوات الاتصال الحديثة والتجارة الإلكترونية، دار اسهامات في أدبيات المؤسسة، تونس، 2002، ص 158.

⁴-قاسم النعيمي، التجارة الإلكترونية بين الواقع والحقيقة على الموقع الإلكتروني: <https://fmalaa.wordpress.com/2012/11/01/cm> نقلاً عن/ بودالية بوراس، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، مقال منشور في مجلة البصائر للدراسات القانونية والاقتصادية، جامعة بلحاج بوشعيب عين تيموشنت، 2021، ص22.

1. المرحلة الأولى (1): تعتبر مرحلة الارتباط بين الشركات الرئيسية والموردين الفرعيين (Supply Chain) أي بين الشركة الأم والفروع التي تتبع لها.
2. المرحلة الثانية (2): فيها بدأ التبادل الإلكتروني بين الشركات الرئيسية ومختلف الموردين (Data Interchange Electronic) وذلك من خلال استخدام شبكات القيمة المضافة (Valure Added Networks)
3. المرحلة الثالثة (3): وهي مرحلة التبادل الإلكتروني للوثائق وإنجاز كافة المعاملات التجارية على شبكة الإنترنت (Electronic Commerce).

ثالثاً- أشكال التجارة الإلكترونية:

ارتبط التطور الكبير للتجارة الإلكترونية بشكل وثيق بتطور البيئة الرقمية وتكنولوجيا الإعلام والاتصال على المستوى العالمي، وهو ما أدى إلى تنوع أشكالها على نحو كبير وزاد تطبيقاتها في مجالات عديدة ومتنوعة، ويمكن تقسيم أشكال التجارة الإلكترونية بناء على تقسيم أطراف العلاقة التجارية الناشئة في البيئة الرقمية، والتي يمكن تحديدها فيما يلي:¹

1. تجارة إلكترونية تتم بين وحدات الأعمال: (B2B) أو (Business to Business) ويستعمل هذا النوع في التجارة الإلكترونية مؤسسات أعمال مع بعضها البعض، فتقوم منشأة الأعمال بإجراء الاتصالات لتقديم طلبات الشراء إلى مورديها باستخدام شبكة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات كما يمكنها أن تسلم الفواتير، والقيام بعمليات الدفع عبر هذه الشبكة، باستعمال هذه التكنولوجيا، وهذا الشكل من التجارة هو الأكثر شيوعاً في الوقت الحالي سواء على المستوى المحلي أو على المستوى العالمي ومن أبرز صور تقنيات هذا النوع من التجارة نذكر:²

❖ التسويق الإلكتروني: الذي يوفر آلية بحث قوية وسريعة تستخدمها الشركات بغرض مقارنة

السلع المعروضة بين الموردين المختلفين من أجل العثور على المورد المناسب،

❖ التبادل الإلكتروني للبيانات (EDI): وتبدأ هذه التقنية في العمل بمجرد اختيار المورد

المناسب والاتفاق معه على شروط وترتيبات التوريدات، من خلال تبادل البيانات وإرسال

طلبات التوريد،

¹-مشتي أمال، التجارة الإلكترونية في الجزائر، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، العدد/13، جامعة سعد دحلب، البلدة 2، الجزائر، 2018، ص: 243، 245.

²-بودالية بوراس، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص24.

❖ التجارة الإلكترونية داخل المؤسسة: ويوجد هذا النوع في الشركات الكبيرة ذات الفروع المتعددة الجنسيات التي تسمح بإجراء تبادل داخلي للسلع والخدمات بين الأقسام أو الفروع المختلفة.

2. تجارة إلكترونية تتم بين وحدات الأعمال والمستهلكين: (B2C) أو (Business to Consumer) بظهور التسوق على الانترنت أو ما يسمى بالمراكز التجارية على الانترنت، أصبح للمستهلك إمكانية للقيام بشراء السلع المتاحة ودفع قيمتها عن طريق بطاقات الائتمان أو المصارف الإلكترونية أو عن طريق النقود عند استلام السلعة.

3. تجارة إلكترونية تتم بين مستهلكين ومستهلكين: (C2C) أو (Consumer to Consumer) وفيها يقوم الأفراد بالبيع والشراء فيما بينهم وبشكل مباشر عبر شبكة الانترنت، ومثال ذلك عندما يقوم أحد المستهلكين بوضع إعلان في موقعه الإلكتروني أو أي موقع آخر من أجل بيع أحد الأغراض أو الخبرات الخاصة به.

4. تجارة إلكترونية تتم بين الحكومة ووحدات الأعمال: (G2B) أو (Government to Business) تتم بين وحدات الأعمال والحكومة باستخدام الوسائل الإلكترونية وخاصة شبكة الانترنت، وهي تمثل عرض الإدارات الحكومية والإجراءات واللوائح والرسوم ونماذج المعاملة على الانترنت بحيث تستطيع وحدات الأعمال الاطلاع عليها والقيام بإجراء معاملة إلكترونية دون الحاجة إلى التعامل مع مكتب حكومي.

5. تجارة إلكترونية تتم بين المنظمات الحكومية والمستهلكين: (G2C) أو (Government to Consumer) ويقصد بها كافة المعاملات التي تجمع بين المستهلك والحكومة، حيث أن الحكومة تسعى إلى تطوير ما تقدمه من خدمات للجمهور، سواء من حيث الحصول على المعلومات والبيانات.¹

المحور الثاني: متطلبات التجارة الإلكترونية.

إن تبني متطلبات التجارة الإلكترونية يستدعي ضرورة مسايرة التغيرات التقنية والتكنولوجية في البيئة الرقمية العالمية، ومن ذلك تكييف مختلف أفراد المجتمع مع نمط الحياة الجديد الذي يدمج الواقع الافتراضي في

¹ - نضال إسماعيل برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، ط/1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، المملكة الأردنية الهاشمية، 2005، ص36.

يوميات الحياة المعتادة، وكذلك إدراج أدوات وتكنولوجيا الاعلام والاتصال (TIC) في أساليب عمل مختلف المنشآت ومنظمات الأعمال.

أولاً-الرؤية الشرعية للنقود الإلكترونية:

بظهور التجارة الإلكترونية أو التجارة الرقمية عرفت الصناعة المالية تطوير أنظمة الدفع وخلق وسائل جديدة، وفّرت العديد من التسهيلات للمتعاملين وعرض عمليات سهلة وسريعة وبأقل تكلفة، كما طرحت مخاطر جديدة وتسببت في مشاكل عديدة لهيئات الرقابة الشرعية في المؤسسات المالية الإسلامية، حيث تعتبر النقود الإلكترونية أو الرقمية بكونها عملات افتراضية من شخص إلى آخر، يستخدم فيها الترميز (التشفير)، يمكن أن تنشأ وتتداول وتخزن وتبادل من خلال شبكة افتراضية تقبل عملة الترميز وتعتبرها وسيلة للتبادل، وهي مجموعة من المفاهيم والتقنيات التي تشكل أساساً للنظام المالي الإلكتروني الرقمي، يعود تاريخ بدايتها إلى سنة 2012م، وتسمى وحداتها (بيتكوين)، وتستخدم للتخزين ونقل القيمة بين المشتركين في شبكة بيتكوين،¹ ومن بين خصائص النقود الرقمية نذكر:²

- ❖ تعتبر عملات جديدة معنوية (ليست مادية ملموسة) إلكترونية يتم تداولها عبر شبكة الانترنت مباشرة أو من خلال منصات التداول،
- ❖ تخزن في محفظة الكترونية، وليست في الجيوب أو الأدراج أو الصناديق أو البنوك،
- ❖ تنتقل العملات فيها إلكترونياً من مستخدم لآخر دون وجود جهات وسيطة تنظم عملياتها، ولم يحصل لها القبول إلا لدى الشريحة التي تتعامل بها فليس هناك قبول عام كما في العملات الرسمية،
- ❖ لا يلزم بائعو السلع ومقدمو الخدمات بقبولها، وليس لها قيمة ذاتية مستقرة فلا ترتبط بمؤشر ثابت، ولذا تتصف بالقفزات الكبيرة للقيمة، وهو الذي يغري المتعاملين بها، دون تقدير العواقب.

