

جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة



كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير

قسم: العلوم الاقتصادية

العنوان

## واقع وآفاق التجارة الالكترونية في الجزائر

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي في العلوم الاقتصادية

تخصص: اقتصاد دولي

تحت اشراف الاستاذ

من إعداد الطالبة:

❖ فرطقي جابر

❖ بولقنafd حنان

نوقشت علنا أمام اللجنة المكونة من:

الصفة	الجامعة	الرتبة	اسم ولقب الاستاذ
رئيسا	جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة	أستاذ محاضر "ب"	د. نور الدين رجم
مشرفا	جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة	أستاذ مساعد "أ"	أ. فرطقي جابر
ممتحنا	جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة	أستاذ محاضر "ب"	د. ضياف علياء

السنة الجامعية: 2019/2018



# شكر

مع آخر اللّمسات لهذا البحث كان لزاما علينا أن نتوجه بالحمد للمولى عز و جل الذي وفقنا لإتمام هذا العمل من غير حول منا و لا قوة.

كما أتقدم بالشكر الجزيل للأستاذ الدكتور المؤطر فرطاً قي جابر الذي لم يبخل علينا بنصائحه وتوجيهاته القيمة و المفيدة

كما لا يفوتني أن أتوجه بالشكر إلى كل من شجعني و لو بكلمة طيبة على إتمام هذا العمل من زملاء و أصدقاء. و لا أنسى أن أتقدم بفائق الشكر و الإحترام و التقدير إلى كل الأساتذة بقسم العلوم الإقتصادية، و التجارية و علوم التسيير عامة و أساتذة التخصص خاصة، و إلى كل زملائي في الدراسة و إلى كل أصدقائي المقربين إلى

قلبي

و في النهاية يسرني أن أتقدم بجزيل الشكر إلى من مد لي يد العون في مسيرتي العلمية من قريب و من بعيد.

(إن أصبنا فمن الله و إن أخطئنا فمن أنفسنا و من الشيطان)

فله الحمد و الشكر أولاً و آخراً.



# إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم:

"رب أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي و على والدي و أن أعمل صالحا ترضاه، و أدخلني برحمتك في عبادك الصالحين"

(التَّمَلُّ:19)

أهدي ثمرة جهدي:

إلى كل من سار معي مند بداية الطريق حتى هذه اللحظة و كان دافعا لي لكل نجاح، إلى من بذل كل غالي و نفيس ليسعدني في هذه الحياة.

إلى مصدر الأمان "والدي الحبيب عبد الحميد"، إلى روح القلب و نبض الحنان إلى بلسم الجراح من صبرت و كافحت معي في هذه الحياة إلى أعظم إنسانة في حياتي "والدتي الحبيبة فتيحة"

إلى من تقاسموا معي حلو الحياة و مرها بمحبتهم و اهتمامهم إخوتي " أحمد، خالد، و أحلام"، و إلى جميع الأهل و الأقارب.

إلى من جعلتهم أيام الدراسة إخوة لي زملائي و زميلاتي كل باسمه.

إلى صديقاتي الغاليات "نور الهدى، إيمان، سارة".

إلى كل من خصني بدعاء مخلص من القلب و كل من شجعني في إنجاز هذه المذكرة.

و إلى كل طالب علم.

حنان

الفهرس:

الصفحة	المحتويات
	الإهداء
	الشكر
	الملخص
	قائمة الجداول
	قائمة الأشكال
أ-ث	مقدمة
5	الفصل الأول: عموميات التجارة الإلكترونية
6	تمهيد
7	المبحث الأول: مفاهيم رئيسية حول التجارة الإلكترونية
7	المطلب الأول: ماهية التجارة الإلكترونية
9-7	أولاً: مفهوم التجارة الإلكترونية
11-10	ثانياً: أشكال التجارة الإلكترونية
12	المطلب الثاني: خصائص التجارة الإلكترونية و مصادرها
12	أولاً: خصائص التجارة الإلكترونية
13	ثانياً: مصادر التجارة الإلكترونية
14	المطلب الثالث: وسائل الدفع الإلكترونية و طرق التعامل بها-المزايا و العيوب
14	أولاً: تعريف وسائل الدفع الإلكترونية و طرق التعامل بها
15	ثانياً: مزايا وسائل الدفع الإلكترونية
16	ثالثاً: عيوب وسائل الدفع الإلكترونية
17	المبحث الثاني: الدراسات السابقة
17	المطلب الأول: دراسة عربية 1
18	المطلب الثاني: دراسة عربية 2
19	المطلب الثالث: دراسة عربية 3
20	خلاصة الفصل الأول
21	الفصل الثاني: واقع و آفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر
22	تمهيد

23	المبحث الأول: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر
23	المطلب الأول: مؤشرات تكنولوجيا الإعلام و الإتصال في الجزائر
28-23	أولاً: تطور شبكة الإعلام و الإتصال في الجزائر
31-28	ثانياً: سوق الهاتف في الجزائر
32	المطلب الثاني: التشريعات و القوانين المنظمة للتجارة الإلكترونية في الجزائر
32	أولاً: شروط و التزامات مقدمي خدمات الانترنت في التشريع الجزائري
33	ثانياً: مظاهر المعاملات الإلكترونية في القانون المدني
34	ثالثاً: مظاهر المعاملات الإلكترونية في القانون التجاري الجزائري
35-34	المطلب الثالث: تطور التجارة الإلكترونية في الجزائر
36	المبحث الثاني: تطوير وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر
36	المطلب الأول: مشروع تطوير وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر
36	أولاً: أهداف مشروع تطوير نظام الدفع في الجزائر
37	ثانياً: المكونات الرئيسية لمشروع تطوير نظام الدفع في الجزائر
38	المطلب الثاني: واقع استخدام وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر
39-38	أولاً: تقييم استخدامات البطاقة البنكية في الجزائر
41-39	ثانياً: البطاقة البنكية في الجزائر
41	ثالثاً: البطاقة البنكية المستعملة في التجارة الإلكترونية في الجزائر
42-41	رابعاً: العوائق التي تمنع استعمال البطاقة البنكية في الجزائر
43-42	خامساً: العوامل المعرقلة لنجاح وسائل الدفع الإلكترونية
43	المطلب الثالث: آفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر
45-43	أولاً: معوقات نمو التجارة الإلكترونية في الجزائر
48-46	ثانياً: سبل و متطلبات التجارة الإلكترونية في الجزائر
50-49	ثالثاً: مستقبل الإقتصاد الجزائري بعد اعتماد التجارة الإلكترونية
51	خلاصة الفصل الثاني
55-52	خاتمة
59-56	قائمة المراجع

## الملخص:

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

حيث أن الجزائر اتخذت مؤخرًا إجراءات عدة في جميع الميادين بغية تدعيم استخدام تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات و مسايرة التحولات التكنولوجية، إلا أن ركوب الجزائر لقطار النمو و اللّحاق بالدول السارية إلى التقدم التكنولوجي و تبني التجارة الإلكترونية، يحتاج إلى التركيز على مجموعة من المقومات و إحداث تغييرات جذرية في مجالات شتى لتذليل العقبات المعرّقة لإنطلاق هذه التجارة الإلكترونية في الجزائر.

## الكلمات المفتاحية:

- ❖ تكنولوجيا الإعلام و الإتصال
- ❖ التجارة الإلكترونية
- ❖ الأنترنت

## Rèsumé

Le développement des technologies de l'information et de la communication (TIC), a modifié les modes des échanges commerciaux dans le monde. Ainsi, est apparu ce qu'on appelle le commerce électronique communément appelé sous le vocable de e-commerce. Dans ce développement, il est indéniable que le réseau internet a joué un rôle fondamental.

Toutefois Algérie a pris récemment plusieurs procédures dans tous les domaines afin de promouvoir l'utilisation de la technologie et des communications, et aussi pour se conformer aux changements technologiques.

Mais, pour suivre les progrès technologiques et l'adoption de l'e-Commerce, l'Algérie a se concentrer sur des changements radicaux dans les divers domaines de surmonter les obstacles qui entravent le lancement de ce type de commerce en Algérie.

## Mots clés :

- ❖ La technologie de l'information et de la communication.
- ❖ L'Internet.
- ❖ Le commerce électronique.

قائمة الجداول:

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	الطرق التقليدية و الحديثة لشراء منتج	9
02	عدد مستخدمي الأنترنت في الجزائر (1994-2012)	24
03	تطور مشترك أنترنت الجيل الثالث G3 و الجيل الرابع G4 في الجزائر	25
04	تطور عدد مزودي خدمات الأنترنت (1998-2008)	26
05	ترتيب الجزائر في استعمال تكنولوجيا الإتصال (2009-2010)	27
06	تطور أجهزة الكمبيوتر في الجزائر (2007-2011)	28
07	دليل تنمية تكنولوجيا الإعلام و الإتصال الجزائري	28
08	اشتراكات الهاتف الثابت (1995-2016)	29
09	اشتراكات الهاتف النقال (1995-2016)	31
10	عدد المواقع المخصصة للتجارة الإلكترونية (2009-2013)	34
11	حجم عمليات الدفع عبر الأنترنت في الجزائر حسب نوع البطاقة البنكية (2012-2014)	40
12	تطور عدد بطاقات cpa الدولية (2000-2007)	41



قائمة الأشكال:

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
10	أشكال التجارة الإلكترونية	01

# مقدمة عامة

شهد العالم في الفترة الأخيرة تطورات وتغيرات لم يسبق له وأن عرفها طيلة العقود السابقة وهذه التطورات التي شملت تغيرات في أسلوب الحياة بالعمق والشمول والسرعة التي هي نتيجة ثورة تكنولوجيا الإتصالات الحديثة والتي أصبحت بقدر كبير في تكوين التيار الجارف لمفهوم العولمة التي شملت اقتصاديات العالم خلال العقدين السابقين ومن المنتظر أن تستمر وتتسع آثارها لتشمل كل قطاعات الحياة.

لقد ساهمت الثورة العلمية في مجال التقنيات الحديثة إلى إحداث مفاهيم جديدة لم تكن معروفة سابقا كظهور مجتمع المعلومات، إقتصاد المعرفة، والتجارة الإلكترونية هي الأخرى أحد إفرازات هذه الثورة التقنية.

و لاشك أن ظهور شبكة الأنترنت أو الشبكة الدولية للمعلومات التي هي عبارة عن شبكة عملاقة تربط ملايين الحواسيب والشبكات عبر العالم بحيث يمكن لأي شخص متصل بالأنترنت أن يتجول في هذه الشبكة، حيث أيقنت الدول المتقدمة أهمية التجارة الإلكترونية باعتبارها مجالا خصبا وعاملا مؤثرا في نمو اقتصادياتها فقد غدت هذه الأخيرة وسيلة هامة في زيادة القدرة التنافسية في تسويق المنتجات وتوفير المعلومات والخدمات الفورية للمتعاملين التي يريدونها بالإضافة إلى العديد من المزايا الأخرى التي يوفرها، ولمواكبة هذه التطورات بدأت أغلبية الدول في العالم بنهية اقتصادها وبيئتها ومؤسساتها للتحويل إلى الإقتصاد الرقمي المبني على الأنترنت والتجارة الإلكترونية.

و قد أصبحت التجارة الإلكترونية النغمة السائدة في عالم اليوم، فقد ساهمت في جعل هذا العالم مجرد قرية صغيرة وسوقا واحدا تتعادل فيه الفرص الممنوحة لكل الشركات على اختلاف أحجامها لاقتحام الأسواق العالمية وترويج البضائع والسلع بكل يسر وسهولة متخطين بذلك كل الحدود، وكذلك الحال بالنسبة للزبائن الذين أصبح بمقدورهم اقتناء احتياجاتهم بمجرد نقرة زر واحدة ودون الحاجة لمغادرة أماكنهم.

فالجزائر تواجه الكثير من العراقيل التي تحول دون توسع انتشار التجارة الإلكترونية، إلا أن إلقاء هذه التجارة لظلالها على كثير من الدول التي من بينها الجزائر وتحولها إلى واقع ملموس، أكد أن التجارة الإلكترونية صارت ضرورة ملحة لهذا البلد ومتطلبا تنمويا لتطوير قطاعاته الإنتاجية المحلية والتسويقية، وتوفير فرص واسعة لدفع نموه الإقتصادي ومساهمتها في التجارة الخارجية، وهذا ما يفرض على الجزائر أن تسعى إلى تعظيم الإستفادة

من هذه التجارة وتسريع عملية الإنتقال نحوها من خلال تذليل العقبات التي تواجه تطبيقها، وتوفير كافة أسباب النجاح لها، من بينها متطلبات البنى التحتية التكنولوجية والتشريعية المتعلقة بتطبيقها.

### إشكالية البحث:

إن سعي الجزائر للإندماج في الإقتصاد العالمي والانضمام إلى منظمة التجارة العالمية يفرض عليها مواكبة كل التطورات الإقتصادية الحديثة والتجارة الإلكترونية واحدة من بين هذه التطورات.

و ضمن الإطار العلمي والفكري المتداخل وأمام العرض السابق نبرز ملامح إشكالية الدراسة والتي يمكن صياغتها على النحو التالي:

**ما هو واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر؟ وماهي السبل الكفيلة بتطويرها في ظل الإمكانيات والتحديات الراهنة؟**

و من خلال التساؤل الرئيسي يمكن صياغة الأسئلة الفرعية التالية:

- ما مدى استجابة الجزائر لتكنولوجيا الإعلام الإتصال؟
- هل وضعت الجزائر قوانين وتشريعات تعمل على تنظيم وتطوير التجارة الإلكترونية؟
- ماهي طرق الدفع المستعملة لتسوية معاملات التجارة الإلكترونية في الجزائر؟

### فرضيات البحث:

- تسعى الجزائر إلى مواكبة مختلف التطورات التكنولوجية من خلال تطوير البنية التحتية للإتصالات اللاّزمة لتبني التجارة الإلكترونية.
- تبنت الجزائر العديد من التشريعات والقوانين لتنظيم التجارة الإلكترونية.
- قامت الجزائر بتطوير وسائل الدفع الإلكترونية لتسهيل المعاملات في التجارة الإلكترونية.

### مبررات إختيار موضوع البحث:

أهم الأسباب التي دفعتني إلى إختيار هذا الموضوع:

- الرغبة في معرفة المكانة التي توليها الجزائر للتجارة الإلكترونية وأهم السبل والمشاريع لتطويرها.
- زيادة توجه المستهلكين والمؤسسات الجزائرية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصالات، مما دفع بالباحث إلى محاولة معرفة مدى إدراك الجزائريين للاستخدامات التجارية لهذه التكنولوجيا، ومدى تطبيقهم وتعاملهم مع التجارة الإلكترونية.
- استمرار اعتماد التجارة في الجزائر على الأساليب التقليدية بدلا من الإلكترونية، رغم أن التعامل بالتجارة الإلكترونية قطع شوطا كبيرا في العديد من دول العالم.

### أهمية البحث:

يستمد البحث أهميته من أهمية الموضوع الذي تطرقت إليه، فهي تعالج التجارة الإلكترونية التي تعد إحدى سمات الإقتصاد القائم على المعرفة، باعتبار التجارة الإلكترونية من المواضيع الهامة التي فتحت أبوابها أمام الأفراد والمنشآت الصغيرة والمتوسطة ك مجال جيد للإستثمار ناهيك عن تزايد سرعة المعاملات المالية عبر الأنترنت سواء بين الأفراد أو المنظمات، لذلك فإن مواكبة المستجدات الإقتصادية الحديثة والإندماج في الإقتصاد العالمي والإنتفا ح أمام الأسواق العالمية هو تحدي كبير يتطلب تطوير الطاقات الإنتاجية والإمام الكافي بتقنيات التجارة الإلكترونية

التي أصبحت تفرض وجودها كل يوم أكثر من الآخر، وكذلك تتمثل أهمية البحث في كونها مرجعا للمهتمين بالأمر وتوضح لهم الإجراءات المناسبة الواجب اتخاذها للخروج من التهميش، وتسريع عملية التحول إلى الإقتصاد الرقمي من خلال تطبيق التجارة الإلكترونية.

### أهداف البحث:

إن البحث في أي موضوع يهدف إلى تحقيق أغراض عديدة ونحن نقوم بهذا البحث من أجل تحقيق مجموعة من الأهداف:

- التعرف على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتبيان تأثيرها على المجال التجاري .
- إلقاء الضوء على واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر والعوائق التي أدت إلى عدم تطورها.
- عرض بعض السبل والاقتراحات للنهوض بالتجارة الإلكترونية في الجزائر .
- التعرف على وسائل الدفع الإلكترونية.

### حدود البحث:

تقتصر هذه الدراسة على الفترة الزمنية 1994-2016 لمعرفة واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وذلك من خلال التعرف على واقع البنية الأساسية لها ومدى الإعتماد عليها سواء من طرف الأفراد أو المؤسسات أما بالنسبة للإطار المكاني التركيز على واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر .

### منهج البحث:

لإتمام جوانب الموضوع اعتمدنا على المنهج الوصفي والمنهج التحليلي، فكان وصفيًا عند التطرق للمفاهيم النظرية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية وتقييم مكانها في العالم، وتحليلنا لنتائج الأبحاث والدراسات، وكذلك قمنا بالإستعانة بالمنهج الإحصائي لترجمة إحصائيات البحث وقياس بعض مؤشرات التجارة الإلكترونية وتكنولوجيا المعلومات والاتصال، ونظرا لطبيعة الموضوع تم الإعتماد على مجموعة من الأدوات تكمن في البحث المكتبي المتمثل في مختلف الكتب والمذكرات ذات علاقة بالموضوع وكذا مواقع الأنترنت من أجل إعطائه صيغة تتماشى مع المستجدات الراهنة.

### صعوبات البحث:

- قلة توفر الإحصائيات الدقيقة حول حجم التجارة الإلكترونية
- نقص الإحصائيات والمعطيات حول موضوع الدراسة بالنسبة للجزائر .
- قلة المصادر والمراجع فيما يخص موضوع التجارة الإلكترونية
- قلة مصادر الإحصائيات الجديدة

### تقسيم البحث:

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

**الفصل الأول:** كان تحت عنوان عموميات التجارة الإلكترونية من خلال تقسيمه إلى مبحثين ففي المبحث الأول تعرضنا للمفاهيم الرئيسية حول التجارة الإلكترونية والتي تنطوي حول مفهوم التجارة الإلكترونية، أشكالها خصائصها، ومصادرها، وأيضاً وسائل الدفع الإلكترونية وطرق التعامل بها، أما المبحث الثاني تعرضنا إلى ثلاث دراسات سابقة.

