



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلا
معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير



الميدان: العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية

الفرع: علوم التسيير

التخصص: إدارة مالية

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر بعنوان:

دور وسائل الدفع الالكترونية في نمو حجم التجارة الالكترونية
- دراسة حالة الجزائر (2016-2021) -

المشرف	إعداد الطلبة	
لطيف وليد	بوعشيبه فادية	1
	غيثي إكرام	2

لجنة المناقشة:

الصفة	الجامعة	اسم ولقب الأستاذ(ة)
رئيسا	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلا	بوكرياسين
مشرفا ومقررا	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلا	لطيف وليد
ممتحنا	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلا	زيد جابر

السنة الجامعية 2023/2022



التهنئة

الحمد لله الذي وفقنا لتثمين خطوة مهمة في مسيرتنا الدراسية بمذكرتنا هذه التي أهديتها :

إلى من أفضلهم على نفسي مصدر عزتي وفخري

إلى من كان دعاؤهما سبب نجاحي أبي أستاذي وأمي أستاذتي

إلى أجمل قدر حظيت به والذي كان رفيقا للدرب وصديقا للأيام

وقرة للعين زوجي الغالي كريم

إلى من عرفت معهم معنى الحياة وأصبحوا جزءا من روحي إخوتي

إلى ظلي الذي لا يفارقني وسندي أختي شيماء

إلى من رزقني الله حبهم و جعلهم جنتي في الأرض أبي الثاني وأمي الثانية، إيناس و ريتاج

إلى صديقتي وزميلتي في إنجاز هذه المذكرة فادية

إلى كل من كان له الأثر الحسن والكلمة الطيبة وسانديني في مشواري الدراسي

داكروم

الوهراء

الحمد لله الذي وفقنا لهذا و الصلاة و السلام على الرسول الكريم . أهدي
ثمرة جهدي إلى كل من كان دعاؤها سر نجاحي وتوفيقي إلى مثلي الأعلى
أمي الغالية حفظها الله .

إلى سندي وقدوتي أبي الغالي أطال الله في عمره .

إلى من هو نعمة من عند الله أخي "فادي" .

إلى زميلتي في إنجاز هذا العمل "إكرام" .

إلى استاذنا الفاضل " لطيف وليد" الذي كان له كل الفضل في إنجاز هذه
المذكرة .

إلى كل الأحباب والأصدقاء و كل من ساعدني في إنجاز هذا العمل ولو
بكلمة طيبة وفي الأخير أرجو من الله أن يجعل عملنا نافعا يستفيد منه الجميع

فاوه

شكر و عرفان

نتوجه بجزيل الشكر وجميل العرفان للأستاذ " لطيف وليد" الذي تكرم
بقبول الإشراف على هذه المذكرة وعلى جميع التوجيهات والملاحظات
والنصائح.

كما لا يفوتنا أن نتقدم بواقر التقدير والاحترام لأعضاء اللجنة المحترمين
على عناء قراءة المذكرة وقبولها وتصويبها.

وكذلك نتقدم بخالص الشكر الى كل من درسنا من أساتذة معهد العلوم
الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بالمركز الجامعي عبد الحفيظ بالصوف
وجزاهم الله كل خير. وإلى كل موظفي الجامعة
وفي الأخير نشكر كل من قدم لنا يد العون والمساعدة من قريب أو من بعيد
ونسأل الله عز وجل أن يجعل ذلك في ميزان حسناتهم

الفهارس

الفهارس

الصفحة	المحتوى
/	بسملة
/	إهداء
/	شكر و عرفان
/	فهرس المحتويات
/	فهرس الجداول والأشكال
ب - ح	مقدمة عامة
الفصل الأول: الإطار النظري لتجارة الإلكترونية	
3	تمهيد
4	المبحث الاول: عموميات حول التجارة الالكترونية
4	المطلب الاول: مفاهيم اساسية حول التجارة الالكترونية
8	المطلب الثاني: نشأة وتطور التجارة الالكترونية
11	المطلب الثالث: خصائص التجارة الالكترونية
15	المبحث الثاني: أسس و أنواع التجارة الالكترونية
15	المطلب الاول: عناصر التجارة الالكترونية
16	المطلب الثاني: انواع التجارة الالكترونية
18	المطلب الثالث: مراحل التجارة الالكترونية
20	المبحث الثالث: دوافع التجارة الالكترونية وتقييمها
20	المطلب الاول: العوامل المؤثرة في التجارة الالكترونية
20	المطلب الثاني: مزايا التجارة الالكترونية
24	المطلب الثالث: عيوب التجارة الالكترونية
27	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: الاطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية	
29	تمهيد
30	المبحث الاول: ماهية وسائل الدفع الإلكترونية
30	المطلب الاول: نشأة و تطور وسائل الدفع الالكترونية
30	المطلب الثاني: مفهوم وسائل الدفع الإلكترونية وخصائصها

الفهارس

32	المطلب الثالث: تقييم وسائل الدفع الإلكترونية
34	المبحث الثاني: أنواع وسائل الدفع الإلكترونية
34	المطلب الأول: بطاقات البنكية والشيكات الإلكترونية
37	المطلب الثاني: التحويلات الإلكترونية والمحافظ الإلكترونية
39	المطلب الثالث: النقود الرقمية والبطاقات الذكية
42	المبحث الثالث: العوامل المساعدة والمعركة لوسائل الدفع الإلكترونية وتحدياتها ومخاطرها
42	المطلب الأول: العوامل المساعدة على نجاح وسائل الدفع الإلكترونية
45	المطلب الثاني: العوامل المعركة لوسائل الدفع الإلكترونية
46	المطلب الثالث: التحديات والمخاطر التي تفرزها وسائل الدفع الإلكترونية
49	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: الاطار التطبيقي لدور وسائل الدفع الإلكترونية في نمو حجم التجارة الإلكترونية-دراسة حالة الجزائر 2016-2021-	
51	تمهيد
52	المبحث الأول: التجارة الإلكترونية في الجزائر
52	المطلب الأول: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر
55	المطلب الثاني: وضعية سوق الانترنت في الجزائر
59	المطلب الثالث: إحصائيات التجارة الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة 2016-2021
62	المبحث الثاني: وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر
62	المطلب الأول: واقع وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر
65	المطلب الثاني: بطاقات السحب والدفع في الجزائر
71	المطلب الثالث: تطور وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر
74	المبحث الثالث: دور وسائل الدفع الإلكترونية على التجارة الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة 2016-2021
74	المطلب الأول: تطور عدد بطاقات الدفع الإلكتروني في الجزائر خلال الفترة 2016-2021
76	المطلب الثاني: تطور متاجر الويب في الجزائر خلال الفترة 2016-2021
80	المطلب الثالث: تحديات التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع في الجزائر
84	خلاصة الفصل
86	خاتمة عامة

الفهارس

90	قائمة المراجع والمصادر
----	------------------------

قائمة الجداول والأشكال

قائمة الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
7	الفرق بين التجارة الالكترونية والتجارة التقليدية	1.1
18	أنواع التجارة الالكترونية	2.1
54	لمحة عن أهم مواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر	1.3
57	عدد مشتركى الانترنت في الجزائر 2016-2021(عميل)	2.3
58	تطور عدد اشتراكات الهاتف الثابت في الجزائر 2016-2021(عميل)	3.3
59	تطور عدد اشتراكات شبكات المحمول الخلوية في الجزائر 2016-2021(عميل)	4.3
60	تطور عدد مستخدمي التجارة الإلكترونية في الجزائر من 2017 إلى 2023(عميل)	5.3
61	تطور قيمة مؤشر التجارة الالكترونية B2C في الجزائر خلال الفترة 2016-2020(%)	6.3
69	حدود بطاقة الدفع المسبق	7.3
70	أنواع البطاقات الاسمية ل بنك خليج الجزائر	8.3
70	تطور عدد أجهزة الصراف الآلي(جهاز)	9.3
71	تطور نشاط الدفع على TPE -الدفع الالكتروني-	10.3
72	تطور نشاط الدفع على الإنترنت خلال الفترة 2016-2021	11.3
74	تطور عدد بطاقات الدفع الالكتروني في الجزائر من الفترة(2016-2021)(بطاقة)	12.3
76	معامل الارتباط لمستخدمي التجارة الالكترونية وعدد البطاقات خلال الفترة 2016-2021	13.3
77	تطور عدد متاجر الويب النشطين خلال الفترة 2016-2023(متجر)	14.3
79	معامل الارتباط بين عدد متاجر الويب ومستخدمي التجارة الالكترونية خلال الفترة 2016-2021	15.3

قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
هـ	متغيرات الدراسة	01
6	العلاقة بين التجارة والأعمال الالكترونية	1.1
15	عناصر التجارة الالكترونية	2.1
35	صورة لنموذج عن بطاقة بنكية (visa card)	1.2
35	صورة لنموذج عن بطاقة بنكية (Master Card)	2.2
41	صورة لنموذج البطاقة الذكية: (master Card)	3.2
57	عدد مشتركى الانترنت	1.3
58	تطور عدد اشتراكات الهاتف الثابت في الجزائر 2016-2021(عميل)	2.3
59	تطور عدد اشتراكات شبكات المحمول الخلوية في الجزائر 2016-2021(عميل)	3.3
60	تطور عدد مستخدمي التجارة الإلكترونية في الجزائر من 2017 إلى 2023(عميل)	4.3
61	تطور قيمة مؤشر التجارة الالكترونية B2C في الجزائر خلال الفترة 2016-2020 (%)	5.3
66	البطاقة العادية CIB	6.3
67	نموذج البطاقة الذهبية	7.3
68	بطاقة فيزا VISA الكلاسيكية و بطاقة VISA الذهبية	8.3
71	تطور نشاط السحب من أجهزة الصراف الآلي(السحوبات)	9.3
73	تطور نشاط الدفع عبر الانترنت في الجزائر خلال الفترة 2016-2021	10.3
74	تطور نشاط الدفع عبر الانترنت في الجزائر خلال الفترة 2016-2021	11.3
75	تطور عدد بطاقات الدفع و عدد مستخدمي التجارة الالكترونية في الجزائر(بطاقة)	12.3
77	تطور عدد متاجر الويب النشطين خلال الفترة 2016-2021(متجر)	13.3
79	تطور عدد متاجر الويب ومستخدمي التجارة الالكترونية خلال الفترة 2016-2021	14.3

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى معالجة موضوع دور وسائل الدفع الالكترونية في نمو حجم التجارة الالكترونية - دراسة حالة الجزائر (2016-2021) - حيث حاولنا من خلال هذه الدراسة الإجابة على إشكالية البحث المتمثلة في كيف تساهم وسائل الدفع الالكترونية في نمو حجم التجارة الالكترونية في الجزائر خلال الفترة ما بين (2016-2021).

ومن أجل ذلك قمنا بعرض جداول ومنحنيات تطور كل من مستخدمي التجارة الالكترونية وكذا كل من متجر الويب وبطاقات الدفع الالكترونية ولتحليل النتائج اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي والبرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية حزمة 25 (SPSS v25) وبرنامج إكسيل.

وقد خلصت الدراسة الى أن وسائل الدفع الالكترونية تلعب دورا حيويا في نمو حجم التجارة الالكترونية في الجزائر خلال الفترة ما بين 2016-2021 حيث تساهم في تحسين تجربة المستخدم وتسهيل عملية الشراء عبر الإنترنت كما تساعد في تحسين أمان وسرعة الدفع وتخفيض تكاليف المعاملات. كما أنه هناك علاقة ايجابية قدرت ب 0.898 بين عدد بطاقات الدفع الالكترونية وحجم التجارة الالكترونية في الجزائر وعلاقة ايجابية أيضا بين عدد متاجر الويب المعتمدين النشطين وحجم التجارة الالكترونية في الجزائر بمعامل ارتباط قدر ب 0.798.

الكلمات المفتاحية: وسائل الدفع الالكترونية، التجارة الالكترونية، بطاقات الدفع الالكترونية، متاجر الويب، الجزائر.

Abstract

The aim of this study is to address the role of electronic payment methods in the growth of e-commerce in Algeria between(2016-2021). Through this study, we attempted to answer the research problem of how electronic payment methods contribute to the growth of e-commerce in Algeria during 2021-2016 period. We presented tables and graphs showing the development of e-commerce users, web stores, and electronic payment cards. To analyze the results, we used a descriptive analytical method and software such as SPSS V25 and Excel.

The study concluded that electronic payment methods play a vital role in the growth of e-commerce in Algeria during the period between (2016-2021). They contribute to improving the user experience and facilitating the online purchasing process. They also help improve the security and speed of payment and reduce transaction costs. Additionally, there is a positive correlation of 0.898 between the number of electronic payment cards and the volume of e-commerce in Algeria. There is also a positive correlation of 0.798 between the number of active certified web stores and the volume of e-commerce in Algeria.

Keywords: Electronic payment méthodes, e-commerce, Electronic payment cards, web stores, Alegria.

مقدمة

مقدمة

شهد العالم تطورا تكنولوجيا أدى لظهور التجارة الالكترونية التي تعتبر من أكثر المعاملات استقطابا وانتشارا في وقتنا الحاضر، ورمزا للغة الخاصة بالثقافة المعلوماتية ومصدرا للثورة في الألفية الثانية، إذ أصبحت منظورا جديدا واسع الاستعمال لدى أوساط المال والأعمال التجارية ومختلف المؤسسات، فهي تعني عملية تسوية وإتمام المعاملات باستخدام الأسلوب الرقمي والشبكات العالمية كشبكة الانترنت، وتجسد آفاقا جديدة للاتصال والتفاعل مع الزبائن والمؤسسات على حد سواء، كما تسمح بتأدية أكبر عدد من الخدمات في ظل تعاظم الشبكات المفتوحة والتقنيات المتطورة على كل المستويات، الأمر الذي أدى إلى إزالة الحواجز والموانع واختزال المسافات والأزمنة.

وقد تطورت وسائل الدفع الالكترونية في كل دول العالم بما فيها الجزائر مع انتشار عمليات التجارة الالكترونية، مما أدى إلى تحول النقود من شكلها المادي الملموس لتصبح تيارا غير مرئي من الالكترونيات المحفوظة في البطاقات الذكية أو على قرص صلب للكمبيوتر أو على الفضاء المعلوماتي لشبكة الإنترنت. وقد أخذت وسائل الدفع الالكتروني على اختلاف أشكالها وأنواعها وقتا طويلا قبل أن تتخذ معالمها وتفصيلها بشكل واضح، قصد الارتقاء بأداء العمليات وبأقل تكاليف وبشكل سريع ودقيق وتجريد المعاملات من طبيعتها المادية على غرار المعاملات الكلاسيكية، ويتم الاستغناء عن المعاملات الورقية واستبدالها بالمعلومات والبيانات الالكترونية عبر العالم، والتحول نحو خدمات الكترونية بكل فعالية وانفتاح وكفاءة تعمل بالتواصل الافتراضي من خلال الوسائط الالكترونية لتحقيق السرعة والشفافية والفعالية كأحد روافد ثورة المعلومات.

يشهد قطاع التجارة الإلكترونية في الجزائر نموا سريعا، حيث يوجد العديد من المنصات الإلكترونية التي توفر الخدمات والمنتجات للمستهلكين، وتشمل ذلك منصات لبيع الملابس والإلكترونيات والأجهزة الكهربائية والعديد من المنتجات الأخرى. كما تعمل الحكومة الجزائرية على دعم تطوير البنية التحتية الرقمية وتحسين بيئة الأعمال الإلكترونية في البلاد، من خلال توفير المناخ المناسب لنمو هذا القطاع وتحسين اللوائح والتشريعات المتعلقة به وبالإضافة إلى ذلك، يمكن للشركات الجزائرية الاستفادة من التجارة الإلكترونية لتوسيع نطاق عملها وزيادة مبيعاتها في الأسواق الدولية، حيث يمكن لها الوصول إلى العديد من العملاء في جميع أنحاء العالم.

ولكن يواجه قطاع التجارة الإلكترونية في الجزائر بعض التحديات، مثل قلة الوعي والثقة لدى المستهلكين في الشراء عبر الإنترنت، وضعف البنية التحتية الرقمية في بعض المناطق، بالإضافة إلى بعض العراقيل القانونية والتشريعية.

أولاً: الإشكالية

تعد التجارة الإلكترونية من الظواهر الحديثة في الجزائر، حيث يشهد هذا القطاع نمواً متسارعاً في الآونة الأخيرة. ويمكن القول إن النمو في التجارة الإلكترونية في الجزائر تعزى بشكل كبير إلى الزيادة في عدد مستخدمي الإنترنت، حيث يتجاوز عدد المستخدمين في الجزائر حوالي 20 مليون مستخدم. ومن الجدير بالذكر أن هناك تطوراً ملحوظاً في أنظمة الدفع الإلكتروني والمرتبطة بالتجارة الإلكترونية في الجزائر، وذلك من خلال توفير عدة خيارات للدفع المتاحة للمستخدمين، مما يجعل الشراء عبر الإنترنت أكثر راحة وسهولة وأماناً.

✓ السؤال الرئيسي:

- كيف تساهم وسائل الدفع الإلكترونية في نمو حجم التجارة الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة ما بين 2016-2021 ؟

✓ الأسئلة الفرعية:

- ما العلاقة بين عدد بطاقات الدفع الإلكترونية والتجارة الإلكترونية ؟
- ما العلاقة بين عدد متاجر الويب المعتمدين النشطين والتجارة الإلكترونية ؟
- ما هي التحديات والصعوبات التي تواجه وسائل الدفع الإلكترونية والتجارة الإلكترونية في الجزائر ؟

ثانياً: الفرضيات

✓ الفرضية الرئيسية:

-تساهم وسائل الدفع الإلكترونية في نمو حجم التجارة الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة ما بين(2016-2021) .

✓ الفرضيات الفرعية:

- كلما زاد عدد بطاقات الدفع الإلكترونية في الجزائر كلما زاد حجم المعاملات عبر الانترنت.
- كلما زاد عدد تجار الويب المعتمدين والنشطين زاد نمو المعاملات عبر الانترنت .

-تواجه وسائل الدفع الإلكترونية والتجارة الإلكترونية في الجزائر تحديات إقتصادية واجتماعية معقدة، مما يعرقل قدرة العديد من المستهلكين والتجار على استغلال إمكاناتها الكاملة.

ثالثا: أهمية الدراسة

لموضوع دور وسائل الدفع الالكترونية في نمو حجم التجارة الالكترونية أهمية بالغة بحيث تعتبر من المواضيع الحديثة التي ساعدت مختلف فئات المجتمع في الاستثمار وتحقيق أرباح كبيرة إذ يعد من بين المواضيع المهمة التي تحتاج لتفصيل وبحث في ظل المتغيرات الحاصلة اليوم. خاصة وأنه بفضل وسائل الدفع الإلكترونية، يمكن للتجار الوصول إلى عملاء من مختلف الدول والمناطق، مما يوسع قاعدة العملاء ويزيد من فرص النمو والتوسع في الأعمال التجارية. يمكن للتجارة الإلكترونية بواسطة وسائل الدفع الإلكترونية تخطي الحواجز الجغرافية والزمنية وتوفير فرص جديدة للتجارة العابرة للحدود.

رابعا: أسباب الدراسة

اختيارنا لهذا الموضوع يرجع الى أسباب موضوعية واخرى ذاتية تتمثل في:

➤ الأسباب الموضوعية:

- للأهمية الكبرى التي يثيرها موضوع دور وسائل الدفع الالكترونية في نمو حجم التجارة الالكترونية وبالرغم من الدراسات التي قدمت حوله، لا تزال هناك جوانب من الدراسة مطروحة للبحث والتعمق فيها أكثر، فسعينا من خلال هذا البحث المتواضع إلى وضع دراسة أكاديمية في الجامعة حول هذا الموضوع حيث نتمنى أن تكون إضافة جديدة ومفيدة للباحثين والطلبة.

- الإجابة عن التساؤلات المتعلقة بالتجارة الالكترونية ووسائل الدفع الالكتروني.

➤ الأسباب الذاتية:

- السبب الرئيسي لاختيار هذا الموضوع هو اهتمامنا بموضوع وسائل الدفع الالكترونية لأنه ضمن تخصصنا.

- أن الموضوع يمكن دراسته لتوفر كل الظروف العلمية من مراجع وكتب علمية وإدارية.

- موضوع وسائل الدفع الالكترونية والتجارة الالكترونية من المواضيع المهمة والحديثة والتي تتماشى مع العصر الذي يشهده العالم اليوم .

خامسا: أهداف الدراسة

تكمن أهداف الدراسة في:

- بيان العلاقة ما بين وسائل الدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية والارتباط المباشر فيما بينهما.
- معرفة الفوائد التي تجنيها الدول من المعاملات التجارية الإلكترونية وبيان إستراتيجية تفعيل وسائل الدفع الإلكترونية في التجارة الإلكترونية.
- تحديد العوامل المؤثرة في اختيار وسائل الدفع الإلكترونية في التجارة الإلكترونية.
- تحديد التحديات والمخاطر المرتبطة باستخدام وسائل الدفع الإلكترونية في التجارة الإلكترونية.
- تحديد أفضل الممارسات والسياسات المتعلقة باستخدام وسائل الدفع الإلكترونية في التجارة الإلكترونية.
- تحسين فهم الجمهور لاستخدام وسائل الدفع الإلكترونية في التجارة الإلكترونية وتعزيز الوعي بالمخاطر والتحديات.
- تطوير استراتيجيات ملائمة لتحسين وتطوير استخدام وسائل الدفع الإلكترونية في التجارة الإلكترونية.
- تعزيز التعاون بين الشركات والمؤسسات المعنية بوسائل الدفع الإلكترونية والتجارة الإلكترونية وتعزيز التطور في هذا المجال.
- إثراء المكتبة الجامعية والأرضيات الرقمية بمراجع في هذا الباب ومحاولة البحث والتعمق أكثر في هذا الموضوع الخاص بالتجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية ومعرفة أهميتها في الاقتصاد الرقمي.

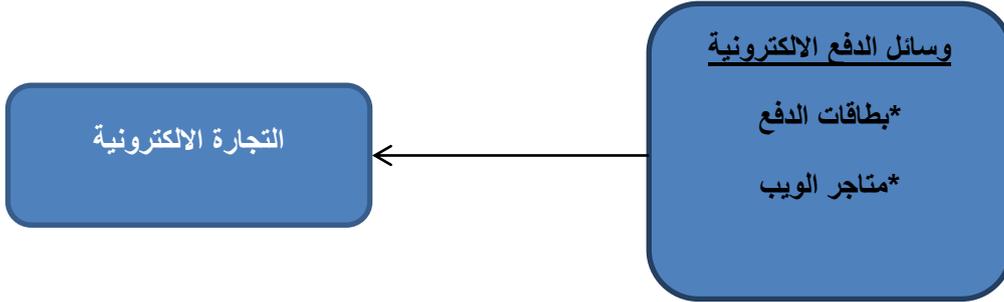
سادسا: هيكل الدراسة

- لمعالجة الإشكالية المطروحة قمنا بتقسيم هذا البحث الى فصلين، تطرقنا في الفصل الاول كجانب نظري للتجارة الإلكترونية الى 3 مباحث، فالمبحث الاول يتحدث عن التجارة الإلكترونية من مفاهيم ونشأة وخصائص، وتطرقنا في المبحث الثاني الى كل من عناصر، انواع ومراحل التجارة الإلكترونية، اما المبحث الثالث فيناقش دوافع التجارة الإلكترونية ومزاياها وعيوبها.
- وفي الفصل الثاني كجانب نظري لوسائل الدفع الإلكتروني تطرقنا كذلك الى ثلاث مباحث، فالمبحث الأول يتحدث عن المصارف الإلكترونية من مفهوم وأنواع وخصائص مع ذكر مزاياها وعيوبها، أما المبحث الثاني يناقش وسائل الدفع الإلكترونية من مفهوم وخصائص وخصائص وتقييمها من حيث المزايا والعيوب، وبالنسبة للمبحث الثالث فتم ذكر انواع وسائل الدفع الإلكترونية.
- وفي الفصل الثالث كجانب تطبيقي اتخذنا المبحث الاول لعرض واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر والمبحث الثاني لعرض وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر اما المبحث الثالث تحت عنوان دور وسائل الدفع الإلكترونية على التجارة الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة 2016-2021 لمعالجة الإشكالية والتحقق من الفرضيات .

سابعاً: متغيرات الدراسة

وفقاً للفرضيات السابقة اشتمل البحث على نوعين من المتغيرات وذلك على النحو التالي:
متغير مستقل: وسائل الدفع الإلكترونية.
متغير تابع: التجارة الإلكترونية.

الشكل رقم 1 متغيرات الدراسة



المصدر من اعداد الطالبات

ثامناً: منهجية الدراسة:

للإجابة على الإشكالية المطروحة في البحث واختبار مدى صحة الفرضيات اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي والذي هو مجموعة من الإجراءات البحثية التي تتكامل لوصف ظاهرة اعتماداً على جمع البيانات والمعلومات وتحليلها تحليلاً كاملاً وكافياً ودقيقاً للحصول على نتائج عن الظاهرة محل الدراسة.

تاسعاً: عرض الدراسات السابقة

الدراسة الأولى:

دراسة من إعداد: خالد فرّاح وزاوي صوريا تحت عنوان "مساهمة التجارة الإلكترونية في تطوير الخدمات المصرفية الإلكترونية للبنوك الجزائرية - دراسة استطلاعية لعينة من الوكالات البنكية في ولاية بسكرة"، ملتقى الدولي: الاتجاهات الحديثة للتجارة الدولية وتحديات التنمية المستدامة نحو رؤى مستقبلية واعدة للدول النامية 02 . 03 ديسمبر 2019، تهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور التجارة الإلكترونية في تحسين كفاءة الخدمات المصرفية الإلكترونية، مع التركيز على تحليل واقعها في بعض الوكالات البنكية، ومدى تطبيقها، ومناقشة أبرز المعوقات التي تواجهها.
وقد توصلت لنتائج أهمها:

- سبقت التجارة الإلكترونية ظهور الانترنت، لكنها انتشرت وازدهرت بفضل استخدامه، وما يرتبط به من تقنيات وشبكات، فالعديد من البنوك نفذت برامج ناجحة للتجارة الإلكترونية لكنها لم تصل إلى المستوى المقبول.
- صعوبة تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية نظرا للغياب الشبه تام للثقافة المصرفية الإلكترونية لدى العملاء، ورغم المجهودات المبذولة من طرف الوكالات محل الدراسة في تحسين جودة الخدمات الإلكترونية المقدمة.
- عدم توفر قوانين وتشريعات واضحة لحماية التعاملات المصرفية الإلكترونية، يعتبر عائق أمام انتشار المنتجات المصرفية.

الدراسة الثانية:

- دراسة من اعداد: آمنة زربوط تحت عنوان "دور وسائل الدفع الالكتروني في تفعيل التجارة الالكترونية مع الإشارة لتجربة الجزائر"، مجلة آراء للدراسات الاقتصادية والإدارية لسنة 2019، هدفت هذه الدراسة الى بيان أهمية وسائل الدفع الالكتروني في تنشيط التجارة الالكترونية والتعرف على أنواع وسائل الدفع الالكترونية وخصائصها وآليات عملها والوقوف على مختلف إجراءات تأمين الدفع الإلكتروني وأهميته في المعاملات التجارية الالكترونية وكذلك تحليل لواقع تطبيق وسائل الدفع الالكتروني في الجزائر.
- من أهم النتائج التي تم التوصل إليها:
- يعد توفر الاقتصاد على وسائل الدفع الالكتروني ضرورة حتمية لتنشيط التجارة الالكترونية .
 - لم تكن وسائل الدفع الالكتروني التي اعتبرت الحل المثالي للمشاكل المطروحة من الوسائل التقليدية في مستوى التوقعات، حيث خلقت هي الأخرى مشاكل وعيوب من نوع جديد يصعب محاربتها لارتكازها على عالم الكتروني يفترق للمادة الورقية مما يصعب عملية الإثبات.
 - إن تطبيق وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر يشهد صعوبات نظرا لارتفاع تكاليفه ولصعوبة تقبله من قبل الجمهور.

الدراسة الثالثة:

- دراسة من اعداد الطالبتين: مجرالي سليمة والواعر منى تحت عنوان " وسائل الدفع الإلكتروني أداة مساهمة في تبني تطبيق التجارة الإلكترونية دراسة استطلاعية آراء عينة من مستعملي وسائل الدفع الإلكتروني في البنوك الجزائرية"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر تخصص إدارة مالية كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير لجامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2019-2020، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع نظام الدفع الإلكتروني في الوكالات البنكية، ومدى ميول مستعملي وسائل الدفع الإلكتروني إلى المعاملات المالية الإلكترونية وتبيان المستجدات والتطورات التكنولوجية التي طرأت على النظام الدفع، وتحوله إلى نظام دفع إلكتروني.
- وقد توصلت للنتائج أهمها:

- تساهم التجارة الإلكترونية في التوسيع في الأسواق الدولية وكذا تزيد من سرعة الوصول إليها، كما تساعد على انجاز الصفقات التجارية فوراً وبأقل تكلفة.
- هناك تباطؤ نسبي في اعتماد أدوات الدفع الحديثة في الجزائر مما انعكس على تبني تطبيق التجارة الإلكترونية في البنوك.

الدراسة الرابعة:

دراسة من إعداد الطالبتين: السابيس ابتسام ونيلي صفاء تحت عنوان " وسائل الدفع في التجارة الإلكترونية"، مذكرة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية لجامعة قاصدي مرباح- ورقلة-، 2019-2020، هدفت هذه الدراسة الى الوقوف على أن وسائل الدفع في التجارة الإلكترونية أداة فعالة وسريعة أصدرها المؤسسات المالية بالإضافة الى إبراز الأطراف المتعاملة في التجارة الإلكترونية وتحديد المخاطر الأمنية والقانونية لوسائل الدفع الإلكترونية على انه لا يمكن استغلال الغير مشروع لأداة الدفع. وقد توصلت للنتائج أهمها:

- تعتبر وسائل الدفع الإلكتروني مجموعة من الوسائل والتقنيات الإلكترونية التي تسمح بتحويل الأموال بشكل مستمر وآمن إذ تلغي المعاملات التقليدية بين المدين والدائن.
- مع اختلاف الخدمات و المعاملات الإلكترونية تنوعت وسائل الدفع الإلكتروني إذ نجد كل وسيلة لها خصائصها ومميزاتها الخاصة بها التي تلائم طبيعة الخدمة المخولة لها.
- من التدابير المستعملة في حماية وسائل الدفع الإلكتروني نجد الكتابة الإلكترونية التي تعتبر اهم طريقة لإثبات حيث جعلها المشرع بند أساسي في التصرفات القانونية.

الدراسة الخامسة:

دراسة من إعداد الطالبة: بلعمري ياسمين تحت عنوان "دور وسائل الدفع الإلكتروني في تفعيل التجارة الإلكترونية - دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر لولاية قالمة-"، مذكرة تخرج لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص مالية وتجارة دولية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير لجامعة 8 ماي 1945-قالمة-، 2020-2021، هدفت هذه الدراسة الى تحديد أهمية وسائل الدفع في تنشيط وتعزيز التجارة الإلكترونية و التعرف على وسائل الدفع المتاحة في مؤسسة اتصالات الجزائر لولاية قالمة.

وقد توصلت للنتائج أهمها:

- التجارة الإلكترونية هي عملية جديدة للبيع وشراء وتبادل السلع والخدمات اعتمادا على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بين الأفراد وبين الشركات.
- على الرغم من الجهود المبذولة من طرف الجزائر لتطوير بنيتها التحتية إلا أنها لا تزال متأخرة في مجال التجارة الإلكترونية.

- هناك عدة عوامل تحول دون إقبال الجزائريين على استعمال الدفع الإلكتروني فمنها ما هو تقني ومنها ما هو بشري ولكن يمكن إرجاع التسبب الرئيسي الى نقص الوعي والثقافة الأزمة لتبني الدفع الإلكتروني.

الدراسة السادسة:

دراسة من إعداد الطالبة: بالبشير إسرائ تحت عنوان " دور وسائل الدفع الإلكتروني في تفعيل التجارة الإلكترونية مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة ماستر، تخصص مالية وتجارة إلكترونية كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير لجامعة عبد الحميد بن باديس-مستغانم-، 2020-2021، هدفت هذه الدراسة الى:دراسة أهمية وسائل الدفع في تنشيط التجارة الإلكترونية والوقوف على الآثار الايجابية والسلبية للتجارة الالكترونية ومعرفة المستجدات والتطورات التي طرأت على وسائل الدفع ومعرفة أهم العوامل المساعدة على نجاح وانتشار وسائل الدفع الحديثة.

من أهم النتائج التي تم التوصل إليها:

- تساهم وسائل الدفع الإلكتروني في الانفتاح على التجارة الإلكترونية.
- تلعب البنوك دورا رئيسيا في خدمة التجارة الإلكترونية من خلال استحداث وسائل دفع جديدة وتحويل الأموال الكترونيا بين أطراف العلاقة بينها.
- ظهور وسائل الدفع الإلكتروني شجع على قيام خدمات مصرفية جديدة وتوسع الأفاق أمام التجارة الإلكترونية.

الفجوة البحثية

تتميز دراستنا بالتركيز على دور وسائل الدفع الإلكترونية في نمو حجم التجارة الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة من عام 2016 إلى عام 2021. ومن المهم أن نعرف أن هناك بعض الدراسات السابقة التي تناولت هذا الموضوع على المستوى العالمي و أيضا في الجزائر، ولكن الفجوة البحثية تكمن في المتغيرات الأساسية للدراسة و أيضا في الفترة المدروسة، حيث لم تتناول تلك الدراسات بشكل كاف وبالتفصيل الدور الذي لعبته وسائل الدفع الإلكترونية في تعزيز حجم التجارة الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة المحددة. وعلاوة على ذلك، فإن تطور وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة المذكورة لدراستنا يعتبر نوعا ما حديثا مقارنة بالمعلومات والإحصائيات الغير متوفرة بشكل دقيق مما يجعل الفجوة البحثية أكثر تحديا وأهمية لمعرفة دور وسائل الدفع الإلكترونية في تعزيز حجم التجارة الإلكترونية في الجزائر. وعليه، فإن دراستنا تهدف إلى سد هذه الفجوة البحثية وتحليل دور وسائل الدفع الإلكترونية في نمو حجم التجارة الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة المحددة، مما يساعد على توضيح أفضل لتأثير هذه الوسائل في تطوير قطاع التجارة الإلكترونية في الجزائر.

عاشرا: صعوبات الدراسة

خلال دراسة موضوعنا واجهتنا العديد من الصعوبات التي نوجزها فيما يلي :

-عدم توفر إحصائيات واضحة ودقيقة حول تغير وتطور عدد وحجم كل من وسائل الدفع الالكترونية والتجارة الالكترونية في الجزائر خلال الفترة المدروسة.