هذا وتنوع العملات الإلكترونية إلى أنواع عديدة إلى جانب البيتكوين، حيث تتعدى 1148 نوع ومن بينها (ريبيل) و(ليتكوين) وتتعدى القيمة السوقية لهذه العملات 148.8 مليار دولار أمريكي، بحجم إجمالي للتداول اليومي مقداره 2.02 مليار دولار أمريكي، وللوقوف عند الأحكام الشرعية المرتبطة بالنقود الإلكترونية ناقش الفقهاء المسلمون العديد من القضايا المرتبطة بهذه العملات للبحث في امكانية تكييفها مع أحكام الشرعية

¹-عبد الستار أبو غدة، النقود الرقمية-الرؤية الشرعية والآثار الاقتصادية، مقال منشور ضمن بحوث مؤتمر الدوحة الرابع للمالية الإسلامية تحت عنوان المستجدات المالية المعاصرة والبناء المعرفي، سلسلة إصدارات بيت المشورة للاستشارات المالية رقم 04، الدوحة، قطر، 09 يناير 2018م، ص: 12.

²-نفس المرجع السابق، ص: 13، 14.

انطلاقاً من الخصائص التي تميزها، حيث تدارس الفقهاء حقيقة النقود الإلكترونية بين كونها عملة أو سلعة، وطريقة اشتغالها وتداولها من خلال منصات التداول العديدة مثل: (HITBTC، وCOINBASE، وKRAKEN، وBITSTAMP)، كما ناقش الفقهاء مسألة تعدين العملات الإلكترونية، وتحديد مزاياها والمخاطر المترتبة عنها، ومدى ارتباطها بسلطة الولي، ومسألة الزكاة المترتبة عنها، وحكم صرفها بالنقود الورقية.

ثانياً- تطوير مجال الذكاء الاقتصادي والحكومة الإلكترونية وتنمية الكفاءات البشرية المتخصصة:

يعد مفهوم الذكاء الاقتصادي من المصطلحات التي ظهرت حديثاً نتيجة لتطور الاقتصاد المعرفي، وارتبط تطوره مع مرور الوقت من نظام المعلومات إلى ذكاء المعرفة أو ذكاء الأعمال، وعرف عموماً بأنه:¹ "القدرة على التحكم في العلاقات المتبادلة، ما بين ما هو معروض بطريقة ما لغرض توجيه الأعمال نحو تحقيق الأهداف المنشودة"، كما يعرفه معهد دراسات الدفاع الوطني العليا في فرنسا (IHEDN) على أنه:² "المنهج المنظم للخدمة الاستراتيجية للمؤسسات وتحسين التنافسية لتلك المؤسسات من خلال جمع ومعالجة المعلومات ونشر المعارف المفيدة واكتشاف الفرص والتحديات التي تساعد في دعم اتخاذ القرارات بأدوات خاصة، مع التركيز على الشبكات الداخلية والخارجية للمؤسسة"، وكذلك هو:³ "مجموعة واسعة من التطبيقات والتكنولوجيات المطلوبة لغرض جمع وتخزين وتحليل المعلومات وتوفير السبل للوصول إلى البيانات التي تساعد العملاء على نحو أفضل في عملية اتخاذ القرارات"، وتعود نشأت فكرة الذكاء الاقتصادي إلى تاريخ ظهور التجارة وتطورت مع ظهور اقتصاد السوق نتيجة لزيادة حدة المنافسة في التجمعات التجارية الكبرى منذ القرن الخامس عشر وامتدت إلى القرن الثامن عشر، واتسمت المنافسة في بداياتها بالهجمات التجارية والتجسس الاقتصادي،⁴ كما استخدم الذكاء الاقتصادي في الحرب العالمية الثانية لمعالجة بعض المشاكل التي تواجه القادة العسكريين أثناء الحرب.⁵

¹ -Hany M. Elshamy , **Economic Intelligence: theory and applications**, International conference of Business intelligence and knowledge economy, Al-Zogtoonah university , Jordan. April, 2012, P: 153.

²-خلفاوي شمس ضيات، الذكاء الاقتصادي رهان لتسيير المؤسسات الحديثة، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد/ العاشر 10، جامعة عنابة، الجزائر، مارس، 2010، ص227.

³-نبيل مهدي الجنابي، محمد نعمة محمد الزبيدي، الذكاء الاقتصادي-المدخل الحديث للاقتصاد المعرفي، ط/1، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2018، ص33.

⁴-نفس المرجع السابق، ص35.

⁵ -Davis. Jack , " **Thekent- Debate of 1949 studies in intelligence**, 1991, P: 50.

من جهة أخرى مكنت تقنية المعلومات من تطوير أنظمة المعلومات بهدف الاطلاع على المعلومات وتبادلها ومعالجتها آليا بواسطة الحاسوب وشبكة الإنترنت، حيث فتحت مجالات واسعة أمام الدول للمضي قدما في تجسيد متطلبات **الحكومة الإلكترونية** والاعتماد على التجارة الإلكترونية مثل: استعمال وسائل الدفع الإلكتروني والنقود الإلكترونية والبنوك الإلكترونية... إلخ،¹ وكذلك فإن تبني متطلبات التجارة الإلكترونية يستدعي تأهيل وتدريب الكفاءات البشرية لاستخدام التقنيات التجارية الإلكترونية سواء بالنسبة للمستهلكين باعتبارهم الفئة التسويقية المستهدفة والتي تستدعي ضرورة أن تكون فئات رشيدة بمختلف العناصر المحيطة بها، وكذلك بالنسبة للموارد البشرية المستخدمة ضمن منظمات الأعمال، وتطوير فكر القيادات الحكومية بما يتلاءم مع مفهوم الحكومة الإلكترونية بهدف القدرة على إدارته كل حسب اختصاصه.

