

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات لنيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية
تخصص: الامداد و النقل الدولي

عنوان المذكرة

التجارة الالكترونية كأداة لتفعيل التجارة في الجزائر

تحت إشراف الأستاذة:

من إعداد الطالبة:

د- بن حراث حياة

خليفي كريمة

أعضاء لجنة المناقشة:

الصفة	الاسم واللقب	الرتبة	عن الجامعة
رئيسا	ودان بو عبد الله	أستاذ محاضر "أ"	جامعة: مستغانم
مقررا	بن حراث حياة	أستاذ محاضر "أ"	جامعة: مستغانم
مناقشا	مخفي امين	أستاذ محاضر "أ"	جامعة: مستغانم

السنة الجامعية: 2018/2017

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات لنيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية

تخصص: الامداد و النقل الدولي

عنوان المذكرة

التجارة الالكترونية كأداة لتفعيل التجارة في الجزائر

تحت إشراف الأستاذة:

من إعداد الطالبة:

د- بن حراث حياة

خليفة كريمة

أعضاء لجنة المناقشة:

الصفة	الاسم واللقب	الرتبة	عن الجامعة
رئيسا	ودان بوعبد الله	أستاذ محاضر "أ"	جامعة: مستغانم
مقررا	بن حراث حياة	أستاذ محاضر "أ"	جامعة: مستغانم
مناقشا	مخفي امين	أستاذ محاضر "أ"	جامعة: مستغانم

السنة الجامعية: 2018/2017

إهداء

إلى أغلى ما أملك ...والداي
إلى سندي في الحياة... زوجي
إلى اخواتي و اخوتي
إلى كل.... أفراد عائلتي
إلى كل من أكن لهم التقدير والاحترام...أصدقائي
إلى كل هؤلاء أهدي هذا العمل

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على أشرف المرسلين
بعد حمد الله تبارك وتعالى حق حمده، الذي وفقني لإتمام عملي على هذا النحو،
أتقدم بشكري وامتناني الكبيرين لأستاذتي الفاضلة أ.د/ بن حراث حياة على
توجيهاتها ووقوفاتها طيلة فترات انجاز هذا العمل و إلى جميع أستاذتي
شكر موصول للسادة أعضاء لجنة المناقشة على قبولهم تقويم العمل
كما أسجل شكري وتقديري لكل من قدم لي يد المساعدة، من قريب أو من
بعيد، في إنجاز هذا العمل. إلى كل هؤلاء أقول:

شكراً

خلفي كريمة

الفهرس

الاهداء

كلمة شكر

- I.الفهرس
 - II.قائمة الاشكال
 - III.قائمة الجداول
 - IV.قائمة المراجع
- مقدمة عامة

الفصل الأول : الأساسيات النظرية والتقنية للتجارة الالكترونية

- 7.....تمهيد
- المبحث الأول : مفاهيم رئيسية عن التجارة الالكترونية.....
- 8
- المطلب الأول : ماهية التجارة الالكترونية.....8
- 1- تعريف التجارة الالكترونية.....8
- 2- الفرق بين التجارة التقليدية و التجارة الالكترونية11
- 3- التطور التاريخي للتجارة الإلكترونية.....13
- المطلب الثاني : صفات وأهمية و فوائد التجارة الالكترونية (مزايا و عيوب).....14
- 1- صفات التجارة الإلكترونية.....14
- 2- فوائد التجارة الإلكترونية.....15
- 3- تأثير التجارة الالكترونية18
- 4- أهمية التجارة الالكترونية.....18
- 5- احكام التجارة الالكترونية.....19
- 6- عيوب التجارة الالكترونية.....19
- 7- معوقات استخدام التجارة الإلكترونية20
- المطلب الثالث : اشكال التجارة الالكترونية.....21

21	1- أشكال التجارة الإلكترونية.....
23	2- مستويات التجارة الإلكترونية.....
23	3-دوافع التجارة الإلكترونية.....
24	4-مشاكل التجارة الإلكترونية.....
26	5-المتطلبات العامة لتطبيق التجارة الإلكتروني.....
27	6-دور التجارة الإلكترونية.....
28	المبحث الثاني :البنية التحتية للتجارة الإلكترونية.....
28	المطلب الأول : الشبكات المعلوماتية.....
29	1- الشبكات المعلوماتية.....
30	2- مزايا الشبكات المعلوماتية.....
30	المطلب الثاني : نشأة الانترنت وتعريفها.....
30	1-لمحة تاريخية حول نشأة الانترنت.....
31	2-تعريف شبكة الانترنت.....
31	3-شبكة الانترانت.....
32	4-شبكة الاكسترانت.....
32	5-استخدامات الانترنت.....
34	المطلب الثالث : ايجابيات وسلبيات الانترنت ودورها في التجارة الإلكترونية.....
34	1-إيجابيات وسلبيات الانترنت.....
35	2-دور الإنترنت في التجارة الإلكترونية.....
36	3- تطور شبكة الانترنت.....
38	المبحث الثالث: نظم الدفع والسداد المستعملة في التجارة الإلكترونية.....
38	المطلب الأول: وسائل الدفع الإلكتروني.....
38	1- ماهية الدفع الإلكتروني.....
38	2- أهمية وسائل الدفع الإلكتروني.....
39	3- خصائص وسائل الدفع الإلكتروني.....
40	المطلب الثاني: البطاقات الإلكترونية.....
40	1- بطاقات الانتماء.....
41	2- بطاقات الصرف البنكي.....
42	3- البطاقات الدكية.....

43.....	4- الشيكات و النقود الالكترونية.....
44.....	5- الهاتف المصرفي وتحويل النقد الكترونيا.....
45	6- شبكة سويفت.....
47.....	المطلب الثالث : المحفظة والبنوك الالكترونية.....
47	1- المحفظة الالكترونية.....
.....	2- البنوك الالكترونية.....
48	
.....	المطلب الرابع :وسائل الدفع في التجارة الالكترونية الخارجية.....
50	
50	1- العلاقة بين التجارة الإلكترونية والتجارة الدولية.....
51	2- ماهي وسائل الدفع في التجارة الخارجية عموما.....
53	3- تعريف الاعتماد المستندي.....
53	4- كيف يمكن ان يستخدم الاعتماد المستندي في التجارة الخارجية الالكترونية.....
54	5- ما هو الاعتماد الالكتروني.....
54	6- فتح اعتماد بطريقة إلكترونية.....
55	خلاصة الفصل.....

الفصل الثاني: واقع و آفاق التجارة الالكترونية في الجزائر

57.....	تمهيد :
58.....	المبحث الأول: واقع البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والإتصال في الجزائر.....
58.....	المطلب الأول : تكنولوجيا المعلومات والإتصال في الجزائر.....
58.....	1-واقع تكنولوجيا المعلومات والإتصال في الجزائر.....
62.....	المطلب الثاني : واقع البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والإتصال في الجزائر.....
62.....	1-شبكة الاتصالات الهاتفية.....
70.....	المبحث الثاني : الصيرفة الالكترونية ووسائل الدفع الالكتروني في الجزائر.....
70.....	المطلب الأول : الصيرفة الالكترونية و النظام النقدي الجزائري.....

1-واقع النظام النقدي الإلكتروني في الجزائر.....	70
2-أهمية العمل بالصيرفة الإلكترونية في الجزائر.....	70
المطلب الثاني : استعمال وسائل الدفع الإلكترونية في النظام المصرفي الجزائري.....	71
1-تعريف البطاقات البنكية الاللكترونية.....	72
المطلب الثاني :واقع الخدمات المصرفية الاللكترونية في الجزائر	78
1-واقع الخدمات المصرفية إلاللكترونية في النظام المصرفي الجزائري.....	78
2-ما هي البطاقات المتوفرة في الجزائر و الداعمة للخدمة	80
3-البطاقات البنكية الدولية المستعملة في التجارة الإلكترونية الجزائرية.....	83
-المطلب الثالث : تطوير إستخدام وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر	84
1- البطاقة الائتمانية.....	84
2- ما هي الخدمات التي يمكن فيها إستخدام الدفع الإلكتروني.....	85
المبحث الثالث : واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر.....	88
المطلب الأول: المتطلبات العامة لإعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر	88
1-السبل العامة لإعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر	88
2-المتطلبات العامة لاعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر	90
المطلب الثاني : الوضعية القانونية ومستقبل التجارة الاللكترونية في الجزائر.....	92
1-الوضعية القانونية للتجارة الاللكترونية في الجزائر.....	92
2-دفع المعاملات الاللكترونية.....	93
3- مستقبل الاقتصاد الجزائري بعد اعتماده التجارة الإلكترونية.....	94
4التجارة الاللكترونية الخارجية في الجزائر.....	95
خلاصة الفصل	97
الخاتمة.....	99
الملخص.....	102
الملاحق.....	I.

قائمة الجداول

الصفحة	قائمة الجداول
12	الجدول 1-1 الطرق التقليدية و الحديثة لشراء منتج
28	الجدول 2-1 بعض أصناف الشبكات الأكثر تداولاً
33	الجدول 3-1 : يبين أنواع الأنطقة في الانترنت
37	الجدول 4-1 : إحصائيات عن أكثر 20 دولة تستخدم الأنترنت في العالم
64	الجدول 1-2 : نسبة المشتركين في شبكة الإنترنت
64	الجدول 2-2 : عمليات الربط بشبكة الألياف البصرية
66	الجدول 3-2 : مؤشرات عدد المشتركين في الانترنت
67	الجدول 4-2 : مؤشرات عدد المشتركين من خلال التدفق
69	الجدول 5-2: أكثر المواقع زيارة وفقاً لأليكسا إنترنت نوفمبر 2016
82	الجدول 6-2 : عدد بطاقات في الجزائر (CIB).

82	الجدول 7-2 : عدد البطاقات المستعملة في 2014 و CIB2015
82	الجدول 8-2 : تطور عدد البطاقات في الجزائر والمغرب وتونس

قائمة الأشكال

الصفحة	قائمة الأشكال
17	الشكل 1-1 فوائد التجارة الالكترونية
22	الشكل 2-1 : أشكال التجارة الالكترونية
36	الشكل 1-3 : مستخدمو الأنترنت حول العالم
39	الشكل 1-4 : نموذج عن العقد الالكتروني
46	الشكل رقم 1-5 أنواع البطاقات البلاستيكية حسب جهة الإصدار
54	الشكل 1-6 : مخطط توضيحي دورة التجارة الالكترونية

62	الشكل 1-2 : تطور إشتراكات الهاتف الثابت
63	الشكل 2-2 : نسبة ولوج الهاتف الثابت
68	الشكل 3-2: عدد المشتركين من خلال التدفق
68	الشكل 4-2: عدد المشتركين في الهاتف النقال حسب طريقة الدفع

مقدمة عامة

لقد تمكن اختراع شبكة الاتصالات الحديثة والمتمثلة في شبكة الانترنت من ازالة الحدود بين جميع الدول ، وجعل العالم أشبه بالقرية الواحدة تتناقل فيها المعلومة بسرعة و بطريقة الكترونية، كما أن الاقتصاد اليوم هو اقتصاد المعارف او اقتصاد مبني على المعرفة و الذي يعتمد على تكنولوجيا المعلومات و الاتصال بشكل كبير في أداء مهامه و من اهم ما نتج عن اندماج وتلاحم اقتصاد المعرفة بتكنولوجيا المعلومات و الاتصال التجارة الالكترونية.

بحيث ساهمت الأنترنت بإعتبارها من أهم تقنيات الإتصال الحديثة بشكل كبير في تعزيز تنامي حجم التجارة الإلكترونية عالميا، لذلك فقد أيقنت الدول المتقدمة اهمية التجارة الإلكترونية بإعتبارها مجالا خصبا و عاملا مؤثرا في نمو إقتصاديا فقد غدت هاته الأخيرة وسيلة هامة في زيادة المقدرة التنافسية في تسويق المنتجات و توفير المعلومات و الخدمات الفورية للمتعاملين ، و مواكبة هذه التطورات بدأت أغلبية الدول في العالم بتهيئة إقتصادها و بيئتها و مؤسسا للتحويل إلى الإقتصاد الرقمي المبني على الأنترنت و التجارة الإلكترونية

برزت و تنامت التجارة الإلكترونية بصورة ملحوظة وبشكل متزايد خاصة مع إتساع إستخدام الانترنت والنظام الاقتصادي الجديد القائم على العولمة و تحرير تجارة السلع و الخدمات وتزامنا مع ظهور ثورة المعلومات و تطور الاتصالات التي تعتبر الدعامة الأساسية للبنية التحتية للتجارة الإلكترونية، لهذا أصبحت التجارة الإلكترونية من بين القطاعات الأسرع نموا في الإقتصاد العالمي والتي لها تأثيرا فعال على الأسواق و أداء المؤسسات و قدراتها التنافسية، كما أنها من أهم الأدوات التسويقية التي تحقق العديد من المزايا والفرص و أصبحت من المحاور الرئيسية لإتمام صفقات التجارة الإلكترونية من خلال عرض مختلف أنواع السلع و الخدمات والمفاوضات حول جودتها و أسعارها .

إشكالية الدراسة :

إن سعي الجزائر للاندماج في الإقتصاد العالمي و الانضمام إلى منظمة التجارة العالمية يفرض عليها مواكبة كل التطورات الإقتصادية الحديثة و التجارة الإلكترونية واحدة من بين هذه التطورات، ولذلك و مما سبق يتبادر إلى أذهاننا الإشكالية التالية:

ما مدى إستخدام التجارة الإلكترونية في الجزائر ؟

و من خلال الإشكالية السابقة يمكن صياغة الاسئلة الفرعية التالية:

- كيف تساهم الانترنت كبنية تحتية في استحداث التجارة الإلكترونية؟

- ما مدى تطور التجارة الإلكترونية ودرجة استخدامها في الجزائر؟

- ماذا تملك الجزائر من مقومات للتعامل بآليات التجارة الإلكترونية؟

الفرضيات:

يمكن صياغة الفرضيات كالآتي:

- تعتبر الانترنت أهم وسائل تبادل السلع و الخدمات في التجارة الإلكترونية
- لا تملك الجزائر البنية التحتية للاتصالات اللازمة لتبني التجارة الإلكترونية الخارجية

أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية الموضوع الذي تطرقنا إليه، فهي تعالج ظاهرة التجارة الإلكترونية، والتي تعد إحدى سمات الاقتصاد القائم على المعرفة، ومن أبرز ما حققته الثورة التقنية والمعلوماتية في الاقتصاد المعاصر، ونظرا لما لهذا الموضوع من أهمية قيمة فالتجارة الإلكترونية تلعب دورا فعالا في زيادة النمو الاقتصادي للدول وتعزيز تجارتها الخارجية والنهوض بالعديد من القطاعات المحلية، وتأهيل المؤسسات للخوض في عالم العولمة وضمان بقائها ومقدرتها على المنافسة، كما فتحت الأبواب أمام الأفراد للاندماج ضمن الاقتصاد الجديد واختبار عملية التسوق على الخط. وتعتبر الجزائر من الدول المتأخرة في مجال التجارة الإلكترونية، ومن هنا جاءت هذه الدراسة لتبرز التحديات الكبيرة التي تواجه هذه التجارة في الجزائر . ولتوضيح أهمية ضرورة استعمال تقنية المعلومات والاتصالات للأغراض التجارية. وكذلك تتمثل أهمية هذه الدراسة في كونها مرجعا للمهتمين بالأمر، يوضح لهم الإجراءات المناسبة الواجب اتخاذها للخروج من بوتقة الانغلاق والتهميش، وتسريع عملية التحول إلى الاقتصاد الرقمي من خلال تطبيق التجارة الإلكترونية.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف تتمثل في :

- التعرف على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وتبيين تأثيرها على المجال التجاري؛
- التعرف على ظاهرة حديثة انتشرت بسرعة في العالم بأسره، وهي التجارة الإلكترونية؛
- إيضاح الصورة المتعلقة بمكانة التجارة الإلكترونية في العالم عامة والعالم العربي خاصة؛
- استعراض بعض الجهود الخاصة بتأهيل المجتمعات لتصبح قادرة على التعامل مع التجارة الإلكترونية؛
- تسليط الضوء على واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، والكشف عن أهم التحديات والعقبات التي تحول دون تطورها؛
- عرض بعض السبل الكفيلة للنهوض بهذا النشاط التجاري والحديث في الجزائر.

أسباب اختيار الموضوع

- تنبع الحاجة لدراسة التجارة الإلكترونية وواقعها في الجزائر من عدة أسباب ذاتية وموضوعية أهمها :
- ميل ورغبة شخصية لدراسة هذا الموضوع .
- حداثة الموضوع واحتلاله الصدارة على المستوى الدولي، سواء كان في التقارير أو الملتقيات الدولية .
- زيادة توجه المستهلكين والمؤسسات الجزائرية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات،

- صدور تقنين التجارة الالكترونية مؤخرا وهذا لاعطائها طابع شرعي متابع من طرف الحكومة
- محاولة معرفة مدى إدراك الجزائريين للاستخدامات التجارية لهذه التكنولوجيا، ومدى تطبيقهم وتعاملهم مع التجارة الإلكترونية .
- استمرار اعتماد التجارة في الجزائر على الأساليب التقليدية بدلا من الإلكترونية، رغم أن التعامل بالتجارة الإلكترونية قطع شوطا كبيرا في العديد من دول العالم .

منهج الدراسة :

للإجابة عن التساؤلات التي ينطلق منها في البحث وللإلمام بجوانب الموضوع اعتمدنا على المنهج الوصفي، من خلال التطرق إلى المفاهيم النظرية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، وتوضيح مكانة التجارة الإلكترونية في العالم عامة والجزائر خاصة ، وتحليل نتائج الدراسات والأبحاث التي تعرضت لهذا الموضوع، بالإضافة الى الاستعانة بالمنهج الإحصائي من خلال توظيف بعض مقاييس ومؤشرات التجارة الإلكترونية وتقنية المعلومات والاتصالات، وشرح الإحصائيات المتعلقة بالبحث .

ونظرا لطبيعة الموضوع فقد تم الاعتماد على مجموعة من أدوات الدراسة تجسدت في البحث المكتبي القائم على الاستعانة بالمراجع المتنوعة كالكتب والمجلات الاقتصادية والبحوث الأكاديمية والتقارير المستقاة من المنظمات والمراكز ذات العلاقة بالموضوع.

ومن أجل إعطاء هذا الموضوع صبغة منفردة تتماشى مع المستجدات الراهنة، تم اللجوء إلى مواقع الإنترنت للحصول على المعلومات والمعطيات الرقمية ذات الصلة بالموضوع .

الدراسات السابقة:

في الآتي بعض الدراسات في الموضوع:

- بختي إبراهيم، " دور الانترنت وتطبيقاته في مجال التسويق"، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، سنة 2003، وتندرج هدف هذا البحث في معرفة تأثير الأنترنت على وظيفة التسويق في المؤسسة ومعرفة طبيعة التجارة الإلكترونية وما يمكن أن يحققه كقيمة مضافة مت خلال تطبيقها والاستفادة من تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في عملية المبادلات التجارية ، وقد خلصت هذه الدراسة الى أن الوضع الذي تعيشه الجزائر وطبيعة السوق الافتراضية يدعوان إلى إنشاء تجارة إلكترونية قائمة على تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة مع ضرورة تكامل جميع القطاعات كقطاع المؤسسات المالية والاتصالات.

-محمد تقرورت، "واقع وآفاق التجارة الالكترونية في الوطن العربي"، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الشلف، 2004-2005 ، وقد تناولت الدراسة التجارة الالكترونية ومختلف الأبعاد المتعلقة بها وكذا الإحاطة بمفاهيم خاصة بالاقتصاد الرقمي واعتماد الانترنت، إضافة إلى تحليل واقع التجارة الالكترونية في الدول العربية ومدى استخدام الانترنت على المستوى العربي، كما أشار إلى مختلف التحديات التي تواجه التجارة الالكترونية على المستوى العربي.

هيكل الدراسة :

حتى نعطي الموضوع محل الدراسة حقه من التحليل والتدقيق وتبسيط الضوء على مكوناته ومختلف جوانبه المتشعبة، وبالتالي نتمكن من بلورة رؤية واضحة مساعدة على تجاوز الإشكالية باقتراح حلول موضوعية وواقعية، قمنا بتجزئة هذا البحث إلى فصلين:

تم التطرق في الفصل الأول إلى الأساسيات النظرية والتقنية للتجارة الالكترونية، الذي تناولنا فيه ثلاثة مباحث، الاول حول مفاهيم وتعريف عن التجارة الالكترونية، والثاني البنية التحتية من نظم المعلومات وأنترنت ووسائل اتصال وفي المبحث الاخير تطرقنا إلى نظم السداد المعتمدة فيها والى البنوك الالكترونية.

وبالنسبة للفصل الثاني تطرقنا الى واقع و آفاق التجارة الالكترونية في الجزائر منقسم الى ثلاثة مباحث، في المبحث الأول واقع البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر والمبحث الثاني الصيرفة الالكترونية ووسائل الدفع الالكتروني في الجزائر أما المبحث الثالث واقع التجارة الالكترونية في الجزائر.

وأخيرا الخاتمة العامة حاولنا فيها الاجابة عن الاشكالية واختبرنا الفرضيتين الرئيسيتين، بالاضافة الى استنتاج اهم نتائج الدراسة وتقديم بعض الاقتراحات حول الموضوع.

الفصل الأول:

الأساسيات النظرية والتقنية للتجارة الإلكترونية

تمهيد :

دفعت التغيرات الاجتماعية التي حدثت على مستوى العالم في أنماط المعيشة نتيجة للعولمة والتطور التكنولوجي إلى التطور الملحوظ في أساليب الاتصال الالكترونية على ظهور الحاجة إلى تقليل الوقت المستغرق في عملية التسويق ، وفي هذا العصر الرقمي الذي تنتشر فيه الانترنت انتشرا هائلا ، شاع مفهوم التجارة الالكترونية التي تتيح العديد من المزايا ، فاستعمال الأسلوب الرقمي في عقد الصفقات وإنجاز الأعمال قد ساعد المنظمات في ايجاد طرق حديثة من اجل تمييز منتجاتها وخدماتها مما ينعكس ايجابا على جودة أدائها ومركزها التنافسي ، وإزاء ما تقدم سوف نحاول إعطاء صورة شاملة عن التجارة الالكترونية وذلك بالتطرق إلى أهم المفاهيم المتعلقة بها حيث قسمنا هذا الفصل إلى ثلاث مباحث رئيسية كالتالي :

المبحث الاول : مفاهيم رئيسية عن التجارة الالكترونية

المبحث الثاني : البنية التحتية للتجارة الالكترونية

المبحث الثالث: نظم الدفع والسداد المستعملة في التجارة الإلكترونية

المبحث الأول : مفاهيم رئيسية عن التجارة الالكترونية

حدثت ثورة عارمة في الأعمال نتيجة التطورات السريعة و المتلاحقة التي فرضتها العولمة الاقتصادية و ما واكبتها من ظهور الانترنت و انتشار الشركات العابرة للقارات و زيادة معدلات انتقال رؤوس الأموال بين الدول و الاستثمارات الأجنبية المباشرة التي بلغت 712 مليار دولار أمريكي عام 2005¹. وقد نتج من خلاله ظهور نماذج و تطبيقات الأعمال الالكترونية و نظرا للتطور السريع الذي طرأ على مفهوم التجارة الالكترونية ظهرت العديد من التعريفات كل تعريف ينظر إلى التجارة الالكترونية من منظور معين و في الآتي سنعرض أهم التعاريف.

المطلب الأول : ماهية التجارة الالكترونية

قبل التكلم عن المفاهيم التكنولوجية المتعلقة بتجارة الويب من الضروري أن التطرق إلى التجارة نفسها مع أخذ اعتبار خاص لتأثير الويب على هذا الموضوع.

1. تعريف التجارة الالكترونية :

- التجارة : هي كافة الفعاليات المتعلقة بشراء أو بيع البضائع أو الخدمات فهي تحتوي على مجال كبير من الفعاليات التي تبدأ قبل ظهور المعاملات الفعلية بزمان طويل و تبقى مستمرة بعد تنفيذها².

- الالكترونية: و المقصود بها القيام بأداء النشاط الاقتصادي التجاري باستخدام تكنولوجيا الاتصالات الحديثة مثل شبكة الانترنت و الشبكات و الاساليب الالكترونية³.

و مما سبق يمكن أن نعرف التجارة الالكترونية :

"هي عمليات الاعلان و التعريف للبضائع و الخدمات ثم تنفيذ عمليات عقد الصفقات و إبرام العقود ثم الشراء و البيع لتلك البضائع و الخدمات ثم سداد القيمة الشرائية عبر شبكات الاتصال المختلفة سواء الانترنت أو غيرها من الشبكات التي تربط بين المشتري و البائع"⁴

لكن مفهوم التجارة الالكترونية يلبسه الغموض لدى البعض و يرونه محصورا في بيع المنتجات من المنتج إلى المستهلك عن طريق المراسلة باستخدام الانترنت الا ان نظرة هؤلاء جد ضيقة فالمقصود بالتجارة الالكترونية؟

¹ محمد الصيرفي – التجارة الالكترونية- ط 1 مؤسسة حورس الدولية للنشر و التوزيع الاسكندرية 2005 ص-149

² المرجع نفسه ص-145

³ د ناصر خليل ، التجارة و التسويق الالكتروني ، ط1 دار أسامة للنشر و التوزيع الاردن 2009 ص29

⁴ - المرجع نفسه ص-29

1-1. بعض تعاريف التجارة الالكترونية:

- " تشمل التجارة الالكترونية جميع المبادلات الالكترونية ذات العلاقة بالنشاطات التجارية فهي تعني بتلك العلاقات بين المؤسسات ، العلاقات بين المؤسسات و الادارات، و المبادلات بين المؤسسات و المستهلكين، التجارة الالكترونية تغطي في نفس الوقت : تبادل المعلومات و التعاملات الخاصة بالمنتجات، التجهيزات أو السلع الاستهلاكية و الخدمات (مالية، قانونية...)، وسائل طرق الاتصال المستهلمة متعددة هاتف، تلفزيون، مينيتل Minitel، شبكات معلوماتية كالانترنت...) خصائصها مشتركة هي معالجة المعلومة الرقمية التي تحوي المعطيات النصوص الاصوات والصور" تعريف عن وزارة الصناعة و التجارة الفرنسية.¹

- اهتمت منظمة الامم المتحدة ممثلة في لجنة الامم المتحدة للقانون التجاري الدولي الاونسترال (Uncitral) بوضع مشروع قانون التجارة الالكترونية و قد تم ذلك في السادس عشر من ديسمبر 1996 حيث وافقت اللجنة على اصدار القانون النموذجي للتجارة الالكترونية . ولقد سمح هذا القانون بتعريف الوسائل المستخدمة في العقود الالكترونية ففي الفقرة الاولى من المادة الثانية نص على أن وسائل الاتصال التي يتم عن طريقها التجارة الالكترونية على سبيل المثال لا الحصر بخلاف تبادل البيانات إلكترونيا أيضا البريد الإلكتروني أو التلكس أو الفاكس، إذ ممكن مثلا أن يتم الايجاب عن طريق الأنترنت و القبول عن طريق الفاكس.²

- تعرفها منظمة التجارة الدولية على أنها " أنشطة إنتاج السلع و الخدمات و توزيعها و تسويقها و بيعها أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الالكترونية، و حسب هذا التعريف تشمل المعاملات التجارية ثلاثة انواع من العمليات :

- عمليات الاعلان عن المنتج وعمليات البحث عنه
- عمليات تقديم طلب الشراء و سداد ثمن المشتريات
- عمليات تسليم المشتريات.³

- أما منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية فتشير الى أن التجارة الالكترونية "تشمل جميع أشكال المعلومات التجارية التي تمتد بين الشركات و الأفراد و التي تقوم على أساس التبادل الالكتروني للبيانات، سواء كانت مكتوبة أم مرئية أو مسموعة هذا بالاضافة إلى شمول الآثار المترتبة على عمليات تبادل البيانات و المعلومات التجارية الكترونيا و مدى تأثيرها على المؤسسات و العمليات التي تدعم و تحكم الأنشطة التجارية".⁴

¹ د إبراهيم بختي ، التجارة الالكترونية مفاهيم و استراتيجيات التطبيق في المؤسسة ط2 ، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر 2008 ص 39

² موقع انترنت WWW.UNCITRAL.ORG

³ مذكرة متطلبات نيل شهادة ماجستير -واقع و آفاق التجارة الالكترونية في الجزائر من اعداد الطالبة صراع كريمة 2013-2014

⁴ المرجع نفسه.

- وعرفها الاتحاد الأوروبي بأنها كل " الأنشطة التي تتم بوسائل إلكترونية سواء تمت بين المشروعات التجارية والمستهلكين أو بين كل منهما على حدى و بين الادارات الحكومية " ¹ وبالتالي نخلص إلى أن " التجارة الالكترونية هي كل معاملة تجارية بين البائع والمشتري ساهمت فيها شبكة الانترنت بصفة إجمالية أو بصفة جزئية ، أو كالتزويد بمعلومات (عن طريق شبكة الانترنت أو شبكات أخرى) تخص خدمة أو سلعة معينة لاقتنائها لاحقا و سواء تم التسديد إلكترونيا أو بصك ورقي ، نقدا عند التسليم أو بطريقة أخرى " ²

ويمكن أن نخلص إلى تعريف يجمع بين التعريفات سالفة الذكر على النحو التالي ³

عمليات توزيع وتسليم السلع ومتابعة الإجراءات:

- سداد الالتزامات المالية ودفعها
- إبرام العقود وعقد الصفقات
- التفاوض والتفاعل بين المشتري والبائع
- علاقات العملاء التي تدعم عمليات البيع والشراء وخدمات ما بعد البيع:
- المعلومات عن السلع والبضائع والخدمات
- الإعلان عن السلع والبضائع والخدمات
- الدعم الفني للسلع التي يشتريها الزبائن
- تبادل البيانات إلكترونياً بما في ذلك:
- التعاملات المصرفية؛
- الفواتير الإلكترونية؛
- لاستعلام عن السلع ؛
- كتالوجات الأسعار؛
- المراسلات الآلية المرتبطة بعمليات البيع والشراء.

¹ إبراهيم بختي -مرجع سابق ص 40

² المرجع نفسه

³ طارق عبد العال حماد، "التجارة الإلكترونية: المفاهيم، التجارب، التحديات، الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية"، الدار

. الجامعية للطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر 2003 ص 08

2- الفرق بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية

من الضروري أن نتكلم عن التجارة التقليدية مع الأخذ بالاعتبار التجارة الإلكترونية. فالتجارة عموماً هي كافة الفعاليات المتعلقة بشراء أو بيع البضائع أو الخدمات. وتتوزع هذه الفعاليات ضمن الفئات الآتية:¹

- التسويق : وهو الفعاليات المتعلقة بالوصول إلى الزبائن الفعليين والمحتملين، لتزويدهم بالمعلومات عن الشركة والعلامة التجارية والمنتجات أو الخدمات
 - المبيعات : وهي الفعاليات المتعلقة بمعاملة المبيعات الفعلية. بما في ذلك المعاملة نفسها
 - الدفع : وهو الفعاليات المتعلقة بتنفيذ المشتري لالتزاماته في عملية البيع.
 - تلبية الطلبات : وهي الفعاليات المتعلقة بتنفيذ البائع لالتزاماته في عملية البيع
 - خدمة الزبون : وهي فعاليات المتابعة بعد تلبية الطلبات، من أجل حل المشاكل والتساؤلات،
- إن طرق الاتصال في التجارة الإلكترونية تختلف عن نظيرتها التقليدية ففي الأولى وسيلة الاتصال الوحيدة هي الانترنت التي تتسم بالمرونة وبسرعة التحويلات ومعالجة الطلبات في حين التجارة التقليدية فتعدد طرق الاتصال فيها واختلافها يؤدي إلى صعوبة التنسيق وترتيب العمليات وهو ما يؤدي عادة إلى إطالة زمن معالجة الطلبية، لذلك يمكن حصر هذه الفوارق من خلال المقارنة التي يوضحها الجدول(1.1) التالي:

¹ موقع المحاسب العربي. 04/26 2009

الجدول 1.1: الطرق التقليدية و الحديثة لشراء منتج

خطوات حلقة البيع	التجارة التقليدية	التجارة الإلكترونية
المعلومات حول المنتج	المجلات ، الكاتالوجات، الممثلين	صفحة الويب
طلب السلعة	رسالة بريدية، إستمارة	بريد إلكتروني
الرد على الطلب	رسالة بريدية، إستمارة قوائم	بريد إلكتروني
مراقبة السعر	كاتالوج	كاتالوج على الخط
مراقبة الوفرة	هاتف ،فاكس	-
تقديم الطلبية(تحرير)	إستمارة مطبوعة	صفحة الويب ، بريد إلكتروني
بعث/إستقبال الطلبية	فاكس، بريدية (مراسلة)	البريد الإلكتروني
إعطاء الاولوية لطلبية معينة	-	قاعدة بيانات على الخط
مراقبة الوفرة في مكان التخزين	إستمارة مطبوعة، هاتف فاكس	قاعدة بيانات على الخط/ الويب
تحرير الفاتورة	إستمارة مطبوعة	قاعدة بيانات على الخط
إستقبال السلعة	موزع	-
تأكيد وصول السلعة	إستمارة مطبوعة	بريد إلكتروني
إرسال /إستقبال الفاتورة	بريدية(مراسلة)	بريد إلكتروني EDI
إستحقاق الدفع	إستمارة مطبوعة	EDI-قاعدة بيانات

المصدر: مذكرة متطلبات نيل شهادة ماجستير -واقع و آفاق التجارة الالكترونية في الجزائر من اعداد
الطالبة صارع كريمة 2013-2014

3 - التطور التاريخي للتجارة الإلكترونية

تعود بدايات تطبيقات التجارة الإلكترونية إلى أوائل السبعينات من القرن الماضي وأكثرها شهرة هو تطبيق التحويلات الإلكترونية للأموال، ولكن مدى هذا التطبيق لم يتجاوز المؤسسات التجارية العملاقة. وبعدها أتى التبادل الإلكتروني للبيانات والذي وسّع تطبيق التجارة الإلكترونية من مجرد معاملات مالية إلى معاملات أخرى وتسبب في ازدياد الشركات المساهمة في هذه التقنية من مؤسسات مالية إلى مصانع وبائعي التجزئة ثم ظهرت تطبيقات الاتصالات السلكية واللاسلكية مثل : بيع وشراء الأسهم.

ومع بداية انتشار الإنترنت في التسعينات من القرن الماضي بدأ استخدام مصطلح التجارة الإلكترونية ومن ثم تم تطوير تطبيقات التجارة الإلكترونية بصورة كبيرة. ومن عام 1995م شاهدنا الكثير من التطبيقات المبدعة والتي تتمثل في الإعلانات على الإنترنت والمزادات وحتى تجارب الواقع الافتراضي. لدرجة أن كل شركة كبيرة أو متوسطة الحجم أنشئت لها موقع على شبكة الإنترنت. مثلاً : في عام 1999م أنشأت شركة جينيرال موتورز أكثر من 18000 صفحة من المعلومات على موقعها ، وتحتوي على 98000 وصلة إلى منتجات الشركة وخدماتها ووكلائها¹.