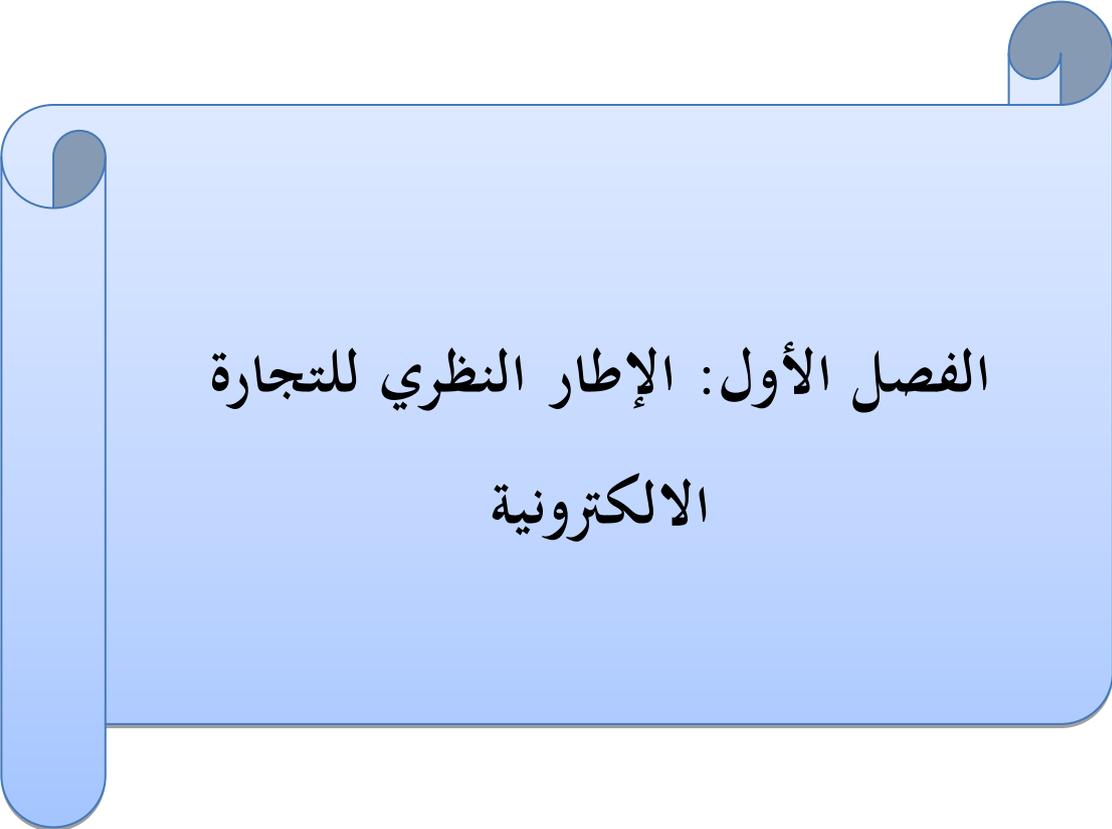
-نقص في المصادر المتخصصة والموثوقة حول وسائل الدفع الإلكترونية و التجارة الالكترونية في الجزائر

-صعوبة تطبيق النظريات والمفاهيم المتعلقة بوسائل الدفع والتجارة الالكترونية في الجزائر في سياق الجانب

التطبيقي

-هناك تغيرات قانونية وتنظيمية مستمرة في مجال وسائل الدفع في الجزائر قد يكون من الصعب متابعة هذه

التغيرات وفهم تأثيرها على الأنظمة والممارسات المتعلقة بوسائل الدفع والتجارة الالكترونية .



الفصل الأول: الإطار النظري للتجارة
الالكترونية

تمهيد:

التجارة الإلكترونية هي أحد النواحي الرئيسية للتجارة الحديثة وتتضمن عمليات البيع والشراء عبر الإنترنت. فالإنترنت بمثابة موسوعة علمية تقدم خدماتها المتنوعة لكافة المستفيدين عبر أنحاء العالم وفي كل المجالات كالأبحاث العلمية ومجال الأعمال، فقد أثرت الإنترنت على نشاطات القطاعات الاقتصادية وأحدثت الكثير من التغييرات في المفاهيم الاقتصادية، وعلى اعتبار أن التجارة هي غاية كل نشاط اقتصادي، فكان لزاماً عليها أن تساير التطورات التكنولوجية، وما تمخض عن هذه المسيرة هو ميلاد التجارة الإلكترونية والتي ساهمت بفضل الإنترنت في تحويل العالم واسع الأرجاء إلى سوق واحد ذو شكل جديد ومتطور وخالي من كل الحدود، يستطيع مرتدوه اقتناء حاجياتهم من السلع والخدمات بكل راحة وبأقل وقت وتكلفة ممكنة.

وسنتعرف في هذا الفصل على ما يلي :

- المبحث الأول: عموميات حول التجارة الإلكترونية.
- المبحث الثاني: أسس و أنواع التجارة الإلكترونية.
- المبحث الثالث: العوامل المؤثرة في التجارة الإلكترونية وتقييمها.

المبحث الأول: عموميات حول التجارة الإلكترونية

قد فرضت التجارة الإلكترونية نفسها في الآونة الأخيرة، مما أدى إلى تغيير في المفاهيم السائدة للمبادلات التجارية على حد سواء، وبغرض الإحاطة بكل جوانب التجارة الإلكترونية سنتطرق إلى أهم الأساسيات المتعلقة بها.

المطلب الأول: مفاهيم أساسية حول التجارة الإلكترونية

لمصطلح التجارة الإلكترونية تعريف عديدة، وهو يتكون من مقطعين، الأول التجارة ويعبر على نشاط اقتصادي يتم خلاله تداول السلع والخدمات بين الأفراد والحكومات والمؤسسات، أما الثاني الإلكترونية والمقصود به هو القيام بأداء النشاط الاقتصادي "التجاري" باستعمال تكنولوجيا الاتصالات الحديثة من خلال شبكة الانترنت.¹

وفيما يلي نعرض بعض التعاريف للتجارة الإلكترونية :

تعرف منظمة التجارة العالمية التجارة: الإلكترونية أنها بيع أو شراء السلع أو الخدمات عبر شبكات الكمبيوتر باستخدام طرق مصممة خصيصا لتلقي أو تقديم الطلبات. حتى إذا تم طلب السلع أو الخدمات إلكترونيا، فلا يلزم إجراء الدفع والتسليم عبر الإنترنت. يمكن أن تكون معاملة التجارة الإلكترونية بين الشركات، والأسر، والأفراد، والحكومات وغيرها من المنظمات العامة أو الخاصة.²

تعريف اللجنة الأوروبية EC: التجارة الإلكترونية هي أداء الأعمال إلكترونيا، حيث تقوم على أساس التبادل الإلكترونية للبيانات، مكتوبة كانت أم مرئية أم مسموعة، كما أنها تتضمن العديد من الأنشطة التجارية الخاصة بتبادل السلع والخدمات، وإتمام عمليات البيع والشراء والتسليم بالنسبة للمحتويات الرقمية والتحويلات الإلكترونية للأموال والفواتير الإلكترونية والمزادات التجارية، وعمليات تسويق وخدمات ما بعد البيع، وهي تشمل كلا من السلع والخدمات، وكذلك الأنشطة التقليدية وغير التقليدية.³

و يعرف **Andrew. B*** التجارة الإلكترونية (التجارة الدفع عبر الإنترنت) هي البيع والشراء والتداول عبر الإنترنت. تشمل هذه النوعية من التجارة المختلفة الأنشطة التجارية، مثل التجارة المباشرة، التجارة عن بعد

¹ لبلع سامية، دور نظام المعلومات في تطوير التجارة الإلكترونية في المؤسسات الاقتصادية، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، المجلد 9، العدد 2، الجزائر، 2022، ص.761.

² Joseph Van Oset autres , **Le commerce électronique dans Les pays en développement possibilités offertes aux petites et moyennes entreprises et difficultés rencontrées**, Organisation mondiale du commerce, Genève ,Suisse,2013,p.2.

³ بورحلة زهرة وبن زيدان الحاج، محاكاة تطبيق التجارة الإلكترونية في ظل النمو الاقتصادي لدى عينة من الدول واستشرافها، مجلة ابحاث الاقتصادية و الإدارية المجلد 16 ،العدد، 2 الجزائر ، 2022 ، ص765.

الفصل الأول: الإطار النظري للتجارة الإلكترونية

والتجارة المحلية والدولية. يمكن للعملاء شراء المنتجات عبر الإنترنت عن طريق إدخال المعلومات المطلوبة وتأكيد الطلب، وفي بعض الحالات يتم توصيل المنتجات إلى المنزل أو المكتب.¹

عرفها **المشروع الجزائري** في قانون 18-05 النشاط الذي يقوم بموجبه مورد الكتروني باقتراح أوضاع توفير سلع أو خدمات عن بعد لمستهلك الإلكتروني، عن طريق الاتصالات الإلكترونية.²

من خلال التعريفات السابقة يمكننا القول أن التجارة الإلكترونية هي وسيلة حديثة وفعالة للشركات لتوسيع نطاق أعمالها والوصول إلى مزيد من العملاء في جميع أنحاء العالم عن طريق عملية البيع والشراء والتبادل التجاري للسلع والخدمات عبر الإنترنت أو الشبكة العنكبوتية أو الهاتف الذكي.

التفرقة بين التجارة الإلكترونية والمصطلحات المشابهة لها:

أولاً: الأعمال الإلكترونية:

الأعمال الإلكترونية e-Business فهي باختصار استخدام الشبكات الإلكترونية Electronic Networks وخاصة تكنولوجيا الويب في الأعمال، وتعرف IBM الأعمال الإلكترونية بأنها تحويل العمليات أو الأنشطة الرئيسة للأعمال إلى أعمال وأنشطة يتم تنفيذها من خلال استخدام تكنولوجيا الإنترنت، ويتضمن هذا التحول نقل العمليات الرئيسة للأعمال من سلسلة القيمة القديمة Old Value Chain إلى الشبكة القديمة الديناميكية الجديدة New Dynamic values Network، على هذا الأساس، يمكن القول أن مفهوم الأعمال الإلكترونية أكثر شمولاً من التجارة الإلكترونية، لأن الأعمال الإلكترونية ترتبط بكل التطبيقات التكنولوجية لأنشطة الأعمال والتي تمكن المنظمة من تنفيذ الخدمات الإلكترونية.

أي باختصار فإن التجارة الإلكترونية تمثل بعد استخدام الوسائل الإلكترونية لتنفي المعاملات التجارية فقط.³

¹ Andrew Bloomenthal, **Ecommerce Defined: Types, History, and Examples**, Investopedia / Laura Porter,

<https://www.investopedia.com/terms/e/ecommerce.asp> , July 06, 2022

² **قانون رقم 18-05** مؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق 10 مايو سنة 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، المادة، كفقرة 1.

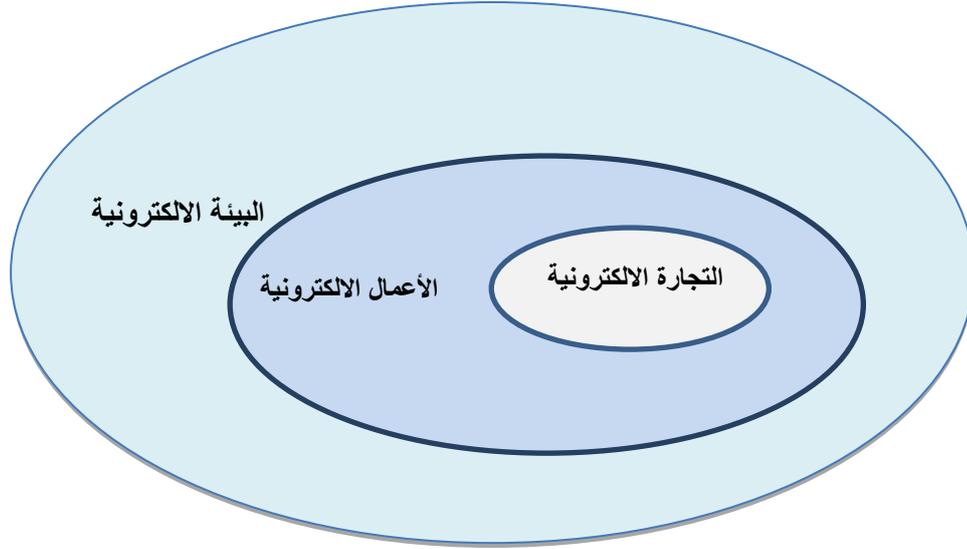
³ سعد غالب ياسين، **الإدارة الإلكترونية**، ط 1، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2017، ص.ص. 138-139.

Andrew. B* باحث و متخصص في مجال الاقتصاد تخصص تسويق الكتروني من الولايات المتحدة الأمريكية بالضبط ميامي و يعمل حالياً مدير

تسويق الكتروني.

الفصل الأول: الإطار النظري للتجارة الإلكترونية

الشكل رقم 1.1: العلاقة بين التجارة و الأعمال الإلكترونية



المصدر: احمد طاهر عيسوي، التجارة والأعمال الإلكترونية، ط1، كتاب غير منشور، 2022، ص17

ثانياً: التسويق الإلكتروني

هناك من يعتقد أن التجارة الإلكترونية هي تسويق إلكتروني، وهذا اعتقاد خاطئ فمصطلح التجارة الإلكترونية (E-Commerce) هو أقرب إلى المتاجرة (Trading) منه إلى التسويق (Marketing)، باعتبار أن التسويق هو مدخل أو مفهوم ممكن استخدامه كفلسفة إرشادية لوظائف ونشاطات المنظمة كافة، ولا يقتصر على عمليات البيع والشراء كما في حالة المتاجرة. وتأسيساً على ذلك نقول: إن التجارة الإلكترونية هي متاجرة عبر تقنيات رقمية، بينما التسويق الإلكتروني هو سلسلة وظائف تسويقية متخصصة، ومدخل شامل لا يقتصر على المتاجرة بالسلع والخدمات، وإن كان يستخدم التقنيات الرقمية كرافعة (Leverage) لتحسين أداء المنظمة بشكل عام، ووفقاً لهذه التوضيحات وانطلاقاً من طبيعة التسويق الإلكتروني وديناميكيته وآلياته كممارسة نرى أن التعريف التالي للتسويق الإلكتروني يعطي صورة شاملة ودقيقة للقارئ.¹

ويشمل التسويق الإلكتروني جميع جهود التسويق التي تستخدم جهازاً إلكترونياً أو عبر الإنترنت تستفيد الشركات من القنوات الرقمية مثل محركات البحث والوسائط الاجتماعية والبريد الإلكتروني ومواقع الويب

¹ بشير العلق، التسويق الإلكتروني، ط1، دار اليازوري العلمية، عمان، الأردن، 2019، ص16-17.

الفصل الأول: الإطار النظري للتجارة الإلكترونية

الخاصة بهم للتواصل مع العملاء الحاليين والمحتملين. كما يمكن الإشارة إلى هذا أيضا باسم التسويق عبر الإنترنت أو "التسويق عبر الإنترنت" أو "التسويق عبر الإنترنت".¹

• الفرق بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية

جدول رقم 1.1: الفرق بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية

أوجه الاختلاف	التجارة الإلكترونية	التجارة التقليدية
من حيث التكلفة	يتم استبعاد التكلفة المتكبدة على الوسطاء نظرا لوجود ارتباط مباشر بين الشركة والعملاء. إجمالي التكلفة العامة المطلوبة لتشغيل الأعمال الإلكترونية أقل نسبيا. تتطلب إدارة الأعمال الإلكترونية مكتبا رئيسيا فقط. يمكن التخلص من التكلفة العامة من خلال استضافة موقع على شبكة الإنترنت.	يجب تكبد تكلفة دور الوسطاء لبيع منتجات الشركة. التكلفة الإجمالية العامة أكثر. تتطلب إدارة الأعمال التقليدية مكتبا رئيسيا له عدة فروع لتلبية احتياجات العملاء الموجودين في أماكن مختلفة.
من حيث الوقت	يتم توفير الكثير من الوقت الثمين لكل من المستهلكين والشركات. يمكن طلب منتج ويمكن إتمام المعاملة في دقائق قليلة عبر الإنترنت.	يستغرق الأمر الكثير من الوقت لإكمال المعاملة.
من حيث الراحة	يوفر الراحة لكل من العملاء والشركات. يوفر اتصالا أفضل لعملائه المحتملين والمحتملين حيث يمكن الوصول إلى موقع الويب تقريبا من أي مكان وفي أي وقت عبر الإنترنت. ليس من الضروري الابتعاد عن مكان عملهم أو منزلهم لتحديد موقع المنتج المطلوب وشرائه.	إنها ليست طريقة ملائمة مثل التجارة الإلكترونية. يجب على العملاء الابتعاد عن منزلهم أو مكان عملهم لتحديد موقع المنتج المطلوب وشرائه.
من حيث إمكانية الوصول	من السهل توسيع حجم السوق من المستوى الإقليمي إلى المستوى الدولي. من خلال استضافة موقع ويب، يمكن لأعمال التجارة اختراق السوق العالمية. من السهل جدا جذب العملاء من	قد لا يكون من السهل توسيع حجم السوق من المستوى الإقليمي إلى المستوى الوطني. يجب على منظمات الأعمال أن تتحمل الكثير من النفقات من دخول السوق الدولية

¹ Vaibhava Desai, Digital Marketing: A Review, International Journal of Trend in Scientific Research and Development March 2019, p196

الفصل الأول: الإطار النظري للتجارة الإلكترونية

	الأسواق العالمية بتكلفة هامشية.	
من حيث إدخال منتج جديد	من السهل تقديم منتج على الموقع والحصول على تعليقات فورية من العملاء. بناء على الاستجابة، يمكن إعادة تعريف المنتجات وتعديلها من أجل إطلاق ناجح.	يستغرق الأمر الكثير من الوقت والمال لتقديم منتج جديد وتحليل على استجابة العملاء. في البداية، يجب تكبد التكلفة لإجراء مسوحات تجريبية جوهرية لفهم ذوق العملاء
من حيث الربح	يساعد المنظمة على التمتع بأرباح أكبر من خلال زيادة المبيعات وخفض التكلفة وتبسيط العمليات	التمتع بالتكلفة المتكبدة على الوسطاء والمبيعات والنفقات العامة والمخزون وتقييم المبيعات المحدود يؤدي إلى انخفاض الربح في التجارة التقليدية
إمكانية الوصول	على مدار الساعة الخدمة متاحة	العمل مفتوح فقط لفترة محدودة

Source: Joseph P., E-Commerce, PONDICHERRY UNIVERSITY (A Central University), Bachelor of Commerce, I Year 2005, p8-9

المطلب الثاني: نشأة و تطور التجارة الإلكترونية

بدأ استخدام الشبكات لتبادل الأموال والتحويلات في أواخر الخمسينيات من القرن الماضي مع تطور التحويلات المالية الإلكترونية.

• تحويل الأموال الإلكتروني أو التحويلات البرقية (EFTS)

كانت عبارة عن نقل إلكتروني لمعلومات الحساب عبر شبكات الاتصال الخاصة. قد ينظر إلى هذا النشاط على أنه تداول إلكتروني، حيث يمكن للشركات والأفراد تحديث الحسابات والتداول عبر تحويل الأموال الإلكتروني.

• تبادل البيانات الرقمية (EDI)

في أواخر لستينيات، تم استخدام تبادل البيانات الإلكترونية لتقليل مقدار الوقت والجهد في إدخال البيانات مثل الفواتير وأوامر الشراء والفواتير. حيث تتبادل الشركات والأفراد البيانات القابلة للقراءة على الكمبيوتر بتنسيق قياسي مع الشركات الأخرى هو أول شكل من أشكال التجارة الإلكترونية. نظرا لأن هذا النوع من

المعلومات غالبا ما يكون له تنسيق منتظم، فقد تم تصميم أنظمة الكمبيوتر لقراءة هذه المستندات إلكترونيا. ويشار إلى الشركات التي تشارك في التبادل الإلكتروني للبيانات (EDI) على أنها شركات تجارية.¹

كان أكبر مستخدمي التجارة الإلكترونية تقليديا الوكالات الحكومية والشركات الكبيرة. كان هذا بسبب ارتفاع تكلفة التنفيذ. حتى أواخر التسعينيات، كان التبادل الإلكتروني للبيانات يعني شراء برامج وأجهزة كمبيوتر باهظة الثمن، وإنشاء اتصالات شبكة مباشرة مع جميع الشركاء التجاريين. على الرغم من أن بعض الشركات قدمت بالفعل شبكات ذات قيمة مضافة (Vans) كنظم لإجراء التبادل الإلكتروني للبيانات، فإن الاشتراك في مثل هذه الشبكات كان بتكلفة عالية.

● طفرة الدوت كومو الكساد والولادة من جديد بين عامي 1997 و 2000 بدأ أكثر من 12000 شركة

مرتبطة بالإنترنت. ومع ذلك، فقد أفلس العديد من هذه الشركات، بسبب عدم وجود نماذج إيرادات قوية بما يكفي لتوليد دخل كاف للحفاظ على أعمالها.

مع تنافس المزيد والمزيد من الشركات على عدد ثابت من الأفكار الجيدة، أصبحت الأعمال التجارية عبر الإنترنت مبالغاً فيها وتم أيضا تنفيذ العديد من الأفكار السيئة. بحلول عام 2000، بدأت الأعمال التجارية عبر الإنترنت تشهد انكماشاً. أفلس الآلاف من الشركات لأن نقص عائدات الإعلانات أدى إلى عدم تمكنهم من الوفاء بوعدهم المبكر.

● نهضة التجارة الإلكترونية

كان إحياء التجارة الإلكترونية مدفوعاً بإمكانية الوصول إلى الإنترنت على نطاق أوسع وأكثر رسوخاً أو تعلماً لشركات من أخطاء الماضي. بالإضافة إلى ذلك، فإن النمو المطرد في قطاع المستهلك التجاري وقطاع الأعمال إلى الأعمال يعني أن المبيعات الناتجة عن التجارة الإلكترونية قد بدأت في الارتفاع.

وفي محاولة لفهم سبب نجاح الموجة الثانية من التجارة الإلكترونية، من المهم فهم قيود الموجة الأولى. تحدد القيود التالية:

¹ J. Ohene-Djan, Electronic commerce, Undergraduate study in Computing and related programmes, UNIVERSITY OF LONDON, 2008, p10-11

الموجة الأولى:

اقتصرت الموجة الأولى من التجارة الإلكترونية إلى حد كبير على الشركات الأمريكية ولم تكن عالمية بطبيعتها. شعرت المنظمات الدولية الكبيرة أن لغة الإنترنت ستكون الإنجليزية، وأن المستهلكين سوف يستخدمون بشكل طبيعي الشركات الأمريكية التي لها وجود بالفعل على WWW.

استخدمت معظم الشركات الإلكترونية المبكرة اللغة الإنجليزية كلغة مفضلة لهم. لقد أنشؤوا موقعا واحدا للتجارة الإلكترونية باللغة الإنجليزية وتوقعوا من المستهلكين من البلدان الأخرى استخدام هذا الموقع.¹

وهذا يعني أن العديد من المستخدمين الذين لا يتحدثون الإنجليزية، أو الذين لم يشعروا بالثقة الكافية لشراء السلع والخدمات باللغة الإنجليزية لم يمارسوا التجارة الإلكترونية.

بدأت العديد من أعمال التجارة الإلكترونية الأصلية بأموال مستثمر خارجي تدعم الأفكار الجيدة. على الرغم من أن المستثمرين يمكن أن يروا كيف يمكن استخدام الإنترنت لتحسين العمليات التجارية وتقليل تكاليف المعاملات إلا أنه لم يتم الاهتمام بفهم كيف يمكن لهذه الشركات أن تدر عائدات. في كثير من الأحيان، كانت الشركات تستند إلى الاعتقاد بأن عائدات الإعلانات سوف تدفق لدعم أنشطتها.

وتم ربط البريد الإلكتروني أيضا بالكميات المتزايدة من البريد العشوائي والمحتويات الأخرى غير المرغوب فيها. وفي أواخر التسعينيات، كان الاعتماد المتوقع على الإعلانات كمصدر للإيرادات خطأ فادحا من قبل العديد من الشركات الإلكترونية.

الموجة الثانية:

بدأت الشركات في إنتاج مواقع الويب باللغات المحلية والتي يتم تخصيصها للأسواق المحلية من حيث المحتوى الذي توفره. حيث غالبا ما يتم تأسيس الشركات عبر الإنترنت بأموالها الخاصة ورؤوس أموالها. يبذل جهد كبير وعناية كبيرة في ابتكار نماذج الإيرادات وتحديد مصادر الدخل المناسبة. لا يوجد تركيز على من سيزودنا بالإيرادات، ولكن كيف سنحقق إيرادات.

كانت أيضا الشركات على استعداد للتحليل بالمرونة فيما يتعلق بكيفية توليد الإيرادات، وتعتقد أن الاستجابة للاتجاهات الحالية هو المفتاح لتأسيس وجود ناجح عبر الإنترنت.

¹10 J. Ohene-Djan op.cit,p11

كان هناك انفجار في عدد مستخدمي الإنترنت في جميع أنحاء العالم، ومن الإنصاف القول إن معظم دول العالم لديها الآن إمكانية الوصول إلى الإنترنت، إن لم يكن دائما على نفس المستوى من الجودة. ومع ذلك، فإن العديد من مستخدمي الإنترنت في جميع أنحاء العالم لديهم الآن إمكانية الوصول إلى اتصالات النطاق العريض، وهذا يعني أن المحتوى الرقمي مثل الفيديو والموسيقى يمكن بيعه وتبادلته عبر الإنترنت¹.

هناك تركيز أكبر بكثير على استخدام استراتيجيات البريد الإلكتروني المخصصة. تستخدم الشركات الآن البريد الإلكتروني لتكوين علاقات عميقة مع المستهلكين وضمان الاتصال بالمستهلكين في الوقت المناسب. تستخدم الشركات اليوم العديد من الأساليب الإعلانية المتطورة التي تتكامل مع أنشطة الأعمال الإلكترونية الخاصة بهم. لقد طوروا استراتيجيات جديدة لبيع المنتجات الموزعة مع الإعلانات المرفقة².

ولقد اكتسب موضوع التجارة الإلكترونية أهمية كبيرة في السنوات الأخيرة من القرن العشرين نتيجة التغيرات الرئيسية التي طرأت على الأعمال بفضل تكنولوجيا وثورة المعلومات والاتصالات انطلاقا من قدرتها على توجيه المجتمعات نحو حيز متطور قائم على المعلومات يؤدي فيه الكمبيوتر والانترنت الدور الرئيسي فيه، بحيث غير الانترنت من أساليب عمل المنظمات في مجموع أنشطتها الداخلية وتعاملاتها الخارجية ولقد دعمت وسائل الاتصال ونقل المعلومات من خلال شبكات معقدة ومتفرعة أساليب التعامل هذه سواء مع الزبائن أو مع المنافسين³.

¹ J. Ohene-Djan op.cit,p11

² J. Ohene-Djan , op.cit ,p12

³ صبيحة عبد اللاوي، تطور التجارة الإلكترونية : حالة الجزائر، دفاثر البحوث العلمية، المجلد 9، العدد 1، السنة 2021، ص693.

المطلب الثالث: خصائص التجارة الإلكترونية

هذا وتتسم التجارة الإلكترونية بالعديد من الخصائص التي تتمثل بالاتي:

1. عدم وجود مكان جغرافي محدد يلتقي فيه البائعون والمشترون، وإنما يتم التلاقي عبر شبكة الانترنت، أي أن السوق أو مركز التجارة ليس بنايه أو ما شابه بل هو محل شبكي يحوي تعاملات تجارية، وأن طرفي العملية التجارية نادرا ما يعرفون بعضهم البعض وتتم عمليات التبادل دونما حاجة حتى أن يرى أحدهم الآخر.
2. أن عملية التبادل التجاري الإلكتروني تتم بأعلى درجة من الكفاءة وبأكثر فعالية وبأقل تكلفة ممكنه، كونها تعتمد التبادل الإلكتروني للبيانات (EDT) Electronic Data Interchange والمستندات كإرسال الحوالات المالية والقوانين والكمبيالات والنظم المعلوماتية الأخرى.
3. أن التجارة الإلكترونية تساعد على أنجاز العديد من الصفقات والمعاملات بسهولة ويسر ودون أن يتطلب ذلك انتقال البائع أو المشتري الى حيثما تعرض هذه المنتجات والخدمات.
4. تمتاز التجارة الإلكترونية بإمكانية مطلقة في عرض منتجاتها من السلع والخدمات على المستهلكين في وقت واحد وعلى مدار الساعة في اليوم الواحد، مما يساهم في تحقيق أقصى فائدة ممكنة لكل من المنتجين أو المستهلكين.
5. تشكل التجارة الإلكترونية عاملا محفزا للشركات المتعاملة معها كي تطور خدماتها التجارية بشكل¹ مستمر، فالمنافسة هنا تتخذ أعلى أشكالها ، ذلك أن الشركة مع زيادة الاسواق المتاحة أمامها يزداد عدد منافسيها في الوقت نفسه وهي مضطرة لمواجهة المنافسة في الاسواق العظيمة من يساعد علنتطوير القدرات التنافسية.
6. غياب المعاملات الورقية و القدرة على التواصل مع أكثر من جهة : تتم المعاملات دون وجود مستندات ورقية حيث أن كل العمليات تتم بطريقة الكترونية هذه الوسائل الإلكترونية تسمح بالقدرة على التواصل مع أكثر من جهة وفي نفس الوقت يمكن للعائد إرسال رسالة لعدد من الجهات المختلفة.²

بالإضافة للخصائص السابقة هناك ميزات مهمة للتجارة الإلكترونية نذكرها فيما يلي:

¹شاهين محمد عبد الله، التجارة الإلكترونية العربية بين التحديات وفرص النمو، ط1، دار حميثرا للنشر و الترجمة، الأردن، 2017، ص.ص.20-21.
²صالح حميداتو، التجارة الإلكترونية في الجزائر، مجلة المنهل الاقتصادي، المجلد 5، العدد 2، الجزائر، 2022، ص.106

الفصل الأول: الإطار النظري للتجارة الإلكترونية

تشير التجارة الإلكترونية إلى شراء وبيع السلع أو الخدمات عبر الوسائل الإلكترونية، مثل الإنترنت أو تطبيقات الهاتف المحمول. قد يشير أيضا إلى عملية إنشاء وتسويق وخدمة ودفع مقابل الخدمات والسلع. يمكن للشركات والحكومات والجمهور المشاركة في معاملات التجارة الإلكترونية. المناقشة التالية سوف تستخلص الميزات الفريدة للتجارة الإلكترونية. تشمل الميزات الفريدة لتقنية التجارة الإلكترونية مايلي:

أولاً: الوجود في كل مكان:

التجارة الإلكترونية منتشرة في كل مكان، وهي متوفرة في كل مكان وفي جميع الأوقات باستخدام الإنترنت ونقطة اتصال Wi-Fi مثل المطارات والمقاهي وأماكن التلال.. يمكن للمستهلك توصيلها بالإنترنت في أي وقت، بما في ذلك في المنازل ومكاتبهم وأنظمة ألعاب الفيديو الخاصة بهم مع اتصال بالإنترنت وأجهزة الهاتف المحمول. التجارة الإلكترونية هي تقنية منتشرة في كل مكان وهي متوفرة في كل مكان علاوة على ذلك، يمكن للأفراد الذين لديهم هواتف محمولة بإمكانيات البيانات الوصول إلى الإنترنت دون اتصال¹ Wi-Fi.

ثانياً: الوصول العالمي:

الدخول إلى الأسواق العالمية وتحقيق عائد أعلى من الأنشطة التقليدية إن الصفة العالمية للتجارة الإلكترونية ألغت الحدود والقيود أمام دخول الأسواق التجارية. وبفضلها تحول العالم إلى سوق مفتوح أمام المستهلك بغض النظر عن الموقع.²

ثالثاً: المعايير العالمية:

المعايير التقنية للإنترنت مشتركة بين جميع دول العالم. ينمو تقليد الإنترنت بأكمله ويتوسع في ميزات في العالم. لتطوير أي نوع من الأعمال التجارية، تحتاج إلى تطبيق الإنترنت والاتصال الذي يجعل علاقة العمل أكثر حبا وجاذبية للأعمال التجارية الآمنة والأعمال الناجحة.

¹ Joseph P , op.cit,p13

² سعد غالب ياسين و بشير عباس العلق، التجارة الإلكترونية، ط1، المنهل للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص.102

رابعاً: الثراء:

يمكن للمستخدمين الوصول إلى الرسائل النصية والمكونات المرئية والصوتية واستخدامها لإرسال المعلومات وتلقيها. قد يرى الفرد ثراء المعلومات على مدونة الشركة إذا كان المنشور يحتوي على مقطع فيديو متعلق بمنتج وروابط تشعبية تسمح له بمشاهدة المنتج أو شرائه وإرسال معلومات حول المنشور عبر رسالة نصية أو بريد إلكتروني.

خامساً: التفاعل:

تسمح تقنيات التجارة الإلكترونية بالاتصال ثنائي الاتجاه بين التاجر والمستهلك. نتيجة لذلك، يمكن أن تتكيف تقنيات التجارة الإلكترونية مع تجربة كل فرد. على سبيل المثال، أثناء التسوق عبر الإنترنت، يكون الفرد قادراً على عرض زوايا مختلفة لبعض العناصر، وإضافة منتجات إلى عربة التسوق الافتراضية، والدفع عن طريق إدخال معلومات الدفع الخاصة ثم إرسال الطلب.

سادساً: التخصيص:

تسمح التقنيات داخل التجارة الإلكترونية بإضفاء الطابع الشخصي والتخصيص على الرسائل التسويقية التي تتلقاها المجموعات أو الأفراد. يتضمن أحد الأمثلة على التخصيص توصيات المنتج بناءً على سجل بحث المستخدم على موقع ويب الذي يسمح للأفراد بإنشاء حساب.

سابعاً: كثافة المعلومات:

يقل استخدام التجارة الإلكترونية من تكلفة تخزين المعلومات ومعالجتها وإيصالها، في الوقت نفسه، تزداد الدقة وحسن التوقيت؛ وبالتالي، جعل المعلومات دقيقة وغير مكلفة ووفيرة. على سبيل المثال، تسمح عملية التسوق عبر الإنترنت للشركة بتلقيها لمعلومات الشخصية والشحن والفواتير والدفع من العميل كلها مرة واحدة وترسل معلومات العميل إلى الإدارات المناسبة في غضون ثوان.

ثامناً: التكنولوجيا الاجتماعية:

ربطت تقنية التجارة الإلكترونية تطبيق شبكات التواصل الاجتماعي لتوفير أفضل مصدر لتقنية مشاركة المحتوى وأنظمة التسويق الإلكتروني. يمكنك مشاركة المحتوى أو البيانات الخاصة بك بسهولة بنقرة واحدة فقط.

تاسعا: محتوى من إنشاء المستخدم:

تستخدم الشبكات الاجتماعية تقنيات التجارة الإلكترونية للسماح للأعضاء، عامة الناس، بمشاركة المحتوى مع المجتمع في جميع أنحاء العالم. يمكن للعملاء الذين لديهم حسابات مشاركة المعلومات الشخصية والتجارية للترويج لمنتج أو خدمة. عندما تمتلك شركة ما حسابا احترافيا على شبكات التواصل الاجتماعي، يكون لدى عضو في نفس الشبكة الاجتماعية خيار ربط نفسه بالشركة أو المنتج بالقول إنه يحبها أو يوصي بها. عندما يقوم شخص ما بتحديث حالته على حساب شبكة اجتماعية، فقد يذكر أيضا منتجًا أو شركة بالاسم، مما يؤدي إلى إنشاء إعلانات شفوية.¹

المبحث الثاني: أسس وأنواع التجارة الإلكترونية:

تعتبر التجارة الإلكترونية من أحدث أنواع التجارة التي تسعى المؤسسات المعاصرة تطبيقها بمختلف أنواعها لغزو الأسواق المحلية والدولية وتحقيق أهدافها وذلك من خلال عناصر ومراحل سنتعرف عليها في هذا المبحث.

