

جامعة 8 ماي 1945

العلمية

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية



مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية

تخصص: مالية وتجارة دولية

تحت عنوان:

دور وسائل الدفع الإلكتروني في تفعيل التجارة الإلكترونية

–دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر لولاية قالمة–

إشراف الأستاذ:

• د. خروف منير

إعداد الطالبة:

• بلعمري ياسمين

السنة الجامعية

2021/2020

بِسْمِ اللَّهِ

الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

كلمة الشكر

"وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ"

فإن الشكر لله عزوجل على ما أولى علينا من نعم.

أتقدم بالشكر الجزيل وفائق الاحترام والتقدير لأستاذنا المشرف "خروف منير" على ما قدمه لي من توجيهات ونصائح طيلة انجاز هذا الموضوع وتبعه منذ أن كان خطة أولية الى أن اكتمل المشوار.

وأشكر جزيل الشكر، جميع من لم يبخل بكتاب أو نصائح وعلى رأسهم الأستاذة "حياة" أثقل الله لهم موازين حسناتهم.

الشكر موصول الى عائلتي على التشجيع والكلام الطيب.

الى كل من علمني حرفا، الى أساتذتي في جميع الاطوار.

فشكرا للجميع...

إهداء

أهدي عملي المتواضع الى جدي المتوفي "جبار مصطفى" رحمة الله عليه.
الى أمي وأبي
الى عائلتي واخوتي

المخلص

تهدف هذه الدراسة الى تحديد أهمية وسائل الدفع الإلكتروني في تنشيط وتعزيز التجارة الإلكترونية مع تسليط الضوء على أهم المفاهيم المتعلقة بكل من التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكتروني كما عمدت الى الوقوف على مدى تطبيقهم في الجزائر .

وحاولنا من خلال دراستنا، التعرف على وسائل الدفع الإلكتروني المتاحة في مؤسسة اتصالات الجزائر لولاية قالمة وخلصت الدراسة الى أن تعزيز وتفعيل التجارة الإلكترونية يتوقف على مدى تطور وسائل الدفع الإلكتروني.

الكلمات المفتاحية: تجارة الكترونية، وسائل الدفع الإلكتروني، تفعيل التجارة الإلكترونية.

Abstract: This study attempts to clarify the importance of electronic payment to activate E-commerce, highlight the most important definitions related to E-commerce; electronic payment, and their application in Algeria.

Furthermore, we have tried in this study to identify electronic payment methods used in "Algérie télécom" -Guelma- and the study concluded that the activation of E-commerce depends on the development of electronic payment methods .

Keywords: E-commerce, electronic payment instruments, activation of E-commerce.

فهرس المحتويات

فهرس

IV-I	فهرس المحتويات
V	فهرس الجداول
VII-VI	فهرس الأشكال
VIII	فهرس الاختصارات
أ-هـ	مقدمة
الفصل الأول: مدخل الى التجارة الإلكترونية	
2	تمهيد
3	المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية
3	المطلب الأول: تعريف التجارة الإلكترونية
6	المطلب الثاني: الفرق بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية
8	المطلب الثالث: أنواع التجارة الإلكترونية
13	المبحث الثاني: خصائص، دوافع ومتطلبات التجارة الإلكترونية
13	المطلب الأول: خصائص التجارة الإلكترونية
14	المطلب الثاني: دوافع التجارة الإلكترونية
14	المطلب الثالث: متطلبات التجارة الإلكترونية
16	المبحث الثالث: اثار ومعوقات التجارة الإلكترونية
16	المطلب الأول: اثار التجارة الإلكترونية
16	أولاً: اثار التجارة الإلكترونية على الشركات
16	ثانياً: اثار التجارة الإلكترونية على المستهلكين
17	ثالثاً: اثار التجارة الإلكترونية على المستوى القومي
18	المطلب الثاني: معوقات التجارة الإلكترونية
18	أولاً: معوقات تقنية وثقافية
18	ثانياً: معوقات تجارية
19	ثالثاً: معوقات حكومية

20	المطلب الثالث: مشاكل التجارة الإلكترونية
21	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: الإطار النظري لوسائل الدفع الإلكتروني	
23	تمهيد
24	المبحث الأول: ماهية وسائل الدفع الإلكتروني
24	المطلب الأول: تعريف وسائل الدفع الإلكتروني
25	المطلب الثاني: خصائص وسائل الدفع الإلكتروني
26	المطلب الثالث: أنواع ووسائط وسائل الدفع الإلكتروني
26	أولاً: أنواع وسائل الدفع الإلكتروني
34	ثانياً: الوسائط الإلكترونية المستعملة في الدفع الإلكتروني
35	المبحث الثاني: أطراف ومخاطر الدفع الإلكتروني
35	المطلب الأول: أطراف الدفع الإلكتروني
38	المطلب الثاني: مخاطر الدفع الإلكتروني
39	المبحث الثالث: وسائل الدفع الإلكتروني كألية لتفعيل التجارة الإلكترونية
39	المطلب الأول: واقع التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكتروني عالمياً
39	أولاً: واقع التجارة الإلكترونية عالمياً
42	ثانياً: وسائل الدفع الإلكتروني عالمياً
44	المطلب الثاني: آثار وسائل الدفع الإلكتروني
46	أولاً: الآثار الإيجابية لوسائل الدفع الإلكتروني
46	ثانياً: الآثار السلبية لوسائل الدفع الإلكتروني
47	المطلب الثالث: اليات حماية المعاملات التجارية الإلكترونية
48	أولاً: التشفير
50	ثانياً: بروتوكول الصفقات الآمنة
52	ثالثاً: حماية المواقع الإلكترونية باستخدام الجدران النارية firewalls
53	خاتمة الفصل

الفصل الثالث: واقع التجارة الإلكترونية والدفع الإلكتروني في الجزائر-دراسة وسائل الدفع الإلكتروني على مستوى مؤسسة -اتصالات الجزائر لولاية قالمة-	
55	تمهيد
56	المبحث الأول: واقع التجارة الإلكترونية والدفع الإلكتروني في الجزائر
56	المطلب الأول: التجارة الإلكترونية في الجزائر
56	أولاً: تطور شبكة الهاتف النقال والثابت في الجزائر
59	ثانياً: تطور مستخدمي الأنترنت في الجزائر
61	ثالثاً: أشهر المواقع الإلكترونية في الجزائر
61	رابعاً: استراتيجية الجزائر الإلكترونية
63	المطلب الثاني: تطور الدفع الإلكتروني في الجزائر
63	أولاً: شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية بين البنوك satim
64	ثانياً: نظام التسوية الفورية الإجمالية
64	ثالثاً: نظام المقاصة الإلكترونية
65	المطلب الثالث: وسائل الدفع الإلكتروني المستعملة في الجزائر
65	أولاً: البطاقات البنكية في الجزائر
67	ثانياً: تاريخ تطور البطاقات البنكية في الجزائر
68	ثالثاً: احصائيات حول الدفع الإلكتروني في الجزائر
69	المبحث الثاني: الدفع الإلكتروني على مستوى مؤسسة اتصالات الجزائر
69	المطلب الأول: التعريف بمؤسسة اتصالات الجزائر
70	المطلب الثاني: نشاطات وانجازات مؤسسة اتصالات الجزائر
70	أولاً: نشاطات مؤسسة اتصالات الجزائر
70	ثانياً: إنجازات مؤسسة اتصالات الجزائر
71	ثالثاً: الهيكل التنظيمي لمؤسسة اتصالات الجزائر
71	المطلب الثالث: الدفع الإلكتروني على مستوى مؤسسة اتصالات الجزائر
71	أولاً: اليات الدفع المستخدمة في مؤسسة اتصالات الجزائر
72	ثانياً: احصائيات حول الدفع الإلكتروني في مؤسسة اتصالات الجزائر لسنة 2020

79	المبحث الثالث: دراسة رمز الاستجابة السريعة كوسيلة دفع حديثة
79	المطلب الأول: ماهية تقنية مسح رمز الاستجابة السريعة QR code
79	أولاً: تعريف تقنية الاستجابة السريعة
80	ثانياً: اليات استخدام رمز الاستجابة السريعة
82	المطلب الثاني: إيجابيات وسلبيات استعمال رمز الاستجابة السريعة
82	أولاً: إيجابيات رمز الاستجابة السريعة
82	ثانياً: سلبيات رمز الاستجابة السريعة
82	المطلب الثالث: تقنية رمز الاستجابة السريعة كألية لتسديد الفواتير (فاتورة الأنترنت كمثال)
82	أولاً: دخول تقنية التسديد باستخدام رمز الاستجابة السريعة في الجزائر حيز الاستخدام
85	ثانياً: المميزات التي يقدمها الدفع عن طريق الاستجابة السريعة QR CODE
86	ثالثاً: ادراج الدفع عن طريق رمز الاستجابة السريعة QR CODE على مستوى الفواتير لمؤسسة اتصالات الجزائر
86	رابعاً: الصعوبات التي قد تواجه التسديد عبر تقنية رمز الاستجابة السريعة
88	خلاصة الفصل
90	خاتمة
95	قائمة المراجع

فهرس الجداول

6	الفرق بين التجارة التقليدية و الإلكترونية	01
9	امثلة عن التجارة الإلكترونية B2B	02
9	امثلة عن التجارة الإلكترونية B2C	03
10	امثلة عن التجارة الإلكترونية C2C	04
11	انتشار الانترنت عالميا	05
12	تطور مبيعات التجزئة في التجارة الإلكترونية	06
52	تطور عدد مشتركى الهاتف الثالث والنقال في الجزائر خلال الفترة الممتدة من 2016-2020	07
55	تطور عدد مستخدمى الأنترنت في الجزائر	08
56	أشهر المواقع الإلكترونية في الجزائر	09
58	البنوك المشاركة في Satim	10
62	تطور البطاقات البنكية في الجزائر	11
63	عمليات الدفع عبر الانترنت من سنة 2016-2020	12
65	إنجازات اتصالات الجزائر خلال الفترة 2014-2019	13
71	عمليات الدفع الإلكتروني لمؤسسة اتصالات الجزائر لولاية قالمة سنة 2020	14

فهرس الأشكال

8	أنواع (اشكال) التجارة الإلكترونية	1
11	مصنوفة كوبل Matrice de coppel	2
28	أنواع البطاقات البنكية	3
32	نمذج عن محفظة الكترونية	4
33	الشيك الإلكتروني	5
34	اجراء استخدام الشيك الإلكتروني	6
37	مصدرو البطاقات البنكية	7
41	تطور عدد مستخدمين الهواتف النقالة	8
42	تطور مبيعات التجزئة في التجارة الإلكترونية عالميا	9
44	وسائل الدفع الإلكتروني الأكثر استعمالا	10
45	تطور وسائل الدفع الإلكتروني	11
49	مخطط التشفير	12
50	التشفير بمفتاح واحد	13
50	التشفير بمفتاحين مختلفين	14
50	بروتوكول تأمين البيانات SSL Secure Sockets Layer	15
52	الجدار الناري	16
53	تطور مشتركى الهاتف الثابت في الجزائر خلال الفترة الممتدة من 2016-2020	17
54	تطور مشتركى الهواتف النقالة من 2016-2020	18
60	البطاقة الإلكترونية الذهبية	19
61	مكونات البطاقة CIB	20
66	الهيكل التنظيمي لفرع مديرية اتصالات الجزائر -قائمة-	21
67	واجهة ادخال المعلومات	22
67	واجهة فضاء الزبائن	23
68	اتفاقية الإشتراك في خدمة الدفع الإلكتروني	24
70	تطبيق الدفع عبر الهاتف E-Paiement espace client	25

72	تطور عدد المبادلات الإلكترونية لسنة 2020	26
73	تطور المبالغ التامة الكترونيا لسنة 2020	27
75	الفرق بين QR code و code barre	28
79	خدمات التطبيق BARIDIMOB	29
79	واجهة التطبيق Baridimob	30

قائمة المختصرات

منظمة الصحة العالمية	Organisation mondiale de la santé	OMS
منظمة التجارة العالمية	Organisation mondiale du commerce	OMC
الموزع الآلي للنقود	Distributeur automatique de billets	DAB
الشباك الآلي للنقود	Guichet automatique de billets	GAB
نهائي نقاط الدفع الإلكتروني	Terminal de paiement électronique	TPE
البطاقة بين بنكية	Carte interbancaire	CIB
رمز الإستجابة السريعة	Quick response	QR
منظمة التعاون الإقتصادي والتنمية	Organisation de coopération et de développement économique	OCDE
الإتحاد الإفريقي	Union africaine	UA
رقم التعريف الجبائي	Numéro d'identification fiscale	NIF
تكنولوجيا المعلومات والاتصالات	Technologie de l'information et de la communication	TIC
تجارة الكترونية من الشركات الى الشركات	Business to business	B2B
تجارة الكترونية من المستهلك الى المستهلك	Consumer to consumer	C2C
تجارة الكترونية من الشركات الى المستهلك	Business to consumer	B2C

مقدمة

ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي اجتاحت العالم غيرت الكثير من المفاهيم المتعارف عليها سابقا، وحققت تغييرات جوهرية في بيئة الأعمال، حيث يعتبر المجال التجاري من أكثر القطاعات استجابة للابتكار التكنولوجي واستخداما للتقنيات الحديثة وتغيرت معه قواعد المعاملات التجارية التي أصبحت تتم بأعلى درجة من الكفاءة والفعالية وبأقل تكلفة ممكنة ملغية بذلك كل الحدود المكانية والزمانية، وهذا هو المفهوم الحديث للمبادلات التجارية الذي يطلق عليه " التجارة الإلكترونية" و تتميز هذه الاخيرة بمجموعة من الخصائص منها: توفير الجهد، توسيع نطاق السوق المحلية، العمل على تخفيض التكاليف وذلك لان معظم العمليات تتم الكترونيا باستعمال الانترنت وهذا ما قد لا يكون ممكنا في التجارة التقليدية.

ان هذه المميزات وغيرها التي توفرها التجارة الإلكترونية أدت الى زيادة التعامل بها عبر مختلف انحاء العالم وهذا ما دفع العديد من الدول الى التفكير في إيجاد طريقة لحل مشكلة الدفع واستلام الأموال وضرورة استحداث وسائل حديثة يستخدمها المتعاملون قصد الوفاء بما اقتنوا من سلع وخدمات، وهذا ما أدى الى ميلاد وسائل الدفع الإلكتروني، التي تعتبر بديلا لوسائل الدفع التقليدية التي أصبحت اقل فعالية في عصر يتميز بالرقمنة والسرعة في اتمام المعاملات.

ان استخدام وسائل الدفع الإلكترونيين بطاقات ائتمان وشيكات الكترونية، محافظ الكترونية وغيرها من وسائل الدفع الأخرى توفر لحاملها جملة من الخصائص والمميزات أهمها: السرعة في التسوية، انخفاض التكاليف سهولة الاستعمال، اختصار الجهد والمسافة وغيرها من المميزات الأخرى التي جعلتها أكثر تداولاً من وسائل الدفع التقليدية.

وعلى الرغم من الخصائص التي توفرها وسائل الدفع الإلكتروني لا أنه لا يمكن التسليم بأنها في منأى عن حركية الاخطار والجرائم الإلكترونية، فإذا كانت النقود التقليدية عرضة الى التزوير والسرقة فإن وسائل الدفع الإلكترونية قد تكون عرضة هي الأخرى الى القرصنة وسرقة المعلومات والبيانات الشخصية، وهذا ما يحول دون أن تحظى بالقبول العام والثقة عند المتعاملين وهذا ما يؤدي الى عرقلة انتشار التجارة الإلكترونية وتراجع الأفراد عن التعامل بها.

وقد أدركت الجزائر أهمية التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونيين خلال قيامها بجملة من الإصلاحات في قطاع المعلومات والاتصالات والتي من شأنها تعزيز التجارة الإلكترونية والسعي الى توطيئها.

على ضوء ما تقدم، يمكن طرح الإشكالية الرئيسية والتي تتمحور في:

الى أي مدى يمكن لوسائل الدفع الإلكترونيان تدفع بعمليات التجارة الإلكترونية في الجزائر الى الامام؟

ويتفرع عن الإشكالية الرئيسية مجموعة من الأسئلة الفرعية والتي قمنا بصياغتها على النحو التالي:

1. هل فعلا أصبحت عمليات التجارة الإلكترونية واقع معاش خاصة في الوضع الراهن (جائحة كورونا) ولا مناص للدول النامية من ذلك؟

2. هل يمكن الحديث عن التعامل بوسائل الدفع الإلكترونيين وجود بنية تحتية إلكترونية قوية؟

3. كيف تجري عمليات الانتقال الإلكتروني في الجزائر، وهل تكثيف العمل بتقنية QR يسرع حقا تعزيز التجارة الإلكترونية؟ وهل تتوفر الجزائر على المتطلبات الأساسية لذلك؟
وللإجابة المبدئية عن التساؤلات المطروحة، قمنا بصياغة الفرضيات التالية:

1. التجارة الإلكترونية هي نمط جديد من المعاملات التجارية تقوم على أساس تبادل السلع والخدمات الإلكترونية، وكل الدول النامية تسابق الزمن لتوطين ذلك.

2. ان البطاقات الذكية، وبطاقات الائتمان والشيكات الإلكترونية، هي وسائل مستخدمة بغرض الدفع بطريقة إلكترونية، والتي تعتمد بشكل أساسي على توفر مجموعة من الشروط كالأنترنت عالي التدفق والحواسيب المتطورة، والهواتف الذكية...

3. رغم التحسن الكبير وخاصة في السنتين الآخريتين في زيادة عمليات التجارة الإلكترونية، الا ان كل مؤشرات الرقمنة في الجزائر تبين ان استخدام وسائل الدفع الإلكتروني خاصة QR مازالت في مرحلة الحبو، على الرغم من إطلاق هذه الخدمات منذ أكتوبر 2016 مع ترسانة من القوانين والاجراءات التي تنظم ذلك.

أهمية الموضوع

– يستند الموضوع أهميته باعتبار أن التجارة الإلكترونية فتحت المجال أمام الأفراد للاستثمار الى جانب الخصائص والمميزات التي انفردت بها عن التجارة التقليدية.

– سمح ظهور وتطور وسائل الدفع الإلكترونييسهولة تحويل الأموال بين الأفراد والشركات عالميا وهذا ما أدى الى الغاء عنصر المسافة من جهة والتغلب على مشكلة الزمن وذلك من خلال السرعة في إتمام العمليات التجارية.

– يساهم الموضوع في الكشف عن واقع كل من التجارة الإلكترونية والدفع الإلكتروني في الجزائر

– معرفة مختلف الوسائل التي تبنتها الجزائر من أجل تفعيل التجارة الإلكترونية والنهوض بها.

أهداف الموضوع

- تسليط الضوء على التجارة الإلكترونية والمفاهيم المرتبطة بها.
- الوقوف على أهم المفاهيم المتعلقة بالدفع الإلكتروني.
- دراسة أهمية وسائل الدفع الإلكتروني في تنشيط التجارة الإلكترونية.
- تسليط الضوء على واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر.
- التعرف على مختلف وسائل الدفع الإلكترونية المتاحة في الجزائر.

أسباب اختيار الموضوع

- الرغبة في دراسة الموضوع كون التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية تعتبر من المواضيع الأكثر حديثا خاصة مع انتشار وتفشي وباء كورونا.
- تواجه الدولة الجزائرية عجزا في اقتناء بعض وسائل الدفع الإلكترونية بشكل كافي وبالتالي فإن اقتراح تفعيل نظام الدفع باستخدام رمز الاستجابة السريعة QR CODE قد يكون حلا لتعميم الدفع الإلكتروني في الجزائر من جهة وتدنية التكاليف من جهة أخرى.
- في ظل انتشار فيروس كورونا فإن القيام بالدفع الإلكتروني يساهم الى حد كبير في الحد من انتشار الفيروس وذلك من خلال تقليل الاحتكاك بين الناس.

المنهج المتبع :

- اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي في اغلب مراحل الدراسة، فقد كان وصفيا عندما تطرقنا الى عرض المفاهيم المتعلقة بكل من التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية وتحليل مختلف الإحصائيات التي تعرضنا اليها، وفي الجانب التطبيقي استخدمنا منهج دراسة الحالة لدراسة وضع الدفع والتجارة الإلكترونية في مؤسسة اتصالات الجزائر.
- ولطبيعة الموضوع فقد اعتمدنا على مجموعة من الأدوات والتي تجسدت في مختلف الكتب، المجالات، المذكرات وبعض الملتقيات الى جانب مختلف المواقع الإلكترونية وذلك للإلمام بكافة جوانب الموضوع.

الدراسات السابقة:

- دراسة كامش محمد ياسين وآخرون، التجارة الإلكترونية-دراسة حالة الجزائر-، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2016.

تناولت هذه الدراسة موضوع التجارة الإلكترونية-دراسة حالة الجزائر-، تم التطرق من خلالها الى كل من المفاهيم المتعلقة بالتجارة الإلكترونية وعرض وسائل الدفع الإلكترونية المعتمدة الى جانب دراسة واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر من خلال دراسة وضعية التجارة الإلكترونية في الجزائر كما تطرق الى مختلف الاستراتيجيات التي وضعتها هذه الأخيرة من اجل النهوض بالتجارة الإلكترونية، ومن أهم النتائج المتوصل اليها ما يلي:

✓ للنهوض بالتجارة الإلكترونية في الجزائر يجب توفر إرادة وعزيمة قوية.

✓ ان التحول من التجارة التقليدية الى التجارة الإلكترونية يتطلب وجود بنية تحتية الكترونية قوية.

دراسة امنة زربوط، دور وسائل الدفع الإلكترونية في تفعيل التجارة الإلكترونية، حالة الجزائر، مجلة اراء للدراسات الاقتصادية والإدارية، جامعة البلدية الجزائر، المجلد 01، عدد01، 2019، حيث تناولت هذه الدراسة أهمية وسائل الدفع الإلكترونية وتنشيط التجارة الإلكترونية مع تسليط الضوء على أهم المفاهيم المتعلقة بالدفع الإلكتروني، كما عمدت إلى الوقوف على واقع تطبيقه في الجزائر والإنجازات المحققة في هذا المجال وخلصت هذه الدراسة الى ما يلي:

✓ يعتمد تطور وتفعيل التجارة الإلكترونية على مدى تطور وسائل الدفع الإلكتروني.

✓ تواجه الجزائر مشاكل من ناحية تطبيق الدفع الإلكتروني.

✓ عدم اعتماد وسائل الدفع الإلكتروني يعتبر عائق للتجارة الإلكترونية في الجزائر.

دراسة الطاهر بوجلطية مريم، تحديات الدفع الإلكتروني في الجزائر، دراسة حالة البنك الوطني الجزائري، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2018، حيث تناولت الدراسة التحديات التي تواجه الدفع الإلكتروني في الجزائر، حيث تم التطرق في البداية الى مختلف المصطلحات المرتبطة بالدفع الإلكتروني، ومن ثم تسليط الضوء على مختلف العوامل المعرقلة لنجاح الدفع الإلكتروني في الجزائر، وخلصت الدراسة الى ما يلي:

✓ رغم ما قامت به الجزائر من إجراءات لتسهيل الدفع الإلكتروني لا تزال بعيدة جدا عن الدول المتقدمة وحتى بعض الدول العربية.

✓ رغم المزايا التي تقدمها وسائل الدفع الإلكتروني لا انها تسببت في ظهور مشاكل جديدة تتمثل في الجرائم الإلكترونية بمختلف انواعها مثل القرصنة الإلكترونية.

✓ تعاني الجزائر من ضعف وهشاشة البنية التحتية الإلكترونية وهذا ما يعيق حركة وتطور التجارة الإلكترونية في الجزائر.

وتختلف دراستنا عن الدراسات الأخرى في التركيز على تفعيل أهمية الدفع الإلكتروني لتنشيط التجارة الإلكترونية إضافة إلى محاولة اقتراح طريقة الدفع عن طريق مسح رمز الاستجابة السريعة QR CODE وإبراز أهميتها على مستوى مؤسسة اتصالات الجزائر لولاية قالمة.

هيكل الموضوع

قمنا بتقسيم الموضوع إلى ثلاثة فصول كما يلي:

- تم التطرق في الفصل الأول إلى الإطار النظري للتجارة الإلكترونية من خلال عرض مختلف المفاهيم المرتبطة بها في المبحث الأول، خصائص ودوافع التجارة الإلكترونية في المبحث الثاني ومعوقات التجارة الإلكترونية في المبحث الثالث.
- بالنسبة للفصل الثاني فقد تم تخصيصه لوسائل الدفع الإلكتروني لهذا قمنا بعرض المصطلحات المتعلقة بالدفع الإلكتروني في المبحث الأول، أطراف ومخاطر الدفع الإلكتروني في المبحث الثاني وخلصنا بدراسة العلاقة بين التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكتروني في المبحث الثالث.
- أخيرا، قمنا بتسليط الضوء على التجارة الإلكترونية في الجزائر من خلال دراسة واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر في المبحث الأول، دراسة طرق ووسائل الدفع الإلكتروني على مستوى مؤسسة اتصالات الجزائر بقالمة وأخيرا قمنا بإقتراح تفعيل تقنية الدفع باستخدام رمز الاستجابة السريعة QR CODE.

صعوبات الموضوع:

لقد واجهنا صعوبات أثناء دراستنا للموضوع والمتمثلة في:

- عدم إمكانية وصعوبة الحصول على الإحصائيات المتعلقة بالدفع الإلكتروني على مستوى مؤسسة اتصالات الجزائر بقالمة.
- قلة الإحصائيات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية لمعرفة مدى تطورها في الجزائر.
- قلة المراجع ذات صلة بالتجارة الإلكترونية ولهذا اعتمدنا بدرجة كبيرة على المجالات.
- عدم توفر الإحصائيات الكافية حول الدفع الإلكتروني في الجزائر.

الفصل الأول:

مدخل للتجارة

الإلكترونية

تمهيد:

تعتبر التجارة الإلكترونية أحد النتائج المترتبة عن تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بصفة عامة وظهور وانتشار الانترنت بصفة خاصة، فقد ساهت هذه الأخيرة في إزالة كافة العقبات التي كانت تواجهها سواء الشركات أو المستهلكين خاصة من ناحية اختزال عنصر الزمن والمسافة بين البائعين (أو الشركات) والمستهلكين وهذا ما أدى الى تبني مختلف الشركات للتجارة الإلكترونية من خلال فتح منصات الكترونية أو ظهور شركات افتراضية.

ان ظهور التجارة الإلكترونية أدى الى تغير الكثير من المفاهيم المتعلقة بالمبادلات التجارية مثل: ظهور مصطلح المتاجر الإلكترونية، السوق الإلكترونية... الخ، كما قدمت هذه الأخيرة الكثير من المنافع للشركات (البائعين)، الافراد، الإقتصاد... الخ، من جهة، ومن جهة أخرى أدى ممارسة التجارة الإلكترونية الى ظهور الكثير من المشاكل والمعوقات المتعلقة بالمبادلات الإلكترونية، وهو ما سوف نتناوله في هذا الفصل حسب التقسيم الآتي:

المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية.

المبحث الثاني: خصائص، دوافع ومتطلبات التجارة الإلكترونية.

المبحث الثالث: آثار ومعوقات التجارة الإلكترونية.

المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية

لقد تمكن اختراع شبكة الأنترنت من اختصار الحدود بين جميع دول العالم، وجعله أشبه بالقريبة الواحدة، وظهر ضمن هذا الاختراع آليات تعامل متعددة الأغراض وتعد التجارة الإلكترونية واحدة من بين هذه الآليات.

المطلب الأول: تعريف التجارة الإلكترونية

لقد ورد في موضوع التجارة الإلكترونية عدة تعريفات نذكر منها:

- عرفت من طرف منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية OCDE سنة 2009 على أنها: المبادلات التجارية المتمثلة في بيع أو شراء السلع والخدمات الكترونيا وقد تتم هذه المبادلات بين الشركات، الأفراد، الإدارات وغيرها من الهيئات الأخرى¹.
- تم تعريف التجارة الإلكترونية من طرف Francis Lorentz كما جاء في تقرير مجموعة العمل الفرنسية حول التجارة الإلكترونية على أنها: " مجموعة المبادلات الإلكترونية المرتبطة بالأنشطة التجارية سواء بين الشركات، بين الشركات والإدارات أو المبادلات الإلكترونية بين الشركات والمستهلكين."²
- وحسب المنظمة العالمية للتجارة OMC سنة 2008 فإن التجارة الإلكترونية هي: "عملية إنتاج، توزيع، بيع وتسليم السلع والخدمات عبر وسائط الكترونية"³.
- وقد منح الإتحاد الإفريقي (UA) خلال الإتفاقية المبرمة بشأن أمن الفضاءات الإلكترونية وحماية المعلومات والبيانات الشخصية، تعريفا للتجارة الإلكترونية على أنها: " عملية عرض، شراء وبيع السلع والخدمات عبر الوسائط الإلكترونية من خلال شبكة الأنترنت أو أي وسائط أخرى تسمح بتبادل المعلومات عن بعد"⁴.
- حسب اللجنة الأوروبية (commission européenne) فإن التجارة الإلكترونية هي: ممارسة الاعمال الإلكترونية التي تعتمد أساسا على معالجة وتبادل المعلومات الكترونيا، سواء كانت مكتوبة

¹ -rapport de l'OCD ; disponible sur le site: <https://www.iisd.org/system/files/publications/commerce-electronique-organisation-mondiale.pdf>; consulté le 24/04/2021 ; à 10 :10.

² - rapport du groupe du travail français ; disponible sur le site <https://www.vie-publique.fr/sites/default/files/rapport/pdf/984000049.pdf> ،consulté le 24/04/2021 ; à 10 :10

³ –Disponible sur le site : https://www.wto.org/french/tratop_f/ecom_f/ecom_f.htm; consulté le 24/04/2021 ; à 10 :10 .

⁴ -حسين سلمان، التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الواقع والتحديات في ظل جائحة كورونا مجلة دراسات اقتصادية،

أو سمعية أو سمعية بصرية، وهي تشمل مختلف الأنشطة المتعلقة بتجارة السلع والخدمات، تبادل المعلومات الإلكترونية، التحويل الإلكتروني لأموال...¹

• يعرف القانون الجزائري (رقم 05-18، المؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية) التجارة الإلكترونية على أنها: "النشاط الذي يتم من خلاله عرض سلعة أو خدمة للمستهلك، من طرف مورد إلكتروني عن طريق وسائط إلكترونية."²

• على ضوء التعاريف السابقة يمكن تعريف التجارة الإلكترونية على أنها: عمليات بيع وشراء السلع والخدمات، التي تتم عن بعد من خلال استخدام مختلف الوسائط الإلكترونية مثل الأنترنت وغيرها من الوسائط الأخرى التي تسمح بتبادل المعلومات الإلكترونية

وظهرت التجارة الإلكترونية نتيجة لتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال حيث تعتبر أهم ما يميز الاقتصاد الرقمي أو اقتصاد المعرفة، فهو اقتصاد قائم على الاستخدام الواسع النطاق للمعلوماتية وشبكة الأنترنت في مختلف النشاطات الاقتصادية وخاصة في التجارة الإلكترونية، ويرتكز أساسا على المعرفة والابداع والتطور التكنولوجي.³

ولقد شهدت تكنولوجيا المعلومات والاتصال انتشارا وتطورا سريعا وهذا ما أدى الى تطور وسائل الاتصالات وذلك من خلال:

- ✓ التحول من الأجهزة السلكية الى الأجهزة اللاسلكية (الهواتف النقالة) والتي ظهرت سنة 1974.
- ✓ ظهور التلكس TELEX: كلمة تلكس هي مختصر للكلمتين الانجليزييتين Telegraph exchange وهو شبكة اتصالات تسمح بتبادل الرسائل الكترونيا وقد عرف زيادة كبيرة من حيث عدد المستخدمين في الألفيات حيث بلغ عددهم ما يقارب مليونين مستخدم.⁴

1 – Etienne tricot 'les impacts du commerce électronique sur l'organisation de l'offre' thèse présentée pour l'obtention de diplôme doctorat 'école supérieure de télécommunication', France, 2002, p 83.