ثالثا-تصميم استراتيجيات التنمية الإلكترونية وتطوير البنية التحتية لشبكات الاتصال وأنظمة المعلوماتية:

انبثقت عن ثورة التقنيات الاتصالات والمعلومات مصادر جديدة للنمو وفرص جديدة لحل مشاكل التنمية منذ وقت طويل، حيث تقود تقنيات الاتصالات والمعلومات الثورة التكنولوجية التي تحتاح للاقتصاديات المعاصرة بأكملها، ومن ضمنها عمليات التجارة الإلكترونية، وتشمل تحول المؤسسات وعمليات التعلم ونظم الابتكار، ويمكن تصور التنمية الإلكترونية أو التحول الإلكتروني من حيث عناصرها الأساسية التي تكونها متمثلة في سياسة تمكينية، وبيئة مؤسسية، وبنية تحتية للمعلومات بأسعار معقولة وتنافسية، وصناعة ديناميكية ومبتكرة لتقنيات الاتصالات والمعلومات، ومحو الأمية المجتمعية لهذه التقنيات بشكل واسع، والتعليم عن بعد، وزيادة الأعمال وبرنامج استثمار متماسك لتطبيق تقنيات الاتصال والمعلوماتية في القطاعين العام والخاص، ووضع نظام تحفيزي لتشجيع المعاملات الرقمية واستخدام التقنية الحديثة.²

إن تطوير البنية التحتية لشبكات الاتصال وأنظمة المعلوماتية ينطلق من مختلف الأدوات والأجهزة التي تسمح باستقبال البيانات والمعلومات وتخزينها ومعالجتها ومن ثم استرجاعها باستخدام برمجيات متعددة الوسائط (السمعية والبصرية والنصية)، وربطها بأجهزة الاتصالات المختلفة إلى أي مكان في العالم والاطلاع عليها في

¹-يزيد بوحليط، الجرائم الإلكترونية والوقاية منها في القانون الجزائري في ضوء: الاتفاقيات العربية لمكافحة جرائم تقنية المعلومات-قانون العقوبات-قانون الإجراءات الجزائية-قوانين خاصة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2019، ص06.

²-ناجي كي حنا، التحول الإلكتروني ترسيخ استراتيجيات التنمية الحديثة، ترجمة عجلان بن محمد الشهري، مركز البحوث، معهد الإدارة العامة، المملكة العربية السعودية، 2016، ص، ص: 168، 172.

أي وقت دون حواجز أو قيود، وتمتلك هذه التكنولوجيا من الأدوات المتنوعة التي باستطاعتها فرض مجموعة من المتغيرات والتي استفاد منها كثيرا النشاط التجاري كالهاتف، الفاكس والتلكس، والحاسب الآلي.¹

رابعا-اعتماد وسائل الدفع الإلكتروني:

لاشك أن هناك علاقة وطيدة بين الأشكال المختلفة للتجارة وتنوع طرق تسوية المعاملات الناتجة عن هذه التجارة، فكل شكل من أشكال التجارة يتمثل معه شكل من أشكال التسوية والدفع، وهو ما ينطبق أيضا على التجارة الإلكترونية، ففي ظل التطور التكنولوجي الحاصل في الخدمات المصرفية الحديثة، انتشرت أنظمة الدفع الإلكتروني في كافة دول العالم، والتي جاءت نتيجة الثورة التكنولوجية في مجال المعاملات المالية العالمية، حيث تعتبر شبكة الإنترنت البيئة التي تنمو فيها المعاملات الاقتصادية والتجارية عامة ومعاملات الدفع الإلكتروني خاصة، لذا عرفت سرعة انتشار هائلة باستعمال برامج الحاسوب وتبادل البيانات بين العملاء التي ترسل عبر شبكة الإنترنت أو عبر الوسائط الإلكترونية الأخرى واستغلال مميزات الهواتف الذكية للقيام بالعمليات المصرفية. فظهور التجارة الإلكترونية وانتشارها تطلب وجود وسائل الدفع الإلكتروني، للدفع مقابل السلع والخدمات، ولهذا تعتبر بمثابة البنية الأساسية المالية لعالم الأعمال الحديث،² ويمكن تصنيفها إلى:³

1. نظام الدفع الإلكتروني المسبق: في هذا النظام يقوم العميل بدفع النقود الحقيقية مقدما ليحصل على وحدات النقد الإلكتروني من البنك بالكميات التي يريد، ويقوم بتخزينها سواء على الشريحة الإلكترونية للبطاقة الذكية أو القرص الصلب للكمبيوتر، ويشمل هذا النظام النقود الإلكترونية وكذلك البطاقات الذكية:

❖ النقود الإلكترونية: تتمثل في مجموعة من البروتوكولات والتوقيعات الرقمية التي تتيح للرسالة الإلكترونية أن تحل فعليا محل تبادل العملات التقليدية، فالنقود الرقمية هي المكافئ الإلكتروني للنقود التقليدية.

¹-بودالية بوراس، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص28.

²-يزيد بوحليط، الجرائم الإلكترونية والوقاية منها في القانون الجزائري في ضوء: الاتفاقيات العربية لمكافحة جرائم تقنية المعلومات-قانون العقوبات-قانون الإجراءات الجزائية-قوانين خاصة، مرجع سابق، ص: 168، 169.

³-ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير عبد اللات، الصيرفة الإلكترونية-الأدوات والتطبيقات ومعيقات التوسع، ط/1، دار وائل للنشر، عمان، المملكة الأردنية الهاشمية، 2008، ص: 46، 148.

❖ **البطاقات الذكية:** هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية بحجم بطاقة الائتمان، يثبت عليها شريط

مagnet عليه رقم أو كود يحمل شريحة رقيقة إلكترونية مزودة بذاكرة مصاحبة، حيث تكون

قادرة أن تخزن وتسترجع وتعالج جميع البيانات الشخصية لحاملها.

2. نظام الدفع الإلكتروني الفوري: يعني تسديد قيمة المشتريات لحظة انجاز الصفقة دون أي تأجيل

لتسوية المدفوعات.

3. نظام الدفع الإلكتروني المؤجل: بخلاف النظام السابق يتم في هذا النظام الشراء الفوري والدفع

لأجل، بمعنى عند اقتناء السلعة أو الخدمة لا يسدد المستهلك ثمنها في الحين بل يحصل عليها

والدفع لأجل، ويتم بعد تدخل من طرف البنك ويتضمن التعامل بنظام الدفع المؤجل على كل من

البطاقة الائتمانية والشيك الإلكتروني.¹

4. النظام البنكي الحديث للدفع: تماشيا مع التقدم التقني المذهل طورت الكثير من المصارف التقليدية

والإلكترونية باقة متنوعة من الخدمات المعاصرة التي يمكن تلخيصها في الهاتف المصرفي، آلت

الصرف الذاتي، البنوك المنزلية، الأنترنت المصرفي، أوامر الدفع المصرفية، وكذلك خدمات المقاصة

الإلكترونية.