المطلب الأول: عناصر التجارة الإلكترونية

حسب «Zheng Qin» التجارة الإلكترونية تتشكل من ستة عناصر هي: الشبكة، مستخدم التجارة الإلكترونية، هيئة المصادقة، مركز التوزيع، البنوك الإلكترونية ومديرية الأنشطة التجارية، ويمكن توضيح ذلك في الشكل التالي:

¹ Joseph P , op.cit ,p13

الشكل رقم 1. 2: عناصر التجارة الإلكترونية



المصدر من اعداد الطالبات بالاعتماد على غرزولي ايماني، نفس المرجع ص22

- **الشبكة:** وتشمل الإنترنت، الإنترنت والإكسترنات؛ بالنسبة للإنترنت فيه أساس التجارة الإلكترونية، والناقل لمعلومات أثناء إجراء المعاملات التجارية، أما الإنترنت فهو يرتبط بتسيير الأنشطة داخل المؤسسة، أما والإكسترنات فهو الرابط بين المؤسسة والمستخدمين أثناء القيام بالأنشطة التجارية للمؤسسة؛¹
- **مستخدم التجارة الإلكترونية:** وينقسم إلى نوعين، مستخدم شخصي ومستخدم الأعمال، بالنسبة لمستخدم الأعمال فهو المسؤول عن إدارة الموظفين داخل المؤسسة، إدارة الثروة، السلع، الخدمات الإنتاج، العروض، والمبيعات، كل ذلك من خلال الاعتماد على الإنترنت، الإكسترنات ونظم المعلومات الإدارية، أما المستخدم الشخصي فهو من يملك الحق في الوصول إلى المعلومات المتعلقة بالسلع والخدمات المعروضة للبيع، والقيام بعمليات الشراء وذلك باستخدام وصلات الإنترنت.
- **هيئة التوثيق - هيئة المصادقة:** وهي سلطة معترف بها قانوناً، مسؤولة عن إصدار وإدارة التراخيص الرقمية، وتسهيل المعاملات التجارية بين الأطراف المعنية والتي تتطلب التعريف للأطراف أثناء التعامل؛
- **مركز التوزيع:** وهو المركز المسؤول عن إرسال البضائع التي لا يمكن تسليمها على الخط، والحفاظ على مسار تدفق هذه البضائع إلى الزبائن؛

¹ غرزولي ايماني، العوامل المؤثرة على تطبيق التجارة الإلكترونية في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية جامعة فرحات عباس، سطيف، 2017-2018، ص.ص.21-22.

➤ **البنوك الإلكترونية:** وهي البنوك التي تقدم الخدمات المصرفية التقليدية للمتعاملين وذلك عبر شبكة الإنترنت، وعلى مدار الساعة؛

➤ **مديرية الأنشطة التجارية:** وتتضمن مديرية الصناعة، التجارة، الجمارك والضرائب.¹

المطلب الثاني: أنواع التجارة الإلكترونية

للتجارة الإلكترونية العديد من الأنواع تصنف وتقسّم حسب معايير مختلفة أهمها :

أولا تصنيف التجارة الإلكترونية بالاعتماد على أطراف التعامل:

• **تجارة إلكترونية من المستهلك إلى المستهلك Customer to Customer :C2C**

ويقوم المستخدمون في هذا النوع من أنواع التجارة الإلكترونية بإقامة التعاملات الإلكترونية بينهم بصورة مباشرة. وتحدث عملية البيع والشراء في هذا النوع بين المستهلك ومستهلك آخر، دون الحاجة إلى لوجود أي تدخل من منظمة أو جهة، ويرجع سبب انتشار هذا النوع من أنواع التجارة الإلكترونية إلى ما توفره بعض المواقع المختصة لمثل هذا النوع من التجارة من تسهيلات كبيرة للمستهلكين، ومن الأمثلة على هذا النوع موقع eBay .

• **التجارة الإلكترونية بين الشركات والمستهلكين Business to Customer :B2C**

وهذا النوع من أنواع التجارة الإلكترونية نتعامل معه يوميا، وفيه تقوم الشركات بتقديم منتجاتها للمستهلكين إلكترونيا، وأكبر مثال لهذا النوع هو موقع أمازون Amazon والذي يقوم ببيع منتجاته من خلال بيع التجزئة للمستهلك. وهناك عدة مواقع أيضا خاصة ببيع منتجات الشركات للمستهلك مثل eBay Store

• **التجارة الإلكترونية بين الشركات وبعضها Business to Business :B2B**

يشغل هذا النوع من أنواع التجارة الإلكترونية أغلب التعاملات التي تجرى في مجال التجارة الإلكترونية، وقد أثبتت بعض الدراسات أن 85% من تعاملات التجارة الإلكترونية تندرج تحت هذا النوع يتم التبادل الإلكتروني وتعاملات الأسواق الإلكترونية في هذا النوع بين شركة تجارية وأخرى، ويكون الهدف من هذا التعامل بيع أو شراء السلع أو تنفيذ بعض الخدمات ومثال هذا النوع هو قيام بعض الشركات الكبرى ببيع أجهزتها للشركات الأخرى من خلال نظام المشتريات والطلبات الإلكترونية الخاص بها.

¹ غرزولي ايماني، مرجع سبق ذكره، ص.ص 21-22

• التجارة الإلكترونية بين مستهلك وشركة **C2B :Customer to Business**

ويقدم صاحب المنشأة طلب أو إعلان في هذا النوع ثم يقوم المستهلكين بتوفير طلبات صاحب العمل ويحدث هذا النوع عندما يبيع المستهلك للشركات. ومن أمثلة المواقع التي تتبع هذا النوع مواقع العمل عن بعد والبحث عن محترفين للإجابة عن الأسئلة، ويعد موقع oDesk أحد أشهر المواقع في مجال التجارة الإلكترونية.¹

• التجارة الإلكترونية بين منشأة تجارية، إدارة حكومية **B2G Business to Gouvernment**

تغطي جميع التعاملات التي تتم بين وحدات الأعمال والإدارات الحكومية من خلال عملية دفع الضرائب والرسوم التجارية ورسوم الجمارك وكذا تقوم به الإدارات الحكومية من مشتريات من المؤسسات التجارية إلكترونياً.

• التجارة الإلكترونية بين الأجهزة الحكومية **G2G :Gouvernement to Gouvernment**

تتم خلالها التجارة الإلكترونية بين الأجهزة الحكومية.

• التجارة الإلكترونية بين الأجهزة الحكومية والشركات **G2B Gouvernment to Business**

تمثل مختلف التعاملات بين الحكومة و الشركات باستخدام الانترنت بالمعلومات التي ترسلها الحكومة الخاصة بالضرائب والجمارك والأوضاع النقدية وما إليها.

• التعاملات بين الأجهزة الحكومية والمستهلكين **G2C: Gouvernment to Customer**

تتمثل في مختلف الخدمات الإلكترونية التي تقدمها للأفراد كاستخراج بطاقات الهوية والتقدم لشغل الوظائف المعن عنها في مواقع الحكومة وغيرها.²

جدول رقم 2.1 أنواع التجارة الإلكترونية

مستهلك C	شركة B	حكومة G	البيان
حكومة لمستهلك G2C	حكومة لشركة G2B	حكومة لحكومة G2G	حكومة G
شركة لمستهلك B2C	شركة لشركة B2B	شركة لحكومة B2G	شركة B

¹ محمد الفاتح محمود المغربي، التجارة الإلكترونية، ط1، دار الجنان للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص43-44.

² جباري فادية، تعزيز دور التجارة الإلكترونية في تخفيض تكاليف تسويق الخدمات، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد 8، العدد 3، الجزائر، 2022، ص.ص.294-295.

مستهلك لمستهلك C2C	مستهلك لشركة C2B	مستهلك لحكومة C2G	مستهلك C
-----------------------	---------------------	----------------------	----------

المصدر: محمد عمر الشويرف، التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد، ط1، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص66.

المطلب الثالث: مراحل التجارة الإلكترونية

يتم هذا التحول على مراحل تتضمن ما يلي:

أولاً: استخدام البريد الإلكتروني: تقوم مؤسسات الأعمال بالدخول إلى عالم التجارة الإلكترونية في بادئ الأمر من خلال مفهومه الأولى، وذلك بالحصول على عنوان بريد إلكتروني خاص بها، فهناك العديد من المواقع الرئيسية على شبكة الإنترنت تتيح عناوين البريد الإلكتروني مجاناً وبهذا لا تتكلف المؤسسة أي أعباء مالية، بعد إنشاء عنوان إلكتروني للمؤسسة تقوم باستخدامه للبريد الإلكتروني في مراسلتها وفي مطبوعاتها وكروت العاملين بها أو إرسال رسائل إلى شركات أخرى.

ثانياً: الاشتراك في الإنترنت: إن قيام الشركة باستخدام البريد الإلكتروني بكفاءة ويسر، يتطلب منها ضرورة وجود خط الإنترنت بالشركة ويتم ذلك بناءً على التوسع في التعاملات من خلال البريد الإلكتروني بصورة تحد معها الشركة أهمية وضرورة أن يكون خط الإنترنت داخلها ومع دخول الإنترنت إلى الشركة، تبدأ أولى خطوات الاستخدام الفعلي لمبادئ التجارة الإلكترونية حيث تتحول الشركة تبعاً في مراسلتها إلى البريد الإلكتروني وتحقق وفراً كبيراً في التكلفة مع انفتاح كبير على العالم الذي يتم التراسل معه والتحول إلى أساليب التراسل المتوازي التي أشرنا إليه سابقاً.¹

ثالثاً: إنشاء صفحات معلومات عن الشركة على الشبكة Home Pages: هذه المرحلة تعني التواجد الفعلي للشركة من خلال إنشاء صفحات بسيطة للمعلومات، عن الشركة على شبكة الإنترنت وذلك عن طريق العاملين في الشركة المخصصين لهذا العمل أو من خلال شركات متخصصة في إنشاء الصفحات على شبكة الإنترنت.

رابعاً: مقر معلومات الشركة على الإنترنت: إن نمو استخدام الإنترنت في المؤسسة يدفعها إلى التفكير في الصعود إلى المستوى أعلى في الاستخدام، وذلك بإنشاء مقر للمعلومات للشركة على شبكة الإنترنت مما يحقق التفاعل بين الشركة وعملائها.

¹احمد عبد الله العوضي، العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية، مجلة الاقتصاد و المجتمع، المجلد 1، العدد 6، الكويت، 2010، ص154-155.

الفصل الأول: الإطار النظري للتجارة الإلكترونية

خامسا: مقر معلومات الشركة للتجارة الإلكترونية: إن مقر معلومات التجارة الإلكترونية للشركة يمكنها من إجراء كافة العمليات التجارية مع عملائها على مستويات مختلفة وذلك بتضمين المقر بكتالوجات وقوائم الأصناف والأسعار ونماذج طلبيات الشراء وأساليب السداد والتحويلات المالية وكل هذا يقتضي إضافة مكونات الأمن والحماية وأيضا الارتباط المالي لأسلوب السداد.

سادسا: مقر التجارة الإلكترونية للشركة: من خلال ربط مقر المعلومات بالنظم الداخلية للمؤسسة وتحقيق الارتباط الكامل بين الشركة وعملائها على مستوى نظم المعلومات الداخلية يتحقق تكامل كافة عمليات التجارة الإلكترونية.¹

¹ نفس المرجع، ص155.

المبحث الثالث: دوافع وتقييم التجارة الإلكترونية

أصبحت التجارة الإلكترونية النعمة السائدة في عالمنا، فقد ساهمت في جعله قرية صغيرة وسوقا واحدا تتعادل فيه الفرص الممنوحة لكل الشركات لاقتحام الأسواق العالمية وترويج البضائع والسلع متخطين بذلك كل الحدود، وكذلك الحال بالنسبة للزبائن الذين أصبح بمقدورهم اقتناء احتياجاتهم بمجرد نقرة زر واحدة. وفي هذا المبحث سنتعرف على دوافع ذلك ومختلف المزايا التي تقدمها واهم عيوبها.

المطلب الأول: دوافع التجارة الإلكترونية

يكون حسب احتياجات قطاعات النشاطات المختلفة والتي تخلق دوافع للدخول في التجارة الإلكترونية والتي نوردتها في ما يلي:

أولاً: تسهيل 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.

ثانياً: الفعالية التجارية: من أهم دوافع التجارة الإلكترونية القيام بالوصول إلى أعلى مستويات الإنتاج والتوزيع حيث أن اعتماد تكنولوجيات 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.

ثالثاً: تطوير أسواق جديدة: إن دوافع تطوير أسواق جديدة، جعل مؤسسات كثيرة تتوجه إلى استخدام العلاقات التجارية الإلكترونية وأدخلتها في إستراتيجيتها للقيام باكتساح السوق وإنشاء أسواق جديدة وتطويرها.¹

¹ احمد عبد الله العوضي، مرجع سبق ذكره، ص 170-171.

المطلب الثاني: نماذج الأعمال للتجارة الإلكترونية

يتضمن إنشاء حل للتجارة الإلكترونية بشكل أساسي إنشاء موقع للتجارة الإلكترونية ونشره. تتمثل الخطوة الأولى في تطوير موقع التجارة الإلكترونية في تحديد نموذج التجارة الإلكترونية. اعتماداً على الأطراف المشاركة في المعاملة، يمكن أن تختلف التجارة الإلكترونية اختلافاً كبيراً من حيث كيفية توفيرها للقيمة وكسب الدخل من المستهلكين. ستوفر المناقشة التالية نظرة عامة حول نماذج الأعمال الإلكترونية المختلفة الراجعة.

أولاً - معنى وتعريف البوابة

البوابة هي مدخل أو مدخل وبوابة، خاصة تلك الكبيرة والفخمة. إنه موقع ويب يعتبر نقطة دخول إلى مواقع الويب الأخرى من خلال توفير الوصول إلى محرك بحث.

- يطلق على الموقع على شبكة الويب العالمية (WWW) الذي يعمل كبوابة أو منفذ للدخول إلى الإنترنت اسم Portal يتضمن ارتباطات تشعبية للأخبار وتقارير الطقس وأسعار سوق الأوراق المالية والترفيه وغرف الدردشة وما إلى ذلك.

- المدخل هو نوع من مواقع الويب. نشأ المصطلح مع مواقع محركات البحث الكبيرة والمعروفة على الإنترنت والتي وسعت ميزاتها لتشمل البريد الإلكتروني والأخبار وأسعار الأسهم ومجموعة من الوظائف الأخرى.

- البوابة هي مصطلح، بشكل عام مرادف للبوابة، لموقع ويب عالمي يعد موقع بدء رئيسي للمستخدمين عند اتصالهم بالويب. هنا كبوابات عامة وبوابات متخصصة أو متخصصة.

أمثلة على البوابات العامة Yahoo و Excite و Netscape و Lycos و CNET و Microsoft America Online's AOL. Com. و Network

• أمثلة على البوابات المتخصصة Garden.com :لبستانيينو Fool.com للمستثمرين
SearchNetworking.com لمسؤولي الشبكات

- بوابة الويب هي صفحة ويب مصممة خصيصا تجمع المعلومات معا من مصادر متنوعة بطريقة موحدة . عادة، يحصل كل مصدر معلومات على منطقتة المخصصة على الصفحة لعرض المعلومات (مدخل)؛ في كثير من الأحيان، يمكن للمستخدم تكوين أي منها يتم عرضها¹.

- يستخدم مصطلح مساحة البوابة للدلالة على العدد الإجمالي للمواقع الرئيسية المتنافسة لتكون واحدة من البوابات.

- تشمل الخدمات النموذجية التي تقدمها مواقع البوابة دليلا لمواقع الويب، ومنشأة للبحث عن مواقع أخرى، وأخبار، ومعلومات الطقس، والبريد الإلكتروني، وأسعار الأسهم، ومعلومات الهاتف والخريطة.

- قد يتم تقييد الميزات المتاحة من خلال ما إذا كان الوصول بواسطة مستخدم مصرح به ومصادق عليه (موظف، عضو). من الأمثلة على بوابات الويب العامة المبكرة Google أو MSN و Naver و

Lycos

ثانيا - ولادة البوابة :

بوابة الويب كانت كلمة معبرة عن تكنولوجيا المعلومات على شبكة الإنترنت في أواخر التسعينيات. بعد انتشار متصفحات الويب في أواخر التسعينيات، حاولت العديد من الشركات إنشاء بوابة أو الحصول عليها لمحاولة الحصول على حصة في سوق الإنترنت.

وشهد الاهتمام بالبوابات بعض الشركات الإعلامية القديمة التي تتسابق للمزايدة على بعضها البعض مقابل ممتلكات الإنترنت ولكنها تلاشت مع انهيار الدوت كوم في عامي 2000 و2001.

سحبت ديزني قابس Go.Com، وأفلس Excite ، وتم بيع بقاياها والبعض الآخر لا يزال نشطا منذ البداية. وتظهر البوابات على نطاق واسع خارج شبكة الويب الناطقة باللغة الإنجليزية الصينية واليابانية والهندية والروسية. تستخدم استعارات البوابة على نطاق واسع من خلال مواقع المكتبات العامة للمقترضين الذين يستخدمون تسجيل الدخول كمستخدمين وعن طريق الشبكات الداخلية للجامعة للطلاب وأعضاء هيئة التدريس. تظل الأسواق الرأسبة لإدارة عروض ISV و"لوحات معلومات" الشبكة الداخلية التنفيذية للشركات والوكالات الحكومية في مناطق مثل مركز الخليج للأبحاث وإدارة المخاطر.

¹ Joseph P , As previously mentioned,15

ثالثاً تصنيف البوابات ويتم تصنيف بوابات الويب الى :

-استخدام البوابة الأفقية كمنصة للعديد من الشركات في نفس القطاع الاقتصادي أو لنفس النوع من المصنعين أوالموزعين¹.

-البوابة الرأسية (تعرف أيضا باسم "الدوامة") هي نقطة دخول متخصصة إلى سوق أو مكانة صناعية معينة أو مجال موضوع أو اهتمام. تعرف بعض البوابات الرأسية باسم الرأسي.

-توفر بوابات المعلومات VIPS الأخبار والمحتوى التحريري والمنشورات الرقمية وقدرات التجارة الإلكترونية. وعلى عكس البوابات الرأسية التقليدية، توفر الشخصيات المهمة أيضا تطبيقات وسائط متعددة ديناميكية بما في ذلك الشبكات الاجتماعية ونشر الفيديو والمدونات.

-البوابة الشخصية: البوابة الشخصية هي صفحة ويب على موقع ويب على شبكة الويب العالمية أو صفحة HTML رئيسية محلية بما في ذلك JavaScript وربما تعمل في مستعرض ويب معدل. يوفر إمكانات مخصصة لزواره أو مستخدمها لمحلي، مما يوفر مسار المحتوى آخر. قد يكون مصمما لاستخدام التطبيقات الموزعة والأرقام والأنواع المختلفة من البرامج الوسيطة والأجهزة لتوفير الخدمات من عدد من المصادر المختلفة ويمكن تشغيلها على خادم ويب محلي غير قياسي. يمكن أن ترتبط البوابات الشخصية بأي موضوع محدد مثل تقديم معلومات عن صديق على شبكة اجتماعية أو توفير روابط لمحتوى خارجي قد يساعد الآخرين خارج نطاق الخدمات الخاصة بك. مثال home.psafe.com:

-البوابة الشخصية تعتمد على تقنية الشبكة العصبية التكيفية توفر محتوى قابل للتخصيص وفقا لتصفح كمستخدم، وتوفر أمانا كاملا ضد الفيروسات والبرامج الضارة والتصيد الاحتيالي والاحتيال المصرفي. تم تطوير البوابة بواسطة شركة الأمان البرازيلية على الإنترنت PSafe.

- بوابة الأعمال: يمكن تصميم بوابات الأعمال للمشاركة والتعاون في أماكن العمل. من المتطلبات الأخرى للبوابات التي تعتمد على الأعمال التجارية أن يتم تقديم المحتوى على منصات متعددة مثل أجهزة الكمبيوتر الشخصية والمساعدات الرقمية الشخصية (PDAs) والهواتف المحمولة.

¹Joseph P , As previously mentioned,p15

- بوابة الويب الحكومية: في نهاية طفرة الإنترنت في التسعينيات، التزمت العديد من الحكومات بالفعل بإنشاء مواقع بوابات لمواطنيها. وشملت هذه البوابات الأولية للحكومات وكذلك البوابات المطورة لجمهور محدد. أمثلة USA.gov: للولايات المتحدة (باللغة الإنجليزية) و www.gov.lk لسريلانكا¹.

المطلب الثالث: مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية

أولاً: مزايا التجارة الإلكترونية بالنسبة للشركات والمؤسسات

- التجارة الإلكترونية تسمح بخفض المخزونات عن طريق استعمال عملية السحب في نظام إدارة سلسلة التوريد، ففي نظام السحب فإن العملية تبدأ بالحصول على طلب تجاري من قبل المستهلك وتزويد المستهلك بطلبه من خلال التصنيع الوتقي المناسب.
- التجارة الإلكترونية توسع نطاق السوق إلى نطاق دولي وعالمي، ومع القليل من التكاليف فإن بوسع أي شركة إيجاد مستهلكين أكثر ومزودين أفضل وشركاء أكثر ملائمة وبصورة سريعة وسهلة.
- التجارية الإلكترونية تخفض تكاليف إنشاء ومعالجة وتوزيع وحفظ واسترجاع المعلومات الورقية، مثلاً إيجاد دائرة مشتريات الكترونية فإن الشركات تستطيع قطع التكاليف الإدارية للشراء بنسبة 85%.
- التجارة الإلكترونية تخفض تكاليف الاتصالات السلكية واللاسلكية فالانترنت أرخص بكثير من شبكات القيمة المضافة Value Added Networks
- عملية السحب تسمح بتصنيع المنتج أو الخدمة وفقاً لمتطلبات المشتري، وهذا يعطي الشركة أفضلية تجارية على منافسيها، وأكبر مثال على ذلك شركة ديل لتصنيع الحواسيب الآلية.
- التجارة الإلكترونية تخفض الفترة الزمنية ما بين دفع الأموال والحصول على المنتجات والخدمات.
- التجارة الإلكترونية تسبب إعادة هندسة العمليات التجارية، ومن خلال هذا التغيير فإن إنتاجية الباعة والموظفين والإداريين تقفز إلى أكثر من 100%.

¹ Joseph P , As previously mentioned,p16

ثانياً: مزايا التجارة الإلكترونية بالنسبة للمستهلكين:

- في استطاعة الزبائن الحصول على المعلومات اللازمة خلال ثوان أو دقائق عن طريق التجارة الإلكترونية، وفي المقابل قد يستغرق الأمر أيام وأسابيع من أجل الحصول على رد إن قمت بطلب المعلومات من موقع ملموس.
 - إن التجارة الإلكترونية تسمح للزبائن بتبادل الخبرات والآراء بخصوص المنتجات والخدمات عبر مجتمعات الكترونية على الانترنت.
 - في الكثير من الأحيان فإن التجارة الإلكترونية تكون من أرخص الأماكن للتسوق؛ لأن البائع يستطيع¹ أن يتسوق في الكثير من المواقع على الانترنت ومقارنة بضائع كل شركة مع أخرى بسهولة، ولذلك في آخر الأمر سيقدر أن يحصل على أفضل عرض، وفي حين أن الأمر أصعب إذا استلزم الأمر زيارة كل موقع جغرافي مختلف فقط .
 - إن التجارة الإلكترونية تشجع المنافسة مما خفض الأسعار. حيث التجارة الإلكترونية تعطي الخيار للمستهلك بأن يتسوق أو ينهي مقارنة بضائع كل شركة بأخرى، معاملاته 24 ساعة في المعروف.
- 1. مزايا التجارة الإلكترونية بالنسبة للمجتمع:**
- التجارة الإلكترونية تسمح للفرد بأن يعمل في منزله وتقلل الوقت المتاح للتسوق، مما يعني ازدحام مروري أقل في الشوارع، وهو الذي يقود إلى خفض نسبة تلوث الهواء.
 - التجارة الإلكترونية تسمح لبعض من البضائع أن تباع بأسعار زهيدة، وبذلك يستطيع الأفراد الذين دخلهم المادي ليس بالرفيع، يستطيعون شراء هذه البضائع، مما يعني رفع في مستوى المعيشة للمجتمع ككل.
 - التجارة الإلكترونية تسمح للناس الذين يعيشون في الدول العالم الثالث أن يمتلكوا منتجات و بضائع غير متوفرة في بلدانهم الأصلية ويستطيعون أيضا الحصول على شهادات جامعية الانترنت.
 - التجارة الإلكترونية تيسر توزيع الخدمات العامة من مثل الصحة والتعليم والخدمات الاجتماعية بسعر منخفض وبكفاءة أعلى.¹

¹ هاني وجيه العطار، التجارة الإلكترونية، ط1، الاكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2016، ص23-25.

من ناحية أخرى، التجارة الإلكترونية لها حدودها وعيوبها أيضا :

- قد يؤدي عدم القرب إلى تأجيل بعض العملاء الذين يفضلون مقابلة مندوب مبيعاتهم للمناقشة معه وطرح الأسئلة عليه وما إلى ذلك.

- على نفس المنوال، يرغب العديد من المستهلكين في رؤية المنتجات وتجربتها قبل شرائها. حتى إذا كانت مواقع التجارة الإلكترونية تعرض بشكل عام إرجاع العناصر غير المناسبة، فإن هذا يضيف قيودا وتأخيرات ناهيك عن دفع تكاليف الشحن التي يمكن أن تبطئ بعض محافظ النقود.

- أيضا، قد يكون الدفع عبر الإنترنت مصدر قلق للعملاء. البعض مريب ويخشى عمليات الاحتيال المحتملة، بغض النظر عن طريقة الدفع المستخدمة.²

- تعرض المؤسسات إلى مجموعة من الضغوطات متمثلة في:

أ- **المنافسة القوية:** فالتجارة الإلكترونية أعطت لعدد كبير جدا من الشركات على اختلاف

أحجامها، حتى الصغيرة منها إمكانية المنافسة على نطاق عالمي، مما يشكل تهديدا كبيرا للشركة.

ب- **ضغط التكلفة:** إن رغبة المؤسسات في ضمان الاستمرار ضمن المجتمع الإلكتروني، يفرض

عليها ضرورة تقليل أسعارها وتخفيض تكاليفها وتحسين أداءها.³

ج- **التغيرات المستمرة في السوق العالمي:** تواجه الشركات تغيرات مستمرة وسريعة تفرضها

الدول لجعل شركاتها أكثر تنافسية.

د- **الضغط التقني:** إن التغيرات المتسارعة في الاتصالات وتكنولوجيا الإعلام، فرض عدة ضغوط

على قطاع الأعمال الإلكترونية، المجبرة على مواكبة هذه التحولات التكنولوجية.

هـ- **الزبائن:** الذين يطلبون المزيد وعلى الشركات تقديم المزيد من الخدمات والمنتجات من أجل إرضائهم.

و باختصار تتمثل أبرز عيوب التجارة الإلكترونية في الجوانب الأمنية التي من بينها إمكانية قيام قرصنة

الكمبيوتر باختراق مواقع التجارة الإلكترونية في بعض الأحوال وسرقة المعلومات الموجودة بها والتي قد يكون

من بينها أرقام بطاقات العملاء ويمكن تخريب هذه المواقع أو تدميرها عن طريق الفيروسات أو تغيير

محتوياتها أو تعطيلها عن العمل أو محو البيانات الموجودة بها عدم وجود حيز حتمي كاف Bandwidth

¹هاني وجيه العطار، مرجع سبق ذكره، ص.25.

², <https://www.lejournaldejoliette.ca/> , 05-02-2023 , 12 :25 mn.

³سمية ديمش، التجارة الإلكترونية حتميتها و واقعها في الجزائر، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010-2011، ص.63.

الفصل الأول: الإطار النظري للتجارة الإلكترونية

للاتصالات السلكية واللاسلكية على الرغم من اتساع شبكة الإنترنت وتشعبها فإنها لا تزال تقتصر إلى الحيز الكافي للاتصالات على نحو يتناسب مع الكم الهائل في الأنشطة التجارية التي تتم من خلاله.¹

¹ عبد الصبور عبد القوى علي المصري، التجارة الإلكترونية و القانون، دار العلوم للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص.ص. 18-19.

خلاصة الفصل:

من خلال ما تم تناوله في ها الفصل يمكننا القول التجارة الإلكترونية والتي قد تعددت تعريفاتها بأنها عمليات تبادل السلع والخدمات عن طريق وسيلة الكترونية أو وسيط، والوسيط هو ما يعرف بالإنترنت إلا أن التعريف يمكن أن يكون أكثر شمولية فيضم إلى جانب الإنترنت وسائل الاتصال الأخرى مثل الشبكات الخاصة المغلقة التي تقتصر على متعاملين محددين من الشبكات والتي تستطيع الربط بين العملاء والمنتجين والموردين مسبقا كتلك التي تستخدمها شركات الطيران والبورصات وغيرها وغيرهم من أطراف العملية الإنتاجية. وقد لاقى هذه الأخيرة اهتماما متزايدا من طرف الاقتصاديين، الباحثين وصناع القرار في المؤسسة باعتبارها أسلوبا جديدا لإجراء المعاملات التجارية لكل مؤسسة تريد البقاء في ظل محيط ديناميكي، يمتاز بالمنافسة الشرسة والبقاء للأقوى، الذي يواكب التطورات في المحيط.

الفصل الثاني: الإطار
النظري لوسائل الدفع
الإلكترونية

تمهيد:

إن ظهور التجارة الإلكترونية أدى إلى زيادة الحاجة إلى وسيلة إلكترونية تتم وفقها العمليات التجارية والصفقات، ومع التطور السريع في مجال التكنولوجيا سارعت العديد من المصارف إلى إنشاء مواقع لها عبر الإنترنت لممارسة أعمالها التجارية وقد أصبحت تدعى هذه الأنواع من المصارف بالمصارف الإلكترونية التي تسعى لتكييف خدماتها وفقاً لطرق وأساليب إلكترونية عصرية تعتمد على وسائل الدفع الإلكترونية والتي تعتبر هذه الأخيرة أدوات لتسهيل المعاملات الخاصة بتبادل السلع والخدمات وكذلك تسديد الديون. سنتعرف في هذا الفصل على ما يلي:

- المبحث الأول: ماهية وسائل الدفع الإلكترونية.
- المبحث الثاني: أنواع وسائل الدفع الإلكترونية.
- البحث الثالث: العوامل المساعدة والمعقدة لوسائل الدفع الإلكترونية وتحدياتها ومخاطرها.

المبحث الأول: ماهية وسائل الدفع الإلكترونية

مع تطور التبادل الاقتصادي تطورت وسائل الدفع التقليدية إلى وسائل دفع إلكترونية بسبب مجموعة من العوامل أهمها التجارة الإلكترونية، إذ أن البنوك تسعى إلى التأقلم مع كل التغيرات الحاصلة لذلك سنتطرق في هذا المبحث إلى مفهوم وسائل الدفع وخصائصها و بيان مزاياها وعيوبها.

المطلب الأول : تطور وسائل الدفع الإلكترونية

وسائل وأنظمة الدفع والسداد الإلكترونية تمكن الزبائن من الحصول على النقد على مدار 24 ساعة يوميا من خلال أجهزة الصراف الآلي، أو إيداع الأموال والشيكات في لحساب الجاري أو حساب التوفير وقد اتسعت لتشمل التحويل الإلكتروني، تسديد الفواتير، البنك الناطق، تقديم طلب قرض، وخدمة الرسائل القصيرة.

وبحكم التطورات الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية أدخلت خدمات مصرفية متطورة تمثلت التحويلات والاستثمارات الخارجية والاعتمادات المصرفية وتداول الأوراق المالية وبطاقات الائتمان والتمويل المالي الإلكتروني والصراف الآلي والربط بين البنوك عبر الانترنت تطورت وسائل الدفع الإلكتروني مع انتشار عمليات التجارة الإلكترونية، لما تتطلبه من وسائل دفع جديدة ملائمة لمتطلبات هذه التجارة وبما يشملها مفهومها من إجراءات وأنواع معاملات، ويقصد بالدفع الإلكتروني على أنه مجموعة الأدوات والتحويلات الإلكترونية التي تصدرها المصارف والمؤسسات كوسيلة دفع.¹

المطلب الثاني: مفهوم وسائل الدفع الإلكترونية و خصائصها

عرف النشاط الاقتصادي عدة وسائل للدفع تمكن من إتمام المعاملات بسهولة، ولقيت قبولا اجتماعيا، فبالإضافة للنقود وسيلة دفع التامة السيولة، عرف الإنسان وسائل أخرى كالشيك، السفتجة... وغيرها، وكل هذه الوسائل يمكن استخدامها في تسوية الصفقات والمعاملات ومع التطور التكنولوجي ظهرت وسائل حديثة تتماشى مع رقمنة المجتمع، تتمثل في وسائل دفع الكترونية.

الفرع الأول: تعريف وسائل الدفع الإلكترونية

- **التعريف الأول:** هي النظم التي تمكن المتعاملين بتطبيقات التجارة الإلكترونية من التبادل المالي²

¹ منصورى الزين، وسائل وأنظمة الدفع والسداد الإلكتروني (عوامل الانتشار وشروط النجاح)، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد: 00، 2011، ص. 02.

² شقنان محمد، مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تفعيل وسائل الدفع الإلكتروني -دراسة تحليلية لآراء عينة من حاملين البطاقة الذهبية لبريد الجزائر بالأغواط-، مجلة الامتياز لبحوث الاقتصاد والإدارة، المجلد 06، العدد 02، جامعة عمار تليجي- الأغواط-، 2022، ص. 51.

الفصل الثاني: الإطار النظري لوسائل الدفع الإلكترونية

إلكترونيا، بدلا من استخدام النقود الورقية والمعدنية أو الشيكات الورقية، حيث يقوم البائعون عن طريق أجهزة رقمية إلكترونية وعن طريق الأنترنت بتوفير طرق سهلة وسريعة وآمنة للحصول على أثمان منتجاتهم من الزبائن.

- **التعريف الثاني:** هي " وسيلة لتحويل الأموال وفق تقنية إلكترونية، مما يسهل من عملية التبادل بطريقة سهلة وآمنة وتعرف أيضا بأنها " تلك الدورة الإلكترونية لنقل الأموال من المشتري إلى البائع عبر مؤسسات مالية.¹

- **التعريف الثالث:** تعرف كذلك انها: الوسائل التي تقوم المؤسسات المالية بإصدارها للعملاء، تكون قابلة لتخزين قيم وحدات نقدية إلكترونية، مقابل دفع قيمتها للمصدر بصورة معجلة أو مؤجلة، و لكي يستخدمها العملاء في تنفيذ و دفع عملياتهم المالية من خلال مجموعة من الوسائل التقنية المعدة من قبل المصدر.²

- **التعريف الرابع:** مجموعة الوسائل والتقنيات الإلكترونية المصدرة من طرف البنوك، والتي تسمح بتحويل الأموال بشكل مستمر وآمن من إلغاء العلاقة المباشرة بني المدين والدائن.³

ومنه نستنتج أن وسائل الدفع الإلكترونية تتم عبر شبكات الاتصال والانترنت، ولا وجود للقطع المعدنية والورقية في تبادلاتها، فهي تتم الكترونيا لتسوية الالتزامات المترتبة عن إبرام العقد لطرف آخر بإحدى الوسائل الإلكترونية المختلفة.