2- Kamel chikhi, LE COMPORTEMENT DES CONSOMMATEURS FACE AU ECOMMERCE EN ALGERIE, revue RIMS, numéro 03, Maroc, Mars 2020, p83.

3-ذهبية قبائلي، أثر رأس المال الفكري على التنافسية في القطاع البنكي، مذكرة لنيل شهادة ماستر في العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد ابن باديس، 2017، ص 12.

4- عن الموقع الإلكتروني: www.wikipedia.org، تم الإطلاع عليه يوم: 2021/04/20. على الساعة 11:00

- ✓ الفاكس FAX: هي كلمة مشتقة من الكلمة اللاتينية fac-similé وهو جهاز يسمح بإرسال وتبادل الوثائق والصور الكترونيا وهو جهاز أكثر تطورا من التلكس.¹
- ✓ التبادل الإلكتروني للمعلومات (EDI) l'échange de données informatisées: هو عبارة عن تبادل ونقل المعلومات بين الشركات او الشركاء التجاريين الكترونيا، عوضا عن استخدام الأجهزة الأخرى مثل الفاكس.²
- ✓ الانترنت internet: تم اختراع الانترنت في 1969 من طرف إدارة وزارة الدفاع الأمريكية Defense Advanced Research Projects Agency) كوسيلة من أجل تبادل المعلومات بين مختلف الجامعات الأمريكية ووزارة الدفاع الأمريكية، وفي منتصف 1970 امتد استخدام الأنترنت ليشمل بذلك مختلف المجالات الأخرى منها المجال التجاري.

1 - disponible sur le site :<https://www.communication-evenements.com/lhistoire-du-fax-en-quelques-lignes/> consulté le 20/04/2021.a 11 :00

2 -disponible sur le site :<https://www.universalis.fr/encyclopedie/internet-histoire/> consulté le 21/04/2021 ; à 11 :00.

المطلب الثاني: الفرق بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية

الجدول رقم 01: الفرق بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية

أوجه المقارنة	التجارة التقليدية	التجارة الإلكترونية
الأسلوب	انتقال المشتري الى مكان تواجد السلعة	اقتناء السلع يتم الكترونيا (سلعة غير مادية) أو بانتقال المشتري أحيانا
الوثائق	المعاملات تتم ورقيا	غياب المعاملات الورقية
هوية المتعاقدين	الكشف عن هوية المتعاقدين	عدم الكشف عن هوية المتعاقدين
السرعة	معاملات تقليدية بطيئة	السرعة في إتمام المعاملات
التكلفة	تكاليف مرتفعة	تكاليف منخفضة
معاينة السلعة	إمكانية معاينة السلع ماديا	عدم إمكانية معاينة السلع
مدة المعاملات	محدودة	على مدار 24 ساعة
الموقع الجغرافي	محدد	في كل أنحاء العالم

المصدر: من اعداد الطالبة اعتمادا على:

الموقع الإلكتروني <http://fr.sawakinome.com/articles/business/unassigned-97.html>

من الجدول السابق، نتضح لنا اهم الفروقات بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية، فمن ناحية طريقة التسليم، نجد أنه في التجارة الإلكترونية تتم عملية تسليم المنتجات إلكترونيا في غالب الأحيان مثل تحميل تطبيق على الحاسوب غير أن هناك بعض المنتجات تتطلب تنقل البائع أو المشتري لتسلم البضاعة، أما في التجارة التقليدية فأن التسليم يتم بصورة تقليدية ملموسة.

▪ من ناحية الوثائق، فإن عمليات التجارة الإلكترونية لا تتطلب وجود وتبادل الوثائق وذلك لأن عمليات البيع والشراء تتم إلكترونيا وعليه فأن هوية المتعاقدين يصعب تحديدها والتأكد من المعلومات المتعلقة بهم.

تتميز التجارة الإلكترونية بالسرعة في إتمام عمليات الشراء، والتي تتم عبر الخطوات التالية:¹

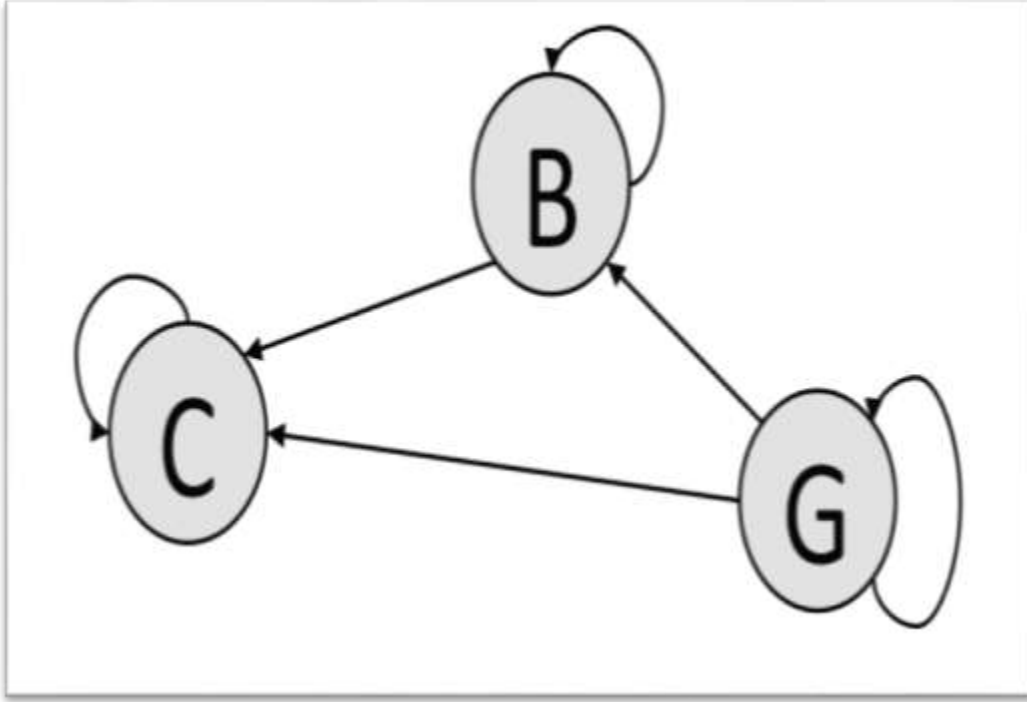
1. تحديد المستهلك لإحتياجاته.

1- محمد ياسين كامش، التجارة الإلكترونية دراسة حالة الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، 2016، ص 24.

2. الولوج الى شبكة الأنترنت والبحث عن المواقع.
 3. تصفح المواقع المقترحة والمفاضلة بينها، ثم اختيار الأنسب منها (الموقع الذي يلبي حاجات المستهلك).
 4. تصفح الكتالوج الإلكتروني الخاص بالموقع الذي وقع عليه الاختيار من طرف المستهلك.
 5. اختيار المنتج ثم التفاوض مع البائع حول السعر، الكمية... الخ
 6. إبرام عقد الشراء بين البائع والمشتري الكترونياً.
 7. يتم التسديد الكترونياً أو بصفة تقليدية.
 8. تسليم السلعة الى عنوان المشتري.
- بينما التجارة التقليدية تتطلب حضور كل من البائع والمشتري لاقتناء السلعة هذا ما يجعل عمليات التجارة الإلكترونية أكثر سرعة من التجارة التقليدية بالإضافة الى أنها تتم عبر سوق افتراضية أي دون الحاجة الى الالتقاء الفعلي للأطراف المتاجرة على عكس التجارة التقليدية التي تتم عبر سوق حقيقية ملموسة تتطلب التقاء كل من البائع والمشتري.
 - تحتاج عمليات التجارة التقليدية، تكاليف إضافية لتسويق المنتجات من خلال عمليات الإشهار عبر التلفاز أو الصحف وغيرها من الوسائل الأخرى، في حين أن تكلفة تسويق المنتجات الإلكترونية ضئيلة جداً.
- ⇐ على الرغم من تطور التجارة الإلكترونية، فإن معظم المستهلكين يتجهون نحو التجارة التقليدية وهذا راجع الى عدم احساس المستهلك بالأمان التام في حال استخدامهم لوسائل الدفع الإلكتروني بالتالي تعرضهم لعمليات القرصنة ومنه سرقة أموالهم.

المطلب الثالث: أنواع التجارة الإلكترونية

الشكل 01: أنواع (اشكال) التجارة الإلكترونية



✓ Source : Martin Kutz ; 'introduction to E-commerce', bookboon edition, 2016, p38

تنقسم التجارة الإلكترونية الى ما يلي:

1. **تجارة الإلكترونية من الشركات الى الشركات Business to Business:**

تتمثل في المبادلات التجارية بين شركة وشركة أخرى، مثل التبادل التجاري بين المنتجين والموزعين،

أو بين الموزعين وتجار التجزئة، كسواء المواد الأولية بين شركة وشركة أخرى.¹

¹ - Sofiane Hadad ; **Le E-Commerce en Algérie: Enjeux et défis à surmonter** ; Landmarks for Legal and Political Studies ; université d'Alger 3 ; vol04 ; septembre 2020 ; p 10.

أمثلة عن المواقع الإلكترونية من النوع B2B:

الجدول رقم 02: أمثلة عن المواقع الإلكترونية B2B

نوع الموقع	الموقع
موقع سويدي تم تأسيسه سنة 2010 لبيع أجهزة متخصصة في قراءة البطاقات البنكية بغرض الدفع الإلكتروني من النوع TPE: (terminal de paiement électronique).	Izettle www.zettle.com/fr
شركة أمريكية تأسست في 2017، متخصصة في تصميم التغليف (package) الخاص بالعلامات التجارية للشركات الكترونيا.	Packwire www.packwire.com
شركة بريطانية تأسست سنة 2004، مختصة في إنشاء البطاقات الخاصة بالشركات (cartes de visite) واللوحات الإشهارية الكترونيا	Moo www.moo.com

مصدر: من اعداد الطالبة اعتمادا على مواقع الكترونية

تجارة الكترونية من الشركات الى الزبائن: Business to consumer

يشار إليها بالمصطلح B2C وهي تعني مجمل المبادلات الإلكترونية التي تتم بين الشركة والمستهلكين، مثال عن ذلك: الشراء عبر المواقع الإلكترونية، وهي أكثر نوعا انتشارا للتجارة الإلكترونية.¹
أمثلة عن المواقع الإلكترونية من النوع B2C:

الجدول رقم 03: أمثلة عن المواقع الإلكترونية B2C

نوع الموقع	الموقع
شركة ألمانية، تأسست سنة 2008 متخصصة في بيع الملابس والاحذية الكترونيا.	Zalando/ zalando.fr
شركة فرنسية تأسست سنة 1954 لبيع الأجهزة الكهرو منزلية، الكتب، الهواتف النقالة... الخ. تم تأسيس الموقع الإلكتروني للشركة سنة 2009.	La Fnac La fnac.com
شركة فرنسية تأسست سنة 2001 لبيع الملابس، الأحذية، العطور... الخ، الكترونيا.	Vente-privée www.veepee.fr

المصدر: من اعداد الطالبة بالإعتماد على المواقع الإلكترونية.

¹ –disponible sur le site : <https://actu-ecommerce.fr> /consulté le 28 /04/2021 a 12 :00

2. تجارة الإلكترونية من المستهلكين الى المستهلكين consumer to consumer :

هي المبادلات الإلكترونية التي تتم بين المستهلكين وذلك عن طريق المزادات العلنية المعروضة عبر الانترنت، عبر الأسواق الإلكترونية، أو كوضع المستهلك لإعلان عبر موقعه لبيع أغراض شخصية مثلا.¹ فهي تمكن المستهلكين من بيع، شراء أو مبادلة السلع فيما بينهم.

أمثلة عن المواقع الإلكترونية من النوع C2C

الجدول رقم 04: امثلة عن المواقع الإلكترونية c2c

الموقع	نوع الموقع
Etsy www.etsy.com/fr	شركة أمريكية تأسست سنة 2005، تهتم بتصميم وبيع المنتجات حسب طلب المستهلك، بيع المنتجات المصنوعة يدويا أو بيع المنتجات القديمة (vintage)، الكترونيا.
EBay./E-bay.fr	شركة أمريكية تأسست في 1995 للبيع الإلكتروني للسلع والخدمات (market place)
Vinted www.vinted.com	شركة ليتوانية تأسست سنة 2008، تسمح بشراء، بيع ومبادلة الملابس وغيرها من المنتجات المستعملة.

المصدر: من اعداد الطالبة، بالاعتماد على المواقع الإلكترونية.

3. التجارة الإلكترونية من المستهلكين الى الشركات CONSUMER TO BUSINESS:

يعبر عنها بالمختصر C2B، وهي تشير الى وجود مبادلات تجارية من المستهلكين الى الشركات كأن يقوم المستهلك مثلا بالترويج لمنتج لشركة ما عبر صفحة الويب الخاصة به (blog) أو عبر الموقع الإلكتروني الخاص بالمستهلك أو حتى من خلال مواقع التواصل الاجتماعي (social media) مثل Facebook ; instagram...الخ.²

4. التجارة الإلكترونية من الحكومات الى المستهلكين G2C

يعتمد هذا النوع من التجارة على بتقديم الحكومة لخدمات أو معلومات للشعب أو بتقديم خدماتها للتجار وتعرف أيضا بالحكومة الإلكترونية E-government

5. التجارة الإلكترونية من المستهلكين الى الحكومات C2G

² - صفاء قحماز، التجارة الإلكترونية كأداة للتنافس في الأسواق العالمية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015، ص27.

كافة العمليات التي تتم بين المستهلكين والحكومات مثل تسديد الضرائب إلكترونياً

6. التجارة الإلكترونية من الشركات الى الحكومة Business to goverment

يشير اليها بالرمز B2G وتتمثل في بيع منتج أو خدمة من طرف تجاري مزود لهيئة حكومية، كأن تقوم شركة متخصصة بتنفيذ إنشاء موقع إلكتروني خاص بخدمة بمعاملة حكومية وتطوير تطبيق متعلق بذات الشأن.

وقد لخص Coppel سنة 2000 مجمل اشكال التجارة الإلكترونية في المصفوفة الموالية

الشكل 02: مصفوفة كوبل Matrice de coppel

مستهلك	شركة	حكومة	
G2C حكومة لمستهلك	G2B حكومة لشركة	G2G حكومة لحكومة	حكومة
C2B مستهلك لشركة	B2B شركة لشركة	B2G شركة لحكومة	شركة
C2C مستهلك لمستهلك	B2C شركة لمستهلك	G2C حكومة لمستهلك	مستهلك

Source : Ghachem lassed, **adoption du E-business dans les activités internationales de la PME** ; thèse ‘présentée pour l’obtention de doctorat ‘faculté des sciences économiques ‘ université de Neuchâtel ‘Suisse, 2008‘p38

8. أنواع أخرى للتجارة الإلكترونية: ¹

• تطبيقات المشاركة Peer to Peer applications:

تسمح هذه التطبيقات للمستخدم الحصول على المعلومات، تبادل أطراف الحديث، مبادلة الصور... الخ، وهي تستخدم في b2c, c2c. b2b .

• التجارة الإلكترونية عبر الهاتف النقال: M-commerce

أحدث نوع للتجارة الإلكترونية حيث تسمح للمستهلك بشراء السلع والخدمات من خلال الهاتف النقال.

• التجارة الإلكترونية ضمن الشركة الواحدة: intrabusiness EC

يتضمن هذا النوع من التجارة الإلكترونية، تبادل المنتجات والمعلومات والخدمات بين فروع الشركة.

¹ - محمد صالح الجداية، سناء جودت خلف، تجارة الإلكترونية، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص26.

• التجارة الإلكترونية من المنظمة الى الموظفين Business to employee :

يشار إليها بالمختصر B2E وهي تشتمل على تبادل السلع والخدمات والمعلومات من الشركة الى الموظفين فقط.

• التجارة الإلكترونية التحالفية collaborative commerce

هو مشاركة مجموعة من الأشخاص عبر الحاسوب لأغراض معينة مثل: تصميم منتج جديد.

• التعلم عن بعد E-learning

يمكن للشركات أو الجامعات مثلا توفير برامج تعليمية أو تدريبية تمكن الطلاب أو الموظفين من الاستفادة منها.

المبحث الثاني: خصائص، دوافع ومتطلبات التجارة الإلكترونية

يمكن القول إن التجارة الإلكترونية تعد من أهم اختراعات العصر، والتي من الممكن أن يحقق فيها أرباح لم يكن من الممكن تحقيقها سابقا وذلك بسبب مجموعة من المميزات والخصائص التي انفردت بها عن التجارة التقليدية.

المطلب الأول: خصائص التجارة الإلكترونية

تتميز التجارة الإلكترونية بمجموعة من الخصائص نذكر منها ما يلي:¹

- غياب استعمال الوثائق الورقية المستخدمة في إجراء وتنفيذ العمليات التجارية، كما ان عمليات التفاعل بين الأطراف تتم إلكترونيا.
- من خلال استخدام تطبيقات التجارة الإلكترونية، يمكن التعامل مع أكثر من طرف كإرسال عدد كبير من الرسائل الإلكترونية لعدد كبير من المستخدمين وفي نفس الوقت مثلا.
- يتم التفاعل بين الأطراف المتبادلة من خلال شبكة الانترنت وهذا ما يسمح باستمرار تبادل السلع والخدمات على مدار 24 ساعة.
- يمكن بيع وشراء السلع غير المادية مباشرة وهذا ما يميز التجارة الإلكترونية عن الوسائل التقليدية المستخدمة في البيع والشراء مثل: تحميل الكتب، شراء برمجيات، قراءة التقارير... الخ.
- يتم التبادل التجاري الإلكتروني، بأكثر فعالية وبأقل التكاليف الممكنة وذلك لأن التجارة الإلكترونية تعتمد على التبادل الإلكتروني للمعلومات.
- اتساع النطاق الجغرافي للتجارة الإلكترونية وبالتالي لا يوجد مكان يلتقي فيه البائعون والعارضون للسلع والخدمات، بل يتم التلاقي عبر شبكة الأنترنت.

بالإضافة الى:²

- السرعة في إتمام وتنفيذ العمليات التجارية، أي السرعة في التعاقد والتسليم في الوقت المحدد Just .in time

¹-فداء حامد، الإدارة الإلكترونية -الأسس النظرية والتطبيقية-، دار الكندي للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص79.

²-حكيمة بن وارث، دور وأهمية التجارة الإلكترونية في اقتصاد المعرفة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، المركز الجامعي العربي بن مهيدي، ام البواقي، 2008، ص48-49.

- عدم الكشف عن هوية المتعاقدين، حيث لا يكتسب المتعاملون المعلومات الكافية عن بعضهم من ناحية الاسم، الهوية، الموطن... الخ وهل هي معلومات صحيحة أو مزيفة.
- التطور السريع كون التجارة الإلكترونية مرتبطة ارتباطا قويا بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تعرف تغيرا مستمرا وبالتالي تغير في التجارة الإلكترونية وهذا ما يستلزم مراجعة وتحديث القواعد والقوانين المتعلقة بالتجارة الإلكترونية بصفة مستمرة.

المطلب الثاني: دوافع التجارة الإلكترونية

من الأسباب التي تدفع الشركات الى استخدام التجارة الإلكترونية ما يلي:¹

1. يسمح تطبيق التجارة الإلكترونية بالتسيير الناجح والفعال للمعاملات التجارية وذلك من خلال التغلب على عنصر الزمن والمسافة والحدود الجغرافية ومنه تيسير المعاملات التجارية.
2. تقليص التكاليف المتعلقة بالمبادلات التجارية.
3. التبادل الإلكتروني للمعلومات والوثائق بأقل تكلفة ودون تدخل بشري وهذا ما يسمح بسهولة انسياب وتدفق المعلومات بين الأطراف المتاجرة.
4. تمكن التجارة الإلكترونية الشركات من اكتساح أسواق جديدة.
5. الوصول الى مستوى أمثل من الإنتاج والتوزيع، حيث استخدام الشركات للتجارة الإلكترونية يسمح بجمع المعلومات وتخزينها بصفة آلية، ومنه يمكن للشركة استخدام هذه المعلومات لتقييم الأسواق، جمع البيانات حول المستهلكين والمنافسين مما يسمح للشركة بتحديد موقعها التنافسي والتصدي لتغيرات البيئة الخارجية.
6. التفاعل المتوازي بين الأطراف المتعاملة، حيث يمكن ان يجتمع عدد كبير من المتعاملين في ان واحد أو يمكن ارسال الشركة أو البائع لرسالة واحدة، لمجموعة من المتعاملين وفي نفس الوقت.
7. سهولة تلبية حاجات ورغبات المستهلكين من طرف البائع أو الشركة.

المطلب الثالث: متطلبات التجارة الإلكترونية

يتطلب قيام التجارة الإلكترونية توفر كل من:²

- 1- نور الدين محرز، مريم صيد، نظام الدفع الإلكتروني ودوره في تفعيل التجارة الإلكترونية مع الإشارة لحالة الجزائر، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد2، المركز الجامعي سوق أهراس، جانفي 2010، ص 272.
- 2- باسم أحمد المبيضين، التجارة الإلكترونية: مفهومها، أهميتها، خصائصها، فوائدها، المعوقات، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 83.

1. البنية التحتية الإلكترونية: تمثل البنية الداعمة للتجار الإلكترونية ويجب أن تكون شاملة لكل من:
 - قطاع المعلومات والاتصالات TIC
 - توفر القطاعات المنتجة لتقنية المعلومات.
 - توفر الأجهزة السلكية واللاسلكية في غاية الكفاءة والسرعة (هواتف ثابتة، هواتف نقالة، فاكس... الخ)

← ان توفر هذه المكونات يساعد على توفر البيئة التحتية الإلكترونية، فهي تساهم في انتشار استخدام الانترنت وتهيئة البيئة المناسبة للتجارة الإلكترونية.
2. توفر الأنظمة والتشريعات القانونية من خلال تحديد الإطار القانوني المتعلق بالتجارة الإلكترونية من أجل:
 - ضمان سير واستمرارية التجارة الإلكترونية بشكل قانوني.
 - حماية الأطراف المتاجرة.
 - إيجاد الحلول لفض النزاعات الإلكترونية بين الأطراف المتبادلة.
 - الحد من الجرائم الإلكترونية مثل القرصنة.
3. توفر الكوادر البشرية التي تشتمل على المختصين في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والبرمجيات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية. حيث يمثل هذا الجانب أحد مقومات نجاح التجارة الإلكترونية في أي مجتمع.
4. من ناحية أخرى فإن نجاح تطبيق التجارة الإلكترونية يرتبط بوجود ما يسمى بالإستعداد الإلكتروني (E-rediness)، وهو يعني قدرة ورغبة افراد المجتمع في ممارسة التجارة الإلكترونية ويتحقق ذلك من خلال توفير دورات تعليمية حول كيفية استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
5. إضافة الى ما سبق، فإن قيام التجارة الإلكترونية مرتبط أيضا بتوفر كل من:
 - جهاز مالي ومصرفي إلكتروني كفاء، لدعم العمليات التجارية الإلكترونية.
 - توفر أنظمة ووسائل للدفع الإلكتروني بصفة امنة ومحمية.

المبحث الثالث: أثار ومعوقات التجارة الإلكترونية

ان توفر التجارة الإلكترونية على مجموعة من الخصائص انفردت بها عن التجارة التقليدية، قد انعكس على الاقتصاد، على الأفراد، على الشركات الا انها تواجه مجموعة من المشاكل والمعوقات

المطلب الأول: أثار التجارة الإلكترونية

أولاً: أثار التجارة الإلكترونية على الشركات

تقدم التجارة الإلكترونية العديد من المزايا بالنسبة للشركات نذكر منها:

- توسيع نطاق السوق من خلال توسيع دائرة السوق المحلية وكذلك إمكانية النفاذ الى أسواق عالمية.
- خلق أسواق جديدة، وهذا ما يصعب تحقيقه في ظل التجارة التقليدية، حيث تسمح التجارة الإلكترونية بعرض أكبر عدد ممكن من السلع والخدمات للمستهلكين.
- إتاحة الفرصة أمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للحضور في الأسواق المحلية والعالمية وهذا ما يؤدي الى توسيع دائرة الخيارات لدى المستهلكين.
- تقليص أوقات وفترات التوريد وتبسيط عمليات الشراء.
- تدنية التكاليف وذلك لقرب البائع والمشتري من بعضهم البعض مما يلغي الحاجة الى الوسطاء التقليديين مثل: الموردين، تجار الجملة، تجار التجزئة...الخ.
- إضافة الى ما سبق تساهم التجارة الإلكترونية في:
 - خفض التكاليف المتعلقة بالأعمال الورقية داخل الشركة، كون التجارة الإلكترونية تعتمد على التبادل الإلكتروني للمعلومات والبيانات.
 - انخفاض تكاليف الاحتفاظ بالأموال السائلة وذلك لان معظم عمليات التسديد في التجارة الإلكترونية تتم إلكترونياً.

ثانياً: أثار التجارة الإلكترونية بالنسبة للمستهلكين

يستفيد المستهلكين من التجارة الإلكترونية من خلال:

- سهولة وسرعة التسوق، حيث أن التجارة الإلكترونية تتيح للمستهلك نطاق أوسع للتسوق فمجرد أن يكون لدى المستهلك جهاز حاسوب أو هاتف نقال، فإنه بإمكانه أن يصبح مستهلكاً عالمياً، من خلال تعامله مع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فقط.
- توفر التجارة الإلكترونية تشكيلة من الخيارات أمام المستهلكين، فبمجرد تعاملهم مع التجارة الإلكترونية يصبح بإمكانهم البحث والوصول الى مراكز التسوق التي لم تكن قريبة منهم.

- انخفاض أسعار المنتجات المعروضة إلكترونياً نتيجة لانخفاض التكاليف التي يتحملها المنتج مثل تكاليف تسويق، توزيع المنتج، التكاليف الإدارية... الخ. وهذا من شأنه انخفاض سعر المنتج.
- يتميز المستهلك أثناء تعامله بالتجارة الإلكترونية بسرعة الحصول على المنتج وخاصة في حالة المنتجات غير المادية (الخدمات) أو في حالة المنتجات الرقمية مثل: الأبحاث، التقارير، البرمجيات... الخ. حيث يحصل المستهلك فوراً على المنتج بمجرد الإنتهاء من عملية الشراء.
- سهولة وسرعة تداول المعلومات بين المستهلكين من خلال المتجمعات الإلكترونية كالمنتديات (blogs)، أو مواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما يسمح للمستهلكين الحصول على مختلف المعلومات عن السلع والخدمات المعروضة، إمكانية المقارنة بين الأسعار... الخ.

ثالثاً: أثر التجارة الإلكترونية على المستوى القومي

تأثر التجارة الإلكترونية على المستوى القومي من خلال:

- دعم التجارة الخارجية عن طريق زيادة صادرات الدولة من خلال زيادة الطلب على المنتجات مما يؤدي الى دخول العملة الصعبة، ومنه تنشيط حركة الصادرات والواردات.
 - دفع عجلة التنمية الاقتصادية، حيث تتيح التجارة الإلكترونية الفرصة أمام الشركات الصغيرة والمتوسطة لدخول الأسواق عن طريق خفض مختلف التكاليف (تكاليف الترويج للمنتجات مثلاً).
 - توفير فرص عمل جديدة في العديد من المجالات المتعلقة بتطبيقات التجارة الإلكترونية مثل: المتخصصين في انشاء المواقع الإلكترونية، المتخصصين في تصميم الإعلانات عبر المنصات الإلكترونية، المتخصصين في صيانة المواقع الإلكترونية... الخ.
- بالإضافة الى المزايا سابقة الذكر فإن التجارة الإلكترونية تساهم في:¹
- المساهمة في حل مشكلة الازدحام والاختناقات المرورية كون عملية التسوق والشراء تتم إلكترونياً.
 - زيادة الرفاهية لدى الافراد من خلال توفر عدد كبير من المنتجات نتيجة انخفاض الأسعار.
- وبالرغم من الآثار الإيجابية المذكورة سابقاً، فإن للممارسة التجارة الإلكترونية آثار سلبية نذكر منها:²

¹ -أسامة أمين ربيع سليمان، معوقات انتشار التجارة الإلكترونية في مجال التسويق، وثائق التأمين في سوق التأمين المصري المؤتمر الدولي العشرون-صناعة الخدمات في الوطن العربي-، كلية التجارة، جامعة المنصورة، مصر، 2004، ص34.

² -صفاء قحماز، مرجع سابق الذكر، ص34.

- عدم وثوق بعض المستهلكين في البائعين الإلكترونيين ولا في المعاملات غير الورقية ولا النقد الإلكتروني.
 - إشكالية الامن والخصوصية، فالكثير من المستهلكين تحجم عن المشاركة في التجارة الإلكترونية بداعي الخوف من الكشف عن خصوصياتهم.
 - عدم إمكانية المستهلكين من معاينة السلع.
 - انتشار ظاهرة القرصنة واختراق شبكات المعلومات الخاصة مما يهدد أموال المستهلكين.
- بالإضافة إلى:¹
- إمكانية قرصنة واختراق المواقع الإلكترونية ومنه الاستيلاء على البيانات الخاصة بالمستهلكين وسرقة أموالهم.
 - إمكانية عدم حصول المستهلك على السلعة.

المطلب الثاني: معوقات التجارة الإلكترونية

ان قرار تبني التجارة الإلكترونية يصادفه الكثير من العقبات والحوجز نذكر منها:²

أولاً: العوائق التقنية والثقافية

من المشاكل التقنية التي تواجه التجارة الإلكترونية نذكر:

- افتقار بعض الدول وخاصة الدول النامية الى الأجهزة المصرفية القادرة على التعامل مع مسألة الدفع والسداد إلكترونياً.
- هشاشة وضعف البنى التحتية الإلكترونية يشكل عائقاً كبيراً امام ممارسة التجارة الإلكترونية مثل: مدى توفر وسائل الاتصال، نوعيتها، سرعة وسائل الاتصال المستخدمة... الخ
- انعدام الثقافة الإلكترونية لدى أفراد المجتمع وهو مصطلح يعني عدم إدراك أفراد المجتمع لكيفية التعامل مع تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- عدم توفر الكوادر البشرية المؤهلة في المجالات المرتبطة بالتجارة الإلكترونية.