وتعتبر شبكات الإنترنت والإنترانيت والاكسترانت أهم أدوات التجارة الإلكترونية، وقد تزايد عدد مستخدمي هذه الشبكات بسرعة ملحوظة، فبينما كان عدد مستخدمي الإنترنت 171 مليون نسمة حتى منتصف عام 1999، ازداد إلى (226) مليون نسمة في عام 2000 وفق دراسة نشرتها مجلة إنترنت العالم العربي في حين أظهرت دراسات أخرى أن هذا العدد وصل إلى (400) مليون نسمة وهو في تنام مستمر. من ناحية أخرى فإن هذا الرقم الكبير من مستخدمي الإنترنت عالمياً لا يفصح عن التركيز النوعي والإقليمي لهم حيث أظهرت الدراسات أن أكثر من 56 % منهم في الولايات المتحدة، حوالي 24 % منهم في كندا، وذلك وفق إحصائيات عام 1999 وأكثر من (15%) في الدول الاسكندنافية، الباقي موزع في ألمانيا وفرنسا وإيطاليا، كما بلغ نصيب الولايات المتحدة من التجارة الإلكترونية في عام 1997 (87 %) من حجمها العالمي مقابل (8%) لأوروبا و(4%) للشرق الأقصى و (1%) لباقي الدول.

لقد رافق زيادة عدد مستخدمي الإنترنت نمواً نوعياً في محتوى المواقع العاملة على شبكات الإنترنت حيث تمت إضافة خدمات إلكترونية جديدة مثل الاتصالات الالكترونية الأخبار العامة ، معلومات ترويجية وتسويقية ، تسوق على الخط وغيرها.

إن تقارير المؤسسات العلمية المهتمة بالبحث العلمي تؤكد الزيادة الكبيرة في حجم التجارة الإلكترونية، فقد ازداد حجم مبيعات شركة Dell ، وهي شركة تعمل في عالم تقنية المعلومات إلى الضعف في عام 1998 مقارنة بالسنوات السابقة ، وقد بلغ حجم الزيادة السنوي في المبيعات (19) مليون دولار يومياً في الربع الأول من 1999، ثم قفز إلى (30) مليون دولار يومياً في الربع الأخير من العام نفسه ، كما حققت شركة Travelocity ترافلستي مبيعات على الخط بمبلغ (128) مليون دولار خلال الربع الأول من عام 1999، أي ما يعادل زيادة نسبية تعادل 156 % من مبيعاتها في الربع الأول من عام 1998..

¹ د يوسف الطائي -هاشم العبادي -التسويق الالكتروني-الوراق للنشر و التوزيع- عمان الاردن-ط-1 -سنة 2009- ص93

من خلال ما سبق يمكن القول إذن التجارة الالكترونية هي عبارة عن معاملة تجارية بين البائع والمشتري عن طريق وسيط وحيد وهو الانترنت في ظرف وجيز سهل عملية الاختيار والتسوق وإقتناء السلع .

المطلب الثاني : صفات وأهمية وفوائد التجارة الالكترونية (مزايا وعيوب).

1- صفات التجارة الإلكترونية

توصف التجارة الإلكترونية والمطبقة على شبكة الإنترنت بعدة صفات أهمها:¹
-لا يوجد استخدام للوثائق الورقية المتبادلة والمستخدمة في إجراء وتنفيذ المعاملات التجارية كما أن عمليات التفاعل والتبادل بين المتعاملين تتم إلكترونيا ولا يتم استخدام أي نوع من الأوراق. لذلك تعتبر الرسالة الإلكترونية كسند قانوني معترف به من قبل الطرفين عند حدوث أي خلاف بين المتعاملين.
-يمكن التعامل من خلال تطبيق التجارة الإلكترونية مع أكثر من طرف في نفس الوقت، وبذلك يستطيع كل طرف من إرسال الرسائل الإلكترونية لعدد كبير جدا من المستقبلين وفي نفس الوقت ، ولا حاجة لإرسالها ثانية.

-يتم التفاعل بين الطرفين المتعاملين بالتجارة الإلكترونية بواسطة شبكة الاتصالات، وما يميز هذا الأسلوب هو وجود درجة عالية من التفاعلية من غير أن يكون الطرفان في نفس الوقت متواجدين على الشبكة.
-عدم توفر تنسيق مشترك بين كافة الدول من أجل التنسيق وصدور قانون محدد لكل دولة مع الأخذ بعين الاعتبار قوانين الدول الأخرى ، وهذا بدوره يعيق التطبيق الشامل للتجارة الإلكترونية.
-يمكن أن يتم بيع وشراء السلع غير المادية مباشرة ومن خلال شبكة الاتصالات، وبهذا تكون التجارة الإلكترونية قد انفردت عن مثيلاتها من الوسائل التقليدية والمستخدمة في عملية البيع والشراء ، ومثال ذلك التقارير والأبحاث والدراسات والصور وما شابه ذلك.

-إن استخدام أنظمة الحاسبات المتوفرة في مؤسسات الأعمال لانسياب البيانات والمعلومات بين الطرفين دون أن يكون هنالك أي تدخل مباشر للقوى البشرية مما يساعد على إتمام العملية التجارية بأقل التكاليف وبكفاءة عالية.

أما صفات التجارة الإلكترونية بين مؤسسات الأعمال، فتبين الإحصاءات الرسمية في الولايات المتحدة الأمريكية أن حجم المبيعات السنوية في عام 2001 قد بلغت حوالي 995 مليار دولار، أو 93.3% من مجموع التجارة الإلكترونية للولايات المتحدة الأمريكية. وحسب تقديرات القطاع الخاص ، تراوحت قيمة التجارة بين مؤسسات الأعمال في الاتحاد الأوروبي بين 185 مليار دولار و200 مليار دولار في عام 2002، كما أن التجارة الإلكترونية فيما بين مؤسسات الأعمال قد وصل في أوروبا الوسطى والشرقية إلى حوالي 4 مليارات دولاري عام 2003.

¹ موقع انترنت ويكيبيديا التجارة الالكترونية - يوليو 2016

2. فوائد التجارة الالكترونية¹

للتجارة الالكترونية منافع ومزايا لا تقتصر على مجال التجارة في فئاتها الاساسية وهي التجارة الالكترونية من الأعمال إلى الزبائن (B2C) والتجارة الالكترونية من الأعمال إلى الأعمال (B2B) والتجارة الالكترونية من الزبائن إلى الزبائن (C2C).

ومما سبق، ان التجارة الالكترونية ليست مجرد امتلاك موقع على شبكة الانترنت وإنما هي نظم معلومات وتكنولوجيا اتصالات وتوليفة واسعة ومتنوعة من تطبيقات الأعمال على شبكة الانترنت. وللتجارة الالكترونية فوائد عديدة يستطيع الافراد والشركات الاستفادة منها في حالة استغلالها استغلالاً صحيحاً وبصورة مناسبة ومن بين هذه الفوائد:²

- فوائد التجارة الالكترونية للشركات.
- فوائد التجارة الالكترونية للمستهلكين.
- فوائد التجارة الالكترونية للمجتمع.
- 1- فوائد التجارة الالكترونية للشركات: توسع نطاق السوق من نطاق محلي إلى نطاق دولي وعالمي، فمع القليل من التكاليف فان بوسع أي شركة إيجاد مستهلكين أكثر ومزودين أكثر.
- تخفيض تكاليف انشاء ومعالجة وتوزيع وحفظ واسترجاع المعلومات الورقية .
- القدرة على انشاء تجارات متخصصة جداً.
- تخفيض الفترة الزمنية مابين دفع الأموال والحصول على المنتجات والخدمات.
- هناك فوائد أخرى تشمل تحسين صورة الشركة وتحسين خدمة الزبائن وإيجاد شركاء تجاريين جدد وتسهيل العمليات وتقليل الفترة الزمنية لإرسال المنتجات والخدمات ورفع الانتاجية والتخلص من الأوراق وخفض تكاليف المواصلات وزيادة المرونة في التعامل .
- 2- فوائد التجارة الالكترونية للمستهلكين:³
- تعطي الخيار للمستهلك بأن يتسوق أو ينهي معاملاته خلال 24 ساعة في اليوم أو في أي يوم من السنة ومن أي مكان على سطح الأرض.
- تقدم الكثير من الخيارات للمستهلك بسبب قابلية الوصول إلى المنتجات وشركات لم تكن متوفرة بالقرب من المستهلك .
- في بعض الأحيان تكون من أرخص الاماكن للتسوق لأن البائع يستطيع أن يسوق في الكثير من المواقع و مقارنة بضائع كل شركة .
- تمكين البائع من إرسال البضاعة بسرعة و بسهولة إلى المشتري
- تشجيع المنافسة مما يعني خفض الأسعار .

¹ د يوسف الطائي -هاشم العبادي -مرجع سابق- ص 189

² د يوسف الطائي -هاشم العبادي- نفس المرجع السابق ص 191-192

³ المرجع نفسه ص 193

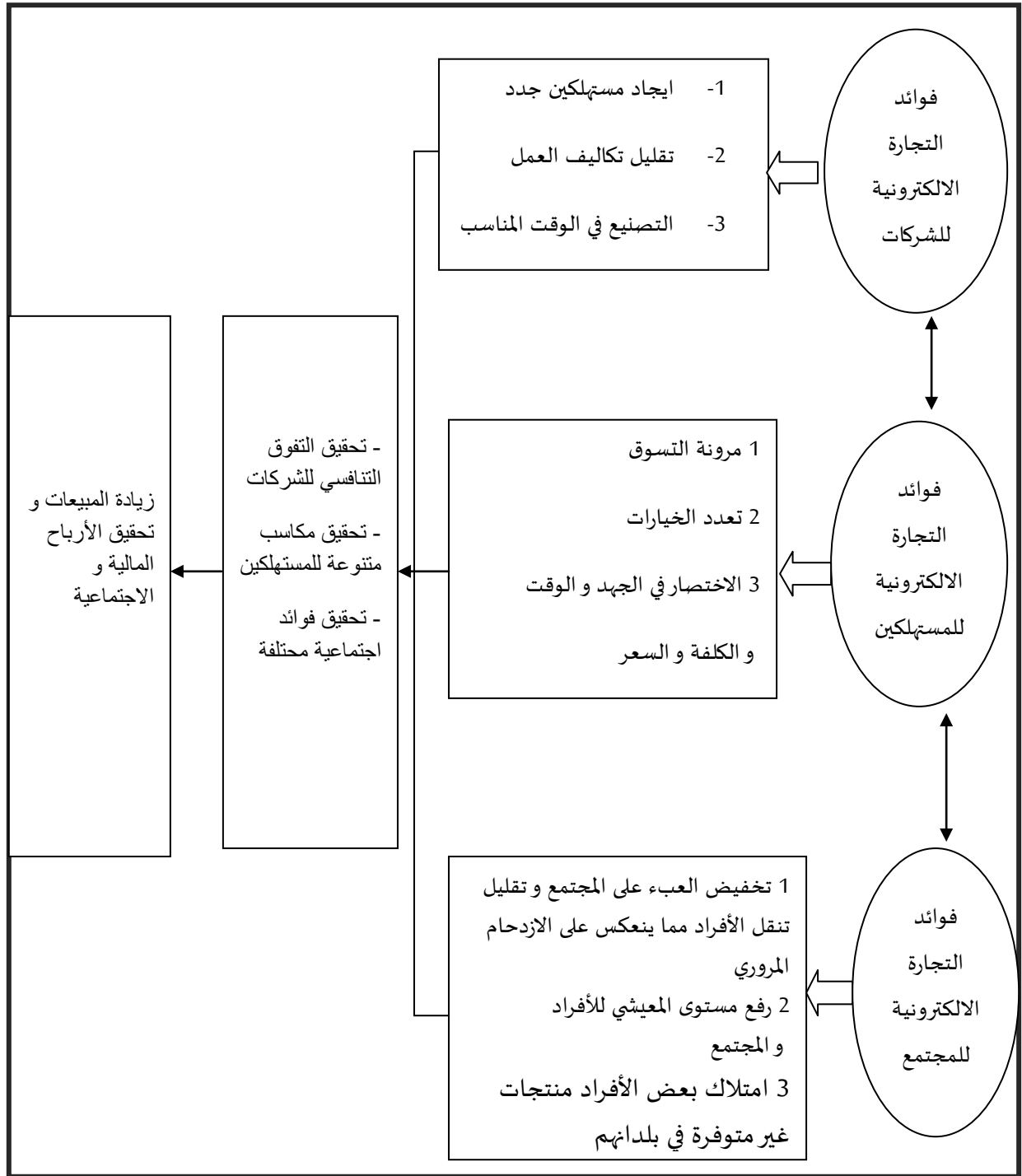
3-2 فوائد التجارة الالكترونية للمجتمع:¹

تقدم التجارة الالكترونية فوائد عديدة للمجتمع أهمها :

- التجارة الالكترونية تسمح للفرد بأن يعمل في منزله و تقلل الوقت المتاح للتسويق مما يعني ازدحام مروري أقل في الشوارع وهو الذي يقود إلى خفض نسبة تلوث الهواء.
- تسمح التجارة الالكترونية لبعض من البضائع أن تباع بأسعار زهيدة ، وبذلك يستطيع الأفراد الذين دخلهم المادي ليس بالرفيع ، يستطيعون شراء هذه البضائع مما يعني رفع مستوى معيشة للمجتمع ككل
- تيسر التجارة الالكترونية توزيع الخدمات العامة مثل (الصحة والتعليم والخدمات الاجتماعية) بسعر منخفض وبكفاءة

¹المرجع نفسه ص 194

فيما يلي الشكل التالي يوضح فوائد التجارة الالكترونية :
الشكل 1-1 فوائد التجارة الالكترونية



المصدر: د يوسف الطائي -هاشم العبادي -التسويق الالكتروني-الوراق للنشر و التوزيع- عمان الاردن-ط-1 -سنة 2009- ص93

3- تأثير التجارة الالكترونية :

لم تعد التجارة الالكترونية من الأحلام المستقبلية كما كان في القرن الماضي فهي تتم الآن بصورة ناجحة و خاصة الدول المتقدمة تكنولوجيا حيث تعتبر كل من الو.م.أ و اليابان و أوروبا القاعدة لهذه التجارة ، ففي مفهومها و تحقيقها فهي تتطور بصورة سريعة لديهم خاصة مع ازدياد الاستثمارات المباشرة في تكنولوجيا الاتصالات و تقنية المعلومة و بعد اتاحة الانترنت للعوام بعدما كانت مقتصرة على هيئات حكومية ، و النمو السريع للانترنت سيؤثر بدوره على درجة فاعلية التجارة الالكترونية التي ستكون في المستقبل السمة السائدة للمجتمع التجاري في المجتمعات.

و للتجارة الالكترونية تأثير كبير على الأنشطة التجارية نذكر منها :¹

- التسويق و المبيعات و ترويج المبيعات
- خدمة ما قبل البيع
- التمويل و التأمين
- المعاملات التجارية الطلب ، التوزيع ، الدفع
- خدمة و صيانة المنتج
- استخدام الخدمات العامة و الخاصة
- النقل.

فمن المتوقع ان تؤثر التجارة الالكترونية تأثير كبير و سريع على الشكل التنافسي للسلع و على شكل الاسواق و شكل حركة الأفراد في الأسواق التقليدية للسلع.

4. أهمية التجارة الالكترونية²

- تسمح التجارة الالكترونية عبر شبكة الانترنت عن طريق الاتصال الالكتروني المباشر بين متعاملين؛
- و بذلك فهي تستغني عن المستندات الورقية و ما تستلزمه من نفقات كما تساهم في تبسيط و تنظيم عمليات المشروعات و تحقيق أهدافها عن طريق القضاء على التأخير في إصدار القرارات الادارية؛
- توفر النفقات الادارية و نفقات الاتصال و غيرها ، حيث تعتبر بديلا عن تخصيص جزء كبير من راس المال في إقامة علاقات مستمرة بين البائعين و المشترين ، كما أنها تسمح بإتمام عملية التوزيع رأسا الى المستهلك؛
- ترشيد القرارات التي يتخذها كل من البائعين و المشترين بما يتميز به من تدفق المعلومات بينهم في الوقت المناسب و بطريقة مستقلة و دقيقة ، مما يسمح بسهولة المقارنة بين المنتجات سواء من ناحية الأسعار او الجودة أو طريقة الدفع؛

¹ د ناصر خليل ، التجارة و التسويق الالكتروني نفس المرجع السابق ص 38-39

² - المرجع نفسه ص 40-

- تعتبر ذات أهمية خاصة لكل من المنتجين والمستهلكين خاصة في الدول النامية حيث إنها تستطيع التغلب على الحواجز التقليدية للمسافة ونقص المعلومات عن الفرص التصديرية.

5. احكام التجارة الالكترونية

- تتميز بثلاث أمور تستدعي تطبيق أحكام قانونية خاصة بها :¹
 - إبرام الصفقات بين مورد السلعة أو الخدمة و طالبيها وهما على مسافة كل واحد من الآخر .
 - لا تنقيد بالحدود ، الامر الذي يطرح عددا من المسائل القانونية أهمها القانون الواجب تطبيقه في حالة النزاع حماية العلامات التجارية المسجلة و اللغة التي يتعين إبرام الصفقة بها و الأنظمة المصرفية الواجب التقى ديها و مراعاتها.
 - تقوم عل التعاقد بدون مستندات أو مرتكزات مادية الامر الذي يثير مسألة الالتزامات للأطراف المتعاقدين في القوانين التي لا زالت تركز على أولوية الكتابة و الوثائق الخطية في الاثبات

6. عيوب التجارة الالكترونية²

- فقدان متعة الشراء المعروفة التي كان يجدها المستهلك في ممارسة عملية التسوق من خلال التفاعل الاجتماعي المباشر بين البائع والمشتري ، و التسوق التقليدي يعتبر لبعض المستهلكين الفرصة الوحيدة للتنزه والتسلية أو الترفيه لكسر حالة الملل.
- فقدان الأفراد فرصة تعلم مهارات البيع و الشراء و التعامل مع الآخرين و التي يكتسبونها مباشرة أو غير مباشرة في عمليات التسوق التقليدية.
- تورط البعض بالاندفاع نحو شراء سلع قد لا يحتاج إليها الفرد نتيجة جاذبية الإعلان و سهولة الشراء ببطاقات الائتمان ، و بالتالي تراكم الديون الشخصية و العائلية
- هدر الوقت ، فالزمن غير محسوس لدى البعض نتيجة لعدة ساعات التي يقضيها أمام أجهزة الكمبيوتر للبحث عن سلعة معينة و مقارنتها بالسلع الأخرى.

¹ د ناصر خليل - مرجع سابق - ص41

² ابراهيم بختي - مرجع سابق - ص 69- 70

7. معوقات استخدام التجارة الإلكترونية :

تتعلق معظم معوقات التجارة الإلكترونية بالأمور الأخلاقية من ناحية، والخصوصية من ناحية أخرى ، حيث أنه يبقى هناك تخوف دائم من درجة الأمان التي سيحصل عليها الفرد من استخدام هذه التطبيقات ومدى مصداقية الشركات المزودة لها، ويعود ضعف التعامل بالتجارة الإلكترونية في الدول النامية إلى عدة أسباب أهمها:¹

- انخفاض مستوى دخل الفرد
 - عدم وجود وعي لما يمكن أن توفره تكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية ، والافتقار إلى ثقافة مؤسسات أعمال منفتحة على التغيير والشفافية
 - عدم كفاية البنية التحتية للاتصالات اللاسلكية والوصول بشبكة الإنترنت أو ارتفاع تكلفة الوصول إلى شبكة الإنترنت
 - الافتقار إلى الأطر القانونية والتنظيمية المناسبة
 - عدم استعمال اللغة المحلية والمحتوى المحلي
 - نقص المبادرة الفردية
 - الافتقار إلى نظم دفع يمكن في دورها أن تدعم الصفقات التجارية التي تجرى على شبكة الإنترنت المقاومة الثقافية للتجارة الإلكترونية على شبكة الإنترنت
- من خلال ما سبق يمكن ان نقول ان التجارة الالكترونية تتسم بعدم وجود وثائق ورقية والتعامل يكون مع أكثر من طرف على شبكة الانترنت كما لها فوائد تعود على الشركات ,المستهلك والمجتمع مؤثرة بذلك على جميع الأنشطة التجارية من خدمة ما قبل البيع والترويج إلى التسوق والبيع مؤثرة على الشكل التنافسي للسلع, وكما لها مزايا كذلك لها عيوب ويمكن أن اكبر مشكل يواجهها هو البنية التحتية الغير متطورة .

¹ مرجع سابق - موقع انترنت ويكيبيديا التجارة الالكترونية - يوليو 2016

المطلب الثالث : اشكال التجارة الالكترونية

1- أشكال التجارة الإلكترونية:

هناك عدة أشكال من التجارة الإلكترونية من أهمها نذكر خاصة: ¹

1-1- التعامل بين الشركة والمستهلك B2C

يعد هذا النوع من أهم أنواع التجارة الإلكترونية والذي يجري على شبكة الإنترنت حصراً، وهي متاحة لجميع مستخدمي الشبكة العالمية. تتميز مبادلات هذا النوع ببساطتها وتقتصر غالباً على عمليات استعراض المنتجات وعمليات التسوق. ولإمكانية استخدام هذا النوع من التجارة الإلكترونية من جميع مستخدمي الإنترنت، فغالباً ما تكون مبادلاته أقل وثوقية وحماية من مبادلات B2B على الجهود التي تبذلها الشركات البرمجية في مجال حماية المعلومات وأمنها .

2-1 - التعامل بين الشركة وشركة أخرى B2B

يمثل هذا النوع أغلب معاملات التجارة .وتجري عملياته بين الإلكترونية حيث تستحوذ على ما يقارب 80 % من إجمالي حجم التجارة الإلكترونية في العالم الشركات التي تتبادل المعلومات والبضائع عادة فيما بينها والتي ترتبط عادة بعقود رسمية وقانونية. ي²تبادل في هذه الحالة أنواع معينة ومحددة من البضائع أو الخدمات وبأسعار متفق عليها بشكل مسبق. تجري المبادلات التجارية في هذه الحالة على شبكات خاصة تربط الشركات فيما بينها أو على شبكة الإنترنت ، وتتميز المبادلات في كلتا الحالتين بوثوقية عالية وبأمان في نقل المعلومات. وتكون المبادلات في هذا النوع من التجارة الإلكترونية معقدة، وتعكس إلى حد كبير المبادلات التجارية المعتادة بين الشركاء في عملية اقتصادية. يقتصر الولوج إلى هذه الشبكات أو الخدمات الخاصة على فئة معينة ومحددة من الأشخاص والشركات، ولكن هذا النوع من التجارة الإلكترونية يتمتع بمهنية ووثوقية عالية كما أن عائداته المادية ومهمة جداً

2-1- التعامل بين المؤسسة التجارية والحكومة: B2G

وهذا الجانب من التجارة الإلكترونية لا يزال في مراحله الأولية في معظم الدول ، كما أن أغلب هذا النشاط يتركز على التفاعل الإلكتروني بين المؤسسات التجارية والمؤسسات الحكومية مثل عمليات إثباتات ومدفوعات الضرائب ومدفوعات التراخيص التجارية ورسوم الجمارك وتخليص الواردات من البضائع منها ، بالإضافة إلى ما تقوم به المؤسسات الحكومية من مشتريات من المؤسسات التجارية إلكترونياً.

3-1- التعامل بين مستهلك ومستهلك آخر: C2C

حيث يساعد هذا النوع من التجارة الإلكترونية الأفراد بأن يبيعوا لبعضهم البعض، وذلك من خلال المزادات التي تبني في شبكة الانترنت.

¹ المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية – عدد 06 / جوان 2017 (<http://www.commerce.gov.sa/ecommerce/art1.asp>)

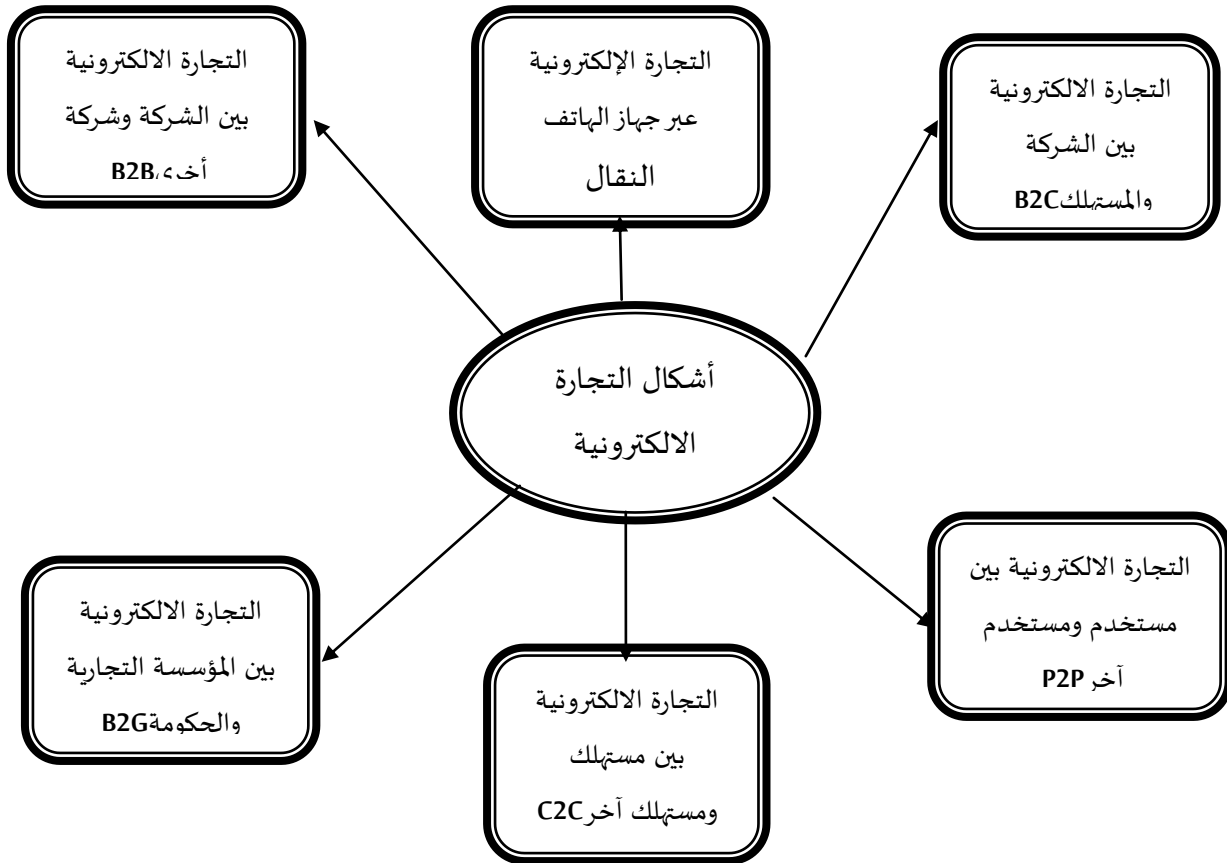
5-1 التعامل بين مستخدم ومستخدم آخر P2P:

يعمل هذا النوع على تمكين مستخدمي الانترنت على تبادل المعلومات ، والاتصال فيما بينهم دون وجود وسطاء ، ومن ثم الاتفاق على أية صفقات تجارية تتم حسب الشروط المتفق عليها. وقد أوجدت برامج خاصة لهذه الغاية والتي تمكن مستخدميها، تجاريون كانوا أم غيرهم بتبادل أطراف الحديث) بصور كتابية وسمعية ومرئية.

6-1 التجارة الإلكترونية عبر جهاز الهاتف النقال:

يعد هذا النوع من التجارة الإلكترونية من أحدث الأنواع ، حيث يتم بواسطته استخدام أجهزة هاتف نقال رقمية مصممة بشكل يمكنها من الاتصال بشبكة الانترنت من خلال مزود الخدمة والوصول لأي موقع معين والإطلاع على السلع المعروضة وإجراء عملية الشراء¹

الشكل 2-1 : أشكال التجارة الالكترونية



من إعداد الطالبة اعتمادا على المصدر: المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية – عدد 06 / جوان 2017

(<http://www.commerce.gov.sa/ecommerce/art1.asp>)

¹ مرجع سابق- المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية

2- مستويات التجارة الإلكترونية :

تلعب درجة تنفيذ الأنشطة الفرعية ذات الارتباط المباشر بأداء المعاملات التجارية دوراً بارزاً بتعدد مستويات التجارة الإلكترونية وذلك طبقاً لدرجة الأنشطة. وتتراوح في الأداء بين مستوياتها المختلفة، فهناك المستويات البسيطة والمستويات الأكثر تطوراً، على النحو التالي:¹

1-2 المستوى البسيط :

يشمل هذا النوع من التجارة الإلكترونية الترويج للسلع والخدمات، إضافة إلى الإعلان والدعاية لتلك السلع والخدمات، بما فيها خدمات قبل وبعد البيع. وتتضمن التجارة الإلكترونية ذات المستوى البسيط عملية التوزيع

2-2 المستوى المتقدم:

يركز هذا النوع على عمليات وإجراءات الدفع التي تتم عبر الإنترنت، والتي تعتبر عملياً ذات مستوى يحتاج إلى توعية كبيرة من قبل المتعاملين على هذا المستوى. وتعتبر عمليات الدفع -سواء كانت على المستوى المحلي أو الوطني أو الدولي- عمليات ذات تطور متقدم وبحاجة إلى أخذ الحيلة والحذر عند التعامل على هذا المستوى.

3- دوافع التجارة الإلكترونية:²

هناك العديد من العوامل المشتركة لدى المؤسسات والقطاعات التي تدفع إلى التجارة الإلكترونية . وهذا راجع إلى أن التجارة الإلكترونية ظهرت بالتدريج وتطورها يكون حسب احتياجات القطاعات المختلفة والتي تخلق دوافع للدخول في التجارة الإلكترونية والتي نوردتها في ما يلي:

1-3- تسير المعاملات التجارية :

إن التجارة الإلكترونية تسمح بتأدية جزء كبير من العمليات المختلفة والتي تدخل ضمن المعاملات التجارية العادية بين البائع والمشتري . حيث تسمح الشيكات باختزال الزمن والمسافة مما يقلص الآثار السلبية للزمن والمسافة على الاقتصاد، وتشمل التجارة الإلكترونية على المعاملات المادية والغير مادية في نفس الوقت مما يسمح بتقليص التكاليف المتعلقة بكل أنواع المعاملات . كما نشأت علاقات سوقية جديدة

2-3- الفعالية التجارية :

من أهم دوافع التجارة الإلكترونية القيام بالوصول إلى أعلى مستويات الإنتاج والتوزيع حيث أن اعتماد تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إطار الدعم والتطوير يسمح للمؤسسات بمواجهة التحديات المنتظرة في محيط تجاري عالمي . كما أنه يمكن للمؤسسة من إنتاج معلومات حول معاملاتها والاحتفاظ بها بطرق آلية فتتم بذلك المعالجة والتوزيع بصفة سريعة كما يمكن أن تستعمل هذه المعلومات في تقييم السوق وتقييم مسارها وهذا ما يمكن أن تستعمله فيما بعد في التخطيط والتحسين.

¹ مرجع سابق موقع ويكيبيديا – يوليو 2016

² مرجع سابق د ابراهيم بختي - ص45

3-3 تطوير أسواق جديدة :

إن دوافع تطوير أسواق جديدة، ج عل مؤسسات كثيرة تتوجه إلى استخدام العلاقات التجارية الإلكترونية وأدخلتها في إستراتيجيتها للقيام باكتساح السوق وإنشاء أسواق جديدة وتطويرها.

4- مشاكل التجارة الإلكترونية:

إن التجارة الإلكترونية لا تخلو من مشاكل تهددها، سواء عملية أو تقنية وحتى قانونية وسنورد في هذا المطلب عرض موجز لأهم مشكلات التجارة الإلكترونية:¹

1-4 مشكلة حجم التجارة الإلكترونية ونفقاتها الباهظة : من خلال الإطلاع على دراسة في هذا الصدد وجدنا أن مشكلة حجم التجارة الإلكترونية ونفقاتها الباهظة قد طرحت بشكل كبير في الدول العربية، فإذا قورن مبلغ التسوق الإلكتروني في الدول العربية مع ما ينفق على الإعلانات في المواقع العالمية، نجده رقم هزيل جدا وهذا التقاعس الكثير من المصارف والمؤسسات التجارية العربية الكبيرة ورجال الأعمال والمهتمين بالتجارة عن الدخول وبقوة إلى التجارة عن بعد أو التجارة الإلكترونية وهذا لا يخدمها ، لذا يجب عليها مواكبة التطور الحاصل في التعاملات وأن تجعل التجارة الإلكترونية قاعدة أساسية في استراتيجيتها التجارية المحلية والعالمية والمستقبلية أيضا . لأنه وبالرغم من أن الدول العربية تقف موقف المرتاب والمتردد والحذر تجاه التجارة الإلكترونية ، فإن دولاً أخرى مثل الصين تتقدم نحوها بقوة لتحقيق خطوات عملاقة نحو النمو الاقتصادي، إلى جانب تأثر حجم التجارة الإلكترونية بحجم مبلغ المبادلات التي تتم فيها، فإنها أيضا تتأثر بالرسوم أو الضرائب التي تفرضها على الشركات العاملة في قطاع التجارة الإلكترونية فخوف من التأثير السلبي لأنشطة التجارة الإلكترونية تطالب بعض الحكومات بفرض هذه الضرائب بغية تحقيق المساواة بين الشركات التي لا تعمل في مجال التجارة الإلكترونية

2-4 التكنولوجيا وانتقالها بين دول العالم : من أهم ما ميز القرن العشرين هو حدوث تقدم هائل في التكنولوجيا وبالأخص الحاسب الآلي والعلوم المرتبطة به ، مما ترتب عنه تغير في النظم الإدارية والإنتاجية وانعكس كل ذلك على التسويق الإلكتروني أو التجارة الإلكترونية ، فلم تعد كل الأنشطة التسويقية تتم في مبادلات شخصية بل أصبحت تشرك آلات البيع في كثير من الأنشطة . كما أصبح من الممكن قيام المشتري بتصفح قائمة عرض وأن يختار ما يناسبه من السلع دون عناء التنقل من بائع لآخر للاستفسار عن سلعته . وحسب التقدم التكنولوجي السريع، سوف تتلاشي التجارة التقليدية فيحل التسوق الإلكتروني محل المحلات مما يقلل الحاجة إلى المخازن ورجال البيع وتكلفتهم. فضلا عن كل ما سبق ، فإن التقدم التكنولوجي وتفاوته من دولة لأخرى سوف يقسم دول العالم إلى مجموعة مصدرة للتكنولوجيا وأخرى مستوردة لها وسينعكس ذلك على التجارة الإلكترونية ، حيث تصبح الدول المتقدمة تسوق إنتاجها المتقدم من صناعة و سلع استهلاكية وخدمات ونظم معلوماتية ويكون دور بلدان العالم الثالث هو المستهلك في هذه التجارة ، حيث يتلقي التكنولوجيا والسلع والخدمات من العالم المتقدم وهذا يجعلنا نخلص إلى أن المفهوم

¹ د. أحمد عبد الله العوضي - عميد كلية الدراسات التجارية - الكويت مجلة الاقتصاد والمجتمع العدد 6 / 2010 - العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية ص 171

العام للاقتصاد هو واحد ، حيث هناك عرض وطلب سواء في اقتصاد أساسه التجارة التقليدية أم التجارة الإلكترونية حيث الخلاف الجوهرى بين النظامين هو نوعية السلع وآليات إجراء التعامل فقط.

