دائرة البحوث والدراسات والقانونية والسياسية المجلد: 07 / العدد: 02/السنة2023، ص:99-123

دور خدمات الدفع الإلكتروني في ترقية التجارة الإلكترونية – تجربة الجزائر-

The role of e-payment services in promoting e-commerce -the experience of Algeria-

معلومات المؤلف

شيماء مرجة[1*]، صبيحة عبد اللاوي [2]

[1]جامعة لونسي علي البليدة 02 (الجزائر)، مخبر الحوكمة والتنمية المستدامة ec.merdja@univ-blida2.dz

[2] جامعة لونسي علي البليدة 02 (الجزائر)، مخبر الرقمنة والقانون،sabiha.abdellaoui@univblida2.dz

تاريخ الإرسال: 2023/04/30 تاريخ القبول:2023/05/12 تاريخ النشر: 2023/06/01

الملخص:

تسعى مختلف دول العالم – بما فيها الجزائر– إلى تطوير نشاطاتها التجارية عامة والتجارية الإلكترونية على وجه الخصوص، ومن أجل بلوغ ذلك تبذل الجزائر العديد من الجهود، التي تتمثل أغلبها في كيفية توظيف خدمات ووسائل الدفع الإلكتروني لترقية وتفعيل التجارة الإلكترونية.

وتهدف هذه الورقة البحثية إلى دراسة أهمية خدمات الدفع الإلكتروني في ترقية التجارة الإلكترونية، مع تسليط الضوء على أهم المفاهيم المتعلقة بالدفع الإلكتروني، إضافة إلى التعرف على أهم وسائل الدفع المستخدمة كأداة لتفعيل التجارة الإلكترونية، كما عمدت هذه الدراسة إلى الوقوف على واقع تطبيق ذلك بالجزائر في ظل الانتشار الهائل للتجارة الإلكترونية ومدى استخدام بطاقات وخدمات الدفع الحديثة في ذلك، وكذا التطرق إلى أبرز الجهود والإنجازات التي حققتها الجزائر في هذه المجال.

الكلمات المفتاحية: خدمات الدفع الإلكتروني، التجارة الإلكترونية، بطاقات الدفع.

Abstract:

Different countries, including Algeria, seek to develop their commercial activities in general and their e-commerce activities in particular, and in order to achieve this, Algeria is making many efforts, most of which have been represented in how to employ electronic payment services and means to promote and activate e-commerce.

And This research paper aims to study the importance of electronic payment services in activating and activating e-commerce, highlighting the most important concepts related to e-payment and e-commerce, in addition to identifying the most important payment methods used as a tool to activate e-commerce. This study also examined the reality of the

application of this in Algeria in light of the huge spread of e-commerce and the extent to which modern payment cards and services are used in this regard, as well as touching on the most prominent efforts and achievements achieved by Algeria in this field.

Key words: e-payment services, e-commerce, payment cards.

مقدمة:

إن التطورات والتغيرات التكنولوجية التي يعيشها العالم اليوم، تجعل استعمال شبكة الانترنيت يزيد يوما بعد يوم، أين أصبحت تستخدم في مختلف مجالات الحياة، وأصبح الإنسان غير قادر على الاستغناء عنها للقيام بنشاطاته الروتينية وخاصة التجارية منها. وهذا ما ساهم في ظهور ما يعرف بالتجارة الإلكترونية، التي أدت إلى تغير النمط التقليدي من التجارة، وأضحت المعاملات والنشاطات التجارية المختلفة تدار عبر شبكة الإنترنت، مما يسهل من تبادل المعلومات وإبرام الصفقات وتحويل الأموال بشكل أكبر.

وجعلت الطبيعة الإلكترونية للمعاملات التجارية خدمات الدفع التقليدي غير قادرة على تلبية احتياجات الأطراف المتعاملين بالصورة المطلوبة، حيث أصبح نجاح التجارة الإلكترونية مرهونا بإيجاد وسائل وخدمات دفع تكون أكثر تطورا. لذلك ظهرت خدمات الدفع الإلكتروني التي تتيح للزبون إمكانية الدفع إلكترونيا عند إبرامه لعقود تجارية عبر شبكة المعلوماتية، ومن بين هذه الخدمات نجد: البطاقات البنكية؛ البطاقات الذكية؛ النقود الإلكترونية؛ المحافظ الإلكترونية؛ والشيك الإلكتروني.

ونظرا لاعتماد خدمات الدفع الإلكتروني في عملها على الانترنيت، فإنه من الممكن تعرض هذه الخدمات لأخطار تتعلق بأمن وسرية المعلومات المتبادلة فيها، وهذا ما يتطلب ضرورة إيجاد إجراءات وأنظمة لتأمين خدمات الدفع الإلكتروني مثل التشفير؛ التوقيع الإلكتروني؛ الشهادات الرقمية؛ ونظام المعاملات الإلكترونية الآمنة. ونظرا لأهمية خدمات الدفع الإلكتروني في نجاح التجارة الإلكترونية توجب على الجزائر مسايرة هذه التحولات بكل ما تملكه من إمكانيات تكنولوجية، واغتنام كل الفرص المتاحة في توظيف تكنولوجيا المعلومات والانترنيت في تطوير تجارتها الإلكترونية واعتماد خدمات الدفع الإلكتروني الحديثة من أجل الحفاظ على بقائها في السوق، وكذا القدرة على مواجهة المنافسة الخارجة ويتجسد ذلك من خلال التطوير المستمر لآليات وخدمات الدفع التي تعتمدها التجارة الإلكترونية.

ومن هنا تظهر أهمية البحث في معرفة أهم خدمات الدفع الإلكتروني التي يمكن اعتمادها لترقية التجارة الإلكترونية، باعتبارها من أهم الموضوعات الحيوية التي تتطلب الدراسة والاهتمام من طرف الباحثين في هذا المجال، حيث أنه أصبح من المهم اختيار الوسائل والخدمات التي تحقق رضا العملاء وراحتهم بما يطور تجارة واقتصاد الدول.

أما أهداف الدراسة فتكمن في التعرف على مفهوم كل من خدمات الدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية؛ إضافة إلى الوقوف على معرفة أهم الخدمات الإلكترونية التي يتم اعتمادها في تطبيق التجارة الإلكترونية، والتطرق إلى إجراءات تأمين الدفع الإلكتروني في المعاملات التجارية الإلكترونية؛ كما تهدف هذه الدراسة إلى تحليل واقع اعتماد خدمات الدفع الإلكتروني في ترقية التجارة الإلكترونية في الجزائر.

ولمعالجة هذا الموضوع، يمكن طرح الإشكالية الآتية: ما هو دور خدمات الدفع الإلكتروني في ترقية التجارة الإلكترونية في الجزائر؟

بالنظر إلى طبيعة الموضوع، وحتى نتمكن من الإجابة على الإشكالية المطروحة، ارتأينا استخدام المنهج الوصفي التحليلي، من خلال وصف أهم خدمات الدفع الإلكتروني وإجراءات تأمينها في تطبيق التجارة الإلكترونية، إضافة إلى اعتماد التحليل من خلال تحليل مدى اعتماد الجزائر على خدمات الدفع الإلكتروني في ترقية التجارة الإلكترونية.

وبغية الإلمام بكل جوانب البحث قسمناه إلى ثلاثة مباحث، حيث تضمن المبحث الأول مفهوم كل من خدمات الدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية، أما المبحث الثاني فتطرقنا فيه إلى خدمات الدفع الإلكتروني وإجراءات تأمينها في التجارة الإلكترونية، في حين تم تخصيص المبحث الثالث لتحليل واقع تطبيق خدمات الدفع الإلكتروني في ترقية التجارة الإلكترونية في الجزائر.

المبحث الأول: مفهوم خدمات الدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية

نظرًا للتطورات التكنولوجية التي حدثت خلال العقود القليلة الماضية، والانتشار الهائل للتجارة الإلكترونية حول العالم، والاستفادة من الإمكانات الهائلة لاستخدام الإنترنت في المعاملات التجارية الحديثة، أصبحت طرق الدفع التقليدي غير متوافقة مع طبيعة هذه المعاملات الافتراضية باعتبارها صعبة وغير موثوقة، وهذا ما يسبب مشاكل كبيرة لكثير من مستخدمي التجارة الإلكترونية.

المطلب الأول: مفهوم خدمات الدفع الإلكتروني

الفرع الأول: تعريف خدمات الدفع الإلكتروني

– تعرف خدمات الدفع الإلكتروني بأنها: "مجموعة من الوسائل أو التقنيات الإلكترونية التي تسمح بتحويل الأموال بشكل مستمر وآمن، وذلك لتسديد دين ما على السلع أو الخدمات بصفة تلغي العلاقة المباشرة بين المدين أو الدائن" (1)

– كما تعرف خدمات الدفع الإلكتروني بأنها: "وسائل أو أدوات السداد أو الدفع الإلكتروني، أي الخدمات المستخدمة للوفاء بأثمان السلع والخدمات المتعاقد عليها بطريقة إلكترونية" (2)

– أما من الناحية الفقهية، تعرف خدمات الدفع الإلكتروني بأنها: "مستند يعطيه مصدره لشخص طبيعي أو اعتباري بناء على عقد بينهما يمكنه من شراء السلع أو الخدمات ممن يعتمد المستند، دون دفع الثمن حالا لتضمنه التزام المصدر بالدفع، ومنها ما يمكن من سحب النقود من المصارف" (3)

بناء على ما سبق، يمكن تعريف خدمات الدفع الإلكتروني بأنها منظومة متكاملة من الأنظمة والبرامج التي توفرها المؤسسات المصرفية والمالية من أجل تسهيل عملية الدفع الإلكتروني بشكل آمن حيث تعمل هذه المنظومة وفق قواعد وقوانين تضمن للمستخدم السرية التامة لعمليات الشراء.

الفرع الثاني: الأطراف المتعاملة بخدمات الدفع الإلكتروني

تتدخل في عملية الدفع الإلكتروني ثلاثة أطراف رئيسية يمكن حصرها في النقاط الآتية:

أولا: الجهة المصدرة لخدمة الدفع الإلكتروني وهو البنك أو المؤسسة المالية التي لها الحق في إصدار بطاقات الدفع لعملائها، ولا يكون ذلك إلا بعد الحصول على ترخيص معتمد وموافقة الهيئة أو المنظمة العالمية الخاصة بإصدار هذه البطاقات. ويلتزم المصرف أو المصدر أمام المنظمة العالمية فقط باحترام الأنظمة والقواعد العامة الإجرائية لنظام البطاقات التي تصدرها المنظمة.

ثانيا: البنك التاجر يطلق هذا الوصف على الشركات أو المؤسسات صاحبة السلع ومحلات البيع ومراكز تقديم الخدمات للجمهور بشكل عام، ويبرم اتفاق مع مصدر البطاقة لقبول البيع بالبطاقة، ومن ثم يرجع إلى مصدر البطاقة للحصول على الثمن.

ثالثا: حامل البطاقة وهو العميل الذي يحصل على البطاقة لاستخدامها فيما بعد للوفاء بقيمة مشترياته أو للسحب من أجهزة الصراف الآلي بدلا من مخاطرة حمل النقود، حيث تسهل البطاقة (خاصة بطاقات السفر والترفيه) على رجال الأعمال والسياح الذين يزورون أكثر من دولة استعمالها كأداة دفع واحدة حيث تتكفل الهيئة المصدرة للبطاقة بعمليات الصرف الأجنبي نيابة عن حاملها (4)

الفرع الثالث: آثار استخدام خدمات الدفع الإلكتروني

أولا: الآثار الإيجابة

– بالنسبة لحاملي البطاقة: تتمثل ميزة خدمات الدفع الإلكتروني في أنها مريحة وملائمة لحاملي البطاقات لأن حامليها يستفيدون عادة من فترة الائتمان المجانية التي تتراوح ما بين 25 إلى 55 يومًا بالإضافة إلى أنها تمكن حامليها من الحصول على خصم أقل مقارنة بالتعامل مع النقد (5)

– بالنسبة للتجار: توفر خدمات الدفع الإلكتروني أمانًا كبيرًا للتجار، وتمكن التجار من الحصول على الحقوق من الشركة التي أصدرت هذه البطاقات، وفي نفس الوقت لا يحق للتاجر استرداد الأموال عند تأخر حامل البطاقة.

– بالنسبة لمصدري البطاقات: تؤدي الخدمات الإلكترونية إلى زيادة الأرباح ورسوم العضوية ورسوم السحب النقدي وما إلى ذلك، كما قد يتم أيضًا فرض غرامات وفوائد معينة على مصدري البطاقات بما في ذلك الغرامات المتأخرة والغرامات على البطاقات المفقودة (6)

ثانيا: الآثار السلبية

– بالنسبة لحامل البطاقة: تتجلى في زيادة الاقتراض والإنفاق بما يتجاوز إمكانياته المالية، مع الفائدة المرتفعة إلا أنه يستسلم لها مما يمنعه من دفع المصروفات المتزايدة لأنها تفوق إمكانياته المالية بما يزيد من ديونه الضخمة، لذلك يجب على حامل البطاقة أن يدفع ثمن ما تم شراؤه بالبطاقة حتى عند سرقتها(7)

– بالنسبة للتاجر: قد تؤدي مخالفته أو عدم التزامه بالشروط إلى إلغاء البنك التعامل معه ووضع اسمه في القائمة السوداء، مما يترتب على ذلك من صعوبات في ممارسة نشاطه التجاري.

– بالنسبة للبنوك المصدرة للبطاقات: تؤثر خدمات الدفع الإلكتروني على الزيادة في عدد حاملي بطاقات الائتمان، ووقت السداد طويل، مما يؤدي إلى ارتفاع معدل الديون المعدومة للبنوك المصدرة للبطاقات وفي حالة ضياع البطاقة أو تعرضها للسرقة، فان مصدر البطاقة هو الذي يتحمل النفقات (8)

المطلب الثاني: مفهوم التجارة الإلكترونية

الفرع الأول: تعريف التجارة الإلكترونية

التجارة عامة يعرفها ابن خلدون في مقدمته الشهيرة بأنها: "محاولة كسب المال من خلال شراء السلع بالرخص وبيعها بالغلاء، وبذلك يكون أبسط الأعمال التجارية هو شراء سلعة من أجل بيعها بثمن أكبر ويكون الفرق هو الربح" (9)

وتعرف التجارة أيضا بأنها: "ذلك الجزء من العمل الذي يهتم بتبادل السلع والخدمات، ويشمل جميع الأنشطة التي تسهل ذلك التبادل بشكل مباشر أو غير مباشر" (10)

أما التجارة الإلكترونية فتعرف بأنها "استخدام شبكة المعلومات الدولية (الانترنيت) في عقد صفقات تجارية سواء داخل الدولة أو بين عدة دول مختلفة" (11)

كما تعرف بأنها: "تنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات عبر شبكة الانترنيت والشبكات العالمية الأخرى" (12)

وتعني التجارة الإلكترونية أيضا أنها: "عملية بيع وشراء المنتجات أو الخدمات على الانترنيت، وهذا ما يجعل التسويق عبر الانترنيت يساهم في الربح أكثر، وزيادة المبيعات نظرا لسرعة وسهولة الاستخدام التي يقدمها للعملاء" (13)

بناء على ما سبق، يمكن تعريف التجارة الإلكترونية بأنها عملية بيع وشراء المنتجات والخدمات خلال شبكة الانترنيت، ويمكن إتمام هذه العملية من خلال أجهزة الكمبيوتر أو الأجهزة الرقمية الحديثة وينمو هذا النوع من التجارة بين المنتجين والمستهلكين.

الفرع الثاني: أنواع التجارة الإلكترونية

تقوم التجارة الإلكترونية على وجود علاقة بين طرفين أو جهتين، حيث أن كل علاقة بينهما تعبر عن نوع مختلف من أنواع التجارة الإلكترونية، ومن أهم أنواع هذه التجارة نجد:

أولا: التجارة الإلكترونية من مستهلك إلى مستهلك C2C

يقوم المستخدمون في هذا النوع من التجارة الإلكترونية بإقامة التعاملات الإلكترونية بينهم بصورة مباشرة، دون الحاجة إلى وجود أي تدخل من منظمة أو أي جهة أخرى.

ثانيا: التجارة الإلكترونية من المستهلك إلى الشركات C2B

ويقدم صاحب المنشأة في هذا النوع طلب أو إعلان ثم يقوم المستهلكين بتوفير طلبات صاحب العمل، ويحدث هذا النوع عندما يبيع المستهلك للشركات [14]

ثالثا: التجارة الإلكترونية بين الشركات B2B

وهو ما يعبر عنه بالتجارة بين مجموعات قطاع الأعمال التجارية وبعضها أي من شركة إلى شركة أخرى، ويعد هذا النوع أكثر الأطراف تعاملا بالتجارة الإلكترونية [15]

رابعا: التجارة الإلكترونية من الشركات إلى المستهلك B2C

تكون من خلال بيع المنتجات والخدمات من الشركات للمستهلك من خلال بيع التجزئة للمستهلك وقد توسع هذا الشكل كثيرا فتوفرت المراكز التجارية على الانترنيت لتقديم كل أنواع السلع والخدمات.

خامسا: التجارة الإلكترونية بين المستهلك والإدارة المحلية C2G

يتضمن هذا النوع العديد من الأنشطة مثل دفع الضرائب واستخراج الأوراق والمستندات إلكترونيا وذلك من خلال الدخول إلى مواقع الحكومة الإلكترونية.

سادسا: التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال والإدارة المحلية B2G

ويغطي هذا النوع جميع التحويلات مثل دفع الضرائب والتعاملات بين الشركات وهيئات الإدارة المحلية الحكومية [16]

الفرع الثالث: مزايا وعيوب للتجارة الإلكترونية

أولا: مزايا التجارة الإلكترونية

- تساعد التجارة الإلكترونية على إعادة هيكلة الشركات والمؤسسات بما يتماشى ومتغيرات العصر؛
- تخفيض التكاليف، وتخفيض الفترة الزمنية ما بين دفع الأموال والحصول على المنتجات والخدمات؛
- السماح للناس في العالم الثالث بامتلاك بضائع غير متوفرة في بلدانهم؛
- تساعد في توزيع الخدمات العامة مثل الصحة والتعليم بسعر منخفض [17]
- تقدم التجارة الإلكترونية الكثير من الخيارات للمستهلك بسبب قابلية الوصول إلى منتجات وشركات لم تكن متوفرة بالقرب من المستهلك؛

– تسمح للزبائن بتبادل الخبرات والآراء بخصوص المنتجات والخدمات عبر المنتديات [18]

ثانيا: عيوب التجارة الإلكترونية

– الجوانب الأمنية، مثل إمكانية قيام قراصنة الكمبيوتر باختراق مواقع التجارة الإلكترونية وسرقة المعلومات الموجودة بها، أو إمكانية تدمير المواقع عن طريق الفيروسات أو تغير محتوياتها؛

– التغير المستمر والسريع في البرمجيات على نحو مستمر مما يفرض إجراء التحديث المستمر الذي يتطلب تكاليف باهظة في بعض الأحيان؛

– عدم توافق بعض برامج التجارة الإلكترونية مع بعض تطبيقات البيانات، الأمر الذي يؤدي إلى عدم الاستفادة من هذه التطبيقات؛

– إمكانية تعطل مواقع التجارة الإلكترونية وعجز القوانين السائدة عن ملاحقة القراصنة والحاجة إلى تشريعات جديدة [19]

المبحث الثاني: خدمات الدفع الإلكتروني وإجراءات تأمينها في التجارة الإلكترونية

تقدم الخدمات الإلكترونية للدفع باختلاف أنواعها العديد من الفوائد التي تميزها عن نظيرتها التقليدية، إلا أن الطبيعة الإلكترونية لهذه الخدمات جعلتها أكثر عرضة للاختراقات والقرصنة وهذا ما يتطلب من معتمديها توفير إجراءات أمنية عالية تمكنهم من استخدامها في التجارة الإلكترونية بشكل آمن.

المطلب الأول: خدمات الدفع الإلكتروني

الفرع الأول: البطاقات البنكية Credit Card

تعرف أيضا باسم النقود البلاستيكية، فهي عبارة عن بطاقات بلاستيكية ومغناطيسية كالكارت الشخصي أو الفيزا أو الماستر كارد، تمكن هذه البطاقات حاملها من الحصول على النقود عن طريق آلات الصرف الذاتي ATM، كما تمكنه أيضا من شراء معظم احتياجاته أو أداء مقابل ما يريده من خدمات، وذلك من دون أن يكون لديه مبالغ مالية كبيرة قد تتعرض للسرقة أو الضياع. وتوجد ثلاث أنواع رئيسية من البطاقات البنكية وهي: البطاقات الإئتمانية؛ بطاقات الصرف البنكي (الشهري)؛ وبطاقات الدفع [20]

وتتميز البطاقات البنكية بالعديد من الخصائص، والتي يمكن حصرها في النقاط الآتية:

– هي بمثابة كمبيوتر متنقل للعميل لاحتوائها على سجل جميع المعلومات الشخصية: الإسم والعنوان اسم المصرف، أسلوب الصرف، المبلغ المصروف، تاريخ حياة العميل المصرفية؛

– تعبر عن قيمة نقدية مخزونة مدفوعة مقدما، أي أن هذه البطاقة قادرة على تخزين نقد إلكتروني تغني حاملها عن الذهاب إلى البنك؛

– تساعد على تخفيض عدد البطاقات التي يحملها كل شخص، فهي تلعب دور بطاقة الائتمان وبطاقة الصرف ورخصة القيادة وبطاقة التأمين الصحي وكذلك بطاقة العمل. فهي تجمع بين كل هذه البطاقات المتعددة الوظائف في بطاقة واحدة؛

– تمثل أفضل حماية ضد التزوير وسوء الاستغلال، إذ أن المعلومات التي توجد عليها تكون مشفرة بحيث تستطيع أجهزة قراءة البطاقات التأكد من أن هذه البطاقة أصلية، من خلال التوقيع الرقمي المشفر المخزن في معالجة البطاقة [21]

الفرع الثاني: البطاقات الذكية Smart Card

وهي عبارة عن بطاقات ذكية بلاستيكية بحجم بطاقة الائتمان، يثبت عليها شريط ممغنط عليه رقم كودي يحمل شريحة رقيقة إلكترونية مزودة بذاكرة مصاحبة، حيث تكون قادرة على تخزين واسترجاع ومعالجة جميع البيانات الشخصية لحاملها [22]

وتتميز البطاقات الذكية بالعديد من الخصائص، والتي يمكن حصرها في النقاط الآتية:

– عبارة عن محفظة رقمية تضم قيما رمزية تعبر عنها أرقام معينة توجد على شريحة البطاقة مقابل المحفظة العادية التي تحتوي على نقود ورقية من فئات وقيم معينة تعبر عنها أيضا الأرقام المدونة على كل ورقة من هذه الأوراق النقدية؛

– تقلل فرص التحايل والتلاعب من خلال تضمن البطاقة لبيانات أكثر وأدق تحديدا عن العميل؛

– تجمع البطاقة الذكية كل الأدوار التي تستطيع أن تؤديها بطاقات الائتمان وبطاقات الحسم وبطاقات الصرف الآلي وكذلك البطاقات العادية مدفوعة القيمة مسبقا في بطاقة واحدة؛

– يمكن اعتبار البطاقات الذكية بطاقة شخصية أو بطاقة لتأمين إجراءات التحويلات المالية داخل شبكة الانترنيت [23]

الفرع الثالث: النقود الإلكترونية E–Cash

هي عبارة عن قيمة نقدية مخزنة إلكترونيا على حامل إلكتروني مثل بطاقة ذات رقاقة أو ذاكرة حاسوب تصدر مقابل إيداع مبلغ مالي قيمته لا تقل عن القيمة النقدية الصادرة، يتم قبولها كوسيلة دفع من قبل كل المؤسسات مع تلك المصدرة لها وتكون تحت تصرف مستعمليها كبديل إلكتروني للقطع والأوراق النقدية، حيث تعتبر النقود الإلكترونية النوع الجديد من العملة فهي البديل الإلكتروني عن النقود الورقية والمعدنية ذات الطبيعة المادية [24]

وتتميز النقود الإلكترونية بالعديد من الخصائص، والتي يمكن حصرها في النقاط الآتية:

– تعتبر نقود افتراضية ملائمة للأشخاص الذين لا يستطيعون استخراج بطاقة الائتمان بسبب صغر سنهم أو تدني مدخولاتهم أو بسبب وجود مشكلات لديهم؛

– هي نقود سهلة الحمل نظرا لخفة وزنها وصغر حجمها، فهي أكثر عملية من النقود العادية ويرجع ذلك إلى أنها تعفي الفرد من حمل قيم نقدية كبيرة لشراء السلع؛

– يمكن للنقد الإلكتروني أن يتأقلم مع النمو المستمر لاستخدامات تجارة الانترنيت وقبول مستخدمين وتجار جدد؛

– تحقيق الأمان عند استخدامها بحيث يصعب اختراقها من قبل القراصنة، كما تتميز بالقدرة على العمل المتواصل والتشغيل في كافة الظروف بما يحفظ حقوق المتعاملين بالنقد الإلكتروني [25]

الفرع الرابع: المحافظ الإلكترونية E–Wallet

المحافظ الإلكترونية عبارة عن محافظ تقوم بتحويل النقد إلى سلسلة رقمية، وتخزن على القرص الثابت في موقع العمل، وهذا يحد من استخدام النقود في المعاملات التي تتم على شبكة الانترنيت ومعظم الحقائب الإلكترونية تقوم بتخزين النقد الإلكتروني على البطاقات الذكية التي تتمكن من دفع أي مبلغ من الحقيبة الإلكترونية في أي مكان [26]

وتتميز المحافظ الإلكترونية بالعديد من الخصائص، والتي يمكن حصرها في النقاط الآتية:

– تقلص المحافظ الإلكترونية من خطر السرقة (في حالة احتواء المحفظة على رمز سري)؛

– تمتاز المحافظ الإلكترونية بسهولة الدفع من خلال عدة عملات دون القيام بعمليات الصرف (في حالة المحفظة متعددة العملات الصعبة)؛

– للمحافظ الإلكترونية إمكانية إجراء مدفوعات دون ضرورة امتلاك حساب بنكي؛

– تقوم المحفظة الإلكترونية بإرسال واستقبال المدفوعات في أي مكان في العالم من خلال دفعات وتحويلات سهلة (تحويلات غير محدودة) وذلك من خلال إمكانية إدارة الحساب من الهاتف المحمول؛

– تقلل المحفظة الإلكترونية من عدد التعاملات البنكية بالنسبة للبنك [27]

الفرع الخامس: الشيكات الإلكترونية E-Check

الشيك الإلكتروني عبارة عن رسالة إلكترونية موثوقة مؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى المستلم ليعتمده ويقدمه للبنك الذي يعمل عبر الانترنيت، ليقوم البنك بتحويل قيمة 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، ويمكن لمستلم الشيك أن يتأكد أنه قد تم فعلا تحويل المبلغ لحسابه [28]

وتتميز الشيكات الإلكترونية بالعديد من الخصائص، والتي يمكن حصرها في النقاط الآتية:

– يقوم الشيك الإلكتروني بخفض تكاليف المصروفات الإدارية من خلال زيادة السرعة وتكلفة المواد الورقية والطباعة؛

– يقوم الشيك الإلكتروني بتسريع عملية الدفع والمحاسبة التي يقوم بها الزبون؛

– يزود الشيك الإلكتروني الزبون بمعلومات وتفصيلات أكثر في كشف الحساب؛

– تخضع الشيكات الإلكترونية إلى الإطار القانوني نفسه المقرر في الشيكات الورقية، كما تحقق دفاتر الشيكات الإلكترونية الوظائف نفسها التي يقوم بها الشيك العادي، بل ويعتبر أفضل لأنه يوفر السرية ويعتبر أكثر أمنا [29]

المطلب الثاني: إجراءات تأمين خدمات الدفع الإلكتروني في التجارة الإلكترونية

الفرع الأول: التشفير Encryption

التشفير هو عملية دمج المعلومات في شفرة سوية غير مفهومة ثم يتم فك هذه الشفرة بعد وصولها إلى وحدة خدمة الويب الآمنة، أي أن التشفير هو استبدال مستند أو رسالة باستخدام برنامج معين حتى لا يمكن الاطلاع على محتواها أو تعديلها أو تغييرها إلا من طرف مستقبلها، لهذا تنطوي عملية التشفير على تحويل النصوص البسيطة إلى رموز، حروف، أو إشارات قبل إرسالها إلى مستقبلها شريطة أن يكون لهذا الأخير القدرة على فك الشفرة وتحويل الرسالة إلى صيغتها الأصلية باستخدام مفتاح التشفير[30]

وينقسم التشفير وفقا للمفتاح المستخدم إلى نوعين وئيسيين هما:

أولا: التشفير باستخدام المفتاح المتماثل (المفتاح السري) يعتمد نظام التشفير المتماثل أو المتناظر Symmetric Cryptography على استخدام نفس المفتاح من طرف مصدر الرسالة والمرسل إليه للقيام بتشفير الرسالة وإعادة فك رموزها.

ثانيا: التشفير باستخدام مفتاح اللاتماثل (المفتاح العام) ظهر هذا النظام بغرض معالجة نقائص نظام التشفير بالمفتاح المتناظر والمتمثلة في تعرض المفتاح إلى أخطار أمنية أثناء تبادله، فبفضل نظام المفتاح العام أصبح من الممكن تجنب هذه الأخطار عن طريق تشفير باستخدام المفتاح السري[31]

الفرع الثاني: التوقيع الإلكتروني Electronic Signature

عرفت المادة (2/ أ) من القانون النموذجي المتعلق بالتوقيعات الإلكترونية والذي وضعته لجنة الأمم المتحدة لقانون التجارة الدولي سنة 2001 التوقيع الإلكتروني بأنه بيانات في شكل إلكتروني مدرجة في رسالة بيانات أو مضافة إليها أو مرتبطة بها منطقيا، ويجوز أن تستخدم لتعيين هوية الموقع بالنسبة إلى رسالة البيانات وبيان موافقة الموقع على المعلومات الواردة في رسالة البيانات [32]

ومن بين المزايا التي يحققها التوقيع الإلكتروني نجد:

– يساعد التوقيع الإلكتروني على تطوير وتسهيل التجارة الإلكترونية وتوفير الضمانات اللازمة لإجراءاتها، من خلال سماحه بإبرام صفقات بين طرفين متعاقدين يوجدان على بعد آلاف الكيلومترات؛

– للتوقيع الإلكتروني قوة كبيرة على إثبات المستندات الإلكترونية المتبادلة بين هذين الطرفين المتعاقدين حيث أن العقود التجارية والوثائق المرفقة بالتوقيع الإلكتروني لا تحتاج إلى مصادقة من أي جهة؛

– تعطي تقنية التوقيع الإلكتروني الحرية الكاملة للأفراد في الاختيار بين أنواع التوقيع الإلكتروني، فلا يوجد أي اختلاف في المعاملة بين مختلف أنواع الرسائل الموقعة إلكترونيا بما يلائم كل شخص [33]

الفرع الثالث: الشهادات الرقمية Certification

الشهادات الرقمية عبارة عن شهادات إلكترونية صادرة عن كيان مستقل معترف به دوليا يدعى "هيئة الاعتماد"، وتقوم هذه الهيئة بإثبات أن صاحب الرسالة أو المعاملة الإلكترونية هو الشخص ذاته المحدد بهذه الرسالة، وبهذا تساعد الشهادة الرقمية صاحبها على تحقيق شخصيته الإلكترونية وإثبات صحة كافة معلوماته وضمان صدق العملية المطلوبة، وهو ما يؤدي إلى ضمان أمن التعاملات التجارية الفردية وبالتالي تطور وانتشار التجارة الإلكترونية.

وتتضمن الشهادات الرقمية مجموعة من البيانات والمعلومات الإلكترونية، أين قامت هيئة المواصفات القياسية العالمية ISO بتحديدها كالآتي:

– بيانات عن المرسل وتحديد هويته؛

– نسخة من المفتاح العام للمرسل؛

– الرقم التسلسلي للشهادة وتاريخ انتهاء صلاحيتها؛

– التوقيع الرقمي للمرسل [34]

الفرع الرابع: نظام المعاملات الإلكترونية الآمنة Secure Electronic Transaction System

هو عبارة عن بروتوكول طورته مجموعة كبيرة من الشركات العالمية للائتمان كفيزا (Visa) وماستر كارد (master card)، ووظيفته الأساسية هي توفير الأمان لمدفوعات البطاقات المصرفية (الائتمانية) أثناء عبورها الانترنت بين حاملي البطاقات والتجار والبنوك.

ويستطيع هذا البروتوكول ضمان أمن المعاملات المالية للبطاقات الائتمانية من خلال إصدار شهادات رقمية للمستهلكين والتجار تشهد بصحة هويتهم أثناء قيامهم بمعاملات التجارة الالكترونية . ويتم الاحتفاظ بهذه الشهادة في برمجيات المحفظة الالكترونية، والتي تحتوي بالإضافة إلى شهادة معلومات أخرى مثل رقم البطاقة الائتمانية وتاريخ انتهائها، حيث يتم تخزين هذه المحفظة على كمبيوتر المستخدم ليتم استعمالها للقيام بعملية الدفع عبر الانترنت في أي وقت.

ويسعى هذا البروتوكول إلى تحقيق مجموعة من الأهداف تتمثل في:

– تأمين سرية المعلومات الخاصة بالدفع من خلال تقنية التشفير؛

– المعلومات المحولة تكون كاملة وغير قابلة لأي تغيير أو نقصان بفضل استخدام التوقيع الالكتروني؛

– تحديد هوية صاحب البطاقة والتاجر، فالشهادات الالكترونية تضفي الكثير من الشرعية والموثوقية على الطرفين وتدل أن البنك قد تحقق من شخصيتهما (35)

المبحث الثالث: تحليل واقع تطبيق خدمات الدفع الإلكتروني في ترقية التجارة الإلكترونية في الجزائر

يؤدي نظام الدفع الإلكتروني دورا كبيرا في ممارسة التجارة الإلكترونية الجزائرية، بحيث يعتبر أكثر ملائمة للاستخدام وأكثر سرعة وفعالية، ويعتبر في نفس الوقت اقتصاديا وأقل تكلفة، إذ يتيح للمتعاملين سواء داخل الجزائر أو خارجها إمكانية استعمالهم لحاسوبهم الخاص أو هواتفهم الذكية المتصلة بالانترنيت لإتمام كامل مراحل عملية الدفع في وقت وجيز.

المطلب الأول: واقع خدمات الدفع الإلكتروني في الجزائر

لقد أقر المشرع الجزائري أن يتم الدفع الإلكتروني في المعاملات الإلكترونية إما عن بعد أو عند طريق تسليم المنتجات باستخدام وسائل الدفع المرخص بها، حيث نص في المادة 27 فقرة 2 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أن يتم الدفع الإلكتروني من خلال منصات دفع مخصصة لهذا الغرض منشأة ومستغلة حصريا من طرف البنوك المعتمدة من قبل بنك الجزائر وبريد الجزائر وموصولة بأي نوع من أنواع محطات الدفع الإلكتروني عبر شبكة المتعامل العمومي للمواصلات السلكية واللاسلكية، كما يتم الدفع في المعاملات التجارية العابرة للحدود حصريا عن بعد عبر الاتصالات الإلكترونية (36)

الفرع الأول: أنواع بطاقات الدفع الإلكتروني في الجزائر

– البطاقات البنكية الإلكترونية: تمنح هذه البطاقة مجانا من قبل البنك الوطني الجزائري عند فتح حساب لمدة ثلاث سنوات، حيث أنها تستخدم لدفع ثمن المشتريات وسحب الأموال وتحويل وتلقي الأموال من أي شخص.

– البطاقات الدولية البنكية: يقدمها البنك الوطني الجزائري، حيث أنها تسمح بإجراء مختلف المعاملات أثناء السفر داخل وخارج الجزائر، وتبلغ مدة صلاحية هذه البطاقة 24 شهر؛

– بطاقة الدفع من خلال الانترنيت: وهي عدة أنواع، توجد بطاقة Master Card، وبطاقة One Card إضافة إلى بطاقة Neosurf، حيث تمكن هذه البطاقات الزبون من إجراء عمليات الدفع إلكترونيا؛

– البطاقة الذهبية: وهي بطاقة خصم صادرة عن بريد الجزائر ومطابقة لمعيار الأمن الدولي EMV حيث تمكن هذه البطاقة حاملها من إجراء مختلف العمليات البريدية عبر كامل أرجاء القطر الجزائري(37)

الفرع الثاني: أجهزة وخدمات الدفع الإلكتروني في الجزائر

تطورت أجهزة الصراف الآلي في الجزائر إذ ارتفع حجمها من 5900 سنة 2010 إلى 9380 سنة 2017 ، وهذا ما يؤكد ولوج المصارف لعالم الصيرفة الإلكترونية وتقديم خدمات للزبائن على الطريقة الحديثة، إلا أنه لم يكن بنفس الوتيرة مقارنة مع المستوى العالمي أين بلغ 43500 سنة 2017بعد أن كان 29150 سنة 2010 وهو ما يفسر القصور الذي يعاني منه النظام المصرفي الجزائري في مجال عصرنة الخدمات المصرفية. حيث توزعت هذه الأجهزة على بعض البنوك الجزائرية العمومية، إذ بلغ عددها سنة 2018 حوالي160 صراف ببنك BDL و144 صراف ببنك BNA، غير أن مستوى التطور ضعيف ببنك BEA أين بلغ 87 صراف في حين لم تحتوي بعض البنوك العمومية الأخرى مثل(CNEP –BADR–CPA) على هذا النوع من الأجهزة ،وهذا ما جعل الجزائر متأخرة للوصول إلى المستوى المطلوب.

أما فيما يتعلق بخدمات الدفع الالكترونية والمحلات التجارية التي اعتمدت أجهزة التحويل الإلكتروني

فهي منتشرة في جميع ولايات الوطن بنسب مختلفة ولجميع الأنشطة التجارية؛ حيث يحتل المرتبة الأولى قطاع الصحة بـ497 جهاز بمختلف الولايات، تليه قطاع الاتصالات السلكية واللاسلكية بـ 107جهاز ثم قطاع السياحة والأسفار بـ 82 جهاز يليه قطاع النقل والتأجير بـ74 جهاز ثم المحلات التجارية الكبرى بـ59 جهاز، وبمتوسط 40 جهاز لكل من الأدوات الكهرومنزلية والذهب والمجوهرات وقطع غيار السيارات والدهون والطلاء والفنادق ونوادي الانترنيت والأكشاك والمكاتب والمطاعم ومحطات الغسيل. هذا وتتصدر الجزائر العاصمة الترتيب ب 798 جهاز تليها تلمسان بـ 143 جهاز وقسنطينة بـ81 جهاز، وبالرغم من هذا التوزيع الجغرافي للأجهزة حسب الولايات فإن الأعداد السابقة لا تغطي مستوى الأنشطة التجارية لولايات الوطن ما يعكس النقص الفادح في استغلال البطاقات البنكية للتعاملات التجارية بالنسبة للمحلات والوكالات المربوطة بخدمة التبادل SATIM، أما فيما يتعلق باستغلال البطاقات البنكية لأغراض الصيرفة والتحويلات المالية بين البنوك أو لصالح

المتعاملين، فهي الأخرى لا تزال تراوح مكانها برغم عدد البطاقات المصدرة سواء من بريد أو من البنوك (38)

المطلب الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر

الفرع الأول: مشروع قانون التجارة الإلكترونية الجزائري

تعددت محاولات المشرع الجزائري لتنظيم المسائلال مرتبطة بالتجارة الالكترونية، والتي تبلورت باقتراح مشروع قانون سنة 2017 من طرف وزارة البريد وتكنولوجيا الاتصال السلكية واللاسلكية والرقمنة الذي تم المصادقة عليه من طرف نواب البرلمان في العشرين من فيفري، وفي 12 أفريل تمت المصادقة عليه من قبل مجلس الأمة. ويؤطر هذا القانون السوق من خلال العديد من الإجراءات التي تسمح بضمان أمن التجارة الالكترونية مع تحديد التزامات كل من المزودين بخدمات الانترنيت وكذا المستهلكين.

حيث ينص أولا على أن التسجيل في السجل التجاري وتحديد الموقع على شبكة الانترنت شرطان أساسيان لممارسة التجارة الالكترونية، كما يحدد المعلومات التي يجب أن ترافق العرض التجاري الإلكتروني، ويحدد أيضا التزامات المستهلك الإلكتروني كإلزامية دفع الثمن المتفق عليه في العقد الإلكتروني حالما يتم تشكيل هذه الوثيقة سواء عن بعد أو عند تسليم المنتج عن طريق الدفع المسموح به.

وفيما يتعلق بالمعاملات التجارية عبر الحدود، ينص مشروع القانون على أن بيع السلعة أو الخدمة من جانب ممون مقيم للمستهلك الإلكتروني المنشأ في بلد أجنبي ،معفى من إجراءات مراقبة التجارة الخارجية، ويتبادل عندما لا تتجاوز قيمته ما يعادل بالدينار من الحد الذي يحدده التشريع الساري. ووفقا لنص القانون فإن المعاملات المحظورة هي تلك التي تتعامل مع ألعاب الصدفة، الرهان، اليانصيب المشروبات الكحولية، التبغ، المنتجات الصيدلانية، وتلك التي تنتهك حقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية، كما يحظر أي معاملة إلكترونية للمواد والمعدات والمنتجات الحساسة التي تحددها اللوائح.

ويؤكد القانون أيضا على ضرورة تأمين اتصال الموقع الإلكتروني لموفر الخدمة الإلكترونية بنظام الدفع الإلكتروني من خلال نظام إصدار الشهادات الالكترونية، وتبعا لطبيعة الجرائم،يتم التخطيط لغرامات تتراوح ما بين 2 و50 مليون دينار، تضاف إليها إلغاء السجل التجاري وإغلاق الموقع [38]

الفرع الثاني: وضعية التجارة الإلكترونية في الجزائر

تجدر الإشارة إلى أن أول بدايات ظهور التجارة الالكترونية في الجزائر كان أثناء ربطها بالانترنيت كوسيلة للاتصال من خلال ظهور شركات تزويد الانترنيت في سنة 1997، فكانت شركة جيكوس هي أول شركة جزائرية تتعامل بالتجارة الالكترونية لأنها كانت تربط المؤسسات والأفراد بالانترنيت والدفع يكون بالحوالات أو نقدا، وهي تدخل ضمن مفهوم التجارة الالكترونية B2B وB2C. كما وقد قام السجل التجاري بتخصيص رقم "CODE" للتجارة الالكترونية وهو 511145 وبحسب هذا الترقيم فالتجارة الإلكترونية هي كل نوع من تجارة التجزئة للمنتوجات التي تتم عن بعد أو من المنزل عن طريق الهاتف أو الانترنيت. كما صنف مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنميةUNCTAD لسنة 2016، الجزائر في المرتبة 95 عالميا من حيث مبيعات التجزئة عبر الانترنيت نسبة إلى إجمالي المبيعات بالمتاجر، ووفقا للتقرير الذي ضم 137 دولة احتلت الجزائر مرتبة متأخرة جدا مقارنة بالإمارات العربية المتحدة وتونس والمغرب (40)

– ومن أهم تطبيقات التجارة الإلكترونية في الجزائر نجد:

أولا: الإعلان عبر الانترنت

يتميز السوق الإشهاري في الجزائر بكونه لازال في مرحلته الأولى، كون أن العديد من المؤسسات لا تزال خائفة من هذه الوسيلة وأيضا انخفاض تبني هذه المؤسسات لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، إلا أن الملاحظ هو النمو الكبير للاستثمارات الإشهارية عبر الانترنيت من سنة إلى أخرى جعل الجزائر تعترف نوعا ما بأصحاب الإعلانات الذين قدر عددهم بـ 56 معلنا خلال فترة جويلية 2008 وقاموا بإطلاق 141 حملة إعلانية، حيث بينت العديد من الدراسات أن قطاع السيارات فاز بـ17 معلن عبر الانترنت وحصة سوقية مقدرة بـ 29% متبوعا بقطاع التكنولوجيا الإعلام والاتصال (الهاتف والمعلوماتية) والتي قدرت حصته السوقية بـ 24% و14 معلنا.

ثانيا: مراكز الاتصال

يشهد سوق مراكز الاتصال في الجزائري نموا متسارعا رغم كونها حديثة العهد، فقد باشرت هذه المراكز عملها سنة 2006 بعد إصدار المرسوم رقم 06– 76 في 18 فيفري 2006 والمعدل للمرسوم رقم 03– 27 الصادر في 13 جانفي 2003 المحدد لشروط فتح مراكز الاتصال. حيث تم تخفيض قيمة الاشتراك السنوي من مبلغ تعجيزي قدره 10 ملايين دينار جزائري إلى مبلغ رمزي قدره 10آلاف دينار جزائري، مما شجع على نمو عدد مراكز النداء، ويدل انخفاض عدد هذه المراكز

النشطة التي قدرت بـ 62 مركز على أن خدمة مراكز الاتصال الجزائرية لا تزال في أطوارها الأولى، ولا تزال هذه التقنية جديدة بالنسبة للمجتمع الجزائري(41)

المطلب الثالث: المجهودات الجزائرية المحققة على صعيد استخدام خدمات الدفع الإلكتروني لتنشيط التجارة الإلكترونية

الفرع الأول: البطاقات البنكية الدولية المستعملة في التجارة الإلكترونية الجزائرية

تعتبر البطاقة الائتمانية الخدمة الشائعة لتسوية مدفوعات التجارة الإلكترونية مباشرة عبر الانترنيت إلا أن البطاقات البنكية المتوفرة حاليا في الجزائر غير قابلة للتعامل على المستوى الدولي، لذلك حاولت بعض البنوك الجزائرية إضفاء الطابع الدولي على البطاقات البنكية، وقامت بإصدار هذه البطاقات بترخيص من الشبكات العالمية Visa وMaster Card، وهذا لتمكين المستهلك الجزائري من التسوق عبر الانترنيت بكل حرية والقدرة على تسديد مشترياته في أي مكان في العالم.

ومن بين البنوك التي قدمت البطاقات المقبولة عالميا نجد: بنك القرض الشعبي الجزائري؛ بنك التنمية المحلية؛ وبنك الجزائر الخارجي. ويعتبر بنك القرض الشعبي الجزائري CPA أول بنك أصدر بطاقة فيزا في الجزائر وقام بوضع موزعات آلية للنقود ونهائيات للدفع الإلكتروني في المطارات والفنادق التي تقبل البطاقات الدولية، حيث قدرت مشتريات السياح من خلال هذه البطاقة سنة 2005 بـ 182 جهاز وارتفع العدد بعده إلى حوالي 287 جهاز سنة 2009.

كما كرس بنك التنمية المحلية BDL في عام 2016 برنامجا طموحا بشأن الخدمات المصرفية الإلكترونية ولاسيما الجزء المتعلق بالنشر الشامل لمحددات الدفع الإلكتروني (TPE) عن طريق القيام بمشروع "تطور وديناميكية قبول شبكة الانترنيت كجزء من تطوير الدفع الإلكتروني في الجزائر"، حيث زادت قاعدة عملاء هذا البنك لبطاقة فيزا وعدد مشتركي الخدمات المصرفية الإلكترونية بشكل كبير سنة 2016 (42)

الفرع الثاني: أمثلة عن المتاجر الإلكترونية الجزائرية التي تعتمد على خدمات الدفع الإلكتروني

يمكن تحديد أهم نماذج المتاجر الإلكترونية الناشطة في سوق التجارة الإلكترونية الجزائرية التي تعتمد على خدمات الدفع الإلكتروني في الجدول الآتي:

الجدول 1: نماذج عن المتاجر الإلكترونية الناشطة في سوق التجارة الإلكترونية الجزائرية

البطاقـــــة	مجال عملـــــــها

سوق واد كنيس	أنشأ سنة 2007، يعتبر أول مواقع التسوق عبر الانترنيت التي تهدف إلى بيع أو شراء أو مبادلة مختلف المنتجات في الجزائر.
موقع صنع في الجزائر	عبارة عن سوق افتراضية جزائرية الموقع للشركات بترويج منتجاتها (النسيجية؛ الغذائية؛ قطع ميكانيكية...) عبر شبكة الانترنيت.
موقع فيدني	تأسس سنة 2009، يسوق لمجموعة من الأصناف كمستلزمات التجميل والأجهزة الكهرومنزلية، ويعمل على مدار 24 ساعة.
موقع نشري في النات	تأسس في فيفري 2010، يسوق أكثر من 500 منتج في مختلف المجالات ويوجه مبيعاته لأكثر من 30 ولاية بطرق دفع مختلفة.
موقع أشريلي	تأسس سنة 2012، يختص في بيع المنتجات الغذائية ومواد التنظيف ومستلزمات التجميل، ويوجه مبيعاته إلى العاصمة وبومرداس فقط.
موقع دار الشهاب	يحتوي على نظام يسمح ببيع المنتجات من خلال الانترنيت سواء داخل الجزائر أو خارجه من خلال فهرس إلكتروني دقيق يوفره الموقع.
موقع سوق الجزائر	يهتم بتنفيذ المزادات والصفقات بين الأفراد الراغبين في بيع وشراء السلع عبر شبكة الويب مقابل رسم محدد يتفق عليه البائع والمشتري.
موقع البطاقات العالمية	تتيح هذه المواقع إمكانية شراء الدينار الجزائري عن طريق التحويل من الحساب البريدي الجاري لكافة متصفحي الانترنيت، لتسهيل التبادلات التجارية بين العملاء.

المصدر: من إعداد الباحثتين بالاعتماد على حنان كواشي، عبد المجيد قدي، (2022)، نحو تشخيص واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، مجلة الاقتصاد الجديد، ص- ص 562- 563.

الخاتمة

حاولنا من خلال هذه الدراسة معرفة واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر ومدى استخدام خدمات الدفع الإلكتروني في ترقيتها، حيث تم التوصل إلى النتائج الآتية:

– تتوقف ترقية التجارة الإلكترونية على مدى توفر الاقتصاد على خدمات الدفع الإلكتروني؛

– عدم انتشار الوعي الكافي بأهمية خدمات الدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية لدى المؤسسات التجارية والمصارف والأفراد، وعدم منحها الأهمية الكافية لتطويرها؛

– رغم أن المشرع الجزائري قد أبدى أول خطواته بإصدار قانون 18- 05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية إلا أن هذا القانون قد أغفل مفاهيم خاصة بخدمات الدفع الإلكتروني؛

– لا تزال الجزائر تتقدم بخطى متباطئة في مجال خدمات الدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية، ولم ترقى إلى المستوى المطلوب بعد؛

– إن تطبيق وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر يشهد العديد من الصعوبات، وذلك راجع إلى ارتفاع تكاليفه وصعوبة تقبله من طرف الجمهور؛

– رغم تأخر الجزائر في مجال خدمات الدفع الإلكتروني وتبني التجارة الإلكترونية، إلا أنه هناك مؤشرات على إمكانية تحسين القطاع وإمكانية انطلاق الخدمات الإلكترونية للتجارة في حال تم العمل على توفير البيئة التقنية والتوعوية والتشريعية والتجارية الملائمة لهذه التجارة.

ويمكن من خلال هذه الدراسة الخروج بالتوصيات الآتية:

– ينبغي على المشرع الجزائري إصدار قانون خاص بخدمات الدفع الإلكتروني، على الرغم من أنه أبدى خطوة أولى حين أصدر قانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، إلا أنه لم ينص على مفاهيم خاصة بخدمات الدفع الإلكتروني؛

– تشجيع النظام المصرفي على أداء دور أساسي مسهل للتجارة الإلكترونية، وذلك من خلال تطوير التحويل الإلكتروني للأموال وتعميم خدمات الدفع الإلكتروني باعتبارها أول خطوة لتبني هذه التجارة، مع ضرورة الحفاظ على مختلف الأطراف من خلال التأكد من سرية وأمن معاملاتها؛

– توفير بنية تحتية قوية مكونة من شبكات اتصال ذات سرعة فائقة وقدرة كبيرة على المحافظة على سلامة المعلومات وتطوير برمجيات متخصصة ملائمة لطبيعة السوق الجزائري حتى تستطيع الجزائر التحول إلى التجارة الإلكترونية بنجاح؛

– وضع خطط وبرامج تكوينية حول طرق الاستخدام الأمثل لخدمات الدفع الإلكتروني، وذلك لضرورة الارتقاء بالعنصر البشري وتدريب الإطارات المصرفية على استخدام أحدث النظم البنكية.

الهوامش:

(1) محمد الأمين الرومي، التعاقد الإلكتروني عبر الانترنيت، المطبوعات الجامعية، مصر، 2004، ص 127.

(2) عبد العزيز خنفوسي، قانون الدفع الإلكتروني، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، 2017، ص 07.

(3) حمود محمد غازي الحمادة، العلاقات التعاقدية الناشئة عن بطاقات الدفع الإلكتروني، المركز العربي للدراسات والبحوث العلمية للنشر والتوزيع، مصر، 2018، ص 41.

(4) مدحت صالح، أدوات وتقنيات مصرفية، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 2001، ص 144.

(5) زياد سليم رمضان، محفوظ أحمد جودة، الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك، ط2، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2003، ص 20.

(6) محمود سحنون، النظام المصرفي بين النقود الورقية والنقود الآلية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 04، 2003، ص 68.

(7) جلال عايدة الشورة، وسائل الدفع الإلكتروني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، مصر، 2008، ص 98.

(8) محمد عبد الحسين الطائي، التجارة الإلكترونية- المستقبل الواعد للأجيال القادمة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص 187.

(9) عبد الرحمان بن محمد بن خلدون، مقدمة إبن خلدون، الجزء الأول، مكتبة لبنان، بيروت، 1996، ص 308.

(10) Salman Qureshi, 2021, What is commerce definition meaning importance, https:\\www.commercepk.com. 23 September 2022, 15:37.

(13) عبد العظيم حمدي، التجارة الإلكترونية، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية، مصر، 2001، ص 09.

(14) رأفت رضوان، عالم التجارة الإلكترونية، المنظمة العالمية للتنمية الإدارية، مصر، 1999، ص 16.

(15) Trousse d'outils sur les affaires électroniques, Le commerce électronique : Acheter et vendre en ligne, imprimeur de la Reine pour l'Ontario, 2013, p 01.

(16) محمد الفاتح محمود المغربي، التجارة الإلكترونية، دار الجنان للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص- ص 43-44.

(17) مصطفى خيري كنانة، التجارة الإلكترونية، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2009، ص 55.

(18) رمضان علي السيد معروف، التجارة الإلكترونية في اليابان ومدى استفادة مصر منها، ط2، مكتبة جزيرة الورد، مصر، 2018، ص 14.

(19) المرجع نفسه، ص- ص 21- 22.

(20) Lim Boyd, e-commerce management perspective, New JERSY, 2000, p 12.

(21) عبد الصبور عبد القوي علي المصري، التجارة الإلكترونية والقانون، ط1، دار العلوم للنشر والتوزيع، مصر، 2010، ص 18- 19.

(22) أحمد محمد غنيم، التسويق والتجارة الإلكترونية، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، المنصورة، 2009، ص- ص 242- 243.

(23) منير محمد الجنبيهي، ممدوح محمد الجنبيهي، البنوك الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2006، ص 52.

(24) Alain Charles Lartinet, Ahmed silem, Lexique de gestion, Lion, Dalloz, 2002, p 17.

(25) أحمد عبد الخالق السيد، البنوك والتجارة الإلكترونية، الجديد في التمويل المصرفي، لبنان، 2002، ص- ص 183- 184.

(26) مختار دويني، وسائل الدفع الإلكتروني ومدى مساهمتها في تطور التجارة الإلكترونية في الجزائر، مجلة القانون العام الجزائري والمقارن، العدد: 01، جوان 2011، ص 197.

(27) سمية عبابسة، وسائل الدفع الإلكتروني في النظام البنكي الجزائري- الواقع والمعيقات والآفاق المستقبلية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 06، 2016، ص 349.

(28) عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية الحكومة الإلكترونية، ط1، دار الفكر الجامعي، مصر، 2003، ص 296.

(29) Abhay Upadhayaya, Electronic commerce and E-Wallet, International Journal of Recent Research and Review, N 01, March 2012, p 40.

(30) سمية عبابسة، تحديات العمليات البنكية الإلكترونية في الجزائر- دراسة حالة وكالات سوسييتي جنرال الجزائر SGA بقسنطينة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، الجزائر، 2017، ص 112.

(31) محمد نور صالح لجداية، سناء جودت خلف، التجارة الإلكترونية، ط1، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 251.

(32) محمد حسام محمد لطفي، الملامح الأساسية للمعاملات الإلكترونية، نشرة التحكيم التجاري الخليجي- البحرين، العدد 20، 2001، ص 125.

(33) عبد الفتاح بيومي حجاز، التجارة الإلكترونية في القانون العربي النموذجي لمكافحة جرائم الكمبيوتر والانترنيت، ط1، دار الفكر الجامعي، مصر، 2006، ص 270.

(34) نضال إسماعيل برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص 170.

(35) عبد الفتاح بيومي حجاز، مرجع سبق ذكره، ص 249.

(36) أحمد محمد غنيم، الإدارة الإلكترونية: آفاق الحاضر وتطلعات المستقبل، المكتبة المصرية المنصورة، مصر، 2004، ص 327.

(37) المرجع نفسه، ص 327.

(38) المادة 27 من القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية، العدد 28.

(39) فاب أمين، 2019، أنواع بطاقات الدفع الإلكتروني في الجزائر، نقلا عن: https:\\www.vapulus.com، 2023/03/10، 10:03.

(40) عبد الهادي مسعود، لخضر لعروس، تقييم واقع التجارة الإلكترونية واستعمالات البطاقة الإلكترونية بالجزائر، مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي، العدد 02، 2017، ص 319.

(41) إيمان هدى فرعون، 2018، عرض مشروع قانون التجارة الإلكترونية بالمجلس الشعبي الوطني، نقلا عن: https:\\www.radioalgerie.com، 2023/03/10، 12:43.

(42) UNCTAD, Unctad Unctad B2C e-commerce index 2016, United Nations Conference on Trade And Development, 2016, p 21.

(43) Journal officiel de la république algérienne, N° 9, 2006, p 19, Disponible sur le site: www.arpt.dz/2decret-e-2006.htm.

(44) **آمنة زربوط، دور وسائل الدفع الإلكتروني في تفعيل التجارة الإلكترونية مع الإشارة لتجربة الجزائر، مجلة آراء للدراسات الاقتصادية والإدارية، العدد 01، 2019، ص- ص 59- 60.**

المراجع:

أولا: القوانين

1- القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية، العدد 28.

ثانيا: الكتب

1- الرومي محمد الأمين، التعاقد الإلكتروني عبر الانترنيت، المطبوعات الجامعية، مصر، 2004.

2- خنفوسي عبد العزيز، قانون الدفع الإلكتروني، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، 2017.

3- الحمادة حمود محمد غازي، العلاقات التعاقدية الناشئة عن بطاقات الدفع الإلكتروني، المركز العربي للدراسات والبحوث العلمية للنشر والتوزيع، مصر، 2018.

4- مدحت صالح، أدوات وتقنيات مصرفية، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 2001.

5- زياد سليم رمضان، محفوظ أحمد جودة، الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك، ط2، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2003.

6- الشورة جلال عايدة، وسائل الدفع الإلكتروني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، مصر، 2008.

7- الطائي محمد عبد الحسين، التجارة الإلكترونية- المستقبل الواعد للأجيال القادمة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.

8- بن خلدون عبد الرحمان بن محمد، مقدمة إبن خلدون، الجزء الأول، مكتبة لبنان، بيروت، 1996.

9- عبد العظيم حمدي، التجارة الإلكترونية، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية، مصر، 2001.

10- رأفت رضوان، عالم التجارة الإلكترونية، المنظمة العالمية للتنمية الإدارية، مصر، 1999.

11- المغربي محمد الفاتح محمود، التجارة الإلكترونية، دار الجنان للنشر والتوزيع، عمان، 2016.

12- كنانة مصطفى خيري، التجارة الإلكترونية، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2009.

13- السيد معروف رمضان علي، التجارة الإلكترونية في اليابان ومدى استفادة مصر منها، ط2، مكتبة جزيرة الورد، مصر، 2018.

14- عبد الصبور عبد القوي علي المصري، التجارة الإلكترونية والقانون، ط1، دار العلوم للنشر والتوزيع، مصر، 2010.

15- غنيم أحمد محمد، التسويق والتجارة الإلكترونية، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، المنصورة، 2009.

16- الجنبيهي منير محمد، الجنبيهي ممدوح محمد، البنوك الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2006.

17- السيد أحمد عبد الخالق، البنوك والتجارة الإلكترونية، الجديد في التمويل المصرفي، لبنان، 2002.

18- حجازي عبد الفتاح بيومي، النظام القانوني لحماية الحكومة الإلكترونية، ط1، دار الفكر الجامعي، مصر، 2003.

19- لجداية محمد نور صالح، سناء جودت خلف، التجارة الإلكترونية، ط1، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، 2009.

20- نضال إسماعيل برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2005.

21- غنيم أحمد محمد، الإدارة الإلكترونية: آفاق الحاضر وتطلعات المستقبل، المكتبة المصرية المنصورة، مصر، 2004.

ثالثا: الأطروحات والمذكرات

1- عبابسة سمية، تحديات العمليات البنكية الإلكترونية في الجزائر- دراسة حالة وكالات سوسييتي جنرال الجزائر SGA بقسنطينة، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، الجزائر، 2017.

رابعا: المقالات

1- سحنون محمود، النظام المصرفي بين النقود الورقية والنقود الآلية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 04، 2003.

2- دويني مختار، وسائل الدفع الإلكتروني ومدى مساهمتها في تطور التجارة الإلكترونية في الجزائر، مجلة القانون العام الجزائري والمقارن، العدد: 01، جوان 2011.

3- عبابسة سمية، وسائل الدفع الإلكتروني في النظام البنكي الجزائري- الواقع والمعيقات والآفاق المستقبلية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 06، 2016.

4- محمد حسام محمد لطفي، الملامح الأساسية للمعاملات الإلكترونية، نشرة التحكيم التجاري الخليجي- البحرين، العدد 20، 2001.

5- عبد الهادي مسعود، لخضر لعروس، تقييم واقع التجارة الإلكترونية واستعمالات البطاقة الإلكترونية بالجزائر، مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي، العدد 02، 2017.

6- زربوط آمنة، دور وسائل الدفع الإلكتروني في تفعيل التجارة الإلكترونية مع الإشارة لتجربة الجزائر، مجلة آراء للدراسات الاقتصادية والإدارية، العدد 01، 2019.

خامسا: مواقع الانترنيت

1- فاب أمين، 2019، أنواع بطاقات الدفع الإلكتروني في الجزائر، نقلا عن: https:\\www.vapulus.com، 2023/03/10، 10:03.

2- فرعون إيمان هدى، 2018، عرض مشروع قانون التجارة الإلكترونية بالمجلس الشعبي الوطني، نقلا عن: https:\\www.radioalgerie.com، 2023/03/10، 12:43.

سادسا: المراجع الأجنبية

1- Trousse d'outils sur les affaires électroniques, Le commerce électronique : Acheter et vendre en ligne, imprimeur de la Reine pour l'Ontario, 2013.

2- Lim Boyd, e-commerce management perspective, New JERSY, 2000.

3- Alain Charles Lartinet, Ahmed silem, Lexique de gestion, Lion, Dalloz, 2002.

4- UNCTAD, Unctad B2C e-commerce index 2016, United Nations Conference on Trade And Development, 2016.

5- Abhay Upadhayaya, Electronic commerce and E-Wallet, International Journal of Recent Research and Review, N 01, March 2012.

6- Journal officiel de la république algérienne, N° 9, 2006, p 19, Disponible sur le site: www.arpt.dz/2decret-e-2006.htm.

7- Salman Qureshi, 2021, What is commerce definition meaning importance, https:\\www.commercepk.com. 23 September 2022, 15:37.