ثانياً: العوائق التجارية

تتعلق العوائق التجارية بما يلي:

1 – fares anoun et autres ; 'Les freins à l'adoption du commerce électronique en Algérie' mémoire master 'faculté des sciences économiques' de gestion et des sciences commerciales ; université Abed Rahman Mira Bejaia , 2015 , p36.

2- نعيمة يحيوي، مريم يوسف، التجارة الإلكترونية وآثارها على اقتصاديات الأعمال العربية، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية - عدد 06، جامعة باتنة1، الجزائر، جوان 2017، ص 188-189.

• العجز عن تحويل الأعمال التجارية الى أعمال إلكترونية مثل: عدم امتلاك الشركات لقواعد بيانات تحتوي على كافة المعلومات الخاصة بالمستهلكين.

• محدودية استعمال تطبيقات التجارة الإلكترونية سواء بين الشركات أو بين المستهلكين.

• عدم توفر رؤوس الأموال الكافية لدعم المشاريع ذات الصلة بالتجارة الإلكترونية.

ثالثاً: العوائق الحكومية

تتمثل العوائق الحكومية في:

• طبيعة السياسات التي تتبناها الحكومات والتي من شأنها أن تؤثر على نشاط التجارة الإلكترونية.

• عجز استراتيجيات الحكومة لدعم التجارة الإلكترونية في مواجهة المنافسة العالمية.

• مشكلة البيروقراطية التي تعاني منها بعض الدول وخاصة المتعلقة بإتمام عمليات الاستيراد والتصدير،

وهذا ما سيؤثر على التجارة الإلكترونية التي تتصف بالسرعة.

إضافة الى العوائق التشريعية والقانونية، حيث تواجه دول العالم مشكلة حقيقية حول كيفية وضع

القواعد والضوابط التي تحكم سير التجارة الإلكترونية والتي تتعلق ب:¹

1. حقوق الملكية الفكرية في مجال التجارة الإلكترونية والمرتبطة بالعقود المبرمة من اجل منح الترخيص

واستعمال العلامات التجارية وبراءات الاختراع، كيفية تدخل الجهات القضائية لفض النزاعات وتطبيق

القوانين المتعلقة بحماية الملكية الفكرية.

2. القوانين الواجب تطبيقها في عقود التجارة الإلكترونية، حيث توصل الفقه القانوني الى خضوع عقود

التجارة الإلكترونية الى قانون الإرادة، أي القانون الذي المتفق عليه بين الأطراف المتبادلة.

3. الخصوصية وأمن المعلومات الإلكترونية، من خلال منح الحكومة أنظمة لتشفير المواقع الإلكترونية

أو الخاصة.

4. معالجة المشاكل الناتجة عن المعاملات الإلكترونية، فهي تتم في ظل غياب المعاملات الورقية وبالتالي

صعوبة

1- صارة بالساكر، التجارة الإلكترونية وآفاق تطورها في البلدان العربية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، 2015، ص 40.

إثبات التعاملات والقيود وتحديد الالتزامات للحفاظ على حقوق الملكية الفكرية، وفي هذا الصدد أدخلت معظم الحكومات تعديلات في مختلف القوانين المتعلقة بالإثبات في العمليات التجارية وعليه أصبح كل من التوقيع الإلكتروني، السجلات الإلكترونية معترف بها قانونياً.

5. صعوبة فرض الضريبة على المعاملات الإلكترونية، حيث لا يصرح البائعون والشركات عن حجم معاملاته عبر الإنترنت.

المطلب الثالث: مشاكل التجارة الإلكترونية

من المشاكل التي تواجهها التجارة الإلكترونية نذكر:¹

- مشكلة الفجوة التكنولوجية، حيث في ظل تفاوت التطور التكنولوجي بين دولة وأخرى، سيؤدي الى انقسام الدول الى مجموعتين:
 - مجموعة الدول المصدرة للتكنولوجيا وأخرى مستوردة لها وفي ظل هذا الانقسام ستتأثر التجارة الإلكترونية، حيث تصبح الدول المصدرة للتكنولوجيا تسوق منتجاتها وخدماتها بينما يكون دور الدول المستوردة للتكنولوجيا تلقي السلع والخدمات فقط.
 - مشكلة استخدام وسائل الدفع الإلكتروني المتمثلة في:
 - الإساءة في استعمال البطاقات البنكية من طرف حاملها، كأن يستخدم البطاقة رغم الغاء البنك لها
 - تعرض البطاقات الإلكترونية للسرقة ومنه سرقة أموال المستهلك.
 - تلاعب موظفي البنك المصدر للبطاقة بالاتفاق مع حامل البطاقة كالسماح بتجاوز حد البطاقة في السحب أو تجاوز مدة الصلاحية.
 - مشكلة كيفية حماية المستهلك في التجارة الإلكترونية من السرقة والإحتيال.
 - إمكانية اختراق المواقع الإلكترونية، اتلافها وتدميرها.
- بالإضافة الى مشكلة الإزدواج الضريبي (double taxation)، بمعنى فرض ضريبتين على نفس السلعة كما أن معظم الدول تمارس اختصاصها لفرض الضريبة على دخل المقيمين والغير مقيمين داخل حدودها، وكنتيجة لذلك فإن المقيم في دولة معينة ويتلقى دخل معين من مصدر في دولة أخرى، ففي

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

غالب الأمر سيخضع هذا الدخل لازدواجية ضريبية بسبب تطبيق كل من النظام الضريبي على أساس الإقامة والنظام الضريبي على أساس المصدر.¹

1- جمال معنوق، كموش إيمان، الإشكاليات القانونية التي تثيرها التجارة الإلكترونية والمتعلقة بالمجال الضريبي، مجلة سماء للاقتصاد والتجارة، لعدد الأول، جامعة قسنطينة 2 - الجزائر، جوان 2019، ص124.

خلاصة الفصل

أن التجارة الإلكترونية هي مجموع المبادلات المتعلقة ببيع وشراء السلع المادية وغير المادية الإلكترونية، إضافة إلى أن الفرق الجوهرية بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية يتجسد في جانب المعاملات. كما أن ظهور وانتشار التجارة الإلكترونية أدى إلى الغاء عنصر الزمن والمسافة، الذي قد يشكل عائقاً أمام الشركات، البائعين والمستهلكين في التجارة التقليدية وكنتيجة لذلك مكنت التجارة الإلكترونية من تقرب الأسواق للمستهلكين وبالتالي توفير تشكيلة من الخيارات لهم من جهة، وإمكانية وسهولة اختراق الأسواق من طرف البائعين أو الشركات مما ينعكس عليهم بصفة إيجابية.

بالرغم من الآثار الإيجابية التي توفرها التجارة الإلكترونية، فهي قد تؤثر سلباً أيضاً ولا شك أن التحدي الكبير التي تواجهه التجارة الإلكترونية هو كيفية المحافظة على خصوصية المستهلكين وإمكانية القيام بعمليات الدفع الإلكتروني بصفة آمنة. وبالتالي كسب ثقة المستهلكين، وهو ما سوف نتناوله بالتفصيل في الفصل الموالي المخصص لوسائل الدفع الإلكتروني التي تعتبر من أهم الدعامات والمقومات الواجب توفرها لقيام التجارة الإلكترونية.

الفصل الثاني:

الإطار النظري وسائل

الدفع الإلكتروني

تمهيد:

شهدت العقود الأخيرة تطورا في التجارة الإلكترونية، الذي واكبه تنوع في القوميات التجارية وهذا ما دفع بالكثير من المؤسسات المالية الى ضرورة إيجاد أنظمة مصرفية متكاملة، قادرة على تقديم خدمات مالية على الصعيد العالمي.

وأمام هذا التحدي، لم يكن أمام المؤسسات المالية الا العمل على إيجاد أنظمة إلكترونية متكاملة ومتنوعة تعتمد على الأنترنت كقاعدة أساسية لها لتتمكن من خلالها المؤسسات المالية من القيام بعملها على أكمل وجه من جهة وتتيح للأفراد إمكانية التعامل على الصعيد الدولي وهذا ما أدى الى ظهور وسائل الدفع الإلكتروني كبديل للنقود الورقية وبالتالي زيادة انتشار وتوسع التعامل بالتجارة الإلكترونية على الصعيد العالمي، على أساس ذلك جاء تقسيمنا للفصل كالآتي:

المبحث الأول: ماهية وسائل الدفع الإلكتروني

المبحث الثاني: أطراف ومخاطر الدفع الإلكتروني

المبحث الثالث وسائل الدفع الإلكتروني كألية لتفعيل التجارة الإلكترونية

المبحث الأول: ماهية وسائل الدفع الإلكتروني

مع اكتساح استخدام التكنولوجيا وانتشار التجارة الإلكترونية أصبح من الضروري ابتكار وسائل دفع حديثة تتماشى مع هذه البيئة، وكانت وسائل الدفع الإلكتروني تزيق ذلك، حيث اخذت هذه الأخيرة على اختلاف أشكالها وأنواعها تعريفات مختلفة وذلك نظرا لتطور التجارة الإلكترونية حيث تسمح بالوفاء بقيمة السلع والخدمات الكترونيا

المطلب الأول: تعريف وسائل الدفع الإلكتروني

تعددت التعاريف بالنسبة لوسائل الدفع الإلكتروني، سنعرض البعض منها كما يلي:¹

- وسائل الدفع الإلكتروني هي كافة الأدوات والأساليب والتقنيات المستخدمة، التي تسمح لكل الأفراد بتحويل أموال.
- عرفت وسائل الدفع الإلكتروني حسب الكاتب **Bonneau Thierry**، على أنها: مجموعة الأدوات التي تصدرها البنوك إلكترونيا.
- عرف القانون الجزائري وسائل الدفع الإلكتروني على أنها: كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل الأموال مهما كان السند أو الأسلوب التقني المستعمل.²
- ولكن بعد صدور القانون الخاص بالتجارة الإلكترونية، قام المشرع الجزائري بتعريف وسيلة الدفع الإلكترونية كما جاء في المادة 06، من القانون رقم 18-05 على أنها:
- كل وسيلة دفع مرخص بها طبقا للتعريف المعمول به، تمكن صاحبها من الدفع عن قرب أو عن بعد عبر منظومة الكترونية.³

1 - فاطمة ناشف، وسائل الدفع الإلكتروني في البنوك والمؤسسات المالية الجزائرية مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2018، ص 29.

2 - نزيهة غزالي، الأليات القانونية لحماية وسائل الدفع الإلكتروني في التشريع الجزائري، مجلة البحوث الإدارية والسياسة جامعة محمد دباغين، سطيف، الجزائر، العدد 10، ص 288.

3 - مجيد بوسكران، وآخرون، تطوير وسائل الدفع الإلكتروني في البنوك الجزائرية مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018، ص 24.

ويقصد بوسائل الدفع الإلكتروني:¹

- عملية تحويل الأموال التي في الأساس هي ثمن لسلعة مادية أو غير مادية، بطريقة رقمية أي عبر أجهزة الكمبيوتر، وارسال البيانات عبر شبكة أو أي وسيلة كانت.
- أنها وسائل إلكترونية، تحتوي على قيمة نقدية مخزنة في شكل إلكتروني، في شكل بطاقة، تحظى بالقبول العام بين الأطراف المتبادلة، كوسيلة للتسديد، توضع في متناول المتعاملين كبديل للنقد المعدني والورقية بهدف إتمام المبادلات التجارية.
- وسائل الدفع الإلكتروني هي كافة الطرق المستعملة، التي تسمح بتحويل الأموال عبر شبكة للتواصل مثل الانترنت.²
- من خلال التعاريف السابقة، نخلص الى التعريف الشامل فيما يخص وسائل الدفع الإلكتروني وتعرف على أنها: "كافة الأدوات المستعملة من طرف المتعاملين بهدف إتمام العمليات التجارية بصفة إلكترونية".

المطلب الثاني: خصائص وسائل الدفع الإلكتروني

تتوفر وسائل الدفع الإلكتروني على مجموعة من الخصائص نذكر منها:³

1. تتميز وسائل الدفع الإلكتروني بالطابع الدولي، أي أنها وسيلة للدفع مقبولة في كافة أنحاء العالم، يتم استخدامها لتسوية المعاملات التي تتم إلكترونيًا في كافة أنحاء العالم.
2. يتم الدفع الإلكتروني عن طريق النقود الإلكترونية، والتي هي عبارة عن قيمة نقدية مخزنة في بطاقة تحمل ذاكرة رقمية.
3. تتيح وسائل الدفع الإلكتروني للأفراد، إمكانية تسوية معاملاتهم رغم التباعد المكاني بينهم، حيث يتم الدفع إلكترونيًا، عبر شبكة الأنترنت بتبادل المعلومات الإلكترونية بفضل وسائل الاتصال اللاسلكية من خلال إعطاء أمر الدفع وفقًا لمعلومات إلكترونية تسمح بالاتصال المباشر بين طرفي العقد.

1 صلاح مرزوقي وآخرون، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين وسائل الدفع الإلكتروني، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، 2018، ص ص 08-09.

2- disponible. Sur le site <https://www.universalis.fr/encyclopedie/paiement-et-monnaie-electroniques/1-l-adoption-des-moyens-de-paiement-electroniques/> consulté le : 25 mai 2021 à 14h00

3 - عماد الدين بركات، حورية طيبي، وسائل الدفع الإلكترونية ودورها في تفعيل التجارة الإلكترونية، مجلة القانون والتنمية المحلية، المجلد 1، العدد 02، جامعة الشاذلي بن جديد الطارف، الجزائر، جوان 2019، ص 05.

4. يتم الدفع الإلكتروني عن طريق أسلوبين:

الأسلوب الأول: من خلال نقود مخصصة للدفع إلكترونيًا، حيث لا يتم الدفع إلا بعد الخصم من هذه النقود ولا يمكن تسوية المعاملات الأخرى بغير هذه الطريقة.

الأسلوب الثاني: من خلال البطاقات البنكية العادية، حيث أن المبالغ التي تم السحب عليها بهذه البطاقات، قابلة للسحب عليها بوسائل أخرى.

5. يتم الدفع الإلكتروني من خلال نوعين من الشبكات:

- شبكة خاصة، تقتصر على الأفراد المتعاملة ويشترط وجود علاقات تجارية مسبقة بينهم.
- شبكة عامة، يتم التعامل بين الأفراد دون وجود علاقات تجارية بينهم.

6. يتطلب استعمال وسائل الدفع الإلكتروني توفر نظام مصرفي إلكتروني قادر على إدارة التحويلات المالية، وذلك لتسهيل التعامل بين الأفراد.

المطلب الثالث: أنواع ووسائل الدفع الإلكتروني

أولاً: وسائل الدفع الإلكتروني: تشمل وسائل الدفع الإلكتروني الأنواع التالية:

1) البطاقات البنكية

تعتبر البطاقات البنكية من أهم وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة التي تغني عن حمل النقود والتعامل بها، حيث يتم إصدار هذا النوع من البطاقات من طرف مؤسسة أو بنك لفائدة المستفيد وهو العميل، حيث تمكنهم من التعامل مع المحلات التجارية وشراء حاجاتهم دون دفع نقود بل يكفي اظهار البطاقة المقبولة عند المحلات وتوقيع على فواتير بقيمة السلع المشتراة ويقوم البنك بالوفاء عنهم، ومن ناحية أخرى تمكن البطاقات البنكية حاملها من سحب النقود من أجهزة الصراف الآلي DAB* والتي تعمل على مدار 24 ساعة.¹

1 - مصطفى كمال طه، وآخرون، الأوراق التجارية: وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2005، ص 497.

*Distributeur automatique de billets: DAB

كما تعرف البطاقات البنكية على أنها: بطاقة بلاستيكية يصدرها البنك لصالح عملائه بدلا عن حمل النقود فهي وسيلة دفع حديثة تقدم مميزات أفضل من تلك التي تقدمها وسائل الدفع التقليدية، ولذلك انتشر استعمالها عبر مختلف دول العالم.¹

أنواع البطاقات البنكية: تنقسم البطاقات البنكية الى ما يلي:²

بطاقات ائتمانية (credit card): هي بطاقات تصدرها البنوك أو المؤسسات المالية لصالح العميل، تمكنه من تسديد مشترياته من السلع والخدمات وتنقسم بدورها الى:

- **بطاقات ائتمانية متجددة:** هي بطاقة صادرة عن البنك أو المؤسسات المالية، تحدد لحاملها سقف الائتمان، أي المبلغ الذي لا يتجاوزه العميل عند تسديد مشترياته، ويدفع هذا الأخير المبلغ المقدم له من طرف البنك على دفعات يتم الإتفاق مسبقا في عقد بين البنك المصدر للبطاقة والعميل، ثم يتم تجديد القرض من طرف البنك وفي حال التأخر عن تسديد قيمة القرض فإن العميل يكون مجبرا على دفع فوائد يحددها البنك.

باختصار، يمكن القول إن البطاقات الائتمانية هي عبارة عن قرض صغير يمنح من البنك الى العميل.

- **بطاقات ائتمانية غير متجددة:** مثل البطاقات السابقة فهي تمنح اعتمادات مالية لحاملها، الا أنها تختلف عن البطاقات الأخرى من ناحية السداد، اذ تجبر العميل على تسديد قيمة الفاتورة كليا خلال الشهر الذي تم فيه السحب، اي أن مدة الائتمان لا تتجاوز شهر.

بطاقات غير ائتمانية: هي بطاقات لا تمنح لصاحبها تسوية معاملاته التجارية الا عند التوفر الفعلي للنقود

وهي لا تقدم أي ائتمان للعميل وتنقسم الى ما يلي:³

بطاقات الدفع المسبق: هي بطاقة يقوم العميل بصب مبلغ معين فيها، وعند إتمام أي معاملة تجارية يتم السحب منها حتى ينتهي المبلغ المشحون فيها (prepaid card).

1 - ماي عبد القادر بوعلام، دور وسائل الدفع الإلكتروني في الحد من عملية تبييض الأموال، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2017، ص 20.

2- حميت فاشيت، حكيم بنوالة، واقع وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر، الملتقى العلمي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر-عرض تجارب دولية، المركز الجامعي خميس مليانة، عين الدفلى، يومي 07/06 أبريل 2011، ص 05.

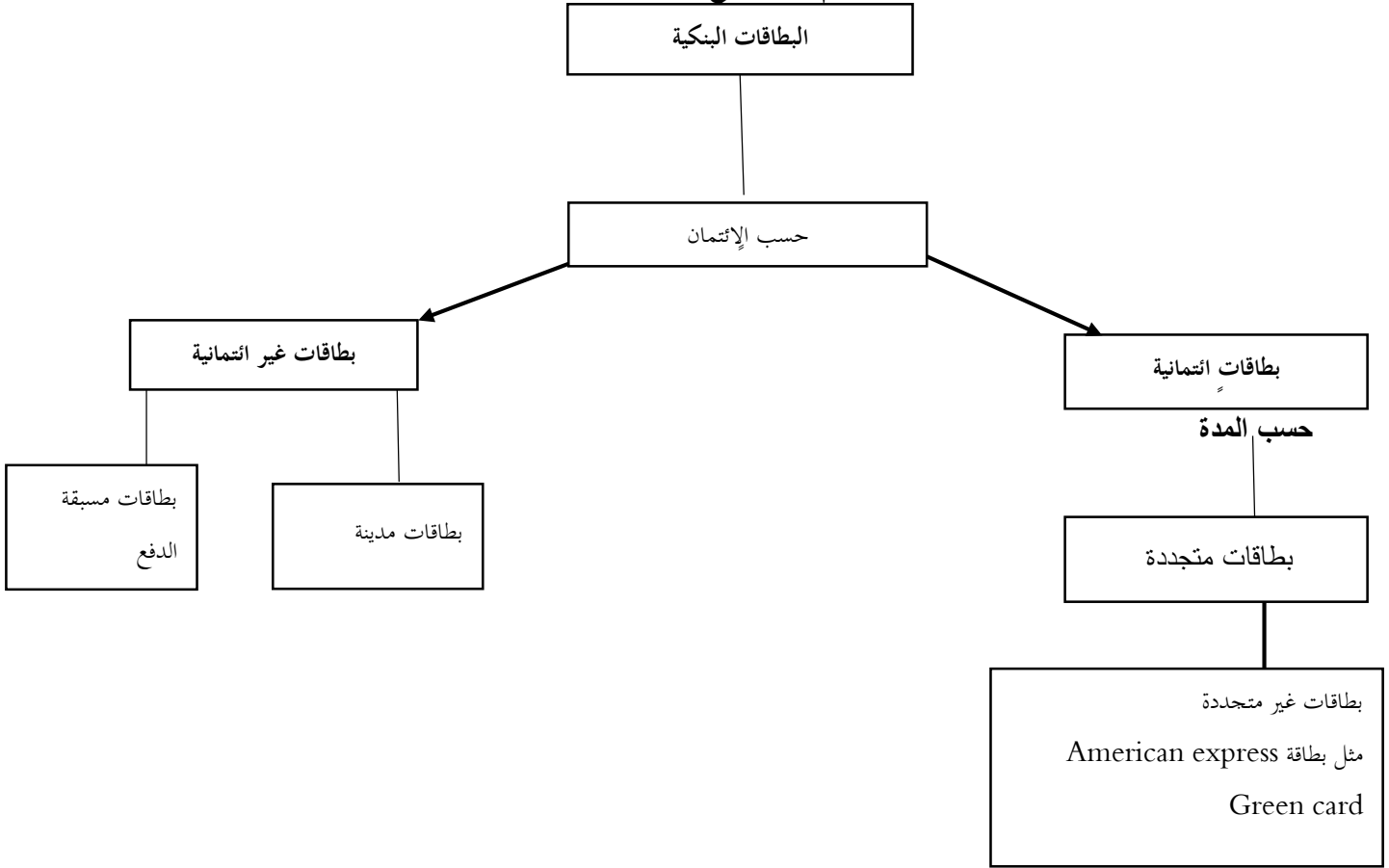
3 - حليلة خليفي، واقع وآفاق وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر، مرجع سابق الذكر، ص 41.

← **البطاقات المدبنة:** هي بطاقات بنكية موصولة بالحساب الجاري الخاص بالعميل وعند إجراء أي مبادلة

تجارية يتم السحب من حساب العميل مباشرة (Debit card).

ويمكن تلخيص أنواع البطاقات البنكية في الشكل الموالي:

الشكل رقم 3: أنواع البطاقات البنكية



المصدر: من اعداد الطالبة اعتمادا على مجموعة من المراجع

الأنواع الأخرى للبطاقات البنكية: تنقسم البطاقات المدبنة الى نوعان وهما:¹

- بطاقات المتجر: هي بطاقات تصدرها المتاجر او الشركات المنتشرة في العالم وتحمل علامتها التجارية.
- بطاقات السحب النقدي: هي بطاقات تسمح لصاحبها بسحب الأموال من جهاز الصراف الآلي DAB (distributeur automatique de billets)

1 - هشام زرقان، النظام القانوني لبطاقات الدفع الالكتروني، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2016، ص 24.

- ← خصائص البطاقات الائتمانية: تتميز البطاقات الائتمانية بمجموعة من الخصائص نذكر منها:¹
- تعتبر وسيلة فعالة للدفع مقارنة بالوسائل الأخرى نظرا لسهولة حملها وقلة تعرضها للسرقة والضياع.
 - تمكن البطاقات الائتمانية صاحبها من سحب أمواله من خلال أجهزة الصراف الآلي التي تضعها البنوك تحت تصرف عملائها، فهي بذلك وسيلة سحب.
 - تسمح البطاقة البنكية لحاملها من الحصول على ائتمان من البنك يستطيع من خلاله تسديد قيمة مشترياته من السلع والخدمات مقابل أن يدفع قيمة الائتمان لاحقا.
 - تصدر البطاقة الائتمانية لصالح شخص واحد، تحتوي على كافة معلوماته الشخصية (الإسم، رقم سري، رقم البطاقة) وبالتالي لا يجوز استعمالها الا من طرف حاملها.

(2) النقود الإلكترونية

النقود الإلكترونية هي التمثيل الإلكتروني للنقود التقليدية وتعتمد فكرة النقود الإلكترونية على قيام العميل بشراء عملات الكترونية من البنك الذي قام بإصدارها وتحميلها على الكمبيوتر الخاص بالعميل، فتكون على شكل وحدات الكترونية تعمل محل العملات العادية وتكون بنفس القيمة المحددة لتلك العملات العادية.²

← خصائص النقود الإلكترونية

- تتميز النقود الإلكترونية بمجموعة من الخصائص نذكر منها:³
- النقود الإلكترونية هي صيغة غير مادية للنقود الورقية، أي أن إصدارها يتمثل في تحويل النقود من شكلها المادي الى شكلها الإلكتروني.
 - النقود الإلكترونية لها قبول عالمي وذلك لأنها منقولة عن عملات معترف بها عالميا.
 - النقود الإلكترونية لها جهات اصدار معروفة يمكن الرجوع اليها.

1 - صايحة مرياح، خيرة ميمون، مظاهر تفعيل بيئة الدفع الإلكتروني بين الحتمية الاقتصادية والمتطلبات القانونية، والاقتصادية، مجلة البحوث الإدارية والاقتصادية، المجلد 03، العدد 05، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، الجزائر، 2017، ص 13.

2 - صلاح مرزوقي اخرون، مرجع سابق الذكر، ص 30.

3 - رابح حمدي باشا، وهيبه عبد الرحيم، تطور طرق الدفع في التجارة الإلكترونية، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة، المجلد 15، العدد 04، جامعة الجزائر 2011، ص 17.

أنواع النقود الإلكترونية: تقسم النقود الإلكترونية الى ما يلي:¹

من حيث المتابعة والرقابة:

- نقود إلكترونية محددة الهوية أي هي النقود التي تحتوي على المعلومات الخاصة بهوية الساحب مثلها مثل البطاقات الائتمانية ومنه يمكن التعرف على مسار تحويل النقود. (نقود إلكترونية محددة، قابلة للتعرف عليها)

- نقود إلكترونية غير محددة، هذا النوع من النقود لا يحتوي على معلومات الساحب وهذا ما يصعب تحديد مسار النقود المسحوبة.

من ناحية التعامل بها:

- نقود إلكترونية عن طريق الشبكة **online e-money**: يتم تخزين النقود على القرص الصلب للكمبيوتر الشخصي للعميل ويجري خصم أثمان السلع والخدمات من هذه القيمة المخزنة وتتطلب العملية من البائع الرجوع الى حساب المصدر (مصدر النقود) الذي يحتوي على قاعدة بيانات النقود الإلكترونية التي تم انفاقها على مستوى نقاط البيع للتأكد من سلامة عملية الدفع (التأكد من سلامة نقود العميل وإمكانية استخدامها للتسديد).

- نقود إلكترونية خارج الشبكة **off line e-money**: تتم التعاملات دون الحاجة الى الرجوع لمصدر النقود، وتكون في شكل بطاقات تحتوي على مؤشر يظهر القيمة المتبقية من النقود بعد كل تعامل مثل البطاقات الذكية. **smart cards**

- يوجد نوع آخر من النقود الإلكترونية وهو النقود الافتراضية ويتم تعريفها على أنها: نقود ليس لها وجود فعلي، تنتج بواسطة برامج حاسوبية، لا يسيطر عليها أي بنك مركزي ولا أي جهة رسمية، بل يسيطر عليها الا مصدرها (شخص) من خلال وضع تشفيرات ورموز تمنع من التلاعب بها او اتلافها. ومن أشهر العملات الافتراضية نجد Bitcoin ;Pascalcoin ... : peercoin الخ.²

(2) : المحفظة الإلكترونية

1 - زكريا مسعودي، الزهرة جقريف، ماهية النقود الإلكترونية، المجلة الدولية للأبحاث القانونية والسياسية، المجلد 02، العدد 03، جامعة حمه لخضر، الوادي، الجزائر، 2018، ص 13.

2 - أحمد عيد عبد الحميد إبراهيم، النقود الرقمية؛ وأثر التعامل بها في الفقه الإسلامي، دار أصول للنشر والتوزيع، مصر، 2020، ص 14.

المحفظة الإلكترونية E-wallet هو تطبيق يسمح بتخزين المعلومات الشخصية بالعميل (الإسم، رقم الهاتف...الخ) والمعلومات الخاصة بحسابه البنكي (رقم البطاقة، الرقم السري للبطاقة...الخ)، عند إتمام عملية التسديد، يقوم العميل بإدخال اسم المستخدم الخاص به ورقم سري دون الحاجة الى ادخال المعلومات الأخرى وخاصة رقم البطاقة البنكية ومنه تفادي أخطار التعرض للسرقة والإحتيال.¹

بصفة عامة، تسمح المحفظة الإلكترونية بتخزين وتحويل النقود بمختلف العملات الى جانب حفظ المعلومات المتعلقة بالعمليات التجارية، وتعتمد على وجود مكونين وهما:²

- مكون برمجي مسؤول عن الأمان، كالشيفرة الخاصة بنقل معلومات المستخدم وعمليات الشراء التي قام بها.
- قاعدة بيانات تحتوي على المعلومات المدخلة للمستخدم، تشمل هذه المعلومات طرائق الدفع التي قام بها المستهلك، العنوان الذي اختاره لشحن منتجاته، العنوان الخاص بالفواتير.

← أنواع المحافظ الإلكترونية:

تنقسم المحافظ الإلكترونية عموما الى خمسة أنواع وهي:³

- المحافظ الإلكترونية المكتبية: وهي عبارة عن تطبيق يتم تحميله على الحاسوب الشخصي للعميل، أي أن هذا التطبيق قابل للإستعمال فقط على أجهزة الحاسوب، تتم فيه العمليات بصفة امنة ومحمية الا إذا جهاز الحاسوب يحتوي على فيروس.
- المحافظ معدات/أجهزة: تشبه الى حد كبير المحافظ الإلكترونية المكتبية الا في عملية تخزين النقود التي تتم على مستوى أجهزة USB أو الأجهزة المشابهة لها.
- المحافظ الإلكترونية الرقمية: هي محافظ الكترونية تعتمد على تقنية التخزين السحابي (نموذج لتخزين المعلومات عبر الأنترنت)
- المحافظ الإلكترونية عبر الهاتف: هي المحافظ الإلكترونية التي تعمل من خلال تطبيق يتم تنزيله على الهاتف المحمول ومنه تتم العمليات التجارية بسرعة، وهو النوع الأكثر استخداما.