3-4 مشكلات أداة الوفاء - بطاقات الائتمان (النقود الإلكترونية) فقد ترتب عن ظهور التجارة الإلكترونية ظهور فكرة النقود الإلكترونية ، لأن استخدامها يؤمن سرعة وسهولة تسوية المدفوعات وتقليل حاجة الاحتفاظ بالنقود ، مما يوسع عملية التبادل التجاري ، وبالتالي يتم دفع الفواتير وتحويل المبالغ المالية لحسابات أخرى لجهات خارج البنك عن طريق الصرافة الإلكترونية . وتتم أعمالها عن طريق بطاقات الدفع الإلكتروني أو بطاقات الائتمان التي تحمل كل البيانات المتعلقة بصاحبها ليستعملها كأداة وفاء ، ومن أنواعها بطاقات السحب الآلي ، بطاقات الوفاء ، بطاقات الشيكات وبطاقات الائتمان . ولكن هذه التقنية كما لها تسهيلات تقدمها ، لديها أيضا مشاكل تترتب عنها تتمثل بإيجاز فيما يلي:¹

- إساءة استعمال بطاقات الدفع الإلكتروني من حامل البطاقة ، كتقديم مستندات مرور للحصول على بطاقة ائتمان أو كاستعمال البطاقة بعد نهاية صلاحيتها أو استعمالها رغم إلغاء البنك له.
- إساءة استعمال البطاقة من طرف الغير كسرقة البطاقة واستعمالها أو سرقة الرقم السري الخاص بصاحب البطاقة واستخدامه .
- تلاعب التاجر في بطاقات الوفاء كاستعماله بطاقات ليس لها أرصدة كافية للصرف أو قبول بطاقات مزورة من العملاء.
- تلاعب موظفي البنك المصدر للبطاقة بالاتفاق مع حامل البطاقة أو التاجر أو مع غيرهما كالسماع بتجاوز حد البطاقة في السحب أو تجاوز مدة الصلاحية.
- تلاعب في بطاقات الائتمان عن طريق شبكة الإنترنت باختراق لخطوط الاتصالات العالمية أو الحصول على الأرقام السرية والمعلومات من المواقع أو إنشاء مواقع وهمية على أنها مواقع أصلية وبتلقي طلبات المعاملات الخاصة بالتجارة الإلكترونية يتم الحصول على المعلومات المتضمنة فيها
- اختلاق أرقام عن طريق استعمال معدلات رياضية وإحصائية بهدف تحصيل أرقام البطاقات الائتمانية المملوكة للغير واستعمالها في المعاملات غير المشروعة.

¹ د عبد الله العوضي- العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية - نفس المرجع السابق ص 172

5- المتطلبات العامة لتطبيق التجارة الإلكترونية :

يرتبط تطبيق التجارة الإلكترونية، بتوافر مجموعة من المتطلبات في المجالات المالية والتشريعية والاجتماعية والسياسية والتقنية والتي سنشرحها في النقاط التالية:¹

1-5 المتطلبات المالية العامة: تشمل المتطلبات المالية العامة ثلاثة قضايا هامة تتمثل في :

1-1-5 - قضية الرسوم الجمركية والضرائب : وهى أهم موارد السيادية ، تمكها من تحقيق التوسع وتنفيذ المشروعات لخدمة التنمية والاستثمار وهنا نعكس اتجاهين:

الأول: اتجاه الدول النامية ودول أوربا التي ترى أن العدالة هي أن يتساوى مستوى تحصيل الرسوم الجمركية والضرائب بين السلع التي يتم تداولها عبر الإنترنت والسلع التي يتم تسليمها بالأساليب التقليدية

الثاني: تتوجه إليه الولايات المتحدة الأمريكية وبعض الدول المتقدمة، حيث تدعو إلى إلغاء كل أنواع الضرائب والرسوم الجمركية على المعاملات الإلكترونية، التي يتم تنفيذها بالكامل على شبكة الإنترنت بما فيها أعمال التسليم .

1-5-2- قضية التحول إلى نظم السداد والدفع الإلكتروني : هناك اتجاه عالمي نحو استخدام نظم السداد الإلكتروني وتحويل المجتمع من نظم السداد والدفع النقدي إلى نظم السداد والدفع الحديثة لكن هذا يتطلب احتياطات لمنع وجود المخاطر:

- الحد من المخاطرة سواء للشركات والأفراد

- ضمان الحماية الكافية ضد النشاط الإجرامي وانتهاك الخصوصية .

- الوقاية من احتمال قيام وكالات التحقيق بتعقب سيولة السداد .

- البعد العالمي لنظم السداد وأثر ذلك على الاقتصاديات القومية

1-5-3 - قضية جهة إقرار المعاملات الإلكترونية : إن الدراسات التي تمت في إطار الإشراف على نظم السداد الإلكتروني، تؤكد على أهمية قيام جهة لإقرار التعاملات المالية ولهذا تقوم عدة تساؤلات أهمها - :ما نوع المؤسسة التي ستقوم بإقرار المعاملات هل هي حكومية أم قطاع خاص؟ - هل ستكون جهة وحيدة أو من خلال عدة جهات في الدول الواحدة؟ - هل تحتاج المعاملات التجارية بين جهات مختلفة في دول مختلفة إلى جهات إقرار ذات طبيعة دولية؟

¹ د عبد الله العوضي- العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية - نفس المرجع السابق ص 179

2-5 - المتطلبات التشريعية : إن ال تحول إلى تطبيق التجارة الإلكترونية، يتطلب إنشاء مناخ تشريعي محفز ويتم هذا ب:

- تطوير القوانين التجارية للقوائم مع المتطلبات الإلكترونية وأهم القضايا الخاصة بالوثائق الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني وإجراءات التعاقد عن بعد.
 - تقصير فترات التقاضي بالاعتماد على آليات التحكيم في الفصل القضايا وإيجاد آليات لتخفيض أزمدة التقاضي والفصل في المنازعات.
 - تنفيذ الأحكام بسرعة وهذا لما تتطلبه التجارة الإلكترونية، من سرعة في إتمام المعاملات.
 - قضية ضمانات لحماية حقوق المستهلكين وهي أحد أهم المشاكل الرئيسية في التجارة الإلكترونية، حيث يجب أن تضمن القوانين الحديثة حماية حقوق المستهلكين.
 - توفير منظمة عالمية للسلطة القضائية ونظم لقوانين تجارية موحدة بهدف حل الصراعات القضائية التي تقع بين مختلف الدول والتي لا يمكن الفصل فيها لاختلاف القوانين بينها ولذا فإن تبني قواعد ونظم تجارية موحدة يمثل أحد أهم البدائل لتحقيق مصالح المنتجين والمستهلكين في مختلف الدول
- 3-5 المتطلبات الاجتماعية : إن تغير معايير النجاح والتميز في المنتج في إطار التجارة الإلكترونية واختلاف قياسها عن ما كانت عليه في التجارة التقليدية يتطلب إعداد:
- برامج إعلامية خاصة بالتجارة الإلكترونية، تستهدف كافة فئات المجتمع لتعريفه وتوعيته بكل الجوانب التي تحتويها التجارة الإلكترونية من ميزات وأخطار.
 - إعداد برامج ودورات تدريبية لقطاعات الأعمال، لتمكينها من إعداد إطارات للتعامل في مجال التجارة الإلكترونية.

- إعداد إطارات تقنية متخصصة في البنية المعلوماتية ونظم العمل على شبكات الإنترنت.
- تطوير مؤسسات التعليم المتخصص في المجالات المرتبطة بالتجارة الإلكترونية وذلك بالقيام بفتح فروع في الكليات لتدريس التجارة الإلكترونية، كتخصص قائم بحد ذاته.

6- دور التجارة الالكترونية : يمكن حصر دور التجارة الالكترونية فيما يلي:¹

1-6 تفعيل المشاركة بين القطاع الخاص والحكومة : ويتم مشاركة القطاع في إعداد القواعد والنظم والتدابير والإجراءات اللازمة للتجارة الإلكترونية والمساندة المباشرة وغير المباشرة للشركات في التحول إلى النظم الإلكترونية، بالإضافة إلى توفير وإتاحة المراكز التكنولوجية ومراكز المعلومات اللازمة لدعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم.

2-6 تنمية مؤسسات الأعمال الصغيرة والمتوسطة في مجال التجارة الإلكترونية : تعتبر التجارة الإلكترونية بابا يتيح الفرصة أمام مؤسسات الأعمال الصغيرة والمتوسطة، لتسويق إنتاجها على المستوى المحلي والعالمي ولذا يجب تنمية هذه المؤسسات بتمكينها من استخدام تكنولوجيا المعلومات، حيث قدراتها الخاصة لا تسمح لها بالدخول إلى هذا المجال إلى جانب إمكانية دعم الأنشطة المرتبطة بتنمية مؤسسات الأعمال الصغيرة والمتوسطة في مجال التجارة الإلكترونية، بإنشاء مراكز مجتمعية للتجارة الإلكترونية

¹ د عبد الله العوضي- العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية - نفس المرجع السابق ص 180

وربط تجمعات ومراكز الإنتاج الحرفي في مراكز الإنتاج بشبكة الإنترنت، بالإضافة إلى بناء نماذج تجريبية للشركات الإنتاجية لاستخدام تطبيقات التجارة الإلكترونية ومن خلال ما سبق يمكن أن نقول يجب توفر المتطلبات المالية و التشريعية و الاجتماعية لدعم التجارة الالكترونية التي لها دور كبير في المشاركة بين القطاع الخاص و الحكومة و في تنمية مؤسسات الأعمال الصغيرة و المتوسطة و هي تتخذ عدة أشكال و أنواع.

المبحث الثاني: البنية التحتية للتجارة الالكترونية :

المطلب الاول : الشبكات المعلوماتية:

الشبكة هي عبارة عن مجموعة من التجهيزات (أو المعدات او الأشياء الملموسة بصورة عامة) المرتبطة فيما بينها عن طريق قنوات الاتصال بحيث تسمح بمرور عناصر معينة فيما بينها حسب قواعد محددة ، تتكون الشبكة من قسمين رئيسيين : ناقل (le transporteur) و منقول (le transporté)، فالقسم الأول الناقل ضروري و يشتمل على التجهيزات وقنوات الاتصال اما القسم الثاني المنقول أي من وقع عليه فعل النقل والمتمثل في الشيء الذي من أجله أقيمت الشبكة ، وجوده ضروري لعمل الشبكة لكنه غير حتمي لاقامة وتنصيب الشبكة.¹

الجدول 2-1 بعض أصناف الشبكات الأكثر تداولاً

نوع الشبكة	الناقل le transporteur	المنقول Le transporté	طبيعة المنقول
شبكة الهاتف	أجهزة ومحطات إتصال + مواصلات	الدببات الصوتية	مجرد
شبكة الكهرباء	أجهزة ومعدات كهربائية + مواصلات	الأمواج الكهربائية	مجرد
شبكة الطرقات	المركبات بمختلف أنواعها	أشخاص جماد حيوانات	لملموس
شبكة المياه	أجهزة ومعدات + قنوات	الماء	لملموس
شبكة المعلومات	أجهزة حواسيب و معدات اتصال + مواصلات	المعلومات	مجرد

المصدر: د إبراهيم بختي ، التجارة الالكترونية مفاهيم و استراتيجيات التطبيق في المؤسسة ط2 ، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر 2008

¹ د إبراهيم بختي – نفس المرجع السابق ص 22

إذن الشبكة المعلوماتية تعرف بأنها مكونة من حاسبين فأكثر مرتبطة مع بعضها البعض عن طريق موصلات ناقلة قد تكون أسلاك نحاسية أو ألياف ضوئية وقد تكون موصولة لاسلكيا باستخدام الأشعة تحت الحمراء أو موجات الراديو أو عن طريق استخدام الأقمار الصناعية ، بتنصيب أجهزة إرسال و استقبال فيما بينها.

1- الشبكات المعلوماتية :

للشبكات المعلوماتية دور فعال في إدارة أنظمة المعلومات، وهي التي تعرف بانها مجموعة من حاسبين فأكثر مرتبطة ببعضها البعض عن طريق موصلات ناقلة قد تكون أسلاك نحاسية أو ألياف ضوئية وقد تكون موصولة لاسلكيا باستخدام الأشعة تحت الحمراء أو موجات الراديو أو عن طريق استخدام الأقمار الصناعية، بتنصيب أجهزة إرسال و استقبال فيما بينها.

ويمكن تقسيم الشبكة المعلوماتية إلى ثلاث انواع وهي :¹

- الشبكة المحلية LAN (Local Area Network).
- الشبكة الجامعة MAN (Métropolitain Area Network).
- الشبكة الواسعة WAN (Wide Area Network).

1-1 الشبكة المحلية LAN :

وهي التي ترتبط ما بين عدة حواسيب ينتمون على نفس المؤسسة و موجودين في نفس المبنى عن طريق اجهزة الربط الشبكي (hubs) ، تتراوح سرعة تحويل البيانات من 10ميغا بايت إلى 100 ميغا بايت حسب نوعية الموصلات و التكنولوجيا المستخدمة في التشبيك، ويصل عدد الحواسيب بالشبكة المحلية حتى 1000 حاسب.

2-1 الشبكة الجامعة MAN :

هي التي تربط بين شبكتين محليتين او اكثر متباعدة جغرافيا عن طريق الخطوط الهاتفية ، هذا النوع من الشبكات تستخدمه المؤسسات متعددة التواجد جغرافيا لربط وحداتها ، وتدعى هذه الشبكة احيانا بالشبكة الاقليمية.

3-1 الشبكة الواسعة WAN :

تستخدم لربط الشبكات المحلية المتباعدة جغرافيا بعدا كبيرا ، وتعوض الشبكة الجامعة التي لا يمكن لها المحافظة على نفس سرعة نقل البيانات فالشبكة الواسعة تستخدم الاجهزة الموجهة أو المسيرة و الخطوط المتخصصة لنقل البيانات رقميا بحيث يمكن لها إختيار المسار المناسب لنقل البيانات وتعتبر شبكة الانترنت مثالا لها.

¹ د ابراهيم بختي – نقس المرجع السابق ص 23

2- مزايا الشبكات المعلوماتية :

تطوير تدفق المعلومات وتسهيل العلاقة مع شركاء الأعمال داخل المؤسسة وخارجها ومنها وإليها ، فالبريد الالكتروني يسمح بارسال الرسائل و الملفات و التقارير من حاسب إلى آخر داخل الشبكة المحلية او الجامعة أو خارجها عندما تكون الشبكة الواسعة ممتدة و بالتالي المؤسسة تقلل من تكلفة الطباعة و البريد.

من خلال ما سبق أردنا أن نعطي لمحة على شبكة المعلومات و التكنولوجيا التي تعتبر البنية الأساسية للتجارة الالكترونية

المطلب الثاني : نشأة الانترنت وتعريفها

تعد شبكة الانترنت أضخم شبكة معلومات في العالم، وتربط الآلاف من مراكز المعلومات وقواعد البيانات في كل أنحاء العالم فيما بينها، فشبكة الانترنت هي القضاء الرقمي للتجارة الالكترونية

1- لمحة تاريخية حول نشأة الانترنت:¹

في سنة 1962 طلبت هيئة الدفاع الجوي الأمريكية من مجموعة باحثين متخصصين في الاتصال والمعلومات التفكير في بناء شبكة معلوماتية للاتصالات تؤمن دورة المعلومات وترتكز على نظام لا مركزي. قوية لا تتأثر بالهجمات النووية ، حتى ولو أصيب إحدى حواسيها أو مجموعة منها. فإن الشبكة تستمر في العمل دون عائقا وأبحاثها السرية. وبالفعل بدأت الأبحاث وكانت النواة الأساسية للبناء من طرف أو خطر يهدد أمن معلوما الذي يعتبر المبدع الأول للإنترنت فقد قدم مشروعا في إحدى عشر ،الباحث "بول بران مجلدا، يطرح فيه فكرة إنشاء شبكة ذات نسيج واسع تعتمد على نظام ديناميكي في تحويل البيانات بحيث تسلك البيانات أقصر مسار غير مزدحم عند طلبها، لكن المشروع رفض لكونه يعتمد على نظام مركز فإلحاق الضرر بنواة هذه الشبكة، يعطل ويدمر كل سبل الاتصالات بالشبكة .

وفي أواخر سنة 1986 ، تمكن مركز البحث القومي الأمريكي التابع لوزارة الدفاع الأمريكية من تحقيق إنشاء شبكة معلوماتية للاتصالات ترتكز على نظام غير مركزي وأطلق على هذه الشبكة اسم أربانت هدفها ربط مختلف مراكز البحث العسكري ومع مرور الزمن، فتح مركز البحث القومي الأمريكي شبكة للباحثين فالإنترنت هي شبكة إذن شبكة الإنترنت هي وليدة الشبكة الأمريكية أربانت. الشبكات الواسعة الامتداد دون اعتبار الحدود الجغرافية.

¹ مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية- سمية ديمش-2010-2011

2- تعريف شبكة الانترنت:

للعبرة الانترنت كلمة انجليزية Internet والمكون من كلمتين هما، وتعني ربط أكثر من شيئين ببعضهما البعض. ، وبالتالي يتشكل لنا مصطلح "net" من الكلمة الأولى، وجزء من الكلمة الثانية "inter" فيأخذ جزء بمعنى الربط بين الشبكات "internet" الانترنت ومن أهم التعريفات التي قيلت عن شبكة الانترنت:¹

- أنها شبكة هائلة من أجهزة الكمبيوتر المتصلة فيما بينها بواسطة خطوط الاتصال عبر العالم
- الانترنت هو مجموع شبكات وأجهزة الحاسب الالكتروني التي تستخدم لنقل البيانات أو ما يدعى أي نظام TCP/IP. «transmission control Protocol/Internet Protocol» بنظام نقل المعلومات. ويمكن لأي شخص لديه جهاز كمبيوتر شخصي ولديه اشتراك لدى أحد مقدمي خدمة الانترنت وخط تليفوني الدخول على الانترنت وجهاز كمبيوتر مزود بجهاز مودم تجمع جميع لشبكات متصلة فيما بينها لتشكل بذلك شبكة عالمية
- الانترنت شبكة عالمية، تربط عدد لامتناهي من الحواسيب من مختلف بقاع العالم، ويمكن لمستخدمي هذه الحواسيب، استخدام حواسيب أخرى للعثور على معلومات أو التشارك في الملفات

ولا يهم نوع الحاسوب المستخدم وذلك بسبب وجود نظام بروتوكولات يمكن أن تحكم وتسهل عملية التشارك أنواع شبكات المعلومات الشبكة هي وسيلة ربط بين أجزاء تتعلق ببعضها، تجمع بينهما وظيفة مشتركة هي نظام قنوات أو خطوط كعقدة محطات شبكة القطارات أو المدن، تقوم بربط عدة نقاط ببعضها ، وتدعى هذه النقاط بعقد أو المتصلة ببعضها البعض بالطرق.

3- شبكة الانترنت:

شبكة الانترنت هي شبكة الشركة الخاصة التي تستخدم تقنيات الانترنت، والتي تصمم لتلبية احتياجات العاملين من المعلومات الداخلية أو من اجل تبادل البيانات والمعلومات عن العمليات وأنشطة المنظمة، كما يتم تنفيذها في مقر الشركة أو في فروعها ووحدات أعمالها الإستراتيجية، ولا يستطيع الأشخاص من غير العاملين في المؤسسة من الدخول إلى مواقع الشبكة²

¹ مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر - واقع وآفاق التجارة الالكترونية في الجزائر آمال حليمي-2013-2014

² د ابراهيم بختي - نقس المرجع السابق ص 35

4- شبكة الاكسترنات¹

ظهرت شبكة الاكسترنات نتيجة للانتقادات التي وجهت إلى نظام الانترانيت وفي مقدمتها؛ 'الاستقلالية' والبعد عن الأطراف الخارجية ، حيث يرى البعض أن نجاح مشروع ما لن يأتي إلا بعلاقة متواصلة و اتصال دائم مع موزعيه وعملائه والذي يؤدي في النهاية إلى علاقة متشابهة. تشبه الانترانت لكن الدخول يتم عن بوابة الويب ويمكن الدخول من اي مكان اذا كان للمستخدم كلمة السر واسم المستخدم الغرض منها السماح بالتعاون والمشاركة في المصادر ليس فقط داخل المنظمة ولكن للمستخدمين خارج الشركة ويمكن ان يكونوا غير موظفين فيها مثل المزودين والزبائن لاستخدام مصادر الشركة والاكسترنات تساهم بشكل فعال بسلسلة التوريد.

5- استخدامات الانترنت²

للإنترنت عدة أوجه لاستخدامها، والتي يمكن تسميتها بالتطبيقات أو بالأحرى الخدمات من منظور تجاريومن بين أهم الخدمات ما يلي:

1-5 الشبكة العنكبوتية العالمية (World Wide Web) www: تعتبر هذه الشبكة من اختصارا والتي يعبر عنها البعض بالعربية بشبكة ، الشبكات الرئيسية الموجودة على الانترنت وتسمى web ، المعلومات العالمية أو الدولية وتستخدم لغة عالمية، فهي من أكثر الخدمات استخداما على أي الكلمات المضيفة وهي اللغة التي تستطيع برامج تصفح الويب قراء من صفحات الانترنت. ويمكن خلالها الإبحار في مختلف المواقع على شبكة الانترنت وتصفح ما عن طريق وسائط متعددة، قد تكون مكتوبة أو مرسومة أو بالصوت أو الصورة، وهناك الملايين من مواقع الويب على الشبكة لكل منها عنوانه الخاص الذي يشار إليه بأحرف مختصرة والذي يقوم مقام العنوان العادي أو رقم الهاتف.

2-5 البريد الالكتروني : وهو عبارة عن استخدام شبكة الانترنت كصندوق للبريد، بحيث يستطيع المستخدم إرسال الرسائل الالكترونية إلى شخص أو عدة أشخاص من مستخدمي الانترنت. وتتم هذه الخدمة في الغالب مجانا، ولا يستغرق إرسال الرسالة الالكترونية أو استقبالها سوى بضعة ثواني، ويجب أن يكون لدى مستخدم الانترنت برنامج البريد الالكتروني، يدرج ضمن البرامج التي يحتويها جهاز الكمبيوتر الخاص به.

3-5 بروتوكول نقل الملفات: يمكن من خلال برنامج نقل أي كمية من الملفات أو البرامج من الكمبيوتر لأى شركة أو مؤسسة أعمال أو غيرهم ووضعه على ، ذاكرة جهاز الكمبيوتر الخاص بالجهة الأخرى وتتميز هذه الطريقة بسهولة مقارنة بنقل الملفات عن طريق الأقراص أو الأشرطة الممغنطة. التي يقصد به بروتوكول نقل الملفات وهذه الخدمة هي إحدى تسهيلات ، ومصطلحا تقوم تجعل من الممكن نقل الملفات بين الكمبيوترات على الشبكة، ومن مميزات خدمة البروتوكول نقل الملفات بترجمة شكل الملفات النصية بطريقة أوتوماتيكية حيث أن الكمبيوترات تحتوي نظم تشغيل مختلفة وعليه فلديها أشكال مختلفة للملفات النصية وبالتالي تحتاج لترجمة وهو ما تقوم به

¹ مرجع سابق موقع ويكيبيديا – يوليو 2016

² مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر - آمال حليمي - واقع وآفاق التجارة الالكترونية في الجزائر - مرجع سابق

4-5 خدمة بروتوكول الربط عن بعد "التيلنت Telnet: هو برنامج خاص يستخدم للربط بين كافة أجهزة الكمبيوتر، في أنحاء العالم، ويمكن من استخدام قاعدة البيانات في الكمبيوترات الأخرى، وغالب ما يستخدم هذا البرنامج في العمليات التجارية.

5-5 محركات البحث: محركات البحث هي أبواب الانترنت ولولاها لما انتشرت تفهرس الانترنت إلى هذا الحد، فمحركات البحث ممر إجباري لكل باحث عن المعلومات على الانترنت لأ ملايين الصفحات وتسمح بالبحث في هذه الفهارس للحصول على نتائج سريعة بدلا من البحث يدويا على كامل الشبكة. وهناك حاليا اكثر 1500 فهرس ومحرك بحث على الشبكة، لكن الأشهر بينهم، بضعة محركات هي من بين المواقع الأكثر شعبية على الشبكة ومن أهمها محرك البحث وبالنسبة له يستخدم Google. محركات البحث توفر عليه وقتا كبير في الحصول على المعلومات.

6-5 العناوين في شبكة الانترنت: العناوين في الشبكة الانترنت بصفة عامة تدل على نوعية الخدمة المطلوبة، مثل خدمة نقل الملفات أو خدمة البريد الالكتروني أو خدمة الشبكة العنكبوتية(الويب)، وغير ذلك من الخدمات الشبكية. فعناوين شبكة الانترنت، قد تحدد نوعية نشاط الجهة المالكة للموقع وقد يحدد الدولة التي يتبعها الموقع، ويمكن أن يتخذ أحد الأوجه التالية:

الجدول رقم 1-3: يبين أنواع الأنطقة في الانترنت

حسب النشاط		حسب الدولة		مختلط	
النطاق	الدلالة	النطاق	الدلالة	النطاق	الدلالة
.com	مؤسسة تجارية	.dz	نطاق جزائري	.co.ae	مؤسسة إماراتية
.edu	مؤسسة تعليمية	.ca	نطاق كندي	.ac.uk	مؤسسة تعليمية بريطانية
.gov	مؤسسة حكومية	.fr	نطاق فرنسي	edu.ca	مؤسسة تعليمية كندية
.mil	مؤسسة عسكرية	.es	نطاق إسباني	.com.lb	مؤسسة تعليمية لبنانية
.org	مؤسسة غير حكومية	.ae	نطاق إماراتي	.net.fr	مؤسسة موارد شبكية فرنسية
.net	مؤسسة موارد شبكية	.lb	نطاق لبناني	.com.tn	مؤسسة تجارية تونسية

المصدر: د-إبراهيم بختي -مرجع سابق- ص33

من خلال ما سبق فان الانترنت تسهل الاتصال وتوفر العديد من المزايا الخدماتية وتجعل العالم قرية صغيرة .

المطلب الثالث : ايجابيات وسلبيات الانترنت ودورها في التجارة الالكترونية

شبكة الانترنت غيرت شكل ومضمون التجارة والأعمال، فقد ساهمت في تحقيق الوجود العملي للتجارة المتنوعة والمتكاملة، وتمثل تكنولوجيا الانترنت القوة الدافعة لنمو وتطور التجارة الالكترونية في العالم.

1- إيجابيات وسلبيات الانترنت:

لا يمكن أن نحدد بنقاط، فهذا يعود على مستخدم الانترنت نفسه لكن ممكن عرضها في:¹

1-1 ايجابيات الانترنت:

- استخدام الانترنت في مجال الدراسة والتعلم، حيث تتوفر الكثير من الموسوعات والمراجع تشكل لهم مصدر هائلا للمعلومات لكتابة الأبحاث.
- تنمية مهارات الاستطلاع والتعلم الذاتي، حيث صاغت الانترنت شكل جديد للتعليم الاستكشافي المفتوح.

- تنمية مهارة الأسلوب التفاعلي والمشاركة بالمعلومات والآراء والتجارب.
- تعلم فن البيع والشراء عبر التجارة الالكترونية وفن الإنتاج والتسويق الالكتروني .
- استكشاف العالم ومتابعة كل ما يطرأ عليه من مستجدات في جميع
- تعلم اللغات الأجنبية المختلفة.
- تنمية الهويات والمهارات، كل بحسب اهتماماته.
- متابعة مستجدات الابتكارات والمكتشفات في جميع أنحاء العالم .

2-1 سلبيات الانترنت:

- التعرض لعمليات احتيال ونصب وابتزاز
- الانغماس في استخدام برامج الاختراق والتسلل لإزعاج الآخرين وإرسال الفيروسات التخريبية.
- مشكلة إدمان الانترنت.
- ممارسة الشراء الالكتروني دون رقابة من خلال استخدام البطاقات الائتمانية الخاصة بأحد الوالدين أو بطاقة مسروقة .
- التشهير بالأفراد والشركات ونشر الإشاعات عبر المواقع.
- ممارسة انتهاك حقوق الملكية مثلا بوضع نسخ للكتب.
- تعرض خصوصية المعلومات التي في الأجهزة للاختراق.
- التعب الجسدي والإرهاق والأضرار الصحية والتي يسببها الاستخدام الطويل للكمبيوتر والانترنت.

¹ مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر - واقع وآفاق التجارة الالكترونية في الجزائر -- مرجع سابق

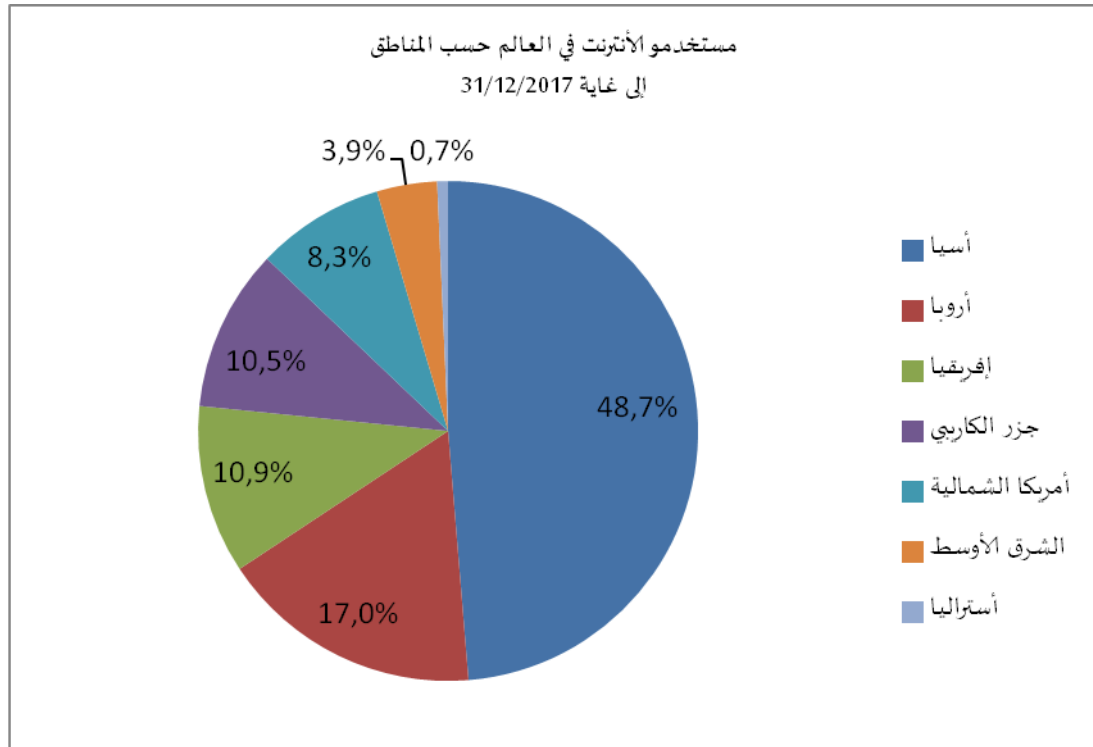
2- دور الإنترنت في التجارة الالكترونية

أصبحت الإنترنت بمثابة الركيزة الأساسية لكل جديد من التجارة، ألا وهي التجارة الالكترونية، فهي ساهمت في ميلادها ونموها وخلق الوجود الحقيقي لها. الإنترنت تجمع بين العديد من مميزات ووظائف الوسائل التكنولوجية الأخرى، فهي تسمح بإرسال الوثائق المكتوبة والمطبوعة مثل جهاز الفاكس والتلكس، وبما أن التجارة الالكترونية هي في حاجة إلى توفر كل هذه الخدمات في آن واحد أصبح من الضروري الاعتماد على الإنترنت كأفضل وسيط الكتروني لإجراء معاملات التجارة الالكترونية. لكي تتم التجارة الالكترونية وتستمر هي في أمس الحاجة إلى توفير شبكة الاتصالات قوية تكون غير قابلة للتعطيل وسريعة. يكون من الأفضل إجراء التجارة الالكترونية عبر الإنترنت، بدلا من إجرائها عبر الوسائل الأخرى، لأن الإنترنت وسيلة اتصال تعتمد على الوسائط المتعددة، حيث تستعين بوسائل حديثة ومبتكرة تساعد المؤسسة على إجراء اتصال مباشر صوتي ومرئي مع عملائها. إن التطور الهائل لاستخدام الإنترنت جعله يتحول ليكون أكبر شبكة لتبادل المعلومات، وإن استخدام مؤسسات التجارة الإلكترونية لهذه الشبكة يساعدها على إيجاد المعلومات الخاصة بأخر الاكتشافات والإبداعات التكنولوجية التي تساهم في تطوير نشاطها.

3- تطور شبكة الانترنت:

أدى التطور المستمر في تقنية المعلومات والاتصالات إلى ظهور شبكة الانترنت في مطلع التسعينات من القرن الماضي وانتشارها بشكل سريع في جميع دول العالم، حيث أصبحت وسيلة هامة لإنجاز المعاملات بأساليب الكترونية. مع التطور الهائل لشبكة الانترنت ازداد عدد مستخدمي الانترنت على مستوى العالم والجدول التالي يوضح ذلك

الشكل 1-3 : مستخدمي الأنترنت حسب دول العالم



المصدر: من إعداد الطالبة مستخدمو الأنترنت حول العالم حسب معطيات الموقع - تاريخ الاطلاع : 2018/03/31

<https://www.internetworldstats.com>

جدول 4-1: إحصائيات عن أكثر 20 دولة تستخدم الإنترنت في العالم

TOP 20 دولة لديها أعلى رقم من مستخدمي الإنترنت – 2017/ 12/31						
	الدولة او المنطقة	تعداد السكان ، 2018	تعداد السكان ، 2000	مستخدمو الإنترنت 31 ديسمبر 2017	مستخدمو الإنترنت 31 ديسمبر 2017	نمو الإنترنت
1	الصين	1,415,045,928	1,283,198,970	772,000,000	22,500,000	3,331 %
2	الهند	1,354,051,854	1,053,050,912	462,124,989	5,000,000	9,142 %
3	م ألو	326,766,748	281,982,778	312,322,257	95,354,000	227 %
4	البرازيل	210,867,954	175,287,587	149,057,635	5,000,000	2,881 %
5	أندونيسيا	266,794,980	211,540,429	143,260,000	2,000,000	7,063 %
6	اليابان	127,185,332	127,533,934	118,626,672	47,080,000	152 %
7	رووسيا	143,964,709	146,396,514	109,552,842	3,100,000	3,434 %
8	نيجيريا	195,875,237	122,352,009	98,391,456	200,000	49,095 %
9	المكسيك	130,759,074	101,719,673	85,000,000	2,712,400	3,033 %
10	بنغلاديش	166,368,149	131,581,243	80,483,000	100,000	80,383 %
11	ألمانيا	82,293,457	81,487,757	79,127,551	24,000,000	229 %
12	الفلبين	106,512,074	77,991,569	67,000,000	2,000,000	3,250 %
13	الفتنام	96,491,146	80,285,562	64,000,000	200,000	31,900 %
14	بريطانيا	66,573,504	58,950,848	63,061,419	15,400,000	309 %
15	فرنسا	65,233,271	59,608,201	60,421,689	8,500,000	610 %
16	تايلاند	69,183,173	62,958,021	57,000,000	2,300,000	2,378 %
17	ايران	82,011,735	66,131,854	56,700,000	250,000	22,580 %
18	تركيا	81,916,871	63,240,121	56,000,000	2,000,000	2,700 %
19	إيطاليا	59,290,969	57,293,721	54,798,299	13,200,000	315 %
20	مصر	99,375,741	69,905,988	48,211,493	450,000	10,613 %
دول TOP 20		5,146,561,906	4,312,497,691	2,937,139,302	251,346,400	1,068 %
باقي الدول		2,488,196,522	1,832,509,298	1,219,792,838	109,639,092	1,012 %
المجموع العام		7,634,758,428	6,145,006,989	4,156,932,140	360,985,492	1,051 %

المصدر: <https://www.internetworldstats.com> تاريخ الاطلاع : 2018/03/31

مما سبق لاحظنا الانتشار الواسع للانترنت عبر العالم وتعتبر العمود الفقري للتجارة الالكترونية
المبحث الثالث: نظم الدفع والسداد المستعملة في التجارة الإلكترونية:

نتيجة للتطورات التي عرفتتها التجارة الالكترونية حولت البنوك أغلب وسائل الدفع إلى وسائل دفع إلكترونية وتعددت هذه الأخيرة واتخذت أشكالاً تتلاءم مع طبيعة المعاملات عبر شبكة الإنترنت، وكانت أولهما البطاقات البنكية والتي تطورت من البطاقة ذات الشكل المغناطيسي إلى البطاقة ذات الخلية الإلكترونية، كما ظهرت وسائل دفع أخرى إلكترونية.