**الفصل الثاني:** كان تحت عنوان واقع و آفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر من خلال تقسيمه إلى مبحثين ففي المبحث الأول تعرضنا واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر الذي ينطوي حول مؤشرات تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجزائر، التشريعات والقوانين المنظمة للتجارة الإلكترونية في الجزائر، تطور التجارة الإلكترونية في الجزائر، أما في المبحث الثاني تعرضنا لتطوير وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر الذي ينطوي حول مشروع تطوير وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر، واقع استخدام وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر، وفي الأخير آفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر.

# الفصل الأول

## عموميات التجارة الإلكترونية

## تمهيد

يعتبر التطور التكنولوجي من أهم الأسباب التي أدت إلى تغيرات في السلوك الإجتماعي وصور النشاط الإق وأصبحت وسائل الإتصال قادرة على نقل المعلومات والخدمات والأموال والسلع في كل وقت ومكان كما ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في خلق أدوات ووسائل من أهمها شبكة الأنترنت التي تعد من أحدث التقنيات وإزاء ما تقدم سنتعرف في هذا الفصل على عموميات التجارة الإلكترونية.

ونظرا للأهمية البالغة لوسائل الدفع الإلكترونية ونظرا لظهور البنوك الإلكترونية كمفهوم جديد في ظل التعاملات المصرفية الإلكترونية، وإزاء ما تقدم سنتعرف في هذا الفصل على عموميات التجارة الإلكترونية حيث قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين كالتالي:

المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية

المبحث الثاني: دراسات سابقة



### المبحث الأول: مفاهيم رئيسية حول التجارة الإلكترونية

نظرا للتطور السريع الذي طرأ على مفهوم التجارة الإلكترونية، ظهرت العديد من التعريفات كل تعريف ينظر للتجارة الإلكترونية من منظور معين وفي الآتي نستعرض أهم التعاريف.

#### المطلب الأول: ماهية التجارة الإلكترونية

شاع مفهوم التجارة الإلكترونية وأصبح واحدا من التعبيرات الحديثة والتي أخذت بالدخول في حياتنا اليومية

#### أولاً: مفهوم التجارة الإلكترونية

قبل أن نتطرق لتعريف التجارة الإلكترونية يجب أن ننظر إليها من خلال تقسيم هذا التعبير إلى مقطعين هما: التجارة تعني في مفهومها التقليدي ممارسة البيع والشراء، وتشير كلمة تجارة إلى أن هناك تبادلاً للسلع والخدمات باستخدام وسيط ما، حتى وصلنا إلى النقود التي نعرفها الآن، وهذا ما أصبح يعرف بالتجارة التقليدية، ويتم فيها استخدام العقود والفواتير الورقية، حيث أصبح يتم باستخدام التلفون إلى استخدام الأنترنت والهاتف المحمول.

#### 1- تعاريف التجارة الإلكترونية :

تعددت تعاريف التجارة الإلكترونية بسبب تعدد الجهات والمنظمات الدولية المعرفة لها منها:

- **تعريف Amaud four:** أنها جميع العمليات التجارية التي تتضمن وسيطاً إلكترونياً هو الأنترنت<sup>1</sup>
- **التعاريف القانونية:** وردت تعاريف عديدة للتجارة الإلكترونية في المواثيق الدولية حيث أصدرت التشريعات الدولية تعريف للتجارة الإلكترونية في قانون اليونيسترال النموذجي الذي يستخدم لفظ تبادل البيانات الإلكتروني بدلاً من التجارة الإلكترونية.
- حيث رأت لجنة اليونيسترال أن التعريف الموضوعي للتجارة الإلكترونية هو استعمال كل المعلومات الإلكترونية في التجارة ويشمل نقل معطيات تجارية من حاسب آلي إلى آخر وفقاً لنظام عرض موحد<sup>2</sup>
- تعريف منظمة التجارة العالمية: مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج المنتجات وتوزيعها وتسويقها بوسائل إلكترونية.
- يرى البعض أن القانون الفرنسي توسع في مفهوم التجارة الإلكترونية حيث أعطى مفهوماً واسعاً لأطراف التجارة الإلكترونية ومحلها حيث يشمل جميع الأنشطة الثقافية والصناعية والتجارية بين المشروعات التجارية، كما توسع القانون في نطاق تطبيقه على من يمارس التجارة الإلكترونية، حيث كل شخص يمارس التجارة الإلكترونية سواء كان شخصاً عادياً أو تاجراً.

<sup>1</sup> -محمد إبراهيم أبو الهيجاء، عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة، عمان 2011، الطبعة الأولى، الطبعة الثانية، ص 39

<sup>2</sup> -هاله جمال الدين محمد محمود، أحكام الإثبات في عقود التجارة الإلكترونية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، القاهرة 2012، غير منشورة، ص 39-40.

- **التعاريف الفقهية:** هي عمليات البيع والشراء من خلال وسائل الإتصال الحديثة وهي عملية تتم بين طرفين البائع والمشتري بإستخدام الكمبيوتر عبر الانترنت.<sup>1</sup>
  - **منظمة التعاون الإقتصادي والتنمية:** فإن مصطلح التجارة الإلكترونية يدل بصفة عامة على جميع أشكال التعاملات ذات الصلة بالنشاطات التجارية التي تجمع الأفراد والمنشآت، معتمدة على المعالجة والنقل الإلكتروني للمعطيات خاصة النصوص، الأصوات، الصور ويدل كذلك على الآثار التي يمكن أن يحدثها التبادل الإلكتروني للمعلومات التجارية في المنشآت والإجراءات التي تسهل وتحيط بالنشاطات التجارية كتسيير المنشآت، المفاوضات التجارية والعقود، الأطر القانونية والتنظيمية تسويات فيما يخص التسديدات والجباية.<sup>2</sup>
- و منه نستنتج أن التجارة الإلكترونية هي تنمية كل ما يتصل بعمليات شراء بيع البضائع والخدمات والمعلومات عبر شبكة الانترنت والشبكات العالمية الأخرى ويشمل ذلك الإعلانات عن السلع والبضائع والخدمات والمعلومات عنهم، كما يشير تعريف التجارة الإلكترونية إلى أنها تسويق المنتجات عبر شبكة الانترنت الدولية وتفرغ البرامج الإلكترونية دون الذهاب إلى المتجر أو الشركة.

<sup>1</sup>- نفس المرجع السابق، ص ص 40-43

<sup>2</sup>-بن وارث حكيمة، دور و أهمية التجارة الإلكترونية في إقتصاد المعرفة-مع الإشارة للعالم العربي، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير للعلوم الإقتصادية، تخصص مناخمنت المؤسسة، المركز الجامعي العربي بن المهدي-أم البواقي، 2007/2008 منشورة، ص 39.

2- الفرق بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية:

إن طرق الإتصال في التجارة الإلكترونية تختلف عن التجارة التقليدية ففي الأولى وسيلة الإتصال الوحيدة هي الأنترنت التي تهتم بسرعة ومعالجة الطلبية في حين التجارة التقليدية تتعدد طرق الإتصال فيها مما يؤدي إلى صعوبة التنسيق وترتيب العمليات مما يؤدي إلى إطالة زمن معالجة الطلبية لذلك يمكن حصر هذه الفوارق من خلال المقارنة التي يوضحها الجدول التالي:

الجدول رقم(1): الطرق التقليدية والحديثة لشراء منتج

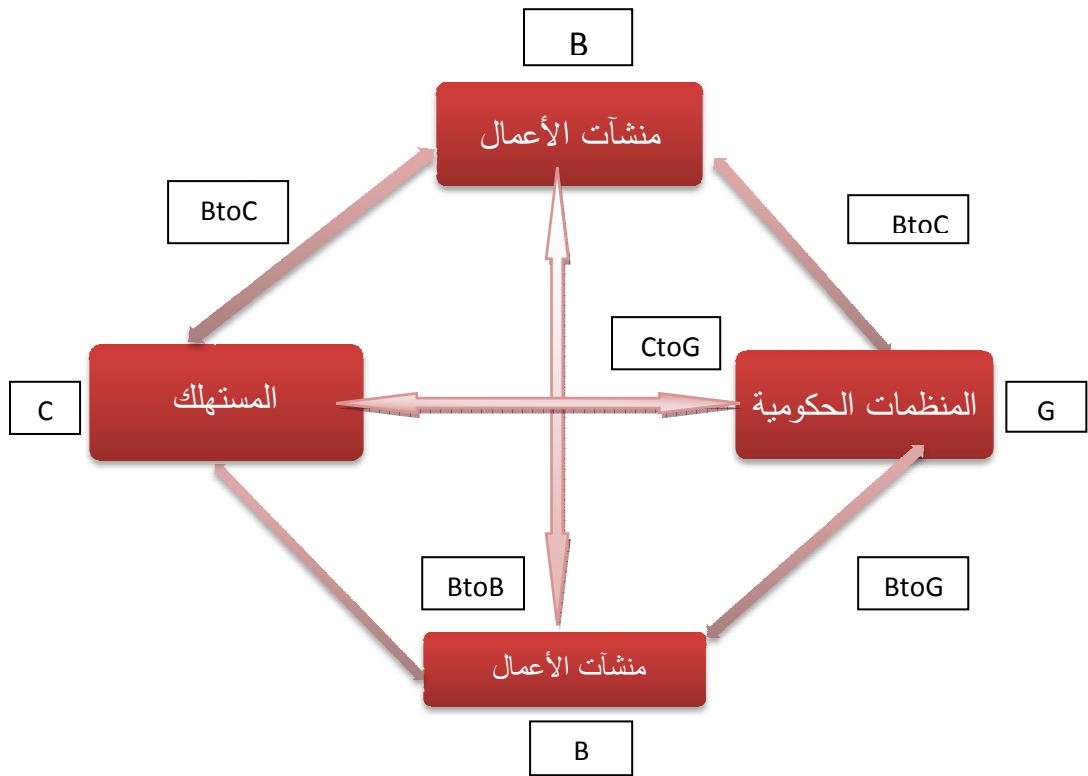
خطوات حلقة البيع	التجارة التقليدية	التجارة الإلكترونية
البحث عن المعلومات حول المنتج	المحلات، كتالوجات، ممثلين	صفحة الويب
طلب السلعة	رسالة بريدية، إستمارة	بريد إلكتروني
الرد على الطلب	رسالة بريدية، إستمارة قوائم	بريد إلكتروني
مراقبة السعر	كتالوج	كتالوج على الخط
مراقبة الوفرة	هاتف، فاكس	-
تقديم الطلبية(تحرير)	إستمارة مطبوعة	صفحة الويب، بريد إلكتروني
بعث/إستقبال الطلبية	فاكس برقية(مراسلة)	البريد الإلكتروني
إعطاء الأولوية لطلبية معينة	-	قاعدة بيانات على الخط
مراقبة الوفرة في مكان التخزين	إستمارة مطبوعة، هاتف فاكس	قاعدة بيانات على الخط/صفحة الويب
تحرير الفاتورة	إستمارة مطبوعة	قاعدة بيانات على الخط
إستقبال السلعة	موزع	-
تأكيد وصول السلعة	إستمارة مطبوعة	بريد إلكتروني
إرسال وإستقبال فاتورة	برقية(مراسلة)	بريد إلكتروني EDI
إستحقاق الدفع	إستمارة مطبوعة	EDI قاعدة البيانات

المصدر: صراع كريمة، واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في العلوم التجارية، جامعة وهران، تخصص إستراتيجية، 2014/2013، ص 9

ثانياً: أشكال التجارة الإلكترونية

لقد صاحب ظهور التجارة الإلكترونية ثورة كبيرة، تمثلت في تطور وسائل الإتصالات وتكنولوجيا المعلومات وزيادة إستخدامها، ليس فقط بالنسبة للمشروعات، و لكن أيضا على مستوى المستخدمين والمستهلكين في مجالي السلع والخدمات، حيث أن التجارة الإلكترونية هي مفهوم متعدد الأبعاد يمكن تطبيقه من خلال أكثر من شكل، وذلك كما هو موضح في الشكل التالي:<sup>1</sup>

الشكل رقم(1): أشكال التجارة الإلكترونية



المصدر:سمية ديمش، التجارة الإلكترونية حقيقتها وواقعها، رسالة ماجستير في العلوم الإقتصادية، تخصص تحليل وإستشراف إقتصادي، جامعة منثوري، قسنطينة، 2010/2011، ص ص 45-48

1- التجارة الإلكترونية بين منظمات الأعمال وإدارة حكومية "BtoG":Business to Government

تغطي كافة التعاملات بين الشركات والمنظمات الحكومية، حيث تقوم الحكومة بعرض الإجراءات واللوائح والرسم ونماذج المعاملات على الأنترنت بحيث تستطيع الشركات أن تطلع عليها بطريقة إلكترونية، وأن تقوم بإجراء

<sup>1</sup>سمية ديمش، التجارة الإلكترونية حقيقتها و واقعها، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية، تخصص تحليل و إستشراف إقتصادي، جامعة منثوري-قسنطينة، 2010/2011، منشورة، ص ص 45-48

المعاملة إلكترونيا دون الحاجة للتعامل مع مكتب حكومي، ويبقى هذا النوع من التجارة حديث العهد إلا أنه ينال إهتماما متزايدا من قبل مختلف الحكومات التي تحرص الكثير منها على إستخدام الوسائل الإلكترونية في مختلف تعاملاتها في إطار الحكومة الإلكترونية.

## 2- التجارة الإلكترونية بين المستهلك وإدارة حكومية "CtoG":

يقصد بها كافة المعاملات التي تجمع بين المستهلك والحكومة، حيث أن الحكومة تسعى إلى تطوير ما تقدمه من خدمات للجماهير، سواء من حيث الحصول على المعلومات والبيانات والتراخيص لممارسة المهن وصرف الرواتب والمعاشات، سداد الضرائب والفواتير إلكترونيا وأيضا خدمات المطارات.

## 3- التجارة الإلكترونية بين المنظمات "BtoB":

جميع الجهات المشاركة في هذا النوع من التجارة الإلكترونية هي منظمات الأعمال ويقصد بها المعاملات التجارية الإلكترونية التي تتم بين منظمات الأعمال البائعة ومنظمات الأعمال المشتركة عبر شبكة الأنترنت حيث هذا النوع من التجارة تتم فيه المعاملات من بيع وشراء وتبادل المعلومات في مساحة سوقية إلكترونية بين منظمات الأعمال ويشكل هذا النوع من المعاملات التجارية بين قطاعات الأعمال أغلب معاملات التجارة الإلكترونية حيث تستحوذ على ما يقارب 80% من إجمالي حجم التجارة الإلكترونية في العالم.<sup>1</sup>

## 4- التجارة الإلكترونية بين المنظمات والمستهلك "BtoC":

تشمل عمليات مبيعات التجزئة الإلكترونية للمنتجات والخدمات من منظمات الأعمال إلى المستهلكين، حيث يتم فيها التعامل بين المنظمات التجارية والمستهلك من بيع وشراء، ويتم التعامل بين الشركة والأفراد سواء على مستوى السوق المحلي أو الدولي، حيث يقوم المستهلك بطلب الخدمة مباشرة إذا كانت منتجا رقميا أو عن طريق البريد التقليدي إذا كان غير قابل للتسليم إلكترونيا.

## 5- التجارة الإلكترونية بين المستهلكين "CtoC":

يستند هذا المجال من التجارة الإلكترونية على التعامل التجاري الإلكتروني بين الأفراد المستهلكين أنفسهم، من خلال وضع إعلانات على المواقع الشخصية في الأنترنت بهدف بيع الأغراض الشخصية أو بيع الخبرات للآخرين وأفضل مثال المزادات الإلكترونية الافتراضية التي تتم فيها التعاملات الإلكترونية بين الأفراد.

<sup>1</sup>-محمد نور برهان، عز الدين خطاب، التجارة الإلكترونية، الشركة العربية المتحدة للتسويق و التوريدات، القدس2009، ص ص

المطلب الثاني: خصائص التجارة الإلكترونية و مصادرها

أولاً: خصائص التجارة الإلكترونية

إن التجارة الإلكترونية تختص بمجموعة من الخصائص ويمكن إبرازها فيما يلي:<sup>1</sup>

### 1- عدم وجود علاقة مباشرة بين طرفي العقد:

السمة الرئيسية التي تهيمن على هذه التجارة الإلكترونية اعتمادها على تقنية متطورة لتذليل أية عقبات مادية أو قانونية في المعاملات الدولية والمحلية.

ففي عقود التجارة الإلكترونية لا يكون هناك مجلس للعقد بالمعنى التقليدي فمجلس العقد الإلكتروني عقد افتراضي فقد يكون البائع في مكان والمشتري في مكان آخر، وقد يختلف التوقيت الزمني أيضا بين مكاني البائع والمشتري اعتمادا على علاقة تقنية حديثة ومتطورة يتم من خلالها التلاقي بين طرفي المعاملات التجارية من خلال شبكة الإتصال.

حيث شهدت التجارة الإلكترونية الإستخدام المكثف لوسائل الإتصال الحديثة مثلا: الفاكس إلا أن ما يميز هذا الأسلوب هو وجود طرفي التفاعل في الوقت نفسه على الشبكة وهذا ما دفع إلى القول أن التجارة الإلكترونية لها تأثير سلبي على العلاقات الإجتماعية بين الأفراد نظرا لغياب العلاقات المباشرة بين الأطراف المتعاقدة، فيكون هناك الوسيط الإلكتروني وهو جهاز الكمبيوتر بين طرفي التعاقد والمتصل بشبكة الإتصالات الدولية التي تقوم بنقل التعبير عن الإدارة إلكترونيا لكل من الطرفين المتعاقدين في ذات اللحظة رغم انفصالهما.

ونتيجة لعدم وجود علاقة مباشرة بين الأطراف المتعاقدة هو عدم إمكانية تحديد هوية المتعاقدين، وذلك نتيجة للإنفصال المكاني بين أطراف المعاملات التجارية الإلكترونية وعدم معرفة كافة المعلومات عن بعضهم البعض.

### 2- عدم الاعتماد على الوثائق الورقية:

من أهم الخصائص التي تميز التجارة الإلكترونية هي أن كافة المعاملات والعمليات بين طرفي المعاملة تتم إلكترونيا دون إستخدام أي ورق في إجراء وتنفيذ المعاملات وبالتالي تصبح الرسالة الإلكترونية هي السند القانوني الوحيد المتاح لكلا الطرفين في حالة نشوء أي نزاع بينهما.

