

الجمهورية الجزائرية الشعبية الديمقراطية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان

كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير

قسم علوم تجارية

مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة الماستار

تخصص هندسة اقتصادية وتنمية المؤسسات

تحت عنوان

التجارة الإلكترونية: وسائل الدفع الحديثة ومدى استخدامها في المؤسسات الجزائرية

دراسة حالة بنك القرض الشعبي

الجزائري وكالة مغنية (CPA)

لجنة المناقشة

الرئيسة: **يلس فاطمة الزهراء** استاذة محاضرة (جامعة تلمسان)

الانحنة: **براشد وفاء** استاذة مساعدة (جامعة تلمسان)

لمشرفة: **زروقي وسيلة** استاذة مساعدة (جامعة تلمسان)

إعداد الطالبة

راجعي بشري

السنة الجامعية: 2014 - 2015

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إنا فتحنا لك فتحا مبينا ليغفر لك الله ما تقدم من
ذنوبك وما تأخر ويتم نعمته عليك ويهريك صراطا
مستقيما وينصرك الله نصرا عزيزا

صدق الله العظيم



كلمة شكر

يقول رسول الله صلى الله عليه وسلم: " **من لم يشكر الناس لم يشكر الله** "

من منطلق هذا الحديث، أتوجه إلى الله تبارك وتعالى بالشكر والشكر كما يجب

ويرضاه على أن وفقني في إنجاز هذا العمل على ما فيه من ضعف البشر وقصر

البصر، فما كنت فيه من صواب فهو من محض فضله سبحانه وتعالى ومنه علينا

فله الحمد والشكر ونسأله العفو والغفران.

وأتوجه بشكري الجزيل والخالص للأستاذة المحترمة التي لي السند والموجه

طيلة هذه السنة " **زروقي بوشناق وسيلة** " .

كما أتقدم بالشكر الجزيل والعرفان لكل من ساعدني في إعداد هذه المذكرة وأخص

بالذكر مدير وكالة القروض الجزائري -411- مغنية ورئيس مصلحة

القروض الذي لم يخل علي بالمعلومات والتوجيهات خلال فترة التريص.

إهداء

إن أروع ما لدى الإنسان رب كريم الحمد لله الذي وفقنا لهذا راجين أن يتقبل منا هذا العمل
ويجعله خالصا لوجهه، والصلاة والسلام على أفضل الرسل وعلى آله وصحبه أجمعين.

أما بعد، أهدي ثمرة جهدي إلى

أروع ما أملك في الكون والدتي "رحمة" من أرضعتني حليب الحب والحنان، علمتني معنى

الحياة، ضحت، سهرت، غمرتني بدفتها لأكون أحن إنسانة،

احتزقت لتشعل شمعتي، تعبت لتزاني في المكان المناسب، مهما مدحتها وشكرتها لا يكفي

أماه يا زينة الدنيا ويا غابة المنى * من ولا الذي عن حسن وجهك يصبر

والدي يا أروع ما وهبني الله "عبد العزيز" من علمني كيف أواجه قساوة الحياة، من أحب

أن يراني أقوى إنسانة رباني على الشجاعة والاحترام والقوة والرصانة في اتخاذ القرار.

أحسن البشري نظري محله محل سمع وبصر.

أخي الوحيد الغالي والحبيب "جمال الدين" قررة عيني، من كان الونيس في الشدة

إلى جدي وجدتي اللذان دعماي بالدعاء، أطال الله عمرهما. إلى عماتي وأعمامي وخالتي وأخوالي

وإلى كافة الأهل والأقارب

إلى كل من أهداني تشجيعا وأماني.

إلى كل صديقاتي وأصدقائي وأحبائي: مريم، نريمان، غنية، نادية، أمينة، منال، فاطمة، عبد النور،

عبد الحلیم، فوزية، ماما، الزهور، مريم

وإلى كل من لم تسمح الفرصة بذكر أسمائهم.

إلى كل زملاء دفعة الهندسة الاقتصادية وإلى كل من أعرفهم من قريب أو من بعيد

إلى كل من رافقني حلي وترحالي، وإلى كل من رأيت النور في وجوههم

إلى كل من ساندوني وشجعوني

إلى كل هؤلاء أهدي ثمرة من شجرة التقوى

إلى كل من وقفوا معي في الأوقات الصعبة



01

التجارة الالكترونية :

09

الإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية :

10

مفهوم التجارة الالكترونية :

10

1: نشأة وتاريخ التجارة الالكترونية

10

2: ماهية التجارة الالكترونية

12

التفرقة بين التجارة الالكترونية والمفاهيم المشابهة لها :

14

أشكال التجارة الالكترونية :

19

تطبيقات التجارة الالكترونية " حقل التجارة الالكترونية "

23

الانتقال من التجارة التقليدية إلى التجارة الالكترونية :

29

التحول نحو تطبيق التجارة الالكترونية :

29

1:

29

الالكترونية

2:

29

3: شروط وأساسيات قيام التجارة الالكترونية

31

مؤشرات حول تطور ونمو التجارة الالكترونية :

33

متطلبات التجارة الالكترونية :

40

مراحل الشراء عبر التجارة الالكترونية :

42

أساسيات التجارة الالكترونية :

44

مبادئ التجارة الالكترونية :

44

خصائص التجارة الالكترونية :

44

مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية والمشاكل التي تواجه تطبيقها :

46

1: مزايا التجارة الإلكترونية

46

2: مخاطر التجارة الإلكترونية

49

3: المشاكل التي تواجه تطبيق التجارة الإلكترونية

50

مستقبل التجارة الإلكترونية :

51

53

الفهرس

وسائل الدفع الحديثة المستخدمة في التجارة الالكترونية

54	_____
55	_____ :
55	ماهية نظام الدفع الالكتروني :
58	:
59	:
60	:
62	<u>الأطراف المتعلقة بعملية الدفع</u> :
62	:
63	:
65	الهيئة المصدرة للبطاقة :
66	العلاقة بين أطراف عملية الدفع :
69	<u>الالكترونية</u> :
69	البطاقات البنكية :
79	النقود الالكترونية :
87	البطاقات الذكية والشبكات الالكترونية :
87	1: البطاقات الذكية
91	2: الشبكات الالكترونية
94	:
98	_____

الفهرس

التجارة الالكترونية ووسائل الدفع الحديثة في الجزائر: -

CPA - وكالة مغنية -

99

100

وضعية التجارة الالكترونية الجزائرية

100

: نظرة عامة حول التجارة الالكترونية في الجزائر

103

: تصنيفات التجارة الالكترونية في الجزائر

106

: بعض تطبيقات التجارة الالكترونية ومواقع التجارة الالكترونية في الجزائر

106

1: بعض تطبيقات التجارة الالكترونية في الجزائر

107

2: بعض مواقع التجارة الالكترونية في الجزائر

109

:

116

: الجهود الجزائرية المساعدة على تطبيق التجارة الالكترونية

116

: المجهودات المبذولة على الصعيد الاستراتيجي والتشريعي

123

: المجهودات المبذولة على الصعيد الهيكلي والمؤسسي

126

: المحاولات المحققة على الصعيد التنفيذي

130

: معوقات التجارة الالكترونية في الجزائر وسبل توسيع استخدامها

130

1: معوقات التجارة الالكترونية

133

2: حلول وسبل توسيع استخدام التجارة الالكترونية في الجزائر

140

CPA - وكالة مغنية -

140

: تقديم بنك القرض الشعبي الجزائري CPA (وكالة مغنية 411)

146

CPA (وكالة مغنية 411)

149

: المنتجات والخدمات الالكترونية المقدمة من طرف بنك القرض الشعبي

CPA (وكالة مغنية 411)

154

) CPA

:

(مغنية 411)

156

157

فهرس الأشكال

فهرس الجداول

الفهرس

التجارة الإلكترونية :

الإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية :

مفهوم التجارة الإلكترونية :

1: نشأة وتاريخ التجارة الإلكترونية

2: ماهية التجارة الإلكترونية

التفرقة بين التجارة الإلكترونية والمفاهيم المشابهة لها :

أشكال التجارة الإلكترونية :

تطبيقات التجارة الإلكترونية " حقل التجارة الإلكترونية "

من التجارة التقليدية إلى التجارة الإلكترونية :

التحول نحو تطبيق التجارة الإلكترونية :

1:

2: مراحل التحول نحو التجارة الإلكترونية

3: شروط وأساسيات قيام التجارة الإلكترونية

مؤشرات حول تطور ونمو التجارة الإلكترونية :

متطلبات التجارة الإلكترونية :

ة الإلكترونية :

أساسيات التجارة الإلكترونية :

مبادئ التجارة الإلكترونية :

خصائص التجارة الإلكترونية :

مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية والمشاكل التي تواجه تطبيقها :

1: مزايا التجارة الإلكترونية

2: التجارة الإلكترونية

3: المشاكل التي تواجه تطبيق التجارة الإلكترونية

مستقبل التجارة الإلكترونية :

وسائل الدفع الحديثة المستخدمة في التجارة الالكترونية

:

: ماهية نظام الدفع الالكتروني

:

:

:

: الأطراف المتعلقة بعملية الدفع

:

:

: الهيئة المصدرة للبطاقة

: العلاقة بين أطراف عملية الدفع

: وسائل الدفع الالكترونية

: البطاقات البنكية

: النقود الالكترونية

: البطاقات الذكية والشبكات الالكترونية

1: البطاقات الذكية

2: الشبكات الالكترونية

:

التجارة الالكترونية ووسائل الدفع الحديثة في الجزائر:

CPA – وكالة مغنية –

وضعية التجارة الالكترونية الجزائرية

نظرة عامة حول التجارة الالكترونية في الجزائر

تصنيفات التجارة الالكترونية في الجزائر

بعض تطبيقات التجارة الالكترونية ومواقع التجارة الالكترونية في الجزائر

1: بعض تطبيقات التجارة الالكترونية في الجزائر

2: بعض مواقع التجارة الالكترونية في الجزائر

:

الجهود الجزائرية المساعدة على تطبيق التجارة الالكترونية

المجهودات المبذولة على الصعيد الاستراتيجي والتشريعي

المجهودات المبذولة على الصعيد الهيكلي والمؤسسي

المحاولات المحققة على الصعيد التنفيذي

معوقات التجارة الالكترونية في الجزائر وسبل توسيع استخدامها

1: معوقات التجارة الالكترونية

2: وسبل توسيع استخدام التجارة الالكترونية في الجزائر

CPA – وكالة مغنية –

تقديم بنك القرض الشعبي الجزائري CPA (وكالة مغنية 411)

CPA

:

(وكالة مغنية 411)

المنتجات والخدمات الالكترونية المقدمة من طرف بنك القرض الشعبي الجزائري

CPA (وكالة مغنية 411)

) CPA

:

(مغنية 411)

فهرس الأشكال

فهرس الجداول



ظهرت في العقود الأخيرة من القرن العشرين العديد من التغيرات والتحويلات التي أفرزتها معطيات التطور التكنولوجي، فتسارعت وتيرة نمو الابتكارات والتقنيات التكنولوجية وساهمت في نقل المجتمعات عبر الزمن إلى عصر المعلومات، وأدى إلى ميلاد وبروز العديد من التطبيقات والأنشطة الحديثة والتي تعتبر المعرفة أهم عامل من عوامل نجاحها .

حيث تواجه المؤسسات اليوم على اختلاف أنواعها، أحجامها وطبيعة نشاطها تحديات كبرى، خاصة أنها أصبحت تعمل ضمن اقتصاد جديد له قوانينه وقواعده الخاصة به، يعتمد بالدرجة الأولى على المعرفة والتكنولوجيا، إذ أن أهمية رأس المال الفكري أصبحت أكبر أهمية من النقود في حد ذاتها.

إن التطورات التي تشهدها اقتصاديات العالم منذ ما يناهز العقدين، والتحويلات التي المحيط من تكتلات اقتصادية واتفاقيات للتعاون والشراكة، فرضت على المؤسسات أن تبحث عن السبيل الذي يمكنها من مواكبة كل هذه التغيرات والسير باتجاه التيار، من أجل تحقيق أهدافها وترسيخ قواعدها في السوق وذلك بالعمل على تطوير أنظمة معلوماتها بما يتماشى مع استراتيجياتها التي تنتجها وتخول لها الحصول على جميع المعلومات التي تحتاجها وتستخدمها بشكل أفضل.

أجتهدت البشرية من أجل جعل المعلومات المهمة متاحة للجميع فنتج عن ذلك تكنولوجيا تطورت عبر فترات تهتم بالمعلومات من عدة أبعاد وقد أطلق على هذه الجهود مصطلح ثورة تكنولوجيا المعلومات وحاليا تعرف (NTIC) حيث عرفنا بفضلها الحاسوب والشبكات والأقمار الصناعية وبر الملتيميديا ...¹.

تعتبر قنوات الاتصال ممرات ومسارات المعلومات المرسله أو المطلوبة من طرف جهة أو جهات ضمن قنوات الاتصال، وكلما كانت هذه كانت الأنسب في الاعتماد عليها من أجل تحقيق أهداف المهتمين في هذا الصدد.

إن التحول من الاقتصاد التقليدي إلى الاقتصاد الرقمي، وظهور شبكة الإنترنت واستخدامها تقريبا في جميع المجالات جعل من العالم قرية صغيرة، و إلى الدفاع عن مكانها والحفاظ عليه، فالإنترنت وسط قائم بذاته.

استفادت مختلف القطاعات في العالم من هذه الثورة بشكل أو بآخر، وأخذت المنظمات تحقق أهدافها بأكثر فعالية وبكفاءة أعلى مما سبق، فقد تطور بفضل ذلك قطاع التعليم باعتماده على المكاتب الافتراضية والتعليم عن بعد والمحاضرات عن بعد وغيرها من النشاطات العلمية.

استفاد قطاع الأمن منها بمشاركة المعلومات الدقيقة في مجال أوسع وبأكثر فعالية، واستغل قطاع ختلف التقنيات التي أفرزتها هذه الثورة.¹

ساهمت في خلق التجارة الإلكترونية، حيث جعلت مختلف التعاملات في أبسط صورة ممكنة لها، رغم أنها لا تزال علما جديدا لم تكتمل مبادئه العلمية والنظرية بعد، لذلك سوف يكون إلزاما على الشركات تطورة أو نامية، أجنبية أم عربية محلية أم عابرة للقارات، إعادة التفكير في الطرق التي تستخدمها لتسعير منتجاتها، وكيفية تقديم العروض.

حصائيات التي تتكلم عن التجارة الإلكترونية تعطي صورة مهمة جدا عن الاختلاف بين المجتمعات التي تعتمد هذا المفهوم دون غيرها التي لا تعتمد أساسا وكذا الفرق بين التي تعتمد كليا وبين التي تعتمد جزئيا وبين التي لا تعتمد بتاتا، وكذا بين من تملك الكفاءة والتحكم في اعتمادها على مبدأ التجارة الإلكترونية.

بلغ حجم التجارة الإلكترونية 3.8 ترليون دولار في عام 2003 بحسب تقديرات الأمم 6.8 ترليون دولار في أواخر 2004 80 % من حجم التجارة الإلكترونية على مستوى العالم في الولايات المتحدة الأمريكية و 15 % في أوروبا منها : 4 % يتم في اليابان و 1 % بقية العالم²

PAYFORT في بيان ورد لها أن معدل نمو المدفوعات الإلكترونية في العالم العربي يتضاعف سنويا، ففي السعودية يصل عدد من يعتمدون على الدفع الإلكتروني 25 % من بين مستخدمي 67 % وفي الكويت 30 % 7 % من بين 38 مليون مستخدم، حيث قال رئيس التنفيذي بيفورت التقرير كشف أن عام 2014 قد يشهد ما يمكن أن نطلق عليه ثورة الانترنت في العالم العربي حيث ارتفع عدد المستخدمين بنسبة 40 % ليصل إلى 28 مليون مستخدم مقارنة ب 14 مليون مستخدم فقط عام 2004.

ويتوقع التقرير أن يرتفع حجم التجارة الإلكترونية في العالم العربي من 9 مليارات دولار أمريكي في 2012 15 مليار دولار أمريكي في عام 2015.³

أما عن الجزائر وبحكم موقعها في شمال قارة إفريقيا، وإطلالها على البحر الأبيض المتوسط الذي يفصل بينها وبين الدول التي توصف بأنها متقدمة ومتطورة، وإافة التي تفصل بين تلك الدول تتناسب مع البعد التكنولوجي الذي يسجل بين المجتمع الجزائري ونظيره في الدول المتقدمة.

¹ - محمد غزيل - معوقات تطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر وسبل معالجتها. أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه. 2009-2010.

² -www.TP4s.com.2014.15:31

³ -eda2a.com/news/272425-2014.15 :24.

قد نجد بعض المواصفات الثقافية متطابقة بين المجتمعين، وقد نجد أن بعضها يسجل تفوقا في الجزائر زمن، مما يعكس سرعة تأثر مع الجزائري بثقافات الأجنبية مع أنه لم تكن هناك جهود تذكر من طرف الدولة للوصول إلى هذه النتيجة بينما تم تسجيله من جهود وإنفاق كبير من أجل تطوير قطاع الاتصال وتكنولوجيا المعلومات في الجزائر.

