



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلّة
معهد العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

المرجع :/2017

الميدان : العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية

قسم : علوم التسيير

الشعبة : علوم التسيير

التخصص : مالية وبنوك

مذكرة بعنوان :

العلاقة بين وسائل الدفع الالكترونية ونمو التجارة الالكترونية

حالة الجزائر (2008 - 2014)

مذكرة مكملّة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير (ل.م.د) تخصص " مالية وبنوك "

إشراف الأستاذ:

إعداد الطالبتين:

- لطيف وليد

- شوقي أمل.

لجنة المناقشة:

- عميور أميرة

الصفة	الجامعة	اسم ولقب الأستاذ(ة)
رئيسا	المركز الجامعي ميلّة	بوالريحان فاروق
مناقشا	المركز الجامعي ميلّة	باي مريم
مشرفا ومقررا	المركز الجامعي ميلّة	لطيف وليد



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميله
معهد العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

المرجع :/2017

الميدان : العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية

قسم : علوم التسيير

الشعبة : علوم التسيير

التخصص : مالية وبنوك

مذكرة بعنوان :

العلاقة بين وسائل الدفع الالكترونية ونمو التجارة الالكترونية
حالة الجزائر (2008 - 2014)

مذكرة مكمله لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير (ل.م.د) تخصص " مالية وبنوك "

إشراف الأستاذ:

إعداد الطالبتين:

- لطيف وليد

- شوقي أمال

لجنة المناقشة:

- عميور أميرة

الصفة	الجامعة	اسم ولقب الأستاذ(ة)
رئيسا	المركز الجامعي ميله	بوالريحان فاروق
مناقشا	المركز الجامعي ميله	باي مريم
مشرفا ومقررا	المركز الجامعي ميله	لطيف وليد



دعاء

يارب ...لا تدعني أصاب بالغرور إذا نجحت ولا أصاب باليأس إذا فشلت،
بل ذكرني دائما بأن الفشل هو التجارب التي تسبق النجاح.

يارب...علمني بأن التسامح هو أكبر مرات من القوة،

وأن حب الانتقام هو أول مظاهر الضعف.

يارب ...إذا جردتني من المال أترك لي الأمل، و إذا جردتني من النجاح
أترك لي قوة العناد حتى أتغلب على الفشل،

و إذا جردتني من نعمة الصحة اترك لي نعمة الإيمان.

يارب... إذا أسأت للناس أعطني شجاعة الاعتذار،

وإذا أسأؤوا لي أعطيني شجاعة العفو.

يارب ...إذا نسيتك فلا تنساني.

شكر وعرفان

الحمد لله عزّوجلّ الذي أرانا الحق وأرانا الباطل ووفقنا اجتنابه

وأنا لنا دربنا بنوره ورحمته وصلى الله وسلم تسليماً كثيراً على

سيد الخلق جميعاً محمد ﷺ، وعلى آله وصحبه

ومن والاه بإحسان إلى يوم الدين

نتقدم بأسمى عبارات الشكر والعرفان والتقدير

إلى الأستاذ المشرف " **لطيف وليد** "

الذي أشرف وساعدنا على إنجاز هذا العمل

بتوجيهاته الرشيدة ونصائحه القيمة

وصبره على جهلنا بصغريات الأمور

لك منا أستاذنا أعظم

عبارات الشكر والإمتنان

شكراً جزيلاً

إهداء

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك... ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك... ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك... ولا تطيب الجنة إلا برؤيتك الله ﷻ.

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة... ونصح الأمة... إلى نبي الرحمة ونور العالمين... **سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم**.

إلى من ربّنتي صغيرة وغمرتني عطف وحنان، إلى نبع الحنان الصافي ورمز العطاء الوافي، إلى من فرحت لفرحتي و انزعجت لآلامي إلى التي تحملت و تكبدت لأجلي و مازالت، إلى من أعطتني كل شيء وسهرت من أجلي التي لن أستطيع أن أوفيها حقها مهما عملت ومهما قدمت لن أفيك أُمي الحنون إليك إلى

أُمي الحبيبة

إلى حبيبي الذي تجرع المرارة والآلام تحمل عبء الحياة وشقاها حتى لا أحس بالحرمان، إلى معلمي الأول الذي زودني بحكمته وموعظته فكان مثلي الأعلى وقودتي في الحياة إلى الشمعة التي تذوب من أجل إضاءة حياتي، إلى أظهر وأحب و أقرب خلق الله إلى قلبي، إلى الذي لا تفية كل وسائل الكتابة حقه فمهما كنت طليقة اللسان عجزت كلماتي أمامه إلى

والدي العزيز رحمه الله

إلى من تشاركنا كل لحظات الحب والحنان والحزن والدمع والفرح إلى أحن جدة في الوجود لكي جدتي مسعودة أدامك الله بركة وسند لنا وتاج فوق رؤوسنا.

إلى أميرات قلبي والشموع التي أضاءت حياتي التي يلون حبهن حياتي لأن حياتي من دونهن ليس لها معنى إلیکن **{أحلام، مريم،** محبو بتي وآخر العنقود شمس **"ميسو"** أتمنى لها النجاح في شهادة بكالوريا}.

إلى أختي الغالية فوزية وزوجها محمد وأروع طفلين في العالم أنس وأميمة وكل عائلتهم، إلى حبيبتي سيمه وزوجها فاتح وأروع برعمة **جود** و كل عائلتهم، إلى عزيزتي عزيزة وزوجها هشام وكل عائلتهم كل أفراد عائلة **شوقي**.

كما أهدي عملي هذا إلى زميلتي في البحث وفي نفس الوقت رفيقة دربي أميرة.

إلى رفيقات دربي وصديقات العمر التي تحلوا معهم الحياة آمال، فراح، الشيماء، سهام، بسمه، أمينة، مريم. وفي الأخير إلى كل من نساهم قلبي ولساني وبتذكرهم قلبي، إلى كل من يقدر العلم ويسعى في طلبه، إلى كل من ترك أثرا طيبا في قلبي.

أمال

إهداء

إلى من كرر ذكرها رسولنا الكريم ﷺ صلى الله عليه وسلم ثلاثا
إلى من تألفت عليها قصائد دون أن تستوفي وصفها
إلى من عجز عن وصفها قلبي
إلى من يجري حبها في دمي

إلى

أمي

إلى رمز العطاء، إلى مدرسة الوقار والأدب

إلى

أبي

إلى من أسعدني وجودهم في حياتي
إخوتي: حسين، أسامة، إبراهيم، إسماعيل، يحيى وزوجته فاطمة
وأبنائه: عبد الرحمن ومرام
إلى أختي: فاطمة وزوجها سفيان وابنتيهما: آلاء الرحمن، دعاء
وأختي سميرة وزوجها رفيق
إلى جدي العزيز محمد بن قارة وخالاتي جنة وحنان ونورة وجلييلة
إلى صديقاتي:
مريم وأمال وإيناس
ونبات العيلة:
وصال، رتاج، إبتهاال
إلى أصغر فرد في العائلة الكبيرة
محمد

إلى كل عائلة عميور وبن قارة

إلى كل من ساعدني وشجعني من قريب أو بعيد.

أميرة

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	شكر وعرفان.....
	إهداء.....
	الفهرس.....
I	قائمة الجداول
II	قائمة الأشكال
III	ملخص.....
أ-ز	مقدمة.....
ب	إشكالية الدراسة.....
ب	فرضيات الدراسة
ج	أهمية الدراسة.....
ج	دوافع اختيار الموضوع.....
د	أهداف الدراسة.....
د	صعوبات التي واجهتنا في الدراسة
و	منهج الدراسة وأدواته.....
و	هيكل البحث.....
44-1	الفصل الأول: أساسيات في التجارة الالكترونية.....
2	تمهيد.....
3	المبحث الأول: ماهية التجارة الالكترونية.....
3	المطلب الأول: نشأة وتعريف التجارة الالكترونية.....
9	المطلب الثاني: مستويات وأشكال التجارة الالكترونية.....
16	المطلب الثالث: خصائص ومجالات التجارة الالكترونية.....
19	المطلب الرابع: أهمية وفوائد لتجارة الالكترونية.....
21	المبحث الثاني: نمو التجارة الالكترونية.....
21	المطلب الأول: دوافع وشروط التجارة الالكترونية.....
25	المطلب الثاني: وظائف وقواعد التجارة الالكترونية.....
29	المطلب الثالث: الأبعاد الاقتصادية التجارة الالكترونية.....
30	المطلب الرابع: مزايا وعيوب التجارة الالكترونية.....
34	المبحث الثالث: سيرورة التجارة الالكترونية.....

34	المطلب الأول: أطراف التجارة الالكترونية.....
37	المطلب الثاني: مراحل إبرام عقود التجارة الالكترونية ومؤشراتها.....
38	المطلب الثالث: مشاكل وتحديات التجارة الالكترونية.....
44	خلاصة الفصل.....
87-45	الفصل الثاني: وسائل الدفع الالكتروني.....
46	تمهيد.....
47	المبحث الأول: ماهية وسائل الدفع الالكتروني.....
47	المطلب الأول: تطور وتعريف وسائل الدفع الالكتروني وشروطها.....
49	المطلب الثاني: خصائص وسائل الدفع الالكتروني وأطراف التعامل ببطاقتها.....
51	المطلب الثالث: أهمية وسائل الدفع الالكتروني ومزاياها وعيوبها.....
53	المطلب الثالث: مخاطر استعمال وسائل الدفع الالكترونية.....
59	المبحث الثاني: وسائل ووسائل الدفع الالكتروني المستخدمة في التجارة الالكترونية
59	المطلب الأول: التحويل المالي الالكتروني والمحافظ الالكترونية.....
64	المطلب الثاني: البطاقات البنكية والبطاقات الذكية
72	المطلب الثالث: الشيكات الالكترونية والنقود الالكترونية.....
75	المطلب الرابع: وسائل الدفع الالكتروني.....
79	المبحث الثالث: تأمين وسائل الدفع الالكتروني المستخدمة في التجارة الالكترونية
79	المطلب الأول: تقنية طبقات الفتحات الالكترونية والحركات المالية الأمنية.....
80	المطلب الثاني: التشفير والبصمة الالكترونية والتوقيع الرقمي.....
85	المطلب الثالث: الشهادات الرقمية والجدران النارية (حوائط المنع).....
87	خلاصة الفصل.....
142-88	الفصل الثالث: وسائل الدفع الالكتروني وعلاقتها بنمو التجارة الالكترونية حالة الجزائر 2014-2008.....
89	تمهيد
90	المبحث الأول: التجارة الالكترونية في الجزائر.....
90	المطلب الأول: تشخيص عام لواقع التجارة الالكترونية في الجزائر.....
92	المطلب الثاني: فوائد التجارة الالكترونية والمنافع التي تحققها المؤسسات الاقتصادية الجزائرية من ممارستها.....

93	المطلب الثالث: الصعوبات التي تواجه عمل التجارة الإلكترونية في الجزائر وأسباب عدم انتشارها.....
97	المبحث الثاني: وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر.....
97	المطلب الأول: وسائل ووسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر.....
113	المطلب الثاني: مؤسسات أنظمة الدفع الإلكتروني وسبل تطوير استعمال وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر.....
115	المطلب الثالث: العوامل المعرقة لنجاح وسائل الدفع الإلكتروني بالجزائر.....
117	المطلب الرابع: تأمين وسائل الدفع الإلكتروني في القانون المدني الجزائري.....
121	المبحث الثالث: تقييم دور وسائل الدفع الإلكترونية في نمو التجارة الإلكترونية في الجزائر 2008-2014.....
121	المطلب الأول: التجارة الإلكترونية على مستوى العالم.....
124	المطلب الثاني: التجارة الإلكترونية في الوطن العربي.....
134	المطلب الثالث: التجارة الإلكترونية في الجزائر للفترة 2008-2014.....
142	خلاصة الفصل.....
144	خاتمة.....
149	قائمة المراجع.....

قائمة الجداول

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
(1-1)	مقارنة بين التجارة الالكترونية والتجارة التقليدية.	9-8
(1-2)	إجراء عمليات الدفع بواسطة بطاقة الحساب البريدي الجاري المغناطيسية حسب المبالغ المحددة بأسقف.	98
(2-2)	جدول يوضح إجراء عمليات الدفع بواسطة البطاقات الذهبية حسب المبالغ المحددة بأسقف.	98
(3-2)	جدول يوضح إجراء عمليات الدفع بواسطة البطاقة الكلاسيكية الجانب 01 حسب المبالغ المحددة بأسقف	99
(4-2)	جدول يوضح إجراء عمليات الدفع بواسطة البطاقة الكلاسيكية الجانب 02 حسب المبالغ المحددة بأسقف	99
(1-3)	يوضح عدد استخدامات البطاقة البيبنكية في الجزائر في الفترة 2010-2013.	106
(1-4)	يوضح أنواع البطاقات الممنوحة من طرف البنك الوطني الجزائري.	109
(1-5)	عدد الصرافات الآلية في الجزائر خلال الفترة من 2010-2013.	111
(1-6)	جدول يوضح عدد نهائي نقاط البيع الالكترونية "TPV" في الجزائر.	112
(1-7)	ترتيب بعض الدول عالميا في مجال التجارة الالكترونية.	123
(1-8)	أنواع المنتجات التي يتم شراؤها على الانترنت.	126
(2-9)	حجم المشتريات عبر الانترنت في الدول العربية.	126
(3-10)	حجم سوق التجارة الالكترونية في العالم العربي.	126
(4-11)	الدول العربية المتصدرة في مجال التجارة الالكترونية.	127

قائمة الأشكال

قائمة الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
(1-1)	السيرورة الإجمالية لعملية الدفع الإلكتروني ببطاقة CIB.	102
(2-1)	سيرورة عملية الدفع الإلكتروني ببطاقة " CIB " مع طلب السماح.	103
(2-2)	سيرورة (La Télécollecte).	104

ملخص:

إن إتساع إستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وظهور شبكة الانترنت وسرعة انتشارها وقدرتها على ربط المتعاملين من مختلف أنحاء العالم، أدى إلى تغيير نمط التجارة والتبادل التجاري في العالم لتظهر التجارة الالكترونية كنوع جديد من التجارة التي تتم بوسائل الكترونية والتي على رأسها شبكة الانترنت.

وإن وسيلة الدفع هي تلك الوسيلة المقبولة اجتماعيا، من أجل تسهيل المعاملات الخاصة بتبادل السلع والخدمات وكذلك تسديد الديون. ولقد سمح التطور التكنولوجي بإبداع وسائل دفع إلكترونية والتي تولدت عن تطور شبكة الإنترنت وبروز التجارة الإلكترونية مما سمحت هذه الوسائل باختصار الوقت والتكلفة وتحقيق مزايا لم تتمكن وسائل الدفع التقليدية من تحقيقها، ولكن هذا لا يعني أنها تخلو من العيوب فقد حملت في طياتها عدة مخاطر تهدد المعاملات التجارية الالكترونية خاصة الجرائم الإلكترونية وجرائم البطاقات البنكية، ويتم التعامل بوسائل الدفع الالكترونية عن طريق وسائط الكترونية منها الموزع الآلي للأوراق النقدية، نهائي نقاط البيع، المنتشرة على شبكات البنوك والمؤسسات المالية الأخرى.

إن حجم التجارة الالكترونية يشهد تطورا ملحوظا على المستوى العالمي إلا أن التجارة الالكترونية لم تجد بعد مكانتها في الجزائر ولم تحقق لحد الآن الانطلاقة المرجوة، لكن هذا لا يشكك في المجهودات المبذولة من طرف الجزائر.

الكلمات المفتاحية:

التجارة الالكترونية، وسائل الدفع الالكترونية، وسائط الدفع الالكترونية، شبكة الانترنت.

Abstract

The widespread use of ICTs, the emergence of the Internet, its rapid spread and its ability to connect customers from around the world have changed the pattern of trade and commerce in the world, with electronic commerce emerging as a new type of commerce that done with electronic tools, led by the Internet.

The means of payment is that socially acceptable means, in order to facilitate transactions for exchange Goods and services as well as debt repayment. Technological development has allowed the creation of means of payment

Which resulted from the development of the Internet and the emergence of e-commerce, which allowed this means short time, cost and realize the advantages traditional payment methods have not been able to achieve, however This does not mean that it is flawless and carries several risks to business transactions

especially e-crimes and bank card crimes, and electronic payment methods are handled through electronic media, including the automatic distributor of banknotes, final points of sale, spread across the banks and other financial institutions.

The volume of electronic commerce is witnessing a remarkable development on the global level, but electronic commerce has not yet found its place in Algeria has not yet achieved the desired start, but this does not question the efforts made by Algeria.

key words

Electronic commerce, Electronic payment instruments , Electronic payment methods, Internet.

مقدمة

مقدمة:

أدت ثورة المعلومات والاتصالات الحديثة إلى جعل هذا العالم الذي نعيش فيه شبيها بمدينة صغيرة، تقلصت وزالت فيه الحواجز بين الشعوب والدول وأصبح بمقدور الفرد من أي دولة التواصل بشكل مباشر وتجاوزي مع شخص آخر بعد عنه آلاف الكيلومترات، فتسارع وتيرة نمو الابتكارات والتقنيات ساهم في نقل المجتمعات عبر الزمن إلى عصر المعلومات وأدى إلى ميلاد وبروز العديد من التطبيقات والأنشطة الحديثة والتي تعتبر المعرفة أهم عامل من عوامل نجاحها.

وقد شهد العصر الحديث تطورا جذريا في الحركة الاقتصادية عبر اكتشاف التقنية والاتكال المتزايد على الأنظمة الرقمية، والتجارة من أهم مقومات الاقتصاد التي تأثرت بهذا التحول فانقلبت من التجارة التقليدية إلى التجارة الالكترونية التي تعتبر من أهم المستجدات على الاقتصاد المحلي والدولي، حيث أصبحت نمطا من أنماط المعاملات الاقتصادية على المستوى العالمي في عصر المعلوماتية، هذا العصر الذي اندثرت فيه الحدود الجغرافية وتغيرت فيه محددات رأس المال.

وقد أصبحت التجارة الالكترونية النغمة السائدة في عالم اليوم، فقد ساهمت في جعل هذا العالم مجرد سوقا 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 دون الحاجة لمغادرة أماكنهم.

وقد لجأت البنوك إلى الاعتماد على وسائل ونظم دفع حديثة أثناء رسم إستراتيجيتها وذلك بفضل ما توفره هذه الوسائل من معلومات دقيقة عن الزبائن، وبالتالي توفير الوقت والجهد والمال المخصص لخدمة الزبائن، كما أن البنوك وجدت فيها أجوبة وحلولاً للمشاكل التي كانت تواجهها وعلى رأسها المخاطر التي تحمل التقنية الرقمية في طياتها من قرصنة المعلومات، والاختراقات والاعتداءات على المعلومات الشخصية.

بالرغم من وجود مجموعة الدول التي شرعت في استعمال الوسائل الحديثة، غير أن هناك بعض الدول لم تشرع في استعمال واستخدام هذه الوسائل وإن استخدماتها بشكل صغير، ونخص بالذكر الجزائر.

حيث يعتبر تحديث وعصرنة المعاملات المالية والمصرفية وطرق معالجة المعلومات، مجالا نوأولوية

مقدمة

بالنسبة لها في المرحلة الراهنة لتدارك التأخر المسجل في هذا المجال من جهة، ومن جهة أخرى لاستكمال مسار الإصلاحات المصرفية، وإرساء أسس منظومة مصرفية تتميز بالحدثة والعصرية لتستطيع مواجهة التحديات والتطورات التي تشهدها البيئة المصرفية على المستوى العالمي.

أولاً: إشكالية الدراسة

يمكن طرح إشكالية البحث في السؤال التالي:

هل توجد علاقة انتشار استعمال وسائل الدفع الالكتروني على نمو التجارة الالكترونية في الجزائر؟

ثانياً: التساؤلات الفرعية

من خلال التساؤل الرئيسي والجوهري تتدرج الأسئلة الفرعية التالية:

1. ما هي أهم وسائل الدفع المستخدمة في التجارة الالكترونية في الجزائر؟
2. هل يؤثر الجانب القانوني وتنظيمي في حالة توفر الجانب التقني للدفع على نمو التجارة الالكترونية في الجزائر؟

ثالثاً: فرضيات الدراسة

للإجابة عن الإشكالية التي يقوم عليها بحثنا هذا سنعمل على اختبار مجموعة من الفرضيات التي هي عبارة عن إجابة مسبقة لإشكالية البحث المطروحة سابقاً وتتمثل في:

الفرضية الرئيسية:

توجد علاقة بين وسائل الدفع الالكتروني ونمو التجارة الالكترونية في الجزائر.

الفرضيات الفرعية:

الفرضية الأولى: بعض وسائل الدفع هي وسائل دفع بديلة (لوسائل الدفع الالكتروني) في التجارة الالكترونية في الجزائر

الفرضية الثانية: لا يؤثر الجانب القانوني والتنظيمي في حالة توفر الجانب التقني للدفع على نمو التجارة الالكترونية في الجزائر.

رابعاً: أهمية الدراسة

يستمد البحث أهميته باعتبار التجارة الالكترونية من المواضيع الجديدة والهامة التي فتحت أبواباً واسعة أمام الأفراد والمنشآت الصغيرة والمتوسطة والكبيرة كمجال جيد للاستثمار ناهيك عن تزايد سرعة

مقدمة

المعاملات المالية عبر الانترنت سواء بين الأفراد أو المنظمات والتي يكون لها حتما أثر على الاقتصاد ككل، لذلك فأن مواكبة المستجدات الاقتصادية الحديثة والاندماج في الاقتصاد العالمي والانفتاح أمام الأسواق العالمية لهو تحدي كبير يتطلب تطوير الطاقات الإنتاجية والإلمام الكافي بتقنيات التجارة الالكترونية والوسائل الالكترونية التي أصبحتا تفرض وجودهما كل يوم أكثر من الآخر.

خامسا: دوافع اختيار الموضوع

هناك أسباب موضوعية وذاتية:

الموضوعية:

- حداثة الموضوع واحتلاله الصدارة على المستوى الدولي؛
- نقص الدراسات التي تناولت موضوع التجارة الالكترونية ووسائل الدفع الالكترونية؛
- الكشف عن مدى تطبيق التجارة الالكترونية في الجزائر وكذا أهمية وسائل الدفع الحديثة المستخدمة في هذا النوع من التجارة في المؤسسات المالية الجزائرية.

الذاتية:

- الرغبة الشخصية للباحثين لدراسة هذا الموضوع؛
- الاهتمام بتطور التكنولوجيا والاتصال خاصة حول موضوع وسائل الدفع الالكترونية؛
- الرغبة في معرفة المكانة التي توليها الجزائر للتجارة الالكترونية وأهم السبل والمشاريع لتطويرها؛

سادسا: أهداف الدراسة

إن البحث والخوض في أي موضوع يهدف إلى تحقيق أغراض عديدة كالكشف عن حقوق أو توضيح غموض أو إقرار حقائق، ونحن نقوم بهذه الدراسة من أجل تحقيق مجموعة من الأهداف تتمثل في:

- التعرف على ظاهرة حديثة انتشرت بسرعة في العالم بأسره، وهي التجارة الالكترونية؛
- التعرف على أهم الوسائل المستخدمة من أجل دفع مستحقات هذا النوع من التجارة وهي وسائل الدفع الالكترونية؛

- معرفة الدور الكبير لوسائل الدفع الالكترونية في تطوير التجارة الالكترونية؛
- التعرف على مساهمة وسائل الدفع الالكترونية في زيادة فعالية ونمو التجارة الالكترونية؛
- التعرف على أهم الوسائط الالكترونية التي تتم من خلالها التجارة الالكترونية؛
- التعرف على واقع ممارسة التجارة الالكترونية في الجزائر؛
- التعرف على العلاقة بين وسائل الدفع الالكتروني ونمو التجارة الالكترونية؛

مقدمة

سابعا: الصعوبات التي واجهتنا في الدراسة

- الضعف الكبير الذي تعاني منه المكتبة من حيث قلة المراجع التي تتحدث حول هذا الموضوع خاصة باللغة العربية؛
- نقص المعطيات الإحصائية المتعلقة بموضوع البحث؛

ثامنا: إطار الدراسة

سنقوم من خلال هذه الدراسة بالتعرف أكثر على علاقة وسائل الدفع الالكترونية بنمو التجارة الالكترونية في الجزائر وذلك خلال الفترة من سنة 2008-2014.

تاسعا: الدراسات السابقة

الدراسة الأولى: قامت بها الباحثة عبد الرحيم وهيبة: بعنوان "إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالالكترونية -دراسة حالة الجزائر-، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، سنة 2006، وقد طرحت إشكالية الدراسة من خلال: هل مع التطور الزمني في ظل ظهور وسائل الدفع الالكترونية، سيكون مآل وسائل الدفع التقليدية الزوال أم البقاء إلى جانبها؟

حيث توصلت الباحثة من خلال دراستها إلى أن التوجه إلى أدوات الدفع الالكترونية ضرورة وحتمية فرضتها الأوضاع الراهنة، وتوصلت إلى أن الدول العربية والجزائر خاصة تعاني من ضعف كبير في تبني هذه التقنيات الضرورية لقيام التجارة الالكترونية وخاصة أدوات الدفع الالكترونية، وأرجعت السبب في هذا التأخر إلى عدم كفاية الجهود المبذولة من طرف هذه الدولة في هذا المجال.

الدراسة الثانية: قامت بها الباحثة العاني إيمان: بعنوان "البنوك التجارية وتحديات التجارة الالكترونية"، رسالة ماجستير، جامعة منتوري-قسنطينة-، سنة 2007، وقد طرحت إشكالية الدراسة من خلال: كيف تستطيع البنوك التجارية أن تكيف أعمالها المصرفية في بيئة تنشط فيها التجارة الالكترونية؟ وما مدى تبنيها كآلية تسويقية لتكيف أدائها مع التقنيات الحديثة التي تستخدمها؟

حيث توصلت الباحثة من خلال دراستها إلى أن إمكانية قيام التجارة الالكترونية في الجزائر مرهونة بتوفير مقومات انبعاثها وانتشارها، ولعل من أهم ما يجب عمله في هذا المجال هو توفير البنية الداعمة للتجارة الالكترونية وعقد الصفقات التجارية على الانترنت المكونة أساسا من شبكة الاتصال السلكي واللاسلكي، ووضع الإطار القانوني والتنظيمي الضروري لقيام التجارة الالكترونية الذي يضمن استمرارها وحماية حقوق الأطراف المتعاملة بها، تطوير وسائل الدفع الالكترونية التي تعتبر أول خطوة في تبني التجارة الالكترونية وعاملا أساسيا لقيامها.

مقدمة

الدراسة الثالثة: قام بها الباحث رشيد علام: بعنوان "عوائق تطور التجارة الالكترونية في الوطن العربي دراسة حالة الجزائر، رسالة ماجستير، المملكة المتحدة بريطانيا، سنة 2010، وقد طرحت إشكالية الدراسة من خلال: ما هي عوائق تطور التجارة الالكترونية في الوطن العربي وخصوصا الجزائر؟

حيث توصل الباحث من خلال دراسته إلى أنه بالرغم من وجود الكثير من الصعوبات لدى الدول العربية والإسلامية في سبيل الاستفادة من التجارة الالكترونية، إلا أن هناك أمل كبير في تخطي هذه العقبات واللاحق بركب الدول الأخرى في هذا المجال، ولكن لن يتحقق ذلك إلا بوضع وتفعيل استراتيجيات بعيدة ومتوسطة المدى وعلى المستويين القومي والإقليمي.

الدراسة الرابعة: قامت بها الباحثة سميرة ديمش: بعنوان "التجارة الالكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر"، رسالة ماجستير، جامعة منتوري-قسنطينة-، سنة 2011، وقد طرحت إشكالية الدراسة من خلال: ما مدى اعتماد الجزائر للتجارة الالكترونية؟

حيث توصلت الباحثة من خلال دراستها إلى أنه بالرغم من تأخر الجزائر في مجال اختراق تكنولوجيا المعلومات وتبني التجارة الالكترونية، إلا أن هناك مؤشرات على إمكانية تحسن القطاع، وأمل كبير في انطلاق التجارة الالكترونية في حال تم العمل على توفير البنية التقنية والتوعوية والتشريعية والتجارية المناسبة لتنمية هذه التجارة، خصوصا أن هناك الكثير من المؤسسات التي بدأت بالفعل تمارس بعض أعمالها عبر الانترنت، ورغم كل العراقيل التي تواجه الجزائر، إلا أن النهوض ورفع التحدي الذي تفرضه تكنولوجيا الإعلام والاتصال يستدعي توفر إرادة حقيقية وقوية لدى الجزائر لتطوير هذه التجارة، وهذه الإرادة لا يمكن أن تعطينا الثمار المرجوة ما لم تكن مدعومة بالعمل الجاد.

الدراسة الخامسة: قامت بها الباحثة صراع كريمة: بعنوان "واقع وآفاق التجارة الالكترونية في الجزائر، رسالة ماجستير، جامعة وهران، سنة 2014، وقد طرحت إشكالية الدراسة من خلال: ما مدى استخدام التجارة الالكترونية في الجزائر؟

حيث توصلت الباحثة من خلال دراستها إلى أن الجزائر تشهد تقدما ملحوظا في مجال الاهتمام بتطور تكنولوجيا الإعلام والاتصالات مقارنة بالسنوات السابقة فرغم التطور الذي شهدته الجزائر في مجال الانترنت وازدياد عدد مستخدميها لم يزامن تضر في تطبيقات التجارة الالكترونية، فأغلب الدراسات التي أجريت حول استخدامات التجارة الالكترونية في الجزائر أظهرت أن هذه الاستخدامات لم يتجاوز بعد المستوى البدائي الذي يشمل أنشطة الإعلان والترويج والحصول على المعلومات والدفع عند التسليم ولم تصل بعد إلى المستوى الثاني والمتمثل في الدفع الفوري الالكتروني والذي يسمح بتنفيذ المعاملات المالية والتحويلات النقدية على شبكة الانترنت بين الشركات فيما بينها وبين الأفراد والشركات.

عاشرا: منهج الدراسة وأدواته:

مما لا شك فيه أن بناء أي بحث يحتاج إلى منهج يكون الوسيلة التي تحدد للباحث مجالات البحث، ومنه تسهل له عملية الإجابة عن التساؤلات التي ينطلق منها في بحثه، والمنهج العلمية على اختلاف أنواعها تشكل اللباس المناسب الحقيقي الذي يغطي عناصر البحث.

وللإلمام بجوانب الموضوع اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي، فيكون وصفا عند التعرض إلى المفاهيم النظرية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية وواقعها في الجزائر، وعند تشريح وتقييم وضع ومكانة التجارة الإلكترونية في العالم والدول العربية بصفة عامة والجزائر بصفة خاصة، وتحليل نتائج الدراسات والأبحاث التي تعرضت لهذا الموضوع. وتتجسد الاستعانة بالمنهج الإحصائي من خلال توظيف بعض مقاييس ومؤشرات التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية، وترجمة الإحصائيات المتعلقة بالبحث.

إلى جانب هذا المنهج استخدمنا أدوات الدراسة كما يلي:

✓ الكتب، مجلات، مقالات، ملتقيات، انترنت....الخ؛

✓ استخدمنا الانترنت للحصول على المعطيات والمعلومات حول موضوع دراستنا.

لتغذية بحثنا من معلومات متنوعة وهادفة لتحليل إشكالية البحث.

إحدى عشر: هيكل الدراسة

من أجل تبسيط الإشكالية ومحاولة فهم الموضوع قد ارتأينا أن نقسم بحثنا هذا إلى ثلاث فصول كما يلي:

الفصل الأول: أساسيات التجارة الإلكترونية، قسمناه إلى ثلاث مباحث أساسية، الأول يتناول ماهية التجارة الإلكترونية والثاني خصص لنمو التجارة الإلكترونية والأخر يتضمن تحديات، سيرورة التجارة الإلكترونية؛

الفصل الثاني: نظرة عامة حول وسائل الدفع الإلكتروني مقسم هو الآخر إلى ثلاث مباحث، الأول يتضمن ماهية وسائل الدفع الإلكتروني، أما الثاني يتعلق بوسائل ووسائط الدفع الإلكتروني المستخدمة في التجارة الإلكترونية، أما الثالث فيتضمن تأمين وسائل الدفع الإلكتروني المستخدمة في التجارة الإلكترونية؛

الفصل الثالث: وهذا الآخر مقسم إلى ثلاث مباحث فالأول التجارة الإلكترونية في الجزائر، أما الثاني يتضمن وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر، والأخير خاص بالتجارة الإلكترونية حالة الجزائر للفترة 2008 – 2014.

مقدمة

وفي الأخير تم استخلاص النتائج المتوصل إليها من خلال البحث وإدراج بعض الاقتراحات والتوصيات وهذا ما احتوته الخاتمة.

الفصل الأول:
أساسيات في التجارة
الإلكترونية

تمهيد:

في هذا العصر الرقمي الذي تنتشر فيه الإنترنت انتشاراً هائلاً، شاع مفهوم التجارة الإلكترونية التي تتيح العديد من المزايا، فبالنسبة لرجال الأعمال، أصبح من الممكن تجنب مشقة السفر للقاء شركائهم وعملائهم، وأصبح بمقدورهم الحد من الوقت والمال للترويج لبضائعهم وعرضها في الأسواق. أما بالنسبة للزبائن فليس عليهم التنقل كثيراً للحصول على ما يريدونه، أو الوقوف في طابور طويل، أو حتى استخدام النقود التقليدية، إذ يكفي اقتناء جهاز كمبيوتر، وبرنامج مستعرض للإنترنت، واشتراك بالإنترنت. ولا تقتصر التجارة الإلكترونية- (EElectronic-Commerce) كما يظن البعض- على عمليات بيع وشراء السلع والخدمات عبر الإنترنت، إذ إن التجارة الإلكترونية- منذ انطلاقتها- كانت تتضمن دائماً معالجة حركات البيع والشراء وإرسال التحويلات المالية عبر شبكة الإنترنت، ولكن التجارة الإلكترونية في حقيقة الأمر تتطوي على ما هو أكثر من ذلك بكثير، فقد توسعت حتى أصبحت تشمل عمليات بيع وشراء المعلومات نفسها جنباً إلى جنب مع السلع والخدمات، ولا تقف التجارة الإلكترونية عند هذا الحد، إذ إن الآفاق التي تفتحها التجارة الإلكترونية أمام الشركات والمؤسسات والأفراد لا تقف عند حد .

وقد قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث :

✓ **المبحث الأول:** ماهية التجارة الإلكترونية.

✓ **المبحث الثاني:** نمو التجارة الإلكترونية.

✓ **المبحث الثالث:** سيرورة التجارة الإلكترونية.

المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية.

تعد التجارة الإلكترونية إحدى ثمار شبكة الانترنت، وقد استطاعت التجارة الإلكترونية أن تفرض حضوراً بالغ الأهمية ولاسيما في العصر الحالي، عصر المعلومات الذي صنعتها وبلا أدنى شك تكنولوجيا المعلومات التي ساهمت في تطوير عملية الصلة والتواصل والتفاعل مع الآخر بغض النظر عن الزمان والمكان الذي يتحرك فيهما هذا الآخر.

وفي هذا المبحث سوف نتناول مفهوم التجارة الإلكترونية من خلال استعراض نشأتها وأهم تعريفات التجارة الإلكترونية المتداولة والشائعة، و أخيراً عرض مجالاتها المختلفة.

المطلب الأول: نشأة ومفهوم التجارة الإلكترونية

إن التطور السريع الذي طرأ على مفهوم التجارة الإلكترونية أدى إلى ظهور العديد من التعاريف وكل من هذه التعاريف يحاول النظر إلى التجارة الإلكترونية من منظور معين، حيث لا يوجد تعريف يمكن القول على أنه تعريف متعارف عليه دولياً، وذات صبغة يمكن أن تكون معتمدة من خلال الجهات ذات العلاقة، وأخص هنا بالذكر القوانين المتعلقة بالتعاملات التجارية والتي تتضمن صبغة يمكن اعتبارها دولية يمكن أن تتلائم وتتناسب وتتماشى مع منظومات القوانين الدولية، أخذ المعنيين في هذا الشأن الاجتهاد في إدراج العديد من التعاريف حول أدبيات موضوع التجارة الإلكترونية، محاولين الوصول إلى تعريف وعام يقوم على خدمة المتعاملين في التجارة الإلكترونية، وطالما لم يتوفر تعريف موحد متعارف عليه دولياً لابد التعرف على بعض التعاريف التي الاجتهاد من خلالها للوصول بالتجارة الإلكترونية إلى المستوى المطلوب.

الفرع الأول: نشأة التجارة الإلكترونية

ظهر مفهوم التجارة الإلكترونية منذ منتصف التسعينات من القرن الماضي عندما بدأت المنظمات باستخدام الانترنت وشبكات الحاسوب الأخرى للقيام بأعمالها وإدارة علاقاتها مع شركائها كالموردين والزبائن والموظفين والمنافسين وغيرهم، ففي عام 1994 لم تكن التجارة الإلكترونية بالصورة التي نعرفها الآن، ولكن بعد مرور عشرات السنوات من هذا التاريخ تشير الدراسات إلى تضاعف عدد الجهات (الهيئات والمنظمات والأفراد) التي تعتمد تطبيقات التجارة الإلكترونية حول العالم.

إذ يسود الإجماع بين الكتاب على وجود ثلاثة مراحل تاريخية لظهور مفهوم التجارة الإلكترونية وتطورها، وفيما يلي نستعرض هذه المراحل التاريخية:

المرحلة الأولى: ظهرت أولى تطبيقات التجارة الإلكترونية في بدايات السبعينات من القرن الماضي من خلال تحويل الأرصدة إلكترونياً Electronic Funds Transfer (EFT) من منظمة إلى أخرى حيث كان هذا التطبيق مقتصر على الشركات الضخمة بسبب تكلفته العالية.

المرحلة الثانية: بعد ذلك تطورت تطبيقات التجارة الإلكترونية في المنظمات من خلال تبادل البيانات الكترونياً (EDI) Electronic Data Interchange، الذي يحقق التبادل الآمن بين الشركات بوساطة شبكات القيمة المضافة Value Added Networks أو من خلال الإكسترانت والفواتير القيمة يتم تبادل بعض النماذج والوثائق الإلكترونية كطلبات الشراء والفواتير المالية. هذا التطبيق أدى إلى توسيع نطاق المعاملات والإجراءات وإخراجها من إطارها المالي إلى إدارة علاقات أوسع وتبادل المعلومات الأخرى مثل إرسال الاستثمارات الإلكترونية، البريد الإلكتروني، وثنائى الفاكس، إلى جانب المشاركة في قواعد البيانات الموزعة وإدارة سلسلة التوريد في إطار التعاون بين المنظمات والمزودين والزبائن في إعداد التنبؤات بالطلب وقوائم الجرد.

كما أدت إلى زيادة الشركات المساهمة في هذه التطبيقات من المؤسسات المالية إلى مصانع وبائعي التجزئة والمؤسسات الخدمية.

المرحلة الثالثة: بعد ذلك تطورت تطبيقات التجارة الإلكترونية من خلال استخدام نظم المعلومات البينية Inter.-Organizational Information Systems أو بين المنظمات، التي تركز على تبادل وتدقيق البيانات بين منظمين أو أكثر بحيث يمكن من تنفيذ مختلف تطبيقات التجارة الإلكترونية بين شركاء الأعمال مثل إرسال الشيكات والحوالات المالية والمستندات و الوثائق وما شابهها، في إطار العلاقات التي يتم الاتفاق عليها مسبقاً والخاصة بتنظيم وترتيب المعاملات التجارية.

مما سبق وعلى الرغم من تضارب الأرقام بين الشركات المتخصصة على رقم المؤشرات التي تبشر بمستقبل مشرق للتجارة الإلكترونية التي أصبحت حقيقة قائمة وأن أفاقها وإمكاناتها لا تقف عند حدود معينة، ووفقاً للدراسات الإحصائية والتقارير الرسمية وتقارير الجهات الخاصة فإن هناك نمو كبير ومضطرد لتطبيقات التجارة الإلكترونية، ومع مراعاة التضارب في أرقام الدراسات حول سبب النمو وأيضاً مع مراعاة التباين في تقدير الدراسات الذي يعزى إلى تباين آليات حساب عدد المستخدمين الفعليين¹.

¹ محمد عبد حسين الطائي، التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2010، ص 16.

الفرع الثاني: مفهوم التجارة الالكترونية

نظرا للتطور السريع الذي طرأ على مفهوم التجارة الالكترونية، ظهر العديد من التعريفات كل تعريف ينظر إليها من منظور معين، وسنحاول إجراء عملية عرض لأهم هذه التعاريف:

1. مفاهيم عامة للتجارة الالكترونية:

التعريف الأول: تعرف التجارة الالكترونية بأنها عملية البيع والشراء للسلع والخدمات إلكترونيا وصفقات الأعمال المحسوبة باستخدام الانترنت، الشبكات والتكنولوجيات الرقمية الأخرى.

التعريف الثاني: التجارة الالكترونية هي مجموعة من المعاملات الرقمية المرتبطة بأنشطة تجارية بين المشروعات ببعضها البعض، وبين المشروعات والأفراد وبين المشروعات والإدارة¹.

التعريف الثالث: هي شكل من أشكال التبادل التجاري باستخدام شبكة الاتصالات بين وحدات الأعمال وعملائها أو بين وحدات الأعمال بعضها البعض ووحدات الأعمال وعملائها أو بين وحدات الأعمال وبين الإدارة العامة (الحوكمة)².

التعريف الرابع: هي شكل متطور للتجارة تتميز باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، من أجل تحقيق وإبرام الصفقات سواء من خلال الشبكات العالمية والتي من أبرزها شبكة الانترنت أو الشبكات الأخرى³.

التعريف الخامس : كما يمكن تعريف التجارة الالكترونية بأنها تبادل غير ورقي في لمعلومات العمليات وذلك باستخدام التبادل الالكتروني للبيانات (EDI)، والبريد الالكتروني (Email) ، وشاشات الكاتالوجات (EFT)⁴.

¹ يوسف حسن يوسف، التجارة الالكترونية وأبعادها القانونية الدولية، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، الطبعة الأولى، 2011 ص 11.

² عماد أحمد إسماعيل النونو، التسويق عبر الانترنت - دوافع التبني أو الرفض - رسالة الدكتوراه ، تخصص إدارة الأعمال والتخطيط الاقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الأزهر - غزة - ، ماي، 2007 ، ص 33 .

³ آيت عكاش سمير، سعيد الهواري، البنوك الالكترونية وعمليات غسل الأموال، الملتقى الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية، ص 02 .

⁴ أحمد محمد غنيم، التسويق والتجارة الالكترونية، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، جمهورية مصر العربية- المنصورة- ، 2010- 2011 ص 48 .

التعريف السادس: مصطلح التجارة الالكترونية يدل بصفة عامة على جميع أشكال التعاملات ذات الصلة بالنشاطات التجارية التي تجمع الأفراد والمنظمات، متعمدة على المعالجة والنقل الالكتروني للمعطيات خاصة النصوص، الأصوات، الصور، ويدل كذلك على الآثار التي يمكن أن يحدثها التبادل الالكتروني للمعلومات التجارية في المؤسسات والإجراءات التي تسهل وتحيط بالنشاطات التجارية كتسيير المنظمات، المفاوضات التجارية والعقود، الأطر القانونية والتنظيمية، التسويات فيما يخص التسديدات والجباية: كأمثلة بسيطة¹.

ويمتد المفهوم الشائع للتجارة الالكترونية بشكل عام إلى 03 أنواع من الأنشطة هي²:

الأول: خدمات ربط أو دخول الانترنت وما تتضمنه خدمات الربط من خدمات ذات محتوى تقني ومثالها الواضح الخدمات المقدمة من مزودي خدمات الانترنت.

الثاني: التسليم أو التوريد التقني للخدمات.

الثالث: استعمال الانترنت كواسطة أو وسيلة لتوزيع الخدمات وتوزيع البضائع والخدمات المسلمة بطريقة غير تقنية (تسليم مادي عادي) وضمن هذا المفهوم يظهر الخلط بين الأعمال الالكترونية و التجارة الالكترونية واستغلال التقنية في أنشطة التجارة التقليدية.

2. تعريف التجارة الالكترونية حسب المنظمات العالمية:

✓ **نشرة المؤسسة العربية لضمان الاستثمار:** عرفت بأنها التجارة التي تتم باستخدام التقنيات التي وفرتها ثروة المعلومات والاتصالات وشبكة الانترنت من خلال التبادل الالكتروني للبيانات متجاوزة عنصري الزمان والمكان³.

✓ **تعريف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD):** يشير إلى أن التجارة الالكترونية التي تتم بين الشركات أو الأفراد، والتي تقوم على أساس التبادل الالكتروني للبيانات، سواء أكانت مكتوبة، أم مرئية أم مسموعة، هذا بالإضافة إلى شمول الآثار المترتبة على عملية تبادل البيانات والمعلومات

¹ إبراهيم بختي، التجارة الالكترونية (مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة)، ديوان مطبوعات الجامعة، الساحة المركزية- بن عكنون- الجزائر، الطبعة الثانية، ص 40.

² عامر محمد خطاب، التجارة الالكترونية، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة العربية الأولى، 2011، ص 13.

³ العاني إيمان، البنوك التجارية وتحديات التجارة الالكترونية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، تخصص بنوك وتأمينات، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، - قسنطينة-، 2006-2007، ص 69.

التجارية إلكترونية، ومدى تأثيرها على المؤسسات والعمليات التي تدعم وتحكم الأنشطة التجارية المختلفة¹.

✓ **تعريف اللجنة الأوروبية EC :** التجارة الالكترونية هي أداء الأعمال إلكترونية، حيث تقوم على أساس التبادل الإلكتروني للبيانات، مكتوبة كانت أم مرئية أم مسموعة، كما أنها تتضمن العديد من الأنشطة التجارية الخاصة بتبادل السلع والخدمات، وإتمام عمليات البيع والشراء والتسليم بالنسبة للمحتويات الرقمية والتحويلات الالكترونية للأموال والفواتير الالكترونية والمزادات التجارية، وعمليات التسويق وخدمات ما بعد البيع، وهي تشمل كلا من السلع والخدمات، وكذلك الأنشطة التقليدية وغير التقليدية².

✓ **تعريف منظمة التجارة العالمية:** التجارة الالكترونية هي مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات وتأسيس الروابط التجارية وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات بوسائل الكترونية³.

3. مفهوم التجارة الالكترونية من المنظور:

التجارة الالكترونية هي الخطوات التي تتم بها عمليات البيع والشراء والمبادلة للسلع والخدمات عبر شبكات الحاسوب.

من هذا التعريف نستطيع أن نفهم التجارة الالكترونية من وجهات نظر مختلفة تتمثل في⁴:

1. **الاتصالات Communitions:** التجارة الالكترونية وسيلة لتوصيل البضائع والخدمات والمعلومات أو تنفيذ عمليات الدفع للشراء عبر شبكات الحاسوب أو عبر أي وسيلة الكترونية أخرى.
2. **التجارة Trading :** وسعت التجارة الالكترونية نطاق إجراء عمليات البيع والشراء وتوفير الخدمات والمعلومات في الانترنت وعبر الشبكات الحاسوبية.
3. **عمليات إدارة الأعمال Business Process:** وجهة نظر إدارة الأعمال، التجارة الالكترونية استطاعت أن توفر وتوسع قاعدة الأعمال عبر الانترنت وتوفير المعلومات لتطوير الأعمال دون الحاجة للوجود الفيزيائي للشريك.

¹ السيد أحمد عبد الخالق، التجارة الالكترونية والعلامة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، الطبعة الثانية، 2008 ، ص 32.

² المرجع نفسه، ص 32.

³ مصطفى كمال السيد طابيل، الصناعة المصرفية في ظل العولمة، اتحاد المصارف العربية، القاهرة، 2009، ص 90.

⁴ محمد نصور (صالح الجداية)، سناء جودة خلف، التجارة الالكترونية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان -الأردن - الطبعة الثانية: 2012 ص 24، 25.

4. **الخدمات Services:** التجارة الالكترونية ما هي إلا وسيلة كبيرة لعرض الخدمات للمستهلك وللشركاء في مختلف بقاع الأرض، وتشمل هذه الخدمات خدمات الحكومة لمواطنيها أو الشركة لموظفيها وذلك بكلفة أقل وسرعة في توصيل الخدمة.
5. **التعلم Learning:** من وجهة نظر التعلم، زادت التجارة الالكترونية من فرص التعليم والتدريب المباشر، عن طريق الاتصال بالجامعات ومعاهد التدريب المختلفة عبر شبكات الحاسوب.
6. **التعاون Collaborative:** تعتبر التجارة الالكترونية وسيلة للتعاون الداخلي بين أجزاء الشركات وفروعها في كل مكان والتعاون الخارجي مع الشركات الأخرى في تصميم المنتج وعمليات التوزيع.
7. **المجتمع Community** من وجهة نظر المجتمع، وفرت التجارة الالكترونية المكان المناسب لعناصر المجتمع للاستفادة من فرص التعلم والاحتكاك والتعاون مع العام الآخر وعدم الفوقية في النطاق المحلي.

من خلال ماسبق يمكننا تعريف التجارة الالكترونية بأنها: مجموعة من المعاملات الرقمية والتبادل التجاري باستخدام شبكة الانترنت.

ثانيا: مقارنة بين التجارة الالكترونية والتجارة التقليدية

جدول رقم (1 - 1): مقارنة بين التجارة الالكترونية والتجارة التقليدية

وجه المقارنة	التجارة التقليدية	التجارة الالكترونية
البحث عن مورد (خامات) وعاملين وموظفين ذوي الصفقات خاصة.	المجلات والصحف - ممثّل تجاري - إعلان عن قيد موردين.	من خلال صفحة الويب إعلان على شبكة الانترنت.
طلب خامات.	أمر التوريد.	رسالة الكترونية.
توافر المنتج النهائي بالمخازن.	وثيقة مطبوعة (كرت-صنف- جرد يومي).	قاعدة بيانات الكترونية من خلال Net Worke.
التسويق.	بيع ما تم إنتاجه.	إنتاج ما يمكن بيعه.
الإعلان.	صحف-مجلات-تلفزيون- إعلانات طرق.	كما هو في التجارة التقليدية بالإضافة إلى الإعلان الفيروسي أو الأشرطة الاعلانية على الانترنت.
إرسال الطلبية.	إخطار بالفاكس أو التلفون.	وثيقة على البريد الالكتروني.

تصميم الفاتورة.	مستند مطبوع استيفاء بياناته.	قاعدة بيانات.
إرسال الفاتورة.	بالبريد العادي.	بالبريد الالكتروني.
التحصيل.	نقدا- شيك-أجل-حوالة بريدية عادية.	تحصيل الكتروني عن طريق قاعدة بيانات الكترونية مرتبطة بمصرف الكتروني.
خدمة ما بعد البيع.	بالانتقال إلى مكان العميل.	من الممكن أن تتم الكترونيا.
تسليم السلعة.	ترسل بالبريد العادي.	مكتب تمثيل.

المصدر: سامح عبد المطلب، علاء محمد سيد قنديل، التسويق الالكتروني، دار الفكر للنشر، عمان، الطبعة الأولى 2012، ص 363.

ولا ينبغي أن نترك هذا الصدد دون توضيح الفرق بين التجارة الالكترونية والأعمال الالكترونية إن مفهوم التجارة الالكترونية هو أكثر تحديدا من مفهوم الأعمال الالكترونية، حيث يتضمن مفهوم الأعمال الالكترونية عملية تبادل المعلومات المبنية على الأسس الالكترونية بين المؤسسات نفسها أو بين المؤسسات وعملائها، على النقيض تتضمن التجارة الالكترونية عمليات البيع والشراء المدعومة بالوسائل الالكترونية ابتداء من الانترنت والأسواق الالكترونية أو ما يسمى الأسواق الافتراضية "Marketspace" أكثر ما هو متعارف عليه في الأسواق المكانية "Marketplace"، من هنا يمكن القول بأن التجارة الالكترونية تتضمن التسويق الالكتروني والشراء الالكتروني، لذا فالتسويق الالكتروني يمثل الجانب التسويقي للتجارة الالكترونية¹.

المطلب الثاني: مستويات وأشكال التجارة الالكترونية

تتعدد مستويات التجارة الالكترونية وأشكالها طبقا لدرجة تنفيذ الأنشطة وخاصة الفرعية منها ذات الارتباط المباشر بأداء المعاملات التجارية، فمنها ذات مستويات بسيطة وأخرى متقدمة بالقياس، وهذا نفسه ينعكس على أشكال التجارة الالكترونية.

