



جامعة مولود معمري - تيزي وزو

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم: الحقوق

فرع: قانون الأعمال



دور الإدارة الالكترونية في تطوير النشاط التجاري

مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق
تخصص قانون الأعمال

إشراف الأستاذة:

- أكسوم عيلام رشيدة

إعداد الطالبتين:

- شاوشي تسعديت

- مجبور كاتية

لجنة المناقشة:

- أ.د/ إقلولي ولد رابح صافية، أستاذ..... رئيسا

- أ.د/ أكسوم عيلام رشيدة، أستاذ محاضر "ب"..... مشرفا ومقررا

- أ.براهيمي صوفيان، أستاذ محاضر "ب"..... ممتحنا

تاريخ المناقشة: 2020/11/26

كلمة شكر

إلى الدكتورة: أكسوم عيلا م رشيدة

أقدم بجزيل الشكر و العرفان لكم أستاذتي الفاضلة على
إشرافكم على إنجاز هذه المذكرة ولكم منا كل الامتنان
والتقدير لكافة مجهوداتكم و تصويباتكم القيمة ، فلكم كل
الفضل في القيام بهذا العمل المتواضع.

إهداء

إلى كل

أفراد العائلة ، الأصدقاء الزملاء ، و كل من
ساهم في إنجاز هذا العمل.

قائمة أهم المختصرات:

د. ط: دون طبعة.

د.س: دون سنة.

ج ر: جريدة رسمية.

س ت إ: سجل تجاري إلكتروني.

مقدمة

يعتبر مصطلح الإدارة الإلكترونية من بين المصطلحات العلمية الحديثة، ظهر ولأول مرة في الولايات المتحدة الأمريكية نتيجة لتطور شبكات المعلومات والاتصالات. إذ أنّ التحول نحو الإدارة الإلكترونية نتج عن التقدم التكنولوجي والمعلوماتي، لذا توفر الكثير من فرص النجاح من تقديمها للخدمات الإلكترونية بواسطة شبكة الأنترنت، مما يسهّل من إنجاز المعاملات والأعمال بسرعة من تنظيم وتوجيه ورقابة وغير ذلك من الأعمال.¹

إنّ ضرورة تطبيق الإدارة الإلكترونية يعدّ أمراً هاماً وهذا ناتج للانفتاح الحاصل في المجتمعات وبفضلها قضت على البيروقراطية والرشوة، فتمتاز بالشفافية والوضوح إنّها توجت نجاحاً وفي مقابلها تلقت عراقيل وهذا لا يمنع من مواصلة البحث لتحقيق جملة من المتطلبات.

يتمثل النشاط التجاري المحرك الأساسي للتنمية لأنّه يحقق منافع إقتصادية، وكأما كان النشاط التجاري متطوراً إزدهر الاقتصاد وعلى هذا كرس الدستور مبدأ حرية التجارة والصناعة باعتبارهما مكسباً رئيسياً لأي نشاط تجاري أو اقتصادي، وممارسة أي نشاط تجاري لا بد من التسجيل في السجل التجاري لاعتباره عقداً رسمياً يخول التاجر الحق في حرية ممارسة النشاط التجاري.

يتميّز عالم اليوم بعصر العولمة، وهذا راجع إلى التطورات الحاصلة في مجال التكنولوجيا المعلومات والاتصالات فقد أصبح العالم قرية صغيرة، ومنه أسفرت منه تغييرات مست جميع الميادين الاجتماعية والسياسية والثقافية والاقتصادية لاسيّما المجال التجاري الذي يعدّ أكثر القطاعات استجابة للتقدم وأكثرها استخداماً للتقنيات الحديثة، نتجت عنه التجارة الإلكترونية، فالفرد العصري أصبح يطمح إلى مستويات الخدمة العالية الجودة

¹ سايح فطيمة، الإدارة الإلكترونية كآلية لتطوير الخدمة العمومية المحلية "مع الإشارة إلى حالة الجزائر"، مجلة نماء للإقتصاد والتجارة، المركز الجامعي، غليزان، العدد 4، الجزائر، 2018، ص66.

والخالية من التعقيدات، أيضا فتحت مجالا للمؤسسات لتقديم المعلومات وتأدية أعمالها عن طريق الشبكة العالمية للإتصال- الأنترنت-، فتقديم الخدمات وعرض المنتجات للزبائن والمتعاملين أصبح من السهل توفيره في فترة قصيرة من الزمن والتبضع في متاجر افتراضية متاحة لكافة الأفراد عن طريق مراكز تجارية افتراضية.

صارت إمكانية تقديم السلع والخدمات والترويج عنهما عن بعد، بمجرد نقر على زر واحد دون مشقة مغادرة المنزل والمكتب أو حتى البلد بفضل الشبكة الأنترنت و استعمال الأجهزة الإلكترونية، الأمر الذي أدى إلى انتشار الإدارة الإلكترونية، ما يثير الإشكالية التالية:

- ما مدى مساهمة الإدارة الإلكترونية في تطوير النشاط التجاري؟

وللإجابة على هذه الإشكالية سنعتمد على المنهج الوصفي لأنه المنهج الأقرب والمناسب لدراستنا، أين يتم دراسة الطبيعة القانونية للإدارة الإلكترونية (الفصل الأول)، وتحديد مدى ارتباط الإدارة الإلكترونية بالنشاط التجاري (الفصل الثاني).

الفصل الأول:

الطبيعة القانونية للإدارة

الإلكترونية

بلغ مستوى التقدم الحضاري والاجتماعي من عمل إداري يدوي إلى عمل إداري إلكتروني، يكمن جوهره في تغيير نمط وأسلوب العمل، وذلك بإدخال تقنيات حديثة منها شبكة المعلومات والاتصال بالاعتماد على منظومة رقمية لتسهيل ربط الوحدات والحصول على البيانات والمعلومات في أسرع وقت، وجهد أقل، حيث يتم تقديم خدمات عن بعد دون أن يضطر الأفراد من الانتقال الشخصي لإنجاز معاملاتهم.

تعتبر تكنولوجيا المعلومات ركيزة مهمة نظرا لما تقدمه من مزايا لتحسين الانتاجية ووضع استراتيجيات لإنجاح مشروع الإدارة الإلكترونية، والدليل على ذلك حلول الآلة محل الإنسان، لكن ذلك يتطلب خطط لمعالجة بعض النقائص التي يمكن أن تواجهنا أثناء تطبيقها فنجد دول العالم تسعى إلى الانتقال نحو الإدارة الإلكترونية.

فيلم التطرق إلى ماهية الإدارة الإلكترونية (المبحث الأول)، وواقع الإدارة الإلكترونية (المبحث الثاني)

المبحث الأول:

ماهية الإدارة الإلكترونية

تعرف التكنولوجيا الحديثة انتشارا واسعا في كافة مجالات الحياة و ضمنها الجانب الإداري، حيث أن الاعتماد على الوسائل التقنية المتطورة ستساعدها في إنجاز مختلف الأعمال الإدارية ، ويحقق ذلك بأقل جهد وتكلفة ، يتم تعريف الإدارة الإلكترونية ونبين خصائصها وأهدافها (المطلب الأول)، وكذلك الوسائل التي تحتاج إليها لتوصيل المعلومة الرقمية (المطلب الثاني).

المطلب الأول:

مفهوم الإدارة الإلكترونية

تم تغيير الأنشطة العادية وتحول تدريجيا إلى أن وصل إلى أنشطة إلكترونية، وجدنا أنفسنا نهتم بهذه التقنية الحديثة في الحياة اليومية للإنسان، ومن هذا المنطلق ظهر ما يسمى بالإدارة الإلكترونية أين نتطرق إلى تعريف للإدارة الإلكترونية (الفرع الأول)، خصائص الإدارة الإلكترونية (الفرع الثاني)، ثم إلى أهداف الإدارة الإلكترونية (الفرع الثالث).

الفرع الأول:

تعريف الإدارة الإلكترونية وتمييزها عن بعض المصطلحات

تعرف الإدارة الإلكترونية بأنها تلك الجهود الإدارية التي تتضمن تبادل المعلومات وتقديم خدمات للمواطنين، بالاعتماد على الإمكانيات التكنولوجية التي توفرها شبكة الانترنت من خلال تقديم منتجات للزبائن عن طريق الحاسب الآلي (1)

أولاً: تعريف الإدارة الإلكترونية

تعرف الإدارة الإلكترونية بأنها "عملية مَيَّكَنَة جميع مهام وأنشطة المؤسسة الإدارية بالاعتماد على المعلومات الضرورية للوصول إلى تحقيق أهداف الإدارة الجديدة في تقليل استخدام الأوراق وتبسيط الإجراءات والقضاء على الروتين والإنجاز السريع للمهام والمعلومات". (2) لأنها تستخدم الأرشيف الإلكتروني والأدلة والمذكرات الإلكترونية والرسائل الصوتية.

البنك الدولي يعرفها بأنها "مصطلح حديث يشير إلى استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من أجل زيادة كفاءة وفعالية وشفافية ومسائل الحكومة فيما تقدمه من خدمات إلى مواطنين ومجتمع الأعمال وإعطائهم فرصة للمشاركة في كافة المراحل العملية والقرارات المتعلقة بها".

¹ سايح فطيمة، مرجع سابق، ص66.

² سيباوي سلمى وسيباوي سالم، مدى توفر متطلبات تطبيق الإدارة الإلكترونية في مشاريع الجماعات المحلية، مذكرة ماستر في علوم التسيير، تخصص إدارة مشاريع، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2016، ص6.

أما التعريف الذي تبناه الاتحاد الأوروبي للإدارة الإلكترونية فقد جاء على أنها: "حكومة تستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتقدم للمواطنين وقطاع الأعمال الفرصة في التعامل والتواصل مع الحكومة".⁽¹⁾

وذلك عن طريق استخدام الطرق المختلفة للاتصال مثل: الهواتف، الفاكس، البطاقات الذكية، البريد الإلكتروني والأنترنت، وأنها تتعلق بكيفية تنظيم الحكومة نفسها في الإدارة بواسطة القوانين والتنظيم وذلك عن طريق إيصال الخدمات وتحقيق التكامل بين الإجراءات.⁽²⁾

يتضح من خلال هذه التعاريف أنّ الإدارة الإلكترونية تنطوي على:

استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات و حسن تطوير العمليات الادارية داخل المؤسسة و تطوير النشاطات الادارية و تبسيط الاجراءات بسرعة و كفاءة في انجاز المعاملات و كذلك توفير الوقت و الجهد و التكلفة³

تعرف الإدارة الإلكترونية بأنها منظومة إلكترونية متكاملة تعتمد على تقنيات الاتصالات والمعلومات لتحويل العمل الإداري اليدوي إلى أعمال تنفذ بواسطة تقنيات رقمية حديثة.⁽⁴⁾

¹ جمبية ذهبية وبيير سارة، الإدارة الإلكترونية ودورها في تحسين الخدمة العمومية، -دراسة حالة بلدية خنشلة-، مذكرة الماستر في العلوم السياسية، تخصص علوم سياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، قلمة، 2016، ص15.

² جمبية ذهبية وبيير سارة، المرجع نفسه، ص15.

³ عيان عبد القادر ، تحديات الادارة الالكترونية في الجزائر، أطروحة الدكتوراه في علم الاجتماع، تخصص إدارة وعمل، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016، ص 22

⁴ سايح فطيمة، مرجع سابق، ص66.

ثانيا : تمييز الادارة الالكترونية عن المصطلحات المشابهة

- 1- الحكومة الإلكترونية: هي مجموعة من المعاملات والخدمات الحكومية المقدمة للمواطن أو قطاعات الأعمال من خلال شبكات المعلومات وقواعد البيانات واستخدام وسائل الاتصال الحديثة، كالإنترنت والهواتف، بما يدعم كفاية وفعالية الأداء الحكومي في تفاعل طالبي الخدمة ومقدمها، مع ضمان السرية والأمن المعلوماتي. وتكون المعلومات متبادلة إما داخل الحكومة، وبين الحكومة والمؤسسات الفرعية التابعة لها، وبين المواطنين والمؤسسات العامة والمنظمات غير الحكومية وذلك يعزز المواطنين في الوصول إلى المعلومات واستخدامها.(1)
- 2- الأعمال الإلكترونية: هي إدارة الأعمال إلكترونيا على مستوى المشروعات أو المنظمات الخاصة، تضم التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية غير التجارية.
- 3- الإدارة الإلكترونية: هي منظومة الأعمال والأنشطة التي تم تنفيذها إلكترونيا عبر الشبكات.

إذن الإدارة الإلكترونية تتكون من بعدين رئيسيين هما الأعمال الإلكترونية والحكومة الإلكترونية، فالقاسم المشترك بين المفاهيم السابقة هو استخدامها لوسائل الإنترنت، والاكسترنانت.(2)

¹ ابن حامد أمينة، الحكومة الإلكترونية، تجربة الجزائر للتحويل نحو حكومة إلكترونية، مذكرة ماستر في العلوم السياسية، تخصص تنظيمات سياسية وإدارية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2013، ص 11.

² سايح فطيمة، مرجع سابق، ص 66.

الفرع الثاني:

خصائص الإدارة الإلكترونية

يمكن إجمال خصائص الإدارة الإلكترونية على النحو الآتي:

أولاً: السرعة والوضوح

تتميز الإدارة الإلكترونية بأنها الأسلوب الأكثر كفاءة وفعالية لتسيير العمل عن بعد، والقدرة على تحقيق أعلى درجات السرعة في الأداء، والتي تتجسد بتوفير أي شيء وفي أي مكان وبأي طريقة داخل الإدارة.

ثانياً: المرونة

تتميز الإدارة الإلكترونية بالمرونة العالية، وتتجلى أقصى غايات، هذه المرونة عندما يتم بناء أنظمة إنجاز العمل داخل المنظمة على أساس شبكي يعتمد على الاتصالات الإلكترونية وقدرات الأجهزة الإلكترونية، مما يسمح بالوصول إلى درجة عالية من التنسيق والتفاهم وتبادل المعلومات داخل المنظمة.

ثالثاً: العمل عن بعد في فضاء رقمي

إنّ الإدارة الإلكترونية تتمتع بمزايا لإنجاز المهام إذ يتمكن العاملون من الدخول والخروج من وإلى المنظمة بدون حدود تعيق الخدمة أو تسهلها، إذ يتم التواصل والتكامل بين الأفراد داخل المنظمة عن طريق الشبكات الإلكترونية المترابطة بين أقسام المنظمة المتقاربة والمتباعدة.⁽¹⁾

¹ عماري سمير، دور الإدارة الإلكترونية في تطوير أداء مؤسسات التعليم العالي، -دراسة حالة مجموعة من الجامعات الجزائرية-، أطروحة دكتوراه في العلوم التسيير، تخصص علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2017، ص ص 17-18.

رابعاً: عدم التقيد بالزمان

من خصائص الإدارة الإلكترونية أنها لا تلتزم بأوقات العمل الرسمية، بحيث يمكن للمسؤول أو الموظف العمومي أن يحلّ أي مشكلة أو أن يتخذ أيّ قرار خارج أوقات العمل لمواجهة بعض المستجدات الطارئة، وبالتالي فإنّه بفضل الإدارة الإلكترونية أصبح العالم بإمكانه أن يعمل في الزمن الحقيقي 24 ساعة في اليوم.