فقد قامت الدولة بإنشاء وتنفيذ برامج طموحة في مجال التكنولوجيا وذلك بتخصيصها أغلفة مالية ضخمة وطاقات بشرية معتبرة من أجل تدعيم قطاع التجارة الإلكترونية في الجزائر من مختلف الأوجه، دعمت الدولة البحوث الأكاديمية في مجال المؤسسات المستثمرة في قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات تنفيذ مشاريعها كلها من خطط محكمة وإستراتيجية

هذه الجهود فإن المؤسسات الجزائرية تواجه الكثير من العراقيل التي تحول دون توسع انتشار التجارة الإلكترونية ووسائل دفعها الحديثة، إلا أن إلقاء هذه التجارة بظلالها على كثير من الدول التي من بينها الجزائر وتحولها إلى واقع ملموس، أكد أن التجارة الإلكترونية صارت ضرورة ملحة لهذا البلد ومتطلبا تنمويا لتطوير المؤسسات، وتوفير فرص واسعة لدفع نموه الاقتصادي ومساهمتها في التجارة الخارجية، وهذا ما يفرض على المؤسسات الجزائرية أن تسعى إلى تعظيم الاستفادة من هذه التجارة وتسريع عملية الانتقال نحوها، وتوفير كافة أسباب نجاحها، والتي من متطلباتها البنية التحتية والتكنولوجيا والتشريعات المتعلقة بتطبيقها.¹

• إشكالية البحث:

تعتبر المؤسسات المالية والبنوك من أهم مستخدمي التجارة الإلكترونية في الدول المتقدمة، حيث يشهد القطاع المصرفي تنافسا شديدا منقطع النظير بسبب ما يفرضه الاقتصاد الجديد من تغيرات في المحيط من جهة وتوسع الاهتمامات ونشاطات العملاء من جهة وتنفيذها وغيرها من النشاطات التي يمكن ممارستها عبر الشبكة العالمية، سيؤدي حتما إلى تغير أنظمة الدفع وتطورها، وسيجد العميل نفسه في حاجة إلى وسائل أخرى أكثر حداثة وتطورا لتلبية احتياجاته تكون أكثر سرعة وأمنا، مما يحتم على المؤسسات التفاعل مع هذه التغيرات خاصة وأن القيمة الأكبر في أي اقتصاد ، ورضا المستهلك هو ما لا يمكن شراءه أو التحكم فيه، لذلك تسعى المؤسسات إلى تقديم خدمات أحسن لعملائها وهذا يتطلب جهودا كبيرة لاسيما بعد تزايد أهمية الخدمات الاقتصادية في الاقتصاديات العالمية؛ إضافة إلى أن العميل أصبح أمام خيارات عديدة من المنتجات والخدمات وإمكانية المفاضلة بين المنتجات العالمية، فالعالم الآن أصبح هو السوق واتسعت بذلك رقعة المنافسة.

شكالية التالية:

¹ - أثر التجارة الإلكترونية على تحسن نوعية الخدمة المصرفية - نيل شهادة الماجستير-

◀ ما هو واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر؟ وبالأخص وسائل الدفع الحديثة. وما مدى استخدامها في المؤسسات الاقتصادية .

ولتبسيط هذه الإشكاليات
ولتعتبر دعما مهما لمنهجية
شكالية الرئيسية وتتمثل الأسئلة الفرعية فيما يلي:

- 1- ما هي التجارة الإلكترونية، وما مراحلها، فوائدها، مستقبلها؟
- 2- ما حقيقة وسائل الدفع الإلكترونية وكيف كان تطورها؟
- 3- ما هي كيفية تعامل المؤسسات الجزائرية مع وسائل الدفع الحديثة؟

• فرضيات البحث:

وقصد تسهيل الإجابة على الإشكالية المطروحة والأسئلة الفرعية، ارتأينا إلى وضع الفرضيتين التاليتين:

- 1- التجارة الإلكترونية هي ظاهرة حديثة يصعب تحديد مجالها الجغرافي والسياسي، وهي تعنى بعملية تبادل المنتجات والخدمات من خلال شبكة اتصالات من ضمنها الانترنت.
- 2- ضرورة وفعالية وسرعة العمليات في نظام الدفع الإلكتروني يستوجب تبني التقنيات العصرية العملاء الاقتصاديين.

• أهمية الدراسة:

يستمد هذا الموضوع أهميته من خلال النقاط التي تطرقنا إليها بعد البحث والاستفسار، إذ تعتبر التجارة الإلكترونية من موضوعات العصر في وقتنا الحاضر ومن المواضيع العامة التي شغلت أفكار المحللين والمفكرين، وأن التجارة الإلكترونية أصبحت واحدة من أهم التعبيرات الجديدة التي دخلت حياتنا اليومية التي تتداول في الاستخدام العادي للتعبير عن العديد من الأنشطة البشرية المرتبطة بثورة تكنولوجيا والمعلومات والاتصالات، لأنها فتحت أبوابا واسعة أما الأفراد والأعمال التجارية الصغيرة لك الكبيرة للاندماج ضمن الاقتصاد الجديد، وهذا ما يعكس تزايد أهمية المعاملات المالية التي تتم عبر شبكة الا سواء بين الأفراد أو الشركات التي يكون لها حتما بالغ الأثر على أنظمة الدفع في البنوك إلى تقديم خدمات ومنتجات جديدة تعمل على إقناع الجمهور بفوائدها وخاصة في الدول النامية.

• أهداف الدراسة:

يشكل موضوع التجارة الإلكترونية أحد الموضوعات الغامضة لدى مجتمعنا، والخوض في أي موضوع يهدف إلى تحقيق أغراض عديدة كالكشف عن حقائق إقرار أو توضيح غموض خلال هذه الدراسة أن نحقق مجموعة من الأهداف تتمثل :

- زالة الغموض عن مفهوم التجارة الالكترونية بتعريفها، والتحدث عن جوانبها وخصائصها المهمة.
- توضيح كيفية الانتقال من التجارة التقليدية إلى التجارة الالكترونية.
- إيضاح أن التجارة الالكترونية تعتبر نتيجة التقدم التكنولوجي الهادف لإشباع حاجات المجتمع.
- تسليط الـ على مؤشرات حول نمو وتطور التجارة الالكترونية.
- التعرف كذلك على أشكال التجارة الالكترونية، والأبعاد الاقتصادية لنظام الدفع الالكتروني.
- معلومات وإحصائيات حول استخدام وسائل الدفع الحديثة في المؤسسات الجزائرية.

• أسباب اختيار الموضوع:

سبب اختيارنا لهذا الموضوع أنه يعد من مواضيع الساعة والعصر والبحث في كل ما هو جديد في ما يخص وسائل الدفع بصفة خاصة والتجارة الالكترونية بصفة عامة.

• منهجية الدراسة:

ثلة المطروحة في إشكالية البحث، الأسلوب الوصفي التحليلي ثم حصر المقاربة النظرية في ثلاثة فصول.

حيث يضم يتطرق _____ إلى الإطار المفاهيمي للتجارة الالكترونية أين حاولنا توضيح صورة هذا النشاط من خلال عرض مجموعة من التعاريف، تحديد طبيعة النشاط، _____ إلى أسباب الانتقال من التجارة التقليدية إلى التجارة الالكترونية والدوافع التي تحمل الشركات ومؤسسات الأعمال إلى اتخاذ هذه الخطوة _____ إلى أساسيات التجارة الالكترونية من مبادئها ومزاياها وأخطارها وخصائصها.

فتناولنا فيه وسائل الدفع الحديثة المستخدمة في التجارة الالكترونية من خلال ثلاثة مباحث أيضا: _____ فيه إلى ماهية وسائل الدفع الالكتروني وذلك بإعطاء تعريف لها بالإضافة لى تحديد مشاكل الدفع الالكتروني، أما _____ فقد تطرقنا فيه إلى الأطراف المتعلقة بعملية الدفع وفي النهاية يأتي _____ الذي حاولنا فيه التعرف عن أنظمة الدفع الالكترونية ومزاياها وأخطارها والبعد

والذي يلعب دورا مهما في ربط النظري بالتطبيقي من خلال عرض إحصائيات واستبيانات عن مدى استخدام وسائل الدفع الحديثة في المؤسسات الجزائرية وإن كان هذا المفهوم لا يزال

• _____:

من بين الدراسات التي طرقت إلى موضوع التجارة الالكترونية ووسائل الدفع الحديثة التي تم الاعتماد عليها كركيزة لإعداد مذكرتنا، منها:

- دراسة محمد ملود غزير - معوقات تطبيق التجارة الالكترونية في الجزائر وسبيل معالجتها
- كانت هذه الدراسة محل بحث دكتوراه - جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان - 2009 - 2010
الإشكالية التالية: " ما هي المشاكل التي تحول دون تطبيق التجارة الالكترونية في
هي الحلول الممكنة لها "

وقفت الدراسة على النقاط التالية:

◀ إزالة الغموض عن مفهوم التجارة الالكترونية بتعريفها والتحدث عن جوانبها وخصائصها المهمة.
◀ توضيح أن التجارة الالكترونية تعتبر نتيجة التقدم التكنولوجي الهادف لإشباع حاجات
◀ تبين أنه لا تعتبر تهديدات التجارة الالكترونية مبررا لعدم استخدامها إذا ما قورنت بفوائده

من خلال هذه الدراسة توصل الباحث إلى النتائج التالية:

❖ تشمل التجارة الالكترونية بمفهومها العلمي مجالات عديدة، حيث تشمل الترويج والدعاية والإعلان
وتقديم

❖ تتم معاملات التجارة الإلكترونية سواء بين المنشآت بعضها البعض أو بين المنشآت وعمالها من
المستهلكين أو بين المنشآت والهيئات الرسمية مثل الحكومات.

❖ القوانين والتشريعات الخاصة بالتجارة الالكترونية ووعي المتعاملين بها خاصة فيما يتعلق بأنظمة
الدفع الالكترونية والمنازعات.