### 3- إتساع مجال العلاقات التجارية في التجارة الإلكترونية:

إن التجارة الإلكترونية تتضمن التفاعل الجماعي بين عدة أطراف بحيث يستطيع أحد أطراف المعاملة من إرسال رسالة إلكترونية إلى عدد من المستقبلين في نفس الوقت دون الحاجة لإعادة إرسالها كل مرة. ونتيجة للتفاعل الجماعي واتساع مجال التجارة الإلكترونية يؤدي إلى سرعة إنجاز الصفقات التجارية حيث تساهم التجارة الإلكترونية في إتمام العمليات التجارية بين الأطراف بسرعة إبتداء من مرحلة التفاوض وإبرام العقود حتى الدفع الإلكتروني والانتهاؤ بتسليم المنتجات ماديا.

<sup>1</sup>-فادي محمد عماد الدين توكل، عقد التجارة الإلكترونية، منشورات الحلبي الحقوقية، ب م ن، ب س ن، الطبعة الأولى، ص ص

ثانيا: مصادر التجارة الإلكترونية:

تعمل التجارة الإلكترونية على أداء العمليات التجارية بين مؤسسات الأعمال بعضها مع بعض، وبين مؤسسات الأعمال وعملاءها، وبين مؤسسات الأعمال والحكومة وذلك من خلال إستخدام تكنولوجيا المعلومات وشبكة الإتصالات من أجل إنجاز تلك العمليات التجارية.<sup>1</sup>

يرى بعض الفقهاء أن مصادر قانون التجارة الإلكترونية داخلة في قانون التجارة الدولية، بينما يرى آخرون أنه في مجال قانون التجارة الإلكترونية يحبذا إستخدام المصطلحات القانونية الموحدة والقواعد القانونية العامة وقواعد النظام العام الدولية.<sup>2</sup>

كما قامت بعض المنظمات الدولية الأخرى المعنية بالتجارة الإلكترونية بالتدخل كل منها في اختصاصها مثل: غرفة التجارة الدولية والتي اتفق أعضاؤها على تطوير البنية التحتية للتجارة الإلكترونية والإستثمار في هذا القطاع وذلك في مؤتمر المنظمة المنعقد في كوالالامبور والإتحاد الأوروبي بإصدار التوجيه الأوروبي الصادر في ماي 1999 بشأن حماية المستهلك في العقود عن بعد.

و مما تقدم يتبين لنا أن أهم مصادر قانون التجارة الإلكترونية، والذي كان بمثابة حجر الأساس لغالبية التشريعات المحلية هي المصادر الدولية، والتوجيه الأوروبي بالنسبة لدول الإتحاد الأوروبي وتقسم المصادر كالاتي:

**1- المصادر الدولية لقوانين التجارة الإلكترونية:**

أ- القانون النموذجي المعتمد على اليونيسترال في 12 ديسمبر 1992 بشأن التجارة الإلكترونية، والقانون

النموذجي بشأن التوقعات الإلكترونية الصادر في 13 ديسمبر 1999

ب- عادات التجارة الدولية: تشمل مايلي:

• عادات موثقة: مثل ما أصدرته غرفة التجارة الدولية، وهي منظمة عالمية متخصصة تعمل على إيجاد قوانين موحدة للأنشطة التجارية الدولية.

• عادات ضمنية: لا تسري إلا بين المهنيين وبعضهم ويتم تطبيقها بواسطة المحكمين.

ت- معاهدة فيينا للبيع الدولي للبضائع الصادرة في 11 أبريل 1980

**2- المصادر الإقليمية لقوانين التجارة الإلكترونية:**

أ- التوجيه الأوروبي بشأن الجوانب القانونية لخدمات التجارة الإلكترونية في السوق الداخلية

ب- التوجيه الأوروبي بشأن حماية المستهلك في العقود عن بعد

ت- التوجيه الأوروبي بشأن الإطار الأوروبي الموحد للتوقعات الإلكترونية.

<sup>1</sup>-kenanaonline .Com>an medkord>poste 13:00، 12/1/2019

<sup>2</sup>-هاله جمال الدين محمد محمود، مرجع سبق ذكره، ص ص 46-49

المطلب الثالث: وسائل الدفع الإلكتروني وطرق التعامل بها-المزايا والعيوب

تصنف وسائل الدفع الإلكترونية حسب نظم الدفع المعتمدة في التجارة الإلكترونية كالتالي:

أولاً: تعريف وسائل الدفع الإلكترونية وطرق التعامل بها

إن أنظمة الدفع الإلكترونية ظهرت كنتيجة للتطور التكنولوجي، وكحل للمشاكل التي أفرزتها وسائل الدفع التقليدية وبالفعل تمكنت هذه الأنظمة الحديثة في الانتشار بسرعة فقد حققت مزايا لم تتمكن الأنظمة التقليدية تحقيقها.

### 1- تعريف وسائل الدفع الإلكترونية:

يقصد بالدفع الإلكتروني<sup>1</sup> : "على أنه عملية تحويل الأموال وهي في الأساس ثمن لسلعة أو خدمة بطريقة رقمية باستخدام أجهزة الكمبيوتر، وإرسال البيانات عبر خط تلفوني أو شبكة ما أو طريقة لإرسال البيانات وكذلك يقصد بالدفع الإلكتروني<sup>2</sup> : "على أنه مجموعة الأدوات والتحويلات الإلكترونية التي تصدره المصارف والمؤسسات كوسيلة دفع.

- يقصد بها أيضا أن كل عملياتها تسير إلكترونيا، ولا توجد الحوالات ولا القطع النقدية وتعرف على أنها "عملية يتم من خلالها إستبدال القيمة المالية بالبضاعة، أو بالخدمات أو بالمعلومات، فهي تستخدم كوسيط لتسهيل عملية التبادل.
- و يعرف الدفع الإلكتروني أيضا على انه عملية تحويل الأموال في الأساس ثمن لسلعة أو لخدمة بطريقة رقمية أي باستخدام أجهزة الكمبيوتر، وإرسال البيانات عبر خط تلفوني أو شبكة ما أو أي طريقة لإرسال البيانات.<sup>3</sup>

### 2- طرق التعامل بها:

نظم الدفع المعتمدة في التجارة الإلكترونية تتضمن الوسائل التالية:<sup>4</sup>

#### أ- التسديد نقدا عند الإستلام:

تعتبر من بين الأساليب التي أعمدت في بداية ظهور التجارة الإلكترونية وقد سميت بالمرحلة البدائية للتجارة الإلكترونية، حيث أن الموقع التجاري يظهر كل المعلومات الخاصة بالسلع المعروضة للبيع حيث يجب على الزبون إختيار السلع المراد اقتناءها مباشرة عن طريق الأنترنت، أما تسديد قيمة السلع المشتراة فكان يتم نقدا عند الإستلام.

<sup>1</sup>- صراع كريمة، مرجع سبق ذكره، ص 58

<sup>2</sup>- رشيد علام، مرجع سبق ذكره، ص 106

<sup>3</sup>- السعيد بريكة، فوزي شوق، تحديات وسائل الدفع الإلكتروني، مجلة البحوث الإقتصادية و المالية، جامعة أم البواقي-الجزائر، العدد الثاني/ ديسمبر 2014، منشورة، ص 17

<sup>4</sup>-خولة فرحات، أثر التجارة الإلكترونية على تحسين نوعية الخدمة المصرفية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص إدارة أعمال 2007/2008، منشورة، ص ص 69-74



**ب- البطاقة البنكية:**

هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية ويستطيع حاملها إستخدامها في شراء معظم احتياجاته وأداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات الانترنت دون الحاجة لحمل مبالغ كبيرة من الأموال والتي تتعرض لمخاطر السرقة

**ت- البطاقات الذكية:**

هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية تضم شريحة إلكترونية ذات سعة تخزينية كبيرة للبيانات، كما تعد هذه البطاقة من النوع الذي يختار العميل طريقة التعامل بها سواء كان التعامل عن طريق الدفع أو الإئتمان، حيث تضاعفت إهتمامات المصارف والشركات، الخدمات المالية لإستعمال هذا النوع من البطاقات.

**ث- الشيكات الإلكترونية:**

تعتبر شكلا جديدا للدفع الإلكتروني فهي تمثل المكافئ الإلكتروني للشيكات الورقية التقليدية، غير أنها رسالة إلكترونية موثقة ومؤمن عليها، يرسلها حامل الشيك ليعتمده لدى البنك الذي يعمل عبر الانترنت، ليقوم البنك بعد ذلك بتحويل قيمته إلى حساب حامل الشيك ثم يقوم بعد ذلك بإلغائه أو إعادته إلكترونيا إلى مستلم الشيك ليكون دليلا على أنه قد تم صرفه فعلا.

**ج- النقود الإلكترونية:**

النقود الإلكترونية يمكن أن تتجسد في صورتين هما: حامل النقد الإلكتروني والذي ينطوي على قيمة تمثل خط لصاحبه على مصدر هذا النقد يسمح بإجراء الدفع من احتياطي نقدي مجسد في بطاقة أما الصورة الثانية لها فهي النقد الافتراضي الذي يمثل صورة جديدة ومتطورة للنقود.

**ثانيا: مزايا وسائل الدفع الإلكترونية**

تحقق وسائل الدفع الإلكترونية العديد من المزايا من خلال الجهات التالية:<sup>1</sup>

**1- حامل البطاقة:**

- سهولة ويسر الإستخدام
- الأمان وتقادي السرقة والضياع
- توفير فرصة الحصول على الإئتمان المجاني لفترة محددة
- إتمام الصفقات فوريا بمجرد ذكر رقم البطاقة.

**2- التاجر:**

- تعد أقوى ضمان لحقوق البائع
- تسهم في زيادة المبيعات
- نقل عبء متابعة ديون الزبائن إلى عاتق البنك والشركات المصدرة

<sup>1</sup>-محمد عبد حسين الطائي، التجارة الإلكترونية، دار الثقافة، عمان 2010، الطبعة الأولى، ص 185

3- مصدر البطاقة:

- تعزيز الأرباح من خلال الفوائد والرسوم والغرامات.

ثالثاً: عيوب وسائل الدفع الإلكترونية:

تحقق وسائل الدفع الإلكترونية عيوب من خلال الجهات التالية:

1- حامل البطاقة:

- زيادة الإقتراض والإنفاق بما يتجاوز القدرة المالية
- عدم سداد حامل البطاقة قيمتها في الوقت المحدد يترتب عنه وضع إسمه في القائمة السوداء

2- التاجر:

قد تؤدي مخالفته أو عدم التزامه بالشروط إلى إلغاء البنك التعامل معه ووضع إسمه في القائمة السوداء وما يترتب على ذلك من صعوبات في ممارسة نشاطه التجاري.

3- مصدر البطاقة:

- خطر تعثر سداد حاملي البطاقات للديون المستحقة عليهم.
- تحمل البنك المصدر نفقات ضياعها.

المبحث الثاني: الدراسات السابقة

تتمثل في:

المطلب الأول: دراسة عربية (1)

مذكرة لنيل شهادة الماجستير من إعداد الباحث ليث محمود أحمد الحاج بعنوان نظام الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر (SMS) ودوره في تحقيق ولاء العملاء في البنوك التجارية الأردنية حيث انطلقت الدراسة من التساؤل الرئيسي التالي: البحث عن العوامل المؤثرة المتمثلة في (الثقة، القيمة المدركة، الرضا، جودة الخدمة) في استخدام خدمات الرسائل القصيرة SMS في البنوك التجارية الأردنية، وأثرها في تحقيق ولاء عملاءها عند إجراء معاملاتهم البنكية؟

حيث تسعى الدراسة لإختبار صحة الفرضيات التالية:

أنه لا توجد علاقة تأثيرية ذات دلالة إحصائية بين مجموع أبعاد نظام الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر SMS ودوره في تحقيق ولاء العملاء في البنوك التجارية الأردنية.

لا تختلف تقييمات العملاء لأبعاد نظام الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر SMS باختلاف المتغيرات الديمغرافية (الجنس والعمر ومتوسط الدخل والمؤهل العلمي وعدد سنوات التعامل مع البنك).

حيث استخدم الباحث المنهج الوصفي والمنهج التحليلي لجمع البيانات عن متغيرات الدراسة وتحليلها إحصائياً والكشف عن العلاقة بين هذه المتغيرات.

كما توصلت الدراسة إلى النتائج التالية التي تتمحور فيما يلي:

عامل الثقة له أثر واضح في زيادة درجة ولاء عملاء البنوك التجارية الأردنية أيضاً عامل الرضا له أثر فعال في زيادة درجة ولاء عملاء البنوك التجارية الأردنية أيضاً عامل القيمة المدركة لها أثر فعال في زيادة درجة ولاء عملاء البنوك التجارية الأردنية.

كما بين التحليل أيضاً أنه لا تختلف تقييمات العملاء لحالة الولاء لاختلاف (الجنس، العمر، متوسط الدخل، المؤهل العلمي، عدد سنوات التعامل، مع البنك).

كما أظهرت نتائج هذه الدراسة أيضاً أن عامل جودة الخدمة كان له أثر واضح وفعال في زيادة درجة ولاء عملاء البنوك التجارية الأردنية.

## المطلب الثاني:دراسة عربية(2)

مذكرة لنيل شهادة الماجستير من إعداد الباحثة سمية ديمش، بعنوان التجارة الإلكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر، حيث تتضمن الدراسة إشكالية هي ما مدى اعتماد الجزائر للتجارة الإلكترونية؟ حيث تسعى الدراسة لإختبار صحة الفرضيات التالية:

تشكل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات البنية الأساسية والقاعدة التكنولوجية لتعاملات التجارة الإلكترونية التجارية. الإلكترونية هي ظاهرة حديثة يصعب تحديد مجالها الجغرافي والسياسي، وهي تعنى بعملية تبادل المنتجات والخدمات من خلال شبكة إتصالات من ضمنها الأنترنت.

حيث استخدمت الباحثة المنهج الوصفي والمنهج التحليلي، فيكون وصفا عند التعرض إلى المفاهيم النظرية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، وتحليليا لنتائج الدراسات والأبحاث التي تعرضت لهذا الموضوع.

و من خلال هذه الدراسة تمكنا من الوصول للنتائج التالية:

أحدثت التطورات التكنولوجية طفرة إتصالات ومعلومات في كل المجالات، فقد حولت الإقتصاد من الشكل التقليدي إلى الشكل الرقمي.

أيضا التجارة الإلكترونية عبارة عن منهج حديث للأعمال يعتمد على تكنولوجيا الإعلام والإتصال خاصة الأنترنت لإنجاز كافة العمليات المتصلة بعقد الصفقات بين أطراف متعددة.

## المطلب الثالث: دراسة عربية (3)

مذكرة لنيل شهادة الماجستير من إعداد الباحث رشيد علام، بعنوان عوائق تطور التجارة الإلكترونية في الوطن العربي حيث تتضمن هذه الدراسة إشكالية هي: ماهي عوائق تطور التجارة في الوطن العربي وخصوصا الجزائر؟ كما تسعى الدراسة لإختبار صحة الفرضيات التالية:

تهتم كل من الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، بإعتماد التجارة الإلكترونية وتطويرها، وذلك لما لها من مساهمة فاعلة في تطوير الإقتصاد وتحقيق التنمية

يسمح إعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر في ظل إتجاه الإقتصاد الجزائري إلى الإندماج أكثر في الإقتصاد العالمي بتلبية احتياجات النمو الإقتصادي الإجتماعي وتوفير مناخ إستثماري ملائم لسير الإقتصاد العالمي.

حيث استخدم الباحث المنهج الوصفي في الجوانب النظرية المتعلقة بماهية التجارة الإلكترونية، كما استخدمت المنهج التاريخي في سرد نشأة التجارة الإلكترونية في العالم الغربي والتركيز على الجزائر واستخدامات الأنترنت، أيضا المنهج التحليلي في الجانب التطبيقي المتعلق بمختلف المؤسسات والدول التي تعتمد التجارة الإلكترونية مدعين ذلك بالإحصائيات المتوفرة لدينا.

و من خلال الدراسة يمكننا التوصل إلى نتائج تتمحور كالاتي:

تتامي الإهتمام بتطبيقات التجارة الإلكترونية وإتساع مجالات إستخدامها لتشمل كافة مستويات التعاملات الإقتصادية بين مختلف الوحدات والقطاعات الإقتصادية.

أيضا تبني نسبة المحتوى التكنولوجي في صادرات الدول العربية والإسلامية الذي يعد مؤشرا مهما في المقدرة التكنولوجية لاقتصادياتها.

## خلاصة الفصل

كانت التجارة الإلكترونية تعتمد على وسائل جد تقليدية في التعاملات إلا أن التطورات والتحولات السريعة أحدثت الكثير من التغييرات في النشاط التجاري، كما أنها عبارة عن تنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات عبر شبكة الانترنت والشبكات التجارية العالمية الأخرى، كما أن لها أهمية بالغة كالاقتصاد في الوقت والتكلفة كما تعد وسيلة متميزة للوصول إلى الأسواق العالمية، كما يرتبط نموها وازدهارها بتوفر بيئة محفزة لها سواء كانت بيئة تشريعية أو قانونية أو تحتية ملائمة لمجال الإتصالات والتكنولوجيا والمعلومات، وكذا وسائل الدفع الإلكترونية التي تعتمد عليها وكيفية تأمين معاملاتها يمكننا التوصل إلى أن هناك تنامي في الإهتمام بها وبرزها كأهم التقنيات الحديثة للمبادلات التجارية.