المطلب الأول: وسائل الدفع الإلكتروني

1- ماهية الدفع الإلكتروني:¹

كانت التجارة الالكترونية من أهم الأسباب التي أدت إلى استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، وكحل للمشاكل والعراقيل التي أفرزتها وسائل الدفع التقليدية وبالفعل تمكنت الوسائل الحديثة من الانتشار بسرعة وقد ساعد في ذلك المجهودات الكبيرة المبذولة من طرف البنوك لجذب أكبر عدد ممكن من العملاء وجعلهم يختبرون فعالية ومزايا هذه الوسائل حديثة النشأة.

وسائل الدفع المتطورة في الانترنت هي عبارة عن صورة أو الوسيلة الإلكترونية التقليدية للدفع و التي نستعملها في حياتنا اليومية، الفرق الأساسي بين الوسيطتين هي أن وسائل الدفع الإلكتروني تتم كل عملياتها وتسير الكترونياً، ولا يوجد للحوالات ولا للقطع النقدية وتعرف على أنها "عملية يتم من خلالها إستبدال القيمة المالية بالبضاعة، أو بالخدمات أو بالمعلومات، فهي تستخدم وسيط لتسهيل عميلة التبادل." ويعرف الدفع الإلكتروني على أنه "عملية تحويل الأموال في الأساس ثمن لسلعة أو لخدمة بطريقة رقمية أي باستخدام أجهزة الكمبيوتر، و إرسال البيانات عبر خط تلفوني أو شبكة ما أو أي طريقة لإرسال البيانات.

2- أهمية وسائل الدفع الإلكتروني:

إن إتساع نطاق التجارة الإلكترونية يسمح بتضاؤل دور النقود الورقية والدفع التقليدي أمام إزدهار الدفع الإلكتروني، حيث كانت النقود الوسيلة الرئيسية لتسوية المعاملات المالية وكان الدفع يتم بصورة سائلة أو بواسطة بديلة كالشيك وغيرها من وسائل الدفع التقليدية. لكن تلك الوسائل لا تصلح في تسهيل التعامل الذي يتم عن بعد في بيئة غير مادية كالعقود الإلكترونية التي تتم عبر شبكة الإنترنت حيث تتوارى المعاملات الورقية. من هنا تظهر أهمية إبتكار وسائل سداد تتفق مع طبيعة التجارة الإلكترونية، لهذا يتم الدفع إلكترونياً. يمكن للعميل الوفاء بمقابل السلعة أو الخدمة بنفس الطرق التقليدية المتبعة في التعاقد بينغائبين مثل إرسال شيك عن طريق البريد أو من خلال الفاكس، أو إرسال البيانات الخاصة بحساب بنكي، لكن هذه الوسائل لا تصلح وخصوصة التجارة الإلكترونية ومقتضيات السرعة فيها، لذا كانت أهمية اللجوء إلى الدفع الإلكتروني من خلال شبكة اتصال لا سلكية موحدة عبر الحاسب.²

¹ د-السعيد بركة-أ فوزي شوقي- مجلة البحوث الاقتصادية-العدد 2- الصادر في 2014/11/13 جامعة أم البواقي ص 57

² المرجع نفسه.

3- خصائص وسائل الدفع الإلكتروني : تتميز وسائل الدفع بالخصائص الآتية:¹

— يتسم الدفع الإلكتروني بالطبيعة الدولية، أي أنه وسيلة مقبولة في جميع الدول ،حيث يتم استخدامه لتسوية الحساب في المعاملات التي تتم عبر فضاء إلكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم.

— يتم الدفع الإلكتروني باستخدام النقود الإلكترونية ،وهي وحدات نقدية عادية كل ما هناك أنها محفوظة بشكل إلكتروني ويتم الوفاء بها إلكترونيا

— يستخدم هذا الأسلوب لتسوية المعاملات الإلكترونية عن بعد، حيث يتم إبرام العقديين أطراف متباعدة في المكان ويتم الدفع عبر شبكة الإنترنت ،وفقا لمعطيات إلكترونية تسمح بالاتصال المباشر بين طرفي العقد ويتم الدفع الإلكتروني بأحد الأسلوبين:

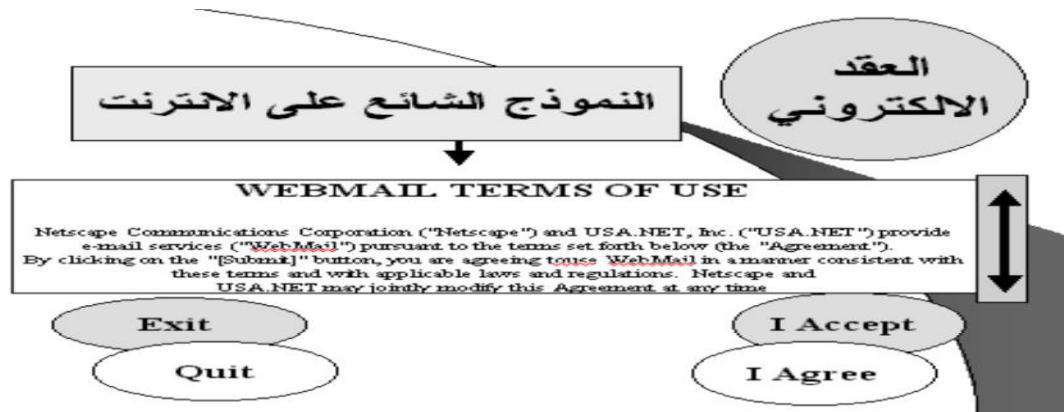
الأول: من خلال نقود مخصصة سلفا لهذا الغرض، بحيث يكون الثمن فيها مدفوعا مقدما؛

الثاني: من خلال البطاقات البنكية العادية حيث لا توجد مبالغ مخصصة مسبقا لهذا الغرض بل إن المبالغ التي يتم السحب عليها بهذه البطاقة قابلة للسحب عليها بوسائل أخرى كالشيك.تتطلب توفير أجهزة تتولى هذه العمليات التي تتم عن بعد لتسهيل تعامل الأطراف وتوفير فيما بينهم؛

— يتم الدفع الإلكتروني من خلال نوعين من الشبكات، شبكة خاصة و يقتصر الإتصال بها

— على أطراف التعاقد و يفترض ذلك وجود معاملات وعلاقات تجارية و مالية مسبقة بينهم، وشبكة عامة حيث يتم التعامل بين العديد من الأفراد لا توجد بينهم قبل ذلك روابط معينة.

الشكل 1- 4: نموذج عن العقد الالكتروني



المصدر: د ناصر خليل ، التجارة و التسويق الالكتروني ، ط1 دار أسامة للنشر و التوزيع الاردن 2009 ص80

مما سبق يمكن القول ان لوسائل الدفع الالكترونية أهمية كبيرة في حياتنا اليومية و في تسهيل عملية التجارة الالكترونية.

¹ د-السعيد بريكة-أ فوزي شوقي- مجلة البحوث الاقتصادية-مرجع سابق ص58

المطلب الثاني: البطاقات الإلكترونية

قد أسهم التقدم المعلوماتي في تعزيز الحاجة إلى حلول دفع الإلكترونية وذلك مع توسع أنواع الخدمات المقدمة إلكترونياً وسنتطرق إلى أهم البطاقات الإلكترونية.

1- بطاقات الائتمان:

1-1 تعريف بطاقات الائتمان: هي أداة دفع إلكترونية، تقوم بتسوية المعاملات التجارية والبنكية بين الأفراد والبنوك فقد عرفها البعض بأنها بطاقة دفع تستخدم كأداة وفاء وائتمان، فهي تتيح لحاملها الحصول على السلع والخدمات فور تقديمها والدفع الآجل لقيمة تلك السلعة والخدمات للبنك مصدر البطاقة، ولحامل البطاقة أن يدفع كامل الرصيد الظاهر بكشف مستخدمات البطاقة الشهري أو جزء منه في نهاية فترة السماح، وذلك يتوقف على الاتفاق المبرم بين البنك وحامل البطاقة¹. وعرفها آخرون بأنها "التزام من قبل البنوك التجارية بدفع مبلغ معين من النقود القانونية، والتي تعبر عنه وعرفها آخرون بأسلطة وإدارة الدولة، وتتمتع بقوة إبرام مطلقة في الوفاء بالالتزامات، ويجبر الدائن على قبولها وفاء لدينه وبعض المدين من دينه بمجرد السداد بها وينشأ هذا الالتزام نتيجة إيداع حقيقي لقيمة من النقود الإلكترونية." وقد تعددت تعريفات بطاقة الائتمان ويعود هذا التعدد إلى اختلاف الزاوية التي يتعرض لها كل باحث عند تناوله تحديد مفهوم بطاقات الائتمان².

2-1 أنواع بطاقات الائتمان

من بين أنواع البطاقات المتداولة في العلوم يوجد:³

أ- بطاقة الوفاء (بطاقة المدين) وتمنح هذه البطاقة حاملها وفاء ثمن السلع والخدمات التي يحصل عليها من بعض المحلات التجارية التي تقبلها بموجب اتفاق مع الجهة المصدرة لها، ذلك بتحويل ثمن البضائع والخدمات من حساب العميل المشتري. (حامل البطاقة إلى حساب التاجر البائع) ويتم ذلك بإحدى الطريقتين:

-الطريقة الغير مباشرة: في هذه الطريقة يقوم عميل البنك المشتري بتقديم بطاقته التي تحمل اسم المؤسسة المصدرة لها وشعارها واسمه وتوقيعه ورقم البطاقة وتاريخ انتهاء العمل إلى التاجر الذي يقوم بتدوين تفصيلات عن مشتريات حامل البطاقة ثم يقوم بعد ذلك بإرسال نسخة من هذه البيانات إلى الجهة المصدرة للبطاقة ليتم تسديدها.

الطريقة المباشرة: وفيها يقوم العميل بتسليم بطاقته إلى محاسب المحل الذي يقوم بتمرير البطاقة على الجهاز للتأكد من وجود رصيد كاف لهذا العميل في بنكه لتسديد قيمة مشتريات هذا العميل والذي لا يتم إلا بعد إدخال هذا العميل رقما سريا في الجهاز (PIN).

¹ عصام عبد الفتاح مطر، التجارة الإلكترونية في التشريعات العربية والاجنبية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2007، ص 7

² مصطفى رشدي شبيحة، النقود والمصارف والائتمان، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2009، ص 5

³ عطية سالم عطية، البنك الأهلي المصري، بطاقات الدفع الإلكترونية، المعهد المصرفي، القاهرة، 2003، ص 5

ب- بطاقة الاعتماد أو الخصم الشهري: وهي بطاقة تمنح لصاحبها انتمان قصير الأجل لا يتعدى الشهر، حيث يقوم العميل بإجراء معاملاته لمدة شهر، ويقوم البنك بمحاسبة هذا العميل شهريا عن طريق إرسال كشف حساب إليه ويلتزم حامل البطاقة بسداد كل ما عليه من مبالغ آخر كل شهر، وفي حالة رفض العميل سداد هذه المبالغ يتم إيقاف العمل بالبطاقة ويتعرض العميل للمساءلة القانونية.

ج- بطاقة السحب الآلي: (ATM)

تعطي هذه البطاقة حاملها، إمكانيات سحب مبالغ نقدية من حساب بحد يومي أقصى متفق عليه من خلال أجهزة خاصة، حيث يقوم العميل بإدخال البطاقة في فتحة خاصة في هذا الجهاز الذي يطلب منه إدخال رقمه السري، فإذا كان الرقم صحيحا، فإن الجهاز يطلب من العميل تحديد المبلغ المطلوب سحبه بالضغط على مفاتيح هذا الجهاز فإذا كان للعميل رصيد لدى البنك فإن الجهاز سوف يصرف المبلغ آليا للعميل ويعيد له البطاقة بعد انتهاء عملية السحب. ويسجل هذا المبلغ في الجانب المدين من حساب هذا العميل مباشرة.

د- البطاقة الفضية: وهي بطاقة ذات حدود ائتمانية منخفضة نسبيا وتمنح لأغلب العملاء، وتقوم هذه البطاقة بتوفير جميع أنواع الخدمات المقررة كالشراء من التجار والسحب النقدي من البنوك.

هـ- البطاقة الذهبية: وهي بطاقة ذات حدود ائتمانية عالية وتصدر للعملاء ذوي القدرة المالية العالية وتتيح لحاملها المزايا المجانية كما انها تعد في مرتبة أعلى من البطاقة الفضية، وتصدر لكبار عملاء البنك.

و- البطاقة الماسية: وهي بطاقة تتمتع بائتمان غير محدود بسقف معين، وتصدر للعملاء من ذوي القدرات المالية العالية بالإضافة إلى أنها تتيح لحاملها بعض المزايا الإضافية، مثل: التأمين ضد الحوادث وأسبقية الحجز في الفنادق وشركات الطيران.

2- بطاقات الصرف البنكي: إن هذا النوع من البطاقات يشبه إلى حد كبير بطاقات الائتمان من حيث الشراء الفوري والدفع الآجل ولكن الاختلاف يكمن في فترة الدفع حيث يتم السداد بالكامل من قبل العميل خلال الشهر الذي تم السحب فيه، أي أن فترة الائتمان لا تتجاوز الشهر.

2-2- معوقات انتشار بطاقات الصرف البنكي: إن من بين العوامل التي كانت تعيق انتشار بطاقات الصرف البنكي تتمثل في:

- انخفاض المستوى الثقافي ومستوى الدخل.
- محدودية المدخرات الشخصية في شكل ودائع للفئة الغالبة من المواطنين.
- عدم معرف أغلبية أصحاب الودائع الصغيرة لمزايا البطاقات وأساليب استخدامها.
- تركيز البنوك في الدعاية والإعلان عن هذه البطاقات لدى فئة المواطنين ذات الدخل المرتفع.

3- البطاقات الذكية: تعد هذه البطاقة من أهم بطاقات الدفع الالكتروني، حيث يتم تصنيعها من لدائن معالجة بكثافة من السيليكون و الشرائح فائقة القدرة التي يمكن خلالها تسجيل جميع المعاملات الخاصة بالبطاقة:¹

1-3 تعريف البطاقات الذكية: هي بطاقة بلاستيكية ذات ميكروسوفت مدمج يحتوي على بعض المعلومات والبيانات التي يمكن استرجاعها في أي وقت ويرى البعض إدراج البطاقات الذكية تحت بند الأموال البلاستيكية أو البطاقات على أساس انها عبارة عن جيل جديد من البطاقات. بينما يرى البعض الآخر إدراجها ضمن النقود الإلكترونية على اعتبار انه يمكن تخزين قيم النقود فعلياً عليها هي نفسها على عكس البطاقات العادية التي تستخدم كأداة لسحب المبالغ من الأرصدة بالبنوك.

أ- استخدامات البطاقة الذكية: يمكن استخدامها في مجالات شتى: تشمل ما يلي:²

- استخدام البطاقة الذكية في تأمين إجراء التحويلات المالية داخل الشبكة الدولية للمعلومات (الانترنت)
- استخدامها في التنقل بوسائل النقل العمومي.
- يمكن استخدامها كحافضة نقود الكترونية تملأ وتفرغ من النقود وهذا ما يميزها عن البطاقات العادية.
- استخدام البطاقة الذكية من قبل مستخدمي الشبكات لتعريف هويتهم والحصول على بريدهم الالكتروني بدلا من استخدام الشفرات والرموز التي تكون غير آمنة.
- استخدام البطاقة الذكية بدلا من تذكرة الطيران وجواز السفر، بحيث يتم تسجيل جميع تفاصيل الحجز عليها، وكذلك تحديد هوية الشخص وبياناته الشخصية.
- كما أصبح من المتاح حالياً استخدامها كبديل لجواز السفر، ويتم ذلك من قبل الأشخاص الذين يقومون بالسفر بصفة مستمرة أو بشكل منتظم فيمكن أن يستغنوا عن جواز السفر باستخراج بطاقة ذكية من الوزارة الخارجية أو مكتب الهجرة، ويتم ذلك بالفعل في بعض الدول أشهرها سنغافورا.
- يمكن أيضاً تحويلها لبطاقة صحية مثل بطاقة الشفاء. "وهي عبارة عن بطاقة إلكترونية تسمح بالتعرف على المؤمن وذوي الحقوق أثناء استفادته من خدمات الضمان الاجتماعي"

¹ هند حامد، التجارة الإلكترونية في المجال السياحي، دار النهضة العربية، حلوان، مصر، القاهرة، 2003 ، ص 85

² - المرجع نفسه ، ص 112

4- الشيكات والنقود الإلكترونية¹

تحاول بعض المؤسسات المالية تطوير كافة وسائل الدفع المعروفة لتناسب مع مقتضيات التجارة الإلكترونية، وفي هذا المجال فقد جرى تطوير استخدام الشيكات الورقية إلى نظام الشيكات الإلكترونية وتطوير استخدام النقود وفي هذا إلى نقود رقمية أو إلكترونية وهذا ما سنتطرق إليه.

1-4 الشيكات الإلكترونية:

إن فكرة الشيكات الرقمية الإلكترونية جاءت بتحويل الشيكات الورقية إلى شيكات رقمية.

أ- تعريف الشيكات الإلكترونية

الشيك الإلكتروني عبارة عن رسالة إلكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك (حامله) يعتمد عليه ويقدمه للبنك الذي يعمل عبر الإنترنت ليقوم البنك أولاً بتحويل قيمته إلى حساب حامل الشيك وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك وإعادة إلكترونية إلى مستلم الشيك ليكون دليلاً على أنه قد تم صرف الشيك فعلاً ويمكن لمستلم الشيك أن يتأكد إلكترونية من أنه قد تم بالفعل تحويل المبالغ لحسابه.

ب- النقود الإلكترونية

تعد النقود الإلكترونية واحدة من الابتكارات التي أفرزها التقدم التكنولوجي، وقد شهدت الحياة المصرفية تطوراً كبيراً، ويطلق عليها أيضاً النقود الرقمية وهي بطاقات تحتوي على مخزون إلكتروني وأرصدة نقدية محملة إلكترونية على بطاقات تخزين القيمة. كما يمكن تعريفها بأنها عبارة عن قيمة نقدية بعملة محددة تصدر في صورة بيانات إلكترونية مخزنة على بطاقة ذكية أو قرص صلب بحيث يستطيع صاحبها نقل ملكيتها إلى من يشاء دون تدخل شخص ثالث.

ج- تحديات النقود الرقمية الإلكترونية

إن النقود الرقمية توجه بعض التحديات أهمها الآتي²:

- سيطرة البنوك المركزية على إصدار النقود الرقمية والتي يمكن أن تنتقل في حالة التوسع إلى البنوك الإلكترونية.
- ماهية العملة التي ستسيطر في المستقبل في مجال النقود الرقمية الإلكترونية هل سيكون الدولار الرقمي أم نقود أخرى؟
- تحديات متعلقة بالاستنساخ لهذا النوع من النقود الرقمية، الذي يتطلب الحماية الخاصة بعدم الاستنساخ

¹ إبراهيم بختي - مرجع سابق ص 72

² كامل أمين مصطفى عز الدين، الصيرفة الإلكترونية، مقال منشور على الإنترنت على الموقع

5- الهاتف المصرفي وتحويل النقد الكترونيا

أصبحت النقود التقليدية وسيلة غير مناسبة للدفع عن بعد، لذلك تم استحداث وسائل جديدة ومتنوعة أكثر ملائمة لطبيعة ومتطلبات التجارة الالكترونية .

1-5 الهاتف المصرفي :جاء الهاتف المصرفي نتيجة لتطور الخدمات المصرفية على مستوى العالم حيث أنشئت المصارف خدمة الهاتف المصرفي التي عملت على الآتي:¹

- سهولة كيفية استفسار العملاء عن حسابا
- استمرار الخدمة 24 ساعة يوميا لإجراء خدمات مثل سحب مبالغ من رصيد العميل إلى الجهة التي يريد. كدفع فاتورة الهاتف والكهرباء وأيضا تحويل الأموال ودفع الالتزامات.
- ولكن من الملاحظ أن عملاء المصارف يفضلون عادة استخدام الهاتف المصرفي في العمليات المصرفية البسيطة، أما عمليات الحصول على القروض الائتمانية أو فتح الاعتماد الإنسانية فيفضلون أن تجري بالطريقة التقليدية، لكثرة إجراءات هذه العمليات ولتجنب حدوث أي أخطاء مع الرد على استفسارات المعقدة فيها.

2-5 تحويل النقد الكترونيا : إن نظام التحويلات النقدية الالكترونية جزء بالغ الأهمية من البنية التحتية لأعمال البنوك الإلكترونية التي تعمل عبر الإنترنت يمتاز بدرجة عالية من الأمن وسهولة الاستخدام والموثوقية.

1-5-2 - تعريف نظام التحويلات النقدية الالكترونية

عملية كاملة مبنية على برمجيات الكمبيوتر التي تعمل على تسهيل عملية تحويل الأموال أو عملية معالجة المعاملات النقدية بين مؤسستين ماليتين، حيث تتم عملية التحويل خلال يوم واحد وعبر شبكات مثل، شبكة الانترنت².

2-5-2 منافع نظام التحويلات النقدية الالكترونية³

- تنظيم الدفعات: يكفل الاتفاق على وقت اقتطاع وتسديد قيمة التحويلات المالية ، تنظيم عمليات الدفع دون أي ريبه في مكان السداد في الوقت المحدد
- تسير العمل: ألغت عملية المقاصة الآلية حاجة العميل والتاجر إلى زيارة البنك لإيداع قيمة التحويلات المالية.
- السلامة والأمن: ألغت المقاصة الآلية والتحويلات المالية الالكترونية الخوف من سرقة الشيكات الورقية.

¹ كامل أمين مصطفى عز الدين، الصيرفة الإلكترونية، مقال منشور مرجع سابق

² مجلة العلوم الإنسانية، العمليات المصرفية الإلكترونية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد الحادي عشر، 2007 ، ص 19

³ مجلة العلوم الإنسانية، العمليات المصرفية الإلكترونية، مرجع سابق- ص 19

- تحسين التدفق النقدي: رفع إنجاز التحويلات المالية الكترونيا موثوقية وسرعة تناقل النقد.
- زيادة رضا العملاء: تكفل سرعة عمليات التحويل الالكترونية وانخفاض كلفتها وتحقيق رضا العملاء وتوطيد ثقتهم في التعامل مع التاجر أو الشركة.

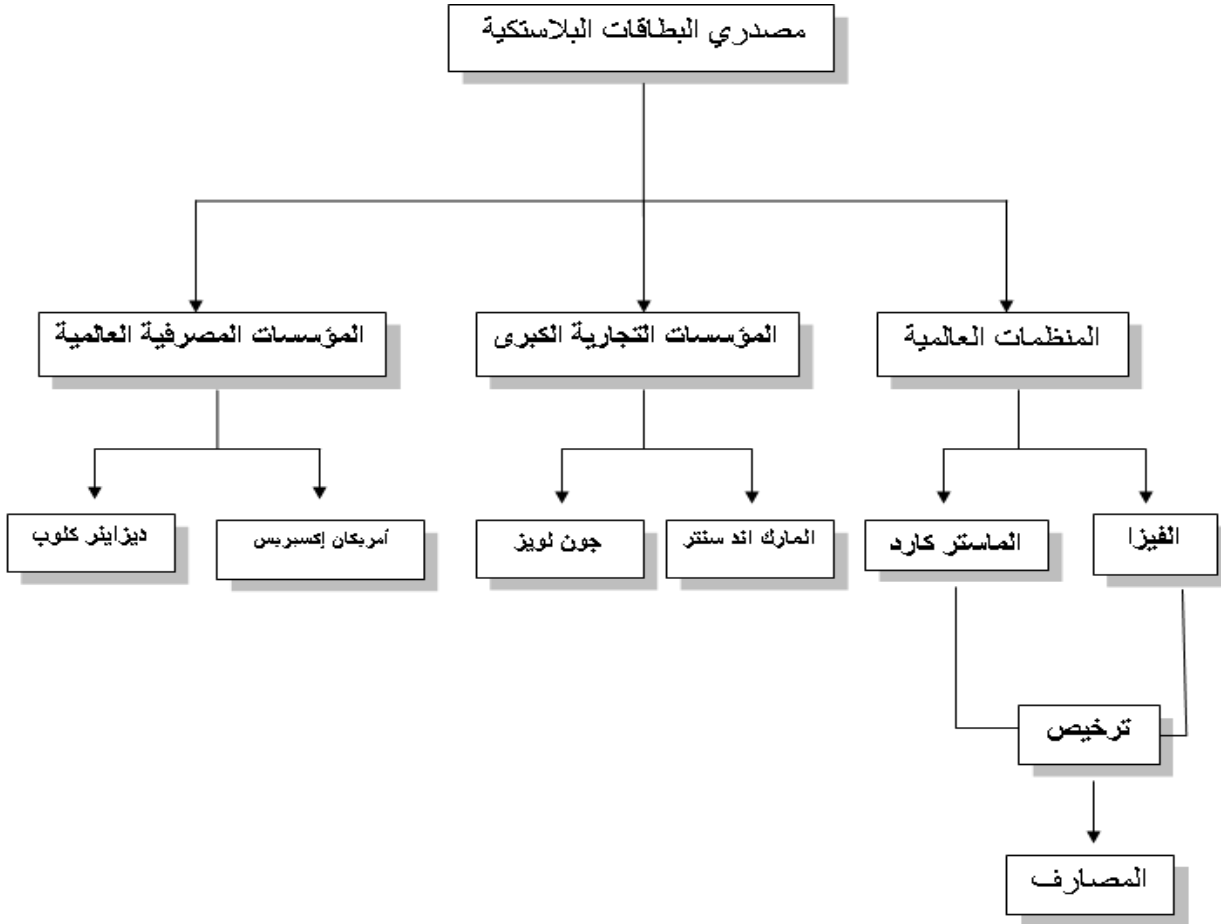
6- شبكة سويفت¹

تتمثل شبكة سويفت في الشركة العالمية للاتصالات المالية ما بين البنوك ويعبر عنها اختصارا بـ SWIFT، تأسست هذه الشبكة في بادئ الأمر من طرف خمسة عشر دولة بتاريخ 03 ماي 1973 ومقرها بروكسل بلغ عدد أعضائها سنة 1985، 1100 عضو، هدفها الرئيسي هو تحسين التسديدات المالية وذلك من خلال معالجة العمليات المالية عن طريق أجهزة الإعلام الآلي، وبدأ العمل بها بتاريخ 09 ماي 1977، وقد انضمت الجزائر إلى شبكة سويفت بتاريخ 02 ديسمبر 1992 حيث نجد كل البنوك الجزائرية مرتبطة بالشبكة. أما من الجانب التقني فشبكة سويفت هي عبارة عن شبكة الكترونية تدير عملياتها عن طريق أجهزة الإعلام الآلي بالنسبة لبنوك الدول الأعضاء في الشبكة وهي بالأساس مبنية على تبادل الرسائل المتعلقة بأوامر تحويلات الزبائن المالية، وقد استطاعت شبكة سويفت أن تطور من حجم العمليات القابلة للتنفيذ بما في ذلك التحصيلات المستندية، وتأكيدات بيع وشراء المستندات، وتجدر الإشارة أن هناك نماذج مختلفة لشبكة سويفت:

- 100MT نموذج يهتم بتحويل الأموال و الدفع لصالح المستفيدين
 - 200 MT .تتعلق برسائل الدفع الالكترونية فيما بين البنوك .
 - 400MT تستخدم لدفع المستحقات المرتبطة بالأوراق التجارية.
 - 700 MT ويستعمل هذا النموذج على وجه الخصوص لتقنية الاعتماد المستندي.
- للإشارة فإنه يعيب على شبكة سويفت عدم تقديمها للإيصال بالاستلام ، و بالتالي فالإتمام الجيد لعملية الإرسال يتوقف على مدى قيام المكلفين بذلك بعملهم.

¹ مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر-عطاب عبدالله-أهمية تمويل التجارة الخارجية عن طريق الاعتماد المستندي- 2013-2014

الشكل رقم 1-5 أنواع البطاقات البلاستيكية حسب جهة الإصدار



المصدر: نادر شعبان إبراهيم السواح ، " النقود البلاستيكية وأثر المعاملات الإلكترونية على المراجعة في البنوك التجارية ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، 2006 ، ص 27 .

مما سبق جاءت وسائل الدفع الالكترونية لتدعم التجارة الالكترونية وتسهل عملياتها النقدية و التحويلية و لتناسب جميع فئات المجتمع نظرا لتنوعها.

المطلب الثالث : المحفظة والبنوك الالكترونية¹

لتسهيل نمو التجارة الالكترونية وخلق بيئة تجارية متناسقة ومتكاملة، ظهرت العديد من أدوات وأنظمة الدفع الالكتروني منها المحفظة الالكترونية عبر موقع مالي تجاري إداري استشاري له وجود مستقل على الخط يتمثل في البنوك الالكترونية.

1- المحفظة الالكترونية

إحدى وسائل الوفاء والتي تصلح لسداد المبالغ قليلة القيمة وقد ظهرت هذه الوسيلة الجديدة نتيجة تجاوز تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بتكنولوجيا البطاقات الذكية فقد استفادت البنوك والمؤسسات المالية من التقدم المذهل في كلا النوعين من التكنولوجيا.

1-1 تعريف المحفظة الالكترونية:

عبارة عن تطبيق الكتروني يقوم على أساس ترتيب وتنظيم آلية جميع الحركات المالية وتحتوي هذه المحفظة على جميع البيانات المستخدم لتلك البطاقة بصيغة مشفرة، ويتم تثبيتها على الكمبيوتر الشخصي أو تخزينها على أحد الأقراص المرنة أو أي أداة يمكن عن طريقها حفظ تلك البيانات واستخدامها للدفع عن طريق شبكة الانترنت في جميع حالات الشراء وفي ظل الاستخدام اليومي لعمليات الشراء المحلية والعالمية أصبحت الحاجة ملحة جدا لاستخدام تلك التقنية لما لها من سهولة التواصل في الانترنت .

2-1 عناصر المحفظة الالكترونية:

- تتكون محفظة النقود الالكترونية من الناحية الفنية من كارت أو بطاقة بلاستيكية تسمح بتخزين معلومات و وحدات الكترونية تصلح للوفاء بالديون قليلة القيمة ومن بين عناصرها:
- كارت مزود بذاكرة الكترونية ويسمى الكارت الذكي ويسمح بتخزين معلومات متنوعة تتعلق بالكارت ذاته ، وبيانات شخصية ومالية مفصلة تتعلق بصاحب الكارت وبيانات خاصة بالجهة أو المؤسسة التي تصدر الكارت .
 - الوحدات الالكترونية التي يتم شحنها على الكارت الذكي وهي عبارة عن قيمة نقدية مخزنة على وسيلة الكترونية مدفوعة مقدما وغير مرتبطة بحساب بنكي.
 - الدفع المسبق لقيمة الوحدات ويقصد به تخزين قيمة مالية معينة على أداة. لكي تستخدم بعد ذلك في عملية السداد .

¹ واقع وأفاق التجارة الالكترونية في الجزائر -مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر- آمال حليمي مرجع سابق

2- البنوك الالكترونية

تاريخ البنوك الالكترونية أو بنوك الانترنت يرجع إلى عام 1995 م الذي شهد ظهور أول بنك على الشبكة ويستخدم مصطلح البنوك الالكترونية كتعبير متطور وشامل وعليه سنتناول (net.Bank) وهو (نت بنك) أهم التعاريف والخصائص:¹

1-2 تعريف البنك الالكتروني

ذلك النظام الذي يتيح للزبون الوصول إلى حساباته أو أية معلومات يريدّها والحصول على مختلف جهاز الكمبيوتر أو الحاسب الخاص به أو أية الخدمات والمنتجات المصرفية من خلال شبكة معلومات يرتبط وسيلة أخرى. والبنوك الإلكترونية بمعناها الحديث ليست مجرد فرع لبنك قائم يقدم خدمات مالية وحسب بل موقعا ماليا تجاريا إداريا استشاريا شاملا .

3-2 خصائص البنك الالكتروني

- السرية: إن المعاملات بين البنك وعملائه تقوم على الثقة فيه وفي العاملين لديه فإن التزام البنك بالسرية في معاملته، إنما هو التزام عام تقتضيه أصول المهنة وظروف معاملاته التي تتم بحساسية فائقة.
- حسن المعاملة: إن المعاملة الحسنة التي يتلقاها عميل البنك من العاملين فيه هي الأساس في تحويل العميل إلى عامل دائم.
- الراحة والسرعة: إن إحساس العميل بالراحة عند وجوده بالبنك يغريه على كثرة التردد عليه، لهذا تسعى البنوك إلى توفير أكبر قدر من الراحة للعملاء من إعداد أماكن مناسبة لاستقبالهم لقضاء وقت الانتظار فضلا عن استخدام أجهزة تكييف الهواء ويجب إنجاز الأعمال في أسرع وقت.
- كثرة الفروع: كثرة الفروع وانتشارها في مناطق جغرافية مختلفة تعود على البنك بفوائد كثيرة م، يتمتع بمزايا المشروعات الكبيرة، فيتمكن من تقسيم العمل مثل: التيسير على عملاء البنك لإجراء معاملة على نطاق واسع .