خامساً: أمن المعلومات

من خصائص الإدارة الإلكترونية القدرة على حجب المعلومات والبيانات المهمة من خلال برامج حماية، وعلى ذوي الصلاحية الوصول إلى تلك المعلومات، لكن هذا لا يستبعد إمكانية الخرق الفني والقرصنة الإلكترونية.

سادساً: إدارة المعلومات بدلا من الاحتفاظ بها

تقوم الإدارة الإلكترونية بإدارة الملفات وليس تكديسها فوق بعضها البعض، وهذا لا يعني أنّها لا تحتفظ بالمعلومات والبيانات، وإنّما تلك الملفات تتحول إلى معلومات تحتفظ بها الإدارة على شبكتها الإلكترونية. (1)

سابعاً: الرقابة المباشرة

من سمات الإدارة الإلكترونية أنّها تسمح للمنظمة بمتابعة مواقع العمل المختلفة عن بعد، وذلك من خلال الشاشات والكاميرات الرقمية المنتشرة داخلها.

ثامناً: الشفافية

الشفافية داخل المنظمات الإلكترونية هي محصلة لوجود الرقابة الإلكترونية المباشرة، التي تتضمن المحاسبة الدورية على كل ما قدم من خدمات. (2)

¹ عماري سمير، المرجع السابق، ص 18.

² عماري سمير، المرجع نفسه، ص 18.

الفرع الثالث:

أهداف الإدارة الإلكترونية

الإدارة الإلكترونية مصدرًا للخدمات، بينما يرغب أشخاص القانون الخاص كأفراد أو شركات الاستفادة من هذه الخدمات وتتجلى الأهداف الرئيسية للإدارة الإلكترونية.

تقديم الخدمات للمستفيدين بصورة مُرضية خلال 24 ساعة في اليوم، وطيلة أيام الأسبوع، مع تقليل التكاليف المتعلقة بالعمليات الإدارية، وكذا زيادة كفاءة عمل الإدارة من خلال تعاملها مع الموظفين والشركات والمؤسسات، إلا جانب استيعاب أكبر عدد من العملاء في وقت واحد، إذ أنّ قدرة الإدارة التقليدية بالنسبة إلى تقليص معاملات العملاء تبقى محدودة ويضطرون إلى الانتظار في صفوف طويلة، مما يؤدي إلى إلغاء عامل العلاقة المباشرة بين طرفي المعاملة أو التخفيف منه إلى أقصى حد ممكن، مما يؤدي كذلك إلى الحد من تأثير العلاقات الشخصية والنفوذ في إنهاء المعاملات المتعلقة بأحد العملاء، والقضاء على الأرشيف الورقي واستبداله بالأرشيف الإلكتروني وبالتالي تقليص كل من تكاليف الورق والمكان والقضاء على البيروقراطية بمفهومه الجاهد وتسهيل العمل.

فالإدارة الإلكترونية ترمي لإلغاء تأثير عامل الزمن، ففكرة الصيف والشتاء لم تعد موجودة وفكرة أخذ العطل والإجازات بعض المعاملات الإدارية تم الحد منها إلى أقصى حد ممكن.

ومحاولة إعادة هيكلة المؤسسات التقليدية الحالية لتحسين الأداء الإداري التقليدي المتمثل في كسب الوقت وتقليل التكاليف اللازمة لإنجاز المعاملات وفق تطور مفهوم الإدارة الإلكترونية. ⁽¹⁾ مع إعادة النظر في الموارد البشرية المتاحة والعمل على رفع

¹فايد زاهية، الإدارة الإلكترونية وتحسين أداء أعمال المؤسسات - حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، مذكرة ماستر، تخصص تسيير استراتيجي دولي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2015، ص12.

كفاءتها ومهارتها التكنولوجية لربط الأهداف المنشودة للإدارة الإلكترونية بالأداء والتطبيق وتقييم البنية التقنية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتحريرها، بشكل تستجيب للمتطلبات والخدمات اللازمة وتحقيق خدمات الإدارة الإلكترونية.⁽¹⁾

المطلب الثاني:

وسائل توظيف الإدارة الإلكترونية

تعتمد الإدارة الإلكترونية على وسائل تكنولوجية متطورة تساعدها على إنجاز أعمالها وتنفيذها على أكمل وجه، سيتم دراسة وسائل التكنولوجيا الرقمية (الفرع الأول) ثم الأجهزة الإلكترونية المترجمة للوسائل الرقمية (الفرع الثاني).

الفرع الأول:

وسائل التكنولوجيا الرقمية

تحتاج الإدارة الإلكترونية إلى تكنولوجيا الاتصالات التي تتضمن عدة أنواع من الشبكات.

أولاً: شبكة الأنترنت

تتمثل شبكة الأنترنت في شبكة عملاقة لا تحدها حدود ولا تضمنها مساحة واحدة تتألف من مجموعة كبيرة من شركات الحاسوب المرتبطة ببعضها البعض بواسطة خطوط الاتصال المختلفة وتتمركز كل شبكة على جهاز مزدوج ضخم.⁽²⁾

ومن أهم الخدمات التي تقدمها الأنترنت للإدارة نذكر ما يلي:

¹ قايد زاهية، مرجع سابق، ص 12.

² بلحج شهيناز، مرجع سابق، ص 20.

- خدمة البريد الإلكتروني: هو أحد أوجه استخدام الأنترنت، فالرسالة الإلكترونية المنقولة عبر البريد الإلكتروني لا يستغرق وصولها إلا ثواني إلى أي رقعة في العالم.
- خدمة شبكة الويب: يطلق عليها خدمة "web" تعد من أهم خدمات الأنترنت، ويرجع الفضل في إنتشار خدمة الويب والإقبال عليه، حيث ارتبط بالخدمة العديد من المؤسسات: التعليمية، الصناعية والحكومية وخدمة "WWW" وسيلة من وسائل الترويج والدعاية والإعلان على كافة المستويات المحلية والإقليمية والعالمية.⁽¹⁾

ثانياً: شبكة الأنترنت (الشبكة الداخلية للمؤسسة)

شبكة الأنترنت هي شبكة المؤسسة الخاصة، تعتمد على تقنية الأنترنت وتقوم الشبكة الداخلية للمؤسسة بتقديم معلومات التي يحتاجها العاملين داخل المؤسسة، وتقتصر هذه المعلومات فقط للعمال الذين ينتمون للمؤسسة، ولا يمكن لغيرهم الدخول إلى موقع الشبكة.⁽²⁾

ومن أهم التطبيقات الشائعة على استخدام شبكة الأنترنت هي:

- نشر سياسات وإجراءات التوظيف، وبرامج التدريب، ومشاركة الملفات، طلبات الموارد البشرية، ودليل الهاتف الداخلي، وقواعد بيانات الزبائن، ودليل المنتجات⁽³⁾

¹ عماري سمير، مرجع سابق، ص72.

² سلمى سبساوي وسالمة سبساوي، مرجع سابق، ص16

³ سمير عماري، مرجع سابق، ص73.

ثالثاً: شبكة الإنترنت (شبكة الداخلية للمؤسسة والعملاء)

هي عبارة عن شبكات أنترنت داخلية، توسعت وامتدت خدماتها إلى مستخدمي خارجيين، مخولين من داخل المؤسسة الداخلية، فالإنترنت هي شبكة محمية إذ على المستخدمين تقديم كلمة المرور لأنها مؤسسة خدماتها لا توجه لكل الناس فدورها الربط بين المؤسسة أو الشركة أو المجهزين.⁽¹⁾

الفرع الثاني :

الأجهزة الإلكترونية المترجمة للمعطيات الرقمية

حتى يصبح التواصل والمشاركة في مختلف المعلومات لا بد من توافر أجهزة إلكترونية والبحث عن كل ما هو رقمي لإرسال واستقبال لهذه المعلومات سواء بالصوت والصورة والبيانات سنذكر ما يلي:

أولاً: الشبكات:

• الشبكة المحلية (KAN)

هي عبارة عن مجموعة من أجهزة الحاسوب وتجهيزات أخرى، موصولة فيما بينها ضمن حدود ضيقة، يتم من خلالها تقاسم التجهيزات، وقراءة البيانات الموجودة في الحواسيب الأخرى للمشاركة في الشبكة أيضاً، يمكن تقاسم برامج مختلفة مثل برامج إحصائية وبرامج معالجة.

¹سلمى سيساوي وسالمة سيساوي، مرجع سابق، ص16

• الشبكة الإقليمية (MAN)

تعرف الشبكة الإقليمية بشبكة متوسطة المدى تستخدم ضمن مساحات جغرافية نسبيا تتراوح ما بين 20 إلى 100 كيلومتر، وتستعمل في ربط حواسيب موجودة في نفس المدينة أو في المدن المتقاربة جغرافيا، وهي تقوم على تقنية الشبكات المحلية، تستعمل في الغالب ألياف ضوئية كوسيلة للاتصال.⁽¹⁾

• شبكات واسعة (WAN)

هي مجموعة من خطوط الاتصال والبروتوكول التي تؤهل الشبكات المحلية في ارتباطها في بعضها البعض والتواصل فيما بينها من متطلبات تغطي مساحة جغرافية واسعة ليتم انتقال المعلومات بسرعة عالية.⁽²⁾

ثانيا: الأجهزة

- **أجهزة الخدمة:** والتي تنظم إدارة شبكة ومركزية المعلومات وأمنها، فهذه الأجهزة تسمح فقط للأشخاص المصرحين أمنيا باستعمالها.
- **أجهزة العمل:** بفضل أجهزة العمل يقوم مستخدمي الحاسوب في الشبكة بالعمل عليها.
- **نظام تشغيل الشبكة:** هذا النظام مصمم خصيصا من أجل إرسال واستقبال المعلومات من خلال الشبكة.
- **أدوات وبرامج الربط:** فهي وسائل مكونة من معدات مع برامجها يسهل نقل المعلومات، وكذلك الأجهزة التكميلية كالطابعة، الماسح الضوئي، المودم....إلخ.

¹ عماري سمير، مرجع سابق، ص7.

² بلحاح شهباز، مرجع سابق، ص19.

• جهاز الإلكتروني

يمثل جهازا لالكتروني العنصر الأساسي في استخدام تطبيق الإدارة الإلكترونية، فيعد من ضمن الأجهزة الإلكترونية الهامة ذات سرعة عالية ودقة لكونه يستعمل البيانات ويخزنها ويعالجها بشكل آلي للوصول إلى النتائج المرغوبة.⁽¹⁾

• قواعد البيانات

هي مجموعة من البيانات المنظمة حيث يمكن الوصول إلى محتوياتها وإدارتها تحديثها بسهولة، فهي مجموعة من التسجيلات، يشار إليها باسم الملف، وقاعدة البيانات.⁽²⁾ تتكون عادة من ملف واحد أو أكثر، وتساعد المستخدمين على البحث والوصول على المعلومات.⁽³⁾

¹ عماري سمير، مرجع السابق، ص19.

² بوزيد خديجة ونقودي فطيمة، واقع تطبيق الإدارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة الماستر، تخصص تكنولوجيا الاتصال الجديدة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة، 2016، ص8.

³ بلحيج شهيناز، مرجع سابق، ص20.

المبحث الثاني:

واقع الإدارة الإلكترونية

تعتبر الإدارة الإلكترونية تقنية حديثة في مجال ممارسة النشاط التجاري فبالإضافة إلى تحقيق نجاحها ستوفر بيئة ملائمة لتلبية متطلباتها هذا من جهة (المطلب الأول)، ومن جهة أخرى نتطرق إلى تقييم الإدارة بما فيها من إيجابيات وعراقيل التي قد تواجهها (المطلب الثاني).

المطلب الأول:

متطلبات الإدارة الإلكترونية

لا بد من توافر متطلبات عديدة ومتكاملة لتطبيق مفهوم الإدارة الإلكترونية، فهي نظام متكامل من المكونات، سندرس المتطلبات الإدارية والقانونية (الفرع الأول)، ثم المتطلبات الاقتصادية والاجتماعية (الفرع الثاني)، والمتطلبات الأمنية (الفرع الثالث)

الفرع الأول :

متطلبات إدارية وقانونية

تتمثل متطلبات الإدارة والقانونية الواجب مراعاتها عند تطبيق الإدارة الإلكترونية في العناصر التالية:

أولاً: المتطلبات الإدارية

وضع استراتيجيات وخطط التأسيس، وذلك يتطلب في تشكيل إدارة أو هيئة لتخطيط ومتابعة وتنفيذ ووضع خطط المشروع الإدارية الإلكترونية، حيث يجب الاستعانة بالجهات الاستشارية والبحثية لدراسة ووضع مواصفات عامة ومقاييس الإدارة الإلكترونية.⁽¹⁾

أ- القيادة والدعم الإداري: إن القيادة هو المفتاح الرئيسي لإنجاح أي مشروع، حيث يتم دعم الإدارة والقدرة على إيجاد بنية عمل مناسبة للعمل، تلعب دوراً رئيسياً في نجاح النشاط التجاري الذي يتم ممارسته، كما أن الالتزام بالقيادة من نقاط استراتيجيات المؤسسة وذلك سيضمن نجاح المشروع وتطوره، كما أن اهتمام الإدارة العليا لتطبيق تكنولوجيا المعلومات في المؤسسات يعتبر أحد العوامل المساعدة في تحقيق نجاح تطبيق الإدارة الإلكترونية.

ب- توفر البنية التحتية للإدارة: لا بد من العمل على تطوير مختلف شبكات الاتصالات تتوافق مع بيئة التحول التي تستدعي شبكة واسعة ومستوعبة للكم الهائل من الاتصالات، وذلك دون إهمال التجهيزات التقنية من معدّات، أجهزة، حاسبات آلية.⁽²⁾

ج- تعليم وتدريب العاملين: الإدارة الإلكترونية عليها إحداث تغييرات جذرية في نوعية الموارد البشرية الملائمة لها، بما في ذلك إعداد خطط وبرامج وأساليب تعليمية وتدريبية في كافة المستويات، إضافة إلى توعية أفراد المجتمع بثقافة

¹ عيدوني كافية وبن حجوبة حميد، «الإدارة الإلكترونية في العالم العربي وسبل تطبيقها(واقع وآفاق)»، مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، جامعة عباس لغرور، خنشلة، العدد الثاني، 2017، ص228.

² منوار بسمة ومرزوق وهيبة، تطبيقات الإدارة الإلكترونية في الإدارات العمومية، مذكرة الماستر في علوم التسيير، تخصص إدارة الأعمال، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، 2018، ص11.

وطبيعة الإدارة وتهيئة الاستعداد النفسي والسلوكي والتقني وغير ذلك من متطلبات التكيف مع متطلبات الإدارة الإلكترونية.⁽¹⁾

ثانياً: المتطلبات القانونية

يجب وضع تشريعات قانونية لازمة لتطبيق الإدارة الإلكترونية، قبل التطبيق وذلك عن طريق تحديد الإطار القانوني الذي يقر بالتحول الإلكتروني، وأثناء تطبيق أي تكملة للنقائص والفراغ القانوني للآزم، وذلك يمكن أن يظهر في أي مرحلة من مراحل التحول، وبعد التطبيق توضع قواعد قانونية ضامنة لأمن المعلومات الإلكترونية، وتحديد إجراءات عقابية خاصة بفئة المتورطين في جرائم الإدارة الإلكترونية.

وفي هذا السياق، نجد الدول التي اعتمدت تطبيقات الإدارة الإلكترونية لم تصدر تشريعات عامة تلزم الإدارات والمؤسسات الحكومية بأداء جميع معاملاتها الإدارية مع المواطنين بالوسائل الإلكترونية إلى جانب الوسائل التقليدية، حيث أنّ التشريعات الحديثة في الكثير من الدول الغربية تتراوح مضمونها بين إقرار المبدأ أي الإعلان عن حق المواطن في حصوله على معاملات إدارية وخدمات عامة بوسائل معلوماتية استثناء ما يشترط القانون صراحة حضور المعنى شخصياً إلى المراكز الإدارية لإتمامه. وكذلك إلزام الإدارات العامة عن طريق الوسائل المعلوماتية بتقديم بعض الخدمات الإلكترونية في مجالات أو قطاعات، على غرار مجال نشر القوانين والقرارات الإدارية، ومجال وضع نماذج المعاملات الإدارية عبر شبكة الأنترنت، إضافة إلى مجال التصاريح المالية والجبائية بحيث تلتزم الشركات التجارية وبعض التجار بتقديم تلك التصاريح إلكترونياً،⁽²⁾ كما أنّ وجود التشريعات والنصوص القانونية يسهل عمل الإدارة الإلكترونية بأنّه يضيف

¹ عيدوني كافية وبن حجوية حميد، مرجع سابق، ص 228.

² منوار بسمة ومرزوق وهيبة، مرجع سابق، ص 12.

عليها المشروعية والمصادقية على كافة النتائج القانونية المترتبة عنها كالاكتفاء على شهادات الإثبات الموثقة. (1)

ولضمان حقوق جميع الأطراف يتطلب توفير تشريعات لضبط أسلوب التعامل على الأوضاع التي نشأت الحاجة إليها⁽²⁾، كتنظيم المعلومات والمحافظة على الأسرار، وتشريعات خاصة بتحديد رسوم استخدام المواقع الإلكترونية، إلى جانب تشريعات خاصة بتحريم انتهاك سر التوقيع الإلكتروني وضمان حقوق الأطراف المعنية بالعمل الإلكتروني.

الفرع الثاني:

المتطلبات الاقتصادية والاجتماعية

تتمثل المتطلبات الاقتصادية والاجتماعية في جملة من الاستراتيجيات والتي تتمثل في: دعم جمعيات المجتمع المدني من خلال إقامة لقاءات وندوات وتجمعات تحسيسية الخاصة بنشر فوائد تطبيق الإدارة الإلكترونية، وبرمجة الحصص التدريبية على استعمال الآلات التقنية في مختلف المستويات التعليمية (الثقافة التكنولوجية)، مع ضرورة توفير المخصصات المالية الكافية لتغطية الإنفاق على مشاريع الإدارة الإلكترونية⁽³⁾، كما يجب أيضا الاستثمار في ميدان تكنولوجيا المعلومات والاتصال وإيجاد مصادر تمويل لها تمتاز بالديمومة على المستوى المركزي والمحلي. (4)

¹ سلمى سيساوي وسالمة سيساوي، مرجع سابق، ص 35.

² بلحيج شهباز، مرجع سابق، ص 18.

³ عشور عبد الكريم، دور الإدارة الإلكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الولايات المتحدة الأمريكية والجزائر، مذكرة الماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، تخصص الديمقراطية والرشادة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010، ص 25.

⁴ عشور عبد الكريم، المرجع نفسه، ص 25.

الفرع الثالث:

متطلبات أمنية

إنّ تطبيق الإدارة الإلكترونية يجب أن تتوفر متطلبات أمنية وذلك لأمن المعلومات حيث تتمثل في:

أمن المعلومات والوثائق وحفظها وتطبيق إجراءات المعالجة والنقل عليها إلكترونياً لتنفيذ متطلبات العمل، وذلك يجب توفر الأمن الإلكتروني والسرية الإلكترونية على مستوى عالي لحماية المعلومات الوطنية والشخصية، وصون الأرشيف الإلكتروني من أي عبث والتركيز على أمن الدول والأفراد، إمّا بوضع الأمن برمجياً أو باستخدام التوقيع الإلكتروني أو بكلمة مرور.

ولكي يكون هناك أمن المعلومات على الإدارة الإلكترونية أن تضع سياسات أمنية لتقنيات المعلومات بما فيها خدمة الأنترنت، تبني استراتيجية وطنية لأمن المعلومات وذلك بتعاون أجهزة القطاع العام والقطاع الخاص¹، مع سن القوانين واللوائح التنظيمية التي تحد من السطو الإلكتروني وانتهاك خصوصية المعلومات في الإدارة الإلكترونية.⁽²⁾

المطلب الثاني :

تقييم الإدارة الإلكترونية

تعتبر الإدارة الإلكترونية آلية لمواكبة حاجيات الأفراد، فقد ساعدت في تحسين الخدمات وذلك بأقل جهد وتكلفة، فهي ضرورة حتمية كونها شملت مختلف القطاعات لكن عند تطبيق هذه الاستراتيجية سنجد هناك عوائق تطرأت عليها، يتم تطرق للإيجابيات الإدارة الإلكترونية (الفرع الأول)، عراقيل الإدارة الإلكترونية (الفرع الثاني).

¹سلمى سيساوي و سالمة سيساوي ، مرجع سابق ص 35

²سلمى سيساوي وسالمة سيساوي، مرجع نفسه، ص35.

الفرع الأول :

إيجابيات الإدارة الإلكترونية

إنّ تحول الجهات الحكومية وجهات القطاع الخاص نحو نظام الإدارة الإلكترونية بتحقيق مزايا متعددة وذلك من خلال تقديم الخدمات المرفقية للجمهور عن طريق شبكة المعلومات وذلك دون العناء للتوجه إلى الإدارة المعنية، سوف نذكر العديد من الإيجابيات وأهمها:

تبسيط إجراءات إنجاز الأعمال من خلال تدفق سير المعلومات إلكترونياً، توفر معلومات دقيقة وموثقة، مع التقليل من أعباء الأعمال الورقية، والتعزيز مفهوم إدارة الجودة الشاملة من خلال تحسين جودة الخدمات المقدمة، وكذا المساهمة في فتح قنوات اتصال جديدة، مع توفر البيانات والمعلومات الدقيقة والضرورية عند الحاجة إليها، وإلغاء مستويات إدارية متعددة حيث يصبح هناك مستوى إداري واحد متصل بالشبكة وتصبح الشبكة هي الإدارة، مما يؤدي إلى تخفيض تكاليف العمل الإداري والسرعة في إنجاز الأعمال، وتقليل من حجم القوى العاملة وفي الوقت نفسه تعمل على إعادة تأهيل الآخرين لغرض مواكبة التطورات الجديدة، كما تساهم في تقوية العلاقة بين مختلف الهيئات الإدارية وإضفاء المزيد من الشفافية والوضوح فيما يتعلق بعملها، الاستجابة السريعة للاحتياجات والتسهيل المبسط للخدمات المقدمة.

تطبيق الإدارة الإلكترونية يوفر الجهد والوقت ويمنع تعرض الأرشيف للتلف والضياع، من خلال توفر الأرشيف الإلكتروني مما يؤدي كذلك إلى عدم الحاجة إلى أماكن التخزين، والسماح بالانفتاح على العالم الخارجي والتعرف على التقنيات الحديثة في مجال تقديم الخدمات في بيئة شديدة التنافس وسريعة التغيير⁽¹⁾، مع تقليل النفقات في متابعة عمليات الإدارة المختلفة⁽²⁾.

¹ عماري سمير، مرجع سابق، ص ص 43-44.

² سلمى سيساوي وسالمة سيساوي، مرجع سابق، ص 28.

الفرع الثاني:

معوقات الإدارة الإلكترونية

رغم الإيجابيات التي ظهرت في تطبيق الإدارة الإلكترونية وذلك نتيجة التطورات السريعة في مجال تقنيات المعلومات، إلا أنها تواجه عراقيل تقف أمام تطبيقها ونذكرها على التالي:

عدم وجود بنية تحتية متكاملة على مستوى الدولة، مما يعرقل تطبيق الإدارة الإلكترونية في مؤسساتها، إلى جانب عدم وضوح الأنظمة والتشريعات الأمنية والتساهل في تطبيقها، ومخاطر أمن المعلومات وعدم توفير الحماية من المخاطر التي تهدد المعلومات والأجهزة، وذلك بسن التشريع يحدد قواعد السلامة ووصول المعلومات للمستفيدين، كما أن قلة الموارد المالية وصعوبة توفير السيولة النقدية⁽¹⁾، والنقص في القدرات على الصعيد القطاع التكنولوجي للمعلومات والاتصالات يآثر سلبا في تطبيق الإدارة الإلكترونية وإعمالها في المجال التجاري.

وهذا ما ينطبق مع الجزائر في تأخير في وضع الإطار القانوني والتنظيمي المطلوب، ويعرقل ممارسة وأداء الإدارة الإلكترونية، إلى جانب البيروقراطية الشديدة في الجزائر، مع عدم تهيئة بيئة العمل الإدارية، مما يعيق تنفيذ استراتيجية الإدارة الإلكترونية والأخذ بها في مجال ممارسة النشاط التجاري.⁽²⁾

¹ جمبية ذهبية وبيير سارة، مرجع سابق، ص 57.

² عيدوني كافية وبن حجوبة حميد، مرجع سابق، ص 15.

الفصل الثاني:

مدى ارتباط الإدارة الإلكترونية

بالنشاط التجاري

عرف الإنسان التجارة منذ القدم، حيث تنحصر على العالم المادي وفي الشكل التقليدي إلى أن تطور الأمر في ظل عصر الرقمنة، فقد أحدثت ثورة المعلومات ما يسمى بالعولمة دون أي حواجز جغرافية، وأصبح العالم قرية صغيرة، وذلك بتبادل السلع والخدمات والمنافع في جميع المجالات عن طريق التجارة الإلكترونية، توفّر العناء والجهد للإنسان في نشاطاته الاقتصادية والاجتماعية وغيرها من النشاطات الأخرى.

إنّ التعامل مع المؤسسات والمستهلكين والحكومة يوسّع من نطاق التجارة الإلكترونية، وذلك يحقق التكامل فيما بينها عن طريق شبكة الاتصال والمعلومات. فبعدما كانت التعاملات والمال والبنوك يلجأ إليها الإنسان بالطريقة التقليدية إلاّ أن أخذ صورة جديدة في توظيف الاتصالات الرقمية عن طريق البنوك الإلكترونية والأموال والعملية الإلكترونية، فقد أصبح السبيل لعملية البيع والشراء عن بعد، كذلك ترويج المنتجات وتوفير الخدمات عن طريق الأنترنت بغض النظر عن البعد الجغرافي، وكل هذا خلال فترة وجيزة من الزمن.

يتم دراسة مفهوم النشاط التجاري (المبحث الأول)، و استعمال الإدارة الإلكترونية في ممارسة النشاط التجاري (المبحث الثاني).

المبحث الأول:

ماهية النشاط التجاري

يعتبر النشاط التجاري المحرك الأساسي للتنمية، لأنه يحقق منافع اقتصادية، وذلك من خلال نقل السلع وتخزينها وتوزيعها واستهلاكها، وكلما كان النشاط التجاري متطورا إزدهر الاقتصاد. يتم التطرق إلى مفهوم النشاط التجاري (المطلب الأول)، ثم النشاط التجاري في البيئة الإلكترونية (المطلب الثاني).

المطلب الأول:

مفهوم النشاط التجاري

يعد مصطلح النشاط التجاري من المصطلحات الحديثة ذات الطابع الاقتصادي، لتجديد مفهومه، سنتطرق لتحديد مدلول النشاط التجاري (الفرع الأول)، وأشكاله (الفرع الثاني)، ثم كيفية ممارسته (الفرع الثالث).

الفرع الأول:

مدلول النشاط التجاري

يعتبر النشاط التجاري كل عمل موضوعه الربح من أجل تلبية حاجات المستهلكين، ويعرف أيضا بأنه بيع وشراء السلع يهدف تحقيق الربح.

يتم ممارسة النشاط التجاري بغرض تحقيق الربح، ويرتبط نمو النشاط عن طريق مبادلة الأموال، أو عن طريق مبادلة مال بمنفعة وشراء السلع وبيعها بثمن أعلى من تكلفة الحصول عليها يهدف تحقيق الربح التي تشمل السلع والخدمات⁽¹⁾.

تتدخل المعاملات الأفراد، وتتفاعل الأنشطة التجارية مع بعضها البعض لخدمة غرض واحد وهو إشباع رغبات الأفراد ولا تتوقف هذه الرغبات لأنّ التبادل التجاري يتجدد ولا ينتهي لهدف تقديم خدمة مرضية للعملاء.

أصبح التبادل التجاري يضم العديد من الوظائف التي تقوم بتقديم الخدمات للأفراد أو الدول.⁽²⁾

الفرع الثاني :

الشروط الواجب توافرها لممارسة النشاط التجاري

تتمثل الشروط الواجب توافرها في السجل التجاري التسجيل في السجل التجاري (أولاً)، والانتقال إلى السجل الإلكتروني (ثانياً)

أولاً- السجل التجاري

يرتبط ممارسة النشاط التجاري بضرورة تسجيل الشخص الطبيعي أو المعنوي في السجل التجاري من أجل ممارسة التجارة لخلق بيئة قانونية سليمة.

فالسجل التجاري عبارة عن دفتر ينفرد فيه كل تاجر سواء كان شخصاً طبيعياً أو معنوياً بصفحة فيه تدون البيانات الخاصة لهؤلاء التجار، وكذا نشاطهم التجاري العادي

¹ بويلي سكينه، الرقابة على النشاط التجاري في الفكر الإسلامي، مذكرة الماجستير في الاقتصاد الإسلامي، تخصص اقتصاد إسلامي، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2007، ص11.

² مرجع نفسه، صفحة نفسها.

تحت رقابة وإشراف الدولة⁽¹⁾، حيث يتم تدوين أسماء الأشخاص الطبيعية والمعنوية وكل البيانات المتعلقة بهم وبأنشطتهم التجارية، وفق رقم تسلسلي ورمز نشاط مشترك، ضمن صفحات السجل من طرف المركز الوطني للسجل التجاري على مستوى الملحقات المحلية، والذي يرقمه ويؤشر عليه القاضي. وقد تم إعداد هذا السجل من قبل المركز الوطني للسجل التجاري، وهذا وفقاً لنموذج محدد ويتضمن دفترين، فالأول مخصص للأشخاص الطبيعية والثاني بالنسبة للأشخاص المعنوية. وبإتمام هذا الإجراء يتم تسليم المعني مستخرج السجل التجاري الذي يعدّ سنداً رسمياً يؤهل كل شخص طبيعي أو معنوي يتمتع بكامل أهليته لممارسة نشاط تجاري.⁽²⁾

لقد كرس المشرع مبدأ القيد الذي عرفه نظام السجل التجاري من خلال القانون 08/04 المتعلق بشروط ممارسة النشاط التجاري من المادة 3 التي تنص على: "يتضمن مستخرج السجل التجاري التسجيل في السجل التجاري للمؤسسة الرئيسية - يتم تسجيل كل مؤسسة تنشأ عبر التراب الوطني بالرجوع إلى التسجيل الرئيسي، لا يسلم إلا مستخرج واحد من السجل التجاري لكل شخص طبيعي أو اعتباري تاجر"⁽³⁾.

وهنا يتضح بمحدودية استخراج السجل التجاري على سجل واحد، وتسليمه للمعني لمدى الحياة الاجتماعية للشركة وإلى مدى الممارسة الفعلية للنشاطات الاقتصادية بالنسبة للشخص الطبيعي.

¹ شريقي نسرين، الأعمال التجارية، -التاجر - المحل التجاري-، دار بلقيس، الجزائر، 2013، ص58.
² بن حميدوش نور الدين، الإطار القانوني لممارسة الأنشطة التجارية في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه العلوم في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة 2016، ص ص49-50.
³ قانون رقم 08-04 مؤرخ في 14 أوت 2004، المتعلق بشروط ممارسة النشاط التجاري ج.ر، عدد 52، صادر بتاريخ 18 أوت 2004، معدل ومتمم.

ثانيا: الانتقال إلى السجل التجاري الإلكتروني

إنّ التحولات الاقتصادية التي شهدتها الجزائر تهدف إلى تطوير النشاط التجاري وتبني فكرة اقتصاد السوق، إلى جانب تأطيره من خلال رصد كل المخالفات ومتابعتها، كممارسة نشاط تجاري دون قيد في السجل التجاري أو القيد في سجل تجاري لنشاط قار دون حيازة محل تجاري، بالإضافة إلى معرفة العدد الحقيقي للمسجلين والأنشطة التجارية الممارسة وكل هذا يتسنى للسلطة المختصة الإحاطة بجميع المعطيات والإحصائيات عن سوق التجارة ومتطلباتها، من خلال رقمنة كل هذه المعطيات وتطبيق الإدارة الإلكترونية. جاءت مرسوم تنفيذي 18-112⁽¹⁾ الذي يحدد ضرورة مسك السجل التجاري الإلكتروني بالنسبة للتجار الغير جائزين عليه، وأن يكون السجل التجاري العادي غير صالح بعد 19 أفريل 2019 بموجب مرسوم التنفيذ 19-251 الذي يمدد العمل في السجل التجاري الإلكتروني لغاية ديسمبر 2019 وعدل بموجب مرسوم تنفيذي رقم 20-154 الذي يمدد الأجل لغاية 31 ديسمبر 2020، وإبتداء من 02 جانفي 2021، لا يمكن للإدارات والمؤسسات العمومية أن تقبل في معاملتها التجارية إلا مستخرجات سجل التجارية الصادرة بواسطة إجراء إلكتروني، وتكمن الغاية من وراء هذا الإجراء عصرنة قطاع التجارة والولوج للتجارة الإلكترونية.

ويسمح المرسوم رقم 18-112 المحدد نموذج مستخرج السجل التجاري من خلال إدراج رمز إلكتروني يسمح بتأمين الوثيقة وضمان إثبات أنّ الوثيقة أصلية والمراقبة عن بعد للمعطيات المتعلقة بالنشاط التجاري، ويهدف كذلك إلى تأمين السجل التجاري من التزوير

¹ مرسوم تنفيذي رقم 18-112 المؤرخ في 05 أفريل 2018، يحدد نموذج مستخرج السجل التجاري الصادر بواسطة إجراء إلكتروني، ج ر عدد 21، الصادر بتاريخ 11 أفريل 2018، معدل ومتمم بموجب المرسوم التنفيذي 20-154.

والتلاعبات، والسماح لكل شخص الحصول على المعلومات المعنية من المركز الوطني للسجل التجاري المتعلقة بوضعية التاجر⁽¹⁾، مما يدعم الإدارة الإلكترونية.

1- الشخص المؤهل قانوناً لطلب القيد في السجل التجاري الإلكتروني

حسب مادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 15-111⁽²⁾ المحدد كيفية القيد والتعديل والشطب في السجل التجاري فإنّ طلب القيد يتم فقط بناء على طلب الشخص المعني أو ممثله القانوني، إلاّ أنّه يمكن أن يتم التسجيل وإرسال الوثائق المتعلقة بها بالطريقة الإلكترونية وفقاً للإجراءات التقنية للتوقيع والتصديق الإلكترونيين، أيضاً يمكن تسليم مستخرج السجل التجاري بواسطة إجراء إلكتروني.

2- إجراءات تعديل القيد للحصول على السجل التجاري الإلكتروني

حسب مادة 7 من المرسوم التنفيذي 18-112 فإنّ طلب التجار غير الحائزين على السجل التجاري الإلكتروني يكون هدفه الحصول على الرمز الإلكتروني "س.ت.إ"، وهنا يمكن اعتبار طلب السجل التجاري الإلكتروني يدخل في فكرة الإضافات، لأنّ صاحبه يهدف إلى حصول على الرمز الإلكتروني "س.ت.إ" وليس تصحيح معلومات خاطئة أو مستجدة كما لا يهدف هذا الإجراء إلى حذف البيانات أو تجديد مدّة الصلاحية³.

¹ علال ياسين ويلي أسيا، رقمنة السجل التجاري لإرساء بيئة تجارية إلكترونية، ندوة علمية حول السجل التجاري الإلكتروني بين مقتضيات التجارة الإلكترونية ومتطلبات العصرنة، المنعقدة يوم 26 فيفري 2019، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، ص 5-6.

² مرسوم تنفيذي رقم 15-111 مؤرخ في 3 مايو 2015 يحدد كيفية القيد والتعديل والشطب في السجل التجاري، ج.ر، عدد 24، الصادر بتاريخ 13 ماي 2015.

³ علال ياسين ويلي أسيا، مرجع سابق، ص 6.

الفرع الثالث:

ممارسة النشاط التجاري

حدّد المشرع الجزائري كيفية ممارسة الأنشطة التجارية فيمكن أن تمارس في شكل قارة أو غير قارة، فيمكن التمييز بينهما على الآتي:

أولاً: النشاط التجاري القار

هو كل نشاط يمارس بصفة منتظمة في أي محل⁽¹⁾، فيعتبر نشاطا تجاريا قارا، وذلك وفق أحكام القانون 04-08 المتعلق بشروط ممارسة النشاطات التجارية أنه ينطبق على كل نشاط قار لاسيما أنشطة الصناعة التقليدية والحرف.

ويحد محل النشاط التجاري الذي يمارس فيه التاجر نشاطه التجاري القار للشخص الطبيعي أو المعنوي الممارس لنشاط تجاري وحرفي قار⁽²⁾.

ثانياً: النشاط التجاري غير القار

هو كل نشاط تجاري يمارس عن طريق العرض أو بصفة متنقلة في الأسواق أو في المعارض أو في أي فضاء تجاري⁽³⁾. وهذا ما أكدته المادة 21 من المرسوم التنفيذي رقم 13-140، الذي يحدد شروط ممارسة النشاط التجاري غير القار بنصها: "يمارس النشاط

¹ بوسالم أبو بكر وبوعزة محمد أمين، «واقع الرقابة على الممارسات التجارية في الجزائر»، مجلة الريادة لإقتصادية الأعمال، الجزائر، المجلد 3، العدد5، 2017، ص ص 36-37.

² بلعقون أسامة، الأنشطة التجارية المقننة، مذكرة الماستر، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، 2016، ص35

³ موشن فضيلة، رقابة مديرية التجارة كآلية لحماية المستهلك -تيزي وزو نموذجاً-، مذكرة ماستر، تخصص قانون خاص داخلي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2017، ص17.

التجاري الغير القار كما هو معروف أعلاه في الأسواق الأسبوعية أو النصف الأسبوعية أو الجوارية أو المعارض أو في أي فضاء أو مكان آخر مهياً لهذا الغرض"¹.

- يمارس النشاط التجاري غير قار بالنسبة للأفراد عن طريق العرض أو بصفة منتقلة، فهذا النوع من النشاط التجاري مسموح به لكل من يرغب في ممارسته، ما دام مقيداً في السجل التجاري أو في سجلات الصناعات التقليدية والحرف في دائرة الاختصاص الإقليمي بالولاية⁽²⁾.

وحسب نص المادة 7 من المرسوم رقم 13-140 الذي يحدد شروط ممارسة النشاط التجاري الغير القار على أنه: "يتعين على التاجر الذي يمارس نشاطاً تجارياً غير قار إحترام التنظيم المعمول، وبهذه الصفة، يجب أن تستجيب ممارسة النشاط التجاري الغير القار إلى متطلبات الأمن والنظافة والسكينة والصحة العمومية، ويجب أن لا يلحق ضرراً بالمحيط العمراني المجاور لها، ولا تعرقل الأنشطة المحاذية لها. وكل مخالفة لأحكام هذا المرسوم يعاقب عليها التشريع والتنظيم المعمول بهما"⁽³⁾.

وعلى غرار الفضاء التجاري الإلكتروني فإن الإدارة الإلكترونية تسهل من عملية النشاط التجاري بالنسبة للفضاء التجاري الإلكتروني، حيث يقوم المستهلك بالتبضع في المتاجر الافتراضية دون أن يضطر للتنقل لمسافات طويلة، كما تساهم الإدارة الإلكترونية في تسيير النشاط التجاري سواء في العالم المادي أو الإلكتروني.

¹ مرسوم تنفيذي رقم 13-140، مؤرخ في 10 أبريل 2013، المحدد شروط ممارسة الأنشطة التجارية غير القارة، ج ر، عدد 21، صادر بتاريخ 23 أبريل 2013.

² بلعقون أسامة، مرجع سابق، ص36.

³ مرسوم تنفيذي رقم 13-140 السالف الذكر.

المطلب الثاني :

النشاط التجاري في البيئة الإلكترونية

تقوم التجارة الإلكترونية على وسائل الاتصال الحديثة لممارسة النشاط التجاري، إلا أنها لا تنتمي إلى مكان معيّن أو بلد معيّن حيث تتم في عالم افتراضي لا يعرف حدود، ومن هنا أخذت أنماطا جديدة لتسريع المعاملات القائمة بين المتعاملين سواء كان مؤسسة أو حكومة أو مستهلك، ما سنتطرق إليه إلى تعريف التجارة الإلكترونية (الفرع الأول)، أشكال التجارة الإلكترونية (الفرع الثاني).

الفرع الأول:

تعريف التجارة الإلكترونية

أولا: تعريف التجارة الإلكترونية

فرضت التجارة الإلكترونية نفسها في السنوات الأخيرة نظرا للتطور الهائل لوسائل الاتصال المختلفة، خاصة لدخول التقنيات الإلكترونية في مختلف نواحي المجالات بما فيها المجال التجاري. لذا وردت عدّة تعاريف للتجارة الإلكترونية بما فيها:

ينقسم مصطلح التجارة الإلكترونية إلى مقطعين:

المقطع الأول: وهو التجارة، فإنّه مصطلح معروف، يعبر عن نشاط اقتصادي يتم من خلاله تداول السلع والخدمات بين الأفراد والحكومات والمؤسسات¹.

¹ بلعقون أسامة، مرجع سابق، ص 36.

المقطع الثاني: وهو الإلكترونية، فهو نوع من التوصيف لمجال أداء نشاط محدد في المقطع الأول ويقصد به أداء نشاط تجاري باستخدام الأساليب الإلكترونية، وتعد الأنترنت أحد أهم هذه الأساليب⁽¹⁾.

إن التجارة الإلكترونية هي وسيلة مزولة العمل التجاري والأنشطة التي لها صلة بشراء وبيع السلع والمعلومات عبر شبكة الاتصالات بين الشركات بعضها البعض وبين الشركات وعملائها، أو بين الشركات وبين الحكومات، مما يسهل للإدارة الإلكترونية لإنجاز وتسيير العمل الافتراضي وتبادل المعلومات عن بعد.

تعريف منظمة التجارة العالمية (WTO): "تعرف منظمة التجارة العالمية التجارة الإلكترونية بأنها مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات وتأسيس روابط تجارية"⁽²⁾ من توزيع وتسويق وبيع المنتجات بالاعتماد على الوسائط الإلكترونية، فهذا التعريف لا يقتصر التجارة الإلكترونية أنها مجرد تبادل السلع والخدمات بوسيلة إلكترونية، إنما تغطي كافة عمليات الإنتاج، التسويق، البيع، الإعلان، الترويج، التسليم وخدمات ما بعد البيع.

تغطي التجارة الإلكترونية كافة عمليات الإنتاج والتسويق والتوزيع والبيع والتسليم ونقل وتداول والحصول على البيانات والمعلومات والاتصالات والترويج والتوظيف وإدارة العمل والإعلانات، كل ذلك على الخط Online بالنسبة لكافة السلع والخدمات باستخدام الوسائط والوسائط الإلكترونية على المجتمع المحلي والإقليمي والدولي وتغطية الأسواق الوطنية والإقليمية والدولية بما يخدم عمليتي التجارة الداخلية والخارجية⁽³⁾.

¹ أمير فرج يوسف، عالمية التجارة الإلكترونية وعقودها وأساليب مكافحة الغش التجاري الإلكتروني، د.ط، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2009، ص 35-36.

² عيساني عامر-وسلالي بوكري، «دور التجارة الإلكترونية في التنمية المستدامة»، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، المجلد 14، العراق، 2014، ص 200.

³ مرجع نفسه، ص 200-201.

كما تعرف التجارة الإلكترونية على أنها: "القيام بالأعمال التجارية لأنها تتعلق بالسلع والخدمات وذلك بمساعدة "وسائل الاتصالات وذلك باستعمال تكنولوجيايات مثل الويب والبريد الإلكتروني، وتحويل الأموال إلكترونيا والبطاقات الذكية"⁽¹⁾.

لابد الإشارة إلى تعريف المشرع الجزائري للتجارة الإلكترونية قانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية أنه نص في المادة 5: "يقصد في مضمون هذا القانون بالتجارة الإلكترونية" النشاط الذي بموجبه يقوم مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير السلع والخدمات، عن بعد لمستهلك إلكتروني، عن طريق الاتصالات الإلكترونية"⁽²⁾.

وحسب المادة 08 من قانون 05-18 "يخضع النشاط التجاري الإلكتروني لتسجيل في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفية حسب الحالة، وللنشر موقع إلكتروني أو صفحة إلكترونية على الأنترنت، مستضاف في الجزائر بامتداد "com.dz" يجب أن يتوفر الموقع الإلكتروني للمورد الإلكتروني على وسائل تسمح بتأكد من صحته"⁽³⁾ أيضا يعرفه قانون التجارة الإلكترونية التونسي والصادر في 9 أغسطس 2000 التجارة الإلكترونية بأنها العمليات التجارية التي تتم عبر المبادلات الإلكترونية، وعرف المبادلات التجارية بأنها المبادلات التي تتم باستعمال الوثائق الإلكترونية"⁽⁴⁾.

وتشمل التجارة الإلكترونية ثلاثة أنواع من المراحل:

1-مرحلة العرض والطلب: يكون فيه عمليات الإعلان عن المنتج وعمليات البحث عنه.

¹ خلايفية كريم، دور التجارة الإلكترونية في التنمية الاقتصادية، مذكرة ماستر في علوم التسيير، تخصص مالية تأمينات وتسيير المخاطر، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2012، ص19.

² المادة 05 من قانون رقم 05-18، مؤرخ في 10 ماي 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية ج ر، عدد 28، الصادر بتاريخ 16 ماي 2018، المعدل والمتمم..

³ المادة 09-08 من قانون رقم 05-18 السالف الذكر.

⁴ مأمون أحمد سليمان إيمان، إبرام العقد الإلكتروني وإثباته -الجوانب القانونية لقانون التجارة الإلكترونية-، دط، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2008، ص29.

2-مرحلة الطلب والقبول والدفع: يكون فيه عملية تقديم طلب الشراء وسداد ثمن المشتريات.

3-مرحلة التنفيذ: تكون فيه عملية تسليم المشتريات(1).

وخلال هذه المراحل الثلاثة يعتمد فيها التاجر أساسا على تطبيق الإدارة الإلكترونية

ثانيا: خصائص التجارة الإلكترونية

تتسم التجارة الإلكترونية بعدة خصائص ومنها:

1-التواصل بين طرفي التجارة يكون عن بعد: هنا تتعدم العلاقة المباشرة بين أطراف التجارة الإلكترونية لأن التلاقي يتم عبر شبكة الاتصالات.

2-الإعتماد على ركائز إلكترونية في تنفيذ المعاملات: تتم كافة العمليات بين طرفي المعاملة إلكترونيا من دون أي وثائق ورقية متبادلة في أجزاء المعاملات، وهذا بالاعتماد على تقنيات الإدارة الإلكترونية.

3-التفاعل المتوازي في آن واحد بين أطراف المعاملات: يمكن أن يجتمع عدد كبير من المشتركين في آن واحد على موقع واحد أو إرسال شخص واحد نفس الرسالة أو الإعلان أو الطلب إلى عدة مستقبلين في آن واحد، وكل هذا يتيح في تنفيذ كل مكونات العملية التجارية(2)، وهذا ما تتيحه آليات الإدارة الإلكترونية التي تسمح بترجمة معطيات الصفقة إلى بيانات رقمية.

4-توفير خيارات التسوق الأفضل: ميزة نشاط التجارة الإلكترونية أنها تمكن الشركات المنتجة من عرض أفضل المنتجات لإشباع رغبات المشتريين، ذلك من خلال

¹ فلاق شيرة فاطمة، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة ماستر، تخصص الإمداد والنقل الدولي، كلية الحقوق والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، 2018، صص 14، 24.

² خلايفية كريم، مرجع سابق، ص 169.

عرض خيارات متنوعة للتسوق وفق تفاصيل دقيقة لتحقيق رضا الزبائن. التجارة الإلكترونية تمكن المتسوقين للحصول على معلومات حقيقية فيما يتعلق بمواصفات السلع والبضائع المراد التعامل بها من خلال البيانات، كما تمتاز التجارة الإلكترونية بالشفافية حيث تمكن المحترف من الحصول على معلومات عن زبائنه وشركائهم المناسبين لهم، كما تمكن المستهلكون من الاطلاع على الأسواق، مما يساعدهم الحصول على السلع والخدمات ذات جودة عالية بثمن أقل وتلبية رغبات الزبائن وأن يختار ما يلائمه من منتجات وأسعار ومختلف العروض الأخرى التي يتم عرضها عن بعد.

5- استحداث أنماط جديدة من الأعمال التجارية: يوجد العديد من الأعمال التجارية على الرغم من أنها موجودة قبل ظهور التجارة الإلكترونية، لكنها ازدهرت في ظل أساليب وتقنيات التجارة الإلكترونية، فقد ظهرت متاجر افتراضية وشركات افتراضية التي وسعت مجال التسويق والبيع والشراء من خلال (موقع إلكتروني مفترض على الشبكة). كما ظهرت بيئة إلكترونية التي تعتمد أساليب الوفاء الإلكتروني واستغنت على الأوراق التي تستخدمها التجارة التقليدية، وتحل بدلا عنها قوائم الحساب والسجلات الإلكترونية والنقود الإلكترونية، مما يتطلب تنظيما جديدا للتعامل مع هذه التجارة⁽¹⁾.

6- تطوير معايير المنافسة التجارية والأداء التجاري: تتميز التجارة الإلكترونية في تسابق الشركات لعرض أفضل ما لديها من منتجات لغرض جذب أكبر قدر ممكن من المشترين، مما يؤدي إلى زيادة حدة المنافسة فيما بين الشركات التجارية، والمهم في ذلك إيجاد طرق تقنع الزبائن لضمان استمرار تعاملهم مع هذه الشركة، أو تلك من خلال عرض وتقديم الأفضل. حيث تهيأ الشركات الصغيرة فرصة المنافسة مع

¹ عكاب أحمد محمد العبادي، الضريبة على الدخل الناجم عن التجارة الإلكترونية، دار الحامد، عمان، 2015، ص38.

الشركات الكبيرة بغية الوصول إلى الأسواق المحلية والعالمية عن طريق الوسائل الإلكترونية وجذب الاستثمارات من خلال نظم الاتصال الحديثة⁽¹⁾، وتطبيق مفهوم الإدارة الإلكترونية.

7- الترويج للمنتج: إنّ التجارة الإلكترونية تقوم بتوفير قاعدة معلوماتية واتصال مباشر مع العملاء، وتساعد التجارة الإلكترونية في عملية ترويج المنتج، من خلال الكتالوجات الإلكترونية، إذن هي أداة تسويقية جديدة التي تسمح بالوصول إلى العديد من الأسواق وإلى أقصى عدد ممكن من العملاء⁽²⁾.

الفرع الثاني:

أشكال التجارة الإلكترونية

تأخذ أشكال التجارة الإلكترونية عدّة صور تتمثل في الأنماط التالية:

أ- التجارة الإلكترونية بين مؤسسات الأعمال: يرمز بها Business to Business (B2B)

تقوم وحدات الأعمال بالمؤسسات بتطبيق التجارة الإلكترونية حيث تستخدم شبكة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات بتقديم طلبات الشراء إلى مورديها وتسليم الفواتير وإجراء عملية الدفع وذلك باستخدام وسائل الدفع الإلكتروني. فيعتبر هذا الشكل أكثر أنواع التجارة الإلكترونية شيوعاً وتطبق بين مؤسسات الأعمال داخل الدولة أو مع مؤسسات الأعمال خارج الدولة.

¹ نفس المرجع، ص39.

² عيساني عامر و سلاوي بوبكر، مرجع سابق، ص208.

ب- التجارة الإلكترونية بين الشركات والمستهلك (B2C)

تعد من أكثر صور تجارة إلكترونية انتشارا عبر العالم، يتم التعامل فيه وشراء بين المؤسسات التجارية أو الأفراد أو المستهلكين، ويكون على مستوى السوق المحلي أو الدولي، ويقوم المستهلك بطلب السلعة أو الخدمة من موقع الشركة في الأنترنت، ويدفع ثمنها بالبطاقة وبعد ذلك يحصل مباشرة على السلعة أو الخدمة، إذا كانت منتجا رقميا أو عن طريق البريد التقليدي، إذا كانت غير قابلة للتسليم إلكترونيا. فيتمكن أي شخص زيارة المواقع التجارية واستعراض البيانات والمعلومات عن السلعة ومواصفاتها ونوعها وعلامتها والبلد المنتج لها وأسعارها، مع استبيان كيفية استخدامها وكيفية تسليم الثمن، وهذه الأمور كلها تركز على إحتراف الإدارة الإلكترونية التي تسهل ممارسة النشاط التجاري عن بعد.

تقوم المراكز التجارية بعرض أفضل ما لديها من منتجات وخدمات وعرض السلع لجذب أكبر عدد ممكن من الزبائن، ويستطيع المستهلك بحجز الفنادق والسيارات وتذاكر السفر وتنظيم الرحلات السياحية من خلال شبكة الأنترنت، ويتم تنفيذ الصفقة التجارية والدفع بطرق مختلفة كبطاقات الإئتمان أو الشبكات الإلكترونية أو نقد أثناء التسليم⁽¹⁾ من خلال المواقع الإلكترونية.

ج- التجارة الإلكترونية بين مؤسسة الأعمال والحكومة (B2G)

يعد من أنماط التجارة الإلكترونية للقيام بالنشاط التجاري مع الأجهزة الإلكترونية، مما يدعم فعالية الأداء الحكومي في التفاعل مع طالبي الخدمة، ويهدف هذا النمط إلى تقليل الاستخدام الورقي والقضاء على البيروقراطية في تنفيذ المعاملات مع القطاعات الحكومية، وتغطية كل المعاملات بين الشركات وهيئات الإدارة الحكومية، واستبدال هذه المعاملات إلكترونيا، وهذا ما يدعم دور الشركات في تسريع العمليات الإدارية في الأجهزة الحكومية

¹ عكاب أحمد محمد العبادي، مرجع سابق، ص 32-33.

الإدارية، مما ينتج أثر إيجابي على التعامل الحكومي مع الشركات كدفع الضرائب والجمارك والتأمينات، وكذلك حصول الشركات على البيانات والتعليمات اللازمة في تعاملاتها مع الحكومة التي تمكن من ممارسة النشاط التجاري عن بعد بفضل استغلال تقنيات الإدارة الإلكترونية.⁽¹⁾

د- التجارة الإلكترونية بين المستهلك والحكومة (G2C)

إنّ هذا النوع من التجارة الإلكترونية تتم بين المستهلك والمؤسسات التابعة للدولة، وذلك لتسريع المعاملات بين الأفراد والإدارات الحكومية، وهذا ما يسهل على الأفراد الاتصال مباشرة بالعمليات وإنهاء الإجراءات إلكترونياً وفق معايير محددة دون الحاجة إلى تنقل الفرد والحضور إلى الإدارة الحكومية لإنهاء الصفقة التجارية، مما يوفر الجهد والوقت لكلا الطرفين، وهذا ما ينطبق مع الإدارة الإلكترونية بالعمل خارج الأوقات الرسمية، فقد تُقدم الأجهزة الحكومية خدماتها للمواطنين بالجودة العالية وتخفيف الأفراد من مشقة ومراجعة الدوائر لإنهاء أعمالهم. مثال ذلك كالدفع الإلكتروني للضرائب وتسديد مخالفات المرور إلكترونياً،⁽²⁾ عملية استخراج تراخيص تسيير السيارات، الرسوم المتعلقة باستهلاك الكهرباء والماء.⁽³⁾

¹ المرجع نفسه، ص34.

² عيساني عامر وأسلالي بويكر، مرجع سابق، ص206.

³ عكاب أحمد محمد العبادي، مرجع سابق، ص35.

المبحث الثاني:

الإدارة الإلكترونية أساس ممارسة النشاط التجاري

ظهرت المتاجر الافتراضية كنتيجة التجارة الإلكترونية، وظهر شكلا جديدا في التعامل لهذه التجارة واستعملت فيه تقنيات حديثة وأصبحت ضرورة حتمية لتسيير المعاملات التجارية لتتماشى مع العصر الحالي، وذلك بالاستعانة بمختلف الأدوات.

يتم التطرق إلى مظاهر اعتماد الإدارة الإلكترونية في ظل ممارسة النشاط التجاري (المطلب الأول)، ثم الخدمات التي توفرها الإدارة الإلكترونية في مجال النشاط التجاري (المطلب الثاني).

المطلب الأول:

مظاهر اعتماد الإدارة الإلكترونية في ظل ممارسة النشاط التجاري

إنّ المتجر الإلكتروني يتضمن مجموعة من التقنيات الحديثة، فتوفر الإدارة تقنية المعلومات عن طريق الحاسوب بالالتقاء البائعون والمشترون عن بعد، لإتمام معاملاتهم بأقل وقت ممكن فيتبادلون المنتجات والخدمات والنقود والمعلومات فيما بينهم، إلا أنّ هذه التجارة تخضع للضريبة شأنها شأن التجارة العادية والتسويق المنتوجات أيضا يحتل مرتبة هامة في التجارة الإلكترونية، سنتناول الدفع الإلكتروني (الفرع الأول)، ثم الضريبة الإلكترونية (الفرع الثاني)، الإعلان الإلكتروني (الفرع الثالث).

الفرع الأول :

وسائل الدفع الإلكتروني

تتم التسويات المالية عن طريق وسائل مادية ملموسة منها النقود والشيكات إلا أن مع اتساع نطاق التجارة الإلكترونية، أصبحت ضرورة اللجوء إلى الدفع الإلكتروني الحديث من خلال شبكة الأنترنت.

أولاً: تعريف وسائل الدفع الإلكتروني

يعرف البنك المركزي الأوروبي وسائل الدفع الإلكتروني على أنها: "عملية دفع صدرت وعولجت بطريقة إلكترونية، وهي عبارة عن تحويل معاملات من خلال نقل معطيات من طرف إلى طرف آخر أو من نظام إلى نظام آخر"⁽¹⁾.

ونظراً للتقدم التكنولوجي والإقبال السريع من طرف الأفراد تعددت وسائل الدفع الإلكتروني، وسنتناول أهمها⁽²⁾:

أ- وسائل الدفع التقليدية عبر الأنترنت

1- الشيك الإلكتروني: هو أداة للوفاء يستخدم بدلاً عن النقود في المعاملات التجارية، حيث سعت المؤسسات المالية على تطويره واستعماله إلكترونياً في الدفع عن بعد. يتضمن الشيك الإلكتروني سداد مبلغ معين وفي تاريخ محدد لصالح شخص أو جهة معينة. فيعتبر إلتزام قانوني حيث يتم التوقيع والكتابة بوسيلة إلكترونية على شكل

¹ زواش زهير، دور نظام الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية، مذكرة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تمويل دولي والمؤسسات المالية والنقدية، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2011، ص20.

² محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، دط، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2006، ص105.

رسالة إلكترونية مؤمنة وموثقة يرسلها مصدر الشيك إلى حامله، ويحتوي على معلومات نفسها مع المعلومات التي يحملها الشيك التقليدي⁽¹⁾.

يتم لجوء حامل الشيك الإلكتروني إلى البنوك عبر الأنترنت، وذلك من أجل تحويل قيمة الشيك وإعادته إلكترونياً لحامله، مما يسمح له بالتأكد من صحة تحويل مبلغ الشيك الإلكتروني عبر الأنترنت، مما يستدعي إتباع إجراءات التوقيع الإلكتروني. وتتطلب أنظمة الشيك الإلكتروني بإيجاد وسيط يقوم بدوره في عملية التحقق والدفع الإلكتروني للشيك.

2- بطاقة الائتمان: هي بطاقة مغطى سطحها بمادة قابلة للمغنطة، يمكن تسجيل بيانات عليها، تصدرها مؤسسة تلتزم بدفع قيمة مشتريات حاملها إلى التاجر الذي يقبل التعامل بهذه البطاقة⁽²⁾، ثم يقوم الحامل بسداد دفعه للبنك مع الفوائد خلال أجل متفق عليه⁽³⁾ حتى لا يواجه البنك المصدر المخاطر في حالة عدم السداد. ومن أمثلة البطاقات الائتمان: بطاقات الفيزا والماستر كارديو أمريكان إكسبريس⁽⁴⁾.

كانت بطاقة الائتمان تستخدم في أجهزة الصرف الآلي، ومع التقدم التكنولوجي أصبحت تستعمل في الدفع الإلكتروني عبر الأنترنت عن طريق إدخال الرقم السري المخصص لها⁽⁵⁾.

¹ أكسوم عيلا م رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018، ص ص271-272.

² مرجع نفسه، ص273.

³ محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، مرجع سابق، ص106.

⁴ أمير فرج يوسف، عالمية التجارة الإلكترونية وعقودها وأساليب مكافحة الغش التجاري الإلكتروني، مرجع سابق، ص102.

⁵ خميس سناء، «الأعمال التجارية الإلكترونية في التشريع الجزائري»، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، العدد 4، د س، ص254.

ب- وسائل الدفع الحديثة عبر الأنترنت

1- البنوك الإلكترونية: هي مؤسسة مالية شبكية تؤدي خدمات باستعمال أساليب

إلكترونية من بينها شبكة الأنترنت⁽¹⁾.

تقوم البنوك الإلكترونية على طبيعة رقمية وتنشئ مواقع إلكترونية، بهدف تقديم

خدمات مصرفية، مالية، تجارية وهذه الخدمات تكون عن بعد ونجد أنّ المشرع

جزائري سمح بإجراء معاملات إلكترونية حسب ما نصت عليه مادة 69 من الأمر

03-11 يتعلق بالنقد والقرض بأنه: "تعتبر وسائل دفع كل الأدوات التي تمكن

كل شخص من تحويل أموال مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل".

وتتعدى هذه الخدمات إلى:

- خدمة الزبائن عبر الأنترنت: تمكن للعملاء من التعامل والإستعلام عن حساباتهم

بالإستعانة بوسائل الاتصال عن بعد، أينما تواجدوا وذلك يستطيع كل زبون أن

يتحصل على كلمة سر خاصة به، مع قابلية تغييرها دون تدخل البنك الإلكتروني⁽²⁾.

- خدمة الهاتف المصرفي: تتم خدمة الهاتف المصرفي من خلال اتصالات هاتفية من

طرف عملاء البنك الإلكتروني بواسطة رقم سري خاص بسحب مبلغ من النقود من

العميل بالبنك الإلكتروني لدفع بعض إلتزامات دورية كفاتورة الهاتف، الغاز،

الكهرباء، أيضا دفع مرتبات شهرية من حساب صاحب العمل إلى حسابات

الموظفين⁽³⁾.

- خدمة البطاقة الذكية: هي عبارة عن كمبيوتر متنقل، لها قدرة على تخزين جميع

البيانات الخاصة بالعملاء، لها حماية ضد التزوير سوء الاستخدام، حيث تمكن

¹ أكسوم عيلام رشيدة، مرجع سابق، ص ص276-277.

² أمر رقم 03-11 مؤرخ في 23 غشت 2003، يتضمن قانون النقد والقرض، ج.ر، عدد 52، صادر بتاريخ 27 أوت 2003.

³ أمير فرج يوسف، مرجع سابق، ص ص107، 109.

لأجهزة قراءة البطاقات التي توضع في المواقع التجارية التدقيق في كل تفاصيل الحسابات المالية لصاحبها⁽¹⁾.

- **النقود الإلكترونية:** النقود الإلكترونية أو النقود الرقمية تعرف بأنها قيمة نقدية مخزنة بوسيلة إلكترونية مدفوعة مقدما وغير مرتبطة بحساب بنكي فتستعمل كأداة للدفع لتحقيق أغراض مختلفة⁽²⁾، يمكن استخدام هذا النظام بين التجار المتواجدين عبر الأنترنت والذين يقبلون الدفع بواسطته⁽³⁾.

وتقوم فكرة النقود الإلكترونية أو الرقمية على نفس فكرة استخدام النقود المعنوية أو الورقية فليس لها أي علامات سوى رقم الإصدار خاصة بها الذي يحدد هوية العملة، حيث يقوم المشتري بشراء عملات إلكترونية من البنك الذي يقوم بإصدارها بعد ذلك يتم تحميل العملة إلى الحساب الخاص بالمشتري، وتكون على شكل وحدات عملات صغيرة القيمة، فكل عملة لها رقم خاص بالبنك المصدر. فعندما يقوم المستخدم بالشراء واختيار السلع المطلوبة من البائع ومعرفة أسعارها يقوم المشتري بإصدار أمر عن طريق الكمبيوتر بدفع قيمة مشترياته طبعا باستخدام العملات التي سجلت على الحساب الخاص به، ومن ثم يتم نقل العملات الإلكترونية من البنك المصدر بعد التأكد من عدم التزييف أو النسخ، إلا أن يقوم البنك المصدر بتحميل إلى حساب الخاص بالبائع مع ظهور علامة زيادة في القيمة النقدية للبائع مقابل شراء الأصناف من طرف المشتري⁽⁴⁾.

2- **المحفظة الإلكترونية:** هي عبارة عن وسيلة تتسع لعملية الدفع عبر شبكة الأنترنت، تتمثل في بطاقة الهاتف النقال، وتكون مشحونة مسبقا برصيد مالي

¹ محمد حسين منصور، مرجع سابق، ص106.

² خالد ممدوح إبراهيم، التقاضي الإلكتروني -الدعوى الإلكترونية وإجراءاتها أمام المحاكم-، دط، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008، ص11.

³ نضال إسماعيل برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة، عمان، 2005، ص121.

⁴ أمير فرج يوسف، مرجع سابق، ص105.

وذلك من طرف الجهة المصدرة لها، ثم يتم تسجيل هذا الرصيد في بطاقة خاصة عن طريق القرص الصلب لجهاز الكمبيوتر الخاص بمستعمل الشبكة. وبهذا يستطيع العميل الذي يرغب بالتعامل بهذه النقود أن يتعاقد مع أحد البنوك التي تسمح له باستخدام النقود الإلكترونية⁽¹⁾.

الفرع الثاني :

الضريبة الإلكترونية

تخضع التجارة التقليدية للضريبة في مجال السلع والخدمات ونفس الأمر بالنسبة للتجارة الإلكترونية، حيث تلقت نجاحا في العديد من الدول ومن هنا نتطرق إلى ما يلي:

أولا: الخضوع للضريبة الإلكترونية

تتعلق الضريبة الإلكترونية بالمعاملات التجارية سواء بالأموال أو الخدمات، وتمتد هذه المعاملات إلى أكثر من دول وهذا ما يجعل تحديد الدولة صاحبة الحق في الضريبة عبر الأنترنت مستحيل نظر الربط المعاملة بمنطقة جغرافية معينة، كذلك عرض الخدمة عبر الأنترنت لا يسمح للبائعين بمعرفة مكان استخدام خدماتهم ومنتجاتهم.

ثانيا: تحديد مصدر الضريبة الإلكترونية

إنّ القيام بالمعاملات عبر الأنترنت يتحدّد بالنظام الضريبي، فالمعاملة الإلكترونية تتمثل في طلب المنتج، يتم تسليمه ماديا بالبريد أو أي وسيلة للنقل، أو طلب خدمة يتم تقديمها خارج الشبكة، ويكون ذلك بالعمل التقليدي للبيع، فلا تثير أي صعوبة بين الدول حيث تطبق على القواعد العامة على معاملات الإستيراد والتصدير بين هذه الدول.

¹ نضال إسماعيل برهم، مرجع سابق، ص122.

إن المعاملات الغير المادية كالكتب، الأسطوانة، البرنامج الذي يتم بثه مباشرة إلى العميل على حسابه الآلي، فهنا يصعب إعمال التفرقة التقليدية بين تسليم الأشياء وتقديم الخدمات وذلك لسبب عدم وجود وسيط مادي.

إنّ مصلحة الضرائب الفرنسية واللجنة الأوروبية ترى أن تقديم الشيء أو المال بطريقة إلكترونية بنظر إليه كتقديم خدمة غير مادية لأنه يخضع للنظام الخاص بعمليات تقديم الخدمات. فتقديم الحسابات بتلك الطريقة لا يعد تسليمًا ماديًا لشيء إنما يتمثل في تقديم خدمة غير مادية.

فالأهمية في ذلك يكون بتحديد معدل الضريبة، والمعدل هنا يختلف بصدد تقديم الخدمات عنه بصدد تسليم الأموال، لأنه تتفاوت سعر الضريبة بحسب نوع المنتج، محل التسليم¹.

ثالثًا: صعوبة المعاملات الإلكترونية

توجد صعوبة مراقبة التصرفات التي يتم عبر الأنترنت، حيث تساعد طبيعة العابرة للحدود على التهرب الضريبي لصعوبة تحديد موقع الشخص الذي يستفيد من الخدمة ومكان استعمالها².

ومع تطور أسلوب الدفع الإلكتروني فإن السلطات لا تملك الوسائل التي تمكنها من تتبع آثاره، يصعب مراقبة كافة المعاملات مثلًا وسائل التحقق من الشخصية التي تتعامل عبر الأنترنت، لأنه يمكن تزيف الطلبات والفواتير مع الجهات المصرفية التي تتبع المعاملات وعمليات التسليم وأداء الخدمات والوفاء.

¹ د. محمد حسين منصور، مرجع سابق، ص ص 128-130.

² عكاب أحمد محمد العبادي، مرجع سابق، ص 2.

في حالة تقديم الخدمات فإن مكان فرض الضريبة يتوقف على مكان نشاط مقدم الخدمة، وترتكز هذه القاعدة على معيار التوطين، أي الموطن الاجتماعي لممارسة النشاط التجاري.

رابعاً: أسلوب الحياد الضريبي الإلكتروني

استبعدت الو.م.أ الضرائب لأنها جعلت الأنترنت منطقة تبادل حر، لأنها أشارت أن الأنترنت يجب أن تصبح منطقة لإزدهار التجارة بلا ضريبة أو رقابة¹، تحت مقولة الرئيس الأمريكي بقوله: "كيف نذبح الإوزة التي تبيض ذهباً"²

فوجود نظام ضريبي بسيط وشفاف ينسجم مع النظم الضريبية العالمية، ولكي لا تصبح الضريبة سبباً في عرقلة التجارة الإلكترونية، كذلك يجب الحياد الضريبي لأنه المبدأ الأساسي للضريبة الإلكترونية ولا يعني ذلك إلغاء الضريبة.

خامساً: خلق ضريبة إلكترونية جديدة

اقترح العملاء ربط الضريبة بواسطة دول مستقبلة للسلعة أو الخدمة، ويتم ذلك من خلال تنسيق مؤتمر دولي يحدد كيفية حصول على هذه الضريبة للقائمين عليها، والغير محل الثقة (إمّا مورد الأنترنت أو بنك أو مقدم بطاقة الائتمان)، بناءاً لطلب العميل أن يطلب خدمة صحة التصرف ضريبياً، أو بالتلقي التلقائي، والدول الخاصة بهذا طلب الإقرار بصحة المعاملة³

¹ د. محمد حسين منصور، مرجع سابق، ص 100.

² مرجع نفسه، ص 132.

³ مرجع نفسه، ص 132.

سادسا: الغير محل الثقة الضريبية

تم إقتراح السلطات المراقبة للمعاملات التجارية اللجوء إلى شخص من الغير محل ثقة ضريبية التي تتمثل مهمته في تحديد الأطراف وتخزين المعلومات المتعلقة بتلك المعاملات ونقلها إلى مصلحة الضرائب، يتمثل هذا الغير إما مورد خدمة الأنترنت أو بنك أو مقدم بطاقات إئتمان أو متعهد إتصالات، أما البعض يفضلون نظام الوسيط العالي الذي يقوم بتحصيل الضريبة عن المعاملات التجارية، ويتولى بنفسه بتطبيق الضريبة المفروضة على المتعاملين وتحصيلها من خلال المستهلك وتوريدها.

إن هذا المبدأ يقترحه البعض بفكرة أن نظام الإمساك بالضريبة عن طريق الوسيط الماليين تعدّ فكرة واقعية، لأنه يتم الدفع عن طريق بطاقة الإئتمان، ونظرا لصعوبة اختراق المعاملات الإلكترونية يمكن إدخال نظام الفحص الإلكتروني الذي يربط صاحب البطاقة والبائع بالبنك.

إن التوسيع في مجال الإعلام يشجع من تبسيط الإجراءات الإدارية بالنسبة لدافعي الضرائب، وذلك عن طريق إنشاء مواقع مخصصة لهذا الغرض، كتعميم البريد والدفع الإلكتروني، إنشاء شباك واحد على الأنترنت الذي يساعد من التركيز وإتمام كافة الخطوات الضريبية، ونظرا لصعوبة التعرف على الملتزمين يدفع الضرائب الإلكترونية وتحديدهم، مثلا فرص انتحال الشخصية عبر الأنترنت منح الحل وهو إعطاء لكل متعامل رقم معين، وتسجيله ويتضح من خلاله الجهاز الحاسب الآلي والعنوان المسموح له بالإلتحاق بالشبكة¹.

¹ محمد حسين منصور، مرجع سابق، ص 132.

الفرع الثالث:

الإعلان التجاري الإلكتروني

في إطار نشاطات التجارية الإلكترونية يوفر الإعلان التجاري الإلكتروني خدمات ترويج المنتجات قصد البيع.

أولاً: تعريف الإعلان التجاري الإلكتروني

يتم التطرق لتعريف الفقهي (أ)، ثم التعريف التشريعي (ب)

أ- التعريف الفقهي للإعلان الإلكتروني

يعرّف جانب من الفقه الإعلان الإلكتروني بأنه: "كل وسيلة تهدف إلى التأثير نفسياً على الجمهور تحقيقاً لغايات تجارية".

ويعرّف كذلك "بأنه عبارة عن أنواع الأنشطة المختلفة التي يتم خلالها نشر أو إذاعة الرسائل الإعلانية المرئية، أو المسموعة على أفراد المجتمع بهدف حثهم على شراء السلعة أو الخدمة المعلن عليها".¹

يهدف الإعلان التجاري إلى تقديم السلع والخدمات إلى المستهلكين لتعريفهم بها وحثهم على الحصول عليها بواسطة رسالة يوجهها التاجر المحترف بأي وسيلة من وسائل الإعلان للمستهلك، بما في ذلك الأنترنت.²

يكمن الفرق بين الإعلان في صورته التقليدية والإعلان في صورته الإلكترونية في الوسيلة المستعملة في الإعلان، فالإعلان في الصورة التقليدية، يتم فيه الإستعانة بالوسائل

¹ بوزيدي أمينة، ضمانات المشتري في عقد البيع الإلكتروني، مذكرة ماجستير في القانون، تخصص القانون الدولي للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2016، ص11.

² أكسوم عيلام رشيدة، مرجع سابق، ص ص317-318.

التقليدية المقروءة كالنشرات والمطبوعات، الجرائد، أو المسموعة كالراديو، أو المرئية مثل التلفزيون، أما الإعلان في الصورة الإلكترونية يستعين فيه بوسائل الاتصال الحديثة والتي تتمثل في الأجهزة الإلكترونية المزودة بخدمة الأنترنت.

يشترط في الإعلان الإلكتروني أن يكون مقروءاً أو قابل للقراءة، حيث يستبعد فيه كل الإشارات والمعطيات غير المفهومة للأفراد.

ب- التعريف التشريعي للإعلان التجاري الإلكتروني

مفهوم الإعلان التجاري يتطابق مع الإشهار والإدعاء عرّف المشرع الجزائري الإشهار في مادة 02 فقرة 108¹ من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش على ما يلي: "الإشهار جميع الاقتراحات أو الدعايات أو البيانات أو العروض أو الإعلانات أو المنشورات أو التعليمات المعدة لترويج تسويق سلعة أو خدمة بواسطة أسانيد سمعية أو بصرية".

وجاء أيضاً تعريف الإشهار في نص المادة 03 فقرة 3 من القانون 04-02² الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية كالتالي: "إشهار كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج السلع والخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة".

¹ مادة 02 فقرة 08 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39، مؤرخ في 30 جانفي 1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج ر، عدد 05 صادر بتاريخ 31 جانفي 1990.

² مادة 03 فقرة 03 من القانون رقم 04-02، مؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر، عدد 41 صادر بتاريخ 27 جويلية 2004، معدل ومتمم.

ثانياً: أشكال الإعلان التجاري الإلكتروني

تتقسم الإعلانات الإلكترونية إلى أنواع مختلفة، ففي مجال التجارة الإلكترونية توظف استراتيجيات إعلانية أكثر من شكل لترويج منتجاتها.

أ- الشريط الإعلاني

يتمثل في عرض رسالة ترويجية في شكل شريط وتحتوي الرسالة صور ورسومات ونصوص تهدف إلى خلق الوعي لدى المتصفح (المشتري المحتمل)، ومن خلال الضغط على الشريط ومنه يمكن طرح تساؤل حول المنتج والحصول على إجابات فورية، وهذا ما يجعل الإدارة الإلكترونية تقدم خدمة 24 ساعة في أي مكان وزمان.

وتقاس أهمية الشريط الإعلاني بعدد مرّات النقر عليه، ومنه يتم ترجمة إلى عدد الزائرين إلى موقع الإعلان التجاري، إضافة إلى التصميم البياني للشريط الإعلاني الذي يعود بالأهمية للرسالة التي يعرضها في جذب المتصفحين¹.

ب- الإعلان بالبريد الإلكتروني

من أهم الوسائل التي تمكّن من إيصال الرسالة الترويجية هي الإعلان عن المنتجات باستخدام نشرة البريد الإلكتروني المجاني، لأنّ لديه القدرة الكبيرة على توصيل الرسالة بأقل جهد وتكلفة إلى الجمهور المستهدف، مما يزيد معدل توقع قيام المشترك برد إيجابي ومن خلال ذلك يتم تنقية الجمهور الذي يهتم بموضوع الإعلان الشكل الدوري².

¹ بوزيدي أمينة، مرجع سابق، ص ص 17-18.

² المرجع نفسه، الصفحة نفسها.

ج- الإعلان ضمن مواقع الأنترنت

يتم من خلاله الترويج عن المنتجات بصياغة محتوى الرسالة الترويجية على موقع تملكه مؤسسة إعلانية على الأنترنت¹ مقابل مبلغ مالي المتفق عليه للمساحة التي يحتلها الإعلان على الموقع.²

تظهر الإعلانات عبر الأنترنت، بصورة مفاجئة سواء أثناء الدخول للموقع، أو أثناء تصفحه أو أثناء الخروج منه، وعادة ما يتخذ الإعلان شكل مربع أكبر حجما من الشريط الإعلاني وبالضغط على الطلقة الإعلانية يتم الانتقال إلى موقع المؤسسة، ويعتبر الإعلان الإلكتروني عبر الأنترنت من أكثر الترويج جاذبية فاتخذت أشكالا مختلفة³ منها:

1-الإعلان الأفقي: هذا النوع متواجد في كل المواقع الإلكترونية وتدرج ضمنه العديد

من الأشكال، فإن تم النقر عليها يفتح الموقع الإلكتروني المعلن عنه.

2-الإعلان الجانبي: هذا الإعلان عمودي وتأثير هذا النوع أقوى على المتصفح ولديه

الفعالية في إيصال رسالة المعلن إلى المتصفح.

3-الإعلان الطائر: عند فتح موقع إلكتروني ما يبدأ هذا النوع من الطيران فوق الصفحة

لمدة تتراوح بين 5 و 30 ثانية وتكون مزودة بزر يغلقها للعودة إلى الصفحة

الأصلية.

4-الإعلانات الفاصلة: تظهر الإعلانات الفاصلة عند نسخ برنامج أو معلومات من

شبكة الأنترنت إلى الكمبيوتر بهدف جذب الانتباه، ولكن تمتاز هذه الإعلانات

بعيوب وتسبب ضيق للمشتري المحتمل نتيجة تشتت إنتباهه عن المهمة الأساسية

التي تقوم بها.

¹- بوزيدي أمينة، مرجع سابق، ص ص17-18.

²- بختي ابراهيم، التجارة الإلكترونية - مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص129.

³ بوزيدي أمينة، مرجع سابق، ص 18.

المطلب الثاني:

بعض تطبيقات الإدارة الإلكترونية في مجال النشاط التجاري

تستوجب التجارة الإلكترونية فرض استراتيجيات يتم من خلالها تقديم خدمات متنوعة وتوفير الأرباح للزبائن دون أن يتحملوا العناء والتكلفة، بما يكفل نجاعة ممارسة النشاط التجاري.

يتم دراسة خدمات سوق العقارات (الفرع الأول)، ثم خدمات البورصة وسوق الأسهم الإلكتروني (الفرع الثاني)، وخدمات السياحة والسفر (الفرع الثالث).

الفرع الأول:

خدمات سوق العقارات الإلكترونية

يمكن للأشخاص من خلال شبكة الأنترنت إطلاعهم في سوق العقارات، وذلك في أي وقت ومن أي مكان، فبإمكانهم مشاهدة عدد كبير من العقارات، ويتلقون دعم للتجارة الإلكترونية، فالأشخاص الذين يرغبون شراء منازل أو أراض أو غير ذلك سيحصلون على معلومات تفصيلية في هذا الشأن، بفضل الإدارة الإلكترونية من خلال المواقع الإلكترونية التجارية التي توفر للفرد عروض وخدمات في مجال سوق العقارات ذات جودة عالية وبأسعار معقولة.

فشركات البناء تستخدم تطبيقات رقمية وافتراسية من هنا تمكن الزبائن معاينة الشقق والفيلا والمباني قبل إتمام إنجازها، وتستعمل تقنية تعرض في مواقعها صور ثلاثية الأبعاد

وبإمكان المشتري التجول داخلها وخارجها والإنفاق على مواصفات جميع عناصر العقار قبل توقيع العقد¹.

تسمح الإدارة الإلكترونية بتقديم العديد من المزايا في مجال المعاملات العقارية وهي:

- تقديم المشورة على الزبائن الذين يريدون بيع أو شراء شركات الوساطة العقارية حول العالم أيضا على أخبار العقارات.
- عرض قوائم العقارات المعروضة للبيع بحسب المدينة أو الدولة.
- توفير إمكانية إنشاء مواقع للأشخاص الراغبين بيع منازلهم من دون وسيط.
- توفير معلومات عن معدلات الرهن وشركات الرهن وشروط إيجار العقارات².

الفرع الثاني:

خدمات البورصة وسوق الأسهم الإلكترونية

لقد استفادت مؤسسات البورصة وسوق الأسهم الإلكترونية من استخدام الأنترنت فكانت من أولى المبادرين في استعمال تطبيقات التجارة الإلكترونية. إنَّ التواصل مع البورصة يمكن أن يتم على مدار الساعة ومن أي مكان، سمحت الإدارة الإلكترونية للأفراد في أن يعملوا في منازلهم ويقللوا من الوقت المتاح والعمل خارج الأوقات الرسمية، مع سهولة إيجاد المستثمر بالإضافة للعديد من المعلومات حول الشركات أو الأسهم التي يرغب فيها، إلى جانب التعرف على أحدث الأخبار المالية وأسعار الأسهم والسندات، فسوق البورصة يوفّر العديد من الأدوات التي ستساعد المستثمر في إتخاذ

¹ محمد نور برهان وعز الدين خطاب، التجارة الإلكترونية، ط3، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة، 2011، ص ص 117-118.

² محمد نور برهان وعز الدين خطاب، المرجع نفسه، ص ص 117-118.

القرارات الاستثمارية المختلفة، وذلك عن طريق تزويده بالمخططات البيانية التي تعكس حركة المؤشرات وأسعار العملات ومقالات المجالات الموجهة للمستثمرين¹.

إلى جانب توفير الأموال الضرورية لإنجاز الاستثمارات ومشاريع المؤسسات بطريقة مستمرة وتحسين كفاءة الإدارة بحيث أنها تتابع أسعار شركتها في البورصة، مما يجعل الإدارة تقوم بتحسين كفاءتها وزيادة الفعالية حتى لا تنخفض أسعار أسهمها²، من خلال تطبيق مفهوم الإدارة الإلكترونية.

الفرع الثالث :

خدمات السياحة والسفر الإلكترونية

تقوم شبكة المعلومات العالمية بتوفير خدمات السياحة والسفر من تقديم كم هائل من المعلومات لزبائنهم واقتصاد الوقت لهم، ولهذا تساعد شركات الإلكترونيات التي تعمل في مجال السياحة والسفر في ترتيب الرحلات منها:

توفر شركات خدمات السياحة والسفر الافتراضية جميع الخدمات وذلك من توفير المعلومات وصولاً إلى عمليات الحجز والفنادق والحفلات وشراء البطاقات. إذ تقوم بالبيع المباشر لتذاكر السفر من خلال الأنترنت وهذا ما يسمى "التذاكر الإلكترونية". وعند وصول الأشخاص الذين يملكون هذه البطاقات الإلكترونية إلى المطار، يستخدمون بطاقة الإئتمان الخاصة بهم لحصولهم على بطاقة صعود إلى الطائرة، وتقديم نصائح وإقتراحات التي تم تجميعها من الأشخاص الذين قاموا بالرحلات سابقاً نتيجة مواقف حصلت لهم مثلاً: مشاكل الطقس أو مشاكل الحصول على التأشيرات مع منح مجالات إلكترونية عن السياحة وتزويد الزبائن بمعلومات عبر البريد

¹ محمد نور برهان وعز الدين خطاب، مرجع سابق، ص 119.

² بوغرة عبد الرزاق وصخري مراد، النظام القانوني للبورصة في الجزائر، مذكرة ماستر، تخصص قانون شركات، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2017، ص 12.

الإلكتروني، وذلك حول فترة تخفيض أجور الرحلات من وإلى المدن الأماكن المفضلة مع تضمين مواقع الشركات الافتراضية متاجر إلكترونية التي تبيع حاجيات السفر والكتب وغيرها، وتوفير خرائط إلكترونية مفصلة تسهل للمسافرين اتجاه الطرقات حول الدول التي يقصدون السفر إليها مع خدمة الحوار واللوحات الإلكترونية وإمكانية التفاوض حول أسعار الرحلات، كما تقدم معلومات عن الأعمال التجارية الدولية كالمعارض والمؤتمرات ومواعيدها وأماكنها¹.

¹ د. محمد نور برهان، د. عز الدين خطاب، مرجع سابق، ص 111-113.

خاتمة

تعتبر الإدارة الإلكترونية مطلباً هاماً تفرضها التحولات الرقمية والإلكترونية، وإدارة شؤونها إلكترونياً مما يمكنها بضمان الكفاءة والفعالية، حيث أصبحت المؤسسات العمومية والخاصة تتسابق في استخدام أحدث الابتكارات في المجال الإداري والإلكتروني، وتقدم خدمات بشكل أفضل عجزت الإدارة التقليدية أن تتخذه منذ سنوات عديدة، وأتاحت لكل الأفراد التعامل معها، وجعلت العالم قرية صغيرة فاستطاعت أن تلبى كافة متطلبات الأفراد في أقل وقت.

تساهم الإدارة الإلكترونية في تأطير النشاط التجاري، مما يزيد من مستوى الإنتاجية ويتلقى دعماً من طرف الدولة، وهذه الأخيرة لا بد من تعجيل إصدار قوانين وأنظمة وإجراءات لتسهيل التحول نحو الإدارة الإلكترونية.

تغيّر نمط سلوك التفكير للمنتجين والمستهلكين، وقد أدى التطور التكنولوجي يستجيب للتقدم، فالتجارة الإلكترونية تلقّت رواجاً في ممارسة النشاط التجاري وتحوله لنشاط تجاري إلكتروني، فعصرنة السجل التجاري الإلكتروني وانتقال إلى بيئة إلكترونية هو الدليل على ذلك فمنه أصبح، من السهل للفرد والشركات الراغبين في الحصول على خدمة أن يتحصلوا عليه في وقت وجيز وتخطي الحاجز الجغرافي.

فممارسة نشاط التجارة الإلكترونية عن بعد انبثق عنها التسويات المالية وتعددت وسائل الدفع الإلكتروني الحديث، والتي بفضلها يقوم المشتري بانتقاء السلع المطلوبة، وتقديم خدمات وعروض وترويج للمنتجات عبر المواقع الإلكترونية، فالسوق الإلكتروني يتسنى الحصول على تعليمات، والحصول على تذاكر الفنادق والطائرات أي يجد المحل عن بعد وفي أي وقت، فالإدارة الإلكترونية ساهمت بشكل فعال في تطوير النشاط التجاري، أين أصبحت تكنولوجيا المعلومات من الركائز الأساسية بالنسبة لدول في

خاتمة

النهوض باقتصادها وذلك من خلال ترجمة المعطيات التجارية والاقتصادية على شكل بيانات رقمية يسهل الإطلاع عليها ودراستها بشكل يسمح بالتحكم في المتطلبات المالية والإنتاجية لممارسة النشاط التجاري.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

أولاً: الكتب

1. إبراهيم بختي، التجارة الإلكترونية - مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة-، د.ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
2. أمير فرج يوسف، عالمية التجارة الإلكترونية وعقودها وأساليب مكافحة الغش التجاري الإلكتروني، د.ط، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2009.
3. خالد ممدوح إبراهيم، التقاضي الإلكتروني، الدعوى الإلكترونية وإجراءاتها أمام المحاكم، د.ط، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008.
4. شريقي نسرين، الأعمال التجارية، التاجر- المحل التجاري-، دار بلقيس للنشر، الجزائر، 2013.
5. عكاب أحمد محمد العبادي، الضريبة على الدخل الناجم عن التجارة الإلكترونية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
6. مأمون أحمد سليمان إيمان، إبرام العقد الإلكتروني وإثباته "الجوانب القانونية لقد التجارة الإلكترونية، د.ط، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2008.
7. محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، د.ط، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2006.
8. محمد نور برهان وعز الدين خطاب، التجارة الإلكترونية، ط3، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة، 2011.
9. نضال إسماعيل برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2005.

ثانيا: الرسائل والمذكرات الجامعية

أ- الرسائل الجامعية:

10. أكسوم عيلا م رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، أطروحة دكتوراه في القانون، تخصص قانون خاص داخلي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018.

11. بن حميدوش نور الدين، الإطار القانوني لممارسة الأنشطة التجارية في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه العلوم في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة 2016.

12. عبان عبد القادر، تحديات الإدارة الإلكترونية في الجزائر أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، تخصص إدارة وعمل، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016.

13. عماري سمير، دور الإدارة الإلكترونية في تطوير أداء مؤسسات التعليم العالي "دراسة حالة مجموعة من الجامعات الجزائرية"، أطروحة دكتوراه العلوم في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2017.

ب- المذكرات الجامعية:

14. بلحيج شهيناز، الإدارة الإلكترونية وترشيد الإدارة العامة، التجربة الجزائرية، مذكرة ماستر في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، تخصص إدارة وحكامه محلية، كلية الحقوق، جامعة المسيلة، 2013.

15. بلعقون أسامة، الأنشطة التجارية المقننة، مذكرة ماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، 2016.
16. بن حامد أمينة، الحكومة الإلكترونية - تجربة الجزائر للتحول نحو حكومة إلكترونية-، مذكرة ماستر في العلوم السياسية، تخصص تنظيمات سياسية وإدارية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2013.
17. بوزيد خديجة ونقودي فطيمة، واقع تطبيق الإدارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة ماستر، تكنولوجيا الاتصال الجديدة للعلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2016.
18. بوزيدي أمينة، ضمانات المشتري في عقد البيع الإلكتروني، مذكرة ماجستير في القانون، تخصص القانون الدولي للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2016.
19. بوغرارة عبد الرزاق وصخري مراد، النظام القانوني للبورصة في الجزائر، مذكرة ماستر، تخصص قانون شركات، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2017.
20. بويلي سكينه، الرقابة على النشاط التجاري في الفكر الإسلامي، مذكرة ماجستير في الاقتصاد الإسلامي، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2007.
21. جمبية ذهبية وبير سارة، الإدارة الإلكترونية ودورها في تحسين الخدمة العمومية- دراسة حالة بلدية خنشلة-، مذكرة الماستر، تخصص علوم سياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2016.

22. خلايفية كريم، دور التجارة الإلكترونية في التنمية الاقتصادية، مذكرة ماستر في علوم التسيير، تخصص مالية تأمينات وتسيير المخاطر، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2012.
23. زواش زهير، دور نظام الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تمويل دولي والمؤسسات المالية والنقدية، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2011.
24. سيساوي سلمى وسيساوي سالمة، مدى توفر متطلبات تطبيق الإدارة الإلكترونية في مشاريع الجماعات المحلية، مذكرة ماستر في علوم التسيير، تخصص إدارة مشاريع، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2016.
25. عشور عبد الكريم، دور الإدارة الإلكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الولايات المتحدة الأمريكية والجزائر، مذكرة ماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، تخصص الديموقراطية والرشادة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010.
26. فلاق شيرة فاطمة، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة ماستر، تخصص الإمداد والنقل الدولي، كلية الحقوق والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، 2018.
27. قايد زاهية، الإدارة الإلكترونية وتحسين أداء أعمال المؤسسات، حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، تخصص تسيير استراتيجي دولي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2015.
28. منوار بسمة ومرزوق وهيبة، تطبيقات الإدارة الإلكترونية في الإدارات العمومية، مذكرة ماستر في علوم التسيير، تخصص إدارة الأعمال، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، 2018.

29. موشن فضيلة، رقابة مديرية التجارة كآلية لحماية المستهلك، تيزي وزو نموذجاً، مذكرة ماستر في القانون، تخصص قانون خاص داخلي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2017.

ثالثاً: المقالات والمدخلات

أ- المقالات

30. بوسالم بوبكر وبوعزة محمد أمين، "واقع الرقابة على الممارسات التجارية في الجزائر"، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، الجزائر، المجلد 03، العدد 05، 2017.

31. خميس سناء، "الأعمال التجارية الإلكترونية في التشريع الجزائري"، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو العدد الرابع، د س.

32. سايح فطيمة، "الإدارة الإلكترونية كآلية لتطوير الخدمة العمومية المحلية مع الإشارة إلى حالة الجزائر"، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، المركز الجامعي، غليزان، الجزائر العدد 4، ديسمبر 2018.

33. عيدوني كافية وبن حجوية حميد، "الإدارة الإلكترونية في العالم العربي وسبل تطبيقها (واقع وآفاق)"، مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، جامعة عباس لغرور، خنشلة، العدد الثاني، ديسمبر 2017.

34. عيساني عامر، أسلاي بوبكر، "دور التجارة الإلكترونية في التنمية المستدامة"، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، المجلد 14، العراق، 2014.

ب- المدخلات (الملتقيات)

35. علال ياسين ويلي آسيا، رقمنة السجل التجاري لإرساء بيئة تجارية إلكترونية، ندوة علمية حول السجل التجاري الإلكتروني بين مقتضيات التجارة الإلكترونية ومتطلبات

العصرنة، المنعقدة يوم 26 فيفري 2019، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8
ماي 1945، قالمة.

رابعاً: النصوص القانونية

أ- النصوص التشريعية

36. أمر 03-11، مؤرخ في 23 أوت 2003، يتضمن قانون النقد والقرض، ج ر،
عدد 52، صادر بتاريخ 27 أوت 2003
37. قانون رقم 04-08 مؤرخ في 14 أوت 2004، المتعلق بشروط ممارسة النشاط
التجاري، ج.ر، عدد 52، صادر بتاريخ 18 أوت 2004، معدل ومتمم.
38. قانون رقم 18-05 مؤرخ في 10 ماي 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية ج ر،
عدد 28، صادر بتاريخ 18 ماي 2018، المعدل والمتمم.

ب- النصوص التنظيمية

39. المرسوم التنفيذي رقم 90-39، مؤرخ في 30 جانفي 1990، يتعلق برقابة الجودة
وقمع الغش، ج.ر عدد 58، صادر بتاريخ 31 جانفي 1990.
40. مرسوم تنفيذي 13-140، مؤرخ في 10 أبريل 2013، المحدد لشروط ممارسة
الأنشطة التجارية غير القارة، ج ر، عدد 21، صادر بتاريخ 23 أبريل 2013.
41. مرسوم تنفيذي 15-111 مؤرخ في 3 ماي 2015، يحدد كفاءات القيد والتعديل
والشطب في السجل التجاري، ج.ر، عدد 24، الصادر بتاريخ 13 ماي 2015.
42. مرسوم تنفيذي 18-112 المؤرخ في 05 أبريل 2018، يحدد نموذج مستخرج
السجل التجاري الصادر بواسطة إجراء إلكتروني، ج.ر، عدد 21، صادر بتاريخ 11
أفريل 2018، المعدل والمتمم.

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

كلمة شكر

إهداء

06 مقدمة

الفصل الأول: الطبيعة القانونية للإدارة الإلكترونية

10 المبحث الأول: ماهية الإدارة الإلكترونية.

10 المطلب الأول: مفهوم الإدارة الإلكترونية.

11 الفرع الأول: تعريف الإدارة الإلكترونية وتمييزها عن بعض المصطلحات المشابهة.

11 أولاً: تعريف الإدارة الإلكترونية.

13 ثانياً : تمييز الادارة الالكترونية عن المصطلحات المشابهة.

14 الفرع الثاني: خصائص الإدارة الإلكترونية.

14 أولاً: السرعة والوضوح.

14 ثانياً: المرونة.

14 ثالثاً: العمل عن بعد في فضاء رقمي.

14 رابعاً: عدم التقيد بالزمان.

15 خامساً: أمن المعلومات.

15 سادساً: إدارة المعلومات بدلا من الاحتفاظ بها.

15 سابعاً: الرقابة المباشرة.

15	ثامنا: الشفافية.
16	الفرع الثالث: أهداف الإدارة الإلكترونية.
17	المطلب الثاني: وسائل توظيف الإدارة الإلكترونية.
17	الفرع الأول: وسائل التكنولوجيا الرقمية.
18	أولا: شبكة الأنترنت.
18	ثانيا: شبكة الأنترنت (الشبكة الداخلية للمؤسسة).
19	ثالثا: الشبكة الإكسترانت (الشبكة الداخلية للمؤسسة والعملاء).
19	الفرع الثاني: الأجهزة الإلكترونية المترجمة للمعطيات الرقمية.
19	أولا: الشبكات.
20	ثانيا: الأجهزة.
22	المبحث الثاني: واقع الإدارة الإلكترونية.
22	المطلب الأول: متطلبات الإدارة الإلكترونية.
22	الفرع الأول: متطلبات إدارية وقانونية.
23	أولا: المتطلبات الإدارية.
24	ثانيا: المتطلبات القانونية.
25	الفرع الثاني: متطلبات الاقتصادية والاجتماعية.
26	الفرع الثالث: متطلبات أمنية.
26	المطلب الثاني: تقييم الإدارة الإلكترونية.

الفرع الأول: إيجابيات الإدارة الإلكترونية..... 27

الفرع الثاني: معوقات الإدارة الإلكترونية..... 28

الفصل الثاني: مدى ارتباط الإدارة الإلكترونية بالنشاط التجاري

المبحث الأول: ماهية النشاط التجاري..... 31

المطلب الأول: مفهوم النشاط التجاري..... 31

الفرع الأول: مدلول النشاط التجاري..... 31

الفرع الثاني: الشروط الواجب توافرها لممارسة النشاط التجاري..... 32

أولاً: السجل التجاري..... 32

ثانياً: الانتقال إلى السجل التجاري الإلكتروني..... 34

الفرع الثالث: ممارسة النشاط التجاري..... 36

أولاً: النشاط التجاري القار..... 36

ثانياً: النشاط التجاري غير القار..... 36

المطلب الثاني: النشاط التجاري في البيئة الإلكترونية..... 37

الفرع الأول: تعريف التجارة الإلكترونية..... 38

أولاً: تعريف التجارة الإلكترونية..... 38

ثانياً: خصائص التجارة الإلكترونية..... 41

الفرع الثاني: أشكال التجارة الإلكترونية..... 43

أ- التجارة الإلكترونية بين مؤسسات الأعمال: يرمز بها (BTOB) Business to	
Business.....	43
ب- التجارة الإلكترونية بين الشركات والمستهلك.....	43
ج- التجارة الإلكترونية بين مؤسسة الأعمال والحكومة.....	44
د- التجارة الإلكترونية بين المستهلك والحكومة.....	45
المبحث الثاني: الإدارة الإلكترونية أساس ممارسة النشاط التجاري.	46
المطلب الأول: مظاهر اعتماد الإدارة الإلكترونية في ظل ممارسة النشاط التجاري.....	46
الفرع الأول: وسائل الدفع الإلكتروني.....	47
أ- وسائل الدفع التقليدية عبر الأنترنت.....	47
ب- وسائل الدفع الحديثة عبر الأنترنت.....	49
الفرع الثاني: الضريبة الإلكترونية.....	51
أولاً: الخضوع للضريبة الإلكترونية.....	51
ثانياً: تحديد مصدر الضريبة الإلكترونية.....	51
ثالثاً: صعوبة المعاملات الإلكترونية.....	52
رابعاً: أسلوب الحياد الضريبي الإلكتروني.....	53
خامساً: خلق ضريبة الكترونية جديدة.....	53
سادساً: الغير محل الثقة الضريبية.....	54
الفرع الثالث: الإعلان التجاري الإلكتروني.....	55
أولاً: تعريف الإعلان التجاري الإلكتروني.....	55

55	أ- التعريف الفقهي للإعلان الإلكتروني.....
56	ب- التعريف التشريعي للإعلان التجاري الإلكتروني.....
57	ثانيا: أشكال الإعلان التجاري الإلكتروني.....
57	أ- الشريط الإعلاني.....
57	ب- الإعلان بالبريد الإلكتروني.....
58	ج- الإعلان ضمن مواقع الأنترنت.....
59	المطلب الثاني: بعض تطبيقات الإدارة الإلكترونية في مجال النشاط التجاري
59	الفرع الأول: خدمات سوق العقارات الإلكترونية.....
60	الفرع الثاني: خدمات البورصة وسوق الأسهم الإلكترونية.....
61	الفرع الثالث: خدمات السياحة والسفر الإلكترونية.....
63	خاتمة.....
65	قائمة المراجع.....
72	فهرس المحتويات.....

الملخص :

أصبح العالم قرية صغيرة نتيجة ظهور و تطور تكنولوجيا الأنترنت و الأجهزة الإلكترونية الحديثة، فحياة الفرد العصري مرهونة بالإنفتاح نحو الاقتصاد العالمي، و أن فكرة الزمان و المكان يتلاشان في ظل البيئة الإلكترونية، فبمجرد النقر على زر أو الضغط على أيقونة سيساعد الفرد أو المؤسسة في تأدية و إتمام الصفقات التجارية عن بعد، وذلك بإلغاء الحواجز الجغرافية. إذ أن الإدارة الإلكترونية تسمح بمزاولة النشاط التجاري عن بعد من خلال الأنترنت وفقا لمتطلبات التجارة الإلكترونية التي تستوجب الحصول على سجل تجاري الكتروني و توفير وسائل الدفع الإلكتروني، و منه ستتمكن الإدارة الإلكترونية عن التحكم في عمليتي التسير و الإنتاج نظرا لسهولة الإطلاع على كل المعطيات المتعلقة بالنشاط التجاري، الأمر الذي يمكن من تطوير نشاط المؤسسة و دراسة السوق و صرف المنتج عبر الأنترنت.

الكلمات المفتاحية :

الإدارة الإلكترونية – التجارة الإلكترونية – النشاط التجاري

Résumé :

Le monde est devenu un petit village à la suite de l'émergence et du développement de la technologie Internet et des appareils électroniques modernes, et la vie d'un individu moderne est sujette à une ouverture sur l'économie mondiale, et que l'idée du temps et du lieu s'estompe à l'aube de l'environnement électronique organiser et réaliser des transactions commerciales à distance, en éliminant les barrières géographiques. Comme l'administration électronique permet de pratiquer une activité commerciale à distance sur Internet conformément aux exigences du commerce électronique, Ce qui nécessite l'obtention d'un registre du commerce électronique et la fourniture de moyens de paiement électronique, et à partir de celui-ci l'administration électronique pourra contrôler les processus de gestion et de production grâce à un accès facile à toutes les données liées à l'activité commerciale, ce qui permet le développement de l'institution. Activité, étude de marché et échange de produits via Internet.

Mots clés :

Administration électronique – commerce électronique - activité commerciale