## الفصل الثاني

# واقع وآفاق التجارة الإلكترونية

## في الجزائر

### تمهيد

إن التغيرات العالمية الجذرية والناجمة عن الثورة التكنولوجية كان لها آثار بالغة على كيفية ممارسة النشاطات التجارية وكان من أهم ثمار هذه التغيرات هو ميلاد التجارة الإلكترونية حديث المبادلات التجارية هذا أدى إلى تخطي كل الحدود وتوسع إنتشاره، كما تسعى الجزائر أيضا إلى تطوير جهازها البنكي بما يتماشى والتطورات الحاصلة في العالم، إلا أنها وعلى الرغم من الجهود المبذولة فهي تعاني من مشاكل في هذا المجال، كما تمثل وسائل الدفع الإلكتروني الصورة الإلكترونية لوسائل الدفع التقليدية وفي إطار ما تقدم سنتعرف في هذا الفصل على واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر حيث قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين كالتالي:

المبحث الأول: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر

المبحث الثاني: تطوير وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر



### المبحث الأول: واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر

إن أهمية تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الوجود الفعلي للتجارة الإلكترونية لم تعد اليوم محلا للجدل في أي منطقة من مناطق العالم، فالتجارب الدولية المعاصرة أثبتت أن السبيل الوحيد لتحقيق تقدم في مجال تطبيق التجارة الإلكترونية وإفنتكاف مكانتها في السياق العلمي والمعلوماتي الحالي هو توفير بنية تحتية متطورة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

### المطلب الأول: مؤشرات تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجزائر

إن الجزائر تمتلك موارد هامة تشجع على تطوير التكنولوجيات في السوق الجزائرية حيث تبرز الجهود التي تبذلها الدولة والتي تتمثل في مشاريع وتنظيمات تهدف إلى ترقية قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

### أولاً: تطور شبكة الإعلام والاتصال في الجزائر

إن سرعة التطورات التكنولوجية الحديثة واستخدام الأسلوب الرقمي والشبكات العالمية في كافة المجالات، لا يترك أي مجال للدولة الجزائرية للإسراع لتطوير قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

### 1- شبكة الاتصالات في الجزائر:

تبعاً للتطور المذهل الحاصل في تكنولوجيا الإعلام والاتصال باشرت الجزائر منذ 10 سنوات إصلاحات عميقة في قطاع البريد والمواصلات، وقد تجسدت هذه الإصلاحات في سن قانون جديد للقطاع حيث جاء لإنهاء إحتكار الدولة على نشاطات البريد والمواصلات، حيث تم إنشاء سلطة ضبط مستقلة إدارياً ومالياً ومتعاملين أحدهما يتكفل بالنشاطات البريدية والخدمات المالية البريدية والثانية بالاتصالات، وفي إطار فتح سوق الاتصالات للمنافسة تم في جوان 2001 بيع رخصة لإقامة شبكة للهاتف النقال، حيث تم بيع رخص تتعلق بشبكات (VSAT Very Small Aperture Terminal): هي عبارة عن محطات استقبال أرضية يتم تشغيلها بواسطة برامج كمبيوتر خاصة تستخدم في نقل البيانات والصوت بكفاءة عالية، كما يسمح بمد شبكات الانترنت إلى الجمهور) وشبكة الربط في المناطق الريفية كما شمل فتح سوق الرادارات الدولية في 2003 والربط المحلي في 2004، وبالتالي أصبحت سوق الاتصالات مفتوحة في 2005.

أما فيما يتعلق بتأهيل مستوى الشبكة الوطنية للاتصالات فقد إرتكزت على محورين هما:

- عصرنة الشبكة الوطنية للاتصالات التي تضم مليوني مشترك في الهاتف الثابت وذلك بإدخال مكثف للتكنولوجيات الجديدة وتشغيل خدمات جديدة مثلاً: الأنترانات، الحوسبة التامة للتسيير التقني والتجاري والمالي

• رفع طاقة الشبكة الوطنية للاتصالات وذلك بإنجاز برامج منها:

- وضع دعمات ذات طاقة عالية في متناول كل موفر لخدمات الأنترنت
- إنجاز شبكة ترانس وطنية ذات ألياف بصرية

- إضافة 500000 خط جديد في شبكة الهاتف النقال التابعة لإتصالات الجزائر<sup>1</sup> كما تضم تكنولوجيا الإعلام والإتصال سائر التكنولوجيات المتعلقة بمعالجة المعلومات وتراسلها، حيث يكمن الدور الأساسي لتكنولوجيات الإعلام والإتصال في توفير دعامة لتشبيد مجتمع المعلومات والإقتصاد الرقمي، وبالتالي تعد ترقية الوسائل التي تسمح بتبادل المعلومات عملية ذات أولوية في هذا المجتمع.<sup>2</sup>
- أ- الأنترنت في الجزائر:

حسب الإحصائيات بلغ عدد مستخدمي الأنترنت لسنة 2012 حوالي 5 مليون و230000 مستخدم بنسبة تغلغل بلغت 14% وذلك من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم(2): عدد مستخدمي الأنترنت في الجزائر ما بين(1994-2012)

السنة	عدد المستخدمين	معدل التغلغل%
1994	100	-
1995	500	-
1996	500	-
1997	3.000	-
1998	6.000	-
1999	60.000	-
2000	150.000	0.20
2001	200.000	0.65
2002	500.000	1.59
2003	700.000	2.20
2004	1.500.000	4.63
2005	1.920.000	5.80
2006	2.460.000	7.38
2007	3.500.000	9.45
2008	4.100.000	10.40
2009	4.700.000	12.0
2010	5.000.000	13.60
2011	7.000.000	13.40
2012	9.000.000	14.0

المصدر: صراع كريمة، واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة وهران، 2014/2013، ص 139

<sup>1</sup>-بوياح عالية، دور الأنترنت في مجال تسويق الخدمات-دراسة حالة قطاع الإتصالات، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير

تخصص تسويق، 2011/2010، منشورة، ص ص 130-131

<sup>2</sup>-آيت مبارك سامية، التجارة الإلكترونية بالجزائر في ظل تطور استخدام تكنولوجيا المعلومات و الإتصال، مجلة علوم الإقتصاد و التسيير و التجارة، العدد 33-2016، ص 33

من خلال الجدول الذي يوضح عدد مستخدمي الأنترنت في الجزائر يتضح أن عدد مستخدمي الأنترنت يمثل بيئة التجارة الإلكترونية الجزائرية التي تقوم عليها كل عمليات التجارة الإلكترونية، حيث تدل الإحصائيات أعلاه دليل على إقبال الجزائريين على استخدام شبكة الأنترنت هذا يثبت أن الجزائر قد قطعت أشواطاً في هذا المجال حيث كان عدد مستخدمي الأنترنت سنة 1994 حوالي 100 مستخدم، ثم تضاعف العدد سنة 1995 ليصبح 500 مستخدم، ثم يستمر تزايد عدد المستخدمين ببطء حتى سنة 1998، أما سنة 1999 كانت سنة إنطلاق الجزائر في استخدام الأنترنت حيث قفز عدد مستخدمي الأنترنت إلى 60.000 مستخدم، وترجع هذه الزيادة إلى دخول مزودي خدمات الأنترنت لسوق خدمات الأنترنت سواء كانوا خواص أو عموميين.

و خلال سنوات 2001 و 2002 و 2003 لاحظنا زيادة ملحوظة وذات وتيرة سريعة لعدد مستخدمي الأنترنت، وخلال سنة 2004 قفز عدد مستخدمي الأنترنت إلى 1.5 مليون مستخدم، واستمرت وتيرة هذا النمو إلى غاية سنة 2009 التي بلغت 4.7 مليون بمعدل 13.6% واستمرت وتيرة الزيادة في عدد مستخدمي الأنترنت إلى أن بلغ سنة 2011 إلى 7 مليون مستخدم، وبلغت سنة 2012، 9 مليون مستخدم بمعدل تغلغل 14%.

كما شهدت سوق الأنترنت زيادة كبيرة في خدماتها (مشاركي انترنت الجيل الرابع G4 ومشاركي انترنت الجيل الثالث G3 مقارنة بالسنوات السابقة كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (3) تطور مشاركي أنترنت الجيل الثالث G3 والرابع G4 في الجزائر

التطور	2015	2014	نوعية التكنولوجيا المستعملة
21.6%	1838492	1518629	مشاركو
424.56%	423280	80693	مشاركو الجيل الرابع الثابت G4
91.78%	16319027	8509053	مشاركو الجيل الثالث الثابت G3
0.64%	2008	2021	مشاركو Wimax
14.39%	620	542	مشاركو VSAT
83.80%	18583427	10110938	العدد الإجمالي لمشاركي الأنترنت

المصدر: خالد بن ساسي، واقع التجارة الإلكترونية والإمداد في الجزائر، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، العدد 2017/12، ص 213

يتضح من خلال الجدول الذي يوضح تطور مشاركي أنترنت الجيل الثالث والرابع أن سوق الأنترنت في الجزائر شهد زيادة كبيرة، ترجع إلى إطلاق خدمة الأنترنت للجيل الثالث والرابع للهاتف الثابت، حيث أنترنت الجيل الثالث شهدت تحسناً ملحوظاً، أما أنترنت الجيل الرابع فقد عرف زيادة بنسبة 424، وبالتالي ساهم ذلك في حظيرة

مشاركي الأنترنت من 10.11 مليون مشترك سنة 2014 إلى 18.583 مليون مشترك سنة 2015، وحسب تقرير الإتحاد الدولي للاتصالات حول سرعة الأنترنت في العالم الصادر سنة 2015، عرفت الجزائر تقدما بمركز واحد في الترتيب العالمي أين كانت تحتل المرتبة 114 سنة 2010، بينما أصبحت في المركز 113 سنة 2015، وستعرف الجزائر إطلاق الجيل الرابع للهاتف النقال سنة 2016، حيث أكد رئيس مجلس سلطة الضبط أن تقنية الجيل الرابع للهاتف النقال ستمكن الزبون من تدفق سريع يفوق 6 مرات التدفق الذي تتيحه تقنية الجيل الثالث. كما كرس مفهوم التجارة الإلكترونية من خلال النمو السريع لعدد مزودي خدمات الأنترنت وذلك من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم(4):تطور عدد مزودي خدمات الانترنت (1998-2008)

السنوات	1998	2000	2008
عدد مزودي خدمات الأنترنت	1	10	75

المصدر: سمية ديمش، التجارة الإلكترونية حقيقتها وواقعها، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تحليل وإستشراف إقتصادي، جامعة منثوري-قسنطينة، 2011/2012، ص130  
يتضح من الجدول الذي يوضح عدد مزودي خدمات الأنترنت نجد نمو كبير من شركة واحدة سنة 1998 إلى شركات 10 سنة 2000 ثم تضاعفت عدد الشركات ب 650% لتبلغ 75 شركة سنة 2008.

#### ب- ترتيب الجزائر في إستعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

رغم أن سرعة إنتشار تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجزائر واعدة إلا أنها لازالت تحتل مراتب متأخرة في إستعمال تكنولوجيا الإتصال، حيث صنف تقدير (2009-2010) الصادر عن المنتدى الإقتصادي الدولي للجزائر في المرتبة 13 عالميا في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال بين 133 دولة في العالم، حيث أن الجزائر تراجعت خلال سنة واحدة ب 6 مراتب، كما أشار التقرير الذي أعده المنتدى الإقتصادي الدولي أن الجزائر في تراجع مستمر في ميدان التكنولوجيات الحديثة وإستعمالها، حيث بعد أن كانت تحتل المرتبة 80 خلال 2008-2009 والمرتبة 108 في 2009 لتصل إلى المرتبة 113 في تقدير 2010-2009 هذا يعني أن الجزائر في تراجع مستمر، مقارنة بالدول الأخرى العربية كما يوضحه الجدول التالي:<sup>1</sup>

<sup>1</sup>-بوابح عالية، مرجع سبق ذكره، ص 134

الجدول رقم(5):ترتيب الجزائر في استعمال تكنولوجيا الإتصال (2009-2010)

ترتيب الجزائر من قبل المنتدى الإقتصادي العالمي "مجموع 133 بلد"	
123	إسخدام الأنترنت في المدارس
111	مالكي أجهزة كمبيوتر شخصية
93	الإستخدامات الشخصية
91	مستخدمي الأنترنت
81	مشتركي في شبكة الأنترنت
66	المشركين في الهاتف النقال
133	الاستخدامات في مجال الأعمال
133	مدى التوسع في استخدام الأنترنت
130	قدرة أو درجة الاستيعاب للتكنولوجيا لدى المؤسسات
129	القدرة على الإبداع والابتكار
126	إستخدام الرخص التكنولوجية اأارجية
120	تصدير التكنولوجيا العالية
106	تصدير الصناعات الإبتكارية
128	استخدامات التكنولوجيا من قبل الحكومة
127	مدى فعالية استخدام الحكومة لتكنولوجيا الإعلام و الإتصال
120	مؤشر لخدمات حكومية على الشبكة
116	تواجد تكنولوجيا الإعلام والإتصال في الوكالات الحكومية
112	مدى نجاح الحكومة في الترويج لتكنولوجيات الإعلام و الإتصال
	المشاركة الإلكترونية مؤشر عام 2009

المصدر:بوباح عالية، دور الأنترنت في مجال تسويق الخدمات، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في

العلوم التجارية، تخصص تسويق، جامعة منثوري-قسنطينة، 2010/2011، ص135

من خلال الجدول الذي يوضح ترتيب الجزائر في استعمال تكنولوجيا الإعلام والإتصال في الفترة

(2009-2010) نجد أن الجزائر في مجال استعمال التكنولوجيات على مستوى الحكومة احتلت المرتبة 126

عالميا وأحسن مرتبة حققتها الجزائر كانت في مجال الإستخدامات الشخصية لتكنولوجيا الإعلام والإتصال حيث

كانت في المرتبة 93 بفضل الهاتف النقال حيث احتلت الجزائر المرتبة 66 عالميا.

2- استخدام أجهزة الكمبيوتر:

تشهد الجزائر نموا هائلا لمستخدمي الأنترنت، إذ أصبحت الأسر تكتسب المزيد من الأجهزة وشهد استعمال أجهزة الكمبيوتر نموا هائلا في الجزائر كما يوضحه الجدول الآتي:

الجدول رقم(6):تطور أجهزة الكمبيوتر في الجزائر(2007-2011)

عدد أجهزة الكمبيوتر	2007	2008	2009	2010	2011
	1482000	2000700	2434168	2961551	3763607

المصدر:صراع كريمة، واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، رسالة ماجستير، جامعة وهران، 2014/2013، ص 134

من خلال الجدول الذي يمثل تطور أجهزة الكمبيوتر في الجزائر ما بين 2007-2011 يتضح أنه:عدد أجهزة الكمبيوتر المستخدمة سنة(2007-2011) في تزايد مستمر وذلك بمعدل 154% حيث يقدر عدد أجهزة الكمبيوتر التي تباع سنويا 200000 جهاز، لكن رغم هذا لا يزال شراء جهاز كمبيوتر لمعظم السكان أمر صعبا لأن السعر الرسمي هو 1,8 لذلك وضعت وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال برنامج "أسترك" بهدف توفير حاسوب لكل عائلة في آفاق سنة 2010 من خلال التمويل البنكي .

3- مؤشر تنمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

يتضح المؤشر من خلال الجدول الذي يوضح دليل تنمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجزائري:

الجدول رقم(7):دليل تنمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجزائري

الإقتصاد	المرتبة 2011	الدليل 2011	المرتبة 2010	الدليل 2010
	104	2,98	103	2,86

المصدر:من إعداد الطالبة صراع كريمة، واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، رسالة ماجستير، جامعة وهران، 2014/2013، ص135

من خلال الجدول الذي يوضح دليل تنمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجزائري يتضح أن الجزائر احتلت المرتبة 104 عالميا بالنسبة ل152بلد آخر من حيث دليل التنمية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال المقدر ب 2,98 لسنة 2011 في حين أنها كانت تحتل المرتبة 103 ذات دليل 2,86 سنة 2010 وبهذا لا تزال الجزائر متأخرة بالرغم من الإصلاحات التي تنوي الجزائر القيام بها إلا أنها لم تنفذ في الوقت المحدد .

ثانيا: سوق الهاتف في الجزائر

تتوفر مجموع إتصالات الجزائر على محفظة متكاملة من العروض توفرها من خلال مجموعة إتصالات الجزائر على محفظة متكاملة من العروض توفرها النشاطات التي تمارس في سوق الإتصالات السلكية واللاسلكية بالجزائر، والهاتف الثابت والنقال وهذا بفضل إهتمامها بكل شرائح الزبائن.

1- إشتراكات الهاتف الثابت:

فيما يخص الهاتف الثابت ينشط على مستوى سوق المتعاملين، حيث أن الشركة التي اعتمدت على سوق

الإتصالات التي اعتمدت على سوق إتصالات الجزائر شقت طريقا للأمام بعرض خط للهاتف الثابت وإشراكا في الأنترنيت بسعر مناسب وبأجهزة تركيب مجاني وتشمل هذه الأجهزة سماعة الهاتف، مودم، هوائي خارجي، ويتم الترويج لهذه الخدمات بحملة إعلامية قوية وخدمة زبائن جيدة والجدول التالي يمثل إشتراكات الهاتف الثابت في الجزائر بين(1995-2016):

الجدول رقم(8):إشتراكات الهاتف الثابت ما بين(1995-2016)

السنة	مشتري الهاتف الثابت	معدل التغلغل
1995	1176316	4,16
1996	1278142	4,44
1997	1400343	4,79
1998	1477000	4,98
1999	1600000	5,32
2000	1761327	5,77
2001	1880000	6,07
2002	1950000	6,20
2003	2079464	6,52
2004	2486720	7,68
2005	2572000	7,82
2006	2841297	8,51
2007	3068409	9,05
2008	3069140	8,91
2009	2576165	7,37
2010	2922731	8,24
2011	3059336	8,50
2012	3231000	8,75
2013	3595000	7,20
2014	3098000	7,85
2015	3268000	7,98
2016	3405000	8,48

المصدر:صراع كريمة، واقع وآفاق التجارة الإلكترونية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة وهران

2013/2014، ص 132

من خلال الجدول رقم(2) الذي يوضح إشتراكات الهاتف الثابت في الجزائر بين(1995-2016)يتضح:

أن إشتراكات الهاتف الثابت تنمو ببطء، حيث أن عدد الإشتراكات إرتفعت من 1,17 مليون مشترك سنة 1995 إلى 3405000 مشترك سنة 2016 بمعدل 8,2 % إلا أنه يتضح أن تكنولوجيا الهاتف الثابت تنمو ببطء ثابت وهذا من خلال معدل إختراق فهو لا يتجاوز 10% معناه أن حوالي 90% لا يملكون هاتف ثابت هذا يعرقل توجه الأسر الجزائرية إلى التجارة الإلكترونية وهذا ببطء يفسر ضعف البنية التحتية للخطوط الثابتة وتعرضها للعطل إضافة إلى طول مدة الإنتظار للحصول على خط هاتفي.

