

## التوصيف الوظيفي واثره في جودة الخدمة

## Job Description and its Impact on Service Quality

\* مريم حسان خزعل

صفا حمزة جواد الاعرجي

علي عبيس حسين علي المعموري

جامعة بابل، العراق

جامعة بابل، العراق

جامعة بابل، العراق

[sdgtgjh@gmail.com](mailto:sdgtgjh@gmail.com)[sdgtgjh@gmail.com](mailto:sdgtgjh@gmail.com)[sdgtgjh@gmail.com](mailto:sdgtgjh@gmail.com)

تاريخ النشر: 2024/06/30

تاريخ القبول: 2024/06/05

تاريخ الاستلام: 2024/02/10

## المستخلص:

يعد المورد البشري في المنظمات من أهم الموارد التي تعتمد عليها في تحقيق أهدافها، فمن المعروف أن نجاح أو فشل أية منظمة أياً كان نوعها أو طبيعة عملها إنما يعتمد بالدرجة الأساس على نوعية وخبرة وكفاءة المورد البشري فيها وملاءمته للوظائف التي يشغلها، ومن هذا المنطلق فقد جاء التوصيف الوظيفي كأداة من الأدوات الهامة في يد إدارة المنظمة للحكم على كفاءة كل من الموظفين والوظائف معاً، فضلاً عن أنه يعد وسيلة لا غنى عنها يمكن من خلالها ضمان وضع الموظف المناسب في الوظيفة المناسبة، أو إيجاد الوظيفة المناسبة للموظف المناسب، كما أنه يعد دليلاً عملياً وتفصيلياً للقائم بالوظيفة حتى يصل بها إلى أعلى المستويات من الأداء. فضلاً عن ذلك؛ فإنه ومن الضروري أيضاً إدراك العلاقة التبادلية بين المنظمة وهذا المورد، فمما لا شك فيه هو أن المورد البشري يعد من أهم الأولويات التي يجب على الإدارة الاهتمام به وتنميته وتطويره وتهيئة بيئة العمل المناسبة له، فهو بالتالي أحد أهم المقومات الأساسية لنجاحها وتحقيقها لأهدافها تناول البحث التوصيف الوظيفي وأهميته وتناول أيضاً الجانب النظري والعملي. الكلمات المفتاحية: المورد البشري، التوصيف الوظيفي، إدارة المنظمة.

## Abstract:

Human resources in organizations are considered one of the most important resources that organizations rely on to achieve their goals. It is well-known that the success or failure of any organization, regardless of its type or nature of work, primarily depends on the quality, experience, and efficiency of its human resources, as well as their suitability for the roles they occupy. In this context, job description has emerged as an essential tool for organizational management to assess the efficiency of both employees and their roles. It also serves as an indispensable means to ensure that the right employee is placed in the right position or that the appropriate job is found for the right employee. Additionally, it acts as a practical and detailed guide for the employee in their role to reach the highest levels of performance. Moreover, it is crucial to understand the reciprocal relationship between the organization and this resource. Undoubtedly, human resources are one of the most important priorities that management must focus on, develop, and nurture, as well as provide a suitable work environment for them. Therefore, human resources are one of the fundamental components for the organization's success and its ability to achieve its goals. The research discusses job description, its importance, and both its theoretical and practical aspects.

**Keywords:** Human resources, job description, organizational management.

**JEL Classification Codes :** M12; M53; D21; L22.

## 1. مدخل البحث:

### 1.1. مقدمة:

تقوم تطبيقات ذكاء الأعمال على قياس الأداء وتعزيز ذكاء المنشآت من خلال استخدام المعلومات الدقيقة بالوقت المناسب بهدف مراقبة السلوك والإجراءات وتصحيح أي انحرافات قد توجد أثناء الأداء من أجل زيادة جودة القرارات الإدارية المتخذة والمساعدة في التنبؤ بالمستقبل والقدرة على التخطيط الاستراتيجي بشكل جيد، كذلك تحسين الأداء في كل المستويات الإدارية في المنشأة. وقد توصلت دراسات سابقة إلى أن تطبيقات ذكاء الأعمال تؤثر على جودة البيانات المنتظمة والاحتمالية التي تمثل مدخلات النظام المحاسبي الأساسية، من خلال التأثير على مرونة التحديد والقياس وطرق ادخال البيانات وتشغيلها من خلال تقليل الأخطاء التي تتحقق بفضل الدقة في العمليات الحسابية والقدرة على التجميع والتخزين للبيانات تلقائياً والقدرة على الاحتفاظ بسجلات كاملة من خلال وجود قواعد البيانات المتعددة الاستخدامات. ( شحادة وآخرون, 2011), كذلك قد تم استخدام ذكاء الأعمال في تدقيق لحسابات وكان لها أثر كبير على عمل مدقق الحسابات مثل تحليل البيانات الضخمة واستخدام نظم دعم القرار، وتقوم هذه الدراسة بالبحث في أثر استخدام أدوات ذكاء الأعمال والمتمثلة بالتنقيب في البيانات الضخمة و نظم دعم القرار، استخدام تقنيات الذكاء الصناعي في تدقيق الحسابات وأثره على جودة عملية التدقيق في فلسطين.

### 1.2. مشكلة الدراسة وتساؤلاتها: تتمثل في زيادة استخدام التقنيات الحديثة في مجال الأعمال في شتى

المجالات ومن هذه المجالات تدقيق الحسابات مما كان له الأثر الكبير على عمل المدقق وعلى جودة عملية التدقيق ؟ وتنبثق منها الأسئلة التالية:

- ماهية تقنيات ذكاء الأعمال المستخدمة في تدقيق الحسابات ؟
- هل هناك دور لاستخدام نظم دعم القرارات في جودة التدقيق ؟
- هل هناك دور لاستخدام تطبيقات التنقيب في البيانات الضخمة في جودة التدقيق ؟
- هل هناك دور لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في جودة التدقيق ؟

### 1.3. أهداف الدراسة:

- التعرف على تقنيات ذكاء الأعمال المستخدمة في تدقيق الحسابات.
- التعرف على دور استخدام نظم دعم القرارات على جودة التدقيق.

– التعرف على دور استخدام تطبيقات التنقيب في البيانات الضخمة على جودة التدقيق.

– التعرف على دور استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي على جودة التدقيق.

#### 1.4. أهمية الدراسة: وتتمثل في زيادة استخدام الأنظمة التكنولوجية في كل مناحي الحياة ومنها تدقيق

الحسابات حيث ظهرت أدوات حديثة تساعد مدقق الحسابات في أنجاز أعماله بسرعة أكبر ودقة أعلى. ويمكن تلخيص أهمية الدراسة في النقاط التالية:

– زيادة التوجه عالمياً للتطبيقات التكنولوجية في مجال تدقيق الحسابات, وسوف تسعى هذه الدراسة للتعرف على

مدى استخدام هذه التقنية لدى مدققي الحسابات في فلسطين و أثرها على جودة عملية التدقيق.

– ندرة الدراسات والأبحاث العربية التي تناولت هذه التقنيات في إطار ذكاء الأعمال حسب علم الباحث.

#### 1.5. منهجية الدراسة: اعتمدت الدراسة المنهج الاستقرائي التحليلي من خلال الحصول على الأبحاث

والدراسات التي تناولت موضوع الدراسة لمناقشة وتحليل ووضع إطار معرفي لتقنيات ذكاء الأعمال والتي يتم استخدامها في تدقيق الحسابات.

## 2. ماهية وطبيعة ذكاء الأعمال

### 2.1. مفهوم ذكاء الأعمال: تعتبر المعلومات أحد الموارد المهمة والتي تمثل قيمة جوهرية يجب أن يتم الاستفادة

منها داخل المنشأة من خلال تشغيلها والتنقيب فيها لإيجاد المعلومات المفيدة وزيادة المعرفة لاستخدامها في توجيه أعمال المنشأة واتخاذ القرارات من أجل زيادة قيمة المنشأة وتحقيق النتائج المرجوة من خلال الاستفادة من هذه البيانات والعمل على النمو المستمر للمنشآت, حيث أن التوجه العالمي اليوم يقوم على الاستفادة القصوى من البيانات ولذلك تم تصميم العديد من البرامج الالكترونية القائمة على التنقيب في البيانات الضخمة للوصول إلى البيانات وتلخيصها على شكل معلومات مفيدة يمكن أن يتم استخدامها في اتخاذ القرارات الإدارية والتنبؤ بالمستقبل لمنشآت الأعمال. أن ذكاء الأعمال حقل واسع جداً يتضمن برمجيات من أنواع مختلفة, تتألف فيما بينها لتكوين نظام يتصف بالذكاء, يخدم مؤسسة الأعمال لتطوير إمكانياتها الحالية لتطبيق الاستراتيجية الحالية وتطويرها بما يخدم تحقيق الأهداف وبشكل خاص نشاط انتاج وتوزيع البيانات والمعلومات المالية وغير المالية (رزوق, 2006, 33)

ولقد تم تلخيص مكونات ذكاء الأعمال من وجهة نظر بعض الكتاب والباحثين بما يلي:

| المكونات                                                                                                                                                                                                                                        | الباحث                            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- مستودع البيانات</li> <li>- التنقيب عن البيانات</li> <li>- نظم المعالجة التحليلية الفورية</li> </ul>                                                                                                    | مانع, 132, 2010                   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- مستودع البيانات</li> <li>- عمليات استخلاص وتحميل البيانات</li> <li>- المعالجة التحليلية الفورية</li> <li>- التنقيب عن البيانات</li> <li>- تقنيات استعراض المعلومات والتقارير وبطاقات الأداء</li> </ul> | السامرائي والعكيدي ,<br>2012, 225 |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- مستودع البيانات</li> <li>- متاجر البيانات</li> <li>- أدوات التحليل والتنقيب والمعالجة الفورية ومولدات التقارير</li> </ul>                                                                              | العبيدي, 47, 2012                 |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- مصادر البيانات</li> <li>- استخراج وتحميل وتحويل البيانات</li> <li>- مستودع البيانات</li> <li>- متاجر البيانات</li> </ul>                                                                               | Kumar, 4, 2013                    |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- مستودع البيانات ومخزن البيانات التاريخية</li> <li>- تحليل الأعمال وتحويل البيانات</li> <li>- إدارة أداء الأعمال</li> <li>- لوحة تحكم التقارير</li> <li>- تنقيب البيانات</li> </ul>                     | ملكاوي, 15, 2014                  |

المصدر: حسن, كاظم, (2022, ص 497)

ومن المكونات السابقة و الدراسات والأبحاث التي تناولت موضوع ذكاء الاعمال وتدقيق الحسابات يمكن القول أن التطبيقات مثل نظم دعم القرار و تحليل البيانات الضخمة و النظم الخبيرة في تدقيق الحسابات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في تدقيق الحسابات تعد من تطبيقات ذكاء الأعمال.

وقد ذكر (راكان رزوق, 2006) أن التنقيب في البيانات يجب أن تتضمن منصات عمل ذكاء الأعمال دعماً لتقنيات التنقيب في البيانات وبخاصة تلك التي تقدم لنا مجالاً واسعاً من الخوارزميات التي يمكنها العمل مع البيانات الموجودة في مخازن البيانات, وكذلك أن تطبيقات ذكاء الأعمال ساعدت وبفضل استخدام المفاهيم الاحصائية وإدارة قواعد البيانات والتنقيب في البيانات والتي أصبح أكثر سهولة واستخداماً حيث أصبح بالإمكان جعل كامل مخزن المعطيات مدخلات لأدوات التنقيب عن البيانات.

