

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة ابن خلدون - تيارت -



ميدان : علوم اقتصادية ، تجارية وعلوم
التسيير

كلية : العلوم الاقتصادية ، التجارية وعلوم
التسيير

شعبة : علوم تجارية

قسم : علوم تجارية

تخصص : مالية وتجارة دولية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة

الماستر

من اعداد الطلبة

- بغداد عبدالقادر

- بن زيدان الحاج

تحت عنوان :

التجارة الالكترونية بين الواقع والتحديات في الجزائر
في ظل تطور استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال

نوقشت علنا امام اللجنة المكونة من :

رئيسا	أستاذ محاضر ب - جامعة ابن خلدون	د. حجاج مصطفى
مشرفا ومقررا	أستاذ مساعد أ - جامعة ابن خلدون	أ. بومدين فاتحة
مناقشا	أستاذ محاضر ب - جامعة ابن خلدون	د. بلقربوز مصطفى

السنة الجامعية : 2022-2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إهداء

اهدي هذا البحث الى الوالدين راجيا من الله ان يحفظهما
الى الزوجة و ابنائي الاعزاء
الى اخوتي و أخواتي والى جميع الاهل والاقارب
الى جميع اساتذتي على جميع الاطوار الى جميع الاصدقاء
والى جميع طلبة العلم في جزائرنا الحبيبة .

تشكرات

يقول النبي صلى الله عليه وسلم " من لا يشكر الناس لا يشكر الله "

نتوجه بالحمد والشكر للمولى عز وجل بتوفيقه لنا بانجاز

هذا العمل المتواضع بحوله وقوته

. كما نتقدم بالشكر الجزيل للاستاذة المؤطرة : بومدين فتيحة

التي رافقتنا طيلة هذا المشوار بتوجيهاتها ،

كما نشكر كل من ساعدنا و لو بكلمة طيبة او دعاء

إن أحسنت فمن الله، وإن أسأت أو أخطأت فمن نفسي والشيطان

الصفحة	المحتويات
-	اهداء
-	شكر وتقدير
-	فهرس المحتويات
-	قائمة الأشكال
-	قائمة الملاحق
أ - هـ	مقدمة
	الفصل الاول : عموميات حول التجارة الالكترونية ووسائل الدفع الالكترونية وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات
2	تمهيد
3	المبحث الاول : مفاهيم وتصورات حول التجارة الالكترونية
3	المطلب الاول : عموميات حول التجارة الالكترونية
6	المطلب الثاني : اشكال ، تطبيقات ومراحل التجارة الالكترونية والمزايا والعيوب
12	المبحث الثاني : وسائل الدفع الالكترونية ودورها في تفعيل التجارة الالكترونية
13	المطلب الاول : وسائل الدفع الالكترونية
17	المطلب الثاني : اهمية وسائل الدفع الالكترونية ودورها في تفعيل التجارة الالكترونية وعوامل نجاحها
19	المبحث الثالث : تكنولوجيا المعلومات والاتصالات
19	المطلب الاول : تكنولوجيا المعلومات والاتصالات
21	المطلب الثاني : البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وشبكات الاتصال
25	خلاصة الفصل
-	الفصل الثاني : التجارة الالكترونية في الجزائر في ظل تطور استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال
27	تمهيد
28	المبحث الاول : وضعية التجارة الالكترونية في الجزائر ، واقعها وبنيتها التحتية
28	المطلب الاول : واقع التجارة الالكترونية في الجزائر
31	المطلب الثاني : البنية التحتية للتجارة الالكترونية في الجزائر

47	المبحث الثاني : تحديات التجارة الالكترونية في الجزائر
47	المطلب الاول : الاطار القانوني للتجارة الالكترونية في الجزائر
50	المطلب الثاني : معوقات التجارة الالكترونية في الجزائر و حلول وسبل توسيعها
59	خلاصة الفصل
60	خاتمة
63	قائمة المراجع
66	ملاحق
-	ملخص

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
5	مكونات التجارة الالكترونية	01_01
7	تطبيقات الانترنت في الانشطة التجارية وتبادل المعلومات	02_01
8	انواع التجارة الالكترونية	03_01
43	المؤسسات المالية المساهمة في شركة SATIM	01_02

الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
66	المحفظة الالكترونية	01
67	الشيك الالكتروني	02
68	بطاقة CIB البنكية	03
69	واجهه موقع اشري لي	04
70	تطبيق وصلني	05
71	تطبيق BARIDIMOB	06

في العقود الأخيرة من القرن العشرين ظهرت العديد من التغيرات والتحولات التي أفرزتها معطيات التطور التكنولوجي، حيث ساهمت وتيرة نمو الابتكارات والتقنيات التكنولوجية بشكل كبير في نقل المجتمعات إلى عصر المعلومات، لا سيما المجال التجاري الذي يعد من أكثر القطاعات استجابة للتقدم التكنولوجي و استخداما للتقنيات الحديثة والمتطورة ، مما أدى إلى تحول عميق في نمط التفكير في سلوك المنتجين والمستهلكين، وتغيرت معه قواعد التعاملات التجارية ونجم عنها ظهور نوع حديث من المبادلات التجارية القائمة على التدفق السريع للمعلومات ، وهو ما يطلق عليه بالتجارة الإلكترونية

وان من المميزات العديدة التي توفرها التجارة الإلكترونية هي الإعتماد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لما لها من دور فعال في تخفيض التكاليف وخلق قيمة مضافة ، و إستجابة للتغيرات التي يفرضها الإقتصاد المعرفي الجديد بأبعاده المختلفة والبحث عن أساليب جديدة تتجاوز الأساليب التقليدية وجعل من التجارة الإلكترونية مصدرا للميزة التنافسية المستدامة .

ان التجارة الإلكترونية التي تتم عبر الوسائط الإلكترونية ساهمت في زيادة ادراك الدول لاهمية تبني هذه التجارة، حيث لم تعد خيارا بل أصبحت ضرورة حتمية تفرض وجودها ، باختلاف درجة التطور في البلدان ، فبالرغم من أن التجارة الإلكترونية بلغت حدود عالية في انتشارها لدى دول العالم الا ان الجزائر باعتمادها على هذا النوع من التجارة مازالت لم ترقى الى المستوى المطلوب لمنافسة نظيراتها من الدول السبابة لهذه التقنية .

لقد صارت التجارة الإلكترونية في الجزائر ضرورة ملحة وحتمية ، حيث اصبح من اللازم على الجزائر أن تسعى إلى تعظيم الاستفادة من هذه التجارة وتسريع عملية الانتقال نحوها من خلال تذليل العقبات التي تواجه تطبيقها، وتوفير كافة أسباب النجاح لها، والتي من بينها متطلبات البنية التحتية التكنولوجية والتشريعات المتعلقة بتطبيقها، من اجل توفير فرص واسعة لدفع النمو الاقتصادي للبلد .

ونسعى من خلال دراستنا هذه إلى التعرف على وضعية التجارة الإلكترونية في الجزائر في ظل تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال و من خلال هذه التغيرات العالمية والطفرة العلمية في مجال التكنولوجيا والتقنيات الحديثة في الاتصال ، حيث يطفو إلى السطح السؤال الرئيسي التالي: ما هو واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الجزائر في ظل تطور استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال ؟

وبغية التفصيل في دراسة الاشكالية ، فقد قمنا بطرح الاسئلة الفرعية التالية :

- ماذا نقصد بالتجارة الإلكترونية ؟
- ما هو واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر؟
- ما هي المقومات التي تملكها الجزائر لتبين هذا النوع من التجارة وماهي المثبطات التي تحول دون تحقيق ذلك ؟
- ما هي أهم تحديات وسبل توسيع التجارة الإلكترونية في الجزائر ؟

- تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هي البنية الاساسية والقاعدة التكنولوجية لتعاملات التجارة الالكترونية
- التقدم التكنولوجي على الصعيد العالمي والشوط الكبير الذي قطعتة الجزائر في تطوير البني التحتية المختلفة لتفعيل التجارة الالكترونية حاليا.
- يمكن استعراض آفاق وتحديات التجارة الالكترونية في الجزائر وسبل توسيعها من خلال مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

2 - أهداف الدراسة : تتعدد أهداف الدراسة ويمكن ذكر أهمها كما يلي :

- التعرف على مفهوم كل من التجارة الإلكترونية وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات
- تسليط الضوء على واقع و آفاق التجارة الإلكترونية و تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الجزائر
- التعرف على تحديات التجارة الالكترونية في الجزائر والمعوقات التي تحول دون تحقيق تطور وازدهار مثل هذه التجارة .

3 - أهمية الدراسة :

تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية الموضوع الذي تطرقنا إليه ، فهي تعالج ظاهرة التجارة الالكترونية والتي تعد من أهم سمات الاقتصاد الرقمي القائم على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، و أبرز ما حققته الثورة التقنية والمعلوماتية في الاقتصاد المعاصر، فالتجارة الالكترونية من المواضيع الجديدة والهامة في العصر الحديث التي تسعى الدول الى تحسين وتطوير هذه التجارة وهذا لمواكبة المستجدات الاقتصادية الحديثة والاندماج في الاقتصاد والانفتاح أمام الاسواق العالمية مما يتطلب تطوير الطاقات الانتاجية والامام الكافي بتقنيات التجارة الالكترونية التي أصبحت تفرض وجودها كل يوم .

4 -أسباب اختيار الموضوع :

يعود اختيارنا للموضوع إلى عدة أسباب نذكر منها :

- اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر والعمل بها يفرض أو يحتم على الباحثين والاكاديميين دراسة واقع و آفاق هذه التجارة الواعدة و التحديات التي يفرضها الاقتصاد الرقمي على الجزائر وسبل اعتمادها.
- رغم ان التعامل بالتجارة الالكترونية قطع شوطا كبيرا في العديد من دول العالم الا ان الجزائر مازالت تنتهج في اعتماد التجارة على الاساليب التقليدية بدلا من الالكترونية.
- نقص الاهتمام بالتجارة الالكترونية في الجزائر، مما قادنا الى الميول لمثل هذا الموضوع والرغبة في معرفة المكانة التي توليها الجزائر للتجارة الالكترونية.

5 - حدود الدراسة :

حتى نتمكن من دراسة موضوع التجارة الالكترونية ، تم تحديد مجال الدراسة كما يلي :

- **الاطار الزمني** : بما ان موضوع التجارة الالكترونية ظهر حديثا ، فإنه تم دراسة هذا الموضوع ابتداء من نشاتها في سبعينات القرن الماضي الى اللفية الجديدة مما سهل الطريق أمام التجارة الإلكترونية للتطور عبر السنوات اللاحقة ، أما حالة الجزائر، فإننا اعتمدنا على المراجع و المعلومات و الاحصائيات الحديثة أي ابتداء من نهاية التسعينات .

- **الاطار المكاني** : من أجل دراسة موضوع التجارة الالكترونية ، ركزنا على حالة الجزائر ، من خلال عرض البيئة العامة للتجارة الالكترونية ، و المقومات التي تملكها و آفاق وتحديات وسبل توسيعها في الجزائر .

6- منهج الدراسة : من اجل الاجابة على الاشكالية المطروحة و الاسئلة الفرعية اعتمدنا المنهج الوصفي و المنهج التحليلي، وهذا بالتطرق للجوانب النظرية المتعلقة بماهية التجارة الالكترونية ووصف الظاهرة عن طريق جمع المعلومات المقدمة وتصنيفاتها من أجل تقييم وضع و مكانة التجارة الالكترونية في الجزائر ، و نظرا لطبيعة الموضوع فقد تم الاعتماد على مجموعة من ادوات الدراسة تجسدت في البحث المكتبي القائم على الاستعانة بالمراجع المتنوعة كالكتب و المجلات الاقتصادية و البحوث الاكاديمية و التقارير المنشورة من المنظمات كما تم اللجوء إلى مواقع الانترنت للحصول على المعلومات والمعطيات ذات الصلة بالموضوع وهذا من أجل إعطاء هذا الموضوع صيغة تتماشى مع المستجدات الراهنة.

7- الدراسات السابقة

- **كاش محمد ياسين ، خلادي محمد الامين، مذكرة لنيل شهادة ماستر في العلوم الاقتصادية ، 2016 ، " التجارة الالكترونية دراسة حالة الجزائر، جامعة تلمسان**

-التعرف على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، وعلاقتها بالتجارة الالكترونية .

- التعرف على ظاهرة حديثة انتشرت بسرعة في العالم بأسره، وهي التجارة الالكترونية .

- مكانة التجارة الالكترونية في العالم عامة والعالم العربي خاصة.

- الكشف عن واقع و أهم التحديات والعقبات التي تحول دون تطورالتجارة الالكترونية في الجزائر.

- الحلول اللازمة و الكفيلة للنهوض بالتجارة الالكترونية في الجزائر.

وقد توصلت الدراسة الى ان التطورات التكنولوجية احدثت طفرة في كل المجالات، فقد حولت الاقتصاد من الشكل التقليدي إلى الشكل الرقمي المتمحور حول اللامادية والسرعة، ما يحقق وجود التجارة الالكترونية وانتشارها، وقد سعت الجزائر للانتقال بمشروع الجزائر الالكترونية من التخطيط إلى التنفيذ، واعداد دراسات دقيقة حول سبل تسريع عملية تجسيده على أرض الواقع. و السهر على إيجاد التنظيم القانوني والتشريعي اللازم لقيام واعتماد التجارة الالكترونية.

فلاق شبرة فاطمة ، مذكرة لنيل شهادة ماستر في العلوم التجارية ، 2018 ، بعنوان " واقع التجارة الالكترونية في الجزائر " ، جامعة مستغانم

من خلال هذه الدراسة التي أوضحت جملة من الأهداف و المتمثلة في :

- تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، ومدى تأثيرها على المجال التجاري .
- استعراض بعض المجهودات الخاصة بتأهيل المجتمعات لتصبح قادرة على التعامل مع التجارة الالكترونية - واقع التجارة الالكترونية في الجزائر، و اهم التحديات والعقبات التي تحول دون تطورها.
- عرض بعض السبل الكفيلة بالنهوض بهذا النشاط التجاري الحديث في الجزائر.
- وقد توصلت الدراسة الى ان تجربة الجزائر في تطبيق هذه التجارة لم تحقق النهضة والانطلاقة المرجوة ، ولا يزال اعتماد هذا النمط من المبادلات محتشما و في مراحلها الاولى ، غير أن ذلك لا يعني التشكيك مطلقا في النوايا و الانقاص من الجهود ، فالجزائر اتخذت مؤخرا اجراءات عدة في جميع الميادين بغية تدعيم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات و مسايرة التحولات التكنولوجية ، وتبنيها يحتاج الى التركيز على مجموعة من المقومات و احداث تغييرات جذرية في مجالات شتى لتذليل العقبات المعرقة لانطلاق هذه التجارة في الجزائر.
- **عبدالعزیز دمان ، يوسف واضح ، مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم التسيير ، 2019 ، بعنوان " واقع وفاق التجارة الالكترونية في الجزائر، جامعة المسيلة**
- من خلال هذه الدراسة التي أوضحت جملة من الأهداف و المتمثلة في :
- التعرف على ظاهرة التجارة الالكترونية التي أنتشرت بسرعة في العالم بأسره .
- توضيح مكانة التجارة الالكترونية في الجزائر.
- معرفة أهم العوائق التي تواجه الجزائر في استخدام التجارة الالكترونية .
- وضع التجارة الالكترونية في الجزائر.
- وقد توصلت الدراسة الى ان الجزائر تشهد تقدم ملحوظ في مجال الاهتمام بتطور تكنولوجيات الاعلام والاتصال مقارنة بالسنوات السابقة فرغم التطور الذي تشهده في مجال الانترنت وازدياد عدد مستخدميها لم يزامن تطور في تطبيقات التجارة الالكترونية ، ومازالت الجزائر لم تصل الى المستوى المطلوب والمتمثل في الدفع الالكتروني والذي يسمح بتنفيذ المعاملات المالية والتحويلات النقدية على شبكة الانترنت ، كما تعاني من ضعف تمويل التجارة الالكترونية وذلك ناتج عن قلة مساهمة القطاع الخاص والمشارك ورجال الاعمال في تمويل هذه التجارة ، حيث ان سن القوانين والتشريعات مثل "القانون رقم 18-05 ، والذي من شأنه دفع هذا المجال أكثر ، حيث سيؤطر هذا النص القانوني الجديد السوق من خلال العديد من الاجراءات التي تسمح بضمان أمن التجارة الالكترونية، مع تحديد التزامات المزودين بخدمات الانترنت والمستهلكين.
- ✓ جاءت دراستنا بتحديثات تخص قطاع التجارة الالكترونية في الجزائر مقارنة بالدراسات السابقة بالتطرق الى التطور الحاصل والقفزة النوعية في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مثل الشبكات الهاتفية الثابتة والنقالة، مع استعراض بعض المواقع و التطبيقات التي تقدم خدمات وتنظم التعاملات التجارية كوسيط الالكتروني، اضافة الى القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية الصادر في 2018/05/18 الذي من شأنه دفع التجارة الالكترونية اكثر في المستقبل .

8- صعوبات الدراسة :

- ان عملية تأخر تبني تطبيق التجارة الالكترونية في الجزائر يجعل من السلسلة الزمنية للمعطيات غير كافية لاجراء دراسة كافية للظاهرة و معرفة اتجاهاتها .
- نقص في الاحصائيات والمعطيات حول موضوع الدراسة بالنسبة للجزائر
- عدم توفر بيانات و معلومات دقيقة وحديثة بشأن حالة التكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في الجزائر، و غياب مؤشرات واضحة في تبني هذه التكنولوجيات .

9 - هيكل الدراسة :

لاعطاء الموضوع محل الدراسة حقه من التحليل ارتائنا اعطاء رؤية واضحة مساعدة على الاجابة على الاشكالية المطروحة وهذا بتسليط الضوء على مكوناته ومختلف جوانبه ، قمنا بتجزئة هذا البحث إلى فصلين :
فالفصل الاول يتناول عموميات حول التجارة الالكترونية ووسائل الدفع الالكترونية وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، مع عرض لمختلف مفاهيم وتصورات حول التجارة الالكترونية ، فضلا عن الاشارة الى وسائل الدفع الالكترونية ودورها في تفعيل التجارة الالكترونية، مع إعطاء لمحة عن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات
اما الفصل الثاني يتناول التجارة الالكترونية في الجزائر في ظل تطور استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، مع عرض لوضعية التجارة الالكترونية ، واقعها وبنيتها التحتية ، اضافة الى التحديات .

الفصل الاول

عموميات حول التجارة الالكترونية ووسائل الدفع الالكترونية
وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات

الفصل الأول: عموميات حول التجارة الالكترونية ووسائل الدفع الالكترونية وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات

تمهيد :

على اعتبار أن التجارة هي غاية كل نشاط اقتصادي ، كان لزاما عليها أن تساير التطورات التكنولوجية فنجد ان من أهم ما نتج عن اندماج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات باقتصاد المعرفة هو التجارة الالكترونية ، حيث ساهمت هذه الاخيرة بفضل تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحويل العالم الى سوق واحد جديد و متطور و خالي من كل الحدود ، يستطيع مرتادوه اقتناء حاجياتهم من السلع والخدمات بكل راحة وبأقل وقت وتكلفة ممكنة ، وهذا ما أعطى الأهمية القصوى لاستعمال التجارة الالكترونية ، اضافة إلى التسهيلات الكبيرة والسرعة الفائقة في أداء الأعمال التي تكلف الجهد والأموال الطائلة عند استعمالها للتجارة التقليدية. وهي تشهد اليوم نموا متزيدا وسريعا في العالم .

من خلال هذا الفصل سنتطرق الى مفاهيم وتصورات حول التجارة الالكترونية بتحديد تعريف ونشأة وتطور مراحل التجارة الالكترونية وخصائصها وأشكالها ومجالات تطبيقاتها الى جانب مزايا وعيوب التجارة الالكترونية في المبحث الأول وفي المبحث الثاني وسائل الدفع الالكترونية ودورها في تفعيل التجارة الالكترونية بتحديد ماهية وسائل الدفع الالكترونية وخصائصها واهميتها وفي المبحث الثالث سنتطرق الى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات .

المبحث الأول: مفاهيم وتصورات حول التجارة الإلكترونية

من بين إفرزات التكنولوجيا التجارية الإلكترونية ، حيث تعتبر من المتغيرات العالمية الجديدة ، حيث أصبحت من دعائم النظام الاقتصادي العالمي الجديد وأحد الآليات الهامة التي تعتمد عليها عولمة المشروعات التجارية والإنتاجية .

المطلب الأول : عموميات حول التجارة الإلكترونية :

مع تطور الأساليب التكنولوجية الحديثة والتوسع في استخدامها في شتى مجالات الحياة ، ظهر نوع من المعاملات التجارية وهو ما يعرف بالتجارة الإلكترونية والتي أصبحت تتطور يوماً بعد يوم. والتجارة الإلكترونية كظاهرة جديدة تكون لدى الكثيرين غامضة ، بسبب حداثة استعمال هذا المصطلح ، ولذلك ظهرت العديد من التعريفات الهادفة إلى تحديد مفهوم التجارة الإلكترونية والتي عرضت من طرف باحثين وخبراء وهيئات عالمية ، وسوف نحاول سرد بعضها قصد الوقوف على تعريف واضح وشامل لها .

أولاً : مفاهيم عامة للتجارة الإلكترونية :

مصطلح التجارة الإلكترونية عرف عدة مفاهيم في الأدبيات المعاصرة ، وهو يعني ما يلي :

1 - تمثل التجارة الإلكترونية شكل من أشكال التعامل التجاري الذي ينطوي على تعامل الأطراف ، حيث يكون التبادل الكترونياً بدلاً منه مادياً أو مادياً مباشراً¹ .

من خلال هذا التعريف يتضح لنا أن التجارة الإلكترونية هي عملية تجارية بوجود وسيط الكتروني يساعد على غياب العلاقة المباشرة بين الأطراف .

2- التجارة الإلكترونية تعني أداء الأعمال من خلال شبكة الانترنت ، أو البيع و الشراء للسلع والخدمات من خلال صفحات الويب² .

ولكن هذا التعريف هو تعريف جد ضيق ، حيث يحصر التجارة الإلكترونية في عمليات تبادل السلع والخدمات عن طريق وسيلة الكترونية أو وسيط الكتروني

3- التجارة الإلكترونية هي تنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات عبر شبكة الانترنت و الشبكات العالمية الأخرى ويشتمل ذلك:³

-إعلانات عن السلع والبضائع والخدمات

-تقديم معلومات حول السلع والخدمات

-علاقات العملاء التي تدعم عمليات الشراء والبيع وخدمات ما بعد البيع

-التفاعل والتفاوض بين البائع والمشتري

¹ سعد غالب ياسين، بشير عباس العلق ، "الأعمال الإلكترونية"، دار المناهج للنشر و التوزيع، الاردن ، 2004 ،ص109
² فريد النجار و آخرون ، "التجارة و الأعمال الإلكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة" ، الدار الجامعية ، مصر ، 2006 ،ص89
³ المرجع نفسه، ص90

الفصل الأول: عموميات حول التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات

- عقد الصفقات وإبرام العقود

- سداد الالتزامات المالية ودفعتها

- الدعم الفني للسلع التي يشترتها العملاء

يتبين لنا أن هذا التعريف هو الأكثر اتساعا وتفصيلا ، حيث أشار الى كل أنواع العمليات التي تتم في التجارة الإلكترونية ، فنحن هنا أمام مجموعة متنوعة من العمليات المتصلة بعقد الصفقات وإقامة الروابط التجارية من خلال وسائل الاتصال الإلكترونية و خاصة الانترنت.

ثانيا - تعريف التجارة الإلكترونية حسب المنظمات العالمية :

1 - تعريف الأمم المتحدة : لقد تناولت الأمم المتحدة من خلال لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي الأونسيترال Unicitral ، وضع قانون نموذجي للتجارة الإلكترونية وذلك في 16/12/1996 ومن خلاله في الفقرة الأولى من المادة الثانية نصت على أن من وسائل الاتصال للتجارة الإلكترونية (البريد الإلكتروني والبرق والتلكس والنسخ البرقي الفاكس) وهذا القانون قد مهد لكثير من الدول بإصدار قوانين التجارة الإلكترونية

2 - تعريف منظمة التجارة العالمية WTO : تناولت منظمة التجارة العالمية التجارة الإلكترونية من زاوية كونها عملية إنتاج وتوزيع وبيع وترويج المنتجات من خلال شبكة اتصال ومن ثم شمل هذا التعريف جميع الأنشطة عن العلاقة ذات الطابع التجاري من توريد أو تبادل أو بيع سلع أو إنفاق توزيع أو تمثيل تجاري أو الوكالة بعمولة وإن كان هذا التعريف قد أغفل الخدمات بكافة أنواعها.

3 - تعريف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OECD : شمل التعريف في التقرير الصادر سنة 1998 كافة الأنشطة التجارية من صفقات تجارية من اتفاقات تمويل ومفاوضات وعقود تجارية سواء بين الإدارات أو بين الأفراد عن طريق المعالجة الإلكترونية للبيانات المقروءة أو الصوتية شاملة السلع والخدمات.

4 - تعريف منتدى التعاون الاقتصادي لآسيا والمحيط الهادئ APEC : هي شكل من أشكال صفقات التجارة الخدمية والسلعية التي يتعامل فيها الأطراف بطريقة إلكترونية سواء بين شخص وشخص آخر أو بين شخص وكمبيوتر أو بين كمبيوتر وكمبيوتر آخر .

5 - تعريف الاتحاد الأوروبي EU : هي كل الأنشطة التي تتم بوسائل إلكترونية سواء تمت بين المشروعات التجارية والمستهلكين أو بين كل منهما على حدى وبين الإدارات الحكومية كذلك تسليم السلع والخدمات بشكل مادي أو معنوي) برامج كمبيوتر ومجلات الكترونية مثلا¹.

¹ معلومات من الموقع الإلكتروني لمنظمة التجارة العالمية على الرابط : www.wto.org تم الاطلاع بتاريخ 2023/04/02 على الساعة 09.00

وبصورة عامة التجارة الالكترونية يمكن تطبيقها عبر مكوناتها الرئيسية التي تتضح في الشكل التالي :

الشكل رقم 01_01: مكونات التجارة الالكترونية



المصدر: ثامر البكري ، قضايا معاصرة في التسويق، دار حامد للنشر والتوزيع ، 2015 ، ص86

ثالثا : نشأة التجارة الإلكترونية

كانت بداية التجارة الإلكترونية في أوائل السبعينيات من القرن الماضي وأكثرها شهرة هو تطبيق التحويلات الالكترونية للأموال transferts fund électronique ولكن مدى هذا التطبيق لم يتجاوز المؤسسات التجارية العملاقة وبعض من الشركات الصغيرة، وبعدها أتى التبادل الالكتروني للبيانات EDI والذي وسع تطبيق التجارة الالكترونية من مجرد معاملات مالية إلى معاملات أخرى وتسبب في ازدياد الشركات المساهمة في هذه التقنية من مؤسسات مالية إلى مصانع وبائعي التجزئة ومؤسسات خدمتية ، وتطبيقات أخرى ظهرت أيضا مثل بيع وشراء الأسهم على الانترنت¹

ومنذ العام 1995 أصبحت معظم الشركات الكبيرة والمتوسطة لها موقع الكتروني وتجدر الإشارة إلى أن ظهور التجارة الإلكترونية سبق ظهور الإنترنت بفترة ، وفي عام 1999 امتدت التجارة الإلكترونية من منظمات الأعمال للمستهلك لتشمل منظمات الأعمال لمنظمات الأعمال، وفي عام 2001 امتدت لتشمل منظمات الأعمال لموظفي هذه الشركات وظهرت مفاهيم جديدة مثل الحوكمة الالكترونية والتعليم الالكتروني².

