

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

République Algérienne Démocratique et Populaire

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

Université Mohamed KHIDHER -Biskra
Faculté des Sciences Economiques,
Commerciales et des Sciences de Gestion
Département des Sciences Commercial .



جامعة محمد خيضر - بسكرة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم العلوم التجارية

الموضوع

دور النقود الالكترونية في تطوير التجارة الالكترونية دراسة حالة الدول العربية

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية
تخصص: مالية و تجارة دولية

الأستاذ المشرف:

رايس حدة

إعداد الطالب(ة):

سعودي زبير

لجنة المناقشة

الرقم	أعضاء اللجنة	الرتبة	الصّفة	مؤسسة الانتماء
1	قط سليم	استاذ	رئيسا	جامعة بسكرة
2	رايس حدة	استاذ	مشرقا	جامعة بسكرة
3	عمران كريمة	استاذ محاضر أ	ممتحنا	جامعة بسكرة

السنة الجامعية: 2023/2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إهداء

الحمد لله وحده، والصلاة والسلام على من لا نبي

بعده أما بعد:

أهدي ثمرة جهدي وعملي إلى والدي رحمة الله عليه و إلى

الوالدة حفظها الله ورعاها

وإلى زوجتي الحبيبة التي كان لي سنداً قوياً في هذا

الإجاز.

وإلى إبنتي وقرّة عيني : أميرة.

وإلى أولادي : المعتصم بالله، وسيف الاسلام، وتاج الدين

وإلى اخوتي واخواتي كل باسمه

والى كل من وقف معي ودعمني من قريب أو بعيد

لتحقيق هذا النجاح.



شكر و تقدير

اشكر الله عز وجل على توفيقه لي في هذا النجاح
أتقدم بجزيل الشكر وخالص الامتنان إلى الأستاذة

الدكتور :رايس حدة

على قبولها الإشراف على هذه الرسالة، وعلى كل ما
قدمه لي من عون ونصائح وإرشادات قيمة التي على
ضئها سرت في إتمام هذا العمل.



المقدمة

ظهرت في العقود الأخيرة من القرن العشرين العديد من التغيرات والتحولات التي أفرزتها معطيات التطور التكنولوجي، فتسارع وتيرة نمو الابتكارات والتقنيات التكنولوجية ساهم في نقل المجتمعات عبر الزمن إلى عصر المعلومات، و أدى إلى ميلاد وبروز العديد من التطبيقات و الأنشطة الحديثة والتي تعتبر المعرفة أهم عامل من عوامل نجاحها .

إن امتلاك الثروة التكنولوجية للعديد من عناصر القوة مكنها من إحداث تعديلات جذرية في مناهج و أنماط العمل في كل الميادين ، لا سيما المجال التجاري الذي يعد من أكثر القطاعات استجابة للتقدم و الابتكار التكنولوجي و من أكثرها استخداما للتقنيات الحديثة المتطورة، فقد شكلت هذه التكنولوجيا محور تحول تجاري أسفر عنه تغير عميق في نمط التفكير وفي سلوك المنتجين و المستهلكين على حد سواء، بالتالي تغيرت بعض قواعد التعاملات التجارية ونجم عنها ميلاد نوع حديث من المبادلات التجارية، قوامها التدفق السريع للمعلومات والاستجابة الأسرع للتغيرات المفاجئة ، و الإلغاء النهائي للحدود والقيود المادية و الجغرافية ، وهو ما أصبح يطلق عليه بـ " التجارة الالكترونية "

أصبحت التجارة الالكترونية الوسيلة السائدة في عالم اليوم، فقد ساهمت في جعل هذا العالم مجرد قرية صغيرة و سوقا واحدا تتعاون فيه الفرص الممنوحة لكل الشركات على اختلاف أحجامها لاقتحام الأسواق العالمية وترويج البضائع و السلع بكل يسر وسهولة متخطين بذلك كل الحدود، وكذلك الخال بالنسبة للزبائن الذين أصبح بمقدورهم اقتناء حاجاتهم بمجرد نقرة واجدة دون الحاجة إلى مغادرة مكانهم.

يلعب التطور التكنولوجي دورا حيويا في حياة البشر وتمتد آثار هذا التطور إلى كافة قطاعات الحياة الاقتصادية والاجتماعية. ولقد أفرز التطور التكنولوجي في الآونة الأخيرة، وخاصة في نهاية القرن العشرين، العديد من الظواهر مثل التجارة الالكترونية ووسائل الدفع الالكترونية وأخيرا النقود الالكترونية . وتعد النقود الالكترونية (النقود الرقمية) من أبرز مظاهر التطور في وسائل الدفع الالكترونية، والتي تم اختراعها خصيصا لتسوية معاملات التجارة الالكترونية عبر شبكة الانترنت. و تتمثل النقود الالكترونية في أنها وحدات رقمية الكترونية يتم انتقالها بطريقة معينة من حساب شخص إلى حساب شخص آخر، وتقوم النقود الالكترونية بالوظائف التي تقوم بها النقود القانونية، الأمر الذي يرشحها لان تحل محل النقود. كما أنه لا يمكن اعتماد وتطوير التجارة الالكترونية إلا في ظل استعمال وتطوير وسائل الدفع الالكترونية خاصة النقود الالكترونية.

و يوفر النوع الحديث من المبادلات التجارية عدة مميزات التي تتم عبر وسيط الكتروني يساهم في زيادة و إدراك العديد من الدول لأهمية تبني التجارة الالكترونية، فالحاجة الى إدراك هذا النوع من التجارة

لم يعد خيارا بل أصبح ضرورة حتمية تفرض وجودها على جميع الدول، ولكن درجة تطور هذه التجارة تختلف من بلد لآخر، فقد استجابت العديد من الدول لهذا النمط من المبادلات حسب أوضاعها وخصوصياتها، حيث نجد أن التجارة الالكترونية في الدول المتقدمة بلغت حدود عالية وهذا راجع لاحتكار التكنولوجيا وثقافة شعوبها في مجال تكنولوجيا المعلومات، أما بالنسبة لبعض الدول العربية فقد بدأت تخطو خطوات مهمة فنجد من بين تجربتها تجربة الإمارات مثلا، إلا أنه لا تزال تجربتها ضئيلة في هذا المجال، غير أن التجارة الالكترونية في الدول العربية لم ترقى إلى ذلك المستوي الذي يمكن من اعتبارها كتقنية متطورة، حيث تواجه الكثير من العراقيل التي تحد من توسع انتشارها و أصبحت ضرورة ملحة ومتطلبا تنمويا لتطوير مجالات التجارة الالكترونية، وهذا ما يفرض على الدول العربية أن تسعى إلى تعظيم الاستفادة من التجارة و تسريع عملية الانتقال نحوها من خلال تذليل العقبات التي تواجه تطبيقها، وتوفير كافة أسباب النجاح لها، والتي من بينها متطلبات البنى التحتية التكنولوجية و التشريعات المتعلقة بتطبيقاتها.

ومن كل ما سبق و للإمام بالموضوع نطرح الإشكالية التالية:

ما هو دور النقود الالكترونية في تعزيز التجارة الالكترونية في الدول العربية؟

وفي ضوء هذه الإشكالية يمكن طرح الأسئلة الفرعية التالية:

1- فيما تتمثل مقومات التجارة الالكترونية ؟

2- ما هي النقود الالكترونية، و أهميتها باعتبارها كوسيلة دفع الكترونية؟

3- ما هو واقع التجارة الالكترونية في الدول العربية ؟

كفرضيات الدراسة

بغرض الإجابة على إشكالية الدراسة قمنا بصياغة الفرضيات التالية:

- التجارة الالكترونية تحتاج إلى بيئة ملائمة من بنية تحتية واقتصاد المعرفة وتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطبيق التجارة الالكترونية الإلكترونية تحتاج إلى بيئة ملائمة من بنية تحتية و اقتصاد المعرفة و تكنولوجيا المعلومات والاتصال حتى تتطور و تزدهر.
- تلعب النقود الالكترونية دورا هاما في تعزيز التجارة الإلكترونية.
- كل الدول العربية تعاني من تأخر في تطبيق التجارة الالكترونية وتحديث نظام دفع بما يتماشى مع هذه التجارة، وتعد الجهود المبذولة غير كافية لمواكبة الدول المتقدمة.

مبررات إختيار الموضوع:

- الأرقام الخيالية التي تحققت التجارة الالكترونية في مختلف دول العالم في وقت وجيز، واستفادة الدول المتقدمة و التساؤل عن سبب حرمان البلدان العربية منها؛
 - تحديد أهمية التجارة الالكترونية في تنشيط قطاع التجارة الخارجية، ومعرفة الأسباب الرئيسية التي أدت إلى تأخر في تبني وتطبيق التجارة الإلكترونية في البلدان العربية ؛
 - الرغبة والميول الشخصي في دراسة هذا الموضوع؛
- ### أسباب اختيار الموضوع.

- يرجع اختيارا هذا الموضوع إلى عدة أسباب أهمها:
- حداثة الموضوع و نقص الاهتمام بالتجارة الإلكترونية و النقود الالكترونية .
- الأرقام الخيالية التي حققتها التجارة الالكترونية في مختلف العالم في وقت وجيز، واستفادة الدول المتقدمة منها، والتساؤل عن سبب حرمان البلدان العربية منها؛
- ميول شخصي و الرغبة في دراسة الموضوع؛
- إثراء المكتبة بمرجع جديد قد يكون في متناول باحثين آخرين في المستقبل لإنجاز دراسات أخرى مكتملة.

أهمية الدراسة

- تعتبر التجارة الالكترونية من المواضيع الجديدة والهامة التي فتحت أبوابها الواسعة أمام الأفراد والمنشآت ك مجال جيد للاستثمار بغض النظر عن تزايد سرعة المعاملات المالية عبر الانترنت سواء بين الأفراد أو المنظمات والتي يكون لها أثر على الاقتصاد ككل. لذلك فإن مواكبة المستجدات الاقتصادية الحديثة والاندماج في الاقتصاد العالمي، والانفتاح على الأسواق العالمية الذي يمثل تحدي كبير يتطلب تطوير الطاقات الإنتاجية والإلمام الكافي بتقنيات التجارة الالكترونية التي أصبحت تفرض وجودها أكثر فأكثر، و ما يصاحبها من معاملات مالية حديثة لمواكبتها، و موقع و واقع الدولية الدول العربية من كل هذه التطورات الحاصلة على مستوى التجارة الالكترونية.

أهداف الدراسة.

تهدف هذه الدراسة إلى ما يلي:

- التعرف على ظاهرة حديثة انتشرت بسرعة في العالم زهي التجارة الالكترونية،
- التطرق إلى النقود الالكترونية التي أثارت التساؤلات حول إذا ما كانت ستحل محل الطرق التقليدية، ومحاولة تقييمها و ربط مكانتها في التجارة الالكترونية ومدى اعتماد هذه الأخيرة عليها؛
- إيضاح الصورة المتعلقة بمكانة التجارة الالكترونية في العالم العربي ؛

- تحديد ومعرفة أهم الصعوبات التي تواجه الدول العربية في استخدام التجارة الإلكترونية،

ك منهج الدراسة.

قصد الإجابة على الإشكالية المطروحة و الأسئلة الفرعية اعتمدنا المنهج الوصفي التحليلي و هذا بالتطرق إلى أهم المفاهيم و المصطلحات المتعلقة بالموضوع من أجل الوصول إلى المعرفة الدقيقة و التفصيلية لعناصر البحث و التحليلي لنتائج الدراسات و ترجمتها و قد اعتمدنا في هذا بجمع المعطيات الكمية البيانات و استعراض الجداول و الأرقام المتعلقة بالموضوع قصد الدراسة. معتمدين في ذلك على مجموعة من أدوات الدراسة المتمثلة في البحث المكتبي القائم على الاستعانة بالمراجع المتنوعة كالكاتب و المجالات الاقتصادية والبحوث الأكاديمية و التقارير المنشورة من المنظمات كالإتحاد الدولي للاتصالات، منظمة التجارة العالمية، منظمة الأمم المتحدة للتجارة و التنمية، كما تم اللجوء إلى مواقع الإنترنت للحصول على المعلومات و المعطيات الرقمية ذات الصلة بالموضوع و ذلك من أجل إعطاء هذا الموضوع صبغة تتماشى مع المستجدات الراهنة.

ط-الدراسات السابقة.

- **صراع كريمة**: واقع وفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر ، مذكرة ما جستير في العلوم الاقتصادية جامعة وهران 2014، توصلت هذه الدراسة الى ان الجزائر تشهد تقدم ملحوظ في مجال الاهتمام بتطور تكنولوجيا الاعلام و الاتصال مقارنة بالسنوات السابقة، فرغم التطور الذي شهدته الجزائر في مجال الانترنت وازدياد عدد مستخدميها لم يلزمه تطور تطبيقات التجارة .
- **سلالي بوبكر**: أثر النقود الإلكترونية على إدارة السياسة النقدية دراسة استشرافية على الجزائر، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية جامعة المسيلة 2019، في هذه الدراسة ابرزت أثر النقود الإلكترونية على إدارة السياسة النقدية وذلك من خلال استشراف افاقها على الجزائر.
- **نجاري بن حاج علي فايضة**: الاليات القانونية لمكافحة الارهاب الإلكتروني، مذكرة ماجستير في الحقوق و العلوم السياسية جامعة تيزي وزو 2013 ، ضرورة التعاون بين الدول في انشاء مراكز وطنية تهتم بقضايا الجرائم الإلكترونية التي اكتسحت عالم الانترنت و التقنية، وكذلك توفير أشخاص ذوي خبرة في مجال التقنية للتصدي لهذه الهجمات .

ك صعوبات الدراسة :

- نقص الكتب التي تتناول هذا الموضوع و تحتوي على معطيات حديثة،
- قلة الإحصائيات و الدراسات المتعلقة بواقع التجارة الإلكترونية و بالأخص في الدول العربية؛
- عجز المراكز الإحصائية العالمية والعربية عن قياس الحجم الدقيق للتجارة الإلكترونية بسبب حداثة الظاهرة،

- صعوبة عزل المعاملات التجارية عن باقي المعاملات التي تتم عبر الإنترنت والتي يكون ليا أغرض أخرى؛

◀ هيكل الدراسة:

قمنا بتقسيم البحث إلى ثلاث فصول:

الفصل الأول الفصل الأول : الإطار المفاهيمي للتجارة الالكترونية، وتعرضنا في المبحث الأول إلى ماهية التجارة الالكترونية، أما المبحث الثاني فتناولنا أنواع و أهمية التجارة الالكترونية، وفي المبحث الثالث تطرقنا مزايا التجارة الالكترونية وعيوبها، وتناولنا في المبحث الرابع مجالات و تطبيقات التجارة الالكترونية وأسسها، وبالنسبة للمبحث الخامس فكان حول الإطار القانوني للتجارة الالكترونية، كما تطرقنا في المبحث السادس إلى أطراف ومراحل إبرام العقود الالكترونية وخصائصها، وتناولنا في المبحث السابع وسائل الدفع الالكترونية.

أما في الفصل الثاني النقود الالكترونية فقد تناولنا في المبحث الأول: أحكام النقود الالكترونية، وفي المبحث الثاني أنواع النقود الالكترونية، مزاياها ومخاطرها، وتطرقنا في المبحث الثالث تطرقنا إلى إصدار وطبيعة النقود الالكترونية، وفي المبحث الرابع تناولنا وسائل حماية النقود الالكترونية وصور الاعتداء عليها.

أما في الفصل الثالث التجارة الالكترونية في الوطن العربي، تطرقنا في المبحث الأول إلى المقارنة بين التجارة الالكترونية في العالم والعالم العربي، وفي المبحث الثاني تناولنا عوائق ومتطلبات التجارة الالكترونية في الدول العربية، في المبحث الثالث كان حول واقع التجارة الالكترونية في الدول العربية. أما في المبحث الرابع تناولنا النقود الالكترونية في الجزائر و الدول العربية.

د- متغيرات الدراسة:

تضمنت الدراسة متغيرين هما التجارة الالكترونية والنقود الالكترونية وتمثل المتغير المستقل في التجارة الالكترونية، ويمثل المتغير التابع في النقود الالكترونية.

الفصل الاول التجارة الالكترونية

الفصل الأول : الإطار المفاهيمي للتجارة الالكترونية

تمهيد

التجارة الالكترونية مصطلح جديد دخل الأدبيات الحديثة ، ارتأينا في هذا الفصل أن نسلط الضوء على بعض الجوانب المتعلقة بها ، وذلك من خلال التعرض إلى العناصر الرئيسية التي يجب معرفتها عند مناقشة أي موضوع ، لاسيما انه موضوع يتسم بالحدثة ، كنشأتها ، مفهومها ، أنواعها ، خصائصها والمراحل التي تمر بها ، بالإضافة إلى محاولة الإلمام بالجوانب الأخرى الهامة ، كالركائز الأساسية اللازم توفرها ، والبيئة المواتية لقيام تجارة لالكترونية مكتملة الجوانب ، كما نسلط الضوء على الناحية القانونية لها ، واهم التشريعات والقوانين المنظمة للتجارة الالكترونية ، وفي الأخير نتطرق إلى التحديات و الآفاق ، بالإضافة إلى ايجابياتها وسلبياتها

المبحث الأول: ماهية التجارة الالكترونية

فيما يلي سنتطرق إلى نشأة التجارة الإلكترونية ثم نتعرف على مفهومها واهم أنواعها ثم نتحدث على مراحل تطورها.

المطلب الأول : نشأة التجارة الالكترونية (الشويرف، 2013)

ترجع نشأة التجارة الالكترونية إلى إدراك العديد من الشركات والمؤسسات في سبعينيات القرن الماضي إلى وجوب تسريع وتبادل نقل المعلومات ، إذا كانت تريد أن تظل قادرة على المنافسة في قطاع الأعمال ومن اجل ذلك بدأت العديد من المؤسسات ومن أهمها البنوك في استخدام الشبكات الخاصة من اجل القيام بعمليات التحويل الالكتروني للأموال *IFT* ElectronicFund Transfer ، سواء أكان ذلك بين البنك وفروعه أو مع البنوك الأخرى ، وقد أدى هذا الأمر فيما بعد إلى تمكين العملاء من الإيداع المباشر والسداد الالكتروني للمستحقات باستخدام أساليب حديثة مثل بطاقات الائتمان ، وفي أوائل الثمانينات انتشر أسلوب التجارة الالكترونية بين الشركات وبعضها البعض ، وذلك من خلال ما عرف باسم التبادل الالكتروني للبيانات *EDT* Electronic Data Intrchange .

وفي عام 1992 كانت نقطة التحول الرئيسية في مجال التجارة الالكترونية وذلك من خلال ظهور شبكة الويب (WWW) ، حيث أصبح المستخدمين العاديين قارون على استخدام شبكة المعلومات الدولية ، بالإضافة لكون ان هذه الشبكة كانت تستخدم الرسومات والوسائط المتعددة التي تجعل من الصفحات الموجودة عليها أكثر جاذبية في عرض المعلومات.

وفي عام 1997 أصدرت الإدارة الأمريكية ما أطلق عليه بالإطار المتكامل لمشروع البنية التحتية للمعلومات الكونية ، راسما من خلاله مستقبل التجارة الالكترونية التي تقودها أمريكا ، وفي شهر مارس من العام 1998 تقدمت أمريكا إلى منظمة التجارة العالمية بطلب إدراج التجارة الالكترونية إلى جدول أعمالها لكي يتم التفاوض عليها و الوصول إلى معاهدة متعددة الأطراف حولها.

وفي شهر ماي من العام 1998 صدر عن منظمة التجارة العالمية إعلان عن التجارة الالكترونية قرر من خلاله المؤتمر الوزاري الثاني ، حث المجلس العام للمنظمة على وضع دراسة متكاملة حول التجارة الالكترونية ، تقدم له في الدورة الثانية ، وفي هذا الإطار قامت المنظمة في شهر الفاتح سبتمبر من نفس السنة بوضع برنامج عمل لكل من مجلس التجارة للخدمات ، ومجلس التجارة في السلع ، ومجلس (التريس) الخاص بالملكية الفكرية ، ومجلس التجارة والتنمية لدراسة الموضوع المتعلق بالتجارة الالكترونية.

وبتاريخ 17 ماس من العام 1999 أصدرت منظمة التجارة العالمية تقريرها وتم من خلاله تصنيف التجارة الالكترونية عالميا ضمن مفهوم الخدمات.

كما كرست منظمة التعاون الاقتصادي للتنمية (OECD) جهودها في العام 1998 بشكل رئيسي للتجارة الالكترونية ، زمن ابر ما قامت به انعقاد المؤتمر العالمي للتجارة الالكترونية في الفترة بين 7-9 أكتوبر من نفس العام في مدينة اوتاوا الكندية ، حيث تناول هذا المؤتمر المسائل التي من شأنها أن تجعل التجارة الالكترونية وعبر تنظيمها مشابهة للتجارة التقليدية ، كما تناول المؤتمر العديد من القضايا المتعلقة بوسائل الدفع النقدي والتحويلات المالية عبر شبكة الاتصال وشبكة المعلومات الدولية و وسائل الدفع الالكترونية ، ومسائل العقود الالكترونية والسياسات الضريبية المتعلقة بالتجارة الالكترونية و دور القطاعين الخاص و العام في تنظيم أعمال التجارة الالكترونية .

كذلك يضاف إلى هذه الجهود دور منظمة الأمم المتحدة من خلال لجنة القانون التجاري (الاونسترال) والتي قامت بوضع القانون النموذجي للتجارة الالكترونية في شهر ديسمبر من العام 1996 ، والذي يشكل نقطة تحول رئيسية في تاريخ التجارة الالكترونية . (الشويرف، 2013، الصفحات 52-53).

المطلب الثاني: مفهوم التجارة الالكترونية

تعددت مفاهيم التجارة الالكترونية ، وفقا لاختلاف وجهات النظر عند التعرض لتفسيرها ويعود هذا الاختلاف إلى مجالات تطبيقها و التطور المستمر الذي يطرأ على أساليبها وأهدافها مما ينعكس بالتالي على مفهومها (عبد الفتاح، 2015)، ومن أهم التعاريف ما يلي :

1- تعريف التجارة الالكترونية بشكل شامل:

- أ- أنها أداء العملية التجارية بين الشركاء التجاريين باستخدام تكنولوجيا لمعلومات متطورة.
- ب- هي كل شيء من أشكال الاتصال، يستهدف بصورة مباشرة أو غير مباشرة بضائع أو خدمات أو صور مشروع أو شخص يباشر نشاط تجاري أو صناعي أ، حرفي أو يقوم بمهنة منظمة.
- ج- هي عملية البيع و الشراء عبر الشبكات الالكترونية على المستويين السلعي و الخدمي بجانب معلومات وبرامج الكترونية وأنشطة أخرى تساعد على الممارسات التجارية.
- د- وأيضا تعرف بأنها كل ما يتصل بعمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات عبر شبكة الانترنت والشبكات العالمية الأخرى. (رضوان، 1999).
- هـ- تعرف كذلك بأنها " القيام بكل مراحل التعامل سواء تعلق الأمر بالتصنيع، التسويق، توريد المواد الأولية، الإعلان التجاري وتبادل المعلومات مع دوائر الأعمال المماثلة الكترونيا عبر ما وفره التقدم التكنولوجي من وسائل متطورة أهمها شبكة الانترنت " (السيسي، 2014، صفحة 116).
- من خلال التعاريف السابقة للتجارة الالكترونية نخلص إلى تعريف شامل يجمع بينهما وهو على النحو التالي :

" هي نشاط تجاري يتم بفضل إجراءات تكنولوجية متقدمة، متعلقة بتنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات، عن طريق بيانات ومعلومات تتساب عبر شبكات الاتصال و الشبكات التجارية العالمية الأخرى، منها شبكة الانترنت التي تعدت الحدود وحولت الركائز الورقية المستخدمة في المعاملات التجارية كالفواتير والعقود وقبض الثمن من الركائز الالكترونية تتم كلها عبر الجهاز الآلي، الذي يتقابل بواسطته كل من البائع و المشتري والمنتج والمستهلك لتحقيق معاملاته التجارية رغم بعد المسافات واختلاف الحدود الجغرافية، حيث يتوقع لها أن يتوسع نطاقها وتصبح الوسيط المطلق والمسيطر والشامل، حيث تكون كل المعروضات للبيع في العالم بأسره متاحة للمشتري في أي منطقة من العالم لينفحصها ويقارنها بأخرى وحتى يجري عليها تعديلات ان أراد " (العيسوي، 2003، صفحة 09)

2- تعريف التجارة الالكترونية حسب المنظمات العالمية

أولاً: تعريف الأمم المتحدة (UN)

ظهرت فكرة التجارة الالكترونية في الثمانينات القرن الماضي، وتطورت في النظام الأمريكي، فقد كانت مسماة بالتبادل للمعطيات المعلوماتية ويشار بالاختصار بالحرف (Edi) نقلا عن عبارة **Echanges de Données Informatisés**.

وهذا المفهوم يفرض البرمجة الأوتوماتيكية للعمليات التجارية والصناعية و الإدارية التي يتم فيها وتسلسلها بطريقة آلية دون تدخل إنساني. (حجازي ع.، 2004، صفحة 24)

سارت منظمة الأمم المتحدة في تعريفها للتجارة الالكترونية من خلال لجنة الأمم المتحدة للقانون

التجاري الدولي الانسترال ، عند وضعها للقانون النموذجي للتجارة الالكترونية وقد تم فيه تحديد الأنشطة والممارسات التي ينطبق عليها هذا القانون تحديدا موسعا ، بحيث يشمل جميع العلاقات ذات الطابع التجاري و المعاملات التجارية الخاصة بتوريد السلع و الخدمات والتمثيل التجاري و الوكالة التجارية ومنح التراخيص والتمويل والأعمال المصرفية و التامين و اتفاق او امتيازات الاستغلال و المشاريع المشتركة وغيرها من أشكال التعاون الصناعي أو التجاري و نقل البضائع أو الركاب جوا أو بحرا أو بالسكك الحديدية أو بالطرق البرية . (الشويرف، 2013، الصفحات 48-49).

ثانياً: تعريف منظمة التجارة العالمية (OMC)

تعرف منظمة التجارة العالمية التجارة الالكترونية على أنها: " أنشطة إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها وتسويقها وبيعها أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الالكترونية "

حسب هذا التعريف تشمل المعاملات التجارية ثلاثة أنواع من العمليات:

1- عمليات الإعلان عن المنتج وعمليات البحث عنه.

2- عمليات تقديم الشراء وسداد ثمن المشتريات.

3- عمليات تسليم المشتريات.

وفقا لهذا التعريف فان مفهوم التجارة الالكترونية لا يقتصر على شراء المنتجات فحسب، فالمعلومات والخدمات التي تتبادل بين شركة و أخرى فهي كذلك تدخل ضمن التجارة الالكترونية ابتداء من معلومات ما قبل الشراء الى خدمات ما بعد البيع . (العيسوي، 2003، صفحة 11)

ثالثا: تعريف منظمة التعاون الاقتصادي و التنمية (OCDE)

مصطلح التجارة الالكترونية يدل بصفة عامة على جميع أشكال التعاملات ذات الصلة بالنشاطات التجارية التي تجمع الأفراد والمنظمات، معتمدة على المعالجة والنقل الالكتروني للمعطيات خاصة النصوص ، الأصوات ، الصور ، ويدل كذلك على الآثار التي يمكن أن يحدثها التبادل الالكتروني للمعلومات التجارية في المؤسسات التجارية والعقود والأطر القانونية والتنظيمية ، التسويات فيما يخص التسديدات والجباية كأمثلة بسيطة . (بختي، التجارة الالكترونية مفاهيم و استراتيجيات التطبيق في المؤسسة، 2005)

رابعا: تعريف وزارة الصناعة و التجارة الفرنسية

حسب مجموعة العمل برئاسة M. Francis Lorentz فان : " التجارة الالكترونية تشمل جميع المبادلات الالكترونية ذات الصلة بالنشاطات التجارية ، فهي تعني تلك العلاقات بين المؤسسات ، والعلاقات بين المؤسسات والإدارات ، والمبادلات بين المؤسسات والمستهلكين " (بختي، التجارة الالكترونية مفاهيم و استراتيجيات التطبيق في المؤسسة، 2005، الصفحات 39-40).

خامسا: تعريف الهيئة الأوروبية للمعلومات والتكنولوجيا (EITO)

التجارة الالكترونية " هي النشاط الذي يؤدي إلى تبادل القيم عن طريق شبكات الاتصال " تؤكد هذه المفاهيم أن التجارة الالكترونية لا تهتم فقط بعمليات بيع أو شراء السلع والخدمات عبر الانترنت ، إذ أنها منذ انطلاقتها كانت تتضمن دائما معالجة حركات البيع والشراء وإرسال التحويلات المالية عبر شبكة الانترنت ولكن حقيقة الأمر أن التجارة الالكترونية تنطوي على ما هو أكثر من ذلك بكثير، فقد توسعت حتى أصبحت تشمل عمليات بيع وشراء المعلومات نفسها جنبا إلى جنب مع السلع والخدمات ، فهي نظام يتيح عبر الانترنت حركات بيع وشراء .
السلع والخدمات والمعلومات. (بختي، التجارة الالكترونية مفاهيم و استراتيجيات التطبيق في المؤسسة، 2005، صفحة 41).

سادسا: تعريف الاتحاد الأوربي UN

وهو تعريف تعتمده دول الاتحاد الأوربي وبنص على أن مفهوم التجارة الالكترونية " مفهوم عام يغطي أي شكل من أشكال المعاملات التجارية أو تبادل المعلومات يتم تنفيذه باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال بين مختلف جميع أطراف التعامل " وهذا يعني ما يلي :

1- إن التجارة الإلكترونية لا تعبر فقط عن تبادل السلع والخدمات من خلال شبكة المعلومات الدولية، بل تتعدى كل ذلك لتشمل أي عملية تجارية تتم من خلال الوسائل الالكترونية وعبر شبكة الكمبيوتر.

2- شمل مفهوم المنتجات بالإضافة إلى السلع المادية الملموسة الخدمات و المنتجات الرقمية كالمعلومات وبرامج الحاسبات.

3- المقصود بالوسائل الالكترونية في هذا التعريف هي التي تعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال الشبكات الخاصة وخاصة شبكة المعلومات الدولية (كمواقع الويب، التبادل الالكتروني للبيانات، التحويل الالكتروني للأموال والبريد الالكتروني). (الشويرف، 2013، صفحة 50).

وهنا يجب التنويه أنه يشاع لدي الكثيرين استخدام مصطلح التجارة الالكترونية E.COMMAREC رديفا لاصطلاح الأعمال الالكترونية وهذا خطأ شائع، فالأعمال الإلكترونية أوسع نطاقا و أشمل من التجارة الالكترونية ، وتقوم الأعمال الالكترونية على فكرة أتمت الأداء في العلاقات بين إطارين من العمل ، وتمتد لسائر الأنشطة الإدارية و الإنتاجية و المالية و الخدماتية ، ولا تتعلق بعلاقة البائع بالزبون إذ تمتد لعلاقة المنشأة بوكلائها و موظفيها و عملائها ، كما تمتد إلى أنماط أداء العمل وتقييمه والرقابة عليه، وضمن مفهوم الأعمال الالكترونية يوجد المصنع الالكتروني ، والبنك الالكتروني، و شركة التأمين الالكترونية، و الخدمات الحكومية والتي تطورت مفاهيمها في الوقت الحاضر نحو مفهوم أكثر شمولاً هو الحكومة الالكترونية ، و أية منشأة قد تقيم شبة انترنيت لإدارة أعمالها و أداء موظفيها و الربط بينهم؛

في حين أن التجارة الالكترونية نشاط تجاري ، وبشكل خاص تعاقدات البيع و الشراء وطلب الخدمة و تلقيها بآليات تقنية و ضمن بيئة تقنية. (محمد خليل و زياد، الصفحات 67-68).

تؤكد هذه التعريفات على تباين المفاهيم المعطاة للتجارة الإلكترونية، فبينما يقصر بعضها مفهوم التجارة الإلكترونية على عملية الشراء والبيع اعتمادا على الوسائل الإلكترونية فإن بعضها الآخر يوسع هذا المفهوم ليشمل إنجاز مختلف الأعمال من خلال الوسائط الإلكترونية، لكنها تشترك كلها في التأكيد على ضرورة توفر الوسيلة أو الوسيط الإلكتروني، فالتجارة الإلكترونية مفهوم مفتوح إلى حد كبير في الوقت

الحاضر، فالنشاطات التي يمكن إدراجها ضمنهم متغيرة وليست معروفة مسبقا، بل هي نشاطات متنوعة وآخذة في التزايد باستمرار، حتى أن القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية الذي اعتمده لجنة الأونسيترال سنة 1996 لم يشر إلى تعريف محدد للتجارة الإلكترونية نظرا لأنه قد تنشأ الحاجة لاستيعاب التطورات التقنية التي تحدث مستقبلا . (حكيمه، 2008، صفحة 39).

3- ثالثا: تعريف التجارة الالكترونية وفقا للتشريعات الوطنية

لقد كان للعديد من الدول جهودا مميزة بشأن قواعد قانونية للتجارة الالكترونية وتضمينها لتعريف خاص بها، نذكر منها:

أولا: تعريف المشرع الأمريكي

تعتبر الولايات المتحدة الأمريكية من أكثر الدول تشجيعا على ممارسة التجارة الإلكترونية، فقد تضمن التقنين الأمريكي الموحد (Uniform Commercial Code) لسنة 1978، وقبل ظهور الإنترنت، تعريفا للعرف التجاري في الجزء (7/303) بأنه " أية ممارسة أو طريقة تتبع في مكان ما أو حرفة وتطبق فيها عادات أو أعراف معينة " بينما الجزء (31/201) الخاص بالتعريفات، أشار إلى ماهية السجلات القانونية حيث نص على أن المقصود بها هو : "المعلومات المكتوبة على أي وسيط ملموس أو مادي أو المخزنة على أي وسيط إلكتروني أو ما شابهه، ويمكن استرجاعه في صورة ملموسة" (علي فايزة، 2013، صفحة 15).

وبعد ظهور الانترنت ازداد اهتمام الولايات المتحدة بوضع تنظيم قانوني يناسب عالمية استخدامها، حيث أصدرت العديد من التشريعات الفدرالية، من أهمها القانون الفدرالي الموحد لمعاملات معلومات الكمبيوتر لعام 1999، الذي عرف التاجر في المادة (45) من الجزء (102) بأنه " الشخص الذي يقوم على سبيل الاحتراف بعمل من الأعمال التالية :

○ جمع المعلومات؛

○ ممارسة أي مهنة أو حرفة؛

○ تشغيل العاملين و توظيفهم.

أما بالنسبة للفظ " الإلكتروني " فقد عرفته المادة (26) من الجزء (102) من هذا القانون بأنه:

" كل ما يصل التكنولوجيا بوسيط إلكتروني، له قدرات كهربائية أو رقمية أو مغناطيسية أو لاسلكية أو بصرية كهرومغناطيسية أو أي قدرات مماثلة " (منصور، 2018، صفحة 17).

ثانيا: تعريف المشرع الفرنسي

أوجدت فرنسا منذ العام 1987 نظاما قانونيا للتجارة لإلكترونية، إذ صدر في السنة نفسها قانون حماية المستهلك بشأن الثمن في المادة (14) منها التي تنص على: " ثمن كل سلعة أو خدمة معروضة على المستهلك وفق تقنية اتصالات عن بعد يجب أن يكون ظاهرا بشكل واضح بالنسبة للمستهلك بأي وسيلة قبل إنشاء العقد " من أمثلة تلك التقنية الهاتف والفاكس، وهذا النص يوجد حتى قبل ظهور الانترنت، إلا أنه قابل للتطبيق على العقود التي تتم من خلالها. (علي فايزة، 2013، صفحة 17).

أصدر المشرع الفرنسي القانون رقم(230/2000) في شأن قانون الإثبات و المتعلق بالتوقيع الإلكتروني، ولم يتضمن تعريفا محددًا للتجارة الإلكترونية، ولكن عرف التقرير المقدم من مجموعة العمل برئاسة السيد (لورنتز Lorentz) لوزارة الاقتصاد الفرنسية في يناير 1998 التجارة الإلكترونية بأنها " تشمل مجموع المعاملات الرقمية المرتبطة بأنشطة تجارية بين الشركات بعضها البعض أو بينها و بين الأفراد، أو بينها وبين المؤسسات الإدارية " (مخلوفي، 2012، صفحة 23)

و بهذا نجد أن التقرير تبنى تعريفا موسعا للتجارة الإلكترونية بما فيها الأنشطة البنكية التي تساهم في إبراز المعاملات التجارية عن طريق أنظمة الدفع الالكترونية . (علي فايزة، 2013، صفحة 20).

ثالثا: تعريف المشرع الجزائري

توجد في الجزائر بعض التعريفات التي تمس بشكل أو بآخر بمفهوم التجارة الإلكترونية دون أن يرد تعريف صريح في هذا الموضوع، وذلك في المرسوم التنفيذي رقم(257/98) المعدل، الذي ضبط شروط و كيفية إقامة خدمات الانترنت و استغلالها، وكذا القانون رقم (04/15) الذي تم بموجب المادة(12) منه من الفصل الثالث من الباب الثاني من الكتاب الثالث، من الأمر رقم 66-156 المتضمن قانون العقوبات، سابع مكرر تحت عنوان " المساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات " و يشمل المواد من (394) إلى (394) مكرر 7. (علي فايزة، 2013، الصفحات 17-18).

يمكن تعريف التجارة الإلكترونية في إطار القانون التجاري الجزائري الذي عرّف التاجر في المادة الأولى منه على أنه " كل شخص طبيعي أو معنوي يباشر عملا تجاريا ويتخذ مهنة معتادة له " بدلا من تعريف التجارة جعل في المواد(4.3.2) إلى تعدد الأعمال التجارية . (علي فايزة، 2013، صفحة 18).

كما جاء القانون رقم 04 - 15 المؤرخ في أول فبراير 2015 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع و التصديق الالكتروني يبين تعريف التوقيع الالكتروني على أنه " بيانات في شكل الكتروني، مرفقة أو مرتبطة منطقيا ببيانات الكترونية أخرى، تستعمل كوسيلة توثيق " يضاف إلى كل هذه القوانين بعض الإجراءات و الشروط المفروضة على التجار سواء كانوا أشخاص طبيعية أو معنوية و هو ما جسده المرسوم التنفيذي رقم 112 / 18 الذي يحدد نموذج مستخرج السجل التجاري الممنوح على شكل الكتروني، بإدخال رقم سري الكتروني للتاجر و السجل التجارة الالكترونية (Registre du Commerce Electronique RCE). (جميلة، التجارة الالكترونية وأثرها على النظام البنكي في الجزائر، 2018، صفحة 335).

ظلت ممارسة التجارة الالكترونية في الجزائر منذ ظهورها بدون أي تنظيم قانوني واضح الى غاية 2018، حيث تم إصدار القانون 18-05، والذي خصص لضبط مختلف الجوانب القانونية و التنظيمية لهذا النمط من التجارة، وبالتالي إضفاءها بالصبغة القانونية . حيث عرف المشرع الجزائري التجارة الالكترونية في المادة 06 من القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 على أنها " النشاط الذي يقوم بموجبه مورد الكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك الكتروني عن طريق الاتصالات الالكترونية "

رابعاً: تعريف المشرع التونسي

أصدر المشرع التونسي القانون رقم 83 لسنة 2000، والخاص بالمبادلات والتجارة الالكترونية بتاريخ : 09 أوت 2000، ويعتبر أول قانون عربي يتعلق بالتجارة الالكترونية، ويتكون من ثلاث وخمسين مادة مقسمة الى سبعة أبواب، حيث عرف هذا القانون التجارة الالكترونية بأنها " العمليات التي تتم عبر المبادلات الالكترونية " كما عرف المبادلات الالكترونية بأنها " المبادلات التي تتم باستعمال الوثائق الالكترونية " (مخلوفي، 2012، صفحة 26)

وواضح من هذا التعريف للتجارة الإلكترونية أنها أي عملية تجارية، سواء كان موضوعها سلعة أو خدمة أو أداء عمل، تتمعن طريق المبادلات الإلكترونية، لأن أي عملية تجارية هي مبادلة ما بين سلعة و ثمنها أو خدمة و قيمتها أو أداء عمل و مقابله ولكن بطريقة إلكترونية حيث يتفاوض طرفا العقد و يصدر الإيجاب و القبول اللازمين لإبرام العقد الالكتروني . (مخلوفي، 2012، صفحة 27).

خامسا : تعريف المشرع الأردني

قام المشرع الأردني بإصدار قانون المعاملات الإلكترونية رقم 85 بتاريخ الحادي عشر من ديسمبر لسنة 2001 و هو يتكون من إحدى وأربعين مادة. (اسيا، 2013، الصفحات 32-33) وقد بدأ القانون الأردني بتعريف المعاملات الالكترونية في المادة الثانية منه 2 على أنها " المعاملات التي تنفذ بوسائل الكترونية كتقنية استخدام وسائل كهربائية أو مغناطيسية أو ضوئية أو الكهرومغناطيسية أو أية وسيلة مشابهة في تبادل المعلومات وتخزينها. كما عرف التجارة الالكترونية بأنها " بأنها إجراءات الاتفاق بين طرفين أو عدة أطراف بوسائل الكترونية على تنفيذ عملية تجارية " (اسيا، 2013، الصفحات 32-33) وعرف اصطلاح " الكتروني " بأنه يشمل الكهربائي و الرقمي و المغناطيسي والضوئي والكهرومغناطيسي و biométrique و photonique " كما عرف التجارة الالكترونية بأنها "مجمل العمليات التي تحكم المعاملات التجارية و التفاوضية بين الشركات والمؤسسات والأفراد بطريقة الكترونية " (اسيا، 2013، الصفحات 32-33).

سادسا:تعريف مشرع دبي

أصدر حاكم إمارة دبي القانون رقم 2 الصادر في 12 فبراير لسنة 2002 المتعلق بالمعاملات والتجارة الإلكترونية، وأشار في الفصل الأول المخصص للتعريفات وفي المادة 2 منه إلى ما يلي: (فاتح، 2017، صفحة 32)

- ✓ المراسلة الإلكترونية: إرسال واستلام الرسائل الإلكترونية؛
- ✓ الرسالة الإلكترونية: معلومات إلكترونية ترسل أو تستلم بوسائل إلكترونية أيا كانت وسيلة استخراجها في المكان المستلمة فيه،
- ✓ التجارة الإلكترونية: المعاملات التجارية التي تباشر بواسطة المراسلات الإلكترونية؛
- ✓ المعاملات الإلكترونية: أي تعامل أو عقد أو اتفاقية يتم إبرامها أو تنفيذها بشكل كلي أو جزئي بواسطة المراسلات الإلكترونية.

يلاحظ أن هذه المادة، جاءت بمجموعة من المفاهيم أتت على شكل عبارات تتعلق بالمعاملات والتجارة الإلكترونية، التي تتم بوسائل الاتصال الحديثة وتكون مثبتة في قالب شكلي خاص، وذلك بأن يكون في شكل رسائل إلكترونية يتم إرسالها واستقبالها بوسيلة الكترونية أيا كانت وسيلة استخراجها في

المكان المستلمة فيه، ولعل السبب الذي دفع المشرع لأمانة دبي لتفصيل جميع مفردات ومقومات التجارة الإلكترونية في عبارات مختصرة إلى صعوبة وضع تعريف جامع ومانع للتجارة الإلكترونية. (فاتح، 2017، صفحة 32)

رابعاً: التعريف الفقهي للتجارة الإلكترونية

من بين الفقهاء الذين حاول إعطاء تعريفاً للتجارة الإلكترونية نذكر ما يلي: (يوسفي، 2017، صفحة 03).

✓ تعريف تيربان (TERBAN):

على أنها " عمليات البيع والشراء والتسويق و الخدمات والتسليم و الدفع للمنتجات أو الخدمات أو المعلومات عبر الانترنت وغيرها من شبكات الاتصال بين المؤسسة و زبائنها و موردها "

✓ تعريف مصطفى خيري كتانة:

" هي تنفيذ كل ما يتصل بعمليات بيع و شراء السلع و الخدمات والمعلومات من خلال استخدام شبكة الانترنت بالإضافة إلى الشبكات التجارية العالمية الأخرى " (يوسفي، 2017، صفحة 03).

وعرفها البعض الآخر بأنها " نوع من عمليات البيع و الشراء ما بين المستهلكين والمنتجين، أو بين الشركات مع بعضهم البعض باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال " (عبد الفتاح، 2015، صفحة 15).

وعرفها جانب آخر من الفقه بأنها " عرض المشروع للسلع والخدمات على موقع للإنترنت ليحصل على طلبات من العملاء " (عبد الفتاح، 2015، صفحة 17)

من جميع الاتجاهات الفقهية المختلفة السابقة لتحديد تعريف التجارة الإلكترونية، يمكننا تعريفها " أنها نظام إلكتروني يتيح التعامل في السلع والخدمات في صيغة افتراضية أو رقمية، وتنفيذ العقود المتعلقة بهذه السلع والخدمات " (عبد الفتاح، 2015، صفحة 19).

المطلب الثالث: خصائص التجارة الإلكترونية

تتمتع التجارة الإلكترونية بمجموعة من الخصائص أو السمات التي تجعلها متميزة عن التجارة التقليدية كما أنها تجعلها تتطلب تواجد بيئة تنظيمية وتشريعية تختلف عن تلك التي تنظم التجارة التقليدية، ولعل أبرز هذه الخصائص ما يلي: (الشويرف، 2013، صفحة 44).

1- الطابع الدولي أو العالمي للتجارة الالكترونية:

تتم أنشطة التجارة الالكترونية باستخدام الوسائط الالكترونية (الانترنت) والتي لا تعرف الحدود المكانية أو الجغرافية ، فيمكن إنشاء أو إدارة المعاملات التجارية لأي شركة بكفاءة من خلال موقعها على الانترنت من أي موقع جغرافي. (عبد المطلب ، 2014، صفحة 88)

2- عدم وجود مستندات ورقية للمعاملات في التجارة الالكترونية:

إن أهم ما يميز التجارة الالكترونية عدم وجود مستندات ورقية لإثبات المعاملات وإتمامها ، وإنما تتم بطرق ووسائل الكترونية عالية التقنية، وتعد هذه الوسائل هي السند القانوني لإثبات المعاملة التجارية أو عقد التجارة الالكترونية، وهو ما يجعل التجارة الالكترونية ذات طبيعة قانونية خاصة تتطلب تنظيمها قانونيا يحمي هذه التجارة. (سعد، 2018، صفحة 16).

3- تسليم المنتجات الكترونيا:

إن التجارة الالكترونية تتيح تسليم بعض المنتجات إلكترونيا أي التسليم المعنوي للمنتجات ، مثل برامج الحاسوب ، التسجيلات الموسيقية ، أفلام الفيديو ، الكتب ، الأبحاث والتقارير الإلكترونية، إلى جانب بعض الخدمات مثل الاستشارات الطبية أو الهندسية، وهو ما يخلق تحديا 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 الضرائب بعدم تسجيل هذه التعاملات في الدفاتر المحاسبية الرسمية. (اسيا، 2013، صفحة 45).

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 الالكترونية فلا يكون هناك مجلس للعقد بالمعنى التقليدي ، فقد يكون البائع في مكان والمشتري قد يبعد عنه بالآلاف الأميال، وقد يختلف التوقيت الزمني أيضا بين مكاني البائع والمشتري. (عبد المطلب ، 2014، صفحة 88).

5- وجود الوسيط الالكتروني:

أن العلاقة بين طرفي العمليات التجارية التي تتم بواسطة التجارة الالكترونية تكون غير مباشرة أي لا يحدث تلاقى بين طرفي المعاملات و إنما تتم اللقاءات من خلال شبكة الانترنت و هي إحدى مزايا التجارة الالكترونية حيث يتم التفاعل بشكل كبير بين طرفي المعاملات من خلال شبكة الانترنت. (عبد الوهاب ح.، 2019، صفحة 717).

