

## إشكالية العمل المصرفي الإلكتروني في ظل التجارة الإلكترونية للبنوك الجزائرية

د.بودي عبد الصمد

ط.د غزالي فاطمة

جامعة طاهري محمد بشار

samad.boudi@gmail.com

### ملخص:

لم يعد من الممكن التشكيك في مدى نجاح الذي حققته ولا تزال تحققه التجارة الإلكترونية، فقد شهدت هذه الأخيرة نموا هائلا وانتشار واسعا في فترة وجيزة، وهذا مايدل على المكاسب الكبيرة التي جاءت بها، وفي هذا الصدد فإن درجة إدراك هذه المكاسب تفاوتت من دولة إلى أخرى، فقد اقتصر الأثر الإيجابية لهذه التجارة على دول العالم، أما الدول العربية والجزائر نموذجا منها فلا تزال مبدئة في هذا المجال .

ونهدف من خلال هذه الورقة إلى التعرف على واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر خاصة فهي تختلف من دولة إلى أخرى فهي لا تزال متخلفة كثيرا عن الدول المتقدمة ولكن هذا لاينفي بذل العديد من الجهود في هذا الميدان كما لا يمنع ذلك من وجود تحركات جيدة وبعض المبادرات الناجحة نسبيا على سبيل المثال دولة الإمارات كما سنحاول التعرف على واقع وسائل الدفع الإلكتروني ومعوقات وسبل نجاح التجارة الإلكترونية في الجزائر بصفة خاصة. الكلمات المفتاحية: التجارة الإلكترونية، الدفع الإلكتروني، الأنترنت، الاقتصاد الرقمي

### Resume:

On ne peut plus douter de la réussite du commerce électronique et de son succès. À cet égard, le degré de sensibilisation à ces gains variait d'un pays à l'autre, les effets positifs de ce commerce se limitant aux pays du monde, al ors que les pays arabes et l'Algérie restent un modèle novateur. dans ce domaine. Nous visons à travers cet article à identifier la réalité du commerce électronique en Algérie, en particulier si elle varie d'un pays à l'autre, elle est encore loin derrière les pays développés, mais cela ne nie pas beaucoup d'efforts dans ce domaine et n'empêche pas l'existence de mouvements positifs et d'initiatives relativement réussies dans ce domaine. Exemple EAU Nous essaierons également d'identifier la réalité des méthodes de paiement électronique, ainsi que les obstacles et les moyens de réussir du commerce électronique en Algérie en particulier.

**Mots-clés:** commerce électronique, paiement électronique, Internet, économie numérique

## مقدمة:

لقد أدركت جميع الدول والمجتمعات أهمية نظام الإقتصادي الجديد القائم على العولمة فالعالم اليوم يواجه تدفقا هائلا وثورة معلوماتية شاملة ساهمت في نمو وتطور العلاقات والتبادلات التجارية، وهو ماتمخض عنه ميلاد نمط حديث من المبادلات التجارية التي تتم عبر وسيط إلكتروني اصطلح على تسميتها- التجارة الإلكترونية - التي تحولت إلى واقع ملموس في جميع بقاع العالم حيث أنه لا توجد تجارة إلكترونية دون وسائل دفع الإلكترونية التي أصبحت ضرورة وملحة ومتطلبا تنمويا لزيادة إسهامها في التجارة الإلكترونية وكذلك تطوير قطاعات الإنتاجية المحلية والتسويقية وتوفير فرص واسعة لرفع نموها الاقتصادي ، ولكن لكي تحقق الدول العربية خاصة الجزائر الاستفادة من التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الخاصة بها لابد من توفير متطلبات الضرورية من البنى التحتية التكنولوجية والتنظيمات والتشريعات لمواكبة كل التطورات الحديثة والتجارة الإلكترونية واحدة من بين هذه التطورات.

وعلى ضوء هذه المقدمة نطرح الإشكالية التالية: ما مدى اعتماد الجزائر على التجارة الإلكترونية وما إنعكاسات وسائل الدفع عليها؟ ونطرح التساؤلات التالية:

- ماذا نقصد بالتجارة الإلكترونية
- ماهو واقع التجارة الإلكترونية في تونس ، مصر ، الإمارات
- ما المقصود بالدفع الإلكتروني
- فيما تتمثل وسائل الدفع الإلكترونية
- ماهو واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر
- ماهو واقع إستخدام الدفع الإلكتروني في الجزائر.

## أولا: واقع استخدام شبكة الأنترنت في الجزائر

للحديث عن التجارة الإلكترونية في الجزائر لابد من الاطلاع أولا على البنية التحتية الرقمية والمعلوماتية لهذا البلد، وأن أهم عنصر يهم التجارة الإلكترونية هو البنية التحتية من شبكة الأنترنت اتصالات ومعلومات متطورة والموارد البشرية اللازمة لإدارتها وأسباب ومعوقات عدم اعتمادها وسبل وحلول ذلك

### 1-شبكة الأنترنت وعدد مستخدميها

في إطار عصرنة البيانات التحتية والخدمات، تتواصل عمليات الربط بشبكة الألياف البصرية ، ففي السداسي الأول من عام 2015 تم ربط 84 بلدية من مجموع 1296 بشبكة الألياف البصرية ، من أجل تلبية حاجيات مستخدمي الأنترنت الجزائريين وكذا تقديم خدمة ذات نوعية ، لم يتوقف النطاق الدولي عن التطور بحيث بلغ في السداسي الأول من عام 2015 حوالي 357 جيجابايت/ثانية و الجدول التالي يعطي أهم المؤشرات كما يلي:

المؤشرات	2012	2013	2014	السداسي الأول 2015
طول الألياف البصرية (كم)	46231	50800	61556	66958
عدد البلديات الموصولة بالألياف البصرية	1000	1081	1229	1296
عرض نطاق الانترنت الوطنية (ميغابايت/ثانية)	130000	172021	348000	1170000
عرض نطاق الانترنت الدولية (ميغابايت/ثانية)	104448	166000	278000	357000

الجدول 1: يوضح مؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال خلال فترة 2012 إلى السداسي الأول من 2015

المصدر : موقع وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام و الاتصال 2018

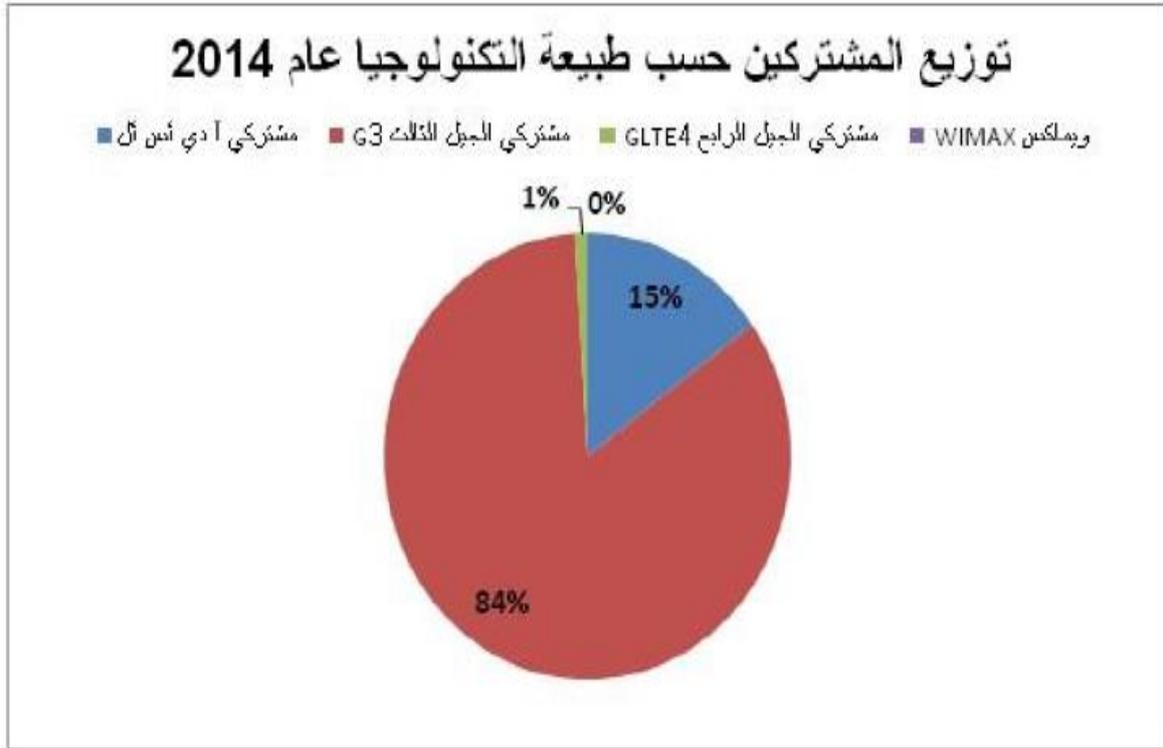
نلاحظ من الجدول أنه من سنة لأخرى ترتفع قيمة هذه المؤشرات مما يعطي دلالة واضحة على أن الجزائر تمتلك بنية تحتية من هذه التكنولوجيا أمامها عملة الاندماج في الاقتصاد الرقمي.

- عدد المشتركين في الانترنت

لقد بلغت نسبة السكنات المتوفرة على الإنترنت 28 بالمئة خلال السداسي الأول من سنة 2015 ، أما فيما يخص شبكة الانترنت في الجزائر ، فقد تضاعف عدد المشتركين أربع مرات في ظرف سنة واحد ليقارب 10 مليون في 2014 من بينهم 8231905 مشترك في الهاتف النقال ومن المتوقع ان يرتفع أكثر مع استقدام تكنولوجيا التدفق العالي اللاسلكي للهاتف الثابت (4GLTE) كما أن نسبة المشتركين في الإنترنت قدرت ب 84 بالمئة سنة 2014 وذلك بالنسبة لتكنولوجيا الجيل الثالث للهاتف النقال في حين تبقى تكنولوجيا الوايماكس قليلة الاستخدام فبالرغم من ارتفاع من ارتفاع الأسعار نسبيا لتقنية الجيل الثالث ، إلا إن المواطن الجزائري ، يفضل استعمالها لأنها تقدم خدمات الانترنت وسهلة الولوج إليها ، هذا فضلا عم وسائل التواصل المتنقلة من هواتف الذكية ولوحات إلكترونية والشكل الموالي يعطي هذه النسب كالاتي<sup>1</sup>:

<sup>1</sup> بوجحيش خالدية و البشير عبد الكريم دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تطوير مخرجات الابتكار ( دراسة مقارنة بين الجزائر وتونس) جامعة حسيبة بن بوعلوي - الجزائر.

الشكل 1: توزيع المشتركين حسب طبيعة التكنولوجيا عام 2014



المصدر: وزارة البريد و تكنولوجيا المعلومات و الاتصال

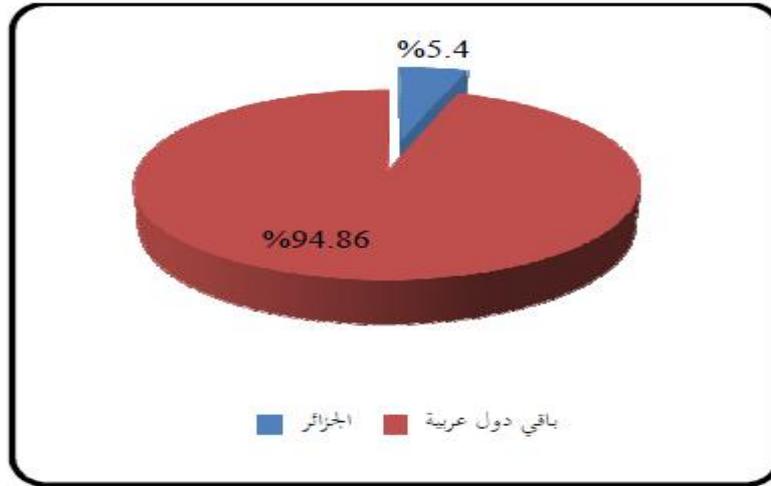
الجدول 2: يوضح مكانة الجزائر بين الدول العربية فيما يخص الإنترنت

المرتبة بالنسبة لعدد مستخدمي الإنترنت	الدولة	عدد مستخدمي الإنترنت 2014	% من عدد مستخدمي 2014 سنة	المرتبة بالنسبة لعدد مستخدمي الإنترنت	الدولة	عدد مستخدمي الإنترنت 2014	% من عدد مستخدمي 2014 سنة
14	السعودية	1830000	1.41	9	تونس	5053704	3.95
17	قطر	216400	0.16	10	لبنان	3336517	2.57
4	الإمارات	8807226	6.78	1	مصر	46200000	35.61
13	عمان	2584316	2	5	الجزائر	6669927	5.14
16	البحرين	1297500	1	8	اليمن	5210593	4.01
11	الكويت	3022010	2.32	6	سوريا	5920553	4.56
15	ليبيا	1362604	1.05	12	العراق	2997884	2.31
7	الأردن	5700000	4.39	3	السودان	9307189	7.17
2	المغرب	20207154	15.57	18	فلسطين	n/a	n/a
المجموع						129723577	100

المصدر: [www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com)

نستنتج من الجدول أن الجزائر تحتل المرتبة الخامسة بالنسبة لعدد مستخدمي الإنترنت سنة 2014 في الوطن العربي بعد كل من مصر ، المغرب ، السودان ، الإمارات بنسبة 5.14 بالمئة.

الشكل 2: يوضح نسبة مستخدمي الإنترنت في الجزائر بالنسبة للدول العربية



المصدر: [www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com)

الجدول 3: يوضح التطور السكاني وعدد مستخدمي الإنترنت في الجزائر

عام	المستخدمين	تعداد السكان
2000	50000	31795500
2005	1-920-000	33033546
2007	2460000	33506567
2008	3-500-000	33769669
2009	4-100-000	34178188
2010	4-700-000	34586184
2012	5230000	37367226
2013	6404264	38813722
2014	6669927	38813722
2015	11-000-000	39542166
2016	15-000-000	40263711
2017	18580000	41063753

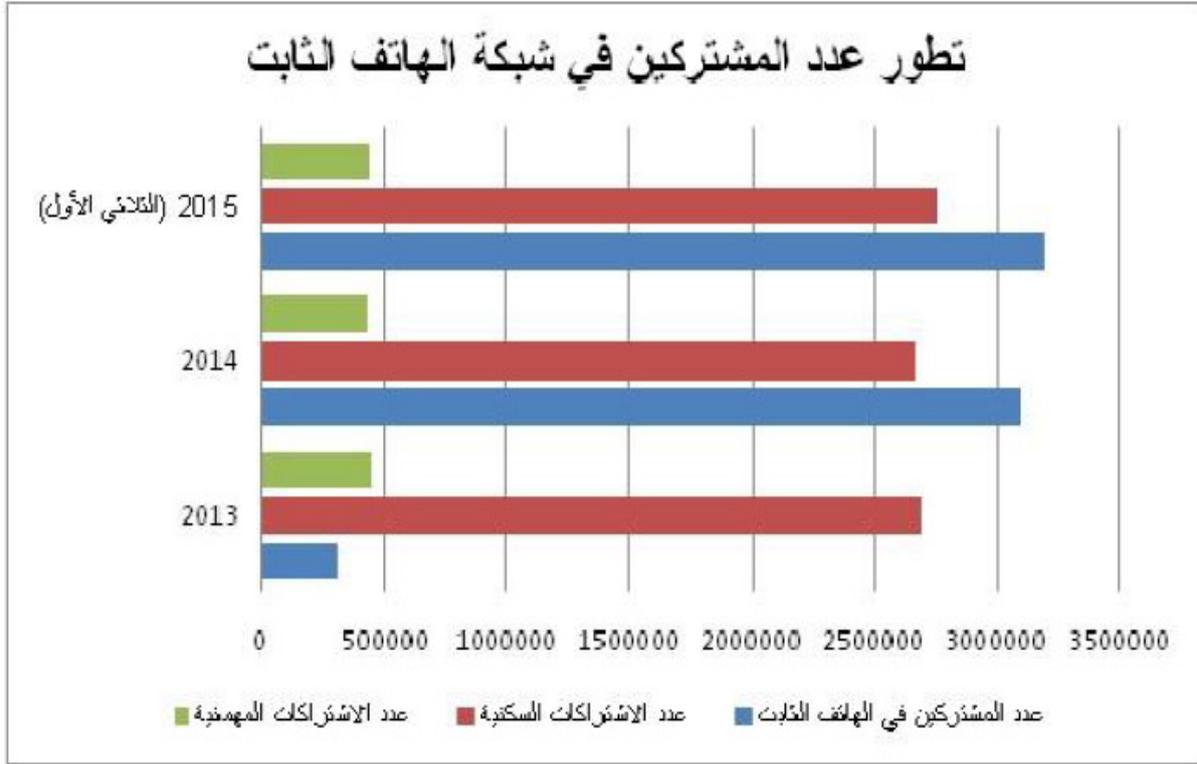
المصدر: [www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com)

نلاحظ من الجدول أن نسبة زيادة مستخدمي الإنترنت في الجزائر خلال الفترة من 2000-2014 كانت نسبة ضئيلة جدا مقارنة بعدد السكان أم خلال الفترة من 2014-2017 ازدادت نسبة مستخدمي الإنترنت مع ازدياد التعداد السكاني وهذا راجع إلى اهتمام الجزائر بمجال تكنولوجيا والاتصالات.

2- الشبكات الهاتفية الثابت والنقال

في السنوات الأخيرة انخفض عدد مشتركين في الهاتف الثابت وذلك منذ افتتاح سوق الهاتف النقال الذي أصبح يلبي بشكل أفضل متطلبات السوق وذلك بالنظر إلى مزاياه الكبيرة والمتعددة وهذا ما يوضحه الشكل التالي:

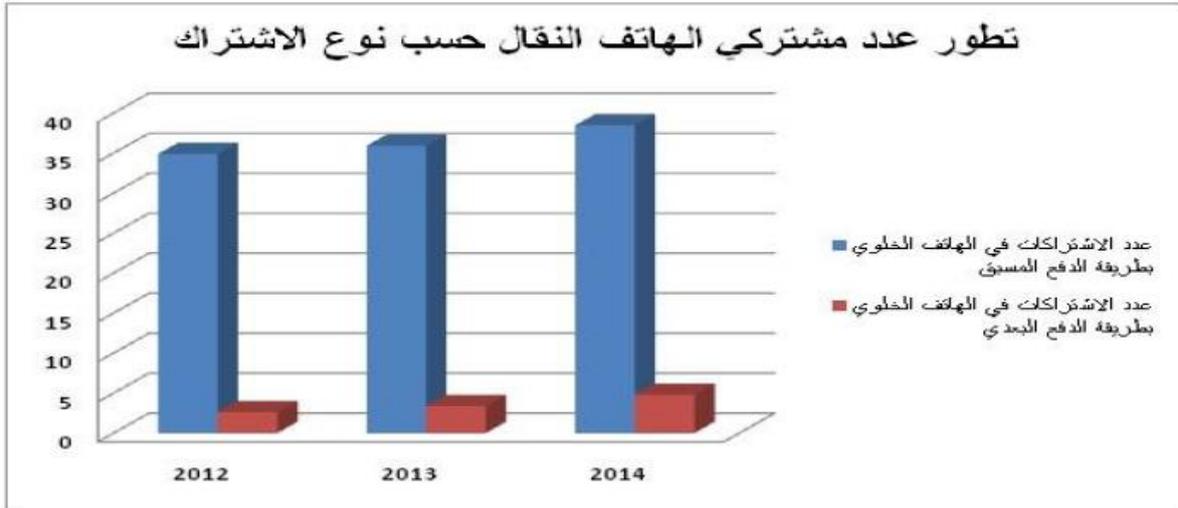
الشكل 3: تطور عدد مستخدمي الهاتف الثابت في الجزائر من 2013 إلى 2015



المصدر: موقع وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال [www.mptic.dz](http://www.mptic.dz)

نلاحظ من خلال الشكل أن تطور الهاتف الثابت في الجزائر يتجه نحو الاستقرار ، لأن عدد مستخدمي الهاتف الثابت يعرف انخفاضا من سنة إلى أخرى ففي الجزائر نلاحظ أن 08 أشخاص من أصل 100 يستفيدون من خدمات الهاتف الثابت ويرجع ذلك لتوجه المواطنين نحو تكنولوجيا الهاتف النقال.

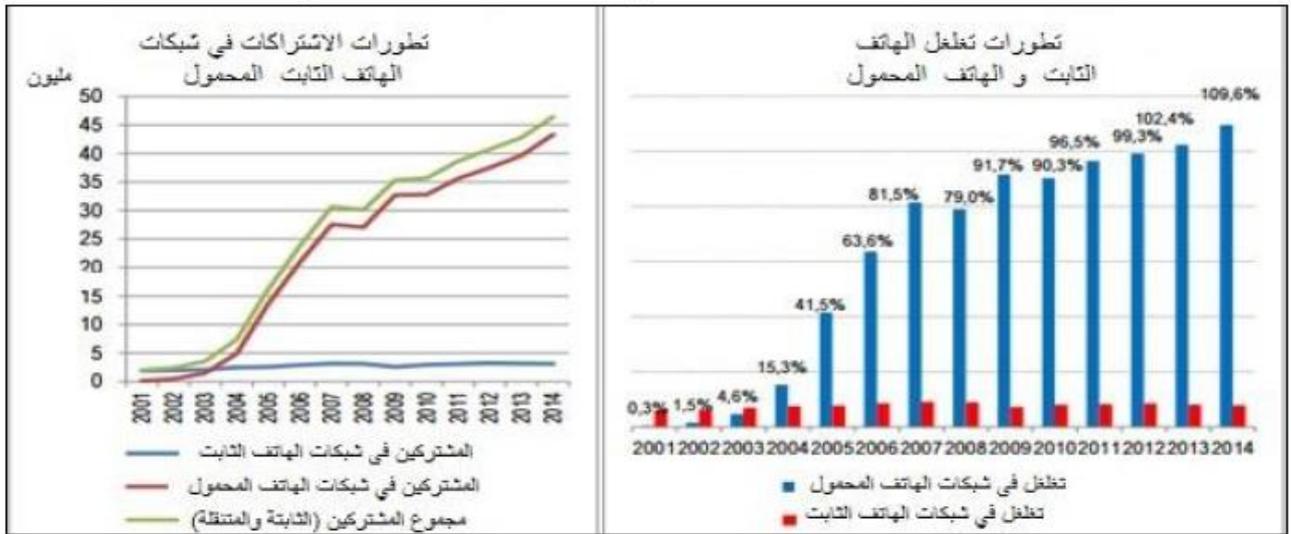
الشكل 4: بوضوح تطور عدد مستخدمي الهاتف النقال في الجزائر في الفترة ما بين 2012 إلى 2014



المصدر : موقع وزارة البريد وتكنولوجيا الاتصالات والإعلام

نلاحظ أنه بالنسبة للهاتف النقال فقد شهدت تحسناً ملحوظاً حيث ارتفع عدد مشتركين إلى 38 مليون مشترك سنة 2014 حيث تشكل فيه الاشتراكات المسبقة الدفع الحصة الأكبر.

الشكل 5: يوضح تطور الاشتراكات في الهاتف الثابت والمحمول في الجزائر 2001-2014



المصدر: الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ، عن الموقع [www.andi.dz/index.php](http://www.andi.dz/index.php)

نلاحظ من الشكل أن سوق الاتصالات حققت معدلات نمو قوية وذلك من سنة إلى أخرى حيث ارتكز هذا في قطاعات الهاتف أو من حيث عدد الزبائن أو متعاملي الهاتف الثابت والمحمول الذي ارتفع من 42.76 مليون مشترك سنة 2013 إلى 46.39 مليون مشترك سنة 2014 أي بزيادة قدرها 8 بالمئة وقد أسفر نمو قاعدة المشتركين عن نتيجة وصلت إلى معدل اختراق إلى 109.6 بالمئة في قطاع الهاتف النقال في المقابل فإن حركة التداول بين مشتركى شبكات الهاتف الثابت والنتقال ارتفعت والمنحنيات تبين تغيرات وتطورات كبيرة في عدد مشتركين في قطاع سوق الهاتف الثابت والنتقال وكذا معدلات انتشارها

3- بعض المواقع الالكترونية المشهور في الجزائر

yahoo.com ، facebook.com ، ouedkniss.com ، google.com ، google.dz ، youtube.com -

الفرع الثاني أسباب ومعوقات عدم اعتماد الجزائريين على التجارة الالكترونية

## -الأمية المعلوماتية

يقصد بها الجهل بأساليب ووسائل التعامل بأجهزة الحاسب الآلي و البرمجيات حيث أن مصطلح الأمية في التعريفات الحديثة يعني لا يحسن استخدام الحاسوب وبالتالي فإن فئة كبيرة من المتعاملين لم يسبق لهم جلسوا أمام الحاسوب وتعاملوا معه ، وبالتالي فلا نتخيل أنهم يستطيعون ممارسة تجارتهم عبر الانترنت الذي يتركز على استخدام الحاسوب

## -حاجز اللغة

حيث معظم التعاملات التجارة الإلكترونية باللغة الإنجليزية

## -ارتفاع تكلفة الحصول على حاسوب

وهذا يحول دون انتشار هذه التجارة التي تتطلب حاسوبا في المرتبة الأولى وبالتالي فانتشار الحواسيب مرتبط أيضا بضرورة التفكير في الحصول لا على مستوى الشخص فقط وإنما على المستوى التجاري أيضا

## -ارتفاع تكلفة استخدام الإنترنت

أن تكاليف لاتصال العادي في بلادنا مستمر في الارتفاع في ظل غياب المنافسة ف قطاع الاتصالات الذي لاتزال الدولة تحتكر الجانب الأكبر منه مما يحاول دون إنخفاض تكلفة الاتصال عن طريق الانترنت

## -الطابع اللامادي غير ملموس للتعامل

حيث لايشجع الكثير على التعامل مع ناس لا يواجهونهم وجها لوجه وعلى وسائط إلكترونية غير ورقية ، ويدخل هذا العصر في عامل الثقة ، انعدام الثقة في هذه الوساطة الإلكترونية وعدم الأمن لها.

## -عدم اهتمام الهيئات الإدارية العليا للبلاد بالموضوع

إذ لايعقل أن وزارة التجارة في بلادنا لم تفكر حتى في إجراء استقصاء لمدى اهتمام الناس بهذا النوع من التجارة والتفكير في سبيل تقنيها أو أستفادة من تجارب الدول الغربية في هذا المجال

## -تخلف نظام المصرفي الجزائري

من حيث وسائل وتقنيات الدفع الحديثة حيث نتج هذا عن سيطرة قيم المجتمع النقدي (الكاش) حيث أن التعاملات تتم معظمها بالنقد التقليدية وليس بأداة التعامل المالي الحديثة

## -نقص اهتمام المؤسسات الاقتصادية في البلاد

انه بهذه التقنية التجارية الحديثة التي تمكن أن تفتح لهم آفاق اقتصادية أوسع ، مما يجعل انتشارها يكاد يكون منعذما في بلادنا

## ثانيا معوقات نمو التجارة الإلكترونية في الجزائر

تواجه الدول الجزائر كغيرها من الدول النامية العديد من العقبات التي تقف كحجرة في عثرة سبل نمو التجارة الإلكترونية ويمكن عرض أبرز هذه التحديات في:

1-عقبات تقنية وتكنولوجية: تتمثل هذه التحديات بدورها في:<sup>3</sup>

1-1 ضعف البنية التحتية الإلكترونية حيث يتطلب نجاح التجارة الإلكترونية إنشاء بنية تحتية تكنولوجية متطورة تساعد على انتشار استخدام الإنترنت وتوفير البيئة المناسبة و الداعمة لتجارة الإلكترونية والقادرة على تحمل أعباء ومخاطر هذا النوع الحديث

<sup>2</sup> محمد بن بوزيان ، التجارة الإلكترونية فرص وتحديات ، الملتقى العلمي الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات

الدولية ، خميس مليانة 13-14 مارس 2012 ،ص11

<sup>3</sup> علاوي محمد لحسن ، مولاي لخضر عبد الرزاق ، آليات التجارة الإلكترونية كأداة تفعيل التجارة العربية البينية ، الملتقى العلمي الدولي الخامس حول

الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية ، خميس مليانة 13-14 مارس 2012، ص11

- من المبادلات التجارية حيث تبين الإحصائيات المتوفرة في الجزائر ضعف البنية الأساسية الضرورية لممارسة التجارة الإلكترونية على نطاق واسع من شبكات اتصالات سلكية ولا سلكية ، برمجيات ، أقراص صلبة ومرنة وأجهزة الهواتف
- 2-1 ضعف التقنية والوعي الإلكتروني حيث لا يزال هناك بعض القصور في مجالات الاعتماد والقياسات وبروتوكولات الاتصال
- 3-1 صعوبة تكامل التجارة الإلكترونية مع بعض التطبيقات وقواعد بيانات بعض الأعمال الحالية
- 4-1 دعم كفاية خطوط الاتصال وبطء شبكة الانترنت

## 2- عقبات تجارية

إن التحول من بيئة التجارة التقليدية إلى أنماط التجارة الإلكترونية، تتم من خلالها التبادلات والأعمال والأنشطة التجارية عبر بيانات رقمية ، يمثل تحديا حقيقيا أمام المؤسسات والمشروعات التجارية ، حيث تفتقر غالبيتها قابلية التحول الجذري إلى مؤسسات الإلكترونية

فكثير من الشركات التجارية مرتبطة ارتباط وثيقا منذ نشأتها بأنماط التجارة التقليدية في عملياتها التجارية محليا وخارجيا ، وعدم استيعابها بعد بشكل كاف لمفهوم الأعمال الإلكترونية الجديد ، الأمر الذي يجعل التحول إلى التجارة الإلكترونية يتطلب أولا قناعتها بأهمية وفائدة التجارة عبر الانترنت ومن ثم تبني سياسات ووضع استراتيجيات مرحلية للتحول إلى التجارة الإلكترونية ويمكن تلخيص أهم هذه العقبات في:<sup>4</sup>

- 1-2 ضعف الخبرات التجارية والمساعدات الفنية اللازمة لتحويل الأعمال التجارية إلى أعمال إلكترونية
- 2-2 قصور أسواق رأس المال في معظم الدول لعدم 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
- 3- عقبات التشريعية والقانونية

تمثل التشريعات والقوانين المتعلقة بكيفية تنظيم التجارة الإلكترونية أحد أهم البنى المؤسسية لقيام التجارة الإلكترونية وتواجد الدول العربية ودول العالم أجمع تحديا حقيقيا في وضع تشريعات وضوابط القانونية التي تتلائم وأنماط التجارة الإلكترونية الحديثة ويمكن عرض أهم التحديات القانونية التشريعية في المعاملات الإلكترونية فيما يلي:<sup>5</sup>

- 1-3 صعوبة الملاحقة القانونية لكثير من المعاملات التجارية الإلكترونية والخاصة بعض السلع مثل الأدوية المخدرة (الصيدلة الإلكترونية) ومن ثم وجود فجوة بين القوانين التجارية التقليدية والتجارة الإلكترونية
- 2-3 وجود فجوة في التشريع الضريبي الذي تمت صياغته وفقا لطبيعة المعاملات التجارية التقليدية ومستحدثات تكنولوجيا المعلومات ، الأمر الذي يخضع المستهلك للضريبة وفقا للتجارة التقليدية وعدم إخضاعه عندما يشتري نفس السلعة أو الخدمة إلكترونيا
- 3-3 صعوبة تحديد هوية الممول ومعرفة عنوان منشأته وكيانه القانوني وذلك في ظل سهولة قيام الممول بالتنقل لممارسة العمليات التجارية الإلكترونية دون الحاجة إلى الانتقال إلى بلد المستهلك
- 4- عقبات اجتماعية و نفسية

تتعلق الأسباب الاجتماعية والنفسية المعرقلة للتجارة الإلكترونية بخصائص المجتمع الجزائري والذي لا يزال ينتظره الكثير من الأشياء حتى تتمكن من الانضمام إلى مجتمع المعلومات نذكر منها:<sup>6</sup>

<sup>4</sup> مراد رايس ، عبد الهادي مسعودي ، عوايق اعتماد التجارة في الوطن العربي والإسلامي ، الملتقى العلمي الدولي الخامس حول الإقتصاد الافتراضي

وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية ، 13-14 مارس 2012 ، خميس مليانة ، ص 12-13

<sup>5</sup> علاوة محمد الحسن ، مولاي لخضر عبد الرزاق مرجع سبق ذكره ، ص 12

<sup>6</sup> سمية ديمش ، التجارة الإلكترونية، مرجع سابق ذكره ، ص 283

4-1 الأمية من الصعب على الجزائر التي تعاني من الأمية ان تتحول بسهولة إلى الاقتصاد المعرفي وتطبيق أسلوب التجارة عبر الإنترنت نظرا لتناقض الأمية كثيرا مع طبيعة هذا النوع من الاقتصاد والتجارة ، ويمكن القول أن الأمي في الجزائر هو من لا يعرف القراءة ولا الكتابة وقد تجاوز السن العشر من عمره

4-2 اللغة من بين التحديات التجارة الإلكترونية عامل اللغة والذي يعتبر من بين القضايا الحاسمة في استخدام شبكة الشبكات للأعراض التجارية ، حيث معظم المعاملات التجارية الإلكترونية تتم باللغة الإنجليزية

4-3 العائق النفسي: إن من بين ما يعرقل التحول إلى التجارة الإلكترونية ويجعلها بديلا غير واقعي ، هو سلوك المستهلك ونظرة المجتمع الجزائري إزاء الانفتاح على العالم الخارجي وأبرم نوع حديث من الصفقات التجارية التي تتعدى الحدود فلقد فوجئ المستهلكين الجزائريون بهذا النوع الحديث من المبادلات والتسوق عبر وسيط إلكتروني مما أدى إلى عدم تقبلهم فكرة التجارة الإلكترونية ومقاومتهم لها وتميز سلوك المستهلك بما يلي

-انعدام ثقة المستهلك في الباعة المجهولين الذين لا يراهم أمامه مباشرة

-عدم إنغراس التجارة الإلكترونية في عادات المجتمع ، فالكثير يفضلون معاينة البضائع والخدمات عن قرب ولمسها وتحسها وربما تذوقا قبل إتمام الصفقة

-تخوف المستهلك من عنصر المخاطرة الذي يميز التجارة الإلكترونية ، فهناك احتمال بث معلومات غير صادقة من طرف التاجر حول مواصفات السلعة وأسعارها وبالتالي هناك خطر استلامها نهائيا

-التخوف من عملية سرقة البيانات والمعلومات خاصة المتعلقة بأرقام البطاقات البنكية.

#### المبحث الثاني إشكالية الدفع الإلكتروني في الجزائر

المطلب الأول: وسائل ونظم الدفع في الجزائر

الفرع الأول: وسائل الدفع المتاحة في الجزائر

أولا - بطاقة السحب

تم إنشاء بطاقة السحب الخاصة بكل مصرف فقد أنشأت شركة ما بين المصارف الثمانية وهي بنك الفلاحة و التنمية المحلية ، البنك الوطني الجزائري ، بنك الجزائر الخارجي ، الصندوق الوطني للتوفير و الاحتياط ، القرض الشعبي الجزائري ، بنك التنمية المحلية ، الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي ، بنك البركة الجزائري ، وهذه المصارف أنشأت شركة من أجل

تحديث وسائل الدفع للنظام المصرفي الجزائري

تطوير وتسيير التعاملات النقدية ما بين المصارف

تحسين الخدمة المصرفية وزيادة حجم تداول النقود

وضع الموزعات الألية في المصارف والتي تشرف عليها الشركة

وتقوم هذه الشركة بصنع البطاقات المصرفية الخاصة بالسحب حسب المقياس المعمول به دوليا وطبع إلزام الطرفين خاصة فيما يتعلق بأجال و إجراءات التسليم بالإضافة إلى عملية الربط بين الموزعات الألية ومصالح SATIM بواسطة شبكة اتصال تسمح بالقيام بعمليات السحب سواء كانت داخلية أو محلية بالإضافة إلى سجل متصل بهيئة المقاصة لتصفية الحسابات ما بين المصارف<sup>7</sup>

- الشبكة النقدية ما بين المصارف

في سنة 1996 أعدت شركة SATIM مشروعا لإيجاد حل للنقد بين المصارف ، و أول مرحلة لهذا المشروع الذي بدأ سنة 1997 تمثلت في إعداد شبكة نقدية إلكترونية بين المصارف في الجزائر ، هذه الشبكة لاتغطي إلا الخدمات المتعلقة بإصدار البطاقات المصرفية الخاصة بالسحب من الموزع الآلي محليا و بالتالي يمكن للمصارف الوطنية و الأجنبية الخاصة والعامة أن يقدمو لزيائهم خدمة سحب الأموال بواسطة الموزع الآلي. كما تعمل SATIM على ضمان حسن سير عملية السحب ومراقبة البطاقات المزورة وكشف كل التلاعبات

<sup>7</sup> بوعافية رشيد ، الصيرفة الإلكترونية والنظام المصرفي الجزائري ، مذكر لنيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية البليدة ص 155

### - مركز المعالجة النقدية ما بين المصارف

تشرف شركة SATIM على مركز المعالجة النقدية بين المصارف وتعمل على ربط مراكز التوزيع مع مختلف المؤسسات المشاركة لوظيفة السحب ، حيث يتولى هذا المركز ربط الموزع الألي بمقدم الخدمة بواسطة خطوط عبر الشبكة الوطنية ومركز الاعتراض على البطاقات الضائعة أو المزورة لعملية السحب تتم بطلب ترخيص يوجه إلى مركز الترخيص بالوكالة الذي يقبل أو يرفض الطلب ، لهذا يمكن القول أن عملية السحب تتم في أسلوب نصف مباشر فتوجد شبكة بين المصارف وشركة SATEM وهذا ما يخلق نوعا من المخاطر ، مما يجعل الإقبال عليها ضعيفا لأسباب عديدة منها ، الأعطاب و الأخطاء ، الميول للحرية ، التوزيع غير الجيد للموزعات الآلية

رغم هذا تبقى النقود العادية الأكثر استعمالا في المعاملات بين الجزائريين لانعدام الثقة في الوسائل الأخرى ويدل هذا على أن النظام المصرفي الجزائري مازال متأخر كثيرا في هذا الميدان

### ثانيا: البطاقة الائتمانية

إن هدف اعتماد بطاقة مصرفية في الجزائر هو توحيد التقنيات المكونة للجهاز ولذلك فإن الطريقة المثلى للدفع هي تلك التي تتميز بالبساطة في الاستعمال ونموذج موحد لاستعمالها (خط + الدفع + الإلكتروني) ووسيلة دفع مؤمنة بالنسبة للحامل (بطاقة ذكية) وبها جهاز مقاصة إلكترونية يتميز بالسرعة ، فضلا عن تزويد موزعات ومعدات ضرورية لمركز المعالجة بأجهزة طرفية ، بالإضافة إلى تكوين لجنة من المصارف تمثل كل المشاركين لتحديد وضع دليل للدفع الإلكتروني وقواعد التعامل بين التجار والعاملين و معالجة قضايا عدم التسديد و النزاعات المختلفة

وقد عملت الجزائر أثناء قيامها بالإصلاح المصرفي على فتح المجال لتطوير التجارة الإلكترونية وذلك بإصدار أول بطاقة هي بطاقة سي إي بي ، فيزا غولد ، و بطاقة كاش يو

وقد بدأت تظهر بوادر الصيرفة الإلكترونية في الجزائر عن طريق أول بطاقة ائتمانية وهي بطاقة الدفع الإلكترونية العالمية سي - بي - أي فيزا - غولد التي ترخصها هيئة عالمية - فيزا - <sup>8</sup> وكمثال على مستوى ولاية بشار نجد عدد البطاقات الائتمانية cib و البطاقة الذهبية موزع على الجدول التالي:

السنوات	من سنة 2017 إلى فيفري 2018
بطاقة الذهبية	54208
الموزعة	34280 بنسبة 64.24%
الغير الموزعة	19928 بنسبة 35.76%

المصدر: بن حركات حكيم وعثماني أحمد، إحصائيات بطاقة الدفع الإلكتروني (بطاقة الذهبية) لبريد الجزائر لولاية بشار

-نلاحظ من الجدول أن بطاقة الذهبية توزعت بشكل كبير خلال سنة واحد حيث بلغت نسبة التوزيع 64.24 بالمائة أي 34280 ويرجع هذا

التطور السريع في التوزيع إلى تطور هذه البطاقة والإقبال عليها بشكل كبير في البنوك الجزائرية

\* إحصائيات حول البطاقة المصرفية لبنك BNA على مستوى ولاية بشار

### الموضوع: إحصائيات بطاقة ما بين البنوك CIB

دري بشار	بطاقة تم إنشاؤها وتجديدها	بطاقة التوزيع	بطاقة تم إلغائها	بطاقة بقيت في المخزون
2016	3282	1748	409	1125

27	939	2104	3070	2017
----	-----	------	------	------

المصدر: بن حركات حكيم وعثماني أحمد إحصائيات بطاقة الدفع الإلكتروني لي البنك الوطني الجزائري BNA على مستوى ولاية بشار إحصائيات عن البطاقات البنكية للبنك BEA على مستوى ولاية بشار

المؤشر	نهاية نوفمبر 2014	نهاية ديسمبر 2015	نهاية جانفي 2016	نهاية فيفري 2017	نهاية جوان 2018
عدد البطاقات ما بين البنوك الذهبية	5594	5694	5704	5784	5750
عدد البطاقات الذهبية	7272	7370	7389	7419	7455

المصدر: بن حركات حكيم وعثماني أحمد إحصائيات بطاقة الدفع الإلكتروني لبنك الجزائر الخارجي BEA لولاية بشار -الجدول يوضح زيادة عدد البطاقات الدفع الإلكتروني للبنك BEA بولاية بشار حيث نلاحظ أن زيادة عدد البطاقات خلال السنوات الخمس الأخيرة دلالة على أن البنوك أصبحت تلعب دور هام في اقتصاد العالم بصفة خاصة والجزائر بصفة خاصة حيث تعتبر العمود الفقري والركيزة الأولى لتحقيق التوجهات وأهداف الدولة

\*إحصائيات حول بطاقة الدفع الإلكتروني لبنك التنمية المحلية بولاية بشار:

ANNEE	2012 إلى 2014	2015 إلى 2016	2017
BDL	928 بطاقة	2349 بطاقة	142 بطاقة

المصدر: بن حركات حكيم وعثماني أحمد إحصائيات بطاقة الدفع الإلكتروني لبنك التنمية المحلية بولاية بشار الجدول يوضح إحصائيات بطاقة الدفع الإلكتروني لبنك التنمية المحلية بولاية بشار نلاحظ زيادة عدد بطاقات الدفع لبنك التنمية المحلية من 928 سنة 2012 إلى 2014 وتطور في زيادته ليبلغ 2349 من سنة 2015 إلى 2016 وإنخفض في سنة 2017

ثالثا: نظام المقاصة الإلكترونية

حل هذا النظام مكان أوامر الدفع المصرفية ، وظهر نظام التسوية الإجمالية بالوقت الحقيقي الذي يتم في خدمات مقاصة الدفع الإلكترونية للتسوية الإلكترونية في المدفوعات بين المصارف ، وذلك ضمن نظام المدفوعات الإلكترونية للمقاصة وهو نظام ينطوي على عنصر اليقين حيث تتم المدفوعات في نفس اليوم بدون إلغاء أو تأخير وهذا نظام يختص بالمعالجة الآلية لوسائل الدفع العام صكوك ، تحويل ، اقتطاع ، عمليات السحب والدفع بالبطاقات البنكية ، وذلك باستعمال وسائل متطورة مثل الماسحات الضوئية scanners و البرمجيات المختلفة ويمثل هذا النظام القسم الثاني من أنظمة الدفع المتطورة وفق المعايير الدولية بهذا الهدف التحسين النهائي للخدمات البنكية المقدمة للزبائن<sup>9</sup>

دخل النظام حيز التنفيذ باشتراك : بنك الجزائر ، كل البنوك ، اتصالات الجزائر ، بريد الجزائر SATIM ، جمعية البنوك والمؤسسات المالية (ABEF) عبر كامل التراب الوطني ويعتمد هذا النظام على نظام التبادل المعلوماتي للبيانات الرقمية والصور دخل حيز التنفيذ ويوم 15 ماي 2006

الفرع الثاني: العوامل المعرقة لوسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر:

-ارتفاع تكلفة استخدام الانترنت ، في ظل غياب المنافسة في قطاع الاتصالات الذي لاتزال الدولة تحتكر الجزء الأكبر منه

<sup>9</sup> محمد حسين منصور: المسؤولية الإلكترونية - دار الجامعة الجديدة للنشر - الإسكندرية 2003 ص 127

-نقص اهتمام المؤسسات الاقتصادية في البلاد بهذه التقنية التجارية الحديثة التي يمكن أن تفتح لهم أفقا اقتصادية أوسع مما يجعل انتشارها يكون منعدما في بلادنا  
-عدم اهتمام الهيئات الإدارية العليا بالموضوع فلا يعقل أن وزارة التجارة في بلادنا لم تفكر حتى في إجراء استقصاء لمدى اهتمام بهذا النوع من التجارة، والاستفادة من تجارب الدول الغربية في هذا المجال  
-تخلف النظام المصرفي الجزائري من حيث الوسائل وتقنيات الدفع الحديثة  
-انتشار الأمية بالمعنى الحديث أي الأمية المعلوماتية، أو يقصد بها الجهل بأساليب وسائل تعامل في مجال المعلوماتية  
-الانتشار الواسع للأمية في بلادنا  
-عدم الدقة جراء بعض الأخطاء المرتكبة من قبل الموظفين في التعامل مع الفواتير ومع تكرار الأخطاء التقنية تفقد الثقة بين البنك والعميل

-سرقة البطاقة الائتمانية أو ضياعها من طرف الغير

-التكاليف العالية بالنسبة للبنك والخاصة بتوزيع بطاقات وطبعها ومنح قروض دون فائدة

-خطر السيولة على البنك في حالة الإفراط في استعمال البطاقة من طرف المتعاملين<sup>10</sup>

**المطلب الثاني : حلول وسبل تطوير وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر**

في ظل تنامي الاهتمام العالمي بالتجارة الإلكترونية، يتعين على الجزائر أن تدرك حقيقة وضعها على الخريطة التجارية الإلكترونية الحديثة، وأن تحاول تدارك التأخر الحاصل والاستفادة من الفرص التي تنتجها التجارة الإلكترونية من خلال إيجاد الحلول واتخاذ بعض الإجراءات قصد النهوض بهذه التجارة وإيجاد البيئة التكمينية المناسبة لانتشارها

**أولاً: السبل التوعوية :**

من المتفق عليه أن التحول نحو التجارة الإلكترونية والتعامل في عالم افتراضي خالي من الوسائل المادية، ولا يعترف بالحدود الزمانية والمكانية، يشكل في واقع الأمر تحديا كبيرا لعادات استهلاكية وأفكار تجارية مستقرة منذ عقود طويلة ولذلك لا يمكن تطبيق التجارة الإلكترونية إلا في ضوء خطة إعلامية تنويرية علمية مدروسة بعناية، ومخصصة حسب الفئات التي تتم مخاطبتها.

فالقيام بهذه الحملات التنويرية الهادفة إلى نشر الوعي والاستعداد النفسي للتجارة الإلكترونية، يعد عاملا أساسيا في تكوين رأي عام إيجابي حول هذه التجارة والمزايا الناجمة عن التعامل بها لدى الجميع الفئات بكافة أعمارهم وثقافتهم سواء كانوا أفراد أو مؤسسات.

إذن فنجاح هذه السبل التوعوية يستدعي تركيزها على نشر الثقافة والمعرفة باستخدامات الإنترنت والتجارة الإلكترونية

وتحسيس الجمهور بفوائد هذه التجارة وتكوين موارد بشرية وموائمة نظام التكوين والتعليم مع هذا النوع الحديث من المعاملات

**1-التثقيف التكنولوجي:**

يتم نشر الثقافة الإلكترونية من خلال تنظيم ملتقيات تحسيسية وندوات وأيام دراسية حول التجارة الإلكترونية وأهمية توظيف الإنترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الوجه الأمثل لخدمة الاقتصاد الوطني وذلك بالتعاون مع شركات تقنية المعلومات والهيئات الوطنية والأجنبية

**2-إعادة مجتمع الأعمال للتجارة الإلكترونية:**

إن مسألة التوعية لاتقتصر على الأفراد فقط بل لابد من أن تشمل المؤسسات كذلك، فتبني تطبيقات التجارة الإلكترونية في الشركات يعتمد بشكل كبير على مدى قبول هذه التكنولوجيا وإدراك إمكاناتها من قبل العاملين في الشركة سواء كانوا مديرين أو موظفين ويتم

إعداد برامج ودورات تكوينية وتدريبية لي هؤلاء الموظفين لتعريفهم بالتجارة الالكترونية وزيادة استعدادهم و جاهزيتهم لاستخدام التكنولوجيا في عملهم<sup>11</sup>

### 3-تثمين دور التعليم:

في ظل اقتصاد المعلومات أين يتجه الاهتمام صوب النشاط كثيف المعرفة يخص جانب التعليم بدور جوهري باعتباره الناطق الذي تبني فيه الطاقات البشرية التي تحتاجها صناعات اقتصاد المعرفة وأول خطوة يجب القيام بها لنشر المعرفة هي تعزيز مبادرات محو الأمية بالإضافة إلى العنصرين التاليين<sup>12</sup>

#### أ-دمج محاور التجارة الإلكترونية وتكنولوجيا الإعلام والاتصال في العملية التعليمية :

لابد من دعوة كافة المؤسسات التعليمية لتبني آخر المستجدات في مجال التقنيات الحديثة ، ومحاولة جذب الأجيال الجديدة إلى المعلوماتية من خلال تحسيس وتوعية الشباب المتمدرس في كافة المراحل بقيمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال والتجارة الإلكترونية قائمة بحد ذاتها ومعاهد ومدارس عليا متخصصة في هذا النوع من التجارة ، تقوم بتوعية وتطوير الكوادر المناسبة لتوسيع هذا النوع من المبادلات الإلكترونية

#### ب-التعليم الإلكتروني

يعتبر التعليم الإلكتروني أحد أهم وأنجع الطرق لنشر المعرفة وتوظيفها في تنمية القدرات البشرية . حيث أن تفعيل ودعم الجامعات للتعليم عن بعد وربطها بشبكات متطورة وإقامة جامعات افتراضية من شأنه تقوية قدرات الأفراد وتحقيق نتائج مذهلة ومتفوقة أحيانا على النظام الحضوري بفضل خاصية وميزة تعليم عدد كبير من الطلاب دون أي اعتبار للقيود الزمانية والمكانية ، وتزويدهم عن طريق الشبكة بما يحتاجونه من معارف في مختلف الموارد المنتقاة بغرض رفع المستوى العلمي والتأهيلي لتكنولوجيا الإعلام والاتصال . بالإضافة إلى نشر المكتبات المتعددة الوسائط في المدارس والجامعات والتي تساعد على توفير مراجع حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال .

4) اعتماد الحكومة لتجارة الإلكترونية(ممارسة الحكومة للتجارة الالكترونية):

إن تزايد إدراك صناع القرار الاقتصادي لأهمية التجارة الإلكترونية وترجمته في الواقع بالاعتماد الحقيقي لهذا النمط من التجارة ، سوف تكون له آثار إيجابية على زيادة وعي مجتمع الأعمال بفوائد الحقيقي لهذا النمط من المبادلات الإلكترونية ، فلا يقتصر دور الحكومة على توفير البيئة التكنولوجية لتطوير هذه التجارة ، وربط جمهور المستخدمين بنظام إلكتروني حديث ، بل أن اعتماد هذه الحكومة للتجارة الالكترونية من نمط (G2B) ، (G2G) ، (G2C) ، ودخولها كمشتري حقيقي في هذا السوق ، ومبادرتها باستخدام الإنترنت في سبيل عرض الشراء من المهتمين ، من شأنه أن يشجع الشركات على تبني هذه التجارة ، من خلال توفير الثقة والحافز لدى الفاعلين الاقتصاديين والقطاع الخاص لاعتماد هذه المبادلات الإلكترونية الحديثة ، ويزيد من الفعالية بي جدوى هذا النمط من المبادلات و إنعكاساته على تقليل التكاليف وامتلاك قدرة تنافسية أفضل

#### ثانيا : السبل التكنولوجية:

تتعلق الحلول التكنولوجية الرامية إلى النهوض بالتجارة الالكترونية بالعناصر التالية

#### - تعميم استخدام الانترنت

<sup>11</sup> فؤاد الشيخ سالم ، محمد سليمان عواد- المعوقات المدركة لتبني تطبيقات التجارة الإلكترونية في الشركات الأردنية - المجلة الأردنية في إدارة الاعمال

المجلد 1 ، مطبعة الجامعة الأردنية ، 2005 ، ص 6

<sup>12</sup> أ.ك منصور، أ.ع خليفي - اندماج اقتصاديات البلدان العربية في اقتصاد المعرفة المقومات والمعوقات - مجلة شمال إفريقيا، العدد4 ، جامعة

حسيبة بن بوعلي ، الشلف جوان ، 2006، ص 55

إن الانتشار الكبير لشبكة الإنترنت وتزايد استخدامها وبروزها كقاعدة للتجارة الإلكترونية ، ساعد على جعل هذه التجارة الطريقة الأخص و الأكثر كفاءة للوصول إلى الأسواق الوطنية والعالمية والتفاوض وإتمام الصفقات ، مما يجعل من البديهي أن تضع الجزائر ضمن مشاريعها القادمة والمستعجلة ضرورة توسيع استخدام الإنترنت والعمل على الاستفادة القصوى منه ولي تسريع اندماج الجزائر في عالم التجارة الإلكترونية لابد من تنمية وانتشار وتغلغل خدمات الإنترنت وزيادة سرعة الاتصال وتحسين جودة هذه الخدمة خاصة في مناطق المعزولة والنائية

**-تحرير سوق خدمات الاتصالات**

إن من بين ما يحد من تطور التجارة الإلكترونية هو انغلاق أبواب المنافسة في أسواق خدمات تكنولوجيا الإعلام والاتصال ، لهذا لابد من تقليص دور القطاع العام والتوسع في تحرير هذه الخدمات من الاحتكار من أجل خلق بيئة وسوق تنافسي تتعادل فيه الفرص ، ويكون حافزا ومشجعا على تطوير وتوسيع شبكات الاتصالات وزيادة لمعدلات الانتشار وتخفيض تكاليف الحصول على الخدمات فضلا عن تطوير وتحسين النوعية والجودة

**-تشجيع القطاع الخاص على الاستثمار**

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

فلا بد أن تولي الحكومة الجزائرية عناية خاصة بعملية تشجيع الاستثمارات المحلية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتوفير الحوافز المناسبة لاستقطاب رؤوس الأموال العربية والأجنبية التي تلعب دور هام في نقل التقنيات الحديثة وتوطين التكنولوجيا وتطوير المهارات وخلق فرص عمل في هذا المجال.

**-خلق صناعة محلية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات**

تعتبر عملية تطوير صناعة جزائرية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال أحد أركان الأساسية في مستقبل التجارة الإلكترونية في الجزائر والعمل من أجل إقامة صناعة محلية لإنتاج التجهيزات و البرامج المعلوماتية فبقدر النمو الذي يمكن تحقيقه في مجال هذه الصناعة تكون نتيجة مباشرة تطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر ونشر تطبيقاتها حيث تساعد هذه الصناعة على دعم البنى التحتية وتعظيم منافع النفاذ إلى تكنولوجيا وتطبيقاتها في مجال التجارة الإلكترونية

**-معالجة القضايا التنظيمية**

إن وجود سلطة رسمية أو كيان مستقل لتنظيم قطاع الاتصالات يمثل عاملا رئيسيا في نمو وانتشار التجارة الإلكترونية فمثل هذه السلطة تتولى وضع أليات تنظيمية لخلق سوق يعزز الشفافية ويشجع على التنافس ويضمن التحول السريع إلى المجتمع المعلومات في ظل وجود عدد كبير من مقدمي خدمات الإنترنت ومتعاملي الشبكات الهاتفية الثابتة والنقالة<sup>13</sup>

**ثالثا: السبل التشريعية:**

إن رغبة الجزائر في إقامة التجارة الإلكترونية وتحقيق الفوائد المرجوة منها يستدعي ضرورة القيام بتعديلات عميقة ، تشمل التوجه السريع للنظم القانونية الجزائرية لمعالجة الآثار الناجمة عن استخدام تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في الجانب التجاري من خلال حركة تشريعية تعكس استجابة التشريع الجزائري الجديد والمستجد في هذا الحقل ، حيث لابد أن تركز هذه الحركة على التحضير و التكييف السريع للإطار القانوني للتجارة الإلكترونية الذي يكفل تنظيمها على نحو يحقق شيوعها ونمائها وإن تسارع التجارة الإلكترونية أوجد رغبة لدى المشرعين الجزائريين لتكييف قواعد قانونية تحكم التطورات التكنولوجية ، إلا أن هذه القواعد لازالت دون الطموحات لطبيعة التجارة الإلكترونية ولذلك لابد من مراجعة التشريعات القانونية القائمة وتقنياتها وإدخال

<sup>13</sup> الاتحاد الدولي للاتصالات - الخصائص الإحصائية لمجتمع المعلومات لعام 2009 - الدول العربية ، متوفر على الموقع

www.itu.int/dms-pub/itu-d/opb/ind/D-IND-RPM.AR-2009-PDF-APDF

عليها تعديلات لإثرائها ولجعلها أكثر فعالية واستجابة لمتطلبات التجارة الإلكترونية ومن جهة أخرى لابد من استنباط قواعد قانونية جديدة وإصدار تشريع مختص يتولى تنظيم هذه التجارة من مختلف جوانبها حيث تكون الغايات الأساسية من هذا التشريع أن تمس الجوانب التالية<sup>14</sup>

#### 1- الإطار العام للتجارة الإلكترونية:

إن حداثة ظاهرة التجارة الإلكترونية جعلها محاطة بنوع من اللباس والغموض ومفتقرة إلى القواعد القانونية المعرفة لها والناظمة لها، ولهذا لابد من تعديل القانون التجاري ليتضمن بابا خاصا بالتجارة الإلكترونية أما عن طبيعة المواد الواجب تضمينها في هذا الباب فهي تتعلق بالمبادئ العامة للتجارة الإلكترونية والتي تقدم شرحا أيضا لمعنى التجارة الإلكترونية

#### 2- التعاقد الإلكتروني:

في إطار التجارة الإلكترونية تتم عملية البيع والشراء وإبرام العقود بين طرفين لا يعرفان بعضهما البعض ويتواجدان في أمكنة متباعدة، مما يؤدي إلى ظهور نوع من التعاقدات لاتلأومه الطرق التقليدية لتكوين العقود ولهذا لابد من تعديل القانون المدني ليتضمن مواد تعتمد العقود المبرمة من خلال التجارة الإلكترونية وتفصل العلاقات التعاقدية الناشئة في بيئة إلكترونية وتحدد أطراف العلاقة في هذا النوع من العقد<sup>15</sup>.

#### 3- الإثبات والتوثيق:

إن غياب المستندات و الوثائق الورقية في التجارة الإلكترونية غير كثيرا من مفهوم الإثبات ، ولذلك هناك حاجة ماسة إلى المزيد من التعديلات والتشريعات المتعلقة بعملية الإثبات حيث تتولى هذه التشريعات منح المزيد من الاعتراف بالكتابة على الدعائم غير الورقية ، وتزيد من قانونية وحجية المستندات الإلكترونية وتعترف بها كوثيقة للمعاملات التجارية الإلكترونية ، كما تسمح بتوفير قدر كبير من الأمان والسرية من خلال تقنية التوقيع الإلكتروني الذي يحدد الهوية الشخصية بشكل إلكتروني ويؤكد أن الوثائق المتبادلة أصلية ولم تتعرض إلى تحريف<sup>16</sup>.

#### 4- الخصوصية و الأمن المعلوماتي:

إن من بين ما يعرقل نمو التجارة الإلكترونية هو إعراض الكثيرين على التعامل بهذه التجارة بدواعي الخوف ممن الكشف عن خصوصياتهم والتعرض إلى بياناتهم وأسرارهم المحفوظة بالإساءة وعمليات التزوير ولهذا لابد من استحداث تشريعات تتناول المسؤولية القانونية الناجمة عن التعرض للحق في الخصوصية ، وتنظيم مسألة الوسائل المستخدمة لتوفير الأمان المعلوماتي والثقة بين المتعاملين على غرار التشفير الإلكتروني

#### 5- حماية المستهلك

نظرا لكون كافة تعاملات التجارة الإلكترونية تتم في فضاء افتراضي باستخدام وسائل إلكترونية فإن المستهلك يكون عرضة لعمليات السرقة والغش والاحتيال والقرصنة ، ولذلك فإن تحقيق قبول اعتماد التجارة الإلكترونية لدى المستهلك يعتمد على بناء الثقة في هذا النوع من المبادلات<sup>17</sup>

#### 6- الملكية الفكرية

<sup>14</sup> يونس عراب - الأداء التشريعي العربي في التجارة الإلكترونية - ندوة تشريعات التجارة الإلكترونية ودورها في دعم وتنمية الصناعة العربية ، المنظمة

العربية للتنمية الصناعية والتعدين 19-21 أبريل 2006 ، تونس ، متوفر على الموقع [www.cepax.net.tn](http://www.cepax.net.tn)

<sup>15</sup> إلياس بن ساسي ، - التعاقد الإلكتروني والمسائل القانونية المتعلقة به- مجلة الباحث العدد2 ، جامعة قاصدي مباح ورقلة ، 2003 ، ص 65

متوفرة على الموقع [www.rcweb.luedld.net](http://www.rcweb.luedld.net)

<sup>16</sup> نصر الدين سمار ، إلياس بن ساسي - محاولة تأهيل النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في الجزائر - الملتقى الدولي حول التجارة الإلكترونية ، كلية

العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة قاصدي مباح ، ورقلة ، يوم 6-7 مارس 2004

<sup>17</sup> فوزي محمد سامي - حماية المستهلك في التجارة الإلكترونية- نشرة التحكيم التجاري الخليجي ، العدد 23 البحرين 2002 ، ص 10

إن طابع الرقمي للمعلومات والبرمجيات المتواجدة على شبكة الإنترنت ، سهل كثيرا من عملية نسخها والتعدي على إصدارات المبدعين في ميادين الأدب ، العلم ، برامج الحاسوب وكافة المصنفات الرقمية المنشورة على شبكة لذلك من الأهمية بمكان تعديل التشريعات المنظمة للملكية الفكرية لتشمل حماية العلامات التجارية الإلكترونية كأسماء البطاقات وتأمين إدارة حقوق النشر الرقمية على شبكة الإنترنت مع استحداث مواد تساعد على مكافحة التعدي على كافة حقوق الملكية الفكرية المتعلقة بتطبيقات ونظم التجارة الإلكترونية

7-الخدمات المصرفية  
لابد من وضع التشريعات متعلقة بالأموال الإلكترونية وتكنولوجيا الخدمات المالية والمصرفية حيث تغطي هذه التشريعات كل المجالات المتعلقة بنظم التحويل الإلكتروني والبطاقات المصرفية المتنوعة والمصارف الإلكترونية<sup>18</sup>.

#### رابعا : السبل الاقتصادية والمالية

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

#### 1-الشراكة بين القطاع الخاص والحكومة:

إن الرغبة في بناء مجتمع المعلومات يتطلب تنسيقا وتكاملا بين القطاع الحكومي والخاص ، لتتاح لكل قطاع فرصة القيام بالدور المنوط به في إيجاد آليات تسريع التحول نحو هذا المجتمع . فمشروع التجارة الإلكترونية كجزء من مجتمع المعلومات لا يمكن أن تقوم به الحكومة وحدها ، بل لا بد من إسناد القيادة للقطاع الخاص ، وتفعيل دوره في مجال تطوير هذه التجارة بكافة أبعادها ، من خلال إعطائه حرية الانطلاق وضمن مشاركته في تحديد الرؤية والتخطيط وإعداد القواعد والنظم والإجراءات اللازمة لتطبيق التجارة الإلكترونية وتقييم ومتابعة تنفيذ هذا المشروع<sup>19</sup>

#### 2-تنمية وتشجيع المؤسسات للتحويل إلى التجارة الإلكترونية:

يوجد اتفاق عالمي أن القطاع الخاص يلعب الدور الفاعل و الرئيسي في نمو وإزدهار التجارة الإلكترونية إلا أن مايميز مؤسسات هذا القطاع في الجزائر هو نقص اهتمامها بهذه التقنية التجارية التي ستفتح أفقا واسعة فقرار هذه الشركات في تبني تطبيقات التجارة الإلكترونية يتأثر بمجموعة من التحديات والمعوقات ولذلك لابد أن تلعب الحكومة الجزائرية دورا إيجابيا ، مشجعا ومحفزا لهذه الشركات لتعظيم استخدامها للتجارة الإلكترونية ورفع مستوى الوعي لديها بالفرص والتحديات التي تشكلها هذه التجارة<sup>20</sup>.

#### 3-تطوير وتنويع الهياكل الاقتصادية:

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

<sup>18</sup> يوسف أحمد أبو فارة - التسويق الإلكتروني عناصر المزيح التسويقي عبر الإنترنت - الطبعة الأولى دار وائل للنشر والتوزيع ، عمان الأردن 2004

ص 51

<sup>19</sup> مجلس الوزراء العرب للاتصالات والمعلومات - الإستراتيجية العربية العامة لتكنولوجيا الاتصالات و المعلومات بناء مجمع المعلومات 2007-

2012، 2007 ، متوفرة على الموقع [www.atimc.org/eg/upload/ictjuly](http://www.atimc.org/eg/upload/ictjuly) 2008.doc

<sup>20</sup> زايري بلقاسم ، طويش علي - طبيعة التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها المتعددة - مجلة المستقبل العربي ، يصدرها مركز دراسات الوحدة العربية ،

السنة 25 العدد 288 ، فيفري 2003 ص 82

كما أن تطوير القاعدة الإنتاجية المناسبة للتجارة الإلكترونية يفترض تركيز الجهود على تنمية السلع الافتراضية وقطاع الخدمات التجارية مثل قطاع السياحة والنقل على نحو يتناسب مع طبيعة التجارة الإلكترونية

#### 4- رفع معدل الإنفاق على أنشطة البحث والتطوير

يمثل البحث والتطوير أحد أهم جوانب التطوير التكنولوجي فالدخول في اقتصاد المعرفة وتبني التجارة الإلكترونية يستدعي ضرورة الخروج من النظرة الضيقة لقطاع البحث على أنه لا يحقق قيمة مضافة، وتجسيد ذلك بوضع خطة بحث وتطوير في تقنية المعلومات والاتصالات تستهدف استقطاب الباحثين العلميين والاستفادة من خبراتهم لزيادة ذخيرة المعرفة العلمية واستعمالها في إنتاج وتطوير منتجات وخدمات جديدة متعلقة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال فلا بد من إعادة هيكلة الإنفاق الحكومي وترشيده في سبيل إجراء زيادة في الأنفاق المخصص لمشاريع البحث والتطوير ووضع مراكز بحث تكون في صورة تحالفات تضم الجامعات و المؤسسات البحثية الجزائرية والدولية وعدد من الشركات المختصة في هذا المجال

#### 5- تطوير نظام الدفع الإلكتروني

إن من بين المتطلبات الرئيسية لنمو التجارة الإلكترونية الجزائرية وانتشار تطبيقاتها هو ضرورة استبدال النظام التقليدي للدفع والسداد بنظام إلكتروني يتمشى مع التطورات التكنولوجية الحديثة، فلا بد على الدولة الجزائرية أن تسارع بتشخيص الأوضاع الراهنة وتحديد احتياجات هذا النظام الإلكتروني الحديث وبناء عليه تقوم بتنفيذ برنامج أو خطة شاملة لعصرنة وتطوير الأساليب الأساسية الشائعة لتسديد المدفوعات على غرار البطاقات الائتمانية والذكية والنقود الإلكترونية كما يتعين على الجزائر أن تسهل المدفوعات الإلكترونية وتوسع قاعدة المتعاملين بالوسائل الإلكترونية سواء كانوا تجار أو مستهلكين وذلك من خلال نشر الوعي والثقة بأمان هذه الوسائل ووضع تحفيزات من شأنها دفع التجار للاعتماد على أسلوب الدفع الإلكتروني بدلا من الدفع النقدي وإعطاء البنوك دورا فعالا في دفع عجلة تعميم وسائل الدفع الحديثة

#### 6- تخفيض التكاليف

لا بد أن تسعى الحكومة إلى تخفيض أسعار منتجات تكنولوجيا الإعلام والاتصال وخدمات النفاذ إليها من خلال خصخصة قطاع الاتصالات وفتح الباب للمنافسة ومنح إعفاءات ضريبية للشركات العاملة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتجارة الإلكترونية وتخفيض الرسوم الجمركية على منتجات تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستوردة ليتاح لمعظم فئات المجتمع الحصول عليها خصوصا مع زيادة التوجه نحو استيراد هذه المنتجات بدل تصديرها<sup>21</sup>.

#### النتائج والتوصيات:

تعاني المنظومة القانونية في الجزائر من فراغ في مجال التشريعات المتعلقة بوسائل الدفع الإلكترونية

- ضعف التجارة الإلكترونية في الجزائر يعتبر أكبر عائق لنجاح وسائل الدفع الإلكترونية

- ضعف الدعاية والإعلان بخصوص وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر

- ثمة ثورة تنتشر ببطء في العالم العربي في مجال التجارة الإلكترونية فقد عرفت المنطقة العربية بعض المبادرات الرامية إلى الاستثمار الأمثل لتقنيات التجارة الإلكترونية وتبني تطبيقاتها

- ضعف واضح في المؤشرات غير المباشرة للتجارة الإلكترونية في الجزائر والمتعلقة أساسا بالبنية التقنية للاتصالات والمعلومات فرغم أن هذه البنية شهدت تطورات كبيرة خلال الفترة الأخيرة، لكنها مازالت دون المستوى المطلوب والكافي لتطبيق التجارة الإلكترونية، سواء من حيث معدلات الانتشار أو الجودة والتكاليف

- تخلف البنية التحتية التكنولوجية وارتفاع تكاليف خدمات الاتصالات والمعلومات والتجهيزات المرافقة لها.

<sup>21</sup> كمال رزيق مسدورر فارس - التجارة الإلكترونية وضرورة اعتمادها في الجزائر في الألفية الثالثة - الملتقى الوطني الأول للاقتصاد الجزائري في الألفية

الثالثة، جامعة سعد دحلب البلدة يومي 21-22 ماي 2002

- عدم ملائمة البيئة التشريعية لمتطلبات التجارة الإلكترونية
- \*رغم تأخر الدول العربية في مجال تكنولوجيا المعلومات وتبني التجارة الإلكترونية إلا أن هناك مؤشرات على إمكانية تحسين هذا القطاع وأمل كبير في إنطلاق التجارة الإلكترونية في حال تم العمل على توفير البيئة التقنية والتوعوية والتشريعية والتجارية المناسبة لتنمية هذه التجارة خصوصا هناك الكثير من المؤسسات التي بدأت بالفعل تمارس بعض أعمالها عبر الانترنت.
- المقترحات والتوصيات:**
- رغم كل العراقيل التي تواجه وسائل ونظم الدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية إلا أن النهوض بالتجارة الإلكترونية ورفع التحدي الذي تفرضه ثورة تكنولوجيا الإعلام والاتصال يستدعي توفر إرادة حقيقية وقوية لدى الدول العربية والجزائر من بينها لتطوير هذه التجارة وهذه الإرادة لا يمكن أن تعطينا الثمار المرجوة ما لم تكن مدعومة بالعمل الجاد ولعل من أهم ما يجب عمله في هذا المجال
- دعم الاستعدادات الإلكترونية لكافة فئات مجتمعات الدول العربية وتشجيعهم على التحول إلى التجارة الإلكترونية وذلك من خلال التركيز على تنمية العنصر البشري كإحدى سبل تسريع تطبيق التجارة الإلكترونية
- الإسراع في تجسيد مشروع الحكومة الإلكترونية، التي توفر الخدمات للمواطنين والشركات عبر الشبكة بسرعة وسهولة، وما سيكون لذلك من آثار ايجابية في دفع التجارة الإلكترونية وزيادة الوعي بأن التعامل بهذه التجارة ليس خيارا ترفهيا
- تسخير الإمكانيات الضرورية واللازمة للانتقال بمشروع التجارة الإلكترونية من التخطيط إلى تنفيذ، وإعداد دراسات دقيقة حول سبل تسريع عملية تجسيد هذا المشروع على أرض الواقع
- توفير الدعم الحكومي وتوفير البنية الأساسية لشبكة الإتصال بالإضافة إلى تطبيق سياسات داعمة لانتشار تلك الخدمات
- لا بد من توضيح البيئة التشريعية والقانونية المتعلقة بتنظيم نظام الدفع الإلكتروني، وذلك بسن القوانين العقابية التي تخص الجرائم التي تخص الجرائم المرتكبة في حق وسائل الدفع الإلكترونية وتنفيذها
- دعم وفتح مجال الاستثمار في تكنولوجيا الإعلام والاتصال وجذب رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار ودعم البنى التحتية اللازمة لتطبيق التجارة الإلكترونية

### قائمة المراجع:

#### المراجع باللغة العربية:

1. محمد نور صالح الجدايه ، سناء جودت خلف ، التجارة الإلكترونية، الطبعة 2، دار الحامد ، عمان الأردن، 2008
2. سماح عبد المطلب عامر، علاء محمد سيد قنديل، التسويق الإلكتروني، طبعة 1، دار الفكر، عمان 2011
3. إبراهيم بختي، التجارة الإلكترونية مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 2005.
4. -أبو احمد أبو العز ، التجارة الإلكترونية وأحكامها في الفقه الإسلامي ، دار النفائس للنشر و التوزيع الأردن، 2008.
5. محمود الكيلاني ، الموسوعة التجارية و المصرفية المجلد الثاني التشريعات التجارية و الإلكترونية دراسة مقارنة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان ،الأردن، الطبعة الأولى، 2007
6. عبد الفتاح البيومي الحجازي ، مقدمة في التجارة الإلكترونية العربية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر 2004ص25

7. محمد نور صالح الجدايه، سناء جودت خلف، التجارة الالكترونية، دار الحامد للنشر والتوزيع عمان الأردن الطبعة

الأولى 2009 ص 235

المراجع بالأجنبية:

8. Kenneth C.laudon & carolguericio traver. E- commerce . By eywire .USA. 2001.
9. Michel volle e-economie : edition economica baris 2000
10. Nuray TERZi . The impact of e-commerce on international trade and employment .marmara university .Rassam Namik ismail Turkey 2011

69 . Farhang salehi The Impact of website Information convenience on E-commerce success of companies.multimedia university Malaysia 2012

المواقع الالكترونية:

70. [www . internetworldstats.com jps-dir.com/forum/uploads/1364/qaseem.doc](http://www.internetworldstats.com/jps-dir.com/forum/uploads/1364/qaseem.doc)
71. [www.Smartlif.sa](http://www.Smartlif.sa)
72. [www.mubasher.info](http://www.mubasher.info)
73. [www.aawst.com](http://www.aawst.com)
74. [www.mcit.gov.eg](http://www.mcit.gov.eg)
75. [www.telecomegyp.com .eg](http://www.telecomegyp.com .eg)
76. [www.orascomci.com/index.php?id=egyptianfertilizercompa](http://www.orascomci.com/index.php?id=egyptianfertilizercompa)
77. [www.mobinil.com/ar/about/company-overviw/company](http://www.mobinil.com/ar/about/company-overviw/company)
78. [www.vodafone.com.eg](http://www.vodafone.com.eg)
79. [www.youm7.com](http://www.youm7.com)
80. [www.mcit.gov.eg](http://www.mcit.gov.eg)
81. [www.sis.gov.eg/A](http://www.sis.gov.eg/A)
82. [www.tedata.net/eg/ar](http://www.tedata.net/eg/ar)
83. [www.Internetplus.biz](http://www.Internetplus.biz)
84. [www.linkdot.NET](http://www.linkdot.NET)
85. [www.andi.dz/index.php](http://www.andi.dz/index.php) [www.itu.int/dms-pub/itu-d/opb/ind/D-IND-RPM.AR-2009-PDF-APDF](http://www.itu.int/dms-pub/itu-d/opb/ind/D-IND-RPM.AR-2009-PDF-APDF)
86. [www.cepax.net.tn](http://www.cepax.net.tn)
87. [www.aticm.org.eg/upload/ictjuly 2008.doc](http://www.aticm.org.eg/upload/ictjuly 2008.doc)