¹ واقع وآفاق التجارة الالكترونية في الجزائر -مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر - آمال حليمي مرجع سابق

3-2 المخاطر التي تنشأ عن التعاملات في البنوك الالكترونية

- المخاطر التشغيلية: هي المخاطر التي تنتج من احتمالات الخسارة الناتجة عن خلل في شمولية النظام أو من أخطاء العملاء (أخطاء المستخدم) أو من برنامج الكتروني غير ملائم للصيرفة والأموال الالكترونية.
- المخاطر الإستراتيجية : هي تلك المخاطر الناجمة عن عدم تبني الاستراتيجيات المناسبة التي تأخذ في اعتبارها كيفية تحقيق المزيج المناسب من الخدمات التقليدية والخدمات المصرفية الالكترونية .
- مخاطر السمعة: تنشأ في حالة توفر رأي عام سلبي اتجاه البنك، الأمر الذي يمتد إلى التأثير على بنوك أخرى مما تنتج عنه خسارة كبيرة في الزبائن والمال.
- المخاطر القانونية: هي التي تتعلق غالبا بالتوقيع الالكتروني أو عدم صحة بعض البنود أو عدم قابليتها للتنفيذ والقانون الواجب التطبيق
- المخاطر التلقائية: إن فشل المشاركين في نظام نقل الأموال الالكترونية أو في سوق الأوراق يؤدي غالبا إلى عدم قدرة مشارك آخر للقيام في تنفيذ التزاما المالية بشكل عام في تنفيذ التزاما موعدها.
- مما سبق نجد دور البنوك الالكترونية في وصول الزبون الى حساباته وفي العمليات المالية حتى الاستشارية ناهيك على خصائصه المشجعة لكن هذا لا يعني عدم وجود مخاطر تحيط هذه العمليات البنكية الالكترونية

المطلب الرابع: وسائل الدفع في التجارة الالكترونية الخارجية

1- العلاقة بين التجارة الإلكترونية والتجارة الدولية¹:

يرجع الفضل في تسهيل المبادلات التجارية الدولية في السنوات الأخيرة إلى تطور أدوات الاتصال الإلكترونية بصورة كبيرة. وتحتل التجارة الإلكترونية على المستوى الدولي أهمية كبيرة ، لأن الكثير من الخدمات التي تتم علي المستوى الدولي أصبح من السهل أن تتم من خلال التجارة الإلكترونية. لقد تيسرت التجارة عبر الدول بصورة كبيرة وذلك بفضل توافر وسائل متعددة أمام التجارة الإلكترونية لاسيما أجهزة الإرسال الإلكتروني والإنترنت وغيرها. فباستقراء تعريف التجارة الإلكترونية والأدوات التي تعتمد عليها ، يتضح أن هناك فوائد محققة من استخدام أساليب التجارة الإلكترونية في مجال التجارة الدولية. إن استخدام أدوات التجارة الإلكترونية وإتاحة إمكانية تسليم الكثير من المنتجات بصورة إلكترونية سوف يسهل بصورة كبيرة التجارة الدولية وهناك عوامل متعددة تؤكد أن التجارة الإلكترونية سوف تسهل التجارة الدولية ، وتساعد علي نموها وازدهارها . فالهاتف والفاكس يساهمان بصورة كبيرة في إتمام المبادلات التجارية بين أطراف تجارية تقيم في دول عديدة . ويساهم الإنترنت أيضا في تسهيل العمليات التجارية وذلك من خلال تقديم خدمة الاتصال السريع للغاية كذلك هناك بعض المنتجات التي يمكن أن تسلم بالطريق الإلكتروني، ومحصلة كل ذلك هي كسب المزيد من الوقت واقتصاد الكثير من نفقات الشحن .ومن المأمول أن تشهد التجارة الدولية للسلع والخدمات في صورة إلكترونية نموا وتوسعا كبيرا . إن المنتجات المعلوماتية مثل الكيانات المنطقية (برامج المعلومات) والخدمات المساعدة لها سوف تساعد في ذلك المجال بصورة كبيرة لدرجة أنها ستجعل التجارة الدولية وكأنها تتم داخل دولة واحدة . كذلك فإن التجارة الدولية في الخدمات المتصلة بأعمال التسلية مثل الموسيقى والفيديو وغيرها من أعمال التسلية ستشهد نموا ملحوظا. وفي المجال المالي فإن المؤسسات المالية متفائلة للغاية بخصوص هذه الثروة الدولية في مجال الخدمات المالية عن طريق الإنترنت .وتستطيع التجارة الإلكترونية والإنترنت أن تسهل الكثير من جوانب التجارة الدولية، فمثلا يترتب على شيوع استخدام أدوات التجارة الإلكترونية في إدارات الجمارك علي المستوى الدول. تسهيل عمليات التجارة الدولية بشكل كبير.

فأدوات التجارة الإلكترونية تسهل عمليات تقدير الرسوم الجمركية التي تصل إلى مبالغ ضخمة علي المستوى الدولي.ومما لا شك فيه فإن تقدير الرسوم الجمركية يحتاج إلى كثير من الوثائق والإدارات وكل ذلك أمكن أن يتيسر بصورة كبيرة عن طريق أدوات التجارة الإلكترونية. كذلك تساعد تكنولوجيا المعلومات المتقدمة علي تدعيم مراقبة الجمارك وتحديثها وتبسيط إجراءاتها بما في ذلك استخدام أساليب تقديم الإخطارات التي تسمح بالفحص الاختياري للإرساليات، وغيرها من الإجراءات الضريبية كذلك استطاعت المعلوماتية في الدول المتقدمة أن تقدم كتالوجا الكترونيا يستطيع حساب كافة العمليات التي تتم عبر التجارة الإلكترونية، ثم كيفية حساب مقدار الضرائب المقررة، لاسيما أنه من المعروف في الدول المتقدمة أن كل فرد يستطيع تقريبا أن يحسب مقدار الضرائب المقررة عليه. كذلك تعين التجارة الإلكترونية علي سرعة الوصول إلي الأسواق

¹ المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، مرجع سابق- عدد 06 / جوان 2017 (<http://www.commerce.gov.sa/ecommerce/art1.asp>)

العالمية بسرعة هائلة وبنفقات قليلة. وعلى حد تعبير البعض فانك تستطيع أن ترسل رسائلك إلى كل العالم وتستقبلها في لحظات. وتجدر الإشارة في هذا الصدد أن الولايات المتحدة الأمريكية مازالت تحتل مكان الصدارة في إنتاج الإنترنت وأدواته وملحقاته المختلفة، وبالتالي يتحقق لها دخول كبيرة من هذا المجال، و لذلك أثر إيجابي علي الدخل القومي الأمريكي ومن المتوقع أن يستمر تطور هذا المجال في صالح الولايات المتحدة الأمريكية. ومن هنا يظهر كيف يمكن أن تساهم المعلوماتية عموما والتجارة الإلكترونية بصفة خاصة في النمو الاقتصادي عموما وازدهار التجارة الدولية بصفة خاصة .

2- ماهي وسائل الدفع في التجارة الخارجية عموما ؟ وفي الجزائر خصوصا؟¹

لا بد من التمييز بين أداة الدفع وتقنية الدفع وطريقة الدفع :

أ- وسائل الدفع وهي :

- التحويل النقدي
- الشيك
- الكمبيالة والسند الاذني
- الدفع الالكتروني

وهي الأدوات التي يتم من خلالها فعلا إتمام العملية

ب- تقنيات الدفع وهي :

هي مجموعة من الاجراءات تمر عبر مراحل حتى يتم الدفع وبذلك فان كل تقنية دفع تتضمن وسيلة دفع وأهم التقنيات :

- التحصيل المستندي
- الاعتماد المستندي
- الاعتماد المعلق

¹ حامد نور الدين -مداخلة بعنوان الدفع الالكتروني في التجارة الخارجية الالكترونية - جامعة محمد خيضر بسكرة 2011 ص3

ج- طرق الدفع¹:

قد يكون الدفع بأحد الطرق و الأشكال التالية حسب الاتفاق :

- الدفع على الحساب (تأجيل الدفع)
 - التسبيق
 - الدفع النقدي مقابل الحصول على المستندات
 - تسليم المستندات مقابل اعتماد مستندي
 - الدفع على الحساب مقابل ضمان بنكي
 - أو مزيج من كل ماسبق مثلا تسبيق مقابل اعتماد مستندي / على الحساب
- أما في الجزائر فقبل قانون المالية التكميلي 2009 أهم وسائل وتقنيات الدفع التي كان يسمح باستخدامها حسب رغبات الأطراف في التجارة الخارجية :
- التحويل الحر
 - قرض المورد و المشتري
 - التحصيل المستندي
 - الاعتماد المستندي
- وبصدور قانون المالية التكميلي سنة 2009 تم فرض الاعتماد المستندي كآلية وحيدة في الصفقات في الخارج، اصبح من الإجباري على كل المصدرين و المستوردين استخدام هذه الآلية لتسوية معاملاتهم في التجارة الخارجية.

¹ حامد نور الدين –مداخلة بعنوان الدفع الالكتروني في التجارة الخارجية الالكترونية مرجع سابق ص 4

3- تعريف الاعتماد المستندي¹

الاعتماد المستندي هو تقنية دفع في التجارة الخارجية ، تتم من خلال قيام المستورد بالطلب من بنكه أن يصدر لصالحه خطاب يتعهد فيه بدفع قيمة البضاعة المستوردة إذا استلم من بنك المصدر مستندات البضاعة.

أي ان البنك يدفع بشرط استلامه للمستندات وبذلك يضمن المصدر أن لا يتم تسليم المستندات إلا إذا فبض ثمن البضاعة ن ويضمن المستورد بأنه لن يدفع قيمة البضاعة غلا عند استلامه للمستندات الصحيحة و السليمة للبضاعة التي تعاقد عليها المصدر. وبعد إعتماده كتقنية وحيدة للدفع في التجارة الخارجية ، تقدم البنوك هذه الخدمة من خلال احد طرق الدفع :

- الواردات المتعلقة بتجهيزات الاستثمار: في هذه الحالة يقوم البنك بمصاحبة العملية و تغطية الصفقة تغطية كاملة، أي أنه يتعهد بالدفع محل المستورد مقابل وصول المستندات المتفق عليها وهذا فهو يحل محل المستورد و يتحمل المخاطر.
- الواردات المتعلقة بالمواد الأولية ومدخلات إنتاج السلع الأخرى : حيث يقوم البنك في هذه الحالة بتغطية جزئية للصفقة في حدود 10-25 % بينما يتحمل المستورد تغطية ما تبقى من قيمة الصفقة.
- الواردات المتعلقة بالمواد والسلع الاستهلاكية والموجهة للبيع مباشرة : حيث يقوم المستورد بتغطية قيمة الصفقة ، ولا يقوم البنك إلا بدور الوسيط الوكيل ، حيث يقوم بالدفع لبنك المصدر من حساب العميل .

4- كيف يمكن ان يستخدم الاعتماد المستندي في التجارة الخارجية الالكترونية ؟²

- تعتبر التجارة الخارجية إلكترونية أو الدفع فيها الكتروني في الحالات التالية :
- الاتفاق عبر منافذ الكترونية : سواء تعلق الأمر بالاتفاق بين المصدر والمستورد ، أو بين المستورد وبنكه عند فتح الاعتماد المستندي وتبليغه عبر منافذ الكترونية.
 - دفع المستندات بطريقة الكترونية : ويجب أن يكون هذا الدفع أو التقديم عبر معالج بيانات على درجة عالية من الثقة.

¹ - حامد نور الدين -مداخلة بعنوان الدفع الالكتروني في التجارة الخارجية الالكترونية مرجع سابق ص 5

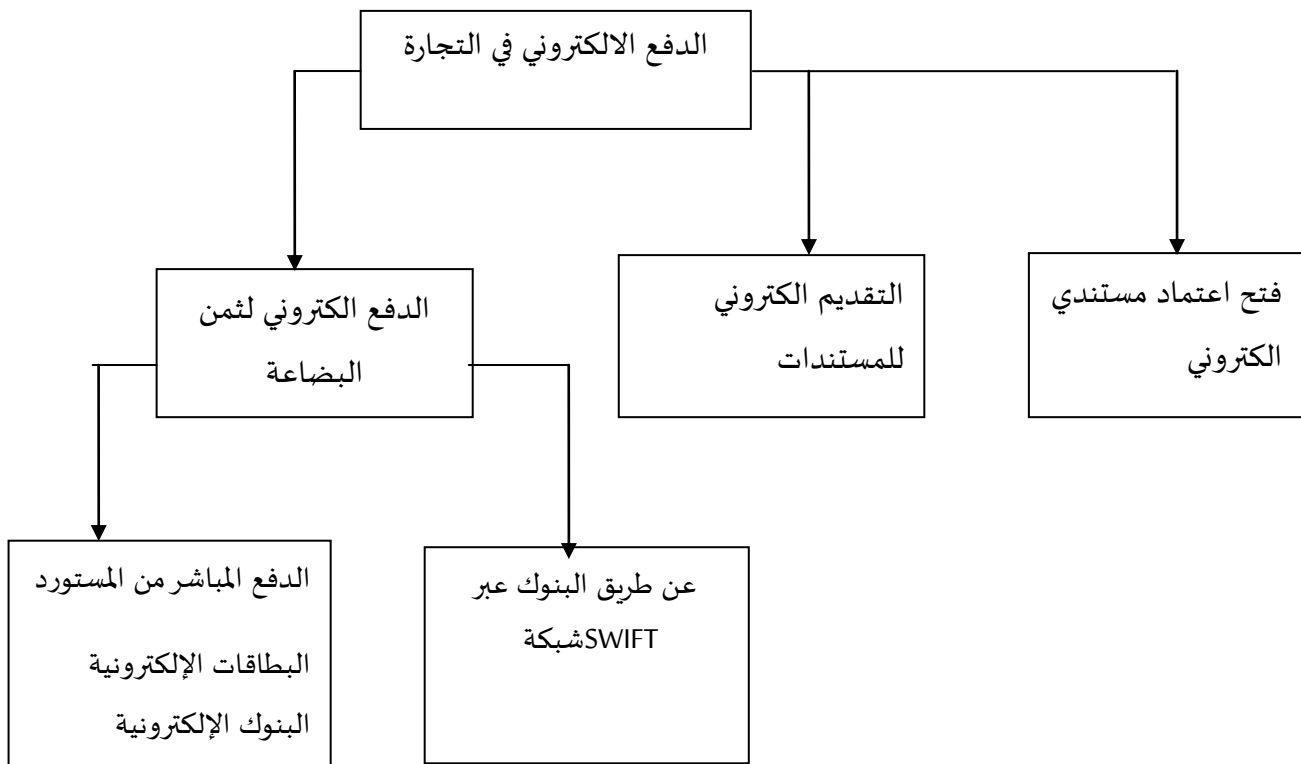
² مرجع نفسه.

- دفع قيمة البضاعة بطريقة إلكترونية : سواء قام المستورد بدفع القيمة بنفسه بطريقة إلكترونية أو يقوم بالدفع لبنكه لينوبه هذا الأخير بالدفع عبر منافذ الكترونية.

5- ما هو الاعتماد الالكتروني :

ما المقصود بالتقديم الالكتروني في التجارة الخارجية ؟ وماهي القواعد العالمية الموحدة لتنظيم هذه العملية ؟ ما هو نظام BOLERO.NET وما هو دوره في التجارة الخارجية الالكترونية؟

الشكل 1-6 : مخطط توضيحي دورة التجارة الالكترونية



المصدر: حامد نورالدين -مداخلة بعنوان الدفع الالكتروني في التجارة الخارجية الالكترونية - جامعة محمد خيضر بسكرة 2011 ص3

6- فتح اعتماد بطريقة إلكترونية :

الاعتماد المستندي الإلكتروني هو اعتماد يتم تعبئة بياناته من طرف المستورد و من ثم الاتصال لبنكه عن طريق شبكة الانترنت ، و تقدم العديد من البنوك المتقدمة هذه الخدمة لزيائنها ولكنها تحمل العديد من المخاطر في حالة ما إذا لم يتمكن المستورد من مصطلحات و شروط فتح هذا الاعتماد .
مما سبق يمكن القول ان التجارة الالكترونية ساهمت في تسهيل التجارة الخارجية و خاصة في تقدير الضرائب المترتبة عن التبادلات التي تتم الكترونيا .

خلاصة الفصل :

على ضوء ما تم التعرض إليه في هذا الفصل والذي يخص التجارة الإلكترونية، وما تضمنه من استعراض وتحليل للجوانب المختلفة لهذه الظاهرة يمكن التوصل إلى أن هناك تنامي في الاهتمام بالتجارة الإلكترونية واتساع مجالات استخدامها لتشمل كافة مستويات التعاملات الاقتصادية، كما أن بروز ظاهرة التجارة الإلكترونية كأحد أهم التحديات في تاريخ البشرية واعتبارها أداة مهمة في تغيير أنماط الحياة الاقتصادية سواء على مستوى الأفراد أو المجتمعات أو الأمم يؤكد الارتباط الوثيق بين انتشار ونمو التجارة الإلكترونية وتوفر القاعدة التكنولوجية لتقنية المعلومات والاتصال باعتبارها البنية التحتية اللازمة لها، إضافة إلى وجوب توفر متطلبات قيام التجارة الإلكترونية وأهمها : البنية التحتية التكنولوجية، ضرورة سن التشريعات والأنظمة المناسبة للتعامل عبر شبكة الإنترنت ، علاوة على أهمية توفر الإطارات البشرية المؤهلة للتعامل مع تقنية المعلومات. إضافة إلى إمكانية قياس حجم التجارة الإلكترونية وذلك نظرا لما له من أهمية بالغة لصياغة السياسات الاقتصادية واتخاذ قرارات الاستثمار. وفي الأخير يمكن التأكيد على الأثر الإيجابي للتجارة الإلكترونية على الاقتصاد بكافة قطاعاته سواء على مستوى قطاعات الأعمال أو القطاع الاستهلاكي أو الاقتصاد القومي ككل.

الفصل الثاني:

واقع وافاق التجارة الالكترونية في الجزائر

تمهيد :

إن التطور المذهل الذي عرفته تكنولوجيا الإعلام و الاتصال، دفع بالعديد من الدول إلى تبني التجارة الإلكترونية سواء الدول النامية أو المتقدمة، لكونها تتيح مزايا عديدة للاقتصاد الوطني و تعتبر الجزائر من بين الدول النامية التي تسعى إلى اعتماد التجارة الإلكترونية و نهدف من خلال هذا الفصل إلى التعرف على وضعية التجارة الالكترونية في الجزائر في ظل الانتشار العالمي لها، ونجاح العديد من الدول العربية في تبني هذا النمط من المبادلات التجارية..

المبحث الأول: واقع البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والإتصال في الجزائر

المبحث الثاني : الصيرفة الالكترونية و وسائل الدفع الالكتروني في الجزائر.

المبحث الثالث : واقع التجارة الالكترونية في الجزائر.

المبحث الأول: واقع البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر

إن التغيرات العالمية الجذرية والناجمة عن الثورة التكنولوجية كان لها آثار بالغة على كيفية ممارسة النشاطات التجارية، وكان من أهم ثمار هذه التغيرات هو ميلاد التجارة الإلكترونية كنمط حديث للمبادلات التجارية ما لبث أن تخطى كل الحدود وتوسع انتشاره وتنامت معدلاته على الساحة الاقتصادية العالمية والعربية. والجزائر كجزء من الأمة العربية تتوفر على العديد من المؤهلات التي تمكنها من الانسحاق ضمن هذه الديناميكية العالمية والعربية لتطبيق التجارة الإلكترونية. وسنحاول من خلال هذا المبحث التعرف على واقع البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال و درجة استغلال الجزائر لإمكانياتها المتاحة، ومدى تقدمها في تطبيق هذا النوع الحديث من المبادلات التجارية.

المطلب الأول : تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر

1- واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر¹:

شهد قطاع البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال في العقد الأخير، نقلة نوعية سواء من حيث القوانين والإجراءات المتخذة أو من جانب الأغلفة المالية المخصصة للنهوض بالقطاع، لا سيما من خلال تجسيد مشروع الجزائر الإلكترونية وتعميم استعمال تكنولوجيات الاتصال.

1-1- لمحة عن بنية قطاع الاتصالات في الجزائر:

عرف قطاع البريد وتكنولوجيا المعلومات والاتصال تأخرًا كبيرًا ، وتعتبر الخطوة الأولى للنهوض به في إصدار قانون جديد لقطاع الاتصالات وهو القانون رقم (3) لسنة 2000 ، والذي جاء لإنهاء احتكار الدولة لنشاطات البريد والاتصالات ، ووضع حد فاصل بين نشاطي التنظيم وإستغلال أو إدارة الشبكات ، ومع صدور هذا القانون تم إنشاء " سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية"، في إطار تحرير سوق البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية

ثم قامت السلطات بإعادة هيكلة قطاع البريد والاتصالات سنة ، حيث فصل قطاع البريد عن قطاع الاتصالات سنة 2001 وأصبح هناك كيانهين مختلفين هما بريد الجزائر " Poste d'Algérie " ، وإتصالات الجزائر " Algérie Télécoms " ، وفي نفس السنة وتحديداً في 2001/07/11 عرف قطاع الهاتف النقال الجزائري دخول أول متعامل أجنبي تحت الإسم التجاري جيزي " Dgezy " ، وحصل على رخصة الشبكة في سنة 2002 ليكون هذا الأخير مؤشرا على إنهاء احتكار الدولة على إستغلال شبكة الهاتف النقال، وبعدها تلتها الجزائرية للاتصالات بإطلاق شركتها الحاملة للعلامة التجارية موبيلس " Mobilis " ، وذلك في 2003/08/03 ، وفي نفس السنة وتحديداً في 2003/12/20 منح رخصة جديدة للهاتف النقال لمتعامل جديد والمتمثل في الشركة الوطنية الكويتية والتي حملت العلامة التجارية نجمة " Nedgma "

¹ خالد بن ساسي -كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة قاصدي مرباح ورقلة- مجلة أداء المؤسسات الجزائرية العدد 12 2017

2-1 تعريف " استراتيجية الجزائر الالكترونية 2013

هي استراتيجية ترمي الى ابراز مجتمع العلم والمعرفة الجزائري، والتي تأخذ بعين الاعتبار التحولات العميقة والسريعة التي يعيشها العالم، تهدف هذه الاستراتيجية التي تتضمن خطة عمل قوية ومتماسكة الى تعزيز اداء الاقتصاد الوطني ، كما أنها تسعى الى تحسين قدرات التعليم والبحث والتطوير في مجال تكنولوجيا الاعلام والاتصال وتحسين حياة المواطنين من خلال نشر استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال .

تتمحور خطة العمل هذه الى ثلاثة عشر محورا، لكل محور مجموعة من الاهداف الرئيسة والأهداف الخاصة ، مع وضع قائمة جرد لكل محورا، وضبط قائمة الاجراءات اللازمة لتنفيذها، حيث حدد مدة خمس سنوات لتنفيذ هذه الخطة من سنة 2009 الى 2013

3-1 محاور استراتيجية " الجزائر الالكترونية 2013

-المحور الرئيسي "أ": تسريع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الادارة العمومية: تتمحور اهداف هذا المحور في عصرنة الادارة من خلال ادخال تكنولوجيا الاعلام والاتصال؛ وتقريب الادارة من المواطن عن طريق الخدمات الالكترونية .

-المحور الرئيسي "ب": تسريع استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات والشركات : يتعلق هذا المحور بدعم القطاع الاقتصادي بإدماج تكنولوجيا الاعلام والاتصال، من خلال تطوير عرض الخدمات والتطبيقات الالكترونية .

-المحور الرئيسي "ج": تطوير آليات وحوافز تسمح باستفادة المواطنين من تجهيزات وشبكات تكنولوجيا الاعلام والاتصال : يتعلق هدف هذا المحور بتعميم النفاذ الى الانترنت من خلال اعادة بعث عملية "اسرتك"، وزيادة الفضاءات الخاصة بالنفاذ الى الانترنت، وكذا العمل على توسيع خدمة العامة لتشمل النفاذ الى الانترنت .

-المحور الرئيسي "د": دفع تطور الاقتصاد الرقمي : يتعلق هدف هذا المحور في توفير الظروف الملائمة التي من شأنها تسمح بتطوير المكثف لصناعة تكنولوجيا الاعلام والاتصال .

-المحور الرئيسي "هـ": تعزيز البنية الأساسية للاتصالات ذات التدفق السريع والفائق السرعة ويتعلق هدفها الرئيس في انجاز منشآت الاتصالات ذات التدفق السريع والفائق السرعة، والمؤمنة .

-المحور الرئيسي "و": تطوير الكفاءات البشرية: يتمثل هدفه الرئيسي في وضع برنامج يمنح الاولوية للتكوين العالي والتكوين المهني في مجال تكنولوجيا الاعلام والاتصال .

-المحور الرئيسي "ز": تدعيم البحث- التطوير والابتكار : يتعلق هدف هذا المحور بتطوير المنتجات والخدمات ذات القيمة المضافة في مجال تكنولوجيا الاعلام والاتصال، عن طريق تكثيف نشاطات البحث والتطوير والابداع¹ .

¹ خالد بن ساسي- مجلة أداء المؤسسات الجزائرية العدد12 مرجع سابق ص208

-المحور الرئيسي"ج": ضبط مستوى الإطار القانوني الوطني: يتعلق هدف هذا المحور بتهيئة جو من الثقة يساعد على اقامة الحكومة الالكترونية، عن طريق تحديد الاطار التشريعي والتنظيمي الملائم لها .

-المحور الرئيسي"ط": الإعلام والاتصال : يتعلق هدف هذا المحور بالتحسيس بأهمية تكنولوجيا الاعلام والاتصال، ودورها في تحسين نوعية حياة المواطن، وفي التنمية الاجتماعية الاقتصادية للبلد .

-المحور الرئيسي"ي": تثمين التعاون الدولي: يتعلق هدف هذا المحور بتملك التكنولوجيات والمهارات، وهذا عن طريق المشاركات الفعالة في الحوار والمبادرات الدولية، وترقية الشراكات الاستراتيجية .

-المحور الرئيسي"ك":آليات التقييم والمتابعة : يتعلق هدف هذا المحور بتحديد نظام مؤشرات المتابعة والتقييم الخاصة ب" الجزائر الالكترونية 2013 "، وهذا عن طريق اعداد قائمة من المؤشرات والعمل على تحسينها .

-المحور الرئيسي"ل": إجراءات التنظيمية : يتعلق هدف هذا المحور بوضع تنظيم مؤسساتي منسجم يتمحور حول ثلاثة مستويات: التوجيه والتنسيق، والتنفيذ .

-المحور الرئيسي"م" الموارد المالية : تتمحور أهداف هذا المحور في :

-تقدير وتقييم الوسائل المالية الضرورية لتنفيذ جميع العمليات المسجلة في برنامج " الجزائر الالكترونية 2013 "؛

-تحديد مصادر وأجهزة التمويل.

4-1 مصير تنفيذ استراتيجية " الجزائر الالكترونية 2013":¹

بعد مرور سنتين من الانطلاق الرسمي لتنفيذ كل محاور البرنامج، لم يتم نشر أي تقرير رسمي بخصوص انجازات التي تم تنفيذها في هذا البرنامج. وبتالي المشروع عرف فشل فشلا ذريعا، وهذا بشهادة الخبراء الذين شاركوا في إعداد المشروع مثل السيد علي كحلان و السيد يونس قرار، اللذين أقران نسبة تنفيذ المشروع بلغت 30% فقط الى غاية 2015 ومن بين أسباب فشل المشروع هو عدم تنفيذ محاور هذا البرنامج، فنجد ان مشروع "اسرتك" الذي يعتبر جزء لا يتجزأ من مشروع الجزائر الالكترونية حيث لم يتم تلبية جميع الشروط اللازمة لنجاحها حيث أن البنوك لم تكن جاهزة، واتصالات الجزائر لم توفر الانترنت والربط وفق ما تم الاتفاق عليه، كما

¹ خالد بن ساسي-- مجلة أداء المؤسسات الجزائرية- مرجع سابق.ص208

أن شركات تصنيع الحواسيب لم تكن متوفرة، والمواطنون لم يكن لديهم استعداد للتكنولوجيات ناهيك عن عدم وضوح الرؤية وغياب المحتوى واضح للمشروع.

5-1 المحاولات المحققة على الصعيد التنفيذي¹:

تسعى الجزائر جاهدة لإحراز مراتب مشرفة على سلم المجتمع المعرفي من خلال بعث العديد من المبادرات والمشاريع الرائدة والرامية إلى تحقيق العديد من الغايات، على غرار تطبيق التجارة الالكترونية، وتوفير قاعدة للانطلاق الرقمي في كل المجالات تتلاءم وخصوصية ومستلزمات البيئة الجزائرية. وإن أغلبية المشاريع الحديثة التي نفذتها الجزائر كان الهدف منها تطوير تكنولوجيا الإعلام والاتصال وزيادة استعمالها التفاعلي لدى مختلف الهياكل والهيئات، خاصة الإدارية منها دون تركيز الجهود على اتخاذ الإجراءات الضرورية والموجهة لتنمية المبادلات التجارية الالكترونية.

6-1 برنامج أسرتك " كمبيوتر شخصي لكل عائلة"²

قامت وزارة تكنولوجيا الإعلام والاتصال سنة 2005 بتوقيع اتفاقية مع مجموعة من البنوك الجزائرية وموزعي أجهزة الكمبيوتر والبرامج بغرض إطلاق مشروع " كمبيوتر لكل بيت"، والمسمى OUSRATIC "أسرتك والهادف لتزويد المواطنين بالحواسيب الشخصية بطريقة ميسرة وأقساط ، مريحة مدتها ثلاث سنوات، لتمكينهم من الاستفادة من مختلف استخدامات وتطبيقات الانترنت بما فيها التجارية، وبالتالي بناء المجتمع المعلوماتي وتضييق الفجوة الرقمية.

وقد بدأ تنفيذ هذه العملية رسميا في سبتمبر 2005 ، وكان الهدف المرسوم للبرنامج هو تجهيز 6 ملايين عائلة جزائرية بكمبيوتر شخصي مع إمكانية الاشتراك بالانترنت ADSL بحلول سنة 2010 ويتم هذا التجهيز عن طريق اقتناء العائلة للكمبيوتر إما بالتسديد الفوري، أو عن طريق قرض بنكي، يسدد في فترة تتراوح بين 12 و 36 شهرا. وتقدر القيمة الإجمالية لأجهزة الحاسوب العادية والمحمولة بين 37000 دج و 88000 دج ، بتسديد شهري ما بين 1350 دج و 4000 دج. ويمكن لأي مواطن جزائري يملك دخلا وحساب بريدي جاري أو حساب بنكي أن يستفيد من برنامج المبادرة.

7-1 الإدارة الالكترونية:

ركزت الجزائر معظم جهودها للتطور في المجال الالكتروني والتحول إلى المجتمع الرقمي على محور أساسي هو الإدارة الالكترونية، حيث تم إطلاق عدة مشاريع تهدف إلى إدخال تكنولوجيا

¹ خالد بن ساسي-- مجلة أداء المؤسسات الجزائرية- مرجع سابق.ص.208

² مرجع نفسه.ص.208

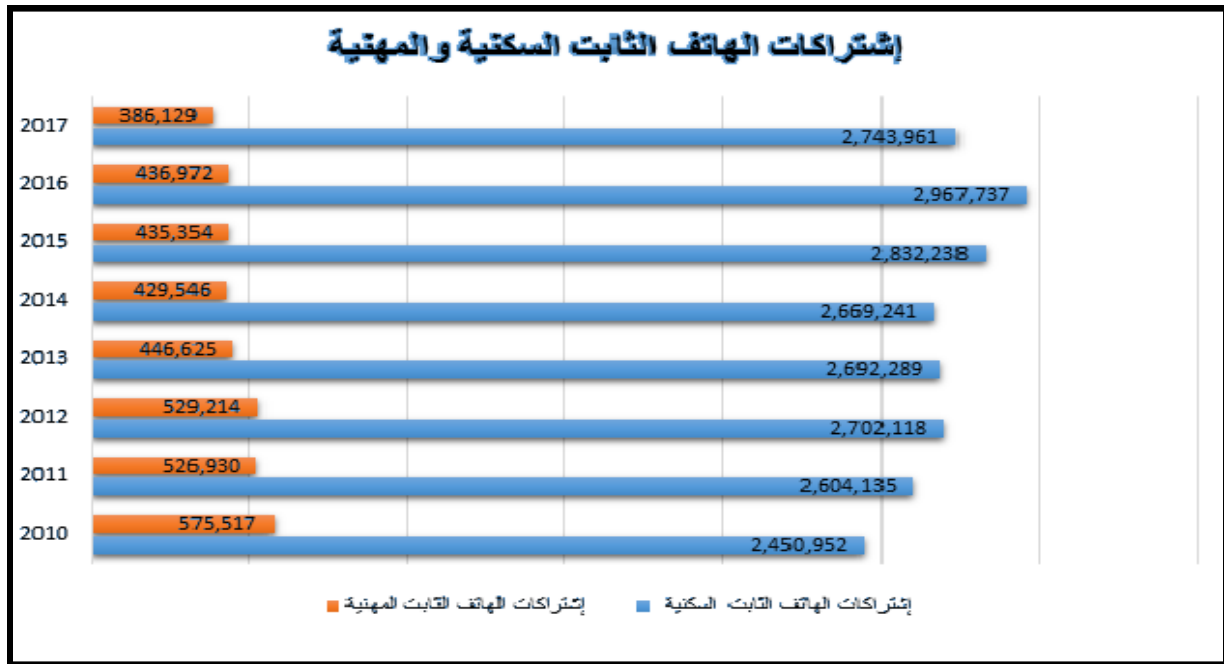
الإعلام والاتصال في قطاعات الإدارة من تعليم عالي، صحة، عدالة... بغية تطوير الخدمات الالكترونية المقدمة لفائدة المواطنين و الشركات والإدارات الأخرى. وسيحدث هذا المحور تحولا كبيرا في أساليب التنظيم والإدارة ، ويحسن من نمط معيشة المواطن ويزيد من تفاعله مع التكنولوجيا ، وينمي وعيه وثقافته الالكترونية، ويحفزه على استخدام وسائل الدفع الالكترونية والتجارة الالكترونية.

المطلب الثاني : واقع البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر

1- شبكة الاتصالات الهاتفية¹:

1-1 الهاتف النقال: يوجد ثلاثة متعاملين في سوق الهاتف النقال في الجزائر، وهم على التوالي مؤسسة موبليس، جيزي و اوريدو للاتصالات، وسنأتي إلى التعرف على حصص المتعاملين في سوق الهاتف النقال في الجزائر). GSM و G3

الشكل 1-2 : تطور إشتراكات الهاتف الثابت



وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيا والرقمنة 2018/05/31

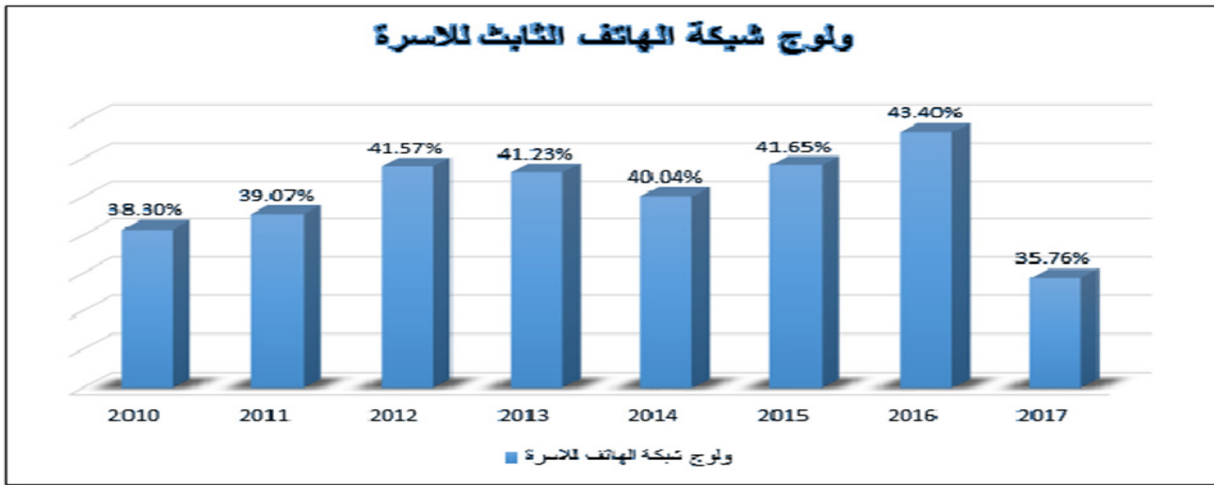
<https://www.mpttn.gov.dz>

يتجه عدد مشتركي الهاتف الثابت في الجزائر في الثلاث سنوات الاخيرة نحو استقرار نوعي حيث فاق الثلاث ملايين مشترك منذ سنة 2015؛ كما عرفت سنة 2017 الاستغناء عن تكنولوجيا الهاتف الثابت اللاسلكي الذي خصص للمناطق الريفية وذلك راجع الى استراتيجية الدولة بتزويد هذه المناطق ببنية تحتية للاتصالات أكثر نجاعة؛ كما نجد ان كثافة الهاتف الثابت عرفت انخفاضا حيث بلغت في سنة 2017 نسبة 07,50 % وفي سنة 2016 نسبة 8,26 % ويرجع ذلك

¹ خالد بن ساسي-- مجلة أداء المؤسسات الجزائرية- مرجع سابق.