1 - عن الموقع الإلكتروني <https://www.lafinancepourtous.com> ،تم الاطلاع عليه يوم: 2021/06/09، على الساعة 10: 00

2 - عن الموقع الإلكتروني <https://www.arageek.com> ، تم الإطلاع عليه يوم: 2021/06/09، على الساعة 10: 00

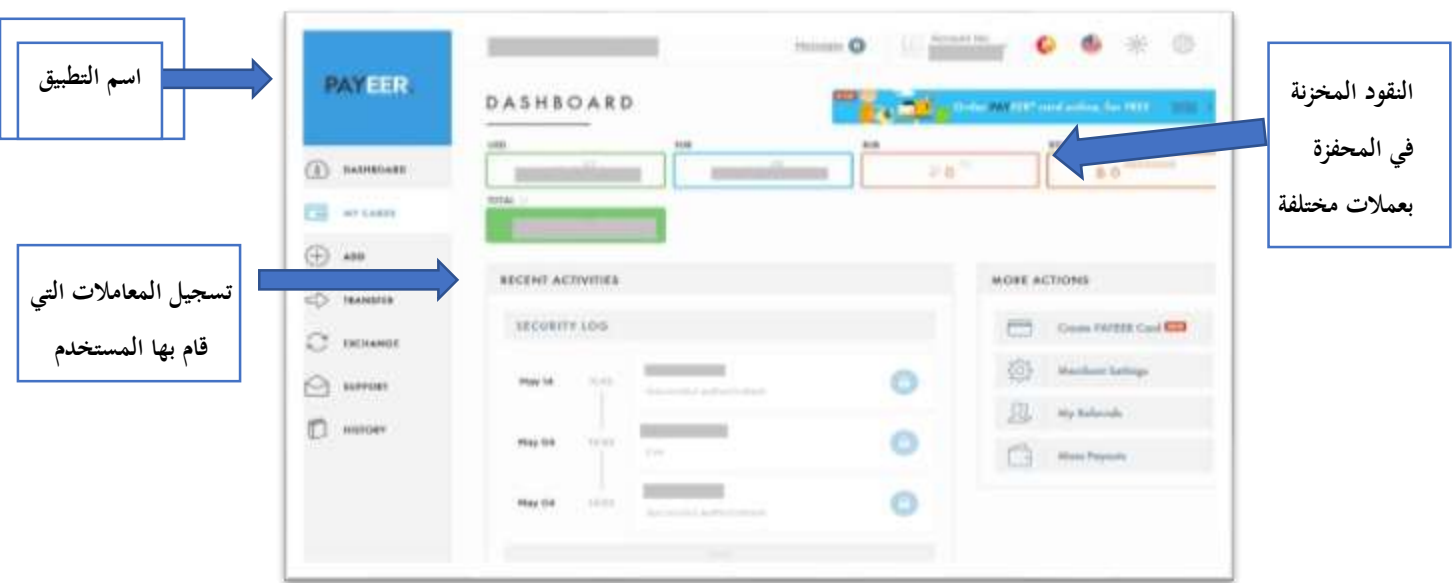
3 - عن الموقع الإلكتروني <https://www.captain-crypto.fr> تم الاطلاع عليه يوم: 2021/06/09، على الساعة 11: 00

- المحافظ الورقية: عبارة عن ترميز خاص بالعميل يتم طباعته على الورق او على قرص مضغوط أو أي وسيلة أخرى مثل: QR CODE.

← نموذج عن المحفظة الإلكترونية عبر التطبيق *PAYEER

تعريف التطبيق PAYEER: هو تطبيق للمحافظ الإلكترونية، تم انشائه بروسيا سنة 2012، يسمح بتحويل وتخزين النقود بعملات مختلفة، كما يتيح لمستخدميه إمكانية إعادة تعبئة محافظهم الإلكترونية عن طريق الطاقات البنكية.¹

الشكل رقم 4: نموذج عن محفظة الكترونية



المصدر: من اعداد الطالبة اعتمادا على

الموقع الإلكتروني <https://www.paytutor.com> يوم: 2021/06/09

(3) الشيك الإلكتروني

هو عبارة عن وثيقة الكترونية وموقعة الكترونيا، ترسل عبر البريد الإلكتروني، يتم تبادلها بين الساحب والمستفيد عبر وسيط الكتروني (البنوك الإلكترونية) للتأكد من صحة الرصيد.²

¹ - عن الموقع الإلكتروني: <https://www.paiement-en-ligne.info> , تم الإطلاع عليه يوم 17/06/2021 على الساعة 14 :48

² - شريفة هنية , الشيك الإلكتروني كوسيلة حديثة للوفاء , مجلة الحقوق والعلوم الانسانية, المجلد 01, العدد 20, جامعة العفرون, الجزائر, 2014, ص 117.

كما يعتبر الشيك الإلكتروني محرر مكتوب أو محرر ثلاثي الأطراف، معالج الكترونياً، يتضمن أمراً من شخص يسمى الساحب الى بنكه (المسحوب عليه) بأن يدفع مبلغاً من النقود لصالح طرف ثالث وهو المستفيد.¹ الشكل رقم (05) يمثل نموذج عن الشيك الإلكتروني:

الشكل رقم 05: نموذج عن الشيك الإلكتروني



المصدر: عن الموقع الإلكتروني <https://www.alliedpay.com/blog/what-is-an-echeck> تم الإطلاع عليه يوم 2021/06/09.

إجراءات استخدام الشيك الإلكتروني: تتضمن دورة إجراءات استخدام الشيك الإلكتروني الخطوات التالية:²
الخطوة الأولى: يشترك المشتري لدى البنك وذلك بفتح حساب جاري له ويتفق مع البنك على توقيع الكتروني ليتم حفظه في قاعدة البيانات الخاصة بالبنك.

الخطوة الثانية: يقوم البائع بالإشتراك لدى البنك، فتح حساب جاري خاص به والإتفاق على توقيع الكتروني يتم تسجيله في قاعدة بيانات البنك.

الخطوة الثالثة: يقوم المشتري باختيار السلعة أو السلع المرغوب فيها ثم يتفق مع البائع على السعر.

¹ - أبو بكر حبيله، وآخرون، النظام القانوني للوفاء الإلكتروني، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 1945 قالمه، 2020، ص 35.

² - هشام ليزة، محمد الهادي ضيف الله، واقع وتحديات وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر، مجلة البحوث والدراسات الاجتماعية، العدد 24، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، 2017، ص 285.

الخطوة الرابعة: يقوم المشتري بتحرير شيك (تعبئته)، التوقيع عليه إلكترونياً ثم إرساله للبائع عبر البريد الإلكتروني الخاص به.

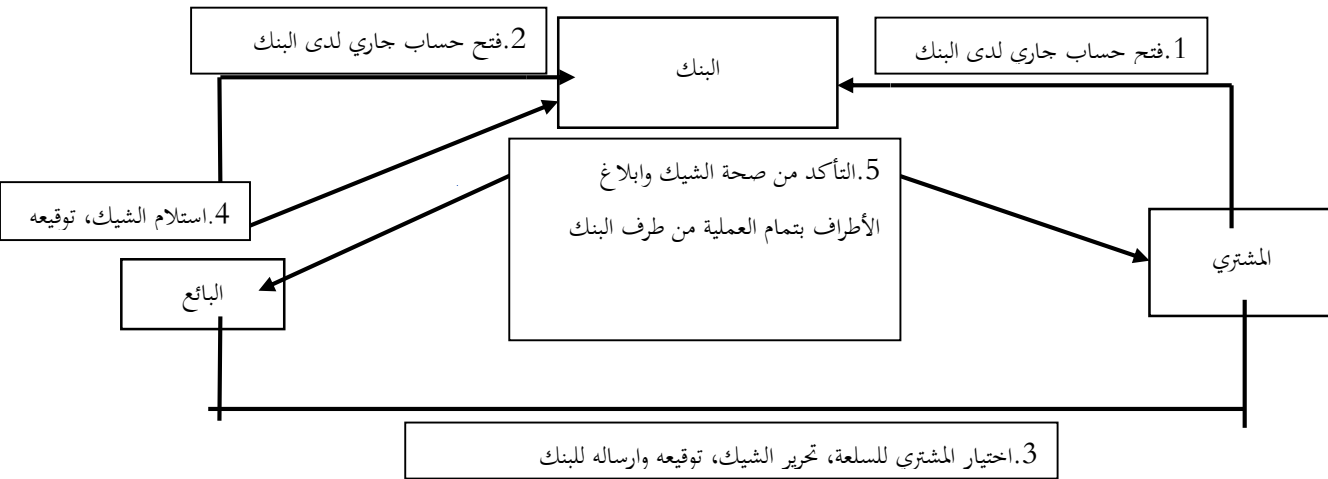
الخطوة الخامسة: يستلم البائع الشيك من المشتري ثم يقوم بإضافة توقيع الكتروني عليه ثم يرسله الى بنكه.

الخطوة السادسة: يقوم البنك بمراجعة الشيك والتحقق من صحة المعلومات والتوقيعات وعند عدم وجود أي خلل يقوم البنك بإبلاغ كل من البائع والمشتري بتمام العملية.

← مخطط لدورة إجراء استخدام الشيك الإلكتروني:

يمكن تلخيص الخطوات السابقة في المخطط التالي:

الشكل رقم 06: مخطط لدورة إجراء استخدام الشيك الإلكتروني



المصدر: من اعداد الطالبة اعتمادا على مجموعة من المراجع

4) : التحويلات الإلكترونية للأموال

التحويلات الإلكترونية للأموال هي مجموعة القواعد والإجراءات المعتمدة في تحويل الأموال عبر بنوك الكترونية مرخص لها بالقيام بهذه العملية ويتم إصدار أمر التحويل عن طريق حاسوب ومن خصائصها، ضمان الأمان وأكثر مصداقية للمتعاملين.¹

1 - عماد الدين بركات، وآخرون، مرجع سابق الذكر، ص 07.

يعرف التحويل الإلكتروني للأموال على أنه عملية نقل الأموال من حساب إلى آخر داخل نفس البنك أو من حساب إلى حساب بنكي آخر ينتمي إلى بنك آخر.¹

• ثانياً: الوسائط الإلكترونية المستعملة في الدفع الإلكتروني

هناك العديد من الوسائط الإلكترونية المستخدمة في الدفع الإلكتروني نذكر منها:²

(1) الهاتف المصرفي phone Bank

يستطيع العميل من خلال الهاتف المصرفي أن يطلب من البنك تحويل مبلغ من المال من حسابه إلى حساب البائع عند اقتنائه للسلع والخدمات، ولا تتم العملية إلا بعد تأكيد البنك من هوية العميل وصحة معلوماته.

(2) خدمات المقاصة الإلكترونية:

تعرف المقاصة الإلكترونية على أنها إجراء تقاضي بين البنوك الكترونياً وهي عبارة عن تبادل المعلومات والبيانات الكترونياً وتحديد صافي الأرصدة الناتجة في وقت محدد.³

(3) الأنترنت المصرفي:

تسمح خدمات الأنترنت المصرفي أو ما يسمى ببنوك الأنترنت أو البنوك المنزلية home banking للعميل الحصول على الخدمات المصرفية التي يحتاجها الكترونياً دون الحاجة إلى التوجه للبنك.

(4) نهائي نقاط البيع TPE:

هو جهاز يسمح بقراءة الشريط المغنط المتواجد على ظهر البطاقة البنكية يسمح بالتأكد من صلاحية البطاقة ومن وجود الرصيد الكافي اتمام عملية الشراء حيث يقوم التاجر بإدخال البطاقة والتمن في الجهاز ثم يقوم المشتري بإدخال رقمه السري الخاص به وبهذا تكون قد تمت عملية الدفع.⁴

(5) بوابات الدفع الإلكتروني

1 - عن الموقع الإلكتروني <https://gestisoft.com> تم الإطلاع عليه يوم: 2021/06/09، على الساعة 00:21
2 - نعيمة مولفرعة، إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالإلكترونية، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، المجلد 03، العدد 02، جامعة التكوين المتواصل - مركز تيارت - 2017، ص 240.
3 - رقية الصاطي، دور المقاصة الإلكترونية في تطوير النظام البنكي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة أمحد دراية، أدرار، 2019، ص 08.

4 - Abderrezak LADLI ; Les moyens de paiement électronique: Mémoire de Master en science économique ;science commerciale et science de gestion ; faculté des science économique ;science commerciale et science de gestion ; université MOULOUD MAMMERI ; TIZI-OUZOU ;2018 ; p18

بوابات الدفع الإلكتروني هي قطع برمجية تسمح بنقل الأموال بصفة امنة من حساب المشتري الى

حساب البائع فهي تعتبر الحل الوسيط بين أطراف عملية الشراء.¹

المبحث الثاني: أطراف ومخاطر الدفع الإلكتروني

ظهرت وسائل الدفع الإلكتروني كنتيجة للتطور التكنولوجي وإحلال وسائل الدفع التقليدية وحل المشاكل المتعلقة بها وهذا ما أدى الى ظهور أطراف للتعامل جديدة تتعامل من خلال مختلف الوسائط الإلكترونية الا ان تطور هذه الوسائط قد ينجر عنه مجموعة من المخاطر.

المطلب الأول: الأطراف المتعاملة في الدفع الإلكتروني

تنقسم أطراف التعامل بالبطاقات الإلكترونية الى أربعة أطراف وهي:

- مصدرو البطاقات الإلكترونية.
- الجهة المصدرة للبطاقة الإلكترونية.
- حامل البطاقة الإلكترونية.
- التاجر.

مصدرو البطاقات الإلكترونية: تصدر البطاقات الإلكترونية من طرف: المنظمات العالمية او المؤسسات المالية الكبرى أو من طرف المؤسسات التجارية كما يلي:²

1.1 : المنظمات العالمية

تشمل الهيئات التي تقوم بمنح تراخيص للبنوك من أجل اصدار بطاقات ائتمانية تحمل شعار هذه الهيئات ولا تقوم بإصدارها

وذلك لان طبيعة هذه المنظمات هي نوادي يجتمع فيها البنوك والمؤسسات المالية. وتنقسم الى:

1 - عن الموقع الإلكتروني - <https://paymentservices.amazon.com/blog/%D9%83%D9%8A%D9%81-%D8%AA%D8%B9%D9%85%D9%84-%D8%A8%D9%88%D8%A7%D8%A8%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AF%D9%81%D8%B9->

تم الإطلاع عليه يوم 2021/06/17 على الساعة 28:16

2 - عن الموقع الإلكتروني <https://cte.univ-setif2.dz/moodle/mod/book/view.php?id=16363&chapterid=4052> تم الاطلاع عليه يوم 2021/06/10، على الساعة 30:16

– مؤسسة فيزا العالمية: تم انشاء مؤسسة فيزا سنة 1958 عند اصدار بنك أمريكا للبطاقة الزرقاء والبيضاء والذهبية في كاليفورنيا. أصبحت مؤسسة فيزا تمثل أكبر نظام دفع في العالم حيث هناك ما يزيد عن 880 مليون بطاقة.

– مؤسسة ماستركارد: هي ثاني أكبر شركة للبطاقات الائتمانية، مقرها الولايات المتحدة الأمريكية وبطاقتها مقبولة لدى أكثر من 9.2 مليون محل تجاري.

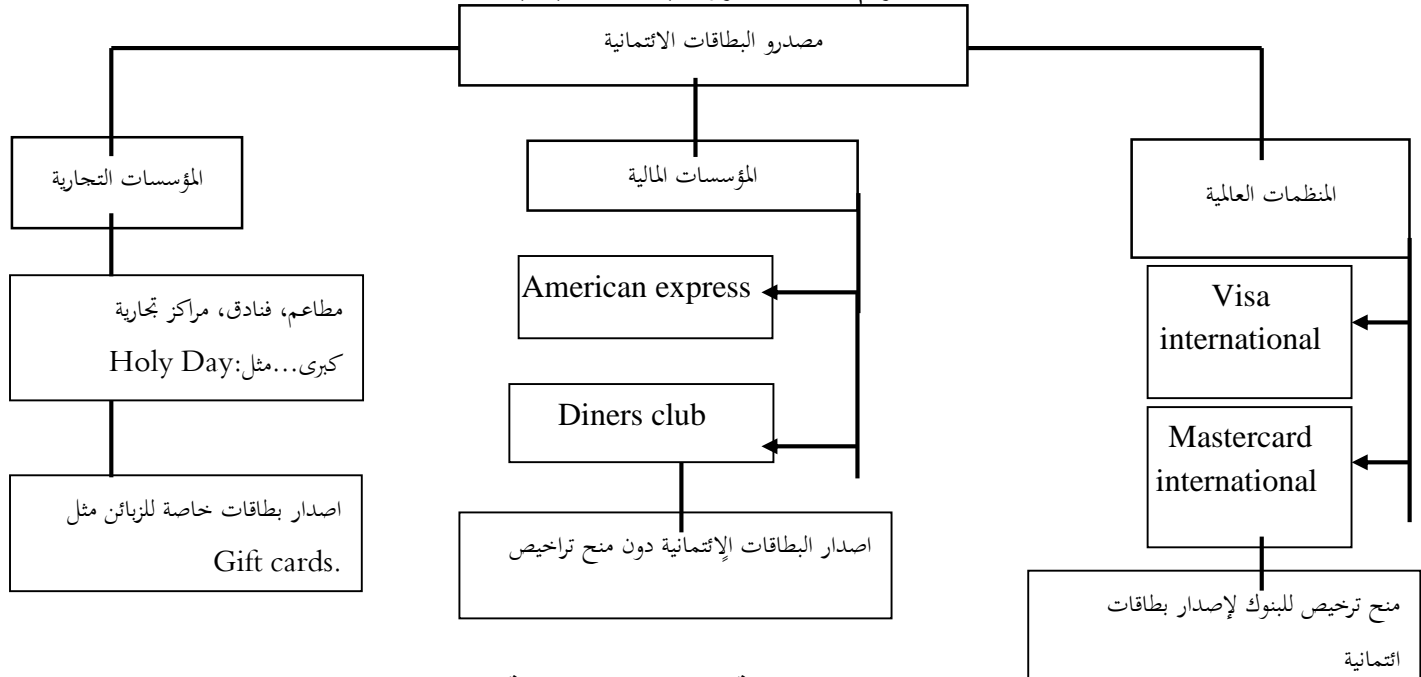
1.2 : المؤسسات المالية و التجارية الكبرى

– مؤسسة American express: هي أقدم مؤسسة مالية، تم انشائها سنة 1850، تصدر بطاقات American express بمختلف أنواعها (الخضراء، الذهبية، الماسية) وتشرف على إصدارها مباشرة دون منح ترخيص لمؤسسات مالية أخرى.

– مؤسسة Diners Club: من المؤسسات الرائدة في اصدار البطاقات الائتمانية رغم صغر حجمها، تصدر لدينر كلوب ثلاث أنواع من البطاقات هي: بطاقة الصراف البنكي لكافة العملاء، وبطاقة الأعمال التجارية لرجال الأعمال، وبطاقات خاصة بالتعاون مع شركات كبرى مثل شركة الطيران البريطانية، شركة سيارات (فولفو) وغيرها.

– أما المؤسسات التجارية فهي تشمل على المطاعم، الفنادق، المراكز التجارية الكبرى وغيرها بهدف المحافظة على عملائهم وتسهيل معاملاتهم. ويمكن تلخيص ما سبق في المخطط التالي

الشكل رقم 07: مصدرو البطاقات البنكية



المصدر: من اعداد الطالبة اعتمادا على مجموعة من المراجع

2 الجهة المصدرة للبطاقة الإلكترونية:

هو البنك الذي يقوم بنشاط اصدار البطاقات الائتمانية وذلك بعد تقديم طلب لأحدى الهيئات العالمية، تقوم هذه الأخيرة بدراسته وعند قبوله يتم التعاقد معه ومنحه ترخيصا لإصدار بطاقات تحمل شعار احدى الهيئات العالمية.¹

في حالة ما إذا كانت الجهة المصدرة للبطاقات الائتمانية هي احدى المؤسسات المالية الكبرى التي أشرنا لأهمها في المخطط السابق، فإنها تقوم بإصدار البطاقات الائتمانية مباشرة وتشرف على إصدارها دون منح تراخيص للبنوك.

3 حامل البطاقة الإلكترونية:

هو الشخص أو الأشخاص الذين حصلوا على البطاقة الائتمانية من طرف الجهة المصدرة بعد موافقة هذه الأخيرة على الطلب المقدم من طرفهم والتعاقد معهم من خلال موافقة حامل البطاقة على الشروط المسطرة من طرف الجهة المصدرة للبطاقة، مقابل الاستفادة من المزايا التي تقدمها الجهة المصدرة ويكون العقد صالحا لمدة سنة قابلة للتجديد حسب طلب حامل البطاقة(العميل).²

4. التاجر:

تتمثل في مجموعة الشركات والمحلات التي تقبل التعامل بوسائل الدفع الإلكتروني، حيث تتعاقد هذه الشركات مع الجهة المصدرة لبطاقات الدفع وتقوم هذه الأخيرة بتزويدها بالمعدات اللازمة لوسيلة الدفع.³

المطلب الثاني: مخاطر وسائل الدفع الإلكتروني

من أهم المخاطر التي قد تتعرض اليها وسائل الدفع الإلكتروني نذكر:⁴

- مخاطر ناجمة عن خلل في تشغيل أداة الدفع مثل انعدام وجود إجراءات الصيانة لمختلف الأنظمة المتعلقة بالدفع الإلكتروني مما يؤدي الى تعطيل هذه الأنظمة.

1 - هداية بوعزة، النظام القانوني للدفع الإلكتروني، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتورا في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2019، ص33.

2 - أبوبكر حبيلس، وآخرون، مرجع سابق الذكر، ص 25

3 - صبيحة مراح، الحماية القانونية والمدنية لبطاقة الائتمان في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتورا في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1، 2019، ص34.

4 - كريمة شايب باشا، آليات الحماية من مخاطر الدفع الإلكتروني في التشريع الجزائري، المجلة الجزائرية للسياسات العامة- المجلد 07، العدد02، جامعة لونيبي علي، الجزائر، 2018، ص 40.

- مخاطر فقدان البطاقات أو ضياعها أو سرقتها وما ينتج عنها من أضرار.
- أخطار التعرض الى القرصنة الإلكترونية.
- خطر المساس بخصوصية المتعاملين الناجمة عن القرصنة الإلكترونية وبالتالي افصاح وكشف المعلومات السرية وخطر نشرها وتداولها.
- بالإضافة الى ما سبق نذكر مجموعة من المخاطر الأخرى كما يلي:¹
- خطر السيولة لدى البنوك بالنظر الى الإفراط في استعمال البطاقات من طرف الزبائن.
- خطر تنامي حجم الديون بسبب عدم تسديد الزبائن لمستحققاتهم.
- خطر المساس بسمعة البنوك حيث إذا ما واجه البنك مشكلة ما ستؤدي الى فقدان الثقة فيه من طرف العملاء.
- خطر التهرب الضريبي باعتبار ان وسائل الدفع الإلكتروني تسمح بتحويل الأموال الى أي مكان في العالم.

المبحث الثالث: وسائل الدفع الإلكتروني كألية لتفعيل التجارة الإلكترونية

ظهرت وسائل الدفع الإلكتروني بالتزامن مع ظهور التجارة الإلكترونية واستمرت في التطور نتيجة لتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال حتى أصبحت المكون الأساسي الذي يعتمد تطور أو فشل التجارة الإلكترونية عليه.

المطلب الأول: واقع التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكتروني عالميا

أولاً: واقع التجارة الإلكترونية عالميا

قبل التطرق الى معرفة واقع التجارة الإلكترونية عالميا، فإنه يجب الإشارة الى أن من متطلبات نجاح وقيام أي تجارة إلكترونية فإنه يجب توفر بنية تحتية إلكترونية قوية ومن الدعائم الأساسية لقيام التجارة الإلكترونية لدينا:

أ-تطور عدد المستخدمين لشبكة الأنترنت عالميا:

1 -سعدية قصاب وآخرون، تقييم وسائل الدفع الإلكترونية: المزايا والمخاطر، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول: عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، جامعة الجزائر3، يومي 26-27، أبريل 2011، ص 18.

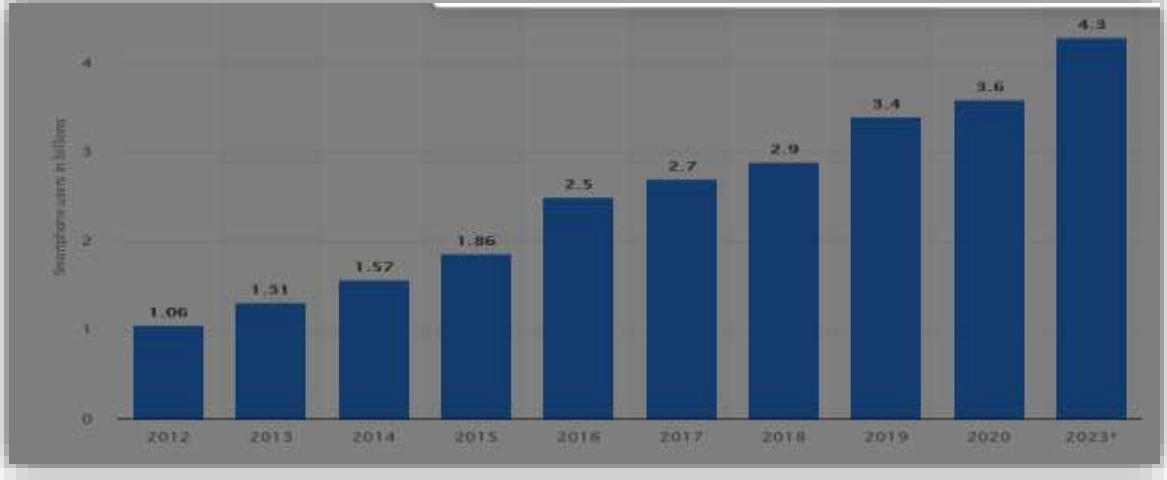
الجدول 05: تطور انتشار الإنترنت عالميا

المنطقة	عدد السكان 2017	نسبة السكان في العالم (%)	عدد مستخدمي الإنترنت حتى 30 يونيو 2017	نسبة النفاذ لأنترنات (%)	معدل النمو ما بين (2000-2017) (%)	نسبة الاسر المتصلة بالانترنت
إفريقيا	1,246,504,865	16.6	388,376,491	31.2	8,503.1	16.30
آسيا	4,148,177,672	55.2	1,938,075,631	46.7	1,595.5	45.50
أوروبا	822,710,362	10.9	659,634,487	80.2	527.6	82.50
أمريكا اللاتينية والكاريبي	647,604,645	8.6	404,269,163	62.4	2,137.4	-
الشرق الأوسط	250,327,574	3.3	146,972,123	58.7	4,374.3	-
أمريكا الشمالية	363,224,006	4.8	320,059,368	88.1	196.1	-
أوقيانوسيا / أستراليا	40,479,846	0.53	28,180,356	69.6	269.8	-
العالم	7,519,028,970	100	3,885,567,619	51.7	976.4	51.46

المصدر: إبراهيم مسلم واقع وتحديات التجارة الإلكترونية في الجزائر، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، المجلد 02، العدد 34، ص 153.

يمثل الجدول 05 مدى تفاوت انتشار (نفاذ/ اختراق) الانترنت عبر مختلف القارات في العالم وذلك في الفترة الممتدة ما بين 2000-2017، وإذا ما أردنا ترتيب القارات، فتستحوذ قارة أمريكا الشمالية أكبر نسبة والتي تم تقديرها بحوالي 88.1%، تليها أوروبا بنسبة 80.2% في المرتبة الثانية، ثم أوقيانوسيا/أستراليا بنسبة 69.9%. ويعود ذلك لمجموعة من الاعتبارات أهمها: سرعة تدفق الانترنت، مدى امتلاك المستخدمين للأجهزة، مدى اهتمام البلدان وإدراكهم لأهمية الانترنت والنهوض بها واستغلالها لتسهيل المعاملات التجارية، في حين احتلت إفريقيا المرتبة الأخيرة بنسبة 31.2%. هذا وقد زاد انتشار الخدمة بشكل لافت خلال فترة السنوات العشر الماضية على وجه الخصوص مع ظهور وانتشار كبير لأجهزة الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية والانتشار الكبير لشبكات الانترنت المتنقل عريض النطاق من الاجيال الثالث والرابع وحديثا الخامس، ويوضح الشكل 02 تطور عدد المستخدمين للهواتف النقالة من سنة 2012 الى غاية 2023

تطور عدد مستخدمي الهواتف النقالة



المصدر: عن الموقع الإلكتروني <https://www.statista.com>, تم الاطلاع عليه 2021/06/02 على الساعة 10

من خلال الشكل يتبين أن:¹

- عدد المستخدمين للهواتف النقالة في تزايد مستمر من سنة الى أخرى حيث بلغ عدد المستخدمين سنة 2020 ما يقارب 3.6 بليون مستخدم أي ما يعادل زيادة سنوية مقدرة بحوالي 5.9%.
- في الفترة الممتدة من سنة 2013 الى 2020، فإن عدد مستخدمي الهاتف النقالة عرف زيادة بمعدل ما يقارب 16.8% حيث عرف أكبر زيادة سنة 2016 وذلك بمعدل ما يقارب 34,4%.
- تشير التقارير الى أن عدد مستخدمي الهواتف النقالة سيعرف تزايداً مستمراً خلال السنوات القادمة، فمن الممكن ان يصل عددهم الى ما يقارب 4.3 بليون مستخدم خلال سنة 2023، وهذا ما يعني أن نصف سكان العالم سيكون مجهزين بهواتف نقالة.

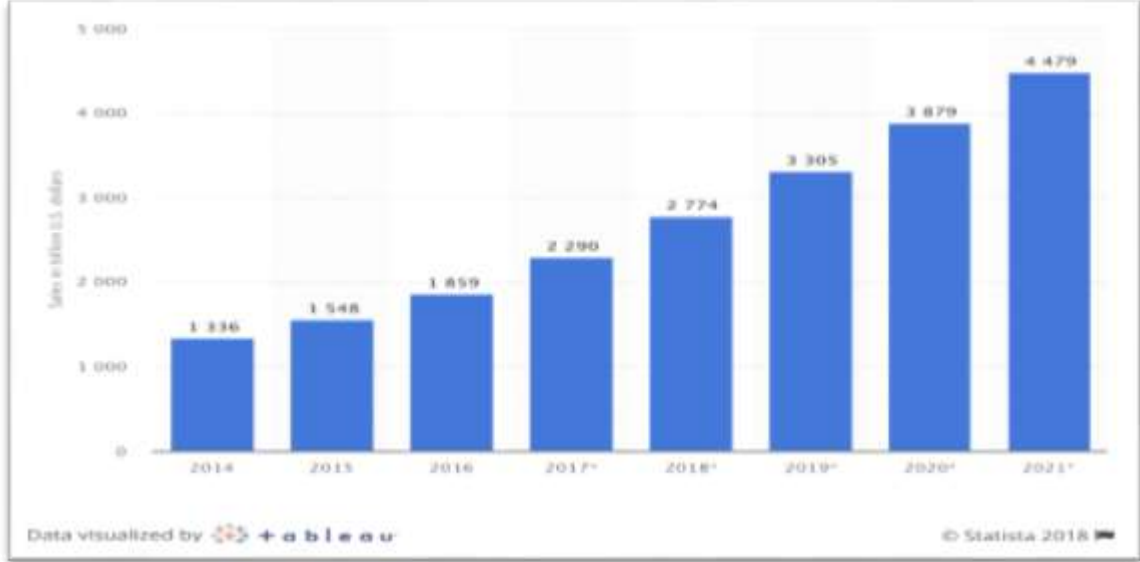
ب-تطور مبيعات التجزئة في التجارة الإلكترونية:

عرفت مبيعات التجزئة في التجارة الإلكترونية (المبيعات من السلع والخدمات)، ارتفاعاً منذ سنة 2014 حيث قدرت بما يقارب 1.336 بليون دولار أمريكي. وقد تم تسجيل ارتفاع مستمر في مبيعات التجزئة

¹ - عن الموقع الإلكتروني : <https://www.oberlo.com/statistics/how-many-people-have-smartphones> ، يوم 2021/06/02

الالكترونيا، حيث بلغت في 2016 ما يقارب 1.86 بليون دولار امريكي كما هو موضح في (الشكل 09).