الفرع الأول: مستويات التجارة الالكترونية

تنفيذ الأنشطة الفرعية ذات الارتباط المباشر في المعاملات التجارية أدى إلى وجود مستويات أساسية لهذه التجارة هي:

¹ شاكر تركي، التسويق المصرفي الالكتروني والميزة التنافسية للمصارف الأردنية (إن المصارف ديناصورات تواجه الانقراض)، مجلة علوم إنسانية، العدد 45، الأردن، شتاء 2010، ص9.

1-المستوى البسيط: هذا النوع من التجارة الالكترونية يتضمن الترويج للمنتجات (سلع وخدمات) وكذلك الإعلان والدعاية لتلك المنتجات، بالإضافة إلى مستوى الخدمات المقدمة قبل وبعد البيع، وإن هذا النوع من التبادلات التجارية ذات درجة متقدمة خاصة في البلدان حديثة العهد في استخدام تكنولوجيا المعلومات والأعمال الالكترونية بالأخص البلدان النامية التي لا تهتم أو تضطر إلى تقديم مستوى متقدم ومتطور من خدمات قبل وبعد البيع.

إن المستوى البسيط للتجارة الالكترونية يتضمن أيضاً عملية التوزيع الالكتروني للمنتجات وخاصة غير المادية وكذلك تتضمن التمويل الالكتروني البسيط للأموال وذلك عن طريق بوابات الدفع الالكترونية للأموال.

2-المستوى المتطور(المتقدم): يركز هذا المستوى بمضمونه على عمليات وإجراءات الدفع الالكتروني والتي تتم عبر شبكة الانترنت، والتي تعتبر عملياً ذات مستوى متقدم يحتاج إلى الكثير من الإدراك والوعي لدى المتعاملين، لأن عمليات الدفع الالكتروني وعلى كافة المستويات (المحلي، الوطني، الدولي) تعتبر من الأنشطة المتطورة والمتقدمة والتي تحتاج إلى الكثير من الحذر في التعامل معها ويجب أن يشعر الأفراد الذين يتعاملون مع المنظمة من خلال موقعها الالكتروني بالثقة وإن توفر لهم الضمانات اللازمة¹.

الفرع الثاني: أشكال التجارة الالكترونية

هناك العديد من تصنيفات التجارة الالكترونية إلا أن أكثر هذه التصنيفات شيوعاً هو تصنيف حسب المشاركة في تطبيقها، أي حسب طبيعة وهوية الأطراف الأساسية المعنية بالتعامل التجاري وذلك باعتماد معيارين أساسيين في التصنيف هما معيار طرفي العلاقة التعاقدية ومعيار محل وهدف التبادل الالكتروني باستثناء نوعين هما (الهاتف التجاري mobile commerce, التجارة الالكترونية بين النظراء peer to peer) والذان يعتمدان على تكنولوجيا المعلومات المتاحة، وتبعاً لهذه المعايير يصنف الكتاب التجارة الالكترونية إلى الأنواع الآتية:

1. التجارة الالكترونية من الأعمال إلى المستهلك (B2C) "Business-to-Consumer":

وتشير إلى التبادلات الالكترونية بين المنظمات والزبائن، حيث تقوم الشركة أو الموزعين بعرض وتسويق منتجاتها وخدماتها للزبائن وبيعها لهم وتقديم الدعم والخدمات والإجابة عن استفساراتهم الكترونياً،

¹ محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، التسويق الالكتروني، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الطبعة الأولى، 2012 ص ص 62-63.

وتتمثل ببيع التجزئة الالكتروني "Electronic relaiting or Electronic tailing" ويتم التعامل بين المنظمة والأفراد سواء على مستوى السوق المحلي أو الدولي حيث يقوم الفرد بطلب المنتج من موقع المنظمة على شبكة الانترنت ويدفع ثمنها بالبطاقة مثلاً ثم يحصل على المنتج مباشرة أو عن طريق البريد التقليدي إذا كان المنتج غير قابل للتسليم إلكترونياً¹.

وهذا الشكل انتشر بشكل ويستخدم من قبل العميل لشراء المنتجات والخدمات عن طريق الويب (Web) حيث أصبح هناك ما يسمى المراكز التجارية على الانترنت أو المراكز الافتراضية، وهي تقديم كافة أنواع السلع والخدمات، ويستخدم هذا الشكل من قبل المنشأة التجارية للوصول إلى أسواق جديدة².

وتوجد اليوم عبر الانترنت المئات من مراكز التسوق التي تعرض كافة أنواع السلع بدءاً بـ (Cake)، كما أن هذا الصنف من التجارة الالكترونية يشير وبشكل غير دقيق إلى أحد الأمور التالية³:

- ✓ الشراء بواسطة البيع بالمزاد العلني عبر الانترنت؛
- ✓ التسوق في مخزن على الويب له أيضاً مخزن في عالم القرميد والملاط (Clinks and Mortar) خارج عالم الانترنت؛
- ✓ زيادة موقع موجود على الويب فقط ؛
- ✓ تحديد مكان وجود شيء ما لشرائه من خلال مجموعة الأخبار (Usenet Group)؛
- ✓ اختيار الشراء نتيجة لإعلان وصل إلى المستهلك بواسطة البريد الالكتروني؛
- ✓ البحث عن شيء ما عبر الانترنت ثم طلبه بواسطة البريد العادي أو بواسطة الهاتف.

2 . التجارة الالكترونية بين الأعمال "Business-to-Business" B2B :

ويعرف هذا النوع من التجارة الالكترونية بالتجارة البينية والتي كان يطلق عليها في الماضي "سوق المشتري الصناعي" ويقصد بهذه التجارة بصفة عامة تبادل كل من المعلومات لمشروعات الأعمال فيما

¹ محمد عبد حسين الطائي، مرجع سبق ذكره، ص 30.

² فادي محمد عماد الدين توكل، عقد التجارة الإلكترونية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، الطبعة الأولى، 2010، ص 59.

³ سعد غالب ياسين ويشير عباس العلاق، الأعمال الإلكترونية، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2014 ، ص ص 203-204.

بينها (B2B) ليس بهدف الاستهلاك وإنما لإنتاج منتجات أخرى أو إعادة البيع، أو أداء الخدمات الحكومية المختلفة¹.

ويشير هذا النوع إلى التبادلات التي تتم بين المنظمات ك شراء المواد الأولية من الموردين، وتنسيق قنوات توزيع المنتجات والخدمات، والاتصال والتنسيق مع جهات النقل والشحن وغيرها باستخدام التكنولوجيا الرقمية، ويشكل هذا النوع أغلب معاملات التجارة الالكترونية حيث يستحوذ على ما يقارب (80%) من إجمالي حجم التجارة الالكترونية في العالم².

ويمكننا أن نميز بين نوعين من التجارة الالكترونية بين الأعمال وهما³:

أ.تجارة الكترونية عمودية بين الأعمال "Vertical B2B":

يهتم هذا النوع من التجارة الالكترونية بنوعية معينة من الخدمات للعديد من الصناعات والمجالات، حيث توجد مواقع تقوم بإنشاء وحدات أو جماعات متخصصة مثلاً: مجال الرعاية الطبية.

ب. تجارة الكترونية أفقية بين الأعمال "Horizontal B2B":

هي مواقع التجارة الالكترونية التي تهتم بكافة الخدمات التي تربط بصناعة معينة.

وتعتبر التجارة الالكترونية بين وحدات الأعمال من أكثر أنواع التجارة الالكترونية شيوعاً في الوقت الحالي من أساليب التعامل الراسخة منذ عدة سنوات خلت خصوصاً تلك التي تستخدم التبادل الالكتروني للبيانات (EDI) من خلال الشبكات الخاصة أو شبكات القيمة المضافة (VAN).

3 . التجارة الالكترونية من المستهلك إلى الأعمال (C2B): Consimer-to-Business:

وتشير إلى اتصال الزبائن على شكل مجموعات من المنظمات باستخدام التكنولوجيا الرقمية لتحقيق مكاسب من خلال استخدام عروض خاصة كخصم الكمية أو الحصول على منتجات بمواصفات وجودة عالية، حيث يستفيد الزبائن من اجتماعهم معاً في تشكيل قوة اقتصادية يخاطبون من خلالها هذه المنظمات⁴.

¹ أحمد محمد غنيم، مرجع سبق ذكره، ص ص 50-51.

² محمد عبد حسين الطائي، مرجع سبق ذكره، ص 31.

³ سميرة ديمش، التجارة الالكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص تحليل واستشراف اقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري - قسنطينة -، 2010-2011، ص 47.

⁴ أحمد محمد غنيم، مرجع سبق ذكره، ص ص 50-51.

4 . التجارة الالكترونية داخل المنظمة "Intra-Business":

وتتضمن استخدام المنظمة للتكنولوجيا الرقمية للقيام بنشاطاتها كتبادل المنتجات والخدمات والمعلومات بين وحدات المنظمة ودوائرها، ودعم فرق العمل عبر وظائف الأعمال وتوزيع المراسلات والتعاميم الداخلية، وقد تتضمن تقديم عروض لبيع منتجات المنظمة لأفرادها وأية عروض أخرى وتتم هذه الممارسات داخل المنظمة عبر شبكة الانترنت¹.

ويشمل ذلك المنظمات العالمي التي تستخدم تكنولوجيا الالكترونيات للاتصال بين فروعها أو أقسامها أو الشركات التابعة لها، مثال ذلك أن يتم برمجة جهاز كمبيوتر إحدى الشركات مسبقاً على أنه في حالة نقصان البضاعة الموجودة في الشركة عن مقدار معين ينشط البرنامج تلقائياً ويرسل رسالة الكترونية لجهاز الكمبيوتر الرئيسي بتلقي الرسالة وإصدار أمر يظهر على الشاشة بإرسال البضائع المطلوبة، مع توجيه أمر آخر بعمل مقاصة حسابية الكترونية بين فرع الشركة ومخزنها لسداد قيمة البضاعة المنصرفة².

5 . التجارة الالكترونية بين المستهلك والمستهلك (C2C): "Consimer-to-consimer":

حيث يكون التعامل بين الأفراد المستهلكين أنفسهم، وفيه تكون عملية البيع والشراء بين مستهلك ومستهلك آخر من خلال وضع إعلانات على المواقع الشخصية في الانترنت بهدف بيع الأغراض الشخصية أو بيع الخبرات إلى الآخرين، ويشمل ذلك المزادات الالكترونية التي تتم فيها المعاملات التجارية بين الأفراد³.

والنوع الأساسي لهذا الصنف هو المعاملات بين المستهلكين عن طريق الرف الالكتروني "Electronic Bay"، حيث يقوم المستهلك بتقديم البضائع إلى الزاد ويستطيع المستهلكون الآخرون المزايدة على الثمن، ويقوم الرف الالكتروني بالخدمة كوسيط حيث يتيح للعملاء وضع بضاعتهم للبيع على الموقع الخاص بالرف الالكتروني، وهذا الشكل ينافس التجارة الالكترونية التي تتم بين وحدات الأعمال (B2B)⁴.

¹ محمد عبد حسين الطائي، مرجع سبق ذكره، ص 31.

² فادي محمد عماد توكل، مرجع سبق ذكره، ص 61.

³ محمد عبد حسين الطائي، مرجع سبق ذكره، ص 31.

⁴ فادي محمد عماد توكل، مرجع سبق ذكره، ص 61.

6 . التجارة الالكترونية بين الحكومة والمواطنين (G2C) "Government-to-Citizen":

وتشمل التفاعل "Interaction" بين الحكومات ومواطنيها الكترونيا والفكرة الرئيسية هنا تنبع من تمكين المواطنين من طلب وتلقي السلع والخدمات والمعلومات التي تقدمها الحكومة والإجابة على أية استفسارات من منازلهم أو سياراتهم أو أي مكان آخر في أي وقت خارج أوقات الدوام الرسمي ودون مراجعة دوائر الحكومة قدر الإمكان، مثل: التقدم لطلب رخصة أو هوية، وتمكينهم من دفع الضرائب الكترونيا، واستلام المعونات أو "الزيادات"، الوثائق، ومساعدتهم في الحصول على الوظائف، من تطبيقات الحكومة الالكترونية أيضا تحويل المساعدات المالية إلى مواطنيها الكترونيا " Electronic Benefits Transfer"، حيث تقوم بتوزيع المساعدات على بنوك المستفيدين في حساباتهم، وقد تقوم بتزويد المستفيدين ممن ليس لديهم حسابات في البنوك ببطاقات ذكية "Smart Cards" تقوم بشحن الرصيد الكترونيا بالمبلغ المرصود لهم¹.

7 . التجارة الالكترونية بين الحكومة والأعمال (G2B) "Government-to-Business":

وتشمل استخدام التكنولوجيا الرقمية في إنجاز الإجراءات والمعاملات وعرض القوانين والأنظمة والتعليمات المنظمة لأعمال قطاعات الأعمال المختلفة وبيع الأعمال للحكومة منتجاتها وخدماتها الكترونيا، وتسعى الحكومة من خلال هذه المجموعة إلى أتمتة تفاعلاتها مع الأعمال، من خلال تقديم المعلومات والخدمات للأعمال الكترونيا، وإدارة وجمع الضرائب، ومن أهم التطبيقات في G2B التدبير الالكتروني للحكومة "Government E-Procurement" وتتمثل باستخدام الحكومة للانترنت في البحث عن الموردين لشراء لوازمها، واختيارهم ومتابعة تطبيق الاتفاقيات معهم والمشاركة في المزادات أو المناقصات الالكترونية².

8 . التجارة الالكترونية بين الحكومة (G2G) "Government-to-Government":

وتتضمن استخدام التكنولوجيا الرقمية بين الحكومات المختلفة لتبادل المعلومات والخدمات والتسهيلات في إطار اتفاقيات التبادل والمواثيق الدولية وعلاقات الدول الثنائية والإقليمية والأممية³.

¹ محمد عبد حسين الطائي، المرجع السابق، ص 31-32.

² محمد عبد حسين الطائي، المرجع السابق، ص 32.

³ المرجع نفسه، ص 32.

9 . التجارة الالكترونية بين الأعمال والحكومة (B2G) "Business-to-Government":

وتتضمن كافة أنواع العمليات التي تتم بين منظمات الأعمال والجهات الحكومية في إطار تنفيذ التعاقدات الموقعة بين الطرفين والتي بموجبها تنجز هذه المنظمات بنود هذه التعاقدات للوفاء بالتزاماتها اتجاه تلك الجهات، مثال ذلك: قيام الشركات بتسوية ضرائبها عبر الانترنت، وكذلك قيام الحكومة بنشرها تفاصيل مشترياتها عبر الانترنت ما يمكّن منظمات الأعمال من الاستجابة لها إلكترونياً¹.

ويبقى هذا النوع من التجارة الالكترونية حديث العهد إلا أنه ينال اهتماماً متزايداً من قبل مختلف الحكومات التي تحرص الكثير منها على استخدام الوسائل الالكترونية في مختلف تعاملاتها في إطار ما يعرف بالحوكمة الالكترونية: ويقصد بها جميع الأنشطة الهادفة إلى تقديم الخدمات الحكومية بشكل إلكتروني إلى المواطنين والمؤسسات².

10 . التجارة الالكترونية داخل الحكومة "Intra-Government":

وتتضمن استخدام الدوائر والأجهزة الحكومية للتكنولوجيا الرقمية للقيام بنشاطاتها كتبادل السلع والخدمات والمعلومات بين هذه الدوائر، ودعم فرق العمل عبر الأجهزة الحكومية، وتوزيع المراسلات والتعميم الداخلية، وقد تتضمن تبادل المعلومات والتنسيق في الإجراءات وخطوات العمل لأفرادها أو أية نشاطات أخرى، وتتم هذه المراسلات داخل المنظمة عبر شبكة الانترنت³.

11 . التجارة الالكترونية غير الربحية "Non Business E-Commerce":

وتتطوي على مختلف أنواع تطبيقات التجارة الالكترونية غير المذكورة أعلاه وخاصة تلك التي تتم في إطار الجمعيات الخيرية أو الدينية أو الاجتماعية والتي تكون غاياتها إنسانية وتركز على خدمة المجتمع العام أو شرائح محددة، أو تخفيض التكاليف أو تحسين إدارة المنظمة.... الخ⁴.

¹ نفسه، ص 32.

² سمية ديمش، مرجع سبق ذكره، ص 48.

³ محمد عبد حسين الطائي، مرجع سبق ذكره، ص 33-32.

⁴ المرجع نفسه، ص 33.

12 . التجارة الالكترونية من الحكومة إلى الموظفين (G2E) "Government-to-Employees":

وتدعم تطبيقات الأعمال الالكترونية في هذا المجال رفع كفاءة الاتصالات بين الحكومة وموظفيها في الأماكن النائية والجغرافية المتباعدة، وتقديم المعلومات والخدمات والامتيازات الداعمة للموظفين وعائلاتهم¹.

المطلب الثالث: خصائص ومجالات التجارة الالكترونية

تختلف التجارة الالكترونية في الواقع عن التجارة التقليدية في طبيعتها وآلياتها وأساسياتها ولعل هذا الاختلاف والتفاوت يعود إلى أنها تجسد في الواقع اقتصادا جديدا يعتمد على الإنتاج كثيف المعلومات والمعرفة، وعلى التكنولوجيا المتطورة والتزواج مابين التكنولوجيا والمعلومات لدرجة أن ظهرت إلى سلع وخدمات لم تكن معرفة منذ عقد أو عقدين كما أن هذه التطورات وغيرها تعمل على إعادة هيكلة الاقتصاديات على المستوى الوطني، بل وكذلك على المستوى العالمي في إطار من تحرير التجارة العالمي في ظل منظمة التجارة العالمية، كما للتجارة الالكترونية مجالات عديدة سوف نتطرق لهما في الآتي:

الفرع الأول: خصائص التجارة الالكترونية

تتمثل خصائص التجارة الالكترونية فيما يلي²:

1. غياب العلاقة المباشرة بين الأطراف المتعاقدة:

على خلاف العقود المبرمة في التجارة التقليدية التي تتم بالتقاء الأطراف في مجلس العقد للتفاوض الاتفاق على شروط العقد، فإن العقود في التجارة الالكترونية تغيب فيها المفاوضات والالتقاء في مجلس العقد، ويجري الاتصال بين البائع والمشتري عن طريق أجهزة الكمبيوتر التي قد تبعد عن بعضها بآلاف الأميال، كما قد يكون هناك اختلاف زمني بينها ناتج عن الفارق الزمني بين تحويل الرسالة الالكترونية وبين استقبالها، إما لعطل في الشبكة أو بسبب عدم تنزيل الرسائل من الشبكة حال وصولها.

كما قد يغيب العنصر البشري تماما وتقوم الأجهزة بالتراسل فيما بينها وفقا لبرامج معدة لها، هذه الأخيرة التي تقوم في بعض الشركات بجرد المخزون من سلعة ما: فإذا نقص المخزون عن حد معين

¹ نفسه، ص 33.

² العاني إيمان، مرجع سبق ذكره، ص ص 68-79.

تقوم بإصدار أوامر الشراء للموردين، الذي تقوم أجهزة الكمبيوتر لديهم باستلامها وتنفيذها ومن ثم إرسال فواتير البيع كل هذا دون تدخل العنصر البشري.

2. وجود وسيط إلكتروني: يتمثل وجود حساب آلي لدى كل أطراف العملية التجارية يكون على اتصال بشبكة الاتصالات الدولية، التي يتم من خلالها انتقال كل العمليات المحولة في شبكة الكتروني بين الأطراف المتعاقدين، ويتم ذلك في الوقت الحقيقي (أي في ذات اللحظة) على الرغم من تباعد المسافات التي تربط بينهم، هذا وضع برمجيات تحت الخدمة تتوافق مع أجهزة الحاسب الآلية في مجالات المحاسبة، التسويق وخدمات البيع. مما ساعد في سرعة إنجاز الأعمال بالنسبة للأفراد والشركات وبتكلفة أقل.

3. السرعة في إنجاز العمل: يعني التعامل عبر الانترنت في استعمال العديد من الأوراق المكتبية التي تصاحب أوامر البيع والشراء ويرفع من سرعة إتمام المعاملات التجارية، كما تسمح الانترنت بتحسين وقت الاستعلام والإجابة على طلبات الزبائن، بفضل انتقال الرسالة الالكترونية بين أطراف العملية التجارية في لحظات، فمثلا المؤسسة الوطنية للوجستيات والنقل Trans- o-Flex، وفرت لزبائنها خدمة التأكد من مكان تواجد بضاعتهم المنقولة لحظة بلحظة على موقعها الالكتروني على الشبكة لتحقيق السرعة في انجاز عمليات التجارة الالكترونية، تقوم المؤسسات التي تنشر عنوان بريدها الالكتروني لزبائنها بتكليف شخص مؤهل للإجابة على رسائلهم وإيجاد الحلول السريعة في الرد على رسائلهم إن استعصت عليه الإجابة، لأن الأساس في ممارسة التجارة الالكترونية هو السرعة. بالإضافة إلى الخصائص سابقة الذكر توجد خصائص أخرى هي¹:

- تتسم بالتطور والنمو السريع، ومن ثم يزداد نصيبها في الناتج المحلي الإجمالي العالمي ويسهم تطور الانترنت إسهاما فعالا في هذا الصدد لاعتماد هذه التجارة عليه؛
- تتسم التجارة الالكترونية بأنها تتبع فرصة كبيرة للتعامل في مختلف الأسواق في الشرق والغرب على مدار أربع وعشرين ساعة، برغم فروق التوقيت الكبيرة ويمثل هذا تسجيلا كبيرا على المتعاملين خاصة في الأسواق المالية؛
- التجارة الالكترونية تجارة كونية لا تعرف الحدود وتوجد في كل مكان؛
- وسيلة رخيصة جدا؛
- استخدام تكنولوجيا المعلومات وشبكة الاتصالات في أداء العمليات التجارية بين الشركات بعضها البعض، وبعض الشركات وعملائها؛

¹ هبايش فوزية، دور التجارة الالكترونية في تفعيل مناطق التجارة الحرة، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص مالية واقتصاد دولي، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة حسينة بن بوعلي -الشلف-، 2011-2012، ص ص 26-27.

- تهدف إلى رفع الكفاءة وتحقيق الفعالية في التعامل؛
- تتعدى الحدود الزمنية والمكانية التي تقيد حركة التعاملات التجارية بين الدول؛
- التفاعل الموازي في آن واحد أو بين أطراف المعاملات، حيث يمكن أن يجتمع عدد كبير من المشتركين في آن واحد أو الطلب إلى عدة مستقبلين في آن واحد.

الفرع الثاني: مجالات استخدام التجارة الالكترونية

تتمثل في¹:

- **تجارة التجزئة:** مثل تجارة الكتب والمجلات ويتم فيها البحث عن اسم الكتاب أو المحتوى ومعرفة السعر وتتم عملية الدفع بطريقة الكترونية ويتم التسليم من خلال الناشر.
- **البنوك والتمويل:** تقدم البنوك الخدمة الالكترونية والتي من أبسطها الاستعلام عن الحساب ومتابعة أسعار البورصات والبيع والشراء للأسهم.
- **التوزيع:** مثل توزيع المنتجات الالكترونية من برامج وأجهزة حاسب آلي، توزيع الصور، الأفلام والشرائط الموسيقية.
- **التصميمات الهندسية:** من الممكن الاشتراك في تصميم منتج جديد بدون التواجد في المكان نفسه من خلال مجموعة عمل ومن أشهر الأمثلة في هذا المجال قيام شركة فورد للسيارات بتكوين فريق عمل لتصميم محرك جديد يعمل أعضاؤه في أربع مواقع جغرافية مختلفة.
- **التعاملات التجارية:** ومن أمثلة ذلك نظام التبادل التجاري بين الشركات حيث تقوم بعرض كتالوجيات الكترونية للمنتجات والقيام بعملية التبادل بمراحلها المختلفة ودعم نظم الدفع المختلفة وتبادل المستندات والتأمين وتقديم خدمات ما قبل وما بعد البيع.
- **النشر:** ومن أمثلة ذلك قيام شركات النشر بإتاحة إصداراتها من الجرائد والمجلات بصورة الكترونية.
- **خدمات متخصصة:** مثل الاستشارات الطبية، القانونية، الهندسية، الإدارية.

¹ دانا القوقا وآخرون، الصعوبات التي تواجه التجارة الالكترونية في فلسطين وأثرها على طريقة الاستخدام وتطبيقاتها، استكمالاً لمتطلبات مساق مشروع تخرج، تخصص تسويق، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة النجاح الوطنية نابلس -فلسطين-، 2010-2011، ص 25.

المطلب الرابع: أهمية وفوائد التجارة الالكترونية

إن استخدام التجارة الالكترونية يمنح فوائد عديدة كما لها أهمية كبيرة نوجزها فيما يلي:

الفرع الأول: أهمية التجارة الالكترونية

تكمن أهمية التجارة الالكترونية في النقاط التالية¹:

- تسمح التجارة الالكترونية بالتسويق عبر شبكة الانترنت عن طريق الاتصال الالكتروني المباشر بين المتعاملين، وبذلك فهي تستغني عن المستندات الورقية وما تستلزمه من نفقات، كما تساهم في تبسيط وتنظيم عمليات المشروعات وتحقيق أهدافها عن طريق القضاء على التأخير في إصدار القرارات الإدارية؛
- توفر في النفقات الإدارية ونفقات الاتصال وغيرها، حيث تعتبر بديلاً تخصيص جزء كبير من رأس المال في إقامة علاقات مستمرة بين البائعين والمشتريين، كما أنها تسمح بإتمام عملية التوزيع رأساً للمستهلك؛
- ترشيد القرارات التي يتخذها كل من البائعين والمشتريين بما تتميز به من تدفق المعلومات بينهم في الوقت المناسب وبطريقة منسقة ودقيقة، مما يسمح بسهولة المقارنة بين المنتجات سواء من ناحية الأسعار أو الجودة أو طريق الدفع؛
- تعتبر ذات أهمية خاصة لكل من المنتجين والمستهلكين خاصة في الدول النامية، حيث أنها تستطيع التغلب على الحواجز التقليدية للمسافة ونقص المعلومات عن الفرص التصديرية.

الفرع الثاني: فوائد التجارة الالكترونية

إن استخدام التجارة الالكترونية يمنح فوائد عديدة، كما يستفيد منها المجتمع بأسره أفراداً، مؤسسات وذلك لوفرة اتصال شبكة الانترنت وسهولة الوصول إلى المواقع، ووجود قنوات الدفع الالكتروني الآمنة ويمكن تلخيص تلك الفوائد في الآتي:

1. بالنسبة للمؤسسات:

- التجارة الالكترونية تسمح بتخفيض المخزون عن طريق استعمال عملية السحب ففي هذا النظام العملية تبدأ بالحصول على طلب تجاري من قبل المستهلك وتزويد المستهلك بطلبه من خلال التصنيع الوتقي المناسب (تطبيق نظام الوقت المحدد....) ؛

¹ ناصر خليل ناصر، التجارة والتسويق الالكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2009، ص ص 40-41.

- عملية السحب تسمح بتصنيع المنتج أو الخدمة وفقا لمتطلبات لزبون وهذا يعطي الشركة أفضلية تجارية على منافسيها؛
- التجارة الالكترونية تخفض تكاليف الاتصال والتكاليف الإدارية للشراء؛
- التجارة الالكترونية توسع نطاق السوق.

1. بالنسبة للمستهلكين:

- التجارة الالكترونية تعطي الخيار للمستهلك بأن يتسوق في أي وقت وفي أي مكان؛
- التجارة الالكترونية تمكن المستهلك من الحصول على المعلومات المناسبة حول البضاعة خلال ثوان؛
- التجارة الالكترونية تشجع المنافسة مما يعني خفض الأسعار،
- التجارة الالكترونية تسير توسيع الخدمات العامة مثل التعليم بسعر منخفض وكفاءة أعلى¹.

2. بالنسبة للمجتمع: وذلك من خلال²:

- الحصول على منتجات عالمية؛
- إيجاد نوع من الوفرة والتنوع في المنتجات للمستهلكين؛
- تطوير الخدمات العامة مثل الصحة والتعليم والخدمات الاجتماعية؛
- توفير الخدمات العامة بسعر منخفض وبكفاءة أعلى مما يسهم في تطوير اقتصاد البلد؛
- تسمح لبعض من البضائع أن تباع بأسعار أرخص مما يؤدي إلى رفع مستوى المعيشة للمجتمع؛
- تقليل الازدحام المروري من خلال التسويق إلكترونيا عن بعد.

¹ يوسف حسن يوسف، التسويق الإلكتروني، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، الطبعة الأولى، 2012، ص ص 50-52.

² الأمير سلمان بن حمد آل خليفة وآخرون، التجارة الإلكترونية قناة اليوم لاقتصاد المستقبل (كتاب التوعية بالتجارة الإلكترونية)، وزارة الصناعة والتجارة، إدارة التجارة الالكترونية وتكنولوجيا المعلومات، مملكة البحرين، إصدار رقم 3 فبراير 2014، ص 8.

المبحث الثاني: نمو التجارة الالكترونية

لكي تصبح التجارة عبر شبكة الانترنت متاحة في أي مجتمع فإنه لابد من توفرها على دوافع للدخول فيها، وتوفر البيئة المناسبة لها من بنى تحتية وكذا مختلف الوظائف التي تسمح بدعم المراحل المختلفة لإنجاز الصفقة بدءاً من مسك الطلبية إلى إبرام العقد وإتمام عملية الدفع، ويجب أن تقوم على قواعد تحكمها وتسير عليها من أجل تسهيل عملها ويتم الاسترشاد بمجموعة من المبادئ الأساسية عند صياغتها.

المطلب الأول: دوافع وشروط التجارة الالكترونية

أن قيام التجارة الالكترونية يتطلب من المؤسسات مراجعة التنظيمات والهياكل القائمة والقيام باستثمارات إضافية للحصول على التكنولوجيا المناسبة، لأن التجارة الالكترونية هي أسلوب جديد في المعاملات المحلية والدولية حيث يمكن للمؤسسة تنمية علاقتها مع الغير خاصة إذا تمت متابعة المؤشرات السوقية في الداخل والخارج بما يتيح تقدير إمكاناتها وقدراتها مع محاولة تذليل العقبات والأسباب التي تؤدي إلى فشلها.

الفرع الأول: دوافع التجارة الالكترونية

هناك العديد من العوامل المشتركة لدى المؤسسات والقطاعات التي تدفع إلى التجارة الالكترونية وهذا راجع إلى أن التجارة الالكترونية ظهرت بالتدريج وتطورها يكون حسب احتياجات القطاعات المختلفة والتي تخلق دوافع للدخول في التجارة الالكترونية والتي نوردتها فيما يلي¹:

1. تسيرير التعاملات التجارية:

إن التجارة الالكترونية تسمح بتأدية جزء كبير من العمليات المختلفة والتي تدخل ضمن المعاملات التجارية العادية بين البائع والمشتري.

حيث تسمح الشيكات باختزال الزمن والمسافة مما يقلص الآثار السلبية للزمن والمسافة على الاقتصاد، وتشمل التجارة الالكترونية على المعاملات المادية وغير المادية في نفس الوقت مما يسمح بتقليص التكاليف المتعلقة بكل أنواع المعاملات، كما نشأت علاقات سوقية جديدة.

¹ أحمد عبد الله العوضي، العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الالكترونية، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد 06 الكويت، 2010، ص ص 170 - 171.

2. الفعالية التجارية:

من أهم دوافع التجارة الالكترونية القيام بالوصول إلى أعلى مستويات الإنتاج والتوزيع، حيث أن اعتماد تكنولوجيات الإعلام والاتصال في إطار الدعم والتطوير يسمح للمؤسسات بمواجهة التحديات المنتظرة في محيط تجاري عالمي.

كما أنه يمكن للمؤسسة من إنتاج معلومات حول معاملاتها والاحتفاظ بها بطرق آلية فتتم بذلك المعالجة والتوزيع بصفة سريعة، كما يمكن أن تستعمل هذه المعلومات في تقييم السوق وتقييم مساهماتها وهذا ما يمكن أن تستعمله فيما بعد في التخطيط والتحسين.

3. تطوير أسواق جديدة:

إن دافع تطوير أسواق جديدة، جعل المؤسسات كثيرة تتوجه إلى استخدام العلاقات التجارية الالكترونية وأدخلتها في استراتيجياتها للقيام باكتساح السوق وإنشاء أسواق جديدة وتطويرها.

الفرع الثاني: شروط التجارة الالكترونية

لكي تصبح التجارة عبر الحاسوب متاحة في أي مجتمع فإنه لا بد من توفر البيئة المناسبة لها وكذلك المتطلبات اللازمة لتحقيقها، وفي هذا الجزء سوف نتناول بإيجاز هذه المتطلبات وفق التقسيمات التالية¹:

أ. **البنية التحتية الالكترونية:** وتشمل البنية التحتية الداعمة للتجارة الالكترونية وعقد التعاملات التجارية عبر شبكة الانترنت، ومن أبرز مكونات هذه البنية قطاع تقنية المعلومات والاتصالات (ITC) وتشمل شبكات الاتصال السلكي واللاسلكي وأجهزة الاتصالات من فاكس وهواتف ثابتة ومنقلة، وكذلك الحواسيب الآلية وبرامج التطبيقات والتشغيل، وخدمات الدعم الفنية، ورأس المال البشري المستخدم في الأعمال والتجارة الالكترونية، إضافة إلى توفر القطاعات المنتجة لتقنية المعلومات، فهذه المكونات توفر البنية التحتية الالكترونية التي تساعد على انتشار استخدام الانترنت وتهيئ البيئة المناسبة للتجارة الالكترونية، ويعتبر انتشار الانترنت عاملاً رئيسياً في الدخول للتجارة الالكترونية، لأنها بمثابة القناة الالكترونية أو السوق الالكتروني الذي تتم من خلاله المعاملات والتبادلات التجارية، كما أن انتشار الانترنت يعتمد على

¹ رشيد علام، **عوائق تطور التجارة الالكترونية في الوطن العربي**، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص تجارة الكترونية، كلية إدارة الأعمال، المملكة المتحدة بريطانيا-، 2009-2010، ص ص 91-92.

توفر عناصر أساسية منها توفر أجهزة الحاسب الآلي الشخصية والهواتف والحاسبات المضيئة، وإمكانية الدخول إلى الانترنت من خلال معرفة عدد المستخدمين والمشاركين والمستخدمين المحتملين للانترنت.

ب . التشريعات والأنظمة للتجارة الالكترونية: وتشمل التشريعات والقوانين والقواعد التي تتلاءم مع طبيعة التجارة عبر شبكة الانترنت، وتمثل هذه التشريعات الإطار القانوني والتنظيمي الذي يضمن استمرار التجارة الالكترونية وحماية حقوق الأطراف المتعاملة فيها، كما يتكفل هذا الإطار القانوني بإيجاد الأدوات التي تتناسب والتعاملات الالكترونية مثل: وسائل التعاقد عبر شبكة الانترنت أو عبر البريد الالكتروني والشروط اللازمة لذلك، وفرض النزاعات التجارية الالكترونية سواء كانت في داخل المجتمع أم كانت بين أطراف في دول مختلفة، وكذلك التعامل مع وسائل الإثبات للأطراف المتنازعة تجارياً عبر شبكة الانترنت، وتشمل أيضاً هذه التشريعات القضايا المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية، والجرائم الالكترونية وتحديد مفهوم الضرر والإتلاف الناجم عن تلك الجرائم، والتعامل مع التوقيعات الالكترونية وما هي صيغة الإيجاب والقبول الكترونياً.

ج . توفر الكوادر البشرية: ويمثل هذا الجانب أحد مقومات نجاح التجارة الالكترونية في أي مجتمع وتشمل هذه الكوادر البشرية المتخصصين في قطاع تقنية المعلومات وشبكات الاتصال والانترنت والبرامج التطبيقية ذات العلاقة بالتجارة عبر الانترنت، ومن ناحية أخرى تتطلب التجارة الالكترونية ما يسمى بالاستعداد الالكتروني (Electronic Readiness) أي المجتمع القادر والذي لديه رغبة في استخدام وممارسة التجارة عبر شبكة الانترنت، ويرتفع معدل الاستعداد الالكتروني لأي مجتمع من خلال تطوير نوعية الأنظمة التعليمية وتوسيع دائرة الفرص لأفراد المجتمع للاستفادة منها حتى يصبح مجتمعا ذا معرفة وثقافة تكنولوجية، بالإضافة إلى توفير الفرص للمؤسسات والمعاهد التعليمية والمدارس لاستخدام تقنية المعلومات والاتصالات وتكييف المناهج التعليمية مع المعارف التقنية.

بالإضافة إلى شروط أخرى تتمثل في¹:

ج . التحقق: الاستخدامات المشروعة لعملية التحقق تشمل: التحقق من مصدر الاتصالات وتوثيق حاملة البيانات بهدف حماية البيانات نفسها، أما القضايا المتعلقة بالتحقق فتشمل التأزر بين التعرف والتشغيل التعاوني والمسؤولية والتبعات، وتنوع الاعتراف القانوني بالتحقق المباشر، والفرصة المتاحة لأية مؤسسة عمل أو مورد وطني.

¹ سمر بنت محمد عمر السقاف، التجارة الالكترونية وفرص عمل الخريجات في المملكة، سلسلة إصدارات نحو مجتمع المعرفة الإصدار الخامس والعشرون، 2010، ص ص 36 - 37.

هـ . الخصوصية وحماية البيانات: جمع واستخدام ونقل البيانات تشير إلى الشخص مثل جمع البيانات من مواقع الويب عن الزبائن والمستخدمين والموظفين واستخدامها لأغراض غير تلك التي توفرت البيانات من أجلها، ونقلها بواسطة الشركة أو الزبائن أو آخرين لطرف آخر، أو نقل المعلومات لدولة ثالثة، له تأثير سلبي على الشركات أو المستهلكين والمستخدمين من حيث التسويق وخدمات الزبائن والموظفين أما الحلول لهذه المشكلة فتشمل إتباع الأسس المتفق عليها بين الطرفين.

و . أسلوب التشغيل: تتضمن عملية التجارة الالكترونية إرسال رسالة تحدد الطلب وفقا لما تزوده الشركة على موقعها من مواصفات عندئذ تستجب الشركة بإعلان الوصول، ثم تقوم بالإجراءات اللازمة لتنفيذ الطلب.

وحتى تجري عملية التعامل بصورة يعتمد عليها ،يجب أن تتم عملية المراسلات بطريقة مضمونة غير أن بعض الزبائن يطيلون المكوث في الموقع وقد يؤجلون اتخاذ القرار النهائي لمل يزيد عن يوم، لهذا يلجأ بعض التجار إلى وضع حد زمني تتوقف فيه العملية وأحيانا يرسل الطلب.

ي . أسلوب الدخول عن الموقع: تنقسم المواقع التي تقوم بالتجارة الالكترونية إلى مواقع مجانية ومواقع غير مجانية، حيث يتم في الأولى تقديم خدمة الإعلان عن البضائع والبيع والشراء والحصول على كافة معلومات وخدمات الموقع دون مقابل مادي ،بينما في الثانية لا يتم الحصول على الخدمة أو جزء منها إلا من خلال دفع مقابل مادي على صورة اشتراك شهري أو سنوي أو غير ذلك.

والجدير بالذكر أن المواقع المجانية تحصل على قدر لا بأس به من العائد المادي من خلال نشر إعلانات المدفوعة الثمن ذات المواصفات الخاصة، والتي تختلف عن الإعلانات المجانية الخاصة بالبضائع، من حيث المكان والحجم وطريقة العرض والألوان المستخدمة.

د . الضرائب: انسجاما مع تحرير التجارة والخدمات المتعلقة بالأنشطة التقليدية ،تتجه السياسات الحكومية إلى عدم إقراره الضرائب على الأنشطة التجارية الالكترونية، وهذا لصعوبة تتبع التسليم المادي للمنتجات الالكترونية المباعة، إضافة إلى غياب آليات ضريبية وجمركية متعلقة بالتجارة الالكترونية، ومع أنه كان الاهتمام في السابق مركز على كافة الأوعية الضريبية والتي تخص التجارة التقليدية، إلا أنه لا توجد المرونة الكافية للتأقلم مع المستجدات العالمية وخصوصا التكنولوجية منها في معظم الدول مما يجعل

الأنظمة الضريبية الآن غير مهيأة لاستقبال ومتابعة عمليات التجارة الالكترونية سواء على المستوى الفني أو التكنولوجي¹.

المطلب الثاني: وظائف وقواعد التجارة الالكترونية

للتجارة الالكترونية مجموعة من الوظائف تدير عليها، كما أنها تضع قواعد تحكمها وتضبط عملها بشكل جيد ومحكم نوجزهما فيما يلي:

الفرع الأول: وظائف التجارة الالكترونية

يجب أن يحقق تطبيق التجارة الالكترونية المصنفة ضمن مجال صفقات الأعمال الموجهة إلى الأعمال، على اختلاف طبيعتها سواء كانت مخصصة للمبيعات أو المشتريات أو تجمع بين الاثنين معا الوظائف التي تسمح بدعم المراحل المختلفة لإنجاز الصفقة بدءا من مسك الطلبية وصولا إلى إبرام العقد وإتمام عملية الدفع².

1. **إجراءات الموافقة:** يستوجب الأمر على المؤسسات أن تدير مشترياتها بطريقة عقلانية بشرائها للمنتجات التي هي بحاجة لها وبأفضل الأسعار، ولهذا الغرض وضعت إجراءات تحد من إمكانية المكلفين بالمشتريات في المؤسسة من القيام بالمشتريات على حسب رغباتهم، قد يبدو الأمر بسيطا ولا يحتاج إلى وقوف، غير أنه يكون مختلفا إذا ما تعلق بالشركة متعددة الجنسيات تعمل داخل خمس قارات حيث يكون ضروريا التحكم في المشتريات بدقة، ولا يكون ذلك ممكنا إلا من خلال الرقابة عليها وذلك بتتبع إجراءات الموافقة على إنجازها ويتطلب القيام بالمشتريات الرجوع إلى المسؤول الأعلى لأخذ الموافقة منه في حال تجاوز مبلغها حدا معينا، إن هذا الفعل قد يستغرق وقتا طويلا وقد يؤدي إلى ضياع فرصة على المؤسسة لأن الصفقة التجارية تتم مع العميل على الانترنت والذي لا يجذب الانتظار لفترة طويلة هذه الوضعية تتطلب من مسؤول التسويق حلا سريعا وأنيا كأن يقوم بتقسيم المشتريات.

2. **إعطاء مرجعية للموردين:** إن عملية البحث عن الموردين وإعطائهم مرجعية ليست بالأمر الهين بل هي مهمة عسيرة ومتكررة، كما أنها تتطلب تجديد البحث عن الموردين في كل مرة ترغب فيها المؤسسة القيام بمشتريات على الانترنت، فلا تعتبر مكانة المورد لدى المؤسسة مكتسبة بصفة دائمة، حيث يمكن اللجوء إلى موردين جدد خاصة إذا ما تعلق الأمر بالمنتجات التي تتطور بسرعة وتظهر فيها عروض

¹ هبابش فوزية، مرجع سبق ذكره، ص 32.

² العاني إيمان، مرجع سبق ذكره، ص ص 80-82.

جديدة لمنتجين لها للحاسبات الآلية مثلا التي تتطور بسرعة فائقة، هذا ما يستوجب من المؤسسة التي ترغب في القيام بمشتريات أن تعيد حساباتها في كل مرة.

3. **مسك الطلبيات:** يمكن أن يتم مسك الطلبيات بطرق مختلفة تبعا لنوع المنتج، لهذا تستدعي المشتريات طرق خاصة يمكن أن نجعلها في عدة أصناف:

- **الشراء على الكتالوج:** هذه الفئة تخص المشتريات التي تتكرر باستمرار والتي لا يتطلب تحديد السعر فيها تفاوضا خاصا، حيث يكون لكل منتج معروض على الكتالوج سعرا مرجعيا، هذا الأسلوب في أخذ الطلبيات يقبل تقديم تخفيضات في الأسعار وذلك بدلالة حجم المشتريات، وتكون القيمة المضافة التي يحققها المكان السوقي على الانترنت مرتبطة بشراء الكتالوج الخاصة به، وبصيانته وإمكانية انشغاله ويعتمد تطبيق هذا الصنف على الخدمة الذاتية الافتراضية.

- **الأسعار الديناميكية:** أفضل مثال على هذا النوع هي البورصة أين تتغير الأسعار فيها على الدوام لكنها محصلة التقاء العرض والطلب، ويعتبر الناس داك أول مكان سوقي آلي الذي تم إنشاؤه سنة 1979م في الولايات المتحدة الأمريكية لأجل قيام التكنولوجيا، هذه الطريقة في تحديد الأسعار مكيفة مع المنتجات القابلة للتلف أو المنتجات التي يتغير حجم إنتاجها باستمرار.

- **المزادات:** تضم المزادات آليات مختلفة:

تبعاً للمزادات من نوع دوتش فإن البائع ينطلق من سعر مرتفع ويجعله ينزل إلى غاية أن يظهر مشتري ما، فإيقاف النزول في الأسعار مبكرا يعني تحمل خطر الشراء بسعر مرتفع، أما انتظار نزول الأسعار طويلا فيوقع في خطر أن يصبح شخص آخر هو المالك.

في المزادات العكسية يجري فيها أن يقوم المشتري بالإعلان عن الخدمات أو المنتجات التي يريد امتلاكها، وينتظر لحين حصوله على أحسن عرض للشراء.

في المزادات من نوع "YAMNKEE" (أمريكي) فإنه يتم اقتراح عدة منتجات متشابهة مع بعضها البعض ويمكن أن تكون المزادات صعودية أو نزولية.

- **طلب العروض:** هذه الطريقة مكيفة خاصة مع الخدمات المرتبطة بمشاريع مركبة التي تتطلب العديد من المساعدين أو المقاولين، كمشاريع إدخال الإعلام الآلي مثلا، ويعد التفاوض في طلبات العروض عموما طويلا وقد يمتد لعدة أشهر أو سنوات.

4. **التسوية:** يتطلب إتمام الصفقات التجارية الالكترونية بين مؤسسات الأعمال القيام بعملية التسوية وهو ما يستدعي أن تكون وسائل الدفع المستخدمة في ذلك مكيفة مع هذه الطريقة الجديدة في

التعامل التي تتم عبر الانترنت والشبكات الالكترونية الأخرى، هذا ما أدى إلى تصور وسائل دفع جديدة الكترونية تتناسب مع هذا الأسلوب الجديد في التعامل.

5. **تتبع الطلبات:** إن القيام باختيار الموردين والتفاوض حول الأسعار وإتمام عملية الدفع لا تلخص عملية الشراء فعلى المشتري أن يقوم بمتابعة عملية الشحن والتأكد أن عملية التسليم تستجيب للأجل المحددة والتحقق أيضا أن المنتجات متوافقة مع الطلبات، ويتطلب القيام بتتبع الطلبات الأخذ في الاعتبار بعض الأمور مثل: حدوث تسليم جزئي للمنتجات، رجوع منتجات تالفة، قطع معينة أولا تتوافق مع المواصفات المطلوبة وغير ذلك، في الواقع يود المشتري الحصول على معلومات آنية حول التقدم في طلبيته.

6. **تسيير الكتالوجات:** تعتبر الكتالوجات النظير الافتراضي للكتالوجات التقليدية للمنتجات، فهي مثلها تحتوي على مواصفات مكتوبة وصور للبضائع بالإضافة إلى معلومات عن الترويج والتخفيضات وأساليب الدفع وطرق الشحن، تلك الخصائص الموجودة في الكتالوجات الالكترونية تجعل من عملية إدارتها وتهيئتها سهلة وغير مكلفة، هذه الخصائص تشمل¹:

- ✓ وجود مساعدين خبراء لإنشاء الواجهة الأمامية للموقع، وصفحات الكتالوج التي تحتوي صوراً لوصف البضائع المعروضة؛
- ✓ عربات الكترونية للتسوق والتي تسمح للزبائن بجمع البضائع بغرض الشراء ووضعها في عربة الكترونية إلى حين الانتهاء من عملية التسوق؛
- ✓ استثمارات الكترونية لملاً الطلبات التجارية من خلال طرق آمنة؛
- ✓ قاعدة بيانات لحفظ مواصفات السلعة وأسعارها بالإضافة إلى طلبات الزبائن؛
- ✓ التكامل مع برمجيات أخرى من أجل حساب كلفة الضرائب والشحن ومن أجل تولي عملية التوزيع.

الفرع الثاني: قواعد التجارة الالكترونية

يثير انتشار التجارة الالكترونية مخاوف العديد من الأطراف وفي مقدمة هذه المخاوف قضية أمن الشبكة الدولية المعلوماتية وقضية تقنين التجارة الالكترونية.

¹ بسام نور، **التجارة الالكترونية كيف، متى وأين؟**، الموسوعة العربية للكمبيوتر، قسم الدورات التعليمية، سلسلة كتب الدورات التعليمية الالكترونية 2003- 2004، ص 35. موقع: 12h30-2017. 21-02-2017. WWW.C4arab.com

فبالنسبة لقضية الأمن يؤكد الخبراء على ضرورة أن تكون البنية الأساسية للمعلومات آمنة وموثوق بها، فإذا لم تتوفر لدى مستخدمي الانترنت في اتصالاتهم وبياناتهم في مأمن (من الإطلاع عليها أو تشويهاها) فإن يقدموا على استخدام الانترنت بشكل روتيني من أجل التعاملات التجارية، ولتحقيق الأمن للبنية الأساسية العالمية للمعلومات يجب أن يتوفر مايلي¹:

- ✓ شبكة اتصال آمنة وموثوق بها ووسيلة فعالة لحماية نظم المعلومات الملحقه بهذه الشبكة؛
- ✓ وسيلة فعالة للتوثيق وضمان سرية المعلومات الالكترونية؛
- ✓ توفير التدريب الجيد لمستخدمي البنية الأساسية المعلوماتية، وخاصة تقنيات حماية المعلومات والاتصالات الالكترونية مثل: التشفير والتوثيق والتحكم في كلمات السر.....

وحتى الآن لا توجد تقنية أو طريقة يمكنها ضمان سلامة البنية الأساسية المعلوماتية.

أما بالنسبة لتقنين التجارة الالكترونية فقد ثار جدل حول طبيعة التشريعات التي ستحكم سير التجارة الالكترونية، وكيف يمكن حماية المستهلك من منتج لا يراه، وفي هذا الصدد تم وضع العديد من الاتفاقيات الخاصة بالتبادل الالكتروني تناولت وضع إطار تنظيمي محدد بكم المعاملات القائمة في التبادل الالكتروني للسلع والمعلومات، وخير مثال على ذلك الإطار الذي وضعته اللجنة الاقتصادية لأوروبا عام 1995 وكذلك قانون التجارة الالكترونية الذي اعتمدته الجمعية العامة للأمم المتحدة في ديسمبر 1996.

وتسعى الولايات المتحدة الأمريكية على وضع مجموعة من المبادئ التجارية الدولية الموحدة للتجارة الالكترونية، كما تسعى لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي كافة الجهات الدولية المعنية على مواصلة عملها في هذا المجال، على أن يتم الاسترشاد بالمبادئ التالية عند صياغة القواعد التي تحكم التجارة الالكترونية تتمثل فيما يلي:

- يجب أن يكون لكافة الأطراف الحرية في إقامة العلاقة التعاقدية فيما بينهم على النحو الذي يروونه مناسباً؛
- يجب أن تكون القواعد محايدة تكنولوجيا أي لا تستلزم أو تفترض تكنولوجيا معينة، أي لا تعوق استخدام أو وضع أي تكنولوجيا في المستقبل؛

¹ بريش عبد القادر، زيدان محمد، دور البنوك الالكترونية في تطوير التجارة الالكترونية، الملتقى الدولي حول التجارة الالكترونية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، يومي 6-7 مارس 2004، ص ص 5-6.

- يجب أن يتم تعديل القواعد القائمة حاليا مع تبني قواعد جديدة بالقدر الضروري أو المطلوب أساسا لدعم استخدام التكنولوجيا الالكترونية؛
- يجب أن تشمل العملية القطاع التجاري عالي التقنية، بالإضافة للمشاريع التي تدخل حتى الآن عالم الكمبيوتر.

المطلب الثالث: أبعاد التجارة الالكترونية

على الرغم من وجود تباين في آراء الكتاب حول عدد هذه الأبعاد (الأركان) وطبيعتها إلا أنه من وجهة نظرنا يمكن الإشارة إلى الأبعاد التالية¹:

أولاً: تمثل التجارة الالكترونية واحدا من مكوني الاقتصاد الرقمي إلى جانب تكنولوجيا المعلومات التي تعد المكون الآخر ،تكنولوجيا هي التي أوجدت البيئة المنافسة لاعتماد تطبيقات التجارة الالكترونية.