6- السرعة في انجاز الصفقات التجارية :

تساهم التجارة الالكترونية بشكل فعال في إتمام العمليات التجارية بين الطرفين على وجه السرعة ، إذ تتم الصفقات التجارية دون حاجة لانتقال الطرفين أو التقائهما في مكان معين، في ذلك توفير للوقت والجهد والمال. (عبد المطلب ، 2014 ، صفحة 90)

7- التفاعل الجماعي بين عدة أطراف:

التفاعل الجماعي بمعنى أنه يستطيع احد أطراف المعاملة إرسال رسالة الكترونية إلى عدد لا نهائي من المستقبلين في نفس الوقت ، ودون الحاجة لإعادة إرسالها في كل مرة، وفي هذا المجال توفر شبكة الانترنت إمكانيات بلا حدود للتفاعل الجماعي بين فرد ومجموعة وهو شيء غير مسبوق في أي أداة تفاعلية سابقة. (اسيا، 2013، صفحة 47)

8- تطوير وحدات الأعمال في الاتجاه التكنولوجي :

لا شك أن التطور السريع في مجال التجارة الالكترونية دفع وحدات الأعمال على التكيف بسرعة حتى تستطيع تلبية احتياجات العميل، وبالتالي يكون للتجارة الالكترونية أثر كبير على خطط معظم وحدات الأعمال لتصبح هذه التكنولوجيا مألوفة لدى هذه الوحدات على نحو سريع، من حيث تعلم وفهم تلك الوسائل التكنولوجية فهما كاملا إلى جانب فهم قوتها لإعادة تشكيل علاقتها مع العملاء. (الشويرف، 2013، صفحة 46)

9- التعامل دون التعرف على هوية المتعاملين :

فمن الممكن أن تجري عملية تجارية على الانترنت بين طرفين لا يعرف أحدهما الآخر، حيث لا يرى أي منهما الطرف الآخر، و قد لا يملك أحدهما معلومات كافية عن الشخص الذي يتعامل معه، بما في ذلك موطنه أو المكان الذي يجري منه الاتصال، كذلك قد يقدم طرف لآخر معلومات زائفة أو خادعة دون أن تكون هناك دائما طريقة ميسورة للتأكد من هذه المعلومات، ومن ذلك التعامل ببطاقة ائتمان مسروقة، أو الوعد بتقديم ضمانات أو خدمات ما بعد البيع دون ضمان حقيقي أن يلتزم البائع بذلك، أو

إدعاء صفة "بنك" وتجميع الأموال تحت إغراء الوعد بعائد كبير دون وجود وسائل سهلة أو غير مكلفة يمكن أن يلجأ إليها المشتري للحصول على حقه. (حكيمه، 2008، صفحة 50).

10- سرعة تغيير المفهوم وما يغطيه من أنشطة وما يحكمه من قواعد:

نتيجة للتغيرات المتسارعة في نوعية الأنشطة التي تتدرج تحت مفهوم التجارة الالكترونية وارتباط مفهومها بوسائل الاتصال الالكتروني والمعلومات وعلى اعتبار أن هذه الوسائل متعرضة لتغيرات تكنولوجية متسارعة هذا الأمر جعل النظم والترتيبات التي تخضع لها التجارة الالكترونية عرضة هي الأخرى للتغير السريع بالشكل الذي يواكب تطورات كل مرحلة . (الشويرف، 2013، صفحة 48).

11- الحساسية السعرية :

ربما يعد من أكثر السمات المميزة للتجارة الإلكترونية هو ما يسمى "باللعب على المكشوف" خاصة فيما يتعلق بالأسعار، و بخصوص البائع الإلكتروني، فإن العالم يكون مرئياً أمامه: المنافسين، الموردين، الأسعار، الخصومات... الخ، مما يمكن من المقارنة بسهولة بين العروض المتنافسة، و تدعم النظرية الاقتصادية و نظرية سلوك المستهلك هذا الافتراض القائل بأنه كلما زادت معرفة المشتريين بأسعار البائعين كلما ارتفعت حساسيتهم للسعر. (حكيمه، 2008، صفحة 50).

المطلب الرابع: الفرق بين التجارة الالكترونية و التجارة التقليدية

الشكل رقم (1) الفرق بين التجارة الالكترونية و التجارة التقليدية

وجه المقارنة	التجارة التقليدية	التجارة الالكترونية
الأسلوب	أساليب تقليدية بانتقال شخص البائع أو المشتري من مكان لآخر، نقل السلعة بوسائل النقل المعتادة.	تستخدم وسائل الكترونية في جميع مراحلها، وقد تستخدم في بعض مراحلها الأساليب التقليدية.
الوثائق	تتم من خلال وثائق ورقية	المعاملات تتم الكترونيا
هوية المتعاقدين	تحديد هوية المتعاقدين ومعرفة كافة المعلومات الأساسية	صعوبة تحديد هوية المتعاقدين وتحديد قدراتهم المالية
تسليم المنتجات	بصورة تقليدية ملموسة	بعض المنتجات يمكن تسليمها الكترونيا كبرامج الحاسب الآلي وتسجيلات الموسيقى بعض الخدمات كالاستشارات الطبية أو الهندسية
السرعة	بطيئة	السرعة، دون الحاجة لانتقال أطرافها والالتقاء في مكان محدد.
التكلفة	مرتفعة	منخفضة
طبيعة السوق	سوق ملموس	سوق غير ملموس
المعلومات عن المنتجات	من خلال مقابلة المستهلك وجها لوجه أو من خلال وسائل الإعلان التقليدية	يتعرف المشتري على كافة المعلومات اللازمة ودون أي مجهود
درجة الثقة و الأمان	مرتفعة	منخفضة، لتخوف المشتري من عدم مطابقة السلعة
التداول العالمي	تعامل محلي، صعوبة زيارة السوق العالمية	إمكانية الوصول إلى أي مكان في العالم
المنافسة	منافسة اقل في ظل السوق المحلية	درجة عالية من المنافسة

المصدر: د. عبد المطلب عبد المجيد، اقتصاديات التجارة الالكترونية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2014، ص- ص 38-39 .

المبحث الثاني : أنواع وأهمية التجارة الالكترونية

المبحث الثالث :أنواع التجارة الالكترونية وأهميتها

المطلب الاول: أنواع التجارة الالكترونية

حسب مصفوفة **Copple** المبينة في الشكل (رقم 05) و التي توضح تطبيقات الانترنت في الأنشطة التجارية وتبادل المعلومات ، فان التجارة الالكترونية يمكن أن يتسع مفهومها عبر الزمن ويمتد ليشمل الإمكانيات التالية:

- ✓ التعاملات فيما بين الأجهزة الحكومية بعضها مع بعض (**G2G**)، كأن تؤجر وزارة ما ممتلكات خاصة بها لهيئة حكومية باستعمال أحد الوسائط الالكترونية؛
- ✓ التعاملات فيما بين الأجهزة الحكومية و المنشآت (**G2B**)، و من أمثلتها ما يتعلق بالضرائب و الأوضاع النقدية و المالية التي تنشرها الحكومة على الانترنت؛
- ✓ التعاملات فيما بين الأجهزة الحكومية و المستهلكين (**G2C**)، كتقديم خدمات معينة لمستهلكين من طرف الحكومة على الشبكة؛
- ✓ التعاملات فيما بين المنشآت و الأجهزة الحكومية (**B2G**)، كأن تقدم المنشآت عروضها في المناقصات الحكومية من خلال شبكة الانترنت؛
- ✓ التعاملات فيما بين المنشآت بعضها مع البعض (**B2B**)، تتمثل في مختلف المبادلات التي تنشأ بين المنشآت و تتم عبر الانترنت أو من خلال الوسائط الالكترونية الأخرى؛
- ✓ التعاملات فيما بين المنشآت و المستهلكين (**B2C**)، كقيام المنشآت بعرض مختلف منتجاتها للجمهور عبر الانترنت؛
- ✓ التعاملات فيما بين المستهلكين و الحكومة (**C2G**)، كقيام المستهلكين بدفع الرسوم لقاء خدمات معينة من خلال الانترنت؛
- ✓ التعاملات فيما بين المستهلكين و المنشآت (**C2B**)، كقيام المستهلكين والعملاء بعرض خدماتهم و منتجاتهم على الشركات ليقوموا بشرائها؛

✓ التعاملات فيما بين المستهلكين فيما بينهم (C2C)، وخير دليل على ذلك المواقع التي أنشأتها شركة (e.Bay.Com) التي تمكن المستهلكين من تبادل عدد كبير غير محدود من السلع والخدمات. (العيسوي، 2003، صفحة 15)

شكل رقم: (02)

تطبيقات الانترنت في الأنشطة التجارية وتبادل المعلومات

حكومة	مؤسسة	مستهلك	
الامتثال الضريبي www.ccraadrc. gc.ca/eservices/ مستهلك إلى حكومة C2 G	العطاءات التجارية www.eBay.com مستهلك إلى مؤسسة C2B	مزادات المستهلكين www.yahoo.com مستهلك إلى مستهلك C2C	مستهلك
دفع ضريبة القيمة المضافة www.ccraadrc. gc.ca/eservices/ مؤسسة إلى حكومة B2C	المقاوله من الباطن www.covisint.com مؤسسة إلى مؤسسة B2B	البيع بالتجزئة www.amazon.com مؤسسة إلى مستهلك B2C	مؤسسة
التعاون الضريبي www.ciat.org حكومة إلى حكومة (G2G)	المشتريات العامة www.doubletrade.com حكومة إلى مؤسسة (G2B)	بيان الضرائب www.toldscat.dk إلى حكومة مستهلك (G2C)	حكومة

المصدر: العاني إيمان، البنوك التجارية وتحديات التجارة الالكترونية، مذكرة مكملة لنيل شهادة

الماجستير في العلوم الاقتصادية (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة منتوي- قسنطينة، 2007، ص 58.

غير أن الأنواع الأكثر شيوعا في لحد الآن تتمثل فيما يلي :

1- التجارة الالكترونية بين وحدة أعمال و وحدة أعمال أخرى (B2B) :

وهي تتضمن تبادل المنتجات والخدمات و المعلومات بين مؤسسات الأعمال بعضها ببعض وهي غالبا ما تتم على المستوى الدولي، أي في عمليات التصدير والاستيراد.

ويعد هذا الشكل من أكثر أشكال التجارة الالكترونية شيوعا في الوقت الحالي، سواء على المستوى

المحلي أو على المستوى الدولي. (عبد المطلب ، 2014)

2- التجارة الالكترونية بين مؤسسة أعمال و مستهلك (B2C):

هذا النمط من التجارة الالكترونية وذلك من خلال العروض المختلفة التي تقدمها المؤسسة للمستهلكين

من ما يسمى بمراكز التسويق على الانترنت (Shopping malls) حيث تعرض كل أنواع السلع والخدمات ويتم أيضا الدفع خلال الشبكة أما الاستلام فحسب طبيعة السلعة و صيغة الاتفاق . (الرشيد، 2014، صفحة 121)

3- التجارة الالكترونية بين مؤسسة أعمال والحكومة (B2G):

هذا النوع يغطي كل المعاملات بين الشركات والهيئات الحكومية، فعلى سبيل المثال: في الولايات

المتحدة يتم الإعلان عن المشتريات الحكومية من خلال شبكة الانترنت ويمكن للشركات تبادل الردود معها الكترونيا. (محمد خليل و زياد، صفحة 77)

4- التجارة الالكترونية بين مستهلك و الحكومة (C2G):

تتم التعاملات بين المستهلكين و الهيئات الحكومية المعروفة أيضا بـ (C2G) بقيام المواطن (المستهلك)

باستخدام الإنترنت لسداد الضرائب، أو التقدم لشغل وظائف معلن عنها في مواقع الحكومة على شبكة الانترنت. (إيمان، 2007، صفحة 59)

وان كان مجال التجارة الالكترونية بين المنتجين والمستهلكين هو الأكثر شهرة بين الأفراد حيث يعتقد

البعض أن التجارة الالكترونية تقتصر على هذا المجال فقط، إلا أن حجم المعاملات يعتبر اقل من حجم التعاملات في مجال التجارة الالكترونية (B2B). (عبد المطلب ، 2014، صفحة 74)

حيث إن التجارة الكترونية (B2B) بلغت نسبة حوالي 84% في العام 1998 ، وارتفعت إلى

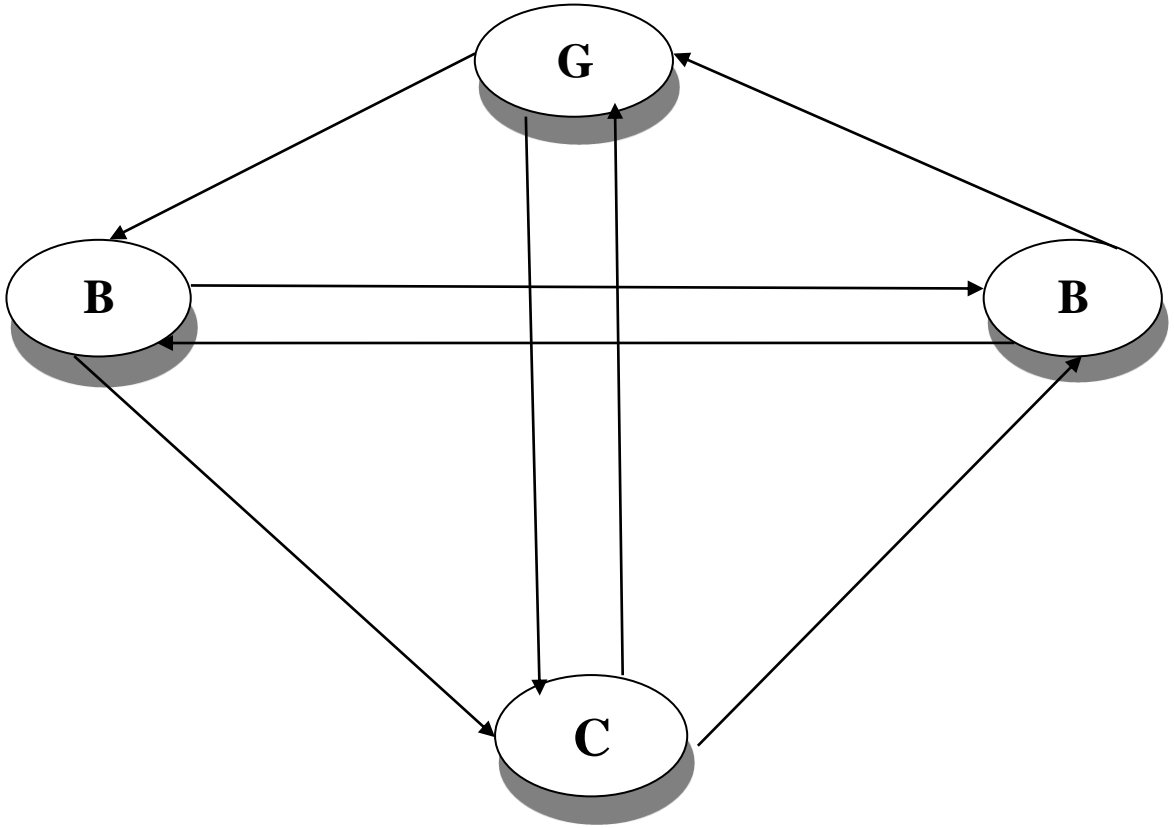
92% في العام 1999، وقدر حجمها بما يقارب 2.8 ترليون دولار في العام 2004 ، أما التجارة

الالكترونية (B2C) يبلغ حجمها ما يقارب من 15% من حجم التجارة الالكترونية الإجمالية في الوقت الراهن . (الشويرف، 2013، الصفحات 68-70).

ومن كل ما سبق يمكن أن نلخص أنواع التجارة الالكترونية والعلاقة التي تربط بين أطرافها في الشكل رقم (06)، حيث تمثل الحروف (B,C,G) على التوالي الحكومة، المستهلك و المنشأة .

الشكل رقم: (03)

أنواع التجارة الالكترونية



المصدر: د. أحمد عبد الخالق ، التجارة الالكترونية و العولمة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة

ص48.

يمكن الاستناد في تقسيم التجارة إلى معيارين معيار التقنية ومعيار طبيعة البائع والمشتري. فحسب معيار التقنية هناك ثلاثة أشكال للتجارة الالكترونية اعتمادا على طبيعة التقنية المعتمدة إما رقمية أو ملموسة فيما يتعلق بالمنتج، العملية، الوسيط والوكيل.

فبالنسبة للمنتج إما أن يكون ملموسا أو رقميا ونفس الشيء بالنسبة للوكيل والعملية حسب الشكل

الموالي : (اسيا، 2013، صفحة 67)

1- تجارة تقليدية بحته:

حيث يكون الوكيل ملموس و السلعة ملموسة والعملية ملموسة.

2- تجارة الكترونية بحته :

حيث يكون البائع و المشتري و السلعة و العملية، كلها رقمية. (محمد خليل و زياد، صفحة 74)

3- تجارة الالكترونية جزئية :

و هي مزيج بين النوعين السابقين من التجارة، وذلك حينما يكون أحد العناصر السابقة رقمية. (محمد س.، 2008، صفحة 31).

المطلب الثالث: أهمية التجارة الإلكترونية

يمكن القول إن التجارة الإلكترونية تعد من أهم اختراعات العصر والتي يمكن من خلالها تحقيق أرباح لم يكن من الممكن تحقيقها سابقا بالطرق التقليدية والسبب يعود لأمر التالية:

1 - انخفاض التكلفة: كانت عملية التسويق للمنتج مكلفة جدا في السابق، حيث إن الإعلان عن المنتج كان يتم بواسطة الوسائل التقليدية عبر التلفاز والجرائد، أما الآن فيمكن تسويقه عبر شبكة الانترنت وبتكلفة ضئيلة جدا.

2 - تجاوز حدود الدولة: كانت الشركة تتعامل مع عملاء محليين فقط بالسابق وان رغبت في الوصول إلى عملاء دوليين كانت تتكبد مصاريف كبيرة وغير مضمونة العائد، أما الآن فتستطيع الشركة أن تضمن اطلاع الجميع على منتجاتها دون أي تكلفة إضافية تذكر، خاصة أن شبكة الانترنت دخلت جميع الدول.

4- التحرر من القيود: سابقا كانت الشركة تحتاج إلى ترخيص معين والخضوع لقوانين عديدة وتكبد تكلفة إنشاء فرع جديد أو توكيل الغير في الدولة الأجنبية حتى تتمكن من بيع منتجاتها، أما الآن لم يعد أي من تلك الإجراءات ضروريا.

تتمتع تقنية التجارة الإلكترونية عن غيرها من التقنيات التقليدية بعدة مميزات، ومن أهمها التالي:

أ - **الوجود الواسع Ubiquity** : من منطلق أن التجارة الإلكترونية متواجدة في كل مكان وفي كل الأوقات، فالتجارة التقليدية بحاجة إلى سوق ملموس يستطيع المتعامل الذهاب إليه للشراء، أما التجارة الإلكترونية فإنها لا تحتاج إلى سوق ملموس ويستطيع المتعامل من خلالها الدخول إلى هذا السوق غير الملموس في أي وقت ومن أي مكان بواسطة الكمبيوتر وبلمسة بسيطة على الموقع الذي يرغب بزيارته ، وبضغط عدة أزرار يمكنه الاطلاع على المنتج وشرائه.

ب- **التداول العالمي Reach Global** : تمكن التجارة الإلكترونية المتعاملين من خلالها تخطي حدود الدول والوصول إلى أي مكان بالعالم و بضغط زر بسيطة على الكمبيوتر ودون تكلفة تذكر، على النقيض من التجارة التقليدية التي يقتصر التعامل بها محليا ويصعب على المتعاملين زيارة الأسواق العالمية للتسوق.

ج - **معايير عالمية Universal** : وهي مقاييس أو معايير شبكة الانترنت، التي يتم من خلالها تعاملات التجارة الإلكترونية وبشكل موحد بين دول العالم، أما التجارة التقليدية فتخضع لمعايير ومقاييس محلية تعتمد على الدولة نفسها، فمقاييس التجارة الإلكترونية تخفض تكلفة الدخول إلى أسواق المنتجات بشتى أشكالها، بينما مقاييس التجارة التقليدية خاضعة لسياسات الدول وتكلفة دخول أسواق تلك الدول تختلف من دولة إلى أخرى.

د - **موارد معلومات غنية Richness Information** : فالتجارة الإلكترونية ومن منطلق تمكنها من الوصول لجميع المستهلكين وفي شتى أنحاء العالم تزود المستهلك بمعلومات كثيرة، بواسطة استخدام الشركات لجميع وسائط التكنولوجيا الرقمية، كالوسائط المسموعة والمقروءة والمرئية، بينما في التجارة التقليدية كانت آلية تزويد المعلومة تعتمد وبشكل رئيسي على مقابلة المستهلك وجها لوجه.

هـ - **التواصل Interactivity** : تعد التجارة الإلكترونية آلية تواصل ذات فاعلية عالية جدا، من منطلق أنها وسيلة اتصال ذات اتجاهين بين العميل والتاجر، وعلى سبيل المثال لا الحصر، تفتقد التجارة التقليدية لهذا النوع من الاتصالات، فلو أن إحدى الشركات أعلنت عن بضائعها عبر التلفاز، فمن غير الممكن أن يتواصل العميل مع المعلن عبر الجهاز، ولكن هذا التواصل أصبح ممكنا عبر التجارة الإلكترونية.

و- **كثافة المعلومات Density Information** : من المعروف بأن شبكة الانترنت جعلت المعلومات كثيفة وذات نوعية ممتازة وحديثة، وبشكل مشابه قللت التجارة الإلكترونية من آلية البحث عن المعلومات والتخزين ومن تكلفة الاتصالات من جهة، ومن جهة أخرى زادت هذه التقنية من التوقيت الملائم للمعلومة **Timeliness** ودقتها كذلك.

ز - **الاستهداف الشخصي Personalization** : من منطلق أن التجارة الإلكترونية تمكن المسوق للمنتج من استهداف فئة معينة من الأفراد من خلال تعديل الإعلانات عبر الشبكة، وذلك بتحديد معلومات الفرد المرغوب اطلاعه على المنتج كتحديد العمر، والجنس، وطبيعة عمله وأي أمور أخرى يراها المسوق ضرورية. (كامش و خالد، 2016، الصفحات 4-5).

المبحث الثالث: مزايا و عيوب التجارة الالكترونية

المطلب الأول: مزايا التجارة الالكترونية

1- مزايا التجارة الالكترونية على المستوى القومي:

إن أهمية التجارة الالكترونية لأداء التسويق وقناة للتوزيع على المستوى القومي العالمي منخفض التكاليف تؤدي إلى العديد من الآثار المباشرة التي من شأنها زيادة القدرة التنافسية لوحدات الأعمال و المنتجات في البيئة العالمية، ومن ثم خلق طلب فعال على هذه المنتجات ، وفيما يلي اثر هذا الطلب على الاقتصاد القومي : (عبد المطلب ، 2014 ، صفحة 22)

أ - دوران عجلة التنمية الاقتصادية:

إن خلق طلب فعال (داخلي / خارجي) على المنتجات المختلفة من شأنه زيادة الإنتاج وبالتالي زيادة الاستثمارات من خلال إنشاء وحدات إنتاجية جديدة و التوسع في الوحدات القائمة.

كذلك فإن زيادة الصادرات تؤدي بدورها إلى زيادة النقد الأجنبي الموجه مما يساعد على دعم الاستثمارات في المجالات المختلفة، بالإضافة إلى توفير المواد اللازمة من التكنولوجيا و المستلزمات الأخرى تعمل على تطوير و زيادة جودة المنتجات المصدرة. (عبد المطلب ، 2014 ، صفحة 22).

ب- مساعدة وحدات الأعمال متوسطة و صغيرة الحجم :

تعد الميزة الرئيسية للتجارة الالكترونية هي توفير مناخ ملائم لوحدات الأعمال صغيرة و متوسطة الحجم الجديدة للبدء في ممارسة نشاطها، بل إن هذه الميزة هي المضمون الرئيس الذي قامت عليه التجارة الالكترونية.

ففي ظل التجارة التقليدية لم تتمكن وحدات الأعمال الصغيرة و المتوسطة الحجم من الصمود و مواجهة وحدات الأعمال القائمة التي تبسط نفوذها وسيطرتها على السوق المحلية المستغلة في ذلك حجمها الكبير و نفقاتها المنخفضة ، وبالتالي تعجز هذه الوحدات على أن يصبح لها كيان اقتصادي مستقل مما يقلل من فرصتها في التواجد في الأسواق. (عبد المطلب ، 2014 ، صفحة 22)

ج- منع الاحتكار :

تؤدي التجارة الالكترونية و ما توفره من شفافية و توافر المعلومات لكل من البائع والمشتري إلى تقليل الاحتكار و اتجاه السوق إلى سوق تنافسية تخضع لآليات العرض و الطلب في تحديد السعر التوازني.

وتؤدي الشفافية و توافر المعلومات لدى البائعين عن السلعة محل اهتمامهم بالإضافة إلى زيادة المعروض من السلع إلى انخفاض سعر هذه السلعة حتى تصل إلى السعر المناسب لها للمستهلك المحلي والعالمى على حد سواء، وبالتالي يمثل ذلك نوعا من أنواع كسر الاحتكار القائم على الاحتياجات الرأسمالية. (عبد المطلب ، 2014 ، صفحة 23)

د- تنشيط الصادرات و الواردات:

تساهم التجارة الالكترونية في زيادة التجارة الخارجية، وزيادة الصادرات، وذلك من خلال تسهيل الوصول للأسواق العالمي، في جميع أنحاء العالم، والقدرة على عقد صفقات تجارية بسهولة وسرعة دون أية قيود أو تجارية، والاستجابة لتغيرات طلب المستهلكين، وتسويق المنتجات المحلية في هذه الأسواق، مما يزيد من صادرات هذه الدول، وتعمل التجارة الالكترونية على زيادة الخدمات بين الدول، ويمثل قطاع الخدمات 60% من إجمالي الإنتاج العالمي، ومع ظهور تقنية المعلومات والاتصال الحديثة جعل التجارة الالكترونية تسهل التقارب بين المستهلكين والمنتجين، وأزالت المسافات الجغرافية. (جبريل، 2012، صفحة 40).

هـ - دعم التوظيف :

تقدم التجارة الالكترونية فرصا جديدة للتوظيف، حيث تتيح إقامة مشاريع تجارية صغيرة ومتوسطة للأفراد وربطها بالأسواق العالمية بأقل التكاليف الاستثمارية، لاسيما تجارة الخدمات التي توفر فيها التجارة الالكترونية آلية للأفراد المتخصصين لتقديم خدماتهم على المستوى الإقليمي والعالمى دون الحاجة للانتقال مما يفتح المجال لهم للانطلاق في الأعمال الحرة.

ومن ناحية أخرى توفر التجارة الالكترونية فرصا وظيفية في العديد من المجالات المختلفة ذات الصلة بتطبيقات التجارة الالكترونية، مثل المتخصصين في إنشاء المواقع التجارية الالكترونية والعاملين والإداريين والفنيين في المتاجر الالكترونية، بالإضافة إلى توفير الفرص الوظيفية في قطاع تقنية المعلومات والاتصالات، التي تعتمد عليها التجارة الالكترونية من مهندسي الشبكات والبرامج اللازمة لتطبيقات التجارة الالكترونية. (محمد خليل و زياد، صفحة 88)

و - دعم القطاعات التكنولوجية:

يتيح انتشار التجارة الالكترونية على المستوى القومي خلق بيئة ومناخ ملائم لظهور قطاعات متخصصة في تقنية المعلومات والاتصال ، وذلك لدعم البنية التحتية الالكترونية لتطبيقات التجارة الالكترونية عبر شبكة الانترنت.

ومع تطور ونمو التجارة الالكترونية وانتشار استخدامها في التعاملات التجارية يصبح هناك فرصا استثمارية لتوجيه رؤوس الأموال للاستثمار في تطوير وتحسين وتحديث البنية التحتية الالكترونية الأمر الذي يؤدي إلى خلق أو توطن قطاعات تكنولوجية متقدمة تدعم الاقتصاد القومي. (محمد خليل و زياد، صفحة 95)

2- مزايا التجارة الالكترونية بالنسبة لقطاع الأعمال :

تتلخص أهمية التجارة الالكترونية على مستوى المؤسسات والشركات التجارية في الآتي :

أ -توسيع نطاق السوق:

حيث ي تعمل التجارة الالكترونية على توسيع دائرة السوق المحلي وكذلك النفاذ إلى الأسواق العالمية وخلق أسواق جديدة كان من المتعذر إيجادها في ظل التجارة التقليدية، لان ممارسة التجارة عبر شبكة الانترنت تجعل المنتجات من السلع والخدمات متاحة لأكثر عدد ممكن من المستهلكين. وهذا يتيح للمنشآت الصغيرة والمتوسطة الحضور في الأسواق المحلية والدولية الأمر الذي يمنح فرصة اكبر للمستهلكين للاختيار من بين المنتجات المعروضة. (رضوان، 1999، صفحة 41).

وبعد الدخول اليسير و الفعال إلى الأسواق المحلية والدولية لمؤسسات الأعمال أحد الفوائد المباشرة للتجارة الالكترونية التي تعتمد على الانترنت، ولذلك فانه بإمكان أي فرد أن يصبح تاجرا على الانترنت بتكاليف منخفضة جدا، وعلاوة على إمكانية الوصول إلى الأسواق العالمية. (العربي، اثر التجارة الالكترونية على المنافسة في الاسواق المحلية العربية، 2017).

ب- تفعيل مفهوم المنافسة الكاملة في السوق :

حيث تعمل التجارة الالكترونية على تقليص المسافات بين المنتجين والمستهلكين مما يتيح التواجد الالكتروني القريب بين البائع والمشتري الأمر الذي يؤدي إلى تحسين مستوي نوعية المنتج عن طريق خدمات ما قبل وبعد البيع وتوفير المعلومات عن طبيعة المنتجات وأسعارها ومنتجاتها في الأسواق، وكذلك الاستجابة السريعة لطلبات السوق مما يؤدي في نهاية الأمر إلى تحسين درجة التنافسية في الأسواق الالكترونية .

كما أن انخفاض تكاليف العمليات التجارية وانخفاض عوائق الدخول في الأسواق من شأنه تقليل بعض الاختلافات في الأسواق التجارية، وتحريك الأنشطة الاقتصادية والوصول بها إلى أن يكون اقتصادا يعتمد على المنافسة الكاملة. (رضوان، 1999، صفحة 41)

ج- انخفاض تكاليف العمليات التجارية:

تتمثل تكاليف الصفقات التجارية المتمثلة في جمع المعلومات والتفاوض وأتعاب السمسرة وعمولات المبيعات والإجراءات الإدارية وغيرها جزء مهما في سعر المنتج، وتلعب التجارة الالكترونية دورا بارزا في تخفيض هذه التكاليف من خلال تحسين وتدقيق المعلومات وزيادة تنسيق الأعمال، وكذلك انخفاض تكاليف البحث عن المعلومات المتعلقة بالمشتريين المحتملين والبائعين في السوق .

ومن ناحية أخرى تسهم التجارة الالكترونية في خفض التكاليف الإدارية لدى مؤسسات الأعمال في توزيع وحفظ واسترجاع المعلومات الورقية، وقد يصل خفض التكاليف الإدارية لعمليات الشراء إلى (85%)، مما يؤدي في نهاية المطاف إلى انخفاض أسعار المنتجات. (طارق عبد العال، 2003، صفحة 48)

د- تحكم أفضل في إدارة المخزون :

تسمح التجارة الالكترونية بتقليل المخزون إلى أقصى حد ممكن، مع إمكانية تطبيق الأسلوب (Just in time) أي (التصنيع في الوقت المناسب)، وجعل المخزون السلعي صفر عند تطبيق مفهوم التجارة الالكترونية بنجاح، حيث يكون هناك فرصة أكبر لمراقبة المخزون والسيطرة والتحكم فيه بطريقة الكترونية. (حتوت و زخيري، 2020، صفحة 77)

3 - مزايا التجارة الالكترونية بالنسبة للمستهلكين :

بجانب الفوائد المتحصل عليها لقطاع الأعمال من استخدام التجارة الالكترونية، فان المستهلك له أيضا نصيب من التجارة الالكترونية، وتتمثل أهميتها في الآتي :

أ - سرعة وسهولة التسوق :

حيث تتيح خيارات التسوق أمام المستهلكين بشكل واسع عبر شبكة الإنترنت على مدار الساعة في أي يوم وفي أي وقت فكل مستهلك إلكتروني ما عليه إلا أن يتعامل مع أزرار الحاسب الآلي، وتصفح المواقع الإلكترونية المفتوحة عبر الإنترنت كما تساعد التجارة الإلكترونية على فهم احتياجات العملاء وبالتالي يمكنهم من التسوق بشكل واسع وهذا بدوره يحقق نسبة رضا عالية لدى الزبائن مقارنة بما تتيحه التجارة التقليدية. (صلاح، 2020، صفحة 46)

ب- تعدد الخيارات :

في عصر التطور والتجارة الالكترونية أصبحت أسواق العالم بين يدي العميل بكل منتجاتها وخدماتها المعروضة مع كامل تفاصيلها مواصفاتها ، وللعامل بينها بكل حرية مما يعطيه فرصة لاختيار بين هذه السلع والخدمات، بحيث لا يمكن لأي شركة أن تصبح محتكرة في هذا العصر ولا يمكنها فرض مستويات جودة أو مستويات أسعار دون مراعاة المنافسة العالمية، ففي ظل التجارة التقليدية كان المستهلك يجهل سعر المنتج في منافذ التوزيع المختلفة، وكذلك المنتجات البديلة المتاحة أمامه، وبالتالي فان قرار الشراء قد يكون غير صائب، أما في ظل التجارة الالكترونية فقد أصبح قرار الشراء يعتمد على مجموعة من المتغيرات تتوقف على القدرة المالية للعميل ومستوى الجودة المنشودة ورجة إدراكه وكمية المعلومات التي تحقق له أقصى إشباع له. (حتوت و زخيري، 2020، صفحة 76)

ج - انخفاض الأسعار وسرعة الحصول على المنتج :

في ظل تعدد وتنوع المنتجات في المواقع التجارية الالكترونية فان المستهلك سوف يبحث عن المنتجات الأقل سعرا والأفضل جودة، وذلك من خلال مقارنة أسعار ونوعيات المنتجات بسهولة وسرعة فائقة، مما يمكن المستهلك في نهاية الأمر اختيار أفضل العروض. يوجد على الانترنت العديد من المؤسسات التي تبيع السلع بأسعار منخفضة إذا ما قورنت بالمتاجر التقليدية، وذلك لان السوق على الانترنت يوفر الكثير من التكاليف المنفقة في السوق العادي، مما يصب في مصلحة الزبائن، ولأن الشراء الإلكتروني يدخل نطاق عمليات الخصم الكبيرة التي تعلنها معظم

الشركات، فيما تتيح بعض الشركات فرص التخاطب بين المستهلك والبائع والمنتج والمستهلكين السابقين. (شبل و بطي، 2016).

د - سرعة وسهولة تبادل المعلومات بين المستهلكين:

توفر الانترنت إمكانية تبادل المعلومات والآراء وتجارب المستهلكين المتعلقة بالمنتجات والخدمات عبر مجتمعات الكترونية مثل المنتديات وغيرها، الأمر الذي يوفر البيانات والمعلومات لدى المجتمع عن المنتجات الاقتصادية، ويرفع مستوى الثقافة والوعي الاستهلاكي لدى جمهور المستهلكين، في حين أن هذا قد يكون متعذراً أو يتطلب وقتاً وجهداً أطول في عالم التجارة التقليدية .

المطلب الثاني: عيوب التجارة الالكترونية

كما للنمط التقليدي من التجارة مزايا تقابلها عيوب، فالحال كذلك بالنسبة للتجارة الالكترونية فمقابل مزاياها السابقة توجد بعض العيوب والتي من أبرزها ما يلي :

- ❖ شبكة المعلومات تعتبر ركيزة تعتمد عليها التجارة الإلكترونية فان امن هذه الشبكة يعتبر من أهم عيوبها لأنه يمكن اختراق المواقع التجارية على هذه الشبكة الأمر الذي يترتب عليه العديد من المشاكل، من أهمها إفشاء أسرار الأفراد و الشركات.
- ❖ التغير السريع في البرمجيات المستخدمة في إدارة التجارة الالكترونية يتطلب عملية تحديث مستمرة، قد تطلب تكلفة باهظة في بعض الأحيان.
- ❖ صعوبة فض النزاعات الناشئة عن المعاملات التجارة الالكترونية، وذلك لعدم وجود المستندات الورقية بالإضافة أن طرفي التعامل قد لا يعرف بعضهما الآخر. (الشويرف، 2013، الصفحات 68-69)
- ❖ عدم القدرة على رؤية و فحص المبيع و الذي يتسبب في ابتعاد الكثير من المستهلكين عنها.
- ❖ عدم التحقق من هوية المتعاقدين والذي قد يؤدي إلى الوقوع في شرك المحتالين.
- ❖ انتهاك الخصوصية، إذا ما قدمت المواقع بإفشاء أسرار العملاء.
- ❖ السرقة، وذلك بسرقة أرقام بطاقات العملاء أثناء عملية الشراء.
- ❖ السهولة في تزيف وتغيير البيانات في ظل انعدام الأمن على الشبكة. (ابو الهيجاء، 2005، صفحة 64)

❖ وجود التجسس الدولي من قبل بعض الحكومات والشركات الكبيرة وشركات متعددة الجنسيات على أعمال وتجارة بعض الشركات والأفراد تحت ذريعة الأسباب الأمنية ليتم بذلك الحصول على أسرار الصفقات التجارية وتمريها للعملاء المنافسين.

❖ عدم وجود الأنظمة والقوانين الملزمة لكافة الدول في العالم، و إن وجدت في بعض الدول فهي تختلف في التشريع فيما بينها، وبالتالي لا تصلح إلا في البلد المشرع، علما أن هذا النوع من التجارة يتعدى الحدود والأقاليم الجغرافية باختلاف الأنظمة والقوانين الدولية في القبول أو عدم القبول في المعاملات التي تجري في شبكات الاتصال الالكترونية. (قدوري، 2017، الصفحات 145-146).

المبحث الرابع: مجالات وتطبيقات التجارة الالكترونية وأسسها

المطلب الأول: مجالات التجارة الالكترونية :

تتمثل مجالات التجارة الالكترونية فيما يلي :

أولاً: تجارة التجزئة

وهي المبيعات التي يتم التعاقد عليها ويتم دفع قيمتها من خلال شبكة الانترنت، مع إرجاع التسليم مثل الكتب والمجلات .

ثانياً: البنوك والتمويل

وهي كافة الخدمات التي تقدمها البنوك من خلال شبكة الانترنت، ومنها الاستعلام عن الحساب و التحويلات البنكية ومتابعة أسعار البورصات وبيع و شراء الأسهم.

ثالثاً: التوزيع

وهي المبيعات التي يتم تسليمها على شبكة الانترنت، مثل الأفلام، برامج الحاسوب، و الأغاني والمعلومات، وتعد هذه المنتجات هي الأكثر مبيعا في الشبكة.

رابعاً: التصميمات الهندسية

وهي الطريقة المثلى للعمل المشترك بين أكثر من شخص يجمعهم مكان واحد عن طريق الشبكة، مثال ذلك فريق العمل الذي كونته شركة فورد لصناعة السيارات لتصميم محرك جديد، حيث كان أعضاء الفريق يتواجدون في أربعة أماكن مختلفة. (ابو الهيجاء، 2005، صفحة 58)

المطلب الثاني: أقسام تطبيقات التجارة الالكترونية

تطبيقات التجارة الالكترونية تنقسم إلى ثلاثة أجزاء:

- 1- شراء وبيع المنتجات و الخدمات وهو ما يسمى بالسوق الالكتروني؛
- 2- تسهيل وتسيير تدفق المعلومات والاتصالات والتعاون ما بين الشركات وما بين الأجزاء المختلفة لشركة واحدة؛
- 3- توفير خدمة الزبائن.

كما يمكن اعتبار أن كل عنصر من هذه العناصر يعتبر في حد ذاته من دعائم التطبيق السليم للتجارة الالكترونية. (عبد الوهاب ح.، 2019، صفحة 720).

أ - الأسواق الالكترونية:

هي عبارة عن محل من التعاملات و المعاملات و العلاقات من أجل تبادل المنتجات و الخدمات و المعلومات و الأموال. و عندما تكون هيئة السوق الالكترونية فان مركز التجارة ليس بناية أو ما شابه بل هو محل شبكي يحوي تعاملات تجارية، فالمشاركين في الأسواق الالكترونية من باعة و مشتريين و مسمارين ليسوا فقط في أماكن مختلفة بل نادرا ما يعرفون بعضهم البعض. طرق التواصل ما بين الأفراد في السوق الالكتروني تختلف من فرد لأخر و من حالة لأخرى.

ب - أنظمة المعلومات ما بين المؤسسات و الأسواق الالكترونية :

أنظمة المعلومات ما بنن المؤسسات تركز على تبادل و تدفق المعلومات ما بنن منظمتين أو أكثر غرضها الأساسي هو تخليص المعاملات بصورة فعالة كإرسال الحوالات المالية و الفواتير و الكمبيالات عرب الشبكات الخارجية. و في هذه المنظمة فان كل العلاقات ما بين الأطراف المعنية قد تم الاتفاق عليها مسبقا، فلا توجد مفاوضات أخرى، و لكن مجرد تنفيذ ما تم الاتفاق عليه مسبقا. في حني أن الباعة و المشتريين في الأسواق الالكترونية يتفاوضون و يزايدون و يناقشون في السعر و يتفقون على فاتورة معينة و ينفذون الاتفاق و هم متصلين بالشبكة أو غري متصلين. أنظمة ما بنن المؤسسات تستخدم فقط يف تطبيقات الشركات للشركات في حنن أن الأسواق الالكترونية فتستخدم في تطبيقات الشركات للشركات و في تطبيقات الشركات للمستهلكين . (يوسف ح.، 2012، صفحة 10)

المطلب الرابع: أسس التجارة الالكترونية

بغرض أن تصبح التجارة عبر شبكة الانترنت متاحة للمستخدمين وفي أي مجتمع كان، فإنه لا بد من توافر البيئة المناسبة لها ومتطلبات لازمة أخرى لتحقيقها، وعلى هذا الأساس نحدد كل هذه المتطلبات كما يلي : (قندلجي، 2015)

1) البنية التحتية الالكترونية: (تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات)

وهي تشمل على البنية التحتية الداعمة للتجارة الالكترونية وعقد التعاملات التجارية عبر شبكة الانترنت، ومن ابرز مكونات هذه البنية قطاع تقنية المعلومات والاتصال، وتشمل على الآتي :

أ- شبكات الاتصال السلكي واللاسلكي وأجهزة الاتصال من فاكس وهواتف ثابتة ومتنقلة.

ب- الحواسب الآلية وبرامج التطبيقات و التشغيل، وخدمات الدعم الفنية.

ج- رأس المال البشري المستخدم في الأعمال و التجارة الالكترونية.

د- توفر القطاعات المنتجة لتقنية المعلومات.

هذه المكونات هي التي توفر البنية التحتية الالكترونية، التي تساعد على انتشار استخدام الانترنت، وهي التي تهيئ النية الأساسية للتجارة الالكترونية.

2) تأمين التشريعات و الأنظمة المطلوبة للتجارة الالكترونية:

وتشمل التشريعات و القوانين والقواعد التي تتلاءم مع طبيعة التجارة عبر شبكة الانترنت، وتمثل هذه التشريعات الإطار القانوني و التنظيمي الذي يضمن استمرار التجارة الالكترونية وحماية حقوق الأطراف المتعاملة فيها. كما يتكفل هذا الإطار القانوني بإيجاد الأدوات القانونية التي تتناسب والتعاملات الالكترونية مثل وسائل التعاقد عبر شبكة الانترنت أو عبر البريد الالكتروني والشروط اللازمة لذلك، وفض النزاعات التجارية الالكترونية، سواء أكانت في داخل المجتمع أم كانت بين أطراف في دول مختلفة، وكذلك التعامل مع وسائل الإثبات للأطراف المتنازعة تجارياً عبر شبكة الانترنت. وتشمل أيضاً هذه التشريعات القضايا المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية، لجرائم الالكترونية وتحديد مفهوم الضرر و الإلتلاف الناجم عن تلك الجرائم والتعامل مع التوقعات الالكترونية و ما هي صيغة الإيجاب والقبول الالكتروني.

(3) توفر الكوادر البشرية:

ويمثل هذا الجانب أحد مقومات نجاح التجارة الالكترونية في أي مجتمع، وتشمل هذه الكوادر البشرية المتخصصين في قطاع تقنية المعلومات وشبكات الاتصال والانترنت والبرامج التطبيقية ذات العلاقة بالتجارة عبر الانترنت. (محمد خليل و زياد، صفحة ص86)

ومن ناحية أخرى تتطلب التجارة الالكترونية ما يسمى بالاستعداد الالكتروني أي المجتمع القادر والذي لديه الرغبة في استخدام وممارسة التجارة عبر شبكة الانترنت، ويرتفع معدل الاستعداد الالكتروني لأي مجتمع من خلال تطوير نوعية الأنظمة التعليمية وتوسيع دائرة الفرص لأفراد المجتمع للاستفادة منها حتى يصبح مجتمعاً ذا معرفة وثقافة تكنولوجية، بالإضافة إلى توفير الفرص للمؤسسات والمعاهد التعليمية والمدارس لاستخدام تقنية المعلومات والاتصالات، وتكييف المناهج التعليمية مع المعارف التقنية. (عبد الفتاح، 2015، الصفحات 49-50)

(4) وسائل الدفع :

تتطلب التجارة الالكترونية قطاعاً مالياً كفواً يواكب التغيرات المصاحبة لها، ويظهر ذلك جلياً من خلال المنتجات التي يجب أن تلبى بصورة أفضل احتياجات المتعاملين، وهذا يعني أن المنشآت المالية و المصرفية ينبغي عليها أن تعزز باستمرار الخدمات التي تقدمها وتستوجب بيئة التجارة الالكترونية التي تتسم بالعالمية والسرعة، طرح وسائل دفع سهلة الاستعمال، تسمح بالتحويل الالكتروني السريع للأموال عبر الحدود، لكن بالمقابل يجب عدم إغفال أن تتوفر هذه الوسائل على عاملي الثقة والأمن، فالتحقيق من هوية المتعاملين وتأمين وصول الأموال إلى وجهتها أمراً لا بد منه، والنظام المالي الذي لا يستطيع توفير ذلك من شأنه أن يعيق تطوير التجارة الالكترونية في غياب الثقة والأمن سوف تخلف ببساطة المدفوعات عن طريق الشبكات المباشرة لذلك ينبغي أن توفر بروتوكولات للأمن و التحقيق من الهوية وغيرها من الأساليب الأخرى، وينبغي أن لا تكون مرتفعة التكلفة، من أجل أن تكون في متناول المستخدمين، ومن أبرز هذه الأساليب المستخدمة في التحويلات الآمنة ما يلي :

1- بروتوكول الحركات المالية الآمنة (SET) (Secure Electronic Transaction)

الغاية من هذا البروتوكول ضمان الحفاظ على أمن البيانات (خصوصيتها وسلامتها والتحقق من وصولها إلى الجهة المطلوبة) أثناء إجراء الحركات المالية عبر شبكة مفتوحة مثل الانترنت، يستخدم بروتوكول الحركات المالية الآمنة برمجيات تدعى برمجيات المحفظة الالكترونية، وتحتوي المحفظة الالكترونية على رقم حامل البطاقة والشهادة الرقمية التابعة له، أما التاجر فتكون لديه شهادة رقمية صادرة عن أحد

البنوك المعتمدة ويستخدم كل من حامل البطاقة والتاجر الشهادة الرقمية التابعة له مما يتيح لكل منهما التحقق من هوية الآخر عند إجراء الحركات المالية عبر الانترنت، ولا يمكن للتاجر مشاهدة رقم البطاقة الائتمانية أثناء جلسة بروتوكول الحركات المالية الآمنة، حيث ترسل الصيغة المشفرة

لهذا الرقم إلى مصدر هذه البطاقة للموافقة على إجراء الحركة المالية للتاجر، وتضمن هذه الطريقة عدم عرض الرقم، كما تمنع أي تعديل غير مرخص به أثناء إرسال البيانات .

2- نظام التحويلات المالية الالكترونية (EFT) (Electronic Funds Transfer)

هو جزء بالغ الأهمية من البنية التحتية لأعمال البنوك الالكترونية التي تعمل عبر الانترنت، ويتيح هذا النظام بطريقة الكترونية أمنة نقل التحويلات المالية أو الدفعات المالية من حساب بنكي إلى حساب بنكي آخر، إضافة إلى نقل المعلومات المتعلقة بهذه التحويلات ، أي إن عملية التحويل تتم الكترونياً عبر الهواتف وأجهزة الكمبيوتر وأجهزة المودم عوضاً عن استخدام الأوراق، ويمتاز نظام التحويلات الالكترونية بدرجة عالية من الأمان وسهولة الاستخدام و الموثوقية، تتم عملية التحويل المالي الالكتروني بتوقيع العميل نموذجاً معتمداً واحد لمنفعة الجهة المستفيدة (التاجر مثلاً)، ويتيح هذا النموذج اقتطاع القيمة المحددة من حساب العميل وفق ترتيب زمني معين (يوميًا، أسبوعيًا، شهريًا). (بختي، التجارة الالكترونية مفاهيم و استراتيجيات التطبيق في المؤسسة، 2005، الصفحات 79-80).

5- وسائل التوزيع:

إن التوزيع أمر حاسم في تطور التجارة الإلكترونية و نم وها، فمن خلاله يمكن التوصيل بين فضاءات الأسواق الإلكترونية و الأسواق الحقيقية. كما أن جميع الفوائد و الإيجابيات التي تنشأ نتيجة استخدام التجارة الالكترونية كانخفاض التكلفة و اختصار عنصر الزمن قد تتلاشى سريعاً لو واجهت المشتريات عراقيل في طريقها للوصول إلى طالبها، وهنا لا بد أن نشير إلى أن أسلوب التوزيع في التجارة الالكترونية يختلف باختلاف طبيعة المنتج، ويمكن توضيح ذلك كالتالي :

أ توزيع السلع:

تجري عملية ترويج السلع على الانترنت، أما توزيعها فيكون من خلال الاعتماد على النظم اللوجيستية الداعمة الموجودة في الميدان الواقعي (أي أن عملية الترويج و البيع تكون افتراضياً و عملية التوزيع تجري واقعياً) .

ب توزيع الخدمات:

بسبب الطبيعة التي تتصف بها الخدمات فإن تسليمها يجري بأساليب كثيرة منها:

➤ توزيع (تسليم) الخدمات عبر موقع المنشأة البائعة أو باستخدام أسلوب التحميل (Download) من

خلال الدخول إلى الخدمة المطلوبة عبر كلمة سر يحصل عليها المشتري الإلكتروني بعد أن يدفع

التمن المطلوب من خلال أحد أساليب الدفع على الانترنت مثل (بطاقات الائتمان أو الشيكات أو

غيرها،....) و من الأمثلة على هذه الخدمات مشاهدة بعض الوثائق و البرامج و الأفلام .

➤ التوزيع المختلط (الهجين): و هو التوزيع الذي يجري جزء منه بصورة إلكترونية على شبكة الانترنت،

و الجزء الآخر يكون في العالم الواقعي، مثلا إذا أراد سائح أن يشتري خدمة المبيت(الإيواء) في فندق

ما، فإن هناك مواقع توفر بيع هذه الخدمة، لكن عملية التسليم على

الشبكة تكون لجزء من العملية (خدمة الحجز)، أما استلام خدمة المبيت في الفندق فإنه يجري في

العالم الواقعي .

و يعتمد التوزيع على البنية الأساسية للنقل و البريد، و التي تتمثل أساسا في وسائل النقل بمختلف

أشكالها و هياكله القاعدية كالطرق و الموانئ و المطارات و السكك الحديدية، بالإضافة إلى وسائل و

تقنيات التوصيل الرقمي و . ما يتم من تحديث و تحسين لهذه البنية ينعكس إيجابا على صفقات التجارة

الإلكترونية لاسيما و أن توزيع المشتريات المادية للتجارة الإلكترونية بالتجزئة على الخصوص غالبا ما

ينطوي على ارتفاع تكلفة الشحن، و طول المدة، و حتى ضياع السلعة أو تلفها.

و من جهة أخرى تخلق التجارة الإلكترونية، خاصة بين منشآت الأعمال تحديات جديدة للتوزيع و

التوصيل، ففي المتاجر الحقيقية يقوم العميل بالا ستلام و الدفع من أجل تنفيذ الطلبية (عن طريق اختيار

السلعة و تسديد ثمنها في الخزينة و) توصيلها (عن طريق نقل السلعة وتوصيلها للمنزل و) ذلك كله على

حساب وقت العميل، أما في المتاجر الإلكترونية فيتحمل البائع المسؤولية عن تنسيق تنفيذ الطلبيات و

توصيلها و هناك كثير من المنشآت تستجيب لهذا الموقف من خلال التعاقد من الباطن مع (جهات

أخرى على تقديم خدمات التوزيع. (حكيمة، 2008، الصفحات 54-55).

المبحث الخامس: الإطار القانوني للتجارة الالكترونية

تثير التجارة الالكترونية بعض التساؤلات القانونية المتعلقة بحماية الموقع واسمه وعنوانه على الشبكة

العالمية، وبمدى صحة البيانات الواردة على الموقع ، والقانون الواجب التطبيق على التعاملات القانونية

خصوصا إذا أخذنا في الاعتبار الطابع الدولي الغالب في مثل هذه المعاملات، وكذلك تحديد المحكمة

المختصة بنظر المشاكل المترتبة على تنفيذ العقود وتفسيرها ومنازعات تطبيقها، كما تثير التجارة الالكترونية أيضا مشكلات أخرى متعلقة بوسائل وصور حماية المستهلك، سواء تعلق الأمر ببياناته الخاصة أو تلك المتعلقة بتعاملاته البنكية وأرقام بطاقة الائتمان.

المطلب الأول: أهم القوانين الصادرة بشأن التجارة الالكترونية

و من أهم القوانين المنظمة للتجارة الالكترونية ما يلي:

أولا : قانون الأنستيرال النموذجي للتجارة الالكترونية سنة 1996

قررت الجمعية العامة للأمم المتحدة في قرارها رقم: 162/51 في يونيو 1996 أنها تلاحظ أن عددا متزايدا من المعاملات في التجارة الالكترونية الدولية يتم عن طريق التبادل الالكتروني لبيانات وغير ذلك من وسائل الاتصال، يشار إليها عادة باسم التجارة الالكترونية التي تتطوي على استخدام بدائل الأشكال الورقية للاتصال وتخزين المعلومات. كما أضافت أن وضع قانون نموذجي ييسر استخدام التجارة الالكترونية، ويكون مقبولا لدى الدول ذات الأنظمة القانونية والاجتماعية والاقتصادية يمكن أن يساهم على نحو هام في تنمية علاقات اقتصادية دولية منسجمة.

و يقوم القانون النموذجي للتجارة الالكترونية على التسليم بأن الاشتراطات القانونية التي تفرض استخدام مستندات ورقية تشكل العائق الرئيسي الذي يحول دون استحداث وسائل إبلاغ عصرية، وانه يتم معالجة هذه العوائق باستخدام وسائل التجارة الالكترونية.

ويتكون القانون النموذجي من جزئين، يشير الجزء الأول إلى التجارة الالكترونية عموما وذلك من خلال تعرضه لمكونات وعناصر التجارة الالكترونية ووسائلها، حيث يبين نطاق تطبيق هذا القانون حيث ينطبق على جميع أنواع رسائل البيانات التي يمكن أنشاؤها أو خزنها أو إبلاغها. (عبد الفتاح، 2015، الصفحات 94-95)

كما تضمن القانون مجموعة من القواعد أو الشروط القانونية اللازمة لتمتع رسائل البيانات الالكترونية بالحجة القانونية المماثلة في حالة المستندات الورقية . (السيسي، 2014) وتناولت مواد القانون النموذجي الاحتفاظ برسائل البيانات لأغراض مثل المحاسبة أو الضرائب، وذلك عن طريق تخزينها وتشفيرها. (عبد الفتاح، 2015، صفحة 95) وتتمثل أهداف هذا القانون فيما يلي :

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

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

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

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

5- توفير معاملة متساوية لمستعملي المستندات الورقية و مستعملي غيرها من الأساليب الحديثة في التجارة لتحقيق النمو و الفعالية في التجارة الدولية .(الاونستيرال، 1996)

ثانيا : القانون النموذجي للتوقيعات الالكترونية

يهدف هذا القانون النموذجي الذي اعتمده الاونستيرال في 05 جويلية سنة 2001 إلى زيادة اليقين القانوني بشأن استخدام التوقيعات الالكترونية.

ويستند القانون النموذجي للمبدأ المرن الوارد في المادة السابعة من قانون الاونستيرال النموذجي للتجارة الالكترونية، ليضع معايير للتكافؤ التقني بين التوقيعات الإلكترونية والتوقيعات بخط اليد، كما ينطبق هذا القانون حيثما تستخدم التوقيعات الالكترونية في سياق أنشطة تجارية، وهو لا يلغي أي قاعدة قانونية يكون القصد منها حماية المستهلك. (عبد الفتاح، 2015، صفحة 101).

المطلب الثاني: أهم المشكلات التي تواجه التجارة الالكترونية

هناك جملة من المعوقات التي تواجهها التجارة الالكترونية من أبرزها ما يلي:

أولاً: الخصوصية

بسبب الكميات الهائلة كم المعلومات التي يمكن تجميعها عبر الانترنت، وبسبب الطبيعة العامة لها، فإن المواطن الفرد وجمعيات حماية المستهلك و الحكومات في جميع أنحاء العالم، أظهرت اهتماما بارزا بقضية خصوصية الأفراد و مستخدمي الانترنت، و في الوقت الحالي، فإن أهم القضايا الجدلية في هذا

المجال هي تطويع أنشطة الاتجار عبر الانترنت لمتابعة فاعلية أنشطة الإعلان و البحث عن الأسواق المستهدفة، ومشاركة المنشآت الأخرى المعلومات حول الأفراد، إضافة إلى ما يسمى بحقوق الأطفال والمراهقين، ألا أن القضية التي تثير الاهتمام في الوقت الحالي وتتعلق بالخصوصية هي ما يسمى بإفصاح Double click و الذي من خلالها يتم الإعلان عن الأسماء والعادات الشرائية والعناوين وبعض البيانات الديموغرافية الأخرى الخاصة بمستخدمي الانترنت والذي قامت بتصميمه إحدى مؤسسات التسويق المباشر. (ادريس و محمد المرسي، 2005)

وتشجع الحكومات في الدول المتقدمة منشآت العمال على تنمية سياسات وإجراءات إيجابية في مجال حماية الخصوصية، ألا أن هذه الجهود لم تسفر عن مساهمات قيمة حتى الآن، مما قد يستدعي التدخل التشريعي مستقبلاً، و في أوروبا تم إصدار ما يسمى بتوجيه حماية البيانات Data Protection Directive، والذي يحول دون تبادل المعلومات الشخصية مع الدول أو المنشآت التي لا تتقيد بإجراءات لحماية المعلومات الشخصية، وهي كثيرة حول

العالم، ففي دراسة حديثة للمنشآت التي تستخدم الانترنت في عملياتها البيعية وجد أن 90 % من عينة الدراسة تقوم بتجميع معلومات شخصية عن عملائها، إلا أن 10 % فقط منها تتبع إجراءات أو ممارسات صارمة لحماية المعلومات التي تتمكن من الحصول عليها. (ادريس و محمد المرسي، 2005، صفحة 460)

كما تم تطوير بعض الحلول لحماية خصوصية المستهلك المستخدم للنقود الرقمية، أحد هذه الحلول لمنع البنك من التعرف على هوية الشخص القائم بالشراء وهو ما يسمى بالتوقيع الأعمى Blind Signature حيث يوقع البنك على النقود الرقمية دون معرفة الرقم المرجعي (من خلال هذا الرقم يستطيع البنك أن يعرف لمن تم إصدار هذه النقود ومن أين حصل عليها) . (طه و بندق، 2005)

ثانياً: الضرائب

يعتبر موضوع فرض الضرائب على التجارة الإلكترونية من بين المواضيع التي مازال النقاش قائماً بشأنها حتى الآن بسبب عدم إمكانية تطبيق القواعد السارية حالياً على التجارة الإلكترونية وكذا صعوبة تحديد المفاهيم الجديدة المتعلقة بهذه التجارة فعلى الرغم من تطور حجم المعاملات التجارية الإلكترونية لأنه لا يزال هناك قصور في المفردات المتعلقة بها وما يترتب عنها من إجراءات قانونية، والواقع أن النقاشات حول إخضاع التعاملات الإلكترونية للضرائب تدور حول ثلاثة اتجاهات رئيسية وهي كما يلي :

تتجه بعض الآراء إلى ضرورة فرض ضريبة على مبيعات لتجارة الإلكترونية لعدة اعتبارات أهمها:

◀ إن عدم فرض ضريبة على التجارة الإلكترونية يشجع على اللامعادلة الاجتماعية خاصة في الدول النامية، نظراً لأن أغلب المتعاملين بالأساليب الحديثة في التجارة هم من ذوي الدخل المرتفعة وهم أقل حاجة إلى الإعفاء الضريبي؛

◀ إنما يزيد عن 30% من عائدات الضرائب التي تمول الإنفاق العام يأتي في شكل ضريبة مبيعات وهو ما سوف يهدد في المستقبل العوائد الضريبية للحكومة؛ (ادريس و محمد المرسي، 2005، صفحة 464)

◀ إن فرض الضرائب على التجارة الالكترونية في وقت مبكر سيؤدي بالمسؤولين عنها إلى اكتساب الخبرة ومعرفة الصعوبات و العراقيل التي قد تقف أمام جبايتها بشكل جيد من أجل دراستها و إيجاد الحلول لها.

بينما تتجه بعض الآراء الأخرى إلى إعفاء صفقات التجارة الالكترونية من الضرائب مستندين في ذلك على ما يلي:

◀ إن تطبيقات التجارة الالكترونية ما زالت في بداياتها حيث لم تبلغ نسبة الانتشار التي تجعل منها أمراً عادياً، لذلك فإن فرض ضريبة عليها سيعرقل نموها ويحد من الإقبال عليها

◀ إن الجزء الأكبر من التجارة الالكترونية يتركز بين المنشآت الأعمال (B2B) ، والتي يقع معظمها تحت مظلة الإعفاء من ضريبة المبيعات لأن منتجاتها تتضمن مشتريات بغرض إعادة البيع أو التصنيع أو لكونها منشآت خدمية لا تستهدف الربح .

◀ تقادي الوقوع في إشكالية الازدواج الضريبي الذي قد يحدث نتيجة فرضاً لضريبة على عمليات التجارة الإلكترونية. (ادريس و محمد المرسي، 2005، صفحة 465)

وهنا كزأي ثالث يتجه إلى ضرورة التفرقة بين نوعين من السلع و الخدمات: (عبد الوهاب د.، 2004، صفحة 52).

النوع الأول:

الصفقات يتم فيها بين الطرفين إلكترونياً و لكنها يجب أن تسلم بالطرق التقليدية، ويتجه الرأي هنا إلى إخضاعها للمعاملة الضريبية العادية حسب القواعد العامة المطبقة في هذا الشأن.

النوع الثاني:

عقد الصفقة و إتتمامها إلكترونياً كما في حالة خدمات المعلومات و البرامج، ويتجه أنصار هذا الرأي إلى عدم خضوعها للضريبة نظراً لعدة أسباب أهمها :

✓ تشجيع حركة نمو التجارة الالكترونية و عدم تقييدها؛

✓ منع الازدواج الضريبي؛

✓ صعوبة حصر هذه العمليات وفحصها.

إن الآراء السابقة تدل على اختلاف وجهات نظر الدول و الهيئات والمنظمات الدولية وعدم

استقرارها على رأي معين، لكن تجدر الإشارة إلى أن فرض ضريبة على التجارة الإلكترونية في الوقت

الراهن قد يؤدي إلى عرقلتها خاصة في الدول النامية، لذلك من الأحسن أن يفسح لها المجال للانتشار و

نشر التقدم التكنولوجي المصاحب لها، و في المقابل يستغل ذلك في محاولة إيجاد صيغة جديدة للجباية

تتناسب و الطابع الخاص لهذه التجارة وتتميز بالعدالة و البساطة والفعالية وعدم الازدواج الضريبي أي

تخضع لمبادئ السياسة الجبائية ، لأن الاستمرار في إعفاء المعاملات التجارية الالكترونية قد يفقد الدولة

جزءا هاما من المداخل في المستقبل. (عبد الوهاب د.، 2004، صفحة 52).

ثالثا : التوقيع الالكتروني

يأتي التوقيع الإلكتروني في طليعة المشكلات القانونية التي تثيرها التجارة الإلكترونية، لأن هذا التوقيع

لا تتوفر لها لضمانات اللازمة للتحقق من صحته و عدم تزويره، وقواعد الإثبات المقررة في القوانين

الوضعية السائدة الآن تعتمد على التوقيع المكتوب أو التوقيع ببصمة الإصبع، و عند إنكار التوقيع أو

الطعن فيه بالتزوير يجري التحقق من صحته بالأساليب العلمية المعتمدة لدى أقسام التزييف والتزوير

بهيئات الطب الشرعي، ولا يمكن أن يخضع التوقيع الالكتروني لهذه الأساليب وفي ضوء قواعد الإثبات

السارية الآن، و إلى أن يوضع تشريع متكامل للتجارة الالكترونية لا يعتد بالتوقيع

الالكتروني إلا إذا اتفق المتعاملون على ذلك، إما من خلال التوقيع على الشيكات المقترحة لشبكة

الانترنت، فأن " التشفير " هو أحد أساليب التقنية الالكترونية وذلك عن طريق استخدام رموز

خاصة تعرف بالمفاتيح، كالمفتاح المتماثل لفك رموز الشفرة والمفتاح غير المتماثل وينقسم إلى جزء

خاص يكون تحت سيطرة المرسل اله ، وجزء عام يرسل إلى كل ذي شأن ليتوصل إلى فك الرسالة و

يصعب التوصل إلى المفتاح الخاص عن طريق المفتاح العام . (الحداد، 2002، صفحة 196)

رابعا : الأمن

حيث تشير أكثر من 80% من المنشآت في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أن الأمن هو العقبة الرئيسية

أمام توسع التجارة الالكترونية مع عملائها وشركائها. وبعد أن أدت هجمات قرصنة الانترنت في فيفري

سنة 2000 إلى شل عدة مواقع شهيرة على الشبكة العالمية، تبين من المسوحات التي أجريت أن 65 %

يعتزمون إبداء مزيد من الحرص عند التعامل تجاريا عن طريق الانترنت نتيجة للهجمات، وأن 70 % لم

يكونوا مرتاحين لإعطاء بيانات بطاقتهم الائتمانية عبر الانترنت ويعني ضمنا أن المستهلكين ومنشأ الأعمال يمكنهم أن يكونوا مطمئنين إلى ما يلي :

- أن الاتصالات و البيانات محصنة ضد الدخول إليها وتعديلها دون إذن؛
 - أن البائعين و المشترين هم من يعلنون عن أنفسهم؛
 - أن كلا من آليات المعاملات الفردية والشبكة بكاملها آمنة. (ل-مان ، 2003، الصفحات 106-
- (107)

خامسا : الملكية الفكرية

إن المسائل المتعلقة بالملكية الفكرية هي محل اهتمام كبير من المنشآت، فهي أكثر وعيا بضرورة امتلاك القدرة على حماية العلامة التجارية و المعلومات التجارية المحفوظ بها في قواعد المعطيات، فالمنشآت لها حساسية أكبر للعلاقة الموجودة بين حماية الملكية الفكرية و إجراءات التجديد والابتكار والاختراع، فالتشريعات الحالية بينت أنه لحماية حقوق الملكية الفكرية يجب تسجيل هذه الأفكار و كتابتها على حوامل فيزيائية: مطبوعات، أشرطة سمعية، أشرطة فيديو... الخ، والتحدي الأكبر الذي يجب أن تجابهه الحكومات الآن هو إعادة صياغة هذه التشريعات لأجل أن تأخذ في عين الاعتبار خدمات المعلومات الإلكترونية.

في الوقت الحالي موضوع تشريعات حقوق الملكية الفردية يحتوي على عنصر حقوق الطبع بالنسبة للحقوق المكتوبة، وعنصر براءة الاختراع بالنسبة للمواصفات والتطورات التكنولوجية، فتوسع الشبكات التجارية طرح مسألة الوسائل التي يمكن بواسطتها احترام نظام حقوق الملكية الفكرية، التي هي في الحقيقة مصدر تحديات جديدة، فالمعلومات الموزعة عن طريق خطوط إلكترونية يمكن نسخها بسهولة و إعادة توزيعها بطريقة حرة غير مكشوفة. (بختي، التجارة الالكترونية مفاهيم و استراتيجيات التطبيق في المؤسسة، 2005، صفحة 53).

المبحث السادس : أطراف ومراحل إبرام العقود الالكترونية وخصائصها

المطلب الأول : أطراف التجارة الالكترونية:

إن الأطراف الثالثة للتجارة الالكترونية هي نفسها أطراف التجارة التقليدية والمتمثلة في المستهلك و البائع و البنك

(1) المستهلك :

يعرف المستهلك بأنه " الشخص الذي يلتحق بشبكة الشبكات ويسبح في فضاء الانترنت، ويطفو من وقت لآخر على الويب بقصد الحصول على المعلومات المتعلقة بالسلع والخدمات " (محمد حسين، 2003، صفحة 336).

أي أن المستهلك هو الشخص الذي يتجول في الانترنت ويزور مختلف مواقع الويب التجارية بحثاً عن السلع والخدمات التي تشبع حاجاته، بمعنى آخر المستهلك هو كل من يتعاقد الكترونياً من أجل إشباع رغباته . و من خلال هذا التعريف يمكن تحديد أربع خصائص للمستهلك، هي :

- هو الشخص طبيعياً كان أم معنوياً، الذي يبرم العقود المتعلقة بسلع أو خدمات للانفعا بها فقط دون أن يكون لديه نية لاستخدامها في المضاربة؛
 - هو الشخص الذي يستخدم وسيط إلكتروني لإتمام المعاملات التجارية؛
 - هو الشخص الذي لا يملك القدرة الفنية للحكم على السلعة أو الخدمة الاستهلاكية محل التعاقد؛
 - 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.
- ويصنف المستهلكون الذين يزورون المواقع التجارية إلى ثلاثة شرائح أساسية هي :

أ- **مستهلكون عروضيون**: وهم الأشخاص الذين يزورون موقع الشركة بين الحين والآخر، لكن بشكل غير منتظم، فقد يزورون الموقع مرة واحدة فقط،

ب- **مستهلكون منتظمون**: ر ومنتظم، فقد وهم من يسعون إلى تلبية حاجياتكم بشكل متكرر يزورون الموقع مرة واحدة فقط ؛

ج- **مستهلكون دائمون** : وهم الأشخاص الذين يبحرون في شبكة الانترنت بشكل يومي أي يدخلون كل يوم لموقع الشركة على الويب بهدف معرفة آخر التطورات والتحسينات في هذه المنتجات. (برهم، 2005، صفحة 132).

(2) البائع:

هو من يقوم بإنشاء موقع على شبكة الانترنت ويتخذه 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. (برهم، 2005، صفحة 132).

و يعتبر استخدام الانترنت 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 يتمكّن البائع من النجاح في إدارة موقعه وتحقيق أرباح من تجارته الإلكترونية، لابد 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. (برهم، 2005، صفحة 132)

(3) البنك :

ويمكننا تعريف البنوك الإلكترونية أنها " منافذ خدمات إلكترونية (آلات الصرف الآلي، بنك منزلي (تقدم خدمات مصرفية متنوعة دون توق 24 ساعة (وبدون عمالة بشرية " يعني أن البنوك الإلكترونية هي البنوك التي قامت بإنشاء مواقع لها على شبكة الشبكات، ليس بغرض الإعلان عنها وإنما بغيت إيجاد الطرق التي تمكّنها من تقديم الخدمات المصرفية لتعاملها بدل الانتقال شخصيا إلى البنك وإجراء لقاء مباشر لإتمام المعاملة، فالبنوك الإلكترونية تفتح المحال أمام المتعاملين لانجاز كافة المعاملات المصرفية المتكاملة في أي وقت وفي أي مكان (من المنزل، المكتب أو أي مكان آخر) وفي أقصر وقت ممكن.

وتلعب البنوك الإلكترونية دورا جوهريا في تسيير معاملات التجارة الإلكترونية من خلال توفيرها للوسائل اللازمة لتسوية المدفوعات بين الطرفين، فلكي تتم أي صفقة الكترونية لابد من امتلاك كل من البائع والمشتري لحساب في أحد البنوك، حيث أن عملية الدفع والقبض تكون بين بنك المصدر (المشتري) وبنك المستفيد (البائع) . (كامش و خالدي، 2016، الصفحات 20-21)

و توفر البنوك الإلكترونية تشكيلة متنوعة من الخدمات من بينها ما يلي :

- **خدمة معرفة الرصيد** : هي ابسط الخدمات التي توفرها المصارف من خلال دخول المستخدم الى حسابه المصرفي عن طريق كلمة مرور يزوده المصرف بها. وبهذا يتم تقادي الطوابير للعملاء للاستفسار عن حساباتهم.
- **خدمة سداد المدفوعات والفواتير نيابة عن المتعامل**: حيث تفتح المؤسسات المعنية بفواتير الماء، الكهرباء والهاتف حسابات لدى البنك، يقوم المتعاملين بإيداع قيمة الفواتير فيها.
- خدمة البطاقات الائتمانية : حيث تقوم البنوك بمنح بطاقات بنكية للمتعاملين لتسوية مدفوعاتهم، بعد أن تتعرف على ظروفهم وتؤكد من قدرتهم على تغطية الائتمان في الوقت المحدد، ويتم ذلك مقابل رسم شهري .
- **خدمة التحويل الالكتروني للأموال**: حيث تهدف هذه الخدمة إلى تسهيل وتسريع المدفوعات عبر العالم من خلال شبكة تضم عددا كبيرا من المصارف المسؤولة عن تداول الأموال.
- خدمة أجهزة الصراف الآلي : وتكمن هذه الخدمة المتعاملين من القيام بمختلف عمليات السحب والإيداع من وحدات حاسوب طرفية منتشرة في أماكن متعددة، وهذا بعد إدخال بطاقة خاصة و رقم خاص بالعميل. (كامش و خالدي، 2016، صفحة 21).

المطلب الثاني: مراحل إبرام عقود التجارة الالكترونية

تمر عملية الشراء عبر التجارة الالكترونية بعدة مراحل والمتمثلة في الآتي :

◀ المرحلة الأولى: مرحلة العرض ' توفير المعلومات'

حيث يتم فيها عرض السلع أو الخدمات من طرف المنتج، ويكون ذلك حسب طلب وحاجة المستهلك والسوق (سوق داخلية أو خارجية)، حيث المنتج أو صاحب السلعة يقوم بترويج السلعة عن طريق وسائل الإعلان المتوفرة شرط أن تكون معروضة بطريقة سهلة ومفهومة للمستهلكين. (الزبيدي، 2004، صفحة 323)

ومن أهم طرق الإعلان :

- إنشاء مواقع الكترونية على الانترنت، وغالبا هذه الإعلانات تكون موجودة أعلى أو أسفل صفحات الويب على شكل شريط بالإضافة إلى نوع من الحركة عليها بهدف جذب أنظار الزبائن، والإعلانات في المواقع الالكترونية هي فعالة بدرجة أنها تتعدى وتفوق إعلانات الصحف وذلك يعود إلى دخول عملاء بشكل كبير لهذه المواقع حيث عدد الزوار لهذه المواقع يتعدى الملايين في الشهر.

- إن عملية الإعلان عبر الانترنت يتطلب شراء مساحة لعرض المنتج من أي موقع مع العلم أن تكلفة نشر الإعلان يزيد زوار الصفحة. (الشويرف، 2013، الصفحات 80-81)

◀ المرحلة الثانية: القبول

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 وتطابقا تماما وانعقد العقد. ويمكن التعبير عن القبول بعدة طرق منها :

* ملء استمارة إلكترونية على الموقع واللمس (النقر) على الزر المناسب في مكان معين على شاشة الحاسوب ،
* إرسال فاكس.

* تحرير رسالة إلكترونية، و إرسالها 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 إنما ترك معلومات معلومات من قبل عند شراء سلعة أخرى. (سيد احمد، 2005)

◀ المرحلة الثالثة: التنفيذ

وفيها يتم تنفيذ العديد من الالتزامات فيما بين كل من المنتج والمستهلك وهي:

أ- قيام المنتج أو البائع بتدبير السلعة وتجهيتها حتى تكون صالحة للتسليم بالشكل والأسلوب الذي يتم الاتفاق عليه؛

ب- قيام المشتري بإتمام إجراءات عمليات الدفع من أجل الحصول على السلعة أو الخدمة، وعملية الدفع هذه تتم إلكترونياً، حيث يعتبر نظام الدفع الإلكتروني هو جوهر التجارة الإلكترونية فهو يربط بين أطراف ثلاثة المشتري والبائع والبنك. (الشويرف، 2013، صفحة 82)

المطلب الثالث : تعريف العقد الإلكتروني:

1- يعرف العقد الإلكتروني بأنه " عقد يبرم بمجرد تطابق الإيجاب والقبول عن طريق استخدام إحدى الوسائل الإلكترونية المعدة لذلك على إحداث أثر قانوني لإنشاء التزام أو نقله أو تعديله أو إنهائه " (بن السبحو و مهداوي، 2018، صفحة 362).

- 2- يقصد بالعقد الإلكتروني هو " ذلك الاتفاق الذي يتلاقى فيه الإيجاب والقبول على شبكة دولية مفتوحة للاتصال عن بعد، وذلك بوسيلة مسموعة مرئية، بفضل التفاعل بين الموجب والقابل " وتنقسم العقود الالكترونية من حيث مدى ارتباط العقد وتنفيذه من خلال الشبكة إلى قسمين:
- أ- عقود تبرم وتنفذ من خلال الشبكة مباشرة، وهي العقود التي يكون محلها غير ملموس، والتي تكون إما مسموعة، وإما مرئية، دون إمكان لمسها باليد مثل الحصول على معلومات أو برامج الحاسوب؛
- ب- عقود يتم إبرامها من خلال الشبكة، وتنفذ خارجيا في العالم المادي (الملموس)، المبيعات التي يكون محلها سلع ملموسة . (ابو الهيجاء، 2005، الصفحات 39-40).

المطلب الرابع: خصائص العقد الإلكتروني:

يتميز العقد الإلكتروني بعدة خصائص يمكن الكشف عنها بالنظر إلى الطبيعة الخاصة لوسيلة انعقاده، ومن أهم هذه الخصائص نذكر ما يلي:

1- عقود تبرم عن بعد:

تعتبر عقود التجارة الإلكترونية من طائفة العقود عن بعد، لأنها تبرم باستخدام وسائل الاتصال عن بعد، حيث يتم تبادل الإيجاب والقبول فيها عبر الإنترنت، فيجمعهم بذلك مجلس عقد حكومي افتراضي، ولذلك فهو عقد فوري متعاصر، وقد عرفت المادة 1/02 من القانون الفرنسي، الاتصال عن بعد بأنه: " كل انتقال أو إرسال أو استقبال لرموز أو إشارات أو كتابة أو أصوات أو معلومات، أياً كانت طبيعتها، بواسطة ألياف برية أو طاقة لاسلكية، أو أية أنظمة إلكترومغناطيسية أخرى"، أو أنها: " مجموعة من الإجراءات الفنية - المسموعة والمرئية - لإرسال واستقبال المعلومات عن بعد"، وهذا التعاصر هو نتيجة صفة التفاعلية فيما بين أطراف العقد الأمر الذي يجعل من هذا النوع من العقود يعد بين حاضرين من حيث الزمان، وبين غائبين من حيث المكان، وهو نوع جديد من مجالس العقد التي يمكن تسميتها بالمجالس الافتراضية. (طمين، 2011، الصفحات 15-16)

2- عقود التجارة الإلكترونية عقود دولية:

يرى بعض الفقه أن تحديد معيار العقد الدولي، يعتبر دوليا لمجرد أن أحد أطرافه يتمتع بجنسية دولة أجنبية أو يتوطن في الخارج، أو لأنه أبرم في دولة أجنبية أو كان من المقرر أن ينشئ بعض الالتزامات في الخارج، حيث استقر الفقه على أن العلاقات التعاقدية شأنها شأن سائر العلاقات، تعتبر ذات طابع دولي بمجرد تطرق الصفة الأجنبية إلى أي من عناصرها، وبالتالي يعتبر عقدا دوليا كل عقد يتصل بعملية اقتصادية تتضمن حركة للأموال والخدمات أو بمدفوعات، عبر الشبكة الإلكترونية ذات الطابع

الدولي، ذلك لأن الطابع العالمي لشبكة الإنترنت وما يربته من جعل معظم دول العالم، في حالة اتصال دائم على الخط (**en linge**)،يسهل العقد بين طرف في دولة والطرف الآخر في دولة أخرى. (فاتح، 2017، صفحة 92) .

تعتبر عقود التجارة الإلكترونية عقوداً دولية لارتباطها بمصالح التجارة الدولية وبالتالي فإن العقد الإلكتروني، يؤدي إلى تحريك للأموال عبر الحدود أو تعدي نطاق الاقتصاد الوطني، إلا أنه قد يتم إبرام عقد إلكتروني غير دولي، بين أشخاص يحملون جنسية نفس الدولة، ومقيمين داخل نفس الدولة أو أن هذا العقد أبرم ونفذ في نفس الدولة، وعليه يغلب على هذه العقود الإلكترونية أنها لها الصفة الدولية المتعدية حدود الدولة، إلا أن ذلك ليس شأن كل عقد إلكتروني الذي قد ينظم علاقة دولية ذات عنصر أجنبي، وقد ينظم علاقة وطنية ينتفي فيها كل عنصر أجنبي . (فاتح، 2017، صفحة 93)

3- العقد الإلكتروني عقد تجاري :

إن التجارة الإلكترونية لا يقصد منها التجارة في الأجهزة الإلكترونية، بل يقصد منها المعاملات التجارية التي تتم من خلال استخدام أجهزة ووسائل إلكترونية مثل الانترنت. ووصف العقد الإلكتروني بالطابع التجاري يعود في الأساس إلى السمة الغالبة لهذا العقد، لان عقود البيع الإلكترونية تستحوذ على الجانب الأعظم من هذه العقود، زيادة على ذلك فإنه غالباً ما يكون مقدم السلعة أو الخدمة تاجراً؛ أي يتمتع بالصفة التجارية ولذلك فإن أطرافه هم التجار والمستهلكين وهو عقد يرد على السلع أو أداء الخدمات بمختلف أنواعها، ويتسم غالباً أن التاجر هو الذي ينظم طريق إبرامه إذا فالبيع التجاري يستأثر الجانب الأكبر في مجمل العقود التي تبرم عبر الانترنت. (بن السبحم و مهداوي، 2018، صفحة 366).

4- العقد الإلكتروني هو عقد مبرم بوسيلة الكترونية

يتم إبرام العقد الإلكتروني باستخدام الوسائط الإلكترونية، التي هي أساس هذا العقد من حيث إبرامه عبر شبكة اتصالات إلكترونية، فالعقد الإلكتروني لا يختلف من حيث الموضوع أو الأطراف عن سائر العقود التقليدية، ولكنه يختلف فقط من حيث طريقة إبرامه، وكونه يتم باستخدام وسائط إلكترونية، وتلك الوسائط هي التي دفعت إلى اختفاء الكتابة التقليدية التي تقوم على الدعائم الورقية، لتحل محلها الكتابة الإلكترونية التي تقوم على دعائم إلكترونية. (خالد ممدوح، 2008، صفحة 75).

5- عدم وجود عالقة مباشرة بين الأطراف المتعاقدة:

السمة الرئيسية التي تهيمن على هذا النوع من المعاملات هو اعتمادها على التقنيات الحديثة و المتطورة قصد تذليل العقبات المادية للمعاملات سواء أكانت محلية أو دولية. (طمين، 2011، صفحة 57).

المبحث السابع : وسائل الدفع الالكترونية

مع ظهور التجارة الالكترونية و انتشارها أصبحت وسائل الدفع مثل حجر الزاوية لنجاح وتطور هذا النوع من التجارة، فقد اعتمد جناح التجارة الالكترونية في مراحلها الأولى على استخدام بعض وسائل الدفع المتاحة، ومع التطور الذي طرأ على تكنولوجيا الإعلام تم استحداث وسائل جديدة تعد أكثر ملائمة لطبيعة ومتطلبات التجارة الالكترونية و بمفهومها الشامل والذي يتضمن إجراء كافة أنواع المعاملات التجارية باستخدام الطرق الالكترونية.

وتصنف وسائل الدفع الالكترونية بالاعتماد على توقيت الدفع ضمن ثلاثة أنظمة للدفع الكترونياً: (لوصيف، 2009، صفحة 36).

المطلب الأول : نظام الدفع الالكتروني المسبق والفوري.أ : الدفع الالكتروني المسبق :

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

1- النقود الالكترونية:

تعريف النقود الالكترونية باهنا " مجموعة من البروتوكولات والتواقيع الرقمية التي تتيح للرسالة الالكترونية أن تحل فعلياً محل تبادل العملات التقليدية، فالنقود الرقمية هي المكافئ الالكتروني للنقود التقليدية التي اعتدنا تداولها . (بختي، دور الانترنت وتطبيقاته في مجال التسويق، 2002، صفحة 115).

وسنتطرق في الفصل الموالي للنقود الالكترونية بالتفصيل

2- البطاقات الذكية:

هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية بحجم بطاقة الائتمان، يثبت عليها شريط ممغنط عليه رقم كودي يحمل شريحة (رقيقة) الكترونية مزودة بذاكرة مصاحبة، حيث تكون قادرة على أن تخزن وتسترجع وتعالج جميع البيانات الشخصية لحاملها. (عبد الخالق، 2006، صفحة 182).

أ- مبدأ عمل البطاقات الذكية:

إن مبدأ عمل البطاقات الذكية يتمثل يف ضرورة تعاملها مع أجهزة تقرأ ما تحتويه البطاقة من معلومات على الذاكرة الخاصة بها، فيكفي مجرد تمرير البطاقة في جهاز القارئ ليتم خصم قيمة الشراء بطريقة أوتوماتيكية وبكل سهولة من بطاقة المشتري ونقلها إلى جهاز البائع ليتمكن هذا الأخير من نقل قيمة الصفقة إلى حسابه البنكي. (منير و محمد الجنيبي، 2005، صفحة 52)

ب- خصائص البطاقات الذكية:

- لهذا النوع الحديث من البطاقات مجموعة من الخصائص يمكن إيجازها فيما يلي:
- ✓ هي بمثابة كمبيوتر متنقل للعميل لاحتوائها على سجل جميع المعلومات الشخصية: الاسم والعنوان، اسم المصرف، أسلوب الصرف، المبلغ المنصرف، تاريخ حياة العميل المصرفية. و تستطيع هذه البطاقات تخزين أكثر من 100 ضعف من المعلومات مقارنة بالبطاقات البلاستيكية الأخرى؛
 - ✓ تعبر عن قيمة نقدية مخزونة مدفوعة مقدما، أي أن هذه البطاقة قادرة على تخزين نقد إلكتروني يغني حاملها عن الذهاب إلى البنك ؛
 - ✓ تساعد على تخفيض عدد البطاقات التي يحملها كل شخص، فهي تلعب دور بطاقة الائتمان وبطاقة الصرف ورخصة القيادة و بطاقة 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.
- (منير و محمد الجنيبي، 2005، صفحة 52)

ب : نظام الدفع الالكتروني الفوري

يوحي نظام الدفع الالكتروني الفوري من تسميته بتسديد قيمة المشتريات لحظة انجاز الصفقة دون أي تأجيل لتسوية المدفوعات.

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

أ- تعريف بطاقة الدفع الفوري :

إن بطاقة الخصم الفوري أو بطاقة السحب المباشر هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية يتم بموجبه خصم ثمن المشتريات من رصيد صاحب البطاقة مباشرة بعد التحقق من صحة رقم البطاقة، وبالتالي تحول القيمة المالية من حساب صاحب البطاقة إلى حساب التاجر مباشرة دون تأجيل، ودون أن يقوم البنك بالسداد نيابة عن العميل ، حيث تتميز هذه البطاقة بعدم تضمنها ائتمانا 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 .

ب- خصائص عمل بطاقة الدفع الفوري:

- بطاقة الدفع الفوري هي بطاقة متعددة الاستخدامات، حيث تستعمل لسداد المشتريات كما تستعمل لسحب النقود من الحساب، 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.

ت- مبدأ عمل بطاقة الدفع الفوري :

يتم التسديد باستخدام بطاقة الدفع الفوري من خلال طريقتين هما:

طريقة مباشرة: وتتمثل في إدخال البطاقة في جهاز قارئ لدى البائع ليتمكن هذا القارئ من تبيين صلاحية هذه الأخيرة وتوفير الرصيد الكافي فيها، وبعد أن يتم التأكد من البطاقة وبأن الطرفين مرخص لهما بعقد الصفقة، فإن المبلغ يتم خصمه وتحويله مباشرة من حساب العميل إلى حساب التاجر

طريقة غير مباشرة: تمر هذه الطريقة بمجموعة من المراحل هي:

* عندما يختار المشتري حاجياته يقدم بطاقته إلى البائع لتسوية المدفوعات؛

* يقوم مسجل النقد الالكتروني للبائع بتسجيل كل بيانات المشتري و كذلك بيانات البنك المصدر للبطاقة ومبلغ الصفقة؛

* يرسل البائع بيانات الصفقة إلى بنكه الذي يقوم بدوره بالمطالبة بالسداد من بنك المستهلك.

* يتأكد بنك المستهلك من البيانات المرسلة ومن توفر الرصيد الكافي للدفع، ويرسل موافقته على الصفقة لبنك البائع الذي يزيد المبلغ في حساب البائع. (كامش و خالدي، 2016، الصفحات 28-29)

المطلب الثاني : نظام الدفع الالكتروني المؤجل

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

1- تعريف البطاقة الائتمانية:

هي البطاقات البلاستيكية التي تصدرها المؤسسات المالية أو المصرفية في حدود مبالغ مالية معينة. و تستخدم هذه البطاقات كضمان، ولذا لا يمنحها البنك إلا بعد القيام بدراسة دقيقة ومعقدة لملائمة العميل وموقفه المالي، وهذا بغرض تجنب المخاطر الناجمة عن قدرة العميل على سداد ديونه. وكما يبين اسمها فإن البطاقة الائتمانية تتمثل في منح البنك لقرض أو ائتمان لحاملها بغية مساعدته على انتقاء حاجياته، ويتولى البنك السداد نيابة عنه، ليقوم العميل فيما بعد بتسديد هذا القرض خلال مدة متفق عليها (عادة شهر).

وتحمل البطاقات الائتمانية مجموعة من البيانات والمتمثلة في: اسم حاملها وعنوانه ورقم حسابه، تاريخ إصدار البطاقة وتاريخ نهاية صلاحيتها، اسم الهيئة المصدرة لها (عادة ما تكون فيزا visa أو ماستر كارد master ca)، وكذلك اسم البنك. (حسين، 2001، صفحة 25).

أ- مبدأ عمل البطاقة الائتمانية:

يمكن استعمال البطاقة الائتمانية بطرق مختلفة من بينها ما يلي:

1- الدفع في مواقع البيع : ويكون الدفع بالخطوات التالية :

✓ يقدم المشتري بطاقته الائتمانية للبائع لتسوية مدفوعاته؛

✓ يحاول البائع التأكد من صلاحية البطاقة، ثم يقوم بتحرير عدة نسخ من إشعار البيع الذي يحتوي

على كافة معلومات البطاقة وكذلك قيمة الصفقة؛

✓ يطلب البائع من المشتري التوقيع على إشعارات البيع بغرض مطابقته مع الإضاء الموجود على البطاقة؛

✓ يحصل المشتري على نسخة من الإشعار ونسخة أخرى يتم إرسالها إلى البنك المتعاقد مع هيئة إصدار البطاقة (visa, card master) بغرض المطالبة بالمستحقات،

✓ يقوم البنك بسداد فواتير المشتري كلها نيابة عنه، ويرسل للبائع إشعارا بزيادة حسابه بقيمة الصفقة، مقتطعا منها نسبة معينة حسب الاتفاق، هي عمولة البنك التي يتقاسمها مع الهيئة المصدرة للبطاقة؛

✓ يتم إرسال بيانات الشعارات إلى البنك مصدر البطاقة والذي يقوم بدوره بإرسال الفاتورة للعميل لمطالبته بسداد مبلغ الصفقة بالإضافة إلى نسبة معلومة.

2 - الدفع عن بعد (عبر الانترنت) :

شمل عملية الدفع في التجارة الإلكترونية بواسطة البطاقة الائتمانية مجموعة من المراحل. فبعد أن يحصل حامل البطاقة على رقم سري مشفر لتأمين الدفع عبر الانترنت وهو ما يسمى (بالتوقيع الالكتروني) تتوالى الخطوات الأخرى والتمثلة فيما يلي:

✓ يرسل المشتري كافة البيانات المتعلقة ببطاقته (المصدر، تاريخ نهاية الصلاحية، الرقم)، عبر الانترنت وبطريقة ترميزية إلى البائع؛

✓ يسأل التاجر البنك المستفيد للتوكيل؛

✓ البنك المستفيد يرسل رسالة عبر شبكة البنك الوسيط للبنك المصدر يسأل عن التوكيل. والبنك المصدر يرسل استجابة توكيل؛

✓ يخبر البنك المستفيد التاجر بان الشحنة مقبولة، وبأنه يمكنه إرسال البضاعة والخدمات للعميل؛

✓ يقدم التاجر الشحنات (التي تمثل عديد التعاملات) للبنك المستفيد؛

✓ يطالب البنك المستفيد بمستحقاته من البنك الصادر الذي يقوم بوضع مبلغ الصفقة في حساب ترشيح بنك وسيط؛

✓ يرسل البنك إشعارات البيع للعميل لمطالبته بالسداد، وفي نفس الوقت يقوم البنك بالسداد بسحب مبلغ الصفقة من البنك الوسيط ويضعه في حساب التاجر. (حسين، 2001، صفحة 25).

ب- خصائص البطاقة الائتمانية :

تضم البطاقات الائتمانية بمجموعة من الخصائص تميزها غيرها من البطاقات ومن أهم خصائصها ما يلي :

◀ بالنسبة لحامل البطاقة:

✓ تحقق له عدم المخاطرة بحمل مبالغ ضخمة من النقود لتلبية احتياجاته وعدم دفع قيمة البضائع والخدمات التي تؤدي إليه؛

✓ الاستفادة من تأجيل الوفاء إلى الموعد المحدد بالعقد، كما تمكنه من سحب النقود التي يحتاجها من الصرافات الآلية؛

✓ توفر عنصر الأمان لعدم استخدامها من قبل الغير عند ضياعها أو سرقتها لاحتوائها على صورة العميل أحيانا والرقم السري الذي لا يعلمه إلا صاحبها. (فداء يحيى، 1999، صفحة 55)

◀ **بالنسبة للمستفيد (التاجر):**

✓ يستفيد من الضمان الكامل من قبل المصرف بالوفاء بقيمة مشتريات حامل البطاقة؛

✓ تزيد من مبيعاته وأعماله التجارية حيث يقوم التاجر بتقديم شبكة الاتصال المباشر مع البنك المصدر؛ حيث يقوم حاما البطاقة بطرق رقمه السري فقط على الآلة الأوتوماتيكية فيتم خصم المبلغ فورا من حسابه لدى البنك لمصلحة التاجر. (محمد المهدي، 2006، صفحة 21).

◀ **بالنسبة لمصدر البطاقة :**

✓ تحقق فائدة تتمثل في الحصول على عمولة من التاجر مقابل التعجيل بالدفع بثمن المشتريات وفائدة من العميل (الحامل) مقابل منح الائتمان الممنوح،

✓ العمل بنظام البطاقة يسمح للبنك بتأليه عمليات الدفع والسحب و ما يترتب عن ذلك من خفض التكاليف وسهولة عمليات المراقبة،

✓ يعطي هذا النظام عائدات عالية للبنك،

✓ يمثل هذا النظام في حد ذاته إشهار للبنك،

✓ إجبار المحلات التجارية على فتح حسابات لدى البنك لأن التاجر مضطر لذلك حتى تتحول الأموال الى حسابه، وبذلك تزداد سيولة البنك، حيث لا تخرج الأموال منه حتى ترجع إليه كوديعة؛

✓ ضمان عد كبير من حاملي البطاقات كزبائن دائمين للبنك.

◀ **بالنسبة للاقتصاد الوطني :**

✓ زيادة حجم الطلب الكلي بما يؤدي الى زيادة حركة النشاط الاقتصادي؛

✓ نمو القطاع المالي، فبتوسيع استخدام البطاقة تصبح البنوك هي الدائن للمستهلكين بدلا من المؤسسات؛

✓ قلة جرائم السرقة، مما يوفر الأمان للأفراد في المجتمع . (جميل و رشام، 2009، صفحة 111).

◀ متعددة الأنواع حسب ظروف العملاء، حيث انه رغبة من البنوك في تسهيل تعاملات المستخدمين يتم إصدار نوعين من البطاقات الائتمانية حسب القدرات المالية للعميل وهي:

أ- **بطاقة الصرف البنكي (Charg Cards):** يطلق عليها أيضا بطاقة الصرف الشهري، بطاقة الخصم الشهري، لأن فترة الائتمان في هذه البطاقة لا تتجاوز شهر من تاريخ السحب، فيتعين على العميل أن يسدد ما عليه خلال كل شهر تم فيه السحب. (امداح، 2006، صفحة 84)

ب- **بطاقات الإقراض :** هي البطاقات التي تتيح لحاملها السداد على آجال طويلة متفق عليها مع البنك مقابل دفع عوائد شهرية، 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. فالفرق الأساسي بين النوعين السابقين يكمن في أن حاملي بطاقة الخصم الشهري مطالبون بالسداد الكامل خلال نفس الشهر الذي يتم فيه السحب، أما حامل البطاقة الإقراض فيحق له اختيار طريق الدفع. (كامش و خالدي، 2016، صفحة 31).

2- الشيك الالكتروني:

أ - **تعريفه :** الشيك الالكتروني هو رسالة الكترونية مؤمنة و موثقة تحمل التزاما قانونيا بالدفع هو ذات الالتزام في الشيكات الورقية، أي أنه وثيقة الكترونية تحل محل الشيكات الورقية ولكن بشكل وتنسيق الكتروني، حيث يتم إرسال هذه الرسالة عبر البريد الإلكتروني المؤمن من مصدر الشيك إلى حامله، هذا الأخير الذي يحصل على مستحقاته بعد تقديم الشيك للبنك عبر الانترنت. ويحمل الشيك الالكتروني نفس البيانات والمعلومات الموجودة في الشيك الورقي (رقم الشيك، اسم مصدر الشيك، رقم حساب الدافع واسم البنك، اسم المستفيد، القيمة التي ستدفع، وحدة العملة المستعملة، تاريخ الصلاحية، التوقيع الالكتروني للدافع، النظهير الالكتروني للشيك). (غنيم، التجارة الالكترونية آفاق الحاضر وتطلعات المستقبل، 2004، صفحة 310).

ب- مبدأ عمل الشيك الالكتروني:

يعتمد مبدأ عمل الشيك الالكتروني على وجود وسيط بني البائع والمشتري لتسهيل المعاملات هو البنك أو جهة التخليص، و طريقة عمل الشيكات الالكترونية لا تختلف كثيرا عن الشيكات التقليدية، حيث تمر هذه الطريقة بمجموعة من الخطوات المتمثلة في:

✓ فتح حساب جاري لكل من البائع والمشتري لدى جهة التخليص (البنك) نفسها، أين يتم حفظ توقيعهما

الالكتروني

- ✓ يزور المستهلك العديد من مواقع التجارة الالكترونية ويقوم بتحديد السلعة التي يرغب في اقتنائها، ويتفاوض مع البائع حول سعر المنتج وكيفية تسوية المدفوعات؛
- ✓ بعد اقتناع المستهلك بخصائص السلعة واتفاقه مع البائع حول كافة الشروط يقوم البائع بإرسال الفاتورة الالكترونية إلى العميل، ليقوم هذا الأخير بتحرير الشيك الالكتروني باستخدام الكمبيوتر ويوقعه بالتوقيع الإلكتروني المشفر، ويقوم بإرساله إلى المستفيد عبر البريد الإلكتروني المؤمن؛
- ✓ يستلم المستفيد الشيك ويقدمه بعد أن يقوم بتظهيره الكترونياً؛
- ✓ عند استلام البنك للشيك قوم بمراجعته ثم يحول قيمته المالية من حساب مصدر الشيك (المشتري) الى حساب حامله (البائع)؛ وفي الأخير يخبر الطرفين بانتهاء إجراءات الصفقة وإتمامها. (كامش و خالدي، 2016، صفحة 32).

ج- خصائص الشيك الالكتروني :

- ✓ تتميز الشيكات الالكترونية بالانخفاض الكبير في تكلفة المقاصة مقارنة بالشيك التقليدي، حيث تبلغ التكلفة الأولى ما بين 25-35 سنتا بينما تبلغ الثانية ما بين 1 دولار إلى 1.5 دولار، مما يجعل هذا الشيك جد متميز في مجال التجارة الالكترونية التي تتم بين منظمات الأعمال (B2B)؛
- ✓ إن الشيك الالكتروني يحمل توقيعاً رقمياً مشفراً يصعب تزويره مما يمنح المزيد من الحماية والأمان للمستخدمين، كما يستعمل هذا النظام بروتوكول يوفر شهادات إلكترونية تضمن شخصية المدين وبنكه وهذا البروتوكول هو SET.؛
- ✓ إن الشيك الالكتروني هو وثيقة الكترونية يتم الدفع بواسطتها من خلال تحميل برنامج خاص من طرف الزبون و دون الحاجة إلى استعمال دفتر شيكات ورقي. (عبد الخالق، 2006، صفحة 181).

3 - المحفظة الالكترونية:

أ- تعريفها:

- قد تكون المحفظة الالكترونية عبارة عن بطاقة بلاستيكية ممغنطة (مزودة بشريحة حوسبية) يمكن تثبيتها على الكمبيوتر الشخصي، أو تكون قرصاً مرناً يمكن إدخاله في فتحة القرص المرن في الكمبيوتر الشخصي ليتم نقل القيمة المالية منه واليه عبر الانترنت. (منير و محمد الجنيبي، 2005، صفحة 53).

ويمكن تعريفها على أنها " وسيلة دفع افتراضية تستخدم في سداد المبالغ قليلة القيمة بشكل مباشر أو غير مباشر "

فالمحفظة الالكترونية هي برنامج يمكن تحميله بسهولة، يستخدم لتخزين المعلومات الخاصة بالشحن والفواتير وأسماء المستهلكين والعنوان الدقيق، كما تتضمن حافظة النقود الإلكترونية أسماء وأرقام البطاقات الائتمانية والنقد الرقمي المستخدم في الشراء عبر الانترنت والشهادات الرقمية المشفرة (التي تساعد على التعرف بأن مستخدم المحفظة هو فعلا المالك الأصلي لها.) (بختي، التجارة الالكترونية مفاهيم و استراتيجيات التطبيق في المؤسسة، 2005، صفحة 39).

ب - مبدأ عمل المحفظة الالكترونية:

يتم استعمال المحفظة الالكترونية وفقا للخطوات التالية :

- 1- يدخل المتسوق إلى موقع يقبل التعامل بالمحافظ الالكترونية ويختار السلعة التي تلبى حاجياته؛
- 2- عند توجه المتسوق إلى مكان الفحص الالكتروني يطلب منه الموقع تحديد كيفية إدخال البيانات والمعلومات، سواء يقوم بطباعتها مباشرة أو يدخلها مباشرة من المحفظة التي تقوم بملء المعلومات الضرورية أوتوماتيكيا داخل الموقع؛
- 3- إذا رأى المستهلك بأن ملء نماذج المعلومات يستغرق وقتا طويلا وفضل استعمال الحافظة الالكترونية فإنه ينقر عليها (click) ويدخل كلمة السر، حينئذ تعرض قائمة بطاقات الائتمان التي في المحفظة فيختار المتسوق واحد منها و يطبع كلمة السر؛
- 4- تتكفل المحفظة وموقع البائع بمهمة إتمام الصفقة وال يطبع المتسوق شيئا، حيث تقوم المحفظة بتتبع المشتريات والحصول على إيصالات عن هذه المشتريات.

ج- خصائص المحفظة الإلكترونية :

- ✓ ملء نماذج الفحص أوتوماتيكيا: يتطلب الشراء عبر الانترنت ضرورة ملء المتسوق لنماذج المعلومات الشخصية في كل معاملة مما يكلف كثيرا و يستغرق وقتا طويلا، وقد ظهرت المحافظ الالكترونية لتحل هذه المشكلة عن طريق إدخال المعلومات أوتوماتيكيا؛
- ✓ توفير مكان للتخزين: إن المحفظة الإلكترونية كما يشير اسمها لها وظيفة أساسية تتمثل في حفظ الوثائق الالكترونية (كبطاقات الائتمان والنقد الالكتروني) ومحاولة توفير تخزين آمن لها (كامش و خالدي، 2016، الصفحات 33-34).

المطلب الرابع: النظام البنكي الحديث للدفع

تماشياً مع التقدم التقني المذهل، طورت الكثير من المصارف التقليدية والالكترونية باقة متنوعة من الخدمات المعاصرة التي يمكن تلخيصها في: الهاتف المصرفي والانترنت المصرفي، وأمر الدفع المصرفية وخدمات المقاصة الالكترونية.

1- الهاتف المصرفي (البنك المحمول) Phone bank:

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 واستخدام رقم سري خاص بكل عميل، كما تمكنهم من سحب بعض المبالغ من هذه الحسابات وتحويلها لسداد بعض الالتزامات كالكمبيالات والفواتير، فضال عن إمكانية الحصول على قرض. ورغم حداثة البنك المحمول إلا أن هذا البنك حقق أرباحاً تعادل ستة أضعاف ما حققه البنك في تعاملاته التقليدية، وذلك أن البنك المحمول يستخدم التكنولوجيا لتحسين علاقاته وتوسيع مجالات تعاملاته مع العملاء، وذلك

عن طريق التعامل مع البيانات الشخصية التي ليه عن العميل بطريقة ذكية، لكي يقوم بتسويق خدمات من نوع جديد لم تكن تدخل من قبل في إطار الخدمات البنكية. (حازم، 2003، صفحة 30).

2- الانترنت المصرفي (البنك على الخط) Home banking :

أتاح استخدام البنوك للانترنت التعامل مع العملاء من خلال خدمات المصرف المنزلي، حيث يتم إنشاء مقر لها الانترنت ومن ثم يسهل على العميل التعامل مع البنك عبر الشبكة وهو في منزله، وهذا يمكن محاورة موظف البنك على شاشة الكمبيوتر وإجراء كافة العمليات المصرفية . كما يمكن للبنوك من خلال نظم الانترنت توفير الخدمات لكافة العملاء، وذلك بتقديم خدمات متنوعة إلى جانب التسويق الجيد لخدماتها المالية والمصرفية حتى المناطق التي لا توجد بها فروع محلية للصرف الالكتروني. (غنيم، التسويق والتجارة الالكترونية، 2008-2009، صفحة 249)

3- أوامر الدفع المصرفية وخدمات المقاصة الالكترونية :

في الماضي كان العميل يصدر أوامر الدفع لشخص ما بطريقة يدوية، أما الآن فأصبحت تتم في بعض المصارف من خلال نظام "خدمات المقاصة الالكترونية المصرفية (Service Banker's Automated Clearing) وتسمح هذه الخدمة بتحويل النقود من حساب العميل إلى حسابات الأفراد آخرين أو منظمات أخرى في أي فرع ألي مصرف في الدولة. وتتولى خدمات المقاصة الآلية مؤسسة

تقوم بتنفيذ عمليات المدفوعات والتحويلات النقدية بين البنوك المختلفة أو بين فروع البنك الواحد على أساس إلكتروني.

فمثال 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.

وفي الوقت الذي نجد الأنواع العديدة لوسائل الدفع الإلكترونية والتي تساهم في تطوير وتسهيل التجارة الالكترونية، نجد من جانب آخر مشكلة أمن المعاملات والتي تعرقل نمو هذه التجارة ولهذا البد من اللجوء إلى وسائل تضمن امن المعلومات المتدفقة عبر الانترنت. (كامش و خالدي، 2016، الصفحات 34-35)

خلاصة الفصل الأول

أصبحت التجارة الإلكترونية وسيلة حديثة للتعامل التجاري المحلي و الدولي ، استطاعت أن ترفع الحواجز التقليدية للتجارة ، كما ساهمت في زيادة حجم التدفقات النقدية بشكل ملفت للاهتمام ، فهذه التجارة مبنية على السرعة والفعالية و تقوم على شبكة الإنترنت على الغالب وما يميز التجارة الإلكترونية كونها مع صناعة المعلومات تشكل الاقتصاد الرقمي، هذا الاقتصاد الذي يعتمد في هيكله على عدة هيئات منها الحكومات الإلكترونية و المصارف الإلكترونية و الأسواق المالية الإلكترونية و الشركات الإلكترونية فلقد ساهم انتشار شبكة الانترنت عبر العالم في تطور التجارة الإلكترونية فخرجت بذلك من إطارها من المحلي إلى الدولي و توسع ممارساتها في كل القطاعات التي بفضلها صار بإمكانها تسويق منتجاتها و إبرام صفقاتها عبر العالم.

الفصل الثاني التقود الالكترونية

تمهيد

لا الشك أنه توجد عالقة وطيدة بين الأشكال المختلفة للتجارة وتنوع طرق المعاملات الناتجة عن هذه التجارة، فكل شكل من أشكال التجارة معه شكل معني من أشكال التسوية أو الدفع، ولهذا اكتفت التجارة التقليدية التي كانت تسود الاقتصاديات الأولى بالنقود الورقية، ثم النقود المكتوبة كوسيلة لتسوية المعاملات التي تتولد عن هذه التجارة.

و بظهور الانترنت انتقل مجال التجارة من المجال الحقيقي إلى المجال الافتراضي، وأصبحت شبكة الانترنت مسرح العمليات التجارية بدال من أرض الواقع، وقد أفرز ظهور الانترنت ظهور تجارة جديدة تتم عبر الشبكة تسمى التجارة الالكترونية. ومادام قد ظهرت تجارة جديدة فإن التساؤل الذي يتبادر إلى الذهن هو كيف تسوى المعاملات الناشئة عن هذه التجارة؟

نظرا لن معاملات التجارة الالكترونية تتم بين أشخاص غائبين فلا تتفع معها النقود الورقية إذ تتطلب هذه الأخيرة دورا ماديا بين المتعاقدين، غري أنه من الممكن أن يلجأ المتعاملون في التجارة الالكترونية إلى التحويلات البنكية ، وعلى الرغم من سهولة وبساطة هذه الطريقة إلا أنه يعيها أنها تحتاج إلى كثير من الوقت لحين وصول أوامر التحويل وتعامل موظفي البنك معها، كما أن العميل يتكلف مصاريف إضافية يف مقابل خدمة التحويل أضف إلى ذلك أن هذه الوسيلة لا تتسم بالسرية.

ونظرا للتطور السريع لعاملات التجارة الالكترونية من ناحية وعيوب طرق التسوية و التي كشفها واقع الانترنت من ناحية أخرى لجأت الشركات و المؤسسات الدولية المهتمة بالتجارة الالكترونية إلى وسيلة جديدة لتسوية المعاملات التي تنشأ عن هذه التجارة ألا وهي النقود الالكترونية (Money Electronic) . تعد النقود الالكترونية تطورا واضحا في وسائل الدفع عبر الانترنت، بل هي الوسيلة الوحيدة التي نشأت خصيصا لتسوية معاملات التجارة الالكترونية عبر الانترنت.

إلا أن النقود الالكترونية تطرح أكثر من تساؤل حول نشأتها ومفهومها و ما هي أهم أشكالها، وكيف تكون دورتها، وما المزايا التي تحققها للمستهلكين والتجار والمصدرين لها، وما هي خصائصها وطبيعتها القانونية وما هي ضوابط إصدارها من الناحية الشكلية ومن الناحية الموضوعية، وأخيرا ما هو مستقبلها. (نعمان، 2011، الصفحات 66-68) .

المبحث الأول: أحكام النقود الإلكترونية**تمهيد**

تعد النقود الإلكترونية واحدة من أهم الوسائل التي ابتكرها عالم التبادل الإلكتروني السريع، فهي المكافئ الإلكتروني للنقود التي أعتدنا تداولها، لذا فالنقود الإلكترونية تعتبر وسيلة مثلى لتسوية مختلف المعاملات المالية، والتجارية عبر شبكة الإنترنت، وشبكات الحاسوب والأنظمة الرقمية المختلفة. غير أن هذه النقود ونظرا لخصائصها المتميزة عن النقود التقليدية، قد تثير مجموعة من المخاطر التي تنعكس سلبا على المتعاملين بها بيعا وشراء، و عليه ستحاول في هذا الفصل إعطاء صورة عامة عن هذا النوع من النقود ، وذلك من خلال بيان أشكالها و خصائصها المتعددة ،هذا إلى جانب الوقوف على أهم مزاياها ،ومخاطرها المتوقعة من استخدامها أو التعامل بها .(محمد ذ.، 2021)

المطلب الأول: نشأة النقود الإلكترونية

نشأت النقود الإلكترونية كنتيجة طبيعية لتطور نهضة المعرفة والمعلومات، وظهور التكنولوجيا وعامل الكمبيوتر و الانترنت، التي تولدت عنها صور مبادلات جديدة فيما مسمى بالتجارة الإلكترونية، التي بحاجة لطريقة تسوية جديدة مناسبة لها، فبدأ باستخدام الشبكات والتحويلات والبطاقات البنكية، وهي وسائل وجدت قبل ظهور الانترنت، وتلك الوسائل فيها من العيوب والمعوقات التي دفعت مفكري التجارة الإلكترونية و مطوريها، لابتكار وسائل تسوية متطورة وعالية الجودة فكان ما يسمى بالنقود الإلكترونية. فظهورها كان أمرا مرتبطا أشد الارتباط بالتجارة الإلكترونية، إلا أن علماء الاقتصاد اختلفوا في الرجوع إلى أصل نشأتها، فبعضهم أرجع نشأتها إلى عام 1860م، حيث تم تحويل مبلغ مالي باستخدام التلغراف، وبعضهم الآخر رد أصلها إلى اختراع الكتابة المشفرة، حيث كان العسكريون يستخدمون وسائل الاتصال المشفرة. (محمد ذ.، 2021، صفحة 137)

و يقصد بهذا هو إرجاع أصل فكرة النقود الإلكترونية، إلا أن انتشارها تدرج على أزمنة مختلفة نذكرها على النحو التالي:

- عام 1918م كانت بداية خدمة تحويل الأموال في الولايات المتحدة الأمريكية، وذلك عندما قامت بنوك الاحتياطي الفيدرالي بنقل النقود بواسطة التلغراف؛
- في عام 1952م قام بنك فرنكلين الأمريكي بإصدار أول بطاقة دفع؛
- في عام 1958م تبع بنك " أمريكي بنك فرنكلين " في إصدار ثاني بطاقة و أمسها فيزا، والتي مازال مركزها الرئيسي يف نيويورك؛

- في عام 1972م كانت بداية الاستخدام الواسع للنقود الالكترونية، وذلك عندما تأسست دار المقاصة الآلية، فقد تولدت هذه المؤسسة عملية إمداد خزانة الولايات المتحدة الأمريكية، وأيضاً البنوك التجارية ببدائل إلكتروني لإصدار الشيكات، وعلى غرار هذا النظام انتشرت أنظمة مشابهة في أوروبا.

- وفي عام 1995م عرفت اليابان النقود الالكترونية، وناقشتها بشكل رسمي، وذلك حينما تشكل مجلس يضم مجموعة من المؤسسات المالية ووزارة المالية، وبعض شركات الاتصال والتلغراف، وتم في هذا الاجتماع مناقشة كافة المسائل المتعلقة بالنقود الالكترونية، وتم الموافقة على إصدار بعض صور النقود الالكترونية، وكذلك الآلات التي تقوم بإصدارها. (شيماء جودت، 2015، صفحة 09)

المطلب الثاني: تعريف النقود الالكترونية

قبل التطرق إلى تعاريف النقود الالكترونية نتعرف أولاً على :

1 - تعريف النقود:

أ- تعريف النقود لغة:

النقود: من نقد، وجمعها نقود، والفاعل منها ناقد، وللنقد معاني متعددة منها:

التميز : فنقد الدراهم والدنانير، أي ميز بين جيدها و رديئها، ، وتأتي بمعنى الأخذ والقبض : فيقال : انتقد الدراهم والدنانير، أي أخذها وقبضها، و أيضاً بمعنى الإعطاء: فيقال نقدته الدراهم والدنانير، أي أعطيته إياها، والنقد في البيع: خلاف النسيئة.

فمن خلال التعريف اللغوي : نلاحظ أن النقد هو التميز و الإعطاء والقبض، وعليه فالنقود سميت بهذا الاسم، لأنها كل شيء تميزت عن غيرها فاستخدمت في تسوية المبادلات، ولأنها تعطي للآخرين وتقبض في مقابلة المعاملات المالية .

ب-تعريف النقود اصطلاحاً:

النقود " هي أي شيء يكون مقياساً للقيم ووسيطاً في التبادل ومخزوناً مؤقتاً للقيمة "

وبشرح التعريف نجد:

أي شيء: يقصد بها مادة النقد المستخدم؛

مقياس للقيم: وهي إحدى وظائف النقد، حيث جعل النقد لقياس جميع السلع والخدمات المتداولة داخل الاقتصاد، فتحدد وحدة حساب موحدة ساعد المتبادلين على تحديد اختياراتهم في البيع و الشراء و تحديد كمياتها وأنواعها

وسيطا للتبادل: وهي وظيفة مرتبطة اشد الارتباط بالوظيفة السابقة، فالنقود حددت لتقيس قيمة السلع والخدمات وتكون وسيلة لتبادلها بين الأطراف فالنقود تستبدل بالسلع والعكس؛ مخزونا مؤقتا للقيمة: هو تأجيل إنفاق النقود واستبدالها بالسلع و الخدمات في وقت لاحق.

2- تعريف النقود الالكترونية:

الالكترونية من (الإلكترون): وهو دقيقة ذات شحنة كهربائية سالبة، شحنتها هي الجزء الذي لا يتجزأ من الكهربائية. (شيماء جودت، 2015، الصفحات 2-3)

أولاً: تعريف النقود الالكترونية

هناك عدة مصطلحات للتعبير عن مفهوم النقود الالكترونية، فقد استخدم البعض اصطلاح النقود الرقمية (Digital Money) أو العملة الرقمية (Digital Currency) ، بينما استخدم البعض الآخر مصطلح النقديّة الالكترونية (Electronic cash)، وجميع هذه المصطلحات نستنتج منها أنها تشير إلى مصطلح واحد وهو النقود الالكترونية (Electronic money). (نعمان، 2011، صفحة 70).

1- تعريف النقود الالكترونية في الاصطلاح التشريعي:

أ- تعريف المفوضية الأوروبية:

تعرفها " بأنها قيمة نقدية مخزونة بطريقة إلكترونية على وسيلة إلكترونية كبطاقة أو ذاكرة كمبيوتر، ومقبولة كوسيلة للدفع بواسطة متعهدين غير المؤسسة التي أصدرتها، ويتم وضعها في متناول المستخدمين لاستعمالها كبديل عن العملات النقدية والورقية، وذلك بهدف إحداث تحويلات إلكترونية لمدفوعات ذات قيمة محددة " (محمد ابراهيم، 2004).

ب- تعريف البنك المركزي الأوروبي:

عرفها البنك المركزي الأوروبي بأنها " مخزون إلكتروني لقيمة نقدية على وسيلة تقنية يستخدم بصورة شائعة للقيام بمدفوعات لمتعهدين غير من أصدرها، دون الحاجة، إلى وجود حساب بنكي عند إجراء الصفقة وتستخدم كأداة محمولة مدفوعة مقدماً ويعد هذا التعريف هو الأقرب إلى الصحة نظرا لدقته وشموله لصور النقود الإلكترونية واستبعاده للظواهر الأخرى التي يمكن أن تتشابه معها " (العجمي، صفحة 251).

ج- تعريف القرار الأوربي:

كما عرفها القرار الأوربي رقم /46 2000 الصادر في 18 ديسمبر 2000 بأنها " قيمة نقدية مخلوقة من المصدر مخزنة على وسيط إلكتروني، وتمثل إيداعا ماليا، تكون مقبولة كوسيلة دفع من قبل الشركات المالية غير الشركات المصدرة " (حشيفة، 2018، صفحة 339)

د- تعريف صندوق النقد الدولي:

عرف النقود الإلكترونية حيث ذهب إلى اعتبارها " قيمة نقدية في شكل وحدات ائتمانية مخزونة بشكل إلكترونية أو على أداة إلكترونية يحوزها المستهلك " (محمد ابراهيم، 2004).

فهي إذن نقود يتم تخزينها بواسطة الخوارزميات في المعالجات، و أجهزة كمبيوترية أخرى تستطيع أن تنفذ عمليات الوفاء عبر شبكة الانترنت كبديل للعملات المعدنية و الورقية التي لا نستطيع بالطبع أن نرسلها عبر الانترنت. (بوعافية، 2014، صفحة 113).

عرفها بأنها " الأموال التي يتم التعامل بها بطريقة إلكترونية بعيدا عن الطريقة التقليدية لتبادل النقود، مثل المصارف والشيكات "

هـ- تعريف المجلس الاقتصادي و الاجتماعي الأوربي:

عرفها أنها " مجموعة من التقنيات المعلوماتية الممغنطة الكترونيا، والتي تسمح بتبادل الأموال بدون طلب تحرير أوراق، التي تضمن علاقة ثلاثية بين المصدر، (البنك، المؤسسة المالية، وإطراف أخرى)، المستفيد(الطرف الآخر الذي يقبل الدفع بواسطتها والذي من الممكن أن يكون هو المصدر للبطاقة، أي جهة الإصدار)، و الحائز (العميل صاحب الحق الذي تنشئه البطاقة) " (سلالي، 2019، الصفحات 26-27).

ولقد اعترض على التعريفات السابقة بعدة اعتراضات منها:

- أنها تعريفات غير مانعة وذلك لاحتمالها جميع وسائل الدفع الإلكترونية المختلفة ،
- لم تختص التعريفات السابقة وتهتم بوصف دقيق للنقود الإلكترونية بحد ذاتها. (شيماء جودت، 2015، صفحة 5).

2- تعريف النقود الالكترونية من الناحية الفقهية :

اختلف الفقهاء في تعريف النقود الالكترونية الى اتجاهين، اتجاه موسع واتجاه مضيق.

أ- الاتجاه الموسع:

ذهب أنصار هذا الاتجاه عند تعريفهم للنقود الالكترونية على أنها تشمل كل أنظمة الدفع الالكترونية إذ يعرفها بعض القائلين بهذا الاتجاه على أنها " تلك النقود يتم تداولها عبر الوسائل الالكترونية " ويعرفها جانب آخر منهم على " أنها النقود التي تستخدم في تسوية المشتريات التي تتم من خلال شبكة الانترنت " ويعطي جانب آخر منهم تعريفاً آخر لهذا النوع من النقود على أنها " وسيلة من وسائل الدفع الإلكتروني التي تتم عبر وسيط الكتروني.

إلا أن ما يعاب على هذه التعريفات أنها وسعت من مفهوم النقود الالكترونية لأنها تضمنت مفهوم وسائل الدفع الإلكتروني وليس النقود الالكترونية فقط.

ب- الاتجاه المضيق:

حاول بعض الفقهاء تعريف النقود الالكترونية تعريفاً لا يشمل أو لا يحوي عناصر تشمل وسائل الدفع الأخرى ، فعرفها البعض على أنها " قيمة نقدية مخزنة على وسيلة إلكترونية مدفوعة مسبقاً وغير مرتبطة بحساب بنكي وتحظى بقبول واسع من غير من قام بإصدارها وتستعمل كأداة دفع لتحقيق أغراض مختلفة"

وذهب رأي آخر من أنصار هذا الاتجاه وعرف النقود الإلكترونية بأنها " أرقام عشوائية مفردة متصلة بعملة معينة تصدر وتخزن في صورة نبضات كهرومغناطيسية في ذاكرة الحاسب الآلي للمستهلك القائم بالدفع إلى جهاز الحاسب الآلي للتاجر المتلقي "

ما يلاحظ على هذا الاتجاه أنه حاول تعريف النقود الالكترونية بالنظر إلى خصائصها الفنية. (حشيفة، 2018، صفحة 340).

كما عرفت على أنها عبارة عن مستودع للقيمة النقدية يحفظ فيها بشكل رقمي (Form Digital)، بحيث يكون متاحاً لتبادل الفوري للمعلومات. (سلالي، 2019، صفحة 26).

كما قد اجتهد الكثير من الباحثين في وضع تعريف يوضح طبيعة النقود الالكترونية، ومن خلاصة تلك التعريفات يمكن صياغة تعريف يشمل جميع العناصر المعروفة للنقود الالكترونية وتميزها عن الأنواع الأخرى من وسائل الدفع الالكترونية، ليشمل التعريف سبعة عناصر وهي: طبيعة النقود الالكترونية، وشكلها، و آلية إصدارها، وقبولها، وطريقة تخزينها، و وظائفها، وأماكن تداولها، وذلك على النحو التالي:

(النقود الالكترونية: هي قيمة نقدية رقمية مدفوعة مقدما، وغير مرتبطة بحساب بنكي، تصدر بشكل شحنات إلكترونية من قبل القطاع العام، أو القطاع الخاص، وتحظى قبولا واسعا من قبل مصدرها، وغير مصدرها، مخزنة بطريقة إلكترونية، تقوم ببعض وظائف النقود التقليدية؛ لتحقيق أغراض مختلفة في التجارة عبر الإنترنت، وأماكنها التقليدية) .

3- بعض التعريفات العامة

تعرف النقود الالكترونية بأنها مجموعة من البروتوكولات والتوقعات الرقمية التي تتاح للرسالة الالكترونية أن تحل فعليا محل تبادل العملات التقليدية وبعبارة أخرى فإن النقود الالكترونية أو الرقمية هي المكافئ الالكتروني للنقود التقليدية التي اعتدنا تداولها. (منير و ممدوح، 2006، صفحة 10).

هي عبارة عن نقود غير ملموسة تأخذ صورة وحدات الكترونية تخزن في مكان آمن على الهارد ديسك أجهزة الكمبيوتر الخاص بالعمل يعرف باسم المحفظة الالكترونية، ويمكن للعمل استخدام هذه المحفظة في القيام بعمليات البيع أو الشراء أو التحويل. (فريد و اخرون، 2006، صفحة 118).

المطلب الثالث: خصائص النقود الالكترونية

تعد النقود الالكترونية نمطا حديثا من أنماط النقود الأخرى لما تتمتع به من خصائص عن غيرها من النقود، ومن أبرزها ما يلي:

1- ذات طابع دولي : كون الشبكات الالكترونية لا تنقيد بالحدود الجغرافية للدول ولا تخضع لها، بل تمتد ليشمل كل دول العالم و أين ما وجدت هذه الشبكة، و أن استعمال النقود الالكترونية يسهل إنجاز العمليات التجارية عبر الإنترنت بشكل عام من خال تخطي مشاكل المكان والتحويل بين أنواع النقود. (حاتم، صفحة 360).

2- النقود الالكترونية قيمة نقدية مستقلة: أي أنها تشمل وحدات نقدية لها قيمة مالية مثل مائة جنيه أو خمسون جنيها، ويترتب على هذا أنه لا تعتبر بطاقات الاتصال التلفوني من قبل النقود حيث إن النقود القيمة المخزنة على الأولى عبارة عن وحدات اتصال تلفونية وليست قيمة نقدية قادرة على شراء السلع والخدمات، وكذلك الأمر بالنسبة للبطاقات الغذائية (الكوبونات) والتي من المتصور تخزينها الكترونيا على بطاقات، فهي لا تعد نقوداً إلكترونية لأن القيمة المسجلة عليها ليست قيمة نقدية بل هي قيمة عينية تعطى حاملها الحق في شراء وجبة غذائية أو أكثر وفقاً للقيمة المخزونة على البطاقة. (العجمي، الصفحات 251-252).

يمثل إتمام عملية إصدار النقود الإلكترونية من قبل المصدر على الدعامة الإلكترونية الخاصة بها، فإنها تمثل قيمة نقدية مستقلة تسمى (TOKENS) يحوزها المالك، فلا ترتبط بأي حساب مصرفي، ويمكن التعامل بها مع أصحاب الخدمات، في مقابل ما يعرضونه من خدمات للمستهلكين، وتتم عملية نقلها على وسيط إلكتروني، وعند إتمام عملية الخدمة المطلوبة، فإن النقود الإلكترونية تنتقل من هذا الوسيط الإلكتروني إلى ما يقابله من محفظة إلكترونية يمتلكها مقدم الخدمة. (سلالي، 2019، صفحة 29).

3- مخزنة بطريقة الكترونية مجردة و على وسيلة الكترونية: فهي خلافا للنقود التقليدية عبارة عن بيانات مشفرة يتم وضعها على وسائل الكترونية في شكل بطاقات بلاستيكية، أو على ذاكرة الكمبيوتر الشخصي للمستهلك.

وهذا العنصر يميز النقود الإلكترونية عن النقود القانونية والائتمانية التي تعد وحدات نقدية مصكوكة أو مطبوعة، وفي الواقع فإنه يتم دفع ثمن هذه البطاقات مسبقاً وشراؤها من المؤسسات التي أصدرتها، ولهذا فإنه يطلق عليها البطاقات سابقة الدفع Prepaid Cards. (محمد ذ.، 2021، صفحة 141).

توجد في الواقع العملي آليتان لتخزين النقود الإلكترونية وهما البطاقات الذكية (Smart Cards based products) وتخزن فيها النقود الإلكترونية على شريحة كمبيوتر مدمجة في البطاقة وهي الأكثر انتشاراً، وبرنامج العقل الإلكتروني (Software based products)، كما أنه يوجد بعض الأنظمة التي تجمع بين الآليتين معاً، من خلال قراءة البطاقة الذكية عن طريق الكمبيوتر الشخصي للمستهلك، وهاتان الآليتان تحققان ميزة للمستهلك، من خلال تحقيق حيازته للنقود الإلكترونية والتي تكون في حيازة البنك وإن كانت مخزنة في صورة إلكترونية.

و أما الوحدات النقدية الإلكترونية ذاتها، فقد تكون على شكل صيغ قيمة إلكترونية (Bits)، أو أي صيغ إلكترونية أخرى، وتكون واضحة بإعطائها بيانا واضحا عن قيمتها الذاتية للمتعاملين، ويتم تحديد ذلك عن طريق جهات تقنية بالاتفاق مع مصدري النقود الإلكترونية، وتحت الضوابط العامة الخاصة بالإصدار، وبموافقة البنك المركزي. (سلالي، 2019، صفحة 30).

4- غير مرتبطة بحساب بنكي : وتوضح أهمية هذا العنصر في تمييزه للنقود الإلكترونية عن وسائل الدفع، فهذه الأخيرة عبارة عن بطاقات إلكترونية مرتبطة بحسابات بنكية للعملاء حاملي هذه البطاقات تمكنهم من القيام بدفع ائتمان السلع والخدمات التي يشترونها مقابل عمولة يتم دفعها للبنك مقابل هذه الخدمة ومن أمثلة وسائل الدفع الإلكترونية بطاقات الخصم.

5- تحظى بقبول واسع من غير من قام بإصدارها: ويعني هذا العصر ضرورة أن تحظى النقود الإلكترونية بقبول واسع من الأشخاص و المؤسسات غير تلك التي قامت بإصدارها. (جباري، 2012، صفحة 317).

1- النقود الإلكترونية ثنائية الأبعاد: إذ يتم نقلها من المستهلك إلى التاجر دون الحاجة إلى وجود طرف ثالث بينهما كمصدر هذه النقود. (السراج، 2010، صفحة 547).

2- النقود الإلكترونية ليست متجانسة: حيث أن كل مصدر يقوم بخلق و إصدار نقود إلكترونية مختلفة، فقد تختلف هذه النقود من ناحية القيمة وقد تختلف أيضا حسب عدد السلع والخدمات التي يمكن أن يشتريها الشخص بواسطة هذه النقود. (الرشيد، 2014، صفحة 114)

3- وسيلة للدفع لتحقيق أغراض مختلفة: يجب أن تكون هذه النقود صالحة للوفاء بالتزامات كسواء السلع والخدمات، أو كدفع الضرائب... الخ أما إذا افترضت وظيفة البطاقة على تحقيق واحد فقط كسواء نوع معين من السلع دون غيره أو للاتصال التلفوني، ففي هذه الحالة لا يمكن وصفها بالنقود الإلكترونية بل يطلق عليها البطاقات الإلكترونية ذات الغرض الواحد. (جباري، 2012، صفحة 317).

4- النقود الإلكترونية وسيلة وفاء: يجب أن تكون النقود الإلكترونية صالحة للوفاء بالتزامات كسواء السلع والخدمات، إذ أن اقتصار وظيفتها على شراء نوع معين من السلع دون غيره لا يعطيها وصف النقود الإلكترونية بل يطلق عليها هنا وصف البطاقة الإلكترونية ذات القرص الواحد.

5- النقود الإلكترونية ملائمة للتجارة الإلكترونية: إن النقود الإلكترونية جاءت لمجابهة إفرزات التجارة الإلكترونية، حيث أن من بين مميزاتها أن لديها القابلية للانقسام إلى وحدات صغيرة تمكن حاملها من تحويلها بسهولة إلى أجزاء صغيرة وأجزاء أكبر من عدد العمليات المالية.

6- النقود الإلكترونية نقود خاصة: إن النقود القانونية يتم إصدارها من قبل البنوك المركزية على عكس النقود الإلكترونية التي تصدر من طرف شركات أو مؤسسات مالية يطلق عليها جهة الإصدار، ولهذا يطلق على هذه النقود اسم النقود الخاصة حيث أن كل جهة إصدار تقوم بإصدار النقود الإلكترونية الخاصة بها والتي تختلف عن نقود المؤسسات الأخرى.

7- النقود الإلكترونية سهلة الاستخدام و الحمل: إن حامل النقود الإلكترونية يستطيع سداد قيمة مختلف مشترياته بمجرد إصدار الأمر على الحساب الآلي دون الحاجة لملى الاستثمارات المعقدة التي تصاحب استخدام بطاقات الائتمان ، كما تتميز هذه الآلية بسهولة حملها نظرا لخفة وزنها وصغر حجمها. (حشيفة، 2018، الصفحات 341-342).

8- النقود الالكترونية سهلة و سريعة التحويل: تحويل قيمة النقود الالكترونية إلى أي شخص وذلك عن طريق تحويل المعلومات الرقمية، وإمكانية تحويل هذه النقود عن طريق الشبكات مثل الانترنت أو الشبكات الاتصال اللاسلكية الأخرى. (عايد الشورة، 2008، صفحة 69).

المبحث الثاني: أنواع النقود الالكترونية، مزاياها ومخاطرها

المطلب الأول: أنواع النقود الالكترونية

بالرجوع إلى المراجع المتخصصة يتبين لنا أن النقود الالكترونية تنقسم أشكالها إلى عدة أقسام بحسب اعتبارات مختلفة على النحو التالي:

أولاً: اعتبار النوع:

وينقسم إلى قسمان:

أ- النقود الرقمية السائلة:

وهي سلسلة من الأرقام الالكترونية التي تصدر بشكل شحنات من البنك التقليدي إلى البنك الافتراضي، كل رقم منها يعبر عن قيمة مالية في حد ذاته، سابقة الدفع أو مختزنة القيمة - أي تختزن مبلغاً من النقود مدفوع مسبقاً- وتحتوي حدة النقد الرقمية على رقم مرجعي وهو رقم لا يتكرر و يميز العملة الرقمية، وتحمل كل وحدة أيضاً توقيع رقمي لمصدرها الملتمزم قانوناً أو اتفاقاً بتحويلها إلى القيمة التي تكافئها من النقد الورقي و تخزن العملة الرقمية في أجهزة الكمبيوتر بواسطة برنامج يسمى (Soft Ware Wallet) وهو عبارة عن آليات يتم استخدامها في شراء السلع و الخدمات عبر شبكة الإنترنت، ويطلق عليها أحياناً بالنقود الشبكية و من أشهر شركاتها (Digital Cash).

ب- البطاقات الذكية

هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية (سابقة الدفع أو مختزنة القيمة) مثبت عليها كمبيوتر صغير مزود بذاكرة الالكترونية يخزن فيها وحدات الكترونية رقمية سائلة تحمل رقماً تسلسلياً وتاريخ انتهاء صلاحية وموثقة عبر المفتاح الخاص بالجهة المصدرة، تصلح هذه الوحدات للوفاء بالديون قليلة القيمة، تستخدم في شراء السلع والخدمات عبر شبكة الانترنت أو نقاط البيع التقليدية، وتسمح البطاقة أيضاً بتخزين العديد من المعلومات إلى جانب الوحدات والقوى الشرائية، وتتميز المحافظ الالكترونية عن غيرها من البطاقات بأنها متعددة الإصدار ومتعددة الاستخدام ويعني ذلك بأنها تصدر من عدة

مؤسسات ومشروعات متعددة وتستخدم في خدمات متنوعة ومتعددة، فذلك النوع من البطاقات هي فقط تعتبر حافظة للنقود الإلكترونية الرقمية السائلة. ومن أشهر مصدريها (Mondex). (شيماء جودت، 2015، الصفحات 10-11)

ثانيا: حسب معيار الوسيلة

نستطيع أن نقسم النقود الإلكترونية وفقا للوسيلة المستخدمة لتخزين القيمة النقدية عليها إلى البطاقات سابقة الدفع، والقرص الصلب، وأخيرا الوسيلة المختلطة :

أ- البطاقات السابقة الدفع (Prepaid Cards) :

ويتم بموجب هذه الوسيلة تخزين القيمة النقدية على شريحة إلكترونية مثبتة على بطاقة بلاستيكية. (محمد مبارك، 1985، الصفحات 32-33).

و تأخذ هذه البطاقات صورا متعددة، و أبسط هذه الأشكال هي البطاقات التي يسجل عليها القيمة النقدية الأصلية والمبلغ الذي تم إنفاقه، ومن أمثلتها البطاقات الذكية (Smart Cards) المنتشرة لمنتشرة في الولايات المتحدة الأمريكية، وبطاقة (دامونت) سابقة الدفع ، والتي يتم تداولها بصورة شائعة في الدانمارك ، وهناك أيضا بعض البطاقات التي تستخدم كنقود إلكترونية وتستعمل في ذات الوقت كبطاقات خصم مثل البطاقات المنتشرة في الدول العربية.

و هناك أخيرا بطاقات متعددة الأغراض، أي تستخدم في ذات الوقت كبطاقة خصم، وكبطاقة تليفون وكبطاقة شخصية بالإضافة إلى كونها نقودا إلكترونية.

ب- القرص الصلب :

ويتم تخزين النقود هنا على القرص الصلب للكمبيوتر الشخصي ليقوم الشخص باستخدامها متى يريد من خلال شبكة الإنترنت، ولهذا فإنه يطلق على هذا النوع من النقود أيضا مسمى النقود الشبكية ، وطبقا لهذه الوسيلة، فإن مالك النقود الإلكترونية يقوم باستخدامها في شراء ما يرغب فيه من السلع والخدمات من خلال شبكة الإنترنت، على أن يتم خصم ثمن هذه السلع والخدمات في ذات الوقت من القيمة النقدية الإلكترونية المخزنة على ذاكرة الكمبيوتر الشخصي.

ج - الوسيلة المختلطة:

وتعد هذه الوسيلة خليطا مركبا من الطريقتين السابقتين، حيث يتم بموجبها شحن القيمة النقدية الموجودة على بطاقة إلكترونية سابقة الدفع على ذاكرة الحاسب الآلي الذي يقوم بقراءتها وبثها عبر شبكة الإنترنت إلى الكمبيوتر الشخصي لبائع السلع والخدمات. (معداوي، الصفحات 276-277).

ثالثا: معيار القيمة النقدية

نستطيع أن نميز هنا وفقا لهذا المعيار بنين شكلين من النقود الالكترونية و هما:

- أ- بطاقات ذات قيمة نقدية ضعيفة: وهي بطاقات صالحة للوفاء بأثمان السلع والخدمات، والبيت التي لا تتجاوز قيمتها دورا واحدا فقط.
- ب - بطاقة ذات قيمة متوسطة: وهي تلك التي تزيد قيمتها عن دولار، ولكن لا تتجاوز مائة دولار.
- (محمد ذ.، 2021، صفحة 140)

رابعا: معيار متابعتها والرقابة عليها

نميز هنا بين نوعين حسب هذا المعيار كما يلي:

- أ- النقود الالكترونية المحددة (المسماة): ويميز هذا النوع من النقود إمكانية التعرف على الشخص الذي قام بسحب النقود من البنك، شأنها في ذلك شأن بطاقة الانتماء في عملية متابعة السحب وحركة السحب من خلال النظام الالكتروني من البداية حتى النهاية.
- ب- النقود الالكترونية غير الاسمية (مغلقة الهوية) : وهذه النقود يتم التعامل بها دون معرفة هوية المتعامل فهي كالأوراق النقدية في التعامل وليس لها علاقة بمن يتعامل بها، ولا يمكن التعرف على هوية مستخدمها سواء انتقلت منهم أو اليهم. (علي، 2006، صفحة 65).

خامسا: معيار أسلوب التعامل بها

أ- نقود الكترونية عن طريق الشبكة :

ويتم سحب هذه النقود الالكترونية من البنك، أو المؤسسة المالية وتوضع على أداة معدنية داخلية في جهاز الحاسب الشخصي، و وفي حال إرسال هذه النقود عبر الانترنت ليس على المستخدم إلا الضغط على الفأرة لهذا الجهاز إلى الشخص المستفيد من هذه النقود. وتتم هذه العملية في ظل إجراءات تضمن للمتعاملين بهذه الطريقة حدا كبيرا من الأمان والسرية، وهي نقود حقيقية إلا أنها رقمية، وتتطلب معظم الأنظمة المستخدمة لمثل هذه الطريقة إتمام الاتصال بين طرفي التعامل والمصدر الكترونيا من اجل التحقق سلامة هذه النقود للتقليل من احتمالية الغش و التزوير.

(طارق، 2007، صفحة 115).

ب- النقود الالكترونية خارج الشبكة:

هذا النوع من النقود الالكترونية يتم التعامل به دون أن يطلب من المتعاملين الاتصال مع المصدر مباشرة، فهي عبارة عن بطاقة تحتوي على القيمة المختزنة بداخلها، وتخصم كل قيمة تخرج من حوزتها

بعد الانتهاء من عملية السحب النقدي، واستخدام هذا النوع من البطاقات يولد قدرا كبيرا من المشاكل المتعلقة بالأمان ، كما تنتج عنها مخاطر الصرف المزدوج. (يوسف، الاقتصاد الالكتروني، 2012، صفحة 57).

المطلب الثاني: مزايا النقود الالكترونية ومخاطرها

هناك عدة مزايا لهذه النقود تحققها بالنسبة للمستهلكين و بالنسبة للبنوك المصدرة وبالنسبة للبائعين والتجار وتتمثل في الآتي:

أولاً: مزايا النقود الالكترونية

1- المزايا التي تحققها للمستهلكين:

✓ استحالة الضياع:

تتميز هذه النقود بهذه الميزة حتى في حالة تعطل الحاسوب الشخصي أو ملف القرص الصلب أو انقطاع التيار الكهربائي، إذ أن ميزات حساب النقد الالكتروني يبقى محميا ويمكن إعادة قطع المتبقية آليا بتطبيق إجراءات بسيطة . (نعمان، 2011، صفحة 80) .

✓ الكفاءة:

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

✓ سهولة الحياة:

يستطيع كل فرد استخدام النقود الالكترونية ، فالتجار يمكنهم الدفع لتجار آخرين في علاقة شركة بشركة، والمستهلكون يمكنهم الدفع من واحد لآخر، والنقد الالكتروني لا يستلزم أن يكون لدى أحد الطرفين ترخيص خاص مثلما يلزم الأمر في الصفقات التي تتم ببطاقات الائتمان. (بوعافية، 2014، الصفحات 117-120)

✓ تسرع عمليات الدفع:

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

✓ تشجع عمليات الدفع الآمنة:

من خلال وجود نظام مصرفي معد لغرض التعامل بالنقود الالكترونية، إذ تستخدم البنوك التي تتعامل بالنقود الالكترونية أجهزة خادمة تدعم بروتوكول الحركات المالية الآمنة. كما تستعمل مستعرضات لشبكة الويب تدعم بروتوكول الطبقات الأمنية، مما يجعل عمليات دفع النقود الالكترونية أكثر أماناً وسرية، لأن فضاء الإنترنت يقوم على وجود أرقام متسلسلة ترمز إلى القيمة النقدية وهذه الأرقام تستخدم لمرة واحدة، ويقوم المصرف بتغيير الرقم المتسلسل عند انتقال النقود الالكترونية من شخص لآخر وهذا بدوره يستلزم نظاماً مصرفياً خاصاً. (نهلى خالد و إسراء خضير، 2014، صفحة 268).

✓ المرونة:

يقصد بالمرونة أن تكون آلية الدفع الالكتروني قادرة على تلبية كافة الاحتياجات دون أن ترتبط بموقع بذاته أو بنوع محدد من عمليات تسوية الديون النقدية، وأن تتلاءم مع سرعة التطورات و التقنيات المستقبلية.

✓ انخفاض التكاليف:

استخدام نظام النقد الالكتروني أدى إلى انخفاض التكاليف التي تلحق التحويلات المالية، التي المالية بواسطة الوسائل الالكترونية الأخرى، فقيمتها مدفوعة مقدماً وتتجز عملياتها بشكل بسيط. (شيماء جودت، 2015، الصفحات 26-27)

2- المزايا التي تقدمها بالنسبة للبنوك المصدرة:✓ تدعيم الاسم التجاري للبنك :

حيث إن البنوك التي تقدم هذه الخدمات تعتبر من البنوك الرائدة في هذا المجال، كما أن اسم البنوك عرب شبكة الإنترنت يؤدي إلى مزيد من الانتشار؛

✓ تدعيم العلاقة بين البنك والعميل:

ذلك أن العميل الذي يرغب في الدخول إلى هذا العالم يتعامل مع بنك لا يقدم هذه الخدمة سوف يبحث عن بنك آخر يمكنه من ذلك.

✓ زيادة العائدات: كمحصلة لزيادة عدد العملاء مع انخفاض التكاليف الاستثمارية. (نعمان، 2011، صفحة 81)..

✓ زيادة توظيف الودائع وزيادة الموارد من النقد الأجنبي :

تداول النقود الالكترونية سيكون سببا في زيادة فترة ثبات أرصدة ودائع العملاء بالبنوك، ومن ثم إتاحة قدر أكبر من هذه الودائع للتوظيف، حيث إن استخدام البطاقات سوف يتيح لحاملها حرية الاحتفاظ بأرصدة ودائعهم لفترة أطول، طالما توافرت لديهم القناعة والثقة بإمكانية السحب عليها في أي وقت. كما سيؤدي تداول النقود الإلكترونية إلى زيادة الموارد من النقد الأجنبي، نظرا لتشجيع السائحين الأجانب على الشراء والسحب بالعملة المحلية من خلال بطاقاتهم المصدرة للخارج.

✓ القدرة على احتواء التزايد المستمر للصفقات الإلكترونية:

شهد العالم التجاري الإلكتروني الواقعي وإلا فترضي على حد سواء ازدياد أعداد المتعاملين في مجاله، وتزداد كذلك الصفقات التي تتم من خلاله بنسب كبيرة تقدر بمئات الملايين فكان لا بد للجهات المصرفية والائتمانية من استخدام آليات دفع تتناسب مع ارتفاع نسب التعامل الإلكتروني، وتكون قادرة على احتواء و استيعاب هذا العدد الهائل من الصفقات. (سلالي، 2019، الصفحات 36-37).

3- المزايا التي تقدمها النقود الالكترونية بالنسبة للبائعين والتجار

هناك عدة مزايا بالنسبة للبائعين والتجار تتمثل في الآتي:

✓ توفير الوقت والمال:

فبالنسبة للوقت تساعد على سرعة وسهولة إبرام الصفقات، وهي توفر المال وذلك باعتبار أن النقود الالكترونية لا تكلف البائع شيئا عند إبرام الصفقة مقارنة بوسائل الدفع الالكترونية الأخرى مثل البطاقات البنكية

✓ تعد وسيلة أكثر أمنا من الشيك:

حيث إن هذا الأخير يفرض قدرا كبيرا من الثقة بين البائع والمشتري، في حين أن النقود الالكترونية تمكن البائع في نفس وقت إبرام الصفقة من معرفة حساب حامل تلك النقود.

✓ تجنب مشاكل تزيف و تزوير النقود العادية : وسوف يساعد استخدام هذه النقود أيضا على خلق

أسواق جديدة و بالتالي تحقيق أرباح إضافية بالنسبة للتجار. (نعمان، 2011، صفحة 82)

ثانياً: عيوب النقود الالكترونية:**✓ الضريبة:**

في الـو.م.أ تثار فكرة ضريبة الانترنت التي تطرح مشكلات وأسئلة كثيرة فهل يستطيع تاجر في الـو.م.أ تحمل وتحصيل ضريبة انترنت على سلعة مباعه لمشتري في زيمبابوي؟ وهل على زيمبابوي أن تتلقى نصيباً من الضريبة؟ وللأسف فإن استخدام النقد الالكتروني لسداد أي ضريبة لا يتيح مجالاً للمراجعة، فالنقد الالكتروني ما هو إلا مثل النقد الحقيقي لا يمكن تتبعه بسهولة؛

✓ غسيل الأموال:

من السهل وقوعه من خلال شراء سلع وخدمات بالنقد الالكتروني الذي يمكن صرفه بدون إظهار اسم الشخص بالنسبة لسلع ذات قيمة، وتباع السلع مقابل نقد حقيقي في السوق المفتوحة، وبالطبع يمكن شراء السلع في دولة أخرى مما يزيد من تعقيد الأمور الخاصة الولاية القضائية؛

✓ التزوير:

ومثلما هو الحال بالنسبة للعملة الحقيقية فإن النقد الالكتروني عرضة للتزوير، فمن الممكن رغم أن هذا بالغ الصعوبة إيجاد وصرف نقد الكتروني مزيف (مثل أي نوع من النشاط على أساس الانترنت)، فبدون إجراءات وقائية ومضادة قوية فإن التزوير الالكتروني يمكن حدوثه، وبعد التزوير هناك عوامل اقتصادية رقمية مدمرة عديدة محتملة (بوعافية، 2014، صفحة 118).

✓ الإصرار على السرية المطلقة:

حيث يصر مصدرو النقود الالكترونية و المتعاملون فيها على أن تظل النظم المطبقة خالية من أية بيانات تسمح بتتبع مصادر الأموال وهو الأمر الذي يساهم في تسهيل عمليات التهرب الضريبي.

✓ الاعتماد الكامل على برنامج للحاسب الآلي :

يعين إمكانية نسخ البرنامج بما يعني مضاعفة قيمة النقد الالكتروني المصدر بصورة احتيالية إلى تزيف العملة الالكترونية. (نعمان، 2011، صفحة 83).

✓ انتحال شخصية الفرد:

من خلال استغلال المختلسين للبيانات والمعلومات الشخصية للأفراد لطلب بطاقات بنكية باسم شخص ما، وفي حالة غياب الرقابة والصرامة بالقدر الكافي فإن المختلس يمكنه الحصول على البطاقة وسرقة الأموال.

✓ السلب بالقوة الالكترونية:

يتم استخدام الحاسب في التلاعب بالمعلومات وذلك بإدخال بيانات زائفة من جانب المتحايل باختلاق دائنين كأجور يجب دفعها أو فواتير يجب سدادها، وذلك عم طريق اختلاق مدينين غير حقيقيين يجب عليهم سداد فواتير صادرة عن الحاسب، أما المدين المعتدي عليه فلن يتمكن من إثبات كونه غير مدين لوجود فواتير معلوماتية، هكذا يستغل المتحايل طرق الدفع الآلية للحصول على أموال غير شرعية. (بوتلجة، 2021، صفحة 51)

المبحث الثالث: إصدار و طبيعة النقود الالكترونية

تتطلب عملية إصدار النقود الالكترونية الإحاطة بأطرافها ثم بيان كيفية الإصدار من الناحية العملية ثانياً وعلى النحو التالي :

المطلب الأول: الأطراف المتعاملة بالنقود الالكترونية**أولاً: المصدر:**

هو البنك أو المؤسسة المصدرة للنقود الالكترونية المتعاملة بإجراء عمليات التبادل بين النقد الالكتروني والنقد الورقي. (شيماء جودت، 2015، صفحة 20).

ثانياً: المستهلك

المستهلك هو مستخدم النقود الالكترونية أو حامل البطاقة التي تحتوي على القيمة المالية المخزونة بداخلها بهدف شراء السلع والخدمات ، والعميل أو الحامل يقع عليه التزام بسداد قيمة الوحدات الإلكترونية إلى الجهة التي تولت إصدار هذا النوع من النقود عن طريق تسديد نقود حقيقية، كما يجب عليه المحافظة على الوحدات الالكترونية والرقم السري ، كما يقع عليه عبء إخطار الجهة المصدرة لها في حالة ضياع أو سرقة النقود الالكترونية . (علي عبد المحسن، 2019، صفحة 71)

ثالثاً: التاجر

إن الطرف الثالث من الأطراف المتعاملة بالنقود الالكترونية هو التاجر الذي قبل التعامل بالبطاقة الالكترونية ، والذي يمتلك الجهاز الذي تمرر بداخله ليتم استقطاع قيمة السلع والخدمات المباعة إلى حامل البطاقة ، وبالتالي يعتبر التاجر وسيطاً بين المستهلك والجهة المصدرة للبطاقة. (حشيفة، 2018، صفحة 345).

المطلب الثاني: آلية تداول النقود الإلكترونية

يقصد بها المراحل التي تمر بها النقود الإلكترونية، بدءاً من خطوات إنشائها، مروراً بخطوات استخدامها، وانتهاءً باستبدال نقود حقيقية بها.

يقول جمال موسى " حياة النقود الإلكترونية تمر بمراحل ثلاث:

* الإصدار لصاحب البطاقة،

* الانتقال من صاحب البطاقة إلى طرف ثالث كالبائع الذي انتقلت إليه النقود الإلكترونية،

* تدمير النقود الإلكترونية عن طريق قيام الطرف الثالث باسترداد مقابلها من النقود (التقليدية) من المصدر، وتسمى بمرحلة destruction .

وهذه دورة النقود الإلكترونية بالإجمال، وما فيما يأتي هو التفصيل فيها:

أولاً: المرحلة الإجرائية لإنشاء النقود الإلكترونية

◀ **الخطوة الأولى:** تتمثل في أن يقتني المشتري كمية معينة من النقود الإلكترونية، من أحد البنوك المصدرة لها، في صورة وحدات نقدية تسمى: (Tokens). (متعم القحطاني، 2008، صفحة 157).

وذلك بعد أن يقدم المستهلك طلباً إلى المصدر لغرض إصدار نقود الكترونية، والطلب يمكن أن يكون شفهيًا أو مكتوبًا. (علوان العقابي، علاء، و نعيم، صفحة 91).

◀ **الخطوة الثانية:** يقتني المشتري برنامج خاص بإدارة النقود الإلكترونية وهو برنامج مجاني تقدمه شركة (Cyber Cash)، و وظيفة هذا البرنامج حماية وحدات النقود الإلكترونية من المحو والنسخ.

◀ **الخطوة الثالثة:** تخص البائع الذي يتعامل بالنقود الإلكترونية حيث يلزمه أن يشترك في أحد البنوك التي تتعامل بف النقود الإلكترونية وتعمل هذه البنوك من خلال شبكة الانترنت.

◀ **الخطوة الرابعة:** حصول البائع على برنامج خاص لإدارة النقود الإلكترونية للبائع وهو برنامج مجاني أيضاً تقدمه شركة (Cyber Cash)، ويقوم البرنامج بتأمين و حماية النقود الإلكترونية وإدارة العمليات الخاصة بتسجيل المعاملات وإضافتها إلى رصيد البائع، كما يقوم البرنامج بالسيطرة على عملية تحويل الأرصدة من النقود الإلكترونية الى نقود عادية (تقليدية). (نعمان، 2011، الصفحات 76-77).

ثانياً: المرحلة المتعلقة بعملية الشراء ودفع الثمن

هذه المرحلة تبدأ بعد قيام المشتري بتصفح مقر البائع و اختيار السلع أو الخدمات التي يرغب في شرائها والتعرف على أسعارها وتجميع هذه الأسعار من خلال برنامج البيع الخاص بالبائع، وهذه الخطوات الأربع هي:

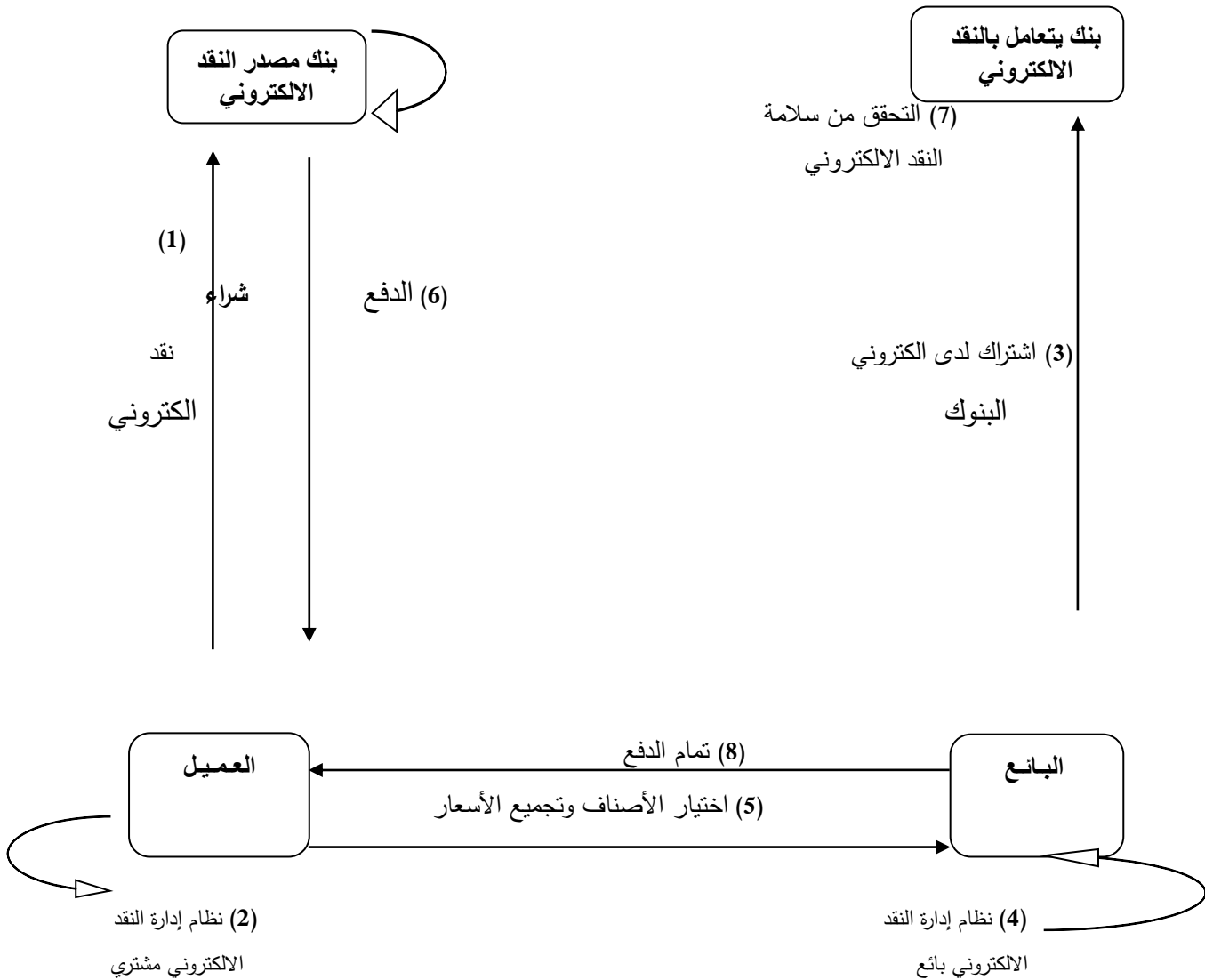
أ- **في الخطوة الأولى:** يتم عملية الدفع، إذ يقوم المشتري باتخاذ قرار الدفع بالنقود الالكترونية بالقيمة المطلوبة، فيقوم برنامج إدارة النقود الالكترونية للمشتري باختيار الرصيد : هل يسمح بالسداد ؟ وعندئذ يسمح بالسداد في حدود الرصيد، فيقوم البرنامج بتحديد وحدات النقود الالكترونية بالرقم الخاص لكل وحدة وقيمتها، في كشف خاص، لإرساله إلى البائع عن طريق البنك مصدر العملة.

ب- **في الخطوة الثانية :** يتلقى البنك كشف الدفع (من المشتري، أو البائع، بعد أن يتلقاه من المشتري بحسب الترتيبات المؤسسية لجهة الإصدار)، ويتأكد من صحة النقود الالكترونية، ثم يقوم بإرسال كشف وحدات النقود الالكترونية للبائع.

◀ **في الخطوة الثالثة:** يتلقى برنامج إدارة النقود الالكترونية للبائع كشف النقود الالكترونية الموقعة من البنك، ويضيف وحدات النقود الالكترونية الجيدة، بأرقامها وعلامات التامين الخاص بها إلى خزانة البائع الرقمية.

هـ- **في الخطوة الرابعة:** يقوم برنامج إدارة النقود الالكترونية للبائع بإخطار المشتري بتمام السداد، فيقوم نظام النقود الالكترونية للمشتري بمحو هذه الوحدات المخصصة بهذا الكشف من محفظة المشتري بصورة نهائية. و تنتهي دورة النقود الالكترونية بتحويل أرصدة النقد الالكتروني إلى النقد العادي، وهي تتم مباشرة بين حامل النقود الالكترونية أو (وكيله)، وبين البنك المصدر لها، حيث يتم محو وحدات النقد الالكتروني عن الوسيط الالكتروني الذي يملكه الطرف الثاني، وتحويلها إلى أرصدة بنقود حقيقية لدى بنك الطرف الثاني (البائع عادة) في المعاملة. (متمم القحطاني، 2008، الصفحات 158-159)

الشكل (4) يوضح دورة استخدام النقد الالكتروني و إجراءاتها



الشكل رقم (3): المصدر: بوعافية الرشيد، دور النقود الالكترونية في تطوير التجارة

الالكترونية، المجلة الجزائرية للاقتصاد والمالية، ص 116.

المطلب الثالث: طبيعة النقود الالكترونية

تعددت الآراء واختلفت حول طبيعة النقود الإلكترونية وحقيقتها، و لقد رأى جانب من الباحثين انه تمثل نقود حقيقية وذلك لكونها تقوم بكل الوظائف التي تقوم بها النقود التقليدية، إذ أنها تعبر من منظوره وسيطا للتبادل ومقياس ومخزن للقيمة، أما الجانب الآخر من الفقه فالأ يعدها نقودا لكونها لا تحمل المعنى الحقيقي للنقود معللا ذلك بعدم خضوعها لرقابة البنوك المركزية وذلك وفقا لمتطلبات والآليات المحددة لها.

نظرا للاختلافات حول طبيعة هذه النقود برزت عدة نظريات حول تحديد هذه الطبيعة أهمها:

أولاً: النقود الإلكترونية صيغه غير مادية

إن الأساس الفكري لهذه النظرية مبني على أن النقود تمثل رمزا للقيمة وليس القيمة ذاتها، إذ أن المراحل التي مرت بها النقود من حيث التمثيل المادي تطور من أول صورته (المقايضة) إلى الصورة المعدنية ثم الصورة الورقية لها ويعد استخدام الوسائل الإلكترونية الصورة الأحدث للنقود الأكثر تعقيدا. وبناء على ذلك تعتبر هذه النظرية النقود الإلكترونية صيغه غير مادية للنقود الإلكترونية، غير أن هذه النظرية تثير مشاكل واقعية حيث أن النقود التي يتم دفعها لشحن البطاقات بالنقود الإلكترونية تبقى داخل داخل النظام النقدي، فنكون أمام ازدواج في الكتلة النقدية، لأنها تستخدم بشكل متزامن فالنقود التقليدية موجودة ومستخدمه في الوقت الحاضر نفسه الذي استخدمت به النقود الإلكترونية. (سلالي، 2019، الصفحات 39-40).

ثانياً: النقود الإلكترونية أداة تبادل وليست أداة دفع

يكن الفرق الجوهرى بين النقود الإلكترونية والتقليدية في أن النوع الأول من النقود لا يصدر عن البنك المركزي كما هو الحال بالنسبة للنقود التقليدية، وهذا الرأي هو الأكثر شيوعاً بين الاقتصاديين، وعليه إذا تم الدفع بواسطة أدوات التبادل فإن عملية البيع قد تمت، إلا أنه بحاجة إلى عمليات التي بدوره يمنع أية مطالبة في المستقبل بين جميع الأطراف (المشتري والبائع والوسيط سواء أكان بنكا أو مؤسسة، ومثال ذلك الشيك فلا يعد دفعا نقديا.

و يخلص هذا الرأي لاعتبار أن النقود الإلكترونية نوعاً من بيع أصول المصدر، فالمشتري يقوم بشراء هذه النقود من المصدر مقابل إعطائه النقود الإلكترونية ثمناً لها. (فضيل، 2013، صفحة 280)

ثالثاً : النقود الإلكترونية أداة ائتمان

تعد النقود الإلكترونية شكلاً من أشكال الائتمان المستخدم للتبادل والتي تمثل ديناً على المؤسسة التي أصدرتها، و الرصيد المسجل إلكترونياً يعد نوعاً من الديون بالنسبة لمصدرها الذي يستخدم الأموال التي دفعها مشتري النقود الإلكترونية في حيازة الأصول، ويصبح الالتزام القانوني على مصدر النقود هو المقابل بين الوحدات النقدية والرقمية الإلكترونية، وهذا يشبه الالتزام القانوني الواقع على المؤسسة المصدرة في مواجهة حائز العملة المتمثل في قطعة العملة في حد ذاتها. (حاتم، الصفحات 362-363).

رابعاً: النقود الإلكترونية صورة افتراضية ثلاثية الأبعاد

يعتقد أصحاب هذا الرأي أن ما تم شراؤه من ديون أو مطالبة هو في الحقيقة عملية افتراض، وهذا ما يعبر عنه التقرير الأوربي بقوله انه (انه من الواضح بتعبير اقتصادي أن الأموال التي يتلقاها المصدر من وديعة مصرفية ، هي في حقيقة الأمر مطالبة من حق حامل البطاقة أو صاحب الحساب أن يطالب بها طرف ثالث)، وعليه فالمصدر لا يملك النقود الالكترونية و إنما يتلقاها كوديعة فهذا الواقع والحقيقة، وبذلك لا يعد إصدار النقود الالكترونية عملية واحدة بل عمليتين يجب التمييز بينهما تكون العملية الأولى هي تقديم الوديعة ممن يرغب بالحصول على البطاقة، والعملية الثانية هي إصدار النقود الالكترونية. ويخلص هذا الرأي إلى القول أن صاحب البطاقة قد يحصل على قيمة ما يودعه لدى المصدر بصورة نقود الكترونية، ومن المسلم به أن من يصدر هذه النقود على علم بأنها سترجع إليه مرة أخرى لتدخل في حسابه، هذا هو منطق الإصدار فكل من الطرفين يبقى مدينا للآخر حتى يتم استهلاك النقود الالكترونية او تدميرها، كما يجب إتلافها في لحظة رجوعها لتفادي عملية الازدواجية في الصرف . (سلالي، 2019، الصفحات 67-68).

المطلب الثالث: النقود الالكترونية نقود قانونية

إن النقود القانونية هي النقود الأساسية التي استمدت قوتها من قوة القانون وقبول الأفراد لها قبولاً عاماً والبنوك المركزية هي الجهة الوحيدة المخولة لإصدارها وتصدر في شكل ورقي أو معدني متميزة بقوتها الإبرائية باعتبارها وسيلة دفع وللوقوف على مدى اعتبار النقود الالكترونية نقوداً قانونية حاولنا استعراض موقف بعض التشريعات الغربية والعربية من هذا الأمر .

الفرع الأول: المركز القانوني للنقود الالكترونية في التشريعات الغربية.

سنقتصر في هذا الفرع على دراسة موقف كل من المشرع الأمريكي والفرنسي في مدى اعتبار النقود الالكترونية نقوداً قانونية

أولاً: المركز القانوني للنقود الالكترونية في التشريع الأمريكي

تختص الحكومة المركزية في الولايات المتحدة الأمريكية بإصدار النقود التي تستخدم في تسوية جميع أنواع الديون ووفقاً للقانون الأمريكي الصادر سنة 1862 والذي نص على " كل من وضع أو اصدر أو تداول أو أنفق أية سندات أو شيكات أو عملات أو حزمة أو غيرها من السندات المالية التي نقل قيمتها عن دولار أمريكي واحد بقصد تداولها كنقود أو استلامها أو استخدامها بدلاً من النقود القانونية للولايات المتحدة الأمريكية يعاقب بالحبس بمدة لا تزيد على ستة أشهر أو الغرامة أو بهما معا"

من خلال عرض هذه المادة يطرح التساؤل الجوهري الآتي: هل الحظر الوارد في هذه المادة يشمل النقود الالكترونية، وبناء على ذهب جانب من الفقه على أن التعامل بالنقود الالكترونية لا يدخل ضمن الحظر الوارد في هذا القانون لكونها تفتقد إلى الخصائص المادية للعملة الأمريكية ، ورأى جانب آخر من الفقه إلى القول بضرورة توفر شرطين لكيلا تدخل هذه النقود في الحظر الوارد في المادة أعلاه وهذين الشرطين هما:

1- أن تكون قيمة الوحدة المصدرة من وحدات النقد الالكتروني أقل من دولار واحد.

2- أن يكون طرحها للتداول الغرض منه تسوية التبادلات الالكترونية التي عجزت وسائل الدفع التقليدية عنها.

من خلال ما رأيناه فإن إصدار النقود الالكترونية يعد أمر مشروعاً بالرغم أنها لا تمثل ولا تعتبر العملة الرسمية التي تصدر من الحكومة المركزية الأمريكية. . (أحمد، 2013، صفحة 93).

ثانياً : المركز القانوني للنقود الالكترونية في التشريع الفرنسي

لقد نصت المادة الخامسة من القانون الصادر في 4 اوت 1993 على أنه " يختص البنك المركزي الفرنسي وحده بإصدار عملات ورقية تكون مقبولة كنقود قانونية ذات قوة إبراء مطلقة " كما وضع المشرع الفرنسي في نص المادة 442 من قانون العقوبات حماية خاصة لتلك النقود حيث جاء في هذه المادة " يعاقب كل من طرح أي رمز من الرموز النقدية في دائرة التداول بغرض استبدالها بالعملات الورقية أو المعدنية التي تمثل النقود الرسمية في فرنسا بالسجن خمس سنوات وغرامة 75 ألف يورو"

من خلال استعراض نص المادتين السابقتين نلاحظ أن النقود الالكترونية لا تدخل في إطار الحظر الوارد فيهما وبالتالي إصدار هذا النوع من النقود لا يشكل خرقاً للنقود القانونية في فرنسا. (علي عبد المحسن، 2019، صفحة 83)

الفرع الثاني: المركز القانوني للنقود الالكترونية في التشريعات العربية.

سنتناول في هذا الفرع المركز القانوني للنقود الالكترونية في التشريعين الجزائري و المصري.

أولاً : المركز القانوني للنقود الالكترونية في التشريع الجزائري.

إن إصدار النقود القانونية في الجزائر هو اختصاص أصيل للبنك المركزي حيث نصت المادة 2 من القانون 11- 03 على ما يلي "يعود للدولة امتياز إصدار العملة النقدية عبر التراب الوطني ويفوض ممارسة هذا الامتياز للبنك المركزي دون سواه الذي يدعى في صلب النص ضمن علاقاته مع الغير "بنك الجزائر" ويخضع لإحكام هذا الأمر "

كما أن المادة 7 من ذات الأمر منعت كل شخص من أن يصدر أو أن يضع قيد التداول أي وسيلة محررة بالدينار الجزائري كوسيلة دفع عوض العملة الوطنية . و هنا يطرح التساؤل الأتي: هل إصدار وتداول النقود الالكترونية يشملها الحظر الوارد في المادة 7 من قانون النقد والقرض ؟

بالرجوع إلى نص المادة 69 من قانون النقد والقرض التي نصت على " تعتبر وسائل الدفع كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل الأموال مهما كان السند أو الأسلوب التقني المستعمل" كما أن المادة 6 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية قد عرفت وسيلة الدفع بأنها " كل وسيلة دفع مرخص بها طبقا للتشريع المعمول به تمكن صاحبها من القيام بالدفع عن قرب أو عن بعد عبر منظومة الكترونية "

كما تضيف المادة 12 من النظام -05 07 المتضمن أمن أنظمة الدفع " في حالة ما إذا اعتبر بنك الجزائر بأنه لا يتوفر في إحدى وسائل الدفع على الضمانات الأمنية الكافية يمكنه بعد استشارة السلطة المكلفة بالمراقبة اتخاذ قرار توقيف إدخال وسيلة المعنية في هذا النظام " يترتب على ما سبق أن إصدار النقود القانونية في الجزائر على غرار باقي الدول هو اختصاص أصيل للبنك المركزي وأن إصدار النقود الإلكترونية في الجزائر لا يعد أمر ممنوعا بشرط توفر الضمانات التي حددتها مختلف القوانين وأن يتم ذلك تحت مراقبة البنك المركزي باعتباره الجهة الوحيدة المخولة بالرقابة على مختلف وسائل الدفع.

ثانيا: المركز القانوني للنقود الالكترونية في التشريع المصري.

- 1- أن يقتصر إصدار وسائل الدفع الالكترونية على الجنيه المصري فقط.
- 2- أنه يشترط لإصدار النقود الالكترونية الاتصال المباشر بين مصدر البطاقة والبنك المركزي لحمايتها من التزيف والاحتفاظ بقاعدة بيانات مركزية توفر شروط الأمان للمتعاملين بها. وتأسيسا على ذلك يمكن القول أن عملية إصدار النقود الالكترونية في مصر لا يعتبر أمرا محظورا. (حشيفة، 2018، الصفحات 349-350).

الفرع الثالث: ضوابط إصدار النقود الكترونية

تتمثل بما يجب على السلطة التشريعية أن توضحه بخصوص هذه النقود، وتقسّم إلى قسمين:

1- الضوابط الشكلية للتنظيم القانوني للنقود الكترونية:

وأهمها:

- تحديد مفهوم النقود الكترونية وما يميزها عن وسائل الدفع الكترونية الأخرى.

- بيان التزامات وحقوق كل من مصدر النقود الالكترونية والعملاء والتجار والأطراف الأخرى المستعملة والتي يجب أن تتسم بالشفافية والوضوح، بحيث يستطيع كل طرف أن يدرك مركزه القانوني من خلال مصطلحات قانونية واضحة وسهلة.
- توضيح الخسائر التي يمكن أن تلحق بكل طرف في حال إفلاس المؤسسة المصدرة للنقود الالكترونية، بالإضافة إلى توضيح فيما إذا كانت ديون مصدر هذه النقود قد تم تغطيتها بضمان ودائع أو ضمانات أخرى.
- وضع ترتيبات لحل المنازعات وتحديد الهيئة أو المحكمة المختصة والقواعد الإجرائية التي يجب إتباعها.
- وضع نصوص واضحة لمعالجة المشاكل التي قد تتجم عن تدويل النقود الالكترونية باعتبار أن التعامل بها قد يكون عابرا للحدود.

2- الضوابط الموضوعية للتنظيم القانوني للنقود الكترونية

وأهمها:

- **خضوع الجهة المصدرة للنقود الالكترونية للإشراف و الرقابة الدقيقة:**
ففي حالة إصدار هذه النقود من قبل جهة أخرى غير البنك المركزي لا بد مكن خضوع هذه الجهة لرقابة حكومية متخصصة في ذلك لدرء المخاطر التي يمكن أن تنتج عن إصدار تلك النقود، وعلى الجهة الرقابية أن تتأكد بصفة خاصة من أن رأس مال الجهة المصدرة للنقود الالكترونية لا يقل عن مستوي معين، بالإضافة لحصولها على ما يكفي من ضمانات مالية تكفي لتغطية أي مخاطر مالية متوقع حدوثها.
- **ضرورة توافر ضوابط أمنية:**
لتجنب المشاكل المتوقع حدوثها كغسيل الأموال بالإضافة لوضع الترتيبات اللازمة لتقليل مخاطر التزوير والاحتيال في مجال النقود الالكترونية.
- **التزام الجهة المصدرة للنقود الالكترونية بتقديم تقارير إحصائية نقدية دورية:**
توضح فيها حجم النقود الالكترونية التي تم إصدارها أو سيتم خلال فترة زمنية محددة، بحيث يتسنى للبنك المركزي رفع كفاءة السياسة النقدية التي تعتمدها.
- **إلزام الجهة المصدرة للنقود الالكترونية قبول تحويلها إلى نقود عادية:**

• فعدم الربط بين النقود الالكترونية و القانونية قد يغري الجهة المصدرة للنقود الالكترونية بالتمادي في الإصدار بلا حدود، مما يؤدي إلى خلق ضغوط تضخمية على اقتصاد الدولة.

• إلزام البنوك المصدرة للنقود الكتروني باحتفاظ باحتياطي لدى البنك المركزي:

مما يجعلها تقف على قدر من المساواة مع الصور الأخرى للنقود والتي تخضع عند إصدارها لمتطلبات الاحتياطي النقدي، وذلك تحسبا لأي زيادة في خلق النقود الالكترونية مما يؤثر في النهاية على السياسة النقدية.

• ضرورة وجود تنسيق وتعاون تشريعي دولي:

فنظرا لسهولة التعامل الدولي بهذا النوع من النقود فإنه حتى في حال قامت الدولة بتقنين التعامل بالنقود الالكترونية إلا أن تحديد القانون الواجب تطبيقه عند حدوث مشكلة قانونية يعتبر من الصعوبة بمكان، ومن هذا المنطلق وكنتيجة للبعد الدولي للنقود الالكترونية، فإن التنظيم القانوني لهذه النقود لن يكون فعالا ما لم يستكمل بتنظيم و تنسيق وتعاون دولي، ولقد حددت لجنة بازل العديد من القضايا التي تثيرها النقود الالكترونية ، ويمكن للتعاون الدولي أن يحل المشاكل الخاصة بها كالشفافية و الخصوصي وغسيل الأموال.

والجدير بالذكر أن اللائحة الأوربية لعام 2000 المنظمة للنقود الالكترونية قد اشترطت في المادة(4) على المؤسسة المصدرة لهذه النقود ألا يقل رأسمالها المبدئي عن مليون دولار، و ألا يقل هذا المبلغ عن هذا الحد في أي وقت، كما يجب الاحتفاظ بما يساوي أو يزيد عن (2%) من المبلغ الكلي الممثل لحجم الخصوم المالية الحالية المتعلقة بالنقود الالكترونية غير المدفوعة أو متوسط حجم هذه الخصوم في آخر 6 أشهر.

أما المادة (3) فقد نصت على انه يجوز لحامل النقود الالكترونية أن يطلب من مصدرها أن يحولها إلى نقود قانونية عند سعر التعادل أو أن يحولها إلى حسابه الخاص وذلك دون تحمل مصاريف أو رسوم ، غير تلك التي تكون ضرورية لتنفيذ هذه العملية، كما أوضحت هذه المادة ضرورة احتواء العقد المبرم بين مصدر النقود الالكترونية و حاملها على شروط تحويل النقود الالكترونية إلى نقود قانونية،ويمكن لعقد أن يتضمن حد أدنى للتحويل. (مكرم، 2017، الصفحات 30-31)

المبحث الرابع: وسائل حماية النقود الالكترونية وصور الاعتداء عليها

إن الوفاء بواسطة النقود الالكترونية يحمل في طياته إشكالية ومخاطر متعددة إلا أنه في الوقت نفسه توجد وسائل تكنولوجية عديدة للتغلب على أساليب الغش والاحتيال والاعتداء عليها، لذا سنتعرض لأهم وسائل الحماية من خلال ما يلي:

المطلب الأول: وسائل حماية النقود الالكترونية

أ: تأمين البيانات

وهي إحدى أنواع التكنولوجيا المستخدمة في تشفير مجموعة المعلومات التي تنتقل عبر الانترنت بحيث تقتصر إمكانية إعادة المحتوى على المرسل أو المستقبل فقط ويستخدم مع تكنولوجيا التشفير نظام الشهادات الموثقة الذي ينفذه طرف ثالث لتأكيد أن العميل الحقيقي هو الذي يتعامل مع الموقع وذلك يتم من خلال الجمع بين الوسيلتين ضمان سرية المعاملات التجارية وعقد صفقات آمنة، فحينما تقوم إحدى الشركات بإنشاء موقع لها باستخدام جهاز خدمة أمن يتفق الحاسوبان على رموز حسابية شفرية ومفاتيح تشفير خاصة تستخدم تقنية تأمين البيانات في تفكيكها وإعادة جمعها، عن طريق القيمة العددية التي تصمم بها رسالة البيانات بحيث تجعل من الممكن باستخدام إجراء رياضي معروف متقن مقترن بمفتاح الترميز الخاص بمنشئ الرسالة القطع بأنه هذه القيمة العددية قد تم الحصول عليه باستخدام ذلك المفتاح، ومن خلال أرقام مطبوعة تسمى (Hash) لمحتوى المعاملة، وتتم الكتابة الرقمية لمحتوى المعاملة عن طريق التشفير (Cryptographi) الذي يتم استخدام مفاتيح سرية وطرق حسابية معقدة، تتحول بواسطتها المعاملة من رسالة مقروءة إلى رسالة رقمية غير مفهومة ما لم يتم فك شفرتها ممن يملك التشفير، وتسمى هذه الرسالة (message digest) وبعد أن كان التشفير وفكه يتم بمفتاح واحد، نظرا لأن كلا من مرسل

المعاملة أو البيان الالكتروني ومستلمه يملك نفس المفتاح، أصبح يتم بمفتاحين أحدهما للتشفير ويسمى المفتاح الخاص، والثاني لفك التشفير ويسمى المفتاح العام ولذلك اصطلح على هذا النظام الأخير بنظام المفتاح العام.

وتم تزويد كل مستخدم أو عميل بمفتاحين للتشفير أحدهما عام ومن ثم حينما يرغب أحد الأطراف في إرسال معلومات مشفرة يستخدم الطرف الثاني مفتاح التشفير العام لإتمام عملية الاتصال، لذا لا يمكن قراءة أي رسالة مشفرة إلا بعد مطابقة المفتاحين العام والخاص معا من خلال برنامج خاص بالتشفير في الحساب الآلي حيث تتحول إلى رسالة رقمية، ولكي يتمكن من إرسال إليه هذه الرسالة من قراءتها عليه

فك شفرتها عن طريق المفتاح العام المرسل إليه من قبل المرسل، أما إذا حدث تغيير في مضمونها أو تلاعب في توقيع المرسل فإن الحاسب الآلي يوضح ذلك على الفور، وبالتالي لا يستطيع أي شخص الدخول إلى المعلومات أو الحصول على برنامج الكمبيوتر إلا إذا ادخل رقم سري مما يعني أن هذا النظام له وظائف كثيرة منها :

1- التوثيق: وذلك بالتحقق من هوية طرفي العقد تحديدا تاما ومميذا وخاصة الموقع، وإن الرسالة الموقعة منه تنسب إليه.

2- السلامة: حيث يضمن أن محتوى الرسالة الموقع عليها الكترونيا لم يتم تغييره ولم يتم التلاعب في بياناتها، وعدم إمكانية تدخل أي من الطرفين أو أي شخص آخر على مضمون التوقيع وشكله أو مضمون المحرر الالكتروني المرتبط به.

3- السرية: حيث يوفر سرية تامة للرسالة فلا يمكن الكشف عن محتواه إلا باستخدام تقنيات فك التشفير (الكريبتوجرافيا) في ضوء الأمان المفقود على الشبكة العالمية المفتوحة للإنترنت.

4- عدم الإنكار وهو عدم إمكان الموقع الكترونيا إنكار الرسالة أو المعاملة الموقعة منه، وسرّج ذلك إلى الارتباط التام بين المفتاح العام والمفتاح الخاص. (نهلى خالد و إسرائ خضير، 2014، الصفحات 274-275)

ب: شهادات التوثيق

لا توجد ضمانات بوجود الشركة صاحبة الموقع التي يزودها العميل بالمعلومات عن بطاقته الائتمانية، مما يقضي وجود خدمة محايدة تتضمن هذه الوثيقة، والتي تعرف بشهادات التوثيق أو شهادات التعريف الرقمية، وهي ملفات مشفرة تخزن داخل جهاز خدمة ال (Web) الذي يستخدمه العميل، حيث تتشاور هذه الملفات في برنامج التصفح الذي يستخدمه الأخير للتأكد من أن الموقع الذي دخله هو الموقع الصحيح، وتسجل عادة بواسطة طرف ثالث محايد يتمثل في أفراد أو شركات أو جهات مستقلة محايدة تقوم بدور الوسيط بين المتعاملين لتوثيق تعاملاتهم الالكترونية سيمت بسلطات أو جهات التوثيق (certification) كما يمكن استخدام هذه التقنية في تحديد هوية مستخدمى الشبكة سواء أكانوا من الداخل أم من الخارج وأهليتهم القانونية للتعاقد، والتحديد والتحقق في مضمون التعامل وسلامته، كذلك تقوم بإصدار المفاتيح الالكترونية، سواء المفتاح الخاص بالتشفير أو العام المتعلق بفك التشفير، كما تقوم بإصدار شهادات التوثيق.

ويشيع استخدام هذه الشهادات في بيئة شبكة الويب، لتؤدي عمل رخصة السواقة الكترونيا، أو جواز السفر، وتصدره جهة مرخصة، ويستخدمها الفرد في تعاملاته الالكترونية حيث يستوثق من خلالها عن هوية الطرف الآخر وبالتالي تستخدم في ضمان أمن المعاملات الفردية والتجارية.

لا بد من الإشارة إلى مشروع بوليرو، الذي يهدف إلى توفير نظام يتضمن تبادلا آمن لمستندات التجربة الالكترونية عن طريق نظام مركزي البيانات، كما يوفر نظاما أساسيا يمكن مستخدمي هذا النظام من إرسال المعلومات لأي مستخدم آخر بطريقة سرية وغير محرقة ويقوم بوضع توقيع رقمي للمتعامل على كل رسالة توجه إلى نظام بوليرو والذي يتولى بدوره القيام بإرسال هذه الرسالة إلى المرسل إليه فضلا عن ذلك فإن أنواع الرسائل المختلفة مقرونة بضمان يؤكد أن الرسالة أصلية ويمكن هذا النظام المتعاملين من نقل الحقوق بمرونة ويعتزم ربط كافة المشتركين بسلسلة التجارة الدولية كما يعمل بالاشتراك مع شركات الاتصال القائمة ومعدّي برامج الكمبيوتر على تطوير وتعزيز الحلول الخاصة بالمتعاملن ضمن نظام بوليرو.

كما أن هذه الجهات المحايدة الخاصة بالتوحيد الالكتروني تخضع لإشراف الدولة التي تقوم بتحديد القواعد والإجراءات التي تنظم عملها، وتقوم هذه الجهات بإصدار شهادات التوثيق الالكتروني وفق الترخيص الصادرة لها من الجهات المسؤولة في الدولة.

مما سبق يتضح لنا أن التعاملات الالكترونية، وحيث لا وجود للمستندات المكتوبة والمذيلة بتوقيع محررها، فقد لزم الأمر البحث عن وسيلة تقوم بالدور ذاته للتوثيق الذي تقوم به الكتابة والتوقيع في صورتيهما التقليديتين، ولقد وجد العمل الالكتروني ضالته في المستندات والوسائط الالكترونية والموثقة بالتوقيع الالكتروني، حيث يتم توقيعها بطريقة الكترونية أيضا عن طريق شهادات توثيق تصدرها جهات مختصة بذلك هي جهات توثيق لتعاملات الالكترونية التي تعرف بمزودي خدمات التوثيق الالكتروني كل ذلك يضيف على السند أو المعاملة الثقة والأمان ويجعلها حجة في الإثبات.

ولضمان فعالية شهادات التوثيق كوسيلة لإثبات التعاقدات عبر الانترنت يقتضي ذلك توفير حماية البرامج والمعلومات داخل جهاز الكمبيوتر بطريقتين معا:

الطريقة الأولى :

عن طريق برامج حماية وأمن: ويتم ذلك عن طريق نظام التشفير بحيث لا يستطيع أي شخص الدخول إلى المعلومات أو الحصول على برامج الكمبيوتر إلا إذا أدخل رقم سري (كود).

الطريقة الثانية :

عن طريق الحماية القانونية: وذلك بسن تشريعات محلية أو دولية تجرم الأفعال غير المشروعة التي تهدد أمن المعلومات والبرامج الموجودة داخل جهاز الكمبيوتر، فهناك اتفاقيات دولة التي تحمل البرامج والمعلومات المخزنة داخل جهاز الكمبيوتر ومنها اتفاقية بيرن لحماية المصنفات الأدبية والفنية، واتفاقية التريس واتفاقية جنيف، والاتفاقية العربية لحماية حقوق المؤلف، وهناك تشريعات داخلية منها قانون حماية حق المؤلف وبعض نصوص قانون العقوبات التي يمكن تطويعها في هذا الصدد، كنصوص السرقة والإتلاف والتزوير. (معداوي، الصفحات 283-285)

المطلب الثاني: صور الاعتداء على النقود الالكترونية.

تتحقق صور الاعتداء على النقود الالكترونية بالجوانب التالية:

1 : إساءة استعمال النقود الالكترونية من قبل حامل البطاقة.

وتتحقق هذه الصور بعدة أشكال منها الحصول على البطاقة بناء على مستندات مزورة، أو استعمالها رغم انتهاء مدة صلاحيتها أو إلغائها من قبل البنك المصدر لها، وهذا ما أكدته المادة (2/11) من البنود الخاصة "بأفضل الممارسات في موضوع البطاقات الالكترونية" الصادر في فرنسا بتاريخ (1990/03/30) والتي نصت على أنه " إذا تصرف حامل البطاقة تصرفاً ينطوي على الغش عمداً أو بإهمال جسيم فإنه يجب أن يتحمل كل الخسارة الناجمة عن العمليات غير المأذون بها والمنفذة بعد الإعلان -عن الفقد أو السرقة- رغم التزام المصدر باستعمال كل الوسائل المتاحة لمنع أي استعمال آخر للبطاقة كما تتحقق إساءة الاستعمال بتجاوز حد السحب بالتواطؤ مع الموظف أو التاجر أو التحاليل على نقاط البيع الالكترونية التي يقدم فيها العميل بطاقته البلاستيكية من أجل دفع التزاماته في إيداع شيكات دون رصيد بحيث تضاف قيمة الشيك إلى قيمة الحساب الأصلي، ثم يلجأ العميل إلى تحصيل قمة هذه الشيكات بواسطة نقطة البيع الالكترونية قبل تمام المقاصة بين البنوك بعضها البعض.

2: إساءة استعمال النقود الالكترونية من قبل الغير.

يقصد بالغير: الشخص الأجنبي عن استخدام النقد الالكتروني ولا ينصرف إليه شيء من آثار التصرف أي لا يصبح دائناً ولا مديناً.

وتتحقق هذه الصورة في حالة سرقة أو ضياع البطاقة أو الرقم السري الخاص بها، ويقوم الغير بتزويد بطاقات أو الدفع أو السحب عن طريق بطاقات ائتمان مسروقة واستبدال ما بها من بيانات، وقد يتم

التواطؤ مع صاحب البطاقة حيث يتركها للغير لاستعمالها في السحب وتزوير توقيعه، ثم يقوم بالاعتراض على عمليات السحب ويطعن بالتزوير على توقيعه حتى لا يخضم المبلغ المسحوب من حسابه الخاص. كما يتم الحصول في الوقت الحاضر على معلومات الحساب بطريقة أكثر تعقيدا تدعى الاستنساخ ويتطلب الاستنساخ طباعة الشريط المغناطيسي وتخزينه في الكمبيوتر وبعد ذلك طباعة المعلومات بحروف ناقرة على بطاقة مزورة أو مفقودة أو مسروقة، وبهذه الطريقة يتم الحصول على المعلومات الأصلية بما في ذلك المعلومات الأمنية وهكذا يتم استنساخ الشريط المغناطيسي الأصلي وبعد ذلك يجب طباعة المعلومات الخاصة بالحساب على البطاقة المزورة أو الأصلية المفقودة أو المسروقة. (مجادي، 2016، الصفحات 42-43).

3: إساءة استعمال النقود الالكترونية عن طريق شبكة الانترنت

إن قيام البنوك بالعمليات المصرفية الالكترونية سواء تعلق ذلك بتقديم خدماتها عبر شبكة الانترنت أو قيامها بإصدار نقود الكترونية يصاحبها مخاطر متعددة، وتتم هذه الصورة من خلال التلاعب بها من قبل موظفي البنك المصدر لها أو عن طريق التجار أو عن طريق شبكة الانترنت، كتزوير أرقام البطاقات، أو خلق مواقع وهمية لاستقبال المعاملات المالية الخاصة بالموقع الحقيقي. لذلك يجب أن يتم اللجوء إلى وسائل أمان فنية لتوفير الثقة بين المتعاملين وضمان فعالية تلك الوسيلة في الدفع لتيسير وازدهار التجارة الالكترونية.

وتتولى الجهة التي تقدم خدمة الدفع الالكتروني هذه المهمة، حيث يتم تحديد الدائن والمدين أطراف العملية التي تتم بطريقة مشفرة من خلال برنامج معد لهذا الغرض بحيث لا يظهر الرقم البنكي على الشبكة، ويتم عمل أرشيف يسهل الرجوع إليه، للمبالغ التي يتم السحب عليها بهذه الطريقة، وهذا ما يطلق عليه نظام المعاملات الالكترونية الأمنية.

ويحقق هذا النظام عدة ضمانات أساسية منها: التكاملية أي ضمان أن الرسالة المستقبلية هي الرسالة المرسله عن طريق البصمة الرقمية، وسرية المعاملة من خلال تشفير محتوى الرسالة، والتحقق من شخصية صاحب بطاقة الائتمان وشخصية البائع.

يقوم البنك باتخاذ الإجراءات المالية و إخطار الطرفين بإتمام المعاملة. (نهلى خالد و إسرائ خضير، 2014، صفحة 275).

المطلب الثالث: أهمية النقود الالكترونية في التجارة الالكترونية

منذ تسعينات القرن الماضي تمت الاستفادة من الإمكانيات الهائلة لاستعمال شبكة الانترنت في التسويق و المعاملات التجارية على نطاق واسع، و هو ما أطلق عليه اصطلاحا بالتجارة الالكترونية .و التي يمكن تعريفها بأنها "العمليات التجارية التي تتم عبر المبادلات الالكترونية، حيث أصبحت شبكة الإنترنت سوقا مفتوحا للبيع و الشراء، فيمكن للتاجر الإعلان عن سلعته بالصوت و الصورة و لديه الفرصة لإجراء مقارنة بين كل السلع المتاحة في كل أنحاء العالم، و للمشتري أن يختار ما يريده و تصله السلعة إلى منزله .و إن كانت العلاقات التجارية التقليدية قامت منذ فجر النشاط التجاري على أساس الإيجاب و القبول بخصوص أي تعاقدا، و هي أساس التزام البائع مثلا بتسليم المبيع بشكل مادي، و أن يقوم المشتري بالوفاء بالثمن إما نقدا أو باستخدام أدوات الدفع البديل و هي وسائل الدفع التقليدية .فإن التجارة الالكترونية كونها تعبر عن تبادل السلع و الخدمات و معلومات ما بين أطراف متباعدة مكانيا عبر شبكة الانترنت، استوجبت تطوير طرق و وسائل الدفع و قد كان ظهور وسائل الدفع الالكترونية من العوامل المباشرة المساعدة في نمو التجارة الالكترونية، فالتجارة الالكترونية تقوم على أربعة عناصر: بائعون، مشتررون، شبكة الانترنت و وسائل الدفع الالكترونية .و بذلك استدعت الضرورة إلى استحداث وسائل دفع تكون ملائمة لطبيعة و متطلبات التجارة الالكترونية، و قد استفادت الشركات بدورها نتيجة لظهور شبكة الانترنت و التجارة الالكترونية و بالتالي وسائل السداد الالكترونية، من انخفاض التكاليف مقارنة بطريقة إرسال الفواتير الورقية ثم بعدئذ إجراء تسليم المدفوعات.

خلاصة الفصل

خلص هذا البحث إلى أن النقود الإلكترونية جاءت نتيجة للتطور التكنولوجي وما حمله في طياته من إنجازات علمية وتقنية ، حيث أن هذه الآلية أضحت البديل الأمثل للنقود التقليدية نظرا لما تتميز به من مزايا جعلت الأفراد يلجؤون لها لسداد احتياجاتهم ، هذه الآلية اختلفت جهة إصدارها حسب ما تسمح به تشريعات مختلف الدول ، فالتشريعات الأوربية تعطي الحق للبنوك حق إصدارها دون غيرها ، وهناك دول توسع من جهة الإصدار ليشمل إلى جانب البنوك مؤسسات أخرى غير مصرفية و النقود الإلكترونية يجب أن تراعى فيه الشروط التي تضعها البنوك المركزية.

لكن رغم مزايا النقود الإلكترونية ودخولها حيز التعامل بين الأفراد إلا أن ذلك لم يصاحبه مرافقة تشريعية كافية حتى يطمئن المتعامل بها للحماية التي قررها القانون ،ولهذا لابد من ضرورة الدمج بين التطور التقني والمرافقة التشريعية لمسايرة التغيرات التي أحدثتها التقدم التكنولوجي على هذه الآلية عن طريق سن قوانين جديدة ناظمة لوسائل الدفع الإلكترونية عامة والنقود الإلكترونية خاصة.

الفصل الثالث

التجارة الإلكترونية

في الدول العربية

تمهيد

منذ تسعينيات القرن الماضي تحولت شبكة الانترنت إلى إحدى الأدوات الربحية لعدد من المؤسسات و الشركات التجارية الأمر الذي عزز ظهور مفهوم جديد من أنواع التجارة ألا وهو التجارة الالكترونية، وظهر مصطلحات مرتبطة به كالدفع الالكتروني والتسوق الالكتروني و الشحن عبر الانترنت حتى أصبحت تلك المفاهيم اليوم علم قائم بحد ذاته في علوم الاقتصاد و التجارة في العالم، ولقد كانت بداية التجارة الإلكترونية مع ظهور شبكة الإنترنت ولكن بشكل صغير جدا مقتصر على الشركات الكبيرة و العملاقة، ثم لتتطور التجارة الالكترونية في المنطقة العربية بوجود الكثير من العقبات التي أخرت وصولها بل عملت على وقفها في كثير من الدول، ولكن مع ذلك أصبحنا نرى أسواقا الكترونية ناشئة مازال العديد منها في طور النمو، لان السوق الالكترونية العربية بمجملها تعاني من عدم وجود الأطر القانونية و التشريعات التي تنظم هذا القطاع الجديد و تضمن حقوق البائع و المشتري عبر الانترنت وتنظم العلاقة بينهم .

المبحث الأول: مقارنة بين التجارة الإلكترونية في العالم والدول العربية

المطلب الأول: مؤشرات التجارة الإلكترونية في العالم

هناك نوعان من المؤشرات يستخدمان في بيان مدى انتشار التجارة الإلكترونية:

أ- المؤشر المباشر: و هو الذي يعبر عن حجم التجارة الإلكترونية من خلال التعاملات التجارية التي تتم عبر الوسائط الإلكترونية؛

ب- المؤشر غير المباشر: وهي التي تتعلق بالوسائط الإلكترونية التي تعتمد عليها هذه التجارة كأجهزة الكمبيوتر ، الانترنت، الهاتف، و تشمل على سبيل المثال عدد مستخدمي الانترنت، عدد أجهزة الكمبيوتر، عدد مشتركى الهاتف النقال ...، أي بعبارة أخرى نقول إنها تلك المؤشرات التي تعبر عن مدى اندماج الدولة المعنية في اقتصاد المعرفة.

و في هذا الصدد نشير إلى أن إحصائيات التجارة الإلكترونية المتوفرة باستخدام المؤشر المباشر أغلبها متعلق بالدول المتقدمة و على رأسها الولايات المتحدة الأمريكية نظرا لاهتمامها بإعداد الأبحاث و الدراسات، و ا لقيام بالإحصاءات في مختلف المجالات من جهة ، و من جهة أخرى للنمو الهائل الذي عرفته تجارتها الإلكترونية، و الجدول رقم (12) يشير إلى حجم التجارة الإلكترونية الأمريكية بين عامي 1998 و 2003 ، و قد ارتفع بـ 30 مرة خلال هذه الفترة و هي زيادة كبيرة جدا. (حكيمة، 2008، صفحة 88)

الجدول رقم (01):

التجارة الإلكترونية الأمريكية للفترة 1998-2003

السنة	التجارة الإلكترونية بليون دولار أمريكي	نسبة التغير (%) 1998 سنة الأساس	نسبة التغير السنوي المطلق
1998	43	100	0
1999	109	253.5	153,5
2000	251	583.7	130.3
2001	499	1160.5	98.8
2002	843	1960.5	68.9
2003	1331	3095.3	57.9

المصدر: بن وارث حكيمة، دور وأهمية التجارة الإلكترونية في اقتصاد المعرفة، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي - ص 88

أما المعلومات الخاصة بحجم التجارة الإلكترونية في الدول النامية فهي ليست متوفرة كما ينبغي أو هي متوفرة عن عدد قليل من هذه الدول التي استطاعت أن تدخل هذا النمط من التجارة في معاملاتها.

ففي تقرير للأونكتاد نشر سنة 2004، اتضح أن الدول المتقدمة تمثل (95 %) من التجارة الإلكترونية في عام 2002، في الوقت الذي تمثل فيه دول إفريقيا وأمريكا اللاتينية معا 1 % فقط من هذه التجارة .

كما أشار ذات التقرير إلى التوقعات التي كانت مرتقبة لسنة 2006 على النحو المبين في الجدول رقم (13).

الجدول رقم (02):

حجم التجارة الإلكترونية من (2000-2006) مليار دولار

حجم النمو السنوي المركب	النسبة المئوية و حجم التجارة الإلكترونية بمليارات الدولارات				المنطقة
	2006		2002		
2006-2002	الحجم	%	الحجم	%	
53.8	12837.3	100	2293,5	100	العالم
69.1	767.3	6	95.7	4.2	الدول النامية
91.1	6.9	0.1	0.5	-	إفريقيا
90.5	100.1	0.8	7.6	0.3	أمريكا اللاتينية
65.7	660.3	5.1	87.6	3.8	آسيا و المحيط الهادي
77	90.2	0.7	9.2	0.4	دول وسط وشرق أوروبا
53	11979.7	93.3	2188.4	95.4	الدول المتقدمة
45.3	7469	58.2	1677.3	73.1	أمريكا الشمالية
77.7	2458.6	246.3	246.3	10.7	أوروبا
66.1	2025.1	264.8	264.8	11.5	آسيا و المحيط الهادي

المصدر: بن وارث حكيمة، دور وأهمية التجارة الإلكترونية في اقتصاد المعرفة، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي - ص 89.

تكشف أرقام الجدول أن النمو السنوي للتجارة الإلكترونية في الدول النامية أكبر منه في الدول المتقدمة و في العالم إذ بلغ 69 %، و مع ذلك يبقى حجمها بعيدا كل البعد عما هو مسجل بالنسبة للدول المتقدمة، إذ تستأثر هذه الأخيرة بحصة الأسد من هذه التجارة . كما أن حجم التجارة الإلكترونية عالميا بلغ 5,2293 مليار دولار سنة 2002، و كان متوقعا له أن يتضاعف 6 مرات سنة 2006 ليصل إلى 3,12837 مليار دولار، و هذا دليل بارز على أهميتها الكبيرة، وسرعة تطورها.

و فيما يلي سنركز على بعض المؤشرات غير المباشرة لمعرفة وضع التجارة الإلكترونية في دول العالم على اختلاف مستوياتها حسب ما ورد في بعض التقارير و الدراسات، و الأبحاث. (حكيمة، 2008، الصفحات 89-90).

1- الإنترنت:

يعد مؤشر عدد مستخدمي الإنترنت مقياساً مباشراً لمعرفة حجم دخول المجتمع للإنترنت وبالتالي يعد مؤشراً مهماً على انتشار التجارة الإلكترونية في المجتمع، حيث بلغت نسبة مستخدمي الإنترنت في العالم سنة 2014 حوالي 4.40% من عدد سكان، و هذا ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (03):

عدد مستخدمي الإنترنت في العالم (2008-2018) ب: المليون

السنة	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
استخدام الإنترنت	1.57	1.729	1.99	2.184	2.42	2.63	2.88	3.17	3.41	3.65	3.896
	4	1	1		4	1	0	0	7	0	

المصدر: أكرم القصاص، اليوم السابع،

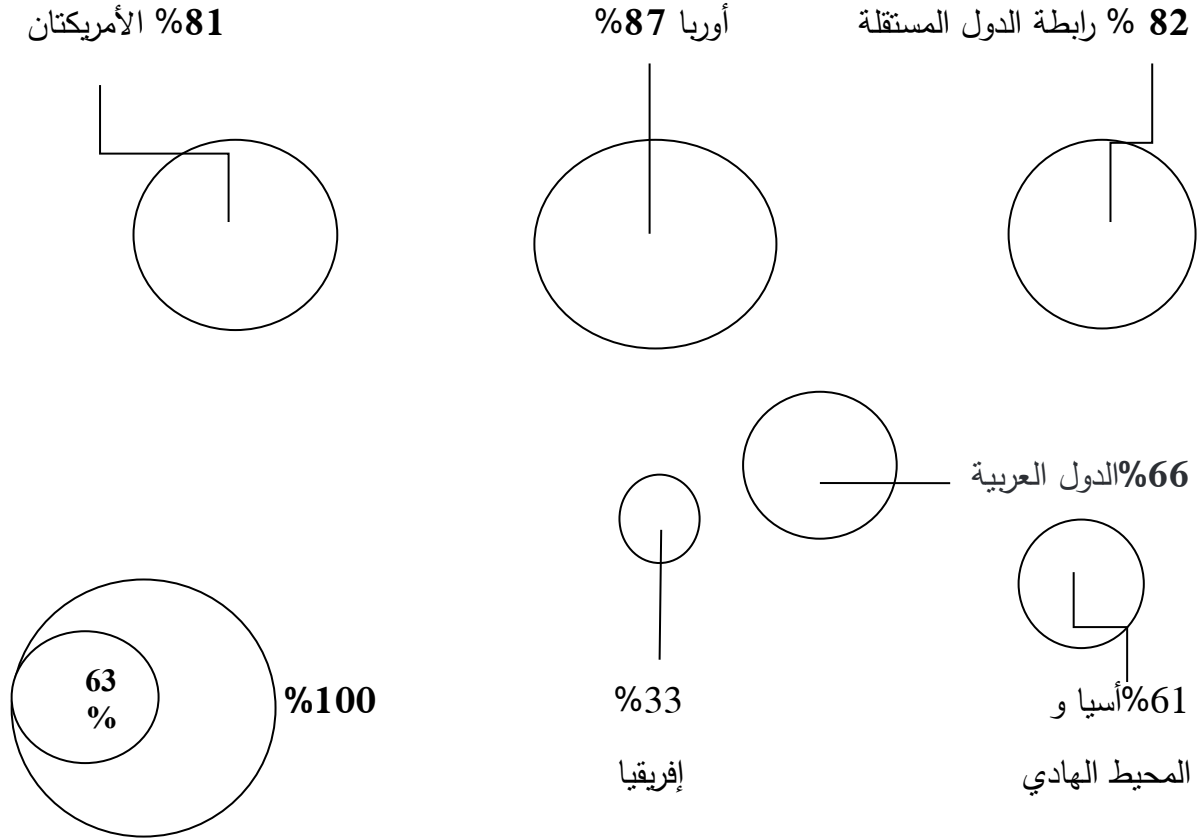
<https://www.youm7.com/story/2018/12/23>

هناك 5.16 مليار مستخدم للإنترنت في العالم اليوم، مما يعني أن 64.4% من إجمالي سكان العالم متصلون بالإنترنت الآن.

وتظهر البيانات أن إجمالي عدد المستخدمين للإنترنت العالمي زاد بنسبة 1.9% خلال الأشهر الـ 12 الماضية، لكن التأخير في الإبلاغ عن البيانات يعني أنه من المحتمل أن يكون النمو الفعلي أعلى مما يشير إليه هذا الرقم. (الردايدة، 2023).

شكل رقم: (05)

نسبة الأفراد الذين يستخدمون الانترنت حسب لكل منطقة في العالم



المصدر: <https://arabic.cnn.com/business/article/2021/12/04/itu-internet-users-region-2021-infographic>

أظهرت إحصائيات عالمية أخيراً أن عدد مستخدمي الإنترنت حول العالم زاد بنسبة كبيرة بلغت 188 % وذلك خلال فترة عشر سنوات مضت وهو الوقت الذي شهد انتشاراً لشبكات الاتصالات والإنترنت عريضة النطاق كما شهدت انتشاراً كبيراً للهواتف الذكية الداعمة لهذه الشبكات. وذكرت الإحصاءات المنشورة على الموقع الإلكتروني العالمي " إنترنت وورلد ستاتيس " أن عدد مستخدمي الإنترنت حول العالم زاد بهذه النسبة خلال الفترة من منتصف العام 2008 وحتى منتصف العام الماضي 2018 (فترة عشر سنوات).

وفي التفاصيل أظهرت البيانات العالمية أن عدد مستخدمي الإنترنت في جميع أرجاء العالم بلغ 4.21 مليار مستخدم وذلك مع نهاية شهر حزيران (يونيو) من العام 2018 ، إذ بلغت نسبة انتشار الخدمة 55.1 % من سكان العالم.

وذكرت البيانات أن قاعدة مستخدمي الإنترنت حول العالم ومع تسجيلها هذا العدد تكون قد زادت بمقدار 2.75 مليار مستخدم، وبنسبة نمو تصل إلى 188 %، وذلك لدى المقارنة بعدد مستخدمي الشبكة والمسجل في نهاية حزيران (يونيو) من العام 2008 حيث بلغ وقتها قرابة 1.46 مليار مستخدم. وشهدت فترة السنوات العشر الماضية توسعا وانتشارا كبيرين لشبكات الانترنت عريضة النطاق في جميع أسواق الاتصالات حول العالم وخصوصا شبكات الجيل الثالث والجيل الرابع وهو ما جذب الكثيرين لدخول عالم الانترنت مع توفير هذه الشبكات خدمات الانترنت المتنقل اينما تواجد المستخدم، دعم ذلك الانتشار الكبير لاستخدام الهواتف الذكية وتطبيقاتها التي تعالج مختلف مجالات الحياة اليومية للمستخدمين الاجتماعية والعملية.

إلى ذلك ذكرت البيانات العالمية، أن الصين تصدرت دول العالم بأكثر قاعدة لمستخدمي الانترنت حول العالم عندما سجلت قرابة 772 مليون مستخدم.

وأظهرت البيانات بأن الهند احتلت المرتبة الثانية عندما بلغ عدد مستخدمي الانترنت فيها حوالي 462 مليون مستخدم. و ذكرت البيانات بأن أميركا جاءت في المرتبة الثالثة بحوالي 312 مليون مستخدم، جاء بعدها البرازيل بحوالي 149 مليون مستخدم.

وأشارت الإحصاءات بأن اندونيسيا سجلت حوالي 143 مليون مستخدم، جاء بعدها اليابان بحوالي 118 مليون مستخدم محليا.

تظهر أحدث بيانات الاتحاد الدولي للاتصالات أن الإقبال على الإنترنت قد تسارع أثناء جائحة كورونا. في عام 2019، كان 4.1 مليار شخص (أو 54% من سكان العالم) يستخدمون الإنترنت.

ومنذ ذلك الحين، ارتفع عدد المستخدمين بمقدار ما يقرب من 800 مليون ليصل إلى 4.9 مليار الارتفاع الحاد غير المعتاد في عدد الأشخاص عبر الإنترنت لعام 2021 يرجع جزئيًا إلى جائحة كورونا. إثر التدابير المتخذة أثناء الجائحة، مثل الإغلاق الواسع النطاق وإغلاق المدارس، وأيضًا حاجة الناس للوصول إلى الأخبار والخدمات الحكومية وآخر المستجدات الصحية والتجارة الإلكترونية والخدمات المصرفية عبر الإنترنت. كل هذه العوامل ساهمت في حدوث طفرة في تعزيز الاتصال من جراء جائحة فيروس كورونا وجلب ما يقدر بنحو 782 مليون شخص إضافي عبر

الإنترنت منذ عام 2019، أي زيادة قدرها 17%. فأصبح استخدام الإنترنت ضرورة حيوية للعمل والتعلم والوصول إلى الخدمات الأساسية والبقاء على اتصال. (المبيضين، 2019).

2- الهاتف المحمول:

أما بالنسبة للهاتف النقال فقد أحصى تقرير مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة و التنمية حول اقتصاد المعلومات 2007-2008، حوالي 2 مليار و 658 مليون مشترك في خدمة الهاتف المحمول سنة 2006، و هو ما يعادل 6,40 % من سكان المعمورة، و إذا رجعنا إلى سنة 2002 نجد أن العدد كان في حدود 1 مليار و 166 مليون مشترك، أي انه في ظرف 4 سنوات ارتفع بأكثر من 1 مليار و 490 مليون مشترك أي بنسبة 128 % و هذا ما يوضحه ال جدول رقم (17) الذي يشير كذلك إلى أن عدد مشركي الهاتف المحمول في الدول المتقدمة قد ارتفع من 606 مليون مشترك سنة 2002 إلى 882 مليون مشترك سنة 2006 أي بنسبة 45 ، % أما في الدول النامية فقد انتقل هذا العدد خلال نفس الفترة من 520 مليون مش ترك إلى 1 مليار و 546 م ليون مشترك، و هذا معناه أن الزيادة التي حصلت في الدول النامية أكبر كثيرا من تلك الحاصلة في نظيرتها المتقدمة، و هذا ما تؤكدته معدلات النمو التي تراوحت في بلدان الجنوب بين 30 و 32 ، % و في المقابل كانت في العالم المتقدم بين 8 و 11 % و هو ما يؤكدده الشكل رقم(13). (حكيمة، 2008، صفحة 95)

الجدول رقم (04): عدد مشتركى الهاتف النقال (2002-2006)

2006	2005	2005	2004	2004	2003	2003	2002	2002	
	/		/		/		/		
	2006		2005		2004		2003		
	%		%		%		%		
882647	9.5	8058	8.9	7400	11.3	6647	9.5	6069	الدول
414		7315		1812		2504		4516	المتقدمة
		2		0		9		5	
154632	32.1	1170	31	8937	31.6	6793	30.6	5201	الدول
4643		6385		6076		1988		5180	النامية
		44		0		8		1	
229579	23.8	1854	49.6	1239	82.4	6797	72	3952	الاقتصاد
600		8740		5908		5997		3249	يات
		7		8					الانتقالية
265855	23	2161	23	1757	24.5	1412	21	1166	العالم
1657		9991		7379		0209		6202	
		03		68		34		15	

المصدر: بن وارث حكيمة، دور وأهمية التجارة الالكترونية في اقتصاد المعرفة، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، معهد

العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي - ص 96.

وحتى نتمكن من المقارنة بين العالمين المتقدم والنامي بشكل جيد، يتطرق إلى معدلات نفاذ الهاتف المحمول، نجد أن نسبة نفاذ الهاتف المحمول في 6/1 الدول النامية قد انتقلت من 6,10 % سنة 2002 إلى 5,29 % سنة 2006 وبعد أن كانت تمثل 3/1 النسبة المسجلة في الدول المتقدمة أصبحت تمثل ما حققته دول الشمال من تغطية و التي بلغت 90 % من عدد السكان، فقد أصبح الهاتف المحمول أسلوب الاتصال الأهم في البلدان النامية، و صار يشكل قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الوحيد الذي تبرز فيه البلدان النامية تقدما سريعا للحاق بالركب نظرا لما يتميز به من انخفاض مستمر في أسعاره،

سواء بالنسبة لأجهزته أو الخدمات المتعلقة به، و أيضا سهولة استعماله فلا عجب أن نجد اليوم بعض الأميين أو الذين لديهم مستوى دراسي منخفض يملكون هواتف محمولة، و هذا ما جعل الهاتف المحمول واسع الانتشار في الدول النامية و قد فاق عدد المشتركين فيه العدد المسجل في الدول المتقدمة منذ سنة 2003، و فيما يلي توضيح لذلك من خلال الجدول رقم(19) (حكيمة، 2008، الصفحات 95-96)

جدول رقم (05)

تطور عدد مشتركى الهاتف المحمول بالنسبة إلى العالم
خلال الفترة (2002-2006) بالنسبة المئوية

2006	2005	2004	2003	2002	
33	37	42	47	52	الدول المتقدمة
58	54	51	48	45	الدول النامية
9	9	7	5	3	الاقتصاديات الانتقالية
100	100	100	100	100	المجموع (العالم)

المصدر: بن وارث حكيمة، دور وأهمية التجارة الالكترونية في اقتصاد المعرفة، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي - ص 98.

من الجدول رقم (19) نلاحظ أن ثمة زيادة مطردة في عدد مشتركى الهاتف المحمول في الدول النامية و هم يشكلون الآن 58 ٪ من عدد المشتركين عالميا و هو ما يعبر عنه الشكل رقم (15)، و يدل هذا الارتفاع الملحوظ على أن الهاتف المحمول يقوم مقام الجسر الرقمي، مما يساعد العديد من البلدان النامية على تقليص الهوة في مجال الاتصال . فالهواتف المحمولة التي تعد أداة الاتصال الرئيسية للعديد من أصحاب المشاريع و (لاسيما صغار المشاريع) في البلدان النامية، تحمل في طياتها إمكانيات كبيرة بالنسبة للمنشآت الصغيرة و المتوسطة في هذه البلدان، و من ذلك مثلا أن الهواتف المحمولة في إفريقيا أكثر تكنولوجيا ا لمعلومات و الاتصالات استخداما للاتصال بالزبائن و تقديم طلبيات للموردين، كما أن المنشآت الصغيرة و المتوسطة المصدرة للمنتجات الزراعية تتلقى يوميا عروض الأسعار و تُبَلِّغ بالصفقات الممكنة عبر هواتفها المحمولة و . أخذت التجارة النقالة (شراء وبيع السلع و الخدمات باستعمال

الأدوات اليدوية اللاسلكية) في المنتجات الرقمية مثل المحتوى المحمول تتبلور في العديد من البلدان النامية و يتوقع أن تزداد نمواً، و يرجح أن تعزز المدفوعات و المعاملات المصرفية عن طريق الهواتف المحمولة نمو التجارة المحمولة، بشرط توفر بيئة تنظيمية مواتية . (حكيمة، 2008، صفحة 98)

المطلب الثاني: مؤشرات التجارة الإلكترونية في الدول العربية

1-البنية التحتية المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات:

إن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تعتبر البنية التحتية الأساسية لإقامة التجارة الإلكترونية وإتمام مختلف الأعمال الإلكترونية، واعترافاً بالدور الهام الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بذلت مختلف دول العالم جهوداً كبيرة لنشرها وجعلها في متناول الأفراد والأسر.

وفي المنطقة العربية شهد قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات نمواً سريعاً خلال السنوات القليلة الماضية، وازداد استخدام هذه التكنولوجيا بشكل ملموس في القطاعات الاقتصادية والاجتماعية، وازدهرت الخدمات الإلكترونية، ولكن بالرغم من النمو المضطرب الذي شهده القطاع تبقى الجهود المبذولة ضعيفة خاصة بالمقارنة مع البلدان التي هي جزء من اقتصاد المعرفة. (طرشي و بوفليح، 2018، صفحة 41)

الجدول رقم: (06): مؤشر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

المرتبة العالمية	المرتبة الاقليمية	الاقتصاد
31	01	البحرين
39	02	قطر
40	03	الإمارات العربية المتحدة
54	04	المملكة العربية السعودية
62	05	عمان
64	06	لبنان
70	07	الاردن
71	08	الكويت
99	09	تونس
100	10	المغرب
102	11	الجزائر
103	12	مصر

المصر: د. طرشي محمد، د. بوفليح نبيل، التجارة الالكترونية في الدول العربية بين الواقع والمأمول، العدد 2018، 19، ص 41.

في الجدول الموالي يتم المقارنة ب المؤشر IDI لسنة 2010 مع مؤشر IDI لسنة 2008. الذي يوضح أن استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في تزايد مستمر في كل دول العالم و كذلك الدول العربية حيث تحتل الإمارات المرتبة الأولى عربيا و الثانية و الثلاثون عالميا و الدول الأخرى العربية ذات الدخل المرتفع الأعضاء في مجلس دول تعاون الخليج مثل المملكة العربية السعودية و البحرين و قطر الذين ينتمون ضمن الدول الخمسون الأحسن عالميا بالنسبة لهذا المؤشر. (صراع، 2014، صفحة 117)

الجدول رقم (07) مؤشر IDI لسنة 2008-2010 في الدول العربية

التغير في الترتيب العالمي 2008 - 2010	IDI 2008	الترتيب العالمي 2008	IDI 2010	الترتيب العالمي 2010	الترتيب المحلي 2010	
0	5.63	32	6.19	32	1	الإمارات
4	4.50	48	5.60	44	2	قطر
-3	5.16	42	5.57	46	3	البحرين
9	4.13	55	5.42	60	4	السعودية
0	3.45	68	4.38	73	5	عمان
-2	3.29	73	3.38	79	6	الأردن
-2	3.12	77	3.57	84	7	لبنان
10	2.98	82	3.43	90	8	تونس
1	2.60	100	3.29	19	9	المغرب
0	2.73	92	3.28	69	10	مصر
2	2.66	96	3.05	103	11	سوريا
2	2.41	105	2.82	114	12	الجزائر
0	1.49	127	1.72	127	13	اليمن
2	1.44	130	1.67	128	14	جزر القمر
-5	1.56	124	1.66	129	15	جيبوتي
-5	1.50	126	1.58	131	16	موريتانيا
	3.04	/	3.57	/	/	المعدل المحلي

المصدر: صراع كريمة، واقع و أفاق التجارة الالكترونية في الجزائر، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة وهران، 2014، ص 117.

و من الملاحظ أن الدول ذات الدخل المنخفض كجزر القمر و جيبوتي و موريتانيا و اليمن تحتل المراتب الأخيرة في العالم فكل من جيبوتي و موريتانيا تأخرتا بخمس مراتب مقارنة بسنة 2008. أما بالنسبة السعودية و المغرب و عمان قد حققنا تقدم مهم خلال الفترة 2008 -2010 و في 2010 أصبحت البلد الأكثر نسبة من حيث امتلاكها لأجهزة كمبيوتر و استخدام للانترنت هذا ما سمح لها بالتقدم بأربع مراتب في الترتيب العالمي .و نلاحظ أيضا انه هناك علاقة بين مستوى الدخل و مستوى تطور تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات .أما بالنسبة للجزائر فكما نلاحظ فهي تحتل المرتبة 103لسنة 2010 في الترتيب العالمي أما لسنة 2008 فكانت تحتل 105 وبهذا فهي تقدمت بمرتين مقارنة. (صراع، 2014، صفحة 118).

2- مؤشرات متعلقة بمعدلات النفاذ إلى شبكة الانترنت والهاتف النقال والثابت:

يعتبر عامل الاتصال بشبكة الانترنت أمرا حاسما في مجال الأعمال والتجارة الالكترونية، ويلاحظ وجود تأخر نسبي في معدلات النفاذ واستعمال الانترنت في الدول العربية كما نوضح ذلك في:

أ- الانترنت (معدلات النفاذ إلى شبكة الانترنت):

إن الجدول رقم (08) يلخص تطور عدد مستخدمي الانترنت ونسبة النفاذ إليها في الدول العربية من سنة 2010 إلى غاية سنة 2016 ،حسب ما أحصاه الإتحاد الدولي للاتصالات سنة 2017، (طرشي و بوفليح، 2018، صفحة 42)

الجدول رقم: (08) نسب مستعملي الانترنت في الدول العربية

مستعملوا الانترنت النقل عريض النطاق) (لكل 100 شخص)		مستعملوا الانترنت الثابت عريض النطاق) (لكل 100 شخص)		نسبة الانترنت % مستعملي		البلد
2016	2010	2016	2010	2016	2010	
52.6	00	6.9	2.4	42.9	12.5	الجزائر
52.6	17.0	5.2	1.9	39.2	21.6	مصر
118.8	0.1	5.8	4.5	62.3	27.2	الأردن
129.2	-	10.8	-	94.3	-	قطر
66.8	58.1	2.8	1.5	78.4	61.4	الكويت
156.7	13.4	13.3	9.3	90.6	68.0	الإمارات
162.1	3.6	16.8	12.4	98.0	55.0	البحرين
67.2	00	25.6	7.6	76.1	3.7	لبنان
46.0	5.0	3.7	1.6	58.3	52.0	المغرب
78.5	25.4	10.8	6.3	73.8	41.0	السعودية
63.0	0.9	5.6	4.5	50.9	36.8	تونس

المصدر: د. طرشي محمد، د. بوفليح نبيل، التجارة الالكترونية في الدول العربية بين الواقع والمأمول، العدد 2018، 19، ص 42.

مؤشر النفاذ إلى الانترنت ذات النطاق العريض (haut débit) يظهر ضعف معدل النفاذ بشكل واضح في معظم الدول العربية، ويبين تحليل هذه المعطيات أن هناك أمرين وراء تأخر البلدان العربية بشكل عام في نشر الحزمة العريضة:

- التأخر العام في نشر شبكة الهاتف الثابت أساساً؛
- التأخر في استخدام القدرات المتواجدة لهذه الشبكة في نشر الحزمة العريضة، وهذا ما يوضح وجود إشكاليتين في البلدان العربية فيما يتعلق بالبنية التحتية: تتعلق بعدم إمكانية اللحاق بالركب العالمي إذا ما

يتم تطوير ونشر شبكة الاتصالات الأساسية إلى المنازل والمرافق، وإشكالية أخرى تتعلق باستخدام القدرات المتواجدة على نحو أمثل . (طرشي و بوفليح، 2018، صفحة 42).

ب- الهاتف: (معدلات النفاذ إلى الهاتف الثابت و الهاتف النقال):

حسب إحصائيات الاتحاد الدولي للاتصالات الدولية لسنة 2017، كانت معدلات النفاذ إلى الهاتف الثابت والهاتف النقال كما يلي في الجدول:

الجدول رقم: (09) معدلات النفاذ إلى الهاتف الثابت و الهاتف النقال في الدول العربية

البلد	معدل النفاذ إلى خدمات الهاتف الثابت (لكل 100 شخص)	معدل النفاذ إلى خدمات الهاتف النقال (لكل 100 شخص)
	2016	2016
الجزائر	8.2	117.0
مصر	7.1	113.7
الأردن	4.8	179.4
قطر	19.3	147.1
الكويت	11.0	146.6
الإمارات	20.8	.204
البحرين	21.0	261.9
لبنان	6.0	96.4
المغرب	12.0	120.7
السعودية	8.6	157.5
تونس	14.3	125.8

المصدر: د. طرشي محمد، د. بوفليح نبيل، التجارة الالكترونية في الدول العربية بين الواقع والمأمول، العدد 2018، 19، ص 42.

من خلال الجدول نجد أنه بالنسبة لمؤشر النفاذ إلى الهاتف النقال فإن المعلومات المتوفرة لدينا تشير إلى أن معظم الدول العربية قد تخطت معدلات النفاذ العالمية حيث نجد أن هذا المعدل تجاوز حاجز 100.

كما تشير نتائج مؤشر النفاذ إلى الهاتف الثابت إلى ضعف البنية التحتية للهاتف الثابت في العالم العربي مقارنة مع المتوسط العالمي ويلاحظ هذا الضعف بشكل ملحوظ حتى في الدول العربية ذات الدخل المرتفع فع (السعودية 12 % فقط، الإمارات العربية المتحدة 23% فقط) أما الدول العربي الأخرى فمعدل النفاذ إلى خدمات الهاتف الثابت يعتبر ضعيف جدا (الجزائر 8.2 % ، الأردن 4.8%). وتجدر الإشارة هنا إلى أن الهاتف النقال يمكن أن يكون بديلا للهاتف الثابت، إلا أن البنية التحتية للهاتف الثابت تشكل جزءا أساسيا من البنية التحتية للإنترنت وتكنولوجيا المعلومات

أما في ما يتعلق بمؤشر بعدد الأفراد الذين يستخدمون الإنترنت (أي الذين لديهم قدرة على الاتصال بالإنترنت عن طريق مقاهي الإنترنت أو أي وسيلة أخرى) فنلاحظ أن هناك تفاوت ملحوظ بين الدول العربية (الجزائر 42% فقط بينما الإمارات 90%) إلا أنه عموما يمكن القول أن عدد مستخدمي الإنترنت في الدول العربية يتزايد بنسب مقبولة وهذا حسب الجهود المبذولة من طرف الدولة لاستعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على نحو أفضل وخاصة الإنترنت في قطاع التجارة والأعمال،

وخاصة تلك المتعلقة بإقامة حكومة إلكترونية تجريبية (الإمارات). (طرشي و بوفليح، 2018، صفحة 42)

ج - أجهزة الكمبيوتر:

و من خلال الجدول سجلت دول الخليج النسب المرتفعة في استخدام أجهزة الكمبيوتر مقارنة بالدول الأخرى ، و هذا ما يوضح أن هذه البلدان الغنية بالنفط تعد أفضل أداء من الدول الأخرى كذلك في نسبة استخدام الإنترنت إلى أجهزة الكمبيوتر ففي قطر مثلا هناك حوالي 1.07 مستخدم للإنترنت لكل جهاز كمبيوتر مقارنة ب 4.18 مستخدم إنترنت لكل جهاز في المغرب 1 فمن الجدول يكشف لنا عن هوة رقمية في انتشار الكمبيوتر بين الدول العربية و بالتالي فإن نقص الوعي باستخدام أجهزة الحاسوب في هذه الدول يعد عائقا أساسيا أمام تقدم التجارة الإلكترونية فيها. (صراع، 2014، الصفحات 121-122)

الجدول رقم (10) قاعدة أجهزة الكمبيوتر في الدول العربية لسنة 2011

الدولة	عدد أجهزة الكمبيوتر	معدل الانتشار
قطر	798715	46.77
الإمارات	3862177	45.47
البحرين	469360	35.65
الكويت	1305955	35.32
السعودية	8098276	28.54
لبنان	910965	21.57
عمان	551714	19.29
الأردن	1108866	17.74
ليبيا	892601	14.88
تونس	1272643	11.86
الجزائر	3763607	10.14
المغرب	3045939	9.40
فلسطين	396770	9.38
سوريا	1819690	8.51
العراق	2545761	7.58
مصر	5878810	7.23
السودان	2068436	4.93
اليمن	938623	3.86
الإجمالي	39728908	11.35

المصدر: صراع كريمة، واقع و أفاق التجارة الالكترونية في الجزائر، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة وهران، 2014، ص 121-122.

المبحث الثاني: عوائق ومتطلبات التجارة الإلكترونية في الدول العربية**المطلب الأول: عوائق التجارة الإلكترونية في الدول العربية**

إن عدم انتشار نمو التجارة الإلكترونية العربية وعلى وفق ما تشير إحدى الدراسات هناك مجموعة من الأسباب التي تكمن وراء عدم الانتشار الواسع للأعمال الإلكترونية (التجارة الإلكترونية) في الدول النامية ، ومن هذه الأسباب ما يأتي: (كورتل، 2011، صفحة 96)

أولاً: أن اللغة العربية التي ستستخدم في التجارة الإلكترونية لا تمثل أكثر من (15 %) من إجمالي اللغات التي تستخدم على شبكة الانترنت. وهذا العائق يجب التغلب عليه باستخدام لغة أخرى على شبكة الانترنت غير اللغة العربية مثل اللغة الانكليزية أو الألمانية أو الفرنسية . (القاضي، 2002، صفحة 81).

ثانياً: قلة التشريعات والأنظمة في الدول العربية التي تحكم نشاط التجارة الإلكترونية، وفي بعض الأحيان تكون هذه التشريعات والأنظمة موجودة لكنها ليست على قدر كافي من الوضوح .

ثالثاً: ضعف الثقة بسرية معلومات المستهلكين الآلية من خلال تداولها عبر شبكة الانترنت .(علي احسان، 2012).

رابعاً: الافتقار إلى النظم المصرفية في أغلب الدول العربية القادرة حل مشكلات السداد والدفع عن طريق الإنترنت وبطاقات الائتمان. وتبرز في هذا السياق مسألة استخدام بطاقة الصرف الإلكترونية، وهي الوسيلة الأولى في البيع والشراء، حيث أورد تقرير (إي ماركت) الأميركي أن 41 % من عمليات التجارة عبر الانترنت شهدت حالات استخدام غير مشروعة، وتم سحب أموال بطريقة غير شرعية من التجار المتعاملين بهذا النوع من التجارة. و تمثل هذه النسبة ارتفاعاً من 35 % من عمليات استخدام البطاقات غير المشروع. و طبقاً لنفس التقرير فقد أفاد 57 % من التجار بأنهم يخشون أن يتعرضوا إلى الإفلاس بسبب تكرار عمليات التصرف غير المشروع لصرف الإلكتروني.

خامساً: الافتقار إلى البنية الأساسية للتجارة الإلكترونية في أغلب الدول العربية وهي شهادة المصدر .

سادساً: الافتقار إلى البنية الأساسية التقنية للتجارة الإلكترونية في أغلب الدول العربية وخاصة ارتفاع ثمن التجهيزات الإلكترونية وارتفاع ثمن أجور الاتصالات وصعوبة توفرها في بعض الدول العربية. (علام، 2010، صفحة 139).

سابعاً: ضعف أنشطة البحوث و التطوير كل المؤشرات تدل على انخفاض المستوى العلمي و التكنولوجي للبلدان العربية، و من بينها تدني الانجازات العلمية كالأبحاث و الدراسات، إضافة إلى

انخفاض حجم الإنفاق على نشاطات البحث و التطوير، فوفقاً لإحصائية للبنك الدولي نشرت سنة 2004، لم يتجاوز الإنفاق العربي على أنشطة البحوث و التطوير 0,5 % من الناتج المحلي الإجمالي، فقد كان في تونس 5,0%، الأردن 0,26%، مصر 0,22%، سوريا 0,20% و الكويت 0,16%، و ذلك خلال الفترة (1995-2003)، في حين قد في السويد بـ 3.8 %، و في الولايات المتحدة بـ 2.7%، وحسب إحصائيات منظمة اليونسكو قدر عدد الباحثين العرب سنة 2002 بـ 39700 باحثاً بمتوسط 4,159 باحث لكل مليون نسمة بالنسبة للدول العربية الواقعة في إفريقيا، و متوسط 5,93 باحث لكل مليون نسمة للبلدان العربية الآسيوية، في حين بلغ المتوسط العالمي 894 باحث للمليون نسمة و متوسط الدول المتقدمة قدر بـ 7,3272 باحث للمليون نسمة، و في الدول النامية 3,314 باحث لكل مليون نسمة .

ثامناً: و تتمثل في تركيبة المجتمعات العربية التي تحتوي على نسب كبيرة من الأميين تفوق المتوسط العالمي حفاً، سب تقرير الإستراتيجية العربية لسنة 2003 فإن نسبة الأمية في العالم العربي تقدر بـ 40% من السكان، إلى جانب الأمية الإلكترونية التي تمس بالإضافة إلى من لا يعرفون القراءة و الكتابة عدداً هائلاً من المتعلمين ذوي المستويات الدنيا بل و حتى حملة الشهادات العليا، زد على ذلك عدم وعي المواطن العربي بأهمية إدخال التكنولوجيات الحديثة في تعاملاته التجارية و الفوائد التي تنجم عن ذلك، و ينطبق هذا سواء على الأفراد أو المنشآت،

بالإضافة إلى نقص اليد العاملة المؤهلة القادرة على التكيف مع التطورات الجديدة و استخدام التكنولوجيات الحديثة و الذي يرجع بصفة أساسية إلى هجرة الأدمغة و عدم الاهتمام بتدريب الطاقات المتوفرة و تحسين مستواها خاصة و أن التعلم مدى الحياة أصبح من ضرورات هذا العصر، ففي دراسة أجرتها الحكومة المصرية بالتعاون مع البنك الدولي سنة 2003، جاء أن أصحاب المنشآت يرفضون الاستثمار في تدريب اليد العاملة لأن عائد هـ غير مضمون، فأغلب هؤلاء العمال المدربين يذهبون للعمل في أماكن أخرى تحقق لهم منافع أكبر . (حكيمة، 2008، الصفحات 109-110).

عاشراً: العادات والتقاليد الاجتماعية التي يؤمن بها المستهلكين تعتبر عائقاً في وجه الاستفادة القصوى من فوائد الشبكات العالمية للتجارة الإلكترونية. والمثل الشعبي يقول زوجك على ما عودته و ابنك على ما ربيته. أي عامل التربية له دوراً هاماً في الإقدام على ذلك، لذا يتوجب علينا أن نحاول تجاوز العامل النوع من التجارة. و بنفس الوقت النفسي الذي يقف عائقاً بيننا وبين التقدم والإقدام على التعامل مع هذا يتوجب علينا أن نعد أبنائنا إعداداً جيداً للمستقبل لنضمن لهم التقدم والتفوق العالمي.

عاشرا: تكلفة بناء المواقع الإلكترونية في الشبكات العالمية ما تزال مكلفة لأنها تعتمد على المحترفين في مما يحمل هذا النوع من التجارة نفقات إضافية. إنشائها وإدارتها وصيانتها لضمان نجاحها. (علام، 2010، صفحة 139)

الحادي عشر: صور في دور الحكومات إن غياب إستراتيجية وطنية لتعميم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات و تشجيع الصناعات المرتبطة بها، و عدم تهيئة الشروط اللازمة للانتقال بالمجتمع ليصبح مجتمع معرفة، يشكل عقبة رئيسية أمام تبني التجارة الإلكترونية، لكن هذا لا ينفي وجود بعض المبادرات في عدد قليل من البلدان العربية كتونس و الإمارات العربية المتحدة .

إضافة إلى ما سبق ذكره، هناك بعض الصعوبات التي تواجه الدول العربية ، ويتجاوز نطاقها حدود الدولة الواحدة، و من بينها الشروط المجحفة التي تضعها الدول المتقدمة بهدف حماية الملكية الفكرية و هي بذلك تضيق الخناق على نقل التكنولوجيا الحديثة للدول الأقل تقدما، و أيضا موضوع إدارة الانترنت التي تتحكم فيها الولايات المتحدة الأمريكية، و غياب تنسيق و تكامل إقليمي يمهد لنشر استخدام التجارة الإلكترونية خاصة و أنها لا تعترف بالحدود الجغرافية . (حكيمة، 2008، صفحة 111).

الثاني عشر: العوائق التجارية حيث أن التحول من بيئة التجارة التقليدية إلى أنماط التجارة الإلكترونية، تتم من خلالها التبادلات والأعمال والأنشطة التجارية عبر بيانات رقمية، يمثل تحديا حقيقيا أمام المؤسسات والمشروعات التجارية، حيث تفتقر غالبيتها قابلية التحول الجذري إلى مؤسسات الكترونية. فكثير من الشركات التجارية مرتبطة ارتباطا وثيقا منذ نشأتها بأنماط التجارة التقليدية في عملياتها التجارية محليا وخارجيا، وعدم استيعابها بعد بشكل كاف لمفهوم الأعمال الإلكترونية الجديد، الأمر الذي يجعل التحول إلى التجارة الإلكترونية يتطلب أولا قناعتها بأهمية وفائدة التجارة عبر الإنترنت ومن ثم تبني سياسات ووضع استراتيجيات مرحلية للتحول إلى التجارة الإلكترونية. (يحياوي و يوسف، 2017، صفحة 188).

المطلب الثاني : متطلبات التجارة الإلكترونية في الدول العربية

من أجل تدارك التأخر الحاصل و الاستفادة من الفرص التي تتيحها التجارة الإلكترونية، و التي تعتبر من أهم المؤشرات الدالة على مدى الاندماج في اقتصاد المعرفة، لا بد من توفير بيئة تحتوي على كل المتطلبات اللازمة لانتشارها و نمو حجمها، و من أهم هذه المتطلبات مايلي:

« **البنية التحتية:** أي وجود قاعدة متينة من تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، على أن تكون متاحة لجميع شرائح المجتمع سواء في الريف أو المدينة، و بتكلفة استعمال في المتناول . و يجب أن لا يتم التركيز على استيراد التكنولوجيا الجاهزة، بل العمل من أجل إقامة صناعة محلية و استقطاب

الاستثمارات الأجنبية المباشرة في هذا المجال، علاوة على تحسين و تحديث الهياكل و الوسائل الخاصة بالنقل والتوزيع كالطرق، المطارات، الموانئ و وسائل النقل المختلفة لضمان انتقال المنتجات المادية المشتراة إلكترونيا، من البائع إلى المشتري بالسرعة و الكيفية المطلوبة.

﴿ **تكييف القطاع البنكي و توفير وسائل الدفع الإلكتروني:** إذ يعتبر النظام البنكي عنصرا فعالا في التجارة الإلكترونية، لذلك ينبغي تهيئة البنوك العربية حتى تكون في قلب المبادلات الإلكترونية، و كذا إنشاء البنوك الإلكترونية التي توفر الخدمات البنكية بواسطة الوسائل الإلكترونية، و أيضا القيام بعمليات المقاصة بين البنوك إلكترونيا عن طريق إنشاء شبكة داخلية تربط بين البنوك، و توفير البطاقات البنكية الإلكترونية و غيرها من الوسائل الأخرى للدفع الإلكتروني.

﴿ **التوعية، التعليم و التكوين:** لا يمكن للتجارة الإلكترونية أن تزدهر إذا كان الأفراد و المنشآت لا يدركون الفوائد التي تقدمها، أو يجهلون استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، لذلك على الدول العربية أن تلعب دورها في تحسي س شعوبها بأهمية هذا النوع من التجارة من خلال ندوات و ملتقيات و معارض، و تنظيم دورات تكوينية لفائدة العمال بشأن التكنولوجيات الحديثة، و كذا تعميم نشرها في كل مستويات التعليم و إنشاء الجامعات الافتراضية، و توفير إمكانية التعليم عن بعد. مما يساهم في تكوين جيل جديد مثقف معلوماتيا، أي لا بد من خلق رأسمال بشري له القدرة على استخدام التجارة الإلكترونية.

﴿ **الحكومة الإلكترونية:** تعتبر الحكومة الإلكترونية نموذجا جيدا لتعميم استخدام التجارة الإلكترونية بواسطة تقديم الخدمات و المعلومات عبر الخط، مما يحفز على استعمال التكنولوجيات الحديثة، فحكومة جمهورية كوريا على سبيل المثال، تقدم لل منشآت معلومات عن الجوانب اللوجيستية و الجمركية للتصدير والاستيراد، و تقدم خدمة الوثائق الإلكترونية لل منشآت الخاصة التي تتبادل كما كبيرا من الوثائق مع الحكومة، و في الهند شرعت حكومة غرب البنغال في إطلاق برنامج للتجارة الإلكترونية للمنتجات الزراعية .

﴿ **التركيز على القطاعات الحساسة:** و ذلك بالاهتمام بإدخال التجارة الإلكترونية أولا في القطاعات الاقتصادية التي تمثل ميزة تنافسية للبلدان العربية، فمثلا البلدان التي تتوفر على قطاع سياحي نشيط يمكنها تقديم خدماتها السياحية بطريقة إلكترونية لكل أنحاء العالم، ك خدمات الحجز في الفنادق، كراء المنازل، كراء السيارات، الحجز في رحلات الطائرات...، و هذا كمرحلة أولى حتى تكتسب الخبرة ثم تعممها على باقي القطاعات.

◀ **التكامل الإقليمي:** فبواسطة هذا التكامل يمكن للبلدان العربية تحقيق التنسيق و تكامل الجهود فيما بينها، والاضطلاع ببرنامج عمل يمكن جميع الدول العربية من جني ثمار التجارة الإلكترونية، بفضل إقامة أرضية عمل موحدة و تشجيع التجارة البينية و اقتسام الخبرات المتوفرة، كإنشاء و تنمية شبكات مركزية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و نقاط نفاذ مشترك ة للانترنت على الصعيد الإقليمي لتخفيض تكاليف التوصيل البيني، علاوة على إيجاد وزن دولي و صوت موحد في مختلف المحافل التي تناقش القضايا المتعلقة بهذه التجارة كمنظمة التجارة العالمية، و المنظمة العالمية للملكية الفكرية. (حكيمة، 2008، الصفحات 113-114).

◀ **إعداد وتهيئة جميع الموارد المتاحة** للتعامل عن طريق الانترنت مع الغير والاهتمام بتجارب الدول الأخرى للإفادة منها عن طريق اقتناء مجالات ودوريات متخصصة في المجال، وأن تعمل الدوائر القانونية على مراجعة التشريعات القائمة وتكييفها مع الواقع الجديد؛

◀ **اقتناع المؤسسة بالتجارة الإلكترونية** بأنه أسلوب جديد في المعاملات المحلية والدولية، يمكن للمؤسسة من تنمية علاقاتها مع ي خاصة إذا تمت متابعة المؤشرات السوقية في الداخل والخارج بما يتيح تقدير إمكانياتها وقدراتها على المنافسة أو الاحتراف والتوسع؛

◀ **يبقى نجاح التجارة الإلكترونية** متوقفا على مدى قدرة المجتمع العربي في التحكم في مجموعة من القضايا أهمها : توفير الأمن خاصة أمن المعلومات وحمايتها من الاختراقات، احترام الخصوصية الفردية والثقافية، مراعاة حماية حقوق الملكية الفكرية. (الحسيني، 2002، صفحة 4).

◀ **تحرير قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات** من الإدارة الحكومية وتبني سياسة تخصيص هذه القطاعات في أسواق تنافسية حرة، وهذا في سبيل تطوير نوعية وجودة خدماتها بأسعار تنافسية؛

◀ **تخفيض الرسوم الجمركية على التكنولوجيا** المعلوماتية المستوردة حتى تكون في متناول فئات المجتمع المختلفة؛

◀ **إنشاء مراكز وهيئات وطنية** في مجال تقنية المعلومات والاتصالات، ودعمها بالإمكانيات المادية والمعنوية بغرض تطوير القاعدة التكنولوجية والعلمية وتعزيز دور البحوث والتطوير في البلاد. (إيمان، 2007، صفحة 136).

◀ **إقامة مؤسسات إقليمية** مخولة بسلطة توثيق التوقيع الإلكتروني كأساس للتجارة الإلكترونية؛

◀ **تبني تشريعات موحدة** لحماية حقوق المستهلكين والمنجيين وإرساء آليات فض المنازعات؛

◀ **اتفاقيات ثنائية أو متعددة الأطراف** بين الدول حول التجارة و المعاملات الإلكترونية؛

◀ تبني تشريعات موحدة لحماية حقوق المستهلكين والمشتغلين وإرساء سياسات وإرشادات للتجارة الإلكترونية؛

◀ إقامة اسم نطاق عربي عالي المستوى العربي إلى جانب تكثيف الجهود المشتركة بين البلاد العربية من أجل توطين اللغة العربية والسعي إلى إقامة مواقع على الانترنت لإتاحة المجال أمام قطاع الأعمال العربي لاستخدام المعلومات في اتخاذ قراراتها وتنفيذ أعمالها. (كورتل، 2011، الصفحات 97-98).

المبحث الثالث: واقع التجارة الإلكترونية في الدول العربية

المطلب الأول: حجم التجارة الإلكترونية العربية

إجمالي الإنفاق العربي السنوي لا يزيد عن 95 مليون دولار عبر التجارة الإلكترونية . هذا ما يؤكد على أن الدول لا زالت متخلفة في مجال الأعمال الإلكترونية فأكثر المتعاملين في التجارة الإلكترونية تتركز مشترياتهم في شراء برامج و أجهزة الحاسب الآلي بنسبة تزيد عن 70 في المائة ، بينما تتوزع النسب الباقية على الكتب و الهدايا إضافة إلى ذلك 80 في المائة من المشتريات تتم خارج المواقع العربية و ذلك بسبب قلة المواقع العربية التي لا تمثل سوى 0.5 في المائة من مساحة الاستخدام على مستوى شبكة الانترنت.

إن عدم استغلال الدول العربية لمصادر المعلومات و المعرفة سوف يخلق صعوبة في تقليص حجم الفجوة الرقمية فبالنظر إلى و واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في هاته الدول فإنه يبرز عن وجود فجوة، هذه الفجوة التي تأخذ في الاتساع بينها و بين دول العالم و حتى بين الدول العربية بعضها مع بعض. حيث " أشار تقرير البنك الدولي لسنة 2008 أن حجم صادرات الدول العربية للتقنية العالمية بلغت 2 في المائة فقط في حين بلغت عند الدول المتقدمة 36 في المائة و دول شرق آسيا 29 في المائة و أمريكا اللاتينية 2 في المائة أما من حيث متوسط مستخدمي الانترنت في نفس السنة في الدول المتقدمة يبلغ 600 لكل ألف من السكان أما في الدول العربية فمتوسط مستخدمي الانترنت بلغ 116 لكل ألف من السكان في نفس السنة. (صراع، 2014، الصفحات 114-115).

وتفاوتت الدول العربية فيما بينها في ممارسة التجارة الإلكترونية فهناك بلدان طورت نسيج تكنولوجيا الاتصالات و أغلبها في الدول الخليج ففي دراسة أعدت لصالح منتدى دافوس الاقتصادي الدولي حول تطور تكنولوجيا الاتصالات في العالم العربي حيث تم تصنيف الدول العربية إلى ثلاث مجموعات :

✓ مجموعة التطور السريع تشمل: الإمارات، الكويت، البحرين،

✓ مجموعة الدول الصاعدة: تشمل مصر، الأردن، لبنان، السعودية؛

✓ مجموعة الدول السائرة في طريق النمو تشمل: المغرب، الجزائر، عمان، سوريا.

ومن أبرز المؤسسات العربية التي تستخدم حالياً أنظمة التجارة الالكترونية في أقسام المبيعات فيها فضلا عن أقسام أخرى توازيها أهمية مثل المشتريات وتنمية الأعمال وتنفيذ العقود والتسويق عبر الانترنت، هي مؤسسة أرامكو (ARAMCO) السعودية العربية الأمريكية (أرامكو السعودية)، هي مؤسسة سعودية وطنية تعمل في مجالات النفط والغاز الطبيعي والبتروكيماويات، والأعمال المتعلقة بها من تنقيب و إنتاج وتكرير وتوزيع وشحن وتسويق. وهي مؤسسة عالمية متكاملة تم تأميمها عام 1988، يقع مقرها الرئيسي في طهران، وتعد أكبر مؤسسة في العالم حيث بلغت عائداتها سنة 2011 790 مليار دولار أمريكي، والتي قدمت نموذجا جيدا في قسم المبيعات عبر الانترنت.

أما في دول الخليج فهم معروفون و رائدون في استخدام التجارة الالكترونية حيث تعرف هذه الأخيرة نموا سريعا وملحوظا في معاملات التجارة الالكترونية فعلى سبيل المثال:

✓ ففي عام 2010 ارتفعت عائدات التجارة الالكترونية إلى ما يقرب من ملياري دولار في دولة الإمارات العربية المتحدة استنادا إلى دراسة أجرتها فيزا بالتعاون مع المجموعة الدولية للإعلام في نوفمبر 2011، أن 55-60% من إجمالي إنفاق دول الخليج في قطاع التجارة الالكترونية التي تقدر بين 3 و 5.3 مليار دولار، كما أكدت الدراسة التي أجرتها ماستركارد أن عدد الأشخاص الذين يستوفون عبر الانترنت في تزايد مستمر وحسب نفس الدراسة أن 42% من المتسوقين في دولة الإمارات العربية المتحدة استخدموا الانترنت للتسوق خلال 2011 مقارنة بنسبة 2010 حيث بلغ 7033.

✓ بينما أن السوق السعودية خلال شهر فبراير 2010 قد سجلت حوالي 39 من مستخدمي الانترنت يقومون بشراء المنتجات والدفع مقابلها من خلال الانترنت حيث أن المنتج الأكثر شراء عبر الانترنت ✓ هي الأجهزة الالكترونية تليها التطبيق البرمجية، بينما احتلت خدمات حجز التذاكر السفر وحجز الفنادق.

✓ وقد أفادت دراسة المرشدون العرب، أن عدد السعوديون الذين ينفقون على المنتجات وخدمات التجارة الالكترونية بلغ حوالي 31 مليون مستخدم، أي ما يقارب 12% من إجمالي عدد سكان السعودية، كما قدر حجم الإنفاق على المنتجات والخدمات المدفوعة عبر الانترنت بحوالي 3 مليارات دولار في العام 2010.

✓ وحسب نفس الدراسة فيما يخص السوق الأردنية فقد بلغ عدد المستخدمين الذين ينفقون على المنتجات والخدمات عبر الانترنت في الأردن بحوالي 514 ألف مستخدم، أي ما يقارب 8% من إجمالي عدد سكان الأردن. (زيدان، 2013، الصفحات 62-63).

✓ كما أن الدراسة قدرت أنه هناك ارتفاع كبير في حجم الإنفاق على المنتجات والخدمات والفواتير المدفوعة عبر الانترنت حيث بلغت نسبة 2010 حوالي 192 مليون دولار بينما سجلت سنة 2011 حوالي 370 مليون دولار. (زيدان، 2013، صفحة 63)

المطلب الثاني: الفجوة الرقمية في البلدان العربية

الفجوة الرقمية هي "الفجوة التي خلفتها ثورة المعلومات و الاتصالات بين الدول المتقدمة والنامية، و تقاس بدرجة توافر أسس المعرفة بمكونات الاقتصاد الرقمي الذي يستند إلى تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و درجة الارتباط بشبكة الانترنت باعتبارها شبكة المعلومات العالمية " (عماد و رشيد حسن، 2006، صفحة 98).

1- مستوياتها: وفقا لتقرير التنمية الإنسانية العربية الأول سنة 2002 ، و بناء على مؤشرات الكثافة الاتصالية و عدد الكمبيوترات و مواقع الانترنت و عدد مستخدميها، يعاني الوطن العربي من فجوة رقمية على ثلاثة مستويات :

أ- المستوى العالمي:

فيما يخص الانترنت فان نصيب العرب من إجمالي مستخدمي شبكة الانترنت يبلغ 3 % ، و بينما تأتي المنطقة العربية وفقا للمقارنات مع مناطق أخرى من العالم النامي في موضع لا بأس به فيما يخص نسبة الهواتف الثابتة و المحمولة ، و عدد الحواسيب الشخصية إلى إجمالي عدد السكان، إلا أنها تأتي في ذيل القائمة فيما يخص عدد مواقع الانترنت و عدد مستخدمي الشبكة العنكبوتية، و بصورة عامة يمكن القول إن المؤشرين الأخيرين أكثر دلالة على مستوى التنمية المعلوماتية، حيث يعبران بصورة أدق عن مدى تجاوب المجتمع مع تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و إمكانية استخدامها في التجارة الإلكترونية

ب- المستوى الإقليمي:

هناك تفاوت كبير بين البلدان العربية معلوماتيا من حيث توافر البنى التحتية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، و من حيث معدلات استخدامها، حيث تتقدم دول الخليج خاصة دولة الإمارات العربية المتحدة عن باقي الدول العربية ، و ترجع هذه الفجوة الرقمية بين البلدان العربية إلى أسباب عديدة من . أهمها التفاوت الكبير في مستوى الدخل الوطني و غياب التنسيق العربي فيما يخص تكنولوجيات المعلومات و الاتصالات. (حجازي ن.، 2001، الصفحات 14-15).

ج - المستوى الوطني:

لا تتوفر دراسات أو إحصائيات تتناول الجوانب المختلفة للفجوة الرقمية على مستوى كل بلد عربي على حدة، و لكن الأمر لا يختلف كثيرا عما نشاهده في البلدان النامية، حيث تظهر الفجوة الرقمية داخل المجتمع الواحد تبعا للسن ، مستوى الدخل، مستوى التعليم، الجنس، المدينة أو الريف و في المجتمعات المتقدمة يبرز عامل الدخل كأهم هذه العوامل، فبينما تبلغ نسبة النفاذ إلى الانترنت في الولايات المتحدة على سبيل المثال ما يقرب من 80 ٪ في فئة الدخل المرتفعة، تتدنى إلى ما يقدر بـ 10 ٪ في فئة الدخل المنخفضة .

أما في المجتمعات العربية فتبرز كل هذه العوامل مجتمعة، فيظهر عامل السن نظرا للفارق الكبير بين الأجيال و ارتباطه الوثيق بمستوى التعليم، و أيضا عامل الريف و المدينة بسبب التفاوت الكبير بينهما داخل الدول العربية، أما فيما يخص الفارق بين الذكور و الإناث فيبرز كثيرا في دول مثل السعودية و السودان أكثر منه في كثير من البلدان الأخرى كالجائر، لبنان، تونس و مصر، و بعض دول الخليج خاصة إمارة دبي، و يظل تأثير عامل الدخل قريبا من تأثير نظيره في الدول المتقدمة .

2- أسبابها:

ترجع أسباب الفجوة الرقمية التي تعاني منها كل الدول العربية و التي زادت من عمق الفجوات الأخرى التي ظهرت في ظل الاقتصاد التقليدي إلى عدة عوامل أهمها :

▪ ضعف الاستثمار في قطاع التكنولوجيا الحديثة، فالبلدان العربية تعتبر مستهلكا من الدرجة الأولى لهذه التكنولوجيات و ليست منتجا لها ، و يعزى السبب في ذلك عموما إلى انخفاض نسب الإنفاق على هذا القطاع و انخفاض نصيب البلدان العربية من البحوث و التطوير، و إذا توفرت هذه البحوث فإنها تبقى حبرا على ورق فلا يتم استغلالها و تحديدا تلك المتعلقة بالصناعة، فتبقى دراسات نظرية ينقصها التجسيد في الواقع و . إذا كان هذا حال الاستثمارات المحلية فإن الاستثمار الأجنبي ليس أحسن شأنا،

ف رغم أن هناك زيادة قوية في الاستثمار الأجنبي المباشر في قطاع تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات الموجه إلى الدول النامية إلا أن معظم هذه الاستثمارات تتجه نحو الاقتصاديات الآسيوية، فبلدان جنوب و شرق و جنوب شرق آسيا تستأثر بالحصة الرئيسية من تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر التي بلغت 165 مليار (دولار في عام 2005 ، و هو ما يمثل 18 ٪ من التدفقات العالمية . (حكيمة، 2008، صفحة 136).

▪ ضعف الأداء الاقتصادي مقارنة بالدول المتقدمة و بعض الدول النامية الذي يدل عليه إلى جانب المؤشرات المعروفة كالميزان التجاري، الدخل، الاستثمار، توزيع الثروات، سوق *العمل، مؤشر التقدم التكنولوجي ، الذي يعكس مدى التقدم التكنولوجي الدال على امتلاك قدرة التطوير التكنولوجي من خلال ابتكار و استغلال تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات أو من خلال نقل التكنولوجيا و استيراد المعرفة، و قدرة المنشآت الوطنية على استيعابها و دمجها في تنظيماتها و أنشطة عملها المختلفة و . قد جاءت جميع الاقتصاديات العربية في ترتيب متأخر حسب هذا المؤشر و يوضح الجدول رقم (12) أعلى المراتب على مستوى العالم التي احتلتها بعض الاقتصاديات العربية سنة 2002.

الجدول رقم (11) : مرتبة بعض الدول العربية وفق مؤشر التقدم التكنولوجي لسنة 2002

الدولة	المرتبة وفقاً لمؤشر التكنولوجيا	المرتبة وفقاً لمكونات مؤشر التكنولوجيا		
		مؤشر الابتكار	مؤشر تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات	مؤشر نقل التكنولوجيا
الأردن	48	47	46	28
تونس	57	50	59	31
مصر	68	39	69	44
المغرب	71	71	71	40
الجزائر	96	74	91	76

المصدر: بن وارث حكيمة، دور وأهمية التجارة الالكترونية في اقتصاد المعرفة، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي - ص 135.

■ وجود 65 مليون أمي من البالغين في الوطن العربي، و 10 ملايين طفل في سن التعليم غير ملتحقين بالمدارس، و مع وجود فجوة كبيرة بين مخرجات النظم التعليمية و احتياجات سوق العمل، إلى جانب معدلات الاستثمار الضئيلة في البحث و التطوير التي لا تتجاوز (0.5 ٪ من الناتج الوطني الإجمالي أي أقل من ربع المتوسط العالمي، و مع وجود معدلات عالية للبطالة تبلغ في المتوسط في الأقطار العربية 15 ٪ و هي أعلى النسب في العالم كما يقل دخل 20٪ من السكان في العالم العربي عن دولارين. (حكيمة، 2008، الصفحات 135-136).

الجدول رقم (12) : مرتبة بعض الدول العربية وفق مؤشر تقنيات الاتصال والمعلومات 2015

الدولة	الترتيب العربي	الترتيب العالمي
البحرين	01	
الإمارات	02	38
السعودية	03	45
قطر	04	46
الكويت	05	53
عمان	06	59
لبنان	07	66
الأردن	08	85
تونس	09	95
المغرب	10	96
مصر	11	100
الجزائر	12	103
فلسطين	13	106
سوريا	14	122
السودان	15	139
موريتانيا	16	151
اليمن	17	155
جيبوتي	18	161

المصدر: من إعداد الطالب، حسب الموقع

<https://www.aljazeera.net/tech/2016/11/23>.135

ويوضح الجدول رقم (12) مرتبة بعض الدول العربية وفق مؤشر تقنيات الاتصال والمعلومات لسنة 2015 :

وتصدرت البحرين الدول العربية بفارق كبير عن أقرب منافسيها، وهي الإمارات العربية التي جاءت في المرتبة الـ38 ثم السعودية بالمرتبة الـ45 عالميا والثالثة عربيا، مع الإشارة إلى أن كليهما تراجعتا في الترتيب، حيث كانت الإمارات في المرتبة الـ35 العام الماضي والسعودية في المرتبة الـ38. وجاءت قطر في المرتبة الـ46 تلتها الكويت وعمان في المرتبتين الـ53 والـ59 عالميا على التوالي، وبذلك فإن دول الخليج العربي تصدر المراتب الست الأولى عربيا وفق مؤشر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، في دلالة واضحة على التقدم الكبير الذي تشهده هذه الدول رغم تراجعها جميعها في مؤشر هذا العام مقارنة بالعام السابق.

وكان ملفتا تقدم سوريا على السودان وفق المؤشر رغم ما تشهده الأولى من دمار كبير في البنية التحتية مقارنة بالسودان الذي ربما يرى المؤشر أن بنيته التحتية أضعف بكثير من سوريا حاليا لكنه أفضل من اليمن الذي يشهد صراعات داخلية متأزمة.

يذكر أن مؤشر تنمية تقنيات الاتصالات والمعلومات يعتبر أداة قياسية للحكومات وشركات الاتصالات ووكالات التنمية والباحثين وغيرهم لقياس الفجوة الرقمية ومقارنة أداة تقنيات الاتصالات والمعلومات ضمن الدولة أو بين عدة دول. (الجزيرة، 2016).

المطلب الثالث: آثار التجارة الالكترونية على اقتصاديات الدول العربية

إن من المنتظر أن تفتح التجارة الالكترونية آفاقا متعددة ومجالات كثيرة للدول العربية ومن أهمها المجال الاقتصادي. ز من المأمول أن يكون للتجارة الالكترونية آثار متعددة ومرغوبة على جوانب اقتصادية متعددة. و لاستخدام التجارة الالكترونية أثر كبير في طرق عمل الشركات ولها تأثير واضح في أسعار البضائع والمنتجات. ويمكن تلخيص تأثيراتها بالنقاط الآتية: (ابازيد، 2005، صفحة 7).

1- تعمل التجارة الالكترونية على تحسين الكفاءة والقدرة التنافسية بين المنشآت بفعل دخول المعرفة والمعلومات كأصل مهم ورئيس من أصول رأس المال كما تتاح الفرصة لزيادة حجم عمليات البيع من خلال الاستفادة من المقدره على التسويق عبر الانترنت عبر الإنترنت طوال ساعات النهار والليل

دون أن تزيد التجارة الإلكترونية من الضغوط التنافسية على المنشآت، وذلك بفعل تخفيض تكلفة المنتجات، لأن تطبيق هذا النوع من التجارة سيؤدي إلى زيادة كمية هذه المنتجات وسعي المنشآت إلى ترويجها في مناطق جديدة لم تكن تتوجه إليها من قبل. وإلى تقديم أفضل عروض البيع لجذب العملاء، وتقديم تسهيلات كثيرة للمستهلك، مما يؤدي إلى زيادة النفقات العامة الأخرى، وبذلك تفقد المنشآت الأقل كفاءة قدرتها على المنافسة. (رضوان، 1999، صفحة 41)؛

2- تعمل التجارة الإلكترونية على زيادة الإنتاجية والنمو الاقتصادي للدول العربية بسبب الكفاءة في عرض السلع والخدمات وتقليل القيود للدخول إلى الأسواق والمقدرة العالية بالحصول على المعلومات اللازمة، بالإضافة إلى تخفيض كلفة المواد و تسريع الحصول عليها وتخفيض تكاليف الإنتاج ورفع الكفاءة باستخدام برمجيات التسيير الذاتي، ؛ (عبد العال حماد، 2002-2003، صفحة 48).

3- يتمثل في انخفاض تكاليف المبادلات ونقل المعلوماتية . وهكذا أصبحت تكنولوجيا المعلوماتية والاتصالات شرطاً جوهرياً في إتمام العمل في الاقتصاد الحديث؛ كما من شأن التجارة الإلكترونية أن تجعل الصفقات تتم على نحو أسرع ؛

4- إتاحة الفرصة أمام المنشآت الصغيرة والمتوسطة العربية للنفاذ إلى أسواق جديدة لتصريف منتجاتها وكسر احتكار المنشآت الدولية الكبيرة لهذه الأسواق، حيث لم تعد المنشآت الصغيرة بحاجة إلى وسائط تقليدية للبيع، ولم تعد بحاجة إلى الانتقال إلى البلاد الأخرى وإقامة وكالات فيها، ولكن أصبحت بحاجة إلى وسطاء المعلومات الذين يلعبون دوراً مؤثراً في التجارة الإلكترونية، خاصة إذا (يحياوي و يوسف، 2017، صفحة 186).

علمنا أن أي منظمة مهما كان انتماؤها وطبيعتها عملها تستطيع الدخول إلى الشبكة وعرض ما تشاء من سلع وخدمات وأفكار دون أية قيود، لأن المنافسة أصبحت عالمية النطاق . كما أن الاستثمار لفتح موقع تجارى على الإنترنت سيكون أقل إذا ما قورن بالاستثمار الضروري اللازم لفتح محل تجارى بالطريقة التقليدية،

5- ستؤدي التجارة الإلكترونية بما تحمله من تكنولوجيا متطورة إلى تحسين طرق إدارة الشركات لسلاسل التوريد التي تربطها مع زبائنها ومورديها، وإلى مزيد من تقسيمات العمل وتغيير في أنماطه وأساليبه والتخلي عن بعض العناصر البشرية، بالإضافة إلى الاستغناء عن بعض الوكلاء والمتاجر سواء متاجر البيع بالجملة أو التجزئة، مما سيكون لهذا كله أثر غير محمود على زيادة معدلات البطالة حتى ولو كانت بطالة مؤقتة ممكن أن تزول على المدى الطويل،

6- تسهيل عملية التسويق الشخصي بين الدول العربية ، والذي يتيح لشركة ما في دولة عربية ما أن تسوق منتج لشخص معين أو مجموعة معينة من الأشخاص لدولة عربية أخرى وبطريقة أفضل من أي وسط إعلاني. و قد ظهرت في الآونة الأخيرة أدوات متعددة ومتطورة في مجال التجارة الإلكترونية، ومن شأن هذه الأدوات تسهيل المعاملات التجارية سواء أكان ذلك علي المستوى المحلي أم الدولي. وبفضل هذه الأدوات المتطورة يسهل اتصال المشروعات بعضها ببعض مقللة بذلك تكاليف النقل والتحويل وغيرها. كما أن هذه الأدوات المتطورة تساعد كثيرا في عمل الحكومات لاسيما في تقدير الضرائب والرسوم الجمركية وغيرها من الحقوق المستحقة للدولة؛

7- و من أهم الآثار التي يمكن أن تنجر عن تطبيق التجارة الالكترونية في الدول العربية إتاحة الفرصة لتوطيد العلاقات الاقتصادية بينها خاصة وأنه تجمعها العديد من الخصائص (كالدين واللغة والثقافة والتجاور) التي تسهل وتسرع عمليات التبادل فيما بينها. فبفضل الإنترنت أصبحت الحدود والفواصل بين المنتج والمستهلك في أغلب الأحيان غير موجودة تقريبا؛

8- تخفض التجارة الالكترونية من مطرح الضريبة في مهن متعددة كالصرافة ومبيعات الكتب. (يحيوي و يوسف، 2017، الصفحات 186-187).

المبحث الرابع: النقود الالكترونية في الدول العربية

المطلب الاول : المركز القانوني للنقود الالكترونية في التشريعات العربية.

سنتناول في هذا الفرع المركز القانوني للنقود الالكترونية في التشريعين المصري والجزائري

أولاً: المركز القانوني للنقود الالكترونية في التشريع المصري

. إن البنك المركزي المصري هو وحده المخول بإصدار النقود القانونية وتحديد مواصفاتها ، أما فيما يخص النقود الإلكترونية فيعود أمر إصدارها إلى ذات البنك أو من يخصص له بإصدارها ولذلك وضع البنك المركزي المصري مجموعة من المعايير يجب مراعاتها من قبل البنوك التي ترغب في استعمال هذا النوع من النقود وهذه المعايير هي

1 / : أن يقتصر إصدار وسائل الدفع الالكترونية على الجنيه المصري فقط.

2/ : أنه يشترط لإصدار النقود الالكترونية الاتصال المباشر بين مصدر البطاقة والبنك المركزي لحمايتها من التزيف والاحتفاظ بقاعدة بيانات مركزية توفر شروط الأمان للمتعاملين بها.

وتأسيسا على ذلك يمكن القول أن عملية إصدار النقود الالكترونية في مصر لا يعتبر أمرا محظورا.

ثانيا : المركز القانوني للنقود الالكترونية في التشريع الجزائري .

إن إصدار النقود القانونية في الجزائر هو اختصاص أصيل للبنك المركزي حيث نصت المادة 2 من القانون 03 - 11 على ما يلي "يعود للدولة امتياز إصدار العملة النقدية عبر التراب الوطني ويفوض ممارسة هذا الامتياز للبنك المركزي دون سواه الذي يدعى في صلب النص ضمن علاقاته مع الغير "بنك الجزائر" ويخضع لإحكام هذا الأمر "

كما أن المادة 7 من ذات الأمر منعت كل شخص من أن يصدر أو أن يضع قيد التداول أي وسيلة محررة بالدينار الجزائري كوسيلة دفع عوض العملة الوطنية.

ومن هنا يطرح التساؤل الآتي : هل إصدار وتداول النقود الالكترونية يشملها الحظر الوارد في المادة 7 من قانون النقد والقرض ؟ بالرجوع إلى نص المادة 69 من قانون النقد والقرض التي نصت على " تعتبر وسائل الدفع كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل الأموال مهما كان السند أو الأسلوب النقدي المستعمل " (حشيفة، 2018، صفحة 349) .

كما أن المادة 6 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية قد عرفت وسيلة الدفع بأنها " كل وسيلة دفع مرخص بها طبقا للتشريع المعمول به تمكن صاحبها من القيام بالدفع عن قرب أو عن بعد عبر منظومة الكترونية "

كما تضيف المادة 12 من النظام 05-07 المتضمن أمن أنظمة الدفع " في حالة ما إذا اعتبر بنك الجزائر بأنه لا يتوفر في إحدى وسائل الدفع على الضمانات الأمنية الكافية يمكنه بعد استشارة السلطة المكلفة بالمراقبة اتخاذ قرار توقيف إدخال وسيلة المعنية في هذا النظام "

يترتب على ما سبق أن إصدار النقود القانونية في الجزائر على غرار باقي الدول هو اختصاص أصيل للبنك المركزي وأن إصدار النقود الإلكترونية في الجزائر لا يعد أمر ممنوعا بشرط توفر الضمانات التي حددتها مختلف القوانين وأن يتم ذلك تحت مراقبة البنك المركزي باعتباره الجهة الوحيدة المخولة بالرقابة على مختلف وسائل الدفع.

مجلة القانون والعلوم السياسية المجلد الرابع العدد 02 الرقم التسلسلي 08 جوان 2018 الموافق ل رمضان 1439. (حشيفة، 2018، صفحة 350)

المطلب الثاني: نماذج بعض الدول العربية في النقود الإلكترونية

أولاً : التجربة الإماراتية للنقود الإلكترونية

دولة الإمارات لن تتعامل بالنقود الورقية أو المعدنية بشكل كلي، في موعد أقصاه سنة 2020 ، ولن يتداول المواطنون والمؤسسات الحكومية والتجار سوى كميات محدودة جداً من النقود بدلا عن ذلك سيكون الدفع عن طريق البطاقات المصرفية، والهواتف الذكية.

وذلك نتيجة تبني المصرف المركزي بدولة الإمارات (الجهة الوحيدة المعنية بوضع وتطبيق السياسات الخاصة باستخدام العملة الوطنية) للسياسات الخاصة بهذا النوع من النقود الإلكترونية وتطويرها لمواكبة التحديث الدائم في استخدامها. (هيثم و حرمي، صفحة 532)

يتجلى تميز تجربة السياحة الإلكترونية في دولة الإمارات، وتحديداً في مدينة دبي من تقدم مجال عمل الحكومة الإلكترونية فيها .ففي عام 2004 ، صُنفت مدينة دبي ضمن أفضل عشر مدن رقمية في العالم عام 2004 . وكانت هي المدينة العربية الوحيدة التي تم تصنيفها ضمن قائمة أفضل 20 مدينة رقمية في العالم وفقاً لتقرير مركز دراسات الاقتصاد الرقمي " مدار " كما جاءت ضمن أفضل 10 مدن فقط في العالم تتيح خدمات دفع رسوم الخدمات الحكومية إلكترونياً، واحتلت المركز 11 عالمياً في مجال توفير المعلومات الإلكترونية بمعدل 8.25 نقطة من 20 بالمقارنة بالمتوسط العام البالغ 4.77 نقطة.

وتتميز بنية تكنولوجيا المعلومات بتقدم كبير فيها حيث اتخذت الحكومة الاتحادية في فيفري 2002 قرار إنشاء منطقة تجارة حرة للتجارة الإلكترونية والتقنيات ، وذلك إضافة إلى مدينة دبي للإنترنت ،افتتحت في نوفمبر 2000 ، وهي مركز متكامل لتقنيات المعلومات والاتصالات يقع داخل منطقة التجارة لحره .وتستضيف المدينة حالياً أكثر من 450 شركة باختصاصات مختلفة في صناعة المعلومات.

وتشكل مدينة دبي للإنترنت أول مركز كامل للاتصالات وتقنيات المعلومات يُبنى داخل المنطقة الحرة. وفيها تُعفى الشركات من ضرائب الأرباح .كما تنعم الشركات في هذه المدينة بمعاملة خاصة لم تكن متاحة سابقاً لشركات المنطقة الحرة في الإمارات. (سلالي، 2019، صفحة 174)

وفيما يتعلق بأنواع البطاقات الإلكترونية الذكية التي يتم التعامل بها في دولة الإمارات، فنتمثل في الآتي:

أ- الدرهم الإلكتروني (dirham-e) الخاص بوزارة المالية والصناعة:

بتاريخ 10 من جانفي 2001 صدر القرار الوزاري بوزارة المالية والصناعة رقم : 8 لسنة : 2001 ، وهو الخاص بتنظيم تحصيل الإيرادات باستخدام البطاقة الإلكترونية (الذكية) ، وتطبيقا لذلك قامت وزارة المالية والصناعة بتطوير وتحديث طرق تحصيل الإيرادات الحكومية ، باستبدال طرق آلية جديدة تعتمد على السهولة والبساطة في استخدام التكنولوجيا الحديثة، عن الطرق القديمة التقليدية كالطابع المالية وإيصالات استلام الإيرادات مع توفر عناصر السرعة والأمان والثقة في هذه الطرق الحديثة وقد تُرجم ذلك بصدور هذا النظام الإلكتروني الجديد ، واعتبر الدرهم الإلكتروني (dirham-e) قلة نوعية متميزة في أساليب تحصيل الإيرادات المالية الحكومية.

وهو عبارة عن بطاقة ذكية إلكترونية خاصة بوزارة المالية والصناعة بدولة الإمارات ، تستخدم لدفع الرسوم المستحقة لجميع المعاملات الرسمية لدى الوزارات والدوائر الحكومية الاتحادية. وتوفر وزارة المالية والصناعية الدرهم الإلكتروني كخدمة دفع آلي بواسطة البطاقة الذكية، والتي يستفيد منها المتعاملون مع وزارات ودوائر الدولة ، لدفع وتسديد رسوم الخدمات الحكومية في مختلف مواقع الدفع الرسمية المعتمدة .

وفي سبيل تفعيل ونشر هذه الآلية الجديدة قامت وزارة المالية والصناعية بالتعاقد مع العديد من البنوك المحلية ، وتوظيفها للقيام بتوزيع تلك البطاقات كجهات تسويقية ، وبالتالي تحصيل المبالغ بصورة نقدية سريعة ومضمونة ، وتطوير الخدمات المقدمة من خلالها، وتوجيهها لرفع كفاءة وفاعلية التسهيل على مستخدمي خدمات الوزارات والدوائر الحكومية.

ب- نظام البطاقة الموحدة لوسائل النقل الجماعي في دبي (نول nol)

تقوم هيئة الطرق والمواصلات بإمارة دبي بإصدار البطاقة الموحدة لوسائل النقل الجماعي (نول nol) ، وتستخدم البطاقة الذكية في دفع رسوم استخدام وسائل النقل التي توفرها الهيئة ، والمتمثلة في ميترودبي وحافلات المواصلات العامة و الباص المائي الحديث بدبي، (هيثم و حرمي، الصفحات 533-534).

ثانيا :النموذج المصري للنقود الإلكترونية : أعلنت وزارة المالية بمصر أنها تستعد لتطبيق نظام تحصيل المدفوعات المالية الحكومية الكترونيا إلزاميا للمتعاملين مع الجهات الحكومية المختلفة ، بإحدى وسائل الدفع الإلكتروني بدءا من 01 جانفي 2019.

وتعد هذه المنظومة الجديدة إنجازا جديدا في مسيرة مصر، حيث يحقق الكثير لمستقبل الاقتصاد المصري ويعنى ذلك السير بخطى ثابتة نحو التحول من مجتمع نقدي "كاش"، إلى مجتمع إلكتروني،

وأن الاقتصاد المصري أصبح يركز على تقنيات حديثة تدفع لتزايد معدلات النمو. (هيثم و حرمي، صفحة 538).

ثالثاً: التجربة الجزائرية

شرعت الجزائر في تنمية القطاع السياحي ووضع مخطط لتدعيمه وتنظيم عمل الوكالات السياحية منذ ما يقارب ثلاث عقود رغم ما واجهته من ظروف داخلية، سياسية واقتصادية معاكسة وما نتج عنه من افتقار للأمن، وعادت لتنفيذه منذ سنة 2002، لتحسن المناخ العام للقطاع السياحي، في ظل التطورات في نظم المعلومات والاتصالات كما تهدف إلى تفعيل السياحة الإلكترونية عبر ثلاث مراحل:

الأولى ربط إدارات السياحة الوطنية إلكترونياً، والتنسيق فيما بينها بشأن عرض المعلومات وإحالة الزائر إلكترونياً إلى الشركات السياحية التي تعتمد السياحة الإلكترونية كأسلوب تسويقي لعروضها السياحية. وتتمثل المرحلة الثانية في إيجاد البنية التي تمكن المؤسسات السياحية في الجزائر من إتمام الصفقات الإلكترونية وتسوية المبالغ المالية المترتبة عليها، فضلاً عن تمكين السائح من شراء العروض ودفع قيمتها إلكترونياً. ويتم في المرحلة الأخيرة تطبيق السياحة الإلكترونية المتكاملة حيث يتمكن القطاع السياحي بأكمله من الاستفادة من خدمات النقود الإلكترونية في مجال السياحة وإنهاء المعاملات المالية إلكترونياً والتنسيق فيما بينهم، علاوة على ربط السياحة الإلكترونية مع منظومة مصرفية إلكترونية.

وتعتبر وكالات السفر والسياحة من الأدوات التي تساهم في تطوير هذا القطاع السياحي الجزائري والتي كان لها الدور الكبير في تجسيد نظام السياحة الإلكترونية من خلال المواقع الإلكترونية التي كان لها الأثر في التعريف بالخدمات السياحية المتاحة في الجزائر، حيث كانت الوكالات لا تستطيع الحصول على إيراداتها بالعملة الصعبة حيث كان يتم تحويلها إلى العملة الوطنية، أما بطبيعتها الجديدة تحصل نصف إيراداتها بالعملة الصعبة، حيث تم تحويل مبلغ 119944 أورو للوكالة سنة 2007 عن طريق حساب في الخارج لدى القرض الشعبي الجزائري CPA وهو ما يمثل حوالي 41.6% من إجمالي رقم الأعمال المحقق حيث تبين لنا هذه النسبة مدى مساهمة التجارة الإلكترونية في رقم أعمال الوكالة. كما تقوم باستخدام هذا البرنامج لحجز وبيع التذاكر حيث أن وكالة السياحة تشتري تذاكر السفر إلكترونياً وتقوم بتحويل إجمالي سعر هذه التذاكر إلى مؤسسات النقل المعنية بها، أما عملية بيع التذاكر للزبون فتتم على مرحلتين الحجز وتأكيده الحجز. (سلالي، 2019، الصفحات 175-176).

المطلب الثالث : النقود الإلكترونية في الجزائر

أولا : ظهور النقود الإلكترونية في الجزائر

يعد بنك الجزائر المركزي الوحيد المخول له قانونيا بإصدار النقود القانونية كما أكدته المادة (04) من قانون النقد والقرض 10/90 الصادر في أبريل 1990. ولكن هناك إمكانية كبيرة لتطوير النقود الإلكترونية كنقد يتعامل به في الاقتصاد الجزائري فلجأت الجزائر إلى تحديث جهازها المصرفي حيث تم إدخال الخدمات المصرفية الإلكترونية في الجزائر من قبل معظم البنوك وفي فترات مختلفة، يعود أقدمها إلى عام 1975 حيث تم تشغيل صرافين آليين لفترة قصيرة -ربقيت المحاولات متواصلة- ثم تم إنشاء شركة سنة 1995 أطلق عليها تسمية (SATIM) شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية ما بين البنوك هذه الشركة أعدت مشروعا لإيجاد دخل للنقد بين البنوك، وأول مرحلة لهذا المشروع الذي بدأ العمل سنة 1997 تمثل في إعداد شبكة نقدية إلكترونية بين المصارف في الجزائر، هذه الشبكة تعطي خدمات متعلقة بإصدار البطاقات المصرفية الخاصة بالسحب من الموزع الآلي، وبالتالي تمكن البنوك الخاصة والعامّة أن يقدموا إلى زبائنهم خدمة سحب الأموال بواسطة الموزع الآلي. وفي عام 2014 أنشأت الجمعية المهنية للبنوك والمؤسسات المالية (ABEF)، التجمع النقدي الآلي (Monétique-GIE) كهيئة تنظيمية لنشاط الدفع الإلكتروني في الجزائر وتم تعميم استخدام بطاقات الدفع الإلكتروني من أجل اقتناء مختلف السلع والخدمات بموجب قانون (04-15) الصادر في الجريدة الرسمية (2015)، يهدف بالأساس إلى عصرنة الخدمات المصرفية. وفي سنة (2015) تم تسجيل مليون و 300 ألف حامل لبطاقة الدفع الإلكتروني ما بين البنوك (CIB)، ومع مطلع سنة (2017) تم تزويد المساحات التجارية ب 10 آلاف جهاز للدفع الإلكتروني، وهذا من أجل عصرنة النظام المصرفي. (ولد عوالي و صفيح، 2021، صفحة 46).

ثانيا: تطور نشاط النقود الإلكترونية في الجزائر

تطور الدفع الإلكتروني في الجزائر كثيرا في السنوات الأخيرة، وسنعرض بعض الأرقام حول تطورها من 2012-2017 .

أ- محطات الدفع الإلكتروني: (TPE)

الجدول رقم 13: تطور عدد أجهزة الدفع الإلكتروني في الجزائر خلال الفترة (2012-2017)

السنوات	2012	2013	2014	2015	2016	2017
TPE	2965	2985	2737	3049	5049	8135

المصدر : ولد عوالي أمينة، صفيح صادق، النقود الإلكترونية في الجزائر الواقع وتحديات المستقبل،الافاق للدراسات الاقتصادية ، 2021، ص 46.

من خلال الجدول فان الأرقام تظهر كثافة عالية في تركيب أجهزة الدفع الإلكتروني في الجزائر على مستوى مجموعة من البنوك، حيث كان عددها 2965 جهاز سنة 2012 ثم شهدت انخفاض طفيف سنة 2014 لترتفع بشكل ملحوظ سنة 2016 و 2017 حيث وصلت إلى 8135 جهاز، مما يدل على الرغبة في تعميم الدفع الإلكتروني من قبل السلطات الجزائرية.

ب- الموزعين الآليين للنقود الإلكترونية:(DAB)

يعتمد مفهوم الصرافات الآلية على وجود اتصال بين الحاسب الرئيس ي للبنك وآلة الصرف بحيث يمكن استقبال بيانات الزبون بمجرد قيامه بإدخال البطاقة في الصراف وقد تطور عدد الموزعات الآلية في الجزائر وهو ما يوضحه الجدول الموالي:

الجدول رقم 14: تطور عدد الصرافات الآلية في الجزائر خلال الفترة (2012-2017)

السنوات	2012	2013	2014	2015	2016	2017
DAB	543	475	539	570	595	640

المصدر : ولد عوالي أمينة، صفيح صادق، النقود الإلكترونية في الجزائر الواقع وتحديات المستقبل،الافاق للدراسات الاقتصادية ، 2021، ص 47.

من خلال الجدول نلاحظ تطور عدد الصرافات الآلية على المستوى الوطني بين عامي 2012 و 2017 ،حيث بلغ 543 صراف آلي سنة 2012 ،وعرف تراجعا خلال السنتين المواليين ليتحسن العدد من عام 2015 إلى 2017 من 570 إلى 640 جهاز على التوالي.

هذا التذبذب في عدد أجهزة الصراف الآلي إن دل على شيء فهو يدل على صعوبة التحكم الجيد في هذه التقنيات الحديثة وعن المعاملات خالها، والزيادة تدل على الجهود المبذولة لتغطية الأراضي الجزائرية بالكامل بأجهزة الصراف الآلي من أجل تسريع تطوير نظام النقود الإلكترونية.

ج- البطاقات الإلكترونية في الجزائر: (CIB)

هناك نوعين من بطاقة التي تصدرها البنوك الجزائرية)

* البطاقة الذهبية : وهي الأخرى تمنح وفق معايير تكون محددة لدى البنك، وبالإضافة للعمليات السابقة تمنح هذه البطاقة لحاملها ائتمان أكبر وسقف سحب وسرعة في إجراء التحويلات.

* البطاقة الكلاسيكية : توفر عملية الدفع والسحب ما بين البنوك، وتمنح للزبائن وفق معايير تكون محددة لدى البنك. (ولد عوالي و صفيح، 2021، صفحة 47)

الجدول رقم 15 : تطور عدد البطاقات بين البنوك في الجزائر خلال الفترة (2010-2015)

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015
CIB	979933	1056018	1075989	1098566	1125689	1142145

المصدر : ولد عوالي أمينة، صفيح صادق، النقود الإلكترونية في الجزائر الواقع وتحديات المستقبل،الافاق للدراسات الاقتصادية ، 2021، ص 48.

نلاحظ من الجدول أن هناك تطور خجول للبطاقات الصادرة على مر السنين، وحتى بعد 6 سنوات لم يكن هناك تطور كبير، فنستنتج أن النقود الإلكترونية تكافح من أجل انتشارها في الجزائر.

تبين الإحصائيات محاولات الجزائر لمواكبة تطورات القطاع المصرفي واستخدام النقد الإلكتروني وبالرغم من ذلك لا تزال بعيدة على المستويات التي حققتها البلدان الكبرى وحتى المجاورة كالمغرب الذي يعد البلد الإفريقي الأكثر تقدما في مجال الخدمات المصرفية الإلكترونية وذلك لضعف بنيتها التحتية التكنولوجية وإدراكها المتأخر حول أهمية وضرورة الخدمات المصرفية الإلكترونية. (ولد عوالي و صفيح، 2021، صفحة 48).