خامسا- تعزيز البيئة التشريعية والتنظيمية لإقامة اقتصاد رقمي:

إن تبني متطلبات التجارة الإلكترونية يستدعي بالضرورة توفير وتعزيز البيئة التشريعية والتنظيمية لإقامة اقتصاد

رقمي، حيث أن التطور المذهل الحاصل في مجال الحوسبة وتقنيات الاتصال، وتزايد استغلال التكنولوجيا

الرقمية في مختلف الأنشطة وفي شتى المجالات، يقود إلى ظهور انحرافات أو ما يمكن تسميتها بالجرائم

الإلكترونية، والتي ترتكب سواء كان الحاسوب هدفا أو وسيلة لها، أو الجرائم التي ترتكب بواسطة شبكة

الأنترنت، أو تلك التي ترتكب باستعمال شبكات الاتصال، وهو ما يدعو إلى حماية هذا الفضاء السبراني

ومستعمله، من خلال إصدار جملة من النصوص التشريعية والتنظيمية والقانونية، سواء ما تعلق بالقانون العام

أو بموجب نصوص خاصة، أو ما تعلق بالمصادقة على الاتفاقيات الإقليمية والدولية، وكل ذلك ضمن منظومة

قانونية فعالة ومتكاملة لمكافحة هذا النوع من الجرائم.²

سادسا- نظام لتأمين المعاملات التجارية الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكتروني:

¹- A.Vob, " dictionnaire de l'informatique de l'internet", Aubin imprimeur, France, 2001, p33

²- يزيد بوحليط، الجرائم الإلكترونية والوقاية منها في القانون الجزائري، مرجع سبق ذكره، ص، ص: 99، 100.

إن توفير نظام لتأمين المعاملات التجارية الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكتروني من شأنه أن يفتح المجال للتحوط من المخاطر المتأتية من هذا الفضاء السيبراني وإدارتها بفعالية مرجوة، حيث تتميز التجارة الإلكترونية بانعقادها عن بعد دون لقاء مباشر بين طرفي العلاقة التجارية أو بين المتعاقدين، وهو ما يؤدي الى وجود بعض المخاطر الضمنية المعرّقة لهذا النوع من التجارة والمتعلقة بأمن وسرية المعلومات التي يتم تبادلها، لذلك كان لزاما اللجوء لاتخاذ مجموعة من التدابير أو المعايير أو الوسائل الكفيلة بضمان الانتقال الآمن للمعلومات الإلكترونية ومن بينها نذكر:¹

1. التشفير: عبارة عن عملية دمج المعلومات في شفرة سرية غير مفهومة ثم فك هذه الشفرة بعد وصولها الآمن إلى وحدة خدمة الويب، بمعنى آخر هو استبدال مستند أو رسالة باستخدام برنامج معين حتى لا يمكن الاطلاع على محتواها أو تعديلها أو تغييرها الا من طرف مستقبلها.
2. التوقيع الإلكتروني: هو عبارة عن:² "معلومات في شكل إلكتروني متعلقة بمعلومات إلكترونية أخرى ومرتبطة بها ارتباطاً وثيقاً ويستخدم أداة للتوثيق".
3. الشهادات الرقمية: هي عبارة عن شهادة إلكترونية صادرة عن كيان مستقل معترف به دولياً، حيث تثبت فيها بأن صاحب الرسالة أو المعاملة الإلكترونية هو الشخص ذاته المحدد بهذه الرسالة، وبهذا تساعد الشهادة الإلكترونية صاحبها على تحقيق شخصيته الإلكترونية وإثبات صحة كافة معلوماته وضمان صدق العملية المطلوبة، وهو ما يؤدي إلى ضمان أمن المعاملات التجارية والفردية، وبالتالي تطور وانتشار التجارة الإلكترونية.
4. نظام المعاملات الإلكترونية الآمنة: هو عبارة عن بروتوكول طورته مجموعة كبيرة من الشركات العالمية للائتمان، ووظيفته الأساسية هي توفير الأمان لمدفوعات البطاقات المصرفية الائتمانية أثناء عبورها الأترنت بين حاملي البطاقات والتجار والبنوك، ويسعى هذا البروتوكول الى تحقيق مجموعة من الأهداف تتمثل في: تأمين سرية المعلومات الخاصة بالدفع من خلال تقنية التشفير، وأن تكون المعلومات المحولة تكون كاملة و غير قابلة لأي تغيير أو نقصان بفضل استخدام التوقيع الإلكتروني،

¹-عفاف خوليد، فعالية الإعلان في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لدى المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، مجلة الباحث، العدد/07، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2010، ص12.

²-سعيد السيد قنديل، التوقيع الإلكتروني، ماهيته صورته حججه في الإثبات، ط/2، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر، 2006، ص60.

وتحديد هوية صاحب البطاقة و التاجر ،فالشهادات الالكترونية تضمني الكثير من الشرعية و الموثوقية على الطرفين و تدل أن البنك قد تحقق من شخصيتهما.

المحور الثالث: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر-الفرص والتحديات.

عرفت الجزائر منذ نهاية الثمانينيات العديد من البرامج المقترحة لإصلاح منظومتها الاقتصادية والمالية بشكل عام، تماشيا مع التغيرات التي مست هيكل النظام الاقتصادي والمالي والتجاري العالمي، ومن ضمن هذه البرامج نذكر برنامج التحول الهيكلي من الاقتصاد الموجه إلى الاقتصاد المتحرر أو اقتصاد السوق، وهو البرنامج الذي مكن من إحداث تنوع في الأنشطة الاقتصادية وتوسيع مجال المنافسة في بيئة أعمال تختلف عن سابقتها، وكان له انعكاس بشكل كبير على القطاع التجاري الذي عرف انسحاب تدريجي لمساهمة الدولة في التجارة الداخلية والخارجية وفتح المجال أمام الخواص، بالإضافة إلى فتح المجال لمحاكاة التطور التقني والهيكلية لممارسة التجارة في الجزائر مقارنة مع التطور الحاصل على المستوى العالمي، وهو ما أدى إلى بروز تدريجي للتجارة الإلكترونية مع توسع استعمال الأنترنت في الجزائر بعد إسناد مهمة إنشاء شبكة وطنية وربطها بالشبكات الدولية سنة 1993 لمركز البحث والإعلام العلمي و التقني التابع لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي، وتطور استخدام الشبكة المعلوماتية في الجزائر من حوالي 100 شخص سنة 1994 إلى أكثر من 32.09 مليون شخص في سنة 2023 حسب آخر تقرير سنوي لوكالة الاستشارات الدولية "داتا ريبورتال"¹.

أولاً-واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر:

يعد التطور التقني في المجال الرقمي وتعزيز استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (TIC) في الوسط الاجتماعي، وانتشار شبكات المعلوماتية، من بين أهم شروط ومتطلبات إرساء التجارة الإلكترونية، وفي هذا الإطار تشهد الجزائر تطور ونمو ملحوظ في البنية التحتية للقطاع الرقمي، خصوصا بعد أن تقرر ربط السكنات في مجموعة من الولايات النموذجية بالألياف البصرية التي تعد مصدرا هام لسرعة التدفق العالي في الأنترنت في انتظار قرار تعميمها على باقي الولايات الجزائرية الـ58، ولو أن الأمر يعتبر متأخرا نوعا ما مع ما شهده العالم في هذا المجال، إلا أن تجسيده يعتبر دافع هام لتطوير التجارة الإلكترونية في السوق الجزائرية، ولعل من المؤشرات ذات الدلالة الكبيرة على مستوى تقدم الجزائر في استخدام الأنترنت وتطبيقاتها في المجال التجاري يعود إلى ارتفاع عدد مستخدمي شبكة الأنترنت ، بالإضافة إلى مدى تطور مواقع الأنترنت الجزائرية، والجدول التالي يتضمن تعداد لمستعملي شبكة الأنترنت في الجزائر خلال السنوات الأربع (4) الأخيرة:

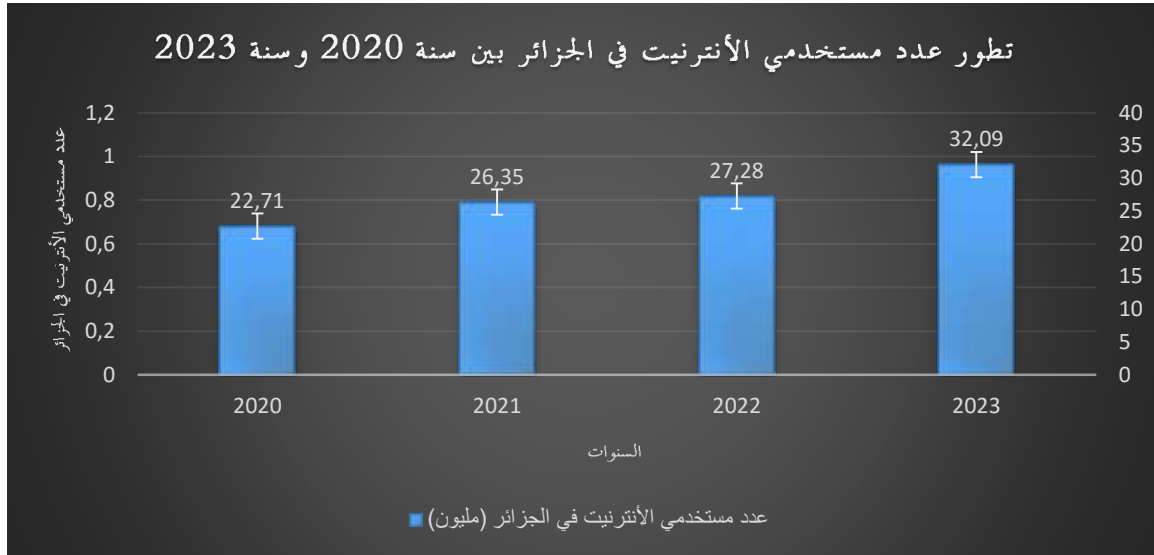
¹-<http://www.Datareportal.com/reports/digital-2023-algeria>

2023	2022	2021	2020	السنوات
32.09	27.28	26.35	22.71	عدد مستخدمي الإنترنت في الجزائر (مليون)

جدول يوضح تطور عدد مستخدمي الإنترنت في الجزائر من سنة 2020 إلى غاية سنة 2023، المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على معطيات التقارير السنوية لوكالة الاستشارات الدولية datareportal على الموقع:

<http://www.Datareportal.com/reports/digital2020-2023-algeria>

ويمكن التعبير عن تطور تعداد مستخدمي الإنترنت في الجزائر خلال السنوات الأربع الأخيرة من خلال الشكل البياني التالي:



كما تتضمن معطيات سنة 2023 على موقع "التقرير السنوي لوكالة الاستشارات الدولية داتا ريبورتال"¹ معدل انتشار الانترنت في الجزائر بنسبة 70,9% من مجموع عدد السكان، وعدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر يقدر بـ 23,95 مليون مستخدم، أي بنسبة تقدر بـ 52,9% من إجمالي عدد السكان، فيما تستحوذ شبكة اليوتيوب على أكبر عدد من المستخدمين بما يعادل 22 مليون مستخدم، متبوعة بشبكة الفايسبوك بـ 20 مليون، والانسagram بـ 8 مليون مستخدم، كما يتبين لنا من خلال معطيات الجدول السابق أن عدد مستخدمي الإنترنت في الجزائر يعرف ارتفاع مستمر بشكل تسارعي، فبعد أن كان عدد مستخدمي الشبكة المعلوماتية لا يتعدى 22.72 مليون شخص سنة 2020، بلغ سنة 2021 حوالي 26.35 مليون شخص، و 27.28 مليون في سنة 2022، ليصل إلى حوالي 32.09 مليون شخص في السنة الحالية

¹-<http://www.Datareportal.com/reports/digital-2023-algeria>

2023، وهو ما يجعل الجزائر بيئة مناسبة للتسويق الإلكتروني وتعزيز التجارة الرقمية، خصوصا بعد انتشار شبكات الألياف البصرية وانتشار الهواتف الذكية وغيرها من الأدوات والوسائل التقنية، وهذا ما كان دافع لبروز العديد من المواقع التي تروج للتجارة الإلكترونية في الجزائر، والتي تبقى في حاجة لنشر الاحصائيات المتعلقة بها والتعريف بحجم نمو أصولها المالية من طرف الوزارة الوصية، حيث تبرز مؤشرات وملامح التجارة الإلكترونية في الجزائر بشكل جلي، بعيدا عن المعطيات الرسمية، ويظهر ذلك في انتشار المواقع التجارية ومن بينها:¹

❖ <http://www.Ouedkniss.com> تأسس سنة 2006، ويمثل وسيط تجاري بين أصحاب

الإعلانات الصغيرة الراغبين في بيع أو شراء ومبادلة مختلف المنتجات

❖ <http://www.Echerily.com> _ تأسس بتاريخ 2012/07/05، متخصص في بيع

المنتجات الغذائية ومواد التنظيف ومستلزمات التجميل بمختلف الماركات.

❖ <http://www.Nechrifinet.com> الذي تأسس في شهر فيفري 2010، يسوق مجموعة

من المنتجات المتنوعة كالكتب، معدات الإعلام الآلي، معدات الطبخ والمنزل، وألعاب الأطفال، والألعاب الرياضية والترفيهية، ومستلزمات التجميل.

❖ تضاف إلى باقات أخرى من المواقع التجارية التي أضحت تمارس بشكل كبير في شبكات الأنترنت وعبر فضاءات التواصل الاجتماعي، ويتفاعل معها عدد كبير من المتعاملين.

ثانيا-الفرص المتاحة عبر التجارة الإلكترونية في الجزائر:

تتضمن السوق الجزائرية المفتوحة على التجارة الإلكترونية العديد من الفرص المتاحة والتي يمكن استغلالها في المجال التسويقي، حيث تعد هذه السوق سوقا فتية يزيد فيها حجم الطلب نتيجة لاستقطابها مزيجا تسويقيا متنوعا، وهو ما يفتح المجال بشكل واسع أمام الكثير من منشآت الأعمال المهتمة بالتجارة الإلكترونية سواء الناشئة على المستوى الداخلي أو تلك القادمة من الأسواق الخارجية والتي تمثل بالخصوص كبريات العلامات التجارية العالمية، وذلك بهدف البحث عن الموقع الاستراتيجي في هذه السوق وتحقيق الميزة التنافسية فيها، خصوصا بعد أن أولت الدولة الجزائرية اهتماما بالغا بتطبيق الحكومة الإلكترونية، ومن أجل ذلك تم إعداد مخطط متعدد القطاعات، عرف باستراتيجية الجزائر الإلكترونية سنة 2013، بغرض تحديد الأهداف المرجوة وضبط الأعمال الواجب تنفيذها، وذلك بعد انطلاق المشروع سنة 2008، وارتكر هذا المشروع على ثلاثة

¹-بودالية بوراس، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص27.