ثانياً: كان لتطور استخدام شبكة الانترنت الأثر الكبير في انتشار تطبيقات التجارة الالكترونية كما هي عليه اليوم، إذ بدأ استخدام الانترنت في نهاية الستينات من القرن الماضي وتحديدا في عام 1969م من قبل وكالات الحكومة الأمريكية ومراكز الأبحاث والدراسات والعلماء، ثم أخذت منظمات الأعمال بالاعتماد على الانترنت في المجالات التجارية وبدأت بالمشاركة على الويب WWW من خلال المواقع الالكترونية منذ منتصف التسعينات من القرن الماضي، حيث ظهر مفهوم التجارة الالكترونية كما هو معروف اليوم، ورافق ذلك ظهور مفاهيم ومصطلحات تكنولوجية وإدارية جديدة ،خاصة في ظل تطور الشبكات وتوفر بنيتها التحتية وظهور الانترنت والاكسترانت، صياغة بروتوكولات الانترنت كقواعد لإدارة واستخدام الشبكة، تطور البرمجيات الخاصة بتطبيقات التجارة الالكترونية -على الرغم من أنها لازالت دون مستوى طموح منظمات الأعمال التي تعتمد على تطبيقات التجارة الالكترونية- وأخيرا زيادة المنافسة والبحث عن وسائل تدعم الميزة التنافسية للمنظمات من أجل الاستمرارية والنمو وتحقيق الربحية.

ثالثاً: تتخذ التجارة الالكترونية أنماطا مختلفة تبدأ بإنشاء المتاجر الافتراضية أو محلات البيع على الانترنت ثم عرض المنتجات عبر هذه المواقع وإجراء عمليات البيع والدفع الالكتروني والقيام بأنشطة الترويج والتوزيع والوكالة التجارية عبر الانترنت وتقديم الخدمات المالية وخدمات الطيران وتنتهي بخدمات النقل والشحن وغيرها عبر الانترنت، بتعبير آخر تغطي التجارة الالكترونية مجالات عديدة تشمل أنشطة الترويج والدعاية والإعلان ،وتقديم المعلومات عن السلعة أو الخدمة والتفاعل والتفاوض وعرض كتالوجات الأسعار والاستعلام عن المنتج، كما تشمل إبرام العقود وإعطاء أوامر البيع والشراء والمتابعة الالكترونية

¹ محمد عبد حسين الطائي، مرجع سبق ذكره، ص ص 19-22.

لعمليات التعاقد وتنفيذ الصفقات والاستلام للسلع والخدمات عبر الشبكات وخارجها وفتح ملفات الكترونية للزبائن الذين تتعامل معهم، وتبادل البيانات الكترونياً وإدارة علاقات الزبائن التي تدعم عمليات الشراء والبيع وخدمات ما بعد البيع، إضافة إلى تسوية المدفوعات والسداد الفوري للالتزامات.

رابعاً: يتم التواصل بين البائعين (الموردون، الشركات، المحلات) والوسطاء (السماسرة) والمشترون في إطار دعم الانترنت لعمليات البيع وخدمة الزبائن وتقديم السلع والخدمات والمعلومات في صيغة افتراضية أو رقمية وتسديد ثمنها الكترونياً.

ثالثاً: تتم مختلف أنواع التعاملات بين الأطراف المشاركة في هذه التجارة بوسائل الكترونية بدءاً من تبادل البيانات عبر البريد بين المتعاملين، أو التفاوض التجاري، أو إصدار الفواتير الكترونياً، أو التعاملات المصرفية الالكترونية، أو المتابعة الالكترونية لعمليات التعاقد وتنفيذ الصفقات.....الخ.

المطلب الرابع: مزايا وعيوب التجارة الالكترونية

هناك مزايا عديدة للتجارة الالكترونية كما أنها لا تخلو من العيوب نذكرهما فيما يلي:

الفرع الأول: مزايا التجارة الالكترونية

من ابرز مزايا التجارة الالكترونية التي تضع أمام المؤسسة مهما كان حجمها، فرصة استغلال هذا النمط من الأعمال لبلوغ أسواق قد لا تتيح التجارة التقليدية بلوغها ولإنشاء مشاريع برؤوس أموال صغيرة قد تتناسب فرص الاستثمار فيها منها¹:

1. إيجاد وسائل اتجار توافق عصر المعلومات:

ففي عصر المعلومات والاتجاه نحو فضاء ساعات طويلة أمام أجهزة الكمبيوتر ومواقع الانترنت تغدو الحاجة ملحة إلى توافق الأنماط التجارية مع سمات هذا العصر وسلوكياته، من هنا مكنت التجارة الالكترونية من خلق أنماط مستحدثة من وسائل إدارة النشاط التجاري، كالبيع عبر الوسائل الالكترونية والتجارة الالكترونية بين القطاعات الأعمال وفي كلا الميادين أمكن إحداث تغير شامل في طريقة أداء الخدمة وعرض المنتج وتحقيق العرض الشامل لخيارات التسوق.

¹ جعفر حسن جاسم، مقدمة في الاقتصاد الرقمي، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، الطبعة الأولى، 2010 ، ص ص 224-225.

2. الدخول إلى الأسواق العالمية وتحقيق عائد أعلى من الأنشطة التقليدية:

إن الصفة العالمية للتجارة الالكترونية ألغت الحدود والقيود أمام دخول الأسواق التجارية، وبفضلها تحول العالم إلى سوق مفتوح أمام المستهلك بغض النظر عن الموقع الجغرافي للبائع والمشتري.

3. تلبية خيارات الزبون ببسر وسهولة:

تمكن التجارة الالكترونية الشركات من تفهم احتياجات عملائها وإتاحة خيارات التسوق أمامهم بشكل واسع، وهذا بذاته يحقق نسبة رضا عالية لدى الزبائن لإتاحة وسائل التجارة التقليدية، فالزبون يمكنه معرفة الأصناف والأسعار ومميزات كل صنف والمفاضلة وتقييم المنتج موضوع الشراء من حيث مدى تلبية لرغبة وخيارات المشتري.

4. تطوير الأداء التجاري والخدمي:

فالتجارة الالكترونية بما تتطلبه من بنية تحتية تقنية واستراتيجيات إدارة مالية وتسويقية وإدارة علاقات واتصال بالآخرين تتيح الفرصة لتطوير أداء المؤسسات في مختلف الميادين، وهي تقدم خدمة كبرى للمؤسسات في ميدان تقييم واقعها وكفاءة موظفيها وسلامة وفعالية بنيتها التقنية وبرامج التأهيل الإداري.

بالإضافة إلى مزايا أخرى تتمثل في¹:

5. تطوير معايير المنافسة الإيجابية:

إن التجارة الالكترونية سوق المنافس الحقيقي القادر على تقديم الخدمة الأمثل وعرض المنتج الأجود بالسعر الأفضل، لأن خيارات السوق مفتوحة أمام المستهلك وسهلة المنال.

6. إتاحة خيارات التسويق الشامل:

تمكن التجارة الالكترونية المنظمات من تفهم احتياجات عملائها وإتاحة خيارات التسويق أمامها بشكل واسع وهذا بذاته يحقق نسبة رضا عالية لدى الزبائن لا نتيجة وسائل التجارة التقليدية.

¹ محمود حسين الوادي، بلال محمود الوادي، المعرفة والإدارة الالكترونية وتطبيقاتهما المعاصرة، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان الطبعة الأولى، 2011، ص ص 22-23.

7. تعزيز اللجوء لتقنيات الدفع:

تتطلب التجارة الالكترونية في مرحلة الوفاء بالثمن آلية دفع تتفق مع طبيعتها والغرض من انجاز العقد بشكل سريع وهي فرصة متاحة لتقنيات الأعمال المصرفية لتحلّ ميدان طرق الدفع وتنامي استخدام أساليب الدفع التكنولوجية مثل شبكات الميكروبية وبطاقات السحب والبطاقات الذكية، وهذا يعزز خيارات الدفع بالنسبة للمستهلكين والتجار.

8. تدعيم جهود التعامل السليم مع تقنيات الأعمال المالية والمصرفية:

إن البنوك والمنظمات المالية اتجهت منذ الثمانيات إلى إدخال التقنيات المصرفية بين الأعمال والخدمات البنكية وتعمل جاهدة لمواكبة التطور في هذا الميدان، البطاقات المالية، البنوك الناطقة، الخدمات المصرفية على الخط، وبالرغم من هذه الجهود المميزة فإن البنية التكنولوجية والقانونية والإدارية لتقنيات العمل المصرفي تواجه مشاكل جمة سيما في ميدان تحقيق مستوى الحماية القانونية .

وهذا يتطلب التخطيط والإدارة الإستراتيجية الدقيقة لتسويق منتجات وخدمات هذه المنظمات على الانترنت ومحاولة تحقيق المزيد من الأرباح، فمقابل كل موقع تجارة إلكتروني ناجح على الانترنت هناك مواقع كثيرة أصابها الفشل والخسارة لأنها بنيت على أسس هشة لمواجهة تحديات الانترنت.

كما أن هناك مزايا أخرى للتجارة الالكترونية أهمها¹:

- عدم وجود علاقة مباشرة بين طرفي العملية التجارية؛
- عدم وجود أية وثائق ورقية متبادلة عند إجراء وتنفيذ المعاملات حيث أن كافة عمليات التفاعل بين طرفي المعاملة تتم إلكترونياً؛
- التفاعل الجماعي أو المتوازي أو بمعنى آخر إمكانية التفاعل مع أكثر من مصدر في الوقت نفسه؛
- إمكانية تنفيذ كل مكونات العمليات التجارية بما فيها تسليم السلع غير المادية على الشبكة؛
- التجارة الالكترونية تتعدى الحدود الزمانية والمكانية التي تقيد حركة التعاملات التجارية.

¹ ناصر خليل، مرجع سبق ذكره، ص 39.

الفرع الثاني: عيوب التجارة الالكترونية

بالرغم من المزايا التي توفرها التجارة الالكترونية في مختلف المستويات، لها عيوب وانعكاسات هامة، يمكن الإشارة إليها من خلال العناصر التالية¹:

1. **القرصنة:** فدخل القرصنة إلى مواقع الشركات سواء يتم تخريبها أو إصاق الفيروسات بهذه المواقع قد يشكل خطر على التعاملات الالكترونية، فضلا عن مخاطر السمعة.
2. **زيادة التكلفة بالنسبة للمؤسسة:** من خلال عمليات الصيانة والتجديد وتكوين الإطارات المتخصصة.
3. **فقدان متعة الشراء:** المعروفة التي كان يجدها المستهلك في ممارسة عملية التسويق من خلال التفاعل الاجتماعي.
4. **التورط:** تورط البعض بالاندفاع نحو شراء السلع قد لا يحتاج إليها الفرد نتيجة جاذبية الإعلان وسهولة الشراء ببطاقة الائتمان.
5. **المنافسة التي تواجهها المؤسسات:** فأصبحت المؤسسة من خلال تواجدها على شبكة الانترنت التي تفتح السوق العالمي على أبوابه، وبالتالي دخول مؤسسة للتعامل فيه بكل مخاطرة وامتيازاته.

بالإضافة إلى هذه العيوب توجد عيوب أخرى هي²:

- عدم القدرة على فحص المبيع، مما قد يتسبب في ابتعاد كثير من المستهلكين عن التعامل بها؛
- عدم القدرة على التحقق من شخصية العميل بالطريقة التقليدية، وهذا قد يؤدي إلى الوقوع في شباك المحتالين؛
- أحيانا قد تقوم المواقع الالكترونية بإفشاء أسرار العمل، ومن شأن يؤدي إلى خصوصية المتعاملين؛
- اختراق المتطفلين أو المخربين للشبكة الالكترونية،
- سرقة أرقام بطاقات العمل في أثناء عملية الشراء؛
- سهولة تزيف البيانات وتغييرها، بسبب انعدام الأمان الكافي على الشبكة.

¹ سحقي نعيمة، الاقتصاد الرقمي في الجزائر: الفرص والتحديات، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص مالية المؤسسة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية، جامعة أكلي محند ولحاج، البويرة، 2014 - 2015، ص 24.

² يحي يوسف فلاح حسن، التنظيم القانوني لعقود الالكترونية، أطروحة مقدمة لنيل درجة الماجستير، تخصص القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، نابلس - فلسطين، 2004، ص 14.

المبحث الثالث: سيرورة التجارة الالكترونية

تعتبر التجارة الالكترونية من العمليات التي تتم بين أشخاص سواء المستهلكين أو التجار أو البنوك وذلك من أجل تسهيلها وجعلها متاحة، وتتم من خلال إبرام عقد التجارة الالكترونية الذي بدوره يمر بثلاث مراحل أساسية من مرحلة العرض والدفع إلى مرحلة التسليم.

ورغم كل ما تقدمه التجارة الالكترونية من محفزات للمؤسسات والأفراد وما توظف من أطراف لتسيير عملها وذلك من خلال مجموعة من المراحل المتسلسلة والمنظمة إلا أنها تجد بعض المشاكل والتحديات التي تمنعها من التطور والنمو وتعرقلها.

المطلب الأول: أطراف التجارة الالكترونية

إن الأطراف الثلاثة للتجارة الالكترونية هي نفسها أطراف التجارة التقليدية والمتمثلة في¹:

1. المستهلك: يمكننا تعريف المستهلك بأنه: "الشخص الذي يلتحق بشبكة الشبكات ويسبح في فضاء الانترنت، ويظهر من وقت لآخر على الويب بقصد الحصول على المعلومات المتعلقة بالسلع والخدمات" أي أن المستهلك هو الشخص الذي يتجول في الانترنت ويزور مختلف مواقع الويب التجارية بحثاً عن السلع والخدمات التي تشبع حاجياته، بمعنى آخر المستهلك هو كل من يتعاقد الكترونياً بقصد إشباع رغبته.

ومن خلال هذا التعريف يمكن تحديد أربع خصائص للمستهلك هي:

- دون أن يكون لديه نية لاستخدامها في المضاربة؛
- تختلف طبيعة السلع التي يتعاقد عليها المستهلك، فقد تكون السلعة لتلبية حاجات شخصية كالمأكل والملبس، أو خدمات مالية كالتأمين، أو فكرية كالتعليم أو استشارية قانونية؛
- هو الشخص الذي يستخدم وسيط الكتروني لإتمام المعاملات التجارية؛
- هو الشخص طبيعياً كان أم معنوياً، الذي يبرم العقود المتعلقة بسلع أو خدمات للانتفاع بها فقط، هو الشخص الذي لا يملك القدرة الفنية للحكم على السلعة أو الخدمة الاستهلاكية محل التعاقد.

كما يمكننا تصنيف المستهلكين الذين يزورون المواقع التجارية ضمن ثلاث شرائح أساسية هي:

¹سمية ديمش، مرجع سبق ذكره، ص ص 64-65.

- ❖ **مستهلكون عرضيون:** وهم الأشخاص الذين يزورون موقع الشركة بين الحين والآخر لطن بشكل غير منتظم، فقد يزورون الموقع مرة واحدة فقط.
 - ❖ **مستهلكون منتظمون:** وهم من يسعون إلى تلبية حاجياتهم بشكل متكرر ومنتظم، فقد يزورون الموقع التجاري مثلاً كل نهاية أسبوع.
 - ❖ **مستهلكون دائمون:** وهم الأشخاص الذين يبحرون في شبكة الانترنت بشكل يومي أي يدخلون كل يوم لموقع الشركة على الويب بهدف معرفة آخر التطورات والتحسينات في هذه المنتجات.
- 2. البائع "التاجر":** هو من يقوم بإنشاء فروع على شبكة الانترنت ويتخذ كواجهة أو نافذة لعرض منتجاته والتعريف بها وتسويقها، حيث يساهم هذا الموقع في تعزيز التفاعل بين البائع والمشتري، ويستطيع البائع من خلال هذا الموقع تقديم معلومات تفصيلية عن السلعة (صورها، تكاليفها، طريقة دفع الثمن....) وتلقي العروض حول هذه السلعة.

ويعتبر استخدام الانترنت لعرض وبيع المنتجات أحدث نوع من الدعاية، فهو يساعد على جلب أكبر عدد ممكن من المستهلكين من خلال إمكانية وصول الموقع إلى عدد لا نهائي من العملاء.

ولكي يتمكن البائع من النجاح في إدارة موقعه وتحقيق أرباح من تجارته الالكترونية لابد أن يتجنب مجموعة من النقاط التي تؤدي إلى عدم فعالية ونجاح موقعه، من بينها:

- عدم توفر معلومات مفصلة وكافية حول المنتجات والخدمات؛
- المنتجات المعروضة لا تتماشى مع رغبات المستهلكين؛
- أسعار المنتجات جد مرتفعة؛
- تصميم سيئ وغير جذاب للموقع.

3. البنك: كسائر القطاعات شهد قطاع البنوك في الفترة الأخيرة بعض التحولات من خلال توظيف التقنيات الحديثة واستخدام الشبكة العالمية لأتمتة أعمالها بالكامل والتوجه إلى ما يعرف بالبنوك الالكترونية، وهناك العديد من المصطلحات التي تستخدم للإشارة إلى هذه البنوك، من بينها البنوك الافتراضية، بنوك الانترنت، البنك المنزلي، بنك الويب، البنك على الخط.

ويمكننا تعريف البنوك الالكترونية على أنها¹: "منافذ الكترونية (آلات الصرف الآلي، بنك منزلي) تقدم خدمات مصرفية متنوعة دون توقف "24 ساعة" وبدون عمالة بشرية.

¹ بريش عبد القادر ومحمد زيدان، مرجع سبق ذكره، ص 09 .

بمعنى أن البنوك الالكترونية هي التي قامت بإنشاء مواقع لها على شبكة الشبكات، ليس بغرض الإعلان عنها وإنما بغية إيجاد الطرق التي تمكنها من تقديم الخدمات المصرفية لمعاملها بدل الانتقال شخصيا إلى البنك وإجراء لقاء مباشر لإتمام المعاملة، فالبنوك الالكترونية تفتح المجال أمام المتعاملين لإنجاز كافة العمليات المصرفية المتكاملة في أي وقت ومن أي مكان (من المنزل، المكتب، أو أي مكان آخر) وفي أقصر وقت ممكن.

وتلعب البنوك الالكترونية دورا جوهريا في تسيير معاملات التجارة الالكترونية من خلال توفيرها للوسائل اللازمة لتسوية المدفوعات بين الطرفين، فلكي تتم أي صفقة الكترونية لابد من امتلاك كل من البائع والمشتري لحساب في أحد البنوك، حيث أن عملية الدفع والقبض تكون بين البنك المصدر (المشتري) وبنك المستفيد (البائع).

وتوفر البنوك الالكترونية تشكيلة من الخدمات من بينها¹ :

أ- **خدمة معرفة الرصيد:** هي أبسط الخدمات التي توفرها المصارف من خلال دخول المستخدم إلى حسابه المصرفي عن طريق كلمة مرور خاصة يزوده المصرف بها، وبهذا يتم تفادي الطوابير الطويلة للعملاء للاستفسار عن حساباتهم.

ب- **خدمة سداد المدفوعات والفواتير نيابة عن المتعامل:** حيث تفتح المؤسسات المعنية بفواتير الماء الكهرباء والهاتف حسابات لدى البنك، يقوم المتعاملون بإيداع قيمة الفواتير فيها.

ج- **خدمة البطاقات الائتمانية:** حيث تقوم البنوك بمنح بطاقات بنكية للمتعاملين لتسوية مدفوعاتهم، بعد أن تتعرف على ظروفهم وتتأكد من قدرتهم على تغطية الائتمان في الوقت المحدد، ويتم ذلك مقابل رسم شهري.

د- **خدمة التحويل الالكتروني للأموال:** حيث تهدف هذه الخدمة إلى تسهيل وتسريع المدفوعات عبر العالم من خلال شبكة تضم عددا كبيرا من المصارف المسؤولة عن تداول الأموال.

هـ- **خدمة أجهزة الصرف الآلي:** وتمكن هذه الخدمة المتعاملين من القيام بمختلف عمليات السحب والإيداع من وحدات حاسوب ظرفية منتشرة في أماكن متعددة، وهذا بعد إدخال بطاقة خاصة ورقم خاص بالعميل.

¹-سمية ديمش، مرجع سبق ذكره، ص 66.

المطلب الثاني: مراحل إبرام عقود التجارة الالكترونية

تمر مراحل تنفيذ المعاملات للتجارة الالكترونية عبر الانترنت بثلاث مراحل وهي¹:

المرحلة الأولى: مرحلة عرض السلع والخدمات وإتمام عملية البيع

حيث تقوم الشركات والمؤسسات بعمل مواقع لها على الشبكة لعرض المنتجات الخاصة بها وتوفير المعلومات التالية: اسم الشركة ومقرها، المواصفات الداخلية والخارجية لمنتجاتها مع ذكر الفائدة من استخدام المنتج وكيفية استخدامه والهدف منه بالإضافة إلى سعره ونسبة الخصم والمصروفات الأخرى مثل الرسوم الجمركية والنقل والشحن والتأمين، ويقوم المشتري (العميل) باستعراض ذلك من خلال حاسبه الشخصي المتصل بالشبكة في جميع أنحاء العالم لاختيار السلعة أو الخدمة والتعاقد مع البائع.

المرحلة الثانية : مرحلة دفع الثمن

وهي تعتبر أهم مرحلة حيث أنها تمثل جوهر التجارة الالكترونية، حيث يتم تسوية المدفوعات الكترونياً (نظام الدفع الالكتروني)، ويرتبط هذا النظام بين عدة أطراف البائع والمشتري والبنك.

ومن أهم الوسائل التي تستخدم في دفع ثمن (قيمة) المشتريات التي تتم عبر الانترنت ما يلي:

1. الدفع النقدي عند الاستلام؛

2. الدفع باستخدام بطاقات الائتمان؛

3. النقود الرقمية / النقود الالكترونية؛

4. الشيكات الالكترونية.

المرحلة الثالثة: مرحلة تسليم السلع والخدمات

هناك بعض السلع التي يمكن تسليمها الكترونياً من خلال الشبكة مثل: البرامج المحوسبة والاستشارات والأبحاث التي تم طبعها، كما أن هناك خدمات يتم حجزها الكترونياً ويقوم العميل بتنفيذها مثل: الحجز في شركات الطيران أو الفنادق وغيرها.

¹ أيمن أحمد محمد شاهين، مقومات العمل المصرفي الالكتروني كأداة لتعزيز وتطوير نظم الدفع والتجارة الالكترونية، أطروحة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير، تخصص المحاسبة والتمويل، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية - غزة، 2013، ص ص 31-32.

المطلب الثالث: مشاكل وتحديات التجارة الالكترونية

رغم أن التجارة الالكترونية لها أهمية كبيرة وتمنح فوائد كثيرة، غير أنها لا تخلو من مشاكل ومعوقات كما تواجه تحديات نوجزها في ما يلي:

الفرع الأول: مشاكل التجارة الالكترونية

إن التجارة الالكترونية لا تخلو من مشاكل تهددها، سواء عملية أو تقنية وحتى قانونية وسنعرض لأهم مشكلات التجارة الالكترونية:

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

2. التكنولوجيا وانتقالها بين دول العالم: من أهم ميز القرن العشرين هو حدوث تقدم هائل في التكنولوجيا وبالأخص الحاسب الآلي والعلوم المرتبطة به، مما ترتب عنه تغير في النظم الإدارية والإنتاجية وانعكس كل ذلك على التسويق الالكتروني أو التجارة الالكترونية، فلم تعد كل الأنشطة التسويقية تتم في مبادلات شخصية بل أصبحت تشرك آلات البيع في كثير من الأنشطة.

كما أصبح من الممكن قيام المشتري بتصفح قائمة عرض إلكتروني (Catalogue)، وأن يختار ما يناسبه من السلع دون عناء التنقل من بائع لآخر للاستفسار عن سلعته¹.

وحسب التقدم التكنولوجي السريع، سوف تتلاشى التجارة التقليدية فيحل التسويق الإلكتروني محل المحلات مما يقلل الحاجة إلى المخازن ورجال البيع وتكلفتها.

فضلا عن كل ما سبق، فإن التقدم التكنولوجي وتفاوته من دولة لأخرى سوف يقسم دول العالم إلى مجموعة مصدرة للتكنولوجيا وأخرى مستوردة لها وسينعكس ذلك على التجارة الالكترونية، حيث تصبح الدول المتقدمة تسوق إنتاجها المتقدم من صناعة و سلع استهلاكية وخدمات ونظم معلوماتية ويكون دور بلدان العالم الثالث هو المستهلك في هذه التجارة، حيث يتلقى التكنولوجيا والسلع والخدمات من العالم المتقدم وهذا يجعلنا نخلص إلى أن المفهوم العام للاقتصاد هو واحد، حيث هناك عرض وطلب سواء في اقتصاد أساسه التجارة التقليدية أم التجارة الالكترونية حيث الخلاف الجوهرى بين النظامين هو نوعية السلع وآليات إجراء التعامل فقط².

3. مشكلات أداء الوفاء - بطاقات الائتمان (النقود الالكترونية): قد ترتب عن ظهور التجارة الالكترونية ظهور فكرة النقود الالكترونية، لأن استخدامها يؤمن سرعة وسهولة تسوية المدفوعات وتقليص حاجة الاحتفاظ بالنقود، مما يوسع عملية التبادل التجاري، وبالتالي يتم دفع الفواتير وتحويل المبالغ المالية لحسابات أخرى لجهات خارج البنك عن طريق الصرافة الالكترونية.

وتتم أعمالها عن طريق بطاقات الدفع الالكتروني أو بطاقات الائتمان التي تحمل كل البيانات المتعلقة بصاحبها ليستعملها كأداة وفاء، ومن أنواعها بطاقات الوفاء، بطاقات الشيكات وبطاقات الائتمان.

ولكن هذه التقنية كما لها تسهيلات تقدمها: لديها أيضا مشاكل تترتب عنها تتمثل بإيجاز فيما يلي:

- إساءة استعمال بطاقات الدفع الالكتروني من حامل البطاقة، كتقديم مستندات مرور للحصول على بطاقة ائتمان أو كاستعمال البطاقة بعد نهاية صلاحيتها أو استعمالها رغم إلغاء البنك لها؛
- إساءة استعمال البطاقة من طرف الغير كسرقة البطاقة واستعمالها أو سرقة الرقم السري الخاص بصاحب البطاقة واستخدامه؛
- تلاعب التاجر في بطاقات الوفاء كاستعماله بطاقات ليس لها أرصدة كافية للصرف أو قبول بطاقات مزورة من العملاء؛

¹ أحمد عبد الله العوضي، مرجع سبق ذكره، ص ص 171 - 172.

² نفس المرجع، ص 173.

- تلاعب موظفي البنك المصدر للبطاقة بالاتفاق مع حامل البطاقة أو التاجر أو مع غيرهما كالسماح بتجاوز حد البطاقة في السحب أو تجاوز مدة الصلاحية؛
 - التلاعب في بطاقات الائتمان عن طريق شبكة الانترنت باختراق لخطوط الاتصالات العالمية أو الحصول على الأرقام السرية والمعلومات من المواقع أو إنشاء مواقع وهمية عل أنها مواقع أصلية وبتلقي طلبات المعاملات الخاصة بالتجارة الالكترونية يتم الحصول على المعلومات المتضمنة فيها؛
 - اختلاق أرقام عن طريق استعمال معدلات رياضية وإحصائية بهدف تحصيل أرقام البطاقات الائتمانية المملوكة للغير واستعمالها في المعاملات غير المشروعة؛
- 4. المستهلك وحمايته في التجارة الالكترونية:** لقد أصبح المستهلك في ظل الاقتصاد الحر وتحكم آليات السوق فيه عرضة للتلاعب بمصالحه ومحاولة غشه وخداعه، فقد يلجأ المنتج إلى التغاضي عن سلامة وأمن المستهلك بإيهامه بمزايا غير حقيقية في إنتاجه وذلك وجب حماية المستهلك والبحث عن الوسائل اللازمة لذلك.

فالخطر الذي يتعرض له المستهلك في إطار التجارة الالكترونية أكبر من الخطر في التجارة التقليدية لأن نطاق التجارة الالكترونية أوسع وأشمل.

ولهذا يجب مراعاة الجانب النفسي والثقافي لدى المستهلك وطبيعته بصفة عامة وبالنسبة إلى المستهلك العربي وبما أنه شغل مساحة ضئيلة في التعامل عبر الشبكة، يجب الاهتمام بتنميتها عن طريق الاهتمام بالتجارة الالكترونية العربية وتنمية الوعي المعلوماتي لدى المستهلك العربي.

كما أنه من المهم تقديم المواقع التي يمكن التسوق من خلالها وتقديم النصائح للمستهلك وتبصيره حتى لا يتضايق من تعامله على الشبكة ويشعر بصعوبة وعدم أهميته بالنسبة له.

حق المستهلك في الإعلام ضروري لحمايته ولمساعدته في اتخاذ قرار بالتعاقد أو عدمه، وهو شرط ضمن عقود التجارة الالكترونية.

5. اختراق مواقع التجارة الالكترونية وإتلافها أو تدميرها: إن أهم ما توصلنا إليه عند تعريفنا التجارة الالكترونية هو أنها عبارة عن المعلومات أو بيانات تناسب عبر وسائط معلوماتية عبر شبكات الاتصال. والإشكال هنا، هو أنه يمكن اختراق أو التلاعب في هذه المعلومات طالما أنه قد أمكن اختراق النظام المعلوماتي نفسه وذلك بطرق عديدة.

لذلك، ومن أهم ما يجب أن تتميز به التجارة الالكترونية، هو حماية التجارة عن طريق سرية المعلومات وهذا لأن أغلب المعلومات المتعامل بها بصفة يومية يمكن حمايتها بنظم حماية عديدة، لكن

الخطر الحقيقي هو أن أي عمل تجاري إذا سرقت معلوماته أو أفشيت سيشكل خطرا قد يؤثر سلبا ولهذا من أكبر التهديدات التي تحيط بالتجارة الالكترونية هو إفشاء سرية المعلومات¹.

الفرع الثاني: تحديات التجارة الالكترونية

إنه على الرغم من الأهمية الكبيرة التي شكلتها التجارة الالكترونية منذ دخولها عالم الأعمال Business والشركات، إلا أن هناك بعض التحديات تواجهها ويمكن تحديدها في الآتي²:

1. التحديات المتعلقة بتطبيقات الأعمال: إن طبيعة التجارة والبيع والشراء من خلال شبكة الانترنت تختلف كثيرا حيث إجراء الصفقات عن طريقة التجارة التقليدية Traditonal Trade، إذ تتم صفقات التجارة الالكترونية بين أطراف غير معروفين بعضهم لبعض، وقد تكون البيانات التي يعرضها كل من المورد والمستهلك من خلال الانترنت مضللة أو غير معبرة عن الحقيقة بكاملها، وذلك بطبيعة الحال قد يؤدي إلى بعض التحديات التي تواجهها التجارة الالكترونية مثل:

- إمكانية أن لا تقوم الشركات ومؤسسات الأعمال التي لها موقعا إلكترونيا من تنفيذ أوامر التوريد من سلع وخدمات كما طلب منها أم لا؛
- عدم توافر الدراية الكافية للمستهلك من حيث معرفة ما إذا كانت الشركة سوف تقبل إرجاع السلعة أم لا. وإذا كانت السلعة لها فترة ضمان أم لا؛
- إمكانية تعرض المستهلك لوقوع خسائر أو غش أو عدم ملائمة السلعة أو الخدمة لمتطلباته أو حصوله على نتائج مخيبة لآماله؛
- إن ما قد تسببه التجارة الالكترونية من استغناء الشركات والمؤسسات عن عدد كبير من العمال لأداء أعمالها قد يوجد مشكلة كبيرة على المستوى القومي وهي زيادة حجم البطالة؛
- إمكانية تسويق المنتجات غير المصرح بها من خلال التجارة الالكترونية دون رقابة؛

2. التحديات المتعلقة بتكامل العمليات: لما تفرضه التجارة الالكترونية من استخدام الأساليب الالكترونية في المعاملات التجارية، حيث المعاملات الوثائق الآلية (مسار غير مرئي)، التي حلت محل الشكل التقليدي الورقي المعتاد في توثيق المعاملات التجارية، أصبح لا يوجد إجراءات رقابية فعالة عليها أدت إلى الآتي:

¹ نفسه، ص 174.

² إبراهيم أحمد عبد الخالق الدوي، التجارة الالكترونية (دراسة تطبيقية على المكتبات)، مطبوعات مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2010، ص 49-51.

- إمكانية تعرض المستهلك لمخاطر تغيير أو فقد أو ازدواج البيانات عند التنفيذ، ويتم تشغيلها بطريقة غير صحيحة؛
- أن يصبح موضوع تكامل البيانات الآلية محل تساؤل لدى الكثير من المستهلكين للسلع والخدمات عبر الانترنت بسبب خصائص الأسلوب الآلي في التوثيق؛
- وجود تحفظ وجد كبير حول شروط العمليات وعملية إصدار الفواتير المرتبطة بها بسبب ما تنثريه وسائل الإثبات الآلية؛

ونلاحظ أن معظم الدراسات في مجال تكامل العمليات تشير إلى أن المشاركين في عمليات التجارة الالكترونية يطالبون بالحصول على تأكيدات بأن الشركات ومؤسسات الأعمال التي تعرض سلعتها وخدماتها من خلال الموقع الخاص بها على شبكة الانترنت أن يكون لديها الآتي:

- ✓ إجراءات رقابية فعالة للتأكد من تكامل تنفيذها لعمليات؛
 - ✓ وجود سجل تاريخي ثابت عند تشغيل العمليات الخاصة، بها بشكل فوري دقيق وبطريقة متكاملة؛
 - ✓ إصدار فواتير لعملائها أو تحميلهم بالمبالغ الموافق عليها من الطرفين؛
- 3. التحديات المتعلقة بالأمن والخصوصية وحماية المعلومات:** إن عالم التجارة الالكترونية وما فرضته عليها شبكة الانترنت من تحديات انتهاك الخصوصية للمستهلك بالحصول على ومعلومات شخصية وكذلك مراقبة واعتراض وتفرغ الرسائل المتبادلة عبر البريد الالكتروني E.Mail من خلال شبكة الانترنت، حيث تنتهك سرية المعلومات الحساسة التي ترسل عبر الشبكة وتجعلها عرضة للإطلاع على سبيل المثال:
- ✓ التعرض لالتقاط أرقام بطاقات الائتمان وسرقتها أثناء إرسالها عبر الشبكة، إذا لم تستخدم الأساليب الفنية للتشفير؛

- ✓ التعرض لإمداد أطراف خارجية ليس لها علاقة بأعمال الشركة أو المؤسسة بالبيانات الخاصة لأحد عملائها، وهذا إذا لم يوجد سائر أمني مناسب لحماية عملاء التجارة الالكترونية؛
- ✓ التعرض لاختراق نظام الشركة أو المؤسسة بالدخول على شبكة الحاسب الآلي الخاص بها والتوصل إلى وسائل الاتصال بعملاء الشركة وإلى أجهزة الحاسب الشخصية بأماكن عملهم أو منازلهم وهذا يمثل خطرا كبيرا ويؤدي أيضا للتعرف على رغباته وميوله ثم إغراقه بمنتجات دعائية على نحو قد يؤدي إلى إعاقة شبكة الاتصالات، فضلا عن تحمل المستهلكين أنفسهم لتكاليف باهظة بسبب الدعاية التي ترسل في صورة بريد الكتروني.

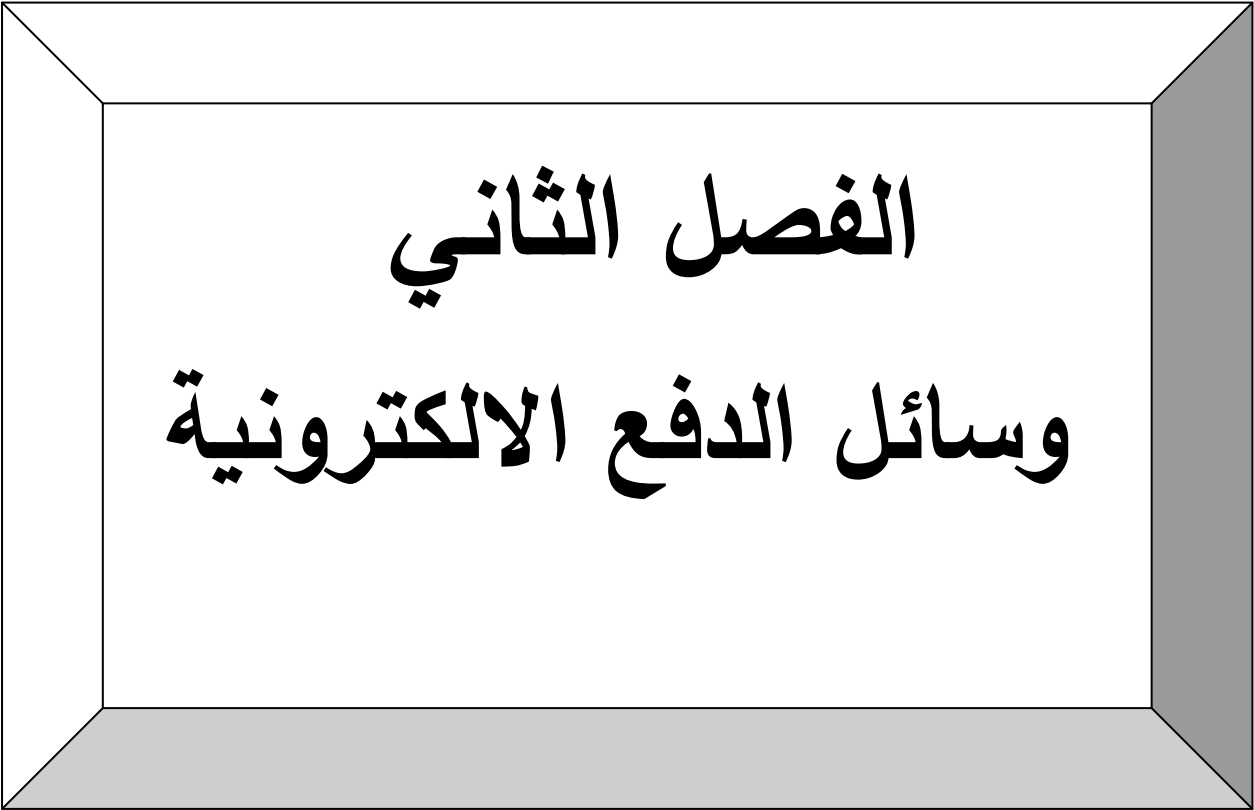
ومن هنا نجد أنه لا بد من السعي للاحتفاظ بأمن وخصوصية وحماية معلومات المستهلك الالكتروني أو الشيكّي.

خلاصة الفصل الأول:

إن التجارة الإلكترونية تحتاج إلى دراسة بإتباع المنهج و المتابعة ، مثلها مثل أي نشاط تجاري و تتميز التجارة الإلكترونية بإعطائها الفرصة للراغبين في الدخول إلى عالمها ، أن يتعرفوا على نماذج النجاح و أسبابها أو مقوماتها لدى هذه المواقع كما أن المؤسسة التي هي في بداية انطلاق موقعها في الشبكة و هذا لأنها ملزمة بانتقاء منتجاتها و خدماتها و تكييفها و ملائمتها مع هذا النوع الجديد من التعامل في إطار التجارة الإلكترونية بشكلها الحديث .

بعد دراستنا للفصل الأول من البحث، نستنتج أن:

- التجارة الإلكترونية هي بصفة عامة مجموعة من المعاملات الرقمية المرتبطة بأنشطة تجارية بين المشروعات بعضها البعض، وبين المشروعات والأفراد وبين المشروعات والإدارة؛
- ذكرنا أن التجارة الإلكترونية تنقسم إلى أنواع عديدة لعل أهمها هي التبادل بين الشركات والأفراد B2C (وهي التي تحظى بأكبر قدر من الاهتمام والدراسة)، والتبادل ما بين الشركات B2B (وهي الأكبر من حيث حجم المبادلات)؛
- إن التجارة الإلكترونية رغم تطورها الملحوظ في السنوات الأخيرة، إلا أنها مازالت تعاني من بعض العقبات.



الفصل الثاني

وسائل الدفع الالكترونية

تمهيد:

يلعب التطور التكنولوجي دورا حيويا هاما في حياة البشر وتمتد آثار هذا التطور إلى كافة نواحي الحياة الاقتصادية والقانونية والاجتماعية والثقافية. ولقد ظهرت في أواخر العشرين مجموعة من الظواهر المختلفة التي أبرزها التقدم التكنولوجي مثل التجارة الالكترونية، ووسائل الدفع الالكترونية، والنقود الالكترونية.

تجد وسائل الدفع الالكترونية مجالا واسعا في جميع مجالات التجارة سواء تجارة تقليدية أو الكترونية، إذ ليس هناك ما يمنع أن يتم الاتفاق على الصفقة بطريقة تقليدية (غير إلكترونية) أي يتم تنفيذ الصفقة بنفس الطرق التقليدية ولكن يتم الوفاء بطريقة إلكترونية لكن يجب الاعتراف بأن وسائل الدفع الالكترونية تجد مجالها الخصب في التجارة الالكترونية.

وقد قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث :

المبحث الأول: ماهية وسائل الدفع الالكترونية.

المبحث الثاني: وسائل ووسائط الدفع الالكترونية المستخدمة في التجارة الالكترونية.

المبحث الثالث: تأمين وسائل الدفع الالكترونية المستخدمة في التجارة الالكترونية.

المبحث الأول: ماهية وسائل الدفع الالكتروني

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

المطلب الأول: تطور وتعريف وسائل الدفع الالكتروني وشروطها

ظهرت وسائل الدفع الالكتروني تدعيماً للوسائل العادية، وحتى تساهم في تطوير أداء النشاط البنكي عن طريق تحسين أداء منظومة الدفع، وتطورت خاصة منذ انتشار عمليات التجارة الالكترونية ونموها على الصعيد العالمي.

الفرع الأول: تطور وسائل الدفع الالكتروني

وسائل وأنظمة الدفع والسداد الالكترونية تمكن الزبائن من الحصول على النقد على مدار 24 ساعة يوميا من خلال أجهزة الصراف الآلي، أو إيداع الأموال والشيكات في حساب التوفير، وقد اتسعت لتشمل التحويل الالكتروني، تسديد الفواتير، البنك الناطق، تقديم طلب قرض، وخدمة الرسائل القصيرة. وبحكم التطورات الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية أدخلت خدمات مصرفية متطورة تمثلت بالتحويلات والاستثمارات الخارجية والاعتمادات المصرفية وتداول الأوراق المالية وبطاقات الائتمان والتمويل المالي الالكتروني والصراف الآلي والربط بين البنوك عبر الانترنت.

تطورت وسائل الدفع الالكتروني مع انتشار عمليات التجارة الالكترونية، لما تتطلبه من وسائل دفع جديدة ملائمة لمتطلبات هذه التجارة وبما يشمل مفهومها من إجراءات وأنواع معاملات، ويقصد بالدفع

الإلكتروني على أنه مجموعة الأدوات والتحويلات الإلكترونية التي تصدرها المصارف والمؤسسات كوسيلة الدفع¹.

الفرع الثاني: تعريف وسائل الدفع الإلكتروني

التعريف الأول: تعرف المادة الثانية من قانون التجارة الإلكترونية التونسي وسيلة الدفع الإلكترونية أنها الوسيلة التي تمكن صاحبها من القيام بعمليات الدفع المباشر عن بعد الشبكات العمومية للاتصالات².

التعريف الثاني: تعرف وسائل الدفع الإلكترونية بأنها مجموعة من الأدوات والتحويلات الإلكترونية التي تصدرها المصارف ومؤسسات الائتمان³.

التعريف الثالث: هي عبارة عن الصورة أو الوسيلة الإلكترونية التقليدية للدفع والتي نستعملها في حياتنا اليومية، الفرق الأساسي بين الوسيلتين هي أن وسائل الدفع الإلكترونية تتم كل عملياتها وتسير إلكترونياً ولا وجود للحوالات ولا للقطع النقدية⁴.

التعريف الرابع: هو ذلك التبادل المالي الذي يحدث على الانترنت بين المشتري والبائع، وعادة ما يكون محتوى هذا التبادل شكلاً من أشكال الأدوات المالية الرقمية (مثل أرقام بطاقات الائتمان المشفرة أو الشيكات الإلكترونية أو النقود الرقمية) (المدعومة من بنك أو وسيط أو من خلال غطاء قانوني). والعوامل المختلفة التي أدت بالمؤسسات المالية إلى استخدام المدفوعات الإلكترونية هي:

- انخفاض تكلفة التكنولوجيا؛

¹ منصور الزين، وسائل وأنظمة الدفع والسداد الإلكتروني (عوامل الانتشار وشروط النجاح)، الملتقى الدولي الرابع عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر - عرض تجارب دولية-، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أبريل 2011، ص 02.

² بركان أمينة، الصيرفة الإلكترونية كحتمية لتفعيل أداء الجهاز المصرفي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، تخصص نقود ومالية، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، الجزائر، 2013-2014، ص 117.

³ لعربي محمد، لحسين عبد القادر، أنظمة الدفع الإلكترونية وأزمة السيولة في الجزائر، الملتقى الدولي الرابع عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر - عرض تجارب دولية-، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أبريل 2011، ص 80.

⁴ بوغافية رشيد، إبراهيم مزبود، التحول إلى وسائل الدفع الإلكترونية والجرائم المعلوماتية، الملتقى الدولي الرابع عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر - عرض تجارب دولية-، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أبريل 2011، ص 01.

- انخفاض تكاليف التشغيل والتجهيز؛

- زيادة التجارة عبر الإنترنت¹.

الفرع الثالث: شروط الدفع الالكتروني

للدفع الالكتروني شرطين أساسيين هما:

(1) توفير رصيد يغطي قيمة السلع في البطاقة الالكترونية: في المعاملات التقليدية لا يمكن لشخص ما أن يقتني سلعة دون أن يملك نقودا خاصة إذا كان الدفع نقدا، بينما قد يتحايل على التجار في المعاملات الآجلة بأن يقدم له وثائق مزورة ليوهمه بها على أنه يملك رقيدا يغطي قيمة السلعة، بينما التعامل بالبطاقات الالكترونية يصعب على المستهلك أن يتحايل على التاجر نظرا لإمكانية هذا الأخير التأكد من رصيد المستهلك فورا أثناء المعاملة، ومن أجل ذلك من الصعب أن يتقدم المستهلك لشراء حاجياته دون تيقنه من عدم توفير رصيد يغطي قيمة السلعة المعنية.

(2) ضمان حماية الأموال: ومعناه حصول التاجر على أمواله المستحقة دون نقصان أو غرر من طرف الشركات المصدرة للبطاقات النقدية، وأيضا حماية أموال المستهلكين من الاختلاس أو التصرف غير المشروع فيها، خاصة وأن المعاملات تمت الكترونيا مما قد يؤدي إلى تسرب معطيات البطاقة إلى أطراف آخرين يستغلونها لأغراضهم الخاصة كما قد يحولون رصيد التاجر لصالحهم بدون علم هذا الأخير نتيجة وقوع المعلومات والبيانات السرية بين أصابع الفضوليين وقراصنة المعلوماتية المعروفين عالميا بالهاكرز الذين تعد أعمالهم من الجرائم التي يعاقب عليها القانون².

المطلب الثاني: خصائص وسائل الدفع الالكتروني وأطراف التعامل ببطاقتها

لوسائل الدفع الالكتروني مجموعة من الخصائص تتميز بها عن باقي وسائل الدفع الأخرى، ويتم التعامل بها بين مختلف الأطراف نجزهما في الآتي:

¹ <https://webservices.ignou.ac.in/virtualcampus/adit/course/cst304/ecom2.htm>

² أحمد أمداح، التجارة الإلكترونية من منظور الفقه الإسلامي، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص الفقه وأصوله، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة الحاج لخضر - باتنة -، 2005 2006، ص 84.

الفرع الأول: : خصائص وسائل الدفع الالكتروني

تتميز وسائل الدفع الالكتروني بالآتي:

- يتسم الدفع الالكتروني بالطبيعة الدولية: أي أنه وسيلة مقبولة من جميع الدول، حيث يتسم استخدامه لتسوية الحساب في المعاملات التي تتم عبر فضاء الكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم.
- يتم الدفع من خلال استخدام النقود الالكترونية: وهي قيمة نقدية تتضمنها بطاقة بها ذاكرة رقمية أو الذاكرة الرئيسية للمؤسسة، التي تهيمن على إدارة عملية التنازل.
- يستخدم هذا الأسلوب لتسوية المعاملات الالكترونية عن بعد: حيث يتم إبرام العقد بين أطراف متباعدين في المكان، ويتم الدفع عبر شبكة الانترنت، أي من خلال المسافات تبادل المعلومات الالكترونية بفضل وسائل الاتصال اللاسلكية، يتم إعطاء أمر الدفع وفقا لمعطيات الكترونية تسمح بالاتصال المباشر بين طرفي العقد.
- يتم الدفع الالكتروني بأحد الأسلوبين:
 - الأسلوب الأول: من خلال نقود مخصصة سلفا لهذا الغرض (الدفع عبر شبكة الانترنت، وذلك بتبادل المعلومات الالكترونية بفضل وسائل الاتصال اللاسلكية)، ومن ثم فإن الدفع لا يتم إلا بعد الخصم من هذه النقود، ولا يمكن تسوية المعاملات الأخرى عليها بغير هذه الطريقة.
 - ويشبه ذلك العقود التي يمكن الثمن فيها مدفوعا مقدما.
 - الأسلوب الثاني: من خلال البطاقات البنكية العادية، حيث لا يوجد مبالغ مخصصة مسبقا لهذا الغرض، بل إن المبالغ التي يتم السحب عليها بهذه البطاقات قابلة للسحب عليها بوسائل أخرى كالشيك لتسوية أي معاملات مالية.
 - يلزم تواجد نظام مصرفي لإتمام ذلك: أي توافر أجهزة تتولى إدارة هذه العمليات التي عن بعد لتسهيل تعامل الأطراف وتوفير الثقة فيما بينهم.
 - يتم الدفع الالكتروني من خلال نوعين من الشيكات:
 - النوع الأول: شبكة خاصة يقتصر الاتصال بها على أطراف التعاقد، ويفترض ذلك وجود معاملات وعلاقات تجارية ومالية مسبقة بينهم.

➤ النوع الثاني: شبكة عامة، حيث يتم التعامل بين العديد من الأفراد لا توجد بينهم قبل ذلك روابط معينة¹.

الفرع الثاني: أطراف التعامل بوسائل الدفع الالكتروني

الأطراف التي تتعامل بوسائل الدفع الالكتروني تتمثل في خمسة أطراف نوجزها فيما يلي:

1. العميل أو الزبون (Customer/ Payee/ Buyer): وهو الطرف الذي يقوم بالدفع الالكتروني لشراء السلع والخدمات.
2. التاجر أو البائع (Merchant/ Payee/ Seller): وهو الطرف الذي يقوم بالحصول واستقبال الدفعة الالكترونية من العميل.
3. المصدر (Issuer): وهو المصدر لأداة الدفع الالكترونية وقد يكون مؤسسة بنكية أو غير بنكية.
4. المنظم (Regulator): وعادة تقوم دوائر حكومية بتنظيم عملية الدفع الالكترونية.
5. غرفة التقااص الالكتروني (Automated Clearing House): وهي شبكة إلكترونية تنقل الأموال بين البنوك².

المطلب الثالث: أهمية وسائل الدفع الالكتروني ومزاياها وعيوبها

تحتل وسائل الدفع الالكتروني أهمية بالغة في التجارة الالكترونية نظرا للمزايا العديدة الي تقدمها لكل من حاملها والتاجر ولمصدرها والتي تؤدي إلى تسهيل عمليات التجارة الالكترونية، كما أنها لا تخلو من العيوب سواء بالنسبة لحاملها وللتاجر ولمصدرها وسوف نستعرض كل من أهمية وسائل الدفع الالكتروني ومزاياها وعيوبها كالتالي:

¹ لوصيف عمار، استراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرين مع الإشارة إلى التجربة الجزائرية، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص التحليل والاستشراف الاقتصادي، كلية العلوم اقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري- قسنطينة-، 2008- 2009، ص ص 30- 32.

² ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبد اللات، الصيرفة الالكترونية (الأدوات والتطبيقات ومعوقات التوسع)، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن- عمان- الطبعة الأولى، 2008، ص ص 46- 47.

الفرع الأول: أهمية وسائل الدفع الالكتروني:

إن اتساع نطاق التجارة الالكترونية يسمح بتضاؤل دور النقود الورقية والدفع التقليدي أمام ازدهار الدفع الالكتروني، حيث كانت النقود الوسيلة الرئيسية لتسوية المعاملات المالية وكان الدفع يتم بصورة سائلة أو بواسطة بديلة كالشيك وغيرها من وسائل الدفع التقليدية.