¹ إبراهيم بختي: التجارة الالكترونية ، مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005 ص : 42-43

² محمد نور صالح الجداية ، التجارة الالكترونية ، الطبعة الاولى ، دار الحامد ، عمان ، 2009 ، ص29

الفصل الأول: عموميات حول التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات

رابعاً : التطور التاريخي للتجارة الإلكترونية :

- غرست جذور التجارة الإلكترونية خلال فترة التسعينات مع التطور الكبير على شبكات الإنترنت في العالم، لكن نشأته تعود إلى ما قبل ذلك بكثير كما ذكر سابقاً، وفيما يلي التطور التاريخي للتجارة الإلكترونية في العالم:
- عام 1969 أطلق اثنان من طلاب الهندسة الكهربائية من كولومبوس في ولاية أوهايو خدمة كومبيو سيرف (CompuServe) ، والتي أصبحت الخدمة التجارية الأولى عبر الإنترنت في العالم آنذاك.
 - عام 1979 استخدم المخترع الإنجليزي مايكل ألدريتش حاسوباً لمعالجة المعاملات التجارية، وجهاز تلفاز لإنشاء أول نقل آمن للبيانات في العالم، وهو بذلك وضع الأساس للتسوق عبر الإنترنت.
 - عام 1982 افتتح أول سوق لتبادل السلع التجارية عبر الإنترنت وأطلق عليه مسمى (Boston Computer Exchange)
 - عام 1995 انطلقت أسواق التجارة الإلكترونية المعروفة في وقتنا الحاضر وهي أمازون (Amazon) وإي باي (eBay)، والتي تم من خلالها إجراء مليون معاملة تجارية بحلول عام 1997.
 - عام 1998 ظهر نظام الدفع الإلكتروني باي بال (PayPal) لأول مرة، الأمر الذي منح المشتريين الثقة لإجراء التبادلات التجارية الشخصية أو الخاصة بالعمل.
 - عام 2000 أطلقت شركة جوجل خدمة (Google AdWords) ، وهي خدمة متعلقة بالإعلانات عبر المواقع الإلكترونية التجارية، مما منح الشركات القدرة على الإعلان وإيصال سلعهم للمشتريين.
 - عام 2009 ظهرت خدمة سكوير (Square) والتي سمحت من خلالها لتجار التجزئة بقبول مدفوعات الخصم والائتمان.
 - عام 2014 طرحت شركة أبل خدمة الدفع عبر الهاتف المحمول، وإمكانية استخدام المحفظة الرقمية، مما سهل الطريق أمام التجارة الإلكترونية للتطور عبر السنوات اللاحقة¹

المطلب الثاني : اشكال ، تطبيقات ومراحل التجارة الإلكترونية و المزايا والعيوب :

اولا : اشكال التجارة الإلكترونية وأنواعها :

حسب مصفوفة Coppel الموضحة في الشكل (رقم 02) والتي توضح تطبيقات الانترنت في الأنشطة التجارية و تبادل المعلومات، فإن التجارة الإلكترونية يمكن أن يتسع مفهومها عبر الزمن ويمتد ليشمل الإمكانيات التالية :

شكل رقم: 01-02

¹ - "The History of E-commerce", <https://gacbe.ac.in> تم الاطلاع بتاريخ 2023/04/10 على الساعة 10.00

الفصل الأول: عموميات حول التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات

تطبيقات الانترنت في الأنشطة التجارية و تبادل المعلومات

مستهلك	منشأة	حكومة	
حكومة لمستهلك G2C	حكومة لمنشأة G2B	حكومة لحكومة G2G	حكومة
منشأة لمستهلك B2C	منشأة لمنشأة B2B	منشأة لحكومة B2G	منشأة
مستهلك لمستهلك C2C	مستهلك لمنشأة C2B	مستهلك لحكومة C2G	مستهلك

المصدر: إبراهيم العيسوي، التجارة الإلكترونية، المكتبة الأكاديمية، مصر، 2003، ص15.

لكن الأنواع الأكثر شيوعاً لحد الآن تتمثل فيما يلي :

1 - التجارة الإلكترونية بين منشآت الأعمال (B2B) يعتبر هذا النوع أساس التجارة الإلكترونية ، فكما رأينا سابقاً فإن ظهورها يعود إلى التعاملات التجارية التي كانت تتم بين منشآت الأعمال الكبيرة من خلال التحويل الإلكتروني للأموال (EFT) ، والتبادل الإلكتروني للبيانات (EDI) . و هي تتمثل في قيام المنشآت بالحصول على احتياجاتها من بعضها البعض، كإرسال منشأة ما طلبياتها من المواد الأولية لمورديها عبر شبكة الانترنت، و قد يكون هذا داخل الدولة الواحدة أو بين مختلف الدول على اعتبار أن التجارة الإلكترونية عابرة للحدود، وهنا تلعب هذه التجارة دوراً مهماً بالنسبة للمنشآت التي تشترك في عملية إنتاجية واحدة و تكون موجودة في عدة دول أو ما يعرف بتداول الإنتاج، إذ يمكنها أن تعتمد على مختلف الوسائط الإلكترونية للاتصال فيما بينها، وتحتل هذه التجارة النصيب الأكبر من التجارة الإلكترونية.

2 - التجارة الإلكترونية بين منشآت الأعمال و المستهلكين (B2C) ويطلق عليها أيضاً التجارة الإلكترونية بالتجزئة. لقد شهد هذا النوع نمواً و اتساعاً متسارعين منذ ظهور الوب (WWW) نتيجة التطورات التكنولوجية المتلاحقة و انتشار الكمبيوتر الشخصي والهاتف المحمول، و يتمثل في قيام منشآت الأعمال بالترويج لأعمالها عبر الانترنت و مختلف الوسائط الإلكترونية الأخرى لاستقطاب أكبر عدد ممكن من المستهلكين من خلال ما يعرف بالفهرس الإلكتروني و مراكز التسويق الافتراضية و¹

3 - التجارة الإلكترونية بين منشآت الأعمال و الحكومة (B2G) : وتتمثل خاصة في قيام منشآت الأعمال بتلبية طلبات الأجهزة الحكومية من السلع و الخدمات بالاعتماد على الوسائل الإلكترونية، ويشهد هذا النوع اهتماماً متزايداً خاصة مع ظهور ما يعرف بالحكومة الإلكترونية E.GOUVERNEMENT

4 - التجارة الإلكترونية بين الحكومة و المستهلكين (G2C) : يحظى هذا النوع باهتمام الحكومات والدوائر الحكومية المختلفة لتطوير ما تقدمه من خدمات للجماهير بتكلفة قليلة، سواء من حيث الحصول على المعلومات والبيانات، أو تلبية بعض المطالب، مثل خدمات المطارات، و استخراج رخص السيارات و التراخيص لممارسة المهن ، بل حتى صرف الرواتب والمعاشات²

¹ بشير عباس العلق ، تطبيقات الانترنت في التسويق، دار المناهج، الأردن، 2003 ، ص154
² السيد أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية و العولمة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، القاهرة ، مصر، 2006 ، ص48

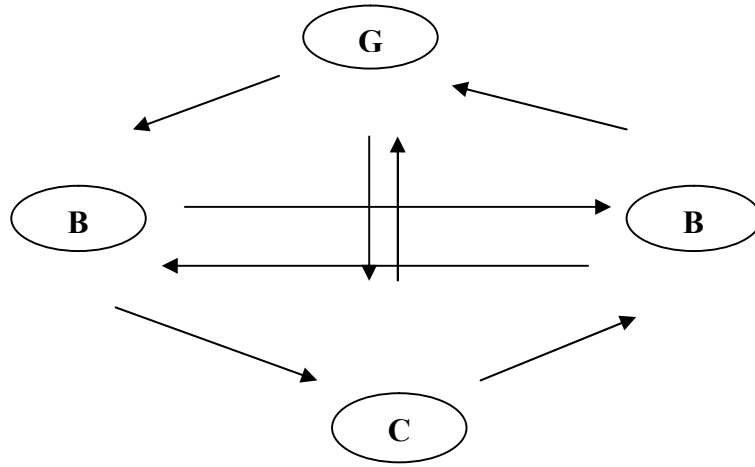
الفصل الأول: عموميات حول التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات

وفي الأخير نشير إلى أن النوعين الأكثر رواجاً في الدول و انتشرت فيها التجارة الإلكترونية هما :
- التجارة الإلكترونية بين منشآت الأعمال (B2B) و تمثل هذه التعاملات حوالي 90 ٪ من حجم التجارة الإلكترونية.

- التجارة الإلكترونية بين منشآت الأعمال و المستهلكين (B2C)¹
ويمكن أن نجمل مختلف أنواع التجارة الإلكترونية التي شرحناها سابقاً و العلاقة التي تربط بين أطرافها في الشكل (رقم 03) ، حيث تمثل الحروف (G, C, B) على التوالي : الحكومة، المستهلك و المنشأة .

شكل رقم: 03-01

أنواع التجارة الإلكترونية



المصدر: السيد أحمد عبد الخالق " التجارة الإلكترونية و العولمة " منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، القاهرة ، مصر
2006 ، ص 48

ثانياً : تطبيقات التجارة الإلكترونية :

تطبيقات التجارة الإلكترونية كثيرة و متنوعة ، و تمثل هذه التطبيقات المهام المختلفة و الأنشطة التي تمارسها الشركات من خلال وسائل الاتصالات الإلكترونية مثل الصيرفة الإلكترونية ، شراء الأسهم و السندات ، الاعلانات و التسويق الإلكتروني ، البيع بالجملة و التجزئة ، النشر الإلكتروني ، البحث عن فرص عمل ، المزايدات الإلكترونية ، التعاون الإلكتروني في مجال البحث و التطوير ، التصميمات الهندسية و تقديم الخدمات و من بين التطبيقات نجد :

1 - تطبيقات التمويل

¹ ثابت عبد الرحمن إدريس، جمال الدين محمد المرسي، التسويق المعاصر، الدار الجامعية ، مصر 2005 ، ص 60

الفصل الأول: عموميات حول التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات

التأكد من صلاحية المتجر بإضافة تطبيقات التمويل المتاحة التي تساعد النشاط التجاري على إدارة الحساب و الترويج للحملات الإعلانية الخاصة بالمنتجات على سبيل المثال Google Ads و Facebook Add Manager

2 - تطبيقات القوالب

تُعد من أفضل أنواع التطبيقات المقدمة من قبل مطوري أحدث التطبيقات ليوفر قالب "تصميم" متكامل يتناسب مع المتجر الإلكتروني، من خلاله يبدأ المتجر الإلكتروني بواجهة تصميم عصرية و سهلة الاستخدام تدعم سرعة موقع المتجر الإلكتروني بتكلفة منخفضة مثل: Shopify : My Business App

3 - تطبيقات الشحن

لاستكمال مراحل ما بعد البيع للمنتج من خلال المتجر الإلكتروني لابد من التعاقد مع شركة الشحن لتطبيق الشحن السريع للزبائن و من ثم يمكن ربط المتجر لتقديم أفضل خدمة و تجربة توصيل للمستخدمين مثل : DHL، Fedex، SAMSA، Aramex

4 - تطبيقات الدفع الإلكتروني

تُعتبر هذه التطبيقات كوسيط بين المتجر الإلكتروني و المُشترى في أي مكان بالعالم ، حيثُ تمكن من استلام المبلغ المدفوع حسب نوع العملة و المدة و طريقة السداد المتفق عليها مثل¹:

1. باي بال.PayPal

2. أمازون باي.Amazon Pay

3. بايتابس.PayTabs

4. مُيسر.Moyasar

5. باي فورت.PayFort

6. هايبر باي.hyperpay

7. يوروي.URWAY

ثالثاً : مراحل التجارة الإلكترونية : تمر التجارة الإلكترونية بثلاث مراحل أساسية يمكن إيجازها فيما يلي :

1 - مرحلة العرض :

يقوم البائع في هذه المرحلة بعرض السلعة أو الخدمة التي يريد بيعها مستخدماً الوسائل الإلكترونية للعرض، وذلك بعد أن يحدد الأوضاع السائدة في السوق وفق دراسات الجدوى، فيقوم بالإعلان عن السلعة والترويج لها بطريقة سهلة وواضحة يستطيع المستهلكون تفهمها.²

2 - مرحلة القبول :

¹ - <https://alsharqis.com/category/> - التطبيقات - الإلكترونية تم الاطلاع بتاريخ : 2023/04/10 على الساعة 16.10
² - فيصل سعيد الغريب، التوقيع الإلكتروني وحجبه في الأثبات ، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، الكويت، 2005 ، ص 179

الفصل الأول: عموميات حول التجارة الالكترونية ووسائل الدفع الالكترونية وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات

إذا اقتنع الطرف الآخر بالعرض وانعقد العقد ، يطلب هذا الأخير المزيد من المعاملات والبيانات عن السلعة، أيا كان نوعها ووظيفتها ومواصفاتها باستخدام وسائل الكترونية بعد التأكد من انها مؤمنة بوسائل متطورة تحافظ على سلامة وصحة البيانات من جهة وعلى السرية والمصادقية من جهة أخرى.

3 - مرحلة التنفيذ :

تعني وضع الالتزامات المتقابلة في العقد موضع التنفيذ ويقوم العارض بإعداد السلعة وتهيئتها لتسليمها بالطريقة المتفق عليها بينهما، وتشمل هذه المرحلة:

أ - تسليم السلعة :

التسليم هنا تحكمه الشروط المتفق عليها من جهة ، وما تمليه طبيعة السلعة مثل: هل هي سلعة مادية يتم تسليمها بشكل مادي وبشكل مباشر، أم هي سلعة مادية يمكن تحويلها لملفات وأرقام .

ب - الأمر بتنفيذ بالدفع :

الذي يقوم بيه المشتري مقابل السلعة وقد تحدث تسوية قيمة المعاملة بالدفع اليدوي عند التسليم نقدا أو بالشيك، كما قد يتم الدفع بالوسائل الالكترونية باستخدام بطاقات الائتمان أو الحسم الفوري أو النقود الالكترونية.¹

رابعا : مزايا وعيوب التجارة الالكترونية :

من خلال الفقرات التالية سوف نوضح مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية :

1 - مزايا التجارة الالكترونية :

أ - مزايا التجارة الالكترونية للأفراد :

-خدمة مستمرة : حيث مكنت التجارة الالكترونية المستهلك من التسوق وإجراء التعاملات المختلفة على مدى ساعة 24

- حرية الاختيار : لقد أصبحت أسواق العالم بين يدي العميل بكل منتجاتها و خدماتها بكل تفاصيلها

ومواصفاتها، وله أن يختار بكل حرية مما يعطيه فرصة للمفاضلة بين هذه السلع والخدمات

- انخفاض أسعار المنتجات : هذه التجارة تسمح بالتسوق من أماكن عديدة و إجراء مقارنات سريعة ومفاضلات

بين السلع و الخدمات المعروضة ، مما يمكن العملاء من الاستفادة من فروق الاسعار

- تحقيق رضا العملاء : من بين الاثار الهامة للتجارة الالكترونية هي إحداث التفاعل بين العملاء والشركات ،

فقد أصبح العميل بدخوله على موقع أي شركة يستطيع تلقي معلومات تفصيلية بشأن منتج أو سلعة ما في ثوان

معدودة بدلا من أيام و أسابيع ، مما يساعده على اتخاذ القرار الصائب بشأن هذا المنتج²

ب - مزايا التجارة الالكترونية على المستوى القومي :

¹ - فيصل سعيد الغريب، التوقيع الالكتروني وحججه في الاثبات ، مرجع سابق ، ص 179.

² - صابم عبد الرحيم ، " تحديات التجارة الالكترونية في الجزائر الواقع والافاق "مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في علوم الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة مستغانم، 2021، ص 10

الفصل الأول: عموميات حول التجارة الالكترونية ووسائل الدفع الالكترونية وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات

تعتبر التجارة الالكترونية :

-أداة لتنشيط المشروعات الصغيرة والمتوسطة

-أداة لتحسين رصيد الميزان التجاري

- أداة لزيادة الشفافية الحكومية وتحسين خدماتها

- أداة لزيادة الانتاجية والنمو الاقتصادي

- أداة لتعزيز الاستفادة من الفرص المتاحة في السوق التكنولوجي

ج - المزايا بالنسبة للمؤسسات :

- تسويق أكثر فعالية وأرباح أكثر : اعتماد المؤسسات على الانترنت في التسويق يتيح لها عرض منتجاتها، وخدماتها في مختلف أنحاء العالم دون انقطاع طيلة ساعات اليوم وطيلة أيام السنة ، مما يوفر لهذه المؤسسات فرصة أكبر لجني الارباح ، إضافة إلى وصولها إلى المزيد من الزبائن .

. تخفيض مصاريف المؤسسات: تعد عملية إعداد وصيانة مواقع التجارة الالكترونية على الويب أكثر اقتصادية من بناء أسواق التجزئة أو صيانة المكاتب ، ولا تحتاج المؤسسات إلى الانفاق الكبير على الامور الترويجية ، ولا تبدو هناك حاجة لاستخدام عدد كبير من الموظفين من طرف المؤسسة للقيام بالاعمال الادارية ؛ حيث توجد قواعد بيانات على الانترنت تحتفظ بتاريخ عمليات البيع ، ويتيح ذلك استرجاع المعلومات الموجودة في قاعدة البيانات لتفحص تواريخ عمليات البيع بسهولة .

- تواصل فعال مع الشركاء والعملاء : توفر التجارة الالكترونية فرصة جيدة للمؤسسات للاستفادة من البضائع والخدمات المقدمة من المؤسسات الاخرى الا أن ادخال خدمة شبكة المعلومات العالمية (الانترنت) ضمن المنظومة التجارية كان له انعكاسات ، فقد انطلقت التحذيرات من الاندفاع نحو التجارة الالكترونية بصورة كبيرة ، بسبب النتائج السلبية التي تفرزها عبر أجهزة الكمبيوتر، بحيث يخشى أن تفرز شبكة الانترنت أجيالا من البشر لا تتعامل إلا مع الكمبيوتر .

2 - : عيوب التجارة الالكترونية :

- العيوب الفنية للتجارة الإلكترونية وهو حدوث بعض الأعطال الفنية في الموقع أثناء عملية الشراء للعملاء، ولن يتمكن العملاء من إجراء عملية الشراء مرة أخرى، بل سيتم تعطيل موقع المتجر بالكامل ، في بعض الأحيان يلجأ بعض الأشخاص إلى الاستضافة على إحدى منصات التجارة الإلكترونية التي تتناسب مع ما يقوم بتقديمه ، لكن هذا يعرض الموقع إلى الانهيار والخسارة الكبيرة بسبب زيادة عدد الزوار على الموقع مما يتسبب في ضغط وانهيار الموقع

- عدم تجربة المنتجات بحيث تُعد هذه من أكبر المشكلات التي تواجه الكثير من أصحاب المتاجر الإلكترونية عبر الإنترنت ، وهي عدم تجربة الزبائن للمنتج مما يُسبب القلق والحيرة للزبائن قبل إتمام عملية الشراء لكن بدأ

الفصل الأول: عموميات حول التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات

ظهرت بعض التقنيات الحديثة التي تعمل على حل هذه المشكلة وهي إتاحة تجربة الزبائن للمنتج قبل إتمام عملية الشراء من خلال تقنيات الواقع الافتراضي VR ، والواقع المعزز AR - زيادة المنافسة بين المتاجر الإلكترونية بحيث أنه بعد التطور التكنولوجي الذي شهده العالم على مر السنوات الماضية اتجه الكثير من الأشخاص إلى البدء في التجارة الإلكترونية ، وزاد عدد التجار في المجال مما تسبب في زيادة التنافس في المجال، الأمر الذي أدى إلى ارتفاع الإعلانات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، مما جعل الأمر أكثر صعوبة في تحقيق الربح، بالإضافة إلى أن زيادة المنافسة تُعد أحد مخاطر التجارة الإلكترونية، وحتى يتم تخطي هذه المشكلة لا بُد من اتباع طريقة تسويقية احترافية مختلفة تمامًا عن باقي المنافسين حتى يتم جذب العملاء، أو من خلال جذب العملاء لقراءة بعض المنشورات وحينها يتم نقلهم إلى منشورات عرض المنتجات.

- قلة صبر العملاء ففي بعض الشركات لا يتوفر الرد من خلال خدمة العملاء طوال الوقت، أو قد تتأخر خدمة العملاء في الرد على العملاء لبعض الوقت وقد يرجع ذلك السبب إلى وجود الكثير من الاستفسارات وعدم قدرة خدمة العملاء في الرد عليها جميعًا في نفس الوقت أو قد يكون العميل أرسل بعض الاستفسارات ليلاً وتكون خدمة العملاء ليست متاحة في هذا الوقت ، مما يغضب هذا الأمر بعض العملاء ، لكن بدأت الكثير من الشركات الكبرى في حل هذه المشكلة ، وهي تعيين خدمة عملاء لمتابوات ليلية ومتابوات صباحية حتى يتم الرد على العملاء في جميع الأوقات.

- تأخير عمليات شحن المنتجات فنجد ان الكثير من العملاء يغضب من تأخير الحصول على المنتجات المرغوب بها، حيث يستلزم على العميل الانتظار لأسبوعين على الأقل، على عكس المتاجر التقليدية حيث يُمكن للعميل شراء المنتج والحصول عليه في نفس الوقت، الا ان بعض الشركات الكبرى بدأت في حل هذه المشكلة، مثل شركة أمازون والتي قامت بتوفير خدمة شحن المنتجات ووصولها إلى العميل في نفس يوم الطلب، لكن كانت من الأمور عالية التكلفة حتى أوقفت الشركة الخدمة وأصبحت متاحة فقط للعملاء المميزين¹

المبحث الثاني : وسائل الدفع الإلكترونية ودورها في تفعيل التجارة الإلكترونية

اتسعت مجالات التجارة الإلكترونية فقد شملت جل مجالات التجارة من بيع وشراء معتمدة في ذلك على وسائل الدفع الإلكترونية التي سهلت عملية المبادلات باختصارها للوقت والتكلفة، وقضت على مشكل نقص السيولة، وقللت مشكل التزوير، فأصبحت محركاً للتنمية الاقتصادية، لذا لا بد على الجزائر تحديث أنظمة الدفع، لمواجهة التحديات التي تعيق انتشار وتطور وسائل الدفع الإلكترونية

المطلب الأول : وسائل الدفع الإلكترونية

¹ <https://www.almaal.org/advantages-and-disadvantages-of-e-commerce> تم الاطلاع بتاريخ : 2023/04/15 على الساعة 11.00

الفصل الأول: عموميات حول التجارة الالكترونية ووسائل الدفع الالكترونية وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات

إن التقدم التكنولوجي في عالم الانترنت و الإقبال المتزايد للأفراد والمشروعات على الحاسب الآلي و المعلوماتية كان وراء ظهور مشكلة الوفاء و البحث عن سبل تسوية تلك المعاملات، ومع ظهور التجارة الالكترونية و انتشارها أصبحت وسائل الدفع و السداد تمثل حجر الزاوية لنجاح وتطور هذا النوع من التجارة.

اولا : ماهية وسائل الدفع الالكتروني :

1 - مفهوم وسائل الدفع الالكترونية : أدى اتساع نطاق التجارة الالكترونية إلى ضرورة خلق وسائل دفع الكترونية تتماشى وخصوصية التجارة الالكترونية ، لتسهيل معاملاتها .

2 - تعريف وسائل الدفع الالكترونية : تعرف وسائل الدفع الالكترونية على انها الوسيلة الالكترونية التقليدية للدفع والتي نستعملها في حياتنا اليومية ، الفرق الأساسي بين الوسيلتين هو: أن وسائل الدفع الالكترونية تتم كل عملياتها عن طريق التسديد الالكتروني ولا وجود للحوالات ولا للقطع النقدية.

ويقصد بها أيضا عملية تحويل الأموال التي هي في الأساس ثمن لسلعة أو خدمة بطريقة رقمية أي باستخدام أجهزة الكمبيوتر وإرسال البيانات عبر خط تلفوني أو شبكة ما أو أي طريقة لإرسال البيانات .
وتعرف أيضا على أنها الوسيلة التي تمكن صاحبها من القيام بعمليات الدفع المباشر عن بعد عبر شبكات الاتصالات¹ .

ثانيا : خصائص وسائل الدفع الالكترونية :

تتمثل خصائص وسائل الدفع الالكترونية فيما يلي :

- يتسم الدفع الالكتروني بالطبيعة الدولية أي أنه وسيلة مقبولة من جميع الدول ، حيث يتم استخدامه لتسوية الحساب في المعاملات التي تتم عبر فضاء الكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم .
- يتم الدفع من خلال استخدام النقود الالكترونية وهي قيمة نقدية تتضمنها بطاقة بها ذاكرة رقمية أو الذاكرة الرئيسية للمؤسسة التي تهيمن على إدارة عملية التبادل .
- يستخدم هذا الأسلوب لتسوية المعاملات الالكترونية عن بعد ، حيث يتم إبرام العقد بين أطراف متباعين مكانيا ، ويتم الدفع عبر شبكة الانترنت بتبادل المعلومات الالكترونية بفضل وسائل الاتصال اللاسلكية، ويتم إعطاء أمر الدفع وفقا لمعطيات الكترونية تسمح بالاتصال المباشر بين طرفي العقد²

ثالثا : انواع وسائل الدفع الالكترونية :

تعددت وسائل الدفع الالكترونية المستخدمة لتسوية المعاملات الالكترونية و من أهمها نجد :

¹ - عبد الرحيم وهبية، " إجلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالالكترونية دراسة حالة الجزائر"، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006 ، ص 30-32.

² - صالح إلياس، وسائل الدفع التقليدية في ظل وجود الوسائل الحديثة، الملتقى العلمي الدولي الرابع، حول عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية، وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر المركز الجامعي بخميس مليانة 26-27 افريل ، 2017 ، ص 8 - 9

من الرابط <https://www.iefpedia.com> تم الاطلاع بتاريخ : 2023/04/20 على الساعة 10.00

الفصل الأول: عموميات حول التجارة الالكترونية ووسائل الدفع الالكترونية وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات

1 - النقود البلاستيكية : و تتمثل في البطاقات البلاستيكية المغناطيسية التي تصدرها البنوك لعملائها للتعامل بها و أشهرها الكارت الشخصي، الماستر كارت، الفيزا...الخ، و يستطيع حاملها استخدامها في شراء معظم احتياجاته أو أداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات دون الحاجة إلى حمل مبالغ كبيرة قد تعرضه لمخاطر السرقة أو الضياع¹

و تنقسم النقود البلاستيكية إلى :

أ - بطاقة الدفع (Cards Debit) : و هي البطاقة التي تعتمد على وجود أرصدة فعلية للعميل لدى البنك في صورة حسابات جارية تقابل المسحوبات المتوقعة للعميل طالب البطاقة ، كما تتميز هذه الأخيرة بأنها توفر الوقت و الجهد للعملاء.

ب - بطاقة الائتمان (Cards Credit) : و يمنح فيها البنك لحاملها تسهيلات ائتمانية، حيث يستطيع استعمالها للحصول على السلع و الخدمات مع دفع أجل لقيمتها و يتم احتساب فائدة معينة على كشف الحساب بالقيمة التي تجاوزها العميل في نهاية كل شهر لانها تعتبر قروضا مقدمة من المصارف ، و لا يقوم البنك بإصدار هذه البطاقات إلا بعد دراسة معمقة للعملاء حتى لا تواجهه مخاطر عالية في حالة عدم السداد و من أمثلة هذه البطاقات الفيزا و الماستر كارد .

ج - بطاقة الصرف البنكي (Cards Charge) : و هي وسيلة من وسائل الدفع الالكتروني لدى البنوك الالكترونية، و لا تتجاوز فترة الائتمان في تلك البطاقة مدة الشهر الذي تم فيه السحب.

د - بطاقة السحب الآلي (Cards Cash) : وهذه البطاقة تخول لحاملها إمكانية سحب مبالغ نقدية من حسابه بحد أقصى متفق عليه من خلال أجهزة خاصة حيث يقوم العميل بإدخال بطاقته إلى جهاز خاص الذي يطلب منه إدخال رقمه السري وتحديد المبلغ الذي يريد سحبه لتتم عملية صرف المبلغ آليا ويسجل هذا المبلغ في الجانب المدين من حساب العميل مباشرة²

2 - البطاقة الذكية (Smart Cards)

هي رقاقة الكترونية فائقة القدرة على تخزين جميع البيانات الخاصة بحاملها مثل الاسم، العنوان، المبلغ المنصرف، المصرف المصدر لها، تاريخ حياة العميل المصرفية، فهي كمبيوتر متنقل و يمتاز هذا النوع من البطاقات بعدة عناصر ضد عمليات التزوير و لتزيف، و تمثل إضافة نظام تشغيل ذكي إلى هذه البطاقات أهم اختراع تكنولوجي في مجال إنتاجها، حيث يتيح هذا النظام لأجهزة قراءة البطاقات التي توضع في المواقع التجارية التدقيق في تفصيل الحسابات لاصحابها.

¹ عبد المنعم راضي، فرج عزت، "اقتصاديات النقود والبنوك"، البيان للطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، 2010، ص 2
² عبد الفتاح بيومي حجازي، "النظام القانوني لحماية التجارة الالكترونية، نظام التجارة الالكترونية وحمايتها مدنيا"، الكتاب الأول، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2002، ص 100

الفصل الأول: عموميات حول التجارة الالكترونية ووسائل الدفع الالكترونية وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات

ويتم استخدام البطاقات الذكية في العالم في مجالات متعددة منها: تحويلها إلى حافظة نقود الكترونية تملأ و تفرغ من النقود، تحويلها إلى بطاقة تعريف الهوية أو بطاقة صحية أو تذكرة للتنقل بوسائل النقل العمومي أو بطاقة أمنية، كذلك تستخدم البطاقات الذكية في تأمين إجراءات التحويلات المالية داخل شبكة الانترنت . ومن أهم أمثلة البطاقات الذكية نجد بطاقة الموندكس (Mondex) و هو أحدث نظام دفع عالمي تم طرحه على مستوى المصارف، و يتمثل في بطاقة ذات شريحة الكترونية قادرة على تخزين المعلومات و تعد بمثابة كمبيوتر صغير تحمله البطاقة مما يعطيه مرونة كبيرة في الاستخدام تجعلها تجمع بين مميزات النقود الورقية و بطاقات الدفع الحديثة، حيث يمكن استخدامها كبطاقة ائتمانية أو بطاقة خصم فوري، و يمكن استخدامها بديلا للنقود في كافة عمليات الشراء سواء كانت قيمة المشتريات صغيرة أم كبيرة، و تتيح التعامل بين حاملي تلك النوعية من البطاقات دون اللجوء إلى فروع البنوك حيث يمكن التحويل من رصيد بطاقة إلى رصيد بطاقة أخرى من خلال آلات الصرف الذاتي أو باستخدام أجهزة الهاتف العادي أو المحمول مما يسهل العمليات التجارية و يفتح مجالا آمنا في السوق و من ناحية المصرف يمكن إدارة هذا النوع من البطاقة بسهولة تامة¹.

3 - النقود الرقمية : بعد ظهور البطاقات البنكية ظهرت " النقود الالكترونية " أو "النقود الرقمية " والتي هي عبارة عن نقود غير ملموسة تأخذ صورة وحدات إلكترونية تخزن في مكان آمن على الهارد ديسك لجهاز الكمبيوتر الخاص بالعمل يعرف باسم المحفظة الإلكترونية ويمكن للعمل استخدام هذه المحفظة في القيام بعمليات البيع أو الشراء أو التحويل¹ (الملحق رقم 01) على ذلك يمكن تجسيد النقد الالكتروني في صورتين :

- حامل النقد الالكتروني Le porte – monnaie électronique (يحتوي على احتياطي نقدي مخزن في البطاقة يسمح بإجراء الدفع للمشتريات الصغيرة .

- النقد الافتراضي La monnaie virtuelle عبارة عن برنامج يسمح بإجراء الدفع عبر شبكات الانترنت.

4-الشبكات الالكترونية :

تعتمد هذه الشبكات على وجود وسيط بين المتعاملين و يطلق عليه جهة التخليص، و غالبا ما يكون البنك، حيث يتم فتح حساب و تحديد التوقيع الالكتروني للعمل، و يقوم المشتري مثال بتحرير الشيك بتوقيعه الالكتروني و يرسله بالبريد الالكتروني المؤمن إلى البائع الذي يوقعه كمستفيد الكترونيا ثم يقوم بإرساله إلى البنك الذي يتولى مراجعته و يخبر كل من الطرفين بإتمام إجراء المعاملة المصرفية ، أي خصم الرصيد من المشتري و إضافته لحساب البائع² (الملحق رقم 02)

5- الأساليب المصرفية الحديثة للدفع :

¹ - فريد النجار، وآخرون، "وسائل المدفوعات الإلكترونية التجارة والأعمال الالكترونية المتكاملة " ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، 2006 ، ص 118.

² - محمد حسين منصور، "أحكام البيع التقليدية و الالكترونية و الدولية و حماية المستهلك " ، دار الفكر ، الجامع ، الإسكندرية ، 2006 ، ص 405.

الفصل الأول: عموميات حول التجارة الالكترونية ووسائل الدفع الالكترونية وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات

- أ - الهاتف المصرفي : نشأ الهاتف المصرفي مع تطور خدمات البنوك للرد على استفسارات العملاء بخدمة مستمرة على مدار ساعات اليوم و أيام السنة لتجنب زحام العملاء و توفير الوقت و الجهد و تحسين مستوى الخدمة ، و يختلف نظام خدمات الهاتف المصرفي من بنك لآخر في أساليب و عدد و أنواع الخدمات التي يوفرها هذا النظام و يتم ذلك من خلال :
- الاتصالات التليفونية برقم سري خاص، يتم سحب مبلغ من حساب العميل و تحويله لدفع حسابات مختلفة مثل فاتورة الكهرباء و الغاز.
- شاشة في منزل العميل لها اتصال مباشر بالمصرف و تعرض حساب العميل، و يمكن من خلالها سداد الفواتير و المعاملات.
- خدمة صوتية مباشرة بين العميل و المصرف تتم من خلال الاتصال المباشر بين العميل و كمبيوتر المصرف.
- خدمات الهاتف بتقنية عالية لتحويل الأموال و دفع الالتزامات و إجراء جميع العمليات المصرفية و التعاقد على الحصول على قرض.
- للإشارة أن بعض العملاء يفضلون استخدام الهاتف المصرفي في العمليات البسيطة أما الحصول على قرض أو فتح اعتمادات مستندية فيفضلون إجرائها مباشرة في البنك لتفادي حدوث أخطاء¹
- ب- الصيرفة الالكترونية من خلال الصرافات الالكترونية : من وسائل الصيرفة الالكترونية أجهزة الصرف الآلي التي تؤدي دورا هاما في توزيع المنتجات المصرفية وتتمثل فيما يلي :
- الموزع الآلي للاوراق (D.A.B) Distributeur Automatique de Billes : هو آلة أوتوماتيكية تسمح للعميل عن طريق بطاقة الكترونية بسحب مبلغ من المال دون حاجة اللجوء إلى الفرع.
- الشباك الآلي البنكي (G.A.B) Guichet Automatique Bancaire هو أيضا آلة أوتوماتيكية أكثر تعقيدا وتنوعا، فبالإضافة إلى خدمة السحب النقدي تقدم خدمات أخرى كقبول الودائع، طلب صك، عمليات التحويل من حساب إلى آخر و غيرها من الخدمات.
- نهائي نقطة البيع الالكترونية (T.P.V) Terminal Pointe de Vente. تسمح هذه التقنية بخصم قيمة مشتريات العميل من رصيده الخاص بعد أن يمرر موظف نقطة البيع البطاقة الائتمانية على القارئ الالكتروني الموصول مباشرة مع الحاسوب المركزي للبنك بإدخال الرقم السري للعميل (code PIN) أين تخصم القيمة من رصيده وتضاف إلى رصيد المتجر إلكترونيا.
- ج - أوامر الدفع المصرفية و خدمات المقاصة الالكترونية :أوامر الدفع المصرفية هي إحدى وسائل السداد في تاريخ محدد لشخص محدد بناء على طلب العميل، و غالبا ما تتم يدويا لكنها في بعض المصارف تتم من خلال خدمات المقاصة الالكترونية المصرفية المطورة بنظام (GIRO) و يتم من خلالها تحويل النقود من

¹عبد الحميد بسيوني، " التجارة الالكترونية " ، دار الكتب العلمية للنشر و التوزيع ، القاهرة، مصر ، 2003، ص 178

الفصل الأول: عموميات حول التجارة الالكترونية ووسائل الدفع الالكترونية وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات

حسابات العملاء إلى حسابات أشخاص أو هيئات أخرى ، مثل دفع المرتبات الشهرية من حساب صاحب العمل إلى حسابات الموظفين أو دفع المعاشات الشهرية من حساب هيئة التأمين و المعاشات للمستفيدين .
يطبق أيضا نظام التسوية الإجمالية بالوقت الحقيقي الذي يتم في خدمات مقاصة الدفع الالكترونية للتسوية الالكترونية في المدفوعات بين المصارف ضمن نظام المدفوعات الالكترونية للمقاصة و هو نظام الكتروني للمقاصة تطبقه البنوك لمزايا دفع المدفوعات في نفس اليوم بدون إلغاء و بقيمة اليوم¹ .

المطلب الثاني : أهمية وسائل الدفع الالكتروني ودورها في تفعيل التجارة الالكترونية و عوامل نجاحها
أولا - أهمية وسائل الدفع الالكتروني :

توسع نطاق التجارة الالكترونية ساهم في تضاؤل دور النقود الورقية والدفع التقليدي امام ازدهار الدفع الالكتروني حيث كانت النقود الوسيلة الرئيسية لتسوية المعاملات المالية وكان الدفع يتم بصورة سائلة أو بواسطة بديل للشيك وغيرها من وسائل الدفع التقليدية .

لكن تلك الوسائل لا تصلح في تسهيل التعامل الذي يتم عن بعد في بيئة غير مادية كالعقود الالكترونية التي تتم عبر شبكة الانترنت حيث تتوارى المعاملات الورقية ، من هنا تظهر أهمية ابتكار وسائل سداد تتفق مع طبيعة التجارة الالكترونية لهذا يتم الدفع الكترونيا .

يمكن للعميل الوفاء بمقابل السلعة أو الخدمة بنفس الطرق التقليدية المتبعة في التعاقد بين غائبين مثل ارسال شيك عن طريق البريد أو الفاكس .

لكن هذه الوسائل لا تصلح وخصوصية التجارة الالكترونية ومقتضيات السرعة فيها ، لذا كانت أهمية اللجوء إلى الدفع الالكتروني من خلال شبكة اتصال لاسلكية موحدة عبر الحاسب²

ثانيا - دور وسائل الدفع الالكترونية في تفعيل التجارة الالكترونية :

من الجدير بالذكر أن أداة الدفع الإلكتروني قد ظهرت بالتزامن مع ظهور التجارة الالكترونية، لذلك تعتبر ذات علاقة وثيقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، حتى أصبحت وسائل الدفع الإلكتروني أحد مكونات التجارة الالكترونية والتي تكمل إجراءاتها الالكترونية من بيع وشراء وعليه سنتناول مزايا وعيوب وعوامل نجاح وسائل الدفع الالكتروني وسنتطرق إلى كيفية تعامل الجزائر مع هذه الوسائل .

1 - مزايا وعيوب وسائل الدفع الالكترونية وعوامل نجاحها :

يترتب على استخدام وسائل الدفع الالكترونية مجموعة من المزايا تقابلها مجموعة من العيوب وهناك عدة عوامل تؤدي إلى نجاح وانتشار وسائل الدفع الالكترونية.

أ - مزايا وسائل الدفع الإلكتروني : تتميز وسائل الدفع الالكترونية بعدة مزايا وهي :

¹ عبد الحميد بسيوني، " التجارة الالكترونية " ، مرجع سابق، ص 179
² وهيبه عبد الرحيم، "إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالإلكترونية دراسة حالة الجزائر" ، مرجع سابق ، ص 131

الفصل الأول: عموميات حول التجارة الالكترونية ووسائل الدفع الالكترونية وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات

- تحقق وسائل الدفع الالكتروني لحاملها مزايا عديدة أهمها سهولة ويسر الاستخدام، كما تمنحه الامان بدل حمل النقود الورقية وتفاذي السرقة والضياع ، كما أن لحاملها فرصة الحصول على الائتمان المجاني لفترات محددة ، كذلك تمكنه من إتمام صفقاته فوراً بمجرد ذكر رقم البطاقة .
- تعد أقوى ضمان لحقوق البائع ، تساهم في زيادة المبيعات كما أنها أزاحت عبء متابعة ديون الزبائن طالما أن العبء يقع على عاتق البنك والشركات المصدرة .
- تعتبر الفوائد والرسوم والغرامات من الأرباح التي تحققها المصارف والمؤسسات المالية¹

ب - عيوب وسائل الدفع الالكتروني :

- بما أن لوسائل الدفع مزايا و ايجابيات فهي أيضا لها بعض السلبيات التي تعييبها وهي :
- من المخاطر الناجمة عن استخدام هذه الوسائل زيادة الاقتراض والإنفاق بما يتجاوز القدرة المالية، وعدم سداد حامل البطاقة قيمتها في الوقت المحدد يترتب عنه وضع اسمه في القائمة السوداء.
 - إن مجرد حدوث بعض المخالفات من جانب التاجر أو عدم التزامه بالشروط يجعل البنك يلغي التعامل معه ويضع اسمه في القائمة السوداء وهو ما يعني تكبد التاجر صعوبات جمة في نشاطه التجاري .
 - أهم خطر يواجه مصدريها هو مدى سداد حاملي البطاقات للديون المستحقة عليهم وكذلك تحمل البنك المصدر نفقات ضياعها²

ثالثا - عوامل نجاح وسائل الدفع الالكترونية :

- لا بد من وسائل لجذب المستهلكين والتجار لاستخدام تقنية معينة في عملية الدفع الالكتروني عبر الشبكات وخاصة الانترنت، ومن العوامل التي تؤدي إلى انتشار طريقة الدفع الكترونيا بشكل واسع ما يلي :
- 1 - الاستقلالية : حيث هناك العديد من الطرق التي تتطلب إعداد برامج خاصة من أجل استخدام وتنفيذ عملية الدفع الكترونيا من قبل التاجر والمستهلك تعتبر هذه الطرق التي تحتاج إلى إعداد برامج خاصة غير منتشرة بشكل واسع .
 - 2 - التوافقية : إن من المهم في عملية الدفع الالكتروني أن يتم تنفيذها من مختلف أنظمة التشغيل ومختلف أنواع الحاسبات تلك التي تتطلب أنظمة تشغيل معينة أو أجهزة معينة لتنفيذ عملية الدفع الالكتروني تعتبر غير واسعة الانتشار بين التجار والمستهلكين.
 - 3 - الامن والحماية : مدى الامن في نقل البيانات وتنفيذ عملية الدفع مهمة جدا لقياس مدى فعالية عملية الدفع الإلكتروني حيث أنه إذا كانت المخاطر للمشتري أو البائع عالية في عملية الدفع الالكتروني فإن هذا يؤدي إلى عدم انتشار هذه الطريقة بشكل واسع.

¹ وهيبه عبد الرحيم، "إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالالكترونية دراسة حالة الجزائر" ، المرجع السابق ، ص 132.
² محمد الطائي، " التجارة الالكترونية " ، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى، عمان، 2010 ، ص 185.

الفصل الأول: عموميات حول التجارة الالكترونية ووسائل الدفع الالكترونية وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات

4 - الرسوم والتكلفة : حيث أنه كلما زادت العمولة المستخدمة لطريقة الدفع فإن ذلك يؤدي إلى عدم انتشارها بشكل واسع ، وأيضاً الرسوم والعمولة التي يتم تحصيلها عند استخدام طرق الدفع الإلكتروني تؤدي إلى عدم استخدامها وخاصة في المشتريات البسيطة قليلة التكلفة.

5 - سهولة الاستخدام : إن طريقة بطاقة الاعتماد مستخدمة بشكل واسع وذلك لسهولة استخدامها من قبل كل الأطراف.

6 - مدى انتشارها: حتى تكون طريقة الدفع الالكترونية ناجحة لابد من استخدامها من قبل أعداد كبيرة من التجار والمستهلكين على حد سواء¹

رابعاً : مدى تطبيق وسائل الدفع الالكترونية في الجزائر :

إن وسائل الدفع المستعملة في النظام المصرفي الجزائري تتميز بأنها تقليدية في أغلبها ولا تتناسب مع الواقع العالمي الجديد، ولكن تبعاً لحرص الجزائر على مواكبة الأحداث والتطورات التكنولوجية في العمل المصرفي خاصة في مجال الصناعة المصرفية ، وسعيها نحو الصيرفة الإلكترونية شرعت في تقديم وتبني بعض وسائل الدفع الحديثة كبطاقة السحب وبطاقة الائتمان ونظام المقاصة الالكترونية واعتبرتها أوراق تجارية جديدة إضافة إلى الأوراق التجارية الكلاسيكية وهي السفتجة والشيك والسند لامر.

نجد ان وسائل الدفع الالكترونية هي الوسائل التي سهلت المعاملات الخاصة بتبادل السلع والخدمات وكذلك تسديد الديون، والتي خلفها تطور شبكة الانترنت وكذا ظهور التجارة الإلكترونية حيث أنها اختصرت الوقت وأنقصت التكلفة وحققّت مزايا عجزت وسائل الدفع التقليدية عن تحقيقها، إلا أنها خلقت مشاكل يصعب محاربتها لارتكازها على عالم الكتروني يفتقر للمادة الورقية مما يصعب عملية الإثبات. أما عن الجزائر فلقد شهدت مشاكل في تطبيق وسائل الدفع التقليدية وتحسين خدماتها وهي تعاني صعوبات في تطبيق وسائل الدفع الالكترونية الحديثة، وباعتبار أن التجارة الالكترونية هي محرك فعال لتنشيط العمل التجاري فما على الجزائر سوى فتح المجال على مصراعيه للتجارة الالكترونية لتمكين من اختراق الأسواق العالمية.

المبحث الثالث : تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات

إن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات و إنتشار استخدام شبكة الانترنت، يعتمد على الوسائل الحديثة للقيام بالمعاملات التجارية وتوثيقها، حيث تسعى العديد من المؤسسات الاقتصادية اليوم إلى تغيير طبيعة أنشطتها بالاعتماد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لما لها من دور فعال في تخفيض التكاليف وخلق قيمة مضافة للمؤسسة ، و إستجابة للتغيرات التي يفرضها الواقع اليوم من تطور للاقتصاد المعرفي الجديد لابد من البحث عن أساليب جديدة تتجاوز الأساليب التقليدية كالتجارة الإلكترونية والتي تجعل من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مصدراً للميزة التنافسية المستدامة.

المطلب الاول : تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

¹حضر مصباح الطيبي، "التجارة الالكترونية"، دار حامد للنشر والتوزيع، الاردن، 2008، ص 141-142

الفصل الأول: عموميات حول التجارة الالكترونية ووسائل الدفع الالكترونية وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات

- مفهوم تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و أهميتها : إن تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات ظاهرة لا يمكن تجاهل آثارها خاصة على الصعيد الاقتصادي، هذه الظاهرة تشكلت من اندماج تكنولوجيا المعلومات و تكنولوجيا الاتصالات من خلال تفاعل الحاسوب و الانترنت و البرمجيات بصفة خاصة مما ساعد على انتشار المعرفة و المعلومات في كل مجالات الحياة . و حسب منظمة التعاون و التنمية الاقتصادية (OCDE) فإن "تكنولوجيا المعلومات هي نموذج تقني اقتصادي جديد، يؤثر على تسيير و مراقبة أنظمة الإنتاج و الخدمات في الاقتصاد ، يعتمد على مجموعة مترابطة من الاكتشافات المعقدة في ميدان الحاسبات ، الإلكترونيك ، هندسة البرمجيات ، نظم المراقبة و الاتصالات البعيدة ، مما سمح بتخفيض تكاليف التخزين ، المعالجة ، تبادل و توزيع المعلومات بشكل كبير جدا¹

و حيث أن لكل تكنولوجيا مادتها الخام التي تتعامل معها و أدواتها الأساسية التي تعالج بها، ثم تحويل تلك المادة الخام إلى منتجات ثم توصيلها إلى المستفيد من خلال وسائل التوزيع المختلفة و التي لا بد و أن تتلاءم و طبيعة هذه المنتجات و طرق استخدامها .

و إذا ما طبقنا هذا الإطار العام على تكنولوجيا المعلومات، يتبين التالي :

- المادة الخام: البيانات، المعلومات، المعرفة .
 - الأداة: الكمبيوتر و البرمجيات (تحويل المادة الخام إلى سلع و خدمات معلوماتية)
 - التوزيع: من خلال التفاعل الفوري بين الإنسان و الآلة و أساليب البث المباشر و غير المباشر، شبكات البيانات (إيصال كمبيوتر بآخر أو عبر الطرفيات)²
- اما تكنولوجيا الاتصالات فهي عبارة عن وسائط و اوعية لإرسال البيانات و الإشارات و الصور و الكلمات بين عقول نظم المعلومات، و بالشكل الذي يركز على هدفها الأساسي و الذي هو توفير الاتصالات .
- و تكنولوجيا الاتصالات هذه يمثلها إرسال الإشارات ، الأفلام ، الطباعة، النشر، اللغة، الهاتف الثابت، الهاتف النقال ، و كافة أجهزة الاتصال الأخرى السلكية منها و اللاسلكية ، الأقمار الصناعية ، التلفزيون، الميكرويف ، الأوعية الممغنطة، الفيديو³

و نشير هنا فقط أن المقصود بنظام المعلومات هو كل توافقية منظمة من المصادر: الأفراد ، الأجهزة (Hardware)، البرمجيات (Software) ، شبكات الاتصال و البيانات التي يتم جمعها و معالجتها و توزيعها⁴ و مع انتشار الانترنت و أساليب الرقمنة التي تعتمد على الألياف الضوئية بدل الأسلاك النحاسية من أجل نقل البيانات و المعلومات و الصورة و الصوت و غيرها، أصبح من غير الممكن فصل تكنولوجيا المعلومات

¹ بشير كاوجة ، " دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسات الاستشفائية العمومية الجزائرية - دراسة حالة مستشفى محمد بوضياف "، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علوم التسيير، جامعة ورقلة ، 2015 ، ص 21.

² عبد الرحمن الهاشمي، فائزة محمد العزاوي ، " المنهج والاقتصاد المعرفي " ، دار المسيرة ، الاردن 2007 ، ص 248

³ فليح حسن خلف، " اقتصاد المعرفة "، عالم الكتاب الحديث ، الاردن 2007 ، ص 40.

⁴ نجم عبود نجم، " الادارة الالكترونية، الاستراتيجية والوظائف والمشكلات "، دار المريخ ، المملكة العربية السعودية 2004، ص 329.

الفصل الأول: عموميات حول التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات

عن تكنولوجيا الاتصالات، بل حتى في الاصطلاح أصبحتا متلازمتين و شاع استخدام عبارة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (TIC) في أغلب الأدبيات الحديثة و تقارير الهيئات الدولية

المطلب الثاني : البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات و شبكات الاتصال

أولاً :البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات : تعتبر البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أساس قيام اقتصاد المعرفة، و تتكون هذه البنية عموماً من شبكة الانترنت، أجهزة الكمبيوتر، الهاتف الثابت و النقال، البرمجيات، مختلف أجهزة الاتصال عن بعد، الألياف الضوئية، الخطوط الهاتفية .
أ - **الكمبيوتر :** هو آلة إلكترونية مصممة بطريقة تسمح باستقبال البيانات و تخزينها و معالجتها بحيث يمكن إجراء جميع العمليات البسيطة و المعقدة بسرعة فائقة و دقة متناهية و الحصول على نتائج هذه العمليات بطريقة آلية¹.

و حسب المختصين مر الكمبيوتر خلال مراحل تطوره بأربعة أجيال تم فيها تطويره من حيث العتاد Hardware وهذه المراحل تتمثل في² :
المرحلة الأولى : تمثل الجيل الأول للكمبيوتر، و قد بدأت منذ ظهوره سنة 1948 ،و الذي كان يستخدم فيه الصمام الإلكتروني في عمل الحاسبات الضخمة التي كان يقدر وزنها بالأطنان، و تستخدم في الصالات الكبيرة و تستهلك طاقة كهربائية عالية .

المرحلة الثانية : و تمثل في الجيل الثاني للكمبيوتر، و قد بدأت سنة 1958 حيث حل الترانزيستور محل الصمام الإلكتروني ليصبح الكمبيوتر أصغر، و أسرع، و أكفأ، و يقل استهلاكه للطاقة إلى حد كبير .
المرحلة الثالثة: تبدأ سنة 1964 ،و تمثل الجيل الثالث الذي تم فيه استخدام شرائح الدوائر المتكاملة ، حيث حلت شريحة واحدة من السيلكون محل العديد من وحدات الترانزيستور و العناصر الإلكترونية الأخرى من المقاومات و المكثفات و غيرها، و التي اندمجت بصورة متكاملة و مكثفة داخل شريحة السيلكون الرقيقة ، و في هيئة دوائر دقيقة تتكون من عناصر إلكترونية ، و بالشكل الذي أدى إلى زيادة تصغيرها بصورة كبيرة و مستمرة و انخفاض تكاليف الطاقة الكهربائية إلى حد كبير .

المرحلة الرابعة : بدأت سنة 1982 ، و يمثلها الجيل الرابع للكمبيوتر، و هي لا تختلف كثيراً عن المرحلة السابقة إلا في كثافة العناصر التي أمكن دمجها في شريحة السيلكون الرقيقة، و التي تزداد صغراً، و تزداد بكثرة دوائرها المتكاملة، و الذي تحقق نتيجة استخدام مواد جديدة و أساليب و وسائل مبتكرة في تصميم عناصرها الإلكترونية، و ضبط جودة إنتاجها، و متانتها، و فاعليتها .

¹ عبد الرحمن الهاشمي ، فائزة محمد العزاوي ، " المنهج والاقتصاد المعرفي " مرجع سابق، ص 285

² فليح حسن خلف، " اقتصاد المعرفة "، مرجع سابق، ص 42

الفصل الأول: عموميات حول التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات

و قد احتل الكمبيوتر مكانة هامة حيث دخل كل نواحي الحياة بشكل لا يمكن الاستغناء عنه سواء بالنسبة للأفراد أو المنشآت أو الحكومات خاصة مع انتشار الكمبيوتر المحمول، و ذلك بسبب الكم الهائل من البيانات والمعلومات الذي يمكن أن يحمله و قدرته الفائقة على معالجتها

ب- البرمجيات : هي مجموعة الأوامر و التعليمات و الضوابط التي توجه الكمبيوتر في عمليات قبول أو رفض البيانات و تشغيلها ، و استخراج المعلومات و المؤشرات منها ، مروراً بعمليات المراجعة و التخزين و العمليات الحسابية و المنطقية الأخرى¹ .