## 2- إشتراكات الهاتف النقال :

تشهد السوق حاليا تنافسا حادا بين المتعاملين حيث توسع إستعمال الهاتف النقال بشكل ملحوظ وأصبح في متناول كل شرائح المجتمع بفضل إستثمار المتعاملين والمنافسة القوية بينهم التي أدت إلى تراجع الأسعار، كما عرف سوق الهاتف النقال نموا بين 2003-2005 مما سمح للجزائر بإستدراك بعضا من الأخر الذي تعرفه في السوق مقارنة بمتوسط الدول المتقدمة.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>-آسيا قاسيمي، أثر العولمة المالية على تطوير الخدمات المصرفية و تحسين القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراة، جامعة محمد بوقرة، تخصص إقتصادية المالية و البنوك، منشورة، 2014/2015؛ ص 168



الجدول رقم (9): إشتراكات الهاتف النقال (1995-2016)

السنة	مشتري الهاتف النقال	معدل التغلغل
1995	4691	0,02
1996	11700	0,04
1997	17400	0,06
1998	18000	0,06
1999	72000	0,24
2000	86000	0,28
2001	100000	0,32
2002	450244	1,43
2003	1446927	4,53
2004	4882414	15,07
2005	13661335	41,54
2006	20997954	62,88
2007	27562721	81,29
2008	27031472	78,52
2009	32729824	93,65
2010	32780165	92,42
2011	35615926	96,52
2012	38820000	98
2013	39630000	100
2014	43289000	108,5
2015	43391000	115,5
2016	47041000	117

المصدر: من إعداد الطالبة صراع كريمة واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، رسالة ماجستير، جامعة وهران، 2013/2014، ص 131

يتضح من الجدول الذي يوضح إشتراكات الهاتف النقال أنه هناك نمو سريع في إشتراكات الهاتف النقال حيث أنها ارتفعت من 4691 بمعدل 0,02 % سنة 1995 إلى 47041000 بمعدل تغلغل 117% سنة 2016 هذا راجع للمزايا العديدة للهاتف النقال لسهولة النقل وإنخفاض تكلفة الإتصال والتكنولوجيات الجديدة

هذا التطور سوف يفتح المجال للتجارة الإلكترونية خاصة إذا زود بالإنترنت فأصبح الهاتف النقال الأداة المفضلة لدى الجزائريين وشبكة الأنترنيت والإتصال بالعالم الرقمي، مما يبشر بدوره الفعال في إمكانية نمو وتطوير التجارة الإلكترونية.

### المطلب الثاني: التشريعات والقوانين المنظمة للتجارة الإلكترونية في الجزائر

شهدت في السنوات الأخيرة ثورة هائلة في مجال الإتصالات وتكنولوجيا المعلومات، و التي سميت بالتجارة الإلكترونية لأنها تتم بشكل إلكتروني، كما كان من الضروري إيجاد إطار قانوني ينظم التعاملات التي تتم من خلالها .

#### أولاً: شروط والتزامات مقدمي خدمات الأنترنيت في التشريع الجزائري

فيما يلي شروط إستغلال خدمات الأنترنيت والتزامات مقدمي خدمات الأنترنيت في التشريع الجزائري:<sup>1</sup>

##### 1- الشروط القانونية لإقامة خدمات الأنترنيت:

لقد إشتراط المشرع الجزائري على من يرغب في مزاوله نشاط إقامة خدمات الأنترنيت وإستغلالها وجوب حصوله على ترخيص من الجهات المختصة وتناول الشروط التالية:

##### أ- الترخيص:

نص المشرع الجزائري على ضرورة الحصول على رخصة لإقامة خدمات الأنترنيت وإستغلالها، حيث أن الطبيعة القانونية للترخيص هو تصرف قانوني في صورة قرار إداري وهذا القرار هو منشأ للحق .

##### ب- شخص معنوي خاضع للقانون الجزائري:

نص المشرع الجزائري على أنه لا يرخص بإقامة خدمات الأنترنيت وإستغلالها لأغراض تجارية ضمن شروط إلا للأشخاص المعنويين الخاضعين للقانون الجزائري، وعليه فإن المشرع الجزائري يقصي الأجانب من الإستثمار في نشاط الأنترنيت .

##### 2- إلتزامات مقدمي خدمات الأنترنيت :

لقد فرض المشرع الجزائري عدة إلتزامات منها:

##### أ- إلتزامات عامة:

لقد ألزم المشرع الجزائري مقدمي خدمات الأنترنيت بتقديم المساعدة للسلطات العامة وحفظ البيانات المتعلقة بحركة السير .

##### ب- الإلتزامات الخاصة: لقد نص المشرع الجزائري على إلتزامات أخرى لمقدمي خدمات الأنترنيت منها إلتزامات

تقنية، أخلاقية، وأخرى متعلقة بالمسؤولية.

<sup>1</sup>مصطفى منثوري و سيمية، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في التشريع الجزائري و المقارن، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه

تخصص قانون العلاقات الإقتصادية الدولية، جامعة عبد الحميد بن باديس -مستغانم، 2016 / 2017، منشورة، ص ص

### ثانيا: مظاهر المعاملات الإلكترونية في القانون المدني

انتقل المشرع الجزائري من النظام الورقي في الإثبات إلى النظام الإلكتروني، حيث ساوى بين الكتابة العادية والكتابة الإلكترونية من حيث حجية الإثبات<sup>1</sup>

#### 1- الإثبات الإلكتروني في القانون المدني:

المشرع الجزائري قام بوضع مجموعة من الشروط التي يجب توفرها في الكتابة الإلكترونية في الشكل الإلكتروني و يتمثل فيما يلي:

##### أ- الكتابة الإلكترونية في القانون المدني:

جاء إقرار المشرع الجزائري فيما يتعلق بالتغيرات التي مست الدليل الكتابي الذي كان يرتكز على الدعامة الورقية ليتحول إلى الأخذ بالدعامة الإلكترونية التي أفرزتها الوسائل غير الورقية.

##### ب- الشروط القانونية للكتابة الإلكترونية:

وضع المشرع الجزائري شروطا واضحة تتمثل في :

- إمكانية قراءة الكتابة: لكي يتم قبول الكتابة كدليل إثبات يجب أن تتحقق خاصيتي القراءة والوضوح سواء كانت على دعامة ورقية أو إلكترونية.
- التأكد من هوية الشخص الذي أصدرها: للتعاقد عبر شبكة الأنترنت يجب على المتعاقد أن يتأكد من هوية المتعاقد معه من إسم وعنوان وبريد إلكتروني...إلخ.
- إمكانية الحفظ وعدم القابلية للتعديل: حيث يجب أن تكون المحررات الإلكترونية طبقا للقانون المدني معدة ومحفوظة في ظروف تضمن سلامتها مع عدم إمكانية التعديل.

#### 2- التوقيع الإلكتروني:

ظهر التوقيع الإلكتروني كتقنية يستطيع من خلالها الأطراف المتعاملون بنظام التبادل الإلكتروني للبيانات والرسائل الإلكترونية توثيق معاملاتهم، يستخدم للتأكد من أن الرسالة جاءت من مصدرها دون تعرضها لأي تغيير أثناء عملية النقل

#### 3- التوثيق الإلكتروني:

وظيفته هي تحديد هوية المتعاملين في المعاملات الإلكترونية وأهليتهم القانونية في التعامل وتتمثل طبيعته القانونية في ممارسة نشاط التصديق الإلكتروني الذي يتطلب الحصول على ترخيص مرفق بدفتر شروط، أما الأشخاص الممارسون للنشاط يجب أن تتوفر فيهم نفس الشروط لممارس نشاط تقديم الأنترنت في الجزائر، و بذلك تكون جهة التوثيق الإلكتروني مسؤولة عن توثيق العقد الإلكتروني<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - نفس المرجع السابق، ص ص 287- 294

<sup>2</sup> - ناجي الزهراء، التجربة التشريعية الجزائرية في تنظيم المعاملات الإلكترونية المدنية و التجارية، المؤتمر العلمي المغاربي حول

المعلوماتية و القانون، أكاديمية الدراسات العليا، طرابلس 28 إلى 29 أكتوبر 2009 ص 13

ثالثا: مظاهر المعاملات الإلكترونية في القانون التجاري الجزائري

يعتبر القانون المتضمن الموافقة في الأمر المتعلق بالنقد والقرض أول قانون جزائري تضمن التعامل الإلكتروني الحديث في القطاع المصرفي، و يتضح ذلك من خلال المادة 69 التي تتضمن "وسائل الدفع تتضمن كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل أموال مهما يكون السند أو الأسلوب التقني المستعمل" ويتبين من خلال هذا النص نية المشرع الجزائري الإنتقال من وسائل الدفع الكلاسيكية إلى وسائل دفع حديثة إلكترونية وبعد ذلك ويصدر الأمر المتعلق بمكافحة التهريب، حيث إعتبر المشرع أن وسائل الدفع الإلكتروني من بين التدابير والإجراءات الوقائية لمكافحة التهريب .

و بذلك إنتقل المشرع من مصطلح السند أو الأسلوب التقني إلى مصطلح أكثر دقة والمتمثل في وسائل الدفع الإلكتروني.

و بموجب القانون المؤرخ في 6 فيفري 2005 أضاف فقرة أخرى وهي وفاء السفتجة وقد نص على "....يمكن أن يتم التقديم أيضا بأية وسيلة تبادل إلكترونية محددة في التشريع والتنظيم المعمول بها" حيث تم إضافة نفس هذه الفقرة إلى تقديم الشيك للوفاء.

كما أضاف المشرع باب رابع إلى الكتاب الرابع من القانون التجاري والمعنون بالسندات التجارية ،حيث أن الفصل الثالث منه يتضمن بطاقات السحب والدفع

أما عن الطبيعة القانونية لهذه البطاقات، فلقد إعتبرها المشرع الجزائري أوراق تجارية جديدة إضافة إلى الأوراق التجارية الكلاسيكية وهي السفتجة والشيك والسند لأمر.<sup>1</sup>

المطلب الثالث: تطور التجارة الإلكترونية في الجزائر:

لا تزال الجزائر متأخرة من حيث الخدمات المصرفية الإلكترونية، فالجزائر اليوم لديها أكثر من 8000000 حساب بنكي، و 6000000 بطاقة نقدية، و 15000000 بطاقة دفع، وهناك 3500 محطة دفع إلكتروني، و 1300 موزع آلي، وبغض النظر عن الدفع النقدي، لا يزال الشيك طريقة الدفع الأكثر إستخداما<sup>2</sup> و حسب إحصائيات عدد المواقع المخصصة للتجارة الإلكترونية التي نلخصها في الجدول التالي:

الجدول رقم(10): عدد المواقع المخصصة للتجارة الإلكترونية (2009-2013)

السنوات	2009	2010	2011	2012	2013
عدد مواقع التجارة الإلكترونية	14	16	30	62	64

المصدر:صراع كريمة، واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، جامعة وهران، تخصص استراتيجية، 2013/2014، ص 152

<sup>1</sup> نفس المرجع السابق، ص 14

<sup>2</sup> شهرزاد عبيدي، الأنترنت و التجارة الإلكترونية و دورها في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراة، جامعة الحاج لخضر-باتنة، تخصص تسويق، 2015/ 2016، ص 122

يتضح من الجدول الذي يوضح تطور عدد المواقع المخصصة للتجارة الإلكترونية، هناك تزايد عدد المواقع بتزايد السنوات حيث بلغ عدد مواقع التجارة الإلكترونية 14 سنة 2009 ثم 16 سنة 2010 ثم 30 سنة 2011 ثم 62 سنة 2012 ووصل 64 سنة 2013، هذا يثبت أن الجزائر تخطو خطوات إيجابية نحو إقامة تجارة إلكترونية. كما يبدي الجزائريون إهتماما كبيرا بالتعاملات التجارية عبر شبكة الأنترنت التي تشهد تناميا في عدد المواقع المتخصصة في هذا المجال، حيث تظهر إحصائيات أن الخدمات التجارية تحتل صدارة إهتمامات الجزائريين على شبكة الأنترنت، حيث أوردت الدراسات أن الجزائريين لا يهتمون بالتجارة الإلكترونية إذ كشفت عن وجود 20 مليون جزائري يمتلكون حسابات بنكية، و2,5 مليون منهم فقط يملكون بطاقة إئتمان وهم الذين بإمكانهم القيام بعمليات الشراء والبيع عبر الأنترنت، حيث أن سبب تجنب الجزائريين لهذا النوع من التجارة الإلكترونية هو إرتفاع قيمة بطاقات الإئتمان عند الكثير من البنوك الجزائرية والأجنبية الناشطة بالجزائر، إضافة إلى ذلك عدم ثقة الكثير من الجزائريين في النظام المصرفي خاصة بعد تعرض الكثير منهم للسرقة بعد شراءهم منتجات عبر الأنترنت، وبالفعل بدأ المتعاملون الإقتصاديون يتحضرون لثورة التجارة الإلكترونية وأدركو أهمية إنتقال التجارة من شكلها التقليدي إلى شكلها الإلكتروني، فرغم إبتعاد الجزائر عن الإستخدام الواسع لنطاق التجارة الإلكترونية إلا أن هناك تحركات وجهود مبدولة لتطبيق هذه التجارة، وقد كان الهدف من هذه المواقع توفر قنوات للتجارة الإلكترونية تسهل عملية التبادل الإلكتروني في الجزائر وتسويق المنتجات مثلا:مجلات وهي منتجات رقمية قابلة للتسليم المباشر عبر شبكة الانترنت.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> -Htts:al-ain.com>article>Algeria 2019/4/26 ، 14:30 التجارة الإلكترونية في الجزائر

### المبحث الثاني: تطوير وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر

إن غالبية مراحل التجارة الإلكترونية من بحث عن منتج أو تفاوض أو تعاقد كان يتم في فضاء افتراضي حيث لا بد من إتمام المرحلة التالية ألا وهي تسوية المدفوعات بطريقة إلكترونية مما فرض على البنوك إصدار وسائل دفع من شأنها تسريع تطور التجارة الإلكترونية.

### المطلب الأول: مشروع تطوير وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر

رغم التطورات التي عرفتها وسائل الدفع الإلكترونية في العالم وتوسيع نطاق إستخدامها والتطور السريع لعالم الإلكترونيات أدى إلى ظهور شبكة الانترنت كوسيلة نقل للمعلومات والاتصال، وقد كانت البنوك سابقة لإستغلال هذه التطورات من أجل تحديث نظام الدفع ونتج عن هذه العملية خلق وسائل دفع بألية جديدة ألا وهي وسائل الدفع الإلكترونية، وفي ظل ذلك أدركت الجزائر ضرورة الإرتقاء بنظامها المصرفي، وبالتالي ضرورة تحديث نظام الدفع الذي يعاني من تأخر في تطبيق وإدخال وسائل الدفع الإلكترونية ويعاني أيضا من مجتمع يرفض التعامل بالوسائل التقليدية والذي يعطي الأولوية للسيولة النقدية في تعاملاتها<sup>1</sup>

### أولاً: أهداف مشروع تطوير نظام الدفع في الجزائر

تتمثل أهداف المشروع في التكفل بتطوير منظومة الدفع، وسنعرض هذه الأهداف كالاتي:

#### أ- بالنسبة للسلطات العمومية:

تتجسد في تحسين الظروف العامة للنشاط الإقتصادي برفع العراقيل المرتبطة بالآجال وعدم التأكد من حدوث التسوية الخاصة بالتبادلات، تقليص المبالغ المجمدة، تدعيم أمن الأشخاص بتقليص حملهم للنقد.

#### ب- بالنسبة لسلطات الضبط (بنك الجزائر):

تتجسد في تقليص نسبة النقد في المدفوعات، تقليص آجال تحصيل المدفوعات الكتابية، وضع منظومات دفع مؤمنة وفقا للمعايير الدولية.

#### ت- بالنسبة للقطاع البنكي:

تتجسد في تحسين صورة المصالح البنكية كقاعدة لجلب زبائن جدد، مضاعفة الإيداع رهن الطلب (الرصيد المتبقي في الحساب بالنسبة للمدفوعات الكتابية)، التقليص من تكاليف المعالجة، القضاء على الأخطار المترتبة عن الظروف العملية المتعلقة بمعالجة عمليات الدفع .

<sup>1</sup> -ديوش عبد القادر، إنعكاسات سياسة التحرير المصرفي على البنوك الجزائرية و إستراتيجية عمل البنوك لمواجهةها، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية، جامعة العربي بن مهيدي-أم البواقي، منشورة، 2008/2009، ص ص 143-144

ثانيا: المكونات الرئيسية لمشروع تطوير نظام الدفع الجزائري

عرفت الجزائر متابعة مدعمة لوضع برنامج هام خاص بإصلاح نظام دفع في الجزائر وذلك من خلال إنجاز نظام دفع متطور يشتمل على تطوير نظام للمستويات الإجمالية الفورية للمبالغ المرتفعة والدفع المستعجل وذلك بالإعتماد على أسلوب المقاصة عن بعد للشيكات، التحويلات.<sup>1</sup>

#### أ- نظام التسوية الإجمالية:

هو نظام تسوية المبالغ الإجمالية في وقت حقيقي ويتم فيه سير التحويلات بصفة مستمرة وعلى الفور، كما يعرف أيضا أنه نظام مركزي إلكتروني يعمل على أساس فوري إجمالي نهائي ومستمر، لتنفيذ أوامر التحويل الدائنة ويوفر نقطة التسوية لأنظمة التصفية العاملة في بلد ما من خلال الحسابات المركزية للمصارف، حيث يهدف هذا المشروع إلى تحسين الخدمة المصرفية من حيث أنظمة الدفع، كما حقق هذا النظام للبنوك التجارية فوائد منها:

- إختصار مدة التسوية بين البنوك
- تسوية العمليات في الوقت الحقيقي لها يؤدي إلى تسيير أفضل للسيولة البنكية
- الحد من مخاطر ضياع الشيك، السرقة
- التخطيط الكامل لعمليات الدفع بواسطة تحويل المبالغ مرتفعة القيمة

#### ب- نظام المقاصة الإلكترونية عن بعد:

تمثلت دوافعه في تغيير وضعية النظام المتبع المتمثلة في:

- الإستخدام الواسع للشيكات الذي طغى على بقية وسائل الدفع الأخرى وتبادلها المادي بين المتعاملين في غرف المقاصة المحلية.
- إستخدام الشيكات يستغرق مدة طويلة لتحصيل قيمتها فضلا عن ذلك فإن الشيكات تنقصها المصادقية لهذا لا تخص بقبول واسع.