- **ثانيا:** - التجارة الالكترونية في الجزائر - كانت هذه ا

لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية - جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان سنة 2003 - 2004.
الإشكالية التالية " ما هو واقع و آفاق التجارة الالكترونية في الجزائر؟ وهل بدأ عصر التجارة الالكترونية في
"

- اعتمد في الدراسة على نقاط أهمها:

◀ نترنت في مستواه البدائي بالمؤسسات الجزائرية.
◀ إن التجارة الالكترونية أوسع من حصرها في عملية البيع والشراء ع
◀ نترنت بالجزائر أدى إلى عدم انتشار التجارة الالكترونية.

ومن أهم النتائج المستخلصة في هذا البحث:

❖ إن التجارة الالكترونية رفعت الحواجز التقليدية للتجارة الكلاسيكية وساهمت لدى الغرب في زيادة التدفقات النقدية الناجمة عنها بشكل ملفت للاهتمام؛ هذا ما جعلنا كعرب نفكر في إمكانات الوصول إلى تكامل وتعاون واندماج اقتصادي تجاري فيما بيننا وبين العالم عن طريق هذه الأداة التي تعيق التكامل والاندماج بين اقتصاديا .

❖ إن التجارة الالكترونية وسيلة حديثة للممار ت التجارية الدولية (أو المحلية) إن لم نتحكم فيها ي ما يفوق التخلف والتأزم الذي عانيناه سابقا ولازلنا نعانيه اليوم، لأنها مبنية على السرعة والفعالية وهي الخاصية التي تفتقدها الاقتصاديات العربية.

- دراسة سمية ديمش: التجارة الالكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر(2010 – 2011) هذا العنوان محل رسالة الماجستير بكلية منتوري – قسنطينة – حيث كانت إشكالية هذه الدراسة: " الجزائر للتجارة الالكترونية " اعتمدت هذه الدراسة على نقاط أهمها:

- تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والبنية الأساسية والقاعدة التكنولوجية لتعاملات التجارة الالكترونية.
- التجارة الالكترونية ظاهرة حديثة يصعب تحديد مجالها الجغرافي والسياسي، وهي تعنى بعملية ن خلال شبكة اتصالات من ضمنها الا لوجية، إلا أنها تحنل موقعا متأخرا تطبيق تقنيات المعلومات والاتصالات.

حيث توج هذا البحث بنتائج:

❖ أحدثت التطورات التكنولوجية طفرة اتصالات ومعلومات في كل المجالات، فقد حولت الاقتصاد من الشكل التقليدي إلى الشكل الرقم حول اللامادية والسرعة المعتمدة على المعلومات كأهم

❖ تعاني الجزائر من تدني كبير في نسبة استخدام التجارة الالكترونية، ويغيب هذا المصطلح عن قاموس التعاملات التجارية، ويعود سبب هذا التغير إلى ام انتشار هذه

❖ يرجع الفضل الكبير في تحقيق وجود التجارة الالكترونية وانتشارها إلى الأدوات المختلفة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، التي وفرت البيئة التقنية اللازمة لقيام هذه التجارة والتي هي الاستخدام المكثف للتكنولوجيا الحديثة من أجهزة حاسوب ووسائل وش

- دراسة أيمن أحمد محمد شاهين – مقومات العمل المصرفي الإلكتروني كأداة لتعزيز وتطوير نظام الدفع والتجارة الإلكترونية – 2013 – 2014 قدمت هذه الدراسة استكمالاً
ستير في المحاسبة والتمويل – الجامعة الإسلامية – عمادة الدراسات العليا – كلية
التجارة قسم المحاسبة والتمويل.

مشكلة الدراسة لهذا البحث تمثلت فيما يلي: " ما مدى تأثير مقومات العمل المصرفي الإلكتروني في
المصارف الفلسطينية لتتمكن من القيام بالدور المطلوب في تعزيز وتطوير نظم الدفع والتجارة الإلكترونية " **وقفت هذه الدراسة على فرضيات منها:**

« تؤثر التشريعات القانونية للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الفلسطينية بدلالة إحصائية
(0.05) تعزيز وتطوير نظم الدفع المسبق والتجارة الإلكترونية.
« تؤثر وسائل الحماية والأمان للعمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الفلسطينية بدلالة
ية عند مستوى (0.05) على تعزيز وتطوير نظم الدفع والتجارة الإلكترونية.

:

❖ تتوفر بعض التشريعات المتعلقة بنظم العمليات المصرفية الإلكترونية في المصارف الفلسطينية
الضوابط القانونية ذات العلاقة بحماية البنات الشخصية، وحماية نظم المعلومات
من مخاطر الاعتداء على البيانات الشخصية.

❖ يتم التعامل مع جرائم الكمبيوتر والانترنت بشكل غير كاف لضمان أمن، وخصوصية المعلومات
أساس انتشار التجارة الإلكترونية وتطويرها، بالإضافة إلى أن أنظمة الترميز ذات التقنيات المتطورة
الموجودة لدى المصرف غير كافية.

❖ لا يعتمد المصرف التوقيع الإلكتروني بديلاً عن التوقيع اليدوي، بالإضافة إلى أنه لا يتم استخدام
الهواتف الخلوية في جميع المصارف الإلكترونية كالاستعلام من المصرف عن أرصدة الحسابات أو معرفة
ضاع الراهنة لإجراء تسويات على الشبكات.

الفصل الأول

التجارة الالكترونية

تميزت التغييرات في هذا العصر بممارسة أنشطة عديدة ترتبط بتكنولوجيا المعلومات والاتصال، التي تتسم بالسرعة ووفرة المعلومات ومن بين ما أفرزه هذا التطور هو ظهور مصطلحات جديدة في الاقتصاد تعدت الحدود المادية الجغرافية وألغت جميع القيود التي تحد من حرية الإنسان في ممارسته لمعاملته، ومن بين هذه المصطلحات الجديدة هو مصطلح التجارة الإلكترونية وتقنيات جديدة مثل الاقتصاد الرقمي DIGITAL ECONOMIE التي تعتبر من النشاطات المرتبطة بالاقتصاد والمعلومات التي فرضها الاقتصاد الجديد.

يعود ظهور التجارة الإلكترونية إلى ثلاثة عقود مضت من القرن الماضي، وتعتمد هذه التجارة على نظام معلوماتي، أدواتها كلها إلكترونية تتمثل في الحاسب الآلي وملحقاته كشبكة الإنترنت، الهاتف والفاكس إلى غيرها من التقنيات التي تلعب دوراً مؤثراً في النشاط التجاري.

حتى السداد في هذه التجارة يتم بطريقة إلكترونية وذلك عن طريق التحويلات الإلكترونية للنقود أو تسويق الائتمان، فالتجارة الإلكترونية اعتبرها المحللين الاقتصاديين بأنها محرك جديد للتنمية الاقتصادية وذلك لأنها وسيلة فعالة وسريعة لإبرام الصفقات وترويج المنتجات والخدمات.

على ضوء كل النقاط التي تحتويها التجارة الإلكترونية، حاولنا من خلال هذا الفصل أن نعطي مراحل ية، مفهوم التجارة الإلكترونية وأشكالها، أهميتها، مبادئها ومزاياها، خصائصها.

الإطار المفاهيمي للتجارة الالكترونية:

في هذا العصر الرقمي الذي انتشر فيه لم يعد مقتصرًا على المجال العلمي بل شمل جميع الميادين، كما أصبح مستخدماً في التداول التجاري، ويتطور نظام الانترنت نتيجة أنشطة تجارية جديدة منها شعاع مفهوم التجارة الالكترونية (E-commerce).

يراه البعض محصوراً في بيع المنتجات من المنتج إلى المستهلك عن طريق المر إلا أن هذه النظرة مازالت ضيقة.

مفهوم التجارة الإلكترونية:

1: نشأة وتاريخ التجارة الإلكترونية.

يرجع مفهوم التجارة الإلكترونية إلى سبعينيات القرن العشرين عندما استخدمت شركات شبكات خاصة تربطها بعمالها وشركاء أعمالها لتسهيل الاتصال وخفض العمليات الورقية والاحتكاك البشري وخفض تكاليف التشغيل، وزيادة كفاءة العمليات¹.