لتوجهه المواطن الى الهاتف النقال حتى سنة 2017، اشتراكات الهاتف الثابت السكنية لا تزال تهيمن من حيث العدد حيث وصلت النسبة الى 87.66٪ من إجمالي عدد المشتركين، اما بخصوص عدد اشتراكات الهاتف الثابت المهنية فقد عرف انخفاضاً من سنة الى اخرى وهذا راجع الى التوجه الى تكنولوجيا الهاتف النقال

الشكل 2-2 : نسبة ولوج الهاتف الثابت



المصدر: وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيا و الرقمنة 2018/05/31

<https://www.mpttn.gov.dz>

2-1 الإنترنت في الجزائر¹:

دخلت خدمة الإنترنت أول مرة في الجزائر عام 1993 عن طريق مركز البحث للمعلومات العلمية والتقنية (م ب م ع ت سيرست) وهو مركز للأبحاث تابع للدولة الجزائرية، في عام 1998 صدر المرسوم الوزاري رقم 265 لعام 1998 الذي بموجبه أنهى احتكار خدمة الإنترنت من الدولة وسمح للشركات الخاصة بتقديم هذه الخدمة، بيد أن هذا المرسوم اشترط على الذين يريدون هذه الخدمة لأغراض تجارية أن يكونوا جزائري الجنسية، ويتم تقديم الطلبات مباشرة إلى وزير الاتصالات. وفي عام 1998 ظهرت أولى شركات التزويد الخاصة وارتفعت أعداد الشركات التي تزود الزبائن إلى 18 شركة بحلول شهر مارس عام 2000. ورغم تحرير قطاع الاتصالات في الجزائر إلا أن الوضع الحالي بالنسبة لشبكة الإنترنت ما يزال ضعيفا مقارنة بدول الجوار، وتشير الإحصائيات أن مجموع مستخدمي الإنترنت في الجزائر بلغ 1.9 مليون شخص حتى نهاية عام

¹.. إبراهيم بختي "واقع وآفاق الانترنت في الجزائر"، مجلة الباحث، العدد 12 الجزائر، جامعة ورقلة، 2002 - ص 7 ص. 8

2005. وفي العام 2010 وصل عدد المستخدمين لحوالي 4,323,273 أي ما يقدر بحوالي 12.5% من عدد السكان. ومن أبرز شركات التزويد بالإنترنت شركة (إيباد Eepad. لكن في مايو 2008 بقرار من وزارة البريد وتكنولوجيا الاتصالات و الاعلام خفض سعر الاشتراك إلى النصف لدى أكبر شركات التزويد بالإنترنت التابعة لدولة الجزائر وهي اتصالات الجزائر حيث عرف عدد المشتركين ارتفاعا ملحوظا.

الجدول 1-2 : نسبة المشتركين في شبكة الإنترنت

السنة	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
%	4,63	5,84	7,38	9,45	10,18	11,23	12,50	14,00	15,23	16	28	46

المصدر: سلطة الضبط للبريد و المواصلات تاريخ الاطلاع www.aprt.dz 2018/05/31

نهاية 2015 احصت وكالة ضبط الاتصالات 18583527 مشترك ، وهو ما يمثل حوالي 46٪ من السكان . هناك 72٪ من مستخدمي الإنترنت في الجزائر اعمارهم ما بين 15 و 19 عاما، بما في ذلك 40٪ الذين يتصلون كل يوم . وبالتالي، ارتفع عدد المشتركين في شبكة الإنترنت من

2339338 في 2013 إلى 18,583,000 مشترك في عام 2015

الجدول 2-2 : عمليات الربط بشبكة الألياف البصرية

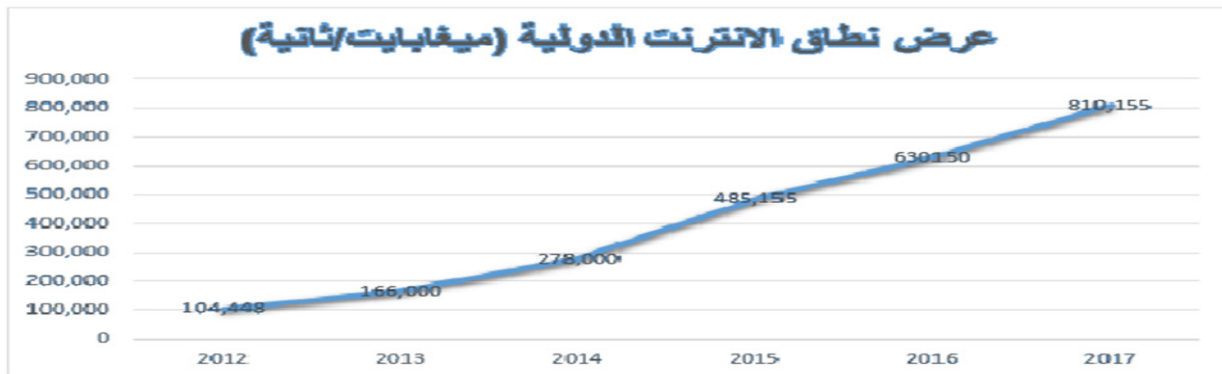
المؤشرات	2012	2013	2014	2015	2016	2017
طول الألياف البصرية (كم)	46231	50800	61556	70700	76.514,56	81872
عدد البلديات الموصولة بالألياف البصرية	1 000	1 081	1 229	1 321	1 477	1541
عرض نطاق الانترنت الوطنية (ميغابايت/ثانية)	130 000	172 021	348 000	390 000	--	801000

المؤشرات	2012	2013	2014	2015	2016	2017
عرض نطاق الانترنت الدولية (ميغابايت/ثانية)	104 448	166 000	278 000	485 155	630 150	810155

المصدر: وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيا و الرقمنة 2018/05/31

<https://www.mpttn.gov.dz>

في إطار عصنة البنية التحتية والخدمات، تتواصل عمليات الربط بشبكة الألياف البصرية، ففي اواخر سنة 2017 تم ربط كل البلديات بشبكة الألياف البصرية. من أجل تلبية حاجيات مستخدمي الانترنت الجزائريين وكذا تقديم خدمة ذات نوعية، لم يتوقف النطاق الدولي عن التطور بحيث بلغ في اواخر سنة 2017 حوالي 810155 ميغابايت/ثانية.



الجدول 2-3 : مؤشرات عدد المشتركين في الانترنت

المؤشرات: مشتركي الانترنت	2013	2014	2015	2016	2017
مشتركي آ دي أس أل	1283241	1518629	1838492	2083114	2246727
G4 الجيل الرابع للهاتف الثابت LTE	--	80693	423280	775792	919368
WIMAX وبماكس	179	216	233	661	621
G3مشتركي الجيل الثالث	308019	8509053	18021881	25214732	23701023
Gمشتركي الجيل الرابع 4	--	--	--	1464811	10968495
مجموع مشتركي انترنت الهاتف الثابت	1283420	1599538	2262005	2859567	3166907
مجموع مشتركي انترنت الهاتف النقال	308019	8509053	18021881	26679543	34669518
مجموع مشتركي الانترنت (الثابت والنقال)	1591439	10108591	20283886	29539110	37836425

المصدر: وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيا و الرقمنة 2018/05/31

<https://www.mpttn.gov.dz>

فيما يخص شبكة الانترنت في الجزائر، فقد بلغ عدد المشتركين 37.83 مليون في اواخر 2017، من بينهم 34 مليون مشترك في الهاتف النقال، ومن المتوقع ان يرتفع الرقم أكثر مع استقدام تكنولوجيا التدفق العالي اللاسلكي للهاتف الثابت.(G4LTE) في الجزائر في ديسمبر عام 2013. وفي شهر واحد فقط تم تسجيل 308019 مشترك، وتضاعف هذا الرقم 27 مرة في عام 2014؛ وفي عام 2017 وصل إلى أكثر من 23 مليون مشترك.

في إطار التحديث ونشر شبكة الاتصالات في البلاد لتوجيه البلاد نحو الاقتصاد الرقمي، اعلنت السيدة وزيرة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيا والرقمنة، حاليا، يوم 1 أكتوبر 2016 من الى الانطلاق الرسمي للجيل الرابع للهاتف النقال في الجزائر حيث تم تسجيل 10 968 492 مشترك سنة 2017 حيث يمثل عدد الاشتراكات المدفوعة مسبقا نسبة 87,95٪.

الجدول 4-2: مؤشرات عدد المشتركين من خلال التدفق (التدفق في شبكة ADSL)

المؤشرات: المشتركين من خلال التدفق	2012	2013	2014	2015	2016	2017
كيلوبايت 128	15001	7497	2608	1318	265	0
كيلوبايت 256	252303	158181	48599	26048	14168	0
كيلوبايت 512	495289	589042	92843	56847	39324	0
ميغابايت 01	381180	511386	832535	990988	1050288	1069377
ميغابايت 02	9473	13997	523547	728009	917808	1074834
ميغابايت 2.3	807	1003	1617	1677	1500	1080
ميغابايت 03	5	11	--	--	--	1
ميغابايت 04	483	1465	10631	24522	47067	84488
ميغابايت 07	8	10	1	1	1	1

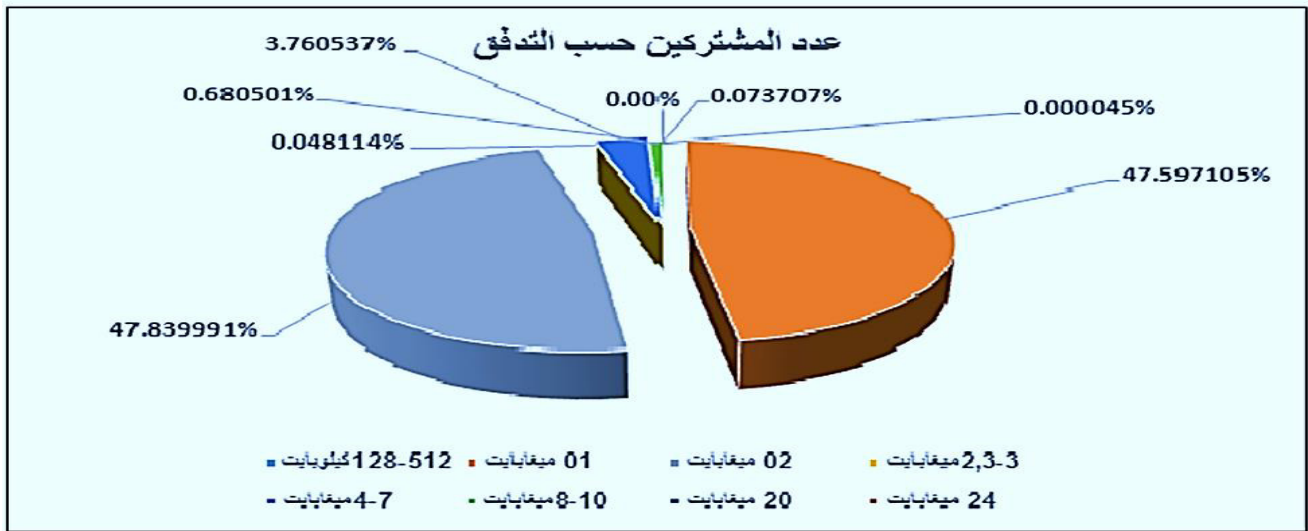
ميغابايت 08	185	602	6050	8805	11703	15288
ميغابايت 10	7	18	1	531	1	1
ميغابايت 20	5	28	195	531	972	1656
ميغابايت 24	2	1	2	531	1	1
المجموع	1154748	1283241	1518629	1838746	2083098	2246727

المصدر: وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيا و الرقمنة 2018/05/31

<https://www.mpttn.gov.dz>

تشير الإحصائيات المبينة أعلاه إلى عدم وجود مشتركين الانترنت في الفئات الأقل من فئة 01 ميغابايت/ثانية، ويرجع السبب الى سياسة القطاع الرامية إلى توفير تدفق عالي يتماشى مع تطلعات المواطن الجزائري، في حين تم تسجيل نسبة أكثر من 50 % من الاشتراكات ذات السعة 01 ميغابايت من مجموع المشتركين عام 2017.

الشكل 2-3: عدد المشتركين من خلال التدفق



المصدر: وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيا و الرقمنة 2018/05/31

<https://www.mpttn.gov.dz>

الشكل 4-2: عدد المشتركين في الهاتف النقال حسب طريقة الدفع



المصدر: وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيا و الرقمنة 2018/05/31

<https://www.mpttn.gov.dz>

تم فتح سوق الهاتف النقال للمنافسة بالجزائر إثر إصدار القانون رقم 03-2000 المؤرخ في 05 أوت 2000 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات، وينشط حاليا 03 متعاملين للهاتف النقال داخل السوق الجزائرية.

شهدت خدمات الهاتف النقال في الجزائر تحسنا ملحوظا، حيث تجاوزت نسبة تغطية السكان بشبكة الهاتف النقال 98% عام 2016 وهذا ما يفسر الارتفاع المستمر لعدد المشتركين حيث وصل إلى 49,87 مليون مشترك سنة 2017 مقابل 47,04 مليون مشترك سنة 2016 أي بزيادة قدرها 6,02 %

الجدول 5-2: أكثر المواقع زيارة وفقا لأليكسا إنترنت نوفمبر 2016

n°	URL	n°	URL
1	Youtube.com	13	Adf.ly
2	Google.dz	14	Djelfa.info
3	Google.com	15	Live.com
4	Facebook.com	16	Twitter.com
5	Ouedkniss.com	17	Thewhizmarketing.com
6	Blogspot.com	18	Echoroukonline.com
7	Yahoo.com	19	Startimes.com
8	Google.fr	20	أسك دوت كوم
9	Onclickads.net	21	Mediafire.com
10	Blogger.com	23	Elbilad.net
11	Wikipedia.org	24	Instagram.com
12	Kooora.com	25	Thewhizproducts.com

المبحث الثاني : الصيرفة الالكترونية ووسائل الدفع الالكتروني في الجزائر.

المطلب الأول : الصيرفة الالكترونية و النظام النقدي الجزائري

1- واقع النظام النقدي الإلكتروني في الجزائر¹:

قامت البنوك الجزائرية بتبني فكرة النظام النقدي الإلكتروني تماشيا والمتغيرات المستجدة على الساحة المصرفية ،و ومحاولة منها تدارك التأخر الحاصل في المجال المصرفي ، ولهذا السبب قامت بمجموعة من الإجراءات الضرورية وكان من أهمها إنشاء شركة تالية الصفقات البنكية والنقدية المشتركة " SATIM " ، والتي بدورها قامت بإنشاء الشبكة النقدية ما بين البنوك " RMI " ، لتسوية المعاملات ما بين البنوك ، بالإضافة إلى مشروع البطاقة البنكية المشتركة " CIB " ، والبطاقات البنكية الدولية " VISA " وكذلك قامت المصارف الجزائرية بإحداث نظام تسوية المدفوعات " ARTS " ، وكذا تفعيل نظام للمقاصة المسافية ما بين البنوك " ATCI "

2- أهمية العمل بالصيرفة الإلكترونية في الجزائر:

إن تبني نظام الصيرفة الإلكترونية في الجزائر سيؤدي إلى حدوث العديد من التغيرات الإيجابية على

الإقتصاد بصفة عامة و النظام المصرفي الجزائري وذلك من خلال:

1-2 تأثير الصيرفة الإلكترونية على الإقتصاد الجزائري² :

¹ د. ايت زيان كمال - د .حورية ايت زيان- المركز الجامعي-خميس مليانة - الجزائر- الصيرفة الالكترونية في الجزائر ص6

² المرجع نفسه .ص 6

إن مرور الاقتصاد الجزائري بفترة انتقالية نحو اقتصاد السوق جعله مستعدا لتبني كل الوسائل التي تؤدي به إلى الاستقرار ، و بصدد الحديث عن الصيرفة الإلكترونية ، فماذا ستضيف هذه الصيرفة الإلكترونية ؟ و هل يمكن أن تكون كمدخل لبناء الاقتصاد الرقمي في الجزائر ؟

أ- بناء الاقتصاد الرقمي في الجزائر : إن تبني نظام الصيرفة الإلكترونية يكون القاعدة نحو الانطلاق في مشاريع رقمية أخرى ، تنقل الاقتصاد الوطني نحو اقتصاد رقمي يقوم أساسا على التقنية المعلوماتية الرقمية ، ويوظف المعلومات والمعرفة في إدارته، بوصفها المورد الجديد للثورة ، ومصدر إلهام للابتكارات الجديدة ، وبذلك تساهم الصيرفة الإلكترونية بشكل كبير في تبني هذا النوع من الاقتصاد.

ب- محاربة الاقتصاد الموازي : لقد فرض تأخر وسائل الدفع في المنظومة المصرفية الجزائرية على المتعاملين التجاريين التعامل خارج الدائرة المصرفية ، هذا التعامل قد ساعد على تداول النقود خارج هذا الإطار والذي ساهم في بروز ظاهرة الاقتصاد الموازي و تفشي ثقافة الاكتناز كلها عوامل ساعدت على ارتفاع السوق الموازية ، وهذا الأمر أصبح يهدد الاقتصاد الوطني الذي مازال هشاً ، و بالتالي فإن اعتماد الصيرفة الإلكترونية و إقامة أنظمة دفع إلكترونية سوف يسهل دخول النقود المتداولة في السوق الموازي إلى دائرة السوق المصرفية و بالتالي المساهمة في التخفيف من حدة الاقتصاد غير الرسمي.

ت- تطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر: إن أساس ظهور التجارة الإلكترونية يعود في الأصل إلى مدى انتشار استخدام وسائل الدفع الإلكترونية و الصيرفة الإلكترونية ، و بالتالي على الجزائر تدعيم الصيرفة و وسائل الدفع الإلكترونية لإيجاد وسط مناسب لهذه التجارة.

2-2 - تأثير الصيرفة الإلكترونية على النظام المصرفي الجزائري¹:

إن اعتماد الصيرفة الإلكترونية في النظام المصرفي الجزائري سوف يتيح للنظام:

أ- مواكبة المصارف الجزائرية للتطورات العالمية: خاصة في ميدان الخدمات المصرفية الإلكترونية ، علماً أنها تستعد للاندماج في الاقتصاد العالمي و تبحث عن جلب الاستثمار الأجنبي.

ب- تخفيض التكاليف: من خلال تخفيض النفقات التي تتحملها المصارف في أداء الخدمات و إنشاء فروع جديدة في مناطق مختلفة ، خاصة أن الجزائر مساحتها واسعة و التواجد على الإنترنت قادر على التكفل بالوصول إلى عدد كبير من الزبائن و تقديم خدمات جيدة و متنوعة و بتكلفة أقل ، إضافة إلى إمكانية تسويق خدماتها المصرفية ، فضلاً عن التعاملات بين المصارف و المبادلات الإلكترونية.

ت- تعزيز الشفافية : إن استخدام الانترنت في المصارف الجزائرية يشكل نافذة إعلامية لتعزيز الشفافية و ذلك من خلال التعريف بهذه المصارف و ترويج لخدماتها و الإعلام عن تطورات المؤشرات المالية لوضعها تحت تصرف الباحثين و سائر الأطراف الأخرى المعنية بالأمر .

ث- تفعيل دور بورصة القيم المنقولة بالجزائر: من خلال إقامة سوق مالية إلكترونية و إقامة أنظمة دفع إلكتروني تساهم في تطور أدائها و ترقيتها .

المطلب الثاني : استعمال وسائل الدفع الإلكترونية في النظام المصرفي الجزائري¹

¹ د. ايت زيان كمال - د. حورية ايت زيان - مرجع سابق ص7

لم يتوقف التطور التكنولوجي في مجال المعلوماتية والاتصال في التجارة الإلكترونية عند حد المعالجة الإلكترونية لوسائل الدفع الكلاسيكية، بل تم اختراع ووضع أدوات وليدة التجارة الإلكترونية نفسها، خاصة وأن للعقد الإلكتروني طبيعة غير مادية يلتزم المشتري بالوفاء بالتزاماته المتمثلة في دفع الثمن، وبالتالي لا بد أن يكون الثمن إلكترونياً.

وتشكل البطاقات البنكية إحدى وسائل الدفع الحديثة التي اعتمدها البنوك الجزائرية لفائدة عملائها، وهي تحتوي على تكنولوجيا رقمية متطورة وظيفتها هي حماية البطاقة من عملية التزوير والاحتيال، وهذا باعتماد نظم تقنية معينة من شأنها أن تضفي الثقة والأمان لدى الدائن بأن حامل البطاقة هو الحامل الشرعي لها¹

كما تم دخول نظام الدفع الإجمالي الفوري للمبالغ الكبيرة والمدفوعات المستعجلة المسمى "آرتس" في التشغيل طبقاً لأحكام النظام رقم 04-05 المؤرخ في 13 أكتوبر 2005، ويستجيب هذا النظام لمجموع المبادئ التي أوصت بها لجنة أنظمة الدفع والتسوية التابعة لبنك التسويات الدولية، وإن كان ذلك على مستوى الإطار التنظيمي، والهيكل الأساسية للإنتاج والنجدة أو على مستوى عدم قابلية إلغاء المدفوعات والتسهيلات الموصى بها من أجل عمله.

1- تعريف البطاقات البنكية الالكترونية²

ولقد تناول مشرعنا هذا النمط من وسائل الدفع من خلال القانون رقم 05-02 المؤرخ في 27 ذي الحجة عام 1425 هـ الموافق لـ 06 فبراير 2005 المعدل والمتمم للأمر رقم 75-59 المؤرخ في 20 رمضان عام 1359 هـ الموافق لـ 26 سبتمبر 1975 والمتضمن القانون التجاري الجزائري.

وفي هذا الصدد عرف المشرع الجزائري بطاقات الدفع والسحب في المادة 543 مكرر 24/23 من القانون التجاري الجزائري المعدل والمتمم، واعتبر بطاقة الدفع كل بطاقة صادرة عن البنوك والهيئات المالية المؤهلة قانوناً وتسمح لصاحبها بسحب أو تحويل الأموال، أما بطاقة السحب فهي كل بطاقة صادرة عن البنوك أو الهيئات المالية المؤهلة قانوناً وتسمح لصاحبها فقط بسحب الأموال، مع التأكيد على أن الأمر أو الالتزام بالدفع المعطى بموجب بطاقة الدفع غير قابل للرجوع فيه، ولا يمكن الاعتراض على الدفع إلا في حالة ضياع أو سرقة البطاقة المصرح بهما قانوناً أو تسوية قضائية أو إفلاس.

¹ المرجع نفسه. ص 8

² أ- عبد العزيز خنفوسي ، مجلة منازعات الأعمال – جامعة الدكتور "مولاي الطاهر" بسعيدة، الجزائر العدد 19 ديسمبر 2016 . ص 121

كما اهتم الفقه بتعريف البطاقات البنكية، وفي هذا الشأن قدم المجمع الفقهي لمنظمة المؤتمر الإسلامي في دورته السابعة بجدة عام 1993 تعريفا أكد على أنها: "مستند يعطيه مصدره لشخص معين بناءً على عقد بينهما يمكنه من شراء السلع والخدمات ممن يعتمد المستند دون دفع الثمن حالا لتضمينه التزام المصدر بالدفع، ومنها ما يمكن أن تساعد على سحب النقود من المصارف".

كما نلاحظ أن بعض الفقهاء قد عرّفوا بطاقات الائتمان بأنها: "كل بطاقة بلاستيكية أو ورقية مصنوعة من مادة يصعب العبث بها تصدرها جهة معنية، بنك أو شركة استثمار"، كما يسمي البعض بطاقات الدفع بمحفظة النقود الإلكترونية التي تعد تطبيقاً عملياً لفكرة الدفع المسبق للوحدات الإلكترونية، والتي تسمح بتخزين مسبق للقيمة الشرائية معبرا عنها بوحدات وعملات إلكترونية يتم استخدامها بعد ذلك في عملية الدفع.

ويتم شحن هذه المحفظة من خلال ماكينات ال شحن العادية الموجودة في أماكن عديدة، أو من خلال أجهزة التلفون المخصصة لذلك في مقابل حساب مفتوح لدى الجهة المصدرة والتي قدمت خدمة الشحن عن طريق التليفون، أو في مقابل مبالغ تدفع في مقر البنك أو المؤسسة المالية المصدرة للبطاقة.

- وعليه تشكل البطاقات المصرفية الإلكترونية أهمية كبرى للكثير من المتعاملين التجاريين والمستهلكين والموظفين على السواء نظرا لما تقدمه هذه البطاقات من خدمات جلية لهم أصبحت سمة من سمات العصر، ومن هذه الخدمات مناقلة الحسابات، وتسديد قيمة المشتريات والخدمات دون الحاجة لحمل النقود، بل إن بعض البطاقات تقدم لحاملها خدمات حجوزات في الرحلات والفنادق وغيرها.

كما تقدم كذلك الكثير من البطاقات خدمة التأمين على السلع المشتريات بها، بل التأمين على حياة حاملها في مجال إصابته من جراء رحلة اشترت تذكرتها بالبطاقة أو سيارة استأجرها بالبطاقة. ولهذا تضاعفت أعداد المستخدمين لهذه الأنواع المختلفة من بطاقات الدفع عبر العالم لما لها من قبول محلي وعالمي

بصفة عامة فإنه يمكن تصنيف البطاقات التي نص عليها المشرع والتي تصدرها البنوك في الجزائر إلى صنفين: الأولى هي البطاقات المصرفية العادية أو المعروفة باسم بطاقات السحب الآلي، والتي تكون مرتبطة بالحسابات الشخصية للعميل لاسيما حساب الراتب الشهري، أما الثانية فهي بطاقات الدفع المصرفية والتي تسمح لحاملها بسحب الأموال وتسديد فواتير المشتريات والخدمات المقدمة على مستوى جهاز الدفع الإلكتروني (TPE) الموجودة في محلات

التجار المنخرطين في شبكة (RMI) والذين يلصقون على واجهة محلاتهم الإشارة (CIB)، والتي يقصد بها شبكة البطاقات البنكية المكونة من شبابيك آلية للبنوك وبتوفر الموزعات الآلية للأوراق النقدية وأجهزة الدفع الإلكتروني، فإنه يمكن لصاحب البطاقة أن يستعمل بطاقته البنكية بموافقة البنك، وبالتالي نجد أن البطاقات البنكية تتشكل من دعامة مادية مزودة بسيرغرافيا مع مساحة ممغنطة و ميكرو بروسيسور مستقل عن الصانع المشخص والبنك المصدر، كما أنها موصلة بشبكة النقد ما بين البنوك تسمح لصاحبها بسحب أمواله عبر كل الموزعات الآلية للأوراق النقدية 07 أيام على 07 أيام و24 ساعة على 24 ساعة وعبر كل الوكالات ذات مصلحة الدفع المسبق.

وقد انطلق مشروع نظام الدفع ما بين البنوك في الجزائر سنة 2002، ولكنه لم يبدأ يشتغل فعلا إلا عام 2006، وقد شهدت سنة 2007 انتشارا للبطاقات البنكية المكونة من شبابيك آلية للبنوك والتي يرمز إليها باختصار (CIB) عبر كامل الوطن، وتم تعميم الدفع ما بين البنوك في شهر نوفمبر من نفس السنة، وتتكفل بتسيير شبكة البطاقات البنكية شركة (SATIM)¹.

إن استخدام بطاقات الدفع يخضع لنصوص وأحكام وتشريعات وضوابط تحكم مسؤولية كل طرف من الأطراف ذوي العلاقة، وهم:²

1-1 التزامات مصدر البطاقة (البنك):

- عن طريق العقد المبرم يلتزم مصدر البطاقة بتنبيهه أو تحذير التجار المنخرطين في الشبكة بكل الاعتراضات التي يمكن أن تتم أو تنفذ من قبل أصحاب البطاقات، وبالخصوص يلتزم المصرفي بدفع ثمن الفواتير المقدمة له من طرف العميل وفقا للمبلغ المتفق عليه في العقد، ويكتسي هذا الالتزام في أغلب الاتفاقيات جانبين هما: أن التزام المصرفي هو التزام قطعي ونهائي فيما يتعلق بالفواتير التي لا تتعدى مبلغا ما، وثانيا أنه التزام شخصي غير قابل للرجوع فيه، وفي حالة ما إذا كان مبلغ الفاتورة المقدم من طرف الحامل يفوق ثمن الاتفاق المنصوص عليه في العقد، فإنه يجوز للمصرفي في هذه الحالة رفض الدفع، كما يجوز له قبوله إذا كانت ثقة المصدر تعتمد على الملائمة المالية لحامل البطاقة وقدرته على السداد عند استحقاق الدفع.

- ويلتزم مصدر البطاقات بالتحقق من العميل المتعاقد معه، وهذا يتطلب منه انتفاء أو اختيار أصحاب البطاقات، لأنه من غير الممكن قانونا أن يسلم البطاقة لشخص عديم الأهلية أو لناقص

¹ - عبد العزيز خنفوسي ، مجلة منازعات الأعمال . مرجع سابق ص 124

² - عبد العزيز خنفوسي ، مجلة منازعات الأعمال . مرجع سابق ص 124

الأهلية إلا بحضور الوصي عنه، وذلك لأن تسليم البطاقة لعديم الأهلية يتحمل مخاطرها المصرفي إذا تمت دون رعاية القواعد القانونية التي تحميه.

2-1 التزامات التاجر¹

- يلتزم التاجر المنخرط في هذه الشبكة بقبول الدفع عن طريق البطاقة، ويقصد بالتاجر كل ممارس أو مقدم لخدمة، وبصفة عامة كل مهني بائع لحاجات مادية أو مقدم لخدمات، وهذا الالتزام التعاقدي يمكن في بعض الحالات أن يكون محل استثناء سواء عندما يكون الدفع أقل من مبلغ ما، أو عندما يكون للتاجر سبب شرعي لرفض هذا النوع من الدفع، كما أن الانخراط في الشبكة يتطلب من التاجر الالتزام بدفع عمولات لمصدر البطاقات على ثمن المشتريات المدفوعة عن طريق البطاقة، ولا يترتب عنها أي حق حصري لمصلحة المصدر وذلك لأن التاجر حر في الانضمام لعدة شبكات.

وفي معظم العقود عندما يتم التنازل عن المحل التجاري أو في حالة التصفية القضائية للتاجر يؤدي حتما إلى فسخ الاتفاقية، والتاجر المنخرط في الشبكة والذي يقبض الفواتير عوض أن يرسلها إلى البنك لتجنب دفع عمولة يرتكب خطأ تعاقديا يبرر فسخ الاتفاقية.

على التاجر الذي يقبل بالدفع عن طريق البطاقة أن يتوخى الحذر عند قبول بطاقات الدفع في البيع أو تقديم الخدمات، ويتمثل ذلك في التحقيق في تاريخ صلاحية البطاقة، والتدقيق في هوية حامل البطاقة المقدمة للخدمة، وذلك عن طريق أخذ توقيع حامل البطاقة على الأمر بالدفع والتأكد من أن التوقيع مطابق للتوقيع المدون على البطاقة، وغير ذلك من الإجراءات التي تضمن عدم إساءة استخدامها من قبل الغير عند فقدانها أو سرقتها أو تزويرها وغير ذلك من الأسباب. وثانيا يجب عليه التحقق من البطاقة المقدمة له إذا لم تكن ضمن قوائم المعارض عليها والتي يبلغه بها المصدر دوريا، وفي حالة العكس أي إذا لم يقوم التاجر بالتحقق يكون هو المسؤول وبالتالي يتحمل مخاطر الدفع المغشوش أو المزور، وعندما تتعدى الفاتورة مبلغا ما خلافا لما هو منصوص عليه في العقد لا يكون التاجر مؤمنا بالدفع من طرف المؤسسة المصدرة إلا إذا اتخذ واجبات الحيطة بأن يطلب ترخيص خاص إلى مركز مسير البطاقات، ويسمح هذا التحقق للتاجر أن يحبط أي محاولة للتزوير سواء عندما يستعمل حاملها بطاقة عديمة الصلاحية، أو عندما يستعملها شخص آخر عن طريق السرقة.

هذا ولا يحق للتاجر أن يستوفي أية رسوم أو نسبة أو عمولة من حامل البطاقة زيادة على السعر المقرر للبضاعة المباعة أو الخدمات المقدمة، كما أن من ضمن القوانين التي تحكم

¹ المرجع نفسه ص 125

استخدام البطاقات أيضا أنه لا يحق للتاجر أن يرفض البطاقة التي تقدم له من صاحبها، وذلك لدفع ثمن المشتريات إذا كانت البطاقة سليمة وقانونية خصوصا إذا تم التزامه أمام الجهة المصدرة لها بذلك¹

3-1 التزامات صاحب البطاقة:

التوقيع والاستعمال المطابق للبطاقة، وهذا الإجراء يسمح لصاحب البطاقة بالحد من مخاطر الاستعمال المزور للمعطيات المتعلقة بالبطاقة في حالة ضياعها أو سرقتها، وفي حالة العكس يتحمل صاحب البطاقة مسؤوليته هذا من جهة، ومن جهة أخرى لابد على صاحب البطاقة أن يستعمل البطاقة وفقا للموجبات المنصوص عليها في العقد، حيث يكون استخدام البطاقة مقصورا على حاملها الموقع عليها طبقا لشروط استعمال طلب إصدار البطاقة، فلا يحق له أن يتنازل أو يسمح لغيره باستخدامها، كما يجب عليه المحافظة عليها من الضياع، ومن ثم فهو مسؤول عن استعماله لها على غرار مسؤوليته في الحفاظ عليها وعلى رمزه السري بعدم كتابته على البطاقة أو على أي وثيقة أو البوح به لأي شخص آخر مهما كان السبب، ولدى عملية الدفع أو السحب يجب عليه تشكيل رقمه السري خفية وبعبدا عن أنظار الآخرين، كما يجب عليه أن لا يستعمل البطاقة إلا لسحب الأموال أو لتسديد فواتير المشتريات والخدمات المنجزة فعلا، وفي حدود المبالغ القصوى المحددة في العقد لدى التجار المنخرطين في شبكة النقد، وكل تزوير أو تزيف أو تصريح كاذب أو إخلال بالالتزامات التعاقدية من طرف صاحبها يؤدي حتما إلى فسخ العقد وفرض عقوبات جنائية يقرها القانون (حالة التزوير أو التزيف)، والالتزام حامل البطاقة بإعادتها إلى مصدرها.

- الاعتراض على الدفع في حالة ضياع أو سرقة البطاقة، وفي هذا الشأن تنص المادة 543 مكرر 24 من القانون التجاري الجزائري المعدل والمتمم على أنه: "الأمر أو الالتزام بالدفع المعطى بموجب بطاقة الدفع غير قابل للرجوع فيه، ولا يمكن الاعتراض على الدفع إلا في حالة ضياع أو سرقة البطاقة المصرح بهما قانونا، أو تسوية قضائية أو إفلاس المستفيد"، والضياع كما ذكرنا سالفا يعني خروج البطاقة من حيازة حاملها دون إرادته سواء عن طريق فقدانها أو ضياعها أو سرقتها أو اغتصابها، وفي هذه الحالة يجب على الحامل الشرعي أن يقدم اعتراض لتوقيف البطاقة، وذلك بإعلام المؤسسة المصدرة للبطاقة حالا بواقعة الضياع أو السرقة، وهذا الإخطار من قبل الحامل يجب أن يكون كتابة أو بتصريح شفوي، وأيضا عن طريق الهاتف.