الفرع الثاني: خصائص وسائل الدفع الإلكترونية

تتمثل خصائص وسائل الدفع الإلكترونية في:

- الدفع الإلكتروني يتسم بالطبيعة الدولية: أي انه وسيلة مقبولة من قبل جميع الدول، حيث يتم استخدامه لتسوية الحساب في المعاملات التي تتم عبر فضاء الكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم.

- يتم الدفع باستخدام النقود الإلكترونية: و هي قيمة نقدية تتضمنها بطاقة بها ذاكرة رقمية او الذاكرة الرئيسية للمؤسسة التي تهيمن على إدارة عملية التبادل.⁴

¹ شقنان محمد، مرجع سبق ذكره ص. 51.

² عبد العزيز صحراوي، فائزة لعرف، فعالية استخدام وسائل الدفع الإلكترونية في الوقاية من جائحة كورونا بطاقة الدفع الإلكترونية (الذهبية) لبريد الجزائر نموذجا، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المجلد 13، العدد3، جامعة محمد بالضياف - مسيلة-، 2020، ص. 111.

³ سماعيل عيسى، بهلول خيرة، أثر متطلبات الإدارة الإلكترونية في تفعيل وسائل الدفع الإلكترونية في البنوك التجارية - دراسة ميدانية للبنك الوطني الجزائري "BNA" تيارت - الجزائر -، مجلة دراسات اقتصادية، المجلد 21، العدد02، جامعة أحمد بن يحيى الونشريسي تيسميسيلت - الجزائر -، 2021، ص. 98.

⁴ آمنة زربوط، دور وسائل الدفع الإلكترونية في تفعيل التجارة الإلكترونية مع الإشارة لتجربة الجزائر، مجلة آراء للدراسات الاقتصادية والإدارية، المجلد 1، العدد 1، البليدة- الجزائر -، 2019، ص. 53.

- يستخدم هذا الأسلوب لتسوية المعاملات الإلكترونية عن بعد: حيث يتم إبرام العقد بين أطراف متباعدة في المكان و يتم الدفع عبر شبكة الانترنت، أي من خلال المسافات بتبادل المعلومات الإلكترونية بفضل وسائل الاتصال اللاسلكية، يتم إعطاء أمر الدفع وفقا لمعطيات الكترونية تسمح بالاتصال المباشر بين طرفي العقد.
- يتم الدفع الإلكتروني بأحد الأسلوبين
- الاول: من خلال نقود مخصصة سلفا لهذا الغرض، ومن ثم الدفع لا يتم إلا بعد الخصم من هذه النقود ولا يمكن تسوية المعاملات الأخرى عليها بغير هذه الطريقة ويشبه ذلك العقود التي يكون الثمن فيها مدفوع مقدما.
- الثاني: من خلال البطاقات البنكية العادية، حيث لا توجد مبالغ مخصصة مسبقا لهذا الغرض بل أن المبالغ يتم السحب عليها بهذه البطاقات قابلة للسحب عليها بوسائل أخرى كالتشيك لتسوية أي معاملة.¹

المطلب الثالث: تقييم وسائل الدفع الإلكترونية

- إن تطور وسائل الدفع التقليدية إلى وسائل الدفع الإلكترونية أدى إلى خلق العديد من المزايا والعيوب وتتمثل في:
- اولا: المزايا: لوسائل الدفع عدة مزايا سواء لمصادرهما أو بالنسبة لحاملها أو بالنسبة للتاجر وفيها يلي شرح لأهم هذه المزايا:
- بالنسبة لمصدرها:
 - أ- وسيلة دفع آلية تتم التعاملات فيها بصفة أوتوماتيكية عن طريق نقل المعلومات آليا،
 - ب- التقليل من تكاليف نقل النقود عدها وتداولها حيث أنها عمليات مكلفة للبنك بغض النظر عن المخاطر الناجمة عنها،
 - ج- إمكانية تتبع كل العمليات التي تمت حيث أن التعامل بوسائل الدفع الإلكترونية الحديثة يمكن البنك من معرفة من دفع لمن وفي أي مكان وزمان وقيمة المعاملة،
 - د- زيادة مدا خيل البنك من خلال رسوم إصدار البطاقات الائتمانية و كذا التعامل بها،
 - هـ- التقليل من ضغط الزبائن الذين يقومون بعمليات السحب من شبابيك الوكالات البنكية وبالتالي تفرغ الموظفين لوظائف أخرى.²
 - بالنسبة لحاملها:
 - أ- إمكانية استخدامها 24/24 سا و7ايام/7ايام،

¹أمنة زربوط، مرجع سبق ذكره، ص. 53.

²بورايو هاجر أميرة، دور وسائل الدفع الحديثة في تفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه، تخصص مالية وبنوك، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة البليدة 2، 2019-2020، ص.ص. 98-99.

- ب- إمكانية استخدامها في أي مكان يتم فيه قبولها،
- ج- سهولة و مرونة و سرعة التعامل بها،
- د- الأمان في التعامل بها وهذا راجع لارتباطها برمز سري خاص بها يتم إدخاله في كل عملية يتم القيام بها ولا يمكن إجراء أي عملية سحب او دفع بدونه
- هـ- الفعالية في التعامل بهذه الوسائل الحديثة لأنها تحد من مخاطر السرقة والضياع والتزوير وغالبا ما تحدث ولا يتم كشفها بسرعة عند التعامل بالنقود.

- بالنسبة للتاجر:

- أ- ضمان لسداد قيم مبيعاته وذلك بطريقة آلية مباشرة في حسابه البنكي،
- ب- الأمان والأمان في التعاملات التجارية التي يقوم بها مع زبائنه دون الخوف من السرقة او السطو او النقود المزورة.
- ج- السرعة والسهولة والملائمة للقيام بالعمليات التجارية مع الزبائن،
- د- التسجيل الأوتوماتيكي لكل عملية تم إجراؤها،
- هـ- سهولة عمليات الشراء والتسديد بالنسبة للزبائن.

ثانيا: عيوب وسائل الدفع الإلكترونية:

- بالرغم من المزايا العديدة التي جاءت بها وسائل الدفع إلا انها ايضا أضافت عيوب تتمثل في:
- بالنسبة لمصدرها:** أ- تعثر سداد حاملها لديون المستحقة عليهم، ب- تحمل البنك المصدر نفقات ضياعها،
 - ج- خسائر التزوير والقرصنة حيث يكون البنك مجبرا على تعويض العمليات التي تمت ولا يمكنه استرجاع الأموال الضائعة، د- إلزامية حل المشاكل الخاصة بالتعاملات التي تتم بواسطة الدفع في أوقات قياسية والرد بسرعة على احتجاجات وتساؤلات حاملها يتطلب وضع إمكانيات ضخمة ومكلفة سواء مادية أو بشرية.

- بالنسبة لحاملها:

- أ- زيادة الاقتراض والإنفاق بما يتجاوز القدرة المالية وعدم السداد لقيمتها في الوقت المحدد يترتب عنه وضع اسم حاملها في القائمة السوداء
- ب- دفع رسوم مقابل عمليات السحب
- ج- إمكانية معرفة كل العمليات بحيث لا يمكن لحاملها إجراء عمليات بسرية
- د- وجوب تتبع الحسابات البنكية بصفة دائمة لتدارك الأخطاء التي قد تحدث

- بالنسبة للتاجر:

- أ- مجرد حدوث بعض المخالفات من جانب التاجر او عدم التزامه بالشروط يجعل البنك يلغي التعامل معه ويضع اسمه في القائمة السوداء وهو ما يعني تكبد التاجر صعوبات جمة في نشاطه التجاري،
- ب- كون قبول التعامل بها يعتبر استثمارا مكلفا،

ج- إمكانية حدوث أعطال في الخطوط الهاتفية مع البنك مما يوقف عمليات الدفع على مستوى جهاز TPE
د- وجوب تتبع الحسابات البنكية بصفة دائمة و متكررة لتدارك الأخطاء التي قد تحدث في بعض الأحيان
مثل الدفع المزدوج لقيم التعاملات أو طول مدة تموين الحسابات بمبالغ العمليات التي تم إجراؤها عند التاجر
لاختلاف البنوك وبالتالي تجنب فوات آجال الاحتجاج.¹

المبحث الثاني: أنواع وسائل الدفع الإلكترونية

تعددت أشكال و أنواع وسائل الدفع الإلكترونية لتتماشى مع متطلبات التكنولوجيا الحديثة والسعي لاجاد
وسائل دفع مقابل الخدمات، لهذا سننظر في هذا المبحث إلى معرفة وسائل الدفع بمختلف أنواعها.

المطلب الأول: البطاقات البنكية والشيكات الإلكترونية

تعتبر البطاقات البنكية والشيكات الإلكترونية من بين أهم الوسائل المعتمدة في إبرام الصفقات الإلكترونية
الفرع الأول: البطاقات البنكية:

وهي عبارة عن بطاقة مغناطسية يستطيع حاملها استخدامها في شراء معظم احتياجاته أو اداء مقابل ما
يحصل عليه من خدمات دون الحاجة لحمل مبالغ كبيرة قد تتعرض لمخاطر السرقة او الضياع او التلف.²
وتنقسم الى انواع:

1- بطاقة الخصم الفوري: (Card Débit): يطلق على هذا النوع من البطاقات ببطاقة السحب المباشر
وهي وسيلة إلكترونية للدفع الفوري وليس الدفع الآجل وتعرف على أنها بطاقة بلاستيكية ممغنطة تصدرها
البنوك التجارية أو مؤسسات مالية يستطيع حاملها عند استخدامها أن يحول مبالغ من حسابه لدى البنك
التجاري إلى حساب المستفيد، سواء كان مطعما أو متجرا أو دائرة حكومية لدى نفس البنك، شرط أن تكون
الجهة المستفيدة مشاركة في برنامج تحويل الأموال الإلكترونية في ذلك البنك أو المؤسسة المالية.³

2- البطاقات الائتمانية: (Crédit Card): تشمل البطاقات التي يتم الدفع بها على فترات وأقساط باتفاق
بين العميل والبنك ولا تتطلب وجود رصيد في حساب حامل البطاقة اي ان البنك يقوم بتغطية المبالغ ومن ثم
يدفعها حامل البطاقة على شكل اقساط مقابل فوائد⁴، ويتولى إصدار البطاقات الائتمانية على اختلاف
انواعها عدة جهات:

¹بورايو هاجر أميرة، مرجع سبق ذكره، ص.100.

²محمد الفاتح، محمود المغربي، التجارة الإلكترونية، دار جنان للنشر و التوزيع، عمان، ط.1، 2016، ص. 168.

³زايد محمد، البطاقات الإلكترونية كأداة لتفعيل التجارة الإلكترونية، مجلة ضياء للدراسات القانونية، المجلد 03، العدد: 02، المركز الجامعي نور
البشير -البيضاء-، 2021، ص. 64.

⁴أسامة عبد السلام السيد، الاقتصاد الرقمي، دار غيداء للنشر و التوزيع، الأردن، ط.1، 2018، ص. 58.

الفصل الثاني: الإطار النظري لوسائل الدفع الإلكترونية

- مؤسسة الفيزا العالمية: مركزها في لوس أنجلوس بولاية كاليفورنيا الأمريكية، وتصدر ثلاثة أنواع من البطاقات وهي: الفيزا الذهبية، البطاقة الفضية تمنح لرجال الاعمال، بطاقة الفيزا إلكترونية (البطاقات العادية)، فمؤسسة الفيزا هي ليست مؤسسة مصرفية وإنما تساعد المصارف الاعضاء على إدارة خدماتهم.¹

الشكل رقم 1.2: صورة لنموذج عن بطاقة بنكية (visa card):



- المصدر: صورة لبطاقة فيزا كارد، من الموقع: <https://ae.visamiddleeast.com>، تم الاطلاع عليه يوم 1 فيفري 2023، الساعة 10:36.
- مؤسسة أمريكان إكسبراس: تصدر من بنك أمريكان إكسبراس، وهي مؤسسة مالية كبيرة تزاول الأنشطة المصرفية و يوجد 3 أنواع منها وهي: اكسبرس الخضراء وتمنح للعملاء ذوي ملاءة مالية عالية، إكسبراس الذهبية وتمنح للعملاء الذي يمتازون بالملاءة المالية و تمتاز بتسهيلات للعميل غير محدودة بسقف ائتماني معين، البطاقة الماسية: تصدرها الوكالة بنفسها دون تراخيص لأي بنك أو مؤسسة خاصة و بواسطتها يتم تحصيل التجار ولا يلزم حملة بطاقتها فتح حساب لديها.²
 - مؤسسة الماستر كارد: مركزها في مدينة سانت لويس بنيويورك الأمريكية وتصدر نوعين من البطاقات هما: بطاقة ماستر كارد رجال الأعمال وبطاقة ماستر كارد العادية.³

الشكل 2.2: صورة لنموذج عن بطاقة بنكية (Master Card):



- المصدر: صورة لبطاقة ماستر كارد، الموقع: <https://mea.mastercard.com>، تم الاطلاع عليه يوم: 1 فيفري 2023، الساعة 10:51.

¹جليد نور الدين، تطوير وسائل الدفع المصرفية في ظل التجارة الإلكترونية حالة الجزائر 2005-2010، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص نقود و مالية، كلية العلوم اقتصاديو وعلوم التسيير، جامعة دالي إبراهيم -الجزائر-، 2009-2010، ص. 86.

²رزمة خضرة، سعودي مناد، أهمية وسائل الدفع الإلكتروني في زمن كورونا، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 11، العدد 02، جامعة الجزائر، 2022، ص. 661.

³جليد نور الدين، نفس المرجع السابق، ص. 87.

ومؤسسات أخرى: توجد العديد من المؤسسات في العالم التي تصدر مختلف البطاقات الائتمانية وغيرها لكن هذه البطاقات ليست واسعة الانتشار عالميا، ومن هذه المؤسسات مؤسسة ريكاردو الأوروبية، ومؤسسة داتيرز كلوب اليابانية.¹

3- بطاقة الصرف البنكي: (charge Card) : وهذه البطاقة تختلف عن البطاقة الائتمانية في أن السداد يجب أن يتم بالكامل من قبل العميل للبنك في خلال الشهر الذي جرى فيه السحب أي أن الائتمان في هذه البطاقة لا يتجاوز شهر ، و لها عدة مسميات، البطاقة على الحساب، أو بطاقة الدفع الشهري، أو بطاقة الائتمان المتجددة، أو بطاقة الوفاء المؤجل.²

الفرع الثاني: الشيكات الإلكترونية

هو محرر يقبل المعالجة الإلكترونية سواء الكلية أو الجزئية، يتضمن أمرا من شخص يسمى الساحب إلى شخص آخر يسمى المسحوب عليه الذي يكون دائما بنكا بدفع مبلغ معين لفائدة شخص ثالث يسمى المستفيد أو الحامل أو الساحب نفسه أو شخص آخر لدى الاطلاع.³

الشيك الإلكتروني في جوهره بديل للشيك الورقي، هو التزام قانوني بسداد مبلغ معين في تاريخ محدد لصالح شخص أو جهة معينة، ويتم تحريره بواسطة أداة إلكترونية مثل الحاسوب أو المساعد الرقمي الشخصي PDA أو الهاتف المحمول، ويتم تذييله بتوقيع إلكتروني، ويتم تعقب الشيك الورقي في الدول التي تعترف بصحة التوقيع الإلكتروني خاصة.⁴

الشيك الإلكتروني عبارة عن بيانات يرسلها المشتري إلى البائع عن طريق البريد الإلكتروني المؤمن، وتضمن هذه البيانات التي يحتويها الشيك البنكي تحديد مبلغ الشيك واسم المستفيد واسم من أصدر الشيك وتوقيعه أو يكون هذا التوقيع عن طريق رموز خاصة ويمكن تعريفه بأنه رسالة موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك يعتمده ويقدمه للبنك الذي يعمل عبر الأنترنت ليقوم البنك أولا: بتحويل قائمة الشيك المالية إلى حساب حامل الشيك وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك وإعادته إلكترونيا إلى مستلم الشيك ليكون دليلا على أنه قد تم صرف الشيك فعلا و يمكن لمستلم الشيك أن يتأكد من أنه قد تم بالفعل تحويل المبلغ لحسابه.⁵ تتمثل خصائصه في:⁶

¹جليل نور الدين مرجع سبق ذكره، 87.

²زايد محمد، مرجع سبق ذكره، ص.65.

³كردي نبيلة، الشيك الإلكتروني، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد13، جامعة العربي التبسي - تبسة-، 2017، ص.252.

⁴محمد الأمين مومني، الشيك الإلكتروني المفهوم والأهمية، المجلة الجزائرية لقانون الأعمال، العدد الأول، 2020، ص، 131.

⁵أم الخير قوق، حنان طهاري، المسؤولية المدنية الناشئة عن استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، المجلد السابع، العدد الأول، جامعة عمار ثليجي - الاغواط-، 2022، ص. 917.

⁶محمد لمين بن قايد علي، الشيك الإلكتروني امتداد وتطور الشيك التقليدي، مجلة بحوث في القانون و التنمية، المجلد 1، العدد1، جامعة أمحمد

بوقرة بومرداس- الجزائر-، 2021، ص.ص. 88-89.

- الشيك الإلكتروني قابل للمعالجة إلكترونياً: أي أن الشيك محرر يستوفي كافة الشروط القانونية المقررة يرتب كافة آثاره القانونية على المتعاملين به، بحيث يعد بمثابة محرر ثلاثي الأطراف معالج الكترونياً بصورة كلية أو جزئية، يحتوي على أمر صادر من الساحب موجه الى المسحوب عليه بان يدفع مبلغ من النقود لشخص ثالث هو المستفيد لدى الاطلاع عليه.
- تداول الشيك الإلكتروني بالطرق التجارية و العادية: مما لا شك فيه أن الشيك باعتباره ورقة تجارية يتم تداولها بين الأشخاص بالطرق التجارية لا سيما منها التظهير الذي يعد بمثابة الآلية التي تسمح بانتقال السند والحق المحمول به، أو عن طريق المناولة أو التسليم اليدوي على أساس أن الشيك التقليدي قوامه الدعامة الورقية، على عكس الشيك الإلكتروني فان تداوله يتم بالتظهير وان هذا الأخير أي التظهير يعتمد على المعالجة الإلكترونية عبر التوقيع الإلكتروني.
- قابلية الشيك الإلكتروني للوفاء بمجرد الاطلاع عليه: من الجدير بالملاحظة، أن الشيك الإلكتروني يحزر لأداء وظيفة أساسية تتمثل في الوفاء ليس إلا، ومنه يكون مستحق الوفاء بمجرد الاطلاع عليه من جهة، و من جهة أخرى استناداً الى أحكام المادة 500 من القانون التجاري استبعاد إدراج أي قيد أو أي شرط مخالف لذلك وإلا يعتبر الشرط منعدم الأثر مباشرة.
- الالتزام المصرفي المحمول بالشيك يقابله مبلغ نقدي: أن من بين شروط صحة الشيك شكلاً، هو احتوائه على بيان إلزامي متمثل في الأمر غير معلق على قيد بدفع مبلغ معين.
- الشيك الإلكتروني وليد المعاملات الإلكترونية: نظراً للتطور الذي عرفته المعاملات التجارية ومدى تأثيرها بالتطور التكنولوجي من جهة، ومن جهة أخرى تأطير المعاملات الإلكترونية تشريعياً أصبح لزاماً التعامل بالشيك الإلكتروني حتى وان كان يطرح عدة إشكالات من الناحية الشكلية ومن ناحية تداولها تم إقرار اعتماد التوقيع الإلكتروني عوض شرط الكتابة في الشيك الإلكتروني.

المطلب الثاني: التحويلات الإلكترونية والمحافظ الإلكترونية

سننظر الى كل من التحويلات الإلكترونية والمحافظ الإلكترونية:

أولاً: التحويلات الإلكترونية:

نظام التحويلات الإلكترونية هو عملية منح الصلاحية لبنك ما للقيام بحركات التحويلات المالية الدائنة والمدينة الكترونياً من حساب بنكي الى حساب بنكي آخر أي أن عملية التحويل تتم الكترونياً عبر الهواتف واجهة الكمبيوتر وأجهزة المودم عوضاً عن استخدام الأوراق، وتنفذ عمليات التحويل المالي عن طريق دار

الفصل الثاني: الإطار النظري لوسائل الدفع الإلكترونية

المقاصة الآلي وهي شبكة تعود ملكيتها وأحقية تشغيلها الى البنوك المشتركة لنظام التحويلات الآلية الإلكترونية¹.

ويعرف التحويل المالي الإلكتروني بأنه: عبارة عن عقد ارتباط الإيجاب الصادر عن الأمر بقبول البنك أو جهة التحويل بنقل مبلغ معين، بحيث يرتب التزام لكل منهما بما وجب عليه من الآخر. كما يعرف كذلك: عقد التحويل المالي الإلكتروني هو: اتفاق او عقد بين الأمر بالتحويل البنك أو الجهة الوسيطة بنقل المبلغ المالي، بحيث ينشأ هذا الاتفاق ويتم تنفيذه بإحدى الوسائل الإلكترونية و ذلك بموجب أمر خطي صادر من الأمر يتضمن مطالبة البنك بنقل مبلغ معين من حساب الأمر. عملية التحويل الإلكتروني: يمكن لعملية التحويل المالي الإلكتروني أن تنفذ من خلال حالتين نوجزهما وفق ما يلي:²

- **حالة وجود وسيط:** في حالة عدم حيابة الزبون لبرنامج يسمح له بإجراء التحويل المباشر فإنه يتصل بوسيط متخصص الذي يتولى بدوره تحويل الأمر إلى غرفة المقاصة الآلية، وتتم العملية وفق ما يلي:

- توقيع الزبون على نموذج يتيح هذا النموذج اقتطاع قيمة محددة من حساب الزبون وفق مدة زمنية معينة معتمد لفائدة الجهة المستفيدة.

- قيام الزبون بإرسال التحويلات عن طريق المودام إلى الوسيط.
- قيام الوسيط بتجميع التحويلات المالية وإرسالها إلى دار المقاصة المالية.
- إرسال نموذج التحويل إلى بنك الزبون من طرف دار المقاصة المالية.
- مقارنة بنك الزبون للنموذج المرسل والتحقق من كفاية الرصيد.
- قيام بنك الزبون باقتطاع مالي وتحويله من حساب الزبون إلى حساب المستفيد.
- **حالة عدم وجود الوسيط:** في حالة رغبة الزبون تنفيذ تحويلاته المالية دون المرور بوسيط فإن الأمر يتطلب حيازته لبرنامج يسمح له بإجراء عملية التحويل المباشر، وتتم العملية وفق ما يلي:
- حصول الزبون على برمجيات معينة، مؤمنة بكلمة مرور خاصة به، و التي تسمح له بإجراء هذه العملية.
- قيام الزبون باعتماد نموذج الدفع مرفقا بشيك، مصادق عليه لصالح المستفيد.
- قيام الزبون بإرسال الاعتماد إلى البنك لاقتطاع المبلغ من حسابه في الوقت المحدد.
- قيام البنك بتحويل قيمة المبلغ إلى حساب المستفيد، وفي هذه الحالة لا حاجة للتحقق من كفاية الرصيد لان الشيك المصادق يضمن ذلك.

الفرع الثاني: المحافظ الإلكترونية

¹ محمد فهمي سليم غزوي، ماهية عقد التحويل الإلكتروني للأموال وآثاره بواسطة البنوك التجارية الأردنية، مجلة جامعة الزيتونة الأردنية للدراسات القانونية، المجلد 2، العدد 3، الأردن، 2021، ص. 287.

² آمنة زربوط، مرجع سبق ذكره، ص.ص. 44-45.

المحفظة الإلكترونية تشبه في خدماتها الوظيفة المماثلة للمحافظ المادية فالمحفظة الإلكترونية هي عبارة عن عدة برامج يتم تحميلها مجاناً على الكمبيوتر الخاص بها، فيقوم المشتري من خلال البرامج بتحديد أساليب الدفع التي سيقوم باستخدامها (تحديد محتوى المحفظة) ويسمح النظام للمشتري باستخدام أي من طرق الدفع الثلاثة (النقد الإلكتروني، بطاقات الدفع الائتمانية، والشيكات الإلكترونية) ويتم تحديد رقم سري ID للمحفظة لا يعرفه سوى صاحب المحفظة ويتم تحديد مفتاح عام وخاص بهذه المحفظة ليكون متداولاً مع كل المعاملات التي تتم من خلال المحفظة.

فالمحفظة الإلكترونية تخزن العديد من المعلومات كحد أدنى منها، معلومات الشحن والفواتير شاملة لأسماء المستهلكين، وعنوان الشارع والمدينة والولاية و الدولة والكود الإلكتروني و معظم المحافظ الإلكترونية يمكنها أن تحمل أسماء وأرقام بطاقة الائتمان وكذا نقداً إلكترونياً وبعض المحافظ تحتوي على شهادات رقمية مشفرة.¹

تحفظ فيها بطاقات الائتمان والنقد الإلكتروني والهوية الشخصية ومعلومات اتصال المالك، تتمثل مهمتها في العناصر الموائية:

توفير مكان آمن لتخزين بيانات بطاقات الائتمان والنقد الإلكتروني.

حل مشكلة الدخول المتكرر على معلومات السحب والسادد وملء النماذج في كل مرة عند الشراء.

وتتضمن نوعين من المحافظ:

- **محفظة service- side**: تخزن معلومات المستهلك لدى التاجر أو ناشر المحفظة، هذه النوع من المحافظ يعاني من مشكلة جوسسة المعلومات وإظهار معلومات المتعاملين، وهذا ما جعل البنوك المصدرة لها تتخذ إجراءات قوية لمنع إنشاء المعلومات غير المرخص بها.

- **حفظة client- side**: تخزن معلومات على حاسوب المستهلك نفسه، ينقل المسؤولية على السرية إلى المستخدم، مما يجعل قرصنة هذه المحفظة غير متاح تماماً، حيث لا يمكن لأي شخص معرفة باقي المعلومات إلا رقم البطاقة فقط خلال التعامل.²

المطلب الثالث: النقود الرقمية والبطاقات الذكية

سننتقل إلى كل من النقود الرقمية والبطاقات الذكية

الفرع الأول: النقود الرقمية

1- تعريف النقود الرقمية:

¹جليد نور الدين، تطوير وسائل الدفع في الجهاز المصرفي الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص نقود ومالية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة يوسف بن جدة - الجزائر، 2005-2006، ص.ص. 155-156.

²زحفوني نور الدين، زمالة عمر، التحويل المالي الإلكتروني: آليات التعامل والمخاطر في ظل عصريّة وسائل الدفع، مجلة الاقتصاد الدولي والعالمي، المجلد 1، العدد 1، الجزائر، 2018، ص. 253.

عرفها المركز الأوروبي بأنها: مخزون الكتروني لقيمة نقدية على وسيلة تقنية يستخدم بصورة شائعة للقيام بمدفوعات لمتعهدين غير من أصدرها دون الحاجة إلى وجود حساب بنكي عند إجراء الصفقة وتستخدم كأداة محمولة مدفوعة مسبقا. كما يعرفها بنك التسوية الدولية على أنها: قيمة نقدية في شكل وحدات ائتمانية مخزنة بشكل الكتروني او على أداة إلكترونية يحوزها المستهلك.

يمكن تعريفها كذلك على أنها: مستودع للقيمة النقدية يحتفظ به بشكل رقمي، بحيث يكون متاحا للتبادل الفوري في المعاملات، أي هي قيمة نقدية في شكل وحدات ائتمانية، مخزنة بشكل إلكتروني، أو على أداة إلكترونية يحوزها المستهلك.²

2- خصائص النقود الرقمية:

- النقود الرقمية هي قيمة مخزنة الكترونيا - بخلاف النقود العادية- حيث أنها بيانات ومعلومات مشفرة ليس لها شكل مادي ملموس.
- لا يمكن استخدام النقود الرقمية إلا من خلال نظام الشبكات الالكترونية سواء عامة او خاصة، وبالتالي ليس من الضروري المعاصرة الزمنية والمكانية بين طرفي عملية الدفع.
- لاستخدام النقود لا بد من وجود نظام مصرفي خاص ومعد خصيصا لغرض التعامل بهذه النقود، الذي يحتفظ لديه بقائمة لجميع النقود الرقمية التي تم إنتاجها، حيث أن لكل وحدة نقدية الكترونية رقم متسلسل و مشفر خاص بها وهذه الأرقام تستخدم لمرة واحدة فقط فعندنا تنتقل الوحدات من شخص لأخر يقوم المصرف الالكتروني بتغيير هذا الرقم.³

الفرع الثاني: البطاقات الذكية

البطاقة الذكية واحدة من آخر الإصدارات في عالم تكنولوجيا المعلومات التي احتضنتها الصناعة المصرفية الإلكترونية، تحتوي بطاقة على شريحة إلكترونية مدمجة في بطاقة شبيهة في حجمها ببطاقة الدفع البلاستيكية الممغنطة، تخزن على هذه الشريحة المعلومات الإلكترونية وبعض البرامج المحمية ببعض أنظمة الحماية المتطورة، وتشكل البطاقة الذكية مع القارئ نظاما متكاملًا لخدمة كثير من التطبيقات المختلفة ويتم استخدام البطاقات الذكية في العالم في مجالات مختلفة منها:

- تحويل البطاقة الذكية إلى حافظة نقود إلكترونية.
- تحويلها إلى بطاقة تعريف الهوية أو تذكرة للتنقل بوسائل النقل العمومية.

¹ شفيقة ضويفي، دور وسائل الدفع الإلكترونية في تحديث خدمات الجهاز المصرفي - دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة المدية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص نقود ومالية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير، جامعة الدكتور يحي فارس بالمدينة، 2014-2015، ص.41.

² محمد دحمان دبيح، النقود الإلكترونية : ماهيتها، مزاياها، مخاطرها، مجلة الشريعة والاقتصاد، المجلد 10، العدد 1، قسنطينة- الجزائر، 2021، ص.136.

³ مروان محمد الزغبى، الحماية الجزائرية للنقود الرقمية، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الشرعية والقانونية، المجلد 27، العدد 1، الجامعة الأردنية - عمان، 2019، ص. 229.

-تستخدم في تأمين إجراء التحويلات المالية داخل الشبكة الدولية للمعلومات.¹
تسمى أيضا باسم بطاقة الذاكرة (Memory Card) أو بطاقة الشريحة (chip Card) وهي بطاقة بلاستيكية تحتوي على رقاقة أو شريحة كومبيوتر مزروعة فيها تمكن البطاقة من أداء وظائف معينة والتي يمكن أن تشمل المعاملات المالية و امكانية دخول نظام الامن و تخزين السجلات الطبية وغيرها من السجلات.²
وتماشيا مع التطورات التكنولوجية ظهرت البطاقات الذكية، وهي عبارة عن بطاقة بلاستيكية ذات مواصفات ومقاييس معينة، تحتوي على رقاقة إلكترونية تعمل كحاسب آلي، حيث يمكن تخزين بعض البيانات عليها، واسترجاعها ، تتيح أجهزة قراءة البطاقات التي توضع في المواقع التجارية التدقيق في تفاصيل الحسابات المالية لصاحبها، وتتضمن المعلومات التالية: المعلومات الشخصية الخاصة بالعميل والشركة المصدرة للبطاقة، حيث يتم تخزين تلك البيانات عند أول استخدام للبطاقة، ولا يمكن حذفها أو تعديلها، كذلك المعلومات التي يمكن تغييرها، ككلمة السر حيث يمكن تغييرها عند كل استخدام حفاظا على السرية، وأخيرا المعلومات المالية التي تتضمن جميع المعاملات المالية للعميل، حيث يمكن تعديلها وفقا للعمليات المصرفية المختلفة للعميل.³

الشكل 2. 3: صورة لنموذج البطاقة الذكية: (mastr Card)



المصدر: <https://www.youcard.com/>، تم الاطلاع عليه يوم 23 فيفري 2023، الساعة 11:

¹زايد محمد، البطاقات البنكية كأداة لتفعيل التجارة الإلكترونية، مجلة ضياء للدراسات القانونية، المجلد 3، العدد2،المركز الجامعي نور البشير، البيض، الجزائر 2021.ص. 65.

²الموقع الإلكتروني: <https://www.meemapps.com/term/smart-cards>،تم الاطلاع عليه يوم 23فيفري 2023، على الساعة 09:43.

³ديدوش هاجرة، حريري عبد الغاني، وسائل الدفع الإلكترونية بين النظرية و التطبيق - دراسة حالة البنك الخارجي الجزائري- وكالة الشلف-، مجلة الاقتصاد الجديد، المجلد 13، العدد 02، جامعة خميس مليانة الجزائر، 2022، ص.6.

المبحث الثالث: العوامل المساعدة والمعركة لوسائل الدفع الإلكترونية و تحدياتها ومخاطرها

يعد استخدام وسائل الدفع الإلكترونية من أهم الأدوات التي تمكن المشتريين من شراء منتجاتهم عبر الإنترنت بكل سهولة وأمان. لكن هذا النظام لا يخلو من بعض العوامل المساعدة والمعركة، إلى جانب التحديات والمخاطر التي يواجهها المستخدمون.

المطلب الأول: العوامل المساعدة على نجاح وسائل الدفع الإلكترونية

في هذا العصر الرقمي، أصبحت وسائل الدفع الإلكتروني من الأمور الضرورية في حياتنا اليومية. ولتحقيق نجاحات مستدامة في هذا المجال، يتوجب علينا فهم العوامل المساعدة لنجاح وسائل الدفع الإلكترونية، فتتمثل في:

1. **نمو الانترنت:** إن نمو شبكة الانترنت يعد عاملاً أساسياً لتطور ونجاح وسائل الدفع الإلكترونية باعتبارها البيئة الملائمة لتداول هذه الوسائل، خاصة التجارة الإلكترونية التي تتم على هذه الشبكة والتي يجري الدفع فيها بالطرق الإلكترونية وعليه فمؤ نمو شبكة الانترنت وانتشارها يساعد في انتشار الوسائل الإلكترونية وبالتالي تطورها ونجاحها.
2. **ظهور البنوك الإلكترونية و خدمات مصرفية جديدة:** في ظل وجود شبكة الانترنت و شيوعها و ازدياد مستخدميها، و استغلال هذه الشبكة في ميدان النشاط التجاري الإلكتروني، لم تكنف البنوك بدور المتفرج بل شهدت ثورة في المعاملات المصرفية أمدت هذا القطاع بأحدث الآليات، جعلته أكثر مرونة و سرعة في تقديم خدماته، و قد ظهر إلى الوجود ما يسمى بالبنوك الإلكترونية.¹

والبنك الإلكتروني هو العمل الذي تكون فيه الانترنت وسيلة الاتصال بين المصرف والزبون و بمساعدة نظم أخرى تمكن الزبون من الاستفادة من الخدمات والحصول على المنتجات المصرفية المختلفة بدون الحاجة للاتصال المباشر بموظفي البنك.²

و بما أن البنوك الإلكترونية والمعاملات المصرفية الإلكترونية تتم عن طريق شبكة الانترنت، فمن الطبيعي أن يتم التعامل بوسائل الدفع الإلكترونية مما يشجع على استعمال هذه الوسائل بالإضافة إلى الخدمات المصرفية الجديدة التي تستوجب التعامل بتلك الوسائل، و أهم هذه الخدمات ما يلي:

¹عبد الرحيم وهيب، تقييم وسائل الدفع الإلكترونية و مستقبل وسائل الدفع التقليدية في ظل وجودها، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 2، المركز الجامعي لتمنراست، جانفي 2010، ص.ص. 188-189.