الشكل 9: تطور مبيعات التجزئة في التجارة الإلكترونية عالميا



المصدر: عن الموقع الإلكتروني <https://viaark.com> تم الاطلاع عليه: 2021/06/03 على الساعة 11 ومن خلال الشكل السابق، فإنه كان من المتوقع أن يرتفع حجم مبيعات التجزئة في التجارة الإلكترونية الى ما يقدر ب 4.47 بليون دولار امريكي خلال سنة 2021، الا أنه حسب التقارير المنشورة مؤخرا، فإن حجم مبيعات التجزئة في التجارة الإلكترونية قد ارتفع بما يقارب 4.90 بليون دولار أمريكي خلال هذه الأخيرة، ويعود هذا الارتفاع الى ظهور وتفشي وباء كورونا (Covid-19) وما نتج عنه من فرض الإجراءات الصحية مما أدى الى توجه المستهلكين نحو استعمال التجارة الإلكترونية

ثانيا: وسائل الدفع الإلكتروني عالميا:

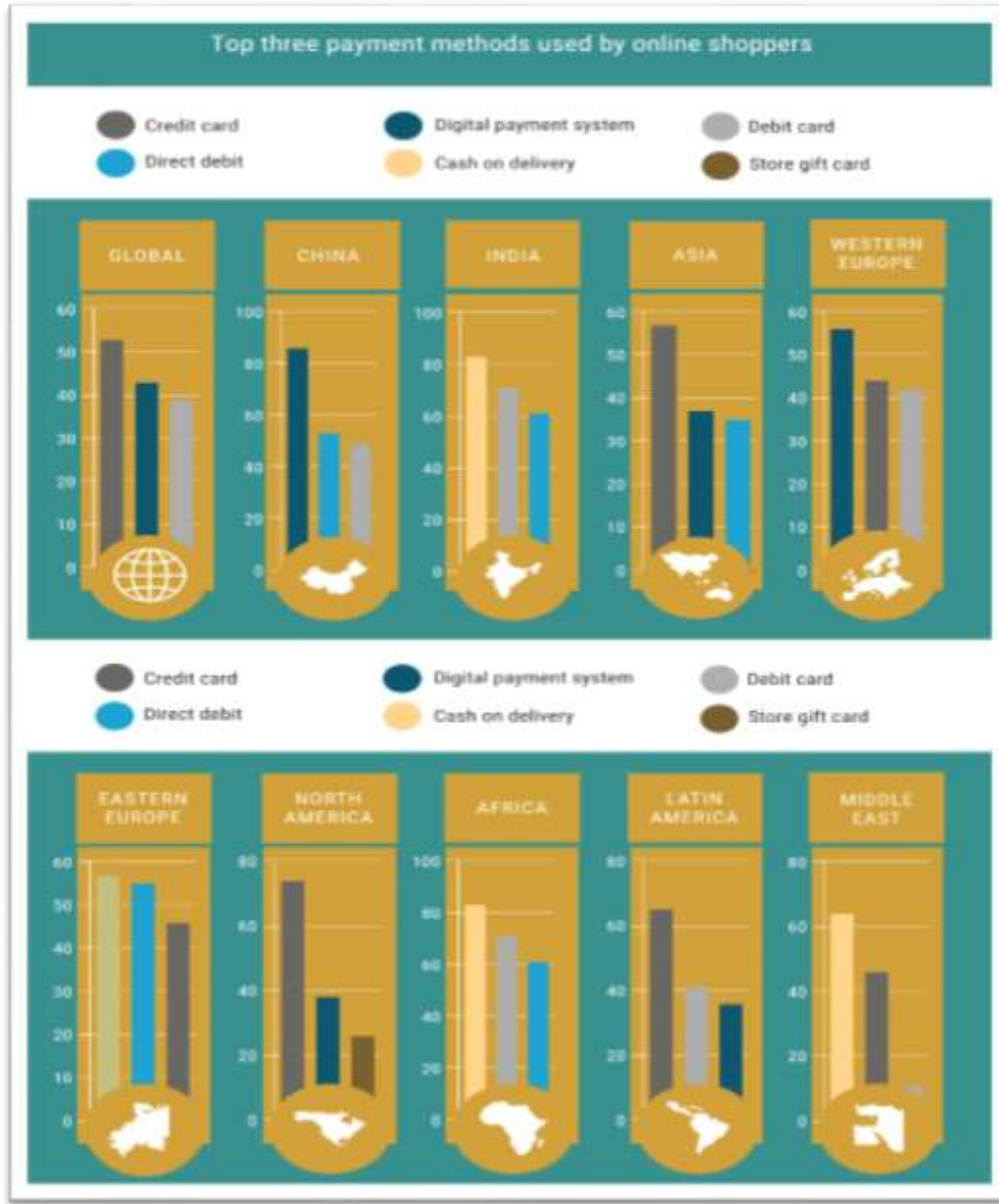
تختلف وسائل الدفع الإلكتروني باختلاف المناطق، عموما وحسب الإحصائيات فإن وسائل الدفع الإلكتروني الأكثر استعمالا

تتمثل في البطاقات البنكية بنسبة 53%، تليها عملية الدفع عبر الأنترنت من خلال استعمال بطاقات الدفع (43%) ثم بطاقات السحب (38%) حيث يمثل الدفع عبر الأنترنت أكثر وسيلة دفع استخداما في كل من: الصين وأوروبا الغربية

في حين أن الدفع عند الإستلام (cash on delivery) تبقى أفضل وسيلة للدفع في كل من أوروبا الشرقية، أفريقيا والشرق الأوسط ويرجع ذلك الى عدم ثقة العميل في وسائل الدفع الإلكتروني، او ضعف البنية التحتية الإلكترونية التي تمكن من اجراء دفع الكتروني فعال كما هو الحال في الصين وأوروبا الغربية.¹

¹ - عن الموقع الإلكتروني [/https://kinsta.com/fr/blog/statistiques-ecommerce](https://kinsta.com/fr/blog/statistiques-ecommerce) ، يوم: 2021/06/04 على الساعة

الشكل (10): وسائل الدفع الإلكتروني الأكثر استعمالاً



المصدر: عن الموقع الإلكتروني <https://kinsta.com>, يوم 2021/06/04 على الساعة 16:00

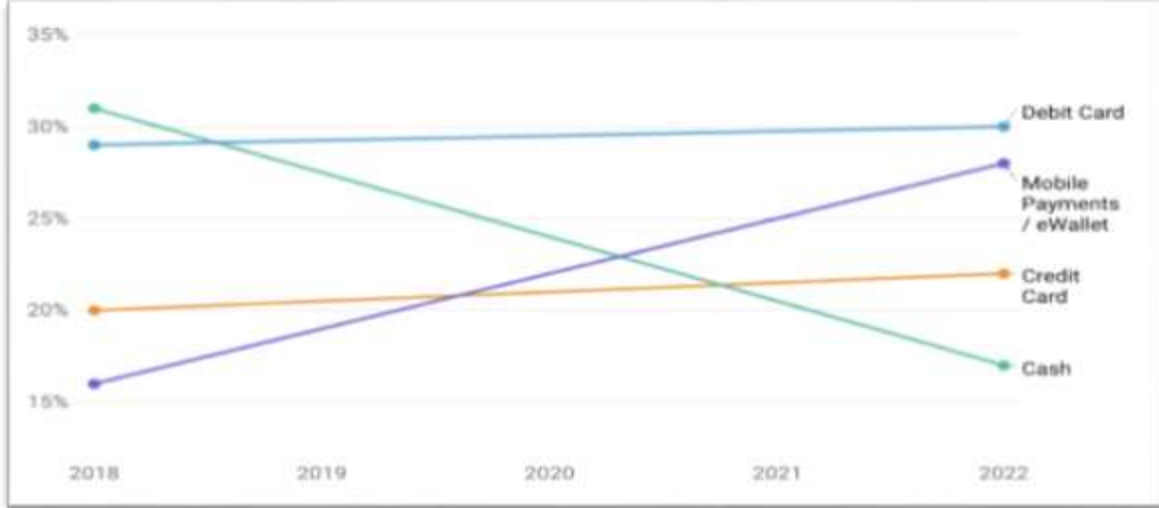
• تطور الدفع الإلكتروني:

أشار تقرير [Worldpay 2018](https://www.worldpay.com) أن الدفع الإلكتروني عبر الهاتف المحمول سيشهد ارتفاعاً من 2018-2022 من 15% إلى 28%، ويرجع ذلك بسبب ظهور وتطور منصات الدفع الإلكتروني وتبنيها من قبل عدد كبير من الشركات والتجار في حين أن استعمال بطاقات الدفع سترتفع من 20% إلى 22% خلال 2018-2022 وسيترفع استعمال بطاقات السحب بنسبة أكبر، من 29% إلى 30%. كما أشار

التقرير الى أن استعمال النقود الورقية سينخفض الى ما يقدر ب 17% بحلول سنة 2022 نظرا

لإحلالها بوسائل الدفع الحديثة.¹

الشكل (11): تطور وسائل الدفع الإلكتروني



المصدر: عن الموقع الإلكتروني <https://www.merchantsavvy.co.uk>، يوم: 2021/06/04 على الساعة 15:00

المطلب الثاني: أثار وسائل الدفع الإلكتروني

أولاً: الآثار الإيجابية لوسائل الدفع الإلكتروني

تشتمل وسائل الدفع الإلكتروني على مجموعة من الآثار الإيجابية نذكر منها:

← أثار وسائل الدفع الإلكتروني على المستخدم:²

- توفر وسائل الدفع الإلكتروني الثقة والأمان للمستخدم من ناحية حفظ وحماية بياناته الشخصية.
- تمثل وسائل الدفع الإلكتروني للمستخدم الحل الأمثل لتفادي حمل ونقل النقود الورقية لإقتناء مشترياته.
- تمكن وسائل الدفع الإلكتروني حاملها من شراء ما يريد وفي أي وقت كان.
- تعتبر وسائل الدفع الإلكتروني وسائل سهلة للإستخدام.

1 - عن الموقع الإلكتروني <https://www.merchantsavvy.co.uk> ، يوم: 2021/06/04. على الساعة 15:00

2 - كريمة دهوم، وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة وآليات حمايتها، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة المسيلة، 2014، ص 07.

- آثار وسائل الدفع الإلكتروني بالنسبة للمصدر والشخص التاجر:¹
 - ✓ يحقق مصدر البطاقة أرباحا من خلال الفوائد والعمولات المحققة من الحاملين للبطاقات، من المحلات التجارية التي تقبل التعامل بها.
 - ✓ -بالنسبة للشخص التاجر فإن وسائل الدفع الإلكتروني تمكنه من زيادة حجم المبيعات وذلك من خلال السرعة في إتمام المبادلات التجارية، بالإضافة الى أنها تزيح عبئ متابعة ديون الزبائن، فهي تقع على عاتق البنك.
- ⇐ آثار وسائل الدفع الإلكتروني على الإقتصاد:²
 - ✓ تخفيض تكلفة طباعة النقود.
 - ✓ زيادة الإيداعات الجارية لدى البنوك وهذا ما يزيد من نسبة السيولة لديها.
 - ✓ الحد من تهريب الأموال وذلك لأن تحويل الأموال بواسطة البطاقات البنكية يسمح بتتبع مسار النقود (traceability) في حال عدم تعرض البطاقات للسرقة أو أن يتم اختراق الحسابات البنكية.
 - ✓ مواجهة الاقتصاديات الموازية وذلك لأن وسائل الدفع الإلكتروني تجمع المتعاملين تحت نظام مصرفي واحد ورسمي.
 - ✓ زيادة عرض البنوك التجارية للمزيد من الخدمات لعملائها والمتعلقة بتكنولوجيات الدفع الإلكتروني مثل: الخدمات البنكية عبر الأنترنت (e-banking) والخدمات البنكية عبر الهاتف النقال (mobile-banking) وهذا ما يؤدي الى زيادة الأرباح للبنوك.³
- ⇐ آثار وسائل الدفع الإلكتروني عالميا:
 - زيادة انتشار التجارة الإلكترونية عالميا بسبب تطوير وزيادة البرمجيات والتطبيقات لحماية وأمن العمليات التجارية الإلكترونية.⁴

1 -نعيمة عبدلي، وسائل الدفع الإلكترونية في القانون، مجلة الفكر القانوني والسياسي المجلد 05، العدد 01، 2021
جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية ، الجزائر، ص232.

2 - عن الموقع www.unesco.org، تم الإطلاع عليه يوم: 2021/06/11 على الساعة 10:00

3- Mohammad Auwal Kabir and others، **Adoption of e-Payment Systems: A Review of Literature**، international conference on E-commerce ; 20-22 october2016 ;Malaysia ; p113.

4 - عن الموقع الإلكتروني <https://academie-des-sciences-commerciales.org> تم الاطلاع عليه يوم: 2020/06/12 على الساعة 10 : 00

- تسهيل عمليات البيع والشراء بين البائع والمشتري عالميا، مما يؤدي الى اختزال عنصر المسافة.¹ بالإضافة الى ما سبق فإن وسائل الدفع الإلكتروني عرفت تطورا وانتشارا كبيرا في ظل تفشي أزمة كورونا وما نتج عنها من إجراءات الحجر والغلق الكلي، وذلك من خلال:²
- توجه الأفراد في البلدان المتضررة من الازمة الى الدفع الإلكتروني كألية للحد من استخدام وتداول النقود الورقية الحاملة للفيروس.
- تحفيز الأفراد على التعامل بالدفع الإلكتروني، وذلك للتقليل من الاحتكاك بين الأفراد في الوكالات أو في المحلات التجارية.
- زيادة التعامل بخدمات الدفع الإلكتروني بسبب الإجراءات التقييدية المفروضة من قبل الحكومات إضافة الى إجراءات العزل الشخصي المفروضة التي أجبرت الأفراد على البقاء في منازلهم وبالتالي توجيههم نحو الدفع الإلكتروني.

ثانيا: الآثار السلبية لوسائل الدفع الإلكتروني

على الرغم من الآثار الإيجابية للدفع الإلكتروني الا أنه توجد مجموعة من السلبيات أهمها **الجرائم الإلكترونية**

فماهي الجريمة الإلكترونية؟

- ⇐ عرف المشرع الجزائري الجريمة الإلكترونية على أنها كل جريمة ترتكب أو يسهل ارتكابها عن طريق منظومة معلوماتية أو نظام الاتصالات الإلكترونية.³
- ⇐ عرفت منظمة التعاون الاقتصادي **OCDE** الجريمة الإلكترونية على أنها: كل فعل أو امتناع من شأنه الاعتداء على الأموال والذي يكون ناتجا بطريقة مباشرة أو غير مباشرة عن تدخل التقنية المعلوماتية.⁴
- ومع انتشار وتطور وسائل الدفع الإلكتروني تعددت الجرائم الإلكترونية من خلال:⁵

1- Emrah Oney, and others ; **the determinants of electronic payment systems usage**, Economic Research–Ekonomiska revue ,VOL. 30, NO. 1,2017 ,p 395

2 -أسماء كرعلي واخرون، **أثر جائحة كورونا على عمليات الدفع الإلكتروني**، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، المجلد 17، العدد 25، جامعة اكلي محند وحلاج البويرة- الجزائر، 2021، ص 347.

3 -محمد بوعمره، واخرون، **جهاز التحقيق في الجريمة الإلكترونية في التشريع الجزائري**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة اكلي محند أولحاج، البويرة، 2020، ص 04.

4 -ليلة رزيق، **الجريمة الإلكترونية واقع وتحدي**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري - تيزي وزو، 2018، ص 12.

5 -فاطمة ناشف، مرجع سابق الذكر، ص 48.

- انتحال شخصية الفرد من خلال الاستلاء على معلوماته وبياناته الشخصية المتواجدة على مستوى البطاقات واستغلالها لأغراض أخرى.
 - زيادة جرائم السطو على البطاقات البنكية وما ينجر عنها من ابتزاز لعدم نشرها أو استخدامها.
 - جريمة غسيل الأموال باستخدام البطاقات الائتمانية من خلال إيداع الأموال المتحصل عليها بطريقة غير شرعية في عدة بنوك وفي بلدان مختلفة ثم تحويلها الى البنك المتواجد في البلد الأصلي للمودع وبهذا يكون البنك قام بعملية الغسيل وأضفى عليها الصفة الشرعية.¹
 - الجرائم المرتكبة من طرف العميل نتيجة سوء استخدامه للبطاقة البنكية مثل: استخدام بطاقة بنكية منتهية الصلاحية تجاوز العميل لحد السحب المسموح به من طرف البنك... الخ.
 - استخدام بطاقات بنكية مسروقة أو مزورة.
- بالإضافة الى ما سبق فإن لوسائل الدفع الإلكتروني سلبيات على كل من:²
- المستخدم لوسائل الدفع:
- زيادة الإنفاق عما يتجاوز القدرة المالية.
 - احتمال عدم تسديد العميل في الوقت المناسب بالنسبة للتاجر:
 - في حالة عدم التزام التاجر بالتزامات وقوانين الجهة المصدرة فإنه يتم استدعائه من طرفها واحتمال وضعه في القائمة السوداء.
- بالنسبة للجهة المصدرة:
- ان أهم المخاطر التي تواجهها الجهات المصدرة هو مدى قدرة عملائها على تسديد ديونهم.

المطلب الثالث: اليات حماية المعاملات التجارية الإلكترونية

يعتبر توفر الامن لوسائل الدفع الإلكتروني من أهم المميزات التي تعمل على دفع عجلة التجارة الإلكترونية وزيادة التعامل بها من خلال منح المستهلك الثقة في استخدام وسائل الدفع الإلكتروني لإتمام معاملاته التجارية. وفي هذا الصدد تم ابتكار وتطوير مختلف الآليات لحماية وسائل الدفع الإلكتروني

1 - نصاب فسوري، غسيل الأموال الفذرة بواسطة نظام Banking Cyber ونظام Smart Card، مجلة دراسات وأبحاث، المجلد 01، العدد 01، جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي، الجزائر، 2009، ص414.

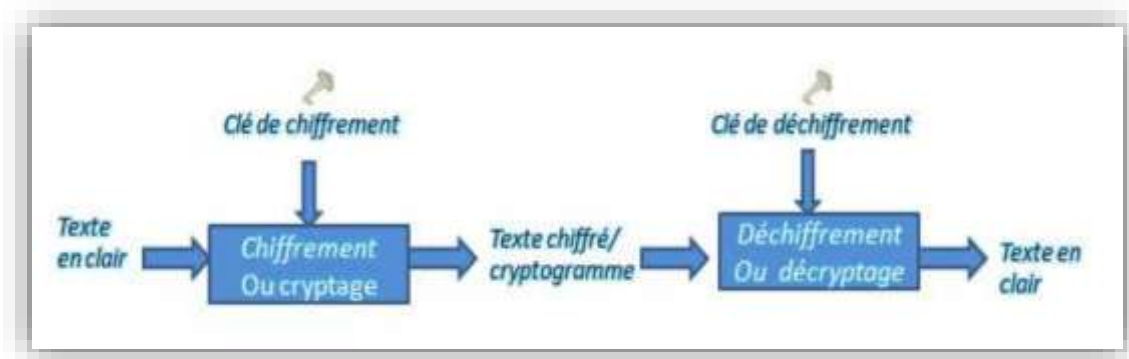
2 - على بودلال، اعتماد وسائل الدفع الإلكتروني للتقليل من الكتلة النقدية غير الرسمية المتداولة في الإقتصاد الجزائري، مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، العدد 05، جامعة بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2018، ص 220.

والحد من الجرائم الإلكترونية بمختلف أنواعها. وهذا ما يعرف بالأمن السيبراني (cyber Security) فهو يهدف الى حماية المعلومات والمواقع الإلكترونية من الهجمات الإلكترونية التي تعرقل سير هذه المواقع او اتلافها وتدميرها.¹

أولاً: التشفير

يعرف التشفير حسب قاموس Larousse على أنه التحويل من قراءة مكتوبة ومفهومة الى قراءة غير مفهومة بشكل لا يمكن فهمها الا بعد استعمال تقنيات محددة لفك التشفير.²

الشكل رقم 12: مخطط لعملية التشفير



Source : Asma ben Amar ; et autres ; **Amélioration de la génération des sous clés de l’algorithme cryptographique DES** ; Mémoire de Master ; Faculté des Sciences et Sciences Appliquées ; UNIVERSITE Akli Mohand Oulhadj —Bouira ; 2017 ; p16.

ينقسم التشفير الى عدة أنواع نذكر منها:³

• التشفير وفك التشفير باستعمال مفتاح واحد **La cryptographie symétrique**

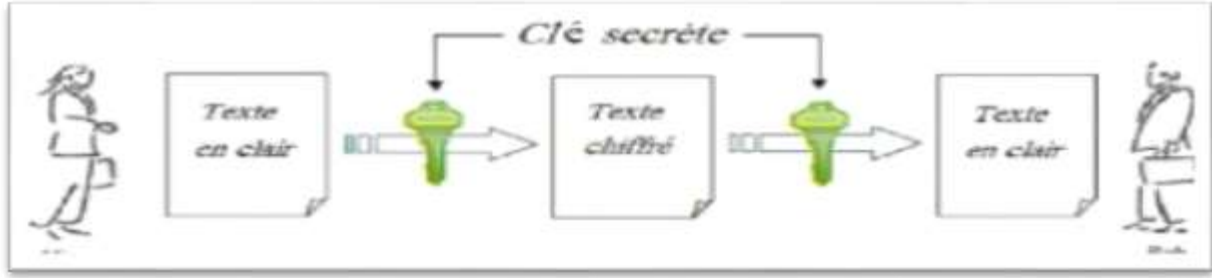
التشفير باستخدام مفتاح واحد أو مفتاح متماثل وقيام المرسل باستخدام مفتاح للتشفير وارساله للمرسل اليه من أجل فك التشفير .

1 - عن الموقع الإلكتروني: <https://www.albayan.ae> ، تم الإطلاع عليه يوم : 2021/06/12. على الساعة 13:00

2 - عن الموقع الإلكتروني: <https://www.larousse.fr> ، تم الإطلاع عليه يوم : 2021/06/12 على الساعة 13:30

3 - Yasmine abdeli ; **Implémentation d’un algorithme de cryptage sur un circuit FPGA** ; mémoire master en informatique ; Faculté de Technologie ; Université Mohamed Boudiaf - M’sila ; 2017 ; p 25.

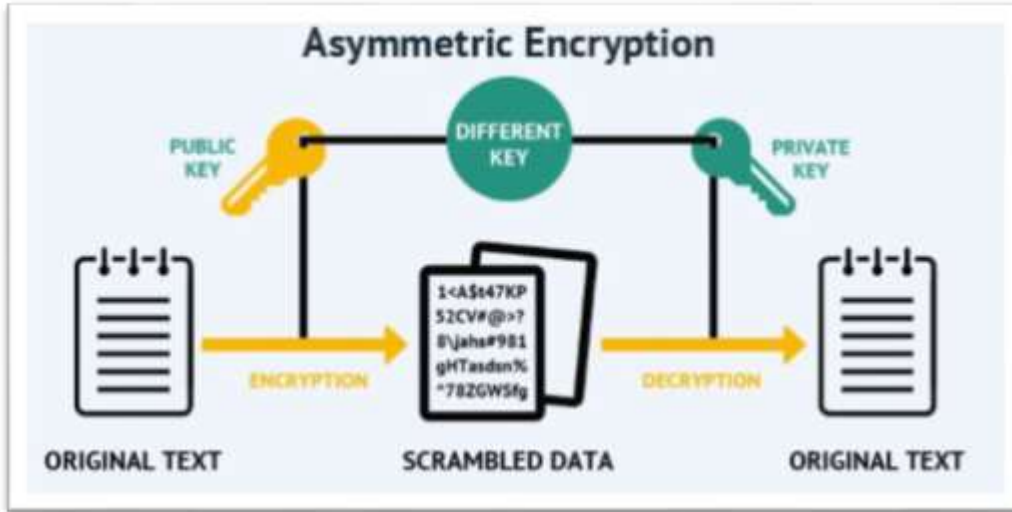
الشكل رقم 13: التشفير باستخدام مفتاح واحد La cryptographie symétrique



المصدر: عن الموقع الإلكتروني <https://www.memoireonline.com> يوم 2021/06/12. على الساعة 12

- التشفير وفك التشفير باستخدام مفتاحين مختلفين La cryptographie asymétrique
تتم من خلال استخدام مفتاحين مختلفين أحدهما عام متاح لكافة الأشخاص والآخر خاص لا يعرفه إلا المرسل إليه.
أو بمعنى آخر التشفير غير المتماثل هو استخدام مفتاح للتشفير من طرف المرسل واستخدام مفتاح آخر لفك التشفير من طرف المرسل إليه.

الشكل رقم 14: التشفير باستخدام مفتاحين مختلفين La cryptographie asymétrique



المصدر: عن الموقع الإلكتروني <https://www.crypto-sous.fr> يوم: 2021/06/12 على الساعة 14

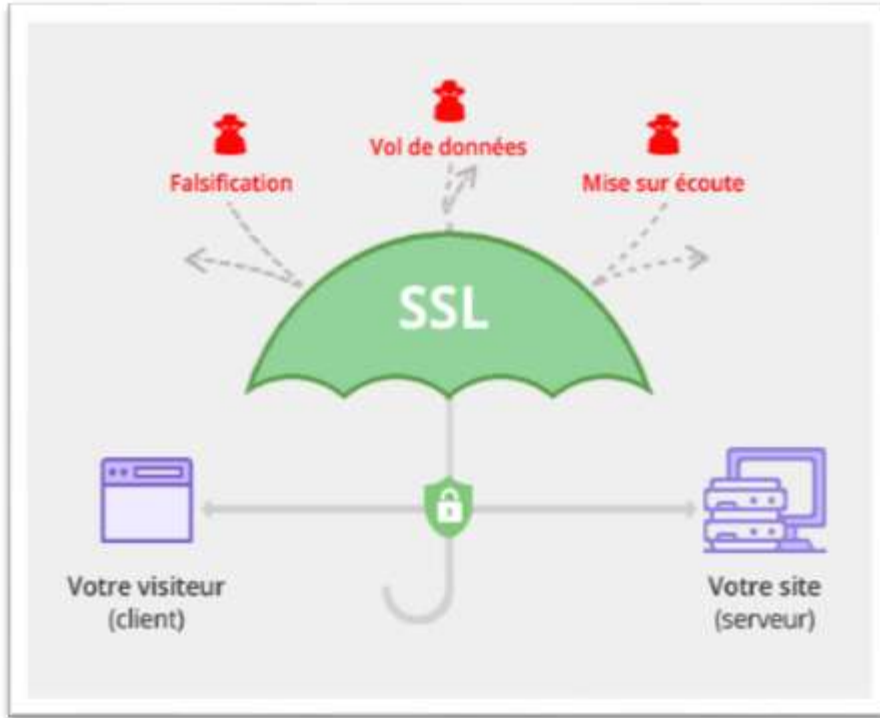
ثانيا: بروتوكول الصفقات الإلكترونية الامنة: SET (Secure Electronic Transaction) وتأمين

البيانات SSL Secure Sockets Layer¹:

⇐ بروتوكول الصفقات الإلكترونية الأمنة هو بروتوكول مصمم من طرف visa بالتعاون مع IBM ; MasterCard ، MICROSOFT وغيرها من الشركات الأخرى بهدف توفير الامن لمدفوعات البطاقة عند عبورها الأنترنت من موقع التجار والبنوك.

- بروتوكول SET (SECURE ELECTRONIC TRANSACTION) هو بروتوكول مخصص لأغراض التجارة الإلكترونية، يهدف الى حماية المعلومات الخاصة بحاملي البطاقات الإلكترونية والتي تتضمن معلومات خاصة بالحسابات البنكية وغيرها من المعلومات المهمة.
- ⇐ بروتوكول تأمين البيانات: أشهر برنامج مستخدم في التجارة الإلكترونية، عبارة عن بروتوكول تشفير مخصص لنقل البيانات والمعلومات المشفرة بين جهازين عبر شبكة الأنترنت بطريقة امنة بحيث لا يمكن قراءتها الا المرسل اليه.

الشكل رقم 15: بروتوكول تأمين البيانات SSL Secure Sockets Layer

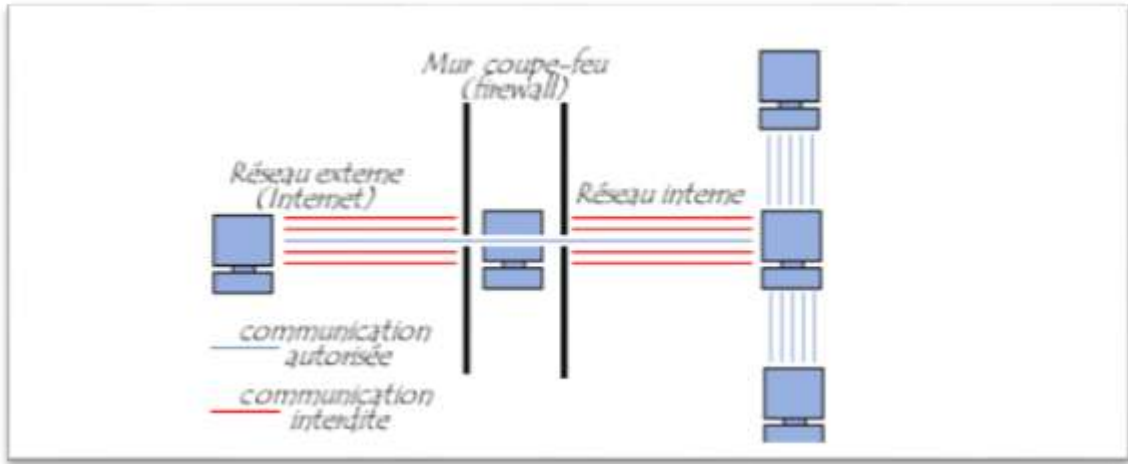


المصدر: عن الموقع الإلكتروني <https://www.hostinger.fr> يوم 2021/06/13 على الساعة 27: 9

¹ - هداية بوعزة، الحماية التقنية للمعلومات ودورها في التأمين نظام الدفع الإلكتروني، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، المجلد 03، العدد 04، كلية الحقوق، جامعة وهران، الجزائر، 2018، ص35.