وعلى مصدر البطاقة أن يمتنع عن الوفاء، وإلا اعتبر وفاؤه غير صحيح وبالتالي يتحمل مسؤولية الدفع، وهذا هو جوهر الاعتراض لأنه يخلص الحامل من تحمل مسؤوليته في حالة الاستعمال المزور للبطاقة أو المعطيات المتعلقة بها من طرف السارق أو مخترعها، أما إذا أهمل حامل البطاقة الاعتراض يكون في هذه الحالة هو المسؤول عن سحب الأموال التي تتم من طرف سارق البطاقة أو مخترعها في الموزع الآلي، كما يجوز

¹- عبد العزيز خنفوسي ، مجلة منازعات الأعمال . مرجع سابق ص 126

لصاحب البطاقة رفع دعوى قضائية للحصول على حقه، غير أنه يكون ملزم بأن تكون هذه البطاقة بحوزته وقت وقوع العملية المتنازع عليها، وذلك في الحالات التالية:

- إذا كانت البطاقة مزيفة.
- إذا جرت عملية الدفع بطريقة مزورة عن بعد بدون استعمال فعلي للبطاقة، ولكن باستعمال رقم البطاقة فقط وبمعطيات أخرى.

كما عرف المشرع الجزائري نوعاً آخر للبطاقات المصرفية الإلكترونية يتمثل في بطاقة الوفاء الرقمية التي اعتمدها البنوك لفائدة عملائها، وتعتبر البطاقة الرقمية جيلاً ثالثاً لبطاقات الوفاء، وقد ظهرت بعد البطاقة البلاستيكية والممغنطة، وتحتوي على تكنولوجيا رقمية متطورة وظيفتها هي حماية البطاقة من عمليات التزوير والاحتيال، وذلك باعتماد نظم تقنية معينة من شأنها أن تضفي الثقة والأمان لدى الدائن بأن حامل البطاقة هو الحامل الشرعي لها.

ويتطلب الوفاء بالبطاقة الرقمية تدخل المصرف، ويكون هذا التدخل بتنفيذ أمر الدفع الصادر من حامل البطاقة - المدين الأصلي - لفائدة التاجر - الدائن -، وهذا التدخل دفع بأطراف العلاقة الثلاثة إلى تكريس أحد المبادئ القانونية الهامة حتى يضمن التاجر الدائن الوفاء بدينه.¹

ولقد قدم المشرع الجزائري عدة ضمانات لفائدة التاجر الدائن الذي يقبل الوفاء بالبطاقة الرقمية، وهذه الضمانات هي كالتالي:²

- **الضمان الفني:** ويتجسد في تقنية التوقيع الإلكتروني التي تعتبر مميزة من مميزات الوفاء بالبطاقة الرقمية، حيث يعتمد عمل البطاقة الرقمية كوسيلة وفاء في تحديد هوية حاملها، وكذا رضاه بالتصرف القانوني على آيتين للتوقيع الإلكتروني وهما آلية التوقيع الرقمي، وآلية التوقيع بتركيب الرقم السري.

وقد تبني المشرع الجزائري تقنية التوقيع الإلكتروني من خلال الفقرة الثانية من المادة 327 من القانون المدني المعدلة والمتمة بموجب القانون رقم 10/05 المؤرخ في 20/06/2005، حيث نصت على أنه: "ويعتمد بالتوقيع الإلكتروني وفق الشروط المذكورة في المادة 223 مكرر 01 أعلاه". وبالرجوع للمادة الأخيرة، فإن التوقيع الإلكتروني تكون له الحجية الكاملة إذا استطاع أن يتحقق من هوية الشخص الذي أصدره، وأن يكون معداً ومحفوظاً في ظروف تضمن سلامته، بينما عرفت المادة الثالثة من المرسوم التنفيذي رقم 07/162 بأنه: "معطى ينجم عن استخدام أسلوب عمل يستجيب للشروط المحددة في المادتين 323 مكرر، و 323 مكرر 01 من الأمر رقم 58/75 المتضمن القانون المدني".

¹ أعبد العزيز خنفوسي، مجلة منازعات الأعمال - مرجع سابق ص 128

² أ- عبد العزيز خنفوسي، مجلة منازعات الأعمال - مرجع سابق ص 129

- الضمان القانوني: ويتجسد هذا الضمان في نص المادة 543 مكرر 24 من القانون التجاري الجزائري المعدل والمتمم التي نصت على أن: "الأمر أو الالتزام بالدفع المعطى بموجب بطاقة الدفع غير قابل للرجوع فيه"، والتي تقابل نص المادة 132 ف02 من القانون النقدي والمالي الفرنسي. وعليه عندما يستعمل حامل البطاقة بطاقته في الوفاء بقيم السلع أو الخدمات التي يقوم باقتنائها، فإنه يصدر بذلك أمرا إلى البنك مصدر البطاقة بدفع هذه القيم إلى التاجر المتعامل معه، وبناءً على هذا الأمر يقوم البنك ب قيد هذه القيم من جهة في جانب المدين لحساب الحامل، ومن جهة أخرى في جانب الدائن لحساب التاجر. وعليه فهذا الأمر الصادر هو أمر غير قابل للرجوع فيه، وقد كُرس هذا المبدأ في العقد المبرم بين البنك وحامل البطاقة، ثم جاء المشرع وقننه من خلال المادة 05 ف08 من عقد الحامل الصادر عن الشبكة النقدية ما بين المصارف في الجزائر بأن نص على: "البنك يبقى أجنبيا عن كل نزاع ذو صفة تجارية، أي لا يستند إلى عملية الوفاء، والذي يمكن أن يحدث بين حامل البطاقة والتاجر. إن وجود مثل هذا النزاع لا يمكن بأي حال أن يبرر رفض حامل البطاقة، أو صاحب الحساب الذي يقترن به استخدام البطاقة تسديد نفقات شراء السلع والخدمات بالبطاقة". وعلى هذا الأساس، فإن حدوث أي نزاع أو خصومة بين حامل البطاقة والتاجر يترتب عنه تطبيقا لهذا المبدأ عدم قيام الحامل بالتمسك بهذا النزاع في مواجهة البنك، وذلك لرفض رد المبالغ المدفوعة من طرف هذا الأخير

المطلب الثاني: واقع الخدمات المصرفية الالكترونية في الجزائر

1- واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في النظام المصرفي الجزائري:

1-1 بطاقة السحب¹

تم إنشاء بطاقة السحب الخاصة بكل مصرف ، فقد أنشأت شركة ما بين المصارف الثمانية و هي : البنك الوطني الجزائري ، بنك الفلاحة و التنمية الريفية ، بنك الجزائر الخارجي ، الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط ، القرض الشعبي الجزائري ، بنك التنمية المحلية ، الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي ، بنك البركة الجزائري هذه المصارف أنشأت في سنة 1995 هذه الشركة و هي شركة ذات أسهم رأسمالها 267 مليون دينار جزائري و ذلك من اجل :

- تحديث وسائل الدفع للنظام المصرفي الجزائري.
 - تطوير و تسيير التعاملات النقدية ما بين المصارف .
 - تحسين الخدمة المصرفية وزيادة حجم تداول النقود .
 - وضع الموزعات الآلية في المصارف و التي تشرف عليها الشركة..
- و تقوم هذه الشركة بصنع البطاقات المصرفية الخاصة بالسحب حسب المقياس المعمول به دوليا و طبع الإشارة السرية ، و تنشأ هذه الخدمة عن طريق عقد يبرمه المصرف مع شركة

¹ بلعاش ميادة - د.بن اسماعين حياة - أبحاث اقتصادية وإدارية. جامعة بسكرة الجزائر العدد السادس عشر ديسمبر 2014 ص 81

SATIM الذي يحدد التزام الطرفين خاصة فيما يتعلق بآجال و إجراءات التسليم بالإضافة إلى عملية الربط بين الموزعات الآلية ومصالح SATIM بواسطة شبكة اتصال حيث تسمح بالقيام بعمليات السحب سواء كانت داخلية او محولة بالإضافة إلى سجل متصل ببيئة المقاصة لتصفية الحسابات ما بين المصارف

2-1 الشبكة النقدية ما بين المصارف¹

في سنة 1996 أعدت شركة SATIM مشروعاً لإيجاد حل للنقد بين المصارف ، و أول مرحلة لهذا المشروع الذي بدأ في العمل سنة 1997 تمثلت في إعداد شبكة نقدية إلكترونية بين المصارف في الجزائر ، هذه الشبكة لا تغطي إلا الخدمات المتعلقة بإصدار البطاقات المصرفية الخاصة بالسحب من الموزع الألي محلياً و بالتالي يمكن للمصارف الوطنية و الأجنبية الخاصة و العامة أن يقدموا إلى كل زبائنهم خدمة سحب الأموال بواسطة الموزع الألي . كما تعمل SATIM على ضمان حسن سير عملية السحب و تكامل الموزعات الآلية مع عدد من المصارف ، هذا بالإضافة إلى تأمين قبول البطاقة في جميع مصارف المشاركين ، وإجراء عمليات المقاصة لصفقات السحب بين المصارف هذا بالإضافة إلى تأمين تبادل التدفقات المالية بين المشاركين و المؤسسة المسؤولة عن المقاصة ، كذلك تعمل هذه الشركة على مراقبة البطاقات المزورة و كشف كل التلاعبات

1-2-1 مركز معالجة النقدية ما بين المصارف :

تشرف شركة SATIM على مركز المعالجة النقدية بين المصارف و تعمل على ربط مراكز التوزيع مع مختلف المؤسسات المشاركة لوظيفة السحب حيث يتولى هذا المركز ربط الموزع الألي بمقدم الخدمة بواسطة خطوط عبر الشبكة الوطنية و مركز للاعتراض على البطاقات الضائعة أو المزورة .

3-1 الصيرفة على الخط² :

إن احد أهم أوجه الصيرفة الالكترونية هي الصيرفة على الخط ، و في إطار سعي الجزائر لتبني مشروع الصيرفة الالكترونية عملت على إيجاد هذا النوع من الخدمة في السوق المالي الجزائري ، لكن قدرات المصارف الجزائرية لم تسمح بذلك ، ومن هنا جاءت فكرة إنشاء مؤسسة تقدم أو تساعد المصارف الجزائرية على تقديم هذا النوع من الخدمات فكانت "الجزائر لخدمات الصيرفة الإلكترونية".

4-1 نظام المقاصة عن بعد:

إن عملية عصرنة نظام الدفع عرفت دفعة جديدة بإنشاء نظام هو ACTI. التعريف بالنظام: هذا النظام يختص بالمعالجة الآلية لوسائل الدفع العام، عمليات، إقطاع، تحويل، صكوك، السحب و الدفع بالبطاقات البنكية، وذلك باستعمال وسائل متطورة مثل الماسحات الضوئية و

¹ المرجع نفسه ص 82-

² بلعاش ميادة - د.بن اسماعين حياة - أبحاث اقتصادية وإدارية. ص 84

البرمجيات المختلفة ، و يمثل هذا النظام القسم الثاني من أنظمة الدفع المتطورة و وفق المعايير الدولية بهذا الهدف التحسين النهائي للخدمات البنكية المقدمة للزبائن .دخل النظام حيز التنفيذ باشتراك: بنك الجزائر، كل البنوك، إتصالت الجزائر، بريد الجزائر SATIM، جمعية البنوك و المؤسسات المالية ABEF مع كل فروعها و مكاتبها عبر كامل التراب الوطني، و يعتمد هذا النظام على نظام التبادل المعلوماتي للبيانات الرقمية و الصور.

2- ما هي البطاقات المتوفرة في الجزائر والداعمة للخدمة؟

البطاقات الحاملة لرمز CIB هي البطاقات المتوافقة مع خدمة الدفع الإلكتروني في الجزائر، و البنوك التي تصدر هذه البطاقات هي:

-بنك المؤسسة العربية المصرفية ABC

-بنك الخليج الجزائر

-مصرف السلام

-بنك البركة

-بنك الفلاحة و التنمية الريفية BADR

-بنك التنمية المحلية BDL

-البنك الوطني الجزائري BNA

-بنك BNP Paribas

-الصندوق الوطني للتوفير و الإحتياط CNEP

-بنك FRANSA

-بنك HSBC

-بنك NATIXIS

-بنك HOUSING

-بنك القرض الشعبي الجزائري CPA

-بنك SOCIETE GENERALE

-بنك TRUST.

1-2 نموذج عن بطاقة الدفع : بطاقة الدفع الالكترونية CIB¹

مزايا بطاقة CIB:

1. الأمان: بإمكانكم القيام بعمليات السحب و الدفع بكل أمان.
2. دفع مشترياتكم مباشرة من حسابكم بطريقة آنية.
3. الاطلاع على حسابكم عبر كامل وكالات بنك التنمية المحلية دون عناء التنقل.
4. متابعة عملياتكم عبر الانترنت عن طريق e-banking

مدة الصلاحية:

1. 02 سنتين قابلة للتجديد بطريقة أوتوماتيكية

بطاقة CIB الذهبية

1. السحب: 400000.00 دينار جزائري في الشهر
2. الدفع 400000.00 دينار جزائري في الشهر

بطاقة CIB الكلاسيكية

1. السحب 200000.00 دينار جزائري في الشهر
2. الدفع 200000.00 دينار جزائري في الشهر

ما هي بطاقة الدفع الالكتروني CIB ؟

موصولة مباشرة بحسابكم الشخصي، بطاقة الدفع الالكتروني CIB بطاقة بنكية تسمح لكم القيام بالعمليات البنكية مع ضمان السرعة و الأمان.

يضع بنك التنمية المحلية تحت تصرفكم نوعين من بطاقات: CIB

1. بطاقة CIB الكلاسيكية.
2. بطاقة CIB الذهبية (Gold).

من يمكنه الاستفادة من بطاقة الدفع الالكتروني CIB؟

1. يمكن لأي مواطن عادي الحصول على بطاقة CIB بعد القيام بالطلب في وكالات

بنك التنمية المحلية.

باختصار بطاقة CIB عبارة عن :

1. بطاقة يمكن استعمالها 24/ 24 ساعة و 7/7 أيام.
2. الدفع عن طريق آليات الدفع الالكتروني في المساحات التجارية.
3. الدفع عن طريق الانترنت
4. السحب و الدفع عن طريق موزعات الدفع الالكتروني

¹ www.bdl.dz

5. الاطلاع على الرصيد في موزعات الدفع الالكتروني.
مع إمكانية متابعة العمليات عن طريق الانترنت ملحق رقم 02

2-2 احصائيات عن عدد البطاقات في الجزائر: ¹

جدول 2-6 : عدد بطاقات في الجزائر (CIB)

السنة	2011	2012	2013	2014	2015
البطاقات	1056018	1075989	1098566	1125689	1142145

Source : la SATIM Alger année 2016

جدول 2-7 : عدد البطاقات المستعملة في 2014 و 2015 CIB

Année	عدد البطاقات أداء واحد على أقل	بدون أداء	عدد البطاقات
2014	287051	838638	1125689

¹ LAZREG Mohammed- GOUDIH Djamel torqui -Journal of Economic &Financial Research-decembre 2016

2015	253586	888559	1142145
------	--------	--------	---------

Source : la SATIM Alger année 2016

يوضح الجدول 2 ، للأسف ، انخفاض معدل استخدام البطاقات الناتج عن: - معدل مرتفع من البطاقات غير النشطة ، الاستخدام الناقص بعد عدم كفاية شبكة القبول أو غيرها من القيود. توضح هذه الملاحظة عدم قدرة البنوك على إدارة البنى التحتية للشبكة ، والمعدات ، وما إلى ذلك ، ولكن أيضًا نقص الإجراءات التسويقية لإقناع عملائها باستخدام بطاقات السحب والدفع (CIB) يمكن تفسير ذلك من خلال الافتقار إلى الحافز من جانب البنوك.

جدول 2-8 : تطور عدد البطاقات في الجزائر والمغرب وتونس

	2012	2013	2014	2015
الجزائر	1075989	1098566	1125689	1142145
المغرب	6039415	6917894	8028142	8398451
تونس	2070140	2367022	2373404	2665199

Source : établi par les chercheurs suivant les données de la SATIM en Algérie/ SMT Tunisie / CMI Maroc

وفيما يتعلق بعدد البطاقات المتداولة ، فإنها تنمو ولكن بمعدلات نمو سنوية مختلفة تبلغ 12.3٪ لتونس و 4.6٪ للمغرب و 1.7٪ للجزائر. إذا أخذنا على سبيل المثال عام 2015 نلاحظ أن عدد البطاقات في المغرب هو 451 398 8 مقابل 142 145 في الجزائر (بفارق 306 256 7 بطاقة) أكثر من ست مرات. وفي نفس العام ، بلغ عدد البطاقات في تونس 199,665,2 مقابل 145,142,1 في الجزائر (بفارق 054,1523 بطاقة) أكثر من مرتين

3- البطاقات البنكية الدولية المستعملة في التجارة الإلكترونية الجزائرية¹:

إن إسهام البطاقات الإلكترونية في التجارة الإلكترونية لا جدال فيه، فالسبيل الشائع لتسوية مدفوعات هذه التجارة مباشرة عبر الإنترنت هي البطاقة الائتمانية. إلا أن البطاقات البنكية المتوفرة حاليا في الجزائر غير قابلة للتعامل على المستوى الدولي، لكنّها فاتحة لانطلاق التجارة الإلكترونية في بلادنا، فقد حاولت بعض البنوك الجزائرية إضفاء طابع الدولية على بطاقتها البنكية، وقامت بإصدار VISA، Mastercard، وإن مجرد حمل البطاقة لشعار هذه الأخيرة بترخيص من الشبكات العالمية هذه الهيئات الدولية سيمنح الممتلك الجزائري من التسوق عبر الإنترنت بكل حرية وتسديد قيمة مشترياته لأي مكان في العالم. ومن بين هذه البنوك التي شرعت في تقديم البطاقات المقبولة على المستوى الدولي: القرض الشعبي الجزائري، بنك التنمية المحلية ،

¹ مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية- سمية ديمش - 2010 / 2011

بنك الجزائر الخارج ي . ويعتبر أول من أصدر بطاقة فيزا في الجزائر، وقام بوضع موزعات آلية CPA القرض الشعبي الجزائري للنقود ونهائيات للدفع الإلكتروني في المطارات والفنادق تقبل هذه البطاقات الدولية، وتمكن السواح من سحب المبالغ المالية بالعملة الوطنية بمجرد وصولهم الجزائر، وتمكنهم كذلك من سداد مشترياتهم على مستوى نهائيات الدفع والتي قدرت سنة 2005 ب 182 وارتفع العدد ليبلغ حوالي 287 جهاز سنة 2009.

- المطلب الثالث : تطوير إستخدام وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر:¹

إن وسائل الدفع المستعملة في النظام المصرفي الجزائري تتميز بأنها تقليدية في أغلبها و لا تتناسب مع الواقع العالمي الجديد ، و لكن تبعا لحرص الجزائر على مواكبة الأحداث و التطورات التكنولوجية في العمل المصرفي خاصة في مجال الصناعة المصرفية ، و سعيها نحو الصيرفة الإلكترونية شرعت في تقديم و تبني بعض وسائل الدفع الحديثة

- البطاقة الائتمانية:

إن هدف اعتماد بطاقة مصرفية في الجزائر هو توحيد التقنيات المكونة للجهاز و لذلك فإن الطريقة المثلى للدفع هي تلك التي تتميز بالبساطة في الاستعمال و نموذج موحد لاستعمالها (خط + الدفع + الإلكتروني) و وسيلة دفع مؤمنة بالنسبة للحامل (بطاقة ذكية) و بها جهاز مقاصة إلكترونية يتميز بالسرعة ، فضلا عن تزويد موزعات و معدات ضرورية لمركز المعالجة بأجهزة طرفية ، بالإضافة إلى تكوين لجنة من المصارف تمثل كل المشاركين لتحديد و وضع دليل للدفع الإلكتروني و قواعد التعامل بين التجار و العاملين و معالجة قضايا عدم التسديد و النزاعات المختلفة ، و بعد هذه التهيئة الواسعة و رسم الهدف المنشود تقوم شركة " ساتيم " بالإشراف على العملية التقنية و ذلك بإدماج الهياكل

¹ أيت زيان كمال - د . حورية أيت زيان المركز الجامعي-خميس مليانة- مرجع سابق ص 13

الموجودة حاليا في الشبكة النقدية بين المصارف على ضمان المبادلات مع جهاز الموزع server و جهاز المعلومات لمختلف المصارف ، و يجب أن تشير هنا إلى ضرورة أن يصحب هذه العملية أو البرنامج حملة إعلامية تحسيسية موسعة و مكثفة و تكوين مهني و تطبيقي حتى تساعد و تسهم في تحقيق المشروع.

ثم تقوم شركة " ساتيم " بعد هذه المرحلة مع جميع المصارف المنخرطة إلى انضمام شبكات الدفع الدولية بإصدار بطاقة دفع master card أو visa القابلة للاستعمال على المستوى الوطني و الدولي لعمليتي السحب أو الدفع .

و كل ماسبق ذكره من إجراءات قد عملت الجزائر على تحقيقها ليس بصورة كاملة و شاملة و لكن نستطيع القول أنها تسير على خطوات منتظمة و متباطئة من أجل تحقيقها بشكل تام و هذا العمل كان أثناء قيامها بالإصلاح المصرفي من أجل فتح المجال لتطوير التجارة الإلكترونية ، و ذلك بإصدار أول بطاقة هي " سي - بي - أي - فيزا - غولد ".

1-1 بطاقة " سي - بي - أي - فيزا - غولد: لقد بدأت تظهر بوادر الصيرفة الإلكترونية في الجزائر عن طريق إصدار أول بطاقة إئتمانية و هي بطاقة الدفع الإلكترونية العالمية " سي - بي - أي فيزا - غولد " التي ترخصها هيئة عالمية " فيزا " حيث عن طريق هذه البطاقة يتمكن صاحبها من شراء السلعة التي يرغبها عبر الأنترنت في أي مكان في العالم و تحويل الأموال إلى البائع عن طريق إرسال المعلومات البنكية عبر البريد الإلكتروني بشكل مشفر لضمان عدم قراءتها في حالة إعتراضها غير أن ما يعيق هذه العملية في الجزائر هو بطء إجراءات تحويل الأموال عبر البنوك ، فحسب مستثمر سعودي فإن تحويل الأموال من وكالة بنكية في بسكرة إلى وكالة أخرى بالعاصمة تابعة لنفس البنك يتطلب 10 أيام كاملة .

ناهيك عند تحويل الأموال إلى مصرف آخر خارج البلاد فهذا يتطلب وقتا أطول قد يتجاوز الشهرين ، غير أن وزير المالية مراد مدلسي أكد بأن الإصلاحات الجارية في القطاع المصرفي ستقلص مدة التحويلات .

إلى جانب الإتفاق مع " فيزا " صرحت غنية هوارية المديرية العامة لبريد الجزائر عن مفاوضات تجريها الجزائر مع " ماستركارد " للانضمام إلى نطاقها علما أن هاتين الهيأتين فيزا و ماستركارد هما اللتان تصدران البطاقات الإئتمانية ذات الإستعمال العالمي .

2-1 بطاقة كاش يو ¹:

إن بطاقة " كاش يو " المنتشرة في منطقة الخليج العربي و الشرق الأوسط قد أبدت إهتماما خاصا بالسوق الجزائرية ، حيث نشرت عدة إعلانات في موقع مكتوب تبحث عن موزعين لبطاقتها الإلكترونية في الجزائر رغم أن المديرية العامة لبريد الجزائر نفت وجود أي إتفاق أو حتى مفاوضات مع إدارة " كاش يو " لتوزيعها في الجزائر رغم إبداء بعض الجزائريين رغبة في التعرف على التسوق الإلكتروني بواسطة بطاقة

¹ أيت زيان كمال - د . حورية ايت زيان المركز الجامعي-خميس مليانة- مرجع سابق ص14

" كاش يو " التي تنظم عدة حملات إعلانية و مسابقات عبر الأنترنت تقدم خلالها جوائز مغرية و لكنها تشترط مقابل ذلك شراء بطاقتها الإلكترونية .

- ما هي الخدمات التي يمكن فيها إستخدام الدفع الإلكتروني؟

المحلات التي تتوفر على خدمة الدفع و التي تحتوي في واجهتها على شعار CIB دفع الفواتير عن بعد بالنسبة لسيال، إتصالات الجزائر، موبيليس، جيزي، أوريدو و تذاكر الطائرات بالنسبة للخطوط الجوية الجزائرية و طيران الطاسيلي و التأمينات على شركة أمانة و الصندوق الوطني للعمال الأجراء.

للبيع والشراء في الجزائر اليوم أصبح سهلا لدرجة انه من مكانك و عبر الشبكة الالكترونية تستطيع ان تتسوق في المحلات التجارية و تختار منها ما يعجبك دون تعب او ملل لتشتريه بنقرة زر و يصلك الى باب منزلك بعد إتمام السفقة . و دفع المبلغ المستحق في اغلب مواقع التسوق الجزائرية تكون عبر بطاقات مصرفية خاصة مثل paypal او alertpay الخ ولكن يوجد بعض المواقع في الجزائر تستطيع الدفع لها ب ccp او الدفع عند الاستلام السلعة بالدينار .

1-2 أجهزة الدفع الإلكتروني في الجزائر إجبارية في كل المحلات التجارية في 2018¹

المقترح بمشروع قانون المالية و يهدف إلى امتصاص السيولة المتداولة بالسوق السوداء غرامات من مليون إلى 10 ملايين سنتيم للمخالفين سيكون أصحاب المحلات التجارية بمختلف أنواعها ملزمون، بداية من السنة القادمة، بوضع وسائل الدفع الإلكتروني التي تسمح لزبائنهم بدفع ثمن مشترياتهم باستعمال بطاقة الدفع الإلكتروني لتشجيع التعاملات التجارية الإلكترونية وإدخال الكتل النقدية المتداولة بالسوق الموازية إلى البنوك. وكشف مصدر مسؤول بأن المشروع التمهيدي لقانون المالية، قد ألزم كل متعامل اقتصادي يقدم سلعا أو خدمات للمستهلكين، بأن يضع في متناولهم وسائل دفع إلكتروني تسمح لهم بدفع بناء على طلبهم ثمن مشترياتهم باستعمال بطاقة الدفع الإلكتروني. وتعتزم الحكومة فرض غرامات مالية من 10 آلاف إلى 100 ألف دينار لكل من يخل بهذا الالتزام، ويخول القانون لضباط وأعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية والمستخدمين

¹ النهار اون لاين www.ennaharonline.com

المنتمين إلى الأسلاك الخاصة بالرقابة التابعة للإدارة المكلفة بالتجارة وكذا الأعوان المعنيين المنتمون للإدارة الجبائية، بمعينة هذه المخالفة في إطار ما يخولهم إياه القانون

3- أمثلة عن المتاجر الالكترونية في الجزائر:¹

Ouedkniss

1-3 الموقع الاول : www.ouedkniss.com

أسس سنة 2006 ، وهو أول موقع للتسوق عبر الإنترنت في الجزائر ، فهو بمثابة وسيط تجاري بين أصحاب الإعلانات الصغيرة الراغبين في بيع أو شراء ومبادلة مختلف المنتجات .حقق هذا الموقع نجاحا لافتا منذ تأسيسه، إذ تبلغ عدد زيارته اليومية من مائة الف الى مائة وعشرون الف زائر يوميا ، وعلى الاقل من ثلاثة مليون زائر في الشهر

السوق المفتوح
opensooq.com

2-3 الموقع الثاني : www.dz.opensooq.com وهو موقع تستطيع اضافة اي اعلان لسلعتك ايا كانت سيارات مركبات عقارات وحتى اعلانات الباحثين عن الوظائف الشاغرة اد اكنت بدون عمل في الجزائر فسارع للموقع لإيجاد عمل.

eChrily.com

3-3 الموقع الثالث : www.echrily.com تأسس بتاريخ 2102/15/17، متخصص في بيع المنتجات الغذائية، ومواد التنظيف ومستلزمات التجميل بمختلف الماركات، يوجه مبيعاته إلى ولاية الجزائر العاصمة ووسط ولاية بومرداس فقط، يشترط أن يكون الدفع عند تسليم إما نقدا أو بشيك، أو بصيغة الدفع الالكتروني عن طريق e-Pay التي يكون فيها الدفع مسبق قبل التسليم. يعتمد هذا الموقع لتوصيل البضاعة على وسائله الخاصة، يلتزم هذا المتجر الافتراضي بتسليم السلعة قبل أربعة وعشرون ساعة إلى منزل الزبون ، ، يملك الموقع أكثر من 400 زبون مسجلين في شبكة التوزيع الخاصة بالموقع، وأكثر من 100 زائر يوميا ، 81% من الزوار من الجزائر العاصمة

سوق بلادب

4-3 الموقع الرابع : www.souqbladi.com : هو ايضا موقع شعبي يتوفر على اعلانات البيع والشراء اكسسوارات اعلام الي محلات للبيع سكنات للكرء اي شئ في الجزائر يمكن ان يباع

¹ مجلة أداء المؤسسات الجزائرية- خالد بن ساسي -مرجع سابق ص213

المبحث الثالث : واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر.

المطلب الأول: المتطلبات العامة لاعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر¹

1- السبل العامة لاعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر:

بإمكاننا أن نوجز السبل العامة فيمالي:

1-1 السبل التوعوية:

من المتفق عليه أن التحول نحو التجارة الإلكترونية والتعامل في عالم افتراضي خالي من الوسائل المادية، ولا يعترف بالحدود الزمانية والمكانية، يشكل في واقع الأمر تحديا كبيرا لعادات استهلاكية وأفكار تجارية مستقرة منذ عقود طويلة. ولذلك لا يمكن تطبيق التجارة الإلكترونية إلا في ضوء خطة إعلامية تنويرية علمية مدروسة بعناية، ومخصصة حسب الفئات التي تتم مخاطبتها. فالقيام بهذه الحملات التنويرية الهادفة إلى نشر الوعي والاستعداد النفسي للتجارة الإلكترونية، يعد عاملا أساسيا في تكوين رأي عام إيجابي حول هذه التجارة والمزايا الناجمة عن التعامل بها لدى جميع الفئات بكافة أعمارهم

¹ سمية ديمش -مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية- مرجع سابق

وثقافتهم، سواء كانوا أفراد أو مؤسسات. إذن فنجاح هذه السبل التوعوية في أداء الدور المنوط بها، يستدعي تركيزها على نشر الثقافة والمعرفة باستخدامات الإنترنت والتجارة الإلكترونية، وتحسيس الجمهور بفوائد هذه التجارة، وتكوين موارد بشرية، وموائمة نظام التكوين والتعليم مع هذا النوع الحديث من المعاملات :

- **التثقيف التكنولوجي:** يتم نشر الثقافة الإلكترونية من خلال تنظيم ملتقيات تحسيسية وندوات وأيام دراسية حول التجارة الإلكترونية، وأهمية توظيف الإنترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الوجه الأمثل لخدمة الاقتصاد الوطني، وذلك بالتعاون مع شركات تقنية المعلومات والهياكل الوطنية والأجنبية.

- **إعداد مجتمع الأعمال للتجارة الإلكترونية:** إن مسألة التوعية لا تقتصر على الأفراد فقط بل لابد من أن تشمل المؤسسات كذلك، فتبني تطبيقات التجارة الإلكترونية في الشركات يعتمد بشكل كبير على مدى قبول هذه التكنولوجيا وإدراك إمكانياتها من قبل العاملين في الشركة سواء كانوا مديرين أو موظفين.

- **تثمين دور التعليم:** في ظلّ اقتصاد المعلومات، أين يتّجه الاهتمام صوب النشاط كثيف المعرفة، يَخَص جانب التعليم بدور جوهري باعتباره النطاق الذي تبني فيه الطاقات البشرية التي تحتاجها صناعات اقتصاد المعرفة، فلا بد أن تتاح لكلّ الجزائريين فرصة لاكتساب المهارات والمعارف اللازمة للاندماج في مجتمع المعلومات، والاستفادة من تطبيقات التجارة الإلكترونية.

- **اعتماد الحكومة للتجارة الإلكترونية:** إن اعتماد الحكومة للتجارة الإلكترونية من نمط (G 2 G)، (G 2 C)، (G 2 B) ودخولها كمشتري حقيقي في هذا السوق، ومبادرتها باستخدام الإنترنت في سبيل عرض مشترياتها والحصول على عرض الشراء من المهتمين، من شأنه أن يشجع الشركات على تبني هذه التجارة.

2-1 السبل التكنولوجية¹:

تتعلق الحلول التكنولوجية الرامية إلى النهوض بالتجارة الالكترونية بالعناصر التالية:

- **تعميم استخدام الإنترنت:** إن الانتشار الكبير لشبكة الإنترنت وتزايد استخداماتها وبروزها كقاعدة للتجارة الإلكترونية، ساعد على جعل هذه التجارة الطريقة الأرخص والأكثر كفاءة للوصول إلى الأسواق الوطنية والعالمية و التفاوض وإتمام الصفقات.

- **تحرير سوق خدمات الاتصالات:** إن من بين ما يحد من تطور التجارة الإلكترونية هو انغلاق أبواب المنافسة في أسواق خدمات تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ولهذا لا بد من تقليص دور القطاع العام والتوسع في تحرير هذه الخدمات من الاحتكار، من أجل خلق بيئة وسوق تنافسي تتعادل فيه الفرص.

¹ سمية ديمش -مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية- مرجع سابق

- تشجيع القطاع الخاص على الاستثمار: تتميز البنى التحتية للاتصالات والمعلومات في الجزائر بكونها لا تزال دون المستوى المقبول سواء من حيث نسب الانتشار، أو القدرات أو التكلفة، ولذلك يحتاج واقع البنى التحتية للكثير من الاستثمارات لتطوير أنظمة المعلومات والاتصالات خاصة مجال الإنترنت، حتى تستطيع الوصول إلى المستوى الملائم والداعم للتجارة الإلكترونية الجزائرية.

- خلق صناعة محلية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات: تعتبر عملية تطوير صناعة جزائرية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال أحد الأركان الأساسية في مستقبل التجارة الإلكترونية في الجزائر. فلا يجب التركيز على استيراد التكنولوجيا الجاهزة، بل العمل من أجل إقامة صناعة محلية لإنتاج التجهيزات والبرامج المعلوماتية، فبقدر النمو الذي يمكن تحقيقه في مجال هذه الصناعة، تكون النتيجة مباشرة تطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر ونشر تطبيقاتها.

- معالجة القضايا التنظيمية: إن وجود سلطة رسمية أو كيان مستقل لتنظيم قطاع الاتصالات، يمثل عاملا رئيسيا في نمو انتشار التجارة الإلكترونية، فمثل هذه السلطة تتولى وضع آليات تنظيمية لخلق سوق يعزز الشفافية و يشجع على التنافس ويضمن التحول السريع إلى مجتمع المعلومات، فمن أجل تطوير قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال لا بد أن تُمنح هذه السلطة الاستقلالية الكافية لاتخاذ الإجراءات التنظيمية الشفافة والمحرة لسوق الاتصالات.

3-1 السبل التشريعية

ان تسارع التجارة الإلكترونية أوجد رغبة لدى المشرعين الجزائريين لتكييف قواعد قانونية تحكم التطورات التكنولوجية، إلا أن هذه القواعد لا زالت دون الطموحات لطبيعة التجارة الإلكترونية.