في أوائل السبعينات بدأت تطبيقات التجارة الإلكترونية للتحويلات الالكترونية للأموال، لكن مدى التطبيق لم يتجاوز المؤسسات التجارية العملا أتى مفهوم تبادل البيانات الالكترونية (EDI)² تطبيق التجارة الالكترونية من مجرد معاملات مالية إلى معاملات أخرى وامتدت التقنية من مؤسسات مالية إلى

بدأ انتشار البريد الالكتروني مع العمل الشبكي وازداد انتشاره في الأعمال منذ أوائل الثمانينات كبديل فعال وسريع للبريد التقليدي والفاكس ثم أصبح من أهم الأدوات التي يستخدمها رجال الأعمال والمؤسسات.³

مع تحول الانترنت إلى أداة مالية وربحية في تسعينيات القرن العشرين وانتشارها ونموها خرج مصطلح التجارة الالكترونية ثم تطورت تطبيقات التجارة الالكترونية من استخدام الإنترنت في التجارة الالكترونية

1992 كانت نقطة التحول الرئيسية في مجال التجارة الالكترونية وذلك من خلال ظهور شبكة الويب حيث أصبح المستخدمين العاديين قادرين على استخدام شبكة المعلومات الدولية بالإضافة لكون هذه لموجودة عليها أكثر جاذبية في

4

(web) ويب لنشر كتيبات والإعلان عن أنشطتها على مواقع في صفحات بسيطة

نتيجة تطوير وتحسين صفحات شبكة الويب، قامت الشركات بإنشاء وتغيير وتحديث مواقع نشاطها فنشرت نشطة وبيانات المنتجات بالرسوم وصور مع وصلات المنتجات وأقسام الإنتاج والدعم الفني والتراسل مع زيادة إمكانات الشبكة وتطور تقنية البرمجة والاستعراض، زادت مواقع وطرق ووسائل التجارة

¹ - عبد الحميد بسيوني وعبد الكريم بسيوني - أساسيات ومبادئ التجارة الالكترونية (القاهرة) دار الكتب العلمية - 2004 - 17.

² - EDI : Electronic Data Interchange <https://www.ectal.com/2011/10/blog-post-18.html>.2014.

³ - هشام مخلوف ومحمد وجدي يوسف وآخرون - التجارة الالكترونية وآفاق المستقبل (القاهرة 2003).

⁴ - محمد عمر منصور الشويرف - التجارة الالكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد - دار زهران للنشر والتوزيع 2013.

التجارة الالكترونية

والبيع والتسويق، وانتقلت الأعمال من تبادل الرسائل والإعلان عن المنتجات إلى نشاط التسويق والترويج

1997 أصدرت الإدارة الأمريكية ما أطلق عليه بالإطار المتكامل لمشروع البنية التحتية للمعلومات الكونية راسما من خلاله مستقبل التجارة الالكترونية التي تقودها أمريكا، وفي شهر مارس من العام 1998 تقدمت أمريكا إلى منظمة التجارة العالمية بطلب إدراج التجارة الالكترونية إلى جدول أعمالها لكي يتم التفاوض عليها والوصول إلى معاهدة متعددة الأطراف حولها، وفي شهر ماي من العام نفسه صدر عن المنظمة العالمية للتجارة إعلان عن التجارة الالكترونية، قرر من خلاله المؤتمر الوزاري الثاني حث المجلس العام للمنظمة على وضع دراسة متكاملة حول التجارة الالكترونية، وفي هذا الإطار قامت المنظمة في شهر سبتمبر 1998 الخاص بالملكية الفكرية، ومجلس لجنة التجارة والتنمية لدراسة الموضوع المتعلق بالتجارة الالكترونية¹

وبتاريخ 17 1999 أصدرت المنظمة العالمية للتجارة تقريرها وتم من خلاله تصنيف التجارة الالكترونية عالميا ضمن مفهوم الخدمات، حيث أوضح هذا التقرير أن تزويد الخدمات بالطرق التقنية يقع في نطاق الاتفاقية العامة للتجارة ف " جايتس " وذلك لأن الاتفاقية تطبق على كل الخدمات بغض النظر عن طريقة تقديمها، بالإضافة إلى أن العوامل المؤثرة على التزويد الالكتروني للخدمات هي نفسها التي تؤثر على تجارة الخدمات ومن هنا تخضع عمليات تزويد الخدمة بالطرق التقنية إلى كافة نصوص اتفاقية التجارة العامة في الخدمات سواء فيما يتعلق بالمتطلبات أو الالتزامات بما في ذلك الشفافية أو التنظيم الداخلي أو المنافسة أو الدفع و التحويلات النقدية والتعاون الاقتصادي والتنمية، حيث كرست جهودها في عام 1998 رئيسي للتجارة الالكترونية ومن أبرز ما قامت به انعقاد المؤتمر العالمي للتجارة الالكترونية والذي عقد في 7 - 9 1998 في مدينة أوتاوا الكندية حيث تناول هذا المؤتمر المسائل التي من شأنها أن تجعل التجارة الالكترونية وعبر تنظيمها المحكم مشابهة تماما للتجارة التقليدية وتناول المؤتمر العديد من القضايا المتعلقة بمسائل الدفع النقدي والتحويلات المالية عبر شبكات الاتصال وشبكة المعلومات الدولية ووسائل الدفع الالكترونية ومسائل العقود الالكترونية والسياسات الضريبية المتعلقة بالتجارة الالكترونية ودور القطاعين الخاص والعام في تنظيم أعمال التجارة الالكترونية²

كذلك يضاف إلى هذه الجهود دور منظمة الأمم المتحدة من خلال لجنة القانون التجاري الدولي (والتي قامت بوضع القانون النموذجي للتجارة الالكترونية³ .

بدأ نمو تطبيقات التجارة الالكترونية وتطور المعدات والشبكات والبرامج وازدياد حدة المنافسة بين الشركات، بدأت الأعمال الإلكترونية بين الشركات عبر الإنترنت لتنتقل إليها الصفقات التجارية بتفاصيلها وأعمالها الإدارية والوثائق كبوالص التأمين وفواتير الشحن والعقود وأوامر التحويل البنكي وعروض الأسعار والاعتمادات المسندية وغيرها إلكترونيا بمفاهيم تختلف عن الطرق التقليدية⁴.

نشأة الأسواق الرقمية لموقع تلاق لشركات مختلفة إذ تربط مجموعة كبيرة من المصنعين والمنتجين والموزعين وتجار التجزئة وموردي مكونات

¹ - محمد عمر منصور الشويرف.

² - إبراهيم العيسوي- التجارة الالكترونية.

³ - عبد الحميد البسيوني- 21.

- القاهرة - المكتبة الأكاديمية. 2003.

⁴ - <https://www.ectall.com/2011/10/bloc-post-18.html> 2014.

التجارة الإلكترونية

بياناتهم وتديرها شركة مستقلة تقوم بإظهار مؤشرات لمعلومات والتقارير للمشاركين لتبادل المعلومات التجارية واستثمارها في عقد الصفقات بينهم.

ظهرت شركات التجارة " Dot com " لمواقع مستقلة متخصصة في التجارة الإلكترونية ليست تابعة لشركات الإنتاج أو شركات البيع، تتخصص في عرض وتجميع منتجات منتجين ليقوم المستهلك بالتسويق والشراء من خلالها وتحصل المواقع على نسبة من قيمة المبيعات التي تتم من خلالها (B2C) شركة المستهلك) تكونت أسواق رقمية منها: أسواق مخصصة لخدمة المؤسسة أو هيئة مثل السوق الرقمية لوزارة الدفاع البريطانية، وأسواق مخصصة لتجميع شركات ذات نشاط متشابه أو تعمل في قطاع واحد مثل: سوق الشركات المنتجة للمكونات المعدنية لصناعة السيارات الأوروبية، وأسواق رقمية تقدم خدمات متخصصة كخدمات التأمين والخدمات المالية والمصرفية، وظهرت بطاقات الائتمان الذكية لتحل محل بطاقات الائتمان العادية وتتيح سرية التعاملات المالية عبر الشبكة، ويعتقد أن هذه البطاقة قد تصبح أهم مقومات التجارة الإلكترونية.

أدركت المؤسسات التجارية أهمية ويمكن إدراك مدى أهمية بالنسبة للشركات التجارية 76 % من عدد المشتركين الجدد في هي من نصيب الشركات والمؤسسات التجارية¹.

في البداية واجه مجتمع الشركات التجارية بالعداء بسبب انتماء معظم المشتركين القدامى لطائفة الباحثين والعلماء، لكن التطور شجع الشركات على الدخول في مجال البيع والتجارة والخدمات وسرعان ما تجاوزت معها قطاعات عريضة من المستخدمين².

2 : ماهية التجارة الإلكترونية:

تمثل التجارة الإلكترونية ركنا أساسيا من أركان الاقتصاد الرقمي (Digital economy) الذي يقوم أساسا على تقنية المعلومات التي يرجع الفضل إليها في خلق الوجود الواقعي والحقيقي للتجارة الإلكترونية باعتبارها تعتمد على الحواسيب والاتصالات ومختلف الوسائل التقنية لتنفيذ وإدارة النشاط التجاري³.

ومصطلح التجارة الإلكترونية هو ترجمة ل (commerce electronic) والذي يختصر إلى (E-commerce)، وتعتبر التجارة الإلكترونية من أبرز الأحداث التي بدأت في الظهور على الساحة الدولية لتعبر عن العديد من الأعمال والممارسات التي ارتبطت ارتباطا وثيقا بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الرغم من أن مفهوم إنجاز الأعمال بطريقة إلكترونية قد عرف منذ فترة وذلك من خلال الشبكات الخاصة أو

وحتى تتمكن من دراسة التجارة الإلكترونية ومعرفة جوانبها وممارساتها المختلفة ينبغي أن ندرك بأن مصطلح التجارة الإلكترونية ينقسم إلى قسمين أساسيين هما:⁴

1. وتعتبر عن أي نشاط اقتصادية يتم من خلاله تبادل السلع والخدمات فيما بين أطراف التعامل المختلفة سواء كانت حكومات أو شركات أو أفراد وذلك وفق قواعد ونظم متفق عليها.