²عبد الهادي مسعودي، الأعمال المصرفية الإلكترونية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2016، ص.ص. 21.

• الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر الصرافات الآلية ATM : الصرافات الآلية أولى آليات تطور العمل المصرفي حيث تعتمد على وجود تحقيق ميزة تنافسية شبكة من الاتصالات تربط فرع البنك الواحد أو فروع كل البنوك في حالة قيامها بخدمة أي عميل من أي بنك، وقد تطور عمل هذه الأجهزة حيث أصبحت تقوم بالوصول إلى بيانات حسابات العملاء فوراً، و التي تقدم خدمات متقدمة في صرف المبالغ النقدية.

• الصيرفة عبر الهاتف الجوال:¹

البنك المحمول هو البنك الذي يوفر خدمة الأعمال المصرفية عبر الهاتف المحمول للعملاء مع حساباتهم في أي مكان وزمان، وغير ذلك من الخدمات الاستعلامية بشكل فوري، من خلال استخدام متصفح الانترنت على هواتفهم المحمولة، كما تشمل الخدمات المالية كتحويل النقود من حساب إلى حساب وخدمات الدفع النقدي وفتح الحسابات وإغلاقها وغيرها من الأعمال والخدمات المصرفية.²

3. **ظاهرة الحكومة الإلكترونية:** يعد موضوع الحكومة الإلكترونية من أبرز التطبيقات الإدارية

الحديثة التي ظهرت خلال السنوات القليلة الماضية، و أصبح هذا الموضوع حيويًا و يحظى بأهمية بالغة في مختلف دول العالم حيث يعد الموضوع من مكتسبات البشرية في الوقت الحاضر، و يمكن القول أن تطبيق الحكومة الإلكترونية أصبح من متطلعات كل دولة، و لأن تطبيق حكومة إلكترونية يتطلب تطبيق تجارة إلكترونية، ارتأينا التطرق لهذا الموضوع باعتباره سبباً آخر يشجع على ضرورة خلق تجارة إلكترونية

و بالتالي ضرورة استخدام وسائل الدفع الإلكترونية. الحكومة الإلكترونية هي وسيلة من الوسائل التي تستخدمها الحكومة الحقيقية بمعناها القانوني و الإداري لتوصيل المعلومات و الخدمات و تسويق السلع للمستفيدين منها عبر شبكة الانترنت و هذا لا يلغي دور الحكومة الحقيقية و إنما تسنده و تدعم كفاءته و فعاليته عن طريق البعد عن الروتين و التعقيدات البيروقراطية و اختصار المسافات و توفير وقت و جهد و مال المستفيد، و لا ينبغي التخوف من الحكومة الإلكترونية فهي لن تستغني عن الجهد و الإبداع البشري المنظم و المحرك لها.³

4. **تأمين وسائل الدفع الإلكترونية:** أصبح الدفع الإلكتروني من أكثر الطرق استخداماً لدى العديد من

المستخدمين. فهو آمن وسهل وسريع، لذلك يستخدم في العديد من المجالات مثل التسوق عبر الانترنت وتحويل الأموال بين الأفراد. إلا أن هذا التطور في وسائل الدفع يحتاج إلى تأمينه جيداً

¹عبد الرحيم وهبية، مرجع سبق ذكره، ص 190.

²بورقبة قويدر وآخرون، المعاملات المصرفية عبر الهاتف المحمول في إطار الاقتصاد الرقمي -دراسة حالة البنك المحمول الأمريكي، مجلة فصلية

أكاديمية محكمة ماهرة، المجلد العاشر، العدد الثاني، الجزائر، جوان 2019، ص. 98.

³بورقبة قويدر وآخرون، نفس المرجع، ص.ص 190-191.

حتى يتم تجنب أية مشاكل أو اختراقات قد تؤثر على خصوصية المستخدم وأمانه المالي، ونذكر بعضاً من وسائل التأمين:

- التشفير الإلكتروني: يعتبر التشفير من وسائل حفظ سرية المعلومات لاسيما في التجارة الإلكترونية التي تتطلب الحفاظ على البيانات ومعاملات الأطراف، هو عملية الحفاظ على سرية المعلومات باستخدام برامج لها القدرة على تحويل وترجمة تلك المعلومات إلى رموز بحيث إذا تم الوصول إليها من أشخاص غير مخول لهم بذلك لا يستطيعون فهم أي شيء لان ما يظهر لهم هو خليط من الرموز والارقام و الحروف الغير مفهومة.¹
- نظام المعاملات الإلكترونية الآمنة SET: يعد أهم بروتوكول متعلق بالنواحي التأمينية وهدفه الأساسي هو تأمين عملية الوفاء والمعاملات المالية التي تتم أثناء المعاملات التجارية و يتميز ببعض المميزات: يضمن أن طلب شراء المرسل هو نفسه الطلب الذي يستقبله صاحب المشروع أو التاجر عن طريق بصمة ورقية معينة تكون مميزة لهذا الطلب، و يضمن سرية طلب الشراء عن طريق تشفير المعلومات التي يشملها الطلب و كذلك البيانات الخاصة بعمليات الوفاء.²
- نظام للتأمين SSL: و تكمن مهمة البروتوكول في تشفير جميع الاتصالات بأحد برامج التصفح أو النوافذ على شبكة المعلومات أو أحد المواقع أو أحد مقار المعلومات على خادم الشبكة و بالتالي فهو يقلل من فرصة وقوع المعلومات أثناء عملية انتقالها في أيدي أي شخص غير مرغوب فيه إلى أن تصل إلى المستقبل النهائي فهو يعطي للعملاء الثقة و الطمأنينة بان المعلومات و البيانات الخاصة بهم.³
- التوقيع الإلكتروني: هو ذلك الناتج عن إتباع إجراءات محددة تؤدي في النهاية إلى نتيجة معينة معروفة مسبقاً، وهناك نوعان شائعان من التوقيع الإلكتروني في الوقت الحالي وهما: التوقيع المفتاحي: تقوم هذه التقنية بتزويد الوثيقة الإلكترونية بتوقيع مشفر مميز، يحدد هذا التوقيع الشخص الذي قام بتوقيع الوثيقة والوقت الذي تم فيه التوقيع ومعلومات صاحب التوقيع، ويتم تسجيل التوقيع بشكل رسمي عند جهات تسمى بجهات التوثيق الإلكتروني، اما النوع الثاني هو التوقيع البيومتري: هذا النوع من التوقيعات يعتمد بشكل أساسي على الخصائص الذاتية للإنسان بكافة أنواعها كالبصمة الوراثية، ورغم أن سرعة التطور

¹ عرار الباقوت، التشفير وسيلة لتأمين التجارة الإلكترونية من المخاطر التقنية، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، المجلد 5، العدد 1، جامعة البويرة الجزائر، 2022، ص. 535.

² المنتصر بالله أبوظة، حماية المستهلك من خلال تأمين وسائل الدفع الإلكترونية، مجلة الصدى للدراسات القانونية والسياسية، العدد 2، جامعة الجيلالي بونعامة - خميس مليانة، 2020، ص. 157.

³ المنتصر بالله أبوظة، لمرجع سبق ذكره، ص. 157.

العلمي في هذا المجال تنبأ عن اقتراب العمل ذا النوع بشكل موسع، إلا أن هذا النوع تعترضه عدة مخاطر ذلك أن الذبذبات الحاملة للصوت أو الصورة أو بصمة الأصبع قابلة للنسخ وإعادة الاستعمال.¹

• البصمة الإلكترونية: هي بصمة رقمية يتم اشتقاقها وفقاً لخوارزميات معينة تدعى دوال أو اقترانات الترميز، إذ تطبق هذه الخوارزميات حسابات رياضية على الرسالة لتوليد بصمة تمثل ملفاً كاملاً أو رسالة، وتتكون البصمة الإلكترونية للرسالة من بيانات لها طول ثابت يتراوح ما بين 128 و16 Bits.

المطلب الثاني: العوامل المعرّقة لوسائل الدفع الإلكتروني

تعد وسائل الدفع الإلكترونية أحد الاتجاهات المهمة للتجارة الإلكترونية، حيث تتيح للعملاء إتمام عمليات الشراء بكل سهولة ويسر، وعلى الرغم من ذلك، فإن هناك بعض العوامل التي قد تؤثر سلباً على استخدام هذه الوسائل، ومن العوامل المعرّقة لوسائل الدفع الإلكترونية نذكر ما يلي:

• الجرائم الإلكترونية:

عرفت على أنها الجريمة التي يستخدم فيها الحاسب الآلي كوسيلة أو أداة لارتكابها أو تمثيل إغراء بذلك بأنها أي جريمة يكون الحاسب فيها ضحيتها و تعرفت كذلك بأنها كل سلوك غير مشروع أو غير أخلاقي أو غير مصرح به يتعلق بالمعالجة الآلية للبيانات أو بنقلها.²

فتعرف الجرائم الإلكترونية على أنها أي فعل ضار يأتيه المواطن عبر استعماله الوسائط الإلكترونية مثل الحواسيب، أجهزة الموبايل، شبكات الاتصالات الهاتفية، شبكات نقل المعلومات، شبكة الإنترنت، أو الاستخدامات غير القانونية للبيانات الحاسوبية أو الإلكترونية.³

نذكر البعض من تصنيفاتها:

-تصنيف الجرائم تبعا لنوع المعطيات ومحل الجريمة:

الجرائم الماسة بقيمة معطيات الحاسوب: وتشمل هذه الطائفة فئتين: أولاهما الجرائم الواقعة على ذات المعطيات كجرائم الإتلاف والتشويه للمعلومات وبرامج الحاسوب بما في ذلك استخدام وسيلة الفيروسات التقنية، وثانيهما الجرائم الواقعة على ما تمثله المعطيات آليا من أموال وأصول كجرائم غش الحاسوب التي تستهدف الحصول على المال أو جرائم الاتجار بالمعطيات.

الجرائم الماسة بالمعطيات الشخصية أو البيانات المتصلة بالحياة الخاصة: وتشمل جرائم الاعتداء على المعطيات السرية أو المحمية و جرائم الاعتداء على البيانات الشخصية المتصلة بالحياة الخاصة

¹ سعيدو عزو، الامن التقني للدفع الإلكتروني أي فعالية، مجلة معالم للدراسات القانونية والسياسية، العدد 2، البلدة، 2017، ص.ص 123-124.

² صهيب ياسر محمد شهين، بشرى محمد حسن أبو ترابي، الجريمة الإلكترونية وبعدها القانوني (دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري و الفلسطيني)، مجلة نومروس الأكاديمية، المجلد الثاني، العدد 1، جامعة عباس لغخور - خنشلة، 2021، ص. 152.

³ عبد السلام محمد المايل، عادل محمد الشرجي، الجريمة الإلكترونية في الفضاء الإلكتروني المفهوم - الأسباب - سبل المكافحة مع التعرض لحالة ليبيا، مجلة آفاق للبحوث والدراسات سداسية - دولية - محكمة، العدد 04، المركز الجامعي إيليزي، 4 جوان 2019، ص. 245.

الجرائم الماسة بحقوق الملكية الفكرية لبرامج الحاسوب وتشمل جرائم قرصنة البرمجيات كنسخ و تقليد البرامج وإعادة إنتاجها وصنعها دون ترخيص واستغلالها ماديا والاعتداء على العلامة التجارية وبراءة الاختراع.

-تصنيف الجرائم تبعا لدور الكمبيوتر في الجريمة: تضمنت أربع طوائف على النحو التالي :

-الجرائم التي تستهدف عناصر سرية و ديمومة توفر المعطيات والنظم: تضم الدخول غير القانوني، الاعتراض غير القانوني، تدمير المعطيات.

-الجرائم المرتبطة بالكمبيوتر وتضم: التزوير المرتبط بالكمبيوتر، الاحتيال المرتبط بالكمبيوتر. -الجرائم المرتبطة بالمحتوى.

-الجرائم المرتبطة بالإخلال بحق المؤلف و الحقوق المجاورة.¹

• جرائم البطاقات البنكية:

من الأفعال التي ينبغي تجريمها داخل إطار التجارة الإلكترونية، هو استخدام بطاقة الائتمان الإلكترونية التي قد يساء استخدامها من قبل الحامل الشرعي لها، أو من قبل الغير، وعليه نعرض بعض صور العدوان على بطاقات البنكية كالتالي:

- صور الاستخدام غير المشروع للبطاقات البنكية من قبل الحامل الشرعي لها: جريمة إساءة استعمال البطاقة البنكية، جريمة استخدام البطاقة البنكية منتهية الصلاحية، جريمة استخدام بطاقة بنكية ملغاة، جريمة إساءة استخدام بطاقة ضمان الشيكات، إساءة استخدام بطاقة السحب الإلكترونية من الصراف الآلي،

- صور الاستخدام غير المشروع للبطاقات البنكية من قبل الغير: جريمة استعمال بطاقة مسروقة أو مفقودة، جريمة استعمال بطاقة بنكية مزورة.²

المطلب الثالث: التحديات والمخاطر التي تفرزها وسائل الدفع الإلكترونية

مع التطور المتسارع للتكنولوجيا، أصبح الدفع الإلكتروني أحد الخيارات المرغوبة لدى المستخدمين في جميع أنحاء العالم. ومع ذلك، يأتي هذا النوع من الدفع بالكثير من التحديات والمخاطر التي يجب توخي الحذر منها.

الفرع الأول: التحديات التي تفرزها وسائل الدفع الإلكتروني

من التحديات التي تواجه وسائل الدفع الإلكتروني ما يلي:

• قلة الوعي:

¹ إيمان مكري، الجريمة الإلكترونية في التشريع الجزائري - دراسة وصفية تحليلية للقوانين المحرمة الكترونيا 2000-2013 ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تشريعات إعلامية، كلية علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر 3، 2015، 2014، ص. 161-163.

² عمراني مصطفى، جريمة تزوير البطاقات البنكية، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، العدد السابع، جامعة جيلالي اليابس سيدي بلعباس، 2017، ص.ص. 208-209.

إن إجراء الدفع عبر الإنترنت ليس عملية بسيطة حتى الأشخاص الأكثر تعليم يواجهون صعوبات في الدفع عبر الإنترنت. لهذا السبب، يختارون باستمرار الطريقة القديمة للشراء. فمثلا عندما تكون هناك مشكلة فنية مع الخادم، يتعذر على العملاء إجراء مدفوعات عبر الإنترنت لذلك يبتعد الناس عنها.

• نقص الحماية:

يسهل على مجرمي الإنترنت سرقة الأموال والبيانات الشخصية من أنظمة الدفع القائمة على الإنترنت. حيث يتعين على العملاء تقديم معلومات شخصية، مثل رقم بطاقة الائتمان الخاصة بهم ورقم الحساب، أثناء إجراء عمليات الشراء عبر الإنترنت. في بعض الحالات، يتم إرسال هذه البيانات بطريقة غير مشفرة. عن طريق البريد أو الهاتف، يمكن اختراق هذه الحقائق الشخصية.¹

الفرع الثاني: المخاطر التي تفرزها وسائل الدفع الإلكتروني

أ-المخاطر التنظيمية أو الأمنية لوسائل الدفع الالكترونية

وتتمثل المخاطر التنظيمية والأمنية لوسائل الدفع الالكتروني في :

- مخاطر ناتجة عن خلل في تشغيل أداة الدفع: يلحق بالمستهلك أضرار نتيجة القصور الوظيفي الذي قد تعاني أداة الدفع أمثلة هذه الأضرار خسارته للأرصدة النقدية الإلكترونية المنجزة ومن الأخطاء الشائعة كذلك الناتجة عن القصور الوظيفي نتيجة لتقصير ي الصيانة مما يؤدي الى تعطيل هذه الأنظمة.
- فقد أداة الدفع الالكتروني: قد يتم الحصول على أرقام بطاقة الائتمان الخاصة بالغير بسرقة البطاقة ذاتها أو سرقة بياناتها خارج الوسط الإلكتروني أو يتم الحصول على تلك البيانات عبر الوسط الإلكتروني، ثم يقوم الجاني باستخدام بيانا البطاقة المملوكة للغير في شراء سل أو خدمات عبر الإنترنت لكن في فقد المستهلك أداة الدفع الإلكترونية الخاصة به دون خطأ الغير كاستخدام بطاقة الائتمان في حالة إلغائها أو استخدام البطاقة في حالة انتمائها.
- القرصنة الإلكترونية: قد تكمن القرصنة في وسائل الدفع الإلكترونية في التزوير و يمكن تصور وقوع التزوير في هذا النوع من البطاقة باستعمال إحدى طرق التزوير المتمثلة في الإضافة أو الهدف أو

¹Mohammed Kamran Siddiqui and other's , Overview the issues and challenges of Electronic Payment System for secure Online Payment, Journal of Advances and Scholarly Researches in Allied Education | Multidisciplinary Academic Research,

اصطناع ألقاظ أو أرقام أو إمضاءات أو أختام أو بصمات، وقد يمكن التزوير في امكانية التزوير¹ الكلي وتقليد بطاقة الدفع الإلكترونية أو تزوير جزئي لها تتم عملية التزوير إما في الإشعارات أو المستندات أو إصدار وسائل دفع صحيحة بمستندات مزورة.

ب - المخاطر القانونية لوسائل الدفع الإلكترونية:

تقع هذه المخاطر في حالة انتهاك القوانين أو القواعد أو الضوابط المقررة خاصة تلك المتعلقة بمكافحة عمليات غسل الأموال، أو نتيجة عدم التحديد الواضح للحقوق والالتزامات القانونية الناتجة عن العمليات الدفع الإلكترونية ومن بين المخاطر القانونية:²

- النقود الإلكترونية تسهل ارتكاب جريمة تبييض الأموال: فتعد وسائل الدفع بشكل عام والنقود الإلكترونية بشكل خاص أدوات حديثة للدفع سهلة الاستخدام وسريعة الحركة ومن المفترض أن تشكل خطوة ايجابية على طريق تقدم الحياة الاقتصادية، ويتم التعامل بالنقود الإلكترونية دون الحاجة إلى ظهور الهوية الحقيقية للمتعاملين وأحيانا دون ظهور هويتهم، وهذا الواقع يخلق فرصة لدى غاسل الأموال لاستخدامها في ارتكاب جريمته ودون التعرف على شخصيته كما أن السرية التي تتميز بها النقود الإلكترونية تجعل مهمة السلطات المختصة بمراقبة جريمة غسل الأموال مهمة صعبة جدا فيصعب مراقبة العمليات المالية التي تمت باستخدام النقود الإلكترونية كما تساعد كذلك على تأمين هذه الأموال غير المشروعة التي تحتاج إلى الغسل.³

¹كريمة شايب باشا، آليات الحماية من مخاطر الدفع الإلكتروني في التشريع الجزائري، المجلة الجزائرية للسياسات العامة، المجلد 7، العدد2، جامعة البليدة، 2018، ص.38

²فريد مشري و آخرون، الحماية القانونية لوسائل الدفع الإلكترونية، الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي ضرورة الانتقال وتحديات الحماية، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف، 23 و 24 أبريل 2018، ص. 7.

³بوعكة كاملة، النظام القانوني لوسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية -المجلد 17 العدد 10، جامعة محمد بوضياف- المسيلة، 2022، ص. 24-25.

خلاصة الفصل:

في الأخير نستنتج أن تطور التكنولوجيا والتوسع في مجال استخدام الانترنت ساهم في تغير طبيعة عمل المصارف وتطوير لوسائل الدفع التقليدية إلى وسائل دفع إلكترونية التي ساهمت في توفير الجهد والوقت والأمان للمتعاملين من جهة وزيادة حجم المعاملات وإرباح المصارف من جهة أخرى، والتي أصبحت وسيلة لا يمكن الاستغناء عنها في تسوية المعاملات في مجال التجارة الالكترونية فقد دفعت هذه الوسائل إلى إيجاد العوامل الضرورية لازدهار التجارة الالكترونية ومن ثم كان لها دور فعال في تنمية التجارة العالمية.

**الفصل الثالث : الإطار التطبيقي لدور وسائل الدفع
الالكترونية في نمو حجم التجارة الالكترونية
-دراسة حالة الجزائر 2016-2021-**

تمهيد

تعتبر وسائل الدفع الإلكترونية من العوامل الرئيسية في نمو حجم التجارة الإلكترونية في الجزائر، حيث تساعد على تسهيل عملية الشراء وتحقيق الأمان والراحة للمستهلكين. حيث تعمل هذه الوسائل على تيسير عملية الدفع للمستهلكين وتحقيق الأمان والراحة لهم، مما يزيد من معدلات الشراء والمبيعات في التجارة الإلكترونية. وتتوفر في الجزائر العديد من وسائل الدفع الإلكترونية، مثل بطاقات الائتمان والخصم، والتحويل البنكي الإلكتروني، ومحافظ العملات الرقمية، والدفع الإلكتروني عبر المواقع الإلكترونية المختلفة. وفي هذا الفصل سنتعرف على ذلك خلال الفترة الممتدة ما بين 2016-2021 .

- المبحث الأول: التجارة الإلكترونية في الجزائر
- المبحث الثاني: وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر
- المبحث الثالث: دور وسائل الدفع الإلكترونية على التجارة الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة

2016-2021

المبحث الأول: التجارة الإلكترونية في الجزائر

تعتبر التجارة الإلكترونية من المجالات المتنامية في الجزائر خلال السنوات الأخيرة، حيث شهدت زيادة في عدد المتاجر الإلكترونية وعدد العمليات الإلكترونية التي تتم يوميا وهذا ما سنتعرف عليه في هذا المبحث.

المطلب الأول: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر

تعتبر التجارة الإلكترونية في الجزائر من القطاعات الناشئة، وتواجه الكثير من الصعوبات في التطور والتنمية، وهذا يرجع إلى عدة أسباب.

الفرع الأول: الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية في الجزائر

تم سن مجموعة من القوانين لتواكب التطور الحاصل في مجال التكنولوجيا والاتصال منها:

-المرسوم التنفيذي رقم 98-257 المعدل بالمرسوم التنفيذي رقم 00-307 المؤرخ في 14-10-2000 يعد أول نص تشريعي يصدر لتنظيم خدمات الانترنت في الجزائر، وكذلك تمرير سوق مزودي خدمة الانترنت، و عليه فان النص يحصر ويحدد كل الجوانب المتعلقة بخدمات الانترنت.

-قانون رقم 05-10 والمتعلق بتعديل قانون المدني حيث بنص في المادة 323 مكرر إدراج الكتابة في الشكل الإلكتروني وذلك للاستعانة بها في الإثبات وتأخذ هذه الكتابة شكل ذات معنى مفهوم بالتوقيع الإلكتروني و الذي صدر فيما بعد بنص آخر سنة 2015 تحت رقم 15-04.

-المرسوم التنفيذي رقم 07-162 المؤرخ في 30-05-2007 والذي عرف التوقيع الإلكتروني في المادة 3مكرر 1 من قانون مدني ويدخل ضمن هذا المرسوم كذلك التصديق الإلكتروني من خلال تراخيص منحها سلطة البريد والمواصلات من اجل محاربة الغش والاحتيال.

-استخدام نظام الدفع الإلكتروني من خلال تعديل في الأمر رقم 03-11 في المادة 69 منه حول وسائل السحب والدفع وقد صدر القانون رقم 05-02 المؤرخ في 26-02-2005 بغية تطوير ومعرفة القطاع المعرفي من خلال الانتقال من استعمال وسائل الدفع التقليدية إلى الإلكترونية من خلال بطاقة الدفع والسحب الإلكتروني.

-القانون رقم 09-04 المؤرخ في 05-08-2009 والذي تم إصداره من اجل التصدي للجريمة الإلكترونية من خلال قواعد الحماية من الجريمة المتصلة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومكافحتها باعتبار أن هذا المجال أصبح يشهد جرائم عديدة.¹

ولقد عرف المشرع الجزائري التجارة الإلكترونية في القانون رقم 18-5 المؤرخ في 10 مايو سنة 2018 ونص في المادة 6 منه أنه يقصد في مفهوم هذا القانون بالتجارة الإلكترونية "النشاط الذي يقوم بموجبه مورد

¹تقي الدين حتوت، محمد زخري ابن محمد نور، واقع تطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر بين النظرية والممارسة (دراسة تحليلية)، المجلة العالمية للبحوث العلمية المتعددة التخصصات، المجلد 01، العدد 02، جامعة شمال ماليزيا، 2020، ص.75.

الالكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد لمستهلك الكتروني عن طريق الاتصالات الالكترونية" وقد تضمن هذا القانون 50 مادة و4 أبواب.

الباب الأول: تضمن أحكاما عامة في 5 مواد حددت مجال تطبيق هذا القانون، والمادة السادسة 6 التي تضمنت 6 مصطلحات أساسية في قانون التجارة الالكترونية وشرحتها ووضحت المعنى المقصود منها في مفهوم هذا القانون وهذه المصطلحات هي: التجارة الالكترونية، العقد الالكتروني، المستهلك الالكتروني، وسيلة الدفع الالكتروني، الإشهار الالكتروني، اسم النطاق للطلبية الالكترونية، المورد الالكتروني.

الباب الثاني: ممارسة التجارة الالكترونية: ويتضمن 7 فصول، تناول الفصل الأول المعاملات التجارية العابرة للحدود وجاء الفصل الثاني متناولا شروط ممارسة التجارة الالكترونية، أما الفصل الثالث فقد تطرق إلى المتطلبات المتعلقة بالمعاملات التجارية عن طريق الاتصال الالكتروني وحدد الفصل الرابع التزامات المستهلك الالكتروني في حين تطرق الفصل الخامس لواجبات المورد الالكتروني ومسؤولياته أما الفصل السادس فقد خصص للدفع في المعاملات الالكترونية و الفصل السابع للإشهار الالكتروني.

الباب الثالث: وقد خصص للمخالفات والعقوبات وقد قسم إلى فصلين الفصل الأول مراقبة الموردين الالكترونيين ومعاينة المخالفات والعقوبات المقدره لكل مخالفة.

الباب الرابع: خصص للأحكام الانتقالية والختامية وقد تضمن مادتين هما 49 و50 حيث نصت المادة 49 منه على انه " يتعين على الأشخاص الطبيعيين والمعنويين الذين يمارسون التجارة الالكترونية عند تاريخ نشر هذا القانون الامتثال لأحكامه في اجل لا يتجاوز 6 أشهر".

كما تجدر الإشارة إلى أن المشرع الجزائري حاول من خلال هذا القانون التعرض لمختلف الجوانب القانونية للتجارة الالكترونية.

أيضا تمت الإشارة إلى كيفية أن مراقبة ومعاينة المخالفات المنصوص عليها في هذا القانون وردت في نفس الأشكال المحددة في التشريعات والتنظيمات المعمول بها والمطبقة على الممارسات التجارية وشروط ممارسة الأنشطة التجارية وحماية المستهلك وقمع الغش.²

الفرع الثاني: متطلبات اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر

يرتبط انتشار التجارة الالكترونية في الجزائر وتطورها بتوفر العديد من المتطلبات، منها ما هي متعلقة بتوفر بنية تحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، ومنها ما هي مرتبطة بمدى تأهيل الكادر البشري وزيادة وعي المجتمع بتكنولوجيا الإعلام والاتصال وممارسة التجارة الالكترونية، ومنها ما هي متعلقة بالإطار التشريعي الذي يحكم وينظم التجارة الالكترونية، وعليه فان متطلبات إقامة التجارة الالكترونية في الجزائر تتمثل في:

¹يامة إبراهيم، التنظيم القانوني للتجارة الالكترونية في الجزائر، مجلة القانون والعلوم السياسية، المجلد 05، العدد02، أدرار، الجزائر، 2019، ص.7.

²يامة إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص.7.

متطلبات تكنولوجية: تتمثل المتطلبات التكنولوجية الضرورية لنجاح التجارة الالكترونية في الجزائر في ضرورة الاعتماد على مصادر الطاقة الكهربائية الكافية لتأمين العمل الالكتروني بتحديث وتطوير قدرات التوريد والنقل والتوزيع وهي عناصر لازالت الجزائر تشهد تأخرا ملحوظا في هذا الشأن، فلا تزال الجزائر تعاني من الانقطاع المتكرر في الطاقة الكهربائية، إضافة إلى ضعف وسائل النقل والتوريد وضعف البنية التحتية من طرقات ومطارات وموانئ وهي أمور ضرورية لنجاح وتطور التجارة الالكترونية في الجزائر.

متطلبات مالية: تتمثل المتطلبات المالية لتسريع وتيرة التجارة الالكترونية في الجزائر في زيادة الإنفاق الحكومي في مجالات البحث والتطوير لمواكبة التقدم التكنولوجي الحاصل في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتقليص الفجوة بينها وبين الدول المتقدمة.

متطلبات تشريعية: تمثل المتطلبات التشريعية أهم عنصر في متطلبات التجارة الإلكترونية، ويتمثل الجانب التشريعي في هذا المجال بالنسبة للتجارة الالكترونية في ضرورة إيجاد الإطار التشريعي الذي يحمي المستهلك ويكسبه الثقة والأمل الذي يشجعه على ممارسة التجارة الالكترونية، ويجعله يحس بالأمان في تعاملاته الالكترونية وتوفير الإطار القانوني الملائم لممارسة التجارة الالكترونية في الجزائر من خلال إعادة النظر في القوانين والتشريعات الحالية لتكييفها مع طبيعة هذه المعاملات، وإحداث قوانين وتشريعات جديدة تتلاءم مع خصوصيات التجارة الالكترونية لتوفير البيئة القانونية المناسبة لممارستها.

متطلبات اجتماعية: إن نجاح التجارة الالكترونية يتطلب تهيئة البيئة الاجتماعية التي تنمو فيها التجارة الالكترونية وتتطور من خلال إعداد وتهيئة المجتمع لقبول فكرة التجارة الالكترونية كسبيل حديث لإتمام المعاملات التجارية، من خلال برامج التوعية والتثقيف والإعداد النفسي لأفراد المجتمع واعتماد خبرات بشرية ذات كفاءة عالية بالتكوين لرأس مال بشري متخصص.¹

الفرع الثالث: أهم مواقع التجارة الالكترونية في الجزائر

¹وشان أحمد ، متطلبات تكييف النظام الضريبي الجزائري في ظل تحديات التجارة الإلكترونية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، قسم العلوم

الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي - الشلف-، الجزائر، 2016-2017، ص.ص.109- 110.

الجدول رقم 1.3: لمحة عن اهم مواقع التجارة الالكترونية في الجزائر

الموقع	الوصف
<p>جوميا</p> <p>/https://www.jumia.dz/ar</p> 	<p>هو متجر الكتروني وموقع للتسوق عبر الانترنت ويتيح لزواره شراء السلع التي يحتاجونها فيتم عرض السلع مع تحديد أسعارها وإمكانية توصيلها للمشتري في أي مكان يحدده.</p>
<p>اشر يلي</p> <p>/https://echrildz.blogspot.com</p> 	<p>هو متجر الكتروني لشراء السلع عبر الانترنت ويكون الدفع عبر بريد الجزائر وذلك بدفع ثمن المنتج وفوائد الموقع وغالبا يكون الدفع قبل طلب المنتج مع توفر خدمة النقل المجاني فيقوم الموقع بشراء منتجات من مواقع محددة تنشط في الصين وفي غضون أسبوعين يصل المنتج إلى الجزائر وتبقى أيام قليلة ليصل إلى الزبون المحدد.</p>
<p>واد كنيس</p> <p>https://www.ouedkniss.com/?lang=ar</p> 	<p>يعتبر سوق افتراضي في الجزائر ومتجر الكتروني يختص بإعلانات البيع والشراء على الانترنت وتقريب الزبائن من بعضهم البعض، كما تمتلك الشركة مواقع أخرى كموقع CVit و auto bip</p>
<p>Dz shop</p> <p>https://dzshop.vip/page/4</p> 	<p>هو متجر الكتروني لشراء مختلف السلع حسب التصنيف يسوق لمجموعة من المنتجات ألبسة والأحذية مع ضمان التوصيل خلال 48 ساعة</p>
<p>/https://dzdeal.store</p> 	<p>هو متجر للتسوق بشكل سهل وآمن يوفر منتجات عديدة مع توفير خدمة الشحن وعادة تأخذ من يوم إلى 3 أيام.</p>

المصدر : من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مواقع المتاجر الالكترونية

المطلب الثاني: وضعية سوق الانترنت في الجزائر

أولا واقع انتشار الانترنت في الجزائر

الجزائر لديها واحدة من أكبر أسواق الإنترنت في القارة الأفريقية. في عام 2022، سجلت البلاد سادس أكبر عدد من مستخدمي الإنترنت في إفريقيا. بلغ عدد مستخدمي الإنترنت في الجزائر حوالي 27 مليون في ذلك العام، مما يعني أن أكثر من 60 في المائة من سكان البلاد كانوا متصلين بالإنترنت. كما صنفت الجزائر من بين الدول الأفريقية الرائدة في شمولية الإنترنت، حيث حققت أداء جيدا من حيث توافر الإنترنت والقدرة على تحمل التكاليف، وأهمية المحتوى عبر الإنترنت، واستعداد السكان للوصول إلى الإنترنت. في حين أن الوصول إلى الإنترنت يحدث بشكل أساسي من خلال الأجهزة المحمولة، لا تزال البلاد تتمتع بسوق إنترنت ثابت قوي.¹

اشتراكات الإنترنت الثابتة تستمر في الارتفاع

ارتفع استخدام الإنترنت الثابت في الجزائر بشكل مستمر في السنوات الأخيرة. نمت اشتراكات الإنترنت الثابت من حوالي 3.3 مليون في عام 2018 إلى 4.3 مليون في عام 2022. وفي الوقت نفسه، زاد معدل تغلغل اشتراكات النطاق العريض الثابت أيضا بشكل كبير في العقد الماضي بأكثر من الضعف بين عامي 2014 و 2020. اتصالات خط المشترك (ADSL) والخطوط المؤجرة (LL)، أشهر تقنيات الإنترنت الثابت في الدولة.

الإنترنت عبر الهاتف المحمول يقود حركة مرور الويب

مع تزايد اعتماد البلاد للهواتف المحمولة وتحسين البنية التحتية للإنترنت، يستخدم سكان الجزائر على نطاق واسع الأجهزة المحمولة للوصول إلى الإنترنت. تولد مثل هذه الأجهزة ما يقرب من 60 بالمائة من حركة مرور الويب في الدولة. في عام 2022، كان لدى الجزائر أكثر من 40 مليون اشتراك في الإنترنت عبر الهاتف المحمول وتجاوز معدل الانتشار 60 في المائة. يختار معظم مستخدمي الإنترنت عبر الهاتف المحمول تقنيات 4G والحلول المدفوعة مسبقا. علاوة على ذلك، فإن شركة Algérie Télécom Mobile و Optimum Télécom Algérie والوطنية للاتصالات الجزائرية هي أشهر مشغلي الإنترنت عبر الهاتف المحمول.