المطلب الرابع : مجالات النقود الإلكترونية المطبقة في الجزائر والدول العربية

يعتبر القطاع المصرفي من أهم القطاعات أو المجالات التي تتم فيها ممارسة التجارة الإلكترونية، إذ يعتبر القطاع المصرفي فيها بمثابة الوسيط بين طالب الخدمة ومقدمها، وبالتالي يعد القطاع المصرفي الطرف الأساسي في التعاملات الإلكترونية سواء من خلال نظم التحويلات المالية ، أو من خلال بطاقات الدفع الإلكترونية المختلفة، وكذا الدفع من خلال الانترنت وبطاقات الائتمانية المختلفة. وسوف نلقي الضوء على بعض المجالات التي يتم تطبيق التجارة الإلكترونية فيها في الدول العربية ومدى استفادتها منها وذلك كما يلي :

1- مجالات النقود الإلكترونية المطبقة في الجزائر

أولاً: الصيرفة الإلكترونية والنقد الإلكتروني :

تتمثل الجهود من أجل إقامة هذا مشروع الصيرفة في تطبيق نظام البنوك الإلكترونية في الجزائر وذلك لتطوير مجالات عمل البنوك التجارية خاصة من خلال اعتماد نظم و وسائل الدفع الإلكترونية حيث توفر البنوك الإلكترونية خدمات مميزة لرجال الأعمال والعملاء مثل خدمات سامبا الماسية، (سلالي، 2019، صفحة 170).

والذهبية المقدمة لفئة محددة من العملاء على شكل بطاقات ائتمانية وبخصم خاص، ومن هذه البطاقات بطاقة سوني التي تمكن العميل من استخدامها في أكثر من 02 مليون من أكبر الأماكن، وتشتمل على خدمات مجانية على مدار الساعة برقم خاص، خدمة مراكز الأعمال، الإعفاء من رسوم وعمولات الخدمات البنكية، بالإضافة إلى كثير من الخدمات الخاصة الأخرى.

بالإضافة الى ذلك وفي إطار تطوير النظام المصرفي الج ا زئري وعصرنته قام بنك الجزائر بتطوير نظام التحويلات المالية والذي يعد من اهم مجالات التجارة الإلكترونية وذلك من خلال خدمة (Easy internet) و (Western Union) كذا خفضت رسوم التحويل الى الخارج وغيرها من المعاملات التي توفر الامان للمتعاملين. (سلالي، 2019، الصفحات 170-171)

ثانياً: قطاع التجارة الخارجية

يعد قطاع التجارة الخارجية أكثر القطاعات الاقتصادية تأثراً بتقنية المعلومات والاتصالات والتجارة الإلكترونية، حيث يؤدي تطبيقات التجارة الإلكترونية في قطاع الصادرات إلى زيادة حجم التجارة وتعزيز القدرة التنافسية للدولة في الأسواق الدولية،

وفي هذا المجال عملت الجزائر على الإستفادة من تطبيقات التجارة الإلكترونية لدعم تجارتها الخارجية وتعزيز مكانتها ومقدرتها التنافسية في الأسواق الدولية، ويمتلك الجزائر من المقومات والعوامل التي تؤهله أن يكون له نصيب من التجارة الدولية، فمن ناحية المقومات البشرية والثقلى السكاني .
إلا أن حجم صادراتها لا يزال متدنيا، لأنها تتركز غالبا في الصادرات السلعية وتحديدًا المواد الأساس مثل المنتجات الزراعية والنفط الخام والمنتجات ، أما فيما يتعلق بصا راتها الخدمية فهي لا تزال دون المأمول . وهذا الأمر يوضح مدى تأخر الدول العربية في هذا المجال مما يتطلب ضرورة الاهتمام بقطاعات الصادرات الخدمية والاستفادة من قنوات التجارة الإلكترونية في الوصول إلى الأسواق الدولية، قد كان لقطاع البترول في الجزائر دور كبير في تنمية التجارة الإلكترونية والمساهمة في التجارة الخارجية بالإضافة إلى قطاع البناء والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتي تساهم ب 12.7 % من حجم التعاملات الإلكترونية . (سلاي، 2019، الصفحات 171-172).

ثالثا: قطاع السياحة الإلكترونية

لم تكن الدول العربية بعيدة عن التطورات في مجال السياحة الإلكترونية، حيث قررت الدورة السادسة للمجلس الوزاري العربي للسياحة، المنعقدة خلال شهر مايو 2003 بناءً على اقتراح من المملكة العربية السعودية، تشكيل فريق عمل برئاسة المملكة، وعضوية المملكة الأردنية الهاشمية، ودولة الإمارات العربية المتحدة، ودولة قطر، ودولة الكويت لوضع تصور مفصل حول موضوع السياحة الإلكترونية في الدول العربية . واشتمل التصور المقدم على خمسة فصول متضمناً مفاهيم أساسية عن السياحة الإلكترونية، وأهميتها وتطورها، ووضعها الحالي في الدول العربية مع الإشارة إلى تجربة الجزائر في هذا المجال . كما قدم التصور المحاور الرئيسية في استراتيجيات تطبيق السياحة الإلكترونية في الدول العربية متضمناً معوقات التطبيق، وسبل علاجها، ووافق المجلس الوزاري العربي للسياحة في دورته السابعة عام 2004، على التصور المقدم، ودعا الدول العربية إلى اعتماد نتائجه والعمل على تنفيذ توصياته.

كما طرح مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية في دورته الحادية عشرة المنعقدة في مدينة ساو باولو بالبرازيل خلال الفترة 13-18 يونيو 2004 مبادرة خاصة بالسياحة الإلكترونية . وتهدف المبادرة إلى تزويد البلدان النامية بالوسائل التقنية اللازمة لترويج خدماتها السياحية وتسويقها وبيعها عبر الإنترنت واستحداث منتجات سياحية جديدة، وذلك بهدف " تيسير تطوير قطاعها السياحي على نحو فعال باستخدام أدوات تستند إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

وقد تمخض عن الجهود السابقة كلها إنشاء المجلس العربي للسياحة الالكترونية في العام 2008 وذلك بإشراف كل من الاتحاد الدولي للسياحة الالكترونية والمنظمة العربية للسياحة والتابع لجامعة الدول العربية وتعتبر هذه الخطوة مهمة جدا لتفعيل التعاون العربي في مجال التعاملات السياحية الالكترونية. والتي نعتقد أنه يمكن أن يكون لها الدول الكبير في تطوير السياحة في الدول العربية والمساهمة في زيادة حجم التجارة الالكترونية والاستفادة من التطورات الحاصلة في هذا المجال وتنظيم العلاقات بين العاملين في مجال السياحة الإلكترونية. (سلالي، 2019، الصفحات 172-173)

2- مجالات النقود الالكترونية على مستوى بعض الدول العربية

يوضح الجدول التالي الترتيب للدول العربية في تقرير التنافسية العالمية لعام 2015 ، وكذلك ترتيب الجزائر مقارنة بتلك الدول فيما يتعلق بمؤشرات التشريعات القائمة ، والبنية التحتية من مطارات وطرق وغيرها، وبنية تكنولوجيا المعلومات.

جدول رقم 16 : مؤشرات التنافسية العالمية في الجزائر وبعض الدول العربية لعام 2015

الدولة	الترتيب العام	الاطار التشريعي	البنية التحتية وبيئة الاعمال	البنية التقنية	الموارد البشرية
قطر	37	43	35	40	23
تونس	39	25	49	69	28
الإمارات	40	44	36	36	42
الأردن	53	36	65	65	70
مصر	66	58	87	87	82
السعودية	82	106	59	59	83
الجزائر	97	99	95	95	96

المصدر: سلالي بوبكر، أثر النقود الالكترونية على إدارة السياسة النقدية، اطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المسيلة، 2019، ص 173 .

ومن خلال الجدول السابق يتبين لنا أن تمتع تونس بأفضلية عن غيرها من الدول العربية والشرق الأوسطية فيما يتعلق بالإطار التشريعي المنظم للسياحة حيث جاءت في المرتبة رقم 25، وتليها الأردن 36. وقطر (43)، و الإمارات (44)، ومصر (58)، وأن الإمارات تتمتع بأفضل بنية تحتية وبيئة أعمال ملائمة للسياحة حيث جاءت في المرتبة رقم (27)، تلاها وقطر (35)، المغرب (55).

وأوضح التقرير أن الإمارات تتمتع بأفضل بنية تقنية في المنطقة حيث احتلت المرتبة رقم (36)، ثم قطر(40)، أما من حيث أفضل عمالة بشرية في مجال السياحة حيث تمثل قطر المرتبة الأولى عربيا بـ (23)، وتونس (28)، والمغرب (95)، ثم الجزائر (96). (سلالي، 2019، صفحة 173)

خلاصة الفصل

تعرف التجارة الإلكترونية اليوم معدلات كبيرة للنمو و الانتشار نظرا لما لها من خصائص و إيجابيات جعلتها الأسلوب الأفضل للتبادل، بيد أن هذا التطور لم يكن بنفس الوتيرة في جميع دول العالم بل نجد في الدرجة الأولى الدول المتقدمة و على رأسها الولايات المتحدة، ثم تليها الدول النامية التي استطاعت أن تستفيد من التغيرات الأخيرة و تقتنص الفرصة للابتعاد عن دائرة التخلف، أما باقي الدول النامية و منها الدول العربية فلا يمثل نصيبها من هذه التجارة إلا النزر اليسير، و يعود سبب الاختلاف في حجم استيعاب آليات هذه التجارة بين الدول إلى عدة عوامل تقنية، بشرية، تنظيمية، مالية، و غيرها، أو بعبارة أدق إلى مدى اندماجها في اقتصاد المعرفة.

وعليه فإن الدول العربية أمامها الكثير لتفعله حتى تحول اقتصادياته إلى اقتصاديات مبنية على المعرفة، وتستفيد من المزايا التي تتيحها، كتطوير أسلوب المعاملات التجارية و القيام بها إلكترونيا. فهي تعاني من فجوة رقمية كبيرة إذ تصنف عموما في قطاع تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات ضمن الدول الهامشية، و لا يمكنها ردم هذه الفجوة أو تقليصها إلا بجعل المعرفة أساسا لخلق القيمة المضافة، وهذا يقتضي تنفيذ إصلاحات شاملة في مختلف المجالات باعتماد سياسات تتعلق بتدعيم البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، لاسيما بالنسبة لإمكانية الوصول إلى هذه التكنولوجيات الحديثة و استخدامها و خاصة إنتاجها، و كذلك بالتركيز على العنصر البشري الذي أصبح اليوم يعتبر رأسمال في حد ذاته.

ومع هذا يجب أن ننوه بالجهود التي بذلتها بعض الدول العربية في سبيل ترقية التجارة الإلكترونية و الانتقال إلى اقتصاد المعرفة، لكنها تبقى على العموم مبادرات ناقصة تصب أغلبها في تحسين معدلات استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، في حين كان الأجدر بها إعطاء أولوية أكبر لإنتاج هذه التكنولوجيا محليا من خلال الاهتمام بالبحث العلمي و الابتكار و تحفيز المبادرات الخاصة و استقطاب الاستثمارات الأجنبية المباشرة.

كما نستخلص مما سبق أن استخدامات التجارة الإلكترونية في الدول العربية يختلف بين دولة وأخرى،

حيث نجد أن التعاملات الإلكترونية في دول مجلس التعاون الخليجي تنمو أكثر من بقية الدول العربية مثل الجزائر ومصر وتونس والمغرب ودول أخرى لم تعرف استخدام لهذا النوع من التعاملات وذلك لضعف إمكاناتها وعدم توافر مقوماتها وبالتالي يجب توفير الدعم والمساعدة لبقية الدول والتعاون على تطويره وهو ما يصب في الأخير في صالح تنمية التجارة العربية البينية.

ومن خلال استعراض لواقع النقود الالكترونية في الجزائر نجد انه بالرغم من توافر الكثير من مقوماتها في الجزائر إلا أنها تبقى ضعيفة خاصة من حيث نمو استخدامات والتعاملات النقود الالكترونية، إذ وبالرغم من المجهودات التي تبذلها الجزائر من خلال القطاع المصرفي في هذا الاتجاه إلا أن النقود الالكترونية تواجه العديد من المشكلات في تطبيقها خاصة على مستوى البنوك التجارية، وهذا ما يفرض على الجزائر بناء استراتيجية عامة تقوم على أسس ودعائم وتوفير المتطلبات اللازمة للنهوض بالصناعة المصرفية الالكترونية عامة والنقود الالكترونية خاصة.

نتائج الدراسة

- تساعد التجارة الإلكترونية على التوسع في الاسواق الدولية ، وكذا الى السرعة الوصول إليها ، كما تساعد على إنجاز الصفقات التجارية فوراً وبأقل تكلفة.
- تنامي الاهتمام بتطبيقات التجارة الإلكترونية واتساع مجال استخدامها ليشمل كافة مستويات التعاملات الاقتصادية بين مختلف الوحدات و القطاعات الاقتصادية.
- تعتبر النقود الإلكترونية من أحدث الظواهر التكنولوجية ذات الأبعاد التجارية والاقتصادية والتي تجسد بقوة تفعيل استخدام تكنولوجيا المعلومات في الممارسات الاقتصادية والمصرفية خاصة.
- تمثل النقود الإلكترونية حلقة من حلقات التطور النقدي ، لها مفهومها وخصائصها وأثارها ، فهي تصلح كأداة للدفع كما لها قوة ابراء ووسيلة لتبادل ومخزن للقيمة.
- أن حادثة هذه الظاهرة يتجسد في التباين الكبير بين المفاهيم المختلفة للنقود الإلكترونية ومن ثم فلا غرابة في أن نجد تعريف للنقود الإلكترونية يحصرها في أضيق الحدود في حين تعريف آخر يتسع بها في أوسع نطاق ، وبين هذا وذاك جملة من التعريفات والمفاهيم المتباينة.
- ساهم ظهور شبكة الانترنت وما لحقها من تطورات في ظهور وسائل دفع الكترونية حديثة أهمها النقود الإلكترونية.
- لا يزال النقد الإلكتروني في الجزائر و الدول العربية بعيدا نوعا ما عن واقعه بالرغم من الجهود المبذولة للنهوض بالقطاع.
- ضعف البنية التحتية الإلكترونية في الجزائر و الدول العربية.
- هناك تحديات كبيرة لتطوير مشروع التطبيقات الإلكترونية في الجزائر و الدول العربية أهمها وضع إطار قانوني ينظم التعامل بالنقود الإلكترونية ونشر الثقافة والوعي الإلكتروني بين أفراد المجتمع.

التوصيات

- توفير البنية التحتية للاتصالات والتجارة الالكترونية.
- تشجيع ممارسة التجارة الالكترونية وتوفير متطلبات تطبيقها.
- تأهيل وتدريب الكفاءات البشرية الوطنية لاستخدام التجارة الالكترونية.
- تحسيس المؤسسات بأهمية التجارة الالكترونية وحثهم على انشاء مواقع الكترونية.
- ضرورة تهيئة القواعد و الاطر و الاجراءات لضمان الحماية و الامان و السرية و المحافظة على الخصوصية الشركات و الاعمال الخاصة بالتجارة الالكترونية.
- تبني الصيرفة الالكترونية و اعطاء دفعا قويا بغية تحقيق ميزة تنافسية تساعد على تحسين الخدمة.
- العمل على نشر ثقافة استخدام وسائل الدفع الالكترونية لما لها من فوائد بالنسبة للبنك او العملاء.
- تحديد تعريف موحد للنقود الالكترونية وكذا تحديد جهات الاختصاص التي تعمل على توفير البيانات.
- العمل على تكثيف جهود التعاون على المستوى الدولي او العربي ، ومع الدول التي قطعة أشواط في هذا المجال أو في إطار الشراكة ، وبما يخدم تطوير الصناعة المصرفية في الجزائر.
- ضرورة قيام الكثير من الدول بتعديل أنظمتها المالية والنقدية وهذا كي تتلاءم مع استخدامات النقود الالكترونية وضمان امن وسلامة النظام المصرفي ، وتوفير الثقة فيه وحماية الحقوق المالية للمتعاملين.
- دعم برامج التعاون فيما بين الدول في مجال استخدامات النقود الالكترونية والاستعانة بخبرات الدول الأخرى في هذا المجال واستغلال تطبيقات النقود الإلكترونية في مختلف القطاعات الاقتصادية والمصرفية ، مع الاهتمام باستثمار ذلك في دعم التبادل المصرفي والتجاري الإلكتروني فيما بين الافراد و الدول.
- أخيرا ضرورة إيمان القائمين على إدارة السياسة النقدية في الجزائر بصفة خاصة و الدول العربية بصفة عامة بأهمية النقود الإلكترونية وتأثيراتها المختلفة ، و أن الدخول في هذا المجال لم يعد خياراً اقتصادياً فقط بل ضرورة لا بد منها ، وأن التأخير في تطبيق استراتيجيات متكاملة للنقود الإلكترونية سوف يؤدي إلى تهميش الصناعة المصرفية في ظل اقتصاد عالمي تتزايد فيه حجم تعاملات النقود الإلكترونية.

فائمة الجداول

قائمة الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
101	التجارة الإلكترونية الأمريكية للفترة 1998-2003	01
102	حجم التجارة الإلكترونية من (2000-2006)	02
103	عدد مستخدمي الانترنت في العالم (2008-2018)	03
107	عدد مشتركى الهاتف النقال (2002-2006)	04
108	تطور عدد مشتركى الهاتف المحمول بالنسبة إلى العالم (2002-2006)	05
110	مؤشر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات	06
111	مؤشر IDI لسنة 2008-2010 في الدول العربية	07
113	نسب مستعملي الانترنت في الدول العربية	08
114	معدلات النفاذ إلى الهاتف الثابت و الهاتف النقال في الدول العربية	09
116	قاعدة أجهزة الكمبيوتر في الدول العربية لسنة 2011	10
126	مرتبة بعض الدول العربية وفق مؤشر التقدم التكنولوجي لسنة 2002	11
127	مرتبة بعض الدول العربية وفق مؤشر تقنيات الاتصال والمعلومات 2015	12
136	تطور عدد أجهزة الدفع الإلكتروني في الجزائر الفترة (2012-2017)	13
136	تطور عدد الصرافات الالية في الجزائر الفترة (2012-2017)	14
137	تطور عدد البطاقات بين البنوك الفترة (2010-2015)	15

قائمة الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الأشكال	رقم الشكل
21	الفرق بين التجارة الالكترونية و التجارة التقليدية	01
23	تطبيقات الانترنت في الأنشطة التجارية وتبادل المعلومات	02
25	أنواع التجارة الالكترونية	03
84	يوضح دورة استخدام النقد الالكتروني و إجراءاتها	04
104	نسبة الأفراد الذين يستخدمون الانترنت حسب لكل منطقة في العالم	05

قائمة المراجع

الكتب :

- أ. ابو الهيجاء, عقود التجارة الالكترونية، دار الثقافة لنشر و التوزيع، عمان، (2005).
- ا. العيسوي، التجارة الالكترونية، المكتبة الاكاديمية، القاهرة، (2003).
- أ.ص. السيسي، التجارة الدولية والصيرفة الالكترونية النظريات و السياسات، :دار الكتاب الحديث، القاهرة، (2014).
- ا.ع قندلجي، ع. ا، التجارة الالكترونية وتطبيقاتها، دار المسيرة للنشر والتوزيع و الطباعة، عمان، (2015)،
- إن ، برهم ، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة والتوزيع، الاردن، (2005).
- ابراهيم بختي، التجارة الالكترونية مفاهيم و استراتيجيات التطبيق في المؤسسة. بن عكنون: ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، (2005).
- إبراهيم خالد ممدوح، إبرام العقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية،(2008)
- ابراهيم سيد احمد، قانون التجارة الالكترونية والتوقيع الالكتروني وقانون الملكية الفكرية والادبية،المكتب الجامعي الحديث للنشر والتوزيع،. مصر، . (2005).
- ابوظلطة محمد خليل، و عبد الكريم القاضي زياد. مدخل الى التجارة الالكترونية. الاردن: مكتبة المجتمع العربي.
- أحمد المحمود فداء يحيى، النظام القانوني لبطاقة الائتمان. دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان ،، (1999).
- احمد محمد غنيم. التجارة الالكترونية آفاق الحاضر وتطلعات المستقبل. المنصورة، مصر: المكتبة العربية. (2004).
- احمد محمد غنيم، التسويق والتجارة الالكترونية. المنصورة، مصر: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر،(2008-2009).
- ثناء قباني عليانقود البلاستكية ،الدار الجامعية، مصر، . (2006).
- ج.محمد المرسي، ث. ادريس، التسويق المعاصر .الدار الجامعية، القاهرة، (2005).
- الجبوري علي عبد المحسن، الوسائل الحديثة للدفع في إطار التجارة الالكترونية (المجلد 01). دار النهضة العربية، القاهرة، (2019)

- جلال عايد الشورة، وسائل الدفع الالكترونية، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الاردن،. (2008).
- حجازي، ع. ا.، التجارة الالكترونية وحمايتها القانونية، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، (2004).
- الحداد، أ.د. محرم ، نحو إستراتيجية للاستفادة من التجارة الالكترونية ، معهد التخطيط القومي ، مصر،(2002).
- حسن يوسف يوسف الاقتصاد الالكتروني ، المركز القومي للإصدارات القانونية.مصر، (2012).
- حماد طارق عبد العال، التجارة الالكترونية التجارب التحديات والابعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية. الاسكندرية: الدار الجامعية،(2003).
- رأفت رضوان، عالم التجارة الالكترونية،المنظمة العالمية للتنمية،القاهرة، (1999).
- السيد احمد عبد الخالق، التجارة الالكترونية والعولمة. المنظمة العربية للتنمية الادارية، القاهرة، (2006).
- طارق عبد العال حماد. التجارة الإلكترونية: المفاهيم - التجارب - التحديات - الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية، الدار الجامعية. (2003-2002).
- طه، م، بندق، و، الاوراق التجارية و وسائل الدفع الالكترونية الحديثة، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، (2005).
- ع.م.الشويرف، التجارة الالكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، (2013).
- عبد العال حمادة طارق، التجارة الالكترونية،الدار الجامعية، القاهرة، (2007).
- عبد العليم العجمي أحمد، نظم الدفع الالكترونية وانعكاساتها على سلطات البنك المركزي، الاسكندرية: دار الجامعة الجديدة، (2013).
- عبد الفتاح، مطر عصام، التجارة الالكترونية في التشريعات العربية والاجنبية، الاسكندرية دار الجامعة الجديدة للنشر،2015
- عبد المطلب ، عبد المجيد،اقتصاديات التجارة الالكترونية، ، الدار الجامعية، الاسكندرية .(2014).
- عبد النعيم محمد مبارك، النقود والصريفة والسياسات النقدية، الدار الجامعية للنشر والتوزيع.(1985).
- عدنان الحسيني، التجارة الالكترونية العربية، الدار الجامعية للنشر، مصر، (2002).
- فارس فضيل. التقنيات البنكية (المجلد 01). مطبعة الموساك رشيد، الجزائر، (2013).

- فاروق السيد حسين، " التجارة الالكترونية وتأمينها. الجيزة، دار هال للنشر والتوزيع، مصر، (2001).
- لمان، كاثرين، التجارة الالكترونية العالمية، مركز الأهرام، القاهرة، (2003).
- محمد الجنيهي منير، و محمد الجنيهي ممدوح. النقود الالكترونية. مصر: دار الفكر الجامعي. (2006).
- محمد بس، التجارة الالكترونية، دراسة تكنولوجية و تطبيقية، المجموعة العربية للتدريب و النشر، القاهرة، (2008).
- معتز نزيه محمد المهدي، الطبيعة القانونية لبطاقات الائتمان الالكترونية والمسؤولية المدنية الناشئة عنها. القاهرة، مصر: دار النهضة العربية، (2006).
- منصور محمد حسين، المسؤولية الإلكترونية. الاسكندرية، مصر: الدار الجامعية الجديدة. (2003).
- منير، وممدوح محمد الجنيهي، محمد الجنيهي. (2005). البنوك الإلكترونية. الاسكندرية، مصر: دار الفكر الجامعي.
- نادية حجازي. (2001). ، واقع صناعة تكنولوجيا المعلومات في مصر. الاردن: ندوة المعلوماتية في الوطن العربي.
- النجار فريد، و اخرون اخرون، وسائل المدفوعات الالكترونية التجارة والأعمال الالكترونية المتكاملة، الدار الجامعية. الاسكندرية، (2006).
- نعيم الصمادي حازم. (2003). حازم نعيم الصمادي ،" المسؤولية المصرفية الالكترونية. عمان، الاردن: دار وائل للنشر والتوزيع.
- وليد الزيدي، تجارة الكترونية عبر الانترنت الموقع القانوني، دار المناهج. عمان، (2004).

← الرسائل والمذكرات الجامعية:

أ- الرسائل:

- أ.إيمان ،البنوك التجارية وتحديات التجارة الالكترونية .مذكرة شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة،(2007).
- أ.بختي ،دور الانترنت وتطبيقاته في مجال التسويق، أطروحة شهادة دكتوراه دولة، كلية العلوم الاقتصادية :جامعة الجزائر، (2002).
- ابراهيم بختي، دور الانترنت وتطبيقاته في مجال التسويق. اطروحة دكتوراه ، الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، (2002).

- ب . أسيا ,النظام القانوني للتجارة الالكترونية ، أطروحة دكتوراه في العلوم تخصص قانون الملكية الفكرية .بن يوسف بن خدة ،جامعة الجزائر،(2013).
- ب. فاتح، النظام القانوني للتجارة الالكترونية في ظل التشريع الجزائري، اطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة مولود معمري تيزي وزو ، (2017).
- بويكر سلالي، أثر النقود الالكترونية على إدارة السياسة النقدية. اطروحة دكتوراه. المسيلة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة،(2019)
- جبريل ،س .ص .(2012). واقع التجارة الالكترونية في فلسطين والتحديات المستقبلية ، اطروحة ماجستير،كلية الاقتصاد العلوم الادارية ،فلسطين :جامعة الازهر -غزة، (2012).
- حكيمة، بن وارث ، دور وأهمية التجارة الالكترونية في اقتصاد المعرفة، مذكرة ماجستير، ام البواقي معهد العلوم الاقتصادية و علوم التسيير المركز الجامعي العربي بن مهدي،(2008).
- حمد امداح، التجارة الالكترونية من منظور الفقه الاسلامي. مذكرة ماجستير ،باتنة، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الاسلامية، جامعة الحاج لخضر - باتنة، (2006).
- رشيد علام، عوائق تطور التجارة الالكترونية. رسالة ماجستير. بريطانيا، في إدارة الأعمال - فرع تجارة الكترونية، الاكاديمية العربية البريطانية، (2010).
- س ،طمين، الشكلية في عقود التجارة رسالة ماجستير .تيزي وزو ،كلية الحقوق ،الجزائر :جامعة مولود معمري -تيزي وزو (2011).
- سارة متمم الفحطاني. (2008). النقود الالكترونية حكمها الشرعي واثارها الاقتصادية. المنارة للاستشارات رسالة دكتوراه،جامعة الكويت، (2008).
- عمار لوصيف،،استراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرين ، مذكرة ماجستير ختصاص التحليل والشرف . جامعة منتوري قسنطينة،،(2009).
- قدوري ،أ .استراتيجيات الابتكار وأثرها على تدعيم القدرة التنافسية للشركات المصدرة، مذكرة ماجستير ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ،مستغتم :جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم، . (2017)
- كريمة صراع، واقع و آفاق التجارة الالكترونية في الجزائر . رسالة ماجستير. والعلوم التجارية كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة وهران، (2014).

- مجدي عيادة منصور شيماء جودت. أحكام التعامل بالنقود الالكترونية وأثره على المعاملات المعاصرة. اطروحة ماجستير، غزة، كلية الشريعة والقانون، فلسطين: الجامعة الاسلامية غزة، (2015).
- مخلوفي، ع، التجارة الالكترونية عبر الانترنت .رسالة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة الحاج لخضر، باتنة،(2012).
- مخلوفي، ع، التجارة الالكترونية عبر الانترنت .رسالة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة الحاج لخضر، باتنة،(2012).
- ن. علي فايزة، الاليات القانونية لمحاربة الارهاب الالكتروني، رسالة ماجستير،كلية الحقوق والعلوم السياسية، تيزي وزو، جامعة مولود معمري، (2013).

ب-المذكرات الجامعية:

- بدر البدر زيدان. واقع التجارة الالكترونية في الدول العربية. رسالة ماستر. كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، بسكرة: جامعة بسكرة، (2013).
- خوجة صلاح، التجارة الإلكترونية و اسهاماتها في تطوير منظومة الاحتراف في الجزائر (مذكرة ماستر) ، معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية،: جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، . (2020).
- محمد ياسين كامش، و محمد الامين خالدي، التجارة الالكترونية ، مذكرة ماستر . مغنية، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة أبو بكر بلقايد ، تيلمان، (2016).
- ن. منصور ، الجوانب القانونية للتجارة الالكترونية الدولية، مذكرة ماستر،كلية الحقوق والعلوم السياسية ، البويرة، جامعة اكلي محند اولحاج ، الجزائر،(2018).
- ناية مجادي، دور النقود الإلكترونية في تفعيل التسويق الإلكتروني، مذكرة ماستر ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المسيلة: جامعة محمد بوضياف -المسيلة.(2016).

المجلات

- أحمد جميل، و كهينة رشام ، بطاقة الائتمان كوسيلة من وسائل الدفع في الجزائر. مجلة الاقتصاد الجديدة ، (2009).
- باسم علوان العقابي، عزيز الجبوري علاء، و كاضم جبر نعيم، النقود الالكترونية وورها في الوفاء بالالتزامات التعاقدية. اهل البيت، العدد (06).

- باسمة علي احسان ، لتجارة الالكترونية : مفهومها ومزاياها وموقع البلدان العربية منه ، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية ، (2012).
- تقي الدين حتوت، و محمد زخيري ، واقع تطبيق التجارة الالكترونية في الجزائر بين النظرية والممارسة، المجلة العالمية للبحوث العلمية المتعددة التخصصات ، العدد(2)، (2020).
- ثناء ابازيد، واقع التجارة الإلكترونية والتحديات التي تواجهها عربياً ومحلياً، مجلة جامعة تشرين للدراسات و البحوث العلمية ، العدد (4)،(2005).
- جميلة ب، التجارة الالكترونية وأثرها على النظام البنكي في الجزائر. العدد (11) ، (2018).
- حفيان عبد الوهاب، التجارة الالكترونية مدخل لاندماج التقني في تطبيقات اقتصاد المعرفة، مجلة آفاق علمية ، العدد (03)، (2019).
- زمان ذبيح محمد، النقود الإلكترونية: ماهيتها، مزاياها، مخاطرها، مجلة الشريعة و الاقتصاد ، العدد (01)، (2021).
- رشيد بوعافية ، دور النقود الالكترونية في تطوير التجارة الالكترونية، المجلة الجزائرية للاقتصاد والمالية، العدد (02)، (2014).
- الرشيد، ب ، دور النقود الالكترونية في تطوير التجارة الالكترونية .المجلة الجزائرية للاقتصاد والمالية، العدد (02)، (2014).
- سعد ح. ز، التجارة الالكترونية الاثار الاقتصادية و الحماية القانونية، مجلة الكويت الاقتصادية، العدد (17)، (2018).
- شوقي جباري ، الآثار المرتقبة للنقود الالكترونية على السياسة النقدية. مجلة الاقتصاد الجديد، العدد (05)، (جانفي، 2012).
- ضياء علي أحمد نعمان ، النقود الإلكترونية وسيلة وفاء في التجارة الإلكترونية، المجلة المغربية للدراسات القانونية والقضائية ، العدد 5، (2011).
- عائشة بوتلجة ،الصيرفة الإلكترونية، (2021).
- عبد الرب عماد، و ليلي رشيد حسن ، إطار نموذج لتقويم جودة المرافق الالكترونية. مجلة العربية 3000 ، العدد (04)، (2006).
- عبد الله حزام العجمي ، النقود الالكترونية انواعها- حكم التعامل بها. لمجلة كلية الدراسات الإسلامية والعربية للبنات بالإسكندرية ، العدد (37)

- عبد الوهاب, دادن ، الجباية الافتراضية و التجارة الإلكترونية، مجلة العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، (2004).
- عيود السراج ، دور النقود الالكترونية في عمليات غسل الاموال، مجلة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية ،العدد (01)، (2010).
- عيسى الموسوي نهلى خالد، و مظلوم الشمري إسراء خضير، النظام القانوني للنقود الالكترونية. مجلة جامعة بابل للعلوم الانسانية ، 22 (02)، (2014).
- غائب سعيد حاتم، النقود الإلكترونية واثرها في المعاملات التجارية، ملحق مجلة الجامعة العراقية ، العدد (2)،
- فريد كورتل ،التجارة الإلكترونية في الوطن العربي ، واقع سيبقى أم موجة ستنتهي. مجلة الاقتصاد الجيد، العدد (3)، (2011).
- المبيض مكرم ، النقود الالكترونية واقتصاد المعرفة ، مجلة الاقتصاد الاسلامي العالمية ، (2017).
- مجدوب حشيفة، النقود الالكترونية كألية للوفاء الالكتروني، مجلة القانون والعلوم السياسية ، 04 (02)، (2018).
- محمد المهدي بن السبحو، و عبد القادر مهداوي، الطبيعة القانونية للعقد الإلكتروني، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية ، (6)، (2018).
- محمد طرشي، و نبيل بوفليح ، التجارة الالكترونية في الدول العربية بين الواقع والمأمول. مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا ، (19)، (2018).
- محمود الشافعي محمد ابراهيم ،النقود الالكترونية (ماهيتها، مخاطرها وتنظيمها القانوني) ، مجلة الامن القومي، (2004).
- محمود القاضي، الفجوة الرقمية كبيرة بيننا وبين العالم وعلينا تضييقها، مجلة اتحاد المصارف العربية، (2002).
- نجية معداوي ،استعمال النقود وسبل حمايتها. مجلة الدراسات والبحوث القانونية (08)،
- نعيمة يحيوي، و مريم يوسف ، التجارة الإلكترونية وآثارها على اقتصاديات الأعمال العربية، مجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية (06). (2017).
- يوسف محمد ، التجارب المغاربية في مجال اعتماد التجارة الالكترونية" الجزائر و تونس، مجلة دراسات وأبحاث المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، (2017).

المواقع الإلكترونية

- الجزيرة. (2016). البحرين الأولى عربيا بمؤشر تقنيات الاتصالات والمعلومات. تم الاسترداد من الجزيرة. <https://www.aljazeera.net/tech/2016/11/23>.
- الردايدة, إ. (01 02 2023). آخر التقارير العالمية حول نسب مستخدمي الإنترنت، <https://data.albankaldawli.org/indicator/IT.NET.SECR.P6>.
- شبل م & ،بطي خ. (09 05 2016). البلاغ .مزايا التجارة الإلكترونية وعيوبها : <https://www.balagh.com/article>.
- العربي, ا. ا. (12 04 2017). اثر التجارة الالكترونية على المنافسة في الاسواق المحلية العربية المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية الاقتصادية و السياسية : <https://democraticac>.
- المبيضين, إ. (03 08 2019). نمو مستخدمي الإنترنت في العالم % 188 في 10 سنوات. الغد . [./https://alghad.com/Section-137](https://alghad.com/Section-137)
- المركز الديمقراطي العربي. (12 04 2017). اثر التجارة الالكترونية على المنافسة في الاسواق المحلية العربية. تم الاسترداد من المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية ، السياسية و الاقتصادية: [https:// democraticac.de](https://democraticac.de)

القوانين

- الانستيرال ق. ا. (1996). جوان .(05)القانون النموذجي بشأن التجارة الالكترونية .دليل التشريع 1996قرار الجمعية العامة.

الفهرس

	المحتويات
	شكر و تقدير
	إهداء
	مقدمة عامة
07	الفصل الأول : الإطار المفاهيمي للتجارة الالكترونية
07	تمهيد
07	المبحث الأول: ماهية التجارة الالكترونية
07	المطلب الأول:نشأة التجارة الالكترونية
09	المطلب الثاني: تعريف التجارة الالكترونية
17	المطلب الثالث: خصائص التجارة الالكترونية
21	المطلب الرابع : الفرق بين التجارة الالكترونية و التجارة التقليدية
22	المبحث الثاني: أنواع و امزايا التجارة الالكترونية و عيوبها
22	المطلب الأول: أنواع التجارة الالكترونية
26	المطلب الثاني أهمية التجارة الالكترونية
26	المبحث الثالث: مزايا و عيوب التجارة الالكترونية
28	المطلب الأول: مزايا التجارة الالكترونية
33	المطلب الثاني: عيوب التجارة الالكترونية
34	المبحث الرابع: مجالات و تطبيقات التجارة الالكترونية وأسسها
34	المطلب الأول: مجالات التجارة الالكترونية
34	المطلب الثاني: تطبيقات التجارة الالكترونية
36	المطلب الثالث: أسس التجارة الالكترونية
39	المبحث الخامس: الإطار القانوني للتجارة الالكترونية
40	المطلب الأول: أهم القوانين الصادرة في التجارة الالكترونية
41	المطلب الثاني:أهم المشكلات في التجارة الالكترونية
46	المبحث السادس: أطراف ومراحل إبرام العقود الالكترونية وخصائصها

46	المطلب الأول: أطراف التجارة الالكترونية
48	المطلب الثاني: مراحل إبرام العقود الالكترونية
49	المطلب الثالث: تعريف العقد الالكتروني
50	المطلب الرابع: خصائص العقد الالكتروني
52	المبحث السابع: وسائل الدفع الالكترونية
52	المطلب الأول: نظام الدفع الالكتروني المسبق و الفوري
54	المطلب الثاني: نظام الدفع الالكتروني المؤجل
61	المطلب الثالث: النظام البنكي الحديث للدفع
63	خلاصة الفصل
	الفصل الثاني: النقود الالكترونية
65	تمهيد
66	المبحث الأول: أحكام النقود الالكترونية
66	المطلب الأول : نشأة النقود الالكترونية
67	المطلب الثاني : تعريف النقود الالكترونية
68	تعريف النقود الالكترونية في الاصطلاح التشريعي
70	تعريف النقود الالكترونية من الناحية الفقهية
	بعض التعريفات العامة للنقود الالكترونية
71	المطلب الثالث: خصائص النقود الالكترونية
74	المبحث الثاني: أنواع النقود الالكترونية، مزاياها ومخاطرها
74	المطلب الأول: أنواع النقود الالكترونية
74	اعتبار النوع
75	حسب معيار الوسيلة
76	معيار القيمة النقدية
76	معيار متابعتها والرقابة عليها
76	معيار أسلوب التعامل بها
77	المطلب الثاني: مزايا النقود الالكترونية ومخاطرها

78	مزايا النقود الإلكترونية
79	المزايا التي تحققها للمستهلكين:
81	المبحث الثالث: إصدار و طبعة النقود الإلكترونية
81	المطلب الأول: الأطراف المتعاملة بالنقود الإلكترونية
82	المطلب الثاني: آلية تداول النقود الإلكترونية
82	المرحلة الإجرائية لإنشاء النقود الإلكترونية
82	المرحلة المتعلقة بعملية الشراء ودفع الثمن
84	طبعة النقود الإلكترونية
86	المطلب الثالث: النقود الإلكترونية نقود قانونية
87	المركز القانوني للنقود الإلكترونية في التشريعات الغربية.
87	المركز القانوني للنقود الإلكترونية في التشريعات العربية.
88	الفرع الثالث: ضوابط إصدار النقود الكترونية
88	1- الضوابط الشكلية للتنظيم القانوني للنقود الكترونية:
89	2- الضوابط الموضوعية للتنظيم القانوني للنقود الكترونية
91	المبحث الرابع: وسائل حماية النقود الإلكترونية وصور الاعتداء عليها
91	المطلب الأول: وسائل حماية النقود الإلكترونية
91	أ- تأمين البيانات
92	ب- شهادات التوثيق
94	المطلب الثاني: صور الاعتداء على النقود الإلكترونية
94	1- إساءة استعمال النقود الإلكترونية من قبل حامل البطاقة.
94	2- إساءة استعمال النقود الإلكترونية من قبل الغير.
95	3- إساءة استعمال النقود الإلكترونية عن طريق شبكة الانترنت
96	المطلب الثالث: أهمية النقود الإلكترونية في التجارة الإلكترونية
97	خلاصة الفصل

	الفصل الثالث: التجارة الالكترونية في الوطن العربي
99	تمهيد
100	المبحث الأول: مقارنة بين التجارة الالكترونية في العالم والعالم العربي
100	المطلب الأول: مؤشرات التجارة الالكترونية في العالم
103	أ- الانترنت
106	ب-الهاتف المحمول
109	المطلب الثاني: مؤشرات التجارة الإلكترونية في العالم العربي
109	1- البنية التحتية المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات:
112	2- مؤشرات متعلقة بمعدلات النفاذ إلى شبكة الانترنت والهاتف النقال والثابت
112	أ- الانترنت
114	ب-الهاتف
115	ج- أجهزة الكمبيوتر
117	المبحث الثاني: عوائق ومتطلبات التجارة الالكترونية في الدول العربية
117	المطلب الأول: عوائق التجارة الالكترونية في الدول العربية
119	المطلب الثاني: متطلبات التجارة الالكترونية في الدول العربية
122	المبحث الثالث: واقع التجارة الإلكترونية في الدول العربية
122	المطلب الأول: حجم التجارة الالكترونية العربية
124	المطلب الثاني: الفجوة الرقمية في البلدان العربية
124	1- مستوياتها
125	2- أسبابها
128	المطلب الثالث: أثار التجارة الالكترونية على اقتصاديات الدول العربية
130	المبحث الرابع: النقود الالكترونية في الدول العربية
130	المطلب الأول: المركز القانوني للنقود الالكترونية في التشريعات العربية
130	1- المركز القانوني للنقود الالكترونية في التشريع المصري
131	2- المركز القانوني للنقود الالكترونية في التشريع الجزائري

132	المطلب الثاني: نماذج بعض الدول العربية في النقود الالكترونية
132	أولاً: التجربة الاماراتية للنقود الالكترونية
133	ثانياً: التجربة المصرية للنقود الالكترونية
134	ثالثاً : التجربة الجزائرية للنقود الالكترونية
134	المطلب الثالث: النقود الالكترونية في الجزائر
135	أولاً: ظهور النقود الالكترونية في الجزائر
136	ثانياً: تطور النقود الالكترونية في الجزائر
138	المطلب الرابع: مجالات النقود الالكترونية المطبقة في الجزائر و الدول العربية
138	1- مجالات النقود الالكترونية المطبقة في الجزائر
140	2- مجالات النقود الالكترونية المطبقة في الدول العربية
142	خلاصة الفصل
144	نتائج الدراسة
147	الفهرس

المخلص

استطاعت الإنترنت أن تفرض وجودها منذ ظهورها قبل أكثر من عشرين سنة في الحياة اليومية ، فقد تغلغت منذ 1995 تاريخ انفتاحها على العموم ، في سلوك الناس والمؤسسات ، وغيره تغييرا جذريا ، بأن بعث استعمالات جديدة ومهن مبتكرة ، وعادات أملتها جدت هذا المعطى .
والتي من بينها التجارة الإلكترونية، هذه الأخيرة التي لا تزال مفهوما جديدا بعد في البلدان غير المتقدمة وخاصة البلدان العربية.

ففي الدول المتطورة هناك حاليا قرابة ثمانية ملايين شركة تبيع منتجاتها ، وتعرض خدماتها من خلال ممارسة التجارة الإلكترونية ، هذه الأخيرة التي وصل حجمها بالعالم المتطور تريليونات الدولارات في ،حين أن حجمه في البلدان العربية لا يتجاوز بضعة مليارات دولار.

يبرز دور التجارة الإلكترونية في خلق و تحسين تنافسية الدول العربية في الأسواق العالمية، وتم دراسة حالة بعض الدول العربية والمتمثلة في: السعودية، مصر ، الإمارات، حيث تطرقنا إلى واقع التجارة الإلكترونية في هذه الدول، ومعرفة مدى تحقيقها للتنافسية على مستوى الأسواق العالمية عن طريق التجارة الإلكترونية .وقد تم الاستعانة في هذه الدراسة بمختلف التقارير والإحصائيات الصادرة من مختلف الهيئات الدولية المتخصصة في هذا المجال.

تعد النقود الإلكترونية واحدة من أهم الوسائل التي ابتكرها عامل التبادل الإلكتروني السريع، فهي المكافئ الإلكترونية للنقود التي أعتدنا تداولها، لذا فالنقود الإلكترونية تعتبر وسيلة مثلى لتسوية مختلف المعاملات المالية، والتجارية عبر شبكة الانترنت، وشبكات الحاسوب والأنظمة الرقمية المختلفة .
غير أن هذه النقود ونظرا لخصائصها المتميزة عن النقود التقليدية، قد تثير مجموعة من المخاطر التي تتعكس سلبا على المتعاملين بها بيعا وشراء.

الكلمات المفتاحية: التجارة الإلكترونية، النقود الإلكترونية،

Abstract

The Internet has been able to impose its existence since its emergence more than twenty years ago in daily life. Since 1995, it has generally penetrated into the behavior of people and institutions, and has changed radically, by sending new uses, innovative professions, and habits dictated by the grandmother of this given.

Among them is electronic commerce, the latter of which is still a new concept in non-developed countries, especially Arab countries.

In developed countries, there are currently about eight million companies that sell their products and offer their services through the practice of electronic commerce, the latter whose volume in the developed world has reached trillions of dollars, while its size in Arab countries does not exceed a few billion dollars.

Highlighting the role of electronic commerce in creating and improving the competitiveness of Arab countries in global markets, and the case of some Arab countries was studied, represented in: Saudi Arabia, Egypt, and the Emirates, where we touched on the reality of electronic commerce in these countries, and knowing the extent to which it achieves competitiveness at the level of global markets through E-commerce. Various reports and statistics issued by various international bodies specialized in this field were used in this study.

Electronic money is considered one of the most important means which the rapid electronic exchange has enormously promoted. It's the electronic equivalent of the electronic. Currencies we use in our daily life. That's why it is considered the model way for the regularity of all the money exchanges and commercial transactions via the Internet, computer networks and the different numerical systems.

Unlike the traditional money, the electronic money can engender many risks which may eventually hinder buyers and sellers with their transactions.

Key words: : E-money, E-commerce.

Résumé

Internet a su imposer son existence depuis son apparition il y a plus de vingt ans dans la vie quotidienne. Depuis 1995, elle s'est largement infiltrée dans les comportements des personnes et des institutions, et a radicalement changé, en envoyant de nouveaux usages, des métiers innovants, et des habitudes dictées par la grand-mère de cette donnée.

Parmi eux se trouve le commerce électronique, ce dernier étant encore un concept nouveau dans les pays non développés, en particulier les pays arabes.

Dans les pays développés, il y a actuellement environ huit millions d'entreprises qui vendent leurs produits et offrent leurs services à travers la pratique du commerce électronique, ce dernier dont le volume dans le monde développé a atteint des billions de dollars, alors que sa taille dans les pays arabes ne dépasse pas un quelques milliards de dollars.

Soulignant le rôle du commerce électronique dans la création et l'amélioration de la compétitivité des pays arabes sur les marchés mondiaux, et le cas de certains pays arabes a été étudié, représenté en : Arabie saoudite, Égypte et Émirats, où nous avons abordé la réalité du commerce électronique dans ces pays, et sachant dans quelle mesure il atteint la compétitivité au niveau des marchés mondiaux grâce au commerce électronique. Divers rapports et statistiques émis par divers organismes internationaux spécialisés dans ce domaine ont été utilisés dans cette étude.

La monnaie électronique est considérée comme l'un des moyens les plus importants que l'échange électronique rapide a énormément promu. C'est l'équivalent électronique de l'électronique. Devises que nous utilisons dans notre vie quotidienne. C'est pourquoi il est considéré comme la voie modèle pour la régularité de tous les échanges monétaires et

transactions commerciales via Internet, les réseaux informatiques et les différents systèmes numériques.

Contrairement à la monnaie traditionnelle, la monnaie électronique peut engendrer de nombreux risques qui peuvent à terme gêner les acheteurs et les vendeurs dans leurs transactions.

Mots-clés : E-monnaie, E-commerce