¹ - عبد الحميد بسيوني - 22 -

² - تصور الشويرف - 45 -

³ - عبد الحميد بسيوني وعبد الكريم عبد الحميد بسيوني-التجارة الإلكترونية-(القاهرة دار الكتب العلمية 2003).

⁴ - أمير فرج يوسف-التجارة الإلكترونية-دار المطبوعات الجامعية أمام كلية الحقوق-الإسكندرية 2008 (16).

التجارة الإلكترونية

2. **رونية:** وهي وصف لهذا النوع من التجارة يشير إلى أنها لا تتم إلا باستخدام الوسائط والأساليب الإلكترونية المختلفة والتي تعتبر شبكة المعلومات الدولية من أهمها.

التعريف الأول: هي نشاط اقتصادي يتم من خلاله تداول السلع والخدمات عن طريق استخدام وسائط وأساليب الكترونية¹ والمقصود بالوسيلة أو الوسيط الإلكتروني هنا شبكة المعلومات الدولية على الرغم من أنها يمكن أن تتسع في هذا التعريف لتشمل إلى جانب ذلك الشبكات الخاصة المطلقة والتي تستخدم من قبل الأشخاص داخل أماكن معينة كتلك المستخدمة داخل شركات الطيران ويطلق على هـ " " وتشمل كذلك الشبكات التي تصل بين المشتري معين ومجموعة من الموردين لشراء ما يحتاجه من منتجات ولعل من أشهرها ما يربط بين شركات صناعة السيارات وموردي المكونات لإنتاجها ويعرف هذا النوع " " ويشمل التعريف بالإضافة إلى كل التعاريف التي تأتي لاحقاً ببيع وشراء السلع والخدمات التي قد يجري توصيلها للمشتري بإحدى الطريقتين هما: 2

- **الطريقة التقليدية:** وفيها يتم تقديم طلب الشراء وسداد القيمة الكترونياً غير أن تسليم المنتج يتم بأي وسيلة من وسائل التسليم التقليدية كما هو الحال في الأثاث المكتبي مثلاً، أي من دون استخدام الوسيط الإلكتروني في تسليمها.

- **الطريقة الإلكترونية:** وفيها تتم إجراءات طلب الشراء ودفع الثمن والتسليم عن طريق الوسيط الإلكتروني وغالباً ما يكون ذلك في المنتجات القابلة للترقيم أي التي يمكن تحويلها من الشكل المادي إلى الرقمي كالموسيقى وأفلام الفيديو والبرمجيات.

التعريف الثاني: المنظمة العالمية للتجارة.

" التجارة الإلكترونية مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات، وتأسيس الروابط التجارية وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات والخدمات بوسائل إلكترونية " 3

- تأخذ هذه المنظمة بتعريف واسع للتجارة الإلكترونية التي تشمل ثلاثة أنواع من العمليات التجارية: 4
- عمليات الإعلان عن المنتج وعمليات البحث عنه.
- عملية تقديم طلب الشراء وسداد ثمن المشتريات.
- عملية تسليم المشتريات.

التعريف الثالث: وهو تعريف تعتمده دول الاتحاد الأوروبي وينص على مفهوم التجارة الإلكترونية وهو مفهوم عام يغطي أي شكل من أشكال المعاملات التجارية أو تبادل المعلومات يتم تنفيذه باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بين مختلف أطراف التعامل وهذا يعني ما يلي:

- 1- الإلكترونية لا تعبر فقط عن تبادل السلع والخدمات من خلال شبكة المعلومات الدولية بل تتعدى كل ذلك لتشمل أي عملية تجارية تتم من خلال الوسائل الإلكترونية وعبر شبكات الكمبيوتر.
- 2- شمل مفهوم المنتجات بالإضافة إلى السلع المادية الملموسة والخدمات والمنتجات الرقمية كالأدوية.

¹ إبراهيم العيسوي: التجارة الإلكترونية (1)-القاهرة، المكتبة الأكاديمية 2003.

² عبد الحميد بسيوني وعبد الكريم عبد الحميد البيهوني-أساسيات ومبادئ التجارة الإلكترونية.

³ إبراهيم العيسوي-التجارة الإلكترونية.

12.

⁴ هشام مخلوف ومحمد وجدي يوسف وآخرون-التجارة الإلكترونية الحاضر وأفاق المستقبل-القاهرة 2003.

التجارة الالكترونية

3- المقصود بالوسائل الالكترونية في هذا التعريف هي التي تعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من خلال الشبكات وخاصة شبكة المعلومات الدولية كمواقع الويب والتبادل الالكتروني للبيانات، التحويل الالكتروني للأموال والبريد الالكتروني.¹

التعريف الرابع: التجارة الالكترونية هي تنفيذ وإدارة الأنشطة الجارية المتعلقة بالبضاعة والخدمات بواسطة تحويل عبر شبكة الانترنت أو الأنظمة التقنية الشبيهة، ويمتد المفهوم الشامل للتجارة الالكترونية بشكل :

- ✓ خدمات ربط أو دخول الانترنت وما تتضمنه خدمات الربط من خدمات ذات مستوى تقني ومثالها الواضح في الخدمات المقدمة من مزودي خدمات الانترنت.
- ✓ التسليم أو التوريد التقني للخدمات.
- ✓ استعمال الانترنت بواسطة أو وسيلة لتوزيع الخدمات وتوزيع البضائع والخدمات المسلمة بطريقة غير تقنية وتسليم مادي عادي.²

التعريف الخامس: عرفت بعض القطاعات التجارة الالكترونية كل حسب طبيعة عمله ومن هذه التعريفات:

- 1- **من وجهة قطاع الخدمات:** تعرف التجارة الالكترونية بأنها " أداة من تلبية رغبات الشركات المستهلكين و المدراء في خفض تكلفة الخدمة ورفع كفاءتها والعمل على تسريع توصيلها".³
- 2- **من جهة قطاع الاتصالات:** تعرف التجارة الالكترونية على أنها " وسيلة من أجل توصيل المعلومات أو الخدمات أو المنتجات عبر خطوط الهاتف أو عبر شبكات الكمبيوتر أو عبر أي وسيلة تقنية".
- 3- **من وجهة الأعمال التجارية:** " هي عملية تطبيق التقنية من أجل جمع المعلومات التجارية وتجري بصورة تلقائية وبسرعة.
- 4- **ومن وجهة عالم الانترنت:** تعرف التجارة الالكترونية بأنها التجارة التي تفتح المجال لبيع وشراء (Web) (Wap).

• ومن خلال التعاريف السابقة نخلص إلى التعريف الإجمالي للتجاري الالكترونية : " الالكترونية هي كل معاملة تجارية بين البائع والمشتري ساهمت فيها شبكة الانترنت بصفة إجمالية أو جزئية، كالترويد بالمعلومات (عن طريق شبكة الإنترنت أو شبكات تجارية أخرى)، تخص خدمة أو سلعة معينة لاقتنائها لاحقا وسواء تم التسديد الكترونيا، بصك و رقي، نقدا عند التسليم أو بطريقة أخرى.⁴

الفرقة بين التجارة الالكترونية والمفاهيم المشابهة لها.

قبل الدخول إلى الفرقة بين التجارة الالكترونية والمفاهيم المشابهة لها ولكي يتضح أكثر فأكثر مفهوم ية و لإزالة الغموض و اللبس حوله :

من التعرف على الفرق الجهوي بين التجارة الالكترونية والتجارة التقليدية.

فالتجارة الالكترونية ليست نوعا واحدا بل هناك أشكال ودرجات مختلفة منها، وتختلف هذه الأشكال تبعا لدرجة تقنية المنتج وتقنية العملية و تقنية الوسيط، حيث أن كل سلعة يتم تسويقها في المعاملات التجارية إما أن

¹ - أمير فرج يوسف - 17.

² - عبد الحميد بسيوني و عبد الكريم عبد الحميد بسيوني: الإلكترونية. 54.

³ - إبراهيم بختي-التجارة الإلكترونية-الجزائر ديوان المطبوعات الجامعية، 2005.

⁴ - "التجارة الإلكترونية: كيف متى وأين"، الموسوعة العربية للكمبيوتر والإنترنت على online

تكون ملموسة أو رقمية وأي وسيط يكون في العملية التجارية إما يكون ملموس أو رقمي، وكذلك العملية إما ن تكون ملموسة أو رقمية¹ وعلى هذا الأساس يمكننا تقسيم التجارة إلى ثلاثة أنواع:

1- **تجارة إلكترونية بحتة ()** : وتعني أن الزبون يزور موقعاً للشركة على ، فعند اختياره للسلعة المناسبة يقوم بملأ استمارة الطلب من خلال جهاز الكمبيوتر ويبيعت بها إلى البائع ويسوي مدفوعاته النقدية إلكترونياً كما أن التسليم يكون فوراً عبر ، ففي هذه الحالة يكون الوسيط رقمي والسلعة رقمية والعملية رقمية مثل حالة شراء برمجيات من موقع للتجارة الإلكترونية:
- فالمنتج يتمثل في برمجيات الكمبيوتر ذات الطبيعة الإلكترونية أي التي لا يمكن لمسها باليد.
- عملية الشراء أيضاً لم تتم من خلال الموقع المادي للشركة، وإنما من خلال موقعها على الويب.
- الحصول على المنتج يتم من خلال إرسال الشركة لهذه البرمجيات عبر الإنترنت أو البريد الإلكتروني فيظهر في هذه الحالة الوسيط الإلكتروني.