ثالثاً: حماية المواقع الإلكترونية باستخدام الجدران النارية firewalls

الشكل رقم 16: الجدار الناري fireWall



المصدر: عن الموقع <https://www.commentcamarche.net> يوم 2021/06/13 على الساعة 16

الجدار الناري هو عبارة عن مجموعة من البرامج والأجهزة التي تعمل على فصل شبكة داخلية عن شبكة أخرى خارجية وذلك من خلال مسح المعلومات والتأكد من صحتها ومنع دخول الفيروسات والتعرض الى الهجمات الإلكترونية.¹

إضافة لما سبق نجد:²

• التوقيع الإلكتروني:

التوقيع الإلكتروني هو ملف رقمي صغير، مكون من حروف وأرقام الكترونية، يصدر من احدى الجهات المتخصصة والمعترف بها. وهو طريقة اتصال مشفرة، تعمل على توثيق المعاملات التجارية. من أنواع التوقيع الإلكتروني الأكثر استعمالاً نجد:³

1. التوقيع البيومتري **biometric signature**، من خلال الصفات الجسدية التي تختلف من شخص الى اخر مثل: عين الشخص، صوتت او بصمته ويتم الاحتفاظ بها بطريقة مشفرة على مستو الحاسب الآلي ومن أشهر الطرق المستعملة للتوقيع البيومتري هي طريقة التوقيع بالقلم الإلكتروني **pen-op**.
2. التوقيع الإلكتروني باستخدام البطاقة الممغنطة المقترنة برقم سري من خلال ادخال العميل لبطاقته في الأجهزة المخصصة لذلك ثم ادخال الرقم السري الخاص به.

¹ – Mohammed chérif belalia et autres ;étude et conception d'un firewall ;mémoire master ;faculté des sciences de l'ingénieur ;université Saad dahleb Blida ;2011 ; p 27.

2 – عبد العزيز خنفوسي، قانون الدفع الإلكتروني، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، 2018، ص 27.

3 – خالد ممدوح إبراهيم، الاثبات الإلكتروني في المواد الجنائية والمدنية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2020، ص 268.

3. التوقيع باستخدام الكود الرقمي من خلال تشكيل مجموعة من الأرقام تركب في النهاية كود يتم التوقيع به ثم يتم تشفيره بالطرق التي المستعملة في التشفير.¹

• التصديق/التوثيق الإلكتروني:

يقصد بالتصديق أو التوثيق الإلكتروني عملية التأكد من صحة الكتابة الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني. إذ يقوم بهذه العملية طرف محايد ومستقل عن أطراف التعاقد قد يكون فردا عاديا أو شركة أو جهة معينة، ويسمى "مقدم خدمات التصديق الإلكتروني أو جهة التصديق".²

1 - سعد غائب على الشمري، التحكيم الإلكتروني ووسائل إثباته في عقود التجارة الدولية، المصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2021، ص 48

2 -أمنة كبير، التصديق الإلكتروني (دراسة مقارنة)، مجلة القانون والمجتمع، المجلد 06، العدد 01، جامعة التكوين المتواصل، مركز البيض، الجزائر، 2018، ص 135.

خلاصة الفصل:

ان وسائل الدفع الإلكتروني هي عملية تحويل الأموال التي هي في الأساس ثمن لسلعة أو خدمة معينة على ان يتم هذا التحويل الكترونيا. وتعتبر هذه الوسائل بديلا لوسائل الدفع التقليدية حيث تتسم بالطابع العالمي، السرعة في إتمام العمليات التجارية وغيرها من المميزات التي دفعت الأفراد الى تبنيها وقبولها كأدوات للدفع واعتراف الجهات القانونية بها كوسيلة للدفع أيضا.

ان تطور التجارة الإلكترونية وسيرها بطريقة فعالة يعتمد أساسا على منح عنصر الثقة والأمان لدى المستهلك من خلال ضمان حماية بياناته الشخصية وعدم نشرها والتي يتم إدخالها عند اتمامه لعملية الشراء من خلال البطاقة البنكية، المحفظة الإلكترونية وغيرها من الوسائل الأخرى. وفي هذا السياق ظهرت مجموعة من البرمجيات والتطبيقات الخاصة بتأمين العمليات التجارية الإلكترونية كما ظهرت وسائل دفع جديدة أكثر أمانا نذكر منها على سبيل الذكر لا الحصر تقنية QR كوسيلة للدفع الإلكتروني، فهي تعتبر من التطبيقات الحديثة في مجال التجارة الإلكترونية وعلى الجزائر اعتماده لما له من مزايا عديدة وهذا ما سنحاول تناوله في الفصل الموالي.

الفصل الثالث:

واقع التجارة الإلكترونية

والدفع الإلكتروني في

الجزائر

-دراسة وسائل الدفع الإلكتروني على

مستوى مؤسسة اتصالات الجزائر قالمة-

تمهيد

ان رغبة الجزائر في التوجه نحو ممارسة التجارة الإلكترونية وتوفير بيئة ملائمة لها، فرض عليها ضرورة ادخال بعض التغييرات في بعض المجالات وخاصة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. تشهد الجزائر حاليا تغيرات مهمة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من خلال زيادة عدد مستخدمي الأنترنت. ريدة مستخدمي الهاتف النقالة وغيرها من الأجهزة الذكية الأخرى وخاصة مع ظهور وانتشار وباء كورونا مما أدى الى زيادة توسع وانتشار التجارة الإلكترونية في المجتمع الجزائري. ومن جهة أخرى فقد عملت مؤسسة اتصالات الجزائر على ادخال مختلف الطرق والتقنيات الجديدة بهدف توفير بيئة ملائمة لعمليات الدفع الإلكتروني الا أنها لا تعرف اقبالا كبيرا من طرف المواطنين ولهذا تم اقتراح أو تفعيل تقنية الدفع عن طريق مسح رمز الإستجابة السريعة QR CODE كوسيلة دفع حديثة يمكن للجزائر استخدامها وذلك لما توفره من خصائص ومميزات وعليه قمنا بتقسيم هذا الفصل الى ما يلي:

المبحث الأول: دراسة التجارة الإلكترونية في الجزائر

المبحث الثاني: دراسة الدفع الإلكتروني على مستوى مؤسسة اتصالات الجزائر

المبحث الثالث: رمز الإستجابة السريعة QR CODE كوسيلة حديثة للدفع.

المبحث الأول: التجارة الإلكترونية في الجزائر

ان توفر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بشكل متطور يعتبر العامل الأساسي لتحقيق الوجود الفعلي للتجارة الإلكترونية ونجاحها، وقد أدركت الجزائر ضرورة تطوير قطاع المعلومات والاتصالات حيث كانت أولى خطواتها هي إسناد مهمة إنشاء شبكة وطنية وربطها بالشبكات الدولية سنة 1993 لمركز البحث والإعلام العلمي والتقني التابع لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي.

المطلب الأول: البنية التحتية الإلكترونية في الجزائر

أولاً: تطور شبكة الهاتف النقال والهاتف الثابت

عرف قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تطورات مهمة منذ التسعينات وقد مست هذه التطورات الإصلاحات التي قامت بها الجزائر في هذا المجال وذلك من خلال:¹

- الانتقال من المرحلة الاحتكارية المنصوص عليها بموجب المرسوم رقم 75-85 المؤرخ في جويلية 2000 والمتضمن لقانون الاتصالات السلكية واللاسلكية والتي تنص على أن الدولة الجزائرية هي الممول الوحيد والمباشر للنشاطات السلكية واللاسلكية.

- فتح المنافسة في قطاع الاتصالات بموجب القانون 03-2000 المؤرخ في 05 جمادى الأولى 1426 والذي من خلاله عرفت الجزائر دخول أول متعامل أجنبي، أوراسكوم اتصالات الجزائر حيث تم منحها ترخيصاً في أوت 2001.

ويهيمن حالياً على سوق اتصالات الجزائر:

– اتصالات الجزائر وهي الشركة الأم التابعة للحكومة.

– شركة جيزي التي كانت التابعة لشركة أوراسكوم المصرية والتي حصلت على أول رخصة لاستخدام الهاتف النقال؛

– شركة موبيليس التي أطلقتها الجزائرية للاتصالات؛

– شركة نجمة التي أطلقتها الوطنية الكويتية (تعرف حالياً باسم Ooredoo).

ويمثل الجدول الموالي تطور اشتراكات كل من الهاتف الثابت والنقال في الجزائر خلال الفترة الممتدة من

2016-2017

1 - هناء عبداوي، مساهمة في تحديد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إكساب المؤسسة ميزة تنافسية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد لخضر بسكرة، الجزائر، 2016، ص 208.

الجدول رقم 08: تطور عدد مشتركى الهاتف الثالث والنقال في الجزائر خلال الفترة الممتدة من

2020-2016

اشتراكات الهاتف النقال	اشتراكات الهاتف الثابت	السنة
45.82	4.18	2016
45.85	4.05	2017
47.15	4.35	2018
45.43	4.61	2019
45.55	4.87	2020

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على:

- سلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية

من خلال الجدول السابق نلاحظ ارتفاع طفيف في عدد المشتركين في الهاتف الثابت خلال الفترة الممتدة من 2016-2020، حيث تم احتساب هذه الإحصائيات حسب سلطة الضبط استنادا على عدد السكان لكل سنة وبالتالي ارتفاع عدد السكان يقابله الزيادة في عدد المشتركين. هذا الى جانب بداية تسويق التكنولوجيا السلكية (fibre optique) في الجزائر ابتداء من سنة 2018 وقد بلغ عدد المشتركين حوالي 4.87 مشترك للهاتف الثابت لسنة 2020 كما يوضحه الشكل الموالي:

الشكل رقم 17: تطور مشتركري الهاتف الثابت في الجزائر خلال الفترة الممتدة من 2016-2020



المصدر: من اعداد الطالبة اعتمادا على معطيات الجدول رقم 08

- تقرير سلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية

بالنسبة لسنة 2017 فقد عرفت الجزائر انخفاض في عدد مشتركري الهاتف الثابت ويرجع السبب في ذلك الى عمليات الصيانة المتتالية التي قامت لها مؤسسة اتصالات الجزائر حسب ما أفادت به مؤسسة ضبط للبريد والاتصالات الإلكترونية.¹

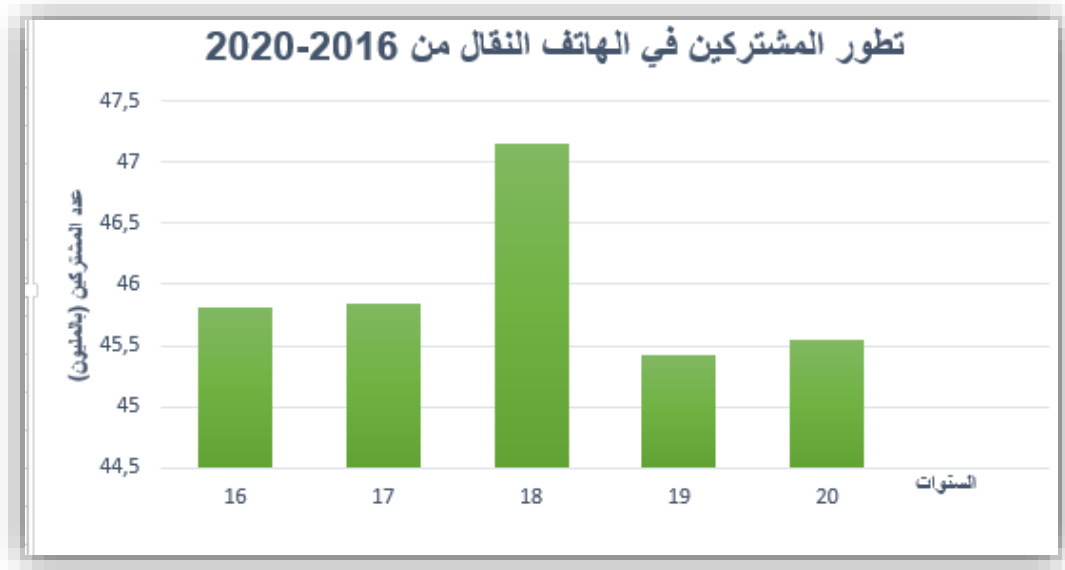
بالنسبة لإشتركات الهاتف النقال فهي تعرف استقرارا من ناحية المشتركين ويعود ذلك الى تشبع سوق الهواتف النقالة حسب سلطة الضبط للبريد والاتصالات الإلكترونية.

من ناحية الشركات المتعاملة فقد استحوذت شركة موبيليس على أكبر عدد من المشتركين بلغ عددهم 16.55 مليون مشترك (جيل 3 و4)، يليها المتعامل جيزي الذي أحصى 11.56 مليون مشترك (جيل 3 و4) ثم شركة نجمة (Ooredoo) في المرتبة الأخيرة والتي سجلت 10.65 مليون مشترك (جيل 3 و4).²

¹- تقرير سلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية، 2017، ص 03.

²- عن الموقع الإلكتروني <https://www.echoroukonline.com>، تم الإطلاع عليه يوم: 2021/08/22 على

الشكل رقم 18: تطور مشتركى الهواتف النقالة من 2016-2020



المصدر: من اعداد الطالبة اعتمادا على معطيات الجدول رقم 08

عرفت سنة 2018 ارتفاعا محسوسا من ناحية المشتركين في الهواتف النقالة ويعود السبب في ذلك الى زيادة عدد المشتركين في خدمات الجيل الرابع 3G/4G حيث بلغ عددهم ما يقدر بـ 4,47 مليون مشترك وذلك حسب التقرير المنشور من طرف سلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية لسنة 2018.¹

ثانيا: مستخدمي الأنترنت في الجزائر

كشفت الدراسة التي قام بها مرصد **Consummerlab** التابع لشركة أريكسون حول مدى تطور استخدام الأنترنت في الجزائر، ان معظم المستخدمين يتجهون نحو استغلال تقنيات الجيل الثالث والرابع كما أن ثلثهم يلجأ إليها من خلال استخدام الهواتف النقالة وذلك لإستخدام مختلف التطبيقات الموجودة على الهواتف.²

هذا وقد أكدت الدراسة أن تقنية الجيل الرابع 4g تعرف حاليا نموا كبيرا، حيث أن 77% من المستخدمين يستعملون تقنية الجيل الرابع مقابل 21% من المستخدمين يستعملون تقنية الجيل الثالث وهذا حسب نتائج استبيان **Consummerlab** المتوصل إليها.

¹ - تقرير سلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية، 2018، ص 03

² - عن الموقع الإلكتروني <https://www.dzentreprise.net>، تم الإطلاع عليه يوم: 2021/08/22، على

من ناحية أخرى، فقد عرفت الجزائر منذ سنة 2018 نموا ملموسا في تحسين خدمات الانترنت حيث أصبح المتعاملين الثلاث للهاتف النقال في الجزائر (موبيليس، أوريدو، جيزي) يقدمون عروض بأحجام انترنت أكبر وبسعر أقل عكس ما كان يقدم أين كانت أحجام الانترنت صغيرة بأسعار خيالية¹. وفي نفس السياق، فقد عرفت الجزائر منذ سنة 2000 تطورا في عدد مستخدمي الانترنت كما يوضحه الجدول الموالي:

تطور عدد مستخدمي الأنترنت في الجزائر

السنة	عدد المستخدمين(مليون)	النسبة (%)
2000	500000	% 0,5
2005	1 920 000	% 5,8
2007	2460000	% 7,3
2008	3500000	% 10,4
2009	4100000	% 12,0
2010	4700000	% 13,6
2012	5230000	% 14,0
2013	6404264	% 16,5
2014	6669927	% 17,2
2015	11000.000	% 27,8
2016	15000.000	% 37,3
2017	18580.000	% 45,2
2018	20.430.000	%48.63

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على:

— الموقع الإلكتروني <https://www.internetworldstats.com>، تم الإطلاع عليه يوم: 2021/08/22، على الساعة 21:55.

يتضح من الجدول السابق أن عدد مستخدمي الأنترنت في الجزائر عرف تطورا مستمرا منذ سنة 2000 حيث بلغ عدد المستخدمين لسنة 2018 ما يقدر بحوالي %48.63 مقابل % 0,2 سنة 2000

¹—نجد حمري، مرجع سابق الذكر، ص11.

وهذا راجع الى مختلف المجهودات المبذولة والاستراتيجيات الموضوعة من طرف الجزائر لتحسين تدفق الأنترنت. حيث يعكس ذلك بصفة غير مباشرة واقع وتطور التجارة الإلكترونية في الجزائر.

ثالثا: أشهر المواقع الإلكترونية في الجزائر

أشهر المواقع الإلكترونية في الجزائر

الموقع	تاريخ التأسيس	التعريف بالموقع
موقع جوميا الجزائر Jumia.dz	2013	يضم الموقع بيع مواد التجميل والتنظيف الهواتف، أجهزة الأعلام الآلي، توصيل الوجبات وحتى خدمة الحجز في الفنادق
موقع DZBOOM	2015	يضم الموقع آلاف المنتجات والمستلزمات الخاصة بالنساء
موقع اشري لي eChrily.com	2012	متجر إلكتروني مخصص لمحبي المنتجات الاستهلاكية والغذائية حث يضم جميع أنواع الفواكه والخضر الطازجة ومنتجات الحليب ومشتقاته وكل أنواع العجائن والزيت والسكريات... الخ
موقع قيديني Guiddini.dz	2009	مستلزمات التجميل وعتاد الإعلام الآلي، الأجهزة الكهرو منزلية... الخ
موقع aramebook.com	2018	بيع الكتب في شكل صيغة الكترونية
موقع d15.dz https://d15.dz	2017	بيع الملابس، مستلزمات المطبخ، الهواتف النقالة... الخ.
موقع www.talabastore.dz	2017	منصة الكترونية للبيع والشراء إضافة الى تقديم خدمات للطلبة.

المصدر: من اعداد الطالبة اعتمادا على المواقع:

– <https://dealifnd.com>

– <http://www.arabicshopping.com>

– <https://izzoran.com>

رابعا: استراتيجية الجزائر الإلكترونية

في ظل المجهودات المبذولة لإدخال الرقمنة الى جميع الميادين الاقتصادية، سعت الجزائر كغيرها من الدول الى وضع استراتيجية الجزائر الإلكترونية (e-algerie2013) وهي أول وثيقة تحمل في طياتها معالم إدارة الكترونية متكاملة في الجزائر، كما تم التخطيط لتعميم التحول التكنولوجي وتوسيعه ليشمل كافة

التراب الوطني مع نهاية سنة 2013. وكانت انطلاقة المشروع سنة 2009 وينتظر تحقيق نتائجه سنة 2013.¹

← محاور استراتيجية الجزائر الإلكترونية 2013

- تضمنت استراتيجية الجزائر الإلكترونية مجموعة من المحاور نذكر البعض منها في النقاط التالية:²
- تسريع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات داخل الإدارات العمومية.
 - تسريع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات داخل المؤسسات.
 - تطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بشكل يمكن المواطنين من الاستفادة من شبكات المعلومات والاتصالات وتطوير الاقتصاد الرقمي.
 - تطوير شبكة الاتصالات ذات الدفع السريع والفائق للسرعة.
 - تطوير الكفاءات البشرية.
 - تدعيم كل من البحث والتطوير والابتكار.

← على الرغم من تجاوز تسعة سنوات من انطلاق مشروع الجزائر الإلكترونية 2013 الا أنه يوجد هناك عقبات تحول دون تجسيده أهمها:³

- ضعف الرغبة والعزيمة السياسية للتحول الإلكتروني و الرقمنة.
- ضعف الكفاءات البشرية المؤهلة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- ضعف وهشاشة البنية التحتية الإلكترونية في الجزائر، فبرغم من المجهودات المبذولة من طرف الحكومة في مجال تحسين تدفق وانتشار الأنترنت الا أنها لا زالت تعتبر ضعيفة مقارنة بالدول المتقدمة.
- عدم وضوح وغموض التشريعات القانونية المتعلقة بالمجال الإلكتروني.

المطلب الثاني: تطور الدفع الإلكتروني في الجزائر

¹ - خالد قاشي، و اخرون، استراتيجية " الجزائر الإلكترونية 2013 : بين الفجوة النظرية والتطبيق، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، المجلد 02، العدد 02، جامعة جيجل، الجزائر، 2013، ص 98.

² - Ilyya belacel ; Les Freins au Développement du Commerce Electronique ; FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES COMMERCIALES ET DES Sciences de GESTION ; Université mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou ; 2018 ; p54.

³ - مصطفى طويطي، استراتيجية إقامة الحكومة الإلكترونية "المحاولة الجزائرية"، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، العدد 03، جامعة تلمسان، الجزائر، 2016، ص 223.

رغم أن الجزائر تعتبر من الدول المتأخرة في مجال الدفع الإلكتروني إلا أنها قامت بمجموعة من الإصلاحات والمشاريع لتطوير نظامها المصرفي بغرض تحسين المبادلات المالية التامة عبر الأنترنت ومن هذه المشاريع نذكر:

أولاً: شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية بين البنوك Satim

تأسست سنة 1995 وهي عبارة عن فرع ل 08 بنوك تجارية (خاصة وعامة) بالإضافة الى مؤسسة اتصالات الجزائر، وهي تعتبر الوسيط المالي ما بين البنوك في الجزائر وتهدف الى تطوير وتحسين الخدمات المصرفية، المعاملات النقدية بين البنوك في ظل ضمان احترام القوانين المالية.¹ ومن خلال الجدول الموالي سنعرض بعض البنوك المساهمة في Satim:

الجدول رقم 11: البنوك المشاركة في satim

البنوك الخاصة	البنوك العامة
TRUST BANK	بنك القرض الشعبي الجزائري CPA
بنك الخليج الجزائر	بنك الخارجي للجزائر BEA
Bnp Paribas	بنك التنمية المحلية BDL
بنك البركة	البنك الوطني الجزائري BNA
Société générale	الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP

Source : Mohamed saidani et autres ; **Le rôle du paiement électronique dans le développement du commerce électronique en Algérie** ; mémoire de master ; Faculté des Sciences Economiques· Commerciales Et des Sciences de Gestion ; Université Mouloud MAMMERI Tizi Ouzou ; 2017 ; p46

– وتتولى شركة Satim بصفة عامة المهام التالية:²

¹- Saidani Mohamed et autres ; **Le rôle du paiement électronique dans le développement du commerce électronique en Algérie** ; mémoire de master en science économique ; commercial et gestion ; Faculté des Sciences Economiques· Commerciales Et des Sciences de Gestion ; Université Mouloud MAMMERI Tizi Ouzou ; 2017 ; p46

²– سامية كتاف وآخرون، واقع التجارة الالكترونية في الجزائر بين متطلبات التطبيق وتحديات التطوير، مجلة – أبحاث ودراسات اقتصادية، المجلد 18، جامعة سطيف 1. الجزائر، 2020، ص 297

- انشاء بطاقات السحب لكافة البنوك سواء العامة أو الخاصة وذلك وفقا للمعايير الدولية المعمول بها دوليا.
- الإشراف على الربط بين الموزعات الالية وذلك ليتمكن حاملي البطاقات من السحب على مستوى الموزعات الالية الموجودة عبر أنحاء الوطن.
- ترقية التكنولوجيا في المجال البنكي.
- الصيانة ومراقبة سير عمليات المقاصة.

ثانيا: نظام التسوية الإجمالية الفورية

- نظام التسوية الفورية الإجمالية هو نظام لتسوية المبالغ الإجمالية في وقت حقيقي ويتم فيه سير التحويلات بصفة مستمرة وعلى الفور وبدون تأجيل ويهدف نظام التسوية الفورية الى:¹
- تقوية العلاقات بين البنوك
 - تقليص اجل التسوية.
 - جعل النظام المصرفي الجزائري يتمتع بالمقاييس الدولية.
- تم الشروع في هذا النظام في الجزائر سنة 2004 ومن ثم تم تجريبه مع نهاية سنة 2005 ومطلع فيفري 2006 وذلك بحضور ممثلي البنك الدولي للتأكد من مدى سلامة النظام ومراعاته للمعايير المعمول بها دوليا.

ثالثا: نظام المقاصة الإلكترونية

- يتولى هذا النظام المعالجة الآلية للعمليات البنكية كعمليات التحويل، الإقتطاع، السحب والدفع بالبطاقات البنكية وذلك بهدف تحسين الخدمات البنكية المقدمة للعملاء إضافة الى تقليص اجل التسوية.²
- تم انشاء نظام الجزائرية عن بعد للبنوك أو ما يرمز له ب (ATCI) في 25 ديسمبر 2005 ودخل في الخدمة سنة 2006.

¹-سيد أحمد معطى، واقع وتأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على أنشطة البنوك الجزائرية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2012، ص65

²-كريمة بن شنيبة واخرون، مقومات تنشيط التجارة والصيرفة الإلكترونية في الجزائر، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، العدد 01، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، الجزائر، 2019. ص 106

المطلب الثالث: وسائل الدفع الإلكتروني المستعملة في الجزائر

أولاً: البطاقات البنكية في الجزائر

لقد سعى النظام المصرفي الجزائري إلى تطوير خدماته وتحديثها، ولعل أهم البرامج المسطرة والتي دخلت حيز التنفيذ سنة 2006 مشروع تطوير وتحديث وسائل الدفع، وقد تضمن هذا وفق مقتضيات قانون رقم (05 18) قانون التجارة الإلكترونية

المشروع المتعلق بالبطاقات البنكية كوسيلة دفع إلكترونية حيث كانت سنة 2006 البداية الأولى لبطاقات السحب في الجزائر والتي تم توزيعها على مختلف المستخدمين. ومن بين البطاقات المستعملة نجد:

أ- **البطاقة الذهبية**: البطاقة الذهبية هي بطاقة خصم صادرة من طرف بريد الجزائر، ومطابقة لمعيار الأمان الدولي (EMV (Europay Mastercard Visa)، تحمل البطاقة الرسم البياني لبريد الجزائر وتمكن حاملها من إجراء مختلف العمليات: كسحب الأموال، العمليات الخاصة بالخدمات البنكية الذاتية وذلك من خلال الموزع الآلي للنقود **DAB** والشباك الآلي للنقود **GAB**.¹

الشكل رقم 19: البطاقة الإلكترونية الذهبية



المصدر: عن الموقع الإلكتروني <https://edcarte.poste.dz/fr/>, يوم 19/06/2021 على الساعة 15:13

ب- **البطاقة ما بين بنكية CIB**: هي، بطاقة إلكترونية محلية للدفع والسحب ما بين البنوك، تصدرها البنوك الجزائرية المنخرطة في الشبكة المالية بين البنوك، تستعمل لسحب الأموال من الموزعات الآلية للنقود،

¹ - عن الموقع الإلكتروني <https://www.poste.dz> يوم 19/06/2021 على الساعة 15:13

والشبايك الأوتوماتيكية للبنوك، كما تستخدم لدفع قيمة السلع والخدمات لدى التجار، عن طريق نهائيات الدفع الإلكترونية، وتستخدم أيضا للدفع عن طريق الأنترنت.¹

– تشمل البطاقة **CIB** نوعين وهما: البطاقة البلاستيكية والبطاقة الذهبية، هذه الأخيرة التي تمنح للأشخاص المهمين ورجال الأعمال وأصحاب الدخل المرتفعة وسقف هذه البطاقة يفوق 120 ألف دج، ومدة صلاحيتها ثلاث سنوات.²

– تم إطلاق الدفع عن طريق البطاقة البنكية CIB رسميا في 04 أكتوبر 2016، ويمكن لحاملي البطاقات البنكية CIB دفع الفواتير والخدمات لدى مواقع التجارة الإلكترونية المصادق عليها.

– إن إطلاق هذه الوسيلة الجديدة للدفع كان مصحوبا بإطلاق موقع إلكتروني **bitakati.dz**، وهو بوابة مخصصة لحاملي البطاقات والتجار حيث يمكنهم الحصول على المعلومات المتعلقة بوسائل الدفع CIBالموضوعة تحت تصرفهم من طرف بنوكهم.³

الشكل رقم 20: مكونات البطاقة CIB



المصدر: عن الموقع الإلكتروني <https://www.bitakati.dz> يوم 20/06/2021 على الساعة 42: 11

¹ – صليح بونفلة وآخرون، بطاقة الدفع البيبنكية "CIB" والنظام القانوني للعقود الخاصة بها، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد 09، العدد 03، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2018، ص 497.

² – نجود حمري، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وفق مقتضيات قانون رقم (05 18 قانون التجارة الإلكترونية). مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، العدد 01، المجلد 04، جامعة بن عكنون، الجزائر، 2021، ص 15

³ – عن الموقع الإلكتروني <https://giemonetique.dz> يوم 20/06/2021 على الساعة 42: 8

تتكون البطاقة CIB من المعلومات التالية:¹

1. شعار الجهة المصدرة
2. رمز اليبينبكية
3. اسم ولقب المستفيد
4. تاريخ نهاية صلاحية البطاقة.
5. شريحة ممغنطة
6. رقم البطاقة
7. المساحة المخصصة للإمضاء
8. عنوان الجهة المصدرة للبطاقة
9. Cryptogramme visuel و هو عبارة عن الأرقام الثلاثة الأخيرة الموجودة على ظهر البطاقة.
10. الشريط الممغنط الذي على يحتوي على كافة المعلومات المتعلقة بالبطاقة، مما يمكن قراءتها في مختلف الأجهزة الإلكترونية.

ثانيا: تاريخ تطور البطاقات البنكية في الجزائر

مر تاريخ البطاقات البنكية في الجزائر عبر مجموعة من المراحل سنقوم بعرضها في الجدول

الموالي:

الجدول رقم 12: تطور البطاقات البنكية في الجزائر

1998	انطلاق فكرة السحب بين البنوك
2002	الإطلاق الرسمي لمشروع التسديد الإلكتروني تحت اشراف شركة SATIM
2004	اختيار نظام الدفع بالبطاقات المطابقة للمواصفات العالمية EMV
2006	انطلاق لطاقت السحب الأولى في الجزائر
2007	تعميم البطاقة CIB عبر كافة التراب الوطني في البريد والمواصلات وكذا البنوك
2008	تم التأكيد من طرف وزير المالية نه سوف يتم تعميم استخدام بطاقات الدفع لدى المواطنين

المصدر: من اعداد الطالبة اعتمادا على

- يوسف مرزوق، واقع وسائل الدفع الحديثة في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الطاهر مولاي. سعيدة، 2017، ص 103.

¹ - عن الموقع الإلكتروني <https://www.bitakati.dz> يوم 20/06/2021 على الساعة 42: 8

ثالثا: إحصائيات حول الدفع الإلكتروني في الجزائر من سنة 2016-2020

رصد تقرير مجمع النقد الآلي GIE MONETIQUE الى أن عدد التجار المنخرطين في الدفع عبر الانترنت قد بلغ ما يقارب 97 تاجر وذلك بعد فتح المجال أمام كافة المؤسسات الجزائرية وهذا ما أدى الى زيادة عدد عمليات الدفع عبر الانترنت حيث وصل عددهم الى ما يقارب 8 080 961 عملية حسب نفس المصدر.