لكن تلك الوسائل لا تصلح في تسهيل التعامل الذي يتم عن بعد في بيئة غير مادية كالنقد الالكتروني التي تتم عبر شبكة الانترنت حيث تتوارى المعاملات الورقية. من هنا تظهر أهمية ابتكار وسائل سداد تتفق مع طبيعة التجارة الالكترونية، لهذا يتم الدفع الكترونياً.

يمكن للعميل الوفاء بمقابل السلعة أو الخدمة بنفس الطرق التقليدية المتبعة في التعاقد بين غائبين مثل إرسال شيك عن طريق البريد أو من خلال الفاكس، أو إرسال البيانات الخاصة بحساب بنكي، لكن هذه الوسائل لا تصلح وخصوصاً التجارة الالكترونية ومقتضيات السرعة فيها، لذا كانت أهمية اللجوء إلى الدفع الالكتروني من خلال شبكة اتصال لاسلكية موحدة عبر الحاسب¹.

الفرع الثاني: مزايا وعيوب وسائل الدفع الالكتروني

لوسائل الدفع الالكتروني مزايا عديدة ومع هذا فهي لا تخلو من العيوب نوجزهما فيما يلي:

أولاً: مزايا وسائل الدفع الالكتروني

لوسائل الدفع الالكتروني مجموعة من المزايا تتمثل فيما يلي:

1. بالنسبة لحاملها: تحقق وسائل الدفع الالكتروني لحاملها مزايا عديدة أهمها الاستخدام، كما تمنحه الأمان بدل حمل النقود الورقية وتفاذي السرقة والضياع، كما أن لحاملها فرصة الحصول على الائتمان المجاني لفترات محددة، كذلك تمكنه من إتمام صفقاته فوراً بمجرد ذكر رقم البطاقة.

¹ السعيد بريكة، فوزي شوق، تحديات وسائل الدفع الالكتروني (دراسة استطلاعية من وجهة نظر الموظفين بالوكالات البنكية لولاية أم بواقي)، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، العدد الثاني، ديسمبر 2014، ص ص 57-58.

2. بالنسبة للتاجر: تعد أقوى ضمان لحقوق البائع، تساهم في زيادة المبيعات كما أنها أزاحت عبء متابعة ديون الزبائن طالما أن العبء يقع على عاتق البنك والشركات المصدرة.
3. بالنسبة لمصدرها: تعتبر الفوائد والرسوم والغرامات من الأرباح التي تحققها المصارف والمؤسسات المالية، فقد حقق City Bank أرباح من حملة البطاقات الائتمانية عام 1991 بلغت واحد مليون دولار¹.

ثانيا : عيوب وسائل الدفع الالكتروني

- بالرغم من مزايا التي تتميز بها وسائل الدفع الالكتروني إلا أنها لا تخلو من العيوب ومن أهمها:
1. بالنسبة لحاملها: من المخاطر الناجمة عن استخدام هذه الوسائل زيادة الاقتراض والإنفاق بما يتجاوز القدرة المالية، وعدم السداد حامل البطاقة قيمتها في الوقت المحدد يترتب عنه وضع اسمه في القائمة السوداء.
 2. بالنسبة للتاجر: إن مجرد حدوث بعض المخالفات من جانبه أو عدم التزامه بالشروط يجعل البنك يلغي التعامل معه ويضع اسمه في القائمة السوداء وهو ما يعني تكبد التاجر صعوبات جمة في نشاطه التجاري.
 3. بالنسبة لمصدرها: أهم خطر يواجه مصدريها هو مدى سداد حاملي البطاقات للديون المستحقة عليهم وكذلك تحمل البنك المصدر نفقات ضياعها².

المطلب الرابع: مخاطر استعمال وسائل الدفع الالكترونية

بغض النظر عن مدى الخبرة والتفوق والابتكار المتوصل إليهم، يشهد عالم الانترنت العديد من الجرائم وهي كما تعرف بجرائم الكمبيوتر والانترنت (فيروسات لتدمير الأنظمة والبرامج الالكترونية، مواقع مزورة لمؤسسات أو بنوك، قرصنة للمعلومات من المواقع الرسمية، رسائل الكترونية خادعة...الخ) تمثل خطرا حقيقيا على مستخدميها.

¹ مداح عرابي الحاج، بارك نعيمة، أهمية البنوك الالكترونية في تفعيل وسائل الدفع الالكترونية في الوطن العربي (الواقع والآفاق)، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية - عرض تجارب دولية-، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أفريل 2011، ص 09.

² مفتاح صالح، معارفي فريدة، البنوك الالكترونية، منتدى موجه لإدارة الأعمال، بسكرة، 03 / 10 / 2010، ص 11.

ووسائل الدفع الالكترونية ليست بمنى عن هذه الجرائم باعتبار أمان أكثر لمستخدميها من خلال ضبط عمليات التشفير للمعلومات المتبادلة والمتعلقة بالعملية النقدية، لكن وبالرغم من التطور الهام والمساعي الحديثة إلا أنه لا يوجد في العالم نظام تشفير محكم ومتكامل لا يمكن اختراقه من قبل القرصنة (المحترفين أو الهواة).

الفرع الأول: مخاطر عامة

1. قرصنة البيانات: تشكل القرصنة في العقود التي تتم في الانترنت الهاجس الأكبر لا سيما بالنسبة للعمليات النقدية، فقد يتم الحصول على بيانات شخص بطريقة غير شرعية ومن دون علمه ليتم استعمالها للحصول على بطاقات بنكية عبر الانترنت، خاصة إذا كانا الهيئات لا تتخذ إجراءات أمنية كافية لتصدي لهذا المشكل.

كما يقدم الموظفون في البنوك الالكترونية على جرائم الاحتيال من خلال تمكنهم من الحصول على الأرقام السرية والشفرات وكل المعلومات الخاصة بحساب الزبائن ومن ثم القيام بسحبها أو التلاعب بها مما يكلف البنك ضررا ماديا كبيرا ناجم عن اختلاس أموال زبائنه من جهة وعن تحميله لتكاليف إضافية لأجل إعادة إصلاح وضبط بيانات زبائنه.

2. غسيل الأموال في ظل وسائل الدفع الالكترونية: إن ظاهرة غسيل الأموال ليست لصيقة بالضرورة بظهور وسائل الدفع الالكترونية، فالظاهرة كانت موجودة قبل ظهور هذه الوسائل الحديثة، لكن ظهور وانتشار التجارة الالكترونية واستعمال وسائل الدفع الحديثة في الدول، فصح المجال لإيجاد سبل جديدة أصبحت من خلالها تتم عمليات تببيض الأموال الكترونيا بسهولة وارتياح كبيرين، إذ لا تتطلب سوى دقائق أو ثواني لأجل الإسراع في إخفاء هذه العمليات الإجرامية.

حيث يمكن لحامل البطاقة البنكية أن يسحب مبالغ مالية كبيرة من الصراف الآلي ببلد الأجنبي، ثم يقوم البنك الذي سحب منه الأموال بطلب تحويلها من البنك مصدر البطاقة، ليتم التحويل بالإضافة إلى تمكنه من غسل أمواله.

كما تمكن وسيلة التحويل الالكتروني من تبييض الأموال بطريقة حديثة وسهلة بإيداعها في حسابات متعددة بالبنوك ثم تحويلها الكترونياً إلى عدة فروع في دول مختلفة.

بالإضافة إلى ما سبق، هناك مشكل آخر يطرح يتمثل في صعوبة تحصيل الضرائب والرسوم على المعاملات الالكترونية، سواء تعلقت بالأموال أو بالخدمات، بما فيها البنوك الالكترونية التي تنشط على أكثر من دولة مما يطرح مشكل دولة مما يطرح مشكل الدولة الأحق بفرض الضريبة على أرباحها ونشاطاتها، فطبيعة النشاط على مستوى الانترنت يجعل من الصعب ربط المعاملة بمنطقة جغرافية محددة.

كما أن الطبيعة العابرة للحدود الخاصة بالمعاملات بأشكالها التي تتم عبر الانترنت، تساهم بقدر كبير في تقشي ظاهرة التهرب الضريبي، وأمام تطور أساليب الدفع الالكتروني ازدادت صعوبة تحديد مكان المستفيد من الخدمة أو مكان تقديمها.

3. مخاطر تنظيمية: تخص مدى انتشار النقود الالكترونية وإمكانية أن تحل محل النقود التقليدية، وتأثير كل هذا على دور البنوك المركزية من ناحية إدارتها للسياسة النقدية، فاستهداف نمو الكتلة النقدية كهدف وسيطي للسياسة النقدية لن يكون له ذات التأثير في ظل انتشار تداول عدة أشكال من النقود الالكترونية الصادرة عن مؤسسات بنكية وغير بنكية، وهذا ما يثير مخاوف مشروعة واحتمالات بتقليل أو قد تصل إلى زوال احتكار البنوك المركزية لوظيفة الإصدار النقدي.

4. غياب أرضية قانونية ورقابية على عمليات الدفع الالكتروني: حيث أن التسارع استعمال وسائل الدفع الالكترونية لم يواكبه إنشاء قاعدة تنظيمية وقانونية تتماشى مع الخصوصية التي تفرضها طبيعة هذه الوسائل من تدويل المعاملات، مما يجعل التشريعات المحلية لوحدها غير قادرة على تقديم التأطير القانوني اللازم وإيجاد الحلول المناسبة للنزاعات بين المتعاملين والتي تفرزها عمليات الدفع الالكتروني بصفة خاصة، وباقي المعاملات الالكترونية بصفة عامة.

وبالنظر إلى تعدد هذه النزاعات أصبحت الحاجة ماسة إلى استجابة التنظيمات والقوانين لأصحاء التطور الحاصل في مجال وسائل الدفع، من خلال تطوير المفاهيم والمبادئ ومواجهة المستجدات، لأجل

القضاء على هذا الفراغ (القانوني) الذي يعمل ضمنه الدفع الالكتروني، لتوفير حماية قانونية لمستعمليه من جهة وردع الجرائم التي تحصل بسبب غياب الأحكام العقابية من جهة أخرى.

كما أن هذا المشكل يمكن النظر إليه من زوايا أخرى، فالاعتماد على الركائز الالكترونية في تنفيذ المعاملات، التي تتم بين جل الأطراف الكترونيا أي من دون وثائق ورقية، مما يطرح عائق الإثبات القانوني للعمليات المبرمة في حال حدوث نزاع بين الأطراف المتعاقدة¹.

الفرع الثاني: مخاطر خاصة ببطاقات الائتمان

يكثر استخدام بطاقات الائتمان وغيرها من البطاقات على مستوى العالم كله، مما يدل على أن لبطاقات الائتمان أهمية كبيرة في العالم، بما توفره من مزايا لكل من مصدرها وحاملها وقابلها ومع كل ذلك نجد أن لهذه البطاقات بعض المخاطر التي سنتطرق إليها بالشرح والتفصيل لجزيئاتها وذلك على النحو التالي:

1. المخاطر بالنسبة لحامل البطاقة: توفر بطاقة الائتمان العديد من المزايا التي تمنحها لحاملها ومن أهمها بوجه عام ما توفره من سهولة ويسر في الاستخدام، كما أنها توفر حدا كبيرا من الأمان إذا ما قورنت بالنقود الورقية، فاستعمال بطاقة الائتمان يحد من التعامل بالفواتير والإيصالات المختلفة التي قد تستخدم في حال استخدام النقود الورقية، كما أن هذه البطاقات تمنح حاملها ائتمانيا مجانيا لفترة من الزمن إضافة إلى أن مخاطر سرقتها تقل عن النقود الورقية، ومن مزاياها أيضا السماح لحاملها بالاقتراض لأجل سواء أكان ذلك من البنك أم من الشركة المصدرة، ومع كل هذه إلا أن هناك بعض المخاطر التي لا بد من الخوض فيها ومنها: رغبة حامل البطاقة بزيادة الاقتراض والإنفاق بما يفوق مقدرة المالية وإن كانت الفائدة مرتفعة، إلا أنه يقدم على ذلك مما يجعله غير قادر على سداد ما أنفقه من زيادة لأنها تفوق مقدرة المالية، وكذلك الفوائد التي ينشئها القرض وارتفاع نسبتها يولد أكبر عيوب بطاقات الائتمان ومخاطرها كما قد يؤثر على الأسرة المستدينة عن طريق استخدام بطاقة الائتمان، مما يجعل الأسرة

¹ قصاب سعاد، بوردباله فايزة، تقييم وسائل الدفع الالكترونية (المزايا والمخاطر)، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية - عرض تجارب دولية-، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أفريل 2011، ص 02.

تحت وطأة هذه الديون الكبيرة وبالتالي فعلى حامل البطاقة الالتزام بسداد ما تم شراؤه عن طريق استخدام هذه البطاقة حتى ولو سرقت منه.

إن بطاقة الائتمان قد تولد عند استخدامها شعورا وهميا أنه صاحب أموال فتشجعه على القيام بالافتراض حتى يفاجأ بأنه غير قادر على سداد ما تم افتراضه في الوقت المحدد مما يؤدي إلى وضع اسمه على القائمة السوداء لذوي الائتمانات غير المقبولة عند البنوك والمؤسسات المالية الكبرى مما يؤدي إلى شعور صاحب البطاقة بالإرباك.

2. المخاطر بالنسبة لمصدر البطاقة: يجني مصدر البطاقة عدة مزايا إصداره لمثل هذه البطاقات ومنها الأرباح المرتفعة بالإضافة إلى رسوم العضوية والتجديد والرسوم المفروضة على السحب النقدي سواء أكانت مقطوعة أم تؤخذ بنسبة مئوية على المبالغ المستخدمة، كما قد يفرض مصدر البطاقة بعض الغرامات والفوائد نتيجة لما قد يرتكبه حامل البطاقة، ومنها غرامات التأخير في السداد، وغرامات فقدان البطاقة وتعد كل هذه الغرامات أرباحا، كما قد يحقق المصدر أرباحا أخرى في حالة القيام بتشغيل الأموال المودعة لديه والمتعلقة بحامل البطاقة.

ومع كل ما ذكر من مزايا يحققها مصدر البطاقة إلا أن هناك مخاطر تتعلق بمصدر البطاقة وهي كما يلي:

- ازدياد عدد حاملي بطاقات الائتمان، وأخذهم فترة طويلة من الزمن لتسديد الديون المترتبة عليهم يؤدي إلى ارتفاع نسبة الديون المعدومة لدى مصدر البطاقة؛
- عدم القدرة على توفير السيولة الكافية لتغطية احتياجات السحب النقدي والافتراض على بطاقات الائتمان مما يولد مخاطر على سيولة البنك.
- في حالة ضياع البطاقة، أو سرقتها، أو الاحتيال، أو التزوير فيها فإن مصدر البطاقة (البنك) هو الذي يتحمل النفقات.

3. المخاطر بالنسبة للتاجر: يحقق التاجر الذي يقبل بالبطاقات حدا كبيرا من الأمان وحماية قوية للحصول على حقوقه من الشركات المصدرة لهذه البطاقات وفي الوقت نفسه لا يملك البنك حق الرجوع إلى أن استخدام بطاقات الائتمان قد ينشط التجارة ويعمل على ارتفاع نسبة البيع عند التجار وذلك لأن

حامل البطاقة لا يشعر بقيمة ما أنفقه من خلال البطاقة على عكس ما قد يشعر به عندما يشتري السلع بالنقد الورقية، كما أن هذه الطريقة قد وفرت ميزة كبيرة لتجار التجزئة وحمتهم من السرقات التي تحدث أحياناً من قبل موظفي المحاسبة لديهم لأن استخدام مثل هذه البطاقة يحرمهم من رؤية النقود الورقية فأصحاب المحلات التجارية بقبولهم التعامل والبيع بهذه البطاقات يوفرون على أنفسهم معاناة كبيرة فيما يتعلق بمتابعة ديون العملاء والزبائن، لأن هذه المهمة انتقلت إلى البنوك والشركات المصدرة لهذه البطاقات وبمجرد تعامل التاجر بمثل هذه البطاقات فإنه يكتسب هذه المزايا، ومع كل ذلك فهذه العملية لا تخلو من بعض المخاطر منها:

عندما يقبل التاجر فإنها يتعرض لبعض المخاطر التي قد تخضعه لعدة شروط يملئها البنك على التاجر لأنه لم يلتزم بالشروط المتفق عليها مع المصدر لذا فمن الممكن أن يقوم البنك بإلغاء التعامل مع التاجر، بل قد يلجأ البنك إلى وضع شركته على القائمة السوداء الموحدة لشركات الائتمان مما يجعل التاجر غير قادر على ممارسة تجارته للصعوبة التي تعرض لها نتيجة مخالفة لهذه الشروط، بالإضافة إلى مخاطر تزوير البطاقات أو سرقتها¹.

¹ جلال عايد الشورة، وسائل الدفع الالكتروني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص ص 97-101.

المبحث الثاني: وسائل ووسائل الدفع الالكتروني المستخدمة في التجارة الالكترونية

تعددت وسائل الدفع الالكتروني واتخذت أشكالاً تتلاءم ومتطلبات التجارة الالكترونية وكذلك طبيعة التعاملات عبر شبكة الانترنت، وكانت أولها ظهوراً البطاقات البنكية، كما ظهرت وسائل دفع أخرى الكترونية، كما أنه توجد هناك وسائل الكترونية تساعد وتسهل استعمال هذه الوسائل من هاتف مصرفي وانترنت مصرفي وغيرهما.

المطلب الأول: التحويل المالي الالكتروني والمحافظ الالكترونية

للتحويلات الالكترونية والمحافظ الالكترونية أهمية كبيرة في تسهيل عمليات التجارة الالكترونية وتيسيرها فهما ضروريان سواء بالنسبة للبنوك التقليدية أو الالكترونية وما تقدمها من مزايا.

الفرع الأول: التحويل المالي الالكتروني

يقصد بنظام التحويل المالي الالكتروني (TFE) مجموعة القواعد والإجراءات المعتمدة في تحويل الأموال عبر البنوك الالكترونية أو بنوك الانترنت مرخص لها القيام بهذه العملية، ويتم إصدار أمر التحويل عن طريق الكمبيوتر أو الهاتف المحمول¹.

وبفضل تعزيز أنظمة الأمن أصبحت التحويلات المالية الالكترونية تحظى أكثر فأكثر بالمصداقية والأمان لدى المتعاملين، هذا فضلاً عما يتيح هذا النظام من اختصار للزمن ووفر في الجهد والتكلفة ويسر في التعامل، فمن خصائص هذا التحويل قابليته للتجزئة (Divisibilité)، إذ يمكن توزيع مبلغ مستند التحويل على أكثر من مستفيد، وهو ما لا يتوفر في الشيك.

وبطبيعة الحال لا بد أن يتوفر لدى الزبون في كميوتره الخاص برنامج يسمح له بإجراء العملية وإلا سيضطر إلى الاتصال بوسيط متخصص، والذي يتولى بدوره تحويل الأمر إلى غرفة المقاصة الآلية (وهي شبكة تابعة لمجموعة بنوك)، والتي بدورها أيضاً تقوم بتبليغ البنك المعني حتى يتأكد من كفاية

¹ رحيم حسين، الاقتصاد المصرفي، دار بهاء الدين للنشر والتوزيع، قسنطينة، الطبعة الأولى، 2008، ص 156.

الرصيد لاقتطاع المبلغ المراد تحويله، ويمكن للزبون إرفاق شيك مصادق عليه حيث يتم تحويل المبلغ دون مراجعة الرصيد لدى البنك، إذ أن مصادقة البنك على الشيك تجعله ضماناً لمبلغ الشيك¹.

تختلف أنواع التحويل الالكتروني للأموال حسب الأطراف والعناصر المتداخلة في هذا الأخير حيث يمكن إجمال هذه الأنواع في أربع حالات:

الحالة الأولى: التحويل الالكتروني للأموال حسب عدد البنوك المتداخلة في هذه العملية

فيما يخص عدد البنوك المتداخلة هناك صورتان، الأولى تتمثل في التحويل البنكي بين حسابين في بنك واحد، والثانية في التحويل البنكي بين حسابين في بنكين مختلفين، ففي الصورة الأولى يقوم البنك بخصم مبلغ الحوالة من حساب الأمر وإضافته إلى حساب المستفيد، حيث يترتب على ذلك نقص جانب الحساب الدائن لدى الأمر ليضاف بنفس القدر في حساب المستفيد مع ثبات مجموع أرصدة البنك.

الحالة الثانية: التحويل الالكتروني للأموال حسب المستفيد

قد يتم التحويل الالكتروني للأموال من حساب إلى آخر كلاهما مفتوح بحساب الأمر بالتحويل لدى البنك نفسه أو لدى بنكين مختلفين، كما قد يتم التحويل بين حسابين لشخصين مختلفين أي هناك صورتان للتحويل الالكتروني للأموال استناداً إلى المستفيد فقد يكون المستفيد هو ذاته الأمر بالتحويل كما قد يكون المستفيد شخصاً مستقلاً عن أطراف عقد التحويل الالكتروني للأموال، فالصورة الأولى من التحويل تتم إذا قام الأمر بإجراء التحويل من أحد حساباته لدى البنك إلى الحساب الآخر في البنك نفسه وقد يقوم الأمر بتحويل مبلغ من حساب لدى البنك إلى حساب في بنك آخر، ويتميز هذا النوع من أنواع التحويل بأن أطراف هذا العقد هما اثنان فقط الأمر وهو ذاته المستفيد والبنك، والصورة الثانية هي التحويل من حساب الأمر إلى حساب المستفيد لدى البنك نفسه أو بنك آخر وفي هذه الحالة يضع بنك الأمر تحت أمر بنك المستفيد انتمانا بمبلغ مساو للمبلغ المراد نقله ويقوم هذا الأخير بتقييد قيمة الحوالة في حسابات المستفيد وبعد ذلك تسوى العلاقة بين البنكين.

¹ رجب حسين، النقد والسياسة النقدية (في إطار الفكري الإسلامي والغربي)، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2006 ص

الحالة الثالثة: التحويل الالكتروني للأموال حسب سرعة التحويل

شهد التحويل الالكتروني للأموال في الآونة الأخيرة تغيراً ملموساً وبالأخص من حيث سرعة التحويل، حيث ظهرت شركات متخصصة في خدمة الحوالات تمتلك شبكة واسعة من الوكلاء في جميع أنحاء العالم يربطهم نظام معلوماتي مغلق خاص بالشركة، حيث يمكن للمستفيد استلام قيمة الحوالة خلال ثواني معدودة من وقت إصدار أمر التحويل.

الحالة الرابعة: التحويل الالكتروني للأموال حسب نوع الحوالة

فيما يخص شروط الحوالة فالتحويل الالكتروني للأموال له صورتين حيث يقترن بشرط أو بشروط معينة أحياناً، فالحوالة تكون غير مشروطة إذا لم تتضمن أمر صادر عن الأمر أي شرط يتوقف عليه إيداع مبلغ الحوالة في حساب المستفيد، والصورة الثانية تتمثل في الحوالة المشروطة والتي تتميز عن سائر الحوالات بوجود شرط يحدده الأمر في أمره الموجه إلى البنك والذي يلتزم به هذا الأخير وإلا اعتبر مخلاً بتنفيذ التزامه الناشئ عن عقد التحويل الالكتروني للأموال، وشروط الحوالة متعددة ويصعب حصرها، فهي تختلف من أمر لآخر، وهي إما تكون موجهة من قبل الأمر إلى البنك المصدر أو البنك المنفذ أو المستفيد وجميع هذه الشروط يكون تنفيذها من التزامات البنك وهو إما ينفذها بنفسه أو يلتزم بالتأكد من تنفيذها بنك المستفيد أو المستفيد شخصياً لها¹.

وللتحويلات الالكترونية منافع تتمثل في:

1. تخفيض تكاليف الخدمات المصرفية: قللت المقاصة الآلية من تكاليف الخدمات المصرفية من خلال:

- تقليل أو إلغاء الخدمات التي تقدمها الصناديق المتعلقة لتجميع الشبكات؛
- تخفيض خسائر منح الائتمان؛
- تقليل مصاريف معالجة الشيكات إلى الحد الأدنى نتيجة عدم استخدام الشيكات الورقية، وانخفاض مصاريف المعالجة بالنسبة للشركات؛
- تقليل الخدمات التي تقدمها البنوك لتسوية الحسابات الجارية مع الشركات والأفراد.

¹ علي مؤيد سعيد، التحويل الالكتروني للأموال، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص القانون العام، كلية إدارة الموارد البشرية، العراق، 2013، ص 12-13.

2. توفير النقدية بصورة فورية: يؤدي نظام التحويلات المالية الالكترونية إلى تحسين التدفق النقدي، من خلال ما توفره التحويلات من موثوقية التدفق، وكذا تسريع دورة النقد.
3. تسهيل العمل: ألغت عملية المقاصة الآلية حاجة العميل والتاجر إلى زيادة البنك لإيداع قيمة التحويلات المالية، مما يؤدي إلى رفع فعالية نظام العمل¹.

الفرع الثاني: المحافظ الالكترونية

تعرف المحفظة الالكترونية على أنها تطبيق الكتروني يقوم على أساس ترتيب آلي لجميع الحركات المالية²، تقوم بتحويل النقد إلى سلسلة رقمية، وتخزن على القرص الثابت في موقع العمل، وهذا يحد من استخدام النقود في المعاملات التي تتم على شبكة الانترنت، ومعظم المحافظ الالكترونية تقوم بتخزين النقد الالكتروني على البطاقات الذكية التي تتمكن من دفع أي مبلغ من المحفظة الالكترونية في أي مكان³.

ويمكن استخدام المحفظة الالكترونية للدفع عبر الانترنت وفي الأسواق التقليدية التي تستعمل أنظمة الدفع الالكتروني⁴.

ودرجة الأمان في استخدام المحافظ الالكترونية تقوم العديد من الشركات الكبرى والبنوك المحلية والعالمية في استخدام تقنية المحافظ الالكترونية عن طريق صفحات الانترنت باستخدامها أجهزة خوادم مدعمة بالعديد من البرامج الأمنية، إضافة إلى بروتوكول يسمى بروتوكول الحركات المالية الآمنة والذي يطلق عليه "Succurs Ocker Dayers"، وعلى أساسها تصبح جميع العمليات والحركات المالية منها وإليها في دائرة الأمان التي يصعب على المتطفلين من الهاكرز اختراقها⁵.

¹ نوال بن عمارة، وسائل الدفع الالكترونية (الآفاق والتحديات)، ملتقى البحث العلمي، ص ص 13 - 14.

le 12-02-2017.22h37. WWW.RSSCRS.INFO.

² فاطمة بلحاج، العولمة الاقتصادية وآثارها على النظام البنكي الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص اقتصاد، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير وعلوم تجارية، جامعة وهران، 2011، ص 98.

³ بوعافية رشيد، إبراهيم مزبود، مرجع سبق ذكره، ص 03.

⁴ بن عزة محمد أمين، زوهري جلييلة، واقع المصارف الجزائرية في تطبيق نظام الدفع الالكتروني، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية - عرض تجارب دولية-، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أبريل 2011، ص 04.

⁵ عبد الرزاق سلام، القطاع المصرفي الجزائري في ظل العولمة (تقييم الأداء ومتطلبات الإصلاح)، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، تخصص النقود والمالية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2011 - 2012، ص 53.

وخطوات الدفع باستخدام المحفظة الالكترونية (عند نقاط البيع) تتمثل فيما يلي¹:

- يقوم حامل المحفظة الالكترونية عند الوصول إلى النقطة الخاصة بالشراء بإظهار السلع المراد شرائها، وتبدأ عملية الجمع المتتالية لقيمة البضاعة؛
- إظهار Electronic Wallet على الجهاز المعد لقراءتها (عادة تكون مخزنة في أجهزة الموبايل أو البطاقات الذكية)؛
- عند نقطة الشراء يقوم الجهاز بطلب تأكيد الهوية من صاحب المحفظة الالكترونية وذلك بتمرير بصمة الأصبع أو إدخال رقم سري Code Pin، وهنا توجد إمكانية تمرير ثلاث محاولات فقط من بصمة الأصبع أو وضع الكود الخاص به (وفي حالة تعدي الثلاث محاولات، فإن البطاقة سوف يتم تجميدها) وهذا الأمر جيد في حال تمت سرقة البطاقة وعمل عدة محاولات من طرف آخر غير صاحب البطاقة المزعوم؛
- بعد التأكد من الهوية يقوم الجهاز بإظهار رسالة خاصة لاختيار نوع الدفعة المراد البدء بها؛
- يقوم بالاختيار من أحد الأمرين إما عن طريق استخدام القيمة المخزنة بالمحفظة الالكترونية أو الاختيار الثاني وهو عن طريق بطاقة الائتمان، ففي حالة الاختيار الأول (استقطاع من القيمة المخزنة) إن لم تحتوي على رصيد كاف فإنه يقوم بإظهار رسالة بذلك وعليه أن يقوم باختيار الطريقة الثانية في الدفع؛
- ظهور رسالة تأكيد (تمت العملية بنجاح) بأن القيمة تم خصمها من حسابك؛
- يتم استخراج وطبع الإيصال للطرف الأول (المشتري).

وللمحافظ الالكترونية مزايا عديدة نذكر منها²:

- المحفظة الالكترونية تعطي حلا متطورا للدفع بمبالغ صغيرة، وعليه يمكن التخلص من أسعار معالجة الشيكات وباقي وسائل الورقية، في كل عملية أو صفقة تجارية ذات المبالغ الصغيرة؛
- تسمح بتخفيض عمليات الدفع بالنقد، وبالتالي التخلص من تكاليف المعالجة؛
- هي وسيلة ملائمة تماما للصفقات التجارية لما توفره من سرعة في العمل؛
- تستعمل للدفع بمبالغ صغيرة (جرائد، مجلات....).

¹ عبد الرزاق سلام، مرجع سبق ذكره، ص 54.

² وهبة عبد الرحيم، إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالالكترونية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص نقود ومالية، كلية علوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005-2006، ص 53.

المطلب الثاني: البطاقات البنكية والبطاقات الذكية

تعتبر البطاقات البنكية والبطاقات الذكية من أهم وسائل الدفع المستخدمة في التجارة الالكترونية ويساهمان في تسهيل معاملاتها وجعلها متاحة.

الفرع الأول: البطاقات البنكية

هي عبارة عن بطاقة مزودة بشريحة كمبيوتر على وجهيها يجب أن تكون قادرة على حفظ معلومات أكثر من البطاقات الاعتمادية العادية والمزودة بشريط مغناطيسي لحفظ معلومات متنوعة حول العديد من التطبيقات العملية¹، ويستطيع حاملها استخدامها في شراء معظم حاجاته، أو أداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات دون الحاجة لحمل مبالغ كبيرة من الأموال والتي قد تتعرض لمخاطر السرقة أو التلف².

وتستعمل البطاقات البنكية في السحب النقدي من آلات السحب الآلي BAD أو GAB أو كذلك في عمليات الحصول على الخدمات، حيث تعطي لحاملها قدرا كبيرا من المرونة في السداد، وقدر أكبر من الأمان وتكلفة أقل في إتمام العمليات، وبسرعة أكبر في التسويات المالية³.

وتنقسم البطاقات البنكية إلى ثلاث أنواع هي:

1. بطاقة الدفع:

هي بطاقات الكترونية تسمح بالتحويل من حساب لحساب آخر⁴، تصدرها البنوك بناء على وجود أرصدة فعلية للزبون في صورة حسابات جارية تقابل المسحوبات المتوقعة له⁵.

¹ وسيم محمد الحداد وآخرون، الخدمات المصرفية الالكترونية في الجزائر، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2012، ص 180.
² علي عبد الله، ألبيداني إلياس، التسويق الالكتروني في الجزائر وسبل تفعيله في ظل التطورات التكنولوجية وتحديات المنافسة العالمية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية - عرض تجارب دولية-، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أفريل 2011، ص 09.

³ بورزوق إبراهيم فوزي، دراسة تحليلية حول التجربة الجزائرية في مجال النقد الآلي البيئي، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير تخصص تحليل اقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2007-2008، ص 52.
⁴ نور الدين حامد، فلة عاشور، الدفع الالكتروني في التجارة الخارجية الالكترونية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية - عرض تجارب دولية-، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أفريل 2011، ص 15.

⁵ كرغلي أسماء، المقظة التكنولوجية كأداة لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص تسويق، كلية العلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة أمجد بوقرة - بومرداس-، ص 84.

ولبطاقات الدفع مجموعة من المزايا نذكر منها ما يلي¹:

- توفر الجهد والوقت للعملاء؛
- زيادة إيرادات البنك المصدر لها.

في الواقع العملي، قسمت بطاقة الدفع عموماً إلى صنفين أساسيين هما:

- **بطاقات الوفاء:** حيث يكون المصدر في هذا النوع من البطاقات بنكا أو منظمة تجمع العديد من البنوك كما هو الحال في التجمع ذي المصلحة الاقتصادية، وتظهر أهميتها كوسيلة لها وظيفة الحساب البنكي.
- **بطاقات الاعتماد:** يكون المصدر لها المؤسسات التي لا تدير الحساب البنكي للعميل مثل أمريكيان إكسبريس، وتتم التسوية من قبيل العميل من خلال شيك يحرره للمؤسسة².

2. بطاقة الائتمان Credit Cards:

تعرف بطاقة الائتمان أو النقود البلاستيكية بأنها عبارة عن بطاقة تتضمن معلومات معينة عن حاملها (الاسم ورقم الحساب...) وعادة ما تصدرها جهة مصرفية معينة (بنك أو مؤسسة مصرفية مالية) بحيث تمكن حاملها من سداد قيمة مشترياته دون دفع الثمن، وقيام الجهة مصدرة البطاقة بتعجيل الوفاء للبائع ثم الرجوع لاحقاً على الحامل³، وبطاقة الائتمان تتيح لحاملها استعمال ائتمان في حدود الاتفاق المبرم بينه وبين مصدر البطاقة (البنك)،

فهي تسمح لحاملها بدلا من تسوية حسابه فوراً أن يقوم خلال أجل متفق عليه بتسديد ثمن مشترياته على دفعات، وذلك في حدود مبلغ مكشوف معين مسبقاً⁴.

¹ إبراهيم أحمد عبد الخالق الدوي، التجارة الالكترونية (دراسة تطبيقية على المكتبات)، مكتبة الملك فهد، الرياض، السلسلة الثانية، 2010، ص 54.

² بن عمير أمينة، البطاقات الالكترونية للدفع والقرص والسحب، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة منتوري - قسنطينة، 2004 - 2005، ص ص 22 - 23.

³ عزة على محمد الحسن، الإطار القانوني والتشريعي للتجارة الالكترونية، دراسة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه، تخصص قانون، كلية الدراسات العليا للقانون، جامعة الخرطوم، 2005، ص 293.

⁴ عذبة سامي حميد الجادر، العلاقات التعاقدية المنبثقة عن استخدام بطاقة الائتمان، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص القانون الخاص، كلية العلوم القانونية، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، عمان - الأردن، 2008، ص 23.

فبطاقة الائتمان وسيلة دفع وسداد لدين ناشئ عن معاوضة مالية، وأداة قبض نقود واقتراض من مكائن الصرف الآلي، وإن بطاقة الائتمان تتضمن العناصر التالية¹:

- الائتمان أو الاعتماد: وهو إقراض أو التزام بالإقراض أو المداينة؛
- المدة أو المهلة: التي يمنحها البائع للمشتري لدفع ثمن السلعة التي تسلمها؛
- السداد أو الدفع: الذي يلتزم به حامل البطاقة بأدائه؛
- الربا أو الفائدة: التي على حامل البطاقة أن يدفعها عند التأخر عن السداد، في بعض الأحيان.

وتشكل بطاقة الائتمان علاقة تعاقدية بين خمسة أطراف هم:

الطرف الأول: الجهة مصدرة البطاقة

وهو المؤسسة أو البنك الذي يصدر البطاقة لعميله بناء على ترخيص معتمد من المنظمة العالمية بصفته عضوا فيها²، وهو الذي يسدد وكالة عن حامل البطاقة قيمة المشتريات للتاجر³.

الطرف الثاني: التاجر الذي يقبل البطاقة

وهو الذي يتعاقد مع مصدر البطاقة على تقديم السلع والخدمات الموجودة عنده عندما يطلبها حامل البطاقة من البنك الذي تم لاتفاق معه⁴.

الطرف الثالث: حامل البطاقة

هو الشخص الذي صدرت البطاقة باسمه، أو خول باستخدامها، والتزم لمصدر البطاقة بالوفاء بكل ما ينشأ عن استعماله البطاقة⁵.

¹ محمد الزحيلي، بطاقات الائتمان وأثر الضرورة والحاجة وعموم البلوى فيها وما يحل وما يحرم منها في ديار الإسلام وخارجها، المؤتمر السنوي الخامس، مجمع فقهاء الشريعة بأمريكا، المنامة- البحرين-، 2007، ص 09.

² أحمد عبد الله محمد اليوسف، تريح البنك من بطاقة العميل الائتمانية، مجلة العلوم الإنسانية والإدارية، العدد 07، جامعة المجمعة- السعودية 2015، ص 08.

³ إبراهيم محمد شاشو، بطاقة الائتمان حقيقتها وتكييفها الشرعي، مجلة جامعة القدس للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 27، العدد 03 2011، ص 659.

⁴ فضيل بن عادل أبو خلف، الحماية الجنائية لبطاقات الائتمان، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص التشريع الجنائي الإسلامي، كلية الدراسات العليا، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2007، ص 29.

⁵ المرجع نفسه، ص 29.

الطرف الرابع: المنظمة العالمية الراعية للبطاقة

وهي التي تملك العلامة التجارية للبطاقة، وتقوم بالإشراف على إصدار البطاقات وفق اتفاقيات خاصة مع البنوك المصدرة، وتتقاضى من وكلائها رسوم محددة من أشهرها: منظمة فيزا (Visa)، ومنظمة مستر كارد (Master Card)، ومنظمة أمريكان إكسبريس (American Express)¹.

الطرف الخامس: بنك التاجر

هو الذي يستلم مستندات البيع من التاجر، ويقوم بمتابعة تسديد البنوك الأعضاء للديون المترتبة على استخدام البطاقة مقابل رسوم يأخذها من التاجر.

وهذه الأطراف قد تنقص بحسب تعامل البنك المصدر وحامل البطاقة والتاجر، فلا يلزم اجتماع جميع أطراف التعامل بالبطاقة في كل عملية تجري بالبطاقة، فقد تنقص عن ذلك، ولكن لا تزيد عن هذه الأطراف الخمسة².

وهناك عدة أنواع لبطاقة الائتمان نذكر منها:

➤ بطاقة الائتمان حسب بطاقات السحب: يوجد نوعان من بطاقات السحب هما:

1. البطاقات العادية أو الفضية: هذا النوع من البطاقات يعطي لحامله حدا من الائتمان منخفضا نسبيا، فيمنح هذا النوع لمعظم العملاء عندما يتوافر لديهم الحد الأدنى من المتطلبات المطلوبة، كما توفر لحاملها القدرة على الشراء من التجار والسحب النقدي من البنوك وأجهزة الصراف الآلي³.
2. البطاقة الذهبية: وهي بطاقات ذات حدود ائتمانية عالية لدى بعض المنظمات راعية البطاقة مثل فيزا، أو ائتمان غير محدود بسقف معين لدى البعض مثل أمريكان إكسبريس، أو تصدير للعملاء ذوي القدرة المالية العالمية، وبجانب ذلك يتمتع حاملها ببعض المزايا الإضافية المجانية، مثل: التأمين ضد الحوادث، والحصول على استشارات طبية وقانونية، وتوصيل الرسائل إلى جميع أنحاء العالم، وأسبقية الحجز في الفنادق وشركات الطيران، وعادة ما يزيد رسم الاشتراك فيها عن البطاقة الفضية، كما توجد لدى

¹ أحمد عبد الله محمد اليوسف، مرجع سبق ذكره، ص ص 09 - 10.

² المرجع نفسه، ص 10.

³ جلال عايد الشورة، وسائل الدفع الالكتروني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى (الإصدار الأول 2008 - الإصدار الثاني 2009)، ص 32.

المنظمات الأخرى أنواع أخرى تتفاوت في المزايا الائتمانية والإضافية مثل: البطاقة الخضراء، البطاقة الماسية التي تصدر عن أمريكيان إكسبريس¹.

أما بالنسبة للمنظمات فتعرف كما يلي:

منظمة أمريكيان إكسبريس: هي أحد البنوك والمؤسسات المالية الكبرى، التي تمارس العمل المصرفي والمصدرة لبطاقات "أمريكان إكسبريس" وتقوم هذه المؤسسة بالإشراف المباشر على عملية إصدار البطاقات، وهي تعمل على أن تصل إلى التجار والمؤسسات التي تقبل العمل بالبطاقات، حقوقهم المالية منها مباشرة، نيابة عن حاملي البطاقة، وليس من شروطها أن يكون لحامل البطاقة حساب مصرفي لديها، أو في أي فرع من فروعها، مكتفية بأن تتأكد من مقدار الملاءة المالية لمن يريد الحصول على البطاقة الائتمانية، وتصدر ثلاث أنواع من البطاقات هي: بطاقة أمريكيان إكسبريس الخضراء، الذهبية الماسية.

منظمة فيزا: فهي صاحبة الامتياز في صرف البطاقات التي تحمل اسم "Visa" لكنها لا تقوم بإصدار هذه البطاقات، وإنما هي مثل ناد يقوم بمساعدة البنوك الأعضاء في إدارة خدماتهم، وتتكون إدارتها من ممثلي البنوك الأعضاء.

تقوم بالترخيص للبنوك التي ترغب في إصدار بطاقة "فيزا" حسب الاتفاق الذي يتم بينها وبين هذه البنوك، وتتميز بالمرونة الكافية التي تسمح بأن تخضع البطاقات الصادرة من أعضاء منظمو فيزا للأنظمة التي وضعها البنك المصدر لها، وبما يتناسب مع رغبات عملائه وأنظمتها الداخلية، دون أن تتدخل منظمة الفيزا في ذلك، ولهذا فإنه من الممكن أن تكون البطاقة الصادرة بطاقة خصم فوري من الرصيد (الحساب الجاري) أو بطاقة خصم شهري، أو بطاقة ائتمان، وكل هذا حسب السياسة التي ينتهجها البنك المصدر للبطاقة، وتصدر ثلاث أنواع من البطاقات هي: الفيزا الفضية، الفيزا الذهبية، فيزا إلكترون².

➤ **بطاقة الائتمان حسب الاستخدام:** ويوجد نوعان من هذه البطاقة هما:

¹ عرابية رابح، دور تكنولوجيا الخدمات المصرفية الالكترونية في عصرنة الجهاز المصرفي الجزائري، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 08، 2012، ص 15.

² محمد رأفت عثمان، ماهية بطاقة الائتمان وأنواعها، وطبيعتها القانونية، وتمييزها عن غيرها، مؤتمر الأعمال المصرفية الالكترونية بين الشريعة والقانون، 2003، ص ص 619-621.

1. **بطاقة الائتمان العادية Visa classic:** إن بطاقة الائتمان العادية هي أكثر أنواع البطاقات استخداماً، فهي تستخدم في الشراء والحصول على خدمات، وإمكانيتها في السحب النقدي من الصراف الآلي، أو من البنوك التي تكون مشتركة في عضوية هذه البطاقة¹.
2. **بطاقة السحب النقدي الآلي الالكتروني:** وتستخدم فقط في عملية سحب النقود، إما من أجهزة الصرف الآلي الدولية، أو من الأجهزة القارئة للشريط المغناطيسي المزود بها المصارف المشتركة في عضوية البطاقة، وإلى جانب ذلك نجد البطاقة المحلية، وهي التي يقتصر استخدامها داخل حدود الوطن في بنك المصدر للبطاقة وبالعلة المحلية، أما النوع الآخر وهو أكثر انتشاراً فهو الذي يستخدم جميع أنحاء العالم وبكل العملات².
3. **بطاقة ضمان الشيك:** وهي بطاقات تصدرها المصارف لعملائها ليقدموها عند دفع مستحقاتهم بشيكات مسحوبة على البنك للتأكد من أن الشيك ستصرف قيمته عند تقديمه للبنك³.
➤ **بطاقات الائتمان حسب الجهة المصدرة لها:** هناك ثلاث أنواع وهي:
 1. **بطاقة فيزا Visa Card:** وهي تصدر عن المنظمة العالمية، وهذه البطاقة هي بطاقة متجددة Revolving Credit وإمكان حاملها أن يسدد التزامات البطاقة خلال مدة السماح، وبطاقة فيزا هي أكثر البطاقات الائتمانية انتشاراً على الإطلاق تتعامل مع ملايين المؤسسات والمحلات التجارية وأجهزة الصرف الآلي.
 2. **بطاقة مستر كارد Master Card:** هذه البطاقة تأتي في المنزلة الثانية (بعد بطاقة فيزا) من حيث درجة انتشارها، فهي أيضاً تتعامل مع ملايين المؤسسات والمحلات التجارية وهي بطاقة متجددة مثل بطاقة فيزا.
 3. **بطاقة أمريكان إكسبريس American Express:** هي بطاقة ائتمانية لكنها غير متجددة Charge Card، أي ينبغي تسديد الالتزامات المالية لهذه البطاقة خلال مدة السماح، وبخلاف ذلك فإنه لن يجري تجديد هذه البطاقة لمدة جديدة⁴.

¹ جلال عايد الشورة، مرجع سبق ذكره، ص 32.

² عرابية رابح، مرجع سبق ذكره، ص 16.

³ المرجع نفسه، ص 16.

⁴ يوسف أحمد أبو فارة، التسويق الالكتروني (عناصر المزيج التسويقي عبر الإنترنت)، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الثانية، 2007، ص 375-376.

ولبطاقة الائتمان مزايا عديدة نذكر منها ما يلي¹:

- توفر الوقت والجهد لصاحب البطاقة؛
- زيادة إيرادات البنك المصدر لها، نتيجة لما يحصل عليه من رسوم مقابل الخدمات أو من فوائد التأخر عن السداد؛
- توفر إمكانية الشراء الفوري والدفع الآجل؛
- تصدر بالعمليتين المحلية والأجنبية؛
- تملك نظاماً آمناً حيث تحمل صورة العميل، حماية من السرقة أو التزوير؛
- إمكانية تسديد صاحب البطاقة المبالغ المسحوبة من هذه البطاقات الائتمانية بالعملة المحلية سواء كان المبلغ المسحوب داخل الدولة أو خارجها.

بصورة عامة تصدر المؤسسات المالية البطاقة الائتمانية بعد تقديم طلب خطي من العميل يبين فيه رغبته في نوع بطاقة الائتمان التي يريد الحصول عليها، وتدرس تلك الجهات القدرة المالية للعميل وعلى ضوء المعلومات التي لديها عنهم تقوم بإصدار تلك الأنواع من البطاقات، ويخول العميل الجهة المصدرة القيد على حسابه الجاري كافة الفواتير الواردة التي تبين أوجه الصرف التي قام بها من خلال استخدامه بطاقته الائتمانية².

3. بطاقات الصرف البنكي: يطلق عليها أيضاً بطاقة الصرف الشهري، لأن فترة الائتمان في هذه البطاقة لا تتجاوز شهر من تاريخ السحب، فينبغي على العميل أن يسدد ما عليه خلال كل شهر تم فيه السحب³.

وتختلف هذه البطاقات عن البطاقات الائتمانية كونها تسدد بالكامل من قبل الزبون للبنك خلال الشهر الذي تم فيه السحب أي أن الائتمان في هذه البطاقة لا يتجاوز شهر.

وتصدر البطاقات البنكية من طرف مجموعة من المنظمات العالمية والمؤسسات المالية والتجارية نذكر منها: منظمة فيزا، مستر كارد، ديتر كلوب، أمريكيان إكسبريس⁴.

¹ إبراهيم عبد الخالق الدوي، مرجع سبق ذكره، ص 55.

² خالد وهيب الراوي، العمليات المصرفية الخارجية، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 299.

³ أحمد أمداح، مرجع سبق ذكره، ص 84.

⁴ كرغلي أسماء، مرجع سبق ذكره، ص 85.

تتيح هذه البطاقة لحاملها الشراء على الحساب في الحال، على أن يتم التسديد بصورة لاحقة، فهي لا تتضمن أي معنى للائتمان بل على حاملها أن يسدد قيمة مشترياته مباشرة بمجرد إرسال الفاتورة له ولا يتحمل جراء ذلك أي فوائد¹.

الفرع الثاني: البطاقات الذكية

هي عبارة عن بطاقة من البلاستيك بشريط ممغنط، توضع في آلات الصراف الأوتوماتيكية، مما يسمح للزبون بسحب وإيداع أو طلب قيمة رصيده، أو طلب دفتر شيكات.....، وتصدر البنوك هذه البطاقة في حالة قبولها لطلب أحد زبائنها بذلك، والذي يملك حسابا لديها، كما يمنح البنك للعميل رفقة البطاقة رقما سريا في ظرف مغلق لا يعرفه أحد، ويتحتم على الزبون الاحتفاظ بسرية هذا الرقم، حتى لا يتم استغلاله من قبل الآخرين².

تضم هذه الشريحة في طياتها معالج رقائق صغير يعطي قدرة على تخزين المعلومات داخل حافظة خاصة، مثل المعلومات الشخصية لحامل البطاقة (الاسم، الرقم، تاريخ الميلاد، الصورة، العنوان)، الملف الطبي، رخص القيادة، جواز السفر، سجل الأسرة، الحسابات البنكية.....، وفي الشريحة أيضا: الرقم السري، مطابقة البصمة، التوقيع الالكتروني، كلمة السر، مفاتيح خاصة وعامة (خوارزميات تشفير معينة).

للبطاقات الذكية إمكانية تخزين ومعالجة آلاف البايت Byte من البيانات الالكترونية تفوق بشمانيين مرة على البيانات المخزونة في الشريط المغناطيسي الموجود في بطاقات الائتمان (الذي له قابلية التخزين فقط دون المعالجة)، والتطبيقات الموجودة في البطاقة قابلة للتحديث دون الحاجة إلى تبديل البطاقة³.

وفي هذه البطاقة لا بد من توفير السرية لاحتوائها على معلومات حساسة وحمايتها من السرقة والخداع أو الضياع، بشكل عام البطاقات الذكية أكثر أمنا من البطاقات الأخرى⁴.

¹ وهيبة عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص 44.

² سليمة عبد الله، دور تسويق الخدمات المصرفية الالكترونية في تفعيل النشاط البنكي، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر - باتنة -، 2008-2009، ص 106.

³ محمد ناصر وآخرون، البطاقة الذكية وأثرها في التقليل من المخاطر المصرفية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 37 2013، ص 82.

⁴ محمد نور (صالح الجداية)، سناء جودة خلف، مرجع سبق ذكره، ص 246.

وهناك بطاقة شبيهة للبطاقة الذكية تسمى Electronic Connect حيث تستخدم معدات متصلة بالحاسوب للقيام بالشراء عبر الانترنت بواسطة جهاز الهاتف الخليوي يتم وضع البطاقة فيه ويتم إجراء عملية الشراء بطريقة آمنة جدا حيث تتم عملية تشفير البيانات ونقلها عبر الانترنت بطريقة آمنة¹.

وللبطاقة الذكية مزايا عديدة نذكر منها ما يلي:

- تسمح باستخدام النقود الالكترونية؛
- التعامل مع أي جهاز يحتوي على برمجيات تناسب تشغيلها؛
- تسمح بإرسال النقود الالكترونية واستلامها عبر الانترنت؛
- تيسر التعامل بين الناس في كافة أنحاء العالم²؛
- تتميز هذه البطاقة بأنها أكثر معالج أداء وأوفر أمنا من البطاقات العادية المغناطيسية³.

المطلب الثالث: الشبكات الالكترونية والنقود الالكترونية

كذلك من وسائل الدفع الالكترونية نجد الشبكات الالكترونية والنقود الالكترونية والتي بدأت تنتشر عبر أنحاء العالم وتجعل من عمليات التجارة الالكترونية أكثر سهولة ويسر وإقبال من طرف المتعاملين.

الفرع الأول: الشبكات الالكترونية

يعرف الشيك الالكتروني على أنه رسالة الكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك (حامله) ليعتمده ويقدمه للبنك الذي يعمل عبر الانترنت، ليقوم البنك أولا بتحويل قيمة الشيك المالية إلى حساب حامل الشيك، وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك وإعادته الكترونيا إلى مستلم الشيك، ليكون دليلا على أنه قد تم صرف الشيك فعلا ويمكن لمستلم الشيك أن يتأكد الكترونيا من أنه قد تم بالفعل تحويل المبلغ لحسابه، وبالتالي تستخدم الشبكات الالكترونية لإتمام عمليات السداد بين الطرفين من خلال

¹ وسيم محمد الحداد وآخرون، الخدمات المصرفية الالكترونية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الطبعة الأولى، 2012، ص 181.