2- تجارة تقليدية بحتة:

عندما يكون الوسيط ملموس والسلعة ملموسة وكذلك العملية ملموسة، مثل التوجه إلى المتجر لاقتناء الاحتياجات والمتطلبات كالمواد الغذائية والألبسة.

3- تجارة إلكترونية جزئية:

هي مزيج بين التجارة التقليدية والتجارة الجزئية، حيث أن أحد العوامل الثلاثة رقمي والباقي ملموس، مثل ، أي أن العمليات تم إنجازها إلكترونياً (الطلب والتسديد). بينما التسليم يكون مادياً أي بأسلوب التجارة التقليدية وهذا عن طريق إرسال الشركة للكتاب عبر البريد العادي.

من خلال هذه الأنواع يتضح لنا بأن: التجارة التقليدية تعني أن يتجه المشتري إلى المتجر لشراء احتياجاته ومتطلباته، بينما التجارة الإلكترونية هي سوق إلكتروني يتواصل فيه البائعون والمشترون وتعرض المنتجات من سلع وخدمات في صيغة رقمية، وتسمى هذه العملية بالتبادل الإلكتروني والتي تختلف كثيراً عن عملية التبادل التقليدي المتعارف عليها. ويلخص الجدول التالي الفروق بين كلا النوعين:

¹ - زائري بلقاسم، طوباش "طبيعة التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها المتعددة" مجلة المستقبل العربي يصدرها مركز دراسات الوحدة العربية، السنة 2003 288 25

1-1: مقارنة بين الطريقة القديمة والجديدة لشراء سلعة ما:

العملية	تجارة تقليدية	إلكترونية
- معين.	- رسالة، وثيقة.	- Web.
- التأكد على الطلبية.	- رسالة، وثيقة.	- بريد الكتروني.
- تسليم الطلبية.	- هاتف، فاكس.	- بريد الكتروني.
- بعث الطلبية.	- وثيقة مطبوعة.	- بريد الكتروني.
- تخطيط التسليم.	- فاكس، بريد.	- بريد
- تأكيد التسليم.	- وثيقة مطبوعة، فاكس، هاتف.	- قاعدة البيانات على الخط،
- بعث التسوية المالية.	- وثيقة مطبوعة.	- Web
	- وثيقة مطبوعة.	- قاعدة البيانات على الخط.
	- وثيقة مطبوعة.	- بريد الكتروني.
	- وثيقة مطبوعة.	- بريد الكتروني.
	- بريد.	- تحويل الكتروني للأموال والبيانات.
	- بريد.	

: زايري بلقاسم، طوباش علي " طبيعة التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها المتعددة "

العربي، يصدرها مركز دراسات الوحدة العربية، السنة 25 288 2003.

وبالتمعن في الجدول نلاحظ أن هناك بعض التشابه بين الطريقة القديمة والجديدة للشراء إلا أن طريقتي الحصول على المعلومات وتحويلها تختلفان. فالتجارة التقليدية تستغرق وقتاً طويلاً لمعالجة الطلبية بسبب محاو الاتصال المختلفة على عكس التجارة الإلكترونية التي تختصر هذه المحاور وتكون فيها معلومات ذات طبيعة رقمية¹.

وتتميز التجارة الإلكترونية على التجارة التقليدية باختصار الدورة التجارية مما ينعكس على تخفيض تكلفة المنتج، حيث ألغت التجارة الإلكترونية دور تجار الجملة والتجزئة والوكلاء وأصبحت عملية البيع تتم من المصنع إلى المستهلك مباشرة، وبالتالي تنخفض الأرباح التي كان يتحصل عليها هؤلاء الوسطاء نتيجة الجهود التي يبذلونها في شحن وتخزين وإعلان لتوصيل السلع إلى المستهلك.

إن معظم السلع التي يتم تسويقها عبر المعلومات الإلكترونية هي عبارة عن سلع غير مادية ورحلات ومنتجات معلوماتية، أما العقارات والمنتجات الغذائية سريعة التلف هي سلع ملائمة تماماً لأنشطة التجارة التقليدية، وهذا ما سيبينه الجدول التالي:

2-1: تصنيف المنتجات حسب ملائمتها .

ملائمة تماما للتجارة التقليدية	ملائمة لمزيج من الإستراتيجيتين	للتجارة الالكترونية
<ul style="list-style-type: none"> - شراء وبيع الملابس. - الأغذية سريعة التلف. - بيع المصوغات والآثار عالية القيمة. - بيع العقارات. 	<ul style="list-style-type: none"> - شراء وبيع السيارات. - العملية المصرفية الفورية .online - شراء وبيع الاستثمارات ومنتجات التأمين. 	<ul style="list-style-type: none"> - شراء وبيع الكتب والشرائط CD. - تسليم فوري للبرامج. - خدمات الحجز والسياحة واللهم. - توفير المعلومات والخدمات القانونية.

: " التجارة الالكترونية: المفاهيم، تجارب، التحديات، الأبعاد التكنولوجية
المالية التسويقية القانونية " ، الدار الجامعية للطباعة والنشر، الإسكندرية 2003.

ثانيا: التفرقة بين التجارة الالكترونية والمفاهيم المشابهة لها.

لم يقتصر تأثير ثورة المعلومات على قطاعي التجارة والأعمال فحسب بل تعدته إلى قطاعات كثيرة حتى "e" (أو بمعناه الكترونية) بمجالات كثيرة مختلفة، حيث ظهرت الآن تعريفات ومصطلحات جديدة ما كانت لتظهر لولا تطور الاتصالات والتقنيات الرقمية وانتشار الانترنت.¹
الالكترونية وتداخلت مع عدة مصطلحات مرافقة من بينها:

1- الأعمال الالكترونية:

يشيع لنا الكثير استخدام مصطلحي التجارة الالكترونية والأعمال الإلكترونية بطريقة تبادلية، غير أن هذا الخطأ الشائع لا يراعي الفرق بينهما، حيث تعتبر الأعمال الالكترونية المضلة التي تدرج تحتها كل من التجارة الالكترونية والتسويق الالكتروني والحكومة الالكترونية وغيرها من المجالات الالكترونية الأخرى.
" IBM " أول من أطلق التعبير اللفظي للأعمال الإلكترونية " EB " Electronic Business² 1997 وتعرف هذه الشركة ال EB :
" الأعمال الالكترونية هي النتيجة التي نتحصل عليها عند جمع المجال الواسع الذي تمثله شساعة مصادر أنظمة المعلومات الكلاسيكية، ونتيجة هي لقطاع حيوي وتفاعلي³
الالكترونية أسس رابطة فعالة ما بين المعلومات المفيدة والأشخاص الذين هم بحاجة إليها ".
ومن التعريفات التي أعطيت للأعمال الالكترونية: " هي استخدام الوسائط الالكترونية بما فيها الانترنت
4 "

كما يعرفها البعض بأنها " استخدام تكنولوجيا لتدعيم العمليات التشغيلية والتجارة الالكترونية المنظمة وبينها وبين مورديها وغيرهم من أصحاب المصالح.⁵
من خلال التعريفات السابقة يمكننا استنتاج أن التجارة الالكترونية هي عبارة عن جزء بسيط من الأعمال الالكترونية ، فعلى عكس التجارة الالكترونية التي تشمل تعاقدات البيع والشراء وطلب الخدمة وتلقيها بألية تقنية،

¹ - برنامج تمويل التجارة العربية، "معلومات التجارة العربية البينية". نشرة فصلية رقم 30-31 . الإمارات العربية المتحدة. 2001.

IBM : International business madlires

² - "الإدارة الإلكترونية: الإستراتيجية والوظائف والمشكلات"، دار المريخ، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2004.

³ - IBM : www.ibm.com - 2011.

⁴ - طارق طه، "التسويق والتجارة الإلكترونية" - لكتب للنشر، القاهرة، مصر، 2005.

⁵ - "التسويق والتجارة الإلكترونية في الدول العربية، التحديات التي تواجهها في سبيل التغلب عليها" مجلة العلوم الإنسانية،

5 محمد خيضر، بسكرة، ديسمبر 2003.

التجارة الالكترونية

فإن الأعمال الالكترونية لا تقتصر على علاقة البائع والمورد بالزبون فقط، بل تمتد علاقة المنشآت بوكلائها وموظفيها وعملائها وكل الأطراف وذوي الصلة بهذه المنشأة، كما تمتد أيضا إلى أنماط أداء العمل وتقييمه والرقابة عليه، فالأعمال الالكترونية تمثل كل الأنشطة الإدارية، الإنتاجية، المالية والخدمات. على هذا الأساس يتأكد لنا بأن مصطلح الأعمال الالكترونية أكثر اتساعا وشمولا من التجارة الالكترونية حيث يمكنه استيعاب مجموعة من أنشطة الأعمال المعاصرة بالإضافة إلى التجارة الالكترونية، ومن بين هذه : رونية، المزادات الالكترونية، البورصات الالكترونية، البنوك الالكترونية، التسويق الالكتروني، شركات التأمين الالكتروني، الثقافة الالكترونية، المصنع الالكتروني¹.