ويوضح الجدول الموالي مجموع عمليات الدفع التامة عبر الأنترنت موزعة حسب القطاعات كما يلي:

الجدول رقم 13: عمليات الدفع عبر الانترنت من سنة 2016-2020

Année	Télécom	Transport	Assurance	Electricité/Eau	Service Administratif	Préstatuaire de Service	Vente de biens	Nombre Total des TRX	Montant
2016	6 536	388	51	391	0	0	0	7 366	15 009 842,02 DZD
2017	87 286	5 677	2 467	12 414	0	0	0	107 844	267 993 423,40 DZD
2018	138 495	871	6 439	29 722	1 455	0	0	176 982	332 592 583,28 DZD
2019	141 552	6 292	8 342	38 806	2 432	5 056	0	202 480	503 970 361,61 DZD
2020 (*)	4 210 284	11 350	4 845	85 676	68 395	213 175	235	4 593 960	5 423 727 074,80 DZD

المصدر: عن الموقع الإلكتروني <https://giemonetique.dz> يوم 20/06/2021 على الساعة 21: 9

من خلال الجدول نلاحظ أن عدد العمليات قد ازداد سنة 2020 تقريبا في كل القطاعات ويرجع ذلك الى انضمام مؤسسة بريد الجزائر الى مجمع النقد الآلي ومنه أصبح لدى المستخدم حرية الاختيار أمام الدفع عن طريق البطاقة الذهبية أو البطاقة CIB.

من جهة أخرى، فقد تصدرت مؤسسة اتصالات الجزائر المرتبة الأولى في الدفع عبر الأنترنت ويعود السبب في ذلك الى الخدمات الجديدة التي تضيفها مؤسسة اتصالات الجزائر تقريبا كل سنة.

المبحث الثاني: الدفع الإلكتروني على مستوى مؤسسة اتصالات الجزائر

تعتبر مؤسسة اتصالات الجزائر، إحدى القطاعات الرائدة في مجال الدفع الإلكتروني، خاصة مع

إنشاء التطبيق عبر الهاتف الذي يسمح بتعبئة وتسديد الفواتير الكترونيا **E-Paiement espace client**

يسمح التطبيق للعملاء بإعادة تعبئة الحسابات **Idoom 4G ، Idoom fibre·Idoom ADSL**

LTE، بالإضافة إلى تسديد فواتير الهاتف الثابت الكترونيا وهذا لتخفيف عبء الانتظار على العميل، إمكانية التسديد على مدار 24 ساعة وفي أي وقت ممكن.

المطلب الأول: التعريف بمؤسسة اتصالات الجزائر

اولا: قانون 2000/03 وميلاد اتصالات الجزائر

نص القرار 2000/03 المؤرخ في 05 أوت 2000 عن استقلالية قطاع البريد والمواصلات، حيث تم بموجب هذا القرار إنشاء مؤسسة بريد الجزائر والتي تكفلت بتسيير قطاع البريد، ومؤسسة اتصالات الجزائر التي حملت على عاتقها مسؤولية تطوير شبكة الاتصالات في الجزائر.

ثانيا: التعريف بمؤسسة اتصالات الجزائر

مؤسسة اتصالات الجزائر هي مؤسسة عمومية اقتصادية ذات أسهم تنشط تأسست عام 2000 تنشط في (مجال الهاتف الثابت والنقال) موبيليس (وخدمات الإنترنت) جواب (والاتصالات عبر الساتل) اتصالات الجزائر الفضائية.

01 جانفي 2003 الانطلاقة الرسمية لمجمع اتصالات الجزائر

كان على اتصالات الجزائر الانتظار حتى الفاتح من جانفي سنة 2003 لكي تبدأ الشركة في إتمام مشوارها، حيث أصبحت الشركة مستقلة في تسييرها على وزارة البريد.¹

الإطار القانوني لمؤسسة اتصالات الجزائر:

إضافة إلى قانون 03/2000 المؤرخ في 05 أوت سنة 2000 المحدد للقواعد العامة للبريد والمواصلات، تأسست مؤسسة اتصالات الجزائر استنادا على قرار المجلس الوطني لمساهمات الدولة (CNPE) بتاريخ 01 مارس 2001 الذي نص على إنشاء مؤسسة عمومية اقتصادية أطلق عليها اسم " اتصالات الجزائر". وفق هذا المرسوم الذي حدد نظام مؤسسة عمومية اقتصادية تحت صيغة قانونية

لمؤسسة ذات أسهم برأسمال اجتماعي دينار جزائري والمسجلة في المركز السجل التجاري يوم 11 ماي

2002 المقدر ب 115.000.000.000,00 دج. تحت رقم 02 0018083 B

المطلب الثاني: إنجازات ونشاطات مؤسسة اتصالات الجزائر

أولاً: إنجازات مؤسسة اتصالات الجزائر خلال الفترة 2014-2019

قامت مؤسسة اتصالات الجزائر بمجموعة من الإنجازات سنعرضها في الجدول الموالي:¹

الجدول رقم 14: إنجازات اتصالات الجزائر خلال الفترة 2014-2019

التاريخ	الإنجاز
30مارس 2014	أطلقت شركة اتصالات الجزائر مجموعتها الجديدة من عروض الإنترنت المسماة idoom ADSL
28ماي 2014	تقدم اتصالات الجزائر المهاتفة الثابتة غير المحدودة من خلال مجموعتها الجديدة من العروض "Idoom Fixe"
8سبتمبر 2014	أطلقت شركة اتصالات الجزائر شبكة الجيل الرابع
31جويلية 2016	أعلنت شركة الاتصالات الجزائرية عن تسويق خدمة 4G lte
21نوفمبر 2019	طلقت اتصالات الجزائر تطبيق "مساحة الدفع الإلكتروني للعملاء" لإعادة شحن حسابات idoom ودفع فواتير الهاتف

المصدر: عن الموقع الإلكتروني <https://ar.wikipedia.org> يوم : 2021/06/16 على الساعة 09

ثانياً: نشاطات مؤسسة اتصالات الجزائر

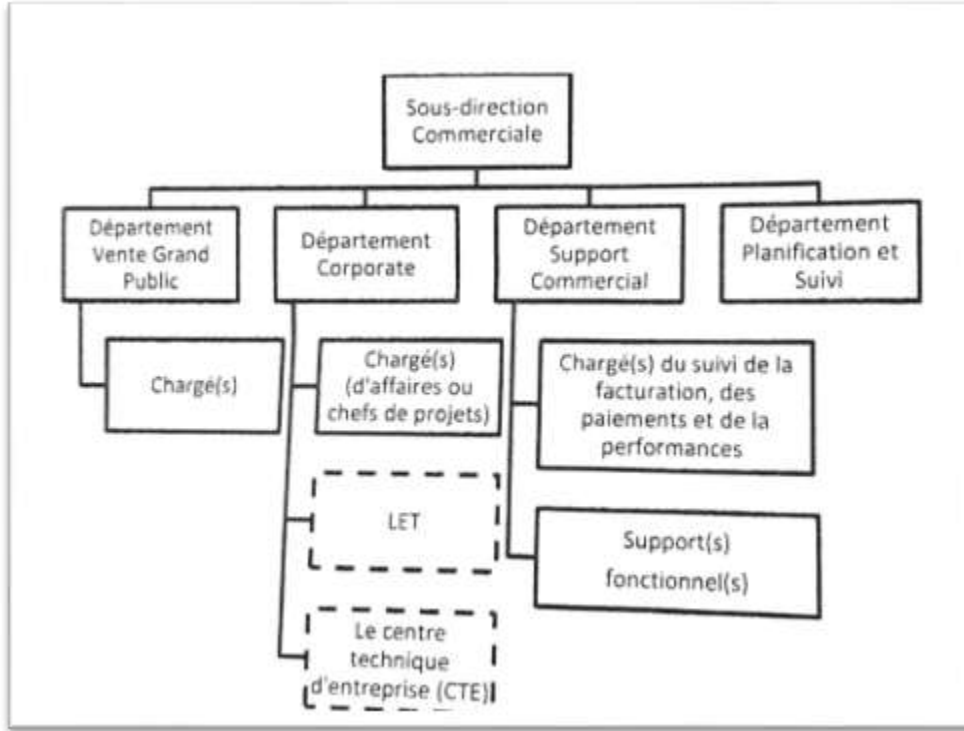
تتمحور نشاطات مؤسسة اتصالات الجزائر في النقاط التالية:

- تمويل مصالح الإتصالات بما يسمح بنقل الصوت والصورة والرسائل المكتوبة والبيانات الرقمية.
- تطوير شبكات الإتصالات العامة والخاصة.
- تسيير الإتصالات الداخلية مع كافة متعاملي شبكة الإتصالات.
- تعمل مؤسسة اتصالات الجزائر على تحقيق الجودة، الفعالية وتحسين نوعية الخدمات لعملائها.

¹ - عن الموقع الإلكتروني <https://ar.wikipedia.org> يوم : 2021/06/16 على الساعة 09

ثالثا: الهيكل التنظيمي لفرع مديرية اتصالات الجزائر

الشكل رقم 21: الهيكل التنظيمي لفرع مديرية اتصالات الجزائر -قائمة-



المصدر: مؤسسة اتصالات الجزائر

المطلب الثالث: الدفع الإلكتروني على مستوى مؤسسة اتصالات الجزائر

أولاً: اليات الدفع الإلكتروني المستخدمة

تتيح مؤسسة اتصالات الجزائر لزبائنها مختلف الطرق للدفع عبر الأنترنت باستعمال البطاقة الذهبية

أو بطاقة CIB ونذكر منها:

- فضاء للزبائن **espace client** .
- الدفع عبر تطبيق الهاتف النقال **E-Paiement espace client**
- الدفع عن طريق نهائي نقاط الدفع **terminal de paiement** .

1. فضاء الزبائن **espace clients**

فضاء الزبائن هو عبارة عن منصة تمكن الزبائن من مراجعة كافة العمليات ذات صلة بمؤسسة اتصالات الجزائر والقيام بالتسديد. فهي تسمح لكل زبون بإنشاء حسابات خاصة ويتم ذلك من خلال الخطوات

الآتية:

- الدخول الى الموقع الإلكتروني الخاص بمؤسسة اتصالات الجزائر

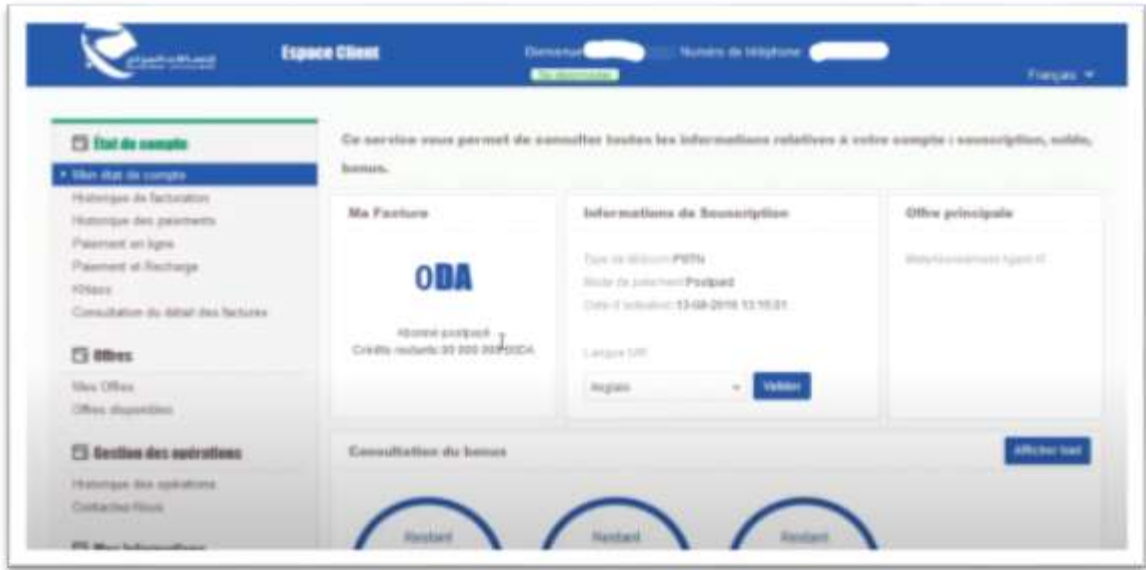
<https://www.algeriatelecom.dz>

- النقر على **espace client** ثم حساب جديد **nouveau compte** .
- تظهر واجهة تتضمن مجموعة من المعلومات يجب على المستخدم أن يقوم بإدخالها وتتضمن هذه المعلومات كل من:
 - ✓ رقم الهاتف.
 - ✓ الرقم الخاص بالزبون **numéro client** وهو عدد يحتوي على 11 رقم موجود على مستوى الفاتورة.

الشكل رقم 22: واجهة ادخال المعلومات



- ✓ اختيار كيفية ارسال رقم التأكيد (هاتف/ بريد إلكتروني)
- ✓ ادخال رقم التأكيد ثم **valider**.
- الخطوة ما قبل الأخيرة هي ادخال الرقم السري ثم **réinitialiser**.
- الخطوة الأخيرة هي إعادة ادخال المعلومات الخاصة بالزبون ثم تظهر له الواجهة الخاصة بفضاء الزبائن.



مميزات خدمة espace client :

يسمح فضاء الزبائن ب:

- إمكانية الإطلاع ومراجعة كافة العمليات التي قام بها الزبون (تسديد فواتير الهاتف، الأنترنت، فترات التسديد...الخ).
- في أي مكان وعلى مدار 24 ساعة.
- انشاء حساب فضاء الزبائن على الموقع الإلكتروني لمؤسسة اتصالات الجزائر هي عملية مجانية.
- يسمح فضاء الزبائن بتحميل وطباعة الفواتير الخاصة بالزبون خلال 12 أشهر.
- إتاحة رقم هاتفي مجاني للزبائن (12) من أجل المزيد من الإستفسارات.
- تحديد كيفية ارسال الفاتورة للزبون (عبر البريد الإلكتروني، SMS، ورقيا).
- إمكانية التسديد باستعمال البطاقة الذهبية أو بطاقة CIB.

لِلإستفادة من خدمات الدفع الإلكتروني يجب على المستخدم ملئ اتفاقية الاشتراك في خدمة الدفع الإلكتروني والتي يسمح بموجبها اقتطاع وتحويل المبالغ من حساب الزبون من طرف مؤسسة بريد الجزائر (الاتفاقية متوفرة على مستوى مكاتب اتصالات الجزائر/ او على الموقع الإلكتروني للمؤسسة) الشكل رقم 24

✓ التوجه بالاتفاقية نحو مكاتب اتصالات الجزائر، ليتم منح الزبون رقم سري خاص به يقوم بإدخاله عند التسديد.

الشكل رقم 24: اتفاقية الإشتراك في خدمة الدفع الإلكتروني

Adhésion au service E-Payment
(Paiement des recharges ADSL et des factures téléphoniques via le Web)

Nouvelle Adhésion Modification Résiliation

ADHESION N°.....

Nom : prénom :

Adresse :

Email :

CCP N° : Ou

Numéro client Algérie Télécom :

Numéro de Téléphone Fixe :

Numéro de Téléphone Portable :

Je sollicite mon adhésion au service E-Payment relatif au paiement des recharges ADSL et des factures téléphoniques pour les numéros de téléphones suivants (*) et autorise Algérie Poste à prélever les montants de mes paiements de mon compte CCP.

Je m'engage à laisser dans mon compte une provision suffisante pour effectuer ces paiements.

Numéro de téléphone 1 :

Numéro de téléphone 2 :

Numéro de téléphone 3 :

Numéro de téléphone 4 :

Où

Je réalise mon adhésion au service « E-payment » des recharges ADSL et des factures de téléphone fixe.

Fait à le

Le Chef d'Établissement [Signature] Le client [Signature]

[Signature] Su et accepté

Pièce d'identité :

Numéro :

المصدر: عن الموقع الإلكتروني <https://www.algeriatelecom.dz> يوم 2021/06/19 على الساعة 10:32

- من مميزات استخدام تقنية **khlass** أنه يتم تحويل المبالغ مباشرة من حساب الزبون الى حساب مؤسسة اتصالات الجزائر دون الحاجة الى استعمال البطاقة الذهبية/CIB .

2. التسديد من خلال الهاتف النقال:

أطلقت مؤسسة اتصالات الجزائر سنة 2019 تطبيق الدفع عن طريق الهاتف النقال **E-Paiement espace client** وبذلك فهي تسمح للزبون بتسديد الفواتير من خلال الهاتف النقال بسهولة من خلال تحميل التطبيق على Google Play .

تطبيق الدفع عبر الهاتف E-Paiement espace client



3. الدفع عن طريق نقاط نهائي البيع TPE:

توفر مؤسسة اتصالات الجزائر لزيائنها إمكانية الدفع عن طريق نهائي البيع terminal de paiement électronique والمتوفر على مستوى كافة وكالاتها التجارية.

ثانياً: احصائيات حول الدفع الإلكتروني على مستوى مؤسسة اتصالات الجزائر -قائمة-

يمثل الجدول الموالي الاحصائيات المتعلقة بالدفع الإلكتروني المسجلة خلال سنة 2020 على مستوى مؤسسة اتصالات الجزائر كما يلي:

عمليات الدفع الإلكتروني لمؤسسة اتصالات الجزائر لولاية قلمة سنة 2020

المبلغ	عدد عمليات الدفع الإلكتروني	الشهر
674442.00da	50	جانفي
704352.00da	62	فيفري
1172975.00da	75	مارس
2103247.00da	92	أفريل
2552202.00da	100	ماي
2077657.00da	97	جوان
2715300.00da	95	جويلية
2745092.00da	97	اوت
2631512.00da	95	سبتمبر
3078252.00da	110	أكتوبر
3100027.00da	130	نوفمبر
3303665.00da	132	ديسمبر
da26858723.00	1135	المجموع

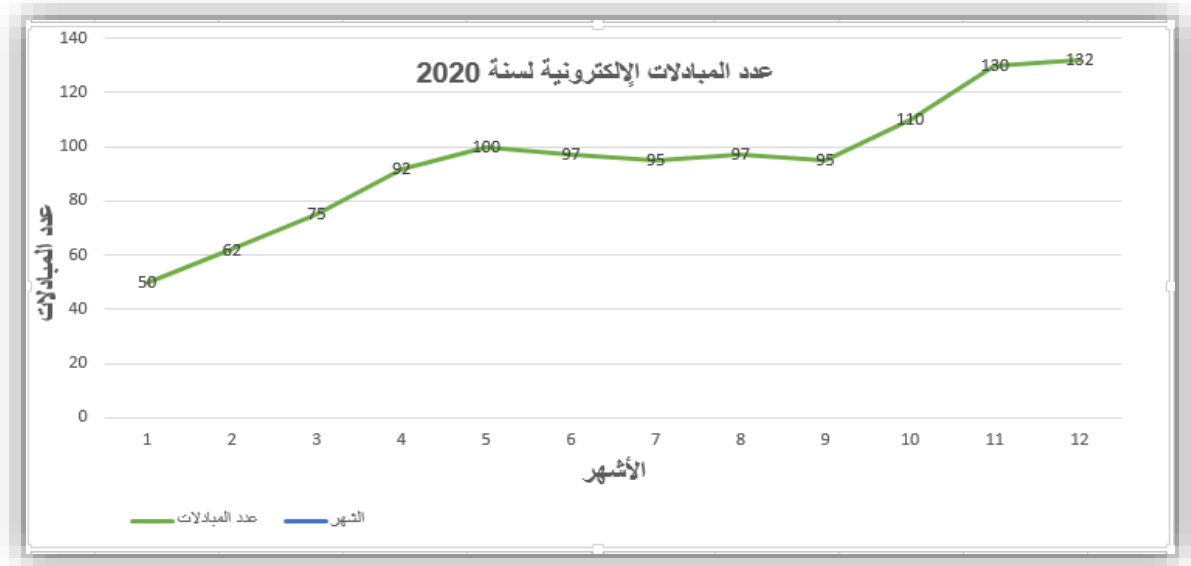
المصدر: من اعداد الطالبة اعتمادا على المصادر الداخلية لمؤسسة اتصالات الجزائر

يمثل الجدول السابق عدد عمليات الدفع الإلكتروني حيث من خلال الجدول (الجدول رقم.) نلاحظ

ارتفاع في عدد المبادلات الإلكترونية ابتداء من شهر أكتوبر لسنة 2020 حيث بلغ مجموع العمليات 130

عملية خلال كما يوضحه الشكل الموالي:

تطور عدد المبادلات الإلكترونية لسنة 2020



المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على معطيات الجدول السابق

ويرجع الإرتفاع في عدد المبادلات الإلكترونية وتضاعفها مقارنة مع بداية السنة الى:

- انتشار وتفشي وباء كورونا وما ترتب عنها من فرض إجراءات الحجر الصحي، مما أجبر الناس على البقاء في منازلهم وبالتالي استخدام وسائل الدفع الإلكتروني كانت الطريقة الأمثل لسداد المستحقات دون مغادرة البيوت.
 - تم سنة 2020 اعتماد البطاقة الذهبية التي تصدر من طرف بريد الجزائر كبطاقة بين بنكية فمثلا: يمكن لحامل البطاقة الذهبية سحب أمواله من أي شباك مصرفي قريب منه ولا يتطلب عليه سحب أمواله من شباك خاص ببريد الجزائر فقط.
- وفي هذا الإطار، فقد تم تسجيل زيادة في المبالغ المحولة الكترونيا منذ جانفي 2020 حيث بلغت حوالي (674442.00da) مع تسجيل ارتفاع مستمر خلال باقي أشهر السنة حيث وصل عدد المبادلات الإلكترونية في شهر ديسمبر الى ما يقدر ب(303665.00DA) أي زيادة مقدرة بحوالي(626223DA) مقارنة بشهر جانفي لنفس السنة.
- وقد تم تلخيص ما سبق في الشكل الموالي:

الشكل رقم 27: تطور المبالغ التامة الكترونيا لسنة 2020



المصدر: من اعداد الطالبة اعتمادا على معطيات الجدول السابق

إضافة الى ما سبق فحسب المصادر الداخلية لمؤسسة اتصالات الجزائر فإن نسبة المعاملات الإلكترونية لسنة 2020 قد بلغت ما يقدر بحوالي 0.05 % فقط، وهي نسبة ضئيلة جدا ويعود السبب في ذلك الى:

- التذبذب والإنقطاع المستمر في تدفق الأنترنت
- عدم توفر المعلومات الكافية حول كيفية الدفع الإلكتروني (على سبيل المثال تسديد الفواتير).
- عدم توفر وكفاية الأجهزة اللازمة للدفع الإلكتروني مثل (أجهزة نهائي نقاط البيع TPE).
- تخوف المواطنين من استخدام الدفع الإلكتروني وتفضيلهم للنقود الورقية.
- انعدام وجود حملات إعلانية حول كيفية الدفع الإلكتروني والمزايا التي يوفرها.
- عدم وجود خلية خاصة لكشف وحل انشغالات الزبائن.

المبحث الثالث: دراسة رمز الإستجابة السريعة كوسيلة دفع حديثة

أصبحت عملية الدفع الإلكتروني عن طريق تقنية رمز الإستجابة السريعة QR CODE، من أحد الإتجاهات الحديثة للمستهلكين من أجل تسوية معاملاتهم، ولقد عرفت هذه التقنية انتشارا واسعا في قارة آسيا وخاصة في الصين ويعود ذلك الى تحديث وتطوير أنظمة دفع جديدة تعمل بواسطة تقنية الإستجابة السريعة مثل: Wechat pay و Alipay.

وبالتزامن مع ظهور وانتشار أزمة كورونا، فقد دعت منظمة الصحة العالمية OMS الى ضرورة تبني وسائل دفع التي من شأنها تقلل الإحتكاك بين الأفراد وفي نفس الوقت تمكنهم من تسوية معاملاتهم وهذا ما أدى الى تطوير مختلف منصات الدفع الإلكترونية وإضافة خاصية جديدة للدفع مثل: PAYPAL.

المطلب الأول: ماهية تقنية الإستجابة السريعة QR CODE

أولاً: تعريف تقنية الاستجابة السريعة

- رمز الإستجابة السريعة هو عبارة عن كود ثنائي الأبعاد، يتم مسحه ضوئيا عن طريق تطبيق يسمح بمسحه وقراءته على الهواتف النقالة.¹
- رمز الاستجابة السريعة QR code هي مختصر لعبارة QUICK RESPONSE CODE وهو عبارة عن وحدات سوداء مرتبة في شكل مربع على خلفية بيضاء ويحتوي على مجموعة من البيانات والمعلومات المشفرة حيث تعتبر اليابان اول مستخدم لرموز الإستجابة السريعة.²
- رمز الإستجابة السريعة، هو عبارة عن رمز خطي ثنائي الأبعاد، ويختلف عن لرمز الخطي العادي في أن QR يمكنه أن يحتوي على أكثر من 7098 حرف رقمي في حين أن الرمز الخطي العادي لا يمكن أن يحتوي على أكثر من 10-13 حرف رقمي. إضافة الى أن QR يمكن قراءته في كافة الإتجاهات والآخر تتم قراءته في اتجاه واحد.³

¹ - شيماء صلاح صادق، فعالية رموز الإستجابة السريعة في تصميم أفكار إعلانية مبتكرة لتطبيقات الهواتف النقالة، مجلة العمارة والفنون، العدد 10، جامعة بنها، مصر، 2018، ص 414.

² - محمد عبد الحميد محمد حجاج، إمكانية الإستجابة من رمز الإستجابة السريعة في اثناء قيمة البطاقة الإرشادية للملابس، المجلة العلمية لكبيرة التربية النوعية، العدد 14، جامعة المنوفية، مصر، 2016، ص 1423.

³ - عن الموقع الإلكتروني <http://www.microtop-clubinfo.fr> يوم 2021/06/18 على الساعة 00: 9

الشكل رقم 28: الفرق بين QR code و code barre



المصدر: - عن الموقع الإلكتروني <http://www.microtop-clubinfo.fr> يوم 2021/06/18. على الساعة 00: 9

ثانياً: اليات استخدام رمز الإستجابة السريعة

يتطلب استخدام رمز الإستجابة السريعة انشاء QR عبر تطبيقات مختلفة من جهة ويحتاج وسائل

محددة لمسح وقراءة هذه التقنية من جهة أخرى كما يلي:¹

- يقوم المستخدم باللجوء الى أحد المواقع الإلكترونية التي تقدم خدمة انشاء رمز استجابة سريعة.
- تحديد نوع المعلومات التي سيتم تشفيرها ووضعها في المربع الخاص برمز الإستجابة السريعة (صورة، موقع الكتروني، ملفات، روابط اخرى ... الخ).
- تحميل رمز الإستجابة السريعة في شكل PDF أو طباعته.
- من أشهر المواقع التي تقدم خدمة انشاء رمز الإستجابة السريعة نجد:

<https://www.qrstuff.com>

<https://qrcode.kaywa.com>

<http://goqr.me>

مثال عن انشاء رمز الاستجابة السريعة

- في إطار انشاء رمز استجابة سريعة خاص بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير لجامعة 08 ماي 1945 قالمة اتبعنا الخطوات التالية:
- الدخول الى الموقع <https://www.qrstuff.com>

¹ - Marc Meury Nyon ; Les QR Codes en bibliothèque ; mémoire présenté pour l'obtention de CERTIFICAT EN GESTION DE DOCUMENTATION ET DE BIBLIOTHÈQUE ; université de Genève. 2013. P10

- نسخ الرابط الإلكتروني الخاص بالكلية
- انقر على **produire** ليظهر لنا رمز الإستجابة الخاص بكلية العلوم الإقتصادية، التجارية وعلوم التسيير لجامعة قالمة.



- يتم مسح رمز الإستجابة السريعة باستخدام الهاتف النقال أو باستعمال تطبيقات لقراءة رمز الاستجابة السريعة مثل: **Google Lens** ومنه يتم توجيه المستخدم مباشرة نحو الموقع الخاص بالكلية. يتم قراءة **QR CODE** باتباع المراحل التالية:

 1. الدخول الى التطبيق الخاص بمسح رمز الإستجابة السريعة.
 2. وضع الهاتف أو **webcam** الحاسوب مقابل رمز الإستجابة السريعة



3. تتم قراءة رمز الإستجابة السريعة ومنه يتم الدخول الى المضمون.

المطلب الثاني: إيجابيات وسلبيات استعمال رمز الإستجابة السريعة

يتميز رمز الإستجابة السريعة بمجموعة من الإيجابيات والسلبيات نذكر منها:¹

أولاً: إيجابيات رمز الاستجابة السريعة:

- القدرة على تخزين عدد هائل من المعلومات.
- القدرة على احتواء معلومات كبيرة في مساحات صغيرة
- إمكانية الوصول الى أي محتوى وأي رابط دون كتابته أو البحث عنه.
- سهولة الإستعمال حيث يمكن قراءة محتوى رمز الإستجابة السريعة باستعمال كاميرا الهاتف النقال فقط، مما جعل هذه التقنية واسعة الانتشار.

• الحد من استعمال الورق مما يجعل ال QR CODE صديق للبيئة.

• يتطلب انشاء رمز الإستجابة السريعة تكاليف متدنية جدا أو منعدمة.

ثانياً سلبيات رمز الإستجابة السريعة

- لقراءة رمز الإستجابة السريعة يجب توفر رؤية مباشرة.
- لا يمكن قراءة أكثر من رمز استجابة سريعة.
- المسافة التي تسمح بمسح رمز الإستجابة السريعة يجب أن تكون قصيرة.
- لقراءة محتوى رمز الإستجابة السريعة يجب الإتصال الدائم بالإنترنت.

المطلب الثالث: تقنية رمز الاستجابة السريعة كألية لتسديد الفواتير (فاتورة الأنترنت كمثال)

أولاً: دخول تقنية التسديد باستخدام رمز الإستجابة السريعة في الجزائر حيز الاستخدام

أطلقت مؤسسة بريد الجزائر سنة 2020 إمكانية التسديد باستخدام تقنية الإستجابة السريعة، فهي بذلك أدخلت وسيلة دفع الكتروني جديدة، بسيطة، سهلة، امنة وسريعة وذلك عبر التطبيق BARIDIMOB.

أ-تعريف تطبيق BARIDIMOB

هو تطبيق عبر الهاتف النقال، متاح عبر المنصة Play store ، يمكن المستخدمين من الإستفادة

من 08 خدمات مختلفة منها:²

- الأطلاع على الحساب الجاري

¹ _ رمزي ميهوبي، نحو تطبيق رمز الإستجابة السريعة في تحسين الخدمة المكتبية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في علم المكتبات والتوثيق، معهد علم المكتبات والتوثيق، جامعة عبد الحميد مهري، قسنطينة، 2017، ص 60.

² - عن الموقع الإلكتروني <https://edcarte.poste.dz> يوم 2021/06/19 على الساعة 45: 20

- تسيير البطاقة الذهبية الخاص بالمستخدم
- تحويل الأموال من حساب الى حساب اخر
- تفعيل البطاقة الذهبية بعد تجديدها

ب-خطوات الإنخراط في خدمات BARIDIMOB

- تحميل التطبيق **Baridimob** .
- ادخال رقم هاتف المستخدم.
- ادخال رقم البطاقة الذهبية.
- ادخال تاريخ نهاية صلاحية البطاقة.
- ادخال رقم التفعيل الذي يتم ارساله عبر رسالة نصية الى هاتف المستخدم.
- اختيار اسم مستخدم وكلمة مرور وبهذا يتم الدخول الى تطبيق **Baridimob** .