وسائل التواصل الاجتماعي والأنشطة عبر الإنترنت

¹مريم صالح، 29 نوفمبر 2022 على موقع <https://www.statista.com/topics/10163/internet-usage-in-algeria/#topicOverview>

نظرا لتزايد انتشار الإنترنت، ازداد عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في الجزائر في السنوات الأخيرة. بعد مصر، تمتلك البلاد ثاني أكبر جمهور على وسائل التواصل الاجتماعي في منطقة شمال إفريقيا. يعد Face book و Messenger من أهم منصات الوسائط الاجتماعية، حيث يبلغ عدد المستخدمين حوالي 30 مليون و25 مليون مستخدم على التوالي. بصرف النظر عن الشبكات الاجتماعية، ينخرط المستخدمون الجزائريون في العديد من الأنشطة الأخرى عبر الإنترنت. على سبيل المثال، أصبحت عمليات الشراء عبر الإنترنت شائعة بشكل متزايد، مدفوعة بقطاعات التجارة الإلكترونية في مجال الإلكترونيات والأزياء. أدى الانتشار المتزايد للإنترنت واعتماد التجارة الإلكترونية أيضا إلى زيادة تواتر المدفوعات عبر الإنترنت في السنوات الأخيرة. ومع ذلك، لا يزال انتشار الخدمات المصرفية عبر الإنترنت في البلاد منخفضا نسبيا.¹

ثانيا عرض تطور مشتركى الانترنت في الجزائر خلال الفترة 2016-2021

الجدول رقم 2.3 عدد مشتركى الانترنت في الجزائر 2016-2021(عميل)

السنة الخدمة	2016	2017	2018	2019	2020	2021
مشتركى adsl	2083114	2246918	2190465	2377120	2501113	2656942
4g lte/ويماكس	777292	921099	1069000	1192056	1 205 364	1 341 400
الجيل الرابع 4g	1464811	9867671	36342601	24922271	29506880	34507542
الجيل الثالث 3g	25214732	21592863	-	11989157	9265682	7272657
LS/FTTH	-	-	-	-	72314	166433
مجموع مشتركى الانترنت	29539949	34628551	39602066	40480604	42551353	45944974
نسبة التغير	-	17.22%	14.36%	2.2%	5.11%	7.97%

المصدر من إعداد الطالبين بالاعتماد على إحصائيات سلطة ضبط البريد و المواصلات <https://www.arpce.dz/ar>

الشكل رقم 1.3 تطور عدد مشتركى الانترنت (عميل)



المصدر من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الجدول رقم 3, 2

من خلال الجدول و الشكل أعلاه نلاحظ أن مستخدمي الانترنت في الجزائر خلال الفترة 2016-2021 في تزايد مستمر. حيث بلغ 29539949 مشترك سنة 2016 ثم ارتفع إلى 34628551 مشترك سنة 2017 أي بنسبة تغير قدرها 17.22%. ليواصل عدد المشتركين في الارتفاع إلى غاية سنة 2021 حيث بلغ أقصى قيمة له 45944974 مشترك.

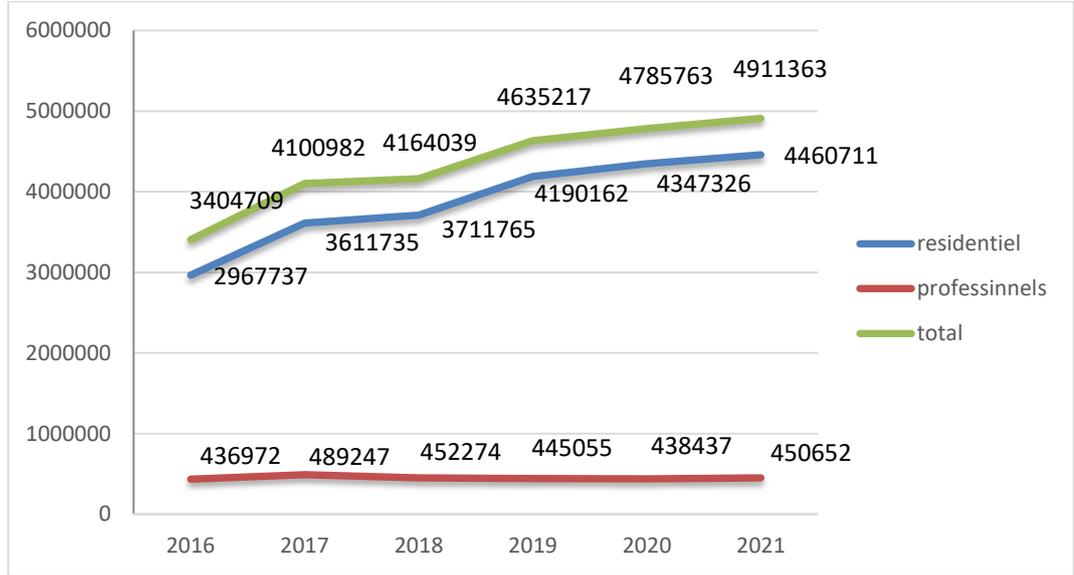
ثالثا تطور عدد اشتراكات الهاتف الثابت في الجزائر 2016-2021

الجدول رقم 3.3 تطور عدد اشتراكات الهاتف الثابت في الجزائر 2016-2021 (عميل)

2021	2020	2019	2018	2017	2016	
4460711	4347326	4190162	3711765	3611735	2967737	residentiel
450652	438437	445055	452274	489247	436972	professionnels
4911363	4785763	4635217	4164039	4100982	3404709	Total
%2.62	%3.24	%11.31	%1.53	%20.45	-	نسبة التغير

المصدر من إعداد الطالبتين بالاعتماد على إحصائيات وزارة الاتصالات السلكية و اللاسلكية [/https://www.mpt.gov.dz/ar/telecommunications](https://www.mpt.gov.dz/ar/telecommunications)

الشكل رقم 2.3 تطور عدد اشتراكات الهاتف الثابت في الجزائر 2016-2021(عميل)



المصدر من اعداد الطالبتين بالاعتماد على الجدول رقم 3,3

من خلال الجدول و الشكل أعلاه نلاحظ أن عدد اشتراكات الهاتف الثابت في الجزائر 2016-2021 في تزايد مستمر بنسب متناقصة. حيث بلغ 3404709 مشترك سنة 2016 ثم ارتفع الى 4100982 مشترك سنة 2017 أي بنسبة تغير قدرها 20.45% ليواصل عدد المشتركين في الارتفاع إلى غاية سنة 2021 حيث بلغ 4911363 مشترك بنسبة تغير 2.62% مع السنة السابقة.

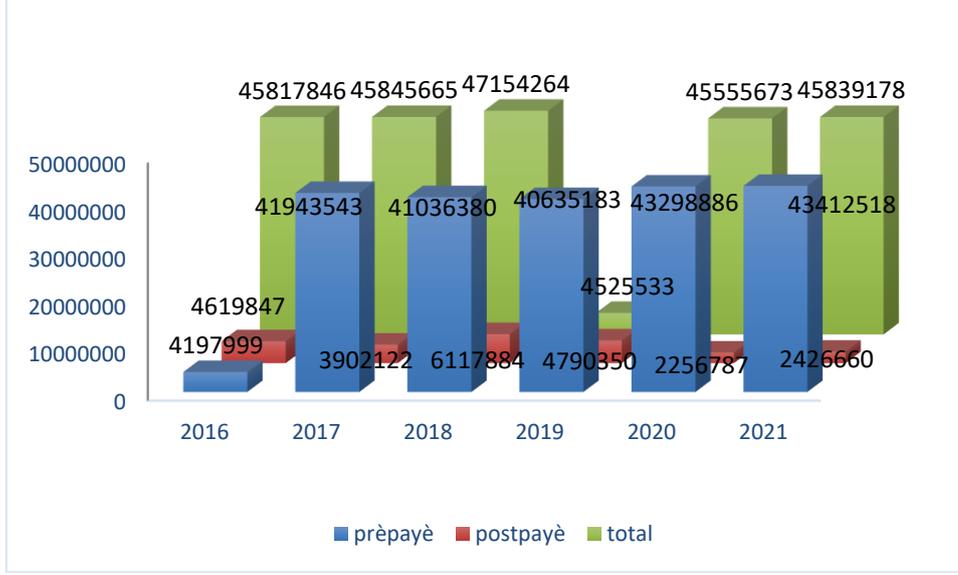
رابعا تطور عدد اشتراكات شبكات المحمول الخلوية في الجزائر 2016-2021

الجدول رقم 4.3 تطور عدد اشتراكات شبكات المحمول الخلوية في الجزائر 2016-2021(عميل)

2021	2020	2019	2018	2017	2016	
43412518	43298886	40635183	41036380	41943543	4197999	prèpayè
2426660	2256787	4790350	6117884	3902122	4619847	postpayè
45839178	45555673	45425503	47154264	45845665	45817846	Total
%0.62	%0.28	%3.66-	%2.85	%0.06	-	نسبة التغير

المصدر من إعداد الطالبتين بالاعتماد على إحصائيات وزارة الاتصالات السلكية و اللاسلكية [/https://www.mpt.gov.dz/ar/telecommunications](https://www.mpt.gov.dz/ar/telecommunications)

الشكل رقم 3.3 تطور عدد اشتراكات شبكات المحمول الخلوية في الجزائر 2016-2021(عميل)



المصدر من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الجدول رقم 3.4

من خلال الجدول و الشكل أعلاه نلاحظ إن عدد اشتراكات شبكات المحمول الخلوية في الجزائر 2016-2021 بلغ 45817846 مشترك سنة 2016 ثم ارتفع الى 47154264 مشترك سنة 2018 أي بنسبة تغير قدرها 2.91%. لينخفض سنة 2019 الى 45425503 مشترك ثم يواصل عدد المشتركين في الارتفاع الى غاية سنة 2021 .

المطلب الثالث: إحصائيات التجارة الالكترونية في الجزائر خلال الفترة 2016-2021

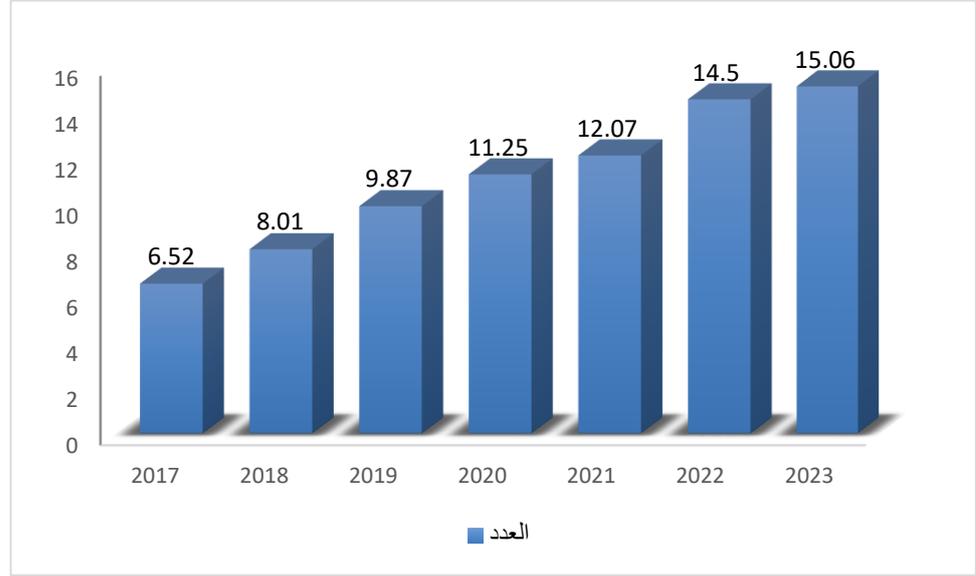
أولا عدد مستخدمي التجارة الإلكترونية في الجزائر من 2017 إلى 2023 (بالملايين)

الجدول رقم 5.3 تطور عدد مستخدمي التجارة الإلكترونية في الجزائر من 2017 إلى 2023 (بالملايين)

السنوات	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
عدد المستخدمين للتجارة الإلكترونية- مليون-	6.52	8.01	9.87	11.25	12.07	14.50	15.06

المصدر: <https://www.statista.com/forecasts/1331902/number-of-e-commerce-users-in-algeria>

الشكل رقم 4.3 تطور عدد مستخدمي التجارة الإلكترونية في الجزائر من 2017 إلى 2023 (بالملايين)



المصدر من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الجدول رقم 3, 5

نلاحظ من خلال الشكل والجدول أعلاه المتمثل في عدد مستخدمي التجارة الإلكترونية في الجزائر من 2017 إلى 2023 (بالملايين) إن العدد يزيد بوتيرة متسارعة حيث كان سنة 2017 حوالي 6.52 مليون مستخدم ليرتفع إلى 12.07 مليون مستخدم سنة 2021 و14.5 مليون خلال سنة 2022 ليبلغ أقصاه قبل نهاية سنة 2023 ب حوالي 15.06 مليون مستخدم. هذه المعطيات تشير إلى زيادة مستدامة في استخدام التجارة الإلكترونية في الجزائر على مر السنين. حيث يعود هذا الارتفاع الى العديد من العوامل المساهمة و التي من بينها زيادة الوعي بفوائد التجارة الإلكترونية، وتحسين البنية التحتية للإنترنت والتكنولوجيا، وتوفير المزيد من المنصات والخدمات الإلكترونية للمستخدمين.

ثانيا: تطور قيمة مؤشر التجارة الإلكترونية B2C في الجزائر خلال الفترة 2016-2020

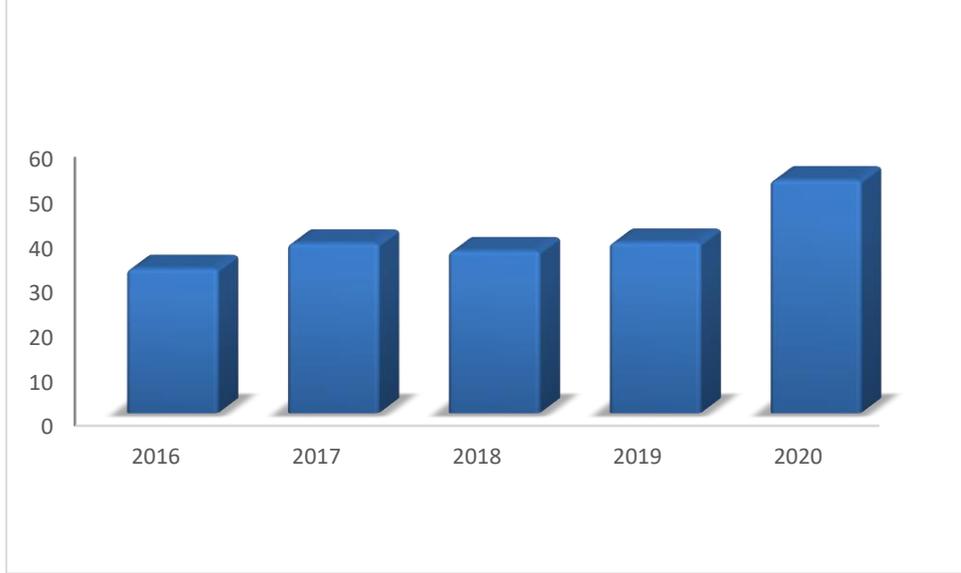
الجدول رقم 6.3 تطور قيمة مؤشر التجارة الإلكترونية B2C في الجزائر خلال الفترة 2016-

2020 (%)

السنة	2020	2019	2018	2017	2016
التطور	52.2	38.2	36.3	38	32.3
قيمة المؤشر %					

[المصدر: https://unctad.Org](https://unctad.Org)

الشكل رقم 5.3 تطور قيمة مؤشر التجارة الالكترونية B2C في الجزائر خلال الفترة 2016-2020 (%)



المصدر من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الجدول رقم 6,3

نلاحظ من خلال الجدول رقم 6.3 والشكل 5.3 أن قيمة مؤشر B2C سنة 2016 كانت تقدر بحوالي 32.3 حيث احتلت الجزائر المرتبة 95 عالميا، بينما في سنة 2017 بلغت قيمة المؤشر B2C حوالي 38 واحتلت المرتبة 97 وذلك يفسر تقدمها عن السنة التي قبلها. أما في سنة 2020 فقد تقدمت الجزائر ب 27 مرتبة عن سنة 2019 حيث قدرت نسبة المؤشر B2C ب 52.2 وهذا التقدم الجيد الذي حققته الجزائر يعود حتما إلى ما تسببت فيه جائحة كوفيد 19 والتي دفعت العالم بصفة عامة والجزائر بصفة خاصة نحو تطبيق التجارة الالكترونية والاستفادة من مميزاتهما.

المبحث الثاني: وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر

في السنوات الأخيرة، شهدت الجزائر تطورا في وسائل الدفع الإلكترونية وذلك بفضل الجهود التي تبذلها الحكومة الجزائرية لتعزيز الاقتصاد الرقمي وتحسين وتسهيل العمليات المالية الإلكترونية. وفي هذا المبحث سنتعرف على وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر و تطورها.

المطلب الأول: واقع وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر

يعتبر الدفع الإلكتروني من المحفزات الهامة لتطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر فهي تشهد تحسنا ملحوظا في هذا القطاع بالرغم من التحديات و المشاكل التي تواجهه لكن توفير وسائل الدفع الإلكتروني يمثل خطوة ايجابية نحو التطوير

الفرع الأول: عصره وتحديث نظام الدفع الإلكتروني في الجزائر

- نظام التسوية الإجمالية الفورية للمبالغ الكبيرة: لقد حدد النظام رقم 05-04 المؤرخ في 13 أكتوبر 2005 نظام التسوية الإجمالية الفورية للمبالغ الكبيرة وهو نظاما للتسوية بين البنوك ويعرف هذا النظام بأنه " نظام يخص أوامر الدفع التي ما بين المصارف باستخدام التحويلات المصرفية أو البريدية للمبالغ الكبيرة وللدفع الفوري المحقق من قبل المشاركين في هذا النظام" .

ويعرف أيضا على انه: " تنفيذ أوامر التحويل المصرفية أو البريدية في وقت حقيقي على أساس جمالي ودون فترة سماح، والقاعدة العامة هي عملية بعملية، ويتعلق الأمر بالتحويلات التي يفوق مبلغها واحد مليون دينار جزائري، وكذا التحويلات السريعة التي تكون أقل من هذا المبلغ بطلب من العميل".
أن نظام التسوية الإجمالية الفورية للمبالغ الكبيرة والدفع المستعجل، وهو نظام داخلي لبنك الجزائر فهو الذي يشرف عليه ويديره في إطار وظيفته كبنك للبنوك، وأن كل العمليات مع بنك الجزائر والعمليات فيما بين البنوك، تعالج تلقائيا داخل هذا النظام¹.

- نظام المقاصة الخاص بالجمهور العريض: تم إنشاء نظام المقاصة الإلكترونية الذي يدعى نظام الجزائر للمقاصة السفلية ما بين البنوك (ATCI) بموجب النظام رقم 05-06 ويتعلق الأمر بنظام ما بين البنوك للمقاصة الإلكترونية للصفوك والسندات والتحويلات والاقتطاعات الأوتوماتيكية السحب

¹تومي إبراهيم، تقييم تجربة استخدام نظامي التسوية الإجمالية الفورية للمبالغ الكبيرة والدفع المستعجل (ARTS) والمقاصة الإلكترونية للمدفوعات الخاصة بالجمهور العريض (ATSI) في النظام المصرفي الجزائري خلال عقد من الزمن 2006-2015، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 46، بسكرة، 2017، ص.443.

والدفع باستعمال البطاقة المصرفية وهو خاص بالتحويلات التي تقل قيمتها عن واحد مليون دج، ويشغل هذا النظام حسب مبدأ المقاصة متعددة الأطراف لأوامر الدفع التي يقدمها المشاركون في هذا النظام فيتم حساب.

- الأرصدة المقاصة في ATCI ثم تدفق ويتم تسويتها في نظام ARTS حيث يسير هذا النظام من طرف مركز المقاصة القبلية بين بنوك CPI وهو فرع تابع لبنك الجزائر في شكل شركة أسهم ذات رأس مال مفتوح على البنك، ويتم عمل هذا النظام وفق ثلاث مراحل: في الاول يتم تبادل أوامر الدفع بشكل متواصل بين المشاركين المفتوحة في نظام ARTS وقد دخل هذا النظام الخدمة في شهر ماي 2006.

- إنشاء شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية بين البنوك: هي عبارة عن شركة تأسست سنة 1995 من طرف جمعية البنوك والمؤسسات المالية بمبادرة ثمانية بنوك جزائرية: بنك الفلاحة والتنمية الريفية، بنك التنمية المحلية، البنك الخارجي الجزائري، البنك الوطني الجزائري، القرض الشعبي الجزائري، الصندوق¹ الوطني للتوفير والاحتياط - بنك وبنك البركة، وتعتبر الشركة مشغل الدفع الالكتروني للبطاقة البنكية بين البنوك في الجزائر، فهي الأداة الفنية المرافقة لبرامج تطوير وتحديث البنوك وتعزيز وسائل الدفع عبر البطاقة البنكية، وهي تعمل على: توسيع استخدام وتطوير وسائل الدفع الالكترونية وإنشاء الهياكل التقنية والتنظيمية لضمان التشغيل المشترك بين جميع المتعاملين في الشبكة النقدية في الجزائر.

كذلك تقديم الاقتراحات للبنوك فيما يخص قواعد إدارة المنتجات المصرفية الالكترونية ومرافقتها في مراحل الإنشاء والتطوير و تقوم بعملية إصدار وتشخيص البيانات المتعلقة بالشيكات والبطاقات البنكية.

فهذه الشركة توفر الأرضية الملائمة لعمل وسير هذا النظام فهي مسؤولة عن عملية إصدار الشيكات، البطاقات البنكية بمختلف أنواعها سواء كانت وطنية أو دولية توفير أجهزة الصراف الآلي ATM وأجهزة الدفع الالكتروني TPE الموجودة على مستوى المتاجر والفضاءات التجارية الأخرى كما تضمن توفير الصيانة لهذه الأجهزة والحماية للبطاقات كما تم أيضا إنشاء نظام كشف الهوية البنكية.²

الفرع الثاني: مراحل تطبيق الدفع الالكتروني في الجزائر

تعتبر أول تجربة للبنوك التجارية في مجال استخدام أدوات الدفع، استعمال بطاقات السحب الخاصة بالشباك البنكي GAB والموزع الآلي البنكي DAB وتم ذلك على مراحل:

¹بصيري محفوظ، نظام الدفع الالكتروني الجزائري كآلية لتطوير وسائل الدفع الجديدة، مجلة دراسات وأبحاث المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، مجلد 11، عدد4، البويرة، 2019، ص.62.

²بصيري محفوظ، مرجع سبق ذكره، ص.62-63.

المرحلة الأولى: كانت تستعمل بطاقة السحب إلا الشباك الآلي البنكي والموزع الخاص بالبنك المصدر للبطاقة بمعنى لا يستطيع حامل البطاقة السحب من جهاز بنك آخر.

المرحلة الثانية: خلال هذه المرحلة تم ربط الشبكة البنكية الجزائرية من خلال استعمال شبكة SATIM التي تسمح بإمكانية السحب من أي موزع آلي للنقود سواء كان تابع لمصدر البطاقة أو لبنك آخر، وبذلك حولت SATIM بطاقة السحب العادية إلى بطاقة سحب ما بين البنوك CIB وعملها يشبه عمل غرفة المقاصة بالبنك المركزي في تسوية المعاملات المالية بين البنوك.

ولقد عملت على استثمار 3,6 مليون أورو سنة 2003 لاجل تقليص دوران النقود السائلة و تعميم استعمال البطاقة البنكية في الجزائر، حيث عملت على زيادة هدد الموزع الآلي للنقود، وكذا إقام طرفيات دفع عند التجار (Terminaux de paiement) ولأجل نفس الغرض تعقد اتفاقية في شهر أبريل 2003 مع مؤسسات فرنسية مختصة في صنع طرفيات البطاقة و SATIM بمبلغ 400,000 أورو ولقد مول هذا العقد من طرف البنوك المساهمة في SATIM وهي الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي (CNMA) وبنك البركة، ولقد تم ربط كل الموزعات الآلية الموجودة في الجزائر سنة 2003.¹

الفرع الثالث: أهمية استخدام وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر

رغم أن أغلب البنوك العالمية بلغت مستويات عالمية في رقمنة المعاملات المصرفية، من خلال تمكين زبائنهم من عمليات سحب وإيداع الأموال عبر الإنترنت، والهاتف الجوال دون اللجوء إلى الشبائيك المصرفية، مازالت البنوك الجزائرية تعتمد على الورق في المعاملات البنكية، مما جعل منها أحد أكثر الأنظمة المصرفية تخلفا في العالم، حيث انتقد آخر تقرير لوزارة الخارجية الأميركية المؤسسات المصرفية الجزائرية حينما أكد أن "هذه المؤسسات يسودها نظام فوضى ما زال يعتمد على الورق في المعاملات المالية، مشيرا إلى أن "مسؤولي البنوك الحكومية ليسوا مؤهلين ومستوهم ضعيف". وبسبب الطريقة التقليدية التي تطبع عمل البنوك الجزائرية، خاصة الحكومية منها، يفضل غالبية الجزائريين حفظ أموالهم في البيوت بدل البنوك، ويشدد الخبراء على وسائل الدفع الإلكتروني هو الخيار الأفضل لاستقطاب هذه الأموال، إلى جانب الأموال التي تدور خارج الرقابة الحكومية.

فالجزائر تخسر الكثير من عدم استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، كما أن السوق السوداء والموازية تستقطب أكثر من أربعين مليار دولار تمثل صفقات وعمليات تجارية تتم بعيدا عن رقابة الدولة. و تعميم وسائل الدفع الإلكتروني سيستقطب جزءا هاما من هذه الأموال التي لا تستفيد منها الدولة بالاقتصاد.

كما أن استخدام وسائل الدفع الإلكتروني يضمن حولا لمشاكل أهمها: القضاء على مشكلة الأوراق النقدية المزورة، و حماية الزبائن من عمليات السرقة، إلى جانب حماية المؤسسات الكبرى من أخطاء الموظفين التي

¹بن شلاط مصطفى، واقع الصيرفة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد الثامن، العدد 01، الجزائر، 2022، ص.103.

تكلف بعض الشركات خسائر كبيرة كما سيقضي على أزمة السيولة النقدية التي تشهدها الجزائر بشدة في السنوات الخمس الأخيرة، ففي كل مناسبة اجتماعية تجد البنوك ومؤسسات البريد التي تخدم أكثر من 15 مليون زبون نفسها عاجزة عن تلبية طلبات زبائنها. و سيقضي على مشكلة الطوابير التي تشهدها العديد من المؤسسات الحكومية التي يتدافع أمامها الجزائريون لدفع فواتير الكهرباء والماء والغاز وغيرها من الفواتير. علاوة على ذلك، الايجابيات التي تتميز انها وسائل الدفع الالكترونية بصفة عامة، وهي:

-تسهيل وتيسير عملية الشراء والتعاملات المالية لحامل أو مستخدم وسيلة الدفع، بالإضافة إلى منحه الأمان عوضا عن اللجوء الى حمل النقود المالية، تمنح البائع ضمانا لحقوقه عند إتمام العملية، وبالتالي رفع نسب المبيعات، وتخليص البائع من عبء ملاحقة الديون ومتابعتها، فينتقل العبء إلى الشركات المالية المصدرة للبطاقات.

-تحقق للبنوك والمؤسسات المالية أرباحا طائلة من البطاقات مما تفرضه على البطاقة من فوائد ورسوم وغرامات مالية و تنوع منتجاته 15 والحفاظ على وفاء الزبائن والتقليل من التكاليف، كما تساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية و الأداء المالي للبنك، بالإضافة إلى انها تنقص من الضغط على موظفي البنوك وتساهم بالتالي في تحسين أدائهم وتركيز طاقتهم على خدمات أخرى.¹

المطلب الثاني: بطاقات السحب والدفع في الجزائر

يعد القرض الشعبي الجزائري هو الأول الذي استحدث بطاقات السحب من وكالته المجهزة بموزع آلي للأوراق النقدية (DAP)، وبعد ذلك عرفت بطاقات السحب تطورا ملحوظا، فاحتل بريد الجزائر المركز الأول في توزيع البطاقات بنسبة 88,66%.

• **البطاقات البنكية:** تعرف البطاقة البنكية بانها عبارة عن بطاقة مغناطيسية تصدرها البنوك والمؤسسات المالية، التي تسمح لحاملها بتسديد ثمن المشتريات والسحب من الماكينات الالكترونية وهناك عدة أنواع للبطاقات البنكية منها بطاقة دفع والسحب وبطاقات الائتمان، وتتوفر البنوك الناشطة في لقطاع البنكي الجزائري على عدد من البطاقات الوطنية وكذا الدولية الاستعمال ومن ذلك نذكر²:

1. البطاقة البنكية CIB : بطاقة تصدرها أغلب البنوك الجزائرية عبر شركة SATIM حيث تسمح بتسوية السلع والخدمات من المحلات المجهزة بأجهزة قراءة البطاقات TERMINAUX DE PAIEMENT ELECTRONIQUES وسحب مبالغ مالية من جميع الموزعات الآلية المرتبطة بشبكة النقد ما بين البنوك

¹حمودة ام الخير، لبوخ نخلة، تقييم استخدام وسائل الدفع الالكترونية في البنوك الجزائرية -دراسة تحليلية للفترة (1999-2013)، مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، العدد الثالث/جوان 2018، ص. 421-422.

²محاد عريوة، محمد خاوي، واقع وسائل وانظمة الدفع الالكترونية في النظام البنكي الجزائري، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، المجلد2، العدد4، 2017، ص.144.

الموضوعة من قبل شركة SATIM ويوجد نوعين من البطاقات: البطاقة العادية والبطاقة الذهبية صالحتين لمدة سنتين، وقد تم إطلاق الدفع عن طريق البطاقة البنكية CIB رسميا في 04 أكتوبر 2016 ، ويمكن لحاملي البطاقة دفع الفواتير والخدمات لدى مواقع التجارة الالكترونية المصادق عليه، إن إطلاق هذه الوسيلة الجديدة للدفع جاء مصحوبا بإطلاق الموقع الإلكتروني bitakati.dz، وهو بوابة مخصصة لحاملي البطاقات والتجار الذين يمكنهم الحصول على معلومات متعلقة بوسائل الدفع CIB الموضوعة تحت تصرفهم من طرف بنوكهم¹.

يمكن التعرف على بطاقة CIB بين البنوك من خلال شعار CIB المطبوع على البطاقة. يوجد أيضا شعار واسم البنك الذي أصدر البطاقة، قبل البدء في استخدام بطاقة CIB الخاصة بك، تحقق مع البنك الذي تتعامل معه من أن بطاقتك تتضمن خدمة الدفع الإلكتروني وأن لديك كلمة المرور المحددة لعمليات الشراء عبر الإنترنت، وهذا يختلف عن كلمة المرور التي تستخدمها. للسحب النقدي أو المدفوعات المحلية².

الشكل رقم 6.3 البطاقة العادية CIB



المصدر: الموقع الإلكتروني: <https://www.bitakati.dz/ar/page/decouvrir-la-carte-cib-p2>، تاريخ الاطلاع عليه: 6افريل 2023، على الساعة 15:30.

¹ميموني نسرين، فريد بن طالبي، نظام الدفع الإلكتروني في الجزائر، واقعه واثره على الاقتصاد الوطني، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، المجلد 10، العدد 1، 2021، ص.ص. 119-120.

²الموقع الإلكتروني: <https://airalgerie.dz/ar>، تاريخ الاطلاع عليه 6افريل 2023، على الساعة 15:30.

2.البطاقة البنكية الذهبية: بطاقة توفر خدمات الدفع والسحب النقدي للزبائن محليا، بحيث يعطى لذوي الدخل العالية، او المتعاملين الاقتصاديين، سواء كانوا افراد طبيعيين او معنويين مع تقديم امتيازات تفضيلية فيما يتعلق بمبلغ السحب والدفع.¹

- **1.2.البطاقة الذهبية الخاصة ببيريد الجزائر:** هي كرت سحب و كذا دفع إلكترونية مصممة وفقا بريد الجزائر حسب أحر المعايير الدولية (EMV) المعمول بها، تم من خلالها إجراء مختلف عمليات الدفع الإلكتروني في كل أرجاء القطر الجزائري كسحب ودفع الأموال بالعملة الوطنية، تسديد الفواتير، تعبئة رصيد مكالمات الهاتف النقال من خلال هو تطبيق للهاتف المحمول تم تطويره من طرف مؤسسة بريد الجزائر يسمى ب "بريدي موب BaridiMob"، تسديد قيمة المشتريات والعمليات الخاصة بالخدمات البنكية الذاتية. بها رقم سري PIN يتشكل من أربعة رموز عددية متتالية تسمح بالتأكد من هوية حاملها عند استعمالها على مستوى الشبائيك البنكية الآلية أجهزة إدخال رقم التعريف الشخصي وبنهايات الدفع الإلكتروني وهي عبارة عن أجهزة خاصة بعمليات الدفع الإلكترونية تتواجد بالمحلات التجارية وبمكاتب البريد (CVV2) هو رمز ويتمثل في الأرقام الثلاثة الأخيرة من الكتابة المشفرة الظاهرة على الجهة الخلفية للبطاقة يستخدم للتحقق من قيمة البطاقة لإجراء عملية الدفع عن بعد، إلكترونيا.²

من اجل طلب البطاقة الذهبية يرجى الدخول الى الموقع: [https://eccp.poste.dz/commande-](https://eccp.poste.dz/commande-edahabia)

[edahabia](https://eccp.poste.dz/commande-edahabia)

الشكل رقم 7.3 نموذج البطاقة الذهبية



المصدر: الموقع الإلكتروني: <https://www.poste.dz> تاريخ الاطلاع عليه 7 افريل 2023، الساعة 14:24.

محاد عريوة، محمد خاوي، مرجع سبق ذكره، ص. 145.¹

²زين محمد، تربش محمد، أثر الجاهزية الرقمية على قبول واستخدام أنظمة الدفع الرقمية "البطاقة الذهبية أنموذجاً، مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية، المجلد 15، العدد1، مغنية- الجزائر، 2022، ص. 432.

2.2 بطاقة ماستر كارد MasterCard: وهي بطاقة دولية تسمح بعمليات الدفع والسحب بالخارج وهي كغيرها من البطاقات حيث قامت البنوك الوطنية كغيرها من البنوك الأجنبية المتواجدة في الجزائر بإصدارها ما عن واقع توسع استخدام هذه البطاقات من طرف الفرد الجزائري واستعمالها في مجال الدفع الإلكتروني أو التجارة الإلكترونية فتشير بعض الإحصائيات كالتالي أوردتها مؤسسة SATIM في موقعها الرسمي حيث بين انه تم توزيع ما يقارب 2125000.¹

بطاقة: VISA هي بطاقة تابعة لمنظمة فيزا العالمية والتي تتعاقد مع المصدرين لإصدارها، ويمكن التعامل بها في جميع أنحاء العالم وتحظى بانتشار واسع واستعمال مكثف لتوفر الموزعات وأجهزة القراءة للبطاقة في جميع أنحاء العالم، وفي الجزائر فقد عقدت عدة بنوك كبنك الخليج BDL، AGB، BNPPARIBAS EL، DJAZAIR وغيرها مع المنظمة العالمية وأصبح بإمكان زبائن هذه البنوك طلب إصدار هذه البطاقة.² ونذكر من بينها:

- **بطاقة visa الخاصة ببنك التنمية المحلية bdl:** هي بطاقة دولية تسمح لكم القيام بعمليات الدفع عن طريق الانترنت أو عن طريق آليات الدفع الإلكتروني أو حتى سحب الأموال عن طريق موزعات السحب أو الدفع الإلكتروني في الخارج، في كل أنحاء العالم ويمكن لأي مواطن عادي الحصول على بطاقة VISA فيزا بعد القيام بالطلب في وكالات بنك التنمية المحلية، يمكن استعمال بطاقة فيزا كارد في الخارج في أكثر من 200 مع امكانية القيام بالعمليات في 32 مليون تاجر في العالم على مدار الأسبوع 7/7 أيام و 24 على 24 ساعة من أجل القيام ب: الدفع عن طريق آليات الدفع الإلكتروني في المساحات التجارية، الدفع عن طريق الانترنت، السحب و الدفع عن طريق موزعات الدفع الإلكتروني، الاطلاع على الرصيد في موزعات الدفع الإلكتروني،

كما تكمن مزاياها في: السفر بكل راحة مع ضمان الوفرة الأنية لكل الأموال لقضاء كل الاحتياجات والقيام بعمليات شراء للخارج عن طريق الانترنت بكل أمان بفضل تكنولوجيا عالية الجودة ومدة صلاحيتها سنتين قابلة للتجديد.