عشرا (13) محورا رئيسيا، وتم إعداد تقييم للوضع بالنسبة لكل محور مع تحديد أهدافه الرئيسية، ووضع لائحة للعمليات اللازمة لتجسيد هذه الأهداف، وتتمثل محاور استراتيجية الجزائر الإلكترونية فيما يلي:¹

- ❖ المحور الأول: تسريع استخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال في الإدارة العمومية،
- ❖ المحور الثاني: تسريع استعمال تكنولوجيات الإعلام والاتصال في الشركات،
- ❖ المحور الثالث: تطوير آليات وإجراءات تحفيزية تمكن المواطنين من الاستفادة من تجهيزات وشبكات تكنولوجيا الإعلام والاتصال،
- ❖ المحور الرابع: دفع تطوير الاقتصاد الرقمي،
- ❖ المحور الخامس: تعزيز البنية الأساسية للاتصالات ذات التدفق السريع والفائق السرعة تكون مؤمنة وذات خدمات عالية الجودة،
- ❖ المحور السادس: تطوير الكفاءات البشرية،
- ❖ المحور السابع: تدعيم البحث، التطوير والابتكار،
- ❖ المحور الثامن: ضبط مستوى الإطار القانوني الوطني،
- ❖ المحور التاسع: الإعلام والاتصال،
- ❖ المحور العاشر: تامين التعاون الدولي،
- ❖ المحور الحادي عشر: آليات التقييم والمتابعة،
- ❖ المحور الثاني عشر: إجراءات تنظيمية،
- ❖ المحور الثالث عشر: الموارد المالية.

ونتيجة لذلك تم وضع نصوص تشريعية تنظم نشاط التجارة الإلكترونية، وتطوير نظام الدفع الإلكتروني الذي يعد مطلب هام في تعزيز هذا المجال التجاري المستحدث، وهو ما كان من خلال إصدار القانون رقم 18-05 المتعلق بتنظيم التجارة الإلكترونية في الجزائر وتأطير استخدام نظام الدفع الإلكتروني ومختلف الوسائل المرتبطة به بصدد تسهيل التعاملات المالية، وتوفير الحماية الجزئية والفنية من الحالات التي يتم إساءة استخدام هذه الأدوات، كما حمل مشروع تعديل قانون القرض والنقد الجديد، والذي يلغي الأمر رقم 03-11 المؤرخ في 26 أوت 2003م المتعلق بالنقد والقرض، والذي تم عرضه يوم الخميس 06 أبريل 2023م الموافق لـ 16 رمضان 1444 هـ من طرف وزير المالية "إبراهيم جمال كسالي" للمصادقة عليه أمام لجنة المالية والميزانية بالمجلس الشعبي الوطني، تعديلات هامة تتضمن انعكاسات التطورات التكنولوجية والرقمية على

¹-الموقع الرسمي لوزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال: <http://www.mptic.dz/ar>

القطاع المصرفي الذي يعد محرك نشاط التجارة الإلكترونية، حيث تأخذ المادة الثانية (02) من المشروع إدخال العملة الرقمية للبنك المركزي التي يطورها بنك الجزائر ويصدرها ويسيرها ويراقبها، وتسمى "الدينار الرقمي الجزائري"، والذي سيشكل في نهاية المطاف دعما للشكل المادي للعملة النقدية، وتطرق المادة (37) إلى إرساء وتأطير الطابع اللامادي في التبادلات مع البنوك والمؤسسات المالية ومقدمي خدمات الدفع، وتوسيع مهمة بنك الجزائر في مجال الأمن ومراقبة أنظمة الدفع لتشمل نظم المقاصة والتسوية وتسليم الأدوات المالية وذلك في نص المادة (57)، كما تطرقت المادة (63) من المشروع إلى إنشاء بنوك رقمية وهيئات تسمى "مقدمو خدمات الدفع (Psp)"، والتي يمكن تأسيسها على شكل شركة أسهم أو شركة أسهم مبسطة أو شركة ذات المسؤولية المحدودة حسب محتوى المادة (90)، كل ذلك يخضع لتقوية آليات المتابعة و المراقبة، لاسيما من خلال إنشاء لجان جديدة كلجنة الاستقرار المالي حسب المادة (156)، المكلفة بالمراقبة الاحترازية الكلية و إدارة الأزمات، واللجان الوطنية للدفع والتي تتمثل مهمتها الأساسية وفق المادة (162) في إعداد مشروع الاستراتيجية الوطنية لتطوير وسائل الدفع الكتانية، بهدف تعزيز التعاملات المصرفية وتقوية الشمول المالي.

ثالثا-تحديات التجارة الإلكترونية في الجزائر:

تعد المخاطر المتأتية من تطبيق التجارة الإلكترونية أهم تحدي يواجه المتعاملون في هذا المجال على مستوى الجزائر، حيث تنبع مخاطر التجارة الإلكترونية وبشكل رئيس من مخاطر شبكة الإنترنت عموما، وهي مخاطر كثيرة ومتعددة، وليس من السهل حصرها، إذ أن تقنيات التجارة الإلكترونية متطورة وسريعة وكل تطور ينتج عنه مخاطر جديدة، فبالإضافة إلى إمكانية تعرض بطاقات الائتمان للسرقة والضياع الذي ينتج عنه الاستعمال الاحتيالي، يكمن الخطر الرئيس في التجارة الإلكترونية في إمكانية اختراق قراصنة المعلوماتية للأنظمة المعلوماتية للشركات ووسائل الدفع الإلكتروني، وذلك باستعمال البرمجيات الخبيثة، قصد الحصول على المعلومات الخاصة لكل من المستهلك والشركات حيث تتسبب عمليات الاختراق هذه في حدوث أضرار كبيرة على الشركات أكثر منه على المستهلك، إذ أن تعويض خسارة المشتري ممكنة، في حين تتكبد الشركة الخسائر بفقدانها الإيرادات والتي يصعب تعويضها أو حتى تعقب المتلاعبين بأنظمتهم المحاسبية، وذلك نظرا لتعقيدات العمليات الكثيرة في التجارة الإلكترونية، لذا لابد من تأمين هذه البيئة الإلكترونية التي يجري فيها النشاط التجاري بما يخدم الثقة والائتمان بين أطرافه،¹ بالإضافة إلى ذلك تظهر عقبات التجارة

¹ - يزيد بوحليط، الجرائم الإلكترونية والوقاية منها في القانون الجزائري في ضوء: الاتفاقيات العربية لمكافحة جرائم تقنية المعلومات-قانون العقوبات-قانون الإجراءات الجزائية-قوانين خاصة، مرجع سابق، ص168.