. فالبرمجيات هي لغة الحوار بين الإنسان و الكمبيوتر، فمن خلالها يستطيع مستخدم الكمبيوتر أن يخبره ماذا يريد أن يفعل، و بواسطتها أيضا يعرض الكمبيوتر ما توصل إليه من نتائج بشكل يمكن للإنسان أن يستوعبه بسهولة، على الرغم من أنه داخليا يعمل بثنائية الصفر و الواحد (0 ، 1) و تنقسم البرمجيات إلى نوعين رئيسيين هما :

1 - برمجيات النظام: software System و هي البرمجيات المرتبطة بنظام التشغيل System Operating الذي يتحكم في أداء وحدة المعالجة المركزية، و هي المسؤولة عن تحميل البرامج و الملفات و الإشراف على كل عمليات إدخال و إخراج البيانات و تنظيم مختلف العمليات، أي أنها مجموعة البرمجيات التي تضمن تشغيل الكمبيوتر بطريقة جيدة

2 - برمجيات التطبيق: Software Application هي تلك البرمجيات الموجهة لمعالجة حالة أو حالات بذاتها، بعبارة أخرى هي برامج مصممة لاستخدامها في مجالات مختلفة لتنفيذ أعمال مطلوبة من طرف المستخدم ، و قد تكون لأغراض عامة يستفيد منها الكثير من المستخدمين ، أو لأغراض خاصة لتلبية احتياجات محددة لبعض المستخدمين .

ج- الانترنت: الانترنت Internet كلمة مركبة من اختزال العبارة الإنجليزية (Interconnections of Networks) التي تعني الربط بين الشبكات، أي أنها الشبكة التي تربط الشبكات، و الشبكة بالمعنى الإلكتروني للكلمة تعبر عن ارتباط مجموعة من أجهزة الحاسوب فيما بينها² .

و تعرف الانترنت على أنها "مجموعة من شبكات الحواسيب المستقلة كليا و الموزعة عبر أنحاء العالم ، حيث تشكل هذه المجموعة نظاما عملاقا واحدا، إذ تتولى كل شبكة منفردة مسؤولية الإدارة و الصيانة الذاتية لها³

و تعود جذور الانترنت إلى الخمسينات من القرن الماضي، حيث في عام 1957 مهدت وزارة الدفاع الأمريكية لشبكة ARPAnet و هي شبكة وكالة مشروع الأبحاث المتطورة Agency Project Research Advenced التابعة لوزارة الدفاع الأمريكية، وفي عام 1970 تم تأسيس شبكة Alohanet مع شبكة ARPAnet ، و في عام

¹ محسن أحمد الخضيرى ، " اقتصاد المعرفة " ، مجموعة النيل العربية ، القاهرة ، 2001، ص 177

² معاوية منصف، "الاقتصاد الجديد و التجارة الإلكترونية" ، مذكرة ماجستير، جامعة عنابة، 2004 ، ص 33

³ بوخاوة إسماعيل، عطوي عبد القادر، "التسويق و التجارة الإلكترونية" ، الملتقى العلمي الدولي الأول حول "أهمية الشفافية و نجاعة الأداء للاندماج الفعلي في الاقتصاد العالمي"، جامعة الجزائر، 31 ماي - 02 جوان 2003. ص 2.

الفصل الأول: عموميات حول التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات

1972 تم ربط شبكة Alohanet مع شبكة ARPAnet، و في عام 1973 بدأت تجربة البريد الإلكتروني على شبكة ARPAnet، و في عام 1974 ظهرت شبكة Telnet و هي شبكة تجارية مماثلة لشبكة ARPAnet، و في الثمانينات من القرن الماضي ظهرت شبكات عالمية أخرى في أوروبا و اليابان مثل شبكة EARN (European Network Research and Academic) و شبكة Jnet و شبكة NSFnet، و في أوائل التسعينات من القرن الماضي تم الربط بين هذه الشبكات لتتكون شبكة الشبكات و هي الانترنت، و ذلك بعد تطور بروتوكولات الاتصال من خلال الشبكات المختلفة المتصلة بالانترنت و أشهرها بروتوكول (Protocol Internet / Protocol Control Transmission) IP/ TCP، كما انتشرت برمجيات البحث على الانترنت و حاسبات الاستضافة servers Hosting و برمجيات البحث في قواعد البيانات العالمية وتبادل المعلومات و البريد الإلكتروني¹.

و تعتبر الانترنت أحسن مثال لاندماج تكنولوجيا المعلومات و تكنولوجيا الاتصالات، من خلال التكامل بين أجهزة الكمبيوتر و وسائل الاتصال الحديثة و البرمجيات، الذي أدى إلى تجاوز كل الحدود حتى كاد يكون الفرق الزمني و المكاني بين المستخدمين في الدول المتقدمة صفراً. كما أنها سهلت نشر المعلومات في جميع أنحاء العالم بشكل كبير عبر الكم الهائل من الصفحات التي توفرها، و كذا إمكانية إجراء مختلف التعاملات و النشاطات عن بعد، كالتعلم، التسوق، التجارة، الاستثمار، التعامل في الأسواق المالية، الحوار، المنتديات، الملتقيات، المراسلات، القيام بالأعمال الإدارية و غيرها من الأنشطة التي ما فتئت تتزايد و تتطور مع زيادة سرعة الانترنت و انخفاض تكلفتها، و هذه الأمثلة توضح الدور الذي باتت تلعبه في حياة الأفراد و المجتمعات فالانترنت هي شبكة عامة و عالمية توفر الاتصال المباشر لأي شخص و في أي مكان دون قيود، و هذا ما يجعلها تختلف عن الانترنت و الاكسترانت، فما المقصود بهما؟

د-الانترانت: Intranet هي شبكة معلومات داخلية خاصة بمنشأة ما، و تستخدم نفس التكنولوجيا و القواعد التي تقوم عليها الانترنت، و تقتصر المعلومات داخل الانترنت على ما يخص المنشأة، و هي عادة معلومات هامة و حساسة، لا يسمح بالإطلاع عليها إلا للعاملين المرخص لهم بذلك، و تتم حمايتها من الاختراق غير المرخص بواسطة برامج حماية أو ما يطلق عليها حوائط منع².
للانترانت فوائد عديدة، فهي تحسن العلاقات الداخلية خاصة فيما يخص الاتصال بين العاملين، و أيضا تخفض من استعمال الورق و بالتالي الاقتصاد في التكلفة، إنها تسهل إدارة الوثائق و تجعل الأعمال تتم بصورة لامادية، و تساعد على تقاسم الخبرات بين المستخدمين، كما أن إنشاء موقع على الانترنت يسمح بالإجابة على تساؤلات مختلف المصالح داخل المنشأة.

¹ محرم الحداد و آخرون، نحو إستراتيجية للاستفادة من التجارة الإلكترونية في مصر، معهد التخطيط القومي، مصر، 2002 ص 63

²M.Kalika et al, Le e-Management: Quelles transformations pour l'entreprise? Liaisons, Paris, 2003, p 119.

الفصل الأول: عموميات حول التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات

هـ - **الاكسترنات** : Extranet هي شبكة انترانت مفتوحة على المحيط الخارجي للمنشأة ، بحيث يمكن لأطراف خارجية لها علاقة بنشاط المنشأة المرور عبر حوائط المنع و الوصول إلى المعلومات المسموح بها، و قد تكون هذه الأطراف الشركاء، العملاء، الموردين، الموزعين، أو مراكز أبحاث تجمعهم شراكة العمل في مشروع واحد، ...إلخ . فالاكسترنات توفر طرق ربط مؤمنة بين انترانت المنشأة و انترانت شركائها في العمل. وبعبارة اخرى فالاكسترنات وهي استعمال الانترنت للولوج الى الانترانت.¹

خلاصة الفصل :

¹- إبراهيم بختي، " التجارة الإلكترونية " ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005. ص 37.

الفصل الأول: عموميات حول التجارة الالكترونية ووسائل الدفع الالكترونية وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات

إن سعي الجزائر للاندماج في الاقتصاد العالمي القائم على التجارة الحرة وتكنولوجيات الإعلام والاتصال ، وتبني التجارة الالكترونية ، ، يفرض عليها مواكبة التطورات الاقتصادية الحديثة حيث تشكل التجارة الالكترونية إحدى أهم هذه التوجهات والاستراتيجيات نحو افاق وتحديات السير نحو النهوض بالاقتصاد الوطني ومواكبة التطورات الحديثة ، ويمكن القول أنه رغم الوجود الفعلي لهذه الممارسة في الجزائر، تبقى استخداماتها محدودة مقارنة بالدول المتقدمة . و في هذا السياق نحاول في الفصل الثاني ان نتناول تحديد واقع وتحديات التجارة الالكترونية في الجزائر ، فترقية التجارة الالكترونية في الجزائر يستوجب جملة من المتطلبات التشريعية والمالية والتكنولوجية خاصة منها ما يتعلق بالاستخدام الفعال لتكنولوجيا الإعلام والاتصال.

الفصل الثاني:

التجارة الالكترونية في الجزائر في ظل تطور استخدام
تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تمهيد :

ان ما تعرفه المجتمعات في هذا العصر من تطورات وتحولات في المعاملات التجارية راجع الى اعتمادها الكبير على التقنيات التكنولوجية الحديثة ، وقد شهدت السنوات الأخيرة في معظم الدول خاصى العربية عمليات جادة لإطلاق إصلاحات اقتصادية وسياسية واجتماعية لبناء مجتمع المعلومات والاقتصاد المبنى على المعرفة بما فيها الجزائر، حيث اهتمت هذه الأخيرة منذ بضعة سنوات بتوفير متطلبات البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات و والاتصالات من خلال مجموعة من الإجراءات التي اتخذتها و التي تمس قطاعات مختلفة و من خلال دراستنا للفصل السابق استطعنا تحديد المتطلبات الأساسية التي تقوم عليها التجارة الالكترونية ، و خلال هذا الفصل سنحاول التطرق إلى واقع التجارة الالكترونية في الجزائر و عرض البيئة العامة لها و ذلك بالوقوف على واقع البنية التحتية ، والتحديات الراهنة و المتطلبات العامة للتجارة الالكترونية في الجزائر ، و منه سنعالج هذا الفصل في مبحثين ، في المبحث الأول سنتطرق الى وضعية التجارة الالكترونية في الجزائر، واقعها و بنيتها التحتية ثم سنتطرق في المبحث الثاني الى تحديات التجارة الالكترونية في الجزائر .

المبحث الأول: وضعية التجارة الالكترونية في الجزائر، واقعها و بنيتها التحتية

تلعب التجارة الالكترونية دورا متناميا في إحداث التحولات و التغييرات في العالم ، حيث تسارع في عملية التنمية الاقتصادية، كما أنها تأثر على اتجاهات الأسواق في ظل الانفتاح الاقتصادي و التجاري ، والجزائر كغيرها من الدول تسعى على تطبيق التجارة الالكترونية، هذه الاخيرة سوف تعمل على استمرارية المؤسسات الاقتصادية والصناعية الجزائرية وتمنع من تهميشها من خلال تواجدها في الأسواق العالمية، كما أنها ستعمل على تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة ، تأتي هذه الدراسة لتلقي الضوء على البيئة العامة والبنية التحتية للتجارة الالكترونية في الجزائر، وسيتم التركيز على دراسة مدى توفر وفاعلية المتطلبات الأساسية لبناء و نجاح التجارة الالكترونية في الجزائر .

المطلب الأول: واقع التجارة الالكترونية في الجزائر

أصبحت الجزائر على وعي بضرورة إدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في جميع المجالات بما فيها الأعمال التجارية، ولكن يعرف هذا المجال بطئ و تأخر ملحوظ راجع لاسباب مختلفة سنوضحها من خلال التطرق إلى البيئة التي تنشأ فيها التجارة الالكترونية في الجزائر. وبالتالي فإن الجزائر من الدول العربية التي لا زالت تجربتها في مجال التجارة الالكترونية متعثرة بالرغم من الحاجة الماسة لاقتصادنا إلى هذا النوع من التجارة و ذلك نظرا للمزايا التي سينالها من خلال اعتماده التجارة الإلكترونية والمتمثلة في :

- فتح آفاق واسعة أمام المؤسسات الاقتصادية الجزائرية خاصة تلك التي تشكو من مشكلة صعوبة دخولها إلى أسواق عالمية لصغر حجمها و انخفاض مواردها.
- الاستفادة من الخدمات و السلع الأجنبية و بالتالي توفر إمكانيات إخراج الاقتصاد الجزائري من تخلفه و إعطائه قدرة تنافسية أكبر
- تطوير الصادرات خارج المحروقات بحيث يزيد الطلب على المنتجات الجزائرية وتجد طلبها في السوق العالمي، لكن مع نقص الإشهار الدولي للسلع الجزائرية يجعلها مجهولة لدى العالم.
- تطوير العمل المصرفي الجزائري مما يتوافق مع متطلبات التجارة الإلكترونية الخاصة بطرق الدفع الإلكتروني.

- سهولة إيصال المعلومة للمستهلك والوصول إليه ، سواء على المستوى العالمي أو المحلي.
- إعطاء نفس جديد للتجارة الجزائرية خاصة و نحن مقبلون على الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة. إن التجارة الالكترونية في الجزائر بالمعنى الصحيح ليست متطورة ولكن في الوقت الراهن توجد بعض المواقع التي تقدم خدمات للمواطنين المحليين وحتى للخارج ، إذ يتم الدفع بموجب أمر الشراء أو بحوالة بريدية أو عن طريق الاتصال المباشر مع البائع .

وقد صنف مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية UNCTAD لسنة 2016 الجزائر في المرتبة 95 عالميا في مبيعات التجزئة عبر الانترنت نسبة إلى إجمالي المبيعات بالمتاجر، ووفقا للتقرير الذي ضم 137 دولة بلغت حصة الأفراد المستخدمين . للانترنت في الجزائر 18 % وحصة الأفراد في بطاقات الائتمان 6 % وبلغ رصيد الجزائر وفقا لمؤشر قيمة التجارة الالكترونية لسنة 2015، 3.32 نقطة من مجموع 100 نقطة وقد اعتمد

الفصل الثاني: التجارة الالكترونية في الجزائر في ظل استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال

التقرير على أربع مؤشرات فرعية هي انتشار استخدام الانترنت والخوادم المؤمنة ، وانتشار بطاقات الائتمان والموثوقية البريدية.¹

فحسب موقع « MED-IT » ، "يوجد القليل من المواقع الحقيقية للتجارة الالكترونية التي تسمح بالقيام بمبادلات تجارية على شبكة الانترنت وباستعمال وسائل دفع الكترونية و لكن يوجد بعض المحاولات في هذا الشأن والتي من خلالها بدأت تظهر بعض ملامح التجارة الالكترونية و ذلك بإنشاء مواقع تحتوي على كاتالوجات للسلع، نماذج للطلبات والحجز، ولكن الدفع يتم في أغلب الحالات نقدا عند الاستلام .

ومن بين المواقع الناشطة في الجزائر نجد :

شهدت الفترة الاخيرة تضاعف عدد المواقع والتطبيقات الالكترونية في الجزائر المختصة في البيع وتقديم الخدمات عبر الانترنت ، خاصة بعد اطلاق خدمتي الجيل الثالث في 2014 والجيل الرابع في 2016 إضافة الى إصدار القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية الذي يؤطر هذه السوق، و فيما يلي بعض المواقع والتطبيقات التي تخص هذه التجارة :

1- **موقع جوميا الجزائر : jumia** هو موقع تسوق الكتروني ضخم ويضم الاف المنتجات ذات الجودة العالية وبائمان مناسبة، حيث تأسس سنة 2013 من طرف مجموعة انترنت أفريقيا Group 2 المعروفة في مجال التسويق الالكتروني، وعرف متجر jumia نمو متصاعدا ومزدهرا حيث أصبح وجهة الكثير من الزبائن للتسوق منه بكل إرتياحية، يقدم خدمات رائعة ويحتوي على دعم محترف طيلة 24/24، ومن مميزات موقع جوميا الجزائر شكل موقعه الانيق واعتماده سكريبت جد متطور للبحث على ما تريد وهو موقع مضمون وموثوق ويتوفر على كل المنتجات كاللبسة والاحذية الرجالية والنسائية و الاجهزة الالكترونية وأزياء النساء، الساعات، الهواتف الذكية وأجهزة التلفاز والاجهزة الرقمية وأشياء أخرى²

2 - **موقع اشري لي : Echriily** متجر الكتروني مخصص لمحبي المنتجات الاستهلاكية والغذائية، حيث يضم جميع أنواع الفواكه والخضر الطازجة ومنتجات الحليب ومشتقاته و كل أنواع الحبوب والزيوت والسكريات ومواد التنظيف ومنتجات تخص الاطفال الصغار، ويتميز الموقع بدعم اللغة العربية وسهولة الشراء وهو يدعم عدة طرق دفع وشحن، حيث يقوم بتوصيل مشترياتك مجانا عبر كل ولايات الجزائر³ (الملحق رقم 04)

3- موقع مؤسسة TCA (touring d'algerie club) و الذي من خلال موقعه نستطيع الحجز مباشرة على الانترنت وجهة سياحية للداخل او الخارج⁴

4- موقع : واد كنييس ouedkniss يعتبر من بين المواقع الناجحة في الجزائر و الذي تلقى تجاوب مع الشعب الجزائري، حيث وصل عدد الزائرين 80000 زائر يوميا، ويسجل ما بين 500 و 700 إعلان جديد كل يوم و

¹ عجيلة محمد، غزبل محمد مولود، "ملامح التجارة الالكترونية في الجزائر، مشاكلها و حلولها المقترحة"، مداخلة في إطار الملتقى العلمي الدولي الرابع حول: عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر-عرض تجارب دولية-المركز الجامعي خميس مليانة، 27/26 افريل 2011

² رابط موقع جوميا الجزائر www.jumia.dz تم الاطلاع بتاريخ : 2023/04/14 على الساعة 11.15

³ رابط موقع اشري لي www.echriily.com تم الاطلاع بتاريخ : 2023/04/14 على الساعة 11.30

⁴ رابط موقع <https://www.touring-algeria.com> تم الاطلاع بتاريخ : 2023/04/14 على الساعة 11.40

الفصل الثاني: التجارة الالكترونية في الجزائر في ظل استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال

من بينها الاعلانات الخاصة بالعقارات و التي تحتل المرتبة الأولى (31%) تليها الاعلانات الخاصة بوسائل النقل (21 %) ثم الاعلام الالي (12 %) الملابس (3 %) و إعلانات التوظيف (2%)¹.

5- موقع Air algerie للخطوط الجوية الجزائرية : حيث عملت هذه الأخيرة على تطوير نظامها العالمي و التنظيمي و ذلك من خلال إنشاء موقعها على شبكة الانترنت و الذي يسمح الحجز مباشرة على الشبكة، و كذلك في جوان 2008 عممت استعمال التذاكر الالكترونية، كما يمكن شراء التذاكر عن طريق بطاقات الدفع الالكترونية لبعض البنوك مثل AGB بنك²

6 - رابط موقع : djelfa.info . يهتم هذا الموقع بنشر الأمور العلمية و البحوث و الدراسات المختلفة، و لقد تلقى هذا الموقع أكثر من 20000 زيارة يوميا، كما حضي الموقع بعقود إشهار لعدة مؤسسات مثل موبيليس و نجمة و غيرها من المؤسسات الاقتصادية³

7- **تطبيق وصلني** : هو تطبيق مئة بالمئة جزائري للسيارات السياحية بسائق، والذي تم اطلاقه في نوفمبر 2017 ، ومثل كل التطبيقات المشابهة في العالم يمكن تحميله من (غوغل بلاي و آبل ستور) ثم التسجيل فيه وفتح حساب لطلب سيارة أجرة داخل مدينة الجزائر، حيث يوفر خدمة 24/24 ساعة ويتم حساب التسعيرة عبر ألوغوريتم رياضي داخل التطبيق آخذا بعين الاعتبار المسافة والوقت، و متفاعلا حسب الوقت الحقيقي، أي أن الزبون يعرف سعر التوصيلة قبل تأكيدها، وهذا بدون تسعيرة إضافية في الفترة الليلية ، كما أن التطبيق متوفر بست لغات منها الامازيغية، الالمانية، الاسبانية، الانجليزية⁴ (الملحق رقم 05)

8 - **تطبيق: BARIDIMOB** هو تطبيق يمكن الزبائن الذين بحوزتهم البطاقة الذهبية من عدة خدمات مصرفية و مالية الكترونية، أهمها خدمة إجراء تحويل مالي من حساب بريدي ccp إلى آخر على الا يتجاوز المبلغ المحمول (5 ملايين سنتيم) من خلال التطبيق فقط ، دون التنقل الى مكتب البريد لريح الوقت وتجنب الطوابير الطويلة، ومن مميزات التطبيق (كشف رصيد الحساب البريدي الجاري في الوقت الحقيقي، كشف لآخر 10 معاملات للبطاقة الالكترونية، تمكين الزبون من طلب الحظر أو رفع الحظر على البطاقة الالكترونية ، تسديد فواتير الماء و الكهرباء، تعبئة رصيد مكالمات الهاتف النقال من الحساب البريدي الجاري)⁵ (الملحق رقم 06)

ولكن بملاحظة حجم التجارة الالكترونية في الجزائر ، فإنه يمكن القول أن التجارة الالكترونية في الجزائر في تطور ملحوظ سنة بعد سنة . وبالتالي لا بد أن نعرض البيئة العامة التي تنشأ فيها التجارة الالكترونية في الجزائر من خلال التطرق إلى واقع المتطلبات التي تقوم عليها من بنية تحتية رقمية، بنية تحتية تشريعية و تنظيمية، بنية تحتية مصرفية، و حتما من خلال هذا العرض سنستطيع تحديد نقاط الضعف و العوائق التي تقف أمام تطور التجارة الالكترونية في الجزائر على كل المستويات. وهذا ما سوف نعالجه في المطلب الموالي.

¹ رابط موقع www.ouedkniss.com تم الاطلاع بتاريخ : 2023/04/15 على الساعة 10.10

² رابط موقع www.Air.algerie.com تم الاطلاع بتاريخ : 2023/04/15 على الساعة 11.00

³ رابط موقع : www.djelfa.info تم الاطلاع بتاريخ : 2023/04/15 على الساعة 11.30

⁴ معلومات من موقع <http://casbah-tribune.com> تم الاطلاع بتاريخ : 2023/04/20 على الساعة 09.00

⁵ معلومات من موقع <http://www.pcsoft16.com> تم الاطلاع بتاريخ : 2023/04/20 على الساعة 10.00

المطلب الثاني: البنية التحتية للتجارة الالكترونية في الجزائر

يقصد بالبنية التحتية للتجارة الالكترونية جميع الأسس والمتطلبات اللازمة لتأسيس و تطوير التجارة الالكترونية في الجزائر بما في ذلك البنية التحتية للاتصالات و المعلومات في الجزائر، المسائل القانونية، وسائل الدفع الالكترونية، إضافة إلى دور الحكومة (مشروع القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية). و لذلك سنتناول في هذا المطلب النقاط التالية :

- البنية التحتية الرقمية
- البنية التحتية التنظيمية
- البنية التحتية المصرفية

أولا : البنية التحتية الرقمية في الجزائر

تعمل الجزائر في السنوات الأخيرة على توفير مؤهلات تسمح لها بالانسياب ضمن الديناميكية العالمية لبناء مجتمع المعلومات، و اتخاذ بعض الإجراءات التنظيمية و ذلك من خلال التوجه الاستراتيجي الذي تم الاعلان عنه ابتداء من سنة 2000 فقامت الجزائر بمجموعة من الإجراءات و التدابير بهدف الانتقال إلى مجتمع المعلومات و للتمكن من مختلف المفاهيم الناجمة عنه و التي تعتمد على المعلومة كمادة أولية و التكنولوجيات الحديثة للمعلومات و الاتصال كوسيلة للاستغلال الأمثل لهذه الأخيرة. و من خلال هذه الدراسة سنحاول تقديم نظرة عامة حول وضعية قطاع تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في الجزائر من خلال عرض للموارد التي تتوفر عليها البلاد في هذا المجال¹

أ - الشبكة العامة للاتصالات

تضم تكنولوجيات الإعلام والاتصال سائر التكنولوجيات المتعلقة بمعالجة المعلومات و تراسلها، ورغم أن التقارب الرقمي يسعى إلى جعل الحدود بينها في اضمحلال متزايد، فإننا نستطيع التمييز بين :

-الاتصالات: الهاتف النقال، الهاتف الثابت

- تكنولوجيات الإعلام : البرمجيات، التجهيزات والخدمات المعلوماتية، حيث بلغت السعة الإجمالية المجهزة للشبكة الدولية للاتصالات 7.8 تيرابايت/ثا سنة 2022، بعد أن كانت تقدر بـ2.8 تيرابايت/ثا سنة 2021 و 1.5 تيرابايت/ثا في بداية سنة 2020 . حيث كشفت سلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية عن تسجيل قرابة 5.25 مليون مشتركا في الانترنت الثابت (خط خط المشترك الرقمي غير المتناظر- الألياف البصرية - FTTH الجيل الرابع (LTE/Wimax) والنقال (الجيل الثالث والرابع)، خلال الثلاثي الثاني من سنة 2022 بالجزائر مقابل 4.91 مليون خلال الفترة نفسها من سنة 2021، أي زيادة بنسبة 6.99 بالمائة .

¹خالدي عبد القادر ، كويسي سليمة، " تكنولوجيات المعلومات و الاتصال في الجزائر: وضعية و آفاق"، اجتماع الخبراء الإقليمي حول معيقات النفاذ الشامل لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في الدول العربية، (2007/10/05) من الرابط <http://despace.univ-ouargla.dz>

تم الاطلاع بتاريخ : 2023/04/20 على الساعة 14.15

الفصل الثاني: التجارة الالكترونية في الجزائر في ظل استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال

وقد تضاعف عدد المشتركين بالألياف البصرية في الجزائر خمس مرات خلال الثلاث سنوات الأخيرة. حيث سُجلَ أزيد من 406 ألف مشترك (دائرة بصرية مغلقة) إلى غاية شهر أكتوبر من عام 2022 مع انطلاق تحديث وتطوير الشبكة من الاسلاك النحاسية إلى الألياف البصرية إلى الزبائن في كل الولايات .

يستخدم بشكل أساسي شبكات الهاتف المحمول من الجيل 2 3 4 وتسوق تحت العلامة التجارية موبيليس الهاتف المحمول، الإنترنت عبر الهاتف المحمول، فاعتباراً من 31 ديسمبر 2015، كان لدى موبيليس أكثر من 14,3 مليون مشترك GSM و 3 G و في 2016 وصلت إلى 16.5 مليون مشترك وفي 2019 حصلت الشركة على ترخيص عالمي للاتصالات (4G-2G-2G) من أجل توظيفها في مالي وقد بلغ عدد المشتركين في الهاتف النقال حسبما كشف عنه آخر تقرير لسلطة ضبط البريد والاتصالات الالكترونية أكثر من 47 مليون مشترك

كما تم إنجاز حوالي 200.000 كلم من كوابل الألياف البصرية على التراب الوطني في إطار الاستراتيجية الوطنية الرامية إلى ربط الولايات الـ 58 للبلد بشبكة الهاتف والإنترنت ذات التدفق العالي . كما أن استراتيجية قطاع الاتصالات تهدف إلى ربط ثلثي المنازل عبر الوطن بشبكة الإنترنت الثابت في آفاق 2024.