## 2.2. العناصر الأساسية في ذكاء الأعمال: (حمامي, 2007)

–مخزن للبيانات

–أدوات يقوم باستعمالها المستخدم النهائي لتشكيل التقارير والبيانات والمعلومات الموجودة في مستودع البيانات.

–أدوات تقوم بالتنقيب في البيانات وتحليل النتائج لاستخلاص علاقات غير مباشرة فيما بينها.

ويعتمد نجاح أي نظام من أنظمة ذكاء الأعمال على توافر ما يلي:

–وجود إجراءات لأمان البيانات وكيفية الوصول إليه من قبل أشخاص مخولين ضمن صلاحيات محددة.

–بناء التطبيقات بطريقة تمكن من استخدامها عن طريق الإنترنت وذلك يعطي استقلالاً عن نظام التشغيل المستخدم

لتحقيق الوظائف التي يرغب أن ينفذها النظام

## 2.3. تعريف ذكاء الأعمال: قد عرف (هلال 2010) ذكاء الأعمال بأنه يمثل مجموعة من الإجراءات

التي يقوم بها الإنسان وتهدف إلى الوصول إلى العمليات, واستكشافها, وتحليلها, وتطوير طرق فهمها مما يؤدي

إلى تحسين طريقة اتخاذ القرارات.

آليات ذكاء الأعمال: تتمثل آليات ذكاء الأعمال في التالي: (عبد الرازق, 2022, ص 13)

–التطبيقات التكنولوجية: وهي مجموعة الأدوات والتقنيات والبرامج تعمل بشكل متكامل لتحقيق أهداف الأعمال المخططة.

–إدارة المعرفة: وهي عمليات جمع وتنقيح البيانات واستخلاص الصالح منه لتوفير معلومات تمثل قيمة مضافة لحصيلة المعرفة للمسؤولين عن إدارة الأعمال.

–دعم القرار: وهي عمليات تحليل وتفسير وعرض البيانات لاستنتاج معلومات تساعد متخذي القرارات للوصول للقرار الأفضل.

ولضمان نجاح تطبيق آليات ذكاء الأعمال يعتمد على توافر العناصر التالية:

- ✓ وجود بنية تحتية قوية لخدمة متطلبات تطبيق هذه الآليات والتعامل مع مخازن البيانات بسرعة.
- ✓ كوادر بشرية مؤهلة للتعامل مع هذه الآليات والتأكد من كفاءة وفاعلية تطبيقها.
- ✓ وجود إجراءات الأمان للبيانات وكيفية الوصول إليها من قبل أشخاص مسموح لهم بصلاحيات محددة.

#### 2.4. أهمية ذكاء الأعمال: تتمثل أهمية ذكاء الأعمال من خلال الآتي ( شاهين, 2007, 51)

– دعم الإدارة المستندة للمقاييس: حيث يعمل ذكاء الأعمال على إلغاء الانحرافات في البيانات, ويمكن تحقيق التكامل لمصادر البيانات بتتبعها من لوائح الجداول ( مصادر إدخالها) إلى قواعد البيانات وصولاً إلى مستودع بيانات المنشأة وبالتالي يمارس نظم ذكاء الأعمال دور الوسيط مما يجعل الجميع يتفقون على المعلومات التي يحللونها.

– تطوير كفاءة العاملين في الخط الأول ( التشغيليين) إذ يزود النظام بالبيانات الحديثة والدقيقة التي تمكن من تحديد الموارد الهامة وتقليل العدد المطلوب لأداء المهام عبر التحديث الكامل لللائحة الجداول.

– دعم البنية التحتية التنظيمية: أصبح ذكاء الأعمال جزءاً من البنية التحتية الأساسية للمنظمة كونه مصدر للمعلومات كلما جلس الموظفون على مكاتبهم, ومن بداية عملية الدخول للشبكة, والبريد الإلكتروني, وممارسة أعمالهم المختلفة يتم تزويدها وبشكل مستمر بقابلية الدخول الميسر لمصادر البيانات الملائمة عبر نظم ذكاء الأعمال.

– زيادة توسع وانتشار ممارسات الأعمال الجديدة: استناد المنشأة لممارسات مثل إدارة العلاقة مع الزبون, محاسبة التكاليف المستندة على النشاط, التحالفات الاستراتيجية, التوريد الخارجي, وبالتالي يظهر دور ذكاء الأعمال في تصنيف هذه الطلبات للمعلومات, ومعالجتها بما يخدم إنجاح هذه الممارسات.

– المساهمة في زيادة ذكاء منظمات الأعمال: يتضح من كيفية التعامل مع الزبون, المجهزين, العمليات الداخلية, قابلية بناء هياكل البيانات التي تخلق الإدراك للأعمال, وذلك من خلال استعمال الأبعاد التي تحمل معاني مشتركة داخل المنظمة.

وقد أضاف, حسن, أنوار و كاظم, بشرى (2022) لأهمية ذكاء الأعمال الآتي:

- دعم التخطيط الاستراتيجي: توفر المعلومات الكافية لدعم عملية التنبؤ بالأحداث المستقبلية في تحقيق أهدافها الاستراتيجية كما تفييد في وضع البرامج اللازمة لتنفيذ هذه الأهداف ومن ثم قدرة المنشأة على تحقيق أهدافها الاستراتيجية ووضع البرامج اللازمة لتنفيذ أهدافها.

- التأقلم مع مختلف الأحداث سواء كانت داخلية أم خارجية والتي يكون لها تأثير على أنشطة المنشأة.
- تقليل الاعتماد على الأفراد في العمليات الإدارية وبشكل خاص في عملية اتخاذ القرارات من أجل تعزيز نظام ذكاء الأعمال في المنشأة.
- المساهمة في زيادة قدرة المنشأة على إيجاد الحلول للمشكلات الإدارية المختلفة مما يتطلب اتخاذ قرارات حاسمة وسريعة.
- تخفيض التكاليف: يساعد نظام ذكاء الأعمال على تخفيض تكاليف المنشأة من خلال تجنب نفقات معالجة البيانات.
- الحد من المخاطر: إتاحة المعلومات للمنظمة يساعدها في تقديم خدمات تتناسب مع احتياجات المستفيدين منها مما يقلل من المخاطر المحتملة.
- ضرورة اعتماد المنشآت على نظام ذكاء الأعمال من أجل الاستمرار والتطوير لاستراتيجيات قادرة على التنبؤ بالظروف المستقبلية وتحديد رؤيتها وأهدافها.
- زيادة المبيعات: يتيح نظام ذكاء الأعمال للمنظمة فرصة لتعظيم أرباحها من خلال زيادة المبيعات والتعرف على أنماط واتجاهات زبائنها المحتملين والحاليين.

## 2.5. مزايا استخدام آليات ذكاء الأعمال:

يحقق استخدام آليات ذكاء الأعمال المزايا التالية: ( عبد الرازق, سحر, 2022, ص 11)

- التأقلم مع المتغيرات البيئية الداخلية والخارجية بمرونة عالية وردود أفعال سريعة للتكيف معها.
- توافر نظرة شاملة عن الأداء بدءاً من الرؤية وانتهاء بالمبادرات الاستراتيجية, مما يساهم في وضع استراتيجية متكاملة لإدارة هذا الأداء.
- توفر رؤية مستقبلية متعددة الأبعاد للخطة الاستراتيجية للمنشأة.
- توافر تقنيات العرض المتنوعة مثل لوحات القياس, والتقارير, وبطاقات الاداء, والمؤشرات, بحيث تتيح التواصل المستمر مع أصحاب المصالح.
- دعم تطوير العمليات وإعادة هيكلتها وإلغاء غير الضروري منها.
- تطوير مؤشرات الأداء والتعامل مع مدى واسع منها بعكس الأداء بصورة أكثر دقة.
- توفير أساليب تحليلية وتنبؤية تمكن من تحديد الأسباب والنتائج عمودياً وأفقياً.

-التحول من تداول بسيط للمعلومات إلى عمليات تدفق مستمر للمعرفة.

-تنقيح وتحليل البيانات لضمان صلاحيتها وجودتها.

-التعامل مع مصادر متنوعة للبيانات.

### 3. جودة التدقيق

#### 3.1 مفهوم جودة تدقيق الحسابات: توجد أطراف متعددة مستفيدة من عمل مدقق الحسابات وكل طرف

له احتياجاته ويريد أن تحقق عملية التدقيق أهداف معينة، لذلك يوجد تباين حول مفهوم جودة التدقيق تبعاً للجهة المستفيدة من تقرير المدقق، حيث أن الباحثين كلاً منهم نظر إلى جودة التدقيق من زاوية معينة فمنهم من ركز على جودة الإجراءات المتبعة في عملية التدقيق ومنهم من ركز على جودة تقرير المراجع ومنهم من ركز على تلبية احتياجات المستفيدين، لذلك يجب أن يكون هناك تكامل بين هذه الاتجاهات من خلال تبني إجراءات تكفل الالتزام بالمعايير المهنية وقواعد السلوك المهني والامتثال لمعايير جودة التدقيق بما يضمن للمدققين مقابلة مسؤولياتهم المهنية اتجاه المستفيدين من خدمات التدقيق ويسهم في الارتقاء ويزيد من احتمالية اكتشاف الأخطاء وبالتالي يحقق أهداف الأطراف المستفيدة من عملية التدقيق.

#### 3.2 تعريف جودة التدقيق: توجد عدة تعريفات لجودة التدقيق منها، " الوسائل والإجراءات التي يعتمد عليها

مكتب التدقيق للتأكد من مقابلة المسؤوليات المهنية المختلفة فضلاً عن قواعد وآداب السلوك المهني الصادرة عن المنظمات المهنية وضوابط رقابة الجودة من خلال تقليل مخاطر الاكتشاف إلى أقصى درجة ممكنة وذلك من خلال تصميم إجراءات ووضع معايير للتغلب على المشاكل المصاحبة للعمليات التدقيقية ( محمد، عنبر، 2019، ص 35)

#### 3.3 أهمية جودة تدقيق الحسابات: ( اندية ، غيث، 2016، ص 12)

سيتم تناول أهمية جودة التدقيق من منظور كلاً من:

-مكتب التدقيق (منفذ عملية التدقيق)، الحفاظ على سمعة المكتب مما ينعكس إيجاباً عليه من خلال محافظة المكتب على عملائه الحاليين وجذب عملاء جدد، كما تجنبه إقامة دعوى قضائية ضده بسبب تدني الجودة فضلاً عن الدفع في الدعوى المرفوعة ضده بمراعاته لمعايير رقابة الجودة وبالتالي فإنها تحقق وفر في التكاليف القضائية المحتملة والتي عادة ما تفوق التكاليف المنفقة على رقابة الجودة.

–الجهة محل التدقيق ( عميل التدقيق), زيادة الثقة في تقارير التدقيق حول القوائم المالية والحكم على مدى كفاءة الإدارة وقدرة منشأة العميل على الاستمرارية.

–المساهمين ( الحاليين والمتوقعين), زيادة احتمالية قدرة المراجع على اكتشاف الأخطاء والتقارير عنها والحد من الاحتيال والتلاعب, كما تساعد في تخفيض صراعات الوكالة من خلال مساهمتها في الإجابة عن عدة تساؤلات, مثل هل المنشأة تحقق الهدف من أنشائها؟ وهل تؤدي الإدارة عملها بكفاءة؟

–دائنو وموردو المنشأة ( الحاليين والمتوقعين), مساعدتهم في تقييم الوضع المالية والتنبؤ بقدرة المنشأة على الاستمرارية ومن ثم تساعد على اتخاذ القرارات المتعلقة بمنح القروض والبيع الآجل للمنشأة, وهل يجب طلب ضمانات قبل القيام بذلك؟

–المنظمات المهنية, المحافظة على سمعة المهنة وتحسين نظرة المجتمع لها.