¹أرباح شليق، وسائل الدفع الإلكترونية كآلية للحد من أزمة السيولة الراهنة في الجزائر، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، مجلد7، عدد1، الجلفة-الجزائر، 2021، ص. 449.

²ميموني نسرين، فريد بن طالبي، مرجع سبق ذكره، ص. 119.

يوجد منها نوعين: بطاقة فيزا VISA الكلاسيكية و بطاقة VISA الذهبية وسقف استعمال كل منهما: بطاقة فيزا VISA الكلاسيكية : 500 أورو في الأسبوع وبطاقة VISA الذهبية 5000 أورو في الأسبوع.¹

الشكل رقم : 8.3 بطاقة فيزا VISA الكلاسيكية و بطاقة VISA الذهبية



المصدر الموقع الالكتروني:-<https://www.compta-213.com/2020/08/demande-visa-card-bdl-algerie.html>، تاريخ الاطلاع عليه: 7 افريل 2023، على الساعة: 15:12د

- بطاقة الدفع المسبق فيزا الخاصة ببنك خليج الجزائر:

هي بطاقة دفع وسحب دولية قابلة لإعادة الشحن من الحساب بعملة اليورو يورو ، مما يتيح استخدامها في ملايين المتاجر حول العالم وعبر الانترنت، يتم إصدار بطاقة VISA بناء على طلب أي شخص طبيعي لديه حساب جاري و / أو حساب توفير بالإضافة إلى حساب العملة اليورو وهي قابلة للشحن 7 أيام في الأسبوع بفضل خدمة المصرفية عبر الإنترنت والفرق بينها وبين البطاقة الاسمية هي أن الدفع المسبق: مجهول ، قابل لإعادة الشحن ، متاح على الفور ، ولا يشمل خدمات الطوارئ وتأمين السفر الاسمية: رمزي ، والعمل على حساب العملة ، وتأمين السفر المجاني.

الجدول رقم : 7.3 حدود بطاقة الدفع المسبق(€)

حد الانفاق	€2.000
حد السحب	€700
حد الدفع	€2.000
الدفع الالكتروني	€2.000

المصدر: الموقع الالكتروني:<https://www.agb.dz> لبنك خليج الجزائر، تاريخ الاطلاع عليه، 9 افريل 2023، على الساعة 13:0

¹الموقع الالكتروني: <https://www.bdl.dz/arabe/Carte-VISA.html> لبنك التنمية المحلية، تاريخ الاطلاع عليه 7 افريل 2023، على الساعة

الجدول يمثل حدود بطاقة الدفع المسبق فيزا لبنك خليج الجزائر حيث يتمثل حد الانفاق 2000 يورو في حين حد السحب من الموزعات الآلية GAP وهي شبابيك آلية بنكية و DAP هي موزعات الدفع الإلكتروني هو 700 يورو وبالنسبة لحد الدفع فهو 2000 يورو.

ويمكن تعريف البطاقة الاسمية على انها: (€) VISA Euro الكلاسيكية أو الذهبية أو اللاتينية أو VISA Dollars بالدولار الأمريكي هي بطاقات دفع وسحب تستخدم من اجل السحب النقدي من أجهزة الصراف الآلي وماكينات الصرف الآلي بالخارج، مدفوعات المشتريات من المؤسسات المجهزة ب TPE ودفع الفواتير والخدمات عبر الإنترنت.¹

-انواع البطاقات الاسمية ل بنك خليج الجزائر-

الجدول رقم : 8.3 انواع البطاقات الاسمية ل بنك خليج الجزائر.

	 VISA Classic	 VISA Gold	 VISA Platinum	 VISA Dollars
حد الانفاق	4.000 €	6.000 €	15.000 €	6.000 \$
حد السحب DAP/GAB	2.000 €	3.000 €	4.000 €	3.000 \$
حد الدفع	4.000 €	6.000 €	15.000 €	6.000 \$
الدفع الالكتروني	4.000 €	6.000 €	15.000 €	6.000 \$

المصدر: الموقع الالكتروني: <https://www.agb.dz> لبنك خليج الجزائر، تاريخ الاطلاع عليه، 9 افريل 2023، على الساعة 13:00.

يمثل الجدول أنواع البطاقات الاسمية لبنك خليج الجزائر و كل من حد الانفاق و السحب من الموزعات الآلية بالإضافة إلى حد الدفع و الدفع الالكتروني تم إصدار بطاقات فيزا الخاصة بنا بناء على طلب أي شخص طبيعي لديه حساب جاري و / أو حساب توفير بالإضافة إلى حساب بالعملة بال يورو بالدولار الأمريكي وعلى العميل أن يختار البطاقة التي تناسبه.

¹ الموقع الالكتروني: <https://www.agb.dz> لبنك خليج الجزائر، تاريخ الاطلاع عليه، 9 افريل 2023، على الساعة 13:00

المطلب الثالث: تطور وسائل الدفع الالكترونية في الجزائر

و سنتعرف في هذا المطلب على واقع و مسار تطور وسائل الدفع الالكترونية في الجزائر خلال فترة الدراسة.

أولا تطور نشاط السحب من أجهزة الصراف الآلي خلال الفترة 2016-2021

الجدول رقم 9.3: تطور عدد أجهزة الصراف الآلي العاملة بين البنوك (جهاز)

السنة	إجمالي عدد أجهزة الصراف الآلي العاملة بين البنوك
2016	1370
2017	1443
2018	1441
2019	1621
2020	3030
2021	3053

المصدر من إعداد الطالبات بالاعتماد على معلومات <https://giemonetique.dz/activite-retrait-sur-atm>

الشكل رقم 9.3: تطور عدد أجهزة الصراف الآلي العاملة بين البنوك (جهاز)



المصدر من إعداد الطالبات بالاعتماد على معلومات <https://giemonetique.dz/activite-retrait-sur-atm>

من خلال الجدول و الشكل أعلاه "إجمالي عدد أجهزة الصراف الآلي العاملة بين البنوك " نلاحظ أن المنحنى في تصاعد مستمر حيث قدر سنة 2016 ب 1370 جهاز بالبطاقات البنكية الالكترونية في حين بلغ سنة 2021 حوالي 3053 جهاز وهذا ما يدل على الاهتمام الكبير للدولة الجزائرية بتطوير الدفع الالكتروني عن طريق الزيادة في عدد أجهزة الصراف الآلي .

ثانيا تطور نشاط الدفع على TPE-الدفع الالكتروني- خلال الفترة 2016-2021

الجدول رقم 10.3: تطور نشاط الدفع على TPE -الدفع الالكتروني-

السنة	العدد الإجمالي لمعاملات الدفع	المبلغ الإجمالي لمعاملات الدفع- دج-
2016	65501	44450890240
2017	122694	86177536890
2018	190898	13353341307600
2019	274624	191699472111
2020	711777	47338200430100
2021	2150529	1511324949992

المصدر من إعداد الطالبات بالاعتماد على معلومات <https://giemonetique.dz/activite-retrait-sur-atm>

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن العدد الإجمالي لمعاملات الدفع في ارتفاع مستمر منذ سنة 2016 إلى غاية 2021 وكذا المبلغ الإجمالي لمعاملات الدفع . حيث بلغت أعلى قيمة سنة 2020 بمبلغ 47338200430100 دينار جزائري وذلك بعد انضمام البريد الجزائري إلى GIE Monétique وتحقيق إمكانية التشغيل البيئي CIB / EDAHABIA، والتي دخلت حيز الإنتاج في 5 يناير 2020.

ثالثا تطور نشاط الدفع على الإنترنت خلال الفترة 2016-2021

حاليا يوجد 321 تاجر الويب منخرط في نظام الدفع الالكتروني البيئي، منذ انطلاق الدفع على الانترنت نتج حوالي 23 700 556 معاملة موزعة وفقا للجدول التالي:

الجدول رقم 11.3: تطور نشاط الدفع على الإنترنت خلال الفترة 2016-2021

السنة	المبلغ الإجمالي دج-	العدد الإجمالي للمعاملات	بيع السلع	خدمات	خدمة إدارية	مصدر فواتورات	تأمين	نقل	هاتف / اتصالات
2016	1500984202	7 366	0	0	0	391	51	388	6 536
2017	26799342340	107 844	0	0	0	12 414	2 467	5 677	87 286
2018	332592 58328	176 982	0	0	1 455	29 722	6 439	871	138 495

141 552	6 292	8 342	38 806	2 432	5 056	0	202 480	503870 36161	2019
4 210 284	11 350	4 845	85 676	68 395	213 175	235	4 593 960	5423727 07480	2020
6 993 135	72 164	8 372	120 841	155 640	457 726	13 468	7 821 346	11176 475 53568	2021

المصدر من إعداد الطالبات بالاعتماد على معلومات <https://giemonetique.dz/activite-retrait-sur-atm>

الشكل رقم 10.3 تطور نشاط الدفع عبر الانترنت في الجزائر خلال الفترة 2016-2021



المصدر من إعداد الطالبات بالاعتماد على معلومات <https://giemonetique.dz/activite-retrait-sur-atm>

من خلال الجدول أعلاه "تطور نشاط الدفع على الإنترنت خلال الفترة 2016-2021" نلاحظ أن العدد الإجمالي للمعاملات في تزايد مستمر حيث سجل سنة 2016 حوالي 7 366 معاملة ليبلغ سنة 2021 حوالي 8213467 معاملة بمبلغ قدر ب 11176 475 53568 دج وهذا راجع لارتفاع الدفع في جميع القطاعات والمجالات، حيث كانت في سنتي 2016-2017 بيع السلع والخدمات لا سيما منها الإدارية منعدمة ثم في فترة جائحة كورونا بدأت بالارتفاع .

المبحث الثالث: دور وسائل الدفع الإلكترونية على التجارة الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة 2016-2021

تعتبر بطاقات الدفع وسيلة مهمة لإتمام عمليات الشراء في متاجر الويب في الجزائر وحول العالم. ومع ذلك، فإن استخدام بطاقات الدفع في الجزائر لا يزال في مرحلة التطوير والنمو. ويتم تشجيع استخدام بطاقات الدفع في الجزائر، حيث أن العديد من المتاجر الإلكترونية في الجزائر قد بدأت في قبول بطاقات الدفع عبر الإنترنت. وفي هذا المبحث سنتعرف أكثر على ذلك.

المطلب الأول: تطور عدد بطاقات الدفع الإلكتروني في الجزائر خلال الفترة 2016-2021

أولاً تطور عدد بطاقات الدفع الإلكتروني في الجزائر خلال الفترة 2016-2021

يعد تطور عدد بطاقات الدفع الإلكتروني من المؤشرات الواضحة لتبني المجتمعات للتكنولوجيا المالية الحديثة. ففي السنوات الأخيرة، شهدت الجزائر زيادة كبيرة في عدد البطاقات الإلكترونية المستخدمة للدفع في المحلات التجارية وعبر الإنترنت، ويظهر ذلك فيما يلي:

جدول رقم 12.3: تطور عدد بطاقات الدفع الإلكتروني في الجزائر من الفترة (2016-2021) (بطاقة)

السنة	2016	2017	2018	2019	2020	2021
عدد بطاقات الدفع	691382	818498	1501965	1638784	9621017	11609624

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على المقالات والدراسات السابقة

الشكل رقم 11.3 تطور نشاط الدفع عبر الانترنت في الجزائر خلال الفترة 2016-2021 (بطاقة)

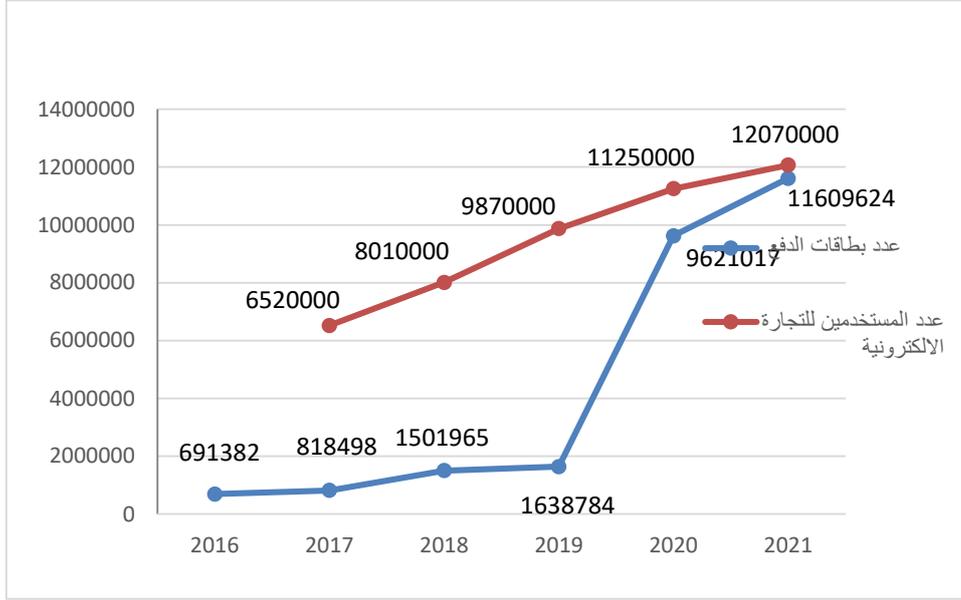


المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الجدول رقم 3. 12

من خلال الجدول والشكل أعلاه " تطور عدد بطاقات الدفع خلال الفترة 2016-2021" نلاحظ ان عدد بطاقات الدفع في تزايد مستمر حيث تم تسجيل سنة 2016 حوالي 691382 بطاقة ليبلغ سنة 2021 حوالي 11609624 وتتوزع هذه البطاقات بين حظيرة البنوك التي تبلغ 2.768.285 بطاقة، أي بنسبة 24 في المائة من العدد الإجمالي للبطاقات المتداولة، مقابل 8.841.339 بطاقة ذهبية أصدرها بريد الجزائر بمعدل 76 في المائة من الحظيرة الموجودة. وهذا راجع لانتعاش التجارة الالكترونية نتيجة لمواكبة عمليات الدفع الالكترونية فبعد سنة 2019 التي شهدت فيها الأزمة الوبائية فيروس كورونا زاد إقبال المواطنين لأعمال التجارية الالكترونية والدفع الالكتروني سواء بالبطاقة البنكية او البطاقة الذهبية، وفي سنة 2020 توجهت الجزائر إلى إنشاء وزارة خاصة بالمؤسسات الناشئة مما شجع العديد من الشباب للاستثمار في مجال التجارة الالكترونية التي استعدت وبشكل كبير الزيادة في استعمال وسائل الدفع الالكتروني .

ثانيا مقارنة تطور عدد بطاقات الدفع وعدد مستخدمي التجارة الالكترونية في الجزائر خلال الفترة 2021-2016

الشكل رقم 12.3 تطور عدد بطاقات الدفع وعدد مستخدمي التجارة الالكترونية في الجزائر



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الجدول رقم 3, 12 و الجدول رقم 3, 5

من خلال الشكل أعلاه نلاحظ أن عدد المستخدمين للتجارة الالكترونية يزيد بزيادة عدد بطاقات الدفع حيث كان سنة 2017 بطاقة في حين يقابلها حوالي 6520000 مستخدم للتجارة الالكترونية ليرتفع العدد سنة 2018 إلى 1501965 بطاقة يقابلها 8010000 مستخدم للتجارة الالكترونية ليواصل المنحنى في الارتفاع إلى سنة 2021 حيث بلغت البطاقات 11609624 في حين بلغ عدد مستخدمي التجارة الالكترونية 12070000 متعامل .

الجدول رقم 13.3 معامل الارتباط لمستخدمي التجارة الالكترونية و عدد البطاقات

		عدد مستخدمي التجارة الالكترونية	البطاقات
التجارة	Corrélation de Pearson	1	,898*
	Sig. (bilatérale)		,038
	N	5	5
البطاقات	Corrélation de Pearson	,898*	1
	Sig. (bilatérale)	,038	
	N	5	5

*. La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن معامل الارتباط بيرسون 0.898 عند مستوى المعنوية 0.038 أي هناك ارتباط طردي تام بين عدد مستخدمي التجارة الالكترونية و عدد البطاقات الالكترونية المتداولة خلال الفترة 2016-2021 و هذا ما يدل على العلاقة الطردية بينهما أي انه كلما زادت عدد البطاقات زاد عدد مستخدمي التجارة الالكترونية وبذلك نمو وزيادة حجم التجارة الالكترونية.

المطلب الثاني : تطور متاجر الويب في الجزائر خلال الفترة 2016-2021

شهدت متاجر الويب في الجزائر تطورا بسيطا ولكن ملحوظا تزامن ذلك مع زيادة استخدام الإنترنت في الجزائر.

الفرع الأول :إدماج تاجر الويب في شركة النقد الآلي و العلاقات التلقائية بين البنوك

تمر عملية إدماج تاجر الويب في شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية بين البنوك بمراحل والواجب إتباعها للمصادقة على الموقع الإلكتروني أو الوحدة النمطية للدفع عبر الانترنت :

◆ إنشاء الحساب من أجل الدخول الى فضاء الزبون : القيام بالتسجيل عن طريق إدخال الاسم، اللقب، البريد الإلكتروني وكلمة المرور.

◆ ملئ استمارة طلب الإدماج: ملئ الخانات بالمعلومات الخاصة بكم مع إرفاق السجل التجاري الخاص بكم.

◆ معالجة الطلب: تتم معالجة الطلب والقرار بقبوله في أقل من 24 ساعة على مستوى تجمع النقد الآلي.

◆ اختبارات الإدماج: تتم المصادقة على اجتياز الاختبارات التقنية للإدماج مع منصة الدفع الإلكتروني على مستوى شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية بين البنوك SATIM.

◆ الترخيص: بمجرد التحقق من صحة الاختبارات التقنية من طرف SATIM، يصدر تجمع النقد الآلي رخصة للدخول حيز الخدمة.¹

¹الموقع الرسمي لساتيم <https://www.satim.dz/ar/e-commerce-2/2021-04-22-09-19-06.html>

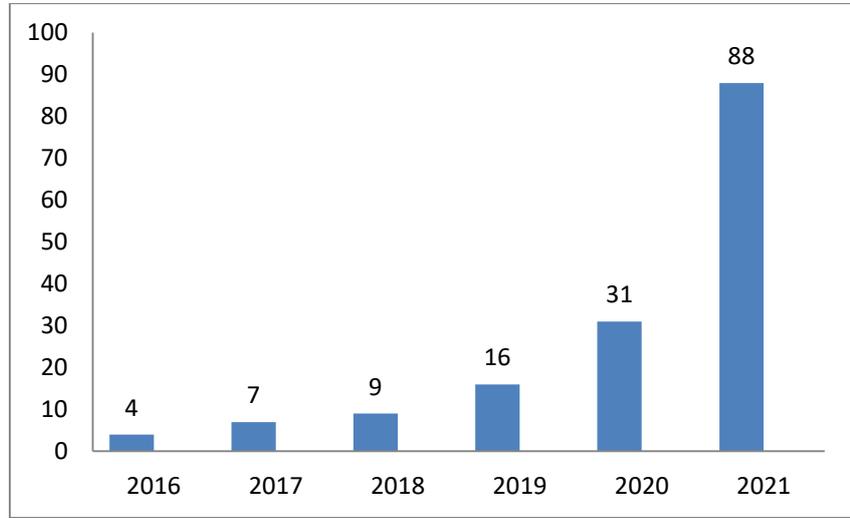
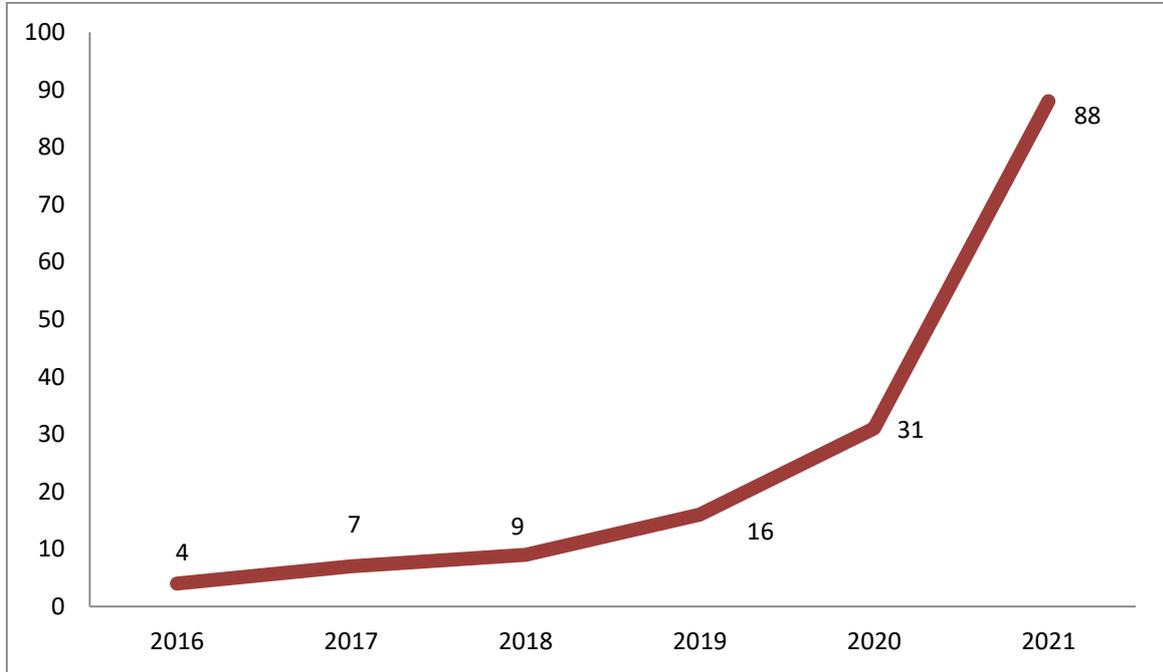
الفرع الثاني : تطور عدد متاجر الويب النشطين في الجزائر خلال الفترة 2016-2023

الجدول رقم 14.3: تطور عدد متاجر الويب النشطين خلال الفترة 2016-2023

السنة	2016	2017	2018	2019	2020	2021
عدد متاجر الويب النشطين	4	7	9	16	31	88
المجموع	155					

المصدر من إعداد الطالبات بالاعتماد على <https://cibweb.dz/fr/annuaires-des-marchands>

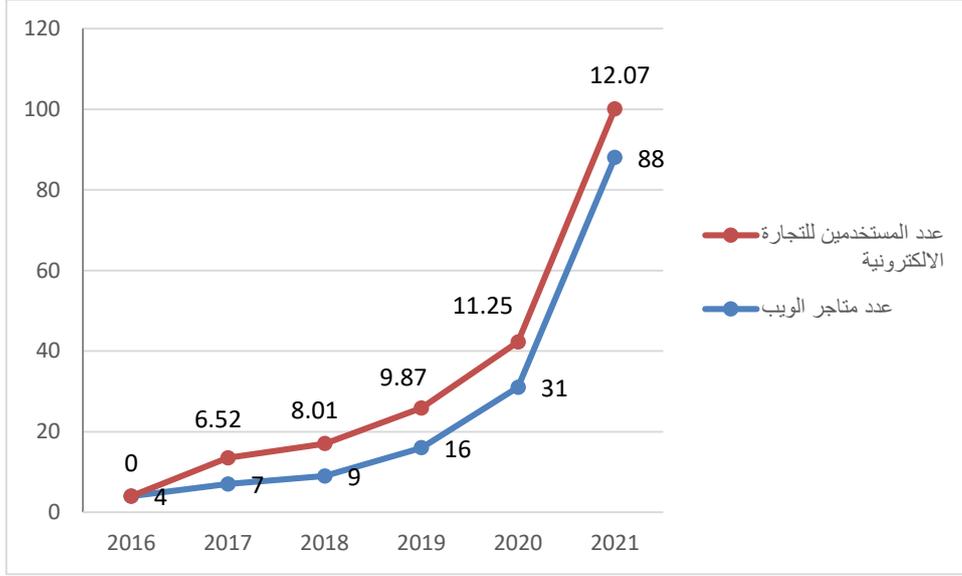
الشكل رقم 13.3 تطور عدد متاجر الويب النشطين خلال الفترة 2016-2021



المصدر من إعداد الطالبات بالاعتماد على معلومات <https://cibweb.dz/fr/annuaires-des-marchands>

من خلال الشكل أعلاه نلاحظ أن عدد متاجر الويب النشطين خلال الفترة 2016-2023 في تزايد مستمر حيث تطور من 4 متاجر سنة 2016 إلى 7 و 9 متاجر سنتي 2017 و 2018 على التوالي ليواصل الارتفاع إلى غاية سنة 2022 حيث بلغ 145 متجر

الشكل رقم 3.14 تطور عدد متاجر الويب و مستخدمي التجارة الالكترونية خلال الفترة 2016-2021



المصدر من اعداد الطالبات بالاعتماد على الشكل رقم 13.3 و الشكل رقم 12.3

من خلال الشكل أعلاه الذي يمثل تطور عدد متاجر الويب و مستخدمي التجارة الالكترونية خلال الفترة 2016-2021 نلاحظ أن المنحنيين يرتفعان في اتجاه واحد منذ سنة 2016 إلى غاية سنة 2021 حيث كلما ارتفع منحني عدد متاجر الويب ارتفع منحني مستخدمي التجارة الالكترونية أيضا بدرجة اكبر .

الجدول رقم 15.3: تطور عدد متاجر الويب و مستخدمي التجارة الالكترونية خلال الفترة 2016-2021

Corrélations

	التجارة	متاجر
التجارة	Corrélacion de Pearson	1
	Sig. (bilatérale)	,798
	N	5
متاجر	Corrélacion de Pearson	,798
	Sig. (bilatérale)	,106
	N	5

المصدر من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن معامل الارتباط بيرسون 0.798 أي هناك ارتباط طردي تام بين عدد مستخدمي التجارة الالكترونية و عدد متاجر الويب المتداولة خلال الفترة 2016-2021 و هذا ما يدل على العلاقة الطردية بينهما أي انه كلما زادت عدد متاجر الويب زاد عدد مستخدمي التجارة الالكترونية و بذلك نمو و زيادة حجم التجارة الالكترونية.

المطلب الثالث: تحديات التجارة الالكترونية ووسائل الدفع في الجزائر

تواجه التجارة الإلكترونية في الجزائر العديد من التحديات والصعوبات، ومن بين هذه التحديات:

الفرع الاول: التحديات التي تعيق انتشار التجارة الإلكترونية في الجزائر

تواجه الجزائر الكثير من التحديات التي تعيق انتشار التجارة الالكترونية و تقف حجر عثرة في سبيل نموها ويمكن عرض أبرز التحديات في:

أ- عوائق تقنية أو تكنولوجيا: و تتمثل هذه التحديات في :

- ضعف البنية التحتية والإلكترونية؛
- ضعف التقنية والوعي الالكتروني حيث لايزال هناك بعض القصور في مجالات الاعتماد والقياسات وبروتوكولات الاتصال؛
- صعوبة تكامل التجارة الإلكترونية مع بعض التطبيقات وقواعد وبيانات بعض الأعمال الحالية؛ عدم كفاية خطوط الاتصال وبطء شبكة الانترنت.

ب- عوائق تجارية: يمكن تلخيص أهم هذه العقبات في:

- ضعف الخبرات التجارية والمساعدات الفنية اللازمة لتحويل الأعمال التجارية إلى أعمال إلكترونية؛
- قصور أسواق رأس المال في معظم الدول لدعم مشروعات التجارة الإلكترونية لأنه في ظل غياب رؤوس الأموال يصعب على الأفراد الذين لديهم الأفكار والإبداعات من الحصول على الفرص للانطلاق في مشروعاتهم التجارية الإلكترونية.
- عدم توفر الحواجز لدى المؤسسات لممارسة التجارة الإلكترونية ويرجع ذلك إلى عدة أسباب من بينها صعوبة الوصول إلى قاعدة تمويل لبدء مشاريع تجارية إلكترونية؛
- ضعف المساعدات اللازمة للتحويل إلى التجارة الإلكترونية، والذي تتجلى مظاهره في:
 - محدودية الدعم الحكومي المشجع للتجارة الإلكترونية؛
 - عدم توفر شركات للوساطة تقوم بدور نقل وتوصيل البضائع المباع إلكترونياً؛
- حاضنات غير مؤهلة، ونظراً لعدم تكييف نموذج الحاضنات المستوردة مع الظروف المحلية من جهة، ومن جهة أخرى عدم اقتراح مشروعات جديدة على هذه الحاضنات لتستضيفها؛
- الانعكاسات السلبية لظاهرة العولمة على المؤسسات المحلية المختصة في مجال معلوماتية والتي أصبح دورها يقتصر على الاستهلاك فقط؛
- إجحام المستهلكين عن التسوق عبر الانترنت، بسبب بوجود فوارق في الأسعار بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية؛
- عدم توفر عدد كبير من الباعة المشترين الذي يعطي مشروع التجارة الإلكترونية الأهمية المناسبة ويجعله ميزة تنافسية في السوق وأمرًا مربحاً.¹

ج-عوائق اجتماعية وثقافية:

- تتعلق المعوقات الاجتماعية والثقافية للتجارة الإلكترونية بخصائص المجتمع الجزائري والذي لا يزال ينتظره الكثير حتى يتمكن من الانضمام إلى مجتمع المعلومات، ويمكن تلخيص أهم المعوقات فيما يلي:
- الأمية: من الصعب على الجزائر التي يعاني فيها حوالي 1.1 مليون شخص من أمية الحرف أن تتحول بسهولة إلى الاقتصاد المعرفي وتطبيق أسلوب التجارة عبر الانترنت.
- اللغة: من بين تحديات التجارة الإلكترونية عامل اللغة، والذي يعتبر من بين القضايا الحاسمة في استخدام الشبكات لأغراض التجارية، حيث أن معظم التعاملات التجارية الإلكترونية تتم باللغة الانجليزية.

¹بوراس بودالية، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، مجلة البصائر للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 1، العدد 1، عين تيموشنت، الجزائر، 2021، ص.ص.32-33.

-ضعف الوعي والثقافة الالكترونية: أن تدني الثقافة الرقمية يؤثر سلبا على تطور وانتشار التجارة الالكترونية، إذ نجد فئة واسعة من الجزائريين تعاني ضعفا في مستوى الوعي بالاستخدام الصحيح لتقنيات المعلومات في قطاع الأعمال، وهذا الضعف يفسر في جانب منه بانتشار ظاهرة ما يسمى بالأمية المعلوماتية، والتي يقصد بها الجهل بأساليب ووسائل التعامل بأجهزة الحواسب الآلية والبرمجيات، فعدم التعامل مع جهاز الحاسوب يؤثر في الإقبال على خدمات التكنولوجيا ويحرم الكثير من ممارسة التجارة الالكترونية.¹

د- عوائق التشريعية والقانونية: يمكن إيجاز التحديات القانونية في بيئة التعاملات الإلكترونية الجزائرية وفق مراحل إتمام عملية التجارة الالكترونية:

- ففي المرحلة الأولى التي تسبق عملية التعاقد، تظهر عقبات وتحديات أبرزها مسألة ثقة المشتري أو الزبون من حقيقة وجود الموقع والسلعة أو الخدمة المعروضة، ومشروعية ما يقدم في الموقع من حيث ملكية مواده ذات الطبيعة المعنوية (مشكلة الملكية الفكرية) وحماية المستهلك من عمليات الاحتيال سواء على الخط أو عبر المواقع الوهمية أو المحتوى غير المشروع للمنتجات المعروضة.

- وفي المرحلة التالية المتمثلة في إبرام العقد حيث يتلقى الإيجاب والقبول في العقود الإلكترونية سواء في الموقع على الويب أو عبر مراسلات البريد الإلكتروني. وهنا تظهر مشكلتان: أولها مدى وثوق كل طرف من صفة وشخص ووجود الطرف الآخر، أي سالمة صفة المتعاقد، وهنا تظهر ضرورة وجود طرف محايد يتوسط بين المتعاقدين ويقوم بعملية التوثق والتأكد من صفة وحقيقة كل طرف، وثانيها مدي حجية العقد الالكتروني ومدى قبوله في الإثبات، ومن هنا ظهرت فكرة التوقيع الرقمي ليحل حمل التوقيع العادي.

-أما المرحلة الثالثة والمتمثلة في إنفاذ التزامات المتعاقدين من تسليم السلعة أو الخدمة، والوفاء بالثمن فمن ناحية تسليم السلعة فتنشور مشكلة التأخير أو الإخلال بمواصفات الاتفاق، ومن ناحية الوفاء بالثمن فإن التحدي يظهر في وسائل الدفع التقنية مثل السداد بالبطاقات الائتمانية أو تزويد بيانات البطاقة عبر الهاتف. وهذه التحديات ترتبط بمشكلة أمن المعلومات عبر شبكة الانترنت. ويضاف إلى ذلك، تحديات أخرى مثل حماية الأنشطة التجارية من تطفل مخترقي نظم الكمبيوتر والشبكات أو ما يعرف بجرائم الانترنت، وكذلك

¹مزهود نور الدين،مقدم ياسين، واقع عقود التجارة الالكترونية في الجزائر، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، المجلد7 ، العدد2، المسيلة، الجزائر، 2022،ص.ص.35-36.

تحدي الاختصاص القضائي في فض النزاعات التي حدثت بين الأطراف المتعاقدة سواء على المستوى المحلي أو الدولي.¹

الفرع الثاني: تحديات وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر

-السرقه والضياح: ولمواجهة هذا المشكل تم وضع مركز خاص بهذه الحالة يتلقى الاتصالات لمدة 21/سا و 7 أيام/ 7 أيام وهو مركز تابع لشركة SATIM والذي بمجرد أن يتلقى اتصال بضياع أو سرقة بطاقة معينة يقوم بوضع هذه البطاقة في حالة معارضة، لكن إن لم يتلقى هذا المركز التأكيد الكتابي من طرف الحامل أو بنكه على ضياع أو سرقة البطاقة في مدة 52 يوم فسيقوم برفع الحجز عن البطاقة، وتصبح المسؤولية على عاتق الحامل أو البنك .

-الاستعمال الاحتيالي للبطاقة: في اكتشاف استعمال مشبوه فيه لهذه البطاقة سيتم حجزها مؤقتا حتى يتم التأكد من عملية الغش، وفي حالة التأكد من براءة الحامل ستصدر بطاقة أخرى لصالحه.