4-1 السبل الاقتصادية والمالية

تعد الحكومة المحرك الرئيسي والفاعل للاقتصاد، فبإمكانها اتخاذ مجموعة من التدابير والإجراءات الاقتصادية والمالية التي من شأنها توفير قوة الدفع اللازمة لجميع أطراف مجتمع المعلومات لتبني التجارة الإلكترونية.

- الشراكة بين القطاع الخاص والحكومة: إن الرغبة في بناء مجتمع المعلومات يتطلب تنسيقا وتكاملا بين القطاع الحكومي والخاص، لتتاح لكل قطاع فرصة القيام بالدور المنوط به في إيجاد آليات تسريع التحول نحو هذا المجتمع. فمشروع التجارة الإلكترونية كجزء من مجتمع المعلومات لا يمكن أن تقوم به الحكومة وحدها، بل لا بد من إسناد القيادة للقطاع الخاص، وتفعيل دوره في مجال تطوير هذه التجارة بكافة أبعاده.

- تنمية وتشجيع المؤسسات للتحول إلى التجارة الإلكترونية: يوجد اتفاق عالمي أن القطاع الخاص يلعب الدور الفاعل والرئيسي في نمو و ازدهار التجارة الإلكترونية. إلا أن ما يميز مؤسسات هذا القطاع في الجزائر هو نقص اهتمامها بهذه التقنية التجارية التي ستفتح لها آفاقا واسعة، فقرار هذه الشركات في تبني تطبيقات التجارة الإلكترونية يتأثر بمجموعة من التحديات والمعوقات. ولذلك لا بد أن تلعب الحكومة الجزائرية دورا إيجابيا، مشجعا ومحفزا لهذه الشركات لتعظيم استخدامها للتجارة الإلكترونية ورفع مستوى الوعي لديها بالفرص والتحديات التي تشكلها هذه التجارة.

- تطوير وتنويع الهيكل الاقتصادي: إن التجارة الإلكترونية هي ركن من أركان الاقتصاد تعكس ما يدور فيه، فازدهار هذه التجارة يتطلب تعبئة كافة القطاعات الاقتصادية لخدمتها، إلا أن ما يميز هيكل الاقتصاد الجزائري أنه قائم على نمط الإنتاج الريعي الذي يصعب تكييفه مع متطلبات التجارة الإلكترونية والاقتصاد المعرفي، فلن تكون هناك تجارة إلكترونية جزائرية ما لم يتغير هذا الاقتصاد ليصبح قادرا على استغلال المعرفة لخلق القيمة المضافة، لذلك لا بد من تنمية القطاعات التي تشكل أساسا لهذا النمط من التجارة حتى تزيد القدرة التنافسية لمنتجات هذه القطاعات في الأسواق المحلية والعالمية سواء من حيث الجودة أو الأسعار.

- رفع معدل الإنفاق على أنشطة البحث والتطوير: يمثل البحث والتطوير أحد أهم جوانب التطوير التكنولوجي، فالدخول في اقتصاد المعرفة وتبني التجارة الإلكترونية يستدعي ضرورة الخروج من النظرة الضيقة لقطاع البحث على أنه لا يحقق قيمة مضافة، وتجسيد ذلك بوضع خطة بحث وتطوير في تقنية المعلومات والاتصالات تستهدف استقطاب الباحثين العلميين والاستفادة من خبراتهم لزيادة ذخيرة المعرفة العلمية واستعمالها في إنتاج وتطوير منتجات وخدمات جديدة متعلقة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال¹.

- تطوير نظام الدفع الإلكتروني: إن من بين المتطلبات الرئيسة لنمو التجارة الإلكترونية الجزائرية وانتشار تطبيقاتها، هو ضرورة استبدال النظام التقليدي للدفع والسداد بنظام إلكتروني يتماشى مع التطورات التكنولوجية الحديثة، فلا بد على الدولة الجزائرية أن تسارع بتشخيص الأوضاع الراهنة وتحديد احتياجات هذا النظام الإلكتروني الحديث، وبناء عليه تقوم بتنفيذ برنامج أو خطة شاملة لعصرنة وتطوير الأساليب الأساسية الشائعة الاستعمال لتسديد المدفوعات، على غرار البطاقات الائتمانية والذكية والنقود الالكترونية، كما يتعين على الجزائر أن تسهل المدفوعات الالكترونية وتوسع قاعدة المتعاملين بالوسائل الالكترونية سواء كانوا تجار أو مستهلكين، وذلك من خلال نشر الوعي والثقة بأمان هذه الوسائل.

- تخفيض التكاليف: لا بد أن تسعى الحكومة إلى تخفيض أسعار منتجات تكنولوجيا الإعلام والاتصال وخدمات النفاذ إليها من خلال خصخصة قطاع الاتصالات وفتح الباب للمنافسة، ومنح إعفاءات ضريبية للشركات العاملة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتجارة الإلكترونية وتخفيض الرسوم الجمركية على منتجات تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستوردة لיתاح لمعظم فئات المجتمع الحصول عليه خصوصا مع زيادة التوجه نحو استيراد هذه المنتجات بدل تصديرها.

2- المتطلبات العامة لاعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر²

1-2 متطلبات تكنولوجية الاتصال

-تبني نظم و شبكات متطورة في قطاع الاتصالات السلكية و اللاسلكية كنظام عصري قادر على توفير الاتصالات في غاية السرعة و الكفاءة و الاستجابة السريعة.

¹ سمية ديمش -مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية- مرجع سابق

² سمية ديمش -مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية- مرجع سابق

-الانفتاح في تبادل المعلومات بين الأطراف المشاركة فيها مع تحقيق السرعة.
-الاعتماد على مصادر الطاقة الكهربائية الكافية لتأمين العمل الإلكتروني بتحديث و تطوير قدرات التوريد و النقل و التوزيع.

2-2 المتطلبات الاجتماعية

-إعداد المجتمع لتقبل فكرة التجارة الإلكترونية كسبيل حديث لإتمام المعاملات التجارية و هذا من خلال البرامج عبر وسائل الإعلام و الاتصال.
-اعتماد خبرات بشرية ذات كفاءة بالتكوين لرأس مال بشري متخصص.

3-2 المتطلبات المالية

-رفع معدل الإنفاق على البحث و التطوير لمواكبة التقدم التكنولوجي و تقليص الفجوة الموجودة بين الجزائر و دول العالم في هذا المجال ، حيث نلاحظ أن معدل الإنفاق على هذا المجال لا يتجاوز 0,2% من الناتج الإجمالي العربي في حين نجد نسبة 2 % من الناتج المحلي للدول المتقدمة.
-تحديث المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بدعمها لتمكين من استخدام التكنولوجيات الجديدة.

4-2 المتطلبات التشريعية

إن المتطلبات التشريعية أهم عنصر من متطلبات التجارة الإلكترونية حيث أن توفر الإطار الشرعي لها و يكسب المستهلك ثقة و إحساس بالحماية في تعامله في التجارة الإلكترونية و توفير المتطلبات التشريعية ، يتطلب إعادة النظر في قانون التجارة و القانون المدني و قواعد الإثبات و القوانين المتصلة بالإشهار و التوثيق لتتلاءم مع التعاملات الإلكترونية و قوانين البنوك و الائتمان و القوانين المنظمة لسوق المال و البورصة و قوانين الضرائب و الجمارك بالإضافة إلى استحداث التشريعات الخاصة لحماية المستهلك في مجال التجارة الإلكترونية ، وردع الجرائم المتعلقة بالغش و النصب و الاحتيال و القرصنة المعلوماتية

المطلب الثاني : الوضعية القانونية ومستقبل التجارة الالكترونية في الجزائر

1- الوضعية القانونية للتجارة الالكترونية في الجزائر¹

صادق أعضاء المجلس الشعبي الوطني يوم 20 فبراير 2018 بالأغلبية على مشروع القانون المتعلق بالتجارة الالكترونية في جلسة علنية بالمجلس ترأسها السيد سعيد بوحجة رئيس المجلس بحضور وزيرة البريد و تكنولوجيات الإعلام والاتصال و الرقمنة السيدة إيمان هدى فرعون.
ويتضمن مشروع القانون المتعلق بالتجارة الالكترونية عدة أحكام لضمان أمن التجارة الالكترونية مع تحديد التزامات المومنين و العملاء الإلكترونيين .وينص مشروع القانون أن التسجيل في السجل التجاري وتحديد موقع على شبكة الإنترنت شرطان أساسيان لممارسة التجارة الالكترونية.

¹ الاذاعة الجزائرية/2018/02/06 www.radioalgerie.dz

يتم إنشاء سجل وطني للممومنين 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 عدد السجل التجاري الضمان التجاري..)

ووفقا للنصي يمر طلب المنتج أو الخدمة بثلاث خطوات اجبارية : توفير الشروط التعاقدية للمستهلك الإلكتروني والتحقق من تفاصيل الأمر الذي تصدره الأخيرة وتأكيد الأمر الذي يؤدي إلى تشكيل العقد. ويحدد مشروع القانون أيضا المعلومات الإلزامية التي يجب احتواؤها في العقد الإلكتروني. وفيما يتعلق بالتزامات المستهلك الإلكتروني ينص النص على أنه ملزم بدفع الثمن المتفق عليه في العقد الإلكتروني حالما يتم تشكيل هذه الوثيقة.

وفيما يتعلق بالمعاملات التجارية عبر الحدودي ينص مشروع القانون على أن بيع السلعة أو الخدمة من جانب مومن مقيم للمستهلك الإلكتروني المنشأ في بلد أجنبي معفي من إجراءات مراقبة التجارة الخارجية. ويتبادل عندما لا تتجاوز قيمته ما يعادل بالدينار من الحد الذي يحدده التشريع الساري. ومع ذلك يجب أن تقيّد عائدات هذا البيع بعد الدفع لحساب مقدم الخدمات الالكترونية الذي يوجد مقره في الجزائر مع مصرف معتمد من طرف بنك الجزائري أو من بريد الجزائر عندما يكون الشراء الإلكتروني من الجزائر من قبل مستهلك إلكتروني من مومن إلكتروني أنشئ في بلد آخر ويقتصر على الاستخدام الشخصي فإنه معفى أيضا من إجراءات التجارة الخارجية والعملات عندما لا تتجاوز قيمتها ما يعادله بالدينار من الحد الذي يحدده التشريع الساري. كما يتم توفير تغطية الدفع الإلكتروني لهذا الشراء من حساب بالعملة الصعبة "للشخص الطبيعي" للمستهلك الإلكتروني المقيم في الجزائر.

وبالإضافة إلى ذلك ينص على أن المعاملات المحظورة هي تلك التي تتعامل مع ألعاب الصدفة 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 خير أو خدمة خاضعة لإقامة سند.

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.

2- دفع المعاملات الالكترونية¹

ووفقا للنص، يتم دفع المعاملات التجارية الالكترونية عن بعد أو عند تسليم المنتج عن طريق الدفع المسموح به بموجب التشريع الساري.

عندما يتم 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 الإلكتروني عبر شبكة من مشغل الاتصالات العامة.

¹ الاذاعة الجزائرية مرجع سابق.

يجب تأمين اتصال الموقع الإلكتروني لموفر الخدمة الإلكترونية بنظام الدفع الإلكتروني من خلال نظام إصدار الشهادات الإلكترونية.

وفي الفصل المتعلق بمراقبة الممون الإلكتروني وتسجيل الجرائم يشير النص إلى أنه بالإضافة إلى ضباط وضباط الشرطة القضائية المنصوص عليها في قانون الإجراءات الجنائية لديهم سلطة تسجيل انتهاكات أحكام هذا القانون.

مشروع قانون الموظفين المنتمين إلى هيئة محددة من الرقابة التابعة للإدارات المسؤولة عن التجارة.

وتبعاً لطبيعة الجرائم، يتم التخطيط لغرامات تتراوح بين 50 000 دينار و 2 مليون دينار، تضاف إليها إلغاء السجل التجاري وإغلاق الموقع وهذا دون الإخلال بتطبيق كامل أكثر صرامة المنصوص عليها في التشريع الساري.

وينص مشروع القانون هذا على أن الأشخاص الطبيعيين والاعتباريين الذين سبق لهم الاشتراك في التجارة الإلكترونية لديهم مدة ستة أشهر من تاريخ نشر هذا النص للامتثال للأحكام الجديدة.

3- مستقبل الاقتصاد الجزائري بعد اعتماده التجارة الإلكترونية

3 1- استفادة الاقتصاد الجزائري بعد اعتماده التجارة الإلكترونية.

من أهم المزايا التي سينالها الاقتصاد الجزائري بعد اعتماده التجارة الإلكترونية تتمثل فيما يلي:

- 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 التكنولوجية المتطورة و بالتالي توفر إمكانيات إخراج الاقتصاد الجزائري من تخلفه و إعطائه قدرة تنافسية أكبر.

- تطوير الصادرات خارج المحروقات حيث أن منتجات جزائرية تجد طلبها في السوق العالمي، لكن نقص الإشهار الدولي للسلع الجزائرية يجعلها مجهولة لدى العالم.

- تطوير العمل المصرفي الجزائري مما يتوافق مع متطلبات التجارة الإلكترونية الخاصة بطرق الدفع الإلكتروني المختلف.

-إمكانية تخفيض المشاكل الإدارية بين المكلفين بالضريبة و الإدارة الجبائية فيما يتعلق بالتخلف عن تقديم التصريحات الجبائية أو دفع المستحقات و ذلك بتمكين ان تتم بسهولة عن طريق شبكة الأنترنت و الدفع الإلكتروني.

-سهولة إيصال المعلومة للمستهلك والوصول إليه ، سواء على المستوى العالمي أو المحلي
-إعطاء نفس جديد للتجارة الإلكترونية الجزائرية خاصة و نحن مقبلون على الإنضمام إلى المنظمة العالمية للتجار

2-3 – المشاكل المتعلقة بتطبيق التجارة الالكترونية في الجزائر¹

- النظام البنكي الجزائري يعرف تأخر مهما فيما يتعلق بالتكنولوجيات الجديدة للمعلومات،
- انعدام الثقة للزبائن اتجاه النظام الحديث للإعلام الآلي و الاتصال
- قلة الموارد المالية لاقتناء التجهيزات، و كذا استعمال مستخدمين و إطارات متخصصة في هذا الميدان
- عدم الوعي الكافي للجزائريين بمنافع النظام البنكي الالكتروني هذا النظام الحديث جدا في العالم العصري يتطلب خبراء في ميدان الإعلام الآلي و الاتصال، و هذا الشيء تفتقر إليه بلادنا، أو بالأحرى لا يستغلون في بلادنا
- نظام الأمن المعلوماتي غير فعال في بلادنا، أو بمعنى الوسائل و التقنيات التأمينية ضعيفة تستلزم التحكم الفعال فيها
- محدودية المعرفة لنشاط البنك الالكتروني هو بنك عصري، في الواقع فهو يقدم فوائد و مزايا هائلة للمستهلك و هذا بعرض عمليات مبسطة و بأقل تكلفة، و مع ذلك هذه الخدمة المالية تطرح أيضا مشاكل جديدة للسلطات الوطنية من خلال التنظيم و مراقبة هذا النظام المالي، و كذا بالنسبة لصياغة و تطبيق سياسة الاقتصاد الكلي.

4 التجارة الالكترونية الخارجية في الجزائر:

1-4 تخلف أنظمة الدفع وشبكات الاتصال في البنوك الجزائرية وعدم مسايرتها للتطورات العالمية²:

- يبرز تخلف النظام المصرفي الجزائري بالنسبة لأنظمة الدفع والاتصال في العديد من المظاهر أهمها :
- ضعف شبكة الاتصالات الالكترونية في البنوك: بادرت بعض المؤسسات المصرفية والمالية إلى تطوير شبكات إلكترونية للدفع والتسديد منتشرة في نقاط محدودة من التراب الوطني، لكن عدم القدرة في التحكم فيها وتسييرها جعل بعضها يتوقف عن أداء خدماته وذلك بسبب اعتماد المؤسسات على حلول أو أنظمة مستوردة وغير متوافقة وخصائص السوق الجزائرية، وكذلك عدم تزايد الطلب على هذه الخدمات، وهذا العامل كان من الممكن أن يشجع هذه المؤسسات على

¹ أ ب بن عياد محمد سمير أ. سماحي أحمد- التكنولوجيا الإلكترونية البنكية: ضرورة أم حتمية بالنسبة للمؤسسات المصرفية الجزائرية -جامعة

تلمسان ص 13

² المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية – عدد 02 / جوان 2015 / آدم حديدي- سليمان ناصر- كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة ورقلة.

مواصلة العمل بهذه الوسائل. ويعد بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR من رواد المؤسسات المصرفية في الجزائر في تطوير هذه الشبكة، فقد قطع شوطاً كبيراً على مستوى نظام الاتصالات، فهو يمتلك شبكة منها تعم جل مناطق الوطن، وهي مخصصة للتحويل المالي المباشر من وإلى وكالاته

- غياب استخدام الهاتف في الخدمات المصرفية: لا تستعمل البنوك الجزائرية الهاتف في تقديم خدماتها سواء الثابت أو المحمول، وهذا رغم ما شهده هذا الأخير من تطور كبير بعد فتح السوق الجزائرية في السنوات الأخيرة، ورغم العدد الكبير من مشتري خدمة الهاتف في الجزائر، وهي الشبكة التي يمكن أن تساهم في تقديم الخدمات المصرفية لأكثر عدد ممكن من الزبائن.

- ضعف استخدام البطاقات البنكية والتأخر في أنظمة الدفع: رغم التطورات التي عرفتها وسائل الدفع الإلكتروني في العالم وتوسع نطاق استخدامها ليشمل مختلف المجالات حيث أصبحت من أهم وسائل الدفع في الوقت الراهن، إلا أن البنوك الجزائرية بقيت في منأى عن هذه المستجدات رغم أن العديد من الدول العربية وخاصة المجاورة قد قطعت أشوطاً كبيرة في هذا المجال

- ثقل الإجراءات البيروقراطية في البنوك الجزائرية خاصة طول معالجة ملفات القروض : تعاني البنوك الجزائرية من ثقل إجراءات التعامل مع العملاء خاصة فيما يتعلق بدراسة ملفات طلب القروض، وبالأخص في البنوك العمومية، ففي الوقت الذي تستغرق فيه مدة دراسة ملف طلب قرض والإجابة عليه سلباً أو إيجاباً، أسبوعاً واحداً في بنك أجنبي عامل بالجزائر مثل سويسيتي جنرال نجد هذه المدة قد تصل إلى فترة تتراوح بين 5 و6 أشهر في بنك عمومي، وهذا بالرغم من أن الشروط التحسينية المقررة للبنوك الجزائرية تقرب بتخفيض هذه المدة إلى 20 يوماً، هذا بالإضافة إلى وضع شروط تعجيزية أمام المستثمرين حين طلبهم للقروض الاستثمارية، وذلك بمطالبتهم بمساهمة شخصية في المشروع تتجاوز أحياناً 30 إلى 40 % من قيمة المشروع، فضلاً عن المبالغة في طلب الضمانات التي قد تفوق مرتين أو 3 مرات المبلغ المقترض.

- إشكالية فائض السيولة غير الموظفة لدى البنوك الجزائرية تعاني البنوك الجزائرية عموماً من إشكالية فائض السيولة غير الموظفة لديها، والتي برزت تحديداً مع سنة 2001، وهذا بعد أن

ظلت تعاني طيلة السنوات السابقة من احتياج دائم للسيولة دفعها للجوء المستمر لبنك الجزائر لأجل إعادة التمويل والحصول على السيولة التي تلزمها¹.

الخلاصة :

رغم كون مفهوم التجارة الالكترونية لا يزال حديثا وغير محدد بدقة ، إلا أنه في ظل الثورة التكنولوجية وانفتاح الأسواق العالمية ، أصبح من القناعات الراسخة أن التجارة الالكترونية تشكل وسيلة رئيسة لدعم قدرة الاقتصاد على الاندماج الفعال في الاقتصاد المعرفي وانتشار هذه التجارة الالكترونية في الجزائر يتطلب العديد من المقومات الكفيلة بإقامة البيئة التمكينية لزراعة نواة هذه التجارة ورغم كل الجهود المبذولة للتفاعل مع التغيرات التكنولوجية وتوفير متطلبات قيام التجارة الالكترونية، إلا أنه حسب تحليلنا للإحصائيات المتوفرة لاحظنا أن هناك تأخرا كبيرا في مجال البنية التحتية للاتصالات لاسيما الانترنت ، مما حال دون توسع التجارة الالكترونية الجزائرية ، بالإضافة إلى العديد من العراقيل والعقبات التي تعترض نمو هذه التجارة ، منها ما هو

¹ المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية – عدد 02 / جوان 2015 مرجع سابق

قانوني ، تجاري ، ثقافي واجتماعي . ويهدف تفعيل هذه التجارة ، لابد أن تدرك الجزائر أن مسار التحول إلى التجارة الالكترونية يتطلب جملة ترتيبات ، والتخطيط والتفكير الدقيق. فمن الضروري التركيز على مجموعة من المقومات من التغييرات عادة والعوامل الإيجابية ، واستخدامها بشكل يعطي الثمار المرجوة منه ويحقق الانطلاق الفعلي للمعاملات التجارية الالكترونية. ويتم ذلك من خلال استكمال البنية التحتية لتكنولوجيا العالم والاتصال، وانهاج سياسة التثقيف الالكتروني، بالإضافة إلى تنشيط وتحفيز المؤسسات لاقترام هذا النشاط وتحديث البيئة التشريعية والقانونية لتصبح أكثر تلاؤما مع التجارة الالكترونية.

خاتمة

-الخاتمة:

لقد أصبحت التجارة الإلكترونية في وقتنا الحالي محرك فعال لتنشيط العمل التجاري بين الأطراف المختلفة المتعاملة فيه من أفراد ومؤسسات وإدارات ، لما تمنحه من انفتاح لخلق أسواق كبيرة تعرض فيها منتجات المؤسسات ، حيث هي فرصة للراغبين في البحث عن أساليب أنجح لتحقيق أكبر الأرباح عن طريق قنوات الترويج والبحث عن زبائن وأسواق جديدة ، عبر الوسائل الإلكترونية بالاعتماد على نظم الدفع والسداد الحديثة

إن ظاهرة التجارة الإلكترونية عززتها التطورات الحاصلة في مختلف تكنولوجيا الاتصال ، مما سرع في وتيرتها حيث جعلت دولاً تعرف تطورا رهيبا وتشكل فجوة كبيرة بينها وبين الدول الأخرى تعرف تأخرا كبيرا ولم تصل دول العالم المتقدم إلى هذا المستوى إلا بالاهتمام بالعلم وتطبيقه في جميع المجال كلها الإلكترونية أضحت معرضة لأخطار القرصنة والاختراق لمواقعها وتدميرها مما يتطلب إنشاء تشريع علمي متكامل التنسيق بين جميع دول العالم والهيئات.

ولذا على الجزائر أن تقوم بالنهوض باقتصادها ورفع التحدي الذي تفرضه تكنولوجيات الاتصال فعليها أن تفتح المجال على مصراعيه للتجارة الإلكترونية وأن تخطو خطوات مدروسة إلى الأمام ، وتعزز بنيتها التحتية لتساهم في فتح آفاق واسعة أمام المؤسسات الاقتصادية الجزائرية إلى اختراق الأسواق العالمية ، إضافة إلى تطوير الصادرات خارج مجال المحروقات و تحديث المؤسسات المصرفية خاصة فيما يتعلق بأساليب الدفع الإلكترونية.

نتائج الدراسة :

-يرجع الفضل الكبير في تحقيق وجود التجارة الإلكترونية وانتشارها إلى الأدوات المختلفة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، التي وفرت البيئة التقنية اللازمة لقيام هذه التجارة والتي ما هي إلا استخدام مكثف للتكنولوجيا الحديثة من أجهزة حاسوب ووسائل وشبكات الاتصالات في المجال التجاري.

-رغم تعدد وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات إلا أن شبكة الانترنت برزت كركيزة أساسية للتجارة الإلكترونية فقد ساعدت خدمات هذه الشبكة التعاملات التجارية على الامتداد الإقليمي إلى مختلف القارات ولأكبر عدد من العملاء في أقصر وقت ممكن وبأقل تكلفة.

-التجارة الإلكترونية عبارة عن منهج حديث للأعمال يعتمد على تكنولوجيا الإعلام والاتصال خاصة الانترنت ، لانجاز كافة العمليات المتصلة بعقد الصفقات بين أطراف متعددة ، سواء كانوا مؤسسات أو هيئات حكومية أو أفراد ، حيث تتحدد تصنيفات هذه التجارة بناء على العلاقة بين هؤلاء الأطراف.

-إن التعامل بالتجارة الإلكترونية يفرض تقبل الثنائية المتبادلة من المزايا والأعباء ، فهي تنشئ القيمة من خلال مساعدتها للمؤسسات دون اعتبار لحجمها لولوج الأسواق العالمية بأقل وقت وتكلفة ، كما تساعد الأفراد على الخيار العالمي لأجود المنتجات وبأرخص الأثمان. غير أن هذه التجارة تفرض تحمل أعباء ومخاطر وسلبات لا بد من العمل للقضاء عليها.

-مبادرات محتشمة ومتواضعة لتطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر .

- تعاني الجزائر من تدني كبير في نسبة استخدام التجارة الالكترونية، ويعود سبب هذا التعثر إلى جملة من المعوقات التي تشكل مكبحا أما انتشار هذه التجارة.
- تخلف البنية التحتية التكنولوجية ، وارتفاع تكاليف خدمات الاتصالات والمعلومات والتجهيزات المرافقة لها .
- عدم انتشار الوعي الكافي بأهمية التجارة الالكترونية لدى المؤسسات التجارية والأفراد ، وعدم اعطائها الأهمية الكافية لتطويرها من طرف الدولة .
- عدم بذل جهود لمقاومة عوامل التغيير لدى المؤسسات ، وغياب الدعم الكافي لمساعدة هذه المؤسسات وتحفيزها على تبني التجارة الالكترونية.
- غياب البيئة المصرفية والنقدية المناسبة للعمليات والتسويات الناجمة عن التعاملات الالكترونية.
- حتى الآن الجزائر لم تستطع مواكبة دول مجاورة في التجارة الالكترونية .
- ضعف او شبه انعدام للتجارة الالكترونية الدولية.
- المقترحات:
- الإسراع في تجسيد مشروع الحكومة الإلكترونية التي توفر الخدمات للمواطنين والشركات عبر الشبكة بسرعة وسهولة ، وما سيكون لذلك من آثار ايجابية في دفع التجارة الالكترونية وزيادة الوعي بان التعامل بهذه التجارة ليس خيارا ترفيهيا بل أمر ضروري.
- إعطاء الأولوية لقطاع البحث والتطوير وإزالة الانفصال القائم بين قطاعي الصناعة والبحث العلمي ، وذلك من خلال إنشاء مراكز وهيئات متخصصة في هذا المجال، ومنحها الفرصة لإبراز مجهوداتها ونتائج أبحاثها واستخدامها في استحداث مختلف الابتكارات المساعدة على تطبيق التجارة الالكترونية.
- الاهتمام بتنوع الخدمات البنكية الالكترونية والتعريف بها وخاصة الجديدة منها .
- ضرورة نشر الوعي المعلوماتي في أوساط الجزائرية فيما يخص أهمية ومزايا الخدمة البنكية الالكترونية.
- يمكن التطرق في الدراسات القادمة إلى مخاطر التجارة الالكترونية أو الى علاقة التجارة الالكترونية بالإمداد اللوجستي في الجزائر، او الى المقاصة الالكترونية في البنوك الجزائرية

المراجع

المراجع باللغة العربية

-الكتب :

- 1- إبراهيم بختي ، التجارة الالكترونية مفاهيم و استراتيجيات التطبيق في المؤسسة ط2 ، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر 2008
 - 2 عصام عبد الفتاح مطر، التجارة الإلكترونية في التشريعات العربية والاجنبية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2007
 - 3 -عطية سالم عطية، البنك الأهلي المصري، بطاقات الدفع الإلكترونية، المعهد المصرفي، القاهرة، 2003
 - 4 طارق عبد العال حماد، "التجارة الإلكترونية: المفاهيم، التجارب، التحديات، الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية"، الدار الجامعية للطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر 2003
 - 5 محمد الصيرفي - التجارة الالكترونية- ط 1 مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع الاسكندرية 2005
 - 6 مصطفى رشدي شيحة، النقود والمصارف والائتمان، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2009
 - 7 ناصر خليل ، التجارة و التسويق الالكتروني ، ط1 دار أسامة للنشر والتوزيع الاردن 2009
 - 8 نادر شعبان إبراهيم السواح ، " النقود البلاستيكية وأثر المعاملات الإلكترونية على المراجعة في البنوك التجارية ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، 2006،
 - 9 هند حامد، التجارة الإلكترونية في المجال السياحي، دار النهضة العربية، حلوان، مصر، القاهرة، 2003
 - 10 يوسف الطائي -هاشم العبادي -التسويق الالكتروني-الوراق للنشر والتوزيع- عمان الاردن-ط1 -سنة 2009
- المذكرات الجامعية :
- 1- آمال حليمي مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر- واقع وآفاق التجارة الالكترونية في الجزائر- 2013-2014
 - 2- صراع كريمة مذكرة متطلبات نيل شهادة ماجستير-واقع وآفاق التجارة الالكترونية في الجزائر من اعداد الطالبة 2013-2014
 - 3 سمية ديمش مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية- - 2010-2011
 - 4 عطاب عبدالله مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر -أهمية تمويل التجارة الخارجية عن طريق الاعتماد المستندي- 2013-2014

-التقارير:

1- سلطة الضبط للبريد والمواصلات تاريخ الاطلاع 05/31 /2018 www.aprt.dz

-المجلات والدوريات:

- 1- ابراهيم بختي "واقع وأفاق الانترنت في الجزائر"، مجلة الباحث، العدد 12 الجزائر، جامعة ورقلة، 2002
- 2- أحمد عبد الله العوضي -عميد كلية الدراسات التجارية - الكويت مجلة الاقتصاد والمجتمع العدد 6/ 2010 - العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية
- 3- آدم حديدي- سليمان ناصر المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية – عدد 02 / جوان 2015/ - كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير-
- 4- ايت زيان كمال – د .حورية ايت زيان- المركز الجامعي-خميس مليانة - الجزائر- الصيرفة الالكترونية في الجزائر
- 5- بلعاش ميادة -د.بن اسماعين حياة -أبحاث اقتصادية وإدارية. جامعة بسكرة الجزائر العدد السادس عشر ديسمبر 2014
- 6- بن عياد محمد سمير أ. سماحي أحمد- التكنولوجيا الإلكترونية البنكية: ضرورة أم حتمية بالنسبة للمؤسسات المصرفية الجزائرية -جامعة تلمسان
- 7- خالد بن ساسي -كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة قاصدي مرباح ورقلة- مجلة أداء المؤسسات الجزائرية العدد 12 2017
- 8- حامد نورالدين –مداخلة بعنوان الدفع الالكتروني في التجارة الخارجية الالكترونية – جامعة محمد خيضر بسكرة 2011
- 9- السعيد بريكة-أ فوزي شوقي- مجلة البحوث الاقتصادية-العدد 2- الصادر في 13/11/2014 جامعة أم البواقي
- 10- عبد العزيز خنفوسي ، مجلة منازعات الأعمال – جامعة الدكتور "مولاي الطاهر" بسعيدة، الجزائر العدد 19 ديسمبر 2016
- 11- المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية – عدد 06 / جوان 2017 (<http://www.commerce.gov.sa/ecommerce/art1.asp>)
- 12- مجلة العلوم الإنسانية، العمليات المصرفية الإلكترونية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد الحادي عشر، 2007

-المواقع الإلكترونية:

- 1- موقع ويكيبيديا التجارة الالكترونية – يوليو 2016
- 2- موقع المحاسب العربي. 04/26 2009
- 3- موقع انترنت WWW.UNICETRAL.ORG
- 4- وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيا و الرقمنة 2018/05/31
<https://www.mpttn.gov.dz>
- كامل أمين مصطفى عزالدين، الصيرفة الإلكترونية، مقال منشور على الإنترنت على الموقع
www.bank.org/arabic/period/masrif/vol26/masrif_26/htm
- 5- www.ennaharonline.com النهار اون لاين
- 6- الاذاعة الجزائرية/2018/02/06 www.radioalgerie.dz
- 7- www.bdl.dz

-المواقع باللغة الأجنبية:

- 1- LAZREG Mohammed -GOUDIH Djamel torqui- Journal of Economic &Financial Research-
decembre 2016
- 2- SATIM Alger année 2016

الملخص:

إن اتساع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات و ظهور شبكة الانترنت و سرعة انتشارها و قدرتها على ربط المتعاملين من مختلف أنحاء العالم ، أدى إلى تغيير نمط التجارة و التبادل التجاري في العالم لتظهر التجارة الإلكترونية كنوع جديد من التجارة التي تتم بوسائل إلكترونية و التي على رأسها شبكة الانترنت.

والتي برزت كأسلوب حديث لعرض السلع والخدمات وعقد الصفقات إلكترونيا. وقد استطاعت هذه التجارة أن تنتشر بصورة كبيرة في وقت قصير، وتزايدت أهميتها وحظيت بقبول عام، كما أخذت مكانتها الدولية في العلاقات التجارية الدولية بأسرع مما كان متوقعا. فقد أصبحت التجارة الإلكترونية حقيقة واقعية ليس في البلدان المتقدمة فقط بل في جميع بقاع العالم، إن حجم التجارة الإلكترونية يشهد تطورا ملحوظا على المستوى العالمي إلا أن التجارة الإلكترونية لم تجد بعد مكانتها في الجزائر و لم تحقق لحد الآن الانطلاقة المرجوة ، لكن هذا لا يشكك في المجهودات المبذولة من طرف الجزائر من أجل دعم وإرساء البنية التحتية للاتصالات و مساهمة التقدم التكنولوجي في العالم من أجل إعطاء دفعة للنهوض بهذا النوع من التجارة و اعتمادها كأسلوب حديث للتبادل التجاري في الجزائر

الكلمات المفتاحية : التجارة الإلكترونية؛ الإنترنت؛ تكنولوجيا المعلومات و الاتصال؛ الدفع الإلكتروني؛ البنوك الإلكترونية.

Résumé:

L'utilisation généralisée des TIC, l'émergence de l'Internet, sa diffusion rapide et sa capacité à connecter les clients du monde entier ont entraîné une modification des structures du commerce et des échanges dans le monde: le commerce électronique apparaît comme un nouveau type de commerce électronique.

Internet.

Ce qui est apparu comme une méthode moderne de présentation de biens et services et de transactions électroniques. Ce commerce a pu s'étendre de manière significative en peu de temps, gagner en importance et gagner une acceptation générale, et sa place internationale dans les relations commerciales internationales a été prise plus rapidement que prévu. Le commerce électronique est devenu une réalité non seulement dans les pays développés mais dans toutes les régions du monde. Le volume du commerce électronique connaît un développement remarquable au niveau mondial, mais le commerce électronique n'a pas encore trouvé sa place en Algérie et n'a pas encore atteint le stade souhaité. Les efforts déployés par l'Algérie pour soutenir et mettre en place des infrastructures de télécommunications et pour suivre le progrès technologique dans le monde afin de donner une impulsion à la promotion et à l'adoption de ce type de commerce en tant que méthode moderne d'échange commercial en Algérie

Mots clés: commerce électronique, Internet, technologies de l'information et de la communication, paiement électronique, banques électroniques