–المجتمع, المساعدة على استقرار الأسواق المالية من خلال الانذار المبكر عن الأخطار.

### 3.4. المخاطر الناجمة عن عدم تحقق جودة التدقيق: ( محمد, عنبر, 2016, ص, 35)

تتمثل مخاطر عدم تحقق جودة التدقيق في التالي:

–مخاطر خاصة بمكاتب أو شركات التدقيق وهي:

- ✓ تدني سمعة مكاتب أو شركات التدقيق.
- ✓ انخفاض الإيرادات التي يمكن أن تحصل عليها مكاتب وشركات التدقيق.
- ✓ احتمالية تعرض مكاتب وشركات التدقيق للمسؤولية القانونية.
- ✓ احتمالية فقدان استقلالية مكاتب و شركات التدقيق عن الجهة موضع التدقيق.

–مخاطر ترتبط بمستخدمي البيانات المالية: وتتمثل في المخاطر أو الخسائر التي قد يتعرض لها العملاء والمستثمرين والمستخدمين الآخرين للبيانات المالية نتيجة اتخاذهم لقرارات اعتماداً على تقارير تدقيق منخفضة الجودة.

### 4. تطبيقات ذكاء الأعمال في تدقيق الحسابات

#### 4.1. لمحة عن ذكاء الأعمال والتدقيق: تتمثل تطبيقات وآليات ذكاء الأعمال في البرامج والتطبيقات

الحاسوبية التي يتم استخدامها في المنشآت والتي تقوم بتحليل البيانات و الوصول إلى البيانات المفيدة لاتخاذ القرارات المناسبة وبرامج دعم القرار وتوفير المعلومات من خلال البيانات الكبيرة والتي يوفرها النظام في المنشأة, وقد توصلت عدة دراسات إلى أن تطبيقات ذكاء الأعمال تقوم في الأساس على التنقيب في البيانات مثل

دراسة (حميدان , عيوش, 2011) حيث توصلت إلى أن تطبيقات ذكاء الأعمال تؤثر على مرونة عمليات التحديد والقياس وطرق إدخال البيانات وتشغيلها, من خلال تقليل الاخطاء التي تحقق بفضل الدقة في العمليات الحسابية والقدرة على تجميع وتخزين البيانات تلقائياً والقدرة على الاحتفاظ بسجلات كاملة من خلال وجود قواعد بيانات متعددة الاستخدامات. ودراسة (Lei Che, et al, 2017) والتي تناولت "التدقيق وحلول ذكاء الأعمال" وذكرت أن تقنيات ذكاء الأعمال وفرت أفكاراً مبتكرة وطرق وأساليب جديدة للتدقيق تمكن المدققين من تنظيم البيانات وتحليلها من أبعاد مختلفة, مما يؤدي إلى دعم القرارات في أعمال التدقيق.

ودراسة (عبد الرازق, 2022) أن ذكاء الأعمال يقوم على تطبيقات وبرامج تكنولوجية متقدمة وبيانات ضخمة, وتقوم هذه البرامج الحاسوبية بالتنقيب في البيانات الكبيرة وتجميعها وانتقاء الصالح منها واستخدام خوارزميات متقدمة تعزز من قدرات المدقق الداخلي على توفير المعلومات وتقديم التوصيات والاستشارات في الوقت المناسب و بالشكل الملائم مما يحسن من كفاءة وفاعلية وجودة ما ينجزه من أعمال وما ينفذه من أعمال وما يقدمه من خدمات. ودراسة (R S Murali 2010) والتي تناولت " ذكاء الاعمال وأدوات التدقيق الداخلي " قد ذكرت أنه من أدوات ذكاء الاعمال في التدقيق الداخلي نظم دعم القرار وأن أي نظم أخرى لدعم القرار يتم إنشاؤها أيضا اعتمادا على المتطلبات التي يحتاجها المدقق الداخلي. وبالتالي تساعد أنظمة ذكاء الأعمال المستخدمين على توليد التقارير ومؤشرات الأداء الرئيسية حسب احتياجاتهم.

ودراسة (Lei Che, Xiaoping Yang and Fan Jiang , 2017) والتي تناولت "التطبيقات والأبحاث في ذكاء الأعمال في تدقيق الأعمال", قد ذكرت أن تقنيات ذكاء الاعمال في عملية التدقيق توفر متطلبات جيدة تساعد مدقق الحسابات على تنفيذ أعماله في بيئة البيانات الضخمة وتزويد المدققين بأفكار جديدة وحققت تحليلاً وتنبأ أفضل لمدققي الحسابات. ودراسة (Mui Kim Chu, Kevin Ow Yong,2021) والتي تناولت " تحليل البيانات الضخمة وذكاء الاعمال في المحاسبة والتدقيق " والتي توصلت إلى أن شركات تدقيق الحسابات تستخدم برامج لقراءة العقود وتحليل قيود دفتر اليومية والكشف عن الاحتيال و تحليل البيانات, واستخدام ذكاء الأعمال التي يجب على المدققين أن يتبنوا هذه التطورات التكنولوجية للاستفادة منها في أداء أعمالهم.

دراسة (Bubian, Singe , Kopia and Geldmacherm 2016) والتي تناولت " وجهات نظر حول البيانات الضخمة وتقنيات ذكاء الأعمال في سياق مهام تدقيق الحسابات " حيث توصلت إلى أنه يجب تغيير الطريقة التقليدية لتدقيق الحسابات ودمج التقنيات الحديثة في عملية تدقيق الحسابات التي تمكن المدقق من تحديد العلاقة السببية واستخدام

الارتباطات المتعلقة بالتدقيق والتي تمكن المدقق من تحليل البيانات بأكملها بدلاً من أخذ عينة من البيانات، وأن تحليل البيانات الضخمة من خلال استخدام التسلسل الهرمي لإجراءات التدقيق مع تحليلات البيانات الضخمة لتحديد أنماط الأعمال والمخاطر والاتجاهات بمساعدة الحاسوب واستخدام تقنيات أكثر تفصيلاً للقضايا المحتملة وتحديد تأثير النتائج على التقارير المالية.

#### 4.2. الاستنتاجات من الدراسات السابقة والإجابة على أسئلة الدراسة

من خلال استعراض الدراسات السابقة والتي تناولت ذكاء الأعمال في التدقيق نستنتج أن من أدوات وتطبيقات ذكاء الأعمال التطبيقات التالية:

- تطبيقات نظم دعم القرار في التدقيق الحسابات، وأنه يمكن لمدقي الحسابات الاستفادة من نظم دعم القرار كأحد الأنظمة الإلكترونية التي تساهم في إنجاز مهام التدقيق وتحقيق الكفاءة والجودة في تقديم خدمات التدقيق حيث يتزايد التوجه في الوقت الحاضر نحو استخدام تكنولوجيا المعلومات في تنفيذ مهام التدقيق وفي مراحلها المختلفة، فقد استعان مدقق الحسابات بتكنولوجيا المعلومات في إعداد برامج التدقيق والتخطيط لعملية التدقيق وقام باستخدام البرامج الإلكترونية في عملية تدقيق العمليات المالية الإلكترونية، وبالتالي يمكن لمدقق الحسابات أيضاً الاستفادة من نظم دعم القرار في عملية التدقيق في مجالات عديدة من تحليل البيانات وتحليل البدائل المتاحة وتوفير المعلومات وتوفير المعلومات الملائمة لاتخاذ القرارات المتعلقة بعملية التدقيق. (عقاب، ريم، 2013، ص 237)

- تحليل البيانات الضخمة في تدقيق الحسابات حيث أن تحليل البيانات الضخمة في تدقيق الحسابات تحقق المزايا التالية: منها أن المدققين سيكون لديهم القدرة على الاطلاع على البيانات الأساسية وليس فقط الموجزة، وأنه ستحدث قفزة هائلة في تدقيق الحسابات الكبيرة نتيجة عن الانتقال من نهج التدقيق التقليدي التي تقوم على أخذ العينات من المعاملات إلى قدرة المدقق على فحص المعاملات 100%، كما سيتم الاستفادة من الذكاء الاصطناعي للبحث ليس فقط عن البيانات ولكن أيضاً عبر النص، فمن خلال البيانات الضخمة سيتم النظر

إلى ما وراء البيانات التي تنتجها المنشأة لفحصها. (Michael Alles, et al, 2015, و عبد القادر 2020)

- استخدام الذكاء الاصطناعي في عمليات التدقيق، وقد توصلت دراسة (عنبر و محمد 2016) أن اعتماد تقنية الذكاء الاصطناعي في مراحل عملية التدقيق سيؤدي إلى نجاح مهمة التدقيق وتحسين مستوى جودتها، فالذكاء الاصطناعي مرتبط بتمثيل نموذج حاسوبي لمجال من المجالات، ومن ثم استرجاعه وتطويره، ومرتبطة بمقارنته مع مواقف وأحداث مجال البحث للخروج باستنتاجات مفيدة.

-وقد ذكر( فارس و ريمة, 2022 ) أن الذكاء الاصطناعي في مهنة تدقيق الحسابات يعمل على التالي: تعزيز جودة التدقيق من خلال تخفيض مخاطر التدقيق, إمكانية فحص المجتمع بالكامل للبيانات بدلاً عن استخدام أسلوب العينة الاحصائية. والقدرة على اكتشاف الاحتيال. والتحول من التدقيق التقليدي إلى التدقيق المستمر. وبناء علاقة أقوى مع العملاء.

## 5. النتائج والتوصيات:

5.1. النتائج: من خلال استقراء الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة وتحليل محتوى هذه الدراسات تم استنباط مجموعة من النتائج هي:

- يعبر مصطلح ذكاء الأعمال عن التقنيات التكنولوجية الحديثة المستخدمة في إدارة البيانات وتحليلها من أجل استخدامها في القرارات الإدارية في المنشآت, مثل تقنيات نظم دعم القرار, تحليل البيانات الضخمة, تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- نتيجة للتطور الاقتصادي الكبير وظهور تقنيات تكنولوجية متطورة أوجبت على مدققي الحسابات استخدام هذه التقنيات في تدقيق الحسابات.
- يتم استخدام تقنيات ذكاء الأعمال في تدقيق الحسابات مثل نظم دعم القرار وتحليل البيانات الضخمة واستخدام تقنية الذكاء الاصطناعي.
- تعمل تقنيات ذكاء الأعمال على زيادة جودة عملية التدقيق, ومن ثم زيادة الثقة في تقرير مدقق الحسابات.
- استخدام تقنيات ذكاء الأعمال يوفر مزايا متعددة في عملية التدقيق مثل, إمكانية فحص البيانات المالية بنسبة 100% بدل استخدام أسلوب العينة, وتخفيض مخاطر الاكتشاف في تدقيق الحسابات, وكشف الاحتيال في البيانات المالية.
- استخدام ذكاء الأعمال يوجب أن يكون مدقق الحسابات لديه معرفة جيدة باستخدام البرامج الالكترونية الحديثة, كذلك توظيف خبراء في تكنولوجيا المعلومات في شركات تدقيق الحسابات.

## 5.2. التوصيات:

- العمل على عقد الندوات والدورات التدريبية من قبل الجهات المهنية المختصة في مجال تدقيق الحسابات في فلسطين لتعريف وتأهيل مدققي الحسابات بالتقنيات الحديثة ذات العلاقة بتدقيق الحسابات في فلسطين, من أجل اطلاعهم على ما توصل إليه العلم من تقنيات تساعد مدقق الحسابات على أداء عمله بجودة عالية.