#### ت- إستعمال وسائل الدفع الإلكترونية في المصارف:

إن جميع النشاطات الإقتصادية تعتمد على الخدمات المصرفية وبالتالي تطوير الإقتصاد، مما دفع المؤسسات المصرفية الجزائرية القيام بمجهودات من أجل تطوير شبكات إلكترونية للدفع، حيث تهدف لتحقيق أهداف منها: تطوير وسائل الدفع للنظام المصرفي الجزائري، تحسين التعاملات النقدية بين المصارف، تحسين الخدمة المصرفية وزيادة حجم تداول النقود، بالنسبة للتاجر تخفض من الأخطار وتكاليف التسيير

<sup>1</sup> -زهير زواش، دور نظام الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم

الإقتصادية، جامعة العربي بن مهيدي -أم البواقي، منشورة، 2010/2011، ص ص 145-155

### المطلب الثاني: واقع استخدام وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر

شرعت الجزائر في العمل بالبطاقة البنكية مند حوالي 10 سنوات من طرف بنوك وهيئات مالية خاصة وعمومية كما عرفت تطورا ملحوظا، خاصة بعد إستحداث المقاصة الإلكترونية وتعميمها عبر مختلف الوكالات البنكية والبريد في الجزائر .

#### أولا: تقييم استخدامات البطاقة البنكية في الجزائر

إن وضع نظام الدفع بالبطاقة يكون ناجحا إلا إذا كان نطاق قبولها واسعا من قبل جميع البنوك، وفي هذا الإطار شعر النظام البنكي الجزائري بأهمية وضع نظام بنكي مشترك لوسائل الدفع، يستجيب لرغبات الزبائن وفق أعلى شروط الأمن .

وفي هذا السياق شرعت البنوك الجزائرية بالتعاون مع شركة (SATIM) في تطبيق مشروع نظام الدفع بواسطة البطاقة، يتوافق والهيكل القاعدية المتوفرة لدى البنوك ولقطاع الإتصالات السلكية واللاسلكية الجزائرية.<sup>1</sup>

#### 1- مزايا استخدام البطاقات البنكية

إن الإنتشار الواسع لوسائل الدفع يترجم المزايا التي توفرها للعملاء ومصدرها:<sup>2</sup>

##### أ- بالنسبة لمصدر البطاقة:

- زيادة مداخيل البنك من خلال رسوم إصدار البطاقة والتعامل بها
- تمكين البنك من تتبع كل العمليات التي تتم على مستواه، حيث أن البطاقة تمكن البنك من معرفة أطراف التعامل ومكان وزمان وقيمة المعاملة
- فتح مجال شراكة بين البنوك والمؤسسات من خلال تسيير حساباتها عن طريق تزويد الموظفين بالبطاقات البنكية التي تقدم خدمات مجانية
- تسمح للبنك الحد من الإستهلاك الورقي والبشري عن طريق تجنب عد النقود وتداولها

##### ب- بالنسبة لحامل البطاقة:

- سهولة استخدام البطاقة بالنسبة لحاملها في أي مكان وفي أي وقت
- فعالية البطاقة في أن تعاملها أكثر أمانا مقارنة بالنقود الورقية من حيث الحد من مخاطر السرقة
- ضياع البطاقة لا يمثل مشكل لحاملها مقارنة بالكثير من الوسائل المالية كالنقود الورقية
- الأمان في التعامل بالبطاقة لإرتباطها برقم سري خاص بها.

<sup>1</sup> - نفس المرجع السابق، ص 161

<sup>2</sup> - فاء عبدلي، وسيلة الدفع الإلكترونية بين حتمية العولمة المصرفية و واقع الوظيفة النقدية في الجزائر، مجلة الدراسات و

البحوث القانونية، جامعة الإخوة منثوري-قسنطينة، العدد الرابع، ص ص 153-154



## 2- مساوئ استخدام البطاقة البنكية:

هناك نقاط ضعف في البطاقات البنكية التي تعد بمثابة مساوئ تحد من استخدامها وهي:<sup>1</sup>

### أ- بالنسبة للبنك مصدر البطاقة :

- استثمار ذوا تكلفة كبيرة جدا للبنك يتطلب تجهيزات ضخمة ومكلفة مثل: الموزع الآلي، الأوراق النقدية.
- شبكات الإعلام الآلي الخاصة بإتمام العملية.
- حتمية توجه البنوك على خطوط الإتصال الخاصة ذات الربط السائد لتسهيل عملية استعمال الموزعات الآلية للأوراق النقدية وهي منخفضة التكاليف لكن تتطلب تجهيزات مكلفة.

### ب- بالنسبة لحامل البطاقة البنكية:

- دفع رسوم مقابل كل عملية سحب عن طريق البطاقة البنكية.
- عدم سرية استخدام البطاقة من طرف حاملها حيث مصدرها يكون على إطلاع بكل العمليات التي تمت.
- عدم سهولة إلغاء البطاقة في حال ضياعها من حاملها يمكن السارق من استخدامها بكل حرية وهذا يتنافى وفكرة التحديث المصرفي.

## ثانيا: البطاقة البنكية في الجزائر

لقد بدأ العمل بالبطاقات البنكية في الجزائر سنة 1997 من خلال إصدار أول بطاقة لأنها لا تحتوي على شريحة وإنما تتضمن فقط المساحة المغناطيسية، حيث كان التعامل يقتصر فقط على عمليات السحب حتى عام 2005 أين بدأت عمليات الدفع، وفي 2009 ظهرت فكرة الدفع عبر الأنترنت التي ظلت مجرد فكرة إلى غاية عام 2010 حيث تم المصادقة على هذا المشروع إلا انه لم يدخل حيز التنفيذ إلى غاية 2013 أين تم تنفيذ أول عملية للدفع عبر الأنترنت، وفي نفس السنة ظهرت فكرة تسديد الفاتورة من خلال الموزعات الآلية لكنها تبقى فكرة مدروسة لا غير لم تتجسد بعد على أرض الواقع، وقبل التعرف على حجم استخدام البطاقات البنكية في الجزائر لابد أولاً التعرف على أنواع البطاقات المختلفة المعتمدة من طرف البنوك الجزائرية:

### 1- البطاقات البنكية (المحلية): هي بطاقة تسمح بعملية السحب والدفع متاحة لكافة الزبائن تقدر نسبة

صلاحيتها بسنتين بإستثناء البطاقات الموجهة لعملاء البنك الوطني الجزائري تقدر مدة صلاحيتها بثلاث سنوات ونميز عموماً بين نوعين أساسيين هما:<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - نفس المرجع السابق، ص ص 154-155

<sup>2</sup> -سمية عابسة، وسائل الدفع الإلكتروني في النظام البنكي الجزائري-الواقع و المعوقات و الآفاق المستقبلية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة أم البواقي-الجزائر، العدد السادس ديسمبر 2016، ص 353

- أ- البطاقة الكلاسيكية: تمنح لفئة عملاء البنوك الذين لا يتجاوز دخلهم حدا معين، ولا يمكننا تحديد المبلغ لأن الأمر نسبي يختلف من بلد لآخر.
- حيث تصدرها البنوك لعملائها للتعامل بها بدلا من حمل النقود وتشمل عدة أنواع تتمثل في: بطاقات السحب الآلي، بطاقات الدفع، بطاقات الشيكات... إلخ<sup>1</sup>
- ب- البطاقة الذهبية: يمنح هذا النوع من البطاقات لفئة معينة من عملاء البنوك والذين يتجاوز دخلهم مبلغا معيناً كإمتياز يمنحه البنك للعميل حيث تحمل شعار البنك المصدر CIP، تقدر مدة صلاحيتها بسنتين ابتداء من تاريخ صنعها وتجدد تلقائياً إلا إذا رغب حاملها في عدم التجديد وذلك شهرين قبل إنتهاء صلاحيتها.<sup>2</sup>
- 2- البطاقات الدولية: هي بطاقة تستعمل خارج الوطن في عملية السحب والدفع موجهة لعملاء البنوك الذين يمتلكون حسابات بالعملة الصعبة، ويمكن أن نميز بين نوعين أساسيين هما:<sup>3</sup>
- أ- بطاقة **visa classique**: يمنح هذا النوع من البطاقات للعملاء الذين لديهم رصيد من العملة الصعبة أكبر أو يساوي 1500 أرو على أن لا يتعدى عدد عمليات السحب في اليوم أربع عمليات
- ب- بطاقة **visa gold**: يمنح هذا النوع من البطاقات للعملاء الذين لديهم رصيد من العملة الصعبة أكبر أو يساوي 5000 أورو على أن لا يتجاوز عدد عمليات السحب في اليوم الواحد سبع عمليات.
- و الجدول الموالي يوضح حجم المعاملات عبر الأنترنت بإستخدام البطاقات البنكية في الجزائر:
- الجدول رقم(11):حجم عمليات الدفع عبر الأنترنت في الجزائر حسب نوع البطاقة البنكية خلال (2012-2014).

السنة	البطاقة العادية	البطاقة الذهبية	المجموع
2012	0	0	0
2013	8	0	8
2014	4179	225	4404
المجموع	4187	225	4412

المصدر: سمية عبايسة، وسائل الدفع الإلكتروني في النظام البنكي الجزائري-الواقع والمعوقات والآفاق المستقبلية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة أم البواقي-الجزائر، العدد السادس ديسمبر 2016، ص 356

من خلال الجدول الذي يوضح حجم عمليات الدفع عبر الأنترنت في الجزائر حسب نوع البطاقة البنكية خلال الفترة(2012-2014) نجد أن عمليات الدفع عبر الأنترنت في الجزائر بدأت سنة 2013 ب 8 عمليات بإستخدام

<sup>1</sup>-مصطفى منثوري، مرجع سبق ذكره، ص304

<sup>2</sup>-زهير زواش، مرجع سبق ذكره، ص164

<sup>3</sup>- نفس المرجع السابق، ص ص 354-356

البطاقة العادية بينما لم يتم الدفع باستخدام البطاقة الذهبية سنة 2013، ليرتفع إلى 4404 عملية سنة 2014 من بينها 4179 عملية باستخدام البطاقة العادية و225 عملية باستخدام البطاقة الذهبية وهو تطور معتبر .

### ثالثا: البطاقات البنكية المستعملة في التجارة الإلكترونية في الجزائر

إن إسهام البطاقات البنكية في التجارة الإلكترونية لا جدال فيه، فالسبيل الشائع لتسوية مدفوعات هذه التجارة مباشرة عبر الأنترنت هي البطاقة الائتمانية، إلا أن البطاقات البنكية المتوفرة حاليا في الجزائر غير قابلة للتعامل على المستوى الدولي، لكنها فاتحة لإنطلاق التجارة الإلكترونية في بلادنا، فقد حاولت بعض البنوك الجزائرية إضفاء طابع الدولة على بطاقتها البنكية، وقامت بإصدار هذه الأخيرة بترخيص من الشبكات العالمية، وأن مجرد حمل البطاقة لشعار هذه الهيئات الدولية سيمكن المستهلك الجزائري من التسوق عبر الأنترنت بكل حرية وتسديد مشترياته لأي مكان في العالم .

و من بين البنوك التي شرعت في تقديم البطاقات المقبولة على المستوى الدولي مايلي :

القرض الشعبي الجزائري، بنك التنمية المحلية، بنك الجزائر الخارجي، ويعتبر القرض الشعبي الجزائري cpa أول من أصدر بطاقة فيزا في الجزائر، وقام بوضع موزعات آلية للنقود ونهائيات للدفع الإلكتروني في المطارات التي تقبل هذه البطاقات الدولية، كما تمكن السواح من سحب المبالغ المالية بالعملة الوطنية بمجرد وصولهم للجزائر كما تمكنهم أيضا من سداد مشترياتهم على مستوى نهائيات الدفع.<sup>1</sup>

و يوضح الجدول التالي تطور عدد بطاقات cpa الدولية خلال الفترة (2000-2007):

الجدول رقم(12):تطور عدد بطاقات cpa الدولية خلال الفترة(2000-2007):

السنة	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000
عدد بطاقات cpa/viza	3518	2268	1637	1409	1475	1390	1195	881

المصدر: ديمش سمية، التجارة الإلكترونية حقيقتها وواقعها، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص

تحليل واستشراف إقتصادي، جامعة منثوري-قسنطينة، 2010/2011، ص ص 246

يلاحظ من خلال الجدول السابق التطور في إصدار البطاقات القابلة للإستعمال على المستوى الدولي بين سنتي(2000-2007) حيث تضاعفت عدد بطاقات cpa حوالي 4 مرات وهو ما يدل على تحقيق هذه البطاقات نجاح كبير في الجزائر بسبب سماحها للمستهلكين بالتسوق في المواقع العالمية.

رابعا:العوائق التي تمنع إستعمال البطاقات البنكية في الجزائر

من أهم هذه العوائق نجد مايلي:<sup>2</sup>

- غياب الحملات التحسيسية والعمليات الإشهارية التي تمدح وتعرف هذه البطاقة

<sup>1</sup>-سمية ديمش، مرجع سبق ذكره، ص ص 245-246

<sup>2</sup>-سرور طالبي المل، مجلة جيل للأبحاث القانونية المعقدة، العدد الخامس-يوليو 2016، ص 61

كما لا يجب أن تكون نسبة الفجوة الغذائية في الجزائر تقارب 30% وأنه ليس من النادر أن يطلب منك أحدهم في وكالات البنوك ومصالح البريد أن تملأ شيك فهل يعقل أن يطلعك نفس الشخص عن رقمه السري وان يطلب منك أن تساعده في نقوده من الموزع الآلي.

- عدم وجود تنوع كبير في الخدمات والمزايا التي توفرها هذه البطاقات لمستلميها والتعطل الشبه الدائم للموزعات الآلية زاد من تعقد استعمال هذه البطاقات.
- قلة إنتشار أجهزة الدفع الإلكتروني وحتى التجار والباعة يبدون تخوفات من تحصيل مستحقاتهم بقبول البطاقات كوسائل دفع، ومن جهة أخرى يمكن الإشارة أن غياب هياكل وتقنيات تجارية لمراكز التسويق والتجارة الإلكترونية نجد مدى إحتياج المستهلك لهذه البطاقات.
- كما أنه يكون الإنتشار وتوسيع مجالات استخدام الإعلام الآلي له دور في ضعف الطلب على البطاقات لأن الحاسوب رفع من إنتاجية العاملين بشبابيك السحب وقضت جزئياً على إحتياج المستهلك الجزائري لهذه البطاقات.
- عدم الثقة في التسديد بالوسائل الإلكترونية، أيضاً عدم وجود بنية تحتية فعالة وسريعة للإتصالات.
- إرتفاع التكلفة والصيانة وإيجار الشبكات الخاصة بالعمليات المصرفية الإلكترونية.
- إرتفاع مخاطر المنافسة، مخاطر التشغيل، وتزايد جرائم السرقة، التزوير والإحتيال وأيضاً عدم المعرفة أو تجاهل عمل أو نشاط البنك الإلكتروني.

#### خامساً: العوامل المعرّقة لنجاح وسائل الدفع الإلكترونية

لقد ظهرت وسائل الدفع الإلكترونية نتيجة التطور التكنولوجي، عن طريق المجهودات المبذولة من طرف البنوك لجلب أكبر عدد ممكن من العملاء وجعلهم يختبرون فعالية ومزايا هذه الوسائل الحديثة النشأة.

#### 1- عدم إعتداد التجارة الإلكترونية في الجزائر:

رغم الأهمية البالغة لضرورة إعتداد التجارة الإلكترونية لكن نسجل مجموعة من الأسباب التي تتحول دون إنتشار هذه التجارة في بلادنا وهي كالتالي<sup>1</sup>:

- إرتفاع تكلفة الحصول على الحاسوب، هذا يحول دون إنتشار التجارة التي تتطلب حاسوباً، وإنتشار استخدام الحواسيب مرتبط بضرورة التفكير في تكلفة الحصول عليه لا على المستوى الشخصي فقط وإنما على المستوى التجاري أيضاً.
- إرتفاع تكلفة استخدام الأنترنت في ظل غياب المنافسة في قطاع الإتصالات الذي لا تزال الدولة تحتكر الجانب الأكبر منه، مما يحول دون إنخفاض تكلفة الإتصال عن طريق الأنترنت.
- تخلف النظام المصرفي الجزائري من حيث الوسائل وتقنيات الدفع الحديثة.

<sup>1</sup>-لوصيف عمار، إستراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرين مع الإشارة إلى التجربة الجزائرية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص التحليل و الإستشراف الإقتصادي، منشورة، 2009/2008، ص ص 180-182

- الإنتشار الواسع للفجوة الغذائية في بلادنا، حيث تعتبر الجزائر من الدول التي تحتوي نسبة أمية مرتفعة نوعا ما
- فالإحصائيات التي تتحدث عما يفوق سبعة ملايين أمي، وبالتالي فهؤلاء لا يفقهون حتى وجودها وهذا يعتبر عائقا يحول دون إنتشار التجارة الإلكترونية.
- إنتشار الفجوة الغذائية بالمعنى الحديث أي الجهل بأساليب ووسائل التعامل في مجال المعلوماتية حيث أن عدد الذين يملكون مستوى تعليمي مقبول يصل إلى 17,5 مليون نسمة
- أيضا نقص إهتمام المؤسسات الإقتصادية في البلاد بهذه التقنية التجارية الحديثة التي يمكن أن تفتح لهم آفاقا إقتصادية أوسع مما يجعل إنتشارها منعزلا في بلادنا بالإضافة إلى عدم إهتمام الهيئات الإدارية العليا بالموضوع.

## 2- مشاكل البطاقة الائتمانية:

- يترتب عن استخدام البطاقة الائتمانية مشاكل نلخصها كالآتي:<sup>1</sup>
- عدم الثقة جراء بعض الأخطاء المرتكبة من قبل الموظفين في التعامل مع الفواتير ومع تكرار الأخطاء تفقد الثقة بين البنك والعميل.
- أيضا سرقة البطاقة الائتمانية أو ضياعها أو إستعمالها من طرف الغير
- التكاليف العالية بالنسبة للبنك والخاصة بتوزيع البطاقات وطبعتها ومنح قروض دون فائدة لمدة 55 يوما
- خطر السيولة على البنوك في حالة الإفراط في إستعمال البطاقة من طرف المتعاملين .

## المطلب الثالث: آفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر

تسعى الجزائر لتعظيم الإستفادة من التقنيات الحديثة للإتصالات والمعلومات، غير أنها لم تستطيع لحد الآن تسخير هذه التقنيات بشكل فعال لإستخدامها في النشاط التجاري، فمعدلات التجارة الإلكترونية في الجزائر تبقى منخفضة وبعيدة عن المستوى العالمي، ويعود هذا التذني إلى الصعوبات التي تعرقل نموها وتطبيقها، إلا أنه يمكن تخطي هذه العقبات من خلال توفير الملائمة لتوسيع إستخدام التجارة الإلكترونية الجزائرية .

### أولاً: معوقات نمو التجارة الإلكترونية في الجزائر.

رغم الإنعكاسات الإيجابية للتجارة الإلكترونية إلا أن هذه التجارة تبقى محدودة في الجزائر بسبب مجموعة من العقبات التي تمنعها عن التطور ومن هذه الأسباب ما هو تقني، تجاري، تشريعي.<sup>2</sup>

### 1- العوائق التقنية، التكنولوجية، والإجتماعية:

تتمثل العوائق التقنية والتكنولوجية في الجزائر في ضعف البنى التحتية التكنولوجية، ضعف الثقافة التقنية والوعي الإلكتروني بين أفراد المجتمع وقصور الكوادر البشرية المدربة والمؤهلة في مجال تقنية المعلومات وتطبيقات التجارة

<sup>1</sup>- نفس المرجع السابق، ص 182

<sup>2</sup>- مصطفى منثوري و سيمية، مرجع سبق ذكره، ص ص 312-317

الإلكترونية، بالإضافة إلى عوائق إجتماعية كالأمية في شكلها العام، وحاجز اللّغة، حيث تعد الجوانب الإجتماعية من أصعب العوائق التي تقف في وجه إنتشار التجارة الإلكترونية.

## 2- العوائق التجارية:

تتمثل العوائق التجارية التي تمنع إنتشار التجارة الإلكترونية في الجزائر في:

- عدم توفر حواجز ممارسة التجارة الإلكترونية لدى المؤسسات بسبب قصور رؤوس الأموال لدى المشروعات، حيث يصعب على الأفراد الذين لهم الأفكار والإبداعات من الحصول على القرض للإنتقال في مشروعاتهم التجارية الإلكترونية.
- ضعف التوجيهات والمساعدات اللازمة للتحويل للتجارة الإلكترونية من خلال عدم توفر شركات للوساطة تقوم بدور نقل البضائع المباعه إلكترونيا، نقص في المحتوى المعلوماتي المساند لأنشطة المؤسسات، أيضا عدم تأدية حاضنات الأعمال المتعلقة بتطوير التجارة الإلكترونية الدور المطلوب منها لعدم تكيفها مع الظروف المحلية وعدم إقتراح مشروعات جديدة من قبل المؤسسات عبر شبكة الأنترنت.

## 3- العوائق القانونية والتشريعية:

إن ظهور الوسائط الإلكترونية للتعامل نتج عنه العديد من المشاكل والقضايا القانونية المترتبة عن إستخدام هذه الوسائط، حيث تواجه الجزائر تحديا في وضع التشريعات التي تتلائم من النمط الحديث ولعلّ من أبرز العقبات التي تحول تتصدى لتطور التجارة الإلكترونية الجزائرية هو عدم إصدار قانون خاص ينظم التجارة الإلكترونية، ومنه فإن بناء التجارة الإلكترونية الجزائرية وإعتمادها يتطلب عنصر أساسي، هو وجود نص قانوني خاص يشرح ماهية التجارة الإلكترونية وينظمها.<sup>1</sup>

## 4- العوائق الحكومية:

تتمثل في :

طبيعة السياسات التي تتبناها الحكومات الجزائرية المتعاقبة والتي تعمل على تأخير تبني وإنتشار التجارة الإلكترونية، وأيضا من بين العقبات عدم فتح بعض القطاعات الحساسة إقتصاديا وبالتالي تخفيض التكاليف لتحفيز إنتشار التجارة الإلكترونية مثل: قطاع النقل، عدم دعم الحكومة للمؤسسات التجارية الوطنية للمنافسة مع نظيراتها الدولية مما يحد من قدرتها على مواجهة المنافسة، البيروقراطية في إجراءات التصدير والإستيراد.<sup>2</sup>

## 5- العوائق المصرفية:

تطور نظام الدفع الإلكتروني والصيرفة الإلكترونية شرط أساسي لنجاح التجارة الإلكترونية، فرغم الجهود المبذولة في القطاع المصرفي الجزائري لا تزال بعيدة عن المستوى المطلوب فعدد حاملي البطاقات البنكية لم يتجاوز المليون في مجتمع يبلغ عدد سكانه 37 مليون، و لازالت البطاقات البنكية لا تسمح بالشراء عبر الأنترنت رغم

<sup>1</sup> -سمية ديمش، مرجع سبق ذكره، 284

<sup>2</sup> -بلقيوم صباح، أثر تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات الحديثة على التسيير الإستراتيجي للمؤسسات الإقتصادية، رسالة مقدمة

لنيل شهادة الدكتوراة في علوم التسيير، جامعة قسنطينة2، منشورة، 2013/2012، ص 230

التصريحات الحكومية إلا أنها تبقى حبرا على ورق لذلك وعدد الصرافات الآلية يبقى ضئيلا على المستوى الوطني من أجل تطور هذا النظام الإلكتروني يلزم بذل العديد من الجهود لتحديث هذا النظام لكسب ثقة المتعاملين المستهلكين أو التجار أو المؤسسات، وذلك من خلال تحسين نوعية الخدمات البنكية والقضاء على مشاكل السيولة وكذا رفع معدل إنتشار البنوك الذي لا يزال ضعيفا في الجزائر فحسب جمعية البنوك والمؤسسات المالية فإنه توجد وكالة لكل 28000 ساكن، بالمقارنة بوكالة لكل 12000 ساكن في المغرب، لكل 9000 ساكن في تونس.

#### 6- العوائق الأمنية:

رغم توفر برامج الأمن والحماية لنظم المعلومات والتجارة الإلكترونية كالتشفير والشهادات الرقمية والجدران النارية... إلا أنه لا تخلو التجارة الإلكترونية من عمليات الإحتيال والابتزاز وقرصنة الحسابات وغسيل الأموال والسلع المقلدة... هذا ما يزيد من تخوف المستهلك والمؤسسة على حد سواء في الجزائر كما في باقي الدول لهذا تبقى مشاكل الأمن من العوائق والمسائل الشائكة التي لا بد أن يحول إليها إهتمام كبير من أجل كسب الثقة في مجتمع التعاملات الإلكترونية .

#### 7- العوائق التنظيمية:

إن إنعدام التنظيم وسوء الغدارة يؤدي إلى عدم تنفيذ المشاريع المبرمجة في الآجال المحددة رغم تخصيص مبالغ ضخمة فمثلا كانت الحكومة قد خصصت غلafa ماليا قدر بنصف مليار دولار وقت إطلاق مشروع "أسرتيك1" في حين لم يستفد من الكمبيوتر عبر النسختين الأولى والثانية للمشروع ما عدا 50 ألف مواطن في حين أن التنفيذ كان سيئا كما لم يتم تلبية جميع الشروط اللازمة لنجاحها حيث أن البنوك لم تكن جاهزة، وإتصالات الجزائر لم توفر الأنترنيت والربط وفق ما تم الاتفاق عليه، كما أن شركات تصنيع الحواسيب لم تكن متوفرة، والمواطنون لم يكن لديهم إستعداد للتكنولوجيات، فمشروع الجزائر الإلكترونية الذي رصد له مبلغ 4 ملايين دولار لم تصل نسبة تنفيذه 55% بسبب فشل مشروع الجزائر الإلكترونية هو عدم مشاركة القطاعات الوزارية المختلفة بالتنسيق مع وزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام والإتصال في تجسيد الملف لذلك قررت الوزارة تمديد أشغال المشروع لسنوات أخرى حيث لن يتم اختتام تنفيذ الجزائر الإلكترونية خلال سنة 2013 وإنما سيتواصل تجسيد المشروع لسنوات أخرى.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>-صراع كريمة، نفس المرجع السابق، ص 175-177

ثانيا: سبل ومتطلبات تطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر

في ظل تنامي الإهتمام العالي للتجارة الإلكترونية، يتعين على الجزائر أن تدرك حقيقة وضعها على خريطة التجارة الإلكترونية الحديثة، وتحاول تدارك التأخر من خلال إيجاد الحلول وإتخاذ بعض الإجراءات قصد النهوض بهذه التجارة وإيجاد البيئة التكميلية المناسبة لمشاريعها .

### 1- سبل تطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر:

تتمثل فيما يلي:<sup>1</sup>

#### أ- السبل التكنولوجية:

تبني نظم وشبكات متطورة في قطاع الإتصالات السلكية واللاسلكية كنظام عصري قادر على توفير الإتصالات في غاية السرعة والكفاءة والإستجابة السريعة، أيضا الإفتتاح في تبادل المعلومات بين الأطراف المشاركة فيها مع تحقيق السرعة، الإعتماد على مصادر الطاقة الكهربائية الكافية لتأمين العمل الإلكتروني بتحديث وتطوير قدرات التوريد والنقل والتوزيع .

#### ب- السبل الإجتماعية:

إعداد مجتمع لتقبل فكرة التجارة الإلكترونية كسبيل حديث لإتمام المعاملات التجارية وهذا من خلال البرامج عبر وسائل الإعلام والإتصال، أيضا إعتماد خبرات بشرية ذات كفاءة بالتكوين لرأس مال بشري متخصص.

#### ت- السبل التوعوية:

إن نجاح هذه السبل التوعوية يستدعي التركيز على نشر الثقافة والمعرفة بإستخدام الأنترنت والتجارة الإلكترونية وتكون من خلال:<sup>2</sup> التثقيف التكنولوجي حيث يتم نشر الثقافة الإلكترونية من خلال تنظيم ملتقيات تحسيسية حول التجارة الإلكترونية، إعداد مجتمع الأعمال للتجارة الإلكترونية حيث أن مسألة التوعية لا تقتصر على الأفراد بل لابد أن تشمل المؤسسات كذلك، فتبني تطبيقات التجارة الإلكترونية في الشركات يعتمد على مدى قبول هذه التكنولوجيا وإدراك إمكانيتها من قبل العاملين بالشركة سواء مديرين أو موظفين، تهمين دور التعليم حيث يخص جانب التعليم دور جوهري بإعتباره النطاق الذي تبنى فيه الطاقات البشرية التي تحتاجها صناعات إقتصاد المعرفة وإعتماد الحكومة للتجارة الإلكترونية(ممارسة الحكومة للتجارة الإلكترونية).

#### ث- السبل التشريعية:

إن إقامة تجارة إلكترونية وتحقيق الفوائد المرجوة منها يستدعي ضرورة القيام بتعديلات عميقة تشمل التوجه السريع للنظم القانونية الجزائرية لمعالجة الآثار الناجمة عن إستخدام تكنولوجيا الإعلام والإتصال في الجانب التجاري من خلال حركة تشريعية تعكس إستجابة التشريع الجزائري الجديد .

<sup>1</sup>-بلوافي محمد، مدى إستخدام تكنولوجيا المعلومات في النظام المصرفي الجزائري، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص

نقود و بنوك مالية، جامعة أبي بكر بلقايد-تلمسان، 2006 /2005، ص ص 111-112

<sup>2</sup>-سمية ديمش، مرجع سبق ذكره، ص ص 288-290



## 2- متطلبات اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر

أصبح تفعيل التجارة الإلكترونية واقع محتوم يفرضه الانتقال إلى إقتصاد السوق والإنتشار السريع لإستعمال تكنولوجيا المعلومات والإتصال، ويمكن حصر الإحتياجات الرئيسية لتطوير وإعتماد هذه التجارة في تحسين وتوسيع البنية التحتية لشبكة الأنترنت.<sup>1</sup>

### أ- تطوير وتوسيع البنية التحتية لشبكة الأنترنت:

من المتطلبات الرئيسية لتفعيل التجارة الإلكترونية، وهي توفير بنية تحتية قابلة للتوسع التفاعل مع التطورات التكنولوجية والعلمية، ويتمثل ذلك في إنشاء شبكات رئيسية للأنترنت تخدم التطبيقات الإلكترونية مع ضمان الحماية التقنية للتعاملات الإلكترونية، ولتحقيق ذلك فإنه من الضروري تخفيض تعريفه الإتصالات الداخلية أو إلغاءها خاصة فيما يتعلق بالولوج إلى شبكة الأنترنت، وذلك لتعميم إستخدام التجارة الإلكترونية ووضع هذه الشبكة في متناول الجميع.

### ب- تشجيع البحث في مجال تكنولوجيا المعلومات والإتصالات:

إن إستخدام الأنترنت والتجارة الإلكترونية في الجزائر مرهون بإنتشار المواقع باللغة العربية، كما أن السيطرة على تكنولوجيا المعلومات والإتصالات يحتاج إلى تأهيل عالي المستوى وبحوث متخصصة في هذه التكنولوجيا خاصة منها المتعلقة بالبحوث في مجالات تحسين أداء محركات البحث العربية وكذا تطوير البرمجيات التطبيقية العربية، وأقلمة التجهيزات والبرمجيات الأساسية مع المحيط المحلي خاصة فيما يتعلق بأمن الشبكات، وكذا التوسع في تطوير بعض التطبيقات الإلكترونية الأساسية مثل: التعليم والتدريب عن بعد .

### ت- تحديث القوانين والتشريعات والإجراءات:

يتطلب الولوج في التجارة الإلكترونية، توفير الإطار والحماية القانونية لها، وذلك عن طريق اعتماد قوانين الملكية الفكرية ووضع الآليات المناسبة لتفعيل ذلك، وفتح مجال المنافسة في قطاع تكنولوجيايات الإعلام والإتصال وتوسيع تبادل المعلومات وتحريره قدر الإمكان، بالإضافة إلى ذلك يجب الحماية القانونية والثقة لجميع المتعاملين مما يساعد على تقليل عملية النصب والإحتيال من خلال سن قواعد صارمة لتفادي ذلك .

### ث- إستقطاب المستثمرين الأجانب وتطوير الخدمات المصرفية:

يقصد بذلك مستثمرين من دول رائدة في مجال التجارة الإلكترونية، من أجل تبادل الخبرات وتكوين الإطار في مجال تصميم البرمجيات وحماية وأمن المواقع بتوفير فترات تدريبية في الخارج، ولإستقطاب هذه الإستثمارات يجب تطوير الخدمات المصرفية ذات مستوى أمان متطور بوضع الضوابط وتسهيل التعامل المصرفي عن بعد، وكذا اعتماد التوقيع الإلكتروني والحفاظ على سرية المعاملات المصرفية عند تشفيرها.

<sup>1</sup>-مصطفى منثوري وسيمة، مرجع سبق ذكره، ص ص 336-337

ج- اقتصاد متطور:

تتطلب التجارة الإلكترونية اقتصادا متطورا نسبيا ومتنوعا ومرنا، ليكون قادرا على تلبية الطلب، سواء على المستوى الداخلي أو الدولي، أي يلتزم أن يكون لدى الدولة سلع تستطيع أن تصدرها، سواء كانت سلعا زراعية أو صناعية أو خدمات بمختلف صورها باستخدام الوسائل الإلكترونية، فالتجارة الإلكترونية لها مميزات عديدة تعود بالمنفعة على الإقتصاد الوطني، فهي تزيد من معدلات الصادرات بتكلفة قليلة مع إمكانية عقد الصفقات التجارية وإنهاءها بسرعة كبيرة وبدون عناء، وذلك من خلال سهولة الوصول إلى مراكز الإستهلاك الأساسية، مما يساهم في زيادة المداخيل والموارد المالية خارج نطاق المحروقات، وهذا ما تسعى إليه الجزائر دائما.

ح- توافر الكوادر البشرية:

وتشمل الكوادر البشرية المتخصصة في مجال تقنية الإتصالات والأنترنت والبرامج التطبيقية ذات العلاقة بالتجارة الإلكترونية، ومن ناحية ثانية تتطلب هذه التجارة تحضير مجتمع لديه الرغبة في استخدام وممارسة هذا النوع من التجارة، ويرتفع معدل التحضير الإلكتروني لأي مجتمع من خلال تطوير نوعية الأنظمة التعليمية حتى يصبح مجتمعا ذات معرفة وثقافة تكنولوجية وتقنية.

خ- توفير الأمن الإلكتروني:

تعتبر الجزائر من البلدان الفتية في الإستعمال التكنولوجي بشكل عام، والتعاملات الإلكترونية بشكل خاص، لذلك فإنه من الطبيعي أن نجد ضعف أو غياب الثقة في هذه التعاملات من قبل المتعاملين بها، نظرا للانتشار الكبير للقرصنة الإلكترونية التي تخترق الحسابات الخاصة بالمستهلك وتتلاعب بمعلوماته مما يعرضها للخطر، أو اختراق المواقع التجارية من طرف قرصنة الأنترنت مما يترتب عن ذلك خسائر مادية ضخمة، لذلك يجب توفير حماية إلكترونية تضمن للمستهلك وللشركات التجارية الإلكترونية السرية لإتمام التعاملات التي تتم إلكترونيا.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> عبد الرحمان العيشي، آليات التجارة الإلكترونية و أثرها في الجزائر، مجلة البحوث و الدراسات القانونية و السياسية، جامعة

البلدية-2-، العدد الثالث عشر، ص ص 170-171

### ثالثا: مستقبل الإقتصاد الجزائري بعد اعتماد التجارة الإلكترونية

في ظل التوقعات المتفائلة للتحوّل من الإقتصاد التقليدي إلى الإقتصاد الجديد، فإنه هناك دلائل وإشارات تؤيد هذه التوقعات، ويمكن بيانها من خلال إستعراض بعض الآثار والفوائد لتطبيقات التجارة الإلكترونية عبر شبكة الانترنت وفي هذا القسم سوف نجمال هذه الآثار والفوائد المتحصلة من التجارة عبر شبكة الانترنت على مستوى قطاعات الأعمال ومستوى الأفراد (المستهلكين) والمستوى القومي أو الكلي .

#### 1- الآثار الإقتصادية للتجارة الإلكترونية على مستوى قطاع الأعمال

تتلخص أبرز الفوائد الإقتصادية للتجارة الإلكترونية على مستوى الشركات والمؤسسات التجارية في الآتي :<sup>1</sup>

##### أ- توسيع نطاق السوق:

حيث تعمل التجارة الإلكترونية على توسيع دائرة السوق المحلي وكذلك النفاذ إلى الأسواق العالمية وخلق أسواق جديدة كان يتعذر إيجادها في التجارة التقليدية، لان ممارسة التجارة عبر شبكة الانترنت تجعل المنتجات من السلع والخدمات متاحة لأكبر عدد ممكن من المستهلكين ،و يعد الدخول اليوسير والفعال إلى الأسواق المحلية والدولية لمؤسسات الأعمال أحد الفوائد المباشرة للتجارة الإلكترونية التي تعتمد على الانترنت، ولذلك فإنه بإمكان أي فرد أن يصبح تاجرا على الانترنت بتكاليف منخفضة جدا.