² غسان علي كنعان، طرائق السداد الالكترونية وأهميتها في تسوية المدفوعات بين الأطراف المتبادلة، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 28، العدد الأول، دمشق، 2010، ص 581.

³ طواهرية الشيخ، التجارة الالكترونية والنقد الالكتروني، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصريّة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية - عرض تجارب دولية-، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أفريل 2011، ص 04.

وسيط، وتتضمن البيانات التالية: رقم الشيك، اسم الدافع، اسم المستفيد، القيمة التي ستدفع، التوقيع الالكتروني للدافع، وحدة العملة المستعملة، تاريخ الصلاحية¹.

ويعتبر الشيك الالكتروني صورة طبق الأصل للشيك الورقي الذي يعرفه الجميع، حيث يحتوي على نفس الخصائص والصلاحيات ويترتب عليهما يترتب على الشيك الورقي ولكن يتم التعامل به الكترونيا وبشكل كامل، كما أن الشيك الالكتروني يتطلب وجود برمجية طرف ثالث لتنفيذ عملية دفع الشيك الالكتروني².

وللشيك الالكتروني مزايا عديدة نذكر منها ما يلي³:

- يوفر التعامل بالشيكات الالكترونية 50% من رسوم التشغيل مما يساهم في تخفيض النفقات التي يتحملها حامل الشيك؛
- تتم تسوية المدفوعات من خلال الشيكات الالكترونية في 48 ساعة فقط مقارنة بالشيكات العادية؛
- إن التعامل بالشيك الالكتروني يقضي على بعض المشاكل التي كانت تواجه الشيكات العادية مثل الضياع والتأخير؛
- يمتاز كذلك بأنه أسرع وأرخص وأكثر أماناً، ويستطيع العملاء الذين لديهم حسابات جارية تحريره لشراء السلع والخدمات مثلاً، وفي حالة المشتريات الحكومية أو التجارة الالكترونية بين شركات الأعمال يتضمن إصدار الشيك الالكتروني إجراءات أكثر أمناً حيث أن الشيك يكون بمبلغ كبير⁴. وللشيكات الالكترونية مجموعة من الفوائد نوجزها فيما يلي⁵:
- خفض تكاليف المصروفات الإدارية من خلال زيادة السرعة وتقليل كلفة المواد الورقية والطباعة؛
- زيادة كفاءة إنجاز عمليات الحسابات والودائع للتجار والمؤسسات المالية؛
- تسريع عملية الدفع والمحاسبة التي يقوم بها الزبون؛
- تزويد الزبون بمعلومات وتفصيلات أكثر في كشف الحساب؛
- الصرف الفوري للشيك والتخلص من الزمن الذي يستغرقه الشيك المرتجع وإعادة المطالبة وتقليص عدد الشيكات المرتجعة والتي تستخدم بشكل أساسي في نموذج منظمات الأعمال لمنظمات الأعمال.

¹ بلعاش مياده، أثر الصيرفة الالكترونية على السياسة النقدية، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، تخصص اقتصاديات النقود والبنوك والأسواق المالية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر - بسكرة، 2014 - 2015، ص 58.

² محمد نور (صالح الجداية)، سناء جودت، مرجع سبق ذكره، ص 250.

³ بن عزة محمد أمين، زوهري جليلة، مرجع سبق ذكره، ص 04.

⁴ ناظم محمد نور الشمري، عبد الفتاح زهير العبدلات، مرجع سبق ذكره، ص 50.

⁵ محمد نور (صالح الجداية)، سناء جودت، المرجع السابق، ص 251.

الفرع الثاني: النقود الالكترونية

يمكننا تعريف النقود الالكترونية بأنها: قيمة نقدية مخزنة على وسيلة الكترونية مدفوعة مقدما وغير مرتبطة بحساب بنكي وتحظى بقبول واسع من غير من قام بإصدارها وتستعمل كأداة للوفاء¹، وتستعمل لتسوية المدفوعات صغيرة الحجم².

وللنقود الالكترونية مزايا عديدة نذكر منها ما يلي³:

- ✓ **تكلفة تداولها زهيدة:** إن تحويل النقود الالكترونية (أي الرقمية) عبر الانترنت أو الشبكات الأخرى أرخص كثيرا من استخدام الأنظمة البنكية التقليدية.
- ✓ **لا تخضع للحدود:** يمكن تحويل النقود الالكترونية من مكان لآخر في العالم، وفي أي وقت كان وذلك لاعتمادها على الانترنت أو على الشبكات التي لا تعترف بالحدود الجغرافية ولا تعترف بالحدود السياسية.
- ✓ **بسيطة وسهلة الاستخدام:** تسهل النقود الالكترونية التعاملات البنكية إلى حد كبير، فهي تغني عن ملئ الاستثمارات وإجراء الاستعلامات البنكية عبر الهاتف.
- ✓ **تسرع عملية الدفع:** تجري حركة التعاملات المالية ويتم تبادل معلومات التنسيق الخاصة بها فورا في الزمن الحقيقي دون الحاجة إلى أي وساطة، مما يعني تسريع هذه العملية.
- ✓ **تشجيع عمليات الدفع الآمنة:** تستخدم البنوك التي تتعامل بالنقود الالكترونية أجهزة خادمة تدعم بروتوكول الحركات الآمنة Secure Electronic Transactions، كما تشجع مستعرضات لشبكة الويب تدعم بروتوكولات الطبقات الأمنية Secure Soket Layers مما يجعل عمليات دفع النقود الالكترونية أكثر أمنا.
- ✓ **انتشار الخدمات المصرفية الالكترونية:** إن استخدام النقود الالكترونية يسهل إتمام العمليات المالية والتجارية عبر الانترنت عموما، والعمليات المصرفية الالكترونية خصوصا، محليا ودوليا على حد سواء كما يساهم في شيوع وانتشار هذه العمليات، وفي سرعة إتمام الصفقات وتنفيذها دون الوقوف عند العقبات الجغرافية والزمنية، بعد أن جرى تخطي مشاكل الزمان والمكان في إجراء تلك العمليات والصفقات.

¹ نهى خالد عيسى الموسوي، إسراء خضير مظلوم الشمري، النظام القانوني للنقود الالكترونية، مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية، كلية القانون، المجلد 22، العدد 02، 2014، ص 267.

² محمد شايب، تأثير النقود الالكترونية على دور البنك المركزي في إدارة السياسة النقدية، الملتقى الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية، جامعة فرحات عباس - سطيف-، ص 09.

³ محمد عبده حافظ، التسويق عبر الانترنت، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009، ص 176.

هذا بالإضافة إلى إتاحة فرصة التعامل بالعديد من العملات، مع إمكانية التحويل بينها بصورة فورية، دون وجود أية عقبات جغرافية أو زمنية.

✓ **السرية والخصوصية:** يستطيع المشتري أن يقوم بالعديد من عمليات الشراء والبيع والتحويل المالي بواسطة النقود الالكترونية، دون أن يكون ملزماً بتقديم أية معلومات خاصة يفرضها التعامل المصرفي التقليدي، وهذا ما أدى إلى سرعة تبني المستهلكين لأنظمة النقود الالكترونية نتيجة عدم كشفها عن هوية الأشخاص والأشياء، لكن هذه الميزة تسمح بالتهرب الضريبي، كما تثير مخاوف استخدام هذه السرية والخصوصية في أنشطة إجرامية¹.

رغم المزايا العديدة للنقود الالكترونية إلا أنها لا تخلو من العيوب نذكر منها²:

- زيادة الاقتراض والإنفاق بما يتجاوز القدرة المالية؛
- عدم سداد حامل البطاقة قيمتها في الوقت المحدد يترتب عنه وضع اسمه في القائمة السوداء؛
- إن مجرد حدوث بعض المخالفات من جانب التاجر أو عدم التزامه بالشروط يجعل البنك يلغي التعامل معه ويضع اسمه في القائمة السوداء وهو ما يعني تكبد التاجر صعوبات جمة في نشاطه التجاري؛
- مدى سداد حاملي البطاقات للديون المستحقة عليهم؛
- تحمل البنك المصدر للبطاقة نفقات ضياعها.

المطلب الرابع: وسائل الدفع الالكتروني

هناك العديد من الوسائط الالكترونية والتي تستخدم في عملية الدفع الالكتروني، حيث أن تطور وسائل الدفع في صورة وسائل الكترونية فرض أشكال مختلفة لكيفية تداولها، وأهم هذه الأشكال ما يلي:

1. الهاتف المصرفي: وهو نظام يمكن الزبون من التعامل مع مصرفه عبر الهاتف حيث يستطيع من خلالها دفع التزاماته المالية، وهو نوع من الخدمات المصرفية المتطورة التي تقدم للعملاء، وهذا النظام يعمل خلال أربع وعشرين ساعة طوال العام بلا إجازات، يستطيع العميل برقم سري سحب مبالغ من حسابه وتحويلها لسداد الكمبيالات وفواتير الخدمات، وفي تحويل الأرصدة النقدية من حساب العميل إلى

¹ نادر عبد العزيز شافي، المصارف والنقود الالكترونية، مؤسسة الحديثة للكتاب للنشر والتوزيع، لبنان، الطبعة الأولى، 2007، ص 88-89.

² مسعداوي يوسف، سعيدي جميلة، وسائل الدفع الالكترونية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية - عرض تجارب دولية-، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أفريل 2011، ص 07.

حسابات أخرى وكذلك الحصول على قروض وفتح اعتمادات مستنديه عن طريق غرف المقاصة الآلية باستخدام الهاتف أو كابل التلفون بحوار صوتي يجري بين العميل والبنك، وعن طريق هذا الحوار يستطيع البنك أن يقدم خدماته إلى العميل.

ويوجد اتصال مباشر بين الكمبيوتر الشخصي للعميل وكمبيوتر البنك، ويعمل بواسطة شاشة لدى العميل في منزله، وهكذا يختفي المفهوم التقليدي للبنك الثابت ويصبح عبارة عن رقم مخزن في ذاكرة التلفون أو عبارة عن عنوان الكتروني على شبكة الانترنت العالمية، ومن ثم يطلق عليه البنك المحمول أو الهاتف المصرفي.

2. خدمات المقاصة الالكترونية: يقصد بها تسوية المعاملات الكترونياً عبر أجهزة الحواسيب أو بواسطة الناقل الالكتروني -شبكة الانترنت- فعند رغبة العميل في التحويل يقوم بالاتصال بالبنك ثم إدخال رقم حسابه الخاص به واختيار الخدمة المطلوبة من قائمة الخدمات المعروض تقديمها من قبل مقدم الخدمة، وحجم المبلغ المراد تحويله رقم حساب المستفيد وبالتالي يتم إدخال المعلومات المتعلقة بعملية الدفع وتأكيدها وتحويلها إلى شريط ممغنط متصل بغرفة المقاصة الآلية والتي تقوم بدورها بعملية التحويل المناسبة والمطلوبة، وقد حل هذا النظام مكان أوامر الدفع المصرفية، وظهر نظام التسوية الإجمالية بالوقت الحقيقي الذي يتم فيه خدمات مقاصة الدفع الالكترونية للتسوية الالكترونية في المدفوعات بين المصارف، وذلك ضمن نظام المدفوعات في نفس اليوم بدون إلغاء أو تأخير، وبنفس قيمة اليوم.

3. الانترنت المصرفي (البنوك المنزلية): يراد بهذا النظام هو تعامل الزبون مباشرة مع حسابه من مكان تواجدته وإجراء العديد من العمليات المصرفية الخاصة به عن طريق الانترنت، إذ أتاح انتشار استخدام الانترنت للبنوك التعامل مع العملاء من خلال خدمات المصرف المنزلي (Home Banking)، حيث يتم إنشاء مقر لها عبر الانترنت بدلاً من المقر العقاري، ومن ثم يسهل على العميل التعامل مع البنك عبر الانترنت وهو في منزله، ويمكنه محادثة موظف البنك على شاشة الكمبيوتر، ويتم إجراء كافة العمليات المصرفية بسهولة ودون بدل جهد أو وقت، وتتولى أجهزة هذه العمليات التي تتم عن بعد بتسهيل تعامل الأطراف وتوفير الثقة فيما بينهم، وتتولى البنوك بصفة أساسية عبء القيام بهذه العملية، بالإضافة إلى منشآت أخرى يتم إنشاؤها لهذا الغرض، لذا لجأت المصارف في الآونة الأخيرة إلى تقديم خدمات مصرفية عن طريق شبكة الانترنت نظراً لقلّة تكلفتها¹.

كما تتيح له الوسائل التالية لتسويق خدماته هي:

¹ نهى خالد عيسى الموسوي، إسرار خضير مظلوم الشمري، مرجع سبق ذكره، ص ص 273 - 274.

- **الموقع الالكتروني:** الذي يعتبر أداة ترويجية فاعلة للخدمات البنكية بشكل خاص، لكن هذا الموقع يحتاج إلى ترويج أيضا حتى ينجح في أداء وظائفه الترويجية والتسويقية بصورة فاعلة.
- **محركات البحث:** حيث يقوم الزبائن وطالبي الخدمة البنكية عادة بالبحث عن البنوك من خلال محركات البحث المنتشرة على شبكة الانترنت، وهذه المحركات توصل الزبائن إلى أهدافهم البحثية بتزويدهم عدد كبير من البدائل المتوافرة ويختار الزبون الالكتروني منها ما يناسبه ويلائمه.
- **الإعلان الالكتروني:** تمكن الانترنت البنوك من نشر إعلاناتها والترويج لخدماتها وأفكارها المختلفة من خلال الانترنت، ويمتاز الإعلان عبر الانترنت بالعديد من المزايا منها القدرة العالية على استهداف قطاعات واسعة جدا من الزبائن في الأسواق المحلية والعالمية.
- **البريد الالكتروني:** يمكن استخدام البريد الالكتروني في العمليات البنكية لإرسال الوثائق المطلوب إلحاقها بالرسائل أو استلام الوثائق المطلوب استلامها، ويتم ذلك عن طريق تأمين الوثائق الكترونيا وإرسالها.
- **الكتالوج الالكتروني:** يمكن استخدام الكتالوج الالكتروني في التسويق للبنوك بإرسالها الكتالوجات التي غالبا ما تكون مكتوبة أو على شكل فيديو وتحتوي على المادة التي يرغب البنك في اطلاع زبائنها عليها¹.

4. أجهزة الصراف الآلي أو الموزع الآلي للنقود: الصراف الآلي هو صورة بسيطة للمكننة الالكترونية في القطاع البنكي، وهو جهاز إلكتروني مهمته القيام ببعض العمليات المالية الالكترونية، تحفظ فيه النقود بطريقة آلية وبكمية محددة من العملات لتسهيل إجراء عمليات السحب النقدي، يتمثل هدفه في تلبية الحالات الطارئة لحاجات زبائن البنك للنقود، حيث يحدد البنك الحد الأقصى من المبالغ التي يمكن سحبها بناء على دراسة يقوم بها استنادا إلى ظروف وحاجة وسعة الجهاز².

فهو آلة مبرمجة للتواصل بين البنك وزبائنه عن بعد، ويسمح بإجراء بعض عملياتهم البنكية على مدار الساعة دون الحاجة للدخول إلى البنك أو انتظار أوقات عمله المعتادة، وتشير وتشير التقديرات إلى أن تكلفة تنفيذ عملية بنكية بواسطة أجهزة الصراف الآلي تشكل فقط 10% من تكلفة تنفيذها عبر الموظف.

5. الوحدات الطرفية عند نقاط البيع Point and Sale: وهو عبارة عن حاسبات آلية موجودة في المحلات والأسواق والمتاجر الكبرى والتي تكون على اتصال مباشر بالحاسب الآلي للبنك، حيث تجري عمليات التحويل وإعادة التحويل عبر شبكة وقنوات الاتصال المختلفة، ومن خلال هذه الوحدات الطرفية

¹ كرغلي أسماء، مرجع سبق ذكره، ص 89.

² المرجع نفسه، ص 87.

يمكن إدخال قيمة مشتريات العميل لتخصم من رصيد حسابه مباشرة في البنك وإضافة القيمة إلى حساب المتجر في نفس البنك¹.

¹ علي عبد الله شاهين، نظم الدفع الالكتروني ومخاطرها ووسائل الرقابة عليها، مجلة جامعة الأزهر، سلسلة العلوم الإنسانية، غزة، المجلد 12، العدد 01، 2010، ص 520.

المبحث الثالث: تأمين وسائل الدفع الالكتروني

هناك وسائل عديدة تستعمل لتأمين وحماية وسائل الدفع الالكتروني من بينها نجد:

المطلب الأول: تقنية طبقات الفتحات الالكترونية والحركات المالية الأمنية

يتم تأمين وسائل الدفع الالكتروني المستعملة في التجارة الالكترونية باستعمال إحدى الأسلوبين التاليين:

الفرع الأول: بروتوكول الطبقات الأمنية SLL

هو برنامج به بروتوكول التشفير متخصص لنقل البيانات والمعلومات المشفرة بين الجهازين عبر شبكة الانترنت بطريقة آمنة بحيث لا يمكن لأي شخص قراءتها غير المرسل والمستقبل، وفي نفس الوقت تكون قوة التشفير فيها قوية ويصعب فكها، ويقوم هذا البرنامج بربط المتصفح الموجود بحاسوب المستخدم (المشتري=المستهلك) بالحاسوب المزود (الخادم) الخاص بالموقع المراد الشراء منه، وهذا طبعا إذا كان الحاسوب الخادم مزود بهذه التقنية، ويقوم هذا البرنامج بتشفير أي معلومة صادرة عن ذلك المتصفح وصولا إلى الحاسوب الخادم الخاص بالموقع باستخدام بروتوكول التحكم بالإرسال وبروتوكول الانترنت الذي يعرف بـ TCP/IP، ولقد سميت بالطبقة الآمنة لأن هذا البرنامج يعمل كطبقة وسيطة تربط بين بروتوكول التحكم بالنقل وبروتوكول HTTP (http://HyperText Transfer Protocol)¹.

الفرع الثاني: بروتوكول الحركات المالية الآمنة

الغاية من هذا البروتوكول ضمان الحفاظ على أمن البيانات (خصوصيتها وسلامتها والتحقق من وصولها إلى الجهة المطلوبة) أثناء إجراء الحركات المالية عبر شبكة مفتوحة مثل الانترنت، يستخدم بروتوكول الحركات المالية الآمنة برمجيات تدعى برمجيات المحفظة الالكترونية، وتحتوي المحفظة الالكترونية على رقم حامل البطاقة والشهادة الرقمية التابعة له، أما التاجر فتكون له شهادة رقمية صادرة عن أحد البنوك المعتمدة ويستخدم كل من حامل البطاقة والتاجر الشهادة الرقمية التابعة له مما يتيح لكل منها التحقق من هوية الآخر عند إجراء الحركات المالية عبر الانترنت، ولا يمكن للتاجر مشاهدة رقم البطاقة الائتمانية أثناء جلسة بروتوكول الحركات المالية الآمنة، حيث ترسل الصيغة المشفرة لهذا الرقم

¹ إبراهيم بختي، مرجع سبق ذكره، ص ص 78 - 79.

إلى مصدر هذه البطاقة للموافقة على إجراء الحركة المالية مع التاجر، وتضمن هذه الطريقة عدم عرض الرقم، كما تمنع أي تعديل غير مرخص به أثناء إرسال البيانات¹.

المطلب الثاني: التشفير والبصمة الالكترونية والتوقيع الرقمي

يعتبر التشفير والبصمة الالكترونية والتوقيع الرقمي من أهم الوسائل المستخدمة لتأمين وحماية وسائل الدفع الالكتروني المستخدمة في التجارة الالكترونية.

الفرع الأول: التشفير الالكتروني

التشفير هو طريقة لإرسال المعلومات بحيث يستطيع الأشخاص الذين لديهم مفتاح التعمية فقط الإطلاع عليها وفهماها بينما لا يستطيع أي شخص آخر لا يملك المفتاح معرفتها، ويطلق عليه أحيانا علم التعمية أو علم الكتابة السرية أو علم حساب الجمل².

وللتشفير الالكتروني نوعان سنستعرضهما كما يلي:

1. نظام التشفير بالمفتاح المتماثل Symmetric Key Cryptography

في الماضي كان التشفير يتم باستخدام النظام السيميتري "نظام المفتاح المتماثل" الذي يعتمد على مفتاح واحد يتم بمقتضاه تشفير المعاملة وكذلك فك هذا التشفير، ونظرا لأن مرسل الرسالة وكذلك مستلمها يملك المفتاح نفسه لم يكن هذا النظام يؤمن عملية التوثيق تماما، ويعتمد هذا النظام على استخدام مفتاح متماثل يتم به التشفير والحل.

2. نظام التشفير بالمفتاح العام Public Key Encryption

استبدل نظام التشفير السيميتري بنظام جديد يسمى E Symmetric نظام المفتاح العام ويعتمد على مفتاحين أحدهما للتشفير ويسمى المفتاح الخاص وهو مفتاح شخصي غير معروف إلا للشخص، والثاني لفك التشفير ويسمى المفتاح العام وهو مفتاح معروف يمكن استخدامه بواسطة أي شخص أو جهة تريد أن ترسل رسالة إلى أي شخص³.

¹ مسعداوي يوسف، سعيدي جميلة، مرجع سبق ذكره، ص 9.

² عامر محمود الكسواني، التجارة عبر الحاسوب، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 172.

³ عزة علي محمد الحسن، مرجع سبق ذكره، ص ص 173-175.

هذان المفتاحان عبارة عن بيانات معلوماتية متسلسلة، فهما يستندان على أرقام ضخمة، وهما مرتبطان منطقياً وحسابياً، إلا أنهما مختلفان، فلكل صاحب توقيع زوج من المفاتيح، مفتاح عمومي ومفتاح خصوصي، وزوج المفتاح هذا مصادق عليه من سلطة معينة عبر إصدار شهادة مصادقة.

3. نظام التشفير بالمزج بين نظامي الفتح المتماثل والمفتاح العام:

يمزج هذا الأسلوب بين أسلوب استخدام المفتاح المتماثل والمفتاح العام، وهو بهذا المزج يحقق درجة التأمين والحماية الملائمة للوصول إلى درجة التشفير المطلوبة وذلك بأقل وقت ممكن وبغير استخدام قدرات كبير للحاسبات.

ويتم التشفير وفقاً لهذا الأسلوب من خلال تطبيق بعض الخطوات الأساسية المحددة والتي تتمثل بصفة رئيسية في استخدام مفتاح متماثل في تشفير المعاملة الأصلية، ثم استخدام المفتاح العام للمرسل إليه في تشفير المفتاح المتماثل، ثم يتم إرسال ذلك عن طريق أي شبكة للاتصال إلى المرسل إليه، فيقوم بدوره بفك الشفرة بالمفتاح الخاص به ليحصل على المفتاح المتماثل، ثم يستخدمه لحل شفرة المعاملة الأصلية المشفرة ليحصل على أصلها¹.

وآلية استخدام التشفير الالكتروني تتمثل في:

يستلزم استخدام تشفير المعلومات تركيب برامج مخصصة لذلك على حاسوب كل من المرسل ومتلقي المعلومة أو البيانات، فبعد كتابة الرقم السري للبطاقة أو رقم الحساب مثلاً يستعمل البرنامج المخصص للتشفير لتشفير هذه الأرقام قبل بعثها إلى التاجر أو البنك، فيتلقى التاجر أو البنك هذه الرسالة مشفرة فيستعمل بدوره البرنامج المخصص لفك التشفير ليتمكن من قراءته، وإذا تمكن شخص بطريقة أو بأخرى الحصول على نسخة من الرسالة فلا يمكنه قراءتها لأنها مشفرة.

وللتشفير مفاتيح لفك التشفير هي:

يجب أن نتساءل عن حالة ما إذا تمكن شخص أجنبي عن العلاقة من الحصول على الرسالة المشفرة فهل يمكنه استعمال أي برنامج لفك التشفير للرسالة الملتقطة؟ فهذا لا يمكن حدوثه فبرنامج فك التشفير يستعمل وسائل إضافية والمتمثلة في مفاتيح لغرض حصر قراءة الرسالة بين المرسل والمرسل إليه.

¹ أحمد محمد غنيم، مرجع سبق ذكره، ص ص 278 - 279.

فعادة يكون مفتاحان: مفتاح عام ومفتاح خاص، فهذا شيء ضروري لإرسال المعلومة من حاسب لآخر.

فالمفتاح العام يستعمل لغرض تشفير المعلومات المرسلّة إلى الحاسوب الذي يملك صاحبه مفتاح خاص يتماشى مع المفتاح العام، فيستعمل المفتاح الخاص لفك تشفير البيانات التي تلقاها من الحاسوب الذي يملك مفتاح عام، فيعتمد هذا البروتوكول على خوارزميات المفتاح العام والمفتاح الخاص، ويقوم البنك أو المؤسسة بتزويد الزبائن بالمفاتيح العامة وتستخدم هذه المفاتيح العامة في تشفير الرسائل المتجهة إلى المؤسسة ولا يمكن استخدام المفتاح العام لفك شفرة الرسالة التي شفرها، إذ ينفرد المفتاح الخاص لدى المؤسسة بالقدرة على فك شفرة الرسالة التي شفرها المفتاح العام¹.

الفرع الثاني: البصمة الالكترونية

رغم أن التشفير يمنع المتلصصين من الإطلاع على محتويات الرسالة إلا أنه لا يمنع المخربين من العبث بها، أي أن التشفير لا يضمن سلامة الرسالة، ومن هنا ظهري الحاجة إلى البصمة الالكترونية للرسالة.

والبصمة الالكترونية تعرف بأنها بصمة رقمية يتم اشتقاقها وفقا لخوارزميات معينة تدعى بدوال الترميز إذ تطبق هذه الخوارزميات حسابات رياضية على الرسالة لتوليد بصمة (سلسلة صغيرة) تمثل ملفا كبيرا أو رسالة (سلسلة كبيرة)، وتدعى البيانات الناتجة بالبصمة الالكترونية للرسالة.

تتكون البصمة الالكترونية للرسالة من بيانات لها طول ثابت (يتراوح عادة ما بين 128-160) تؤخذ من الرسالة المحولة ذات الطول المتغير، إذ أن أي تغيير يحصل على الوثيقة الموقعة، يتسبب في فشل عملية التحقق، وتقوم برمجيات المستقبل بعد ذلك بتمويه محتوى الوثيقة لينتج عن ذلك بصمة الكترونية للرسالة، فإن تطابقت القيمة المموهة للتوقيع الذي فكت شفرته مع القيمة المموهة للوثيقة، فهذا يعني أن الملف سليم ولم يتعرض لأي تغيير أثناء التحويل².

¹ واقد يوسف، ذكره النظام القانوني للدفع الالكتروني، مذكّرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص قانون التعاون الدولي، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري- تيزي وزو-، 2011، ص ص 163-64.

² إبراهيم بختي، مرجع سبق ذكره، ص 78.

الفرع الثالث: التوقيع الالكتروني

يعرف التوقيع الالكتروني بأنه بيانات في شكل الكتروني مدرجة في رسالة بيانات أو مضافة إليها أو مرتبطة بها منطقياً، ويجوز أن تستخدم لتعین هوية الموقع بالنسبة لرسالة البيانات، ولبيان موافقة الموقع على المعلومات الواردة فيها¹.

يتفوق التوقيع الالكتروني عن التوقيع التقليدي بالنظر للإستيقاق مع شخصية صاحب التوقيع، يتم بشكل روتيني في كل مرة يتعامل فيها بالمحركات الالكترونية باستخدام الرقم السري أو المفتاح الخاص وبالتالي لا مجال للانتظار، حتى ينشب النزاع للبحث في مدى صحة التوقيع، أضف إلى ذلك ما توفره التقنية الحديثة المستخدمة في تأمين التوقيع الالكتروني عن طريق ما يسمى نظام المعلومات الالكترونية الآمنة، حيث يوفر هذا النظام التحقق من شخصية الموقع².

ومنه فإن التوقيع الرقمي أكثر قوة من التوقيع المكتوب باليد ويمكن توليده بواسطة آلية توقيع رقمية خاصة³.

وللتوقيع الالكتروني ثلاث أنواع هي:

- **التوقيع المحمي:** وهنا يتم تزويد الوثيقة الالكترونية بتوقيع رقمي مشفرة تقوم بتشخيص المستخدم "الموقع" الذي قام بالتوقيع ووقت التوقيع ومعلومات الشخص نفسه وهو عادة مميز لأصحاب التوقيع.
- **التوقيع البيومتري:** يقوم الموقع هنا باستخدام قلم الكتروني يتم توصيله بجهاز الكمبيوتر ويبدأ الشخص بالتوقيع باستخدام القلم مما يسجل نمط حركات يد الشخص وأصابعه، ولكل منا نمط مختلف عن الآخر حيث يتم تحديد هذه السمة وهنا نقودنا أيضاً إلى البصمة الالكترونية التي تعمل بنفس التقنية⁴.
- **التوقيع باستخدام الخواص الذاتية:** يعتبر من أحدث أنواع التوقيع الالكتروني لكن لا يزال استعماله غير شائع، وهو يعتمد على الخواص الكيميائية والطبيعية للأفراد، ويشتمل على:
 - البصمة الشخصية؛
 - مسح العين البشرية؛

¹ عزة علي محمد الحسن، مرجع سبق ذكره، ص 176.

² واقد يوسف، مرجع سبق ذكره، ص 48.

³ فاروق سيد حسن، التجارة الالكترونية وتأمينها، دار هلا للنشر والتوزيع، الجيزة، الطبعة الأولى، 2001، ص 13.

⁴ واقد يوسف، المرجع السابق، ص 155.

- التحقق من مستوى ونبرة الصوت؛

- خواص اليد البشرية؛

- التعرف على الوجه البشري.

ويعني ذلك أنه يتم تعيين الخواص الذاتية للعين مثلاً عن طريق أخذ صورة دقيقة لها وتزينها في الحاسوب لمنع أي استخدام من أي شخص آخر بخلاف صاحبها الأصلي ونفس الشيء بالنسبة لبصمة الأصبع أو خواص اليد البشرية أو نبرة الصوت ففي كل حالة يتم أخذ بيانات دقيقة ومحددة يتم تخزينها في الحاسوب بحي لا يمكن لأي شخص عادي استخدام بيانات المعني إذا لم يتم تحقيق التطابق الالكتروني¹.

والتوقيع الرقمي يهدف إلى تحقيق وظائف عديدة منها:

➤ **التوثيق:** يقصد بالتوثيق "authentication" التحقق من هوية الموقع، وإن الرسالة الموقعة منه تنسب إليه.

➤ **السلامة:** يقصد بالسلامة أن محتويات الرسالة الموقع عليها الكترونياً لم يتم تغيير مضمونها ولم يتم التلاعب في بياناتها، لا عمداً ولا من غير عمد.

➤ **السرية:** يحقق التوقيع الالكتروني سرية المعلومات التي تتضمنها المعاملات والرسائل الالكترونية حيث لا يمكن قراءة هذه المعاملات إلا ممن أرسلت إليه وباستخدام المفتاح العام للمرسل.

➤ **عدم الإنكار:** مع التوقيع الرقمي لا يمكن للموقع إنكار "non repudication" أن الرسالة أو المعاملة الموقعة منه لا تنسب إليه، ويرجع ذلك إلى الارتباط التام بين المفتاح العام والمفتاح الخاص².

¹ محمد أمداح، مرجع سبق ذكره، ص ص 103 - 104.

² إبراهيم الدسوقي أبو الليل، توثيق المعاملات الالكترونية ومسؤولية جهة التوثيق اتجاه الغير المتضرر، مؤتمر الأعمال المصرفية الالكترونية بين الشريعة والقانون، 2003، ص ص 1856 - 1857.

المطلب الثالث: الشهادات الرقمية والجدران النارية (حوائط المنع)

بالإضافة للأنواع السابقة الذكر يوجد نوعان آخران لتأمين وحماية وسائل الدفع الالكتروني المستخدمة في التجارة الالكترونية هما الشهادات الرقمية والجدران النارية وسوف نستعرضهما كما يلي:

الفرع الأول: الشهادات الرقمية

لطالما تعرضت معاملات التجارة الالكترونية إلى أشكال عديدة من الخداع وانتحال الشخصيات ولكي يتم تجنب هذا الخداع لابد من التحقق من هوية الأطراف المتبادلة للمعلومات و هذا بالجوء إلى شهادات رقمية تؤكد شخصية المتعاملين.

فالشهادات الرقمية هي بمثابة المكافئ الالكتروني للبطاقة التقليدية لتعريف الهوية، فهي عبارة عن شهادة الكترونية صادرة عن كيان مستقل معترف به دولياً يدعى "هيئة الاعتماد"، و تقوم هذه الهيئة بإثبات أن صاحب الرسالة أو المعاملة الالكترونية هو الشخص ذاته المحدد بهذه الرسالة، و بهذا تساعد الشهادة الالكترونية صاحبها على تحقيق شخصيته الالكترونية و إثبات صحة كافة معلوماته و ضمان صدق العملية المطلوبة، وهو ما يؤدي إلى ضمان أمن التعاملات التجارية والفردية، وبالتالي تطور انتشار التجارة الالكترونية.

و تتضمن الشهادة الرقمية مجموعة من البيانات والمعلومات الالكترونية و التي قامت هيئة المواصفات القياسية العالمية ISO بتحديدتها وفقاً للمعيار X-509 كآلاتي:

- بيانات عن المرسل تحدد هويته؛
- نسخة من المفتاح العام للمرسل؛
- رقم تسلسلي للشهادة وتاريخ انتهاء صلاحيتها؛
- التوقيع الرقمي للمرسل¹.

الفرع الثاني: حوائط المنع (الجدران النارية)

يقصد بحوائط المنع استخدام أجهزة حاسبات آلية أو أجهزة خارج الحاسب الرئيسي أو خادم الملفات لتقوم بتقنين عملية النفاذ أو ما يطلق عليه عملية الترشيح إلى مقر معلومات المنظمة على شبكة الاتصالات الالكترونية وذلك وفقاً لقواعد ومبادئ أساسية حاكمة يحددها القائمون على إدارة المنظمة.

¹ سمية ديمش، مرجع سبق ذكره، ص ص 88-89.

ويوجد نوعان أساسيان من حوائط المنع، يتمثل النوع الأول منها في مرشحات مجموعة البيانات بينما يتمثل النوع الثاني في تطبيقات التحكم في البوابات، ويمكن توضيح كل نوع من هذين النوعين بإيجاز فيما يلي:

- **مرشحات مجموعات البيانات Packet Filters**: حيث تقوم هذه المرشحات بمنع دخول أو ورود أية معلومات إلى الموقع كله، ولهذا فإن هذه الحماية تعرف باسم الحماية الكلية لموقع المنظمة ومقرها على شبكة الاتصالات.

- **تطبيقات التحكم في البوابات Application Gateways**: وهي تمنع كل المحاولات التي تبذلها أطراف خارجية للنفاد إلى المكونات الداخلية لمقر المنظمة على شبكة الاتصال الالكتروني، وهي تعمل باستخدام حاسبات آمنة خاصة.

هذا وإذا تم وضع حوائط المنع على مستوى الاتصال بالشبكة، فإنه يمكن تأمين ذلك وحمايته باستخدام ثلاث طرق أساسية وهي:

- **طريقة إتاحة العام وغلق الخاص**: يوجد طبقاً لهذه الطريقة خادمان أساسيان للملفات أحدهما توضع عليه البيانات العامة ويقع خارج حائط المنع بحيث يتيح للمستخدمين استخدام هذه البيانات بيسر وسهولة بينما يوجد الخادم الثاني خارج حائط المنع ويختص بتطبيقات وقواعد بيانات المنظمة.

- **طريقة حوائط المنع المزدوجة**: يتم بمقتضى هذه الطريقة وضع حائط خادم الملفات العام بعد حائط المنع الأول، ووضع خادم الملفات الثاني وقواعد بيانات المنظمة بعد حائط المنع الثاني.

- **طريقة الفصل المطلق للخادمتان**: ويتم وفقاً لهذه الطريقة الفصل التام بين كل من خادم الملفات العام وخادم الملفات الخاص، حيث يكون الخادم الأخير بمثابة حاسب آلي مستقل بذاته يعمل بنظام تشغيل آمن يحول دون الدخول إلى الملفات الخاصة بالمنظمة.

ويمكن التعامل مع ضعف أمن شبكة الانترنت من خلال إنشاء حوائط مانعة للحريق حيث يتم إنشاء حوائط لترشيح مجموعة (رزمة) الرسائل على محددى الطرق وهي توفر حماية أقل، وإنشاء حوائط لمقاومة الحرائق على مستوى الدوائر وهي أفضل بعض الشيء من سابقتها، بالإضافة إلى إنشاء حوائط لمقاومة الحريق على مستوى التطبيقات من خلال إنتاج منطقة أمان بين شبكة الانترنت والشبكة الداخلية ويعتبر ذلك أكثر اكتمالاً¹.

¹ أحمد محمد غنيم، مرجع سبق ذكره، ص ص 282-284.

خلاصة الفصل:

نستنتج أن التطورات المتسارعة قد أفضت إلى مجالات الاتصال والانترنت ومعلومات إلى ظهور معالم بيئية اقتصادية جديدة، تركز على التجارة الالكترونية والمعاملات الالكترونية.

ومن خلال هذا تبين أن وسائل الدفع الالكترونية أصبحت حتمية لمسايرة المتطلبات التي تستلزمها عمليات الدفع في المعاملات الكترونية من سرعة وتدني في التكاليف وضمان سرعة وتدني في تكاليف وضمان وسرية، فهي قدمت حلول كثيرة للقصور التي كانت تعاني منه الوسائل التقليدية أمام تلاشي الحدود المكانية والزمانية التي تتميز بها المعاملات في الشبكة الدولية لمعلومات أو الانترنت.

بعد دراستنا للفصل الثاني من البحث، نستنتج أن:

- وسائل الدفع الالكترونية أصبحت حتمية لمسايرة المتطلبات التي تستلزمها عمليات الدفع للمعاملات الالكترونية في التجارة الالكترونية.
- وسائل الدفع الالكترونية ظهرت من أجل تسهيل المعاملات والمبادلات التجارية وخلق حلقة وصل بين الأفراد والمؤسسات المتعاملة بالتجارة الالكترونية.
- حتى تنتشر وتتجح وسائل الدفع الالكترونية وتؤدي دورها بفعالية في خدمة التجارة الالكترونية فإنه يجب العمل على تأمينها وحمايتها من خلال التشفير الالكتروني والتوقيع الالكتروني وغيرها من التأمينات.

الفصل الثالث:

وسائل الدفع الالكترونية

وعلاقتها بالتجارة

الالكترونية في الجزائر

2008-2014

تمهيد:

لقد مهدت التطورات التكنولوجية الحديثة لظهور التجارة الإلكترونية، والتي تمثل منظورا جديدا في بيئة الأعمال التجارية فكرا وفلسفة واتجاها وممارسة، حيث تم التحول من أساليب الأعمال والاتصالات إلى استعمال الأسلوب الرقمي الذي يزيل كافة الحواجز والموانع ويختزل المسافات والأزمنة لإتمام المعاملات.

وإن ازدياد التسابق التكنولوجي والمنافسة لاستخدام هذا الأسلوب الرقمي والشبكات العالمية من ضمنها الانترنت لإبرام الصفقات لا يترك للجزائر أي مجال للمماطلة في تبني التجارة الإلكترونية والاستفادة من مزاياها التي توفرها.

وقبل الحديث عن التجارة الالكترونية في الجزائر سوف نتطرق أولا إلى واقع التجارة الالكترونية في العالم بصفة عامة والوطن العربي بصفة خاصة، مع ذكر بعض تجارب الدولية العربية الرائدة في هذا المجال.

وفي الأخير نتطرق إلى واقع التجارة الالكترونية في الجزائر مع الإشارة إلى بعض الإحصائيات الخاصة بها، والتوقعات المستقبلية للتجارة الالكترونية في الجزائر.

وقمنا بتقسيم هذا الفصل إلى:

المبحث الأول: التجارة الالكترونية في الجزائر

المبحث الثاني: وسائل الدفع الالكترونية في الجزائر

المبحث الثالث: تقييم دور وسائل الدفع الالكترونية في نمو التجارة الالكترونية في الجزائر 2008-2014.

المبحث الأول: التجارة الالكترونية في الجزائر

في قلب التطورات الاقتصادية والتكنولوجية الحديثة، يتنامى التفكير حول أهمية التجارة الإلكترونية كظاهرة حديثة تساهم في صياغة العالم المعاصر المتميز باستبدال عوامل الإنتاج التقليدية بعنصر المعلومات. وقد لاقت هذه الظاهرة رواجاً واستحساناً كبيراً، وتمكنت في وقت وجيز من فرض وجودها على الدول المتقدمة والعربية على حد سواء، إلا أن الجزائر ما زالت متأخرة وشبه غائبة عن متابعة التطورات التجارية الإلكترونية، ولم تعطي التجارة الإلكترونية حقها.

وبعد سنوات عميق جاءت الصحة مؤخرًا، وبدأت الجزائر تسعى بخطوات جد بطيئة في تلمس طريقها في مجال تطبيق هذه التجارة وجني الفوائد الكامنة فيها.

المطلب الأول: تشخيص عام لواقع التجارة الالكترونية في الجزائر

وسعيًا منها لتدارك النقص الذي تعرفه الجزائر في هذا المجال، تحاول سن بعض النصوص التطبيقية سواء في القانون المدني أو التجاري التي تمس بشكل أو بآخر أحد جوانب التجارة الإلكترونية في انتظار إعداد قانون خاص، كامل ومفصل ينظم العمل التجاري الإلكتروني يتماشى مع القوانين العالمية ويواكب التطورات الحاصلة في مجال التجارة الإلكترونية عبر العالم.

وتحت تأثير الكثير من الدول ورغبة من الجزائر في محاولة الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة وعليه فهي مجبرة على إصدار القانون الخاص بالتجارة الإلكترونية بحكم التزاماتها الدولية التي يفرضها الاندماج العالمي (العولمة، الاقتصاد المعرفي، مجتمع المعلومات)، ومحاولة الاستفادة من المزايا والفوائد التي تقدمها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (خاصة الانترنت بمختلف صيغته)، علماً أن هناك تجارب دولية وعربية ناجحة في هذا المجال يمكن الاستفادة منها دول الخليج العربي كقطر والإمارات، السعودية (التي تركز فيها أكبر نسبة للتجارة الإلكترونية في العالم العربي) أو مصر وتونس وغيرها.

إن استعمال الانترنت (مزودي الانترنت) يدخل ضمن نطاق التجارة الإلكترونية التي تعني بكل بساطة مجموعة التبادلات التجارية التي تتم عبر شبكة الاتصالات وليس بالضرورة أن يتم الدفع الكترونياً وبعد أن تم فتح قطاع الاتصالات في الجزائر أمام القطاع الخاص، والذي كان حكرًا على مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني المملوك للدولة تضاعف عدد المشتركين ومستعملي الانترنت (03 مليون مشترك و 09 مليون مستعمل)، كما تضاعف عدد نوادي الانترنت بشكل كبير، وأصبحت المنظمات الاقتصادية والهيئات العمومية والخاصة أكثر اهتماماً بالتواجد على الشبكة عبر المواقع الإلكترونية خاصة نطاق موقع DZ الجزائر الذي تستغله منذ 2010.

وشجع احتكاك بعض المؤسسات الجزائرية في مختلف القطاعات بنظيراتها الغربية وخاصة الأوروبية والفرنسية بوجه الخصوص في إطار اتفاقيات الشراكة (ميدا 02) مع الاتحاد الأوروبي، وكذلك المؤسسات الكبرى التي تستثمر في الجزائر أو التي لها معاملات تجارية مع التعرف عن قرب على التقنيات الحديثة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات الخاصة بالتجارة الالكترونية، كما ساهمت الملتقيات الدولية والوطنية التي تشارك أو التي احتضنتها الجزائر في توسيع المعارف والاطلاع على آخر التطورات التي شهدتها قطاع التجارة الالكترونية في العالم.

إن عدم الإسراع في توفير الشروط المناسبة للعمل التجاري الالكتروني يطرح عدة إشكاليات على مستوى حركة رؤوس الأموال، الضرائب الحجية القانونية بالنسبة للعقود الالكترونية من خلال الإصلاحات المصرفية التي باشرتها الجزائر ابتداء من سنة 2006 من شأنها التسريع في تطوير التجارة الالكترونية والتسوق عبر الانترنت من خلال تحديث وسائل الدفع الالكترونية وأهمها بطاقة الدفع العالمية (VISA - CARD , ABC) وهي عبارة عن بطاقة ائتمانية ترخصها هيئة عالمية " فيزا " مع اعتماد نظام المراقبة عن بعد لشبكة الموزعات الآلية للنقد. وشرع العمل بهذا النظام (سنة 2009) مع بريد الجزائر والقرض الشعبي الجزائري وبنك التنمية المحلية... وسيكون النظام مرتبطا بالشركة العالمية " فيزا"، وهو متاح للزبون الجزائري المالك لرصيد بالعملة الصعبة. كما تم أيضا إطلاق بطاقة " ماستركارد"، في سياق المرور إلى معالجة البطاقة الدولية. يضاف إلى ذلك الشروع في اعتماد نظام الدفع عبر الإنترنت، إذ يمكن من خلالها تسوية خدمات مثل الكهرباء والماء...، من جانب آخر العوائق الحماية والأمن المعتمد من قبل " فيزا الدولية"، وأخيرا تم اعتماد بطاقة خاصة بالمؤسسات يمكن استخدامها من قبل العاملين بها خلال المهمات، ويتم اقتطاع المبلغ من رصيد ثانوي خاص بالمؤسسات موجه لهذا الغرض.

أما فيما يتعلق بتحويل الأموال وما يعيقها ويشهدا من بطء هو ثقل الإجراءات ، فتحويل الأموال من وكالة إلى وكالة أخرى من نفس البنك يستغرق وقت إلى حد ما كبير مقارنة بالسرعة التي تتطلبها مثل هذه الإجراءات أو العمليات البنكية خاصة إذا كانت المعاملات تتم مع بنوك أجنبية¹.

¹ بلقيثوم صباح، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة (NTIC) على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه، تخصص علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة 02، 2012-2013، ص ص228-229.

المطلب الثاني: فوائد التجارة الالكترونية والمنافع التي تحققها المؤسسات الاقتصادية الجزائرية من ممارستها

للتجارة الالكترونية عديد من الفوائد والمنافع التي تقدمها للمؤسسات الاقتصادية من خلال اعتمادها وممارستها نوجزهما في الآتي:

الفرع الأول: فوائد التجارة الالكترونية

نظرا لحجم المعاملات التي تتم عبر التجارة الالكترونية في العالم والتي بلغت في السنوات الأخيرة مبالغ ضخمة جدا وصلت إلى ملايين الدولارات فإن اعتماد التجارة الالكترونية بالجزائر يمكن أن يكون مكسب لإحداث تنمية اقتصادية فعالة باعتبارها ضرورة حتمية لابد من انتهاجها خاصة في ظل تزايد حجم المعاملات وسرعتها، حيث تمكن الشركات الوطنية من:

- الاحتكاك وإقامة علاقات مع الشركات العالمية والإطلاع على آخر التطورات وفتح آفاق للولوج إلى الأسواق العالمية؛
- الاستفادة من الخدمات والسلع التكنولوجية التي تعرضها المؤسسات العالمية وتطوير العمل المصرفي مع المتطلبات التجارية الالكترونية؛
- كما تعد التجارة الالكترونية أداة فعالة في تطوير الصادرات من خلال التعريف بالسلع المحلية عبر الشبكة؛
- تحقيق الفعالية التجارية بهدف الوصول إلى أعلى مستوى من النجاعة في الإنتاج والتوزيع باستخدام الطرق العصرية التي تعتمد على تكنولوجيا الإعلام والاتصال¹.

الفرع الثاني: المنافع التي تحققها المؤسسات الاقتصادية الجزائرية من ممارسة التجارة الالكترونية

تتمثل في:

- فتح أسواق جديدة، لأن التجارة الالكترونية تتيح فرصة النفاذ إلى الأسواق المحلية والعالمية وبتكلفة أقل؛
- سهولة الوصول إلى المستهلكين؛

¹ محرز نور الدين، صيد مريم، نظام الدفع الالكتروني ودوره في تفعيل التجارة الالكترونية مع الإشارة كحالة الجزائر، الملتقى الدولي الرابع عصرية نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر - عرض تجارب دولية-، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أفريل 2011، ص 18.

- المساعدة على منح موقع تنافسي لمؤسسات الاقتصادية الجزائرية؛
- تهيئة المؤسسات الجزائرية لمواكبة تكنولوجيا المعلومات ومزاومة الشركات الأجنبية خاصة بعد الانضمام لمنظمة التجارة العالمية¹.

المطلب الثالث: الصعوبات التي تواجه عمل التجارة الإلكترونية في الجزائر وأسباب عدم انتشارها

توجد عدد من الصعوبات والمعوقات التي تواجه عمل التجارة الالكترونية في الجزائر على جميع النواحي مما أدى إلى عدم انتشارها نوجزها في الآتي:

الفرع الأول: الصعوبات والمعوقات التي تواجه عمل التجارة الإلكترونية في الجزائر

توجد عدد من الصعوبات والمعوقات نوجزها في الآتي:

أولاً: الصعوبات التي تواجه عمل التجارة الإلكترونية في الجزائر

توجد عدد من الصعوبات التي تواجه عمل التجارة الالكترونية في الجزائر تتمثل فيما يلي:

- عدم وجود أنظمة دفع الكترونية ذات كفاءة ويمكن أن يعتمد عليها الأفراد أو المؤسسات في التسديد عند التعامل الكترونياً، فالبطاقات البنكية التي تم إصدارها من طرف البنوك الجزائرية - CNEP-BEA-BDL لا تستعمل إلا في عملية الإطلاع على الرصيد أو السحب؛
- إضافة إلى ذلك لا يوجد حسب ما هو متوفر من معلومات اعتماد لمؤسسات المصدرة لبطاقات الدفع العالمية كفيزا كارد، ماستر كارد في الجزائر وعدم وجود شبكة ربط بين البنوك ذات الكفاءة العالمية كفيزا كارد، ماستر كارد في الجزائر؛
- أما على مستوى مزودي خدمات الانترنت فتجد ارتفاع تكاليف الربط بشبكة الانترنت والإنقطاعات المتكررة التي تحدث والتي أصبحت من الأسباب المعيقة لعمل التجارة الإلكترونية، بالإضافة إلى احتكار الدول للجانب الأكبر من مزودي خدمة الانترنت وعدم وجود منافسة؛

¹ فريد كورتل، واقع التجارة الإلكترونية بالبلدان العربية وسبل تطويرها - إشارة خاصة لحالة الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ص

- وبخصوص الأفراد فإنه توجد نسبة كبيرة منهم غير قادرين على استخدام أجهزة الإعلام الآلي والانترنت بالخصوص، بل وأكثر من ذلك لا يملكون بطاقات دفع بنكية، إضافة إلى ارتفاع تكاليف الحصول على أجهزة الكمبيوتر؛
- أما المؤسسات الاقتصادية، فأغلبها لا تمتلك مواقع الكترونية وغير مرتبطة بالانترنت¹.

ثانيا: المعوقات التي تواجه عمل التجارة الإلكترونية في الجزائر

توجد عدد من المعوقات التي تواجه عمل التجارة الالكترونية في الجزائر على جميع النواحي تتمثل فيما يلي:

1. نقص الموارد التقنية والتكنولوجية : وتتمثل فيما يلي:

- ضعف البنية التحتية التكنولوجية منها وسائل الاتصال و المعدات التكنولوجية اللازمة لذلك ؛
- نقص الثقافة الالكترونية بين أفراد المجتمع ويعتبر مستوى ونوعية التعليم في أي بلد وسيلة مهمة لنشر الثقافة الالكترونية واستعمالها وبالتالي فرص الدخول إلى عالم الانترنت وهذه الوسيلة ما زالت ضعيفة وغير منتشرة بشكل كافي في مؤسساتنا التعليمية وتكاد تكون منعدمة في بعض المناطق وعلى جميع المستويات؛

- نقص الموارد البشرية المؤهلة في مجال تقنية المعلومات: يتطلب استعمال التجارة الالكترونية أيدي البرمجيات، خبراء، (web sites) عاملة ومؤهلة ومدرّبة في مجالات عدة منها تطوير المواقع على الانترنت في قواعد البيانات، أنظمة التشغيل وغيرها.

2. عقبات تجارية : يتطلب العمل التجاري الالكتروني قناعة خاصة بأهمية ذلك ومن ثم تبني سياسات ووضع استراتيجيات ممنهجة ومرحلية للتحويل إلى التجارة الالكترونية وهذا الشيء ليس متاح في الوقت الحالي في الجزائر للأسباب التالية:

- ضعف الخبرات التجارية اللازمة لتحويل الأعمال التقليدية إلى الكترونية؛
- محدودية أهم المعاملات التجارية الالكترونية بين الشركات التجارية نفسها؛
- قصور أسواق رأس المال في الجزائر.

3. عقبات حكومية : حيث يمكن أن نوجزها في الآتي:

- عدم فتح بعض القطاعات الحساسة (اقتصاديا) للخواص وبالتالي للمنا الدولية مما تخفيض التكاليف لتحفيز انتشار التجارة الالكترونية مثل قطاع النقل ، الموانئ بمختلف أنواعها.

¹ محرز نور الدين، صيد مريم، مرجع سبق ذكره، ص ص 17-18.

- عدم دعم الحكومة للمؤسسات التجارية الوطنية للمنافسة مع نظيراتها الدولية مما يحد من قدرتها على مواجهة المنافسة؛

- البيروقراطية في إجراءات التصدير والاستيراد.

4. عقبات اجتماعية :أهمها:

- عامل اللغة، حيث أن اللغة الشائعة الاستعمال في شبكة الانترنت هي اللغة الانجليزية ونظرا لضعف النظام التعليمي الجزائري في هذا المجال وعدم إقبال المتعلم أو المتلقي على الاهتمام باللغة التي أصبحت من أهم الأسباب المعرقة لانتشار التجارة الالكترونية؛

- الشكوك حول امن المعلومات وغياب الثقة عند البعض في التغيير ووسائل التكنولوجيا.

5. عقبات تشريعية وقانونية: منها:

- مدى توثيق الزبون في حقيقة وجود الموقع أو السلعة أو الخدمة المعروضة ومشروعية ما يقدم على الموقع؛

- مدى حماية المستهلك من الاحتيال؛

- آلية احتساب الضرائب على عوائد التجارة الالكترونية؛

- صحة العقد الالكتروني، التصديق الالكتروني وإشكالية إثباته وقبوله لدى العدالة الجزائرية¹.

الفرع الثاني: أسباب عدم انتشار التجارة الإلكترونية في الجزائر

إن واقع التجارة لالكترونية بالجزائر الذي ما زال لم يبرح درجة الصفر يعكس أحد صور التخلق الاقتصادي وبالتالي عدم مسايرة الواقع العالمي وتكنولوجيا المعلومات ومرد ذلك يرجع للكثير من الأسباب التي جعلت الجزائر لا تلحق بالركب العالمي في مجال الانترنت وبالتالي ممارسة التجارة الالكترونية نلخصها فيما يلي:

- انتشار الجهل والأمية حيث تؤكد الإحصائيات الرسمية وجود أكثر من سبعة ملايين أمي، وهذه الفئة تشكل قرابة ربع السكان الجزائري وهي لا تعي شيئا عن الانترنت وبالتالي عن التجارة الالكترونية،

- قلة مستعملي الانترنت بسبب الأمية من جهة ولارتفاع تكلفة استعماله من جهة أخرى بحكم عدم وجود المنافسة في قطاع الاتصالات بالصورة المطلوبة؛

- عدم اهتمام المؤسسات الاقتصادية بالجزائر بالانترنت بالشكل المطلوب؛

- عدم مواكبة المصارف الجزائرية للتطورات الحديثة بما يخص وسائل الدفع الالكترونية حتى تستعملها في مجال التجارة الالكترونية؛

¹ بلقيدوم صباح، مرجع سبق ذكره، ص ص 229-231.

- عدم تناول هذا الموضوع بالدراسة والدعاية حتى يعرف من يجهل بوجوده؛
- سبب اجتماعي مرتبط بعقلية الجزائري: التي لا تلجأ للانترنت لعقد الصفقات التجارية وشراء السلع، فلا زالت العقلية الجزائرية تقليدية وأصحاب الأموال لا يستعملون التكنولوجيا، لأن الثروة مركزة في أيدي فئة غير مثقفة؛
- انعدام التشريع الخاص بحماية المتعاملين الاقتصاديين في التجارة الالكترونية والانترنت، كقانون يجرم الجريمة الالكترونية؛
- المشكل التقني ويتمثل في عدم انتشار بطاقات الائتمان العالمية مثل فيزا كارد ومستر كارد وأورو كارد مما يعيق التعاملات التجارية ويجعل من المستحيل اقتناء سلعة أو خدمة من خارج الوطن¹.

¹ فريد كورتل، مرجع سبق ذكره ، ص 11.

المبحث الثاني: وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر

رغم التطورات التي عرفتتها وسائل الدفع الإلكترونية في العالم و توسع نطاق استخدامها ليشمل مختلف المجالات حيث أصبحت من أهم وسائل الدفع في الوقت الراهن إلا أن الجزائر بقيت في منأى عن هذه المستجدات رغم إن العديد من الدول العربية قد قطعت أشواطاً كبيرة في هذا المجال .

المطلب الأول: وسائل ووسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر

توجد في الجزائر وسائل دفع الكترونية من أجل تسهيل المعاملات الإلكترونية سواء بالنسبة للبنوك أو المؤسسات المالية وكذا الأفراد، كما توجد كذلك وسائل تستعمل لتأمين وحماية هذه الوسائل في الجزائر .

الفرع الأول: وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر

من أنواع وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر نجد:

1. **البطاقة البنكية "CIB" CART INTER BANKAIRE**: تعرف هذه البطاقة على أنها بطاقة سحب تتميز بإمكانية استخدامها من طرف حاملها في أي صراف آلي متواجد في أي بنك آخر من البنوك الجزائرية وتنقسم هذه البطاقة بدورها إلى قسمين هما:

أ. **البطاقة الزرقاء "Blue Card"**: وهي عبارة عن بطاقة الكترونية تمنح للعملاء العاديين غير التجار ويمكن لصاحبها سحب مبلغ لا يتعدى 12000 دج.

ب. **البطاقة الذهبية "Gold Card"**: هي عبارة عن بطاقة الكترونية تمنح للعملاء العاديين غير التجار ويمكن لصاحبها سحب مبلغ لا يتعدى 3000 دج.

تستخدم البطاقة البنكية في عمليتي السحب والإيداع وتسديد الديون الناشئة من عملية الشراء للسلع والبضائع من المحلات التجارية لديها جهاز TPE، وهو عبارة عن جهاز يستخدمه أصحاب المحلات التجارية في عملية بيع البضائع¹.

تسلم هذه البطاقات عندما يتقدم الزبون بطلبها، أي زبون الحساب البريدي أو فاتح الشيك وهذا بتسديد اشتراك سنوي يتم اقتطاعه بصورة آلية من حسابه البريدي أو البنكي أما المبلغ فهو مقدر ب:

¹ حياة بن اسماعين، وسيلة السبتي، التجارة الإلكترونية وتطوير وسائل الدفع للمؤسسات البنكية، مجلة دولية علمية محكمة - تصدر عن معهد العلوم الإنسانية والاجتماعية-، المركز الجامعي نور البشير بالبيض -الجزائر-، العدد 02، أكتوبر 2015، ص ص 229 - 230.

✓ 700 دج / بالنسبة للبطاقة الذهبية Gold.

✓ 400 دج / بالنسبة للبطاقة الكلاسيكية Classique.

وتسمح بطاقة الدفع البيبنكية CIB بما يلي:

- الإطلاع على الرصيد؛
- طلب الكشف؛
- تسديد الفواتير؛
- استخراج وطباعة كشف الهوية البريدية؛
- إجراء عمليات تحويل من حساب إلى آخر وهذا انطلاقا من الموزعات الآلية؛
- تسوية عمليات الشراء الخاصة بالأموال والخدمات المنجزة فعليا وهي العمليات التي تجري بواسطة النهائية الالكترونية للدفع وهذا على مستوى محلات التجار المنخرطين في شبكة النقد الآلي البيبنكي والذين تظهر على محلاتهم التجارية علامة "CIB"¹.

وبالإمكان إجراء عمليات الدفع هذه وهذا حسب المبالغ المحددة بأسقف يتم تحديدها من طرف بريد الجزائر وهي مبينة في الجدول التالي:

الجدول رقم 02: جدول يوضح إجراء عمليات الدفع ببطاقة CIB في بريد الجزائر:

سوف نقوم بتوضيح هذه العملية من خلال الجداول التالية:

الجدول رقم (2-1): جدول يوضح إجراء عمليات الدفع بواسطة بطاقة الحساب البريدي الجاري المغناطيسية حسب المبالغ المحددة بأسقف

المبالغ	بطاقة الحساب البريدي الجاري المغناطيسية
20000 دج/ يوميا.	السحب المباشر من على الشباك الآلي للأوراق النقدية التابع لبريد الجزائر.
20000 دج/ يوميا.	السحب من الموزع الآلي وباقي البنوك بواسطة شبكة الانترنت.
5000 دج/ يوميا.	السحب من الشباك الآلي لبريد الجزائر خارج رابط الانترنت.
5000 دج/ 07 أيام.	السحب من الموزع الآلي وباقي البنوك خارج رابط الانترنت.

المصدر: www.elmouwatin.dz. 19h42. 2017. 03- 23 Le.

¹ موقع: www.thaqfny.com. 12h19. 2017. 04- 01 Le.

الجدول رقم (2-2): جدول يوضح إجراء عمليات الدفع بواسطة البطاقات الذهبية حسب المبالغ المحددة بأسقف

البطاقات الذهبية	المبالغ
السحب من الشباك الآلي لبريد الجزائر.	/
السحب من موزعات باقي البنوك.	2000 دج / 7 أيام.
الدفع بواسطة شبكة الانترنت	30000 دج / 7 أيام.
الدفع خارج رابط الانترنت	10000 دج / 7 أيام.

المصدر: www.elmouwatin.dz. 19h42. 03- 2017. Le 23-

الجدول رقم (2-3): جدول يوضح إجراء عمليات الدفع بواسطة البطاقة الكلاسيكية الجانب 01 حسب المبالغ المحددة بأسقف.

البطاقة الكلاسيكية الجانب 01	المبالغ
السحب من الشباك الآلي لبريد الجزائر.	20000 دج / يوميا.
السحب من موزعات باقي البنوك.	20000 دج / 7 أيام.
الدفع بواسطة شبكة الانترنت.	20000 دج / 7 أيام.
الدفع خارج رابط الانترنت.	20000 دج / 7 أيام.

المصدر: www.elmouwatin.dz. 19h42. 03- 2017. Le 23-

الجدول رقم (2-4): جدول يوضح إجراء عمليات الدفع بواسطة البطاقة الكلاسيكية الجانب 02 حسب المبالغ المحددة بأسقف.

البطاقة الكلاسيكية الجانب 02	المبالغ
السحب من الشباك الآلي لبريد الجزائر.	25000 دج / يوميا.
السحب من موزعات باقي البنوك.	10000 دج / يوميا.
الدفع بواسطة شبكة الانترنت.	10000 دج / يوميا.
الدفع خارج رابط الانترنت.	5000 دج / 07 أيام.

المصدر: www.elmouwatin.dz. 19h42. 03- 2017. Le 23-

كيفية تسوية عملية الدفع الالكتروني عن طريق بطاقة "CIB":

وتتم تسوية عملية الدفع الالكتروني عن طريق بطاقة CIB من خلال شبكة النقد الآلي ما بين البنوك RMI التي تتولى تسييرها شركة SATIM (تسمى شركة تألية الصفقات البنكية المشتركة والنقدية ساتيم، أنشئت في مارس 1995، شركة مساهمة وفرع لأهم البنوك التجارية الجزائرية، يساهم في رأسمالها كل من: بنك البركة الجزائري، بنك الفلاحة والتنمية الريفية، البنك الجزائري الخارجي، البنك الجزائري ثم الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط والصندوق الوطني للتعاون الفلاحي¹، يبلغ رأسمالها 26 مليار سنتيم، أصبحت اليم هذه الشركة متعاملا ذا شأن في القطاع المالي المتخصص في ترقية الخدمات المتعلقة بالتحديث والتنميط والصفقات النقدية الالكترونية بين البنوك².

تتولى هذه الشركة عدة مهام:

- تطبيق برنامج لتحديث نظام الدفع من خلال إدخال البطاقة كوسيلة "سحب ودفع الكتروني بين البنوك"؛
 - تطوير وتسيير نظام النقديات المشترك بين البنوك؛
 - ترقية التكنولوجيات في المجال البنكي.
- ويخضع تدخل هذه الشركة إلى اتفاقية مصرفية مشتركة، تحدد الشروط المتعلقة بالانضمام للشبكة وكذا تسيير العمليات، تساهم الشركة أيضا بشكل فعال في تطوير النقدية في قطاع البنوك ومراكز الصكوك البريدية من خلال:

- المشاركة في إنجاز برامج حيازة الشبابيك الأوتوماتيكية؛
- تسيير الشبابيك المنشأة (الصيانة ومراقبة العمليات التي تنسق المقاصة)؛
- صياغة بطاقات الدفع الممثلة للنشاط الذي تجهزت له لصناعة 3000 بطاقة يوميا؛
- صناعة الصكوك ومنح الرمز السري؛

¹ محلوس زكية، أثر تحرير الخدمات المصرفية على البنوك العمومية الجزائرية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص تجارة دولية، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة-، 2008-2009، ص 80.

² جميل أحمد، رشام كهيبة، بطاقة الائتمان كوسيلة من وسائل الدفع في الجزائر، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر-عرض تجارب دولية-، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أفريل 2011، ص 15.

ويعتبر مشروع البطاقة البنكية المشتركة CIB بين عدد من البنوك، ومشروع بطاقة الدفع الوطنية من أهم المشاريع المنجزة من طرف الشركة¹. هذه الشبكة تسمح بتسوية عملية الدفع من خلال مجموعة من أصحاب المصلحة المترابطة، فهي تسهل المعاملات البنكية ويفضلها أصبح الزبون يتقاضي الانتقال إلى مقر الوكالات وعناء الانتظار بفضل الخدمة الذاتية التي توفرها 7/7 أيام، 24/24 ساعة، وتتكون من:

•الموزعات الآلية للنقود DAB؛

•الشبابيك الآلية للبنك GAB؛

•نهائيات الدفع الالكتروني TPE².

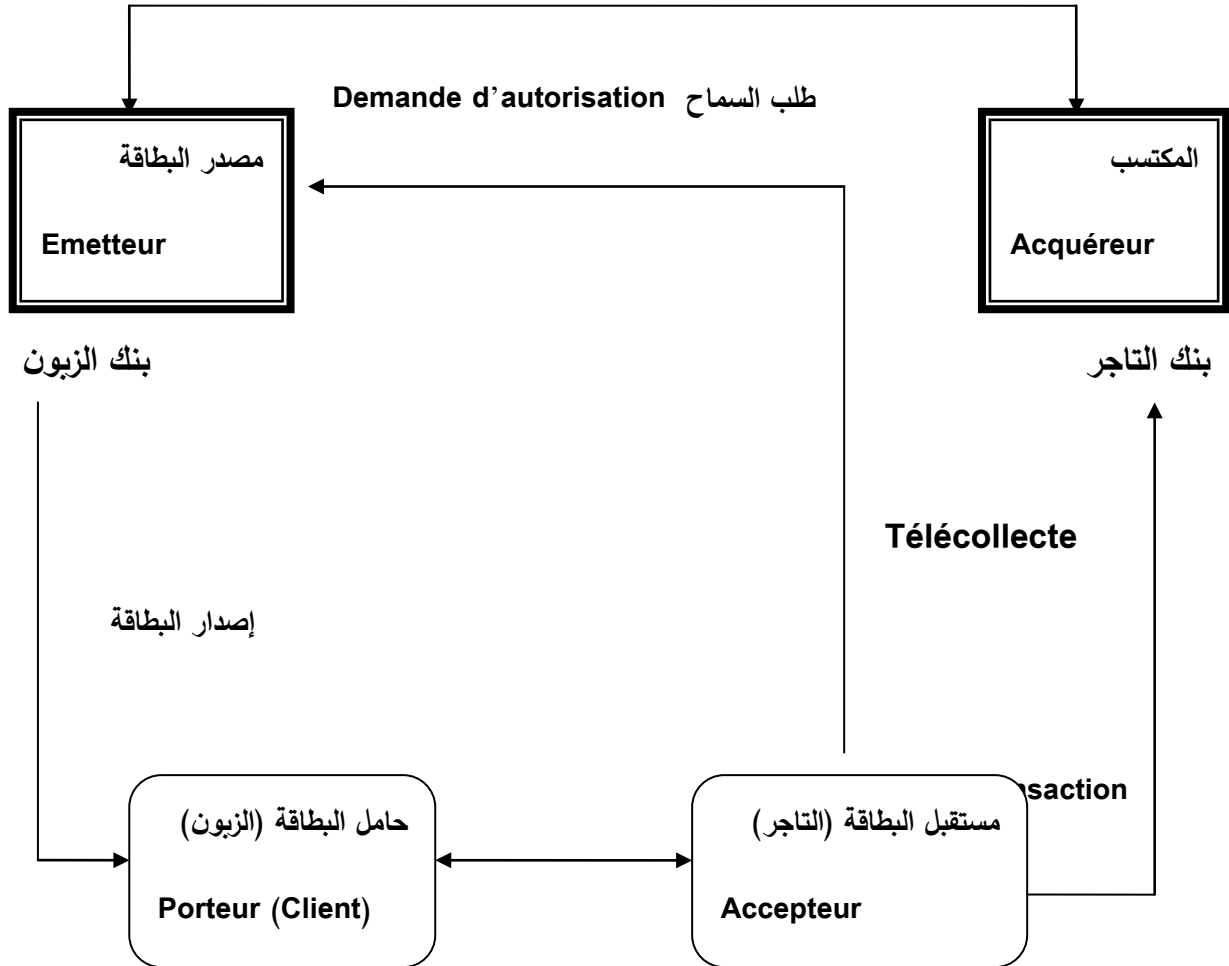
وكيفية تسوية هذه العملية مبينة في الشكل التالي:

¹ خشة حسبية، وسائل الدفع الحديثة في القانون الجزائري، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف -لمسيلة-، 2015 - 2016، ص 48.

² كرغلي أسماء، مرجع سبق ذكره، ص ص 120 - 121.

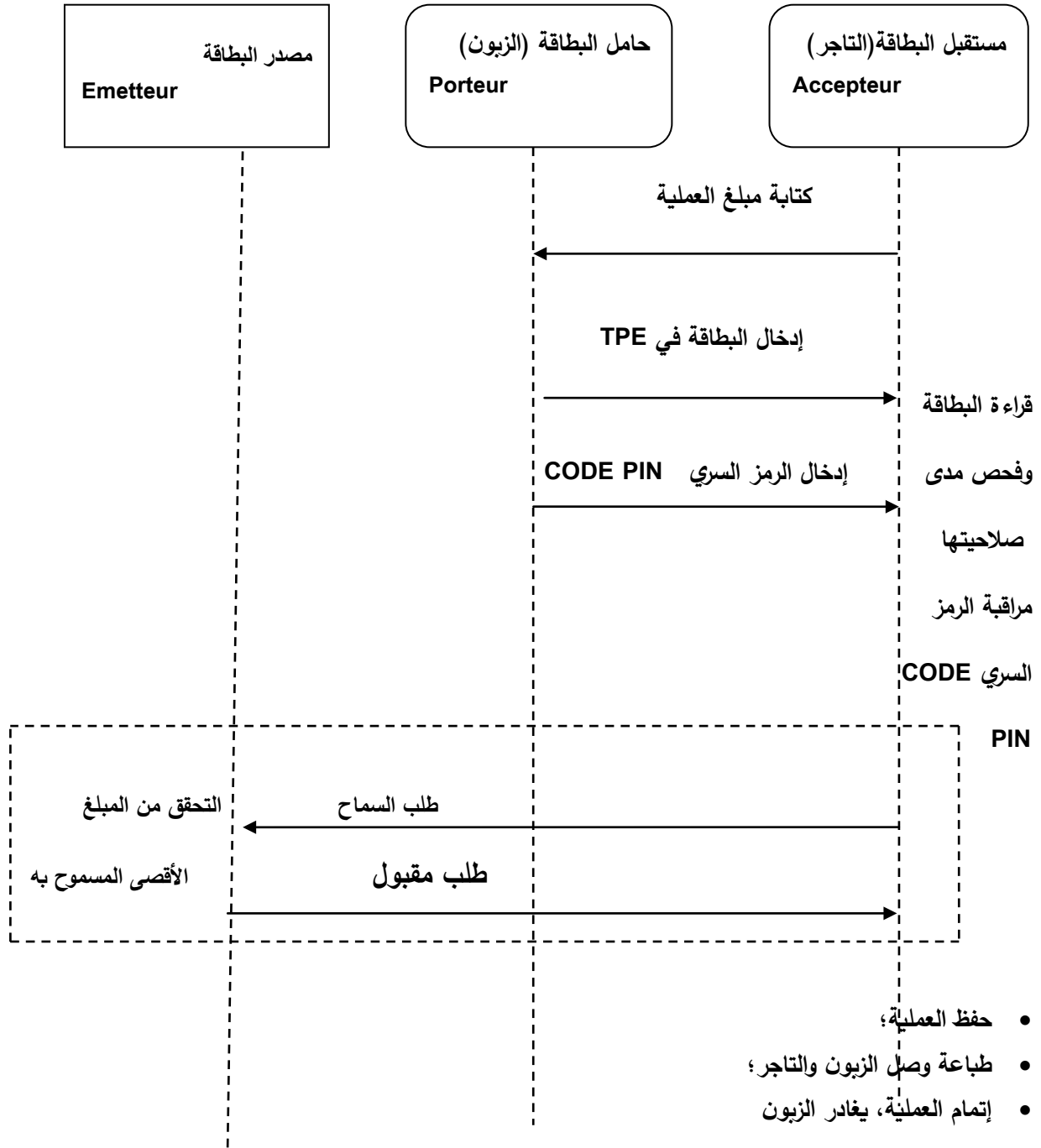
الشكل رقم (1-1): السيرورة الإجمالية لعملية الدفع الإلكتروني ببطاقة CIB:

المقاصة الالكترونية



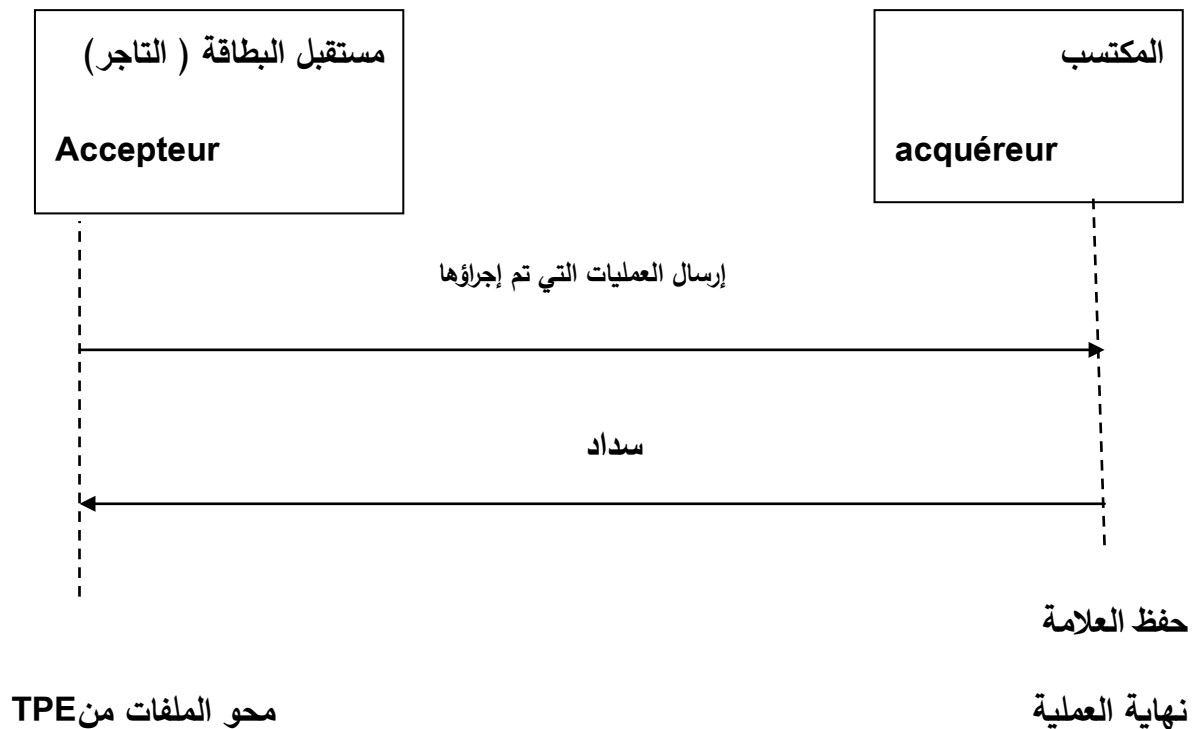
المصدر: كرغلي أسماء، البقظة التكنولوجية كأداة لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص تسويق، كلية العلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة أمجد بوكرة - بومرداس-، ص121. وفيما يلي يتم تبين العملية بشكل أكثر تفصيل:

الشكل رقم (1- 2): سيرورة عملية الدفع الإلكتروني ببطاقة " CIB " مع طلب السماح



المصدر: كرغلي أسماء، مرجع سبق ذكره، ص 122.

الشكل رقم (1-3): سيرورة (La Télécollecte) .



المصدر: كرغلي أسماء، مرجع سبق ذكره، ص 122.

التعليق على الأشكال السابقة:

من خلال ما سبق تتلخص تسوية عملية الدفع الالكتروني ببطاقة CIB كما يلي:

يتقدم الزبون الحامل لبطاقة CIB الخاصة بالبنك لتسديد قيمة مشترياته لدى التاجر الذي يحمل TPE (قد يحمل هذا التاجر حساب في البنك المعني أو أي بنك آخر)، يقوم الزبون بإدخال بطاقته في هذا الجهاز ليتم التأكد من صلاحية البطاقة ثم يقوم بإدخال رمزه السري الذي يتم التأكد من مطابقته، ليتم طلب السماح لإجراء العملية من البنك مصدر البطاقة، أين يتم التأكد من وجود رصيد فعلي وكاف، في حالة ذلك يتلقى التاجر رخصة لإجراء العملية، ثم يقوم بحفظ العملية، وطبع كل من وصل الزبون ووصل التاجر لتكون العملية قد تمت بنجاح فيغادر الزبون حاملا الوصل والبطاقة، لتتم عملية المقاصة الالكترونية¹ تأسست خدمات المقاصة الالكترونية عام 1960 "Banker Automated Clearing Services" ويتم من خلالها تحويل النقود من حسابات العملاء إلى حسابات أشخاص أو هيئات أخرى في أي فرع ولأي مصرف في دولة أخرى كدفع المرتبات الشهرية من حساب صاحب العمل إلى حساب

¹ كرغلي أسماء، مرجع سبق ذكره، ص 123.

الموظفين، أو دفع المعاشات الشهرية من حساب هيئة التأمين والمعاشات إلى المستفيدين، أو دفع التزامات دورية من حساب العميل إلى مصلحة الكهرباء، الغاز...¹، من خلال اقتطاع قيمة المشتريات من حساب الزبون ونقله الكترونيا وإدراجه في حساب المستفيد الذي ينتمي إلى بنك آخر².

تمنح البطاقة البنكية مجانا بمجرد فتح حساب شيك لدى البنك وبمدة صلاحية 03 سنوات.

وللبطاقة البنكية مزايا هي:

الحماية: الاستفادة من الرمز السري الذي يؤمن العمليات البنكية؛

الفعالية: ربح الوقت بفضل رفاهية وسهولة البطاقة البنكية الالكترونية؛

خدمة متوفرة: بالإمكان سحب الأموال في أي وقت، هذه الخدمة متوفرة 24/24 ساعة و 07 أيام.

وهذه البطاقة تسمح ب:

- ✓ على مستوى الموزع الآلي الخاص بالبنك الوطني الجزائري: السحوبات، الإطلاع على الرصيد؛
- ✓ الشبايك الآلية للبنوك الأخرى: السحوبات؛
- ✓ على مستوى الشباك الآلي الخاص بالبنك الوطني الجزائري: السحوبات، التحويلات، الدفع النقدي، الاستعلام عن الرصيد، الإطلاع على رقم التعريف البنكي "RIB"، العمليات السابقة، استلام الشيك للقبض (في الشباك الآلي البنكي للوكالة المستوطن فيها فقط)؛
- ✓ الدفع عن طريق جهاز الدفع الالكتروني؛
- ✓ الدفع عن طريق الانترنت³.

ضعف استخدام البطاقة البنكية: رغم التطورات التي عرفتتها وسائل الدفع الالكترونية في العالم وتوسع نطاق استخدامها ليشمل مختلف المجالات حيث أصبحت من أهم وسائل الدفع في الوقت الراهن، إلا أن البنوك الجزائرية بقيت في منأى عن هذه المستجدات رغم أن العديد من الدول العربية وخاصة المجاورة قطعت أشواطاً كبيرة في هذا المجال، وتعتبر بطاقة CIB من أهم البطاقات المستعملة في الجزائر وعلى نطاق محلي أي داخل الوطن، والتي صدرت عقب إنشاء شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية بين البنوك

¹ علي قابوسة، المصارف الالكترونية - فرص وتحديات حالة الجزائر -، المؤتمر العلمي المغربي الأول حول المعلوماتية والقانون، المنعقد من الفترة 28-29 أكتوبر 2009، أكاديمية الدراسات العليا - طرابلس - ليبيا، ص 04.

² كرجلي أسماء، المراجع السابق، ص 123.

³ موقع: . Le 22-03-2017. 15h42.

www.bna.com

SATIM في أفريل 1995، وتهدف هذه الشركة إلى إنشاء نظام وطني للدفع الالكتروني من خلال إنشاء بطاقة ما بين البنوك، والتي بدأ العمل بها سنة 1997¹.

الجدول رقم (3-1): يوضح عدد استخدامات البطاقة البيبنكية في الجزائر في الفترة 2010-2013

السنوات	2010	2011	2012	2013
عدد عمليات السحب	3763775	5271326	4582279	5280881
عدد عمليات الدفع	1805	5299	7729	7732
عدد عمليات طلب الرصيد	306707	677374	492840	473409

المصدر: ميهوب سماح، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص الاقتصاد، جامعة قسنطينة 02، 2013-2014، ص 117.

2. بطاقة الدفع المسبق فيزا الخاصة ببنك الخليج الجزائر: تتميز هذه البطاقة بدرجة مقبولة من المرونة والأمن، حيث يتم فتح حساب بالعملة الصعبة "أورو" بتقديم نفس الوثائق التي تقدم لكل المصارف الموجودة في الجزائر، ولا يشترط البنك مبلغ أدنى للعملة.

يتم دفع مبلغ البطاقة مسبقا الدفع التي يطلبها العميل بعد ملء استمارة الطلب والتعهد الخاص بالاستعمال القانوني، وفورا يتحصل العميل على بطاقته حيث يستطيع استعمالها فورا في دفع مستحقات مقتنياته عبر الانترنت أو عند المؤسسات التجارية التي تحمل شعار "فيزا" أو أجهزة الصراف الآلي المتواجدة في العالم بحيث تحمل لوغو "فيزا"، فهي تعتبر بطاقة دولية تقبل من طرف الأغلبية.

بواسطة هذه البطاقة يستطيع العميل سحب أمواله من أجهزة الصراف الآلي المعتمدة لفيزا بالعملة المحلية للبلد الذي يقوم بالسحب منه ما عدا الجزائر التي تمكنه من السحب بعملة الأورو.

إن مدة صلاحية هذه البطاقة صالحة لمدة 24 شهرا منذ تفعيلها من طرف المصرف، وتشحن بطريقة بسيطة حيث يتحمل العميل الرسوم الإدارية وتكاليف الشحن حسب القوانين المصرفية المعمول بها، لكن لما سألنا مسؤولة مصلحة النقدية عن كيفية الشحن، صرحت بأنه يجب على العميل القيام بعملية الشحن من الفرع الذي قام بمنحة البطاقة ليس من أي فرع الوطن، مما يشكل نقصا من مستوى الخدمة التي من المفروض تكون غير مركزية من حيث قواعد البيانات.

¹ سليمان ناصر، آدم حديدي، تأهيل النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، أي دور لبنك الجزائر؟، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، عدد 02، جوان 2015، ص 17.

يوفر البنك عبر وكالاته كافة بطاقة فيزا التي تمكن من إجراء دفعات التي من المفروض أنها تفوق رصيد العملاء، وهذا حسب التسمية التي تطلق على هذه الخدمة عالميا، لكن الغريب في الأمر هو أنه وحسب ما استقيناه من مقابلتنا مع مسؤولة المصلحة النقدية لدى البنك، لا يمكن أن يقوم العميل بإجراء تعاملات تفوق رصيده لدى البنك باستعمال بطاقة فيزا الائتمانية الصادرة عنه، إضافة إلى أنه ملزم بأن يكون لديه رصيد أدنى بقيمة 500 أورو، حيث لا يمكن أن يتصرف فيها العميل طول فترة امتلاكه للبطاقة، مما أثار استغرابنا في الموضوع، إذ أنه بهذه الطريقة لا يمكن أن تسمى هذه البطاقة بأنها ائتمانية، وهكذا فإنه أي رشيد سيختار بطاقات الدفع المسبق التي لا تحمل العميل ما تحمله عليه البطاقات الائتمانية من غير أي مزايا إضافية¹.

3. بطاقة السحب: تم إنشاء بطاقة السحب الخاصة بكل مصرف بكل مصرف، وذلك بعد إنشاء شركة ما بين المصارف الثمانية وهي: البنك الوطني الجزائري، بنك الفلاحة والتنمية الريفية، بنك الجزائر الخارجي الصندوق الوطني للتوفي والاحتياط، القرض الشعبي الجزائري، بنك التنمية المحلية، الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي، بنك البركة الجزائري هذه المصارف أنشأت سنة 1955 هذه الشركة هي شركة ذات أسهم رأسمالها 267 مليون دج وذلك من أجل:

- ✓ تحديث وسائل الدفع للنظام المصرفي الجزائري؛
- ✓ تطوير وتسيير المعاملات النقدية ما بين المصارف؛
- ✓ تحسين الخدمة المصرفية وزيادة حجم تداول النقود،
- ✓ وضع الموزعات الآلية للنقود في المصارف والتي تشرف عليها الشركة².

وتقوم هذه الشركة بصنع البطاقات المصرفية الخاصة بالسحب حسب المقياس المعمول به دوليا وطبع الإشارة السرية، وتنشأ هذه الخدمة عن طريق عقد يبرمه المصرف مع شركة SATIM الذي يحدد التزام الطرفين خاصة فيما يتعلق بآجال وإجراءات التسليم بالإضافة إلى عملية الربط بين الموزعات الآلية

¹ عجيلة محمد، غزيل محمد مولود، ملامح عصريّة التجارة الالكترونية واعتماد أنظمة الدفع الالكترونية في الجزائر مشاكلها وحلولها المقترحة، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول ، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصريّة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر -عرض تجارب دولية-، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أبريل 2011، ص13.

² آيت زيان كمال، حورية آيت زيان، الصيرفة الالكترونية في الجزائر، منشورة على موقع:

ومصالح SATIM بواسطة شبكة اتصال حيث تسمح بعمليات السحب سواء كانت داخلية أو محولة بالإضافة إلى سجل متصل بهيئة المقاصة لتصفية الحسابات ما بين المصارف¹.

4. البطاقة الذهبية لبريد الجزائر: أطلق بريد الجزائر ccp البطاقة الذهبية للدفع الالكتروني، لتسهيل وأجراء جميع المعاملات المالية عن طريق الانترنت ضمن خطوط الحكومة الجزائرية لتحديث الخدمات الالكترونية، وذلك بحضور وزيرة الإعلام والاتصال تم الإعلان عنها يوم 07 ديسمبر 2016 واحدة من التحديثات التي ترمي نحو تزويد حوالي 20 مليون من أصحاب المعاشات لتسهيل الخدمات المصرفية².

تقدم البطاقة الذهبية لبريد الجزائر خدمات عديدة منها³:

- الاطلاع على الحساب البريدي الجاري؛
 - تحويل الأموال من حساب لآخر؛
 - سحب الأموال من ماكينات بريد الجزائر والبنوك؛
 - دفع الفواتير عبر الانترنت؛
 - تعبئة الهاتف النقال؛
 - تعبئة الحساب من البنك.
- 5. البطاقة البنكية الدولية للبنك الوطني الجزائري "visa":** هي عبارة عن بطاقة الكترونية تسمح للأشخاص المسافرين الذين لا يريدون حمل العملة الصعبة معهم أو يريدون دفع مشترياتهم عبر الانترنت من الخارج، حيث يمكنهم بواسطة هذه البطاقة دفع سحب أموالهم في أي مكان في العالم تقدر مدة صلاحيتها ب: 24 شهرا.

توجد نوعان من البطاقة البنكية الدولية:

تتميز هذه البطاقة بالمزايا التالية:

- الأمان: بفضل الرقم السري، البنك الوطني يضمن حماية كافة التعاملات البنكية؛
- توفر الخدمة: يمكن سحب الأموال في أي مكان 24/24 ساعة و 07/07 أيام؛
- سهولة الاستعمال: استفيدوا من أكبر وأهم شبكة التوزيع الآلي للأوراق النقدية في العالم.

¹ بلعاش ميادة، بن سماعيل حياة، مشروع الصيرفة الالكترونية في الجزائر، أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد 16، ديسمبر 2014، جامعة محمد خيضر بسكرة، ص 81.

² موقع: www.thaqfny.com Le 01/04/2017. 18h46..

³ موقع: www.android-dz.com Le 01-0-20174. 5h318.

تسمح هذه الخدمة ب:

✓ القيام بسحوبات في الجزائر أو في الخارج على الموزعات الآلية للأوراق النقدية التي تحمل شعار visa؛

✓ القيام بدفعات في الجزائر أو الخارج على أجهزة الدفع الالكتروني التي تحمل شعار visa؛

✓ القيام بعمليات الدفع عن طريق الانترنت¹.

والبنك الوطني الجزائري يمنح نوعان من هذه البطاقة هما:

الجدول رقم (4-1): يوضح أنواع البطاقات الممنوحة من طرف البنك الوطني الجزائري

نوع البطاقة	VISA الكلاسيكية	VISA الذهبية
المقدار المستحق لاكتسابه.	1000 أورو.	4500 أورو.
الحد الأعلى للسحب.	500 أورو في اليوم.	750 أورو في اليوم.
الحد الأعلى للدفع.	1000 أورو في اليوم.	3000 أورو في اليوم.

المصدر: 19h02. 2017. 04-01 le www.bna.com

و أخيرا كل البطاقات سابقة الذكر المستعملة في الجزائر في حالة نسيان الرمز السري أو الضياع أو السرقة يتم تبليغ الوكالة المعنية بذلك، وتقوم شركة **SATIM** بمنح بطاقة جديدة لصاحب البطاقة.

الفرع الثاني: وسائل الدفع الالكتروني المستعملة في الجزائر

تتعدد وسائل الدفع الالكتروني في المستعملة في البنوك الجزائرية وذلك من أجل تسهيل العمل بوسائل الدفع الالكتروني في التجارة الالكترونية بالجزائر.

1) الموزع الآلي للأوراق النقدية "DAB": الموزعات الآلية للأوراق النقدية هي صورة بسيطة للمكننة في القطاع البنكي الجزائري، فهي آلات أوتوماتيكية تستخدم عن طريق بطاقة الكترونية تسمح للمستهلك بسحب مبلغ من المال بدون اللجوء إلى الفرع، وبذلك فالمهمة الرئيسية للموزع الآلي للأوراق النقدية هي تقديم الخدمة الأكثر ضرورة للمستهلك²، بعد إدخال آلات الموزع الآلي للأوراق النقدية بالجزائر سنة 1997 ليصل عدد الأجهزة إلى 250 جهازا موزعا على كبريات المدن الجزائرية، ويعتبر هذا العدد

¹ موقع:

19h 02 ، 2017 -04-01 le www.bna.com

² نعمون وهاب، **النظم المعاصرة لتوزيع المنتجات المصرفية وإستراتيجية البنوك**، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي - واقع وتحديات-، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف-الجزائر-، يومي 14 15 ديسمبر 2004، ص273.

ضعيفا إذا اقتصرنا على المقارنة بتونس (500 جهاز) والمغرب (600 جهاز) ولا مجال للمقارنة بالدول المصنعة، ومن جهة أخرى يبقى إقبال الزبائن على السحب الفوري باستخدام هذه الأجهزة ضعيفا¹، مما دفع بالجزائر إلى تخصيص أكثر من 3.6 مليون أورو لتعميم استعمال البطاقة البنكية في الجزائر، ولقد أبرمت اتفاقية مساعدة بقيمة 402.325 أورو بين شركة SATIM والشركة الفرنسية IDS لتركيب عدد كبير من الموزعات الأوتوماتيكية للأوراق النقدية (500 موزع) ونهائي نقطة البيع الالكتروني لدى التاجر (10000) على كل التراب الوطني²، ومن الأسباب التي يبرزها الزبائن لنفورهم على استخدام الموزع الآلي للأوراق النقدية هي³:

- الأعباء المستمرة والتي يرجعها المسؤولون إلى شبكة الهاتف؛
- الأخطاء؛
- الميول السرية والإحجام عن إظهار أية معلومات حول وضع الزبون المالي أمام الناس في الشارع؛
- بيروقراطية البنوك.

ومن بين الخدمات التي يقدمها الموزع الآلي للأوراق النقدية هي⁴:

- السحب من حسابات الطلب والتوفير نقدا وهذا بالعملة المحلية؛
- الأيداع بالحسابات نقدا
- التحويلات من حساب لآخر؛
- الاستقصار عن الرصيد؛
- طلب دفتر شيكات؛
- طلب كشف الحسابات؛
- تسديد بعض فواتير الخدمات (كهرباء، ماء، غاز..... إلخ).

¹ تطار محمد منصف، النظام المصرفي الجزائري والصيرفة الالكترونية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد الثاني، جامعة محمد خيضر - بسكرة - العدد الثاني، جوان 2002، ص ص 13-14.

² عايدة عبير بلعدي، واقع تحديث أنظمة الدفع في الجزائر وأثره على المنظومة المصرفية الجزائرية، مخبر مالية، بنوك وإدارة الأعمال، جامعة محمد خيضر - بسكرة -، ص 317.

³ تطار محمد منصف، المرجع السابق، ص 14.

⁴ عبد الغني ريوح، نور الدين غردة، تطبيق أنظمة الصيرفة الالكترونية في البنوك الجزائرية بين الواقع والآفاق، المؤتمر الدولي العلمي حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -، يومي 11 12 مارس 2008، ص 05.

الجدول رقم (5-1): عدد الصرافات الآلية في الجزائر خلال الفترة من 2008-2013.

السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013
عدد الصرافات الآلية	544	574	636	648	543	475

المصدر: ميهوب سماح، مرجع سبق ذكره، ص 113.

الجدول أعلاه يبين لنا التطور الذي عرفه حجم الصراف الآلي في الجزائر، إذ نلاحظ أنه بلغ 648 في سنة 2011، كما عرف تراجع في سنتين 2012، 2013 وهذا ما يبين أن الجزائر لا تزال بعيدة عن التحكم في هذه التقنيات الحديثة وعن المعاملات من خلالها.

رغم التطور الذي عرفته الجزائر في أنظمة وأدوات الدفع خلال هذه السنوات إلا أنه يبقى ضعيف مقارنة بالدول العربية الأخرى التي خاضت شوطا واسعا في هذا المجال.

الفرع الثاني: الشبكات الأوتوماتيكية للأوراق النقدية "GAB": يعتبر الشبكات الأوتوماتيكية للأوراق النقدية من بين الأجهزة الأوتوماتيكية الموصلة بالكمبيوتر الرئيسي للبنك، يقرأ المرات المغناطيسية للبطاقة التي تسمح بمعرفة الزبون بفضل رمز سري.

يقدم خدمات أكثر تعقيدا وأكثر تنوعا بالنسبة للموزع الآلي للأوراق النقدية، فبالإضافة إلى مهمة سحب الأموال تسمح هذه الشبكات بالقيام بالعديد من العمليات كمعرفة الرصيد، القيام بالتحويلات من حساب إلى آخر، طلب شيكات.....إلخ.

الفرع الثالث: نهائي نقاط البيع الالكترونية "TPV": يوضع في المحلات حيث يسمح للعميل بتسوية عملياته التجارية بالبطاقات أثناء التسديد، فإذا كان الزبون يحمل بطاقة ائتمان، فبإمكان موظف نقطة البيع أن يمرر البطاقة على القارئ الالكتروني الخاص ببطاقات الائتمان، والموصول مباشرة مع الحاسوب المركزي للبنك المعني، والذي بدوره يقوم بالتأكد من كفاية الرصيد وخصم القيمة من الرصيد الخاص بالزبون بعد أن يدخل الزبون رمزا أو رقما سريا خاصا به، والذي يغرف برقم التعرف الشخصي "PIN" يقوم الحاسوب المركزي بعد ذلك بإضافة القيمة لرصيد حساب المتجر، يتم كل هذا في جزء من الثانية ويهدف هذا الجهاز الالكتروني إلى حل مشاكل نقل الأموال بتوفير عنصر الأمن.

نهائي نقاط البيع الالكتروني يوفر المزايا التالية¹:

¹ كرجلي أسماء، مرجع سبق ذكره، ص 119.

- ✓ الأمان: استخدام هذه الآلة يجنب التجار العد اليدوي للنقود وخطر الخطأ، وبالتالي الاستفادة من ضمان التحصيل عن طريق معالجة الكترونية للمعاملة؛
 - ✓ السرعة: يمكن من إجراء المعاملات بسرعة من خلال بطاقة بنكية بالمقارنة مع الدفع نقداً؛
 - ✓ إرضاء الزبائن: تتيح هذه الصيغة للزبائن توفير الوقت؛
 - ✓ الحداثة: يساهم في تحسين المكانة الخاصة بالبنك والانسجام مع التطور التكنولوجي لوسائل الدفع.
- الجدول رقم (6-1): جدول يوضح عدد نهائي نقاط البيع الالكترونية "TPV" في الجزائر 2008-2013.

عرفت نهائي نقاط البيع الالكترونية تطور ملحوظ خلال سنوات 2008 - 2013، يمكن توضيح ذلك من خلال الجدول التالي:

السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013
عدد نهائي نقاط البيع	1984	2639	2946	3047	2965	2985

المصدر: ميهوب سماح، مرجع سبق ذكره، ص 114.

يبين الجدول أعلاه أن الجزائر قد عرفت زيادة مستمرة في دمج نهائي نقاط البيع حتى بلغ عدد الأجهزة 3047 جهاز، فيما عرفت سنة 2012 تراجع بنسبة 2.7 % أين بلغت 2926 جهاز، ليعود ويرتفع سنة 2013 إلى 2985 جهاز، وهذا ما يبين أن هناك جهود في المجال بهدف تطوير عملية الدفع بالبطاقة المصرفية.

المطلب الثاني: مؤسسات أنظمة الدفع الإلكتروني وسبل تطوير استعمال وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر

في مجال الاهتمام بتقنية المعلومات وضرورة وجود هيئات تشرف على تطوير نظام نقدي بين البنوك منخفض التكلفة فضلا عن تنظيم وتحديث وسائل الدفع الإلكتروني.

الفرع الأول: مؤسسات أنظمة الدفع الإلكتروني في الجزائر

هناك مؤسستين في الجزائر نوجزهما في الآتي:

1. شركة تألية الصفقات البنكية المشتركة والنقدية SATIM:

شركة **SATIM** تسمى شركة تألية الصفقات البنكية المشتركة والنقدية ستيم، أنشئت في مارس 1995، شركة مساهمة وفرع لأهم البنوك التجارية الجزائرية، يساهم في رأسمالها كل من: بنك البركة الجزائري، بنك الفلاحة والتنمية الريفية، البنك الجزائري الخارجي، البنك الجزائري ثم الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط والصندوق الوطني للتعاون الفلاحي¹، يبلغ رأسمالها 26 مليار سنتيم، أصبحت اليم هذه الشركة متعاملا ذا شأن في القطاع المالي المتخصص في ترقية الخدمات المتعلقة بالتحديث والتنمية والصفقات النقدية الالكترونية بين البنوك².

تتولى هذه الشركة عدة مهام:

- تطبيق برنامج لتحديث نظام الدفع من خلال إدخال البطاقة كوسيلة "سحب ودفع الكتروني بين البنوك"؛
- تطوير وتسيير نظام النقديات المشترك بين البنوك؛
- ترقية التكنولوجيات في المجال البنكي.

¹ محلوس زكية، أثر تحرير الخدمات المصرفية على البنوك العمومية الجزائرية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص تجارة دولية، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة-، 2008-2009، ص 80.

² جميل أحمد، رشام كهيبة، بطاقة الائتمان كوسيلة من وسائل الدفع في الجزائر، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر-عرض تجارب دولية-، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أفريل 2011، ص 15.

ويخضع تدخل هذه الشركة إلى اتفاقية مصرفية مشتركة، تحدد الشروط المتعلقة بالانضمام للشبكة وكذا تسيير العمليات، تساهم الشركة أيضا بشكل فعال في تطوير النقدية في قطاع البنوك ومراكز الصكوك البريدية من خلال:

- المشاركة في إنجاز برامج حيازة الشبابيك الأوتوماتيكية؛
- تسيير الشبابيك المنشأة (الصيانة ومراقبة العمليات التي تنسق المقاصة)؛
- صياغة بطاقات الدفع الممثلة للنشاط الذي تجهزت له لصناعة 3000 بطاقة يوميا؛
- صناعة الصكوك ومنح الرمز السري؛

ويعتبر مشروع البطاقة البنكية المشتركة CIB بين عدد من البنوك، ومشروع بطاقة الدفع الوطنية من أهم المشاريع المنجزة من طرف الشركة¹.

2. مركز معالجة النقدية مابين المصارف:

في سنة 1996 أعدت شركة ستيم مشروعا لإيجاد حل للنقد بين المصارف، وأول مرحلة لهذا المشروع الذي بدأ في العمل سنة 1997 تمثلت في إعداد شبكة نقدية إلكترونية بين المصارف في الجزائر، تشرف شركة SATIM على مركز المعالجة النقدية بين المصارف و تعمل على ربط مراكز التوزيع مع مختلف المؤسسات المشاركة لوظيفة السحب، حيث يتولى هذا المركز ربط الموزع الآلي بمقدم الخدمة بواسطة خطوط عبر الشبكة الوطنية و مركز للاعتراض على البطاقات الضائعة أو المزورة. فعملية السحب تتم بطلب ترخيص يوجه إلى مركز الترخيص بالوكالة الذي يقبل أو يرفض الطلب ، و في حالة القبول يراقب المركز السقف المسموح به أسبوعيا لكل زبون، كما يراقب هذا المركز الإشارة السرية، كما أن السحب الذي يتم بالبطاقة لا يمكن الرجوع فيه، بعد ذلك و على الساعة الصفر يقوم المركز بمعالجة كل الصفقات التي قامت في ذلك اليوم و تنظمها حسب كل مصرف موجود في الشبكة بين المركز و جميع المصارف المشاركة و تسجل العمليات لدى جميع المصارف ويتم إجراء عملية المقاصة في مركز الصكوك البريدية التي لها كل حسابات المصارف.

ولهذا يمكن القول أن عملية السحب تتم في أسلوب نصف مباشر فتوجد شبكة بين المصارف وشركة ستيم و هذا ما يخلق نوعا من المخاطر، إضافة إلى إحجام الناس على التعامل بهذه الوسائل مما

¹ خشة حسيبة، وسائل الدفع الحديثة في القانون الجزائري، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف -مسيلة-، 2015- 2016، ص 48.

يجعل الإقبال عليها ضعيفا لأسباب عديدة منها كثرة الأعطاب والأخطاء، و الميل للحرية و الإحجام عن إظهار أية معلومات أمام الناس، إضافة إلى التوزيع غير الجيد للموزعات الآلية¹.

الفرع الثاني: سبل تطوير استعمال وسائل الدفع الالكتروني في الجزائر:

إن دفع عجلة التجارة الالكترونية من خلال إنشاء وسائل دفع الكترونية لا يتوقف عند اعتماد بطاقات دفع الكترونية عالمية، إنما يتعدى ذلك إلى توفير مناخ ملائم للتعامل بهذه الوسائل ومن بين النقاط التي يراها العميل مهمة لاستعماله لهذه الوسائل نجملها فيما يلي²:

- ✓ توفير المعلومات اللازمة عن وسائل الدفع الالكترونية المتوفرة والمتاحة في الجزائر عن طريق الإشهار في وسائل الإعلام المختلفة؛
- ✓ وضع إجراءات وآليات لاسترجاع الثقة بين الجهاز المصرفي الجزائري والعميل؛
- ✓ توفير غطاء إعلامي للتحسيس حول كيفية استعمال وسائل الدفع الالكترونية؛
- ✓ وضع أطر قانونية وتشريعية تحكم التعاملات المالية الالكترونية؛
- ✓ الاعتماد على التجارب الرائدة في الدفع الالكتروني؛
- ✓ توفي ضمانات لأمن استعمال هذه الوسائل من خلال الاحتكاك بخبرات أجنبية لتطوير هذا المجال.

المطلب الثالث: العوامل المعرقة لنجاح وسائل الدفع الالكتروني بالجزائر

من العوامل المعرقة لنجاح وسائل الدفع الالكتروني في الجزائر ما يلي:

1. عدم اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر: رغم الأهمية البالغة لضرورة اعتماد التجارة الالكترونية كأداة متطورة في الاقتصاد الجزائري، إلا أن هذه التجارة لم تعتمد إلى غاية يومنا هذا، بل أننا لا نبالغ أن نقول أنه لم يتم حتى التفكير في ضرورة اعتمادها، حيث تأكد لنا أنه ليست هناك أية جهود في إطار ذلك، بل أن الإحصائيات المتعلقة بهذا النوع من التجارة غير متوفر لدى وزارة التجارة.

وبالتالي فإننا نسجل هنا مجموعة من الأسباب التي نرى أنها تحول دون انتشار هذه التجارة في بلادنا وهي كالآتي³:

¹ بلعاش ميادة، بن اسماعين حياة، مرجع سبق ذكره، ص 82.

² بن عيسى عنابي، عامر هواري، مدى إدراك مستخدمي الانترنت بالجزائر لأهمية التعامل بوسائل الدفع الالكترونية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر-عرض تجارب دولية-، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أفريل 2011، ص 11.

³ لوصيف عمار، مرجع سبق ذكره، ص ص 180-182.

- ارتفاع تكلفة الحصول على حاسوب، وهذا أيضا يحول دون انتشار هذه التجارة التي تتطلب حاسوبا في المرتبة الأولى فانتشار استخدام الحواسيب مرتبط أيضا بضرورة التفكير في تكلفة الحصول عليه، لا على المستوى الشخصي فقط وإنما على المستوى التجاري أيضا؛
 - ارتفاع تكلفة استخدام الانترنت، في ظل غياب المنافسة في قطاع الاتصالات الذي لا تزال الدولة تحتكر الجانب الأكبر منه، مما يحول دون انخفاض تكلفة الاتصال عن طريق الانترنت؛
 - نقص اهتمام المؤسسات الاقتصادية في البلاد بهذه التقنية التجارية الحديثة التي يمكن أن تفتح لهم آفاقا اقتصاديا أوسع مما يجعل انتشارها يكون منعما في بلادنا؛
 - عدم اهتمام الهيئات الإدارية العليا بالموضوع، فلا يعقل أن وزارة التجارة في بلادنا لم تفكر حتى في إجراء استقصاء لمدى اهتمام الناس بهذا النوع من التجارة، والتفكير في سبل تقنياتها أو الاستفادة من تجارب الدول الغربية في هذا المجال؛
 - تخلف النظام المصرفي الجزائري من حيث الوسائل وتقنيات الدفع الحديثة؛
 - الانتشار الواسع للأمية في بلادنا، حيث تعتبر الجزائر من الدول التي تحوي نسبة أمية مرتفعة نوعا ما فالإحصاءات التي تتحدث عما يفوق سبعة ملايين أمي، وبالتالي فهؤلاء لا يفقهون حتى وجودها، وهذا يعتبر عائقا يحول دون انتشار التجارة الالكترونية؛
 - انتشار الأمية بالمعنى الحديث أي الأمية المعلوماتية، أو يقصد بها الجهل بأساليب ووسائل التعامل في مجال المعلوماتية.
- 2. مشاكل البطاقة الائتمانية:** يترتب على استخدام البطاقة الائتمانية مشاكل جمة نلخصها فيما يلي:
- عدم الدقة جراء بعض الأخطاء المرتكبة من قبل الموظفين في التعامل مع الفواتير ومع تكرار الأخطاء تفقد الثقة بين البنك والعميل؛
 - سرقة البطاقة الائتمانية أو ضياعها أو استعمالها من طرف الغير؛
 - التكاليف العالية بالنسبة للبنك والخاصة بتوزيع البطاقات وطبعها ومنح قروض دون فائدة لمدة 55 يوما؛
 - خطر السيولة على البنك في حالة الإفراط في استعمال البطاقة من طرف المتعاملين.

المطلب الرابع: تأمين وسائل الدفع الإلكتروني في القانون المدني الجزائري

جاء المشرع الجزائري بالإثبات الإلكتروني أولا و التوقيع والتوثيق الإلكتروني ثانيا.

الفرع الأول: الإثبات الإلكتروني

تنقسم العقود من حيث الإبرام إلى عقود رضائية التي تتعقد بمجرد تبادل رضاء الطرفين المتعاقدين دون الحاجة إلى لصبها في شكل قانوني، كما لدينا طائفة أخرى من العقود تسمى العقود التشكيلية التي تتطلب إفراغها في شكل معين، وهذه الشكلية قد تكون للانعقاد، وبالتالي ركن من أركان العقد عند تخلفها يترتب بطلان العقد، وقد تكون الشكلية فقط للإثبات، ويقصد بالشكلية هي كتابة العقد، وأن هذه الأخيرة قد تكون عرفية وقد تكون رسمية.

طبقا لنص المادة 333 القانون المدني الجزائري التصرفات القانونية المدنية الغالب فيها هو الكتابة فيما زاد التصرف عن 1000 دج.

والمادة 324 مكرر ق م ج تنص على " زيادة العقود التي يأمر القانون بإخضاعها إلى شكل رسمي يجب تحت طائلة البطلان، تحرير العقود التي تتضمن نقل ملكية العقار أو حقوق عقارية أو محلات تجارية أو صناعية أو كل عنصر من عناصرها...".

لكن بصدر القانون 05-10 المعدل والمتمم للقانون المدني الجزائري انتقل المشرع من النظام الورقي في الإثبات إلى النظام الإلكتروني.

حيث أصبح للكتابة في الشكل الإلكتروني مكانا ضمن قواعد الإثبات في القانون المدني الجزائري طبقا لنص المادة 323 مكرر مدني جزائري الكتابة في الشكل الإلكتروني ذات التسلسل في أو الأوصاف أو الأرقام أو أية علامات أو رموز ذات معنى مفهوم مهما كانت الوسيلة الإلكترونية المستعملة ومهما كانت طرق إرسالها.

ويقصد بالوسيلة الإلكترونية المستعملة مثل القرص الصلب أو القرص المرن أو في شكل رسائل إلكترونية.

وهكذا يتضح مما سبق بأن المشرع الجزائري اعتمد المفهوم الواسع للكتابة المقصود منه سواء الكتابة على الورق أو الكتابة الإلكترونية المثبتة على دعائم غير مادية غير ورقية.

ومن أجل إزالة كل غموض أو نزاع يمكن أن يحدث من الناحية القانونية بشأن تطبيق نص المادة 323 مكرر مدني جزائري، فيما أثار الإشكال " هل للوثيقة الإلكترونية نفس القيمة القانونية في الإثبات مقارنة مع الوثيقة العادية؟"

بموجب المادة 323 مكرر جاء المشرع بحل قانوني، ووفقا للقاعدة الفقهية التي تقول لا اجتهاد في وجود النص القانوني، فإن المشرع يعتبر الإثبات بالكتابة في الشكل الإلكتروني كالكتابة على الورق بشرط إمكانية التأكد من هوية الشخص الذي أصدرها.

وبهذا يكون المشرع الجزائري قد سوى بين الكتابة الإلكترونية والكتابة العادية من حيث حجية الإثبات.

غير أن نص المادة 323 مكرر جاء نص مطلق وبالتالي فإن التطبيق المطلق لهذا النص يثير جدال فقهي وقضائي كبير حيث هناك بعض التصرفات ذات أهمية وخطورة من الأفضل أن تيرم في الشكل التقليدي دون الإلكتروني، كرهن الفينة والحقوق الواردة على العقار بصفة عامة وعقد الشركة.

كذلك عدم اتصال بعض التصرفات بالمعاملات الإلكترونية وإنما هي تصرفات شخصية أو مدنية بحتة كالزواج والوصية.

غير أن ما يلاحظ على القانون المدني الجزائري أنه لم يتعرض للنظام القانوني التي تحكم العقد الإلكتروني ولم يتنازل تعريفه، لكن ماهي الوثيقة الإلكترونية؟

إن الوثيقة الإلكترونية أو المحرر الإلكتروني جاءت نتيجة للاستخدام الوسائل الإلكترونية من خلال شبكة الانترنت وإتمام معظم التصرفات القانونية من خلالها.

فنصت المادة الأولى من قانون الأونسترال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية على تعريف رسالة البيانات بأنها المعلومات التي يتم إنشائها أو إرسالها أو استلامها أو تخزينها بوسائل إلكترونية أو ضوئية أو بوسائل مشابهة، بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر تبادل البيانات الإلكترونية، البريد الإلكتروني، أو البرق أو التلكس أو النسخ البرقي¹.

¹ عدنان مريزق، بوقلاشي عماد، الأمن المعلوماتي في ظل التجارة الإلكترونية -إشارة إلى حالي تونس والجزائر-، المؤتمر الدولي العلمي حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، جامعة قاصدي مرباح -ورقلة-، يومي 11 12 مارس 2008، ص ص 10-11.

وهكذا فإن قانون الأنسترا عرف المحرر الإلكتروني من خلال تعريف رسالة البيانات.

أما المشرع المصري فيعرف المحرر الإلكتروني في المادة الأولى من خلال التوقيع الإلكتروني المصري " المحرر الإلكتروني كل رسالة بيانات تتضمن معلومات، تنشأ أو تخزن أو ترسل أو تستقبل كلياً أو جزئياً بوسيلة إلكترونية أو فنية أو ضوئية أو بأي وسيلة أخرى مشابهة".

وبذلك يعرف المشرع المصري المحرر الإلكتروني بأنه رسالة دون فيها بيانات، تنطوي على معلومات قد تكون ذات منشأ إلكتروني أو تخزن كذلك وترسل وتستقبل بوسيلة إلكترونية وما شابه ذلك.

وبذلك المعول عليه في تعريف المحرر الإلكتروني في القانون المصري هو " الوسيلة الإلكترونية أو ما في حكمها عند إنشاء هذه الرسالة أو تخزينها أو إرسالها أو استقبالها".

الفرع الثاني: التوقيع والتوثيق الإلكتروني

لا يكفي اعتراف المشرع الجزائري بالمحرر الإلكتروني كدليل للإثبات، وكما لا يكفي الاعتراف للمحرر الإلكتروني بنفس الحجية التي يتمتع بها المحرر الورقي، لكن يجب أن تتوفر شروط في المحرر الإلكتروني حتى يعتمد عليه في إثبات التصرفات القانونية.

❖ التوقيع الإلكتروني:

اعتمد المشرع الجزائري بالتوقيع الإلكتروني لأول مرة في نص المادة 2/327 مدني جزائري المعدلة بالقانون 10-05 والتي تنص على " ... يعتد بالتوقيع الإلكتروني وفق الشروط المذكورة في المادة 323 مكرر أعلاه.. وذلك من أجل إضفاء الحجية على المحررات الإلكترونية.

أما عن تعريف التوقيع الإلكتروني، فإن القانون الجزائري يميز بين التوقيع الإلكتروني المؤمن وذلك بموجب المادة 3 من المرسوم التنفيذي 162-07 " التوقيع الإلكتروني هو أسلوب عمل يستجيب للشروط المحددة في المادتين 323 مكرر و 323 مكرر 1.

التوقيع الإلكتروني المؤمن: هو توقيع إلكتروني يفي بالمتطلبات الآتية:

- يكون خاصاً بالموقع.
- يتم بوسائل يمكن أن يحتفظ بها الموقع تحت مراقبته الحضرية.
- يضمن مع الفعل المرتبط به صلة ببحث يكون كل تعديل لاحق للفعل قابلاً للكشف عنه.

❖ التوثيق الإلكتروني (التصديق الإلكتروني)

الموثق الإلكتروني هو طرف ثالث محايد يتمثل في أفراد أو شركات أو جهات مستقلة محايدة تقوم بدور الوسيط بين المتعاملين لتوثيق تعاملاتهم الإلكترونية.

والوظيفة الأساسية للموثق الإلكتروني أو لجهة التوثيق الإلكترونية هي تحديد هوية المتعاملين في التعاملات الإلكترونية وتحديد أهليتهم القانونية في التعامل والتحقق من مضمون هذا التعامل وسلامته وكذلك جديته وبعده عن الغش والاحتيال.

ويأخذ التوجيه الأوربي رقم 93 سنة 1999 بفكرة الموثق الإلكتروني وأطلق عليه تسمية مقدم خدمات التصديق وهي نفس التسمية التي جاء بها المشرع الجزائري في المرسوم التنفيذي 07-162.

الطبيعة القانونية لنشاط مقدمي خدمات التصديق الإلكتروني بموجب المرسوم التنفيذي 07-162 ممارسة نشاط التصديق الإلكتروني يتطلب الحصول على ترخيص تمنحه سلطة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، وهذا الترخيص يكون مرفق بدفتر الشروط يحدد حقوق وواجبات مؤدي الخدمات والمستعمل.

أما عن الأشخاص الذين يجوز لهم قانونا ممارسة هذا النشاط، يجب أن تتوفر فيهم نفس الشروط لممارسة نشاط تقديم الانترنت في الجزائر.

إن نشاط مقدمي خدمات التصديق الإلكتروني نشاطا اقتصاديا يخضع للقيد التجاري طبقا للقانون التجاري.

وبذلك تكون جهة التوثيق الإلكترونية مسؤولة عن توثيق العقد الإلكتروني، الأمر الذي يجعل الوضع تطبيقا لمهمة الموثق العادي¹.

¹ ناجي الزهراء، التجربة التشريعية الجزائرية في تنظيم المعاملات الإلكترونية المدنية والتجارية، المؤتمر العلمي المغاربي الأول حول المعلوماتية والقانون، المنعقد في الفترة من 28 إلى 29 أكتوبر 2009، أكاديمية الدراسات العليا - طرابلس -، ص ص 10 14.

المبحث الثالث: تقييم دور وسائل الدفع الإلكترونية في نمو التجارة الإلكترونية في الجزائر 2008-2014.

إن التغيرات العالمية الجذرية والناجمة عن الثورة التكنولوجية كان لها آثار بالغة على كيفية ممارسة النشاطات التجارية، وكان من أهم ثمار هذه التغيرات هو ميلاد التجارة الإلكترونية كنمط حديث للمبادلات التجارية ما لبث أن تخطى كل الحدود الواسعة وتوسع انتشاره وتنامت معدلاته على الساحة الاقتصادية العالمية والعربية، والجزائر كجزء من الأمة العربية تتوفر على العديد من المؤهلات التي تمكنها من الانسحاق ضمن هذه الديناميكية العالمية والعربية لتطبيق التجارة الإلكترونية.

المطلب الأول: التجارة الإلكترونية على مستوى العالم

ذكر تقرير صادر عن مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (أونكتاد)، يوم 16-12-2016، أن حجم التجارة الإلكترونية قفز على المستوى الدولي من 16 تريليون دولار عام 2013 إلى 22 تريليون عام 2015، وبلغت مبيعات التجارة الإلكترونية العالمية لعام 2016 ما يقارب 1.9 تريليون دولار ما يشكل 7.4% من مبيعات التجارة العالمية من نفس السنة، وأن نسبة 53.9% من إجمالي المستهلكين على مستوى العالم يميلون لاستخدام هواتفهم الذكية عند تصفح المتاجر الإلكترونية، في حين يكمل 76.9% منهم خطوة الدفع وتحويل الأموال عبر جهاز الكمبيوتر، وأوضح هذا التقرير أن هذا التطور في حجم التجارة الإلكترونية مرشح للزيادة بقوة خلال السنة المقبلة (2017)، لاسيما بعد تدشين منصة (التجارة الإلكترونية للجميع) على شبكة الانترنت اعتبارا من شهر أفريل من عام 2017، وأكد أن هذا التطور سيساهم بشكل كبير في تحفيز العديد من الاقتصاديات ليس فقط من خلال عمليات التداول كالبيع والشراء، ولكن أيضا فتح فرص عمل كبيرة ومهمة في المجالات ذات الصلة قد تصل إلى 140 مليون وظيفة في مختلف الدول النامية المهتمة بهذه التجارة.

وأوضح أن منصة (التجارة الإلكترونية للجميع) حظيت بدعم منظمات محلية ودولية ومؤسسات مصرفية إقليمية معنية بهذه التجارة لتعزيز قدراتها على مساعدة الدول النامية ماليا وتقنيا. وأشار التقرير إلى أن هذه المنصة الإلكترونية ستساعد بشكل كبير على نقل المعرفة وتبادل الخبرات بين مختلف الجهات، سواء من القطاع العام أو الخاص، في الدول المتقدمة في هذا المجال والدول المعنية بالاستفادة من هذه الفرصة الاقتصادية، وذكر أن المنصة الإلكترونية سيتم افتتاحها رسميا خلال مؤتمر (أسبوع التجارة الإلكترونية) بالأمم المتحدة في 24 أفريل المقبل، برعاية كل من بريطانيا وكوريا الجنوبية والسويد وفنلندا¹.

¹ www.menara.na le24-04-2017 12h16

وعلى الصعيد العالمي تصدرت لوكسمبورغ وأيسلندا والنرويج وكندا واليابان وبريطانيا وسويسرا ونيوزيلندا على الترتيب قائمة أكثر الدول اهتماما بالتجارة الإلكترونية من ناحية تيسير الإمكانيات ذات الصلة وأيضا ثقة المستهلك في الخدمات المتعلقة بها، وصنف المؤشر إقليمي أوروغواي الأفضل أداء في أمريكا اللاتينية ومنطقة البحر الكاريبي وفي المرتبة الـ 61 في المؤشر بينما حلت جنوب أفريقيا كالأوفر حظا في الاستعداد للتجارة الإلكترونية في القارة الأفريقية ويعتمد المؤشر على بيانات تتعلق باستخدام الإنترنت سريع الاتصال والخوادم الآمنة لنقل البيانات واستخدام بطاقات الائتمان وكفاءة الخدمات البريدية وهي العوامل التي تختلف بشدة من بلد إلى آخر حتى داخل المنطقة الجغرافية الواحد¹.

وعلى سبيل المثال ساهمت المبيعات التي تمت انطلاقا من هاتف ذكي بفرنسا في نمو التجارة الإلكترونية عام 2016، وهذا حسب أرقام فدرالية التجارة الإلكترونية والبيع عن بعد "FEVAD" حسب ما ذكرته وكالة رويترز.

وأظهرت الأرقام أن المبيعات على الخط سجلت زيادة بـ 14.6 بالمائة خلال العام الماضي بقيمة مالية وصلت 72 مليار أورو، بعد أن سجلت ارتفاعا بـ 14.3 عام 2015.

وفي المتوسط انفق مشتري على الانترنت نحو 2000 أورو في 2016 مقابل 1780 أورو عام 2015، وتعود هذه الزيادة بتنوع العروض وديناميكيته على الخط مقارنة بالعروض التقليدية.

وفي نهاية العام 2016 أحصى السوق الفرنسي أكثر من 200 ألف موقع نشط ما يمثل عشر مرات ضعف ما كان عليه العدد قبل 10 سنوات حسب تأكيد رويترز.

وقفزت عمليات الشراء التي تمت انطلاقا من أجهزة نقالة بـ 30 بالمائة في 2016 ما يمثل 15 بالمائة من سوق المبيعات على الخط، وفي نهاية العام الماضي، مثلت التجارة الإلكترونية 8 بالمائة من مجموع مبيعات تجارة التجزئة الفرنسية².

وفيما يلي عرض جدول يوضح ترتيب بعض الدول عالميا في مجال التجارة الإلكترونية:

¹ www.alqabas.com le24-04-2017. 17h23.

² www.aljazairalyoum.com le24-04-2017. 12h07.

الجدول رقم (7-1): ترتيب بعض الدول عالميا في مجال التجارة الالكترونية

الدولة	الترتيب
الو.م.أ	1
الصين	2
المملكة المتحدة	3
اليابان	4
الإمارات	22
السعودية	28
الكويت	40
إفريقيا الجنوبية	61
جزر موريس	70
تونس	73
المغرب	79
الجزائر	95
نيجيريا	99

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الموقعين:

.. le24-04-2017. 17h34 www.alssabah.ma

.C4c.edu.sa.le23-04-2017.17h48

من خلال الجدول نلاحظ أن أول دولة تحتل الصدارة في مجال التجارة الالكترونية هي الو.م.أ ثم تليها الصين ثم المملكة المتحدة وبعدهم اليابان ثم تليها باقي الدول ونجد من بينها الجزائر التي تحتل المرتبة 95 من 137 دولة.

المطلب الثاني: التجارة الإلكترونية في الوطن العربي

إن ما يشهده العصر الحالي من تطور كبير في استعمال التكنولوجيا للأغراض التجارية فرض على جميع الدول رهان تبني التجارة الإلكترونية، حيث سعت هذه الدول ومن ضمنها البلدان العربية إلى تطبيق التجارة الإلكترونية وجني الفوائد الكامنة منها ولو بمستويات متفاوتة.

الفرع الأول: واقع التجارة الإلكترونية في الوطن العربي

بالنظر إلى الفترة الماضية نجد أن حجم سوق التجارة الإلكترونية في المنطقة العربية ارتفع بشكل ملحوظ خلال السنوات الماضية، ونما من 7 مليارات دولار عام 2011 إلى 15 مليار دولار عام 2015 (حسب تقارير شركة PayPal العالمية)، وأن عدداً لا بأس به من مواقع التجارة الإلكترونية المتميزة في العالم العربي تنصدر قوائم الأعمال الرائدة، ونجحت نجاحاً باهراً في المنطقة العربية، وحققت أرباحاً كبيرة، بل وأصبحت تجذب انتباه كبرى الشركات العالمية التي يعمل بعضها حالياً على دراسة الاستحواذ على مثل هذه المواقع، مثل ما يجري الآن ما بين عملاق التجارة الإلكترونية في العالم (Amazon.com) وشركة التجارة الإلكترونية الأكبر في الشرق الأوسط (Souq.com). هذه النجاحات التي تشير إلى تغيير كبير في مفهوم التجارة في العالم العربي (المعتاد على النمط التقليدي ومحال التجزئة التجارية أو المكاتب - والذي يعتبر نمطاً محدوداً جغرافياً)، لها دلالات أخرى ذات علاقة بالتغيير الذي طرأ على المجتمع والمنظومة الاقتصادية في الدول العربية ككل. فالباحث في هذا المجال يجد أن من أسباب تطور ونجاح شركات التجارة الإلكترونية في العالم العربي، هو إقبال شريحة كبيرة من المجتمع العربي (الذي يعتبر في معظمه من فئة الشباب والذي يعتبر الجيل المنفتح على التكنولوجيا والانترنت) على الشراء إلكترونياً، وذلك لتأمينها منتجات وخدمات بأسعار منخفضة مقارنة بالمُتاجر التقليدية، ومساهمتها في توفير وقت وجهد المستهلك، بل إن التغيير لم يتوقف عند المشتري وحسب، فالمصانع والشركات انتبهت إلى أهمية التجارة الإلكترونية، والأرباح التي يمكن تحقيقها من خلال الوصول إلى أسواق جديدة، وبدأت تروج لمنتجاتها وخدماتها للبيع إلكترونياً. ولا بد من الإشارة هنا إلى الانتشار الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية وحلول الأعمال التي تقدمها هذه المواقع لتسهيل عمليات البيع والشراء الإلكتروني، كما هو الحال مع عملاق مواقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك"، بل أن الحكومات لها دور كبير في تعزيز هذا النجاح من خلال توفير الإطار القانوني لتسهيل عمل شركات التجارة الإلكترونية كما هو الحال في دولة الإمارات العربية المتحدة، وعلى وجه الخصوص إمارة دبي وأبو ظبي، كما أن المنظومة المالية والقطاع البنكي في المنطقة العربية ساهم بشكل كبير على ازدهار ونمو هذه التجارة من خلال توفير الخدمات والبنية التحتية

للتعاملات المالية الالكترونية، والتي تحتاجها هذه المواقع للعمل المحلي والإقليمي والدولي، الأمر الذي كان له آثار إيجابية على تطور الخدمات البنكية في المنطقة العربية، وخصوصاً بما يتعلق بالبطاقات البنكية التي يتم استخدامها، أما على المستوى المحلي للشبكة المالية الإلكترونية للدولة نفسها (كما هو الحال لشبكة الـ KNET في دولة الكويت على سبيل المثال)، أو على المستوى الخارجي الدولي (كما هو الحال عند استخدام بطاقات الـ Visa والـ Master Card) لم تكتفِ التجارة الإلكترونية بتغيير العادات الشرائية في المجتمع وحسب، بل إن قدرتها على التأثير في قطاعات اقتصادية خدمتية أخرى تركت الأثر الكبير في تطور ونمو وازدهار هذه الخدمات في اقتصاديات الدول العربية، ومثلت حلولاً إيجابية لبعض المشكلات الاقتصادية كالبطالة وتوفير بيئة مناسبة لرواد الأعمال لبدء شركات جديدة تدعم التجارة الإلكترونية.

وتجدر الإشارة إلى أهمية التأثير الذي تركته التجارة الإلكترونية بما يتعلق بقطاع خدمات التسويق، حيث تم إيجاد وتطوير قطاع تسويق جديد خاص بالخدمات والتجارة الإلكترونية، وهو التسويق الرقمي والتسويق الإلكتروني، الذي انتشر بشكل كبير في العالم العربي أخيراً (eMarketing – Digital Marketing) وساعد في توظيف أعداد كبيرة من الخريجين.

ولو توسعنا في آثار التجارة الإلكترونية، لوجدنا أنها وصلت إلى المنظومة التعليمية كذلك، فنرى اليوم التخصصات التعليمية الكثيرة والمختلفة في جامعات الدول العربية ذات العلاقة بشكل مباشر بالتجارة الإلكترونية، بل إن بعض الجامعات بدأت بمنح درجات علمية متخصصة بالتجارة الإلكترونية.

جميع المؤشرات تدل على أن العالم العربي يتوجه إلى التجارة الإلكترونية، والاعتماد عليها بشكل أكبر، بل إن العالم اليوم ينظر إلى المنطقة العربية على أنها الأسواق التي تنمو وتزدهر التجارة بها إلكترونياً، وعلى الشركات العالمية أن تتسابق بالدخول إلى هذه المنطقة والاستثمار في هذا المجال بأسرع وقت ممكن، فنجد على سبيل المثال شركة PayPal العالمية تركز نشاطها حالياً في الدول العربية ومنطقة، لاغتنام نتائج هذا النمو، والتطور في حجم التجارة الإلكترونية العربية، ولا بد من القول إن التجارة الإلكترونية لن تقضي على التجارة التقليدية ومحلات التجزئة في العالم العربي، فهي لم ولن تتمكن من فعل ذلك في أسواق الدول الأوروبية، ومتاجر الولايات المتحدة الأميركية، ولكن على جميع المؤسسات التجارية في العالم العربي التوجه إلى التجارة الإلكترونية وتفعيل منصتها ومتاجرها على شبكة الانترنت، لكي تحجز لنفسها مكاناً رائداً في هذا المجال، قبل أن تجد نفسها خارج نطاق المنافسة¹.

¹ www.aljazairalyoum.com.le 24-04-2017.12h24.

فيما يلي سيتم استعراض أنواع المنتجات التي يتم شراؤها عبر الانترنت:

الجدول رقم (8-1): أنواع المنتجات التي يتم شراؤها على الانترنت

المنتج/الدولة	السعودية	الإمارات	لبنان	مصر	الكويت	الأردن
الالكترونيات	×	×	×	×	×	×
أزياء	×	×	×	×	×	×
الصحة والجمال	×	×	-	×	-	-
الكتب	-	×	×	-	×	×

المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على تقرير إحصائيات وأرقام حول التجارة الالكترونية والانترنت في الوطن العربي، على الموقع:

lo.hsoub.com.le 17-04-2017. 23h51.

فيما يلي سيتم استعراض حجم المشتريات عبر الانترنت في الدول العربية:

الجدول رقم (9-2): حجم المشتريات عبر الانترنت في الدول العربية

الدولة	السعودية	الإمارات	مصر	لبنان	الكويت	الأردن
حجم المشتراة ب مليون	10.6	6.8	15.2	2.6	2.4	1.6

المصدر: : من إعداد الطالبتين، مرجع سبق ذكره.

نلاحظ من خلال الجدول أن السعودية هي أكبر دولة من حيث حجم المشتريات عبر الانترنت في الدول العربية ثم تليها الإمارات مصر لبنان ثم تليها باقي الدول.

فيما يلي سيتم استعراض حجم السوق التجارة الالكترونية في الدول العربية:

الجدول رقم (10-3): حجم سوق التجارة الالكترونية في العالم العربي

يصل حجم سوق التجارة الالكترونية في العالم العربي حوالي 7 مليار دولار موزعة كالتالي:

الدولة	السعودية	الإمارات	مصر	لبنان	الكويت	الأردن
حجم السوق	1.5	2.3	1.4	0.28	0.56	0.21

المصدر: من إعداد الطالبتين، مرجع سبق ذكره.

نلاحظ من خلال الجدول أن اكبر حجم في السوق السعودية ثم تليها الإمارات ثم تأتي باقي الدول العربية من حيث حجم سوق التجارة الالكترونية.

عرض بعض الدول العربية المتصدرة في مجال التجارة الالكترونية في الآتي:

الجدول رقم (11-4): الدول العربية المتصدرة في مجال التجارة الالكترونية

الدولة	الإمارات	السعودية	مصر	الكويت
الرتبة	1	2	3	4

المصدر: من إعداد الطالبتين، بالاعتماد على، تقرير عن التجارة العربية في الوطن العربي، على الموقع:

Smead visor.arabia.com.le23-04-2017.23h29.

نلاحظ من خلال الجدول:

أن دولة الإمارات العربية المتحدة تحتل المرتبة الأولى وهذا يعود أن سكان دولة الإمارات الذين يقارب عددهم العشرة ملايين نسمة، حوالي تسعين بالمائة منهم يستخدمون الانترنت وأكثر من 30% يشتررون عبر الانترنت، أما المملكة العربية السعودية تأتي في المركز الثاني بعدد سكان يقدر بثمانية وعشرون مليون نسمة، ما يقارب 50% منهم يستخدمون الانترنت وما يقارب 10% تجارة الكترونية، ومصر تأتي في المرتبة الثالثة وهي الأكثر كثافة من السكان عربيا ما يقارب التسعين مليون نسمة، أقل بقليل من نصفهم يستخدم الانترنت، وحوالي 10% منهم يبيعون ويشتررون عبر الانترنت، أما دولة الكويت تحتل المرتبة الرابعة بعدد سكان يقدر بثلاثة ملايين وثلاثة مائة ألف نسمة، حوالي 90% منهم مستخدمين الانترنت وحوالي 40% تجارة الكترونية.

الفرع الثاني: بعض تجارب التجارة الالكترونية في الوطن العربي

سنحاول من خلال هذا الفرع استعراض بعض تجارب عن التجارة الالكترونية في الوطن العربي فيما يلي:

1. التجارة الالكترونية في الإمارات العربية المتحدة:

تبين الإحصائيات أن سكان دولة الإمارات الذين يقارب عددهم العشرة ملايين نسمة، حوالي تسعين بالمائة منهم يستخدمون الإنترنت! وأكثر من ثلاثون بالمائة منهم يشتررون عبر الإنترنت. استحوذت دولة الإمارات على 35% من إجمالي تجارة السلع والعملات خلال العام الماضي متصدرة المركز الأول في قائمة أكثر الأسواق نشاطاً في تجارة العملات، الأمر الذي يعكس التطور الكبير الذي شهده القطاع

مدعوماً بالجهود التي بذلتها هيئة الأوراق المالية والسلع، التي قامت بتنظيم عمل القطاع من خلال إصدار التشريعات التي أسست لإطلاق منصة التداول الإلكترونية في بورصة دبي للذهب والسلع قبل عدة سنوات. وتعد الإمارات سبّاقة على مستوى العالم العربي في وضع التشريعات التي تنظم عمل تجارة السلع والعملات وتوفير منصة تداول تضاهاي نظيراتها في الدول الكبرى ما أسهم في استمرار النمو في القطاع، خصوصاً خلال السنوات الخمس الماضية.

ومن أهم الأسباب نجاح التجارة الإلكترونية في دولة الإمارات:

- الدراسات والأبحاث التي تقوم بها أو تدعمها الحكومة الإماراتية والمسؤولين (منذ قرابة العشرة أعوام تقريباً) التي تتعلق بتحديات ومعوقات انتشار مجال التجارة الإلكترونية؛
- التسهيلات الحكومية التي ساهمت في خلق بيئة أعمال حقيقية ومشجعة على الاستثمار في مجال التجارة، والتي يتمثل أهمها في إقامة المناطق الحرة وهو ما سهل كثيراً على المستثمرين الصغار والكبار إنشاء شركات تجارية تقليدية أو إلكترونية، مع إمكانية أن تكون هذه الشركات حقيقية أو ظاهرية (مجرد مستندات شركة رسمية ولا يلزم وجود مقر أو مكتب لها)؛
- نشر ثقافة التجارة الإلكترونية عن طريق إقامة الدورات التدريبية والندوات والمؤتمرات على مستوى رواد الأعمال وكذلك المستخدمين العاديين لتعزيز هذه الثقافة في المجتمع؛
- وجود بنية تحتية متطورة في مجال الاتصالات، وتلك كانت من أهم العوامل التي أسهمت في ازدهار التجارة الإلكترونية وإقبال المستثمرين على إنشاء مشاريعهم المتعلقة بهذا المجال في دولة الإمارات¹.

2. التجارة الإلكترونية في السعودية:

تعد التجارة الإلكترونية صناعة ناشئة بالسعودية وتأتي بالتوافق مع الرؤية المستقبلية 2030، حيث حققت عام 2015 نمواً جيداً، وذلك عائد لارتفاع عدد مستخدمي الانترنت في البلاد من 19.6 مليون إلى 24 مليون ما بين عامي 2014 و2016، وفقاً لتقرير هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات عن الربع الثالث لهذا العام (2016)، وتشهد التجارة الإلكترونية في السعودية نمواً كبيراً نتيجة توفر طرق الدفع المناسبة وتحسن وسائل الشحن وتغير ثقافة المجتمع في السنوات الأخيرة لهذه التجارة لتوفر وسائل التواصل الاجتماعي وانتشار الهواتف الذكية التي أصبحت إحدى القنوات الفعالة في إتمام الكثير من العمليات الشرائية، وأوضحت بيانات الشبكة السعودية للمدفوعات (مدى) أن عام 2015 شهد تسجيل أكثر من 1.1 مليار عملية مالية بقيمة إجمالية فاقت 166 مليار دولار بمتوسط عمليات شهري يفوق 13

¹ تقرير عن التجارة العربية في الوطن العربي، على الموقع:

مليار دولار، من خلال أكثر من 17 ألف صراف آلي وما يزيد على 225 ألف جهاز نقاط بيع تنتشر في مختلف أنحاء البلاد، مضيفة أن عام 2015 سجل نموا مطردا في عديد من أجهزة البيع لدى منافذ الدفع بنسبة 62% مقارنة بالعام الذي قبله¹ 2014.

3. التجارة الالكترونية في الكويت:

صنف مؤشر التجارة الالكترونية الصادر عن مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (اونكتاد) اليوم الجمعة 22-04-2016، دولة الكويت في المرتبة الرابعة خليجيا والثامنة ضمن أفضل عشرة اقتصاديات نامية في مجال التجارة الالكترونية وفي المرتبة الأربعين على مستوى 137 دولة.

وأوضح (اونكتاد) في تقرير أن دولة الكويت تسبق في تقييم الاقتصاديات النامية كلا من تشيلي وماليزيا لكنها تلي كلا من دولة الإمارات العربية المتحدة وقطر والبحرين بينما تصدرت كوريا الجنوبية وهونغ كونغ وسنغافورة تلك القائمة.

وأوضح التقرير إن إقبال الكويتيين على التجارة الالكترونية بدا واضحا بسبب انتشار شبكة الانترنت والتعامل بالبطاقات الائتمانية فضلا عن ثقة المستهلكين المتنامية في سرية المعطيات التي يقدمونها على الانترنت لإتمام عمليات الشراء².

4- التجارة الالكترونية في العراق:

أظهر التقرير الذي صدر مؤخرا عن إحدى الشركات بأن التجارة الإلكترونية ستكون المحرك الرئيس لاقتصاديات العالم العربي خلال العشرة أعوام المقبلة، توقع خبير في مجال الالكترونيات والانترنت نجاح وتطور هذا النوع من التجارة في العراق لامتلاكه المقومات الأساسية لها متمثلة بانتشار خدمة الانترنت في عموم البلد.

وأضاف المختص في مجال الانترنت والبرمجيات الالكترونية المهندس علي معروف في تصريح لـ(الصباح) أن هذا النوع من التجارة ظهر في العراق منذ العام 2007 ولكنه كان ظهورا ضعيفا بسبب الأوضاع آنذاك مشيرا إلى أن هذا النشاط من التجارة عاد للظهور بقوة بعد بروز مواقع الكترونية عراقية تعلن عن بيع السلع الشخصية والحاجات الصغيرة إلى أن وصلت مرحلة تخصصت فيها هذه المواقع لتبيع

¹ www.aawsat.com le24-04-2017 17h53.

² www.alqabas.com le24-04-2017. 17h23.

العقارات والسيارات وغير ذلك.

ولفت إلى نمو شبكات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت وزيادة تأثيراتها على قرارات الشراء والتسوق نتيجة التفاعل المتزايد بين مستخدمي تلك الشبكات ودورها في توسيع هذه التجارة لتخرج من إطارها المحلي إلى الإقليمي والخارجي. وأشار إلى أن تنشيط هذه التجارة وتفعيلها بصورة أكبر يتطلب تطوير وسائل الدفع الإلكتروني لتلبية متطلبات المستهلكين في المنطقة، بما يضمن لهم إدخال الأموال إلى العراق من أرصدتهم في الخارج، لافتاً إلى إن إدخال الأموال إلى البلد أصعب منه إخراجها وتحويلها بسبب الإجراءات الصارمة في منع عمليات غسيل الأموال. وأكد معروف أهمية فتح الاعتمادات الإلكترونية في المصارف للحوالات الخارجية خصوصاً لمستخدمي حسابات الفيزا والماستر كارد كونها واسعة الانتشار والتعامل فيها بصورة واسعة في بلدان العالم كافة. وكان البنك المركزي قد أكد في وقت سابق إمكانية توسيع أعمال المصارف وشركات التحويل المالي وشركات الهاتف النقال وممارسة أي من نشاطات الدفع الإلكتروني في حال رغبتهم في العمل بنظام خدمات الدفع الإلكتروني للأموال المرقم 2 لسنة 2014. ويتوقع التقرير الذي أصدرته شركة بيفورت، حول «مؤشرات صناعة المدفوعات الإلكترونية في العالم العربي لعام 2014» أن يرتفع حجم المبيعات في صناعة التجارة الإلكترونية في العالم العربي من 9 مليارات دولار في العام 2012 إلى 15 مليار دولار في العام 2015. أما بالنسبة للتجارة عبر الهواتف المحمولة فمن المتوقع أن ترتفع المبيعات التي تتم عبرها من 900 مليون دولار في العام 2012 إلى 3 مليارات دولار في العام 2015، الأمر الذي يعكس الإمكانيات الضخمة التي تمتاز بها هذه القناة التجارية في المنطقة. ويشير التقرير إلى أن العام 2014 شهد ما يمكن أن نطلق عليه «ثورة الإنترنت» في العالم العربي، حيث ارتفع عدد المستخدمين إلى 28 مليون مستخدم. وتشهد المنطقة العربية نمواً متواصلاً ومتسارعاً وبمعدلات ضخمة نحو الاعتماد على التجارة والخدمات الإلكترونية وسط معدل نمو في المدفوعات الإلكترونية يتضاعف سنوياً، وقد أسهم انتشار التليفونات المحمولة الذكية في لعب دور رئيس في نمو الاعتماد على الدفع الإلكتروني، حيث أصبحت التليفونات المزودة بخدمة الإنترنت متاحة بشكل أكبر في المنطقة¹.

5- التجارة الإلكترونية في لبنان:

تمكّنت التجارة الإلكترونية من بلوغ مكانة بارزة في أسواق التجارة العالمية حتى أن أرباحها ارتفعت من 400 مليار دولار في عام 2010 إلى نحو 800 مليار دولار في عام 2015. إلا أن التجارة الإلكترونية في العديد من الدول العربية وبينها لبنان لازالت في مستويات متدنية وتعاني من معوقات تتمثل بنقص في بوابات الدفع الإلكترونية وما هو أخطر من ذلك ضعف ثقة الجمهور بالدفع

¹ www.alsabaah.iq le 23-04-2017 17h48.

عبر الانترنت.

من هنا جاءت مرتبة لبنان متدنية بين دول العالم في مؤشر التجارة الالكترونية للعام 2016، الذي أصدره مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد) ويقيم من خلاله استعداد البلدان للخوض في التجارة الالكترونية.

فقد سجل لبنان نتيجة 57.4 نقطة في المؤشر محتلا بذلك المرتبة الخامسة بين 14 دولة عربية واردة في التقرير والمرتبة 48 عالميا متقدم من المرتبة 51 في مؤشر التجارة الالكترونية للعام 2014. وبذلك يكون لبنان قد سجل ثالث أعلى نتيجة أي 79 في المنطقة من حيث مؤشر كفاءة الخدمات البريدية في حين وصلت نتيجة مؤشر استخدام الانترنت إلى 75 بالمائة ونسبة الأفراد الذي يستخدمون بطاقات الائتمان 11 بالمائة وبلغ عدد الخوادم الآمنة لكل مليون نسمة 65¹.

5- التجارة الالكترونية في تونس:

يعد انجاز دراسة تهتم بواقع وآفاق التجارة الالكترونية في تونس من أبرز المشاريع المبرمجة لسنة 2017 في هذا المجال، بحسب ما أكده كاتب الدولة المكلف بالتجارة فيصل الحفيان، الأربعاء. وبين الحفيان، في إطار الدورة الثانية لمنتدى " التصدير على الخط"، التي انتظمت بسوسة أن هذه الدراسة ستكون من تحديد واقع هذا النشاط على جميع المستويات وتحديد الإشكالات المطروحة، التي تعيق تطوره بالنسق المطلوب كما ستقترح خطة عمل من شأنها أن تنظم هذا النشاط، ومشاريع وإجراءات عملية تأخذ بعين الاعتبار التطور الهام للممارسات المستحدثة.

وأشار الحفيان الى أن بحث مشابه أنجز في 2012 أ ظهر أن المستهلك التونسي مستعد لاقتناء حاجاته عبر الانترنت بنسبة 68 بالمائة (من العينة المستوجبة حينها) وهو ما "يعكس تعطش المستهلك لمواكبة التحولات".

وذكر كاتب الدولة أن الوزارة، في إطار التعاون مع مختلف الأطراف المعنية بتنفيذ إستراتيجية " تونس الرقمية 2020"، تقوم بانجاز جملة من المشاريع الكبرى في مجال التجارة الالكترونية من أهمها مشروع المنصة التجارية الالكترونية الذي أرسى بالتعاون بين كل من البنك الدولي ومركز التجارة العالمي، والذي يهدف إلى دعم الجهود الوطنية لدفع التصدير وذلك بالخصوص من خلال ضمان تواجد المنتجات التونسية على الخط ودعم انخراط المؤسسات المصدرة بالمنصات التجارية الافتراضية الدولية. وذكر بمشروع التكوين والمساندة الفنية في مجال التجارة الالكترونية، الذي يجري انجازه في إطار التعاون التونسي الايطالي، وبالتنسيق مع غرف التجارة والصناعة بالجهات، والذي ساهم في تكوين 17 إطارا في ميدان التجارة الالكترونية قاموا بدورهم بتأطير نحو 270 مؤسسة اقتصادية في كل من سوسة وصفاقس

¹ www.almodon.com le 24-04-2017. 20h45.

وتونس ونابل وباحة وقابس وبنزرت.

واعتبر منظمو المنتدى أن الهدف من وراء تنظيم دورة ثانية، إلى جانب ترسيخ ثقافة التجارة الإلكترونية والحث على استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتشمل جميع القطاعات الاقتصادية، هو تقديم آخر المستجدات التشريعية على المستويين الدولي والوطني والتشجيعات والحوافز المتوفرة لتنمية هذا النشاط. وشمل برنامج المنتدى تنظيم ورشات عمل حول مسار المبادلات التجارية الإلكترونية في جانبها المتعلق بالإجراءات الجمركية وعمليات الفوترة الإلكترونية ووسائل الدفع والتسليم.

وتناول المشاركون شروط نجاح المبادلات التجارية الإلكترونية من خلال تقديم شهادات حية لمؤسستين تقومان بالتصدير على الخط والتعريف بأهم الأسواق الافتراضية المحلية والعالمية. وتميزت الدورة الثانية لمنتدى التصدير على الخط بتنظيم لقاءات ثنائية بين ممثلي المؤسسات الاقتصادية ونخبة من الخبراء المهنيين في مجال التجارة الإلكترونية قدموا من فرنسا وبريطانيا وألمانيا، تولوا أيضا إبراز دور التكنولوجيا الرقمية في الترويج للسياحة وللصناعات التقليدية¹.

6- التجارة الإلكترونية بالمغرب:

يعرف الإقبال على المواقع الإلكترونية ارتفاعا متواصلا من سنة إلى أخرى، إذ تفيد معطيات مركز النقدييات أن المغاربة أنجزوا مليونا و 700 مبادلة تجارية عبر الانترنت، خلال النصف الأول من السنة الجارية (2016)، ما يمثل ارتفاعا بنسبة 51.8% بالمقارنة مع الفترة ذاتها من السنة الماضية (2015) وأصبحت التجارة الافتراضية أحد مظاهر التسوق بعد أن كانت محدودة في السابق لكن رغم التطور المتواصل لهذا النوع من التجارة، فإن المغرب ما يزال يصنف في رتب متأخرة مقارنة مع بلدان مماثلة ويطرح التساؤل حول ما إذا كانت هذه الطفرة ناتجة عن حاجة مجتمعية، أم أن الأمر يتعلق فقط بموضة دخيلة على عادات المجتمع.

تمكن المغرب من تحسين ترتيبه الدولي في ما يتعلق بالتجارة الإلكترونية خلال السنة الجارية، لكنه ما زال يحتل رتبا متأخرة إذ صنف في الرتبة 79 من ضمن 137 بلدا وذلك بناء على مؤشر التجارة الإلكترونية الذي يعده مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، ويرتكز نظام التجارة الإلكترونية على الأداء بالبطاقات البنكية في شبكة الانترنت عبر وسيط يوفر للمقاولات بنية تكنولوجية مؤمنة تمكنها من بيع منتجاتها وخدماتها عبر الانترنت في المغرب والخارج، ويتعلق الأمر بشركة "مروك تلي كومرس" التي تأسست في 2001 بمبادرة البنك الشعبي والبنك المغربي للتجارة والصناعة والشركة العامة ومصرف المغرب والبنك

¹ www.ar.webmanagercenter.com le24-04-2017 18h29.

التجاري والبنك المغربي للتجارة الخارجية، إضافة إلى فاعلين في مجال تكنولوجيات الاتصال الحديثة، ويوفر هذا الوسيط خدماته من خلال استعمال قاعدة مركز النقديات لمعالجة تراخيص الأداء و مقاصة العمليات التجارية وفقا للشروط العامة والخاصة المتفق عليها بين التاجر الإلكتروني ومركز النقديات. وساهم التطور المتواصل لتكنولوجيات الاتصال في إحداث تغييرات هامة في عادات التبضع لدى المغاربة، إذ أصبح التسوق عبر شبكة الانترنت يعرف ارتفاعا متواصلا، وارتفعت ثقة المغاربة في المواقع التجارية من أجل اقتناء مختلف حاجياتهم، إذ عرف هذا النوع من المبادلات التجارية ارتفاعا متواصلا خلال السنوات الأخيرة علما أنه كان محدودا في السابق.

وأرجع متتبعون هذا التطور إلى إجراءات الأمان التي اعتمدت وأصبح بالإمكان حاليا الأداء بكل أمان عبر شبكة الانترنت، إذ اتخذت كل إجراءات الأمان لتقادي أي قرصنة لبطاقات الأداء، فمن المستبعد أن يتم كشف الرقم السري لهذه البطاقات واستعمالها من طرف أشخاص آخرين، وذلك بفضل الشروط الاحترازية التي اعتمدت لتقادي مثل هذه الاختراقات على مستوى قاعدة المعلومات، فهناك منظومتان تتعلق الأولى بمعالجة طلبات الزبائن على الانترنت والتي تدبر من طرف شركة "ماروك تليكومرس"، التي تقوم بتحويل هذه الطلبات إلى مركز النقديات، الذي يتكلف بالمنظومة الثانية المتعلقة بتنفيذ التعاملات المالية المتعلقة بالعمليات التجارية التي تحال عليه في ما يخص المؤسسات البنكية التي ينتمي إليها طرفا المبادلة، ويعالج هذا النظام التعاملات التي تتم بواسطة البطاقات البنكية المحلية، وكذا بالنسبة إلى البطاقات الأجنبية التي تستعمل للأداء عبر المواقع التجارية المغربية.

وتعكس الإحصائيات الأخيرة أن قاعدة المغاربة الذين يفتنون ويؤدون عبر الانترنت تعرف اتساعا مستمرا، لكن بالموازاة مع توسع قاعدة المتبضعين من المحلات التجارية الافتراضية، فإن عددا من المترددين على هذه المواقع يشكون من تعرضهم للاحتيال من قبل بعض المواقع التجارية، خاصة في ما يتعلق بجودة وطبيعة المنتج الذي يتوصلون به، إذ يتفاجؤون بأنه يختلف عن المعلن عنه من قبل الموقع. لذا اعتبر عدد من ممثلي جمعيات المستهلك أنه يتعين إخضاع التجارة الإلكترونية لمقتضيات القانون رقم 31 - 08 المتعلق بحماية المستهلك، خاصة بعد انتشار هذا النوع من المعاملات التجارية، خلال السنوات الأخيرة، وطالب ممثلو جمعيات حماية المستهلك بضرورة إخضاع التجارة الإلكترونية لشروط الشفافية وتوفير المعلومات الكافية للمستهلك من أجل تمكينه من الاختيار الصائب، وحمايته من أي تدليس¹.

¹ www.alsabab.ma le24-04-2017 17h34.

المطلب الثالث: التجارة الالكترونية في الجزائر للفترة 2008-2014

بالرغم من نقص الأرقام الإحصائية عن التجارة الالكترونية في الجزائر إلا أننا سنحاول الحديث ولو في أسطر قليلة عنها وأهم التوقعات المستقبلية للتجربة الجزائرية في هذا المجال.

الفرع الأول: إحصائيات عن التجارة الالكترونية في الجزائر

تعتمد التجارة الالكترونية بشكل أساسي على وسائل الدفع الالكتروني حيث تعد محرك العمليات التجارية التي تتم في بيئة الأعمال الرقمية، وقد شرعت الجزائر بإصلاحات مصرفية عميقة من شأنها التسريع في تطوير التجارة الالكترونية والتسوق عبر الانترنت من خلال تحديث وسائل الدفع الالكتروني والتي يأتي على رأسها بطاقة الدفع الالكتروني العالمية " CBA Visa Gold " وهي عبارة عن بطاقة ائتمانية ترخصها هيئة عالمية " Visa " وعن طريق هذه البطاقة يمكن لصاحبها شراء المنتجات التي يرغبها على الانترنت من أي مكان في العالم وتحويل الأموال إلى البائع عن طريق إرسال المعلومات البنكية عبر البريد الالكتروني بشكل مشفر لضمان عدم قراءتها في حالة اعتراضها، غير أن ما يعيق هذه العملية في الجزائر هو بطء إجراءات تحويل الأموال عبر البنوك، فحسب مستثمر سعودي فإن تحويل الأموال من وكالة بنكية في بسكرة إلى وكالة أخرى في العاصمة تابعة لنفس البنك يتطلب 10 أيام كاملة، ناهيك عن تحويل أموال إلى مصرف آخر خارج البلاد فهذا يتطلب وقت أطول قد يتجاوز شهرين.

غير أن وزير المالية الجزائري أكد بأن الإصلاحات الجارية في القطاع المصرفي ستقلص مدة التحويلات وإلى جانب الاتفاق مع " Visa " صرحت المديرية العامة لبريد الجزائر عن مفاوضات تجريها الجزائر مع " Mastercard " للانضمام إلى نطاقها، علما أن هاتين الهيئتين " Visa و Mastercard " هما اللتين تصدران البطاقات الائتمانية ذات الاستعمال العالمي الواسع، أما بطاقة الدفع الالكتروني " Cach you " المنتشرة في منطقة الخليج العربي والشرط الأوسط فأبدت اهتماما خاص بالسوق الجزائرية، حيث نشرت عدة إعلانات في موقع مكتوب الذي يشترك في بريده الالكتروني أكثر من أربعة ملايين عربي تبحث عن موزعين لبطاقتها الالكترونية في الجزائر رغم أن المديرية العامة لبريد الجزائر نفت وجود أي اتفاق أو حتى مفاوضات مع إدارة " Cach you " لتوزيعها في الجزائر رغم إبداء بعض الجزائريين رغبة في التعرف على التسوق الالكتروني بواسطة بطاقات " Cach you " ¹.

ورغم التطورات التي شهدتها مختلف دول العالم في مجالات التجارة الالكترونية، لكن لا زالت الجزائر تتقدم بخطى متباطئة في هذا المجال والدليل على ذلك عدم وجود أرقام أو حتى دراسات توضح الحجم

¹ بن عيسى عنابي، عامر هواري، مرجع سبق ذكره، ص 07.

الفعلي لتعاملات التجارة الالكترونية في الجزائر خاصة من قبل المؤسسات المسؤولة كوزارة التجارة، والسبب يرجع لعدم وجود قوانين واضحة ومباشرة تنظم هذا النوع من التعاملات الجديدة على المجتمع ولربما التجارة الالكترونية لا تتجاوز الملايين من الدولارات في الجزائر.

لكن هذا القصور القانوني لم يمنع ظهور العديد من البوادر الذاتية التي لا زالت تصر على إقامة تجارة الكترونية في الجزائر، وتجدر الإشارة أن أول بدايات ظهور التجارة الالكترونية في الجزائر كان بربطها بالانترنت كوسيلة للاتصال من خلال ظهور شركات تزويد للانترنت سنة 1997 فكانت شركة جيكوس هي أول شركة جزائرية تتعامل بالتجارة الالكترونية لأنها كانت تقوم بربط المؤسسات والأفراد بالانترنت والدفع يكون بالحوالات أو نقداً، وهي تدخل ضمن مفهوم التجارة الالكترونية B2B و B2C كما وقد قام السجل التجاري بتخصيص رقم (code) للتجارة الالكترونية وهو 511145 وبحسب هذا الترقيم فهي كل نوع من تجارة تجزئة للمنتجات التي تتم عن بعد أو من المنزل عن طريق الهاتف أو الانترنت، إضافة إلى ظهور مواقع الويب الجزائرية والتي بدأت في التنامي في الآونة الأخيرة فقد بلغت 20 موقع لسنة 2002 ثم 2500 في فيفري 2004 لتتضاعف في نهاية 2004 إلى 5000 لتصل إلى 76000 موقع لسنة 2011.

ولقد بدأت المواقع التجارية في الجزائر في تثبيت مكانها لدى مقدمي خدمات الانترنت بل وتعدت لتكون جزءاً من حياة الكثير من المواطنين، فالكثير من المواقع أصبحت تلقى رواجاً وإقبالاً كبيرين لدى الزوار الجزائريين وحتى المؤسسات الاقتصادية أصبحت تعتمد على هذه المواقع لدعم عملياتها الاشهارية ومن بينها مؤسسة أيباد، ومن أمثلة هذه المواقع موقع "واد كنيس" ومكتب دراسات "واب ديالنا" وموقع "الجلفة أنفو" والموقع الواعد "أسواق الجزائر".

فحسب إحصائيات المركز الوطني للسجل التجاري فعدد المواقع المخصصة للتجارة الالكترونية تشهد ارتفاعاً من سنة إلى أخرى وهذا ما يثبت أن الجزائر تخطو خطوات إيجابية نحو إقامة التجارة الالكترونية فقد بلغ عدد مواقع التجارة الالكترونية 14 موقع سنة 2009 ثم 16 موقع سنة 2010 ثم 30 موقع سنة 2011 ثم 62 موقع سنة 2012 ليصل إلى 64 موقع سنة 2013.

حيث نجد:

وسائل الدفع الالكترونية في الجزائر:

17% فقط يمتلكون وسائل دفع الكترونية؛

حوالي 36% يريدون الحصول عليها؛

حوالي 87.2% يستخدمونها لسحب النقود؛

26.9% قاموا بالشراء بها؛

15.5% دفعوا قيمة فاتورتهم.

أما بالنسبة الذي يمتنى مستخدمو الانترنت اقتناءها عبر الانترنت:

55% تذاكر السفر؛

53.4% حجوزات سفر وفنادق؛

45.3% كتب وجرائد؛

أما بالنسبة للسلع:

55.3% أثاث وتجهيزات كهر ومنزلية؛

46% ملابس وجواهر وهدايا؛

34.9% أدوية¹.

الفرع الثاني: نظام الدفع الالكتروني في التجارة الالكترونية في الجزائر

حسب تصريح المديرية العامة لشركة تألية الصفقات البنكية المشتركة والنقدية SATIM بتاريخ 15-03-2010 أن جميع مواقع البيع النشطة على الانترنت تستخدم وسائل بديلة للدفع الالكتروني، كما أضافت أن الشركة تعمل على جوانب القانونية ليتمكن المشترون عبر الانترنت من دفع قيمة مشترياتهم عبرها وذلك باستخدام بطاقة CIB وذلك قبل نهاية 2013، كما أضافت أنه فيما يتعلق بالدفع عبر الانترنت من خلال بطاقة CIB وقد تم في هذا الإطار إنشاء أرضية آمنة (برنامج مابين البنوك)، وهذا البرنامج العملي والرائد تم إنشاؤه بالتعاون مع أحد البنوك وشركة نقل جوي، وتم التحكم في جميع الجوانب التقنية لخدمات الدفع الالكتروني عبر الانترنت، والعناصر التي حالت دون البدء في إنتاج هذه الخدمة تتعلق بالثغرات القانونية والتنظيمية التي تحكم البيع عن طريق الانترنت، حيث لا يوجد في القانون الجزائري أي قاعدة قانونية تحكم البيع عن بعد بشكل عام والبيع على الانترنت بشكل خاص، وبذلك حماية المستهلك عند الشراء على

¹ صراع كريمة، مرجع سبق ذكره، ص ص 151 155.

الانترنت غير مضمونة في حالة النزاع التجاري بين تاجر شبكة الانترنت ومشتري شبكة الانترنت.

كما أكد المدير العام ميشال برينات لشركة **OCTAVE.BIZ** وهي شركة فرنسية متخصصة في إنشاء المواقع الالكترونية في الجزائر أن إدخال نظام التوثيق للدفع الالكتروني بالتأكد سيسهل ويضاعف فرص السوق، وأضاف أن هذا لم يمنع بعض الرواد من الدخول إلى عالم التجارة الالكترونية في الجزائر فهناك العديد من البدائل لبطاقات الائتمان مثل الشيكات وغيرها.

نستشف من تصريح هذين المسؤولين أن منتجات الدفع الالكتروني في الجزائر لم تدخل نطاق الدفع على الانترنت مما يعني أنها لم تكن تساهم في مدفوعات التجارة الالكترونية، رغم أن عدد مواقع التجارة الالكترونية قد بلغ 186 موقع (163 شخص طبيعي و23 شخص معنوي)، وعددها في تزايد مستمر¹.

رغم هذه التصريحات التي تخص عدم استعمال منتجات الدفع الالكترونية في الجزائر في الدفع على الانترنت يمكن أن نصل إلى استثناءات فعلية عن التسديد على الانترنت لمدفوعات التجارة الالكترونية من خلال مراجعة بعض مواقع التجارة الالكترونية منها:

- **موقع dzsoq**: يقدم هذا الموقع خدماته عبر واجهتين بالفرنسية والعربية كما يوفر إمكانية الإعلان عبر صفحات الموقع، كما يعرض خدمات الدفع الالكتروني لبطاقات فيزا وماستر كارد، ولهذا الموقع عدة فروع مثل MASTER DZ.

- **موقع Epaydz**: مؤسسة ذات مسؤولية محدودة تقع في الحاضرة الالكترونية سيدي عبد الله في الجزائر العاصمة التي أنشئت منذ 2009، وهي مؤسسة تنشط عبر الانترنت تهدف لتعزيز تطور التجارة الالكترونية في الجزائر من خلال وسائل الدفع الالكترونية.

وتوفر epay خدمة الدفع عبر الانترنت، دفع المشتريات وتلقي الأموال. ولكن لا تسمح بتحويل واستقبال الأموال، للاستفادة من هذه الخدمات يتم إرسال معلومات البريد الالكتروني ورقم الهاتف إلى epay، تشترك epay مع بنكين التي يتم وضع فيهما أموال العملاء ويتم خصم تلقائيا في وقت المعاملة، يتم إخطار المتعاملين عن طريق البريد الالكتروني أو الرسائل القصيرة، بالإضافة إلى أن التسجيل فيه مجاني ويحدث على خلاف معظم حلول الدفع التي تقدمها البنوك على الانترنت.

وكشف المدير العام محمد حمزة أن المؤسسة توفر إمكانية الدفع عن طريق الانترنت بطريقة آمنة وفورية وهي

¹ Eco N°61-do 1^{er} mars au 15-03-2013,p30.

متاحة 24/24 ساعة وهذا من خلال الهاتف المحمول.

- تجربة شركة طيران الجزائر **Air Algerie**: تعرض شركة الطيران الجزائر خدماتها عبر الانترنت، وهي تجربة مباشرة بمستقبل التجارة الالكترونية في الجزائر من خلال تقديم خدمة التذكرة الالكترونية، ما عليك سوى الدخول إلى موقع الشركة ثم يتم التسجيل عن طريق البريد الالكتروني ثم يتم اختيار طريقة الدفع الالكتروني على البطاقة البنكية منها البطاقة الزرقاء، بطاقة فيزا وماستر كارد¹.

الفرع الثالث: المستقبل التجارة الالكترونية في الجزائر

إن تطور المعلومات والتكنولوجيا التي مست جميع نواحي المعاملات المالية والتجارية وبالخصوص المبادلات، وما نجم عنها من منافسة شديدة على المستوى التجاري بين المتعاملين من توفير خدمات للزبائن بأسهل الطرق وأسرعها وأكثرها أمانا، والجزائر لم تكن عن هذه التطورات إلا أنها لم تصل بعد إلى الحد الذي يمكن القول عنه أن التجارة الالكترونية في الجزائر ترقى إلى الدول الأخرى خاصة فيما يتعلق بمتطلبات عمل النظام النقدي الالكتروني والتجارة الالكترونية.

ويمكن أن يكون للتعامل الالكتروني كبير خاصة في ظل توافر المؤشرات التي قد تكون من الأدوات المستعملة في ذلك والتي تظهر في البنى التحتية:

- عدد المتعاملين في شبكة الهاتف النقال إذ يقدر عدد الزبائن المتعاملين الثلاث في الهاتف النقال حسب إحصائيات 2008 حوالي 29 مليون خاصة وأن التجارة الالكترونية تعتمد على الهاتف النقال في شديد بعض السلع؛
- وجود نسبة عريضة من المجتمع يعتمد على الانترنت.

هذا ولا بد من وجود بعض الشروط اللازمة لاستكمال الإطار التقني والقانوني في عمل التجارة الالكترونية حتى يكتب لها النجاح وتتمثل هذه الشروط فيما يلي:

- إصلاح وتطوير العمل بنظم الدفع الالكترونية على المستوى البنكي، وهذا ما يمكن من تطوير العمل التجاري الالكتروني والنقود الالكترونية والتسويق الالكتروني وبالخصوص تطوير العمل ببطاقات الدفع الالكتروني والنقود الالكترونية والبطاقات الائتمانية على المستوى البنكي وإتاحة الفرصة للمتعاملين بالسداد الالكتروني للفواتير؛

¹ صراع كريمة، مرجع سبق ذكره، ص ص 146، 161، 162.

- إضافة إلى ذلك تطوير العمل بالتحويلات الالكترونية للأموال عن طريق إنشاء شبكة بين البنوك ذات فعالية؛
- تحسين المؤسسات المالية والبنكية بضرورة تبني الخدمات الالكترونية من خلال تقديم الحوافز كتخفيض الاشتراكات في شبكة الانترنت وتخفيض الرسوم الجبائية على التعاملات الالكترونية بين المؤسسات والبنك؛
- ضرورة تدخل البنك المركزي باعتباره المتحكم في السياسة النقدية من خلال فرض العمل بأدوات الدفع الالكترونية، وقبول البنوك للتعامل مع المؤسسات التي ترغب في التعامل بالتجارة الالكترونية؛
- توفير البيئة التشريعية والقانونية المناسبة.

نظرا لزيادة حجم التبادل المعتمد على التجارة الالكترونية على المستوى العالمي، وضعت الجزائر القوانين التي يمكن أن تكون لها علاقة بعمل التجارة الالكترونية من أجل التكيف والمتغيرات الحاصلة في المنظومة العالمية كقانون حماية الملكية الفكرية، وقوانين إصلاح النظام المصرفي الجزائري، إلا أنه لا توجد قوانين خاصة تنظم عمل التجارة الالكترونية، حيث بصفة دقيقة إذ قد يحدث تعارض فيما بين القواعد المنظمة لتجارب التجارة الالكترونية، حيث تعد هذه القوانين والإجراءات غير قادرة على مواكبة التقدم المالي والتكنولوجي السريع عبر الوسائط الالكترونية، وعليه ومن أجل تشجيع العمل بالتجارة الالكترونية، وعليه ومن أجل تشجيع العمل بالتجارة الالكترونية لا بد أن نضع الحكومة الجزائرية أطر قانونية لنظم العمل والعلاقات بين المتعاملين في التجارة الالكترونية سواء كانوا بنوك أو المؤسسات مصدرة لأدوات الدفع الالكترونية أو المؤسسات مصدرة لأدوات الدفع الالكترونية أو مؤسسات تتعامل بالتجارة الالكترونية أو أفراد بالإضافة إلى تنظيم الأطر القانونية التي تحدد مسؤوليات الجهات المشرفة على أعمال التجارة الالكترونية ومصدري البطاقات بهدف حماية جميع الأطراف خاصة فيما يتعلق بالحقوق الفكرية وأمن المعلومات والقواعد المنظمة للجباية على أعمال التجارة الالكترونية ومصدري البطاقات بهدف حماية جميع الأطراف خاصة فيما يتعلق بالحقوق الفكرية وأمن المعلومات والقواعد المنظمة للجباية على أعمال التجارة الالكترونية وغيرها من المسائل المتعلقة بهذا المجال¹.

تطلق الحكومة قريبا نظام الدفع الالكتروني عن طريق الهاتف النقال ابتداء من سنة 2018، حيث سيتم تزويد المساحات التجارية عبر الوطن بـ 10 آلاف جهاز للدفع الالكتروني بداية السنة الجديدة لتضاف إلى 05 آلاف جهاز مسجل خلال سنة 2016، وأكد وزير المالية حاجي بابا عمي أنه سيتم تزويد المساحات التجارية عبر الوطن في سنة 2017 ستضاف إلى 05 آلاف جهاز مسجل خلال سنة 2016

¹ محرز نور الدين، صيد مريم، مرجع سبق ذكره، ص ص 16-17.

مؤكدًا أن الحكومة حريصة على عصريّة النظام المصرفي وتعميم استخدام البطاقة البنكية والبريدية.

وصرح وزير المالية رداً على سؤال طرحه النائب يوسف خبابة عن تكتل الجزائر الخضراء خلال جلسة علنية بالمجلس الشعبي الوطني، أن العمل جارٍ حالياً لتكثيف استعمال البطاقة البنكية عبر نقاط الدفع الإلكتروني، مع ضمان حماية أمنية صارمة لكل عمليات التسوية التي تتم إلكترونياً عبر البطاقة البنكية تحت رقابة بنك الجزائر دخلت حيز الخدمة مطلع أكتوبر الماضي (سنة 2016) الحسابات البنكية والبريدية الجارية.

من جانب آخر، أوضح الوزير أن حاملي البطاقات البنكية بإمكانهم تسديد الفواتير ودفع مقابل مختلف الخدمات عن طريق المواقع الإلكترونية التجارية المرخصة وذلك عن طريق بوابة الكترونية خاصة بالعملية.

وبخصوص الدفع الإلكتروني قال الوزير أنه يتم عبر مرحلتين:

المرحلة الأولى: تخص شركات الخدمات الكبرى مثل: فواتير استهلاك الماء والطاقة (الكهرباء والغاز) والهاتف الثابت والمحمول والتأمين والنقل الجوي وبعض الإدارات الأخرى مثل: مصالح الضرائب والخزينة والحقوق الجمركية.

المرحلة الثانية: سيتم تعميم خدمات الدفع عبر الانترنت لتشمل جميع المنتجات المادية الأخرى، لكن بعد صدور قانون التجارة الإلكترونية ومختلف النصوص التطبيقية التي ستنظمها وهي حالياً -يضيف الوزير- قيد التحضير.

من جهة أوضح الوزير المنتدب المكلف بالتكنولوجيا، معتصم بوضياف في رده على سؤال للنائب يوسف خبابة أيضاً حول تعميم الدفع الإلكتروني وإمكانية توسيع استعمال بطاقة البريد الإلكترونية، أنه تم تنصيب فوج عمل مكلف بدراسة جدوى استعمال الهاتف النقال كأداة دفع ابتداءً من سنة 2018.

وسيصبح بإمكان المواطن استعمال الهاتف النقال "كأداة دفع عن بعد من خلال أنظمة الجيل الثالث والرابع بالولوج في البوابات التي تمكن ذلك" وأكد الوزير أن تطبيق نظام الدفع بالهاتف النقال "يوجب علينا أن نرتقي أولاً بعدد مستعملي ومتداولي نظام الدفع الإلكتروني إلى أرقام معتبرة حيث يمكن القيام باستثمارات

جديدة" ومن جانب آخر قال بوضياف إن من صالح المواطن أن تكون له بطاقة بنكية موحدة يسهل استعمالها¹.

¹ www.elraaed.com le24-04-2017. 19h12

خلاصة الفصل:

إن النمو العالمي المتسارع للتجارة الإلكترونية والاتجاه الدولي المتزايد لنشر تطبيقاتها لا يترك للجزائر أي مجال للتردد والمماطلة في تطبيق هذه التجارة، وإن محاولة رصد ودراسة مدى تبني الجزائر للتجارة الإلكترونية والرغبة في إجلاء الغموض عنها، يستدعي ضرورة توافر إحصائيات دقيقة حول هذا الموضوع، إلا أنه للأسف يطرح مشكل ندرة البيانات، فلا توجد أي إحصائيات ولو بسيطة وقديمة عن حجم هذه التجارة في الجزائر، وهذا نظرا لعدم انطلاق هذه التجارة فعليا، وبقيائها مجرد حلم ينتظر تحقيقه، وكذلك بسبب قلة الوسائل الصحيحة للقياس وعدم وجود هيئة أو جهة مختصة استوعبت أهمية التجارة الإلكترونية ونسقت الجهود لتطويرها وتشجيعها، وبالتالي تكون مصدرا قادرا على توفير البيانات والمؤشرات ذات الدلالة على مدى التقدم في تطبيق التعاملات التجارية الإلكترونية.

إلا أن هذا النقص في الإحصائيات لا يمنع وجود بوادر أولى للتجارة الإلكترونية الجزائرية، فالسلطات العمومية أكدت عملها على تطوير التجارة الإلكترونية وإطلاق سراحها، بعد أن ظلت سنوات عديدة رهينة لصعوبات وتعتيدات متعددة.

بعد دراستنا لهذا الفصل من البحث، نستنتج أن:

- هناك العديد من العراقيل والعقبات التي تعترض نمو هذه التجارة في الجزائر حيث منها ما هو قانوني، تجاري، ثقافي واجتماعي؛
- من أهم وسائل الدفع الإلكتروني المستعملة في الجزائر نجد البطاقة البيئية، بطاقة السحب والبطاقة الذهبية لبريد الجزائر؛
- رغم التقدم التي حققته بعض الدول العربية في مجال التجارة الإلكترونية إلا أنها ما زالت بعيدة كل البعد عن الدول المتقدمة لذا عليها الإسراع للحاق بعصر التكنولوجيا الرقمية؛
- الارتباط الوثيق بين انتشار ونمو لتجارة الإلكترونية في الجزائر وتوفر وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة؛
- عدم انتشار الوعي الكافي بأهمية التجارة الإلكترونية لدى المؤسسات التجارية والأفراد وعدم إيلائها الأهمية الكافية لتطويرها من طرف الدولة؛
- تعاني الجزائر من تدني كبير في نسبة استخدام التجارة الإلكترونية، وتغييبا شبه كامل لهذا المصطلح من قاموس التعاملات التجارية.

الخاتمة

خاتمة:

أصبحت التجارة الإلكترونية لازمة للتبادل التجاري في الدول المتقدمة لذلك صارت من أقوى وأهم مرتكزات الاقتصاد الوطني حيث ما هي إلا مرحلة متطورة من التجارة تعتمد على النقل الإلكتروني للمعطيات والمعلومات ثم تطورت أكثر (B2B) المتعلقة بالنشاطات التجارية ولقد بدأت هذه التجارة بالظهور على مستوى المؤسسات مما جعل هذه التجارة تتطور وتنمو لتصل إلى المستوى الذي هي عليه الآن (B2C) لتشمل الأفراد المستهلكين أي تقديمها وعرضها للعديد من الامتيازات لارتكازها على تكنولوجيا الشبكات وهذا بدوره يفرض على الجزائر مواكبة هذه النقلة النوعية وذلك من خلال نشر ثقافة الإنترنت والتجارة الإلكترونية وعليها أن تفتح المجال على مصراعيه للتجارة الإلكترونية و أن تخطو خطوات مدروسة إلى الأمام، لتساهم في فتح آفاق واسعة أمام المؤسسات الاقتصادية الجزائرية إلى اختراق الأسواق العالمية.

كما ظهر إلى الوجود ما يسمى بوسائل دفع الكترونية كان أولها بطاقات بنكية تمكنت من الانتشار السريع عبر كل أنحاء العالم و حضت بقبول واسع مما شجع على خلق وسائل دفع أخرى، ليستمر التطور فيشمل ابتكار أجهزة و تقديم خدمات جديدة تتلاءم وعالم الالكترونيات خاصة عمليات التجارة الالكترونية عبر شبكة الانترنت، غير أن هذه الوسائل الالكترونية بعد تقييمها لم تكن مثالية كما توقع المصرفيون أن تكون فهي الأخرى أفرزت مشاكل من نوع آخر عرقلت مسار نجاحها الذي كان مسطر لها، فقد كان أكبر مشكل لها هو غياب نظام قانوني يوحد أحكامها، وإشكالية الإثبات وحجيته بالوسائل الإلكترونية كالتوقيع إلكتروني وإثبات عملية الدفع عبر الانترنت عند إبرام الصفقات التجارية الإلكترونية هذا بالإضافة إلى الجرائم الإلكترونية التي استقطبت المجرمين والقراصنة لاعتمادها على الاتصال عن بعد وقد كانت البطاقة البنكية أفضل وسيلة تمارس بها الجرائم الإلكترونية. وقد سادت في الجزائر وسائل دفع الكترونية سهلت على الأفراد والمؤسسات مواكبة نشاطاتها ودفعت بالدولة الجزائرية أن تنظر أكثر في قضية التجارة الالكترونية وجعلها أكثر أمانا لكسب ثقة المتعاملين بها والخوض في تجربة التجارة الالكترونية للاستفادة من مزايا تطبيقها، ورغم هذه التطورات فإن التجارة الالكترونية ووسائل دفعها الالكترونية في الجزائر مازالت تخطو خطوات محتشمة نوعا ما، حيث أنها تشهد مشاكل في تطبيقها وتحسين خدماتها.

اختبار فرضيات الدراسة:

لقد أدى اختبار فرضيات البحث إلى ما يلي :

الخاتمة

- ✓ توجد علاقة بين وسائل الدفع الالكتروني ونمو التجارة الالكترونية في الجزائر، وقد توصلنا من خلال دراستنا أن التجارة الالكترونية تتأثر وتؤثر في وسائل الدفع الالكتروني أي أن العلاقة مباشرة فالتوسع في استعمال وسائل الدفع الالكتروني يؤدي إلى انتشار التجارة الالكترونية في الجزائر، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الرئيسية؛
- ✓ إن من أهم وسائل الدفع المستخدمة في التجارة الالكترونية في الجزائر هي وسائل دفع بديلة (لوسائل الدفع الالكترونية)، حيث توصلنا من خلال هذه الدراسة أنه بالرغم من انتشار التجارة الالكترونية في الجزائر إلا أنها لا زالت تعتمد على وسائل بديلة مثل الشيك، الصك والحوالة، أي أن المعاملات تبقى تقليدية وهذا ما يثبت صحة الفرضية الأولى؛
- ✓ يؤثر الجانب القانوني والتنظيمي للدفع على نمو التجارة الالكترونية في الجزائر، لأن غيابه يعتبر سبب من أسباب عدم انتشارها في الجزائر، إذا نستنتج أنه بدون حماية قانونية للمتعاملين بها والمؤسسات تكون التجارة الالكترونية غير رشيدة وغير فعالة، وهذا ما ينفي الفرضية الثانية.

النتائج:

- توصلنا من خلال الدراسة التي قمنا بها إلى مجموعة من النتائج المتعلقة من جهة بالتجارة الالكترونية ووسائل الدفع الالكترونية عموماً، ومن جهة ثانية واقع التجارة الالكترونية ووسائل الدفع الالكترونية في الجزائر، وسنقوم بعرضها مع بعضها البعض كما يلي:
- بدأت تطبيقات التجارة الالكترونية في أوائل السبعينات من خلال التحويل الالكتروني للأموال وبعدها التبادل الالكتروني للبيانات، ثم توسعت في سنوات التسعينات من مجرد معاملات مالية إلى معاملات أخرى تشمل مجموعة من التطبيقات والأنشطة التي تمارسها الشركات بواسطة وسائل اتصالات الكترونية فالتجارة الالكترونية لا تقتصر على عملية امتلاك موقع على شبكة الانترنت فقط، بل تمتد إلى الإعلان الالكتروني، النشر الالكتروني، الصيرفة الالكترونية...؛
 - إن ظهور وسائل الدفع الالكترونية شجع على قيام خدمات الكترونية ووسع الآفاق أمام التجارة الالكترونية وفتح المجال لظهور سوق خاص بها يتضمن شركات عملاقة حققت أرباحاً طائلة بالتخصص في هذه الوسائل حديثة النشأة، وتعتبر وسائل الدفع الالكترونية أساسية لتسهيل معاملات التجارة الالكترونية وجعلها متاحة للأفراد والمؤسسات وجعلها تنمو وتتسع عبر أنحاء العالم؛
 - عدم وضوح البيئة القانونية والتشريعية فيما يتعلق بوسائل الدفع الالكترونية؛

الخاتمة

- اختلاف درجة إدراك مكاسب التجارة الالكترونية والتجاوب منها من بلد لآخر، فقد ارتكز الحجم الأكبر من هذه التجارة العالمية لدى دول العالم المتقدم، أما الدول العربية فلا تزال متخلفة عن ركب التعاملات الالكترونية ومبتدئة في هذا المجال؛
- التجارة الالكترونية موجودة رغم عدم وجود قوانين مؤسسة لها؛
- التجارة الالكترونية معظمها تستعمل وسائل بديلة لوسائل الدفع الالكترونية مثل الشيك، الحوالات الصك.....؛
- تجربة الجزائر بالنسبة لوسائل الدفع الالكترونية (البطاقات) هي تجربة صعبة ومتأخرة، كما أن استعمالها في الدفع على الانترنت وهو ما يتلاءم مع التجارة الالكترونية وشهد أول تجربة مع " Air Algérien"؛
- وفي الأخير رغم تأخر الجزائر في تطبيق وتبني التجارة الالكترونية إلا أنها قطعت أشواط كبيرة في استعمال وسائل الدفع الالكترونية وتحاول جعل الأفراد أكثر قبولا واستعمالا لها، كما أن هناك مؤشرات على إمكانية تحسن القطاع وأمل كبير في انطلاق التجارة الالكترونية في حال تم العمل على توفير البيئة القانونية، التقنية، التوعوية، التشريعية، والتجارية المناسبة لتنمية هذه التجارة، خصوصا أن هناك الكثير من المؤسسات التي بدأت بالفعل تمارس بعض أعمالها عبر الانترنت.

التوصيات:

- بعد دراستنا وتحليل العلاقة بين وسائل الدفع الالكترونية ونمو التجارة الالكترونية في الجزائر، وبعد اطلاعنا على نتائج الدراسة وما تحمله من نقاط القوة والضعف في هذا المجال يمكن تقديم الاقتراحات والتوصيات التالية:
- السهر على إيجاد التنظيم القانوني والتشريعي اللازم لقيام واعتماد التجارة الالكترونية، الذي يضمن استمرارها ويحمي حقوق المستهلكين والبائعين المتعاملين بها، ويضمن الوفاء بالتزاماتهم، ويتم ذلك من خلال تكييف القواعد القانونية الحالية لتتلاءم مع الطبيعة الخاصة للتعاملات الالكترونية، وسن تشريعات جديدة للتجارة الالكترونية تواكب النمو العالمي المتسارع لهذه التعاملات؛
 - نشر الوعي بأهمية التجارة الالكترونية من خلال إبراز ما لها من فوائد ومزايا وتعزيز الثقة من أجل استخدام وسائل الدفع الالكترونية وذلك من خلال تكثيف الحملات التحسيسية وإجراء البحوث والدراسات المتعلقة بسبل الاستفادة من تقنيات التجارة الالكترونية؛

الخاتمة

- تطوير نظام المدفوعات اللازم للقيام بالعمليات المصرفية لإتمام التعاملات الالكترونية بسرعة وبأمان من خلال الوسائل الالكترونية؛
- وضع برامج دعم وتحفيز لمساعدة الأفراد والشركات للمشاركة في التجارة الالكترونية بتنمية التدريب والخبرة الفنية اللازميتين للاشتراك بفعالية في التجارة الالكترونية؛
- سعي الدولة الجزائرية للقيام بإصلاحات مصرفية لجعلها أكثر عصريّة ومواكبة للتطورات التكنولوجية للخوض في مجال التجارة الالكترونية؛

أفاق البحث:

- يبقى موضوع التجارة الالكترونية موضوعا كبيرا ومتشعبا لذلك حاولنا بقدر الإمكان الإلمام ببعض الجوانب في هذا الموضوع لكن تبقى الكثير من المواضيع المطروحة في هذا المجال من بينها نقترح:
- الحماية الجبائية للتجارة الالكترونية؛
 - وسائل الدفع الالكترونية ودورها في تفعيل التجارة الالكترونية؛
 - أنواع التجارة الالكترونية وفوائدها ومستقبلها؛
 - وسائل الدفع الالكترونية المستحدثة في إطار تسهيل خدمات المعاملات.
- وفي الأخير نرجو أن نكون وفقنا في تناولنا لهذا الموضوع والذي يطرح الكثير من الفرص أمام الباحثين لتوسيع آفاقه وتناول مختلف جوانبه.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولاً: المراجع باللغة العربية:

أ.الكتب:

- 1- إبراهيم أحمد عبد الخالق الدوي، التجارة الالكترونية (دراسة تطبيقية على المكتبات) مكتبة الملك فهد، الرياض، السلسلة الثانية، 2010.
- 2- إبراهيم بختي، التجارة الالكترونية (مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة)، ديوان مطبوعات الجامعة، الساحة المركزية- بن عكنون- الجزائر، الطبعة الثانية.
- 3- أحمد محمد غنيم، التسويق والتجارة الالكترونية، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، جمهورية مصر العربية- المنصورة-، 2010- 2011.
- 4- جعفر حسن جاسم، مقدمة في الاقتصاد الرقمي، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان الطبعة الأولى، 2010.
- 5- جلال عايد الشورة، وسائل الدفع الالكتروني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى (الإصدار الأول 2008- الإصدار الثاني 2009).
- 6- خالد وهيب الراوي، العمليات المصرفية الخارجية، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان 2010.
- 7- رحيب حسين، النقد والسياسة النقدية (في إطار الفكري الإسلامي والغربي)، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2006.
- 8- سامح عبد المطلب، علاء محمد سيد قنديل، التسويق الالكتروني، دار الفكر للنشر، عمان، الطبعة الأولى، 2012.
- 9- سعد غالب ياسين، بشير عباس العلاق، الأعمال الالكترونية، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان الطبعة الأولى، 2014.
- 10- الأمير سلمان بن حمد آل خليفة وآخرون، التجارة الالكترونية قناة اليوم لاقتصاد المستقبل (كتيب التوعية بالتجارة الالكترونية)، وزارة الصناعة والتجارة، إدارة التجارة الالكترونية وتكنولوجيا المعلومات مملكة البحرين، إصدار رقم 3 فبراير 2014.

- 11- السيد أحمد عبد الخالق، التجارة الالكترونية والعولمة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية القاهرة، الطبعة الثانية، 2008.
- 12- عامر محمد خطاب، التجارة الالكترونية، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة العربية الأولى، 2011.
- 13- عامر محمود الكسواني، التجارة عبر الحاسوب، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان 2008.
- 14- فادي محمد عماد الدين توكل، عقد التجارة الالكترونية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان الطبعة الأولى، 2010.
- 15- فاروق سيد حسن، التجارة الالكترونية وتأمينها، دار هلا للنشر والتوزيع، الجيزة، الطبعة الأولى 2001.
- 16- محمد عبد حسين الطائي، التجارة الالكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى 2010.
- 17- محمد عبده حافظ، التسويق عبر الانترنت، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009.
- 18- محمد نور (صالح الجداية)، سناء جودة خلف، التجارة الالكترونية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان -الأردن- الطبعة الثانية، 2012.
- 19- محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، التسويق الالكتروني، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الطبعة الأولى، 2012.
- 20- محمود حسين الوادي، بلال محمود الوادي، المعرفة والإدارة الالكترونية وتطبيقاتهما المعاصرة دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان الطبعة الأولى، 2011
- 21- مصطفى كمال السيد طایل، الصناعة المصرفية في ظل العولمة، اتحاد المصارف العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009.
- 22- نادر عبد العزيز شافي، المصارف والنقود الالكترونية، مؤسسة الحديثة للكتاب للنشر والتوزيع لبنان، الطبعة الأولى، 2007.
- 23- ناصر خليل ناصر، التجارة والتسويق الالكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2009.

- 24-ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبد اللات، الصيرفة الالكترونية (الأدوات والتطبيقات ومعيقات التوسع)، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن- عمان- الطبعة الأولى، 2008.
- 25- نجم عبود نجم، الإدارة والمعرفة الالكترونية (الإستراتيجية- الوظائف- المجالات)، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة العربية، 2009.
- 26- وسيم محمد الحداد وآخرون، الخدمات المصرفية الالكترونية في الجزائر، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2012.
- 27- يوسف أحمد أبو فارة، التسويق الالكتروني(عناصر المزيج التسويقي عبر الانترنت)، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الثانية، 2007.
- 28- يوسف حسن يوسف، التجارة الالكترونية وأبعادها القانونية الدولية، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، الطبعة الأولى، 2011.
- 29- يوسف حسن يوسف، التسويق الالكتروني، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، الطبعة الأولى، 2012.

ب. رسائل وأطروحات:

- 2- أحمد أمداح، التجارة الالكترونية من منظور الفقه الإسلامي، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص الفقه وأصوله، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة الحاج لخضر- باتنة -، 2005- 2006.
- 3- أيمن أحمد محمد شاهين، مقومات العمل المصرفي الالكتروني كأداة لتعزيز وتطوير نظم الدفع والتجارة الالكترونية، أطروحة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير، كلية التجارة تخصص المحاسبة والتمويل، الجامعة الإسلامية- غزة-، 2013.
- 4- بركان أمينة، الصيرفة الالكترونية كحتمية لتفعيل أداء الجهاز المصرفي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، تخصص نقود ومالية، الجزائر 2013- 2014.
- 5- بلعاش ميادة، أثر الصيرفة الالكترونية على السياسة النقدية، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه تخصص اقتصاديات النقود والبنوك والأسواق المالية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة محمد خيضر - بسكرة-، 2014- 2015.

- 6- بلقيدوم صباح، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة (NTIC) على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه، تخصص علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة 02، 2012-2013.
- 7- بن عميور أمينة، البطاقات الالكترونية للدفع والقرص والسحب، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة منتوري - قسنطينة-، 2004-2005.
- 8- بورزوق إبراهيم فوزي، دراسة تحليلية حول التجربة الجزائرية في مجال النقد الآلي السيبي، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير، تخصص تحليل اقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2007-2008.
- 9- خشة حسيبة، وسائل الدفع الحديثة في القانون الجزائري، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف -لمسيلة- 2015-2016.
- 10- دانا القوقا وآخرون، الصعوبات التي تواجه التجارة الالكترونية في فلسطين وأثرها على طريقة الاستخدام وتطبيقاتها، استكمالا لمتطلبات مساق مشروع تخرج، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، تخصص تسويق، جامعة النجاح الوطنية نابلس -فلسطين-، 2010-2011.
- 11- رشيد علام، عوائق تطور التجارة الالكترونية في الوطن العربي، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، كلية إدارة الأعمال، تخصص تجارة الكترونية، المملكة المتحدة بريطانيا-، 2009 - 2010.
- 12- سحقي نعيمة، الاقتصاد الرقمي في الجزائر الفرص والتحديات، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية، تخصص مالية المؤسسة، جامعة آكلي محند ولحاج، البويرة، 2014-2015.
- 13- سليمة عبد الله، دور تسويق الخدمات المصرفية الالكترونية في تفعيل النشاط البنكي، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة الحاج لخضر - باتنة -، 2008-2009.
- 14- سمية ديمش، التجارة الالكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، تخصص تحليل واستشراف اقتصادي، جامعة منتوري - قسنطينة -، 2010-2011.

- 15- العاني إيمان، البنوك التجارية وتحديات التجارة الالكترونية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص بنوك وتأمينات، جامعة منتوري، -قسنطينة- 2006-2007.
- 16- عبد الرزاق سلام، القطاع المصرفي الجزائري في ظل العولمة (تقييم الأداء ومتطلبات الإصلاح) رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، تخصص النقود والمالية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2011-2012.
- 17- عذبة سامي حميد الجادر، العلاقات التعاقدية المنبثقة عن استخدام بطاقة الائتمان، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص القانون الخاص، كلية العلوم القانونية، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، عمان-الأردن-، 2008.
- 18- عزة على محمد الحسن، الإطار القانوني والتشريعي للتجارة الالكترونية، دراسة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه، تخصص قانون، كلية الدراسات العليا للقانون، جامعة الخرطوم، 2005.
- 19- علي مؤيد سعيد، التحويل الالكتروني للأموال، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير تخصص القانون العام، كلية إدارة الموارد البشرية، العراق، 2013.
- 20- عماد أحمد إسماعيل النونو، التسويق عبر الانترنت - دوافع التبني أو الرفض-، رسالة الدكتوراه في إدارة الأعمال والتخطيط الاقتصادي، جامعة الأزهر - غزة- ، ماي، غير منشورة، 2007.
- 21- فاطمة بلحاج، العولمة الاقتصادية وآثارها على النظام البنكي الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص اقتصاد، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير وعلوم تجارية، جامعة وهران 2011.
- 22- فضيل بن عادل أبو خلف، الحماية الجنائية لبطاقات الائتمان، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص التشريع الجنائي الإسلامي، كلية الدراسات العليا، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2007.
- 23- كرغلي أسماء، اليقظة التكنولوجية كأداة لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص تسويق، كلية العلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة أمجد بوكرة - بومرداس، 2013-2014.
- 24- لوصيف عمار، استراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرين مع الإشارة إلى التجربة الجزائرية، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم

- اقتصادية وعلوم التسيير، تخصص التحليل والاستشراف الاقتصادي، جامعة منتوري- قسنطينة- 2008-2009.
- 25- محلوس زكية، أثر تحرير الخدمات المصرفية على البنوك العمومية الجزائرية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص تجارة دولية، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح -ورقلة-، 2008-2009.
- 26- محلوس زكية، أثر تحرير الخدمات المصرفية على البنوك العمومية الجزائرية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص تجارة دولية، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح -ورقلة-، 2008-2009.
- 27- هبايش فوزية، دور التجارة الالكترونية في تفعيل مناطق التجارة الحرة، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، تخصص مالية واقتصاد دولي، جامعة حسيبة بن بوعلي -الشلف- ، 2011-2012.
- 28- واقد يوسف، ذكره النظام القانوني للدفع الالكتروني، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص قانون التعاون الدولي، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري- تيزي وزو، 2011.
- 29- وهيبة عبد الرحيم، إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالالكترونية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص عقود ومالية، كلية علوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005-2006.
- 30- يحي يوسف فلاح حسن، التنظيم القانوني لعقود الالكترونية، أطروحة مقدمة لنيل درجة الماجستير، تخصص القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، نابلس- فلسطين-، 2004.
- ج- المجالات العلمية:**
- 1- أحمد عبد الله العوضي، العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الالكترونية، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد 06 الكويت، 2010.
- 2- أحمد عبد الله محمد اليوسف، تربح البنك من بطاقة العميل الائتمانية، مجلة العلوم الإنسانية والإدارية، العدد 07، جامعة المجمعة- السعودية، 2015.
- 3- ابراهيم محمد شاشو، بطاقة الائتمان حقيقتها وتكييفها الشرعي، مجلة جامعة القدس للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 27، العدد 03، 2011، ص 659.
- 4- بلعاش ميادة، بن سماعيل حياة، مشروع الصيرفة الالكترونية في الجزائر، أبحاث اقتصادية وإدارية العدد 16، ديسمبر 2014، جامعة محمد خيضر بسكرة.

- 5- تطار محمد منصف، النظام المصرفي الجزائري والصيرفة الالكترونية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد الثاني، جامعة محمد خيضر -بسكرة-، العدد الثاني، جوان 2002.
- 6- حياة بن اسماعين، وسيلة السبتي، التجارة الالكترونية وتطوير وسائل الدفع للمؤسسات البنكية مجلة دولية علمية محكمة -تصدر عن معهد العلوم الإنسانية والاجتماعية-، المركز الجامعي نور البشير بالبيض -الجزائر-، العدد 02، أكتوبر 2015.
- 7- السعيد بريكة، فوزي شوق، تحديات وسائل الدفع الالكتروني (دراسة استطلاعية من وجهة نظر الموظفين بالوكالات البنكية لولاية أم بواقي)، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، العدد الثاني، ديسمبر 2014.
- 8- سليمان ناصر، آدم حديدي، تأهيل النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، أي دور لبنك الجزائر؟، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، عدد 02، جوان 2015.
- 9- سمر بنت محمد عمر السقاف، التجارة الالكترونية وفرص عمل الخريجات في المملكة، سلسلة إصدارات نحو مجتمع المعرفة الإصدار الخامس والعشرون، 2010.
- 10- شاكر تركي، التسويق المصرفي الالكتروني والميزة التنافسية للمصارف الأردنية (إن المصارف ديناصورات تواجه الانقراض)، مجلة علوم إنسانية، العدد 45، الأردن، شتاء، 2010.
- 11- عرابة رابح، دور تكنولوجيا الخدمات المصرفية الالكترونية في عصرنة الجهاز المصرفي الجزائري، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 08، 2012.
- 12- علي عبد الله شاهين، نظم الدفع الالكترونية ومخاطرها ووسائل الرقابة عليها، مجلة جامعة الأزهر، سلسلة العلوم الإنسانية، غزة، المجلد 12، العدد 01، 2010.
- 13- غسان علي كنعان، طرائق السداد الالكترونية وأهميتها في تسوية المدفوعات بين الأطراف المتبادلة، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 28، العدد الأول، دمشق، 2010.
- 14- محمد ناصر وآخرون، البطاقة الذكية وأثرها في التقليل من المخاطر المصرفية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 37، 2013.
- 15- نهى خالد عيسى الموسوي، إسرائ خضير مظلوم الشمري، النظام القانوني للنفود الالكترونية مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية، كلية القانون، المجلد 22، العدد 02، 2014.

د. الملتقيات العلمية:

- 1- إبراهيم الدسوقي أبو الليل، توثيق المعاملات الالكترونية ومسؤولية جهة التوثيق اتجاه الغير المتضرر، مؤتمر الأعمال المصرفية الالكترونية بين الشريعة والقانون، 2003.
- 2- آيت عكاش سمير، سعيد الهواري، البنوك الالكترونية وعمليات غسل الأموال، الملتقى الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية.
- 3- بربيش عبد القادر وزيدان محمد، دور البنوك الالكترونية في تطوير التجارة الالكترونية، الملتقى الدولي حول التجارة الالكترونية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة يومي 6-7 مارس 2004.
- 4- بن عزة محمد أمين، زوهري جليلة، واقع المصارف الجزائرية في تطبيق نظام الدفع الالكتروني الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية - عرض تجارب دولية-، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أبريل 2011.
- 5- بن عيسى عنابي، عامر هواري، مدى إدراك مستخدمي الانترنت بالجزائر لأهمية التعامل بوسائل الدفع الالكترونية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر-عرض تجارب دولية-، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر يومي 26-27 أبريل 2011.
- 6- بوعافية رشيد، إبراهيم مزيود، التحول إلى وسائل الدفع الالكترونية والجرائم المعلوماتية، الملتقى الدولي الرابع حول عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر - عرض تجارب دولية-، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أبريل 2011.
- 7- جميل أحمد، رشام كهينة، بطاقة الائتمان كوسيلة من وسائل الدفع في الجزائر، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر-عرض تجارب دولية-، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أبريل 2011.
- 8- طواهرية الشيخ، التجارة الالكترونية والنقد الالكتروني، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية - عرض تجارب دولية-، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أبريل 2011.

- 9- عبد الغني ربوح، نور الدين غردة، تطبيق أنظمة الصيرفة الالكترونية في البنوك الجزائرية بين الواقع والآفاق، المؤتمر الدولي العلمي حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة-، يومي 11 و 12 مارس 2008.
- 10- عجيلة محمد، غزيل محمد مولود، ملامح عصرنة التجارة الالكترونية واعتماد أنظمة الدفع الالكترونية في الجزائر مشاكلها وحلولها المقترحة، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول ، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر-عرض تجارب دولية-، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أبريل 2011.
- 11- عدنان مريزق، بوقلاشي عماد، الأمن المعلوماتي في ظل التجارة الالكترونية -إشارة إلى حالتي تونس والجزائر-، المؤتمر الدولي العلمي حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، جامعة قاصدي مرباح -ورقلة-، يومي 11 و 12 مارس 2008.
- 12- علي عبد الله، ألعيداني إلياس، التسويق الالكتروني في الجزائر وسبل تفعيله في ظل التطورات التكنولوجية وتحديات المنافسة العالمية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية - عرض تجارب دولية-، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أبريل 2011.
- 13- علي قابوسة، المصارف الالكترونية -فرص وتحديات حالة الجزائر-، المؤتمر العلمي المغاربي الأول حول المعلوماتية والقانون، المنعقد من الفترة 28-29 أكتوبر 2009، أكاديمية الدراسات العليا - طرابلس - ليبيا-.
- 14- قصاب سعدية، بودريالة فايزة، تقييم وسائل الدفع الالكترونية (المزايا والمخاطر)، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية - عرض تجارب دولية-، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أبريل 2011.
- 15- لعريبي محمد، لحسين عبد القادر، أنظمة الدفع الالكترونية وأزمة السيولة في الجزائر، الملتقى الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر - عرض تجارب دولية-، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أبريل 2011.
- 16- محرز نور الدين، صيد مريم، نظام الدفع الالكتروني ودوره في تفعيل التجارة الالكترونية مع الإشارة كحالة الجزائر، الملتقى الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك

- الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر - عرض تجارب دولية-، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أفريل 2011.
- 17- محمد الزحيلي، بطاقات الائتمان وأثر الضرورة والحاجة وعموم البلوى فيها وما يحل وما يحرم منها في ديار الإسلام وخارجها، المؤتمر السنوي الخامس، مجمع فقهاء الشريعة بأمريكا، المنامة- البحرين-، 2007.
- 18- محمد رأفت عثمان، ماهية بطاقة الائتمان وأنواعها، وطبيعتها القانونية، وتمييزها عن غيرها، مؤتمر الأعمال المصرفية الالكترونية بين الشريعة والقانون، 2003.
- 19- محمد شايب، تأثير النقود الالكترونية على دور البنك المركزي في إدارة السياسة النقدية، الملتقى الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية، جامعة فرحات عباس - سطيف.
- 20- مداح عرابي الحاج، بارك نعيمة، أهمية البنوك الالكترونية في تفعيل وسائل الدفع الالكترونية في الوطن العربي (الواقع والآفاق)، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية - عرض تجارب دولية-، المركز الجامعي خميس مليانة الجزائر، يومي 26-27 أفريل 2011.
- 21- مسعداوي يوسف، سعيدي جميلة، وسائل الدفع الالكترونية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية - عرض تجارب دولية- المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أفريل 2011.
- 22- مفتاح صالح، معارفي فريدة، البنوك الالكترونية، منتدى موجه لادارة الأعمال، بسكرة، 2010 /10 /03.
- 23- منصوري الزين، وسائل وأنظمة الدفع والسداد الالكتروني (عوامل الانتشار وشروط النجاح) الملتقى الدولي الرابع عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر - عرض تجارب دولية-، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أفريل 2011.
- 24- ناجي الزهراء، التجربة التشريعية الجزائرية في تنظيم المعاملات الإلكترونية المدنية والتجارية المؤتمر العلمي المغاربي الأول حول المعلوماتية والقانون، المنعقد في الفترة من 28 إلى 29 أكتوبر 2009، أكاديمية الدراسات العليا -طرابلس.
- 25- نور الدين حامد، فلة عاشور، الدفع الالكتروني في التجارة الخارجية الالكترونية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد

التجارة الالكترونية - عرض تجارب دولية-، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أفريل 2011.

ه-المواقع الالكترونية :

- 1- بسام نور، التجارة الالكترونية كيف، متى وأين؟، الموسوعة العربية للكمبيوتر، قسم الدورات التعليمية سلسلة كتب الدورات التعليمية الالكترونية، 2003-2004. على الموقع:
www.C4arab.com. le12-02-2017. 11h45.
- 2- نوال بن عمارة، وسائل الدفع الالكترونية (الآفاق والتحديات)، ملتقى البحث العلمي، على الموقع:
www.RSSCRS.INFO.le 12-02-2017. 23h371.
- 3- فريد كورتل، واقع التجارة الالكترونية بالبلدان العربية وسبل تطويرها- إشارة خاصة لحالة الجزائر كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير على الموقع.
- 4-www.Bouhoot.blogspot.com. le17-04-2017.23h35.
- 5-www.thaqfny.com. Le 01 -04- 2017.12h1.
- 6- www.elmouwatin.dz. Le 23- 03- 2017. 19h42.
- 7 - www.bna.com. Le 22-03-2017. 15h42.
- 8- www.menara.na le24-04-2017 12h16
- 9- www.alqabas.com le24-04-2017.17h23.
- آيت زيان كمال، حورية آيت زيان، الصيرفة الالكترونية في الجزائر، منشورة على موقع:
10-www.iefpedia.com, le29 -03- 2017. 00h35.
- 11- www.thaqfny.com. Le01-04-2017.18h46.
- 12-www.android-dz.com. Le 01-04-2017.18h53
- 13- www.alssabah.ma. le24-04-2017. 17h34
- 14-C4c.edu.sa.le23-04-2017.17h48
- 15-على تقرير إحصائيات وأرقام حول التجارة الالكترونية والانترنت في الوطن العربي، على الموقع :
Io.hsoub.com.le 17-04-2017. 23h51.
- 16- تقرير عن التجارة العربية في الوطن العربي، على الموقع Smead visor.arabia.com. :
le23-04-2017.23h29.
- 17-www.aawsat.com le24-04-2017 17h53
- 18-www.alqabas.com le24-04-2017. 17h23.

- 19-www.alsabaah.iq le 23-04-2017 17h48.
20-www.almodon.com le 24-04-2017. 20h45.
21-www.ar.webmanagercenter.com le24-04-2017 18h29.
22-www.alssabah.ma le24-04-2017 17h34.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية:

1. **Magazine :**

Eco N°61-do 1^{er} mars au 15-03-2013.

2. **Site:**

<https://webservices.ignou.ac.in/virtualcampus/adit/course/cst304/ecom2.htm>.