- اجراء البحوث علمية تطبيقية للتعرف على مدى استخدام تقنيات ذكاء الأعمال في تدقيق الحسابات في فلسطين.
- تطوير المناهج الدراسية في الجامعات الفلسطينية لطلاب المحاسبة لكي يتم تأهيلهم على استخدام التقنيات التكنولوجية في المحاسبة وتدقيق الحسابات.

#### المراجع:

- اندييه, خالد و غيث محمد (2016) "جودة المراجعة: دراسة ميدانية لتأثير عوامل مرتبطة بمكتب المراجعة من منظور مراجعي الحسابات" مجلة المعرفة, كلية العلوم الإدارية والمالية, جامعة الزيتونة, العدد الرابع.
- حمادي, سمير (2007) "ذكاء الأعمال أسس ومفاهيم", مجلة المعلوماتية, الجمعية العمومية السورية للمعلوماتية : دمشق العدد (17)
- حسن, أنوار و كاظم, بشرى (2022) "دور ذكاء الأعمال في تحقيق التنمية المستدامة - دراسة تطبيقية في وزارة العلوم والتكنولوجيا", مجلة كلية التربية, المجلد (1) العدد (49) جامعة بغداد
- رزوق, راكان, (2006) "التنقيب في المعطيات وذكاء الأعمال": مجلة المعلوماتية, دمشق, العدد (22).
- شحادة, عبدالرازق وآخرون (2011) "تطبيقات ذكاء الأعمال وتحقيق المفهوم التكاملي لجودة النظام المحاسبي" مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية, جامعة سعد دحلب البليدة- الجزائر, المجلد (2) العدد (1) 248-225
- شاهين, مازن (2007) "تقييم المنافع المتحققة من أنظمة ذكاء الأعمال في خلق القيمة للمنظمات - دراسة تشخيصية و تحليلية لشركتي عراقنا والأثير للاتصالات الخلوية", رسالة ماجستير غير منشورة, كلية الإدارة والاقتصاد, جامعة بغداد.
- عبد الرزاق, سحر (2022) "التكامل بين آليات ذكاء الأعمال والمراجعة الداخلية لدعم إستشراف المستقبل وإنعكاسه على قيمة الشركة", مجلة البحوث الإدارية, المجلد الأربعون العدد الرابع, أكاديمية السادات للعلوم الإدارية.
- عبد القادر, محمد (2020) "أثر استخدام البيانات الضخمة على مراجعة الحسابات الخارجية: دراسة نظرية" مجلة الدراسات التجارية المعاصرة, المعهد العالي للعلوم الإدارية, المجلد السادس - العدد العاشر - الجزء الثاني
- عقاب, ريم (2013) "نظم دعم القرارات الإلكترونية في رفع كفاءة أداء عملية التدقيق الخارجي" مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية, المجلد الحادي والعشرين, العدد الثاني. <http://www.iugaza.edu.ps/ar/periodical>
- فارس, عدي و ريمة, بصري (2022) "انعكاسات استخدام تطبيقات الذكاء الصناعي على مهنة التدقيق" مجلة الاقتصاد الجديد, المجلد (13) العدد (2)
- محمد, موفق و عنبر, سامي, (2016) "جودة التدقيق باعتماد الذكاء الاصطناعي" مجلة دراسات محاسبية ومالية, المجلد الحادي عشر, العدد (34) بحث مستل من رسالة دكتوراه, جامعة بغداد.
- هلال, محمد, (2010) "ذكاء الأعمال, مركز تطوير الأداء والتنمية", للنشر والتوزيع, القاهرة.

#### المراجع الأجنبية:

- Buřian Aykut, Singer Klaus , Kopia Jan and Geldmacher Wiebke (2016) " Perspectives on Big Data and Business Intelligence Technologies in the Context of Audit Tasks"  
<https://www.researchgate.net/publication/305386022>

- Lei Che, Xiaoping Yang and Fan Jiang, 2017, **Application and research on business intelligence in audit Business**, MATEC Web of Conferences 100, 05001 – GCM, 2016, DOI: 10.1051/ 2017 <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Mui Kim Chu, Kevin Ow Yong, 2021, **Big Data Analytics for Business Intelligence in Accounting and Audit**, Open Journal of Social Sciences, <https://www.scirp.org/journal/jss>
- R S Murali, 2010, **Business Intelligence as Internal Audit Tool**, UAE Internal Audit Association, Issue No. 15, October 2010

## 1. المقدمة:

في ظل التطور الرقمي، والمعلوماتي الذي يشهده العالم اليوم عرفت العمليات التعاقدية الالكترونية مجموعة من التغيرات في نظامها حيث كان للتقدم الإلكتروني الدور الكبير والسريع على عملية ربط العالم بشبكات إلكترونية ويمكن المستهلك من عملية الدفع الإلكتروني عن طريق الحاسب بدون جهد.

لقد رافقت هذه التطورات موجات كبيرة من أشكال الاعتداءات و الاحتيال، الأمر الذي تسبب في ظهور نوع من الخلل في تلك العمليات ومن هنا تبرز حاجة المستهلك إلى الحماية في التعاقد الإلكتروني و توفير حماية تشمل جميع المنتجات والخدمات المقدمة له لم يكن في السابق هناك أي اهتمام تشريعي فيما يتعلق بحماية المستهلك من الناحية القانونية والالتزام بالإعلام في مجال معاملات التجارة الإلكترونية، ذلك لأن اتصال الأسواق الإلكترونية مع الزبائن بشكل مباشر يفرض عليها التعرف على المستهلك وفهم سلوكه وخصوصا في تجارة التجزئة الإلكترونية. وبما أن التعاقد يتم في فضاء إلكتروني، سوف يجعل المستهلك الإلكتروني غير قادر على معاينة السلع للتأكد من صلاحيتها بالشكل المطلوب، الأمر الذي يدفعه على العمل لإيجاد طريقة مناسبة والقواعد القانونية الملائمة من أجل حماية من أجل إتمام هذا التعاقد بالشكل المناسب عبر شبكة الانترنت

### 1.1. التصور النظري ومشكلة الدراسة:

لقد ساهم انطلاق المعاملات السياحية الإلكترونية في العالم في انخفاض تكاليفه وازدياد قدرته على توسيع السوق، حيث أكدت بعض الدراسات أنه بسبب الانتشار العالمي لشبكة الانترنت أدى إلى توسيع الأسواق المحلية لها وزيادة حصتها السوقية على الساحة العالمية، من هذا المنطلق يمكن طرح التساؤل التالي :

- ما هي سبل تفعيل التجربة الجزائرية في مجال المعاملات السياحية الالكترونية، ومن تم حماية مستهلك هذه الخدمة ؟
- وتقودنا هذه الإشكالية إلى طرح مجموعة من الأسئلة الفرعية التي سنحاول الإجابة عنها من خلال دراستنا لهذا الموضوع.
- وتندرج ضمن هذا التساؤل الجوهرى التساؤلات الفرعية التالية :
- ما هي المكاسب المتحققة من جراء استخدام المعاملات السياحية الالكترونية عبر الانترنت ؟
- كيف تساهم تبادل المعلومات الكترونيا والتعاون بين البنوك الجزائرية في حماية المستهلك المستفيد من هذه الخدمة ؟
- ما طبيعة العلاقة التي تربط بين المعاملات السياحية الالكترونية التي يقدمها البنك للمستهلك الالكتروني وزيادة التعامل بالبطاقات الالكترونية ؟

## 1.2. الأهمية العلمية للدراسة:

- نظرا للتطور الحاصل في مجال الاقتصاد الرقمي والبيع الإلكتروني، تكمن أهمية الدراسة في توضيح ما يلي:
- تحديد وتوضيح التطورات الحاصلة في المعاملات السياحية العالمية.
  - الوقوف على التقنيات والوسائل والأنظمة الحديثة التي تحقق رضا المستهلك الإلكتروني، والأهم السبل الكفيلة بحمايته.
  - الوقوف على التحديات المتعلقة بيئة المعاملات السياحية الإلكترونية في الجزائر.
  - تحليل واقع الجهاز المصرفي الجزائري من خلال ضرورة تطبيق مفهوم المعاملات السياحية الالكترونية في المؤسسات الخدمية والإنتاجية.

## 1.3. الأهداف النظرية والتطبيقية للدراسة:

تهدف هذه الدراسة، إلى التعرف على طبيعة التطورات العالمية الاقتصادية المعاصرة في مجال الصيرفة الالكترونية ومن ثم إمكانية تحديد المخاطر المحتملة وإظهار حاجة المستهلك للحماية في المعاملات السياحية الالكترونية وفي كافة مراحل عقد البيع الإلكتروني وكذا التعرف على حقوقه، بالإضافة إلى الكشف عن مدى حاجة المستهلك للإعلام اللاحق لإبرام العقد الإلكتروني، ومن ثم وضع مقترحات لحماية المستهلك من مخاطر تلك المعاملات الإلكترونية.

## 1.4. فرضيات الدراسة:

- اعتمدت الدراسة على فرضيات رئيسة هدفت بصفة أساسية إلى معرفة أثر المعاملات السياحية الالكترونية على جودة الخدمات المقدمة للمستهلك من خلال التعامل بشبكة الانترنت. وقد تم صياغة الفرضيات التالية:
- الفرضية الأولى: نجاح بعض المعاملات السياحية الالكترونية مرهون بتطبيق تقنيات الاتصال الحديثة على مستوى البنوك.

- **الفرضية الثانية:** زيادة أرباح البنوك الجزائرية مرتبط بتبني التقنيات الحديثة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال مع المستهلك الإلكتروني في إطار توفير الحماية اللازمة له.

- **الفرضية الثالثة:** توجد علاقة طردية بين زيادة حجم المعاملات السياحية الإلكترونية التي يقدمها البنك للمستهلك الإلكتروني ويظهر ذلك جليا من خلال زيادة التعامل بالبطاقات الإلكترونية.

1.5. **المنهج والأدوات المستخدمة:** اقتضت طبيعة البحث التعامل مع عدة مناهج متكاملة ومتناسقة من أجل الإلمام بمحاور الدراسة فقد تم الاعتماد على:

- **المنهج الوصفي التحليلي:** والذي تم الاستعانة به كأسلوب مناسب لوصف واستعراض الإطار النظري للتطورات السياحية الحديثة والبنوك الشاملة ووظائفها واستنباط أهم انعكاساتها على أداء وأعمال البنوك والإحاطة بكل جوانب مختلف المفاهيم المقدمة في الدراسة حول المعاملات السياحية الإلكترونية بما فيها البطاقات البنكية.