الإلكترونية في الجزائر من خلال مجموعة من المعوقات التي تمنعها من التطور والانتشار والارتقاء إلى المستوى العالمي، وتتمثل هذه العقبات في:¹

1. المعوقات التقنية والفنية: وتتمثل في العوائق ذات الصلة بالمجال التقني والتكنولوجي، نتيجة لضعف البنى التحتية والتكنولوجية، والتي تعد مطلباً هاماً في نجاح التجارة الإلكترونية وانتشار استخدام الأنترنت، حيث يتبين من خلال الإحصائيات المتوفرة أن الجزائر ورغم الجهود المبذولة في تعزيز البيئة الرقمية إلا أنها تبقى تعاني من هشاشة وضعف مقارنة مع المستويات القياسية التي بلغتها بعض الدول عبر العالم،² كما أن من أسباب التأخر أيضاً يكمن في عدم تعميم الخدمات الهاتفية السلكية واللاسلكية، التي تؤثر بشكل مباشر على الإقبال على الأنترنت، فلا يمكن بأي شكل من الأشكال التوسع في استخدام الأنترنت دون توفر الخدمات الهاتفية الكافية، لكون الأنترنت هو ارتباط واتحاد بين جهاز الكمبيوتر والهاتف، أما بالنسبة للهواتف الجواله فإنها تعتبر من أكثر التكنولوجيات انتشاراً في الجزائر، وقد شهدت هذه الأخيرة تحسناً ونمواً كبيراً خلال السنوات القليلة الماضية مقارنة بنظيرتها الثابتة.³

2. المعوقات التجارية: لقد كان لانتشار استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (TIC) تأثير على تصرف المؤسسات بالطرق الإلكترونية الحديثة لإجراء التبادلات والأعمال والأنشطة التجارية، بغية مساعدتها على إثبات وجودها بقوة على الساحة التجارية، غير أن أغلبية المؤسسات والمشروعات الجزائرية كانت استجابتها محدود في هذا المجال رغم الامتيازات العديدة، وذلك راجع بالأساس إلى محدودية الدعم الحكومي المشجع للتجارة الإلكترونية عدم توفر شركات الوساطة التي تقوم بدور نقل وتوصيل البضائع المبيعة إلكترونياً ارتفاع تكاليف نقل الملكية الفكرية مما يضيف أعباء ثقيلة على فاتورة التقنية المعلوماتية، عدم توفر عدد كبير من الباعة والمشتريين الإلكترونيين، وعدم توفر الإمكانيات لدى المؤسسات الجزائرية لممارسة التجارة الإلكترونية عموماً،⁴ بالإضافة إلى محدودية إمكانيات منشآت الأعمال الجزائرية، ويرجع ذلك إلى عدة أسباب من بينها صعوبة الوصول إلى قاعدة تمويل كبيرة لبدء مشاريع التجارة الإلكترونية، فلا تستطيع أغلبية المنشآت الحصول على تمويل

¹-مزهود نور الدين، مقدم ياسين، واقع عقود التجارة الإلكترونية في الجزائر، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، مج7، ع2، جامعة المسيلة، 2022، ص، ص: 33، 35.

²-نفس المرجع السابق، ص34.

³- www.itu.int/ITU-D/icteye/Reporting/showReport

⁴-مزهود نور الدين، مقدم ياسين، واقع عقود التجارة الإلكترونية في الجزائر، مرجع سابق، ص35.

كافي لتغطية نفقات وتكاليف توطين تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وإنشاء منصة للتجارة الإلكترونية على الانترنت تواكب التطورات التي تحدث بخطى متسارعة في هذا الميدان.¹

3. المعوقات الاجتماعية والثقافية: تتعلق المعوقات الاجتماعية والثقافية للتجارة الإلكترونية بخصائص المجتمع الجزائري، والذي لا يزال ينتظره الكثير حتى يتمكن من الانضمام إلى مجتمع المعلومات، ويمكن حصر أهم المعوقات الاجتماعية والثقافية في: انتشار الأمية، مشكل تعلم اللغات، ضعف الوعي...الخ.

خاتمة:

تمثل التجارة الإلكترونية في عصرنا هذا أحد التحديات الجديدة والتي تستوجب على الجزائر كغيرها من الدول مسايرة مستوى التقدم الذي تشهده، وذلك لحماية مصالحها التجارية في البيئة الرقمية، وضمان القدرة على المنافسة المفروضة عليها في هذا المجال الواسع، خصوصا مع ارتفاع رقم الأعمال الناجم عن هذه النشاط على المستوى العالمي، وذلك انطلاقا من تعزيز استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (TIC) في مختلف الأوساط، وتيسير نشر شبكات المعلوماتية عالية التدفق، وكذلك استصدار النصوص التشريعية التي تنظم نشاط التجارة الإلكترونية، وتطوير نظام الدفع الإلكتروني الذي يعد مطلب هام في تعزيز هذا المجال التجاري المستحدث، وهو ما عملت عليه الدولة الجزائرية من خلال إصدار القانون رقم 18-05 المتعلق بتنظيم التجارة الإلكترونية في الجزائر وتأطير استخدام نظام الدفع الإلكتروني ومختلف الوسائل المرتبطة به بصد تسهيل التعاملات المالية، وتوفير الحماية الجزئية والفنية من الحالات التي يتم إساءة استخدام هذه الأدوات، وكذلك في نص التعديل القانوني لمحتوى قانون القرض والنقد، والذي يلغي الأمر رقم 03-11 المؤرخ في 26 أوت 2003م المتعلق بالنقد والقرض، ومن بين نتائج هذه المداخلة نذكر:

❖ تعد التجارة الإلكترونية كمنهج حديث للأعمال يعتمد على تكنولوجيا الإعلام والاتصال خاصة الانترنت، وذلك لإنجاز كافة العمليات المتصلة بعقد الصفقات بين أطراف متعددة سواء كانوا مؤسسات أو هيئات حكومية أو أفراد، حيث تتحدد تصنيفات هذه التجارة بناء على العلاقة بين هؤلاء الأطراف.

¹ - نفس المرجع السابق، ص35.

- ❖ لقد أحدثت التطورات التكنولوجية في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (TIC) طفرة كبيرة في كل المجالات، تحول معها الاقتصاد من الشكل التقليدي إلى الشكل الرقمي يتضمن عنصر الذكاء الاقتصادي، يتميز بالسرعة والآنية، ويعتمد على المعلومات كأهم عنصر من عناصر الإنتاج.
 - ❖ رغم تعدد وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، إلا أن شبكة الانترنت برزت كركيزة أساسية للتجارة الإلكترونية، فقد ساعدت خدمات هذه الشبكة التعاملات التجارية على الامتداد الإقليمي إلى مختلف القارات ولأكبر عدد من العملاء في أقصر وقت ممكن وبأقل تكلفة.
 - ❖ تمثل التجارة الإلكترونية عقدا يتعلق بالتنظيم التجاري عبر الوسائط التقنية والإلكترونية، وهو عقد متعلق بالسلع والخدمات التي ينظمها المورد، والذي يتم باستخدام واحدة أو أكثر من وسائل الاتصال الإلكترونية.
 - ❖ إن انتشار التجارة الإلكترونية في الجزائر يتطلب العديد من المقومات والتحديات الكفيلة بإقامة البيئة المناسبة لانطلاق هذه التجارة.
 - ❖ تعاني الجزائر من تدني كبير في نسب استخدام التجارة الإلكترونية، وتغيبا شبه كامل لهذه التعاملات التجارية، ويعود سبب هذا التعثر إلى جملة من المعوقات التي تشكل مكبحا أما انتشار هذا النوع المستحدث من العمليات التجارية.
- أما عن التوصيات المقترحة فنذكرها فيما يلي:
- ❖ نوصي في ختام هذه المداخلة بضرورة دعم الاستعداد الإلكتروني لكافة فئات المجتمع وتشجيعهم على التحول إلى هذا المجال مع الأخذ بالاعتبار لمجموع المخاطر المحيطة بالتعاقد الإلكتروني.
 - ❖ كما نوصي في ختام هذه المداخلة بضرورة ضمان بنية تحتية قوية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (TIC) يساهم بشكل كبير في ضمان التحول التجاري من الشكل التقليدي إلى النموذج المستحدث.
 - ❖ ضرورة متابعة دعم وتطوير مشروع الحكومة الإلكترونية التي توفر الخدمات للمواطنين والشركات، وتشجيع النظام المالي والمصرفي على لعب دور أساس وميسر ومسهل للتجارة الإلكترونية من خلال تطوير وسائل الدفع الإلكتروني تماشيا مع المستوى المسجل على المستوى العالمي.
 - ❖ ضرورة نشر الثقافة الإلكترونية من خلال تنظيم ملتقيات تحسيسية وندوات وأيام دراسية حول التجارة الإلكترونية، وأهمية توظيف الانترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الوجه الأمثل لخدمة الاقتصاد الوطني، وذلك بالتعاون مع شركات تقنية المعلومات والهيكل الوطنية والأجنبية.