-العمليات التعسفية: كل بطاقة أصبحت غير صالحة الاستعمال كأنقضاء مدة صلاحيتها أو تجاوز العميل للمبلغ المصرح له من قبل البنك، وتم قبول الدفع بهذه البطاقة من طرف التاجر يتم وقف العمل بها وإلغاء العقد مع التاجر

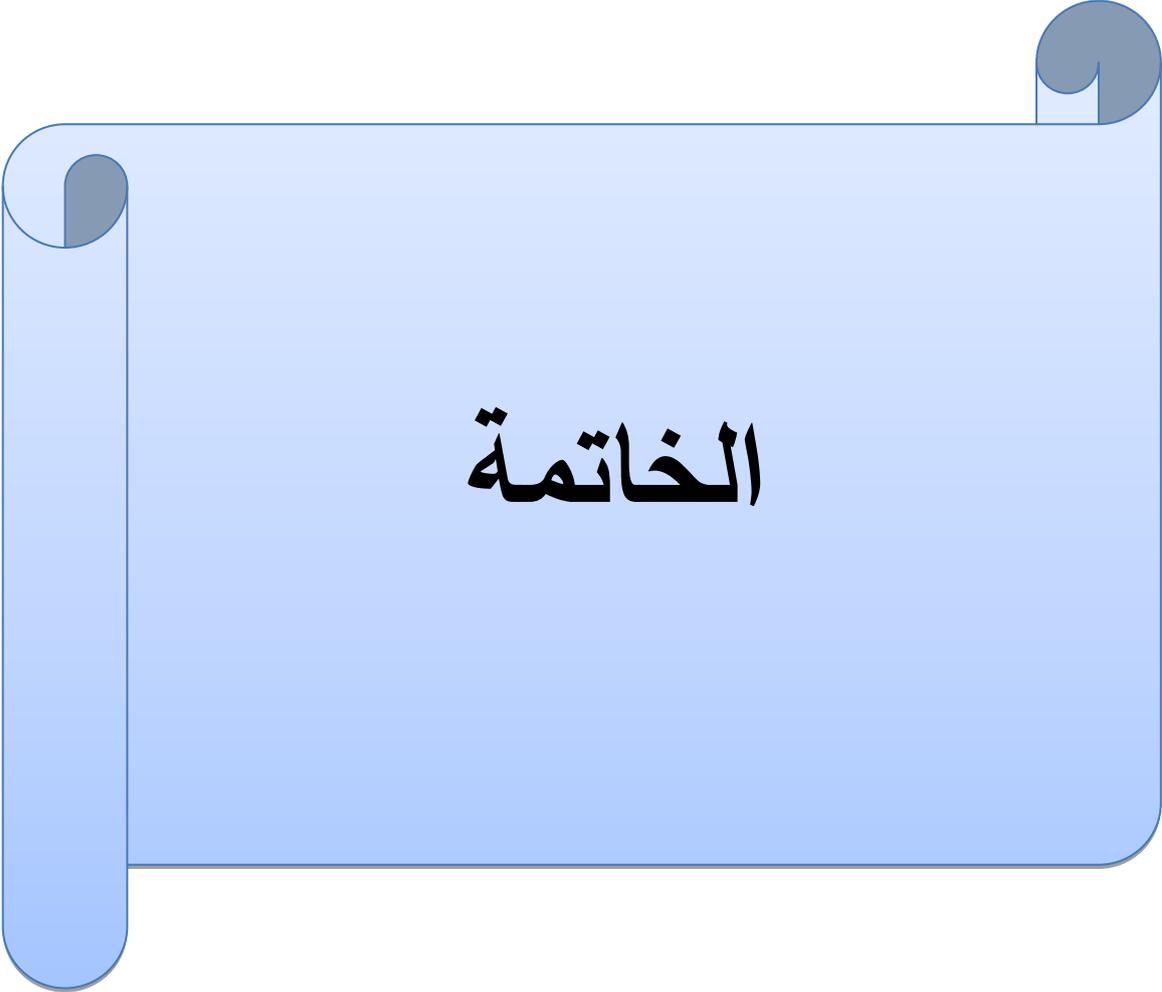
-إشكالية الإثبات: يتم إثبات العمليات المستخدمة للبطاقة من خلال التسجيلات التي تتم أوتوماتيكيا على الشريط الإلكتروني، كما يتم استخدام كافة البيانات المسجلة حول كل عمليات السحب.²

¹ إبراهيم مسلم، واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الجزائر، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، المجلد 12، العدد 1، الحلفة، الجزائر، 2018، ص.ص.162-163.

² ليرة هشام، محمد الهادي ضيف الله، واقع وتحديات وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد 42، الوادي، 2017، ص.290.

خلاصة الفصل

بناء على الدراسة التي تم إجراؤها حول دور وسائل الدفع الإلكترونية في نمو حجم التجارة الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة من عام 2016 إلى عام 2021، يمكن الاستنتاج بأن وسائل الدفع الإلكترونية لعبت دورا حاسما في تطوير وتحسين صناعة التجارة الإلكترونية في الجزائر. وفي السياق ذاته، أظهرت النتائج أن الاستخدام المتزايد للوسائل الإلكترونية في الدفع ساعد في تعزيز الثقة بين المتسوقين والتجار عبر الإنترنت، كما أنه أدى إلى زيادة حجم المبيعات الإلكترونية في الجزائر. بالإضافة إلى ذلك، فإن استخدام وسائل الدفع الإلكترونية ساعد على تسهيل عمليات الدفع وجعلها أسرع وأكثر ملائمة للمستهلكين، كما أنها زادت من نسبة العملاء الذين يفضلون التسوق عبر الإنترنت بسبب السهولة والأمان في عمليات الدفع.



الخاتمة

إن وسائل الدفع الإلكترونية لعبت دورا حاسما في نمو حجم التجارة الإلكترونية خلال السنوات الأخيرة. حيث أصبحت الدفع الإلكتروني وسيلة مريحة وآمنة للدفع عبر الإنترنت، مما زاد من الثقة في التسوق عبر الإنترنت وزادت فرص البيع والشراء للمستهلكين والبائعين على حد سواء. كما أن استخدام وسائل الدفع الإلكتروني أصبح متاحا على نطاق واسع، حيث يمكن للمستهلكين استخدام بطاقات الائتمان والخصم والحوالات البنكية وغيرها من الوسائل الإلكترونية لإجراء عمليات الشراء عبر الإنترنت. ويمكن توقع استمرار نمو حجم التجارة الإلكترونية في المستقبل، وذلك بفضل تطوير التكنولوجيا وزيادة الوعي بأمن الدفع الإلكتروني، بالإضافة إلى اتجاهات حكومية وتشريعات داعمة لتعزيز استخدام وسائل الدفع الإلكتروني وتحسين الخدمات المصرفية والمالية على الإنترنت. ففي البداية، يجب التأكيد على أن وسائل الدفع الإلكترونية تشمل جميع الطرق الإلكترونية التي يتم استخدامها لتحويل الأموال عبر الإنترنت، بما في ذلك بطاقات الائتمان والخصم، والتحويل البنكي، ومحافظ العملات الرقمية، وما إلى ذلك.

و يمكن القول إن وسائل الدفع الإلكتروني لعبت دورا هاما في نمو حجم التجارة الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة من 2016 إلى 2021، حيث ساعدت على تحسين الكفاءة والأمان في عمليات الدفع والتحصيل، وزيادة الوصول إلى العملاء والمستهلكين في جميع أنحاء العالم، وتسهيل العمليات التجارية عبر الإنترنت. ويبدو أن هذه الاتجاهات ستستمر في المستقبل، حيث تتوقع الحكومة الجزائرية تعزيز الاعتماد على الدفع الإلكتروني في جميع القطاعات الاقتصادية، وتحسين البنية التحتية الرقمية وتشجيع الابتكار في مجال الدفع الإلكتروني. تشير الإحصائيات الأخيرة إلى أن حجم التجارة الإلكترونية في الجزائر قد ازداد بشكل ملحوظ خلال الفترة من 2016 إلى 2021، وترجع هذه الزيادة جزئيا إلى دور وسائل الدفع الإلكترونية في تسهيل العمليات التجارية الإلكترونية وجعلها أكثر فعالية وأمانا. خاصة وبما أن الدفع الإلكتروني يعتمد على تكنولوجيا الإنترنت والهواتف المحمولة، فإنه يتيح للمتسوقين الوصول إلى العديد من السلع والخدمات المتاحة عبر الإنترنت، ويسمح للمتاجر بالوصول إلى عدد أكبر من العملاء من جميع أنحاء العالم. بالإضافة إلى ذلك، يقلل الدفع الإلكتروني من الأخطاء البشرية المحتملة في العمليات المالية، ويزيد من الكفاءة والتنظيم في عمليات الدفع والتحصيل.

• اختبار صحة الفرضيات

-من خلال الشكل رقم الشكل رقم 12.3 الذي يمثل تطور عدد بطاقات الدفع وعدد مستخدمي التجارة الإلكترونية في الجزائر و الشكل رقم 14.3 الذي يمثل تطور عدد متاجر الويب و مستخدمي التجارة الإلكترونية حيث نلاحظ العلاقة الطردية و التأثير المباشر بين المتغيرين ومنه نقبل الفرضية: تساهم وسائل الدفع الإلكترونية في نمو حجم التجارة الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة ما بين(2016-2021)

-قدر معامل الارتباط-الجدول13.3-الذي تم حسابه ببرنامج spss ب0.898 أي أن هناك علاقة طردية قوية بين المتغيرين ومنه نقبل الفرضية : كلما زاد عدد بطاقات الدفع الإلكترونية في الجزائر كلما زاد حجم المعاملات عبر الإنترنت.

-قدر معامل الارتباط بيرسون-الجدول15.3-الذي تم حسابه ببرنامج spss ب0.798 أي أن هناك علاقة طردية أيضا بين المتغيرين ومنه نقبل الفرضية : كلما زاد عدد متاجر الويب المعتمدين والنشطين زاد نمو المعاملات عبر الإنترنت .

-من خلال ما تم التعرف عليه في المطلب الثالث من الفصل الثالث فإن الجزائر تواجه عوائق تقنية ,عوائق تشريعية ,عوائق اقتصادية , اجتماعية و ثقافية و هذا ما يمكننا من قبول الفرضية :تواجه وسائل الدفع الإلكترونية والتجارة الإلكترونية في الجزائر تحديات اقتصادية واجتماعية معقدة,مما يعرقل قدرة العديد من المستهلكين والتجار على استغلال إمكاناتها الكاملة.

• نتائج الدراسة

أولا-نتائج الجانب النظري

-إن تحسين وسائل الدفع الإلكتروني يساعد على زيادة الثقة بين المستهلكين والتجار ويعزز نمو الشراء عبر الإنترنت.

-وسائل الدفع الإلكتروني توفر خيارات دفع متعددة ومريحة للمستهلكين، مما يزيد من رضا العملاء ويزيد من فرص البيع والربح للتجار.

-الدفع الإلكتروني يقلل من التكاليف الإدارية والتشغيلية للتجار، ويساهم في زيادة كفاءة العمليات التجارية.

-يساعد الدفع الإلكتروني على تخفيض معدلات الاحتيال والغش التجاري، مما يعزز الثقة بين المستهلكين والتجار ويزيد من نمو التجارة الإلكترونية.

-تحسين الأمان والحماية في عمليات الدفع الإلكتروني يعزز من ثقة المستهلكين ويساعد في زيادة حجم التجارة الإلكترونية.

-توفير خدمات الدفع الإلكتروني يعزز الوصول إلى الأسواق العالمية ويزيد من فرص التجارة الدولية والتنافسية.

-تطوير وسائل الدفع الإلكتروني يعزز من استخدام التكنولوجيا الحديثة في القطاع التجاري ويساعد في تحسين الأداء الاقتصادي والتنمية المستدامة.

ثانيا-نتائج الجانب التطبيقي

-تلعب وسائل الدفع الإلكترونية دورا حيويا في نمو حجم التجارة الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة ما بين 2016-2021 حيث تساهم وسائل الدفع الإلكترونية في تحسين تجربة المستخدم وتسهيل عملية الشراء عبر الإنترنت كما تساعد في تحسين أمان وسرعة الدفع وتخفيض تكاليف المعاملات.

-هناك علاقة إيجابية بين عدد بطاقات الدفع الإلكترونية وحجم التجارة الإلكترونية في الجزائر. كلما زاد عدد بطاقات الدفع الإلكترونية، زاد عدد المستخدمين الذين يستخدمون الدفع الإلكتروني لإتمام مشترياتهم عبر الإنترنت، وبالتالي زاد حجم التجارة الإلكترونية. وفقا للإحصائيات، فقد ارتفع عدد بطاقات الدفع الإلكترونية في الجزائر من 4 مليون بطاقة في عام 2016 إلى 8 مليون بطاقة في عام 2021.

-هناك علاقة مباشرة بين عدد متاجر الويب المعتمدين النشطين وحجم التجارة الإلكترونية في الجزائر. كلما زاد عدد متاجر الويب المعتمدين النشطين، زادت الخيارات المتاحة للمستهلكين لشراء السلع والخدمات عبر الإنترنت، وبالتالي زاد حجم التجارة الإلكترونية.

• التوصيات و الاقتراحات

هناك عدة توصيات و اقتراحات يمكن اتخاذها لتطوير وسائل الدفع الإلكتروني ونمو التجارة الإلكترونية في الجزائر، ومن بين هذه الاقتراحات:

1 -زيادة الوعي والتعليم الرقمي: يجب تعزيز الوعي والتعليم الرقمي في الجزائر من خلال توفير التدريب والتثقيف للمستهلكين والتجار حول الفوائد والمخاطر المتعلقة بوسائل الدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية.

2- التشريعات والتنظيمات الواضحة والمحدثة: يجب تحديث القوانين والتنظيمات المتعلقة بوسائل الدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية، وتوفير بيئة تشريعية مشجعة لتطوير هذه الأنشطة.

3- تطوير البنية التحتية الرقمية: يجب تعزيز البنية التحتية الرقمية في الجزائر من خلال توفير الإنترنت عالي السرعة والتكنولوجيا الحديثة التي تدعم وسائل الدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية.

4- زيادة الثقة والأمان: يجب تطوير وتحسين الأمن والثقة في وسائل الدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية، وتوفير خدمات التحقق والتأمين المناسبة.

5- زيادة عدد وتنوع وسائل الدفع الإلكتروني: يجب توفير مزيد من خيارات الدفع الإلكتروني للمستهلكين والتجار، بما في ذلك خيارات الدفع الإلكتروني المحلية والدولية.

6- تطوير التسويق الإلكتروني: يجب تشجيع التجار على تحسين استراتيجيات التسويق الإلكتروني والترويج لمنتجاتهم وخدمات

• التوصيات

بناء على الدور الهام الذي تلعبه وسائل الدفع الإلكتروني في نمو حجم التجارة الإلكترونية، فإننا نوصي بما يلي:

- تعزيز الوعي الرقمي لدى المستهلكين والتجار بأهمية الدفع الإلكتروني وفوائده وسهولته.
- زيادة الاستثمار في تكنولوجيا الدفع الإلكتروني وتطويرها، لتحسين الخدمات وتعزيز الأمان في عمليات الدفع الإلكتروني.
- تحسين التشريعات المتعلقة بالدفع الإلكتروني وتنظيمها بشكل جيد لضمان سلامة وأمان العمليات التجارية عبر الإنترنت.
- تشجيع الشركات والتجار على قبول وسائل الدفع الإلكتروني لتوفير خيارات دفع متعددة ومريحة للمستهلكين.
- تدريب المستخدمين والتجار على استخدام وسائل الدفع الإلكتروني بشكل صحيح وسليم، وتوفير الدعم الفني اللازم لحل أي مشكلات تقنية.
- تعزيز التعاون بين القطاعين العام والخاص لتوفير بيئة أكثر أمانا وفعالية للدفع الإلكتروني.

الخاتمة

➤ إجراء دراسات أكثر عمقا وتحليلات دقيقة لتقييم تأثير وسائل الدفع الإلكتروني على الاقتصاد والتجارة الإلكترونية، وتحديد المزيد من الفرص لتحسين وتطوير هذه الصناعة.

قائمة المراجع والمصادر

الكتب

1. أسامة عبد السلام السيد، الاقتصاد الرقمي، دار غيداء للنشر و التوزيع، الأردن، ط.1، 2018.
2. بشير العلاق، التسويق الإلكتروني، ط1، دار اليازوري العلمية، عمان، الأردن، 2019.
3. سعد غالب ياسين، الإدارة الإلكترونية، ط1، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2017 .
4. سعد غالب ياسين وبشير عباس العلاق، التجارة الإلكترونية، ط1، المنهل للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2009.
5. شاهين محمد عبد الله، التجارة الإلكترونية العربية بين التحديات وفرص النمو، ط1، دار حميثرا للنشر و الترجمة، الأردن، 2017.
- 6.
7. عبد الصبور عبد القوى علي المصري، التجارة الإلكترونية و القانون، دار العلوم للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.
8. عبد الهادي مسعودي، الأعمال المصرفية الإلكترونية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2016.
9. محمد الفاتح محمود المغربي، التجارة الإلكترونية، ط1، دار الجنان للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.
10. مصطفى يوسف كافي، النقود والبنوك الإلكترونية، ط1، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، سوريا ودمشق، 2012.
11. هاني وجيه العطار، التجارة الإلكترونية، ط1، الأكاديميون للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2016.

مقالات و ملتقيات

1. احمد عبد الله العوضي، العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية، مجلة الاقتصاد و المجتمع، المجلد 1، العدد 6، الكويت، 2010 .
2. إسماعيل عيسى، بهلول خيرة، أثر متطلبات الإدارة الإلكترونية في تفعيل وسائل الدفع الإلكترونية في البنوك التجارية - دراسة ميدانية للبنك الوطني الجزائري "BNA" تيارت - الجزائر -، مجلة دراسات اقتصادية، المجلد 21، العدد 02، جامعة أحمد بن يحيى الونشريسي تيسمسيلت - الجزائر -، 2021.

3. بصيري محفوظ، نظام الدفع الالكتروني الجزائري كآلية لتطوير وسائل الدفع الجديدة، مجلة دراسات وأبحاث المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، مجلد 11، عدد4، البويرة، 2019.
4. بلباع سامية، دور نظام المعلومات في تطوير التجارة الالكترونية في المؤسسات الاقتصادية،مجلة البحوث الاقتصادية و المالية، المجلد 9 2020
5. بن شلاط مصطفى، واقع الصيرفة الالكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد الثامن، العدد 01،الجزائر، 2022
6. بورحلة زهرة و بن زيدان الحاج ، محاكاة تطبيق التجارة الالكترونية في ظل النمو الاقتصادي لدى عينة من الدول واستشرافها، مجلة ابحاث الاقتصادية و الإدارية المجلد 16 ،العدد 2 الجزائر، 2022 .
7. بورقبة قويدر وآخرون،المعاملات المصرفية عبر الهاتف المحمول في إطار الاقتصاد الرقمي - دراسة حالة البنك المحمول الأمريكي، مجلة فصلية أكاديمية محكمة مفهرسة، المجلد العاشر، العدد الثاني، الجزائر، جوان2019.
8. بوعكة كاملة، النظام القانوني لوسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية -المجلد 17 العدد 10، جامعة محمد بوضياف- المسيلة، 2022.
9. تقي الدين حتوت، محمد زخيري ابن محمد نور، واقع تطبيق التجارة الالكترونية في الجزائر بين النظرية و الممارسة(دراسة تحليلية)، المجلة العالمية للبحوث العلمية المتعددة التخصصات، المجلد 01، العدد02، جامعة شمال ماليزيا، 2020.
10. تومي إبراهيم، تقييم تجربة استخدام نظامي التسوية الإجمالية الفورية للمبالغ الكبيرة والدفع المستعجل (ARTS)والمقاصة الإلكترونية للمدفوعات الخاصة بالجمهور العريض (ATSI) في النظام المصرفي الجزائري خلال عقد من الزمن2006-2015، مجلة العلوم الإنسانية، العدد46، بسكرة، 2017.
11. جباري فادية، تعزيز دور التجارة الالكترونية في تخفيض تكاليف تسويق الخدمات، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد 8، العدد 3، الجزائر، 2022.
12. حمودة أم الخير، لبوخ نخلة، تقييم استخدام وسائل الدفع الالكترونية في البنوك الجزائرية -دراسة تحليلية للفترة (1999-2013)، مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، العدد الثالث/جوان 2018.
13. سعيدو عزو، الامن التقني للدفع الإلكتروني أي فعالية، مجلة معالم للدراسات القانونية والسياسية، العدد2، البليدة، 2017.

14. ديدوش هاجرة، حريري عبد الغاني، وسائل الدفع الالكترونية بين النظرية و التطبيق - دراسة حالة البنك الخارجي الجزائري- وكالة الشلف- ، مجلة الاقتصاد الجديد، المجلد 13، العدد 02، جامعة خميس مليانة الجزائر، 2022.
15. رابح شيلق، وسائل الدفع الإلكترونية كآلية للحد من أزمة السيولة الراهنة في الجزائر، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، مجلد7، عدد1، الجلفة-الجزائر، 2021
16. رزمة خضرة، سعودي مناد، أهمية وسائل الدفع الإلكتروني في زمن كورونا، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 11، العدد02، جامعة الجزائر، 2022.
17. زايد محمد، البطاقات الإلكترونية كأداة لتفعيل التجارة الإلكترونية، مجلة ضياء للدراسات القانونية، المجلد 03، العدد: 02، المركز الجامعي نور البشير -البيضاء-، 2021.
18. زايد محمد، البطاقات البنكية كأداة لتفعيل التجارة الإلكترونية، مجلة ضياء للدراسات القانونية، المجلد 3، العدد2، 2021.
19. زحفوني نور الدين، زمالة عمر، التحويل المالي الإلكتروني: آليات التعامل والمخاطر في ظل عصرة وسائل الدفع، مجلة الاقتصاد الدولي والعالمي، المجلد1، العدد 1،الجزائر، 2018.
20. زين محمد، تربش محمد، أثر الجاهزية الرقمية على قبول واستخدام أنظمة الدفع الرقمية "البطاقة الذهبية أنموذجاً، مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية، المجلد 15، العدد1، مغنية-الجزائر، 2022.
21. أم الخير قوق، حنان طهاري، المسؤولية المدنية الناشئة عن استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، المجلد السابع، العدد الاول، جامعة عمار ثليجي - الاغواط-، 2022، ص. 917.
22. آمنة زربوط، دور وسائل الدفع الالكترونية في تفعيل التجارة الالكترونية مع الإشارة لتجربة الجزائر، مجلة آراء للدراسات الاقتصادية والإدارية، المجلد 1، العدد 1، البليدة- الجزائر - ، 2019.
23. شقنان محمد، مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تفعيل وسائل الدفع الإلكتروني -دراسة تحليلية لآراء عينة من حاملين البطاقة الذهبية لبريد الجزائر بالأغواط-، مجلة الامتياز لبحوث الاقتصاد والإدارة، المجلد06، العدد02، جامعة عمار ثليجي- الاغواط-، 2022.
24. صالح حميداتو، التجارة الالكترونية في الجزائر،مجلة المنهل الاقتصادي، المجلد 5، العدد 2،الجزائر، 2022.

25. صبيحة عبد اللاوي، تطور التجارة الالكترونية: حالة الجزائر، دفاثر البحوث العلمية، المجلد 9، العدد 1، السنة 2021.
26. صهيب ياسر محمد شهين، بشرى محمد حسن أبو ترابي، الجريمة الالكترونية وبعدها القانوني(دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري و الفلسطيني)، مجلة نومروس الأكاديمية، المجلد الثاني، العدد 1، 2021.
27. عبد الرحيم وهيبة، تقييم وسائل الدفع الالكترونية و مستقبل وسائل الدفع التقليدية في ظل وجودها، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 2، المركز الجامعي لتمنراست، جانفي 2010.
28. عبد السلام محمد المايل، عادل محمد الشرجي، الجريمة الالكترونية في الفضاء الالكتروني المفهوم- الأسباب- سبل المكافحة مع التعرض لحالة ليبيا، مجلة آفاق للبحوث والدراسات سداسية -دولية-محكمة، العدد04، المركز الجامعي إيليزي، 4جوان 2019.
29. عرعار الياقوت، التشفير وسيلة لتأمين التجارة الإلكترونية من المخاطر التقنية، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، المجلد5، العدد1، جامعة البويرة الجزائر، 2022.
30. عمراني مصطفى، جريمة تزوير البطاقات البنكية، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، العدد السابع، جامعة جيلالي اليابس سيدي بلعباس، 2017.
31. فريد مشري و آخرون، الحماية القانونية لوسائل الدفع الإلكترونية، الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي ضرورة الانتقال وتحديات الحماية، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف، 23 و 24أفريل 2018.
32. كردي نبيلة، الشيك الإلكتروني، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد13، جامعة العربي التبسي - تبسة-، 2017.
33. كريمة شايب باشا، آليات الحماية من مخاطر الدفع الإلكتروني في التشريع الجزائري، المجلة الجزائرية للسياسات العامة، المجلد 7، العدد2، جامعة البليدة، 2018
34. محاد عريوة، محمد خاوي، واقع وسائل وانظمة الدفع الالكترونية في النظام البنكي الجزائري، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، المجلد2، العدد4، 2017.
35. محمد الأمين مومني، الشيك الإلكتروني المفهوم والأهمية، المجلة الجزائرية لقانون الأعمال، العدد الأول، 2020.
36. محمد دحمان دبيح، النقود الإلكترونية : ماهيتها، مزاياها، مخاطرها، مجلة الشريعة والاقتصاد، المجلد10، العدد1، قسنطينة- الجزائر -، 2021.

37. محمد فهمي سليم غزوي، ماهية عقد التحويل الالكتروني للأموال وآثاره بواسطة البنوك التجارية الأردنية، مجلة جامعة الزيتونة الأردنية للدراسات القانونية، المجلد 2، العدد3، الأردن، 2021
38. محمد لمين بن قايد علي، الشيك الالكتروني امتداد وتطور الشيك التقليدي، مجلة بحوث في القانون و التنمية، المجلد 1، العدد1، جامعة أمحمد بوقرة بومرداس- الجزائر- 2021.
39. مروان محمد الزغبى، الحماية الجزائية للنقود الرقمية، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الشرعية و القانونية، المجلد 27، العدد1، الجامعة الأردنية - عمان-، 2019.
40. المنتصر بالله أبوظة، حماية المستهلك من خلال تأمين وسائل الدفع الإلكترونية، مجلة الصدى للدراسات القانونية والسياسية، العدد2، جامعة الجيلالي بونعامة- خميس مليانة، 2020.
41. منصورى الزين، وسائل وأنظمة الدفع والسداد الالكتروني (عوامل الانتشار وشروط النجاح)، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد: 10، 2011.
42. ميموني نسرين، فريد بن طالبي، نظام الدفع الالكتروني في الجزائر، واقعه وأثره على الاقتصاد الوطني، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، المجلد 10، العدد 1، 2021.
43. يامة إبراهيم، التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية في الجزائر، مجلة القانون والعلوم السياسية، المجلد 05، العدد02، أدرار، الجزائر، 2019.

مذكرات و أطروحات

1. إيمان مكري، الجريمة الإلكترونية في التشريع الجزائري - دراسة وصفية تحليلية للقوانين المجرمة الكترونيا 2000-2013، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تشريعات إعلامية، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2014-2015.
2. بورايو هاجر أميرة، بورايو هاجر أميرة، دور وسائل الدفع الحديثة في تفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه، تخصص مالية وبنوك، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة البليدة 2، 2019-2020.
3. جليد نور الدين، تطوير وسائل الدفع في الجهاز المصرفي الجزائري، مذكرة لتيل شهادة الماجستير، تخصص نقود ومالية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة يوسف بن جدة - الجزائر، 2005-2006.
4. جليد نور الدين، تطوير وسائل الدفع المصرفية في ظل التجارة الإلكترونية حالة الجزائر 2005- 2010، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص نقود و مالية ، كلية العلوم اقتصادية وعلوم التسيير، جامعة دالي إبراهيم -الجزائر -، 2009-2010.

قائمة المراجع و المصادر

5. شفيقة ضويفي، دور وسائل الدفع الإلكترونية في تحديث خدمات الجهاز المصرفي - دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة المدية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص نقود ومالية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الدكتور يحي فارس بالمدية، 2014-2015.
6. وشان أحمد، متطلبات تكيف النظام الضريبي الجزائري في ظل تحديات التجارة الإلكترونية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي - الشلف -، الجزائر، 2016-2017.
7. سمية ديمش، التجارة الإلكترونية حتميتها و واقعها في الجزائر، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010-2011 .
8. عبد العزيز صحراوي، فائزة لعراف، فعالية استخدام وسائل الدفع الإلكترونية في الوقاية من جائحة كورونا بطاقة الدفع الإلكترونية (الذهبية) لبريد الجزائر نموذجا، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المجلد 13، العدد3، جامعة محمد بوالضياف - مسيلة-، 2020.
9. غرزولي ايماني، العوامل المؤثرة على تطبيق التجارة الإلكترونية في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية جامعة فرحات عباس، سطيف، 2017-2018

القوانين

1. قانون رقم 05-18 مؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق 10 مايو سنة 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، المادة، 6،فقرة1.

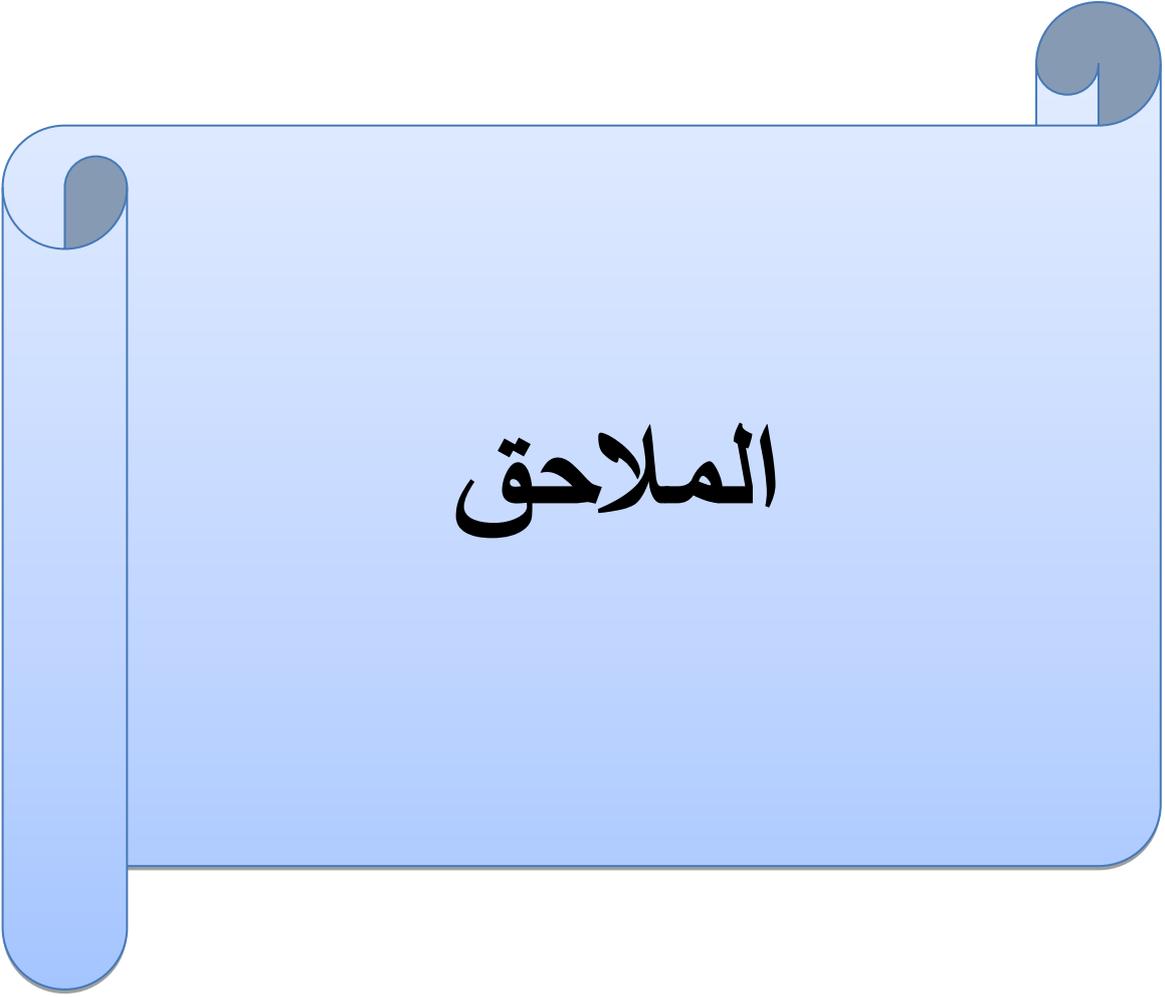
المواقع الإلكترونية

1. مريم صالح، 29 نوفمبر 2022 على موقع <https://www.statista.com/topics/10163/internet-usage-in-algeria/#topicOverview>
2. الموقع الإلكتروني-2021-04-22-09-06.html <https://www.satim.dz/ar/e-commerce-2/>
3. الموقع الإلكتروني: <https://airalgerie.dz/ar>، تاريخ الاطلاع عليه 6افريل 2023، على الساعة: 15:30.
4. الموقع الإلكتروني: <https://www.bdl.dz/arabe/Carte-VISA.html> لبنك التنمية المحلية، تاريخ الاطلاع عليه 7افريل 2023، على الساعة 14:53.

5. الموقع الالكتروني [/https://www.agb.dz](https://www.agb.dz) لبنك خليج الجزائر، تاريخ الاطلاع عليه، 9 افريل 2023، على الساعة 13:00
6. الموقع الالكتروني: <https://www.meemapps.com/term/smart-cards>، تم الاطلاع عليه يوم 23 فيفري 2023، على الساعة 09:43.

المراجع باللغة الأجنبية

1. Andrew Bloomenthal, Ecommerce Defined: Types, History, and Example ، Investopedia/LauraPorter, <https://www.investopedia.com/terms/e/ecommerce.asp> , July 06, 2022
2. J. Ohene-Djan, Electronic commerce, Undergraduate study in Computing and related programmes, UNIVERSITY OF LONDON,2008.
3. Joseph Van Oset autres, Le commerce électronique dans Les pays en développement possibilités offertes aux petites et moyennes entreprises et difficultés rencontrées, Organisation mondiale du commerce, Genève, Suisse,2013.
4. Le site du journal neomedia, <https://www.lejournaldejoliette.ca/>.
5. Mohammed Kamran Siddiqui and others, Overview the issues and challenges of Electronic Payment System for secure Online Payment, Journal of Advances and Scholarly Researches in Allied Education | Multidisciplinary Academic Research.
6. Vaibhava Desai,Digital Marketing: A Review,International Journal of Trend in Scientific Research and DevelopmentMarch 2019.



الملاحق

معاملات الارتباط بيرسون

Corrélations

		2التجارة	البطاقات
2التجارة	Corrélation de Pearson	1	,898*
	Sig. (bilatérale)		,038
	N	5	5
البطاقات	Corrélation de Pearson	,898*	1
	Sig. (bilatérale)	,038	
	N	5	5

*. La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

Corrélations

		2التجارة	متاجر
2التجارة	Corrélation de Pearson	1	,798
	Sig. (bilatérale)		,106
	N	5	5
متاجر	Corrélation de Pearson	,798	1
	Sig. (bilatérale)	,106	
	N	5	5