- **المنهج التاريخي:** لاستعراض أهم التطورات التي الحاصلة على مستوى المستهلك البنوك الإلكترونية  
1.6. **السياق النظري للدراسات السابقة:**

- دراسة Ghalem Abdallah عام 2011 بعنوان :

Les défis de la monnaie électronique pour la banque centrale et sa politique monétaire

تطرق الباحث إلى دراسة المعاملات الإلكترونية عبر البنوك وطريقة تسوية المعاملات الإلكترونية مع المستهلك الإلكتروني والتحديات التي تواجه البنوك الوطنية في هذا الشأن بالإضافة إلى دراسة الآثار المحتملة للنقود الإلكترونية والمخاطر المنتظرة من وراء استخدامها عبر البنوك الإلكترونية واستشراف مستقبل البنوك المركزية في ظل التوسع في استخدامها.<sup>(1)</sup>

- دراسة TEBIB Hana عام 2013 بعنوان :

La monétique et le e-citoyen en Algérie durant la période 2005-2013 » : la contrainte culturelle Cas des clients de la banque extérieure d'Algérie et la banque de l'Agriculture et du Développement Rural

تطرق الباحث إلى دراسة البنوك الإلكترونية وطريقة تعاملها مع المستهلك الإلكتروني بالإضافة إلى الفعاليات ذات الصلة بالبيئة الإلكترونية وتوصل الباحث إلى أن المعاملات السياحية الإلكترونية هي عبارة عن مجموعة من السلسلة الارتباطية بين المستهلك الإلكتروني والبنك الإلكتروني وقد خلص الباحث إلى مجموعة من المقترحات من أجل تفعيل المستهلك الخدمات الإلكترونية في الجزائر.<sup>(2)</sup>

- دراسة HADID Noufyele , MERBOUHI Samir عام 2017 بعنوان :

LE PAIEMENT ELECTRONIQUE EN ALGERIE : DELITS ECONOMIQUES ET FINANCIERS

حيث حاول الباحث من خلال دراسته توضيح أثر اعتماد نظام الدفع الإلكتروني في الجزائر، وأهم التحديات والمخاطر التي ستنجر عن استعمال هذه التكنولوجيا، لأن هذا التحول نحو تقنيات الدفع الإلكتروني سوف يترتب عنه لا محالة آثار سلبية. حقيقة إن اللجوء لاستعمال هذه التكنولوجيا سوف يوفر فرص جد هائلة، لكن في المقابل فإنه من شأنها

خلق أخطار لا يستهان بها يمكن أن يترتب عنها تهديدات مباشرة على ممتلكات الأشخاص والمؤسسات، خاصة إذا ما أُسْتُغِل ذكاء المجرم في غاية أخرى غير التي تم تسطيرها<sup>(3)</sup>.

## 1.7. حدود الدراسة :

- الحدود المكانية للبحث؛ تقتصر على دراسة الاقتصاد الوطني من حيث الخدمات السياحية الإلكترونية.
- الحدود الزمنية للبحث؛ تقتصر الدراسة الزمانية على دراسة نشأة التعاملات السياحية الإلكترونية العالمية على التي شهدتها التحولات العالمية كبرى إلى غاية عام آخر بيانات متاحة لعام 2013
- 2. المراجعات الفكرية للمفاهيم المتعلقة بالمستهلك الإلكتروني والعقود المرتبطة به:

### 2.1. مفهوم حماية المستهلك.

إن المتتبع لكلمة استهلاك يجد أنها مأخوذة من الفعل هلك و لدى نلاحظ أن كلمة استهلاك تأتي بمعنى النفاد والتغيير و لتبديل . وقانونا نجد أن القانون لا يهتك بفعل الاستهلاك بحد ذاته وإنما يهتم بتصرف الشخص القانوني للحصول على الشيء أو السلعة. والمستهلك هو كل شخص يتعاقد بهدف الاستهلاك أي بمعنى استعمال أو استخدام مال عام أو خاص وهذا التعريف شمل بعض الأشخاص الذين يتصرفون لغرض مهني أعطاهم صفة المستهلك. لقد عرف المستهلك بأنه هو أي مواطن أو مواطنة يقتني مواد استهلاكية بمختلف أنواعها بهدف التغذية أو استخدامها في التنظيف أو اللباس أو لغرض منزلي أو شخصي أو للاستفادة من خدماتها (المأجورة وغير المجورة) في مجال: النقل المياه الكهرباء الصحة التربية التعليم الثقافة الإعلام الترفيه السياحة وكذلك الذي يستفيد من خدمات أصحاب المهن المختلفة.<sup>(4)</sup>

أما التعريف القانوني بحسب ما ورد في القوانين المنظمة لحماية المستهلك نجد أن البعض قد توسع في المفهوم والبعض الآخر قد ضيق من المفهوم، فعلى سبيل المثال ذهب المشرع المصري في قانون حماية المستهلك رقم 67 لسنة 2006 إلى تعريف المستهلك بأنه "كل شخص تقدم إليه إحدى المنتجات لإشباع احتياجاته الشخصية، أو العائلية ، أو يجري التعامل أو التعاقد معه بهذا الخصوص" و عرف المشرع العراقي المستهلك في قانون حماية المستهلك رقم 1 لسنة 2010 بأنه "الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يتزود بسلعة أو خدمة بقصد الإفادة منها" وعُرفَ المستهلك في القانون الاتحادي بدولة الإمارات العربية المتحدة رقم 24 لسنة 2006 في شأن حماية المستهلك بأنه "كل من يحصل على سلعة أو خدمة - بمقابل أو بدون مقابل - إشباعا لحاجاته الشخصية أو حاجات الآخرين" وهنا أراد المشرع أن يشمل كل خدمة أو سلعة سواء تمت بمقابل أو بدون مقابل وهذا توسع في مفهوم المستهلك، كما ذهب المشرع العماني إلى ذات التعاريف السابقة إذ أنه قد عرف المستهلك في قانون حماية المستهلك رقم 2014/66 بأنه "كل شخص طبيعي أو اعتباري يحصل على سلعة أو يتلقى خدمة بمقابل أو بدون مقابل" . وخلاصة تلك التعاريف أن وصف المستهلك ينطبق على كل من يرغب في الحصول على خدمة أو سلعة وذلك لإشباع رغباته وحاجاته الشخصية أو رغبات وحاجات الغير، وهنا نجد أن التعاريف القانونية لم تتوسع بشكل كبير في وضع التعريف وإنما قصر وحدد من أجل تحديد مفهوم المستهلك بلا لبس أو غموض.<sup>(5)</sup>

تتعدد التعريفات الخاصة بحماية المستهلك، ومن أبرز هذه التعريفات أن حماية المستهلك هي الفلسفة التي تتبناها مختلف المنظمات بالدولة نحو توفير السلع أو تقديم الخدمات للمستهلك بأقل تكلفة مادية وجسمانية ونفسية من خلال المتغيرات البيئية السائدة بالدولة.

ويرى البعض أن حماية المستهلك هي مجموعة القواعد والسياسات التي تهدف إلى منع الضرر والأذى عن المستهلك، وكذلك ضمان حصوله على حقوقه.

ويذكر تعريف آخر أن حماية المستهلك تعني الإجراءات اللازمة لحماية كل شخص يسعى للحصول على سلعة أو خدمة بهدف إشباع حاجاته الشخصية أو العائلية.

إن حركة حماية المستهلك جاءت نتيجة الفشل والقصور في تطبيق كل من المفهوم الحديث للتسويق والمفهوم الاجتماعي للتسويق.

إن الحماية في العملية الاستهلاكية تأتي لمعالجة ضعف المستهلك وتوفير أوضاعه فالمستهلك منذ القديم كان عرضة لأخطار الغش في السلع بالرغم من النطاق الضيق لاحتياجاته الحياتية وتعاملاته الاستهلاكية، وعلى هذا فان حماية المستهلك بمنظور المعطيات الحديثة المتعلقة بالعملية الاستهلاكية يقصد بها رعاية المستهلك ومعاونته في الحصول على ما يلزمه من مواد وخدمات، وذلك بأسعار معقولة في كل الأوقات وتحت كافة الظروف مع دفع أي أخطار وعوامل من شأنها الإضرار بمصالحه أو تؤدي إلى خداعه وتضليله، أي أن حماية المستهلك بوجه عام يرتبط بضمان حقوقه في مجال العملية الاستهلاكية من خلال وسائل مناسبة تكفل إيجاد التوازن التعاقدي بين المستهلك والطرف الآخر في عقد الاستهلاك. ويقوم مفهوم حماية المستهلك على ثلاثة محاور رئيسية:<sup>(6)</sup>

- المحور الرقابي الذي يضمن سلامة المعروض من السلع والخدمات ومطابقتها للمواصفات القياسية العالمية، وتقوم الأجهزة الحكومية بهذا الدور بصفة أساسية، بالإضافة إلى مؤسسات المجتمع المدني الممثلة في الجمعيات المعنية بحماية المستهلك، والتي تهدف بالدرجة الأولى إلى الحيلولة دون تعرض المستهلك للتدليس والغش التجاري والتضليل بكافة صوره وأشكاله.
- المحور التشريعي، وهو القائم على أساس إعادة النظر في التشريع القائم من أجل إيجاد مظلة حماية لكافة حقوق المستهلك.
- المحور التثقيفي والتعليمي والإرشادي للمستهلك، وهو الذي يقوم عليه رفع وعي المستهلك وتبصيره بحقوقه وواجباته، بما يرشد قراراته ويوجهه إلى ما يحقق له القدر الأكبر من الحماية.

وقانون حماية المستهلك يجب أن تكون فاعليته بفاعلية الجمعيات التي تتبنى حماية المستهلك، ومن يلاحظ فاعلية ودور جمعية المستهلك يدرك معها ما مدى فاعلية قانون حماية المستهلك!! وهذا القانون يكرر نفسه مع عدد من التشريعات الموجودة، مثل قوانين التمويل والغش والتدليس، أما جديد القانون فهو أن المستهلك تحقق له المقاضاة أمام المحاكم والقضاء، ورغم أهمية هذه النقطة نجدها غير مفعلة، ولا يمكن أن تكون كذلك بسبب الروتين والإجراءات المعقدة التي

تتطلبها المحاكم، هذا من جهة، ومن جهة أخرى لا توجد خلف المستهلك جمعيات قوية تدافع عن المستهلك أو تنوب عنه في مقاضاة المسيئين والمخالفين لمواد القانون، والمشكلة الأبرز في هذه المسألة أنه لا توجد أي جهة تدفع للمستهلك تكاليف الدعاوي القضائية، ما يجعل المستهلك يتجنب الدخول في دوامة القضاء لأنه في الغالب ربما تكون التكاليف أكثر بكثير من المخالفة المرتكبة بحقه.

## 2.2. التطور الحديث في شبكة الإنترنت والخدمات السياحية الالكترونية:

عندما أصبحت أجهزة الحاسوب أكثر قوة في أواخر الثمانينيات زاد استخدام الشركات التجارية لها لإنشاء شبكاتها الداخلية الخاصة، وبالرغم من أن هذه الشبكات كانت تتضمن برامج البريد الإلكتروني الذي يستطيع المستخدمون استخدامه في إرسال رسائل كل منهم للآخر إلا أن هذه الشركات عملت على أن يكون موظفيها قادرين على الاتصال مع الناس خارج نطاق شبكة شركتها، ففي أوائل التسعينيات ظهر ما يسمى بشبكة الإنترنت، وظهرت العديد من التقنيات والأدوات والوسائل التي أسهمت في تطوير هذه الشبكة.