- ❖ ضرورة إعطاء الأولوية لقطاع البحث والتطوير وإزالة الانفصال القائم بين قطاعي الصناعة والبحث العلمي، وذلك من خلال إنشاء مراكز وهيئات متخصصة في هذا المجال، ومنحها الفرصة لإبراز مجهوداتها ونتائج أبحاثها واستخدامها في استحداث مختلف الابتكارات المساعدة على تطبيق التجارة الإلكترونية.
- ❖ ضرورة دعم وفتح مجال الاستثمار في تكنولوجيا الإعلام والاتصال للقطاع الخاص المحلي، وجذب رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار في إقامة صناعات داعمة للبنى التحتية اللازمة لتطبيق التجارة الإلكترونية.

قائمة المصادر والمراجع:

قائمة الكتب:

1. إبراهيم العيسوي، التجارة الإلكترونية، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، جمهورية مصر العربية، 2003.
2. بودالية بوراس، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، مقال منشور في مجلة البصائر للدراسات القانونية والاقتصادية، جامعة بلحاج بوشعيب عين تيموشنت، 2021.
3. سعيد السيد قنديل، التوقيع الإلكتروني، ماهيته صوره حجته في الإثبات، ط/2، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، جمهورية مصر العربية، 2006.
4. عبد الفتاح بيومي حجازي، نظام التجارة الإلكترونية وحمايتها مدنيا، ط/1، دار الفكر الجامعي، د. م، 2002.
5. عبد الله سلطان محمود الجوّاري، عقود التجارة الإلكترونية والقانون الواجب التطبيق، دراسة قانونية، مقارنة، ط/1، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2010.
6. عصام عبد الفتاح مطر، التجارة الإلكترونية في التشريعات العربية والأجنبية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2015.
7. علي كحلون، الجوانب القانونية لقنوات الاتصال الحديثة والتجارة الإلكترونية، دار اسهامات في أدبيات المؤسسة، تونس، 2002.
8. عماد الدين توكل فادي محمد، عقد التجارة الإلكترونية، ط/1، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2010.
9. ناجي كي حنا، التحول الإلكتروني ترسيخ استراتيجيات التنمية الحديثة، ترجمة عجلان بن محمد الشهري، مركز البحوث، معهد الإدارة العامة، المملكة العربية السعودية، 2016.

10. ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير عبد اللات، الصيرفة الإلكترونية-الأدوات والتطبيقات ومعيقات التوسع، ط/1، دار وائل للنشر، عمان، المملكة الأردنية الهاشمية، 2008.
11. نبيل مهدي الجنابي، محمد نعمة محمد الزبيدي، الذكاء الاقتصادي-المدخل الحديث للاقتصاد المعرفي، ط/1، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2018.
12. نضال إسماعيل برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، ط/1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، المملكة الأردنية الهاشمية، 2005.
13. يزيد بوحليط، الجرائم الإلكترونية والوقاية منها في القانون الجزائري في ضوء: الاتفاقيات العربية لمكافحة جرائم تقنية المعلومات-قانون العقوبات-قانون الإجراءات الجزائية-قوانين خاصة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2019.

ثانيا-المقالات العلمية المحكمة:

1. خلفلاوي شمس ضيات، الذكاء الاقتصادي رهان لتسيير المؤسسات الحديثة، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد/ العاشر 10، جامعة عنابة، الجزائر، مارس، 2010.
2. سعاد بومايلة، فارس بوباكور، أثر التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية، مجلة الاقتصاد والمانجمنت، العدد 03، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، مارس 2004.
3. قاسم النعيمي، التجارة الإلكترونية بين الواقع والحقيقة، على الموقع الإلكتروني.
4. مزهود نور الدين، مقدم ياسين، واقع عقود التجارة الإلكترونية في الجزائر، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، مج7، ع2، جامعة المسيلة، 2022.
5. مشتى أمال، التجارة الإلكترونية في الجزائر، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، العدد/13، جامعة سعد دحلب، البليدة 2، الجزائر، 2018.

ثالثا-المداخلات في المؤتمرات والندوات العلمية:

1. جللول بن عناية، حواسني يمينه، مفاهيم أساسية حول الإنترنت والتجارة الإلكترونية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرة نظام الدفع في البنوك الجزائرية واشكاله اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر-عرض تجارب دولية، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي: 27- 26 أفريل 2011.
2. عبد الستار أبو غدة، النقود الرقمية-الرؤية الشرعية والآثار الاقتصادية، مقال منشور ضمن بحوث مؤتمر الدوحة الرابع للمالية الإسلامية تحت عنوان المستجدات المالية المعاصرة والبناء المعرفي، سلسلة إصدارات بيت المشورة للاستشارات المالية رقم 04، الدوحة، قطر، 09 يناير 2018م.

3. الماحي حسين، نظرات قانونية في التجارة الإلكترونية، بحث مقدم بالمؤتمر العلمي الأول حول: الجوانب القانونية والأمنية للعمليات الإلكترونية، أكاديمية شرطة دبي، ج/3، الإمارات العربية، 2003.

رابعاً-مراجع أجنبية:

1. Alain Bensoussan, Internet, aspects juridique, édition, HERMES, Paris, France, 2^{ème} édition, 1998.
2. Davis. Jack, " **Thekent- Debate of 1949 studies in intelligence**, 1991.
3. Hany M. Elshamy , **Economic Intelligence: theory and applications**, International conference of Business intelligence and knowledge economy, Al-Zogtoonah university, Jordan. April, 2012.
4. Kenneth, Carol, Laudon & Carol Guericio Traver, (2001). E-commerce, by Eyewire. USA. 2001.

خامساً-المواقع الإلكترونية:

1. <http://www.Datareportal.com/reports/digital-2023-algeria>
2. <http://www.mptic.dz/ar>
3. <https://www.fmalaa.wordpress.com/2012/11/01/cm>
4. www.itu.int/ITU-D/icteye/Reporting/showReport