إن الدور الأساسي لتكنولوجيات الإعلام والاتصال هو توفير دعامة لتشييد مجتمع المعلومات والاقتصاد الرقمي، وبالتالي تعد ترقية الوسائل التي تسمح بتبادل المعلومات عملية ذات أولوية في هذا المجتمع، كما تملك الجزائر أوعية دولية مشتركة، كخطوط الألياف البصرية مع المغرب، ليبيا و تونس و الخطوط البحرية مع فرنسا، أسبانيا و إيطاليا، اما فيما يخص الهاتف الثابت و النقال في الجزائر، فقد عرف قطاع البريد والاتصالات تغييرا وفقا للقانون رقم 2000 / 03 لـ 05 أوت 2000 ، والذي عمل على تفرقة خدمات البريد عن خدمات الاتصالات وكانت المحصلة الهياكل التالية :

- بريد الجزائر poste Algérie : مؤسسة عمومية ذات طابع تجاري وصناعي .
- اتصالات الجزائر Algérietélécom : شركة مساهمة تشمل نشاطاتها الأولية خدمة الهاتف الثابت الهاتف المحمول الإنترنت والاتصالات السلكية واللاسكية عبر الاقمار . ضمن المجالات نجد (اتصالات الجزائر الفضائية تنشط في مجال شبكات الاتصال والإنترنت عبر الساتل - اتصالات الجزائر اوربا تشرف على تسيير الكابل البحري ' اورفال ' و ' ارفال ' - كومنثال تنشط في مجال ادارة فائض الالياف البصرية السوداء الشبكات البصرية الخاصة بالموردين¹

1 - الهاتف الثابت :

ان انتشار الهاتف الثابت في الجزائر يفوق المعدل الإفريقي ويقارب معدل البلدان المتقدمة . إذ بلغ عدد المشتركين في شبكات الهاتف الثابت (سلكية ولاسلكية) في الجزائر عند نهاية الثلاثي الأول من سنة 2022

¹معلومات من موقع <https://algerietelecom.dz> تم الاطلاع بتاريخ : 2023/04/20 على الساعة 15.00

حوالي 5,2 مليون مشتركا، مقابل 4,82 مليون خلال نفس الفترة من سنة 2021، أي بزيادة قدرها 7,83 بالمائة، و 4,75 مليون مشتركا من مجموع 5,2 مليون مشتركا في شبكات الهاتف الثابت في الثلاثي الأول من السنة 2022 هم مشتركون مقيمون و447.436 آخرين هم مشتركون مهنيون. أي أن نسبة المشتركين المقيمين في شبكات الهاتف الثابت السلكية قد بلغت مع نهاية شهر مارس 2022 ، 91,40 بالمائة من إجمالي مشتركى الهاتف الثابت، مقابل 8,60 في المائة من المشتركين المهنيين .

وأن 3,60 مليون مشتركا من أصل المشتركين في شبكات الهاتف الثابت هم متصلون بالشبكات السلكية و1,36 مليون متصل بشبكات الهاتف الثابت اللاسلكي والجيل الرابع/وبماكس

مما سبق يتضح لنا جليا أن تكنولوجيا الهاتف الثابت تنمو ببطء وهذا معناه أن أغلب الجزائريين لا يملكون هاتفا ثابت وهذا ما يعرقل نفاذ الأسر الجزائرية إلى التجارة الإلكترونية ، باعتبار أن الهاتف الثابت نافذة على شبكة الانترنت.

2 - الهاتف النقال

لقد بلغ عدد مشتركى الهاتف النقال بالجزائر مع نهاية الثلاثي الأول من 2022 ، 47.67 مليون مشترك، مقابل 46.04 مليون مشترك في الثلاثي الأول من سنة 2021 أي بزيادة بلغت نسبتها 3.35 بالمائة وهناك 42.68 مليون مشترك في شبكة الجيل الثالث والرابع أي بنسبة 89.54 بالمائة مقابل 4.98 مليون مشترك في شبكة 'جي اس ام ' أي بنسبة 10.46 بالمائة

أما معدل انتشار شبكة الهاتف المحمول، فقد سجل زيادة قدرها 3,5 بالمائة بين الثلاثي الأول من عام 2021 (معدل انتشار 104,65 بالمائة) والثلاثي الأول من عام 2022 (108,15 بالمائة)

كما بلغ حجم الحركة الصوتية المتولدة في شبكات الهاتف النقال حجم 41574 مليون دقيقة في الربع الأول من عام 2022، بزيادة قدرها 1,81 بالمائة مقارنة بنفس الفترة من عام 2021.

ومن بين 41574 مليون دقيقة، تم إجراء 86,63 بالمائة في الشبكة الداخلية، و13,27 بالمائة في حركة الشبكة الوطنية الصادرة، و0,06 بالمائة في حركة الشبكة الدولية الصادرة و0,05 بالمائة في حركة الشبكة الدولية الواردة.

في ذات السياق، فقد بلغ حجم حركة الرسائل القصيرة المستعملة في شبكات الهاتف المحمول، 2483 مليون رسالة نصية، أي بزيادة قدرها 11,30 بالمائة مقارنة بالفترة نفسها من عام 2021.

ومن بين 2483 مليون رسالة نصية، تم إرسال 88,96 بالمائة عبر الشبكة الداخلية، و9,95 بالمائة في حركة الشبكة الوطنية الصادرة و0,08 بالمائة في حركة الشبكة الدولية الصادرة و0,01 بالمائة في حركة الشبكة الدولية الواردة.

من جهته حافظ متعامل الهاتف النقال موبيليس على المرتبة الأولى من حيث عدد المشتركين في شبكات جي أس م والجيل الثالث والرابع خلال الثلاثي الأول من 2022، بـ 20,3 مليون مشترك، يليه المتعامل جيزي (14,6 مليون) وأوريدو (12,7 مليون).

وسجل المتعامل موبيليس تطورا في حظيرة مشتركه في الجي أس م والجيل الثالث والرابع ب 20,3 مليون مشتركا خلال الثلاثي الاول 2022 مقابل 19,2 مليون خلال الفترة نفسها من السنة 2021. ويليه المتعامل جيزي ب 14,6 مليون مشترك خلال الثلاثي الأول من 2022 (14,3 مليون خلال الفترة نفسها من 2021) وأوريدو ب 12,7 مليون مشترك في تكنولوجيات الجيل الثالث والجيل الرابع إلى غاية الـ 31 مارس 2022 (12,4 مليون في الفترة ذاتها من 2021). مما سبق يتضح لنا جليا أن تكنولوجيا الهاتف النقال في زيادة وهذا معناه أن أغلب الجزائريين لا يملكون هاتفا نقالا على الاكثر ، ونجد أن هذه الزيادة مردها ' الزيادة الطفيفة في سوق الهاتف المحمول' وهذا ما يسهل على الأسر الجزائرية والمتعاملين الاقتصاديين النفاذ إلى التجارة الإلكترونية ، و باعتبار أن الهاتف النقال وسيلة سهلة للاستعمال و نافذة على شبكة الانترنت في أي مكان¹.

ثانيا : البنية التحتية التنظيمية

لقد سعت الحكومة الجزائرية إلى إحلال نظام الكتروني شامل، وتعميم استخدام الإنترنت خلال السنوات الماضية حيث اطلقت مشروع "الجزائر الإلكترونية" تقضي خطة العمل لهذا المشروع حسب وزارة البريد وتكنولوجيات الاعلام والاتصال الجزائرية، بتوصيل أداة المعلوماتية للأسر وتسهيل ربطها بالانترنت. و يتطلب تحقيق هذا المسعى إلى نقل التكنولوجيا ، وتدعيم المؤسسات والإدارات والسكان بالمعدات والتجهيزات بغية مواكبة تحديث القطاع وترقية نوعية الخدمات .

و سمح مشروع الحكومة الالكترونية بترقية نظام المعلوماتية في قطاع الاتصالات والبنوك وعبر ادماج تكنولوجيات الاعلام في قطاعات التربية والتعليم ومكاتب البريد ، إضافة إلى الإدارة الإلكترونية.

1 - أهداف إستراتيجية الحكومة الالكترونية الجزائرية 2013 : من خلال الحكومة الالكترونية الجزائرية 2013 تسعى الجزائر إلى تحسين نمط الحياة للمواطنين، مع ضمان كفاءة الخدمات الحكومية ، وجعل الإدارة وسيلة فعالة لتحديث النشاط الاقتصادي الى جانب تعزيز المعرفة، لذا فمن الأهداف الرئيسية التي ستساهم في تحقيق هذا المسعى ، هي :²

أ - التقدم في النشاط الحكومي :

- من خلال مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز فعالية نشاط السلطات الحكومية المركزية و الإقليمية
- إدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الإدارة الجزائرية ، تقديم الخدمات عبر الإنترنت .

¹ معلومات من موقع <https://algeriatelecom.dz> تم الاطلاع بتاريخ : 2023/04/21 على الساعة 9.00

² مسيردي سيد احمد ، سعدي خديجة ، "مشروع الجزائر الالكترونية : واقع وتحديات ، مجلة الادارة والتنمية للبحوث والدراسات" ، العدد الرابع أعمال الملتقى الوطني حول المنظومة المصرفية الجزائرية و التحولات الاقتصادية، الواقع والتحديات ، جامعة الشلف ، الجزائر ، 2013، ص 278-283 من الرابط <http://www.asjp.cerist.dz> تم الاطلاع بتاريخ : 2023/05/07 على الساعة 14.00

- استخدام التجارة الإلكترونية والمدفوعات الإلكترونية مع تعزيز الشفافية في المعاملات التجارية .
 - تنفيذ سياسة التنمية الإقليمية الرقمية التي سوف تساهم في تحسين ظروف العيش في أي مكان في البلاد من خلال الوصول عن بعد إلى شبكات المعلومات والخدمات العامة .
- ب- تحقيق التنمية البشرية :
- تحسين نوعية التعليم في مختلف المستويات من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التربية (التعليم الإلكتروني)
 - دفع عملية تطوير البحث العلمي من خلال إنشاء شبكة للبحوث .
 - الصحة عن بعد ، وهو وجه من وجوه الصحة الإلكترونية لا سيما أنها وسيلة لتعزيز الأدوية المحلية، وكما أن إدخال نظم المعلومات في المستشفيات ستحسن بشكل كبير في إدارتها .
- ج- زيادة النمو الاقتصادي خارج قطاع المحروقات :
- تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أداة رئيسية للتنمية الاقتصادية ، و يجب أن تكون عنصرا أساسيا في أي برنامج سواء كان على المستوى الاجتماعي والاقتصادي الوطني والقطاعي أو المحلي .
 - كما سيساهم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في زيادة القدرة على التنمية الاقتصادية في جميع قطاعات الإنتاج والخدمات (التجارة الإلكترونية ، السياحة الإلكترونية ، الثقافة الإلكترونية) .
 - من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات سيتم ترقية المؤسسات لتمكينها من الاندماج في الشبكة الاقتصادية العالمية (التجارة الإلكترونية)، و ذلك من خلال توجيه منتجاتنا المحلية للتصدير .
 - تطوير صناعة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المحلية التي تساهم في خلق بديل اقتصادي لإنتاج الثروة غير النفطية و يستطيع قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أن يساهم في خلق فرص العمل وظهور مهن جديدة .

2- النتائج المتوصل إليها من خلال مشروع الحكومة الإلكترونية في الجزائر

كما أوضحنا من قبل سعت الحكومة الجزائرية إلى إحلال نظام الكتروني شامل، وتعميم استخدام الإنترنت لتطلق مشروع "الجزائر الإلكترونية"، الذي سيسمح بترقية نظام المعلوماتية في قطاع الاتصالات والبنوك وعبر مكاتب البريد، إضافة إلى الإدارة الإلكترونية و ادماج تكنولوجيات الاعلام في كل القطاعات ويتطلب تحقيق هذا المسعى نقل التكنولوجيا، وتوفير كل الوسائل والشروط الضرورية ، وتدعيم المؤسسات والإدارات والسكان المحليين بالمعدات والتجهيزات بغية تثمين الموارد البشرية لتمكينها من مواكبة تحديث القطاع وترقية نوعية الخدمات

ان مشروع الجزائر الالكترونية من اكبر المشاريع التي انتهجتها الجزائر من اجل تحقيق التنمية المستدامة ، لذلك لا بد من وضع استراتيجية وطنية شاملة ودقيقة لاعادة هيكلة الجهاز الاداري الجزائري وذلك بتوفير الكفاءات والموارد التقنية والبشرية والمادية العالية¹

3 : واقع التجارة الالكترونية في سياق القانون 18 - 05 : تعد التجارة الالكترونية واحدة من التغييرات الجديدة التي ميزت أنشطة الاقتصاديات المرتبطة بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، إذ تهتم بتنفيذ وإدارة المعاملات القانونية التجارية للسلع والخدمات بواسطة تحويل المعطيات عبر شبكة الانترنت، والشبكات التجارية العالمية والأنظمة التقنية الشبيهة، عن طريق خدمات الربط والتزويد التقني لها

- بخصوص المشرع الجزائري، فقد عرف مصطلح التجارة الالكترونية في سياق القانون رقم 18-05 بأنها: "النشاط الذي يقوم بموجبه مورد الكتروني باقتراح أو ضمان توفير السلع والخدمات عن بعد لمستهلك الكتروني عن طريق الاتصالات الالكترونية"²

4 - الاستراتيجية القانونية لدعم التجارة الالكترونية في الجزائر : من أجل الدخول إلى العالم الافتراضي الذي يشهده العالم اليوم وتبني نشاط التجارة الالكترونية والاستفادة من مزاياها عملت الجزائر على توفير مختلف الشروط القانونية والمتطلبات اللازمة لقيام هذا النوع من النشاط، حيث نظم المشرع الجزائري الانترنت كنشاط اقتصادي مقنن بموجب المرسوم التنفيذي 98-257 المؤرخ في 25 اوت 1998 الذي يضبط شروط وكيفيات إقامة خدمات الانترنت واستغلالها بموجب المرسوم التنفيذي المعدل رقم 2000 -307 المؤرخ في 14 اكتوبر 2000، الجريدة الرسمية عدد 60 ، ص 15 ، وتغيير مسار استراتيجياتها وسياساتها لتواكب تطوراته وتغييراته ، مما سينعكس ايجابا سواء على مستوى قطاع الأعمال أو على مستوى المستهلكين أو حتى على المستوى القومي³

والمصادقة على مشروع القانون المتعلق بالتجارة الالكترونية من خلال القانون رقم 18-05 المؤرخ في 24 شعبان علم 1439 الموافق ل 10 مايو 2018 ،الجريدة الرسمية عدد 28 ،المؤرخة في 30 شعبان 1439 الموافق ل 16 مايو 2018 .حيث تضمن عدة أحكام لضمان أمن التجارة الالكترونية مع تحديد التزامات المومنين والعملاء الإلكترونيين:

أ - من حيث شروط ممارسة التجارة الالكترونية :

¹ مسيردي سيد احمد ، سعيدي خديجة ، مشروع الجزائر الالكترونية : واقع وتحديات ، مجلة الادارة والتنمية للبحوث والدراسات ، مرجع سابق ، ص 278-

283

² المادة 01/06 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية (الجريدة الرسمية العدد 28)

³ عمارة نعيمة ، مرواني كوثر " المستجدات القانونية للتجارة الالكترونية في الجزائر وفق مقتضيات القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية " -

مجلة جديد الاقتصاد المجلد 14/ العدد 1 ، جامعة العربي بن مهدي - ام البواقي ، 2019 ، ص 119-120

<http://www.asjp.cerist.dz> تم الاطلاع بتاريخ : 2023/05/15 على الساعة 20.00

- يخضع نشاط التجارة الالكترونية للتسجيل في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفية، حسب الحالة، ولنشر موقع الكتروني أو صفحة الكترونية على الانترنت، مستضاف في الجزائر بامتداد dz.com وهذا حسب نص المادة 8 من القانون 05-18 (إذ ان التسجيل في السجل التجاري وتحديد موقع على شبكة الإنترنت يعدان شرطان أساسيان لممارسة التجارة الالكترونية)

- يجب إنشاء سجل وطني للموردين الإلكترونيين المسجلين في السجل التجاري في المركز الوطني للسجل التجاري الذي يحدد المعلومات التي يجب أن ترافق العرض التجاري الإلكتروني (التعريف الضريبي والعنوان ورقم الهاتف وعدد السجل التجاري والضمان التجاري ...) وهو ما تضمنته نصوص المواد : 9، 10، 11 من القانون أعلاه

كما يجب أن يمر طلب المنتج أو الخدمة بخطوات إجبارية وهي:

- وضع الشروط التعاقدية للمستهلك الإلكتروني: حيث عرفت الفقرة الثالثة من المادة 6 من القانون اعلاه المستهلك الإلكتروني بأنه "كل شخص طبيعي او معنوي يقتني بضاعة او بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الالكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي "

-التحقق من تفاصيل الطلبية، لاسيما فيما يخص ماهية المنتجات، أو الخدمات المطلوبة، والسعر الإجمالي والوحدوي، والكميات المطلوبة بغرض تمكينه من تعديل الطلبية وإلغائها، أو تصحيح الأخطاء المحتملة، ولقد عرفت الفقرة السابعة من المادة 6 من القانون اعلاه الطلبية المسبقة على أنها: "تعهد بالبيع يمكن ان يقترحه المورد الإلكتروني على المستهلك الإلكتروني في حالة عدم توفر المنتج في المخزون "

- تأكيد الأمر الذي يؤدي إلى تشكيل العقد. ويحدد مشروع القانون أيضا المعلومات الإلزامية التي يجب احتوائها في العقد الإلكتروني (المادة 12 من القانون)، ولقد سبق للمشرع الجزائري ان نص على الاثبات الإلكتروني حيث أصبح للكتابة في الشكل الإلكتروني مكانا ضمن قواعد الاثبات طبقا لنص المادة 323 مكرر (القانون 05-10 المتضمن القانون المدني)، ودون المساس بحق المستهلك الإلكتروني في التعويض، يجب على المورد الإلكتروني (انظر الفقرة الرابعة من المادة 6 من القانون 05-18) إرجاع الثمن في حالة دفعه قبل توفر المنتج في المخزون (الفقرة الثالثة من المادة 15 من القانون 05-18).¹

ب- من حيث التزامات المستهلك الإلكتروني : تنص المادة 16 على أنه ملزم بدفع الثمن المتفق عليه في العقد الإلكتروني بمجرد إبرامه ، كما يجب على المورد الإلكتروني أن يطلب من المستهلك الإلكتروني توقيع وصل استلام عند التسليم الفعلي للمنتج أو تأدية الخدمة موضوع العقد الإلكتروني، كما لا يمكن لهذا الأخير رفض التوقيع، كما تسلم نسخة وجوبا للمستهلك الإلكتروني (المادة 17 من القانون 05-18). ولقد اعترف المشرع الجزائري ولأول مرة على التوقيع الإلكتروني في نص المادة 2 / 327 من القانون المدني الجزائري المعدلة بالقانون 10/05 السابق الاشارة اليه سابقا، اما عن تعريفه، فان القانون الجزائري يميز بينه وبين التوقيع

¹ عمارة نعيمة ، مرواني كوثر " المستجدات القانونية للتجارة الالكترونية في الجزائر وفق مقتضيات القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية " -

الالكتروني المؤمن وذلك بموجب المادة 3 من المرسوم التنفيذي 07-162 والمتعلق بنظام الاستغلال المطبق كل نوع من انواع الشبكات بما فيها اللاسلكية الكهربائية وعلى مختلف المواصلات السلكية واللاسلكية (الجريدة الرسمية عدد 37 ، المؤرخة في 7 جوان 2007 ، ص 12 (التوقيع الالكتروني هو اسلوب عمل يستجيب للشروط المحددة في المادة 323 مكرر) ، أما التوقيع الالكتروني المؤمن هو الذي يكون خاصا بالموقع، ويتم بوسائل يمكن ان يحتفظ بها الموقع تحت مراقبته الحصرية ، وكل تعديل يكون قابل للكشف عنه.

ج - من حيث واجبات المورد الالكتروني ومسؤولياته :

-بعد إبرام العقد الالكتروني يعد المورد الالكتروني مسؤولا بقوة القانون أمام المستهلك الالكتروني عن حسن تنفيذ الاتفاق، من دون المساس بحقه في الرجوع ضدهم.

-يمكن أن يتحلل من كامل هذه المسؤولية أو جزء منها إذا اثبت أن عدم التنفيذ أو سوءه يعود إلى المستهلك الالكتروني أو إلى قوة القاهرة (المادة 18 من القانون 05-18)

-يترتب على كل بيع لمنتج أو تأدية خدمة، إعداد فاتورة من قبل المورد الالكتروني تسلم إلى المستهلك الالكتروني

-يمكن أن تسلم الفاتورة في شكلها الورقي.

-في حالة عدم احترام المورد الالكتروني لآجال التسليم، يمكن للمستهلك الالكتروني أن يطالب بإعادة إرسال المنتج على حالته في اجل أقصاه أربعة أياما ابتداء من تاريخ تسليم المنتج، من دون المساس بحقه في المطالبة بالتعويض عن الضرر (المادة 22 من القانون 08-15)

-في هذه الحالة يجب على المورد الالكتروني أن يرجع للمستهلك المبلغ المدفوع والنفقات المتعلقة بإعادة إرسال المنتج، خلال اجل 15 يوما ابتداء من تاريخ استلامه.

د - من حيث دفع المعاملات الالكترونية :

يتم دفع في المعاملات التجارية الالكترونية اما عن بعد أو عند تسليم المنتج عن طريق الدفع المسموح به بموجب التشريع الساري، عندما يكون الدفع الإلكتروني يتم ذلك من خلال منصات الدفع المخصصة التي يتم إنشاؤها وتشغيلها بشكل حصري من قبل البنوك المعتمدة من قبل بنك الجزائر أو بريد الجزائر ومتصلة بأي نوع من محطة الدفع الالكتروني عبر شبكة المتعامل العمومي للمواصلات السلكية واللاسلكية ، كما يجب تأمين اتصال الموقع الإلكتروني الموفر للخدمة الإلكترونية بنظام الدفع الإلكتروني من خلال نظام إصدار الشهادات الالكترونية (المواد: 27-28-29) من القانون 05-18

هـ - من حيث الإشهار الالكتروني : عرفت الفقرة السادسة من المادة 6 من القانون 05-18 الإشهار الالكتروني على أنه: " كل اعلان يهدف بصفة مباشرة او غير مباشرة الى بيع سلع او خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية ولقد حددت تفاصيله في (المادة 30 من القانون 15 - 08) ، كل إشهار أو ترويج تجاري يتم عن طريق الاتصالات الالكترونية يجب أن يلبي المقترضيات التالية :

أن تكون محددة بوضوح كرسالة تجارية ، أو اشهارية

- أن تسمح بتحديد الشخص
- ألا تمس بالآداب العامة والنظام العام
- أن تحدد بوضوح ما إذا كان هذا العرض يشمل تخفيضا أو مكافآت أو هدايا
- يمنع نشر أي إشهار أو ترويج لكل منتج أو خدمة ممنوعة من التسويق بموجب التشريع والتنظيم المعمول به (المادة 34 من القانون 05-18) ، وبالإضافة إلى ذلك ينص على أن المعاملات المحظورة هي تلك التي تتعامل مع ألعاب القمار والرهان واليانصيب والمشروبات الكحولية والتبغ والمنتجات الصيدلانية والمنتجات التي تنتهك حقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية أي جيدة أو خدمة محظورة بموجب التشريع الساري وكذلك أي خدمة خاضعة لإقامة سند (المادة 03 من القانون 05-18).
- كما يحظر أي معاملة الكترونية للمواد والمعدات والمنتجات الحساسة التي تحددها اللوائح السارية وكذلك أي منتج أو خدمة أخرى قد تؤثر على مصالح الدفاع الوطني والنظام العام والسلامة العامة.
- و - من حيث مراقبة الموردين الإلكترونيين ومعاينة المخالفات :
- يخضع المورد الالكتروني للتشريع والتنظيم المعمول بهما المطبقين على الأنشطة التجارية وحماية المستهلك.
- بالإضافة إلى ضباط وضباط الشرطة القضائية المنصوص عليها في قانون الإجراءات الجزائية الذين لديهم سلطة تسجيل انتهاكات أحكام هذا القانون، يؤهل لمعاينة مخالفات أحكام هذا القانون الأعوان المنتمون للأسلاك الخاصة بالرقابة التابعون للإدارات المكلفة بالتجارة (المادة 36 من هذا القانون 05-18)
- ز - من حيث مكافحة الجرائم الالكترونية : تضمن القانون الجديد جملة من العقوبات تراوحت بين الغرامة وغلق الموقع الالكتروني تبعا للمخالفة المرتكبة وهي كما يلي:
- يعاقب بغرامة من 200.000 دج الى 1.000.000 دج كل من يعرض للبيع، او يبيع عن طريق الاتصال الالكتروني المنتجات والخدمات المذكورة في المادة الثالثة المذكورة أعلاه
- يمكن للقاضي ان يغلق الموقع من شهر (1) الى ستة (6) أشهر
- كما يعاقب بغرامة من 2.000.000 دج الى 5.000.000 دج كل من يخالف احكام المادة 5 من هذا القانون، وتضاف إليها إلغاء السجل التجاري وإغلاق الموقع¹.
- يعاقب بغرامة من 50.000 دج الى 500.000 دج كل مورد الكتروني يخالف احكام المادتين 11 و12 من هذا القانون، كما يجوز للجهة القضائية ان تأمر بتعليق نفاذه الى جميع منصات الدفع الالكتروني لمدة لا تتجاوز الستة (6) أشهر

¹ عمارة نعيمة ، د. مرواني كوثر " المستجدات القانونية للتجارة الالكترونية في الجزائر وفق مقتضيات القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية" مرجع سابق ص 122-124

5 - مستقبل الاقتصاد الجزائري بعد اعتماده على التجارة الالكترونية : بعد اعتماد الجزائر لقانون التجارة الالكترونية لابد أن يحدث ذلك اثارا على كل المستويات ، والتي من شأنها أن تساعد على دفع عجلة التنمية الاقتصادية للدولة.

أ- آثار التجارة الالكترونية على مستوى قطاع الأعمال :

-توسيع نطاق السوق: توسيع دائرة السوق المحلي والنفوذ للأسواق العالمية وخلق أسواق جديدة
-زيادة المزايا التنافسية: اتساع التجارة الالكترونية يؤدي إلى حدوث تغيرات هيكلية في نشاطات المؤسسات، حيث يخلق ما يسمى بالتاجر الالكتروني والمشروعات الافتراضية
-انخفاض تكاليف العمليات التجارية: كأتعاب السماسرة وعمولات المبيعات والإجراءات الإدارية الخ
-تحسين خدمة العملاء: من خلال السرعة في الاستجابة لرغباتهم و السرعة في الرد على استفساراتهم
- تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مجال التجارة الالكترونية: حيث تعتبر التجارة الالكترونية بابا يتيح الفرصة أمام مؤسسات الأعمال الصغيرة والمتوسطة من اجل تسويق إنتاجها على المستوى المحلي والعالمي

ب - آثار التجارة الالكترونية على مستوى المستهلكين :

- سهولة و سرعة التسوق: تتيح خيارات التسوق أمام المستهلكين بشكل واسع عبر الانترنت .