ولذلك فإن شبكة الإنترنت تعد من أحدث خدمات التقدم التقني التي تعتمد على تفاعل المستهلك مع جهاز الحاسوب، وتتألف من الآلاف من أجهزة الحاسوب المتصلة معاً بشبكة الإنترنت، فمن خلالها يمكن الوصول إلى العديد من السلع والخدمات بطريقة سهلة. ويمثل التطور التقني في هذا الجانب واقعاً علمياً يأتي كل لحظة بالجديد، مما ينبغي أن يقود إلى تحسين الروابط التجارية بين المزود والمستهلك بهدف الحصول على أفضل أداء للممارسات التجارية الإلكترونية، غير أن الجانب السلبي لهذا التطور التقني يتجسد في قهر المستهلك بطريقة تبدو عدائية، مما ينبغي أن يؤثر على الوصف القانوني لعقد التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت مقارنة بالبيع الذي يتم في موطن ومحل إقامة المستهلك، ويتمثل ذلك في عدم قدرة المستهلك على معاينة المبيع بطريقة حقيقية، أو الالتقاء مع المزود في مجلس عقدي تقليدي.<sup>(7)</sup>

## 2.3. بعض صور الحماية الجنائية للمستهلك في عقود الخدمات السياحية الالكترونية:

تمتاز هذه الصور باعتبارها حماية متكاملة للمستهلك في عقود البيع من خلال الانترنت و بصفة خاصة في الأحوال التالية:<sup>(8)</sup>

- تجريم فعل الدخول غير المشروع إلى مواقع التجارة الالكترونية والحصول على بيانات المستهلك،
  - إمكانية معاقبة الجاني عند إتلاف بيانات المستهلك بالعقوبة المقررة للإتلاف العمدي للمنقولات بعد التسليم للبيانات و المعلومات باعتبارها من الأموال المنقولة،
  - حماية وسائل الدفع الالكتروني من التعدي عليها إلى مجال التجارة الالكترونية،
  - التعدي على بيانات البطاقة الائتمانية التي تخص المستهلك،
  - تزوير المحررات الالكترونية التي يكون المستهلك طرفاً فيها.
- وعليه ، فإننا نجد تشريعات التجارة الالكترونية تضمنت نصوصاً قاطعة في شأن تجريم أفعال بعينها بهدف حماية مصلحة المستهلك في عقد التجارة الالكترونية.

**2.3.1. الصلة بين التعاقد الإلكتروني وحماية المستهلك:** يعرف العقد الإلكتروني على أنه اتفاق يتلاقى فيه الإيجاب بالقبول على شبكة دولية مفتوحة للاتصال عن بعد، وذلك بوسيلة مسموعة مرئية تتيح إمكانية التفاعل بين الموجب والقابل<sup>1</sup>، وتم تعريفه كذلك بأنه عبارة عن عقد يتم إبرامه عبر وسائل الكترونية، أو هو ذلك العقد الذي يتم عبر شبكات الانترنت ويتم عن بعد مع تمتعه بخصائص مختلفة عن التي تتمتع بها العقود التقليدية. ويعرف كذلك على أنه هو عقد يتحقق بإيجاب وقبول مثل العقود العادية التي تبرم وتوقع كتابة، غير أن الإيجاب والقبول يتحقق بوسيلة إلكترونية دون حاجة إلى مستند مكتوب ومن أمثلة ذلك أن يرسل الموجب عرضه إلى الطرف الآخر بطريق البريد الإلكتروني الذي قد يكون فردا أو شخصا اعتباريا ويقوم من يوجه إليه الإيجاب بالتوقيع عليه إلكترونيا بما يفيد القبول ويعيده للمرسل ثانية، ومن ثم ينعقد العقد بهذه الطريقة وتكون له قوته القانونية.

ويستوي في هذا القبول أن يتم في شكل رسالة منفصلة ترسل إلى صاحب الإيجاب أو أن ترسل في ذات المستند الذي يتضمن الإيجاب، ويتحقق ذلك بقيام من وجه إليه الإيجاب بالضغط على أحد الأيقونات في صفحة المستند والتي يتضمن معنى القبول، وذلك عقب بيان شروط العقد أو أن يقوم بوضع توقيع إلكتروني في خانة معينة ويقوم بإعادة المستند ثانية إلى الموجب، وهذا العقد يعد نوع خاص من الاتفاق. كما نصت المادة الثانية من التوجيه الأوروبي رقم 97-07 الصادر في 20 ماي 1997 عن البرلمان الأوروبي والمتعلق بالتعاقد عن بعد وحماية المستهلكين في هذا المجال، بأنه يقصد بالتعاقد عن بعد: "كل عقد يتعلق بالبضائع أو الخدمات أبرم بين مورد ومستهلك في نطاق نظام بيع أو تقديم الخدمات عن بعد نظمه المورد الذي يستخدم لهذا العقد تقنية أو أكثر للاتصال عن بعد لإبرام العقد أو تنفيذه".

أما المستهلك في مجال التعاقد الإلكتروني فهو ذلك الشخص الذي يبرم العقود الإلكترونية المختلفة من شراء و أيجار وقرض وائتفاع وغيرها من أجل توفير كل ما يحتاجه من سلع وخدمات لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية دون أن يقصد من ذلك إعادة تسويقها ودون أن تتوافر له الخبرة الفنية لمعالجة هذه الأشياء، وهناك صلة وثيقة بين فكرة العقد الإلكتروني وحماية المستهلك فإذا كانت عليه الأخذ بتطبيقات العقد الإلكتروني كالتوقيع والسجلات الإلكترونية هو تسهيل التعامل وسرعة إنجازها، فإن هذه الاعتبارات لا يجب أن تتجاوز حقوق المستهلك وحمايته من الغش والخداع والتي قد تترتب كنتيجة لإتمام التصرفات من خلال الوسائل الإلكترونية.

وقد وجد في هذا الإطار العديد من الاتفاقيات مثل إرشادات حماية المستهلك في مجال التجارة الإلكترونية تقرير أعدته منظمة التجارة الإلكترونية والتنمية في ديسمبر سنة 1999 وأبعته بتقريرين آخرين:

- الأول ينص على إحصاء قوانين وأنظمة حماية المستهلكين المطبقة في مجال التجارة الإلكترونية،
- أما الثاني فهو التقرير الأول للحكومة والقطاع الخاص عن مبادرات تشجيع وتنفيذ إرشادات حماية المستهلك في مجال العقود المبرمة عن بعد والتجارة الإلكترونية في مارس سنة 2001.

وكذلك اهتم التوجيه الأوروبي الصادر عن البرلمان الأوروبي بحماية المستهلك في هذا النوع من العقود، سواء فيما يتعلق بإبرام العقد أو تنفيذه، وهو ما ظهر جليا عند التشريعات الأوروبية التي أخذت بهذا التوجيه ومنها المشرع الفرنسي عندما أصدر المرسوم 741-2001 الخاص بتنظيم التعاقد عن بعد وأدخل هذه النصوص القانونية في قانون الاستهلاك.<sup>(9)</sup>

### 2.3.2. الالتزام قبل التعاقد بالإعلام محل تطبيق حتمي في نطاق الخدمات السياحية الإلكترونية: أظهر التقدم

العلمي والتكنولوجي وسائل عديدة للاتصال تجمع المهني بالمستهلك، وأنواع كثيرة من السلع و المنتجات يتفاوت علم المستهلك و درايته الفنية بها، خاصة منها المعقدة تقنيا، و أمام الخبرة المتواضعة للمستهلك العادي مقارنة بالمهني المتخصص وجب على هذا الأخير وصف المنتج وبيان كيفية استخدامه و التحذير من مخاطره. وإن كان هذا الالتزام عاما يخص كل عقود الاستهلاك فيتسع نطاقه وتعظم أهميته في عقود الاستهلاك الإلكترونية، لأن التعاقد يتم عن بعد دون التقاء حقيقي بين طرفيه، ودون تمكن المستهلك من تفحص المبيع محل التعاقد، مما يولد شعور بعدم الثقة ما بين المستهلك والمهني، وبالتالي تلح ضرورة تبصر الإرادة بكافة الأبعاد المستقبلية للتعهدات المبرمة بالوسائط الإلكترونية بشكل أعمق وأدق فيما إذا تمت بالوسائل التقليدية، وهو ما أكدته التوجيهات الدولية و الإقليمية والتشريعات الحديثة للعقود عن بعد و التجارة الإلكترونية و كذا قوانين الاستهلاك الخاصة بحماية المستهلك، بهدف استعادة الثقة و تعزيزها باعتماد تنظيم صارم لهذا النوع من العقود. ففي العقود المبرمة عبر الانترنت يجب تضمين جميع المعلومات الخاصة بالعقد في العرض قبل التعاقد، وهو في جميع الأنظمة القانونية التزام يقع على عاتق المهني لصالح المستهلك. وباعتبار أن العقد الإلكتروني من العقود المبرمة عن بعد، حاول التوجيه الأوروبي رقم 7/97 الصادر في 20 مايو 1997 بشأن حماية المستهلكين في العقود عن بعد، إضافة مستوى معين من التكافؤ في الحماية بين المستهلك الإلكتروني ونظيره في التعاقد عن بعد بصورته التقليدية، فالدفاع عن الطرف الأضعف هو المنطلق الأساسي الذي اعتمدته نصوص التوجيه، وذلك بإتاحة وتمكين المستهلك الإلكتروني من جميع المعلومات عن العقد، وهو شرط حاسم لا غنى عنه لصحة موافقته الحرة و المستنيرة. كما ترك التوجيه الأوروبي رقم 31/ 2000 الصادر في 8 جوان 2000 ويتعلق ببعض الجوانب القانونية للتجارة الإلكترونية في السوق الداخلي، للدول الأعضاء مهمة صياغة قوانين وطنية تهدف إلى حماية المستهلك الإلكتروني، وتتضمن أحكام تعزز تنمية العقود التي تبرم عبر الشبكة، وأوجب التوجيه على الدول الأعضاء أن تضمن بوجه خاص أن النظام القانوني الذي يحكم عملية التعاقد لا يمنع استخدام العقود الإلكترونية، و لا يؤدي إلى حرمان و عدم ترتيب الأثر القانوني لصلاحياتها على أساس أنها تبرم إلكترونيا.<sup>(10)</sup>

### 2.3.3. حماية المستهلك عبر شبكة الانترنت عند تنفيذ العقد: لعل أن أغلب العقود التي تتم بين المهني أو المزود

والمستهلك سواء تقليدية أو الكترونية هي عقود بيع وشراء تنصب على السلع أو تقديم الخدمات، حيث يكون هدف المستهلك من تلك العقود الحصول على منفعة الشيء المراد شراؤه أو الانتفاع به، وبالرجوع إلى النصوص القانونية التي نظمت عقد البيع نلاحظ أنها ألقت على عاتق البائع العديد من الالتزامات التي تشكل في الوقت نفسه ضمانات للمستهلك، وهي مقررة في عقود البيع كقاعدة عامة وبغض النظر عن آلية إبرامها، ومن بين

هذه الضمانات، ضمان العيوب الخفية و ضمان عدم التعرض والاستحقاق و ضمان حق المستهلك في العدول أو الرجوع عن العقد. وهذه الضمانات سنتناولها من خلال المطالب التالية:<sup>(11)</sup>

- **حق المستهلك بضمن العيوب الخفية:** من الضمانات التي وفرها المشرع للمستهلك في عقود البيع سواء أكانت تقليدية أم الكترونية التزام البائع بضمن العيوب الخفية في المبيع، ويعد هذا الضمان وسيلة فعالة لحماية المستهلك من العيوب التي قد توجد في المبيع وتنازل من صلاحيته للانتفاع به على نحو تخالف الغرض من التعاقد، ولذلك اهتمت مختلف التشريعات المقارنة بتنظيم أحكام هذا الضمان

- **حق المستهلك بضمن عدم التعرض والاستحقاق:** يلتزم المهني أو المزود في التعاقد عبر شبكة الإنترنت بالامتناع عن القيام بأي عمل من شأنه أن يؤدي إلى عرقلة المستهلك من الانتفاع بالمبيع أو الخدمة وفقاً للغاية المرجوة منهما، وهذا يتطلب تمكينه من الانتفاع به بطريقة هادئة ومستقرة فلا يتعرض للمستهلك شخصياً ولا يسمح للغير بالتعرض له وهذا الالتزام يتفق وطبيعة الالتزام الذي يقع على عاتق البائع المنصوص عليه في القواعد العامة المنظمة لعقد البيع.