##### ب- تفعيل مفهوم المنافسة الكاملة في السوق:

حيث تعمل التجارة الإلكترونية على تقليص المساحات بين المنتجين والمستهلكين مما يتيح التواجد الإلكتروني القريب بين البائع والمشتري الأمر الذي يؤدي على تحسين مستوى ونوعية المنتج عن طريق خدمات ما قبل وما بعد البيع وتوفر المعلومات عن طبيعة المنتجات وأسعارها ومنتجها في السوق، وكذلك الإستجابة السريعة لطلبات السوق.

##### ت- إنخفاض تكاليف العملية التجارية:

تمثل تكاليف الصفقات التجارية المتمثلة في جمع المعلومات والتفاوض وأتعاب السمسرة وعمولات المبيعات والإجراءات الإدارية وغيرها، وتلعب التجارة الإلكترونية دورا مهما في تخفيض هذه التكاليف من خلال تحسين تدفق المعلومات وزيادة تنسيق الأعمال وكذلك إنخفاض تكاليف البحث عن المعلومات المتعلقة بالمشتريين المحتملين والبائعين في السوق.

##### ث- تحكّم أفضل في إدارة المخزون:

تسهم التجارة الإلكترونية في خفض المخزون عن طريق إستعمال عملية السحب في نظام إدارة سلسلة التوريد حيث تبدأ العملية بالحصول على الطلب التجاري من المشتري وتزويده بطلبه من خلال التصنيع في الوقت المناسب، وهذا من شأنه تقليص الدورة التجارية بدرجة كبيرة حيث يتم شحن المنتج مباشرة من المصنع إلى المشتري النهائي ويكون هذا بالنسبة للسلع والخدمات التي يتم تسليمها إلكترونيا.

<sup>1</sup>-رشيد علام، مرجع سبق ذكره، ص 160

## 2- الآثار الاقتصادية للتجارة الإلكترونية على مستوى المستهلكين:

المستهلك له نصيب من التجارة الإلكترونية إذا كان مستهلكا إلكترونيا عبر شبكة الأنترنت وتتمثل هذه الفوائد في الآتي<sup>1</sup>:

أ- **سرعة وسهولة التسوق:** حيث يكون للمستهلك نطاقا أوسع للتسوق عبر شبكة الأنترنت على مدار الساعة، وفي أي يوم يريد، و في أي مكان، فأني شخص لديه حاسب آلي ومتصل بالأنترنت وبإمكانه أن يصبح مستهلكا عالميا وهو في منزله .

ب- **تعدد الخيارات:** توفر التجارة الإلكترونية العديد من الخيارات للمستهلك من أجل إمكانية الوصول إلى منتجات ومراكز تسوق لم تكن متوفرة بالقرب من المستهلك.

ت- **إنخفاض الأسعار وسرعة الحصول على المنتج:** في ظل تعدد وتنوع المنتجات في المواقع التجارية الإلكترونية فإن المستهلك سوف يبحث عن المنتج الأقل سعرا والأفضل جودة وذلك من خلال مقارنة أسعار ونوعيات المنتجات بسهولة وسرعة مما يمكن المستهلك من إختيار أفضل العروض.

ث- **سرعة وسهولة تبادل المعلومات بين المستهلكين:** توفر الأنترنت إمكانية تبادل المعلومات والآراء وتجارب المستهلكين المتعلقة بالمنتجات والخدمات عبر مجتمعات إلكترونية.

## 3- الآثار الاقتصادية للتجارة الإلكترونية على المستوى القومي:

يمكن إبراز الفوائد المتحصلة من التجارة الإلكترونية في الآتي :

أ- **دعم التجارة الخارجية:** توفر التجارة الإلكترونية فرص زيادة معدلات الصادرات.

ب- **دعم التنمية الاقتصادية:** حيث تمثل المشروعات المتوسطة والصغيرة محورا أساسيا في التنمية الاقتصادية.

ت- **دعم التوظيف:** تقدم التجارة الإلكترونية فرصا جديدة للتوظيف حيث تتيح إقامة مشاريع تجارية صغيرة ومتوسطة للأفراد وربطها بالأسواق العالمية بأقل التكاليف الإستثمارية.

ث- **دعم القطاعات التكنولوجية:** يتيح إنتشار التجارة الإلكترونية على المستوى القومي خلق بيئة ومناخ ملائم لظهور قطاعات متخصصة في تقنية المعلومات والاتصالات .

<sup>1</sup>-مرجع سبق ذكره، ص ص 161-164

### خلاصة الفصل

إن إنتشار هذه التجارة الإلكترونية في الجزائر يتطلب العديد من المقومات بإقامة البيئة التكمينية لزرع نواة هذه التجارة، ورغم كل الجهود المبذولة للتفاعل مع التغيرات التكنولوجية وتوفير متطلبات قيام التجارة الإلكترونية إلا أنه حسب تحليلنا للإحصائيات المتوفرة لاحظنا أن هناك تأخرا كبيرا في مجال البنية التحتية للإتصالات، مما حال دون توسع التجارة الإلكترونية الجزائرية، بالإضافة إلى العديد من العراقيل والعقبات التي تعترض نمو هذه التجارة منها ما هو قانوني، تجاري، ثقافي، إجتماعي.

و بهدف تفعيل هذه التجارة، لا بد أن تدرك الجزائر أن مسار التحول إلى التجارة الإلكترونية يتطلب جملة من التغييرات وإعادة الترتيبات، حيث من الضروري التركيز على مجموعة من المقومات والعوامل الإيجابية ، واستخدامها بشكل يعطي الثمار المرجوة منه ويحقق للإنتلاق الفعلي للمعاملات التجارية الإلكترونية. و من أجل وضع نظام دفع في الجزائر لا بد من إنجاز نظام دفع متطور.

خاتمة عامة

في عالم طغت فيه لغة المعرفة، أصبح التقدم التكنولوجي هو المحرك الرئيسي للاقتصاد العالمي، و أضحت تطور الأمم و ازدهارها يقاس بمدى تبنيها لهذه التكنولوجيا، و هو ما جعل العديد من دول العالم تدرك أهمية هذه التكنولوجيا، و تسعى لتسخيرها لخدمة الإقتصاد بأسره، لاسيما الجانب التجاري منه، و الإستفادة من التقنيات الحديثة و إستغلالها بما يسمح بتعزيز نموها و ازدهار اقتصادها و تسعى لتسخيرها لخدمة الإقتصاد بأسره، لاسيما الجانب التجاري منه.

فقد فرضت التجارة الإلكترونية نفسها في جميع دول العالم في تحديد مستقبل الإقتصاد، حيث أصبحت أساس النشاط التجاري، فقد تسارع نموها و تطورها بشكل كبير و سريع في مختلف أنحاء العالم بفضل المزايا التي تتمتع بها خاصة في توفير الجهد و الوقت، و قد ساهمت تجربة الدول المتقدمة التي تبنت التجارة الإلكترونية-للتحول إلى الإقتصاد الرقمي، في تشجيع الجزائر على خوض هذه التجربة للاستفادة من مختلف مزاياها و منافعها، و مواكبة تطورات السوق الإلكترونية الحديثة. و بهذا ركزت الجزائر مختلف جهودها و توجهاتها على اعتماد التجارة الإلكترونية و تطويرها و توسيعها، ساعية بذلك إلى إيجاد مكانة و موضع في عالم التجارة الإلكترونية العلمية. حيث أصبحت التجارة الإلكترونية تفرض وجودها على جميع أصحاب الأعمال و المؤسسات الإقتصادية في العالم لذلك و جب على الجزائر السعي أكثر لملاحقة التطورات السريعة و المتلاحقة في مجال التكنولوجيات الحديثة و التي صارت تؤثر على كافة المجالات الإقتصادية و الإجتماعية و السياسية و بالتالي على الإنتاج و فرص العمل و زيادة الدخل القومي.

وعلى ضوء دراستنا قمنا بالوصول إلى النتائج التالية:

- تشهد الجزائر تقدم ملحوظ في مجال الإهتمام بتطور تكنولوجيات الإعلام و الإتصال مقارنة بالسنوات السابقة، فرغم التطور الذي شهدته الجزائر في مجال الأنترنت و ازدياد عدد مستخدميها لم يزامن تطور في تطبيقات التجارة الإلكترونية، فأغلب الدراسات التي أجريت حول استخدامات التجارة الإلكترونية في الجزائر أظهرت أن هذه الاستخدامات لم تتجاوز بعد المستوى البدائي الذي يشمل أنشطة الإعلان و الترويج و الدفع عند التسليم و لم تصل بعد إلى المستوى الثاني المتمثل في الدفع الفوري الإلكتروني الذي يسمح بتنفيذ المعاملات المالية عبر شبكة الأنترنت بين الشركات فيما بينها و بين الشركات و الأفراد.
- تنامي الإهتمام بتطبيقات التجارة الإلكترونية و زيادة معدلات استخدامها بصورة أسية في مختلف أنحاء العالم.
- تعتبر شبكة الأنترنت من أبرز الركائز الأساسية لقيام التجارة الإلكترونية، حيث ساهمت في امتداد التعاملات التجارية إلى مختلف القارات و لأكثر عدد من العملاء في أقل وقت و بأقل تكلفة.
- انطلاق العديد من المبادرات الفعالة لتطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر و تسريع نموها و انتشارها.
- يرجع الفضل الكبير في تحقيق وجود التجارة الإلكترونية و انتشارها إلى الأدوات المختلفة لتكنولوجيا الإعلام و الإتصال، التي وفرت البيئة التقنية اللازمة لقيام هذه التجارة و التي ما هي إلا استخدام مكثف للتكنولوجيا الحديثة من أجهزة الحاسوب و وسائل و شبكات الإتصالات في المجال التجاري.

#### التوصيات:

- رغم كل العراقيل التي تواجه الجزائر إلا أن النهوض بالتجارة الإلكترونية و رفع التحدي الذي تفرضه ثورة تكنولوجيا الإعلام و الإتصال يستدعي توفر إرادة حقيقية لدى الجزائر لتطوير هذه التجارة و من أهم التوصيات مايلي:
- وضع برامج دعم و تحفيز لمساعدة الأفراد و الشركات للمشاركة في التجارة الإلكترونية بتتمية التدريب و الخبرة الفنية اللزمتين للإشراك بفعالية في التجارة الإلكترونية .
  - توفير البنية الأساسية للإتصالات و نشر خدمات الأنترنت و تخفيض تكلفة الإتصال.
  - تطوير نظام المدفوعات اللازمة للقيام بالعمليات المصرفية لإتمام التعاملات الإلكترونية بسرعة و بأمان من خلال الوسائل الإلكترونية.
  - السّهر على إيجاد التنظيم القانوني و التشريعي اللازم لقيام و اعتماد التجارة الإلكترونية، الذي يضمن استمرارها و يحمي حقوق المستهلكين و البائعين المتعاملين بها، و يضمن الوفاء بالتزاماتهم، و يتم ذلك من خلال تكييف القاعد القانونية الحالية لتلائم مع الطبيعة الخاصة للتعاملات الإلكترونية، و سن تشريعات جديدة للتجارة الإلكترونية تواكب النمو العالمي المتسارع لهذه التعاملات.
  - العمل على تنمية و تأهيل العنصر البشري بما يساعد على زيادة وعيه و إدراكه لأهمية و ضرورة اعتماد التجارة الإلكترونية، من خلال القيام بدورات تثقيفية و حملات إعلامية.



- إعداد دراسات دقيقة حول التجارة الإلكترونية و البنية التحتية اللازمة لتبنيها و المكونة من شبكات الإتصال فائقة السرعة، و التجهيزات الآلية، و تطوير البرمجيات المتخصصة.

#### أفاق البحث:

يبقى موضوع التجارة الإلكترونية موضوعا كبيرا و متشعبا لذلك حاولنا بقدر الإمكان الإلمام ببعض الجوانب في هذا الموضوع لكن تبقى الكثير من المواضيع المطروحة في هذا المجال من بينها نقترح:

- معوقات و أسباب عدم تطور التجارة الإلكترونية في الجزائر
- ما دور أنظمة المعلومات في تطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر
- أنظمة الدفع و دورها في تفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر

# قائمة المراجع

## قائمة المراجع

### قائمة المراجع:

أولاً: المراجع باللّغة العربية:

✓ الكتب:

- 1- فادي محمد عماد الدين توكل، عقد التجارة الإلكترونية، منشورات الحلبي الحقوقية، ب م ن، ب س ن، الطبعة الاولى.
- 2- محمد إبراهيم أبو الهيجاء، عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة، عمّان 2011، الطبعة الأولى، الطبعة الثانية.
- 3- محمد عبد حسين الطائي، التجارة الإلكترونية، دار الثقافة، عمّان 2011، الطبعة الاولى.
- 4- محمد نور برهان، عز الدين خطاب، التجارة الإلكترونية، الشركة العربية المتحدة للتسويق و التوريدات، القدس 2009.

✓ المذكرات:

- 1- آسيا قاسيمي، أثر العولمة المالية، على تطوير الخدمات المصرفية و تحسين القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية، رسالة دكتورة، جامعة محمد بوقرة، تخصص اقتصادية المالية و البنوك، 2015/2014.
- 2- بن وارث حكيمة، دور و أهمية التجارة الإلكترونية في اقتصاد المعرفة -مع الإشارة للعالم العربي، رسالة ماجستير للعلوم الإقتصادية، تخصص مناجمت المؤسسة، المركز الجامعي العربي بن المهدي، أم البواقي، 2008/2007.
- 3- بلقيدوم صباح، أثر تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات الحديثة على التسيير الإستراتيجي للمؤسسات الإقتصادية، رسالة دكتورة في علوم التسيير، جامعة قسنطينة 2، 2013/2012.
- 4- بلوافي محمد، مدى استجابة تكنولوجيا المعلومات في النظام المصرفي الجزائري، رسالة ماجستير، تخصص بنوك و نقود مالية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2006/2005.
- 5- بوباح عالية، دور الانترنت في مجال تسويق الخدمات-دراسة حالة قطاع الخدمات، رسالة ماجستير، تخصص تسويق 2011/2010.
- 6- خولة فرحات، أثر التجارة الإلكترونية على تحسين نوعية الخدمة المصرفية، رسالة ماجستير، تخصص إدارة أعمال، 2008/2007.
- 7- دبوش عبد القادر، إنعكاسات سياسة التحرير المصرفي على البنوك الجزائرية و استراتيجية عمل البنوك لمواجهتها، رسالة ماجستير في العلوم الإقتصادية، جامعة العربي بن المهدي، أم البواقي، 2009/2008.
- 8- رشيد علام، عوائق تطور التجارة الإلكترونية في الوطن العربي، رسالة ماجستير، الأكاديمية العربية البريطانية، بريطانيا، 2010/2009.
- 9- زهير زواش، دور نظام الدفع في تحسين المعاملات المصرفية، رسالة ماجستير في العلوم الإقتصادية، جامعة العربي بن المهدي، أم البواقي، 2011/2010.

## قائمة المراجع

- 10- سمية ديمش، التجارة الإلكترونية حقيقتها و واقعها، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تحليل و استشراف اقتصادي، جامعة منثوري، قسنطينة، 2011/2010.
- 11- شهرزاد عبيدي، الأنترنت و التجارة الإلكترونية و دورها في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة، رسالة دكتوراة، جامعة الحاج لخضر، باتنة، تخصص تسويق، 2016/2015.
- 12- صراع كريمة، واقع و آفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، رسالة ماجستير، جامعة وهران، 2014/2013.
- 13- لوصيف عمار، استراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي و العشرين مع الإشارة للتجربة الجزائرية، رسالة ماجستير، تخصص تحليل و استشراف اقتصادي، 2009/2008.
- 14- محمد منثوري و سيمية، النظام القانوني للتجارة في التشريع الجزائري و المقارن، رسالة دكتوراة، تخصص قانون العلاقات الاقتصادية الدولية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2017/2016.
- 15- هاله جمال الدين محمد محمود، أحكام الإثبات في عقود التجارة الإلكترونية، رسالة دكتوراة، القاهرة 2012

### ✓ المجالات:

- 1- السعيد بريكة، فوزي شوقي، تحديات وسائل الدفع الإلكتروني، مجلة البحوث الاقتصادية و المالية، جامعة أم البواقي، الجزائر، العدد الثاني/ديسمبر 2014.
- 2- آيت مبارك، سامية، التجارة الإلكترونية في الجزائر في ظل تطور استخدام تكنولوجيا المعلومات و الإتصال، مجلة علوم الإقتصاد و التسيير و التجارة، العدد 33، 2016.
- 3- سرور طالبي المل، مجلة جيل للأبحاث القانونية المعمقة، العدد الخامس، يوليو 2016.
- 4- سمية عبايسة، وسائل الدفع الإلكتروني في النظام البنكي الجزائري-الواقع و المعوقات و الآفاق المستقبلية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة أم البواقي، الجزائر، العدد السادس، ديسمبر 2016.
- 5- عبد الرحمان العيشي، آليات التجارة الإلكترونية و أثرها في الجزائر، مجلة البحوث و الدراسات القانونية و السياسية، جامعة البليدة 2، العدد الثالث عشر.
- 6- وفاء عبدلي، وسيلة الدفع الإلكترونية بين حتمية العولمة المصرفية و واقع الوظيفة النقدية في الجزائر مجلة الدراسات و البحوث القانونية، جامعة الإخوة منثوري، قسنطينة، العدد الرابع.

### ✓ المؤتمرات:

- 1- ناجي الزهراء، التجربة التشريعية الجزائرية في تنظيم المعاملات الإلكترونية المدنية و التجارية، المؤتمر العلمي المغاربي حول المعلوماتية و القانون، أكاديمية الدراسات العليا، طرابلس، 28 إلى 29 أكتوبر 2009.

### ثانيا: مراجع الأنترنت

1- [kenanaon line.com>anmedkard>poste](http://kenanaon.line.com>anmedkard>poste)

## قائمة المراجع

---

2- التجارة الإلكترونية في الجزائر ALGERI >article>al-ain.com :htts