- انخفاض الأسعار وسرعة الحصول على المنتجات

ج - آثار التجارة الالكترونية على المستوى القومي :

- دعم التجارة الخارجية: حيث تمكّن من تسويق السلع والخدمات عالميا

- دعم التنمية الاقتصادية: تساهم في تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال زيادة فعالية إدارة المؤسسات

خاصة المتوسطة والصغيرة منها

- التقليل من حجم البطالة : من خلال توفير فرص عمل جديدة ، حيث تمكن من اقامة مشاريع

صغيرة ومتوسطة مثل (تجارة الخدمات)

ثالثا : البنية التحتية المصرفية :

يعتبر القطاع المصرفي أحد أهم القطاعات الحيوية في أي بلد، وذلك لما يوفره من مصادر التمويل اللازمة

للاقتصاد، وما يمثله من أداة هامة لتنفيذ مختلف السياسات والبرامج الاقتصادية والتنموية.

لقد باشرت الجزائر العديد من الإصلاحات الاقتصادية منذ بداية التسعينيات من القرن الماضي تماشياً مع

تحولها إلى نظام اقتصاد السوق، وفي إطار ذلك وجدت الأجهزة المصرفية في الجزائر نفسها أمام عدة تحديات،

ندرة الموارد، استخدام التكنولوجيا ، متطلبات الزبائن ، مصداقية الاعلام ، شدة المنافسة ، تطبيق اللامركزية .و

من جهة أخرى، أصبحت التكنولوجيا المعاصرة إحدى أكبر القضايا الإستراتيجية في مجال الأعمال المصرفية ،

و هذا الواقع يفرض على البنوك تحديات كبيرة. فما يشهده العالم اليوم من تحولات عميقة ومتسارعة نتيجة

التطور الهائل لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال ، أدت إلى بروز أنماط جديدة في المعاملات والنشاطات في

مختلف المجالات. لهذا كان لا بد على المصرف من تغيير مفهوم الخدمات المصرفية التقليدية إلى الخدمات

المصرفية عن بعد بسبب النمو المتسارع على الخدمة المصرفية الالكترونية من قبل العملاء و زيادة المنافسة بين البنوك بسبب ازدياد توقعات العملاء ، و رغبة البنوك في تخفيض التكاليف و رفع مستوى الفعالية و الرغبة في التوسع في تقديم الخدمات المصرفية و اجتذاب المزيد من العملاء . و من أجل التعرف على واقع القطاع المصرفي الجزائري ، وواقع الصيرفة الالكترونية في الجزائر و كذا تحديد نقاط القوة و الضعف، سنحاول معالجة هذا المطلب كما يلي :¹

- واقع القطاع المصرفي الجزائري و إصلاحاته
- واقع الصيرفة الالكترونية في الجزائر

1 : واقع القطاع المصرفي الجزائري و إصلاحاته : ما ميز المناخ المصرفي و المالي في العشرينيات السابقة من نقائص ، قامت الحكومة بجهود كبيرة لتحسين الأوضاع القانونية و التنظيمية لمؤسساتها المالية و المصرفية و ذلك بمراجعة التشريعات المالية التي تحكم القطاع المصرفي و إعادة صياغتها لتتوافق مع المتطلبات المصرفية الحديثة و لتعكس التوجه الجديد للدولة نحو الانفتاح و آليات السوق . و بهذا الصدد ، قامت الحكومة الجزائرية بإصدار قانون 90-10 المتعلق بالنقد و القرض المؤرخ في 14/04/1990 ، حيث جاء هذا القانون ليكون جهازا تشريعيا لدعم الإصلاحات الاقتصادية و ضبط النشاط المصرفي و تصحيح الوضعية المالية لمؤسسات الدولة و البنوك ، و تمثلت أهدافه في:²

- وضع حد لكل تدخل إداري في القطاع المالي و المصرفي
- رد الاعتبار لدور البنك المركزي في تسيير النقد و القرض
- استرجاع قيمة الدينار الجزائري
- إدراج الاقتصاد في النظام المصرفي
- تشجيع الاستثمارات الخارجية
- تطهير الحالة المالية للقطاع العمومي
- توضيح المهام المنوطة للبنوك و المؤسسات العمومية
- تنويع مصادر تمويل الأعوان الاقتصاديين لا سيما المؤسسات عن طريق إنشاء سوق مالية و بذلك عرفت المنظومة المصرفية إصلاحات هيكلية على مستويات مختلفة مواكبة مع الإصلاحات الاقتصادية ، و لكن بالرغم من هذه الإصلاحات ، مازالت المنظومة المصرفية في الوقت الحالي تتميز بالعديد من النقائص و السلبيات التي تحد من فعاليتها، و من بين هذه النقائص نذكر :
- سيطرة الديون غير المسددة في حافظات البنوك
- ضعف التجديد فيما يخص الوسائل النقدية و المالية

¹السماتي سيف الدين ، العمليات المصرفية الالكترونية و الإطار الإشرافي ، عمان ، الأردن : إتحاد المصارف العربية ، إصدار خاص ، 2004 ، ص 66
² المجلس الوطني الإقتصادي والإجتماعي اشكالية اصلاح المنظومة المصرفية: عناصر من اجل فتح نقاش إجتماعي، تقرير مقدم أمام الدورة السادسة عشر نوفمبر 2000، ص 25

- تداول مبالغ هامة من النقود خارج الشبكة المصرفية مما يقلص من مستوى جمع الادخار
- توزيع غير ملائم للشبكة المصرفية
- عجز نظام الاتصال و المواصلات السلكية و اللاسلكية و الذي يشكل عائقا أمام السير الحسن للبنوك
- ضعف الاحترافية و الكفاءة

2- العلاقة بين التجارة الالكترونية والمنظومة البنكية

بداية لا بد ان نشير الى حقيقة تعتبر اكثر من اكيده . وهي انه من دون وجود منظومة بنكية ومصرفية شفافة وعملياتية لا يمكن باي حال من الاحوال التحدث عن نجاح فكرة التجارة الالكترونية فهذه الاخيرة لا يتصورها احد دون تحرير واطلاق كافة الخدمات البنكية بما يسهل نظام الدفع الالكتروني واعطاء الكثير من الضمانات والامان لمستعملي هذه الخدمة فنجد ان الجزائر شرعت منذ مطلع 2006 في اصلاحات مصرفية عميقة من شأنها المساهمة في تطوير التجارة الالكترونية والتسويق التجاري عبر شبكة الانترنت من خلال تحديث وسائل الدفع الالكتروني والتي ياتي على راسها بطاقة الدفع الالكترونية العالمية ويتمثل دور البنوك العمومية في الجزائر في تقديم الخدمات المالية المختلفة خصوصا الخدمات الرقمية التي يقدمها عبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال بحيث يستطيع المستهلك صرف نقوده الالكترونية في المحلات وكذا مواقع التجارة الالكترونية التي تتعامل بالنقد الالكتروني لسداد الخدمات والمبيعات فنجد ان البنوك الجزائرية باشرت التعامل بالنقود الالكترونية منذ بداية شهر مارس 2005¹

ما يعطي التفكير في العمل على تحديث الخدمة المصرفية في الجزائر و ذلك بجعلها عصرية.

3 : واقع الصيرفة الالكترونية في الجزائر : ما يميز الخدمة المصرفية التي يطرحها النظام المصرفي الجزائري، بأنها خدمة تقليدية، لا تتناسب مع ما هو حاصل في الدول المتقدمة ، لذلك لا بد من التفكير في تحديث الخدمة المصرفية في الجزائر و ذلك بجعلها عصرية ، و من بين عناصر التحديث للخدمة المصرفية ، عصرية وسائل الدفع بمختلف أنواعها و جعلها وسائل دفع الكترونية ، حيث تتيح الخدمات المصرفية الحديثة إمكانيات كبيرة تمكن البنوك الجزائرية من التحسين في أدائها و الرفع من حجم مردوديتها و تخفيض نسبة نفقاتها ، غير أن واقع عمل هذه البنوك يشير إلى فجوة كبيرة جدا بين الأعمال البنكية الممارسة في الخارج و ما هو موجود على صعيد السوق المحلي ، هذه الوضعية تعود إلى عدة أسباب منها ما هو متعلق بضعف البنية التحتية في الجزائر ، و منها ما يقع على مسؤولية البنوك في تحديث و تطوير عملها .

حيث سنحاول تسليط الضوء على واقع الصيرفة الالكترونية في الجزائر خلال النقاط التالية :

- نشأة الصيرفة الالكترونية في الجزائر
- مضمون الصيرفة الالكترونية في الجزائر

¹ ابراشة فريد ، عامر هني " البنوك العمومية ودورها في تعزيز التجارة الالكترونية في الجزائر : واقع وفاق " ، مجلة البحوث السياسية والادارية العدد

13 ، 2019 ، جامعة محمد بوضياف المسيلة ، ص 72-73

<http://www.asjp.cerist.dz> تم الاطلاع بتاريخ : 2023/05/10 على الساعة 10.00

- خصائص الصيرفة الالكترونية في الجزائر

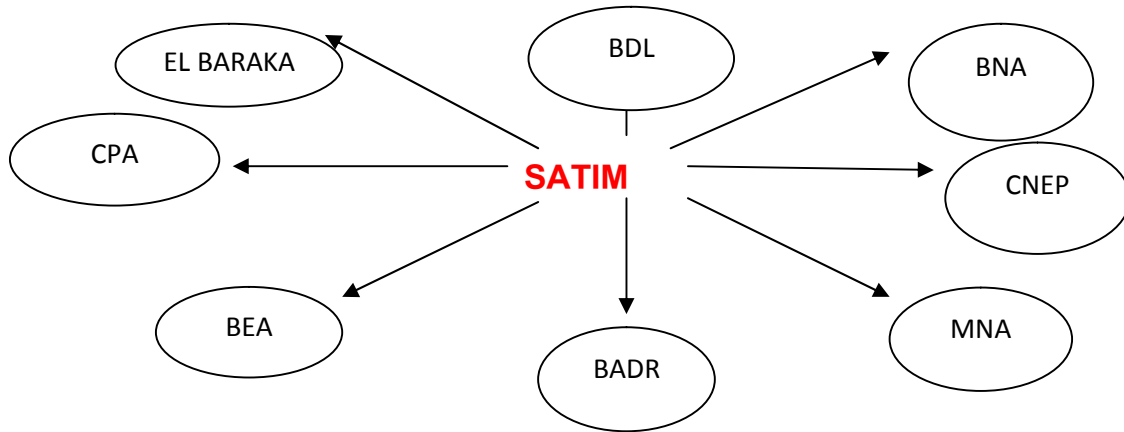
أ - نشأة الصيرفة الالكترونية في الجزائر : شرعت الجزائر خلال السنوات الأخيرة في إصلاحات جديدة و ذلك من خلال تحديث وسائل الدفع الالكترونية، و في هذا الإطار و من أجل تطوير و تسيير التعاملات النقدية بين البنوك تم إنشاء شركة ما بين المصارف SATIM شركة التحويلات الآلية بين البنوك سنة 1995 و هي شركة ذات أسهم رأسمالها **1145500000** دينار جزائري و تضم 31 عامل ، 80 % منهم إدارات .
تضم شركة SATIM البنوك الثمانية العمومية : بنك الجزائر الوطني، بنك الفلاحة و التنمية الريفية، بنك الجزائر الخارجي، القرض الشعبي الجزائري، بنك التنمية المحلية، الصندوق الوطني للتوفير و الاحتياط، الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي، بنك البركة الجزائري

تعتبر هذه الشركة من بين أهم الوسائل التقنية المرفقة في إطار برنامج تطوير و عصنة البنوك الجزائرية خاصة فيما يتعلق بوسائل الدفع الالكترونية، و أهم وظائف شركة SATIM :

- تطوير وسائل الدفع الالكترونية و تطوير الصيرفة الالكترونية بين البنوك
- مرافقة البنوك و متابعتها في وضع و تطوير الوسائل النقدية الالكترونية
- تتحمل شركة SATIM و تسيير البنية التحتية و المنشآت القاعدية التقنية

شكل البياني رقم 01-02 :

المؤسسات المالية المساهمة في شركة SATIM



المرجع: من إعداد الباحثين

ب - مضمون الصيرفة الالكترونية في الجزائر :

ان من بين التقنيات الحديثة التي وفرتها المصارف الجزائرية لدعم توجهها نحو الصيرفة الالكترونية موزعات الية للنقود DAB ونهايات الدفع الالكتروني TPE وان الموزعات الالية للنقود هي عبارة عن اجهزة والات اوتوماتيكية تستخدم للسحب عن طريق البطاقات الالكترونية تثبت خارج المصرف الذي يمولها بالعملة الوطنية

اما مسؤولية صيانة هذه الاجهزة وتسييرها فتتكفل بها SATIM وقد قامت البنوك الجزائرية مؤخرا بتطوير كبير لشبكات السحب الالكتروني من خلال نشر الموزعات الالية للاوراق النقدية في كافة التراب الوطني عرف النظام المصرفي الجزائري مؤخرا برمجة عدة مشاريع فيما يخص وسائل الدفع و السحب الالكتروني والشبكة النقدية بين البنوك و حاولت تعميم التعاملات المالية الالكترونية على مستوى مختلف مرافقها المالية وصالحها التجارية، ويمكن توضيح نوعان من البطاقات المحلية التي تسمح بالسحب والدفع بطاقات عادية classique واخرى ذهبية Gold يحملان شعار البنك المصدر وشعار CIB بطاقة بنكية مشتركة¹

ج- انواع البطاقات البنكية :

- بطاقات السحب و الموزعات الآلية للنقود DAB : تشرف شركة SATIM على صناعة بطاقات السحب حسب المقاييس المعمول بها دوليا لجميع البنوك العمومية و الخاصة و ذلك من خلال إبرام عقد بينهما يحدد التزامات الطرفين خاصة فيما يتعلق آجال و إجراءات التسليم ، كما تشرف شركة SATIM على عملية الربط بين الموزعات الآلية DAB و مصالحتها بواسطة شبكة اتصال (X25-DZ.PAC) و يوجد عدة بنوك تساهم في شبكة السحب النقدي بين البنوك منها البنوك العمومية الثمانية المذكورة سابقا ، بالإضافة إلى بريد الجزائر ، و AGB Housing Bank, BNP Paribas, Générale Société و بعض المؤسسات المالية مثل HSBC و ABC وبإمكان حاملي بطاقات السحب لمختلف المؤسسات المالية القيام بعملية السحب النقدي على مستوى الموزعات الآلية²

- بطاقات الدفع : إن الدفع عن طريق بطاقة CIB يدخل في إطار مشروع تحديث نظام المدفوعات البنكية و ذلك تحت إشراف الوزارة الوصية المسؤولة عن الاصلاحات المالية ، و تعتبر هذه الخطوة من أهم خطوات عصرنة القطاع البنكي، علما أن هذا المشروع الوطني يتماشى مع المقاييس الدولية المعمول بها . يمكن لحاملها تسديد مشترياته من السلع و الخدمات اتجاه التاجر المتصل بالشبكة النقدية ما بين البنوك و ذلك من خلال أجهزة الدفع الآلي TPE

و هناك عدة أشكال من البطاقات التي تصدر من قبل البنوك ، و نأخذ كمثال عن ذلك بنك القرض الشعبي الجزائري CPA الذي يعتبر من بين أول البنوك التي اعتمدت على البطاقات الالكترونية و أهمها:

- بطاقة CIB الكلاسيكية CIB Classic :
بإمكان حامل هذه البطاقة - :

¹ بن عمر خالد ، بورزامة جيلالي " واقع الصيرفة الالكترونية في الجزائر " مجلة بحوث اقتصادية عربية العدد 80 - يونيو 2019 ، ص 96-105
² زايد محمد ، "البطاقات البنكية كاداة كاداة لتفعيل التجارة الالكترونية " - مجلة ضياء للدراسات القانونية المجلد 03 العدد 02 ، المركز الجامعي نور

البشير - البيض ، 2021 ، ص 67

- تسوية كل المشتريات من السلع و الخدمات على أجهزة TPE عند التجار المنخرطين و القيام بسحب الأموال على جميع الموزعات الآلية DAB المرتبطة بالشبكة النقدية ما بين البنوك CIB و تسمح بالدفع عبر شبكة الانترنت كما تضمن تامين معزز (بطاقة مزودة برقاقة الكترونية)

- بطاقة Carte Gold :

يقدم البنك هذا النوع من البطاقات لفئة معينة من الزبائن الموثوق بهم و ذات الدخل المرتفع ، و بإمكان حامل هذه البطاقة القيام بدفع قيمة مشترياته من السلع و الخدمات من خلال أجهزة TPE و القيام بسحب الأموال من خلال أجهزة DAB ، و ما يميز هذه البطاقة أنه بإمكان حاملها سحب أو دفع مبالغ مرتفعة و تسمح بالدفع عبر شبكة الانترنت (e-CPA) و تضمن تامين معزز (بطاقة مزودة بشريحة الكترونية)

- بطاقة CPA Visa Gold

بإمكان حامل هذه البطاقة القيام بجميع عمليات السحب النقدي و ذلك على مستوى اجهزة السحب الآلي الموزعة في كل أنحاء العالم، و كذا بإمكانه تسوية مشترياته بالتجار المتصلين بشبكة Visa الدولية. علما أن هذه البطاقة تتماشى مع المقاييس الدولية خاصة فيما يخص مقياس الحماية.

- بطاقة المؤسسات كوربوراييت / كوربوراييت+ : الطريقة المثلى لدفع المصاريف المهنية حيث تسمح بالدفع عبر شبكة الانترنت لدى مواقع التجار المعتمدين على شبكة الانترنت و تسمح بالسحب النقدي من اجهزة الصراف الالي (اختياري) كما تسمح بالدفع لدى جميع التجار الزودين بمنصات الدفع الالكتروني¹

- نظام التسوية الإجمالية الفورية RTGS في إطار تحديث و عصرنه النظام المصرفي الجزائري ، لا سيما من حيث أنظمة الدفع ، بادر بنك الجزائر بالتعاون مع وزارة المالية و بمساعدة البنك العالمي في إنجاز نظام دفع إلكتروني متطور هو نظام التسوية الإجمالية الفورية : RTGS1. -تقديم المشروع RTGS

الاهداف : يهدف هذا المشروع في إطار تحسين الخدمة المصرفية لا سيما من حيث أنظمة الدفع و ذلك رغبة في الوصول إلى المستوى الدولي.

- التعريف بالنظام : RTGS نظام التسوية الإجمالية الفورية :هو نظام تسوية المبالغ الإجمالية في وقت حقيقي و يتم فيه سير التحويلات بصفة مستمرة و على الفور بدون تأجيل و على أساس إجمالي .كما يعرف أيضا أنه نظام مركزي إلكتروني يعمل على أساس فوري إجمالي نهائي و مستمر لتنفيذ أوامر التحويل الدائنة و يوفر نقطة تسوية لأنظمة التصفية العاملة في بلد ما من خلال الحسابات المركزية للمصارف.

- أهداف نظام التسوية الإجمالية الفورية RTGS : إقامة نظام التسوية الإجمالية الفورية تهدف إلى تحقيق مايلي :

-تسوية عمليات البطاقة المصرفية في وقت حقيقي و كل وسائل الدفع الأخرى

¹البطاقات المحلية - القرض الشعبي الجزائري CPA

http://www.cpa-bank.dz تم الاطلاع بتاريخ : 2023/05/05 على الساعة 15.00

-تلبية مختلف احتياجات المستعملين باستخدام نظام الدفع الإلكتروني

-تقليص آجال التسوية

-تخفيض التكلفة الإجمالية للمدفوعات

-جعل نظام الدفع الجزائري يتمتع بالمقاييس الدولية في تسيير مخاطر السيولة

-تقوية العالقات بين المصارف

-تشجيع إقامة المصارف الأجنبية

- مبادئ تشغيل نظام RTGS : نظام RTGS يقوم على مبادئ التالية:

المشاركين: المشاركة في النظام مفتوحة لكل مؤسسة لها حساب تسوية في بنك الجزائر، فيمكن أن ينظم إلى النظام زيادة على بنك الجزائر كمسير و حامل للتسوية مجموعة المؤسسات المصرفية و المالية ، الخزينة العمومية ، مراكز الصكوك البريدية

- **العمليات التي يعالجها النظام** : يعالج النظام مختلف العمليات المصرفية بين المؤسسات المالية و المصرفية و المشاركين عامة، و ذلك على النحو التالي :

- **عمليات ما بين المصارف** : حيث يتم من خلال هذا النظام تحويلات بين المصارف أو حسابات الزبائن و التي تكون فيها المبالغ هامة أو مستعجلة. عمليات بنك الجزائر : إن بنك الجزائر هو المشارك الوحيد القادر في حدود اختصاصاته توجيه وإصدار الأوامر للقرض أو الخصم من حسابات المشتركين .

تسوية المبالغ عن طريق المقاصة الإلكترونية : إن المبالغ المدينة و الدائنة الناتجة عن طريق المقاصة الإلكترونية تعالج بهذا النظام قرضا ودينا في نفس الوقت و في حسابات المشاركين .

-**حساب التسوية** : إن بنك الجزائر الذي يشرف على إدارة النظام يفتح في سجلاته باسم كل مشارك حسابات تسوية، تقسم إلى حسابات فرعية، وهذه الحسابات تحول حسب الحالات في زيادة أو نقص مبالغ الحسابات الجارية للمشاركين والتي تضبطها المحاسبة العامة لبنك الجزائر .

- **نظام المقاصة عن بعد** :إن عملية عصرنة نظام الدفع عرفت دفعة جديدة بإنشاء نظام المقاصة، هذا النظام يختص بالمعالجة الآلية للعمليات المصرفية مثل عمليات التحويل، الاقتطاع، عمليات السحب و الدفع بالبطاقات البنكية، و يمثل هذا النظام القسم الثاني من أنظمة الدفع المتطورة و التي تعمل وفق المعايير الدولية، والهدف منه التحسين النهائي للخدمات البنكية المقدمة للزبائن، و تخفيض آجال إتمام العمليات البنكية .

لقد دخل هذا النظام حيز التنفيذ يوم 05 ماي 2006 وكانت البداية بمعالجة الصكوك على أن تتطور العملية لتشمل باقي وسائل الدفع في نهاية 2006 اشترك في هذا النظام كل من بنك الجزائر، البنوك المختلفة، اتصالات الجزائر، بريد الجزائر، SATIM، جمعية البنوك والمؤسسات المالية ABEF مع كل فروعها ومكاتبها عبر كامل التراب الوطني.¹

¹ آيت زيان كمال، آيت زيان حورية ، "الصيرفة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي، خميس مليانة، الجزائر

<http://www.ebook.univeyes.com> تم الاطلاع بتاريخ 2023/05/15 على الساعة 9.00

ويهدف هذا النظام إلى :

- التسيير المحاسبي اليومي وإعطاء نظرة شاملة و حقيقية عن وضعية الخزينة في السوق المالية والوطنية .
- تقليص آجال المعالجة، حيث يتم تقديم قرار قبول أو رفض العملية في أجل أقصاه 5 أيام على أن يتم اختزال هذه المدة إلى 3 أيام ثم 48 ساعة .
- تأمين أنظمة الدفع العام .
- إعادة الثقة للزبائن في وسائل الدفع خاصة الصكوك.
- واجهة عملية تبيض الأموال في الجزائر .

المبحث الثاني : تحديات التجارة الالكترونية في الجزائر

تسعى الجزائر جاهدة للحاق بالركب العالمي تماشيا مع التطورات التكنولوجية الحديثة ، غير أنها لم تستطع لحد الآن تسخير هذه التقنيات بشكل فعال لاستخدامها في النشاط التجاري ، فنجد ان معدلات انتشار التجارة الالكترونية في الجزائر تبقى منخفضة و متواضعة وبعيدة كل البعد عن المستوى العالمي ،حيث أدى هذا التذني إلى الصعوبات الكثيرة التي تعرقل نموها وتطبيقها ، إلا أن هناك أمل كبير في تخطي هذه العقبات، من خلال تركيز الجهود لإيجاد الأدوات والآليات الكفيلة بتفعيل هذا النشاط وتوفير البيئة الملائمة لتوسيع استخدام التجارة الالكترونية الجزائرية.

المطلب الاول : الإطار القانوني للتجارة الالكترونية في الجزائر

قانون التجارة الالكترونية في الجزائر الصادر بموجب القانون 18 -05 مؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق 10 مايو سنة 2018 المتضمن قانون التجارة الالكترونية

1- أحكام عامة في قانون التجارة الالكترونية

المادة الأولى : يحدد هذا القانون القواعد العامة المتعلقة بالتجارة الالكترونية للسلع و الخدمات
المادة 2 : يطبق القانون الجزائري في مجال المعاملات التجارية الالكترونية في حالة ما إذا كان احد أطرف العقد الالكتروني :

- متمتعا بالجنسية الجزائرية أو
 - مقيما إقامة شرعية في الجزائر أو
 - شخصا معنويا خاضعا للقانون الجزائري أو كان العقد محل إبرام أو تنفيذ في الجزائر
- المادة 3 : تمارس التجارة الالكترونية في إطار التشريع والتنظيم المعمول بهما غير انه تمنع كل معاملة عن طريق الاتصالات الالكترونية وتتعلق بما يأتي :
- لعب القمار والرهان واليانصيب.
 - المشروبات الكحولية والتبغ.
 - المنتجات الصيدلانية.

- المنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية
 - كل سلعة أو خدمة محظورة بموجب التشريع المعمول به
 - كل سلعة أو خدمة تستوجب إعداد عقد رسمي تخضع كل المعاملات التي تتم عن طريق الاتصالات الالكترونية إلى الحقوق والرسوم التي ينص عليها التشريع والتنظيم المعمول بهما¹
- المادة 4 : يمكن أن تكون الاستثمارات الداعمة لأنشطة التجارة الالكترونية موضوع تدابير تحفيزية طبقا للتشريع المعمول به
- المادة 5 : تمنع كل معاملة عن طريق الاتصالات الالكترونية في العتاد والتجهيزات و المنتجات الحساسة المحددة عن طريق التنظيم المعمول به وكذا كل المنتجات والخدمات الأخرى التي من شأنها المساس بمصالح الدفاع الوطني والنظام العام والأمن العمومي .
- المادة 6: يقصد في مفهوم هذا القانون بما يأتي : التجارة الالكترونية : النشاط الذي يقوم بموجبه مورد الكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك الكتروني عن طريق الاتصالات الالكترونية
- العقد الالكتروني** :العقد بمفهوم القانون 02-04 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 الموافق 23 يونيو سنة 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ويتم إبرامه عن بعد دون الحضور الفعلي والمتزامن لأطرافه باللجوء حصريا لتقنية الاتصال الالكتروني
- المستهلك الالكتروني** : كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بضاعة أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الالكترونية من المورد الالكتروني بغرض الاستخدام النهائي
- المورد الالكتروني** :كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الالكترونية .
- وسيلة الدفع الالكترونية** : كل وسيلة دفع مرخص بها طبقا للتشريع المعمول به تمكن صاحبها من القيام بالدفع عن قرب أو عن بعد عبر منظومة الكترونية
- الإشهار الالكتروني** : كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الالكترونية
- الطلبية المسبقة** : هو تعهد بالبيع يمكن أن يقترحه المورد الالكتروني على المستهلك الالكتروني في حالة عدم توفر المنتج في المخزون
- اسم النطاق** : عبارة عن سلسلة أحرف و/أو أرقام مقيسة ومسجلة لدى السجل الوطني لأسماء النطاق و تسمح بالتعرف و الولوج إلى الموقع الالكتروني
- 2 - ممارسات قانون التجارة الالكترونية:
- أ - المعاملات التجارية العابرة للحدود

¹ - المادة 1 و2 و3 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية.