### 3. الاتجاهات الحديثة لتطوير المعاملات السياحية الإلكترونية في الجزائر وحماية المستهلك:

#### 3.1. واقع الخدمات السياحية الإلكترونية في النظام المصرفي الجزائري:

رغم التطورات التي عرفت وسائل الدفع الإلكترونية في العالم و توسع نطاق إستخدامها ليشمل مختلف المجالات حيث أصبحت من أهم وسائل الدفع في الوقت الراهن إلا أن الجزائر بقيت في منأى عن هذه المستجدات رغم أن العديد من الدول العربية قد قطعت أشواطاً كبيرة في هذا المجال. وقد لوحظ أن أضعف نسبة سجلت هي في استخدام البطاقات الائتمانية 21.7 % نظراً لقلّة استخدامها في التعامل البنكي واحتلال مكانها التحويلات البنكية بنسبة 28% والتي هي السبيل الوحيد للدفع بالشبكة لأولئك الذين لا يملكون بطاقات ائتمانية، وحصلت الصكوك والدفع الفوري عند التسليم على نفس النسبة، 25% كما بينت الإحصائيات أن 8,45% من المشاركين يملكون بطاقات ائتمانية، حصلوا عليها من داخل وخارج القطر، والنسبة الكبرى من المشاركين لا يمتلكون البطاقة الائتمانية بنسبة 91,55% و تجدر الإشارة إلى أن البطاقة من نوع فيزا Visa في الصدارة بنسبة 7,4% من مجموع البطاقات الائتمانية تليها بطاقة ماستركارد MasterCard بنسبة 1,4% ورغم ذلك فهناك ما نسبته 29,29% لا يستخدمونها على الشبكة خوفاً من القرصنة، وهذا دليل على أن مشكل الأمن لا زال قائماً في التحويلات عن طريق الإنترنت.<sup>(12)</sup>

#### 3.2. دور المعاملات السياحية الإلكترونية في تطوير خدمات المستهلك الإلكتروني في الجزائر:

##### 3.2.1. تسوية المبالغ عن طريق المقاصة الإلكترونية: دخل نظام المقاصة الإلكترونية في الإنتاج في ماي 2006

بمقاصة الشيكات، وقد تم إدخال أدوات الدفع الأخرى تدريجياً. وخلال سنة 2007 أنجز هذا النظام ما يقارب 07 مليون عملية دفع بمبلغ إجمالي يقدر ب 5452 مليار دينار. إن المبالغ المدينة والدائنة الناتجة عن طريق المقاصة الإلكترونية تعالج بهذا النظام قرضاً وديناً في الوقت نفسه وفي حسابات المشاركين تعمل على أساس مبدأ «الكل

أو لاشيء،» وفي حالة استحالة تطبيق العملية ترفض من قبل غرفة المقاصة الإلكترونية، وعلى الراغب أن يعيد العملية في الوقت لاحق.

**3.2.2. حسابات التسوية:** إن بنك الجزائر الذي يشرف على إدارة النظام يفتح في سجلاته باسم كل مشارك حسابات التسوية، التي تنقسم إلى حسابات فرعية، وهذه الحسابات تحول حسب الحالات في زيادة أو نقص مبالغ الحسابات الجارية للمشاركين، والتي تضبطها المحاسبة العامة لبنك الجزائر، والتسويات التي تتم عن طريق النظام حيث تم بصفة مستمرة وفي وقت حقيقي. وبعد التأكد الآلي من وجود مخزون كافي في حساب المشارك المعني، يطبق في هذا مبدأ « أول من يدخل أول من يخرج » مع الأخذ بعين الاعتبار الأولويات المبنية فيما يلي: الأولوية الأولى: عمليات بنك الجزائر. الأولوية الثانية: المبالغ المخصصة للمقاصة. الأولوية الثالثة: أوامر مستعجلة بطبيعتها. (13)

**3.2.3. المعاملات السياحية الالكترونية في الجزائر:** لقد بدأت عملية الربط مع شبكة الانترنت في شهر مارس 1994 و تم ذلك عن طريق مركز البحث و الإعلام العلمي و التقني (CERIST) التابع لوزارة التعليم العالي 1. في البداية تم ربط الجزائر عن طريق ايطاليا في مشروع ساهمت فيه منظمة اليونسكو يسمى بريناف (RINAF) وكانت سرعة الارتباط ضعيفة جدا آنذاك حيث لم تتجاوز 9.6 ko. و في سنة 1998 ازدادت هذه السرعة إلى ميغابايت في الثانية و تم استعمال الأقمار الاصطناعية لربط الجزائر بواشنطن بالولايات المتحدة الأمريكية. وفي شهر مارس من سنة 1999 وصلت سرعة الانترنت بالجزائر إلى 2 ميغابايت في الثانية و تم إنشاء أكثر من 30 خط هاتفي جديد من خلال نقاط الوصول المنتشرة عبر التراب الوطني ( -سطيف-ورقلة-وهران- تلمسان) و المرتبطة كلها بنقطة خروج وحيدة على مستوى الجزائر العاصمة. كان عدد الجهات المشتركة في الانترنت سنة 1996 فقط 130 وارتفع إلى 800 سنة 1999، أما بالنسبة لعدد المشتركين فقد وصل إلى 3500 مشترك مما يعطينا في المتوسط حوالي 180000 مستعمل للانترنت على أساس 50 مستعمل لكل مشترك قررت الجزائر سنة 2000 تحرير سوق مزودي خدمة الانترنت وأصدرت لذلك الغرض القوانين التي تحدد شروط وكيفيات وضع واستغلال خدمة الانترنت، و بموجب هذا التوجه الجديد منحت 65 رخصة حتى سنة 2001 للخواص بغرض تقديم خدمات الانترنت إلا أن جلهم لم يدخل بعد في الخدمة لأسباب عديدة، لهذا حاولت وزارة الاتصالات الجزائرية أن تنفذ العديد من المشروعات لتدعيم وتوسيع البنى التحتية والاتصالات عبر الأقمار الاصطناعية و منها مشروع شبكتين عن طريق الساتلين Inmarsat و Vsat مما يسمح من دون شك بتقوية عمليات ربط المواقع و المشتركين بشبكة الانترنت، كما وفرت وزارة الاتصالات خط اتصال أساسي Backbone) من الألياف البصرية قدرته 34 ميغابايت في الثانية قابل للتوسعة لغاية 144 ميغابايت في الثانية؛ و أقامت وزارة الاتصالات أيضا شبكة تابعة لها لتقديم خدمة الانترنت تستهدف كافة ولايات الجزائر تفوق سعتها 100000 خط و يتوقع أن يشترك فيها 100000 مشترك. (14) والجدول التالي يبين إصدار البطاقات و التعاملات السياحية الالكترونية التي تمت من خلالها

الجدول رقم (01): إصدار البطاقات و التعاملات السياحية الالكترونية التي تمت من خلالها

| السنوات | عدد الباقات البنكية<br>المتعامل بها | التعاملات البنكية الالكترونية<br>(مليون دولار) |
|---------|-------------------------------------|------------------------------------------------|
| 2007    | 139.056                             | 10.113                                         |
| 2008    | 334.946                             | 146.876                                        |
| 2009    | 55.793                              | 485.906                                        |
| 2010    | 339374                              | 1914451                                        |
| 2011    | 596558                              | 2615168                                        |
| 2012    | 979333                              | 3765580                                        |
| 2013    | 850008                              | 6446974                                        |

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على:

-[www.satim-dz.com/chifres-cles.html](http://www.satim-dz.com/chifres-cles.html)

- بيانات صندوق النقد الدولي -

3.3. مظاهر المعاملات السياحية الإلكترونية في القانون الخاص الجزائري:

ينقسم القانون إلى فرعين أساسيين، قانون عام وقانون خاص، فالقانون العام هو مجموعة من القواعد القانونية التي تنظم علاقة الدولة بغيرها من الدول، وهذا ما يعرف بالقانون الدولي العام، أو ما ينظم علاقة الدولة بمؤسساتها الإدارية أو علاقة الدولة بالأفراد، بحث تظهر الدولة دائما بمظهر السادة والسلطة. أما القانون الخاص، فهو مجموعة القواعد القانونية التي تنظم علاقة الأفراد فيما بينهم مجردين من السلطة والسيادة، ويعتبر القانون المدني الشريعة العامة لفروع القانون الخاص، بحث أنه المرجع والأصل فيما لا ينص فيه في فروع القانون الخاص الأخرى. وإلى جانب القانون المدني، لدينا القانون التجاري الذي يحكم طائفة من الأشخاص وهي طائفة التجار، ينظم مجموعة من الأعمال وهي الأعمال التجارية، وهذا ما نصت عليه المادة الأولى والمادة الأولى مكرر من القانون التجاري الجزائري. وخلال العشر سنوات الأخيرة، جاء المشرع الجزائري بمعاملات إلكترونية حديثة إلى جانب المعاملات التقليدية التي كانت سائدة من قبل في القانون الخاص الجزائري.<sup>(15)</sup>

يعتبر القانون 03-15 المتضمن الموافقة في الأمر 03-11 المتعلق بالنقد والقرض أول قانون جزائري تضمن التعامل الإلكتروني الحديث في القطاع المصرفي، ويتضح ذلك من خلال المادة 69 التي تضمن نصها " تعتبر وسائل الدفع كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل أموال مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل " و يتبين من خلال هذا النص نية المشرع الجزائري الانتقال من وسائل الدفع الكلاسيكية إلى وسائل دفع حديثة إلكترونية.

وبعد ذلك وبصدور الأمر 05-06 المؤرخ بتاريخ 23 أوت 2005 المتعلق بمكافحة التهريب وفي المادة الثالثة استعمل صراحة مصطلح " وسائل الدفع الإلكتروني " حيث اعتبرها المشرع من بين التدابير والإجراءات الوقائية لمكافحة التهريب. وبذلك انتقل المشرع من مصطلح مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل الوارد في نص المادة (69) إلى مصطلح

أكثر دقة المتمثل في وسائل الدفع الإلكتروني الوارد في النص 03 من الأمر المذكور. وبموجب القانون رقم 05-02 المؤرخ في 06 فيفري 2005 أضاف فقرة ثالثة للمادة 414 في وفاء السفتجة نص على "... يمكن أن يتم التقديم أيضا بأية وسيلة تبادل إلكترونية محددة في التشريع والتنظيم المعمول بهما" ولقد تم إضافة نفس هذه الفقرة إلى المادة 502 بمناسبة تقديم الشيك للوفاء. كما أضاف المشرع بموجب القانون 05-02 المؤرخ بـ 06 فيفري 2005 باب رابع إلى الكتاب الرابع من القانون التجاري والمعنون بالسندات التجارية، الفصل الثالث منه يتضمن بطاقات السحب والدفع وذلك في المادة 543 مكرر 23. أما عن الطبيعة القانونية لهذه البطاقات، فلقد اعتبرها المشرع الجزائري أوراق تجارية جديدة إضافة إلى الأوراق التجارية الكلاسيكية وهي السفتجة والشيك والسند لأمر. يتضح مما تقدم، بأن المشرع الجزائري استحدث نظام الوفاء الإلكتروني في المعاملات التجارية لمفهومه الواسع ويتضح ذلك من خلال نص المادة 69 من قانون النقد والقرض وذلك من خلال عبارة "... مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل" (16)

### 3.4. سبل تفعيل المعاملات السياحية الإلكترونية في الجزائر:

#### 3.4.1. إقامة نظام RTGS: إن إمكانية إنجاز هذا النظام تتمثل في التزام السلطات العمومية والسلطات النقدية بإنشاء

ورشات عمل لتنظيم اجتماعات مع المشرفين على الانجاز و تحسيس المشاركين من المصارف والمؤسسات المالية، ويتطلب دعم تقني من الخبراء الذي يتمتعون بخبرة واسعة في المصارف المركزية الأجنبية، ودعم مالي في من البنك العالمي لإقامة وحدة ناشطة لتسيير المشروع وإقامة شبكة اتصال بين جهاز المقاصة الإلكترونية، وشركة ساتيم، وإقامة شبكة اتصال بين المصارف وبنك الجزائر، وإقامة شبكة اتصال مع جهاز المحاسبة العامة لبنك الجزائر.