ج-خدمة Baridipay

هي وسيلة دفع الكترونية جديدة عبر الهاتف، سهلة للإستعمال ذات حماية عالية والتي تعتمد على تكنولوجيا مسح وقراءة رمز الاستجابة السريعة.

تمكن وسيلة الدفع الإلكترونيين طريق **QR CODE** مستعملها من الإستغناء عن استخدام البطاقة الذهبية والنقود الورقية بل يمكن للمستعمل أي المشتري نسخ رمز الإستجابة السريعة الخاص بالبائع باستعمال التطبيق **baridimob** ومنه يتم تحويل المبلغ من حساب المشتري الى حساب البائع. فهي خدمة من

خدمات التطبيق **BARIDIMOB**

الشكل رقم 29: خدمات التطبيق BARIDIMOB



المصدر: <https://www.vitamedz.com> يوم 19/06/2021 على الساعة 21: 21

الشكل رقم 30: واجهة التطبيق Baridimob



المصدر: <http://www.facebook.com/algérieposteofficie> يوم 19/06/2021 على الساعة 56: 22

د- إجراءات الاستفادة من رمز الإستجابة السريعة:

يتطلب الاستفادة من رمز الإستجابة السريعة ما يلي¹:

- ✓ توجه البائع نحو مؤسسة بريد الجزائر ويكون مرفقا ب:
- نسخة عن السجل التجاري.
- نسخة عن بطاقة التعريف الوطنية.
- رقم التعريف الجبائي.
- صك مشطوب من حسابه الجاري CCP

تقترح مؤسسة بريد الجزائر على البائع هل يتم انشاء رمز استجابة سريعة ذات مبلغ ثابت، في هذه الحالة يتم مسح QR CODE فقط وتتم عملية السداد.

أو انشاء QR CODE ذات مبالغ متغيرة، في هذه الحالة عند مسح ال QR يظهر مربع صغير يدخل فيه العميل المبلغ الذي سوف يسدده (مثل ما هو الحال في فواتير الانترنت).

ثانيا: المميزات التي يقدمها الدفع عن طريق الإستجابة السريعة QR CODE

يتيح الدفع باستخدام تقنية مسح رمز الإستجابة جملة من المميزات نذكر منها:

- تمكن الدفع عن طريق QR CODE الزبون من تسديد قيمة مشترياته بشكل بسيط وأمن.
- تتم عمليات الدفع عن طريق QR CODE دون الحاجة الى استخدام بطاقات الذهبية/ CIB.
- إجراءات الدفع عن طريق QR CODE هي إجراءات سهلة تحتاج فقط الى توفر أجهزة ذكية، أجهزة أو تطبيقات خاصة لقراءة رمز الإستجابة السريعة.
- يسمح الدفع عن طريق QR CODE بتفادي الأخطاء التي قد تنجم أثناء الدفع بالبطاقات

الإلكتروني

(Erreurs de saisie)

- يضمن الدفع عن طريق QR CODE بوصول المبلغ كاملا للتاجر.
- يشترط تطبيق الدفع عن طريق QR CODE توفر لدى كل من البائع والمشتري حساب جاري لدى

مؤسسة بريد الجزائر ccp

¹ - عن الموقع الإلكتروني <https://www.poste.dz> يوم 2021/06/19 على الساعة 17: 22:

ثالثا: ادراج الدفع عن طريق رمز الإستجابة السريعة QR CODE على مستوى الفواتير لمؤسسة اتصالات الجزائر

في إطار توفر كافة المتطلبات اللازمة لإدراج تقنية الدفع عبر QR CODE في الفواتير والمتمثلة أساسا في:

✓ وجوب توفر أجهزة لقراءة ومسح رمز الإستجابة السريعة (خدمة بريدي باي المتواجدة على تطبيق بريدي موب).

✓ عقد بين المشتري ومؤسسة بريد الجزائر يسمح بموجبه بتحويل الأموال من حسابه الى حساب البائع (كما هو الحال في خدمة خلاص).

ويتم ادراج تقنية الدفع عن طريق رمز الإستجابة السريعة في الفواتير (لنأخذ على سبيل فواتير الانترنت) من خلال الخطوات التالية:

✓ عقد اتفاقية بين مؤسسة اتصالات الجزائر ومؤسسة بريد الجزائر.

✓ يتم بموجب الاتفاقية المبرومة، وبعد تقديم هذه الأخيرة لكافة الوثائق اللازمة (نسخة عن السجل التجاري، رقم التعريف الجبائي، رقم التعريف الإحصائي، شيك مشطوب). حصول مؤسسة اتصالات الجزائر على رمز استجابة سريعة خاص بها

✓ يتم ادراج رمز الإستجابة السريعة ضمن كافة فواتير الانترنت

✓ يتم ارسال الفاتورة الى الزبون عن طريق بريده الإلكتروني أو عن طريق بريد الجزائر.

✓ يقوم الزبون بمسح رمز الإستجابة السريعة المتواجد على مستوى الفاتورة باستخدام تطبيق بريدي موب وتحديد خدمة بريدي باي. (للتذكير يجب أن يكون لدى المستهلك حساب جاري لدى مؤسسة بريد الجزائر).

✓ ادخال مبلغ الفاتورة من طرف المستخدم ثم تأكيد عملية الدفع

✓ يتلقى المستخدم رسالة نصية تؤكد على تمام عملية الدفع.

رابعا: المعرفلات التي قد تواجه التسديد عبر تقنية رمز الإستجابة السريعة:

توجه عملية الدفع باستخدام تقنية رمز الإستجابة السريعة في الجزائر مجموعة من المعرفلات نذكر منها:

✓ التذبذب المستمر في تدفق الانترنت قد يعرقل من سرعة عملية الدفع باستخدام تقنية الإستجابة السريعة.

✓ غموض النصوص والتشريعات القانونية

- ✓ عدم دراية ووعي المستخدمين بأهمية الدفع باستخدام رمز الإستجابة السريعة والمزايا التي توفرها التقنية.
- ✓ يتطلب تطبيق رمز الإستجابة السريعة توفر أنظمة حماية متطورة.
- ✓ التحديث (**mise à jour**) والصيانة المستمرة لتطبيق بريدي موب من أجل ضمان سير عملية الدفع بشكل فعال.
- ✓ قد لا يعرف الدفع باستخدام تقنية الاستجابة السريعة اقبالا كبيرا من طرف التجار وهذا راجع الى تهريمهم من الضريبة باعتبار أن رمز الإستجابة السريعة يحتوي على رقم التعريف الجبائي (NIF).
- ✓ خطر مسح المستخدم لرمز استجابة خاطئ، وهذا ما قد يؤدي الى سلب أمواله او اختراق هاتفه (عموما فإن تقنية مسح رمز الإستجابة السريعة المتوفرة في تطبيق بريدي موب لا تقوم بقراءة رموز أخرى عدا الرموز المقدمة من مؤسسة بريد الجزائر).

خلاصة الفصل:

ان الجزائر قد بدلت مجهودات لتحسين وتطوير البنية التحتية الإلكترونية ولكنها لا تزال متأخرة مقارنة بالدول المتقدمة وحتى بعض الدول العربية حسب مختلف الإحصائيات المنشورة. ان وسائل الدفع الإلكتروني على مستوى مؤسسة اتصالات الجزائر لولاية قادمة واتضح أنه رغم التقنيات المسخرة للمستعملين من أجل تسهيل استعمال الدفع الإلكتروني الا أنه لا يعرف اقبالا كبيرا من طرف المواطنين ويعود ذلك أساسا الى التخوف من استعمال الدفع الإلكتروني إضافة الى تعقد وطول عمليات الدفع الإلكتروني التي تحتاج الى وقت وتركيز نوعا ما. ولمعالجة هذا الخلل قمنا باقتراح تعميم عمليات الدفع الإلكتروني باستخدام تقنية مسح رمز الاستجابة

السرعة QR CODE

وادراجها في الفواتير خاصة حيث يصبح بإمكان المواطنين تسديد فواتيرهم من خلال مسح رمز الاستجابة السريعة المتواجد على الفواتير فقط دون الحاجة الى استخدام البطاقات البنكية الى جانب المميزات الأخرى التي توفرها التقنية خاصة من ناحية تدنية التكاليف والسرعة في إتمام عملية الدفع.

خاتمة

خاتمة

إن موضوع التجارة الإلكترونية يعتبر من أكثر المواضيع إثارة للجدل، فهي لا تعترف بوجود الحواجز الجغرافية بين مختلف دول العالم كونها تعتمد على أحدث التطورات لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات فهي بذلك رفعت جميع القيود التي كانت تفرضها التجارة التقليدية وفتحت الأفاق أمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للاستثمار من خلال المزايا المتعددة التي توفرها وخاصة من حيث تدنية التكاليف. ان زيادة وتنامي انشار التجارة الإلكترونية في العالم، وضع البنوك أمام حتمية إيجاد طرق ووسائل حديثة للقيام بالوفاء كون تبادل النقود عالميا يعتبر أمرا صعبا نوعا ما وهذا ما أدى الى ميلاد وسائل الدفع الإلكتروني كحل لمشكلة الدفع على الصعيد العالمي، تتميز وسائل الدفع الإلكتروني بمجموعة الخصائص من حيث تدنية التكاليف والسرعة في إتمام المبادلات التجارية، كما ساهمت في القضاء عن أزمة السيولة والحد من تزوير الأموال مما أدى الى قبولها بين الافراد واعتمادها كوسيلة للوفاء. بالنسبة الجزائر فقد أدركت أهمية تطوير التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكتروني ورغم المجهودات المبذولة الا أنها لا زالت تحتل مراتب ضعيفة مقارنة بالدول الأخرى

اختبار صحة الفرضيات

من خلال دراستنا للموضوع تمكنا من الوصول الى:

– التجارة الإلكترونية كانت قد سجلت نموا في السنوات الماضية نتيجة للتطورات المستمرة التي تعرفها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات , وما نتج عنها من الزيادة في تدفقات الانترنت، تطور الأجهزة الإلكترونية... الخ، ومنه أصبحت التجارة الإلكترونية جزء لا يتجزأ من استخدامات سكان العالم، وقد دفع انتشار جائحة كورونا التجارة الإلكترونية دفعا غير مرتقبا من خلال تضاعف حجم التعامل بها، وفي نفس السياق فإن الدول النامية سجلت تطورات مهمة على الصعيد العالمي , فالجزائر تقدمت ب 27 مرتبة و انتقلت من المرتبة 109 خلال سنة 2019 الى المرتبة 80 خلال سنة 2020, و سجلت دولة غانا انتقالا من المرتبة 101 الى المرتبة 81, حسب التقرير السنوي الصادر من طرف مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة و التنمية, و هو ما يثبت صحة الفرضية الأولى.

– لقد ساهم ظهور وتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على ظهور وسائل الدفع الإلكتروني وتراجع وسائل الدفع التقليدية، ويتطلب تبني وسائل الدفع الإلكتروني وجود بنية تحتية إلكترونية قوية، فمثلا فرنسا تتوفر لديها ما يقارب 49.000 ألف موزع ألي للنقود وأكثر من 2 مليون جهاز نهائي نقاط البيع TPE حسب الإحصائيات المنشورة من طرف موقع Statista لسنة 2020، ناهيك عن معدل انتشار الأنترنت الذي تم تقديره ب ما يقارب 89% مقابل 65,2 مليون نسمة و هذا ما سهل عليهم القيام بعمليات

خاتمة

الدفع الإلكتروني، و بالمقارنة مع الجزائر فهي تواجه صعوبات من ناحية التعامل بالدفع الإلكتروني و يرجع ذلك الى هشاشة البنية التحتية الإلكترونية (يوجد في الجزائر على سبيل المثال 38422 ألف جهاز نهائي نقاط البيع فقط و هو عدد غير كافي لتغطية كافة التراب الوطني)

ومنه لا يمكن التعامل بالدفع الإلكتروني في ظل وجود بنية تحتية الكترونية ضعيفة وهو ما يثبت صحة الفرضية الثانية.

- بالنسبة للجزائر، يتم التعامل بالدفع الإلكتروني من خلال استخدام البطاقة CIB، او من خلال استخدام البطاقة الذهبية حيث تم توزيع ما يقارب 3840433 بطاقة خلال سنة 2020، كما شهدت عمليات الدفع عبر منصة بريد الجزائر اقبالا من طرف المواطنين حيث تم تسجيل ما يقدر ب 3939623 عملية خلال سنة 2020، الى جانب إطلاق خدمة انشاء البطاقات الذهبية Premium في اجل لا تتعدى 05 أيام، إضافة الى خدمة Cardless التي تمكن حاملي البطاقة الذهبية من سحب أموالهم من كافة شبائيك الدفع دون استعمال بطاقة السحب.

- بالنسبة للوسائل المتاحة لتسهيل عمليات الدفع الإلكتروني فإن الجزائر توفر حوالي 3030 شبائيك للموزعات الالية للنقود وما يقدر ب 38422 جهاز نهائي نقاط البيع TPE وهو عدد غير كافي لتغطية العمليات الإلكترونية عبر كافة التراب الوطني.

- كما أن الجزائر عملت على إطلاق خدمة بريد باي خلال سنة 2020 فهي تعد وسيلة آمنة للدفع من خلال مسح رمز الإستجابة السريعة QR code وبالتالي فإن البنية التحتية للقيام لعمليات الدفع عن طريق ال QR متوفرة و لكن تتطلب بذل مجهودات أكثر لنجاح العملية خاصة من ناحية سرعة تدفق و انتشار الأنترنت، حيث يساهم الدفع باستخدام ال QR الى حد بعيد في تدنية التكاليف المتعلقة بتوفير أجهزة TPE و المساهمة في تعميم الدفع الإلكتروني من خلال زيادة اقبال المواطنين على استعمال الدفع الإلكتروني و منه المساهمة في تعزيز التجارة الإلكترونية وهو ما يثبت صحة الفرضية الثالثة.

النتائج المتوصل اليها:

من خلال دراستنا الى هذا الموضوع توصلنا الى النتائج التالية:

- التجارة الإلكترونية هي عملية جديدة للبيع وشراء وتبادل السلع والخدمات اعتمادا على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وذلك بين الأفراد، بين الشركات ...الخ، حيث يتم تحديد نوع التجارة من خلال الأطراف المشاركة فيها.

كم أنه لا يمكن قيام تجارة الكترونية دون توفر البنية التحتية الإلكترونية اللازمة لذلك.

خاتمة

- تعتمد التجارة الإلكترونية بدرجة كبيرة على مدى توفر وسائل دفع الكترونية متطورة والمقصود بالمتطورة هو وجود كل الأجهزة الكافية لقراءة وسائل الدفع الإلكتروني، توفير أنظمة حماية حديثة قادرة على مواجهة أي شكل من أشكال الجريمة الإلكترونية، قدرة البنوك على ضمان نجاح الدفع، كما أن توفر هذه العناصر يسمح بتوفير عنصر الثقة والأمان للمستهلكين نوعا ما وهذا ما يؤدي الى اقبالهم على التعامل بالتجارة الإلكترونية وهذا ما سيساهم في انتشارها.

- هناك عدة عوامل تحول دون اقبال الجزائريين على استعمال الدفع الإلكتروني فمنها ما هو تقني ومنها ما هو بشري ولكن يمكن ارجاع السبب الرئيسي الى نقص الوعي والثقافة اللازمة لتبني الدفع الإلكتروني.

- على الرغم من المجهودات المبذولة من طرف الجزائر لتطوير بنيتها التحتية الا أنها لا تزال متأخرة في مجال التجارة الإلكترونية.

- بعد الإطلاع على مختلف التقنيات المتاحة للدفع الإلكتروني على مستوى مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية قامة وبعد الإطلاع على الإحصائيات الممنوحة من طرفهم، تبين أن نسبة الدفع الإلكتروني تحتل نسبة ضئيلة جدا ويعود ذلك الى:

عدم الإقبال على التعامل بالدفع الإلكتروني، عدم توفر أو انعدام الأجهزة الكافية للدفع الإلكتروني مثل: نهائي نقاط البيع TPE وأخيرا نقص الحملات التحسيسية حول كيفية استعمال وسائل الدفع الإلكتروني واقتصارهم فقط على وضع الملصقات أو إعلانات غير كافية لتوصيل الرسالة للمواطنين.

الحلول والتوصيات المقترحة

على ضوء النتائج السابقة يمكن اقتراح الحلول التالية:

- زيادة إنفاق الجزائر على تطوير البنية التحتية الإلكترونية مثل: تزويد كافة الولايات بتقنية الأنترنت عبر الألياف (la fibre optique) وهذا ما سيضمن زيادة تدفق الانترنت.
- العمل على تحسين تدفق الأنترنت للهواتف المحمولة 4G/3G.
- سن قوانين واضحة بالنسبة للدفع الإلكتروني.
- تنظيم حملات إعلانية للتعريف بالدفع الإلكتروني وكيفية استخدام وسائله
- العمل على معالجة وصيانة التطبيقات المتاحة للدفع الإلكتروني بسرعة بشكل لا يعرقل المستعملين.
- انشاء خلية خاصة للاهتمام بمشاكل المستعملين على مستوى اتصالات الجزائر ومساعدتهم في حلها.

– العمل على تفعيل دور شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية بين البنوك SATIM من خلال تنظيم اجتماعات مع ممثلي البنوك ونشر التقارير والنتائج والإحصائيات المتوصل اليها على موقعهم الإلكتروني <https://www.satim.dz/fr>

أفاق الدراسة

ان موضوع الدفع الإلكتروني أبعاد كبيرة فالرغم من محاولتنا للإمام بكافة الجوانب الا أنه يبقى هناك أفاق مفتوحة نذكر منها:

- كيف يساهم الدفع الإلكتروني عن طريق مسح رمز الإستجابة السريعة QR CODE في تفعيل التجارة الإلكترونية؟
- دراسة واقع ونجاح الدفع عن طريق ال QR CODE في الدول المتقدمة وخاصة الصين؟
- كيف يمكن الإرتقاء بالعنصر البشري لتطوير ونجاح التجارة الإلكترونية في الجزائر؟
- دراسة واقع وبوابات الدفع الإلكتروني في الجزائر.
- الإجابة عن إشكالية احتلال الجزائر لمراتب ضعيفة ومتوسطة في مجال التجارة الإلكترونية والدفع الإلكتروني رغم المجهودات المبذولة.

قائمة المراجع

قائمة الكتب

الكتب باللغة العربية

1. أحمد عيد عبد الحميد إبراهيم، النقود الرقمية؛ وأثر التعامل بها في الفقه الإسلامي، دار أصول للنشر والتوزيع، مصر، 2020
2. باسم أحمد المبيضين، التجارة الإلكترونية: مفهومها، أهميتها، خصائصها، فوائدها، المعوقات، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع، عمان
3. عبد العزيز خنفوسي، قانون الدفع الإلكتروني، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان
4. فداء حامد، الإدارة الإلكترونية - الأسس النظرية والتطبيقية -، دار الكندي للنشر والتوزيع، عمان، 2014
5. محمد صالح الجداية، سناء جودت خلف، تجارة الكترونية، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2008
6. مصطفى كمال طه، وآخرون، الأوراق التجارية: وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2005

الكتب باللغة الأجنبية

1. martin kutz ; ,introduction to e-commerce ,bookboon edition ,2016

المذكرات والأطروحات

باللغة العربية:

1. أبو بكر حبيله، وآخرون، النظام القانوني للوفاء الإلكتروني، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 1945 قالمه، 2020
2. حكيمة بن وارث، دور وأهمية التجارة الإلكترونية في اقتصاد المعرفة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، المركز الجامعي العربي بن مهدي، ام البواقي، 2008
3. حليلة خليفي، واقع وآفاق وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهدي أم البواقي
4. ذهبية قبائلي، أثر رأس المال الفكري على التنافسية في القطاع البنكي، مذكرة لنيل شهادة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد ابن باديس، 2017

5. رقية الصاطي، دور المقاصة الإلكترونية في تطوير النظام البنكي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة أمحد دراية، أدرار، 2019
6. رمزي ميهوبي، نحو تطبيق رمز الاستجابة السريعة في تحسين الخدمة المكتبية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، معهد علم المكتبات والتوثيق، جامعة عبد الحميد مهري، قسنطينة، 2017
7. سيد أحمد معطى، واقع وتأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على أنشطة البنوك الجزائرية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2012
8. صارة بالساكر، التجارة الإلكترونية وآفاق تطورها في البلدان العربية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، 2015
9. صبيحة مرياح، الحماية القانونية والمدنية لبطاقة الائتمان في الجزائر أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتورا، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1، 2019
10. صفاء قحماز، التجارة الإلكترونية كأداة للتنافس في الأسواق العالمية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015
11. صلاح مرزوقي وآخرون، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين وسائل الدفع الإلكتروني، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، 2018
12. فاطمة ناشف، وسائل الدفع الإلكتروني في البنوك والمؤسسات المالية الجزائرية مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2018
13. كريمة دهوم، وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة وآليات حمايتها، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة المسيلة، 2014
14. كريمة دهوم، وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة وآليات حمايتها، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة المسيلة، 2014
15. ليلة رزيق، الجريمة الإلكترونية واقع وتحدي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري - تيزي وزو، 2018

16. ماي عبد القادر بوعلام، دور وسائل الدفع الإلكتروني في الحد من عملية تبييض الأموال، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2017
17. مجيد بوسكران، وآخرون، تطوير وسائل الدفع الإلكتروني في البنوك الجزائرية مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018،
18. محمد بوعمرة، وآخرون، جهاز التحقيق في الجريمة الإلكترونية في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة اكلي محند أولحاج، البويرة، 2020
19. محمد ياسين كامش، التجارة الإلكترونية دراسة حالة الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، 2016
20. نزيهة غزالي، الآليات القانونية لحماية وسائل الدفع الإلكتروني في التشريع الجزائري، مجلة البحوث الإدارية والسياسة، العدد 10
21. هداية بوعزة، النظام القانوني للدفع الإلكتروني، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتورا، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان
22. هشام زرقان، النظام القانوني لبطاقات الدفع الإلكتروني، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2016
23. هشام زرقان، النظام القانوني لبطاقات الدفع الإلكتروني، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2016
24. هناء عبداوي، مساهمة في تحديد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إكساب المؤسسة ميزة تنافسية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد لخضر بسكرة، الجزائر، 2016

المذكرات باللغة الأجنبية

1. abderrezak ladli ; les moyens de paiement electronique: mémoire de master faculte des sciences economiques des sciences de gestion universite mouloud mammeri de tizi-ouzou ;2018

2. etienne tricot ,les impacts du commerce electronique sur l'organisation de l'offre ,thèse présentée pour l'obtention de diplôme doctorat ,ecole supérieure de télécommunication ,france, 2002
3. fares anoun et autres ; les freins a l'adoption du commerce electronique en algérie ,mémoire master ,faculté des sciences économiques ,de gestion et des sciences commerciales ; université abed rahman mira bejaia, 2015
4. ghachem lassed, adoption du e-business dans les activités internationales de la pme ,thèse présentée pour l'obtention de doctorat ,faculté des sciences économiques ,université de neuchâtel ,suisse, 2008
5. lylya belacel ; les freins au développement du commerce electronique ; faculte des sciences économiques commerciales et des sciences de gestion ; université mouloud mammeri de tizi-ouzou ; 2018
6. marc meury nyon ; les qr codes en bibliothèque ; mémoire présenté pour l'obtention de certificat en gestion de documentation et de bibliothèque ; université de genève. 2013
7. mohammed chérif belalia et autres ; etude et conception d'un firewall ; mémoire master ; faculté des sciences de l'ingénieur ; université saad dahleb blida ; 2011
8. saidani mohamed et autres ; le rôle du paiement electronique dans le développement du commerce electronique en algérie ; mémoire de master ; faculté des sciences économiques ,commerciales et des sciences de gestion ; université mouloud mammeri tizi ouzou ; 2017
9. yasmine abdeli ; implémentation d'un algorithme de cryptage sur un circuit fpga ; mémoire master ; faculté de technologie ; université mohamed boudiaf – m'sila ; 2017

المجلات والدوريات:

المجلات والدوريات باللغة العربية:

1 لأعمال، العدد 01، 2019.

1. أحمد عبد الله العوضي العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد 06، 2010

2. امنة كبير، التصديق الإلكتروني(دراسة مقارنة)، مجلة القانون والمجتمع، المجلد 06، العدد 01، 2018

3. انصاف قسوري، غسيل الأموال القذرة بواسطة نظام Banking Cyber ونظام Smart Card ، مجلة دراسات و أبحاث، المجلد 01، العدد 01، 2009

4. جمال معتوق، كموش إيمان، الإشكاليات القانونية التي تثيرها التجارة الإلكترونية والمتعلقة بالمجال الضريبي، مجلة سماء للاقتصاد والتجارة، لعدد الأول، جوان 2019

5. حسين سلمان، التجارة الإلكترونية في الجزائر بين الواقع والتحديات في ظل جائحة كورونا مجلة دراسات اقتصادية، المجلد 21، العدد 01، 2021

6. خالد قاشي، وآخرون، استراتيجية " الجزائر الإلكترونية2013: بين الفجوة النظرية والتطبيق، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، المجلد02، العدد02، 2013

7. سامية كتاف وآخرون، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر بين متطلبات التطبيق وتحديات التطوير، مجلة – أبحاث ودراسات اقتصادية، المجلد 18، العدد 01، 2020

8. شريفة هنية، الشيك الإلكتروني كوسيلة حديثة للوفاء، مجلة الحقوق والعلوم الانسانية، المجلد01، العدد20، 2014

9. شيماء صلاح صادق، فعالية رموز الإستجابة السريعة في تصميم أفكار إعلانية مبتكرة لتطبيقات الهواتف النقالة، مجلة العمارة والفنون، العدد 10، 2018

10. صليح بونفلة وآخرون، بطاقة الدفع البيبنكية "CIB" والنظام القانوني للعقود الخاصة بها، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد 09، العدد 03، 2018

11. على بودلال، اعتماد وسائل الدفع الإلكتروني للتقليل من الكتلة النقدية غير الرسمية المتداولة في الإقتصاد الجزائري، مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، العدد 05، 2018

12. عماد الدين بركات، حورية طيبي، وسائل الدفع الإلكترونية ودورها في تفعيل التجارة الإلكترونية، مجلة القانون والتنمية المحلية، المجلد 1، العدد 02، جوان 2019
13. غنية باطلي، الكتابة الإلكترونية كدليل إثبات، مجلة التواصل، العدد 30، 2012
14. كريمة بن شنيبة وآخرون، مقومات تنشيط التجارة والصيرفة الإلكترونية في الجزائر، مجلة الريادة لاقتصاديات
15. كريمة شايب باشا، آليات الحماية من مخاطر الدفع الإلكتروني في التشريع الجزائري، المجلة الجزائرية للسياسات العامة - المجلد 07، العدد 02، 2018
16. مجيد بوسكران، وآخرون، تطوير وسائل الدفع الإلكتروني في البنوك الجزائرية مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018
17. محمد عبد الحميد محمد حجاج، إمكانية الاستجابة من رمز الاستجابة السريعة في اثناء قيمة البطاقة الإرشادية للملابس، المجلة العلمية لكبية التربية النوعية، العدد 14، 2016
18. مصطفى طويطي، استراتيجية إقامة الحكومة الإلكترونية "المحاولة الجزائرية"، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، العدد 03، 2016
19. -نجد حمري، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر وفق مقتضيات قانون رقم 18 05 (قانون التجارة الإلكترونية). مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، العدد 01، المجلد 04. 2021
20. -نزيهة غزالي، الأليات القانونية لحماية وسائل الدفع الإلكتروني في التشريع الجزائري، مجلة البحوث الإدارية والسياسة، العدد 10
21. نعيمة عبدلي، وسائل الدفع الإلكترونية في القانون، مجلة الفكر القانوني والسياسي المجلد 05، العدد 01، 2021
22. نعيمة مولفرعة، إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالإلكترونية، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، المجلد 03، العدد 02، 2017
23. نعيمة يحيوي، مريم يوسف، التجارة الإلكترونية وآثارها على اقتصاديات الأعمال العربية، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية - عدد 06، جوان 2017
24. نور الدين محرز، مريم صيد، نظام الدفع الإلكتروني ودوره في تفعيل التجارة الإلكترونية مع الإشارة لحالة الجزائر، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 2، جانفي 2010

25. هداية بوعزة، الحماية التقنية للمعلومات ودورها في التأمين نظام الدفع الإلكتروني، مجلة الدراسات

والبحوث القانونية، المجلد 03، العدد 04، 2018

26. هشام لبزة، محمد الهادي ضيف الله، واقع وتحديات وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر، مجلة

البحوث والدراسات الاجتماعية، العدد 24، 2017

المجلات والدوريات باللغة الأجنبية:

1. emrah oney ,and others ; the determinants of electronic payment systems usage ,economic research–ekonomiska revue ،vol. 30 ،no. 1,2017
2. kamel chikhi, le comportement des consommateurs face au e-commerce en algerie, revue rims, numéro 03, maroc, mars 2020
3. sofiane hadad ; le e-commerce en algérie : enjeux et défis à surmonter landmarks for legal and political studies ; vol04 ; septembre 2020

التقارير

التقارير باللغة الأجنبية

1. rapport de l'ocd ; disponible sur le site: <https://www.oecd-ilibrary.org>
2. rapport du groupe du travail français ; disponible sur le site : <https://www.vie-publique.fr>

الملتقيات

الملتقيات باللغة العربية

1. أسامة أمين ربيع سليمان، معوقات انتشار التجارة الإلكترونية في مجال التسويق، وثائق التأمين في سوق التأمين المصري المؤتمر الدولي العشرون-صناعة الخدمات في الوطن العربي-، كلية التجارة، جامعة المنصورة، مصر , 2004
2. حميت فاشيت، حكيم بنوالة، واقع وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر، الملتقى العلمي الرابع حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر-عرض تجارب دولية، المركز الجامعي خميس مليانة، عين الدفلى، يومي 06/07 أبريل 2011

3. سعدية قصاب وآخرون، تقييم وسائل الدفع الإلكترونية: المزايا والمخاطر، الملتقى العلمي الدولي الرابع

حول: عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، يومي

26-27، أبريل 2011، الجزائر

الملتقيات باللغة الأجنبية

1. mohammad auwal kabir and others ،adoption of e-payment systems : a review of literature ،international conference on e-commerce ; 20-22 october2016 ;malaysia

المواقع الإلكترونية

1. <https://www.iisd.org>
2. <http://www.arabicshopping.com>
3. <http://www.microtop-clubinfo.fr>
4. <https://academie-des-sciences-commerciales.org>
5. <https://academie-des-sciences-commerciales.org>
6. <https://actu-ecommerce.fr>
7. <https://dealifnd.com>
8. <https://giemonetique.dz>
9. <https://izzoran.com>
10. <https://journals.openedition.org>
11. <https://journals.openedition.org>
12. <https://manifest.univ-ouargla.dz>
13. <https://paymentservices.amazon.com>
14. <https://unctad.org>
15. <https://www.bitakati.dz>
16. <https://www.commentcamarche.ne>
17. <https://www.poste.dz>
18. <https://www.universalis.fr>
19. www.manutan.com
20. www.microtop-clubinfo.fr