المادة 7 : يعفى من إجراءات مراقبة التجارة الخارجية والصرف و البيع عن طريق الاتصالات الالكترونية لسلعة و/أو خدمة من طرف مورد الكتروني مقيم لمستهلك الكتروني موجود في بلد أجنبي عندما لا تتجاوز قيمة هذه السلعة أو الخدمة ما يعادلها بالدينار الحد المنصوص عليه في التشريع والتنظيم المعمول بهما يجب أن تحول عائدات هذا البيع بعد الدفع إلى حساب المورد الالكتروني الموطن في الجزائر لدى بنك معتمد من قبل بنك الجزائر أو لدى بريد الجزائر يعفى من إجراءات مراقبة التجارة الخارجية والصرف شراء السلع و/أو الخدمات الرقمية الموجهة حصريا للاستعمال الشخصي من قبل مستهلك الكتروني مقيم بالجزائر لدى مورد الكتروني موجود في بلد أجنبي عندما لا تتجاوز قيمة هذه السلعة أو الخدمة ما يعادلها بالدينار الجزائري الحد المنصوص عليه في التشريع و التنظيم المعمول بهما.

تتم تغطية الدفع الالكتروني بمناسبة هذا الشراء عن طريق الحساب البنكي بالعملة الصعبة¹

ب - شروط ممارسة قانون التجارة الالكترونية :

المادة 8 : يخضع نشاط التجارة الالكترونية للتسجيل في السجل التجاري او سجل الصناعات التقليدية و الحرفية حسب الحالة ولنشر موقع الكتروني أو صفحة الكترونية على الانترنت مستضاف في الجزائر بامتداد "com.dz"

يجب ان يتوفر الموقع الالكتروني للمورد الالكتروني على وسائل تسمح بالتأكد من صحته .

المادة 9 : تتشأ بطاقة وطنية للموردين الالكترونيين لدى المركز الوطني للسجل التجاري تضم الموردين الالكترونيين المسجلين في السجل التجاري أو في سجل الصناعات التقليدية والحرفية . لا يمكن ممارسة نشاط التجارة الالكترونية إلا بعد إيداع اسم النطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري تنشر البطاقة الوطنية للموردين الالكترونيين عن طريق الاتصالات الالكترونية وتكون في متناول المستهلك الالكتروني الدفع في المعاملات الالكترونية

المادة 27 : يتم الدفع في المعاملات التجارية الالكترونية إما عن بعد أو عند تسليم المنتج عن طريق وسائل الدفع المرخص بها وفقا للتشريع المعمول به . عندما يكون الدفع الكترونيا فإنه يتم من خلال منصات دفع مخصصة لهذا الغرض منشأة ومستغلة حصريا من طرف البنوك المعتمدة من قبل بنك الجزائر وبريد الجزائر وموصولة بأي نوع من أنواع محطات الدفع الالكتروني عبر شبكة المتعامل العمومي للمواصلات السلكية واللاسلكية يتم الدفع في المعاملات التجارية العابرة للحدود حصريا عن بعد عبر الاتصالات الالكترونية.

المادة 28 : يجب أن يكون وصل موقع الانترنت الخاص بالمورد الالكتروني بمنصة الدفع الالكترونية مؤمنا بواسطة نظام تصديق الكتروني

المادة 29 : تخضع منصات الدفع الالكتروني المنشأة و المستغلة طبقا للمادة 27 أعلاه لرقابة بنك الجزائر

لضمان استجابتها لمتطلبات التشغيل البيئي وسرية البيانات وسالمتها وامن تبادلها .¹

¹المادة 4-5-6-7 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية.

المطلب الثاني : معوقات التجارة الالكترونية في الجزائر :

رغم أن الانعكاسات الايجابية للتجارة الالكترونية على الاقتصاد لا تعد ولا تحصى ، إلا أن هذه التجارة تبقى محدودة للغاية في الجزائر بسبب مجموعة من العقبات التي تمنعها من التطور والانتشار والارتقاء إلى المستوى العالمي ، ومن هذه الأسباب ما هو تقني، تجاري وتشريعي .

1 : العوائق التقنية والتجارية : تتمثل العوائق ذات العلاقة بمجال التقنية و التكنولوجيا فيما يلي :

- ضعف البنى التحتية التكنولوجية : يتطلب نجاح التجارة الالكترونية إنشاء بنية تحتية تكنولوجية متطورة تساعد على انتشار استخدام الانترنت، وتوفير البيئة المناسبة والداعمة للتجارة الالكترونية والقادرة على تحمل أعباء ومخاطر النوع الحديث من المبادلات التجارية

أ- **شبكات الاتصالات الهاتفية :** إن أول ما يؤكد تأخر الجزائر في استكمال البنى القاعدية التكنولوجية هو محدودية الخدمات الهاتفية الثابتة التي تأثر بشكل مباشر على الإقبال على الانترنت ، فلا يمكن بأي شكل من الأشكال التوسع في استخدام الانترنت دون توفر الخدمات الهاتفية الكافية باعتبار الانترنت هو ارتباط واتحاد بين جهاز كمبيوتر و هاتف²

أما بالنسبة للهاتف الجوال ، فإنه يعتبر من أكثر التكنولوجيات انتشارا في الجزائر ، و قد شهدت هذه الأخيرة تحسنا ونموا كبيرا خلال السنوات القليلة الماضية مقارنة بنظيرتها الثابتة

ب- **الانترنت :** بما أن التجارة الالكترونية تعتمد بشكل أساسي على الانترنت كأداة اتصال ، فان عدم التمكن من النفاذ إلى هذه الشبكة يحد من انتشار هذه التجارة، فرغم تحقيق سوق مستخدمي الانترنت لمعدلات نمو من سنة إلى أخرى لا تزال هذه المعدات متدنية ، وان من بين أهم ما يعرقل تطور عدد مشتركى الانترنت هو المبالغة في التكاليف سواء على الأفراد أو الشركات .

ج- **تواضع حجم صناعة تكنولوجيا الاعلام والاتصال:** تعتبر صناعة تكنولوجيا الاعلام والاتصال محركا أساسيا لنمو التجارة الالكترونية وتوسع نطاقها ، و تعاني الجزائر من ضعف كبير في إنتاج السلع و الخدمات المتصلة بتكنولوجيا الاعلام و الاتصال ، فالجزائر لا تولي الاهتمام الكافي لعملية خلق صناعة وطنية لهذه التكنولوجيا ، نظرا لوجود أولويات تنموية أخرى ، ولميل الجزائر إلى الاستثمارات التقليدية في قطاعي الطاقة والعقارات ، بالإضافة إلى ضعف القاعدة البشرية التي تستند إليها صناعة المعلومات ، و صعوبة عملية الانتقال من البحث العلمي نحو الصناعة في إطار الوتيرة المتسارعة للابتكارات التكنولوجية.

د- **ضعف الثقافة التقنية و الوعي الالكتروني بين أفراد المجتمع :** إن تدني مستوى الثقافة الرقمية يؤثر سلبا على تطور وانتشار التجارة الالكترونية ، فان فئة واسعة من الجزائريين تعاني من ضعف المستوى الوعي باستخدام الصحيح لتقنيات المعلومات في قطاع الاعمال ، وهذا الضعف يفسر في جانب منه بانتشار ظاهرة (الأمية المعلوماتية) والتي يقصد بها الجهل بأساليب ووسائل التعامل بأجهزة الحاسب الآلي و البرمجيات ،فعدم

¹ المادة 8-9-27-28-29 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية.

² سعد غالب ياسين، بشير عباس العالق، " التجارة الالكترونية"، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن ، 2004. ص،19

التعامل مع جهاز الحاسوب يؤثر في الإقبال على خدمات التكنولوجيا ويحرم الكثير من ممارسة التجارة الالكترونية . ومن بين أهم الوسائل المساهمة في تعزيز و نشر الثقافة و الوعي الالكتروني هي نوعية التعليم ، وتشير الإحصائيات أن مدى انتشار الحاسبات في المؤسسات التعليمية بمختلف مراحلها في الجزائر يبقى محدودا ، و يؤكد غياب الوعي الالكتروني أهمية ومكانة التجارة الالكترونية ، و عدم دراية العديد من المواطنين بالفوائد التي يمكن التحصل عليها من إدماج الانترنت في النشاطات التجارية ، فتوظيف الانترنت في الجزائر يعتبر توظيفا ترفيهيا لا توظيفا تجاريا ¹

هـ- قصور الكوادر البشرية المدربة و المؤهلة في مجال تقنيات المعلومات وتطبيقات التجارة الالكترونية :

ان التركيز على العنصر البشري يعد إحدى سبل الوصول لمجتمع المعرفة و التطبيق السريع للتجارة الالكترونية و تفنقر الجزائر إلى الموارد البشرية والكوادر والخبرات التكنولوجية للتعامل مع تقنيات التجارة الالكترونية والتي من المفروض أن تتولى مهمة تصميم و تطوير مواقع التجارة الالكترونية ونظم الدفع الالكترونية .ويفسر هذا الفقر في الموارد البشرية بجملة من العوامل من بينها :

- ضعف مستوى التكوين المتخصص في تكنولوجيا الاعلام والاتصال على مستوى المعاهد والمؤسسات.
- ضعف الإمكانيات البحث والتطوير العلمي و التكنولوجي الذي يؤدي دورا مركزيا في اقتناء وإنتاج المعرفة التكنولوجية اللازمة للاستفادة من التجارة الالكترونية ، فلم توجه الجزائر الاهتمام الكافي لهذا المجال
- ظهور ابتكارات جديدة باستمرار، وتطور التكنولوجيا بسرعة فائقة يصعب من عملية اللحاق بها و يجعل خريجي المعاهد والجامعات في مجال المعلوماتية و التقنيات الحديثة للاعلام والاتصال غير كافي لمواكبة هذه التطورات وبناء مجتمع معلومات مع التجارة الالكترونية

- هجرة الأدمغة والكفاءات إلى الدول المتقدمة التي تعمل جاهدة إلى استقطابها ²

و- ضعف البنية التحتية للدفع الالكتروني :

تعرض الجزائر تحديات كبيرة في مجال الدخول إلى عالم التجارة الالكترونية، والتي من بينها البنى التحتية التي تسمح بتسديد المشتريات عبر الانترنت ، فضعف وعدم توفر الوسائل الخاصة بالدفع الالكتروني يلعب دورا كبير في ضعف عمليات التجارة الالكترونية الجزائرية ، ومن شأنه عرقلة نمو هذا النوع الحديث من المبادلات فقد تأخرت الجزائر كثيرا في إصدار وسائل الدفع الحديثة التي تتماشى مع التطورات التكنولوجية بحيث أعطيت إشارة انطلاق نظام الدفع الالكتروني باستعمال البطاقات البنكية نهاية سنة 2005 . فان التجارة الالكترونية دون توفر بطاقات ائتمانية يعتبر شبه مستحيل ، وكون هذه البطاقات الطريقة المفضلة لتسديد المدفوعات مباشرة على الانترنت، فان استعمال هذا النوع من البطاقات يبقى محدودا جدا في الجزائر. ³

¹ سعد غالب ياسين، بشير عباس العالق، " التجارة الالكترونية"، المرجع السابق ، ص 100

² إبراهيم العيسوي، " التجارة الالكترونية"، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، مصر، 2003 . ص 86

³ أحمد محمد غنيم، " الإدارة الالكترونية: آفاق الحاضر وتطلعات المستقبل"، المكتبة المصرية ، المنصورة ، مصر، 2004. ص 99.

نجد ان البطاقات المصدرة من طرف المنظومة البنكية الجزائرية هي بطاقات سحب ودفع "BCI" عمم استعمالها سنة 2007 ، إلا أنها لم ترقى بعد إلى المستوى الذي يخولها تشجيع نمو التجارة الالكترونية بالإضافة إلى بقاء هذه البطاقات غير مستعملة في عملية سداد المشتريات من التجار الجزائريين عبر الخط حتى النصف الثاني من سنة 2009 وكذلك لا تتمتع هذه البطاقات بالقبول للتعامل على المستوى الدولي ، فلم تشرع بعض البنوك في إعطاء طابع الدولية لبطاقاته من خلال الحصول على الترخيص من الهيئات الدولية VISA - MASTERCART حتى سنة 2010.¹

ويمكن تفسير البنية التحتية للدفع الالكتروني و تأخر البنوك في تطوير هذه البنية بالعوامل التالية :

- ارتفاع تكاليف الاقتناء
- تخوف البنوك من إصدار البطاقات الائتمانية بسبب عدم التأكد من مدى التزام حاملي البطاقات لسداد الديون المستحقة عليهم
- رداءة الخدمات البنكية وكثرة تعطل الموزعات الآلية ونهايات الدفع الالكتروني
- تفضيل الزبائن للدفع نقدا في مختلف التعاملات التجارية بالإضافة إلى انخفاض القدرة الشرائية للمواطنين .

الجرائم الالكترونية :

إن من بين أهم ما يعرقل نظام الدفع الالكتروني هو انتشار الجرائم التي ترتكب بواسطة الحاسب الآلي و شبكات الانترنت و من بين هذه الجرائم :

- جرائم انتحال شخصية الفرد و استعمال بياناته الشخصية لاستخراج البطاقات البنكية عبر الانترنت
- ارتكاب حاملي البطاقة لجرائم تتعلق بالاستعمال الغير المشروع للبطاقات المنتهية الصلاحية أو الملعاة لسداد المشتريات ، و كذلك إساءة استخدام بيانات البطاقة أثناء مدة صلاحيتها بدفع ثمن السلع و الخدمات عبر الانترنت والسحب من أجهزة الصراف الآلي ، ويكون الرصيد في البنك غير كافي لتغطية هذه المبالغ
- جرائم السطو على أرقام البطاقات ، حيث يستطيع أشخاص ذوي دراية كبيرة بأنظمة المعلوماتية و طرق التزوير ، تخليق أرقام بطاقات ائتمانية من خلال حاسبهم بواسطة برنامج تشغيل خاص و الالتقاط غير المشروع لأرقام بطاقات مستعملة في التسوق عبر الانترنت لاستغلالها في الحصول على سلع وخدمات
- غسل الأموال باستخدام البطاقات البنكية ، بحيث يتمكن أصحاب الدخل غير المشروع من استخدام البطاقات في غسل هذه الأموال من خلال الحصول على عدد كبير من البطاقات من بنوك في دول أخرى²

2 : العوائق الاجتماعية والنفسية :

تتعلق الأسباب الاجتماعية والنفسية للتجارة الالكترونية بخصائص المجتمع الجزائري و الذي لا يزال ينتظر الكثير من الأشياء حتى يتمكن من الانضمام إلى مجتمع المعلومات ، فمن بين الاسباب نجد :

¹ احمد محمد غنيم، مرجع سابق ، ص99

² بشير عباس العلق، "تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات وتطبيقاتها في مجال التجارة النقالة"، المنظمة العربية للتنمية الادارية ، عمان، الأردن 2007 ،

- **الامية** : من الصعب على الجزائر التي يعاني فيها حوالي 1.1 مليون شخص من أمية الحرف أن تتحول بسهولة إلى الاقتصاد المعرفي وتطبق أسلوب التجارة عبر الانترنت
 - **اللغة** : من بين تحديات التجارة الالكترونية عامل اللغة والذي يعتبر من بين القضايا الحاسمة في استخدام الشبكات للأغراض التجارية، حيث معظم التعاملات التجارية الالكترونية تتم باللغة الانجليزية
 - **العائق النفسي** : ما يعرقل التحول إلى التجارة الالكترونية ويجعلها بديلا ، هو سلوك المستهلك ونظرة المستهلك الجزائري إزاء الانفتاح على العالم الخارجي وإبرام نوع حديث من الصفقات التجارية التي تتعدى الحدود ، فلقد فوجئ المستهلكون الجزائريون بهذا النوع الحديث من المبادلات والتسوق عبر وسيط الكتروني ، مما أدى إلى عدم تقبلهم فكرة التجارة الالكترونية ومقاومتهم لها ويتميز سلوك المستهلك بما يلي :¹
 - انعدام ثقة المستهلك في الباعة المجهولين الذين لا يراهم أمامه مباشرة
 - عدم انغراس التجارة الالكترونية في عادات المجتمع ، فالكثير يفضلون البضائع والخدمات عن قرب ولمسها وتحسسها وربما تذوقها قبل إتمام الصفقة
 - تخوف المستهلك من عنصر المخاطرة الذي يميز التجارة الالكترونية، فهناك احتمال بث معلومات غير صادقة من طرف التاجر حول مواصفات السلعة وأسعارها وبالتالي هناك خطر استلام منتجات غير مطابقة للطلبات أو عدم استلامها نهائيا
 - التخوف من عملية سرقة البيانات والمعلومات الخاصة المتعلقة بأرقام البطاقات البنكية
 - حداثة ظاهرة التجارة الالكترونية وتميزها بالتغيير السريع يزيد من تخوف المستهلك¹
- 3 : العقبات التجارية :**

- لقد وضعت الثورة التكنولوجية الحديثة تحت تصرف المؤسسات طرق الكترونية حديثة لإجراء التبادلات والأعمال والأنشطة التجارية ، بغية مساعدتها على إثبات وجودها بقوة على الساحة التجارية ، إلا أن أغلبية المؤسسات مرتبطة بأنماط التجارة التقليدية ، وتفترق إلى قابلية التحول الجذري لمؤسسات الكترونية تعتمد على الوسائط الالكترونية في إبرام صفقاتها ويمكن تلخيص هذه العقبات التجارية كالآتي :
- أ- عدم توفر الحوافز لدى المؤسسات لممارسة التجارة الالكترونية ويرجع ذلك إلى عدة أسباب من بينها :
 - صعوبة الوصول إلى قاعدة تمويل كبيرة لبدء مشاريع التجارة الالكترونية فلا تستطيع أغلبية الشركات الحصول على تمويل كافي لتغطية نفقات وتكاليف توطين تكنولوجيا الاعلام والاتصال و إنشاء منصة للتجارة الالكترونية على الأنترنت²
 - ب- ضعف المساعدات اللازمة للتحول إلى التجارة الالكترونية والذي تتجلى مظاهره في :
 - محدودية الدعم الحكومي المشجع للتجارة الالكترونية
 - عدم توفر شركات الوساطة التي تقوم بدور نقل وتوصيل البضائع المباعه الكترونيا

¹ احمد محمد غنيم، " الإدارة الالكترونية:آفاق الحاضر وتطلعات المستقبل "، مرجع سابق ، ص62
² احمد محمد غنيم، " الإدارة الالكترونية:آفاق الحاضر وتطلعات المستقبل "، المرجع السابق ،ص63

- الانعكاسات السلبية لظاهرة العولمة على المؤسسات المحلية المختصة في مجال المعلوماتية والذي أصبح دورها يقتصر على المستهلك فقط
- ارتفاع تكاليف نقل الملكية الفكرية مما يضيف أعباء ثقيلة على الفاتورة التقنية المعلوماتية
- أحجام المستهلكين على التسوق عبر الانترنت بسبب عدم وجود فوارق في الأسعار بين التجارة التقليدية و التجارة الالكترونية¹

4 : العقوبات القانونية والتشريعية :

ان ظهور الوسائط الالكترونية للتعاملات و التي تتخطى الحدود الجغرافية، نتج عنه ظهور العديد من المشاكل و القضايا القانونية المترتبة عن استخدام هذه الوسائط في التجارة الالكترونية و التي تقوم على تعاقدات دون مستندات أو مرتكزات مالية ، الأمر الذي يثير مسألة التزامات الأطراف المتعاقدة ، فنجد انه لا بد من تعديل و توفير عدد من التشريعات و التدابير القانونية التي من شأنها المساعدة على حماية الأطراف أثناء التبادل ، وتسرع من عملية إبرام و تنفيذ العقود الالكترونية ، كما تشجع على تبني مختلف أساليب التجارة الالكترونية و نجد ان الجزائر تواجه تحديا حقيقيا في وضع التشريعات التي تتلائم مع النمط الحديث من العمليات التجارية الالكترونية.

ثانيا : حلول وسبل توسيع التجارة الالكترونية في الجزائر :

في ظل تنامي الاهتمام العالمي بالتجارة الالكترونية ، يتعين على الجزائر أن تدرك حقيقة وضعها على الخريطة التجارية الالكترونية الحديثة، وأن تحاول تدارك التأخر الحاصل والاستفادة من الفرص التي تتيحها هذه التجارة ،من خلال إيجاد الحلول و اتخاذ بعض الإجراءات قصد النهوض بهذه التجارة وإيجاد البيئة التمكينية المناسبة لانتشارها

اولا - سبل التوعية :

من المتفق عليه أن التحول نحو التجارة الالكترونية والتعامل في عالم افتراضي خالي من الوسائل المادية ، و لا يعترف بالحدود الزمانية والمكانية ،يشكل في واقع الأمر تحديا كبيرا لعادات استهلاكية وأفكار تجارية مستقرة منذ عقود طويلة،ولذلك لا يمكن تطبيق التجارة الالكترونية إلا في ضوء خطة إعلامية تنويرية علمية مدروسة بعناية ، ومخصصة حسب الفئات التي تتم مخاطبتها .فالقيام بهذه الحملات التنويرية الهادفة إلى نشر الوعي و الاستعداد النفسي للتجارة الالكترونية ،يعد عاملا أساسيا في تكوين رأي عام ايجابي حول هذه التجارة والمزايا الناجمة عن التعامل بها لدى جميع الفئات بكافة أعمارهم وثقافتهم ،سواء كانوا أفراد أو مؤسسات .إذن فنجاح هذه السبل التوعوية في أداء الدور المنوط بها ، يستدعي تركيزها على نشر الثقافة و المعرفة باستخدامات الأنترنت والتجارة الالكترونية ، وتحسيس الجمهور بفوائدها ، وتكوين موارد بشرية ،وموائمة لنظام التكوين و التعليم مع هذا النوع الحديث من المعاملات .

¹ جاري شنايدر، " التجارة الالكترونية"، تعريب سرور علي إبراهيم، دار المريخ للنشر ، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2000، ص46

1 - التثقيف الإلكتروني :

لا بد من نشر الثقافة الإلكترونية من خلال تنظيم ملتقيات تحسيسية وندوات وأيام دراسية حول التجارة الإلكترونية ، وأهمية توظيف الأنترنت و تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات على الوجه الأمثل لخدمة الاقتصاد الوطني، وذلك بالتعاون مع شركات تقنية المعلومات والهياكل الوطنية والأجنبية مع الاستعانة بكافة وسائل الاعلام السمعية والمرئية والمقروءة لتوليد تيار متدفق من الفكر المدرك لأهمية التجارة الإلكترونية¹

2 - إعداد مجتمع الأعمال للتجارة الإلكترونية :

إن مسألة التوعية لا تقتصر على الافراد فقط بل لا بد من أن تشمل المؤسسات كذلك ، فتبني تطبيقات التجارة الإلكترونية في الشركات يعتمد بشكل كبير على مدى قبول هذه التكنولوجيا و إدراك إمكانياتها من قبل العاملين في الشركة سواء كانوا مديرين أو موظفين

3 - **تثمين دور التعليم :** في ظل اقتصاد المعلومات يتجه الاهتمام صوب النشاط كثيف المعرفة ويخص جانب التعليم بدور جوهري باعتباره النطاق الذي تبنى فيه الطاقات البشرية التي تحتاجها صناعات اقتصاد المعرفة فتطبيق التجارة الإلكترونية يستدعي ضرورة إطلاق مبادرات لبناء و تنمية القدرات البشرية اللازمة للتحول إلى هذا النمط من التعاملات²

ثانيا :السبل التكنولوجية :

تتعلق الحلول التكنولوجية الرامية إلى النهوض بالعناصر التالية :

1 - **تعميم استخدام الانترنت :** إن انتشار الانترنت وتزايد استخداماتها وبروزها كقاعدة للتجارة الإلكترونية ، ساعد على جعل هذه التجارة الطريقة الأرخص والأكثر كفاءة للوصول إلى الأسواق الوطنية والعالمية وإتمام الصفقات ، مما يجعل الجزائر تضع ضمن مشاريعها القادمة و المستعجلة ضرورة توسيع استخدام الانترنت والعمل على الاستفادة القصوى منها.

2 - **تحرير سوق خدمات الاتصالات :** ما يحد من تطور التجارة الإلكترونية هو انغلاق أبواب المنافسة في أسواق خدمات تكنولوجيا الاعلام والاتصال ولهذا لا بد من تقليص دور القطاع العام والتوسع في تحرير هذه الخدمات من الاحتكار ، من اجل خلق بيئة و سوق تنافسية تتعادل فيها الفرص وتكون حافزا و مشجعا على تطوير شبكة الاتصالات وزيادة معدات الاتصال وتخفيض تكاليف الحصول على الخدمات و تحسين نوعية الجودة والخدمة .

3- **تشجيع القطاع الخاص على الاستثمار :** تتميز البنية التحتية للاتصالات و المعلومات في الجزائر بكونها لا تزال دون المستوى المقبول سواء من حيث نسب الانتشار أو القدرات أو التكلفة ولذلك يحتاج واقع البنية التحتية لكثير من الاستثمارات لتطوير أنظمة المعلومات و الاتصالات.

¹سعد غالب ياسين، بشير عباس العلق،" التجارة الإلكترونية"، مرجع سابق ، ص 96
²طارق طه،" التسويق والتجارة الإلكترونية"، دارالكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2005، ص 59.

4- خلق صناعة محلية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات : تعتبر عملية تطوير صناعة جزائرية لتكنولوجيا الاعلام و الاتصال احد الأركان الأساسية في مستقبل التجارة الإلكترونية في الجزائر فلا يجب التركيز على إستيراد التكنولوجيا الجاهزة

5- معالجة القضايا التنظيمية : إن وجود سلطة رسمية أو كيان مستقل لتنظيم قطاع الاتصالات يمثل عاملا رئيسيا في نمو وانتشار التجارة الإلكترونية فمثل هذه السلطة تتولى وضع آليات تنظيمية لخلق سوق يعزز الشفافية ويشجع على التنافس ويضمن التحول السريع إلى مجتمع المعلومات

ثالثا : السبل التشريعية :

لقد افرز الاعتماد المتنامي على شبكات المعلومات ونظم الحواسيب في المجال التجاري جملة من التحديات القانونية التي لم يسبق للمشرع الجزائري مواجهتها ولهذا فان رغبة الجزائر في إقامة تجارة الكترونية وتحقيق الفوائد المرجوة منها يستدعي ضرورة القيام بتعديلات عميقة تشمل التوجه السريع للنظم القانونية الجزائرية لمعالجة الآثار الناجمة عن استخدام تكنولوجيا الاعلام و الاتصال في الجانب التجاري ، من خلال حركة تشريعية تعكس استجابة التشريع الجزائري للجديد و المستجد في هذا المجال ، حيث لا بد أن تركز على التحضير و التكيف السريع للإطار القانوني للتجارة الإلكترونية الذي يكفل تنظيمها على نحو يحقق شيوعتها ونمائها¹ .