#### 3.4.2. تسوية المبالغ عن طريق المقاصة الإلكترونية: دخل نظام المقاصة الإلكترونية في الإنتاج في ماي 2006 بمقاصة

الشيكات، وقد تم إدخال أدوات الدفع الأخرى تدريجيا. وخلال سنة 2007 أنجز هذا النظام ما يقارب 07 مليون عملية دفع بمبلغ إجمالي يقدر بـ 5452 مليار دينار إن المبالغ المدينة والدائنة الناتجة عن طريق المقاصة الإلكترونية تعالج بهذا النظام قرضا ودينا في الوقت نفسه و تعمل على أساس مبدأ «الكل أو لا شيء»، وفي حالة استحالة تطبيق العملية ترفض من قبل غرفة المقاصة الإلكترونية، وعلى الراغب أن يعيد العملية في الوقت لاحق.

#### 3.4.3. حسابات التسوية: إن بنك الجزائر الذي يشرف على إدارة النظام يفتح في سجلاته باسم كل مشارك حسابات

التسوية، التي تنقسم إلى حسابات فرعية، وهذه الحسابات تحول حسب الحالات في زيادة أو نقص مبالغ الحسابات الجارية، التي تضبطها المحاسبة العامة لبنك الجزائر، التي تتم عن طريق النظام. وبعد التأكد الآلي من وجود مخزون كاف في حساب المشارك المعني، يطبق في هذا مبدأ "أول من يدخل أول من يخرج" مع الأخذ بعين الاعتبار الأولويات. (17)

#### 4. الخاتمة:

بازدياد اتجاه العديد من الشركات والمؤسسات البنكية نحو تطوير معاملاتها السياحية عبر الانترنت من خلال توسيع قاعدة العملاء المحليين والدوليين نتيجة إمكانية الدخول اللحظي والدائم، فالمعاملات السياحية الإلكترونية تعتبر فضاء متاح للجميع وعلى مدار الساعة طوال السنة كل هذا أدى إلى زيادة الفرص أمام البنوك لإشباع رغبات واحتياجات المستهلك الإلكتروني

كل هذه التحديات والتطورات الجديدة وازدياد الأنشطة التسويقية على مستوى البنوك، فرضت على الجزائر بأن تنتهج سياسة التحول أو الانتقال والتكيف مع التطورات الاقتصادية العالمية وبالأخص الجهاز المصرفي الجزائري، إن هذا الفكر المعاصر للمعاملات الإلكترونية البنكية والذي يؤكد على ضرورة العمل على إشباع رغبات المستهلكين، وذلك من خلال قيام تلك البنوك بالوقوف على تلك الرغبات، وترجمتها في شكل سلع وخدمات ثم التأكد من المستوى المطلوب من الإشباع بعد عملية الاستهلاك أو الاستخدام الأفضل للسلع والخدمات أو ما يسمى بالخدمات ما بعد البيع مما ينعكس في النهاية على تحقيق أهداف هذه البنوك واستمرارها في السوق الإلكترونية، إلا أن هذا لن يتحقق إلا بحماية المستهلك الإلكتروني كقضية ومسؤولية اجتماعية.

#### 4.1. اختبار فرضيات الدراسة:

- **الفرضية الأولى:** يكمن نجاح المعاملات السياحية الإلكترونية في إجراء العمليات السياحية بشكل إلكتروني والتي تعد الانترنت من أهم أشكالها، وبالتالي فهي تقوم بتقديم خدمات للعملاء من موقع البنك من سحب ودفع وتحويل دون انتقال العميل إليها. وبتكاليف منخفضة وهو ما يمثل أهم تحدي في ميدان المعاملات السياحية الإلكترونية وهذا ما يثبت صحة الفرضية الأولى.

- **الفرضية الثانية:** أوضحت نتائج البحث بأنه لازالت بعض البنوك الجزائري بعيدة كل البعد في استخدام التفعيل المتميز للمعاملات السياحية الإلكترونية، ولا زالت حتى الآن تتبع الأسلوب التقليدي في تفعيل تلك الخدمات البنكية الإلكترونية دون مراعاة التطورات الحديثة التي طرأت على الساحة العالمية في مجال الخدمات البنكية. وهذا ما يثبت صحة الفرضية الثانية

- **الفرضية الثالثة:** وفي ظل التطور الهائل في تقنيات تكنولوجيات الإعلام والاتصال التي حققت تبادلا سريعا وشاملا للمعلومات وتوافق ذلك مع استثمارا لانترنت في ميدان النشاط البنكي الإلكتروني ضمن مفاهيم المعاملات الإلكترونية، وإدارة الخدمات السياحية. فقد أصبح استخدام البطاقات الإلكترونية المحدد الاستراتيجي للنجاح في قطاعات الأعمال والمال على مستوى البنوك في ظل ذلك كله ، تطور مفهوم الخدمات السياحية ، وفوق ذلك تطور مفهوم العمل البنكي من أداء خدمات مالية خاصة بحسابات المستهلك الإلكتروني إلى القيام بالخدمات المالية والتسويقية. ليتزايد في الوقت نفسه التعامل بالبطاقات الإلكترونية، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الثالثة

#### 4.2. نتائج الدراسة:

- مع هذا التطور الهائل في تكنولوجيات الإعلام والاتصال هناك مخاطر من تعرض المعاملات السياحية الإلكترونية أو من تعرض بيانات البطاقة الإلكترونية للسرقة.
- توفر المعاملات السياحية الإلكترونية العديد من المزايا منها الوصول إلى الأسواق العالمية وانخفاض التكلفة وإمكانية الوصول المباشر إلى العملاء.
- ضعف البنية التحتية في الاقتصاد الوطني وغياب التشريعات القانونية التي تنظم العمليات السياحية الإلكترونية تعد سببا رئيسيا في عدم إتاحة الفرصة لإبراز الصفات الشخصية في عمليات الترويج.
- عدم وجود ثقافة لدى المستهلك الإلكتروني في الجزائر لما يمكن أن توفره تكنولوجيا المعلومات والمعاملات السياحية الإلكترونية، وافتقار البنوك التجارية بالجزائر إلى ثقافة البنوك الإلكترونية منفتحة على العالم الخارجي.
- الافتقار إلى الأطر القانونية والتنظيمية المناسبة لإتمام عملية الشراء والبيع في مجال المعاملات السياحية الإلكترونية وحماية المستهلك الإلكتروني.

#### 4.3. توصيات الدراسة:

- على البنوك الإلكترونية القيام بتوفير البيئة الآمنة لإدخال البيانات لتشجيع المستهلك الإلكتروني على الإقبال على الشراء عبر المواقع الإلكترونية الخاصة بها مع توفير الحماية الكافية له.
- الاستعانة بخبراء في مجال المعاملات السياحية الإلكترونية في ظل التعامل مع آليات السوق مع العمل على مواكبة التجديد و التطوير المستمر في استخدام علم البنوك الإلكترونية في بيئة الاقتصاد الرقمي.
- العمل على نشر ثقافة المعاملات السياحية الإلكترونية بين مختلف العملاء في الجزائر مع محاولة التنسيق بين الجهاز الإرشادي والأجهزة المعنية بالعمليات السياحية الإلكترونية.
- توعية مختلف العملاء في الجزائر بقلّة الإرباح نتيجة استخدامهم الطرق التقليدية في مجال المصارف الإلكترونية.
- القيام بإعداد المادة الإعلانية والدعائية للمنتج والخدمات السياحية الإلكترونية عن طريق برامج الفيديو

#### 4.4. الهوامش والمراجع:

politique

monétaire, revue des Sciences Humaines No 21, Université Mohamed Khider Biskra 2011 , P 23

(2) - TEBIB Hana , La monétique et le e-citoyen en Algérie durant la période 2005-2013 : la contrainte culturelle Cas des clients de la banque extérieure d'Algérie et la banque de l'Agriculture et du Développement Rural , revue des Sciences Humaines No :34, Université Mohamed Khider Biskra 2014 , P 95

(3) - MERBOUHI Samir HADID Noufyele , LE PAIEMENT ELECTRONIQUE EN ALGERIE :DELITS ECONOMIQUES ET FINANCIERS, REVUE NOUVELLE ECONOMIE N°:16, Université DE KHEMIS MILIANA- ALGERIE , P 19.

(4) - أحمد السيد طه كردى ، إطار مقترح لحماية حقوق المستهلك من مخاطر التجارة الإلكترونية، جامعة بنها - كلية التجارة ، ص 18

(5) - <https://roohalqanon.blogspot.com/2015/08/blog-post.html>

(6) - أحمد السيد طه كردى، مرجع سابق ، ص 18

- (7) - عبدالله ذيب عبدالله محمود حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني دراسة مقارنة، مذكرة ماجستير غير منشورة ، جامعة النجاح الوطنية 2009 ، ص 30
- (8) - حداد العيد، الحماية المدنية و الجنائية للمستهلك عبر شبكة الانترنت ، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر المغاربي الأول حول المعلوماتية و القانون أكاديمية الدراسات العليا طرابلس ليبيا أكتوبر 2009، ص 13
- (9) - زروق يوسف، حماية المستهلك مدنيا من مخاطر التعاقد الإلكتروني- دراسة مقارنة، مجلة دفاتر السياسة والقانون العدد 09/ 2013 جامعة الجلفة ، ص 135.
- (10) - خليف ملام، الالتزام بالإعلام الإلكتروني وشفافية التعامل في مجال التجارة الإلكترونية، مجلة دفاتر السياسة والقانون العدد 04/ 2011 ، جامعة ورقلة، ص 208
- (11) - طارق كميل، حماية المستهلك في التعاقد عبر شبكة الانترنت " دراسة مقارنة"، مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث مجلد (0) العدد (0)، كلية الحقوق- الجامعة العربية الأمريكية، ص ص 73-75.
- (12) - بلعاش ميادة و بن اسماعين حياة، مشروع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر، أبحاث اقتصادية وإدارية ، العدد 17 جامعة بسكرة 2014 ، ص 80
- (13) - عرابة رابح، دور تكنولوجيا الخدمات السياحية الإلكترونية في عصنة الجهاز المصرفي الجزائري، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية العدد 8-2012 ، ص 21.
- (14) - سماحي منال، لتسويق الإلكتروني و شروط تفعيله في الجزائر دراسة حالة اتصالات الجزائر، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة وهران 2015 ، ص 155
- (15) - ناجي الزهراء، التجربة التشريعية الجزائرية في تنظيم المعاملات الإلكترونية المدنية والتجارية، المؤتمر العلمي المغاربي الأول حول المعلوماتية والقانون، أكاديمية الدراسات العليا جامعة طرابلس 2009، ص 08
- (16) - مرجع سابق ، ص 14
- (17) - عرابة رابح، دور تكنولوجيا الخدمات السياحية الإلكترونية في عصنة الجهاز المصرفي الجزائري، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية العدد 8-2012 ، ص 20.