2- التسويق الالكتروني:

كما يعرف أيضا باسم " التسويق الافتراضي " " سير تسويق " " Cyber marketing " ، وظهرت عبارة Cyber marketing لأول مرة في كتاب للأمريكي Lenkeelen 1995² الذي اقترح من خلاله التعريف :

" السير تسويق يعني استغلال الشبكة المفتوحة (Internet Extranet) للتسويق باستخدام مختلف الوسائل الرقمية ". وطبقا لهذا التعريف فإن التسويق الالكتروني يقصد به " تنفيذ كافة الأنشطة المتعلقة بالوظيفة التسويقية، مثل الإعلان والبيع وتوصيل السلع والخدمات وخدمة ما بعد البيع الإلكتروني باستخدام الويب³. وتأسسا على ما تقدم يمكن النظر إلى التسويق الالكتروني باعتباره جزء من نشاط أوسع هو التجا الالكترونية.

3- التجارة الخارجية الالكترونية Electronic trade:

وهي تعني القيام بالأنشطة التصديرية والاستيرادية التقليدية مثل البحث عن الفرص التصديرية والاستيراد والتفاوض وفتح الأسواق الخارجية وإتمام التعاقد والسحب والتوصيل إلكترونيا، باستخدام الويب. ويمكن القول بأن هذا المفهوم هو أقرب ما يكون إلى التجارة الالكترونية، إلا أن الفرق الجوهرى بينهما يتمثل في لون التجارة الخارجية الالكترونية تهتم بالأسواق الخارجية وتهمل المحلية، كما أنها تولى أهمية كبيرة

4- E-Commerce

E-Commerce باللغة الإنجليزية من كلمتين Internet-commerce

الإنترنت بينما e-commerce electronic-commerce، وعادة ما يستخدم هذين اللفظين مترادفين ولكن يوجد فرق بينهما. فالتجارة الالكترونية هي مجموعة الأنشطة التجارية التي تعتمد على الوسائل الالكترونية وشبكات الحسابات الآلية والإنترنت، بينما تشير E-Commerce إلى الأنشطة التجارية التي يتم تنفيذها عبر شبكة الإنترنت تحديدا، أي أن التجارة الالكترونية هي عمل تجاري يتم خلال التنسيق الالكتروني و E-Commerce هي عمل الكتروني يتم من خلال تنسيق الكتروني على الإنترنت⁴.

¹ -سمية ديم - التجارة الإلكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر-مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم دية قسنطينة، 2011.

² - إبراهيم بختي- "دور الإنترنت وتطبيقاته في المؤسسة" رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية- 2002.

³ - فريد النجار وآخرون. "التجارة والأعمال الإلكترونية المتكاملة في مجتمع المع -"الدار الجامعية، مصر 2006.

⁴ - "التجارة الإلكترونية: المفاهيم، التجارب، التحديات، الأبعاد التكنولوجية-مالية التسويق القانونية"الدار الجامعية الإسكندرية، مصر 2003.

التجارة الإلكترونية

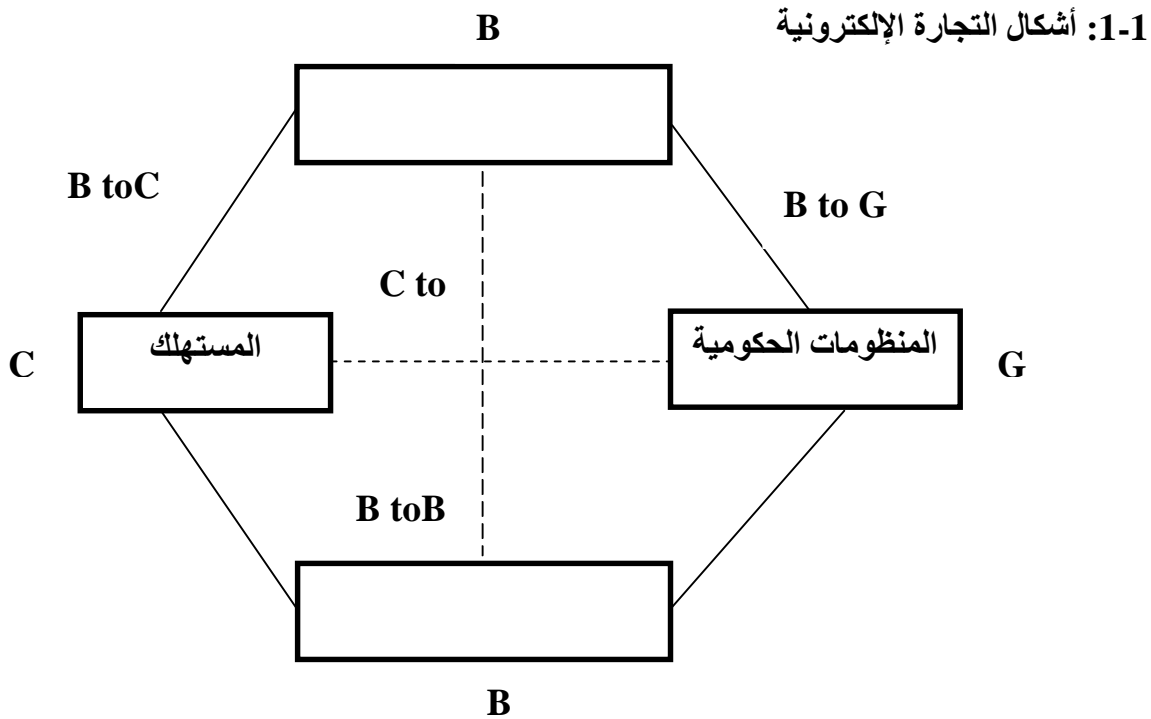
فمن المناخية العلمية فإن التجارة عبر الإنترنت ليست سوى جانب واحد من التجارة الإلكترونية لأن التجارة عبر الإنترنت تركز الاهتمام على جانب واحد من العمليات التي تتم باستعمال وسط الكتروني وحيد هو الإنترنت إهمال الوسائل التكنولوجية وشبكات الاتصال والعمليات الأخرى.

كما أن التجارة الإلكترونية لا تقتصر على مجرد إجراء أعمال تجارية عبر الإنترنت بل تمتد لتشمل كل وظائف المساعدة للشركة على تنفيذ هذه الأعمال.

ومن خلال ما سبق يتضح لنا جليا مفهوم التجارة الإلكترونية باعتبارها ما بين أهم أحدث مصطلحات

أشكال التجارة الإلكترونية ()

لقد صاحب ظهور التجارة الإلكترونية ثورة كبيرة، تمثلت في تطور وسائل الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات وزيادة استخدامها، ليس فقط بالنسبة للمشروعات، ولكن أيضا على مستوى المستخدمين والمستهلكين في مجالي السلع والخدمات، حيث أن التجارة الإلكترونية هي مفهوم متعدد الأبعاد يمكن تطبيقه من خلال أكثر¹ وذلك كما هو موضح في الشكل التالي:



: سعد غالب ياسين، بشير عباس العلق "الأعمال الإلكترونية" دار المناهج للنشر والتوزيع،

2006 -

¹ - سمية ديمش- التجارة الإلكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر-
bu.umc.idu.dz/thesis/economie/AD/tm3592.pdf

1- التجارة الإلكترونية بين وحدة الأعمال () والمستهلك " B to C " Business to Costumer:

إن التجارة الإلكترونية التي تربط بين المؤسسات والمستهلكين () " Electronic shopping " " Electronic retailing " الإلكترونية بين الشركات التي تقوم بعرض مختلف أنواع السلع والخدمات التي ترغب في تسويقها عن الإنترنت والمستهلك الذي يستعرض السلع المتاحة ويقتني منها حاجياته لإتباع رغباته.

ويمر التسوق الإلكتروني بمجموعة من المراحل، فالمستهلك الذي يرغب في الحصول على سلعة ما يزور موقع الشركة العارضة لسلعها ويقوم بالبحث عن الجناح الخاص بنوع السلعة المطلوبة، ثم ينتقي فئة معينة داخل الجناح، فتظهر له على شاشة الحاسوب اللائحة النهائية، ويختار منها السلعة بالموصفات التي يريد، وفي أسفل الشاشة يضع ما يشاء من مشتريات في سلة البضائع ثم يقوم بضبط الكمية وسعرها النهائي¹، ويتم الدفع بطرق مختلفة أكثرها شيوعاً عن طريق استخدام بطاقات الأتمان، أو الشبكات الإلكترونية أو نقداً عند التسليم أو بأي طريقة أخرى، أما حصول المستهلك على مشترياته فيكون بإحدى الطريقتين:

- توصيلها المباشر عبر الشبكة إذا كانت من النوع القابل للتمييز الرقمي والنسخ عن بعد.
- إرسال البضائع والسلع المشتراة بواسطة مندوبي المبيعات أو البريد السريع " Courