

حوكمة مناخ التجارة الإلكترونية (دراسة في العوائق والآليات)

The Rationalization and governance of the e-commerce climate (study of obstacles and mechanisms)

سالم أقاري¹، حمزة عبد الناصر²

SALEM AGARI¹ , ABDENACER HAMZA²

¹المركز الجامعي تمنراست، (الجزائر)، agariznouba@gmail.com

²جامعة قاصدي رباح ورقلة، (الجزائر)، الإيميل المهني للباحث الثاني

¹University Centre Tamanghasset, Algeria, agariznouba@gmail.com

²University Kasdi Merbah Ouargla, Algeria, ABDENACER.HAMZA@univ-ouargla.dz

تاريخ النشر: 2019/12/17

تاريخ قبول النشر: 2019/11/18

تاريخ الإستلام: 2019/09/25

ملخص:

تتناول الدراسة التحديات التقنية وغير التقنية التي تواجه حوكمة البنية التحتية للتجارة الإلكترونية، وكذلك البحث في مختلف الآليات السياسية والقانونية والإدارية والمجتمعية، التي من شأنها تفعيل حوكمة التجارة الإلكترونية، في إطار تبني مقاربة تشاركية بين مختلف فواعل التجارة الإلكترونية.

الكلمات مفتاحية: التجارة الإلكترونية، الحوكمة الإلكترونية، الآليات الإلكترونية، المناخ الافتراضي، مناخ التجارة الإلكترونية، عوائق التجارة.

تصنيفات JEL: F19، E42، D18.

Abstract:

The study addresses the technical and non-technical challenges facing e-commerce infrastructure governance, as well as research into the various political, legal, administrative and community mechanisms that will enhance e-commerce governance, as part of a participatory approach among the various eCommerce factors.

Keywords: E-commerce, electronic governance, electronic mechanisms, hypothetical climate, e-commerce climate, trade barriers.

JEL Classification Codes : F19 ,E42 ,D18.

1. مقدمة:

شهد العالم تطورات هائلة بشكل غير معهود في كافة ميادين الحياة وقد نجم عنها ظهور تقنيات اتصال مذهلة تحول معها العالم إلى قرية كونية صغيرة، تتلاشى فيه الحدود الجغرافية التقليدية، ولم يزل الكثيرون يحاولون رصد صداها في عديد المجالات ومن بينها التجارة، فظهرت ما يسمى بالتجارة الإلكترونية؛ فصار رجال الأعمال مثلا يبيعون ويشترون من منازلهم دون الحاجة للقاء المتعاقدين في مجلس واحد حقيقي، فيتبادلون المعلومات والبيانات بسهولة كبيرة وفائقة؛ نظرا للاهتمام الواسع الذي حظيت به من الجانب القانوني والتشريعي، وهذا ما سارع في عملية نمو هذا النوع من التجارة .

غير أن هذا النمط غير المعهود سابقا من التجارة يقتضي العديد من التجهيزات والمرافقة البشرية المتخصصة في المعاملات الالكترونية، ما يشكل العديد من التحديات التقنية وغير التقنية التي تقتضي تفعيل أنماط حقيقية للحكومة قصد تسهيل وإضفاء الشفافية والمرونة على عملياتها، ومن هذا المنطلق تبحث هذه الدراسة في التحديات التي تواجه حوكمة التجارة الالكترونية والآليات الممكنة لحكومة ناجعة للمعاملات التجارية على الفضاء الالكتروني.

الإشكالية:

ما هي التحديات التي تواجه حوكمة التجارة الالكترونية؟ وما هي الآليات الممكنة لتحقيقها؟

2. الإطار النظري للحكومة الالكترونية والتجارة الالكترونية

إن نمو وتطور المجتمعات في ظل العولمة والاتجاه نحو ما يسمى بمجتمع المعلوماتية الذي يتميز بسرعة في معالجة ونقل المعلومة، جعل الأفراد يفضلونها في إبرام العقود فلم يعد هناك ضرورة للتنقل لإبرام الصفقات أو الانتظار لمدة طويلة، لإرسال أو استلام رسائل بفعل انعكاس التطور التقني، على حياتنا اليومية وعلى المستوى الدولي ظهور التجارة الإلكترونية وبالتالي محاولة الحكومات والأفراد الاندماج، في المنظومة العالمية الجديدة يدفعها لتبني سلوكيات جديدة مبنية، على التحكم في التقنية والمعلومة والتكنولوجية الرقمية.

1.2 الحوكمة الإلكترونية:

في البدء ينبغي الإشارة إلى أنه لم يظهر تعريف أو مفهوم محدد للحكومة ولم يكن الفرق واضحا بينه وبين الحكومة الإلكترونية من قبل المتخصصين والباحثين نظرا لحداثة الموضوع وتداخله عند البعض منهم فقد عرفت مؤسسة التمويل الدولية IFC الحكومة بأنها: نظام يدير المؤسسات ويتحكم في أعمالها وهي أيضا تعني استخدام تقنيات الاتصالات وتسخيرها في ضبط المهام وتقديم الخدمات بمستوى يساهم في استخدام موارد المؤسسة بأفضل

وجه وتقديم أفضل الخدمات إلى مختلف المستخدمين وهي نتاج لثورة تكنولوجيا المعلومات ودورها لرفع قدرات المؤسسات وكفأتهما كذلك تسهم في تعزيز مهامها لتصل إلى الأهداف المطلوبة باستخدام الوسائل الإلكترونية للوصول لمعلومات المؤسسة المختلفة⁽¹⁾.

إن الأساس الذي تعمل من خلاله الحوكمة الإلكترونية هو استخدام " شبكة الإنترنت " التي توفر أساليب العمل وتتكامل مع التقنيات والعناصر الأخرى وإعادة بناء وملائمة التعليمات فالحوكمة الإلكترونية تعد تغييرا إيجابيا كبيرا في مجال أداء الوظائف وتحولا استراتيجيا في تقديم خدمات المؤسسات وإيصالها للمستخدمين وبناء أساليب متقدمة لمشاركة المستخدمين في تطوير المهام والرقابة على الأداء مما أدى سلوك المؤسسات التي تسعى إلى تطبيقها اتجاه يتضمن التعديل الجوهري في هيكلها وآليات عملها⁽²⁾.

الحوكمة الإلكترونية عبارة عن مرحلة متقدمة من مراحل تطبيق الحكومة الإلكترونية ولا يمكن تطبيقها ابتداءً لما تحتاجه من تهيئة على المستوى الفني والسياسي والاقتصادي وحتى الاجتماعي كما تمثل الحوكمة الإلكترونية بروتوكول اتصال ثنائي الاتجاهات تسعى للوصول إلى رضا الجهات الفاعلة المتلقية للخدمة⁽³⁾.

2.1.1.1 أبعاد الحوكمة الإلكترونية:

وتستهدف الحوكمة الإلكترونية مجموعة من الأبعاد المختلفة هذه الأبعاد تتشكل من عشر عناصر أساسية (الشفافية المشاركة العدالة والمساواة الموثوقية الفاعلية المسائلة الإتقان الإداري الخدمة التنظيمية التنبؤ التكاملية) وبذلك ينطوي مفهوم الحوكمة الإلكترونية على ثلاث أبعاد رئيسية تشمل:

- **البعد السياسي:** حيث يعني طبيعة النظام السياسي وشرعية التمثيل والعناصر العشرة حيث يركز هذا البعد على قيم الديمقراطية الليبرالية وفلسفتها السياسية.
- **البعد الاقتصادي الاجتماعي:** لما له من علاقة بالسياسات العامة والتأثير على حياة السكان ونوعية الحياة والوفرة المادية وارتباط ذلك بدور المجتمع المدني واستقلالته وبالتركيز على نمط اقتصاد السوق الحر.
- **البعد التقني والإداري:** يعني كفاءة وفاعلية الأجهزة فلا يمكن تصور إدارة عامة فاعلة بدون الاستقلال عن النفوذ السياسي ولا يمكن تصور مجتمع مدني دون استقلالية عن الدولة ولا تستقيم السياسات الاقتصادية والاجتماعية بغياب العناصر العشرة وهكذا يحتاج الأمر إلى درجة من التكامل انطلاقا من إصلاح المجال الإداري وتطبيق تقنيات المعلومات والتكنولوجية في إدارة العمليات والمعاملات داخل البلدان والأوطان⁽⁴⁾.

ويشير الكثيرون إلى أن الحوكمة الإلكترونية هي المستقبل حيث تسعى العديد من البلدان جاهدة نحو تشكيل حكومة خالية من الفساد لذلك ينبغي أن يكون هناك نظام استجابة تلقائي لدعم جوهر الحوكمة الإلكترونية حيث تدرك الحكومات من خلاله مدى فاعلية وفعالية إدارتها المختلفة.

2.1.2 اتجاهات الحوكمة الإلكترونية:

- 1- يجب أن تقدم الحوكمة الإلكترونية خدمات حقيقية ذات مصالح حقيقية للمتعاملين.
- 2- يجب أن تقوم بتسويق خدماتها الإلكترونية.
- 3- يجب تنفيذ جميع الخدمات فوراً بغرض تخفيض التكاليف.
- 4- يحتاج تطبيق الحوكمة الإلكترونية إلى وجود منصة اتصال دائم بين المتعاملين.
- 5- يجب تحديد المخرجات المطلوبة وقياس درجة التقدم في الخدمات المقدمة إلكترونياً.
- 6- من الضروري تحقيق تكامل بين القطاعات.

فالحوكمة الإلكترونية وفقاً لهذا هي سلسلة من العمليات والإجراءات المحاطة بإطار قانوني التي تهدف إلى تنظيم المعاملات والمعلومات والمخاطبات والمستندات الرسمية وغير الرسمية بين المؤسسة والمستفيد وتأمين سبل حفظها وأرشفتها ورقمنتها وتوفير آلية لاسترجاعها بالاعتماد على تطبيقات تكنولوجيا المعلومات⁽⁵⁾.

تعتبر التكنولوجيا بجميع أنواعها واستخداماتها، دليلاً على تطور هذا البلد أو ذلك حتى أضحى، التطور التكنولوجي مقياساً، لقدرة بلد ما على اللحاق بالدول المتقدمة، حيث أن التقدم التكنولوجي يعتبر دافعاً ومحركاً، لجميع البنى في المجتمع سواءً البنية الثقافية أو الاجتماعية أو الاقتصادية، وإذا كان التقدم التكنولوجي في جوهره نتيجة لسلسلة متعاقبة من المراحل الإنتاجية، المتراكمة فهو أيضاً وليد البنية الثقافية والاجتماعية لهذا المجتمع أو ذلك في كونه النتيجة والحصيلة والأبرز من جهة، وفي كونه المؤثر والفاعل الرئيسي من جهة أخرى، وبمعنى آخر فإنه يعمل في نطاق البنى التحتية والفوقية للمجتمعات المتقدمة، وتعتبر التجارة الإلكترونية إحدى أهم مخرجات التطور التكنولوجي والتقني.

2.2 التجارة الإلكترونية

التجارة الإلكترونية كمفهوم عام هي إدارة الأنشطة التجارية وتنفيذ العمليات المتعلقة بالسلع والخدمات بواسطة تحويل المعطيات عبر شبكة الإنترنت أو الأنظمة التقنية المشابهة.

ويختلف مفهوم التجارة الإلكترونية عن مفهوم الأعمال الإلكترونية، فالأعمال الإلكترونية أوسع نطاقاً وأشمل من التجارة الإلكترونية، فهي تقوم على فكرة الأداء الإلكتروني في العلاقة بين إطارين من العمل وتمتد لسائر الأنشطة الإدارية والإنتاجية والمالية والخدمية، ولا تتعلق فقط بعلاقة المورد بالعميل بل تمتد لعلاقة المنشأة بوكلائها وموظفيها وعملائها وإلى أنماط أداء العمل وتقييمه والرقابة عليه، في حين أن

التجارة الإلكترونية نشاط تجاري يهتم بتعاقدات البيع والشراء وطلب الخدمة وتلقيها بآليات تقنية ضمن بيئة تقنية خاصة به وأن التجارة الإلكترونية هي مجرد وجه رئيسي من أوجه الأعمال الإلكترونية مثل : التسويق الإلكتروني، المصارف الإلكترونية، التوريد الإلكتروني، وما إلى ذلك من أنشطة الأعمال الإلكترونية. وبالتالي فإن علاقة الأعمال الإلكترونية بالتجارة الإلكترونية هي علاقة الكل بالجزء والعام بالخاص والتكنولوجيا المتكاملة وتطبيقاتها⁽⁶⁾.

1.2.2 مفهوم التجارة الإلكترونية:

العديد من التعريفات التي يحاول كلٌّ منها أن يصف ويحدد طبيعة هذه التجارة وما يتعلق بها من ممارسات، ويرجع ذلك إلى تنوع واختلاف تطبيقات التجارة الإلكترونية. ويستعرض الباحث فيما يلي نماذج من هذه التعريفات:

1- عرّفت منظمة التجارة العالمية التجارة الإلكترونية بأنها: "مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج وتوزيع وتسويق المنتجات والخدمات بوسائل إلكترونية".

2- عرّفت التجارة الإلكترونية من منظور إسلامي بأنها: "مبادلة مال بمال على وجه مشروع بالوسائل الإلكترونية الحديثة".

3- التجارة الإلكترونية: "هي تمازج كل من التكنولوجيا والبنية التحتية والمقايضة والسلع وتعتبر عن عملية يتم من خلالها توظيف الصناعة لاستنباط تطبيقات عملية ومنتجات ومستخدمين وتبادل معلومات ونشاطات اقتصادية وتوظيفها من خلال عملية تكاملية في سوق عالمي يسمى الشبكة العنكبوتية أو سوق الإنترنت⁽⁷⁾."

وترى الدراسة أنه يمكن تعريف التجارة الإلكترونية بأنها: عملية تسويق وتوزيع وتبادل المنتجات والسلع وتنفيذ الخدمات من خلال سوق إلكتروني عالمي.

وعلى الرغم من حداثة هذا النوع من التجارة الغير تقليدية، إلا أنها استطاعت بشكل لافت للنظر أن تُحدث طفرة كبيرة في عالم التجارة جعلت كافة التجار حول العالم يعتمدون بشكل أساسي على هذا النوع من التجارة - أي التجارة الإلكترونية- في ترويج وبيع منتجاتهم وتحقيق أرباح هائلة بكل سهولة دون تحمل نفقات زائدة في الترويج لتلك المنتجات. كما ساعدت التجارة الإلكترونية على الوصول لأعداد كبيرة جداً من المستهلكين ليس فقط في منطقة منشأ المنتج، بل في كل أرجاء العالم؛ حيث يمكن لأي فرد بفضل التجارة الإلكترونية والتطور التكنولوجي الهائل أن يحصل على منتج ما أثار إعجابه بضغطه واحدة ويصل له هذا المنتج من قارة أخرى، حيث مكان صناعته وذلك باستخدام وسائل شحن كثيرة ومختلفة أُجدها التجارة الإلكترونية حول العالم⁽⁸⁾.

2.2.2 عناصر التجارة الإلكترونية:

لقد اختلفت الآراء حول تحديد دقيق لعناصر التجارة الإلكترونية، ولذلك نحاول تلخيصها في عناصر متكاملة تشكل محصلة للتجارة الإلكترونية، بحيث يتحدد مفهومها من خلال الطبيعة الخاصة لشبكة الإنترنت وهي:

1. العنصر الأول: وهي المنتجات والمواد التي يرغب، المسوق أو الشركة المنتجة تسويقها، عن طريق الشبكة وقد تكون هذه المنتجات بضائع استهلاكية معينة، وقد تكون مواد برمجية، وهذه حالياً أكثر أنواع المنتجات رواجاً، على الشبكة لسهولة عمليات البيع والشراء، المترافقة معها أكثر المنتجات الأخرى، وأخيراً قد يكون المنتج عبارة عن خدمات معينة، يرغب المنتج في تقديمها للزبائن.

2. العنصر الثاني: الزبون وهو الشخص طالب الخدمة أو المنتج، وقد يكون أي شخص آخر ومن أي مكان على الأرض (طالما أنه مستخدم للشبكة العنكبوتية)، وهناك العديد من الأسباب التي تجعل الزبون راغباً، في التعاملات التجارية الإلكترونية.

3. العنصر الثالث: المسوق، وهو صاحب المنتج أو الخدمة وقد يكون شركة كبيرة أو صغيرة أو متوسطة، أو محل تجاري أو وسيط تجاري، ...، وكما الزبائن فإن هناك الكثير من المغريات التي تقدمها التجارة الإلكترونية، للمنتجين كي يقوموا بالترويج لبضائعهم، وبيعها إلكترونياً عن طريق الشبكة.

4. العنصر الرابع: البنية التحتية، وهي أهم عناصر التجارة الإلكترونية، وهي بدورها تضم مجموعة من العناصر والمكونات، والتي بتحقيقها نضمن تحقيق الأهداف والغايات الأساسية للتجارة الإلكترونية، كما نضمن الحصول على نتائج وثمار التحول إلى استخدام واعتماد التقنية في التجارة⁽⁹⁾.

3. البنية التحتية لمناخ التجارة الإلكترونية

تقتضي ممارسة أنشطة التجارة الإلكترونية بيئة رقمية إلكترونية، تتطلب توفير مجموعة من البنى التحتية الإلكترونية الداعمة لها، قصد تسهيل عقد معاملاتها التجارية عبر شبكة الإنترنت. وهي على عدة أشكال⁽¹⁰⁾:

1.3 البنية التحتية لخدمات الأعمال العامة:

ويقصد بها الأرضية التقنية ذات الصبغة التجارية الإلكترونية، وهي بنى لها ما يقابلها في التجارة التقليدية، ونظراً لتطور التجارة عبر شبكة الأنترنت، تم تطورها استيعاباً، نذكر منها:

1.1.3 الأوراق التجارية الإلكترونية: وهي محركات شكلية قابلة للتداول بالطرق التجارية، وتمثل حقاً موضوعه مبلغ من النقود مستحقة الدفع لدى الاطلاع أو بعد أجل قصير، ويجري العرف على قبولها كأداة للوفاء مثلها مثل النقود⁽¹¹⁾، فقد جعلت الأوراق التجارية في شكل إلكتروني بشكل كلي أو جزئي لتسهيل تداولها، وهي على أنواع

ثلاثة : الكمبيالة الإلكترونية – الشيك الإلكتروني – السند لأمر الإلكتروني، لها نفس خصائص ومعلومات ووظائف الأوراق التجارية التقليدية وتمتع بنفس الحجية القانونية التجارية، غير أنها مسبوغة بصيغة إلكترونية فقط.

2.1.3 النقود الإلكترونية: وتعد النقود الإلكترونية تطورا واضحا في وسائل الدفع عبر الانترنت، بل هي الوسيلة الوحيدة التي نشأت خصيصا لتسوية معاملات التجارة عبر الانترنت، فالدفع عن طريق التحويل البنكي أو عن طريق الدفع عن طريق الكروت البنكية هي وسائل عرفها الواقع التجاري قبل ظهور الانترنت⁽¹²⁾.

لقد حاول ثلة من الفقه تحديد مفهوم للنقود الإلكترونية، غير أن كثيرا منها جاءت سطحية وغير دقيقة، في حين لامس البعض الآخر لب وجوهر الأمر، وهذا من خلال أمرين:

- عرضها كدعامة بديلة ومغايرة للدعامة الورقية والنقدية التقليدية المعروفة ومساوية لها في القيمة (رموز – ارقام – معلومات).

- بيان صفتها كمقابل للسلع والخدمات المعروضة على شبكة الانترنت.

- يتم تداولها عبر شبكة الانترنت.

وقد عرفها البعض بأنها: "هي مجموعة من البروتوكولات والتوقيعات الرقمية التي تتيح للرسالة الإلكترونية أن تحل فعليا محل تبادل العملات التقليدية، وعموما يركز النقد الإلكتروني على البروتوكول الذي طورته شركة **Digi cash** والذي يسمى **E.cash**"⁽¹³⁾.

وفي نفس السياق هي: "معالجة رقمية للمدفوعات عبر الانترنت حيث تحل قيمة النقد محلا للسيولة النقدية ويتم ذلك باستخدام الحوسبة والرقمية بأشكالها المختلفة من حواسيب وهواتف نقالة وكروت ذكية، أو أية وسيلة تحتوي على ذاكرة حاسوبية وقدرات تشفيرية"⁽¹⁴⁾.

وقد عرّفها التوجيه الأوروبي الصادر في 18 سبتمبر 2000 بأنها: "قيمة مالية مخزنة على دعامة إلكترونية مثل الكروت ذات الذاكرة أو على ذاكرة الكمبيوتر، وتكون مقبولة كوسيلة دفع من جانب المشروعات والتجار، يتم إصدارها لكي تكون في مكنة المستهلكين وتحل إلكترونيا محل النقود الورقية والنقود المكتوبة"⁽¹⁵⁾.

وعرّفها البعض بأنها: "قيمة نقدية مخزنة على وسيلة إلكترونية مدفوعة مقدما وغير مرتبطة بحساب بنكي، وتحظى بقبول واسع من غير من قام بإصدارها، وتستعمل كأداة للدفع لتحقيق أغراض مختلفة"⁽¹⁶⁾.

وتتمتع النقود الإلكترونية بمجموعة من الخصائص تميّزها تجعلها أكثر كفاءة من النقود التقليدية (ورقية – معدنية):

- أن النقود الإلكترونية ذات قيمة نقدية محملة على دعامة غير مادية (إلكترونية).

- مؤقتة بعملية الدفع: ويقصد بها أنه متى تم الدفع بهذه الوحدات أو النقود الإلكترونية فيجب إرسالها إلى مصدرها حتى يحولها إلى نقود عادية، وتسمى هذه العملية بهدم أو تغيير طبيعة النقود الإلكترونية.

- عدم تجانسها، فهي تصدر بفئات مالية مختلفة، وكل فئة يعبر عنها برقم معين، وبالتالي تختلف من فئة إلى أخرى ومن مستهلك إلى آخر.

- ذات طبيعة عابرة للحدود، نظرا لسهولة استخدامها وتداولها.(17)

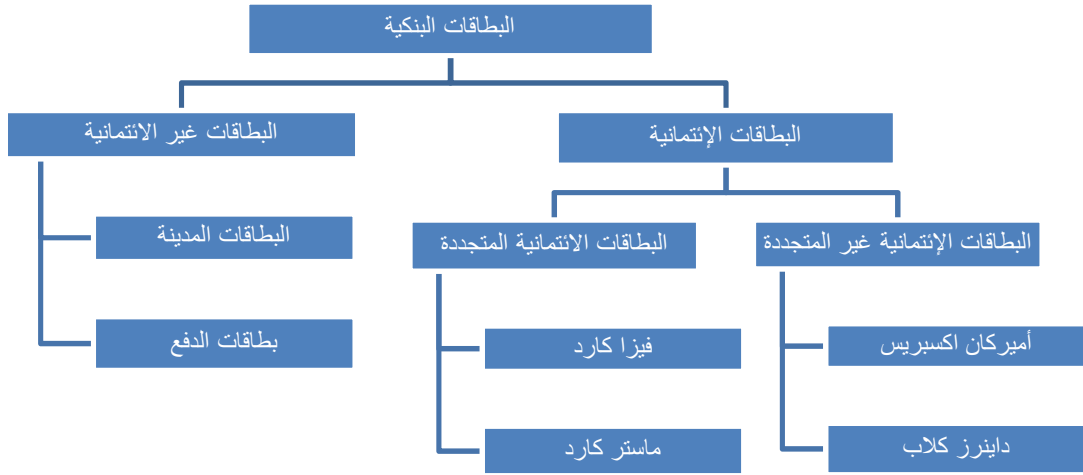
- يتم استصدار هذه النقود الخاصة من طرف شركات ومؤسسات خاصة، مقابل حصولها على نقود تقليدية بنفس القيمة، ويتم تدميرها في النهاية من قبلها تفاديا لازدواجية الصرف.

- ويتطلب وجود هذه الأموال واستخدامها كوسيلة وفاء وجود ثلاثة مراحل (الإصدار لصالح المالك - انتقال النقود الالكترونية من مالك البطاقة إلى شخص ثالث - تدمير النقود الالكترونية في حالة استلام الشخص الثالث للنقود التقليدية من المصدر وتكون مساوية لقيمة النقود الالكترونية، وعملية التدمير لا تدخل في الميزانية بل في قاعدة المعلومات من أجل منع الازدواجية في الصرف)(18).

3.1.3 الحافظة الإلكترونية: وهي وسيلة تستخدم لدفع أو تسوية المعاملات التجارية عبر شبكة الانترنت، وتتكون هذه الوسيلة من كارت بلاستيك مثبت عليه من الخلف كمبيوتر صغير مزود بذاكرة إلكترونية تسمح بتخزين معلومات وقوى شرائية في صورة وحدات إلكترونية ذات قيمة مالية تصلح لسداد أثمان البضائع والخدمات قليلة القيمة مثلا مثلها في ذلك مثل النقود(19).

4.1.3 بطاقات الدفع الالكترونية: وهي عبارة عن بطاقة بلاستيكية مغناطيسية يصدرها البنك لصالح طالبها وتحمل شعار البنك الذي أصدرها واسم صاحبها وكذا رقم البطاقة التسلسلي وكذا تاريخ صلاحية البطاقة، ويستطيع حامل البطاقة استخدامها في عمليات شراء احتياجاته وكذا أداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات، وتعطي هذه البطاقات قدرا من المرونة وتجنبه لخطر لأخطار السرقة، وهذا ما ساعد في الانتشار السريع لها على المستوى العالمي، والبطاقات البنكية على أشكال وأنواع على حسب مميزات والخدمات التي تقدمها وفق الشكل:

شكل رقم 01: أنواع البطاقات الرقمية



المصدر: بن عمارة نوال، وسائل الدفع الإلكترونية (الافاق والتحديات)، الملتقى الدولي حول التجارة الإلكترونية، جامعة ورقلة، 15 - 16 - 17 مارس 2004، ص 13.

أما في الجزائر فتصنف البطاقات التي نص عليها المشرع الجزائري والصادرة عن البنوك إلى صنفين: الأولي هي البطاقة المصرفية العادية أو ما يسمى ببطاقة السحب الآلي، والمرتبطة بالحسابات الشخصية للعميل خاصة حساب الأجر الشهري، أما الصنف الثاني فهي بطاقة الدفع المصرفية التي تسمح لحاملها بسحب الأموال وتسديد فواتير كل الخدمات المقدمة على مستوى جهاز الدفع الإلكتروني TPE الموجودة في محلات المنخرطين في شبكة RMI والذين يضعون على واجهة محلهم الإشارة CIB، بطاقات ما بين البنوك ويقصد بها شبكة البطاقات البنكية المكونة من شبائيك آلية للبنوك التي انطلق مشروعها في 2002 لكنها لم تنتشر عبر كافة التراب الوطني إلا ابتداء من 2007، حيث تتكفل بتسيير شبكة البطاقات البنكية شركة SATIM منذ سنة 1997 في إطار إعداد شبكة نقدية إلكترونية بين المصارف في الجزائر، وفي إطار تحديث وعصرنة النظام المصرفي الجزائري خاصة أنظمة الدفع، بادر بنك الجزائر بالتعاون مع وزارة المالية بمساعدة البنك العالمي في إنجاز نظام دفع إلكتروني متطور هو نظام التسوية الإجمالية الفورية للمبالغ الكبيرة والدفع السريع، وهو نظام مركزي إلكتروني يقوم على أساس إجمالي تسيير فيه أوامر التحويلات الدائنة في وقت حقيقي، وبصفة مستمرة، وعلى الفور بدون تأجيل⁽²⁰⁾.

5.1.3 الذهب الإلكتروني: إي-غولد بالإنجليزية: (E-gold)، وهو اسم أيضاً لشركة عمالات ذهبية إلكترونية حيث عمل كوسيط لتبادل العملة الذهبية وكذلك الشراء والبيع بالمقايضة بالذهب حيث تحاول شركة e-gold ان تنافس شركة باي بال في مجال التبادل الإلكتروني التجاري من حيث تسهيل تحويل الأموال بين مستخدمين الإنترنت حيث تستعيز شركة e-gold بالذهب بدلاً من التعامل بالعمالات العادية.

تأسست شركة e-gold في سنة 1996 وأصبحت في سنوات قليلة من أكبر شركات تبادل وتحويل العملات إلكترونياً، ومايّمز استخدام e-gold ان التبادل والشراء والبيع بواسطتها لا يتأثر بفرق سعر العملات العادية وإنما يتأثر بسعر جرام الذهب مقابل تلك العملات⁽²¹⁾.

2.3 البنية التحتية للمراسلات وتوزيع المعلومات: والتي تشمل البريد الإلكتروني وبروتوكول نقل النص المتشعب http وEDI.

1.2.3 Email: البريد الإلكتروني هو أقدم التطبيقات في شبكة الانترنت وأوسعها انتشاراً، يشبه البريد التقليدي القائم على صناديق بريدية لكل مشترك، والذي يعرف بواسطة عنوانه الإلكتروني الفريد، بحيث يشغل كل مستخدم مساحة مخصصة ضمن وحدة تخزين (القرص الصلب) في أحد الحواسيب المزودة على شبكة الانترنت لصاحب هذا الصندوق تحمل عنوانه وتحفظ فيها الرسائل الإلكترونية، وقد كان للبريد الإلكتروني بالغ الأثر في تطوير التجارة الإلكترونية وبناء قواعدها، لقلّة التكاليف وتسهيل المراسلات الدولية والسرعة المذهلة التي يوفرها للمراسلات التي تتم من خلاله والتي قد تكون حاسمة في عمليات العرض والطلب وبالتالي الربح أو الخسارة، بالإضافة إلى حفظ الرسائل في البريد الإلكتروني وإمكانية إعادة إرسالها⁽²²⁾.

2.2.3 HTTP: بروتوكول نقل النص الفائق أو بروتوكول نقل النص التشعبي هو بروتوكول عديم الحالة لنقل الموارد في الإنترنت، وهو الطريقة الرئيسة والأكثر انتشاراً لنقل البيانات في الشبكة العنكبوتية العالمية. الهدف الأساسي من بنائه كان إيجاد طريقة لنشر واستقبال صفحات HTML، وقد بدأ تطوير البروتوكول من قبل (تيم بيرنرز لي) في معهد (سيرن) سنة 1989.

3.2.3 EDI: نظام تبادل البيانات الإلكتروني (بالإنجليزية) (Electronic data interchange (EDI) هو نظام ضمن التجارة الإلكترونية يتكون من مجموعته من العمليات والمعايير لتبادل البيانات والاعمال بين الشركات إلكترونياً ويشمل كافة نماذج تبادل البيانات الإلكترونية بما في ذلك النقل، تدقيق الرسالة، شكل الوثيقة، البرمجيات المستخدمة لتفسير الوثائق، مثال على ذلك: الاستعمالات، طلبات الشراء، كتالوجات الأسعار، دفع الفواتير، تعاملات مصرفيه، عمليات البيع والشراء وغير ذلك من عمليات⁽²³⁾.

3.3 البنية التحتية للوسائط المتعددة والنشر الشبكي وتشمل لغات البرمجة وبناء المواقع على الويب:
ويرتبط هذا العنصر أساساً بالشبكة العنكبوتية العالمية WORLD WIDE WEB أو ما يصطلح عليها بالإنترنت Internet، وهو اختصار لكلمتين إنجليزيتين الأولى Internationnal والثانية Network وقصد بها شبكة الاتصالات الدولية، وهي شبكة هائلة من أجهزة الكمبيوتر المتصلة فيما بينها بواسطة خطوط الاتصال عبر العالم، وبدأت فكرتها على بنا على طلب وزارة الدفاع الأمريكية سنة 1957، ثم صارت جزءاً من

مشروع أربنت Arpanet نهاية سنة 1969، ولا زالت عجلة تطورها في استمرار حتى فتحت للاستخدام التجاري سنة 1989 وهذا بعد توقف تمويل الحكومة الأمريكية لها، ليترك الباب مفتوحاً لأنواع أخرى من التمويل ولاستخدامها في مجالات أخرى غير الأغراض العلمية⁽²⁴⁾.

تعتبر الانترنت والاكسترنات أهم أدوات التجارة الإلكترونية، وقد تزايد عدد مستخدمي هذه الشبكة بسرعة ملحوظة فبينما كان عدد مستخدمي الانترنت 171 مليون سنة 1999 بلغ 400 مليون سنة 2000 وهو في تنام مستمر، وقد رافق زيادة عدد مستخدمي الانترنت نموا نوعيا في المواقع العاملة على شبكة الانترنت، وإضافة خدمات إلكترونية جديدة من الاتصالات والأخبار العامة والمعلومات الترويجية والتسويقية...، وهذا كله ساهم في زيادة حجم التجارة الإلكترونية حيث يشير التقارير التجارية الأمريكية لسنة 2002 أن حجم التجارة الإلكترونية بلغ 300 بليون دولار؛ وبلغ 3.8 ترليون دولار سنة 2003 وذلك بتقرير الأمم المتحدة وقد تضاعف الرقم إلى 608 ترليون دولار نهاية 2004، أما على المستوى العالمي فتحوز الو.م.أ ما نسبته 80% من حجم التجارة الدولية، 15.5% في أوروبا والدول الغربية، و 04% في اليابان⁽²⁵⁾.

أما في الجزائر فقد لا ترد أرقام وإحصائيات دقيقة عن حجم ونمو التجارة الإلكترونية، غير أن مؤشراتنا وملاحظاتها تظهر جليا في مختلف جوانب هذا النوع من التجارة، فعلى سبيل المثال ظهرت العديد من المواقع الإلكترونية على اختلاف اهتماماتها، بل ولقيت اهتماما واسعا من قبل مرتادي الانترنت، مثل واد كنيس OUEDKNISS.COM الذي يقدم خدمات عديدة ومتميزة تتمثل في تصميم المواقع بأنواعها واستضافة أي موقع في خوادمها، كما يوفر خدمة الإعلان المجاني للسلع والخدمات، وتوفير مساحة إخبارية لمختلف النشاطات، ونفس الأمر بالنسبة لموقع الخطوط الجوية الجزائرية AIRALGERIE.DZ من خلال تقديم خدمات مهمة لزيائنها على خلاف مناطقهم وجنسياتهم، هذه ما هي إلا مثال على المئات من المواقع الجزائرية الصنع والمحتوى⁽²⁶⁾. ولقد أضحت بناء المواقع المتعلقة بمختلف أنشطة التجارة الإلكترونية أمراً سهلاً من خلال التطور الذهل الذي سائر تطور استخدام الانترنت على مستوى الوسائط المتعددة والنشر الشبكي وتشمل لغات البرمجة وبناء المواقع على الويب، حيث ثم استحداث مجموعة من اللغات والتطبيقات التقنيات الخاصة بهذا المجال مثل:

HTML /1 : لغة ترميز النص الفائق، هي لغة ترميز تستخدم في إنشاء وتصميم صفحات ومواقع

الويب، وتعتبر هذه اللغة من أقدم اللغات وأوسعها استخداما في تصميم صفحات الويب.

VRML/2 : لغة نمذجة الواقع الافتراضي لغة برمجة اختبرت أول مرة عام 1995. تهتم بالرسم الثلاثي

الأبعاد على الانترنت حتى بدون انترنت وذلك باستخدام المتصفح في الحاسب الآلي.

JAVA/3 : منصة جافا هي عدد من البرامج والمواصفات من قبل شركة صن مايكروسيستمز والتي

تشكل مع بعضها نظاماً لتطوير ونشر برامج تطبيقية تعمل في بيئة متعددة المنصات⁽²⁷⁾.

حيث كان في الماضي يتم صناعة المواقع يدوياً كتابة لغات البرمجة يدوياً، وهو أمر صعب يفتقر للسعة في الوقت والجهد، أما اليوم فقد استسهل هذا الأمر؛ إذ وجدت مواقع وتطبيقات متخصص في هذا المجال، تتم كتابة لغات البرمجة بشكل آلي طبقاً لطلبات ورغبات صاحب الموقع، منها ما هو مجاني أو مدفوع، حيث تقدم هذه التقنيات صورة حسنة عن المنتج وتسلب إرادة المتصفح لاقتناء هذه المنتجات المعروضة.

4.3 البنية التحتية للشبكات: وتحتاج الشركات التجارية للقيام بأعمالها عبر شبكة الانترنت إلى مجموعة من الشبكات الخاصة للتواصل فيما بينها أو تشفير البيانات ونذكر منها:

1.4.3 VAN: وهي شبكة المنطقة الافتراضية Virtual Area Network، كانت وظيفتها من قبل تسهيل عمليات تبادل البيانات الإلكترونية بين مواقع الشركات، وهذا المصطلح سابق لظهور WWW، لكن بعد ظهور هذا الأخير صار استئجار شبكةً أمراً مكلفاً مقارنة بشبكة الإنترنت، واستجابة لذلك التحول في مسار نقل البيانات الإلكترونية فقد تحول عمل شركات الـ VAN إلى التشفير وتأمين البيانات والمراسلات وإدارة التقارير إضافة إلى خدمات أخرى لزبائنها، وتعمل حالياً شبكات الـ VAN كطرف ثالث بين مُصدر البيانات وهدفها حيث يتم التعاقد معها من قبل المؤسسات الحكومية والخاصة ومنها الشركات التجارية لتأمين حركة بيانات وأعمالها التجارية عبر شبكة الانترنت وحمايتها من القرصنة والاختراق، لأن الانترنت بيئة مليئة بالثغرات والمخترقين والمنافذ التي تجعل الوصول إلى كل شيء مهمة سهلة ويسيرة⁽²⁸⁾.

2.4.3 WAN: هي اختصار Wide Area Network والتي تعني شبكة المناطق الواسعة أو الشبكة العريضة، وتستخدم لتوصيل أجهزة الحاسب غير القريبة من بعضها، ويمكن أن تكون الشبكات الإلكترونية متصلةً بشبكاتٍ مفتوحةٍ مما يتيح للشبكات المنزلية أو المكتبية الصغيرة الاتصال بشبكاتٍ أوسع كمثل الموجودة بين البلدان أو الولايات. وتتصل معظم الشبكات الواسعة بشبكاتٍ عامةٍ كنظام الهاتف أو عبر خطوط الاتصال.

3.4.3 LAN: هي الشبكة المحلية Local Area Network وتمثل شبكة الحاسب التي تغطي منطقةً جغرافيةً صغيرةً كالمدرسة أو المكتب أو المدرسة أو مجموعة صغيرة من المباني، بالتالي هي مثالية لمقرات الشركات لربط مكاتبها بهذه الشبكة، وتتيح هذه الشبكة للحواسيب والأجهزة القريبة من بعضها البعض الاتصال ومشاركة المهام وإتمامها. وتتألف فقط من الأجهزة اليومية (كأجهزة الحواسيب المنزلية والمحمولة والأقراص والطابعات) بالإضافة إلى أجهزة الراوتر وكابلات الإنترنت أو البطاقات اللاسلكية⁽²⁹⁾.

5.3 البنية التحتية لواجهة التعامل وتشمل قواعد بيانات العملاء والتطبيقات المختلفة للشركة:

إن ما يساعد على تحكم التجار والشركات التجارية في سير أعمالهم وفق خطوات ثابتة متطورة، هو اهتمامهم بمصلحة العملاء، إذ من بين الأسباب التي تعطي موثوقية للشركة أو المؤسسة هو حسن التواصل مع

عملائهم وتقريب الشركة أو المؤسسة من الفرد، ولا يتأتى ذلك إلا بقيد ما يعرف بقواعد بيانات العملاء، ووضع منصات على شكل تطبيقات تسهل للمستهلك الولوج لمختلف فروع ومنتجات المؤسسة.

1.5.3 قواعد بيانات العملاء: تولي الشركات والمؤسسات إدارية كانت أو تجارية أهمية قصوى لقواعد بيانات العملاء لما لها من أهمية كبيرة في العملية الإنتاجية وحتى التسويقية، وكذا كشف متطلبات السوق المرحلة الراهنة واللاحقة من خلال تتبع العمليات العملاء في التصفح أو حتى الشراء، كما يسهل هذا الضبط سرعة الرجوع إليها أو تحديثها من مكان واحد خاصة إن كان هذا العميل له عدة عمليات على عدة نطاقات، كما تساهم قاعدة بيانات العملاء في استخدام معلومات الاتصال الخاصة بالعميل (البريد الإلكتروني مثلا) في عمليات الترويج عن السلع والخدمات الجديدة، وقد تطور الأمر حتى صارت المواقع ترصد الجهاز المستخدم في عمليات التصفح (الهاتف الذكي مثلا)؛ من خلال الرقم معرف الإعلانات الخاص بكل عميل، والترويج له على حسب ميوله وأهواءه.

2.5.3 تطبيقات المختلفة للشركة:

لقد غزت الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية العالم بصورة كبيرة، وصارت إحدى أهم وسائل التكنولوجيا، وتشير الإحصائيات المتعلقة بالإنترنت والتجارة الإلكترونية إلى أن معظم مستخدمي الإنترنت ينجزون متطلباتهم من تسوق أو تصفح أو تنظيم أو مراقبة للأعمال وغير ذلك من خلال الهواتف الذكية، لذلك كان من الحكمة التجارية استغلال التجار لهذا الهوس في أعمالهم التجارية، من خلال إنتاج تطبيقات يعرضون من خلالها منتجاتهم وخدماتهم وتسهل للمستهلكين التواصل مع الشركة من خلال اتصال التطبيق بالإنترنت، وتمثل التطبيقات إحدى أوجه الحكومة الإلكترونية، فنلاحظ مثلا تطبيق بريدي موب BaridiMob التي خصصته شركة بريد الجزائر والذي يقدم مجموعة من الخدمات المصرفية الإلكترونية والخدمات المالية البريدية من بريد الجزائر. فهو يساعد على تحسين وقتك، وإدارة حساب قدرة شرائية وعمليات الخدمة الذاتية الخاصة بك من أي مكان وفي أي وقت.

6.3 البنية التحتية الممثلة في أجهزة الحاسوب الآلي الشخصية والهواتف والحاسبات المضييفة:

وهذا يدخل في تجهيزات الشركة، وهو امر طبيعي في كل المؤسسات التي تتعامل مع التقنية التسويق الإلكتروني.

4 عوائق وآليات حوكمة التجارة الإلكترونية:

يجب الإشارة إلى أن التجارة الإلكترونية على غرار التجارة التقليدية لا يمكنها أن تتم في مناخ مضطرب باعتبار أن التعاملات الإلكترونية تقتضي نوعا من التنظيم، والشفافية التي تسمح بانسياب التعاملات بين البني التحتية السابقة الذكر بكل حركية ووضوح، وهذا يقتضي جملة من الآليات التي تجعل تعاملات التجارة الإلكترونية واضحة لدى مختلف فواعل الحكومة، لكن قبل التطرق لهذه الآليات كان لا بد من التعرّيج على بعض العوائق والتحديات التي تواجه حوكمة التجارة الإلكترونية.

1.4 عوائق حوكمة التجارة الالكترونية:

تنقسم عوائق حوكمة التجارة الالكترونية إلى صنفين عوائق تقنية غير تقنية:

1.1.4 العوائق التقنية للتجارة الالكترونية:

- نقص في الاعتمادية والأمان والمعايير والبروتوكولات.
- ليس هناك حيز حجمي bandwidth كافي للاتصالات السلكية واللاسلكية.
- أدوات تطوير البرمجيات مازالت تتغير باستمرار وبسرعة.
- تصعب عملية وصل الانترنت وبرمجيات التجارة الالكترونية مع بعض التطبيقات وقواعد البيانات المستخدمة حالياً.
- قد يحتاج المزودين إلى مزودات خاصة للويب ولبنى تحتية أخرى بالإضافة إلى مزودات الشبكات.
- بعض برمجيات التجارة الالكترونية لا تتناسب برمجياً وتقنياً مع بعض المكونات الصلبة أو مع بعض أنظمة التشغيل.

2.1.4 العوائق غير التقنية للتجارة الالكترونية:

أ- عائق الكلفة والتسويق: كلفة تطوير التجارة الالكترونية بواسطة الشركة بنفسها قد يكون عالياً جداً والأخطاء الناتجة عن قلة الخبرة قد تسبب تعطيل التجارة الالكترونية. هناك عدة فرص لمنح شركات تقنية بالقيام بهذه المهام ولكن ليس من السهل معرفة أي شركة هي المناسبة. ولتسويق هذا النظام فإن على المدير أن يتعامل مع فوائده غير حسية وهي صعبة الحساب.

ب- عائق الأمان والخصوصية: هذه الأمور مهمة جداً في عالم الشركة للمستهلك خصوصاً في ميدان الأمان والأمان والتي يظن الكثير من الناس بأنها منيعة 100%. والكثير من الناس تحجم عن المشاركة في التجارة الالكترونية بدواعي الخوف من الكشف عن خصوصياتهم.

ج- عائق انعدام الثقة ومقاومة المستخدم: بعض من الزبائن لا تثق بالباعة المجهولين الذي لا يرونهم ولا يثقون بالمعاملات غير الورقية ولا بالنقد الالكتروني.

د- عائق الفساد الإداري: ويعتبر الفساد الإداري من أظهر العوائق والتحديات التي تواجه حوكمة التجارة الإلكترونية سواء ما تعلق بفساد الكوادر الإدارية، أو الفساد البيروقراطي، أو الفساد الذي يطال التجهيزات التي تمثل البنية التحتية الضرورية للتجارة الإلكترونية.

هـ- عوائق التحكيم في المنازعات الإلكترونية: ويعتبر عائق غياب التحكيم الإلكتروني، من العوائق المقوضة للثقة والخوف من التعاملات في التجارة الإلكترونية بحيث تفتقد الكثير من المؤسسات والدول إلى نظام تحكيم فعال وموحد للتعامل مع الجرائم الإلكترونية.

2.4 آليات تجسيد حوكمة التجارة الإلكترونية:

تتكامل آليات حوكمة التجارة الإلكترونية وفق المستويات المختلفة للتعامل مع فحوى وبنية التجارة الإلكترونية.

1.2.4 الأليات السياسية لحوكمة للتجارة الإلكترونية:

تتجسد الحوكمة السياسية في وجود إرادة سياسية لدى مختلف هيئات الدولة في الانخراط في انتهاج مسعى التجارة الإلكترونية، من خلال تعزيز التصورات السياسية للتجارة في مجتمع المعرفة، وترجمتها في صورة ميدانية قوامها الحشد الحكومي لكل ما من شأنه تقوية البنية التحتية للتجارة الإلكترونية.

وقوام ذلك من الناحية السياسية تعزيز الشفافية والمسألة والحكم الصالح، قصد الانتقال من الحكومة التقليدية إلى الحكومة الإلكترونية التي تتجسد أهدافها في: (30)

- تقديم الخدمات للمواطنين المحليين وحصولهم على الخدمة السريعة وغير المكلفة، وتمكين المواطنين من ممارسة الديمقراطية ومشاركتهم في جميع القضايا، كما تعمل على زيادة كفاءة الوحدات المحلية مما يترتب عليها توفير الوقت وخفض الزمن اللازم لإنجاز المعاملات.

- تحقيق الاتصال الفعال، وتقليل من التعقيدات الإدارية.

- خلق بيئة عمل أفضل أي باستخدام تقنيات المعلومات والاتصال في المؤسسات وتأسيس بنية تحتية للحكومة الإلكترونية تساعد على العمل بكل يسر وسهولة من خلال تحقيق الانسيابية والتفاعل وتحسين وجهة التواصل بين الحكومة وجهات العمل الأخرى.

2.2.4 الأليات القانونية لحوكمة للتجارة الإلكترونية:

وترتبط الحوكمة السياسية بالحوكمة القانونية، بحيث لا تكفي الإرادة السياسية لانتهاج مسعى التجارة الإلكترونية من غير تأطير ذلك بمنظومة قانونية تكفل بوضوح المعاملات التجارية في إطار التجارة الإلكترونية، ما

يقتضي حوكمت صنع القاعدة القانونية المكيفة مع طبيعة هذه التعاملات، وتعزيز الرقابة الالكترونية لإلزام العمل بها وإتاحة طرق التقاضي والتحكيم وفقها.

وعليه لا بد من توفير قوانين ذات الصلة في أربعة مجالات قانونية لتعزيز الثقة في التجارة الالكترونية⁽³¹⁾

- قوانين المعاملات الإلكترونية.
- قوانين حماية المستهلك.
- قوانين حماية الخصوصية والبيانات.
- قوانين مكافحة الجريمة الإلكترونية.

3.2.4 الآليات الإدارية لحوكمة للتجارة الإلكترونية:

تقتضي حوكمة التجارة الإلكترونية تفعيل الآليات الإدارية والانتقال بها من مفهوم الإدارة التقليدية إلى مفهوم إدارة المعرفة والتي تقتضي التكوين العالي للكوادر المسيرة والمشرفة على حيثيات التجارة الإلكترونية على مختلف التجهيزات والعمليات والتطبيقات التي يقتضيها العمل وفقها، قصد تحقيق مفاهيم الرشاد في العمليات بأقل جهد ممكن، وبأسرع وقت ممكن، بأقل تكلفة ممكنة.

وبالتالي تفعيل الجانب الإداري للتجارة الإلكترونية يمكن أن يعود على هذا المسعى بعدة فوائد تتمثل في:

- القضاء على الفساد والبيروقراطية.
- تنظيم عمليات الإنتاج والأداء الوظيفي.
- الشفافية في التعاملات التجارية إلغاء ممارسات الوساطة والمحسوبية.
- اختصار العمليات الإدارية وربح الوقت.

4.2.4 الآليات المجتمعية لحوكمة التجارة الالكترونية:

تقتضي حوكمة التجارة الالكترونية خلق مجتمع معلومات، قادر على التعامل مع المعطيات الإلكترونية، وبالتالي لا بد من التكوين ورفع مستوى المنظومة المجتمعية لتمكين الأفراد من الانتقال من النمط التقليدي إلى النمط التقني في التجارة الالكترونية وذلك من خلال:⁽³²⁾

- تحفيز المواطنين لاستخدام الحكومة الالكترونية، وبالتالي إيجاد مجتمع معلوماتي قادر على التعامل مع المعطيات التقنية ومواكبة عصر المعلومات.
- تسهيل وسرعة التواصل الاجتماعي من خلال التطبيقات الالكترونية الكثيرة كالبريد الالكتروني وغيره.
- تفعيل الأنشطة الاجتماعية المختلفة عن طريق استخدام التطبيقات الالكترونية الكثيرة.

5. الخاتمة:

بناء على ما سبق يتبين لنا أن حوكمة مناخ التجارة الإلكترونية باعتباره مناخا افتراضيا، يجمع العديد من الوسائل والمسائل التقنية التي تقتضي سرعة المعالجة وتكوين عالي لمنظومة التجارة الإلكترونية، يجعل من هذه الأخيرة عملية تواجه العديد من العوائق والتحديات التقنية منها وغير التقنية التي تكاد تجعل هذا النمط من التجارة يكاد يكون شبه مستحيل في المجتمعات غير المتحكمة في الوسائط والتطبيقات التكنولوجية في التعاملات التقنية. وعليه يقتضي تفعيل حوكمة مناخ التجارة الإلكترونية جملة من الآليات التي تجعلها ممكنة التطبيق، منها الآليات السياسية والتي من خلالها يوجه السلوك العام نحو اعتماد واحترام الضوابط المتضمنة للتعاملات الإلكترونية، كما يقتضي الأمر التحين والتحكم والتبسيط للجوانب الإدارية والقانونية في التجارة الإلكترونية، لتعزيز انخراط المنظومة الاجتماعية في الانخراط والتفاعل الإيجابي مع مقتضياتها.

6. الهوامش:

- (1) زهير عبد الكريم الكايد، الحكمانية: قضايا وتطبيقات (القاهرة: المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2003).
- (2) عشور عبد الكريم، دور الإدارة الإلكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الولايات المتحدة الأمريكية والجزائر، قسنطينة: جامعة منتوري، رسالة ماجستير (غير منشورة)، 2010.
- (3) محمود القدوة، الحكومة الإلكترونية والإدارة المعاصرة، ط1، عمان: جمعية المحاسبين القانونيين الأردنيين، المؤتمر العلمي المهني الخامس، 2003.
- (4) محمد حسن يوسف، محددات الحوكمة ومعاييرها مع إشارة لنمط تطبيقها في مصر، القاهرة: بنك الاستثمار القومي، 2007.
- (5) طلال ناظم، تطبيق مبادئ الحوكمة الإلكترونية اعتمادا على قدرات الموارد البشرية لرفع مستوى الاداء في مؤسسات المعلومات، بحوث العلوم النفسية والتربوية، 2018.
- (6) نور بسام، التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها، الموسوعة العربية للكمبيوتر، 2002، من شبكة الإنترنت 20-03-2020، على الرابط الإلكتروني : <https://www.tech-wd.com/showacsec.php?acsid=14>
- (7) محررو الموقع، تقنيات التجارة الإلكترونية، 2005، على شبكة الإنترنت 27-03-2020، على الرابط الإلكتروني: <http://ecommercetechnology.org/index.htm>
- (8) الدبوة أبي سعيد، بحوث التسويق، ط1، الأردن: دار حامد للنشر والتوزيع، 2001.
- (9) محمد علي صقر، التجارة الإلكترونية ودورها في تطوير قطاع التجارة الخارجية، مجلة جامعة تشرين لدراسات والبحوث العلمية، المجلد 29، العدد 4، 2007.
- (10) علاوي محمد لحسن، مولاي لخضر عبد الرزاق، آليات التجارة الإلكترونية كأداة لتفعيل التجارة العربية البينية، مداخلة، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر-عرض تجارب دولية-، ص 9-10.
- (11) مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، الأوراق التجارية ووسائل الدفع الإلكترونية الحديثة، بدون بلد النشر: دار الفكر الجامعي، 2005، ص 4.
- (12) شريف محمد غنام، محفظة النقود الإلكترونية رؤية مستقبلية، مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون، ص 104.

- (13) إبراهيم بختي، التجارة الإلكترونية (مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2005، ص72.
- (14) يوسف أمين شاكور، عمر محمد بن يوسف، غسل الأموال عبر الانترنت (موقف السياسة الجنائية). القاهرة: دون دار نشر، 2004، ص26.
- (15) شريف محمد غنام، مرجع سابق، ص115.
- (16) مصطفى يوسف كافي، النقود والبنوك الإلكترونية في ظل التقنيات الحديثة. دمشق: مؤسسة رسلان، 2011، ص19.
- (17) شريف محمد غنام، مرجع سابق، ص117.
- (18) لوني سي هدى، بن طلحة صليحة، النقود الالكترونية وسيلة دفع قانونية لتسوية المعاملات المالية عن بعد، مجلة الأبحاث الاقتصادية لجامعة البليدة2، العدد18، جوان 2018، ص98-99.
- (19) شريف محمد غنام، مرجع سابق، ص104-105.
- (20) لوني سي هدى، مرجع سابق، ص98-99.
- (21) موقع: https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A5%D9%8A-%D8%BA%D9%88%D9%84%D8%AF#cite_note-1 تم التصفح يوم: 2020/04/04.
- (22) ربحي مصطفى عليان، البريد الإلكتروني، مجلة الأمن والحياة، العدد 234، السنة الحادية والعشرون، جانفي/ فيفري 2002، ص66-67.
- (23) بالنسبة لتعريفات HTTP، EDI ينظر الموقع: <https://ar.wikipedia.org/wiki/> تم التصفح يوم 2020/03/03 على الساعة 08:58.
- (24) إبراهيم خالد ممدوح، إبرام التعاقد الإلكتروني. الاسكندرية: دار الفكر الجامعي، 2006، ص11، 24-25.
- (25) عبد الهادي مسعود، لخضر لعروس، تقييم التجارة الإلكترونية واستعمالات البطاقة الالكترونية بالجزائر، مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي، جامعة المسيلة، العدد 02، سبتمبر 2017، ص315.
- (26) عبد الهادي مسعود، لخضر لعروس، مرجع سابق، ص315-316.
- (27) بالنسبة لتعريفات HTML – JAVA – VRML ينظر الموقع: <https://ar.wikipedia.org/wiki/> تم التصفح يوم 2020/03/03.
- (28) الموقع: <https://mustafasadiq0.com/2014/11/23/%D9%85%D8%A7-%D9%87%D9%8A-%D8%A7%D9%84-van%D8%9F/> تم التصفح يوم 2020/03/03.
- (29) بالنسبة لتعريفات WAN،VAN ينظر الموقع: <https://www.arageek.com/l/%D9%85%D8%A7-%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B1%D9%82-%D8%A8%D9%8A%D9%86-lan-%D9%88-wan> تم التصفح يوم 2020/03/03.
- (30) مريم خالص حسين، "الحكومة الالكترونية"، مجلة كلية بغداد، العدد الخاص بمؤتمر الكلية، 2013، ص444.
- (31) مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، لجنة التجارة والتنمية، لجنة الاستثمار والمشاريع والتنمية، اجتماع الخبراء بشأن قوانين الفضاء الإلكتروني وتنظيمه من أجل تعزيز التجارة الإلكترونية، جنيف 25 مارس 2015، ص08.

(32) مريم خالص، مرجع سابق، ص 446.

6. قائمة المراجع:

- إبراهيم بخي، التجارة الإلكترونية (مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2005.
- إبراهيم خالد ممدوح، إبرام التعاقد الإلكتروني. الاسكندرية: دار الفكر الجامعي، 2006.
- الديوة أبي سعيد، بحوث التسويق، ط1، الأردن: دار حامد للنشر والتوزيع، 2001.
- ربحي مصطفى عليان، البريد الإلكتروني، مجلة الأمن والحياة، العدد 234، السنة الحادية والعشرون، جانفي/ فيفري 2002.
- زهير عبد الكريم الكايد، الحكمانية: قضايا وتطبيقات (القاهرة: المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2003).
- شريف محمد غنام، محفظة النقود الإلكترونية رؤية مستقبلية، مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون.
- طلال ناظم، تطبيق مبادئ الحوكمة الإلكترونية اعتمادا على قدرات الموارد البشرية لرفع مستوى الاداء في مؤسسات المعلومات، بحوث العلوم النفسية والتربية، 2018.
- عبد الهادي مسعود، لخضر لعروس، تقييم التجارة الإلكترونية واستعمالات البطاقة الإلكترونية بالجزائر، مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي، جامعة المسيلة، العدد 02، سبتمبر 2017.
- عشور عبد الكريم، دور الإدارة الإلكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الولايات المتحدة الأمريكية والجزائر، قسنطينة: جامعة منتوري، رسالة ماجستير (غير منشورة)، 2010.
- علاوي محمد لحسن، مولاي لخضر عبد الرزاق، آليات التجارة الإلكترونية كأداة لتفعيل التجارة العربية البينية، مداخلة، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر-عرض تجارب دولية-.
- القدوة محمود، الحكومة الإلكترونية والإدارة المعاصرة، ط1، عمان: جمعية الحاسبين القانونيين الأردنيين، المؤتمر العلمي المهني الخامس، 2003.
- لوني سي هدى، بن طلحة صليحة، النقود الإلكترونية وسيلة دفع قانونية لتسوية المعاملات المالية عن بعد، مجلة الأبحاث الاقتصادية لجامعة البليدة2، العدد18، جوان 2018.
- محرو الموقع، تقنيات التجارة الإلكترونية، 2005، على شبكة الإنترنت 27-03-2020، على الرابط الإلكتروني: -
- محمد حسن يوسف، محددات الحوكمة ومعاييرها مع إشارة لنمط تطبيقها في مصر، القاهرة: بنك الاستثمار القومي، 2007.
- محمد علي صقر، التجارة الإلكترونية ودورها في تطوير قطاع التجارة الخارجية، مجلة جامعة تشرين لدراسات والبحوث العلمية، المجلد 29، العدد 4، 2007.
- مريم خالص حسين، "الحكومة الإلكترونية"، مجلة كلية بغداد، العدد الخاص بمؤتمر الكلية، 2013.
- مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، الأوراق التجارية ووسائل الدفع الإلكترونية الحديثة، بدون بلد النشر: دار الفكر الجامعي، 2005.
- مصطفى يوسف كافي، النقود والبنوك الإلكترونية في ظل التقنيات الحديثة. دمشق: مؤسسة رسلان، 2011.

- مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، لجنة التجارة والتنمية، لجنة الاستثمار والمشاريع والتنمية، اجتماع الخبراء بشأن قوانين الفضاء الإلكتروني وتنظيمه من أجل تعزيز التجارة الإلكترونية، جنيف 25 مارس 2015.
- نور بسام، التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها، الموسوعة العربية للكمبيوتر، 2002، من شبكة الإنترنت 20-03-2020، على الرابط الإلكتروني : <https://www.tech-wd.com/showacsec.php?acsid=14>
- يوسف أمين شاكر، عمر محمد بن يوسف، غسل الأموال عبر الانترنت (موقف السياسة الجنائية). القاهرة: دون دار نشر، 2004.
- تقنيات التجارة الإلكترونية، 2005 : <http://ecommercetechnology.org/index.htm>
- نور بسام، التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها، الموسوعة العربية للكمبيوتر، 2002 : <https://www.tech-wd.com/showacsec.php?acsid=14>
- <https://ar.wikipedia.org/wiki/>
- https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A5%D9%8A-%D8%BA%D9%88%D9%84%D8%AF#cite_note-1
- <https://mustafasadiq0.com/2014/11/23/%D9%85%D8%A7-%D9%87%D9%8A-%D8%A7%D9%84-van%D8%9F/>
- <https://www.arageek.com/l/%D9%85%D8%A7-%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B1%D9%82-%D8%A8%D9%8A%D9%86-lan-%D9%88-wan>