رابعا: السبل الاقتصادية والمالية :

تعد الحكومة المحرك الرئيسي و الفاعل للاقتصاد ، فبإمكانها اتخاذ مجموعة من التدابير و الاجراءات الاقتصادية و المالية التي من شأنها توفير قوة الدفع اللازمة لجميع أطراف مجتمع المعلومات لتبني التجارة الإلكترونية

1 - الشراكة بين القطاع الخاص و الحكومة : إن الرغبة في بناء مجتمع المعلومات يتطلب تنسيقا وتكاملا بين القطاع الحكومي و الخاص ، لتتاح لكل قطاع فرصة القيام بالدور المنوط به في إيجاد آليات تسريع التحول نحو هذا المجتمع فان مشروع التجارة الإلكترونية جزء من مجتمع المعلومات لا يمكن أن تقوم به الحكومة وحدها، بل لابد من إسناد القيادة للقطاع الخاص ، و تفعيل دوره في مجال تطوير هذه التجارة بكافة أبعادها ، من خلال إعطاءه حرية الانطلاق و ضمان مشاركته في تحديد الرؤية والتخطيط وإعداد القواعد و النظم و الإجراءات اللازمة لتطبيق التجارة الإلكترونية، وتقييم ومتابعة تنفيذ هذا المشروع²

¹ طارق طه، "التسويق والتجارة الإلكترونية"، المرجع السابق، ص60

² طارق طه، "التسويق والتجارة الإلكترونية"، المرجع السابق، ص60

2 - تنمية وتشجيع المؤسسات للتحويل إلى التجارة الإلكترونية : يلعب القطاع الخاص الدور الفعال والرئيسي في نمو وازدهار التجارة الإلكترونية ، وما يميز هذا القطاع في الجزائر هو نقص اهتمامه بهذه التقنية التجارية التي ستفتح له آفاق واسعة ، ولذلك لا بد أن تلعب الحكومة الجزائرية دورا إيجابيا ، مشجعا ومحفزا للقطاع الخاص لتعظيم استخدامه للتجارة الإلكترونية ورفع مستوى الوعي لديه بالفرص والتحديات التي تشكلها هذه التجارة، كما يمكن إنشاء سلسلة من الشركات المهتمة بالتجارة الإلكترونية ، وتجميعها لإنشاء شبكات تجارية ومواقع تسويقية أو بوابات الكترونية على شبكة الانترنت ، تهدف إلى زيادة روابط التعاون بين هذه المنشآت و تدعيم المعاملات و الصفقات بينها عن طريق الاتصال المباشر .

3 - تطوير وتنويع الهيكل الاقتصادي : التجارة الإلكترونية هي ركن من أركان الاقتصاد تعكس ما يدور فيه، فازدهار هذه التجارة يتطلب تعبئة كافة القطاعات الاقتصادية لخدمتها .

4 - رفع معدل الإنفاق على أنشطة البحث والتطوير : يمثل البحث و التطوير أحد أهم جوانب التطوير التكنولوجي ، فالدخول في اقتصاد المعرفة و تبني التجارة الإلكترونية يستدعي ضرورة الخروج من النظرة الضيقة لقطاع البحث على أنه لا يحقق قيمة مضافة ، وتجسيد ذلك بوضع خطة بحث و تطوير في تقنية المعلومات و الاتصالات تستهدف استقطاب الباحثين العلميين و الاستفادة من خبراتهم لزيادة ذخيرة المعرفة العلمية و استعمالها في إنتاج و تطوير منتجات و خدمات جديدة متعلقة بتكنولوجيا الاعلام والاتصال¹

5 - تطوير نظام الدفع الإلكتروني :

من بين الطرق الرئيسية لنمو التجارة الإلكترونية الجزائرية وانتشار تطبيقاتها ، هو ضرورة استبدال النظام التقليدي للدفع و السداد بنظام الكتروني يتماشى مع التطورات التكنولوجية الحديثة ، فلا بد على الدولة الجزائرية أن تسارع بتشخيص الأوضاع الراهنة و تحديد احتياجات هذا النظام الإلكتروني الحديث ، و بناء عليه تقوم بتنفيذ برنامج أو خطة شاملة لعصرنة و تطوير الأساليب الشاسعة الاستعمال لتسديد المدفوعات ، على غرار البطاقات الائتمانية و الذكية و النقود الإلكترونية.

6 - تخفيض التكاليف : لا بد أن تسعى الحكومة إلى تخفيض أسعار منتجات تكنولوجيا الاعلام والاتصال و خدمات النفاذ إليها من خلال خصصة قطاع الاتصالات و فتح الباب للمنافسة ، ومنح إعفاءات ضريبية للشركات العاملة في مجال تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و التجارة الإلكترونية وتخفيض الرسوم الجمركية على منتجات تكنولوجيا الاعلام والاتصال المستوردة ليتاح لمعظم فئات المجتمع الحصول عليها²

¹ طارق طه ، المرجع السابق ، ص61

² طارق طه، "التسويق والتجارة الإلكترونية"، المرجع السابق، ص61

خلاصة الفصل :

في ظل الثورة التكنولوجية وانفتاح الأسواق العالمية ، أصبح من القناعات الراسخة أن التجارة الالكترونية تشكل وسيلة رئيسية لدعم قدرة الاقتصاد على الاندماج في الاقتصاد المعرفي ، وان انتشار هذه التجارة في الجزائر يتطلب العديد من المقومات الكفيلة بإقامة البيئة التمكينية لزراع نواتها . ورغم كل الجهود المبذولة للتفاعل مع التغيرات التكنولوجية وتوفير متطلبات قيام التجارة الالكترونية ، إلا أنه حسب تحليلنا لاحظنا أن هناك تأخر في مجال البنية التحتية للاتصالات لا سيما الانترنت المتعلقة بالهاتف الثابت ، مما حال دون توسع التجارة الالكترونية الجزائرية، بالإضافة إلى العديد من العراقيل والعقبات التي تعترض نمو هذه التجارة ، منها ما هو قانوني ، تجاري ، ثقافي واجتماعي . ويهدف تفعيل هذه التجارة، لا بد أن تدرك الجزائر أن مسار التحول إلى التجارة الالكترونية يتطلب جملة من التغييرات وإعداد الترتيبات ، والتخطيط والتفكير الدقيق و التركيز على مجموعة من المقومات و العوامل ، واستخدامها بشكل يعطي الثمار المرجوة منه و يحقق الانطلاق الفعلي

الفصل الثاني: التجارة الالكترونية في الجزائر في ظل استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال

للمعاملات التجارية الالكترونية، ويتم ذلك من خلال استكمال البنية التحتية لتكنولوجيا الاعلام والاتصال ، وانتهاج سياسة التثقيب الالكتروني ، بالإضافة إلى تنشيط و تحفيز المؤسسات لاقتحام هذا النشاط و تحديث البيئة التشريعية والقانونية لتصبح أكثر تلائما مع التجارة الالكترونية.

خاتمة:

في عالم أصبحت فيه تكنولوجيات المعلومات والاتصالات الركيزة الأساسية لنجاح الإقتصاد في مختلف دول العالم ، حيث أصبح التقدم التكنولوجي هو المحرك الرئيسي للاقتصاد العالمي، وأضحى تطور الامم وازدهارها يقاس بمدى تبنيتها لهذه التكنولوجيا ، لا سيما الجانب التجاري . مما مهد لظهورالتجارة الالكترونية. لقد أصبحت التجارة الالكترونية تسمح بتأدية أكبر عدد من الخدمات في ظل تعاظم الشبكات المفتوحة والتقنيات المتطورة على كل المستويات، الامر الذي أدى إلى إزالة الحواجز والموانع واختزال المسافات والازمنة . من هذا الباب جاء التركيز على دراسة ظاهرة التجارة الالكترونية ، ولعل ما تشهده الدول من تحولات كبيرة للانتقال للعالم الرقمي مع ازدياد التسابق التكنولوجي والمنافسة نحو استخدام هذا النوع من التجارة لم يترك للجزائري مجال للمماثلة في تبني التجارة الالكترونية والاستفادة من المزايا التي توفرها. و على ضوء الدراسة التي تناولنا فيها موضوع التجارة الالكترونية ، تحدياتها و آفاقها في الجزائر في ظل تطور استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وما تضمنتها من استعراض وتبيان لاوزاع الجزائر في هذا المجال، يمكننا الخروج ببعض النتائج الهامة و اختبار صحة الفرضيات المطروحة و كذلك أهم التوصيات المقترحة ، كالآتي :

النتائج:

- من خلال هذا البحث أمكننا الوصول إلى النتائج التالية :
- تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات احدثت تحول الإقتصاد من الشكل التقليدي إلى الشكل الرقمي ، والمعتمد على المعلومات كأهم عنصر من عناصر الانتاج.
 - وجود التجارة الالكترونية وانتشارها يرجع إلى الادوات المختلفة لتكنولوجيا الحديثة من أجهزة حاسوب ووسائل وشبكات الاتصالات في المجال التجاري ، التي وفرت البيئة التقنية اللازمة لقيامها .
 - رغم تعدد وسائل التكنولوجيا الحديثة ، إلا أن شبكة الانترنت برزت كركيزة أساسية للتجارة الالكترونية ، فقد ساعدت الشبكة على الامتداد الاقليمي للتعاملات التجارية إلى مختلف القارات .
 - هناك مؤشرات على إمكانية تحسن قطاع تكنولوجيا المعلومات وتبني التجارة الالكترونية في الجزائر ، ويرجع الامر الى سعي الدولة على تحقيق بيئة تقنية وتشريعية وتجارية مناسبة للنهوض بهذا القطاع الحيوي ، مع وجود الكثير من المؤسسات التي بدأت بالفعل تمارس بعض أعمالها عبرالانترنت .
 - النهوض بالتجارة الالكترونية يستدعي توفر إرادة حقيقية وقوية لدى الجزائر ومواجهة كل العراقيل التي تحول دون تطوير هذه التجارة .

نتائج اختبار الفرضيات:

1 - بالنسبة للفرضية الاولى التي تعتبر ان تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هي البنية الاساسية والقاعدة التكنولوجية لتعاملات التجارة الالكترونية فقد اصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات عاملا أساسيا لتبني التجارة الالكترونية حيث يرجع الفضل الكبير لها في تحقيق وجود وانتشار التجارة الالكترونية ، هذه التكنولوجيا الحديثة من أجهزة حاسوب ووسائل وشبكات للاتصالات في المجال التجاري التي وفرت البيئة التقنية اللازمة لقيام هذه التجارة ، توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى إثبات صحة الفرضية، حيث ان إنتشار التجارة الإلكترونية يرتبط ارتباطا وثيقا بانتشار الأنترنت فرغم تعدد وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، إلا أن شبكة الانترنت برزت كركيزة أساسية للتجارة الالكترونية ، فقد ساعدت على الامتداد الإقليمي للتجارة إلى مختلف القارات ولاكبر عدد من العملاء في أقصر وقت ممكن وبأقل تكلفة.

2 - بالنسبة للفرضية الثانية التي تعتبر ان التقدم التكنولوجي على الصعيد العالمي والشوط الكبير الذي قطعه الجزائر في تطوير البنى التحتية المختلفة لتفعيل التجارة الالكترونية حاليا ، يتوقف على البيئة العامة التي تنشأ فيها هذه التجارة ، ونظرا للمجهودات المبذولة خاصة مع قانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية ، توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى إثبات صحة الفرضية ، حيث من خلال دراسة البنية التحتية للتجارة الالكترونية توصلنا إلى أن الجزائر رغم ما تسجله من تأخر فهناك تطور ملحوظ على مستوى كل المجالات و القطاعات التي تمس بطريقة مباشرة أو غير مباشرة التجارة الالكترونية، خاصة منها قطاع تكنولوجيا المعلومات، القطاع المصرفي، الجانب البشري ، ثقافة المجتمع الجزائري اتجاه مختلف استعمالات التكنولوجيات الحديثة، و بالتالي في الوقت الحالي نجد ان تطبيق التجارة الالكترونية في الجزائر قطع شوطا كبيرا .

3 - بالنسبة للفرضية الثالثة التي تمكن من استعراض افاق وتحديات التجارة الالكترونية في الجزائر وسبل توسيعها من خلال مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فنجد ان التجارة الالكترونية في الجزائر اصبحت لا تقتصر على عملية امتلاك موقع على شبكة الانترنت فقط ، بل تمتد إلى الاعلان والنشر الإلكتروني ، الصيرفة الالكترونية ، الاستشارات القانونية و الطبية ، ، توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى إثبات صحة الفرضية فنجد انه بالرغم مما تواجهه الجزائر من صعوبات في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال والتي تعيق مسار تطور التجارة الالكترونية. الا انه تلقى العديد من المواقع الالكترونية في الجزائر اهتماما واسعا من مستخدمي الانترنت وهذا على اختلاف اختصاصاتها والتي تقدم خدمات في مجال التجارة والتسويق الإلكتروني مثل: واد كنيس، سوق الجزائر للمزادات... الخ ، ما يعطي انطبعا حسنا على التغييرات والتعديلات الجذرية في جميع الميادين خاصة في المجال التجاري من خلال الاستخدام العصري لمختلف أشكال تقنيات المعلومات والاتصالات باعتبارها من الوسائل الرئيسية للتبادل التجاري الإلكتروني ، مما ساهم في تفعيل أداء التجارة الالكترونية بالجزائر .

التوصيات :

ان النهوض بالتجارة الالكترونية ورفع التحدي الذي تفرضه ثورة تكنولوجيا الإعلام والاتصال ورغم كل المعوقات التي تواجه الجزائر ، يتطلب توفر إرادة قوية وحقيقية لتطوير هذه التجارة .
ولعل من أهم ما يجب عمله في هذا المجال:

- على الجزائر الاهتمام اكثر بتطوير انظمة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات من خلال تطوير الكفاءات وتعميم استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال على جميع المستويات ، الى جانب تعميم استخدام شبكة الانترنت في مجالات الخدمات و التجارة .
- السهر على تكييف القواعد القانونية الحالية مع ضرورة تسريع وتطوير وتخفيض تكاليف خدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وهذا ما يمثل الهدف الأساسي والكامل للقانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية.
- تطوير التحويل الالكتروني للأموال وتعميم وسائل الدفع الالكتروني باعتبارها أول خطوة لتبني التجارة الالكترونية وهذا بتشجيع النظام المصرفي على لعب دور أساسي لتسهيل وتيسير التجارة الالكترونية.
- القيام بإصلاحات اقتصادية ومالية عميقة تمس المنظومة الاقتصادية برمتها، وذلك من خلال استكمال البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وانتهاج سياسة التثقيف الالكتروني بالإضافة إلى تنشيط وتحفيز المؤسسات لاقتحام هذا النشاط وتحديث البيئة التشريعية وإضفاء مزيد من الاجراءات والقوانين لحماية التجار من القرصنة الالكترونية وضمان تكوينهم للارتقاء بمستوى التعاملات التجارية الالكترونية.
- تشجيع ودعم الاستثمار في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وخاصة القطاع الخاص المحلي، مع تحفيز وجذب الاستثمار الاجنبي لتطوير البنى التحتية اللازمة لتطبيق التجارة الالكترونية.
- إنشاء مراكز وهيئات متخصصة في قطاع البحث والتطوير ، وهذا لإبراز مجهوداتها ونتائج أبحاثها واستخدامها في استحداث مختلف الابتكارات المساعدة على تطبيق التجارة الالكترونية.

الافاق :

- التجارة الإلكترونية من المواضيع التي تكتسي أهمية بالغة في دراستها والبحث وهذا لمواكبة التطورات الجديدة لذا إرتئينا أن نذكر بعض المواضيع كآفاق للدراسة لفائدة الباحثين
- 1_ التجارة الإلكترونية كأداة فاعلة في نشاط المؤسسات الجزائرية والعوامل المؤثرة على تطبيقها
 - 2_ التجارة الإلكترونية في الجزائر وتحدياتها في ظل التنمية المستدامة.

- المراجع باللغة العربية

- الكتب :

1. سعد غالب ياسين، بشير عباس العلق ، "الاعمال الالكترونية"، دار المناهج للنشر و التوزيع، الاردن ، 2006
 2. فريد النجار و آخرون ، "التجارة و الاعمال الالكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة" ، الدار الجامعية ، مصر ، 2006
 3. ثامر البكري ، قضايا معاصرة في التسويق، دار حامد للنشر والتوزيع ، 2015
 4. إبراهيم بختي: التجارة الالكترونية ، مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر
- 2005
5. محمد نور صالح الجداية ، التجارة الالكترونية ، الطبعة الاولى ، دار الحامد ، عمان ، 2009
 6. إبراهيم العيسوي، التجارة الإلكترونية، المكتبة الأكاديمية، مصر، 2003
 7. بشير عباس العلق ، تطبيقات الانترنت في التسويق، دار المناهج، الأردن، 2003
 8. السيد أحمد عبد الخالق " التجارة الإلكترونية و العولمة " منشورات المنظمة العربية للتنمية الادارية ، القاهرة ، مصر
- 2006
9. ثابت عبد الرحمن إدريس، جمال الدين محمد المرسي، التسويق المعاصر، الدار الجامعية ، مصر 2005
 10. فيصل سعيد الغريب، التوقيع الالكتروني وحجيته في الاثبات ، منشورات المنظمة العربية للتنمية الادارية ، الكويت، 2005
 11. عبد المنعم راضي، فرج عزت، "اقتصاديات النقود والبنوك" ، البيان للطباعة والنشر ، الإسكندرية، مصر ، 2010
 12. عبد الفتاح بيومي حجازي، "النظام القانوني لحماية التجارة الالكترونية، نظام التجارة الالكترونية وحمايتها مدنيا"، الكتاب الأول، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، مصر ، 2002
 13. فريد النجار، وآخرون، "وسائل المدفوعات الإلكترونية والتجارة والأعمال الالكترونية المتكاملة" ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، 2006
 14. محمد حسين منصور، "أحكام البيع التقليدية و الالكترونية و الدولية و حماية المستهلك" ، دار الفكر ، الجامع ، الإسكندرية ، 2006
 15. عبد الحميد بسيوني، " التجارة الالكترونية " ، دار الكتب العلمية للنشر و التوزيع ، القاهرة، مصر ، 2003
 16. محمد الطائي، " التجارة الالكترونية " ، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى، عمان، 2010
 17. خضر مصباح الطيبي، "التجارة الالكترونية"، دار حامد للنشر والتوزيع، الاردن، 2008
 18. عبد الرحمن الهاشمي، فائزة محمد العزاوي ، " المنهج والاقتصاد المعرفي " ، دار المسيرة ، الاردن 2007
 19. فليح حسن خلف، " اقتصاد المعرفة "، عالم الكتاب الحديث ، الاردن 2007
 20. نجم عبود نجم، " الادارة الالكترونية ، الاستراتيجية والوظائف والمشكلات"، دار المريخ ، الرياض ، المملكة العربية السعودية 2004
 21. محسن أحمد الخضيرى ، " اقتصاد المعرفة " ، مجموعة النيل العربية ، القاهرة ، 2001
 22. محرم الحداد و آخرون، نحو إستراتيجية للاستفادة من التجارة الإلكترونية في مصر، معهد التخطيط القومي، مصر، 2002
 23. إبراهيم بختي، " التجارة الإلكترونية " ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005 .
 24. السماتي سيف الدين ، العمليات المصرفية الالكترونية و الإطار الإشرافي ، عمان ، الأردن : إتحاد المصارف العربية ، إصدار خاص ، 2004
 25. سعد غالب ياسين، بشير عباس العالق، " التجارة الالكترونية"، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن ، 2004.

26. احمد محمد غنيم، "الإدارة الالكترونية: آفاق الحاضر وتطلعات المستقبل"، المكتبة المصرية، المنصورة، مصر، 2004.

27. بشير عباس العلق، "تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات وتطبيقاتها في مجال التجارة النقالة"، المنظمة العربية للتنمية الادارية، عمان، الأردن 2007،

28. جاري شنايدر، " التجارة الالكترونية"، تعريب سرور علي إبراهيم، دار المريخ للنشر، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2000

29. طارق طه، "التسويق والتجارة الإلكترونية"، دارالكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2005

- مذكرات و رسائل ماجستير :

30. صايم عبدالرحيم، " تحديات التجارة الالكترونية في الجزائر الواقع والافاق " مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة

ماستر في علوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة مستغانم، 2021

31. عبد الرحيم وهيب، " إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالإلكترونية دراسة حالة الجزائر"، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006

32. بشير كاوجة، " دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسات الاستشفائية العمومية الجزائرية - دراسة حالة مستشفى محمد بوضياف"، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علوم التسيير، جامعة ورقلة، 2015

33. مقاويب منصف، "الاقتصاد الجديد و التجارة الإلكترونية"، مذكرة ماجستير، جامعة عنابة، 2004

- مجلات :

34. مسيردي سيد احمد، سعدي خديجة، "مشروع الجزائر الالكترونية : واقع وتحديات، مجلة الادارة والتنمية للبحوث والدراسات"، العدد الرابع أعمال الملتقى الوطني حول المنظومة المصرفية الجزائرية و التحولات الاقتصادية، الواقع والتحديات، جامعة الشلف، الجزائر

35. عمارة نعيمة، مرواني كوثر " المستجدات القانونية للتجارة الالكترونية في الجزائر وفق مقتضيات القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية " - مجلة جديد الاقتصاد المجلد 14/ العدد 1، جامعة العربي بن مهيدي - ام البواقي، 2019،

36. ابرادشة فريد، عامر هني " البنوك العمومية ودورها في تعزيز التجارة الالكترونية في الجزائر : واقع وافاق "، مجلة البحوث السياسية والادارية العدد 13، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2019

37. بن عمر خالد، بورزامة جيلالي " واقع الصيرفة الالكترونية في الجزائر " مجلة بحوث اقتصادية عربية العدد 80 - يونيو 2019، ص 96-105

38. زايد محمد، "البطاقات البنكية كاداة لتفعيل التجارة الالكترونية" - مجلة ضياء للدراسات القانونية المجلد 03 العدد 02، المركز الجامعي نور البشير - البيض، 2021

- ملتقيات وطنية ودولية

39. - صالح إلياس، وسائل الدفع التقليدية في ظل وجود الوسائل الحديثة، الملتقى العلمي الدولي الرابع، حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية، وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر المركز الجامعي بخميس مليانة 26-27 افريل 2017 ،

40. عجيلة محمد، غزيل محمد مولود، "ملامح التجارة الالكترونية في الجزائر، مشاكلها و حلولها المقترحة"، مداخلة في إطار الملتقى العلمي الدولي الرابع حول: عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر-عرض تجارب دولية- المركز الجامعي خميس مليانة، 26/27 افريل 2011

- تقارير ، دراسات وبحوث متخصصة

41. المجلس الوطني الإقتصادي والإجتماعي إشكالية اصلاح المنظومة المصرفية: عناصر من اجل فتح نقاش اجتماعي، تقرير مقدم أمام الدورة السادسة عشر نوفمبر 2000

42. آيت زيان كمال، آيت زيان حورية ، "الصيرفة الالكترونية في الجزائر، المركز الجامعي، خميس مليانة، الجزائر

43. خلادي عبد القادر ، كويسي سليمة، " تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في الجزائر: وضعية و آفاق"، اجتماع الخبراء الإقليمي حول معيقات النفاذ الشامل لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في الدول العربية (05/10/2007)

- مواقع الانترنت

44. www.wto.org
45. -"The History of E-commerce", <https://gacbe.ac.in>
46. <https://alsharqis.com/category>
47. <https://www.almaal.org/advantages-and-disadvantages-of-e-commerce>
48. www.jumia.dz
49. www.echrily.com
50. <https://www.touring-algeria.com>
51. www.ouedkniss.com
52. www.Air.algerie.com
53. www.djelfa.info
54. <http://casbah-tribune.com>
55. <http://www.pcsoft16.com>
56. <http://www.cpa-bank.dz>

- مراسيم وقوانين

55. القانون رقم 18-05 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 هجرية الموافق 10 مايو سنة 2018 ، المتعلق بالتجارة الإلكترونية (ج.ر عدد 28 مؤرخة في : 2018/05/16)

- المراجع باللغة الفرنسية :

These :

56 M.Kalika et al, Le e-Management: Quelles transformations pour l'entreprise? Liaisons, Paris, 2003, p 119

الملحق رقم (01) : المحفظة الالكترونية



المصدر : [https:// jawwalpay.ps](https://jawwalpay.ps)> wallet

الملحق رقم (02) : الشيك الالكتروني

TACSIMILE CHECK IS NON-NEGOTIABLE AND REPRESENTS A PRIZE THAT YOU ARE ELIGIBLE TO WIN.

PRIZE CLAIM CENTER
P.O. BOX 4982
NEW YORK, NY 10163

Check No. M98211

\$**1,000,000.00

PAY THE AMOUNT OF ONE MILLION DOLLARS AND 00 DATE 11/04/99

TO THE ORDER OF Abdulwahed Mohammed
usa- 18714
Alain, 01

Kenneth J. Brown
SIGNATURE

:103T459345: E0435960384320:

URGENT

NOTE: READ CAREFULLY IF YOU'RE ON THE OFFICIAL LIST ABOVE

المصدر : [https:// bou7outh2u.blogspot.com](https://bou7outh2u.blogspot.com)

الملحق رقم (03) : بطاقة CIB البنكية



المصدر : <https://www.bitakati.dz>

الملحق رقم (04) : موقع اشريلي



المصدر : [https:// echrily.dz](https://echrily.dz)

الملحق رقم (05) : تطبيق وصلني



المصدر : [https:// casbah-tribune.com](https://casbah-tribune.com)

الملحق رقم (06) : تطبيق بريدي موب



المصدر : <https://algerie-poste-mobile.sa.aptoi>

المخلص

تهدف دراستنا الى التعرف على ظاهرة التجارة الالكترونية التي اصبحت حقيقة واقعية انتشرت بصورة كبيرة في وقت قصير، مع إيضاح مكانة التجارة الالكترونية في الجزائر مع تحديد و معرفة أهم التحديات والعوائق التي تواجه الجزائر في استخدام هذه التجارة .

رغم ما ذكر آنفا ، نجد ان الجزائر قطعت شوطا كبيرا في تبنيتها لهذه التجارة الحديثة ، فقد اتخذت مؤخرا إجراءات عدة في جميع الميادين بغية تدعيم استخدام التقنيات الحديثة ومسايرة التحولات التكنولوجية من اجل تبني التجارة الالكترونية وتذليل العقبات ووضع استراتيجيات وسياسات وطنية للتقدم العلمي والتأهيل المؤسسي والقانوني من اجل النهوض بالاقتصاد الوطني .

توصلت الدراسة الى ان ضعف تمويل التجارة الالكترونية يفرض على الجزائر تشجيع مساهمة القطاع الخاص والمشارك في تمويل هذه التجارة ، تكليف القواعد القانونية الحالية وهذا ما يمثل الهدف الأساسي للقانون 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية ، الذي سمح بضمان أمن التجارة الالكترونية ، مما يسمح بتنشيط وتحفيز المؤسسات لاقتحام هذا النشاط والارتقاء بمستوى التعاملات التجارية الالكترونية.

الكلمات المفتاحية : التجارة الإلكترونية.الدفع الإلكتروني. تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.تحديات التجارة الالكترونية في الجزائر

Abstract :

Our study aims to identify the phenomenon of E-commerce , which has become a realistic reality and has spread widely in a short time, with an explanation of the status of E-commerce in Algeria, while identifying and knowing the most important challenges and obstacles facing Algeria in the use of this trade.

Despite what was mentioned above, we find that Algeria has come a long way in adopting this modern trade. It has recently taken several measures in all fields in order to support the use of modern technologies and keep pace with technological transformations in order to adopt E-commerce and overcome obstacles and develop national strategies and policies for scientific progress and institutional and legal rehabilitation from for the advancement of the national economy.

The study concluded that the weakness of financing E-commerce requires Algeria to encourage the contribution of the private sector and the participant in financing this trade, adapting the current legal rules, and this represents the main objective of Law 18-05 related to E-commerce , which allowed ensuring the security of E-commerce, which allows stimulating and stimulating institutions To break into this activity and raise the level of electronic commercial transactions.

Keywords: E-commerce. Electronic payment, information and communication technology, challenges of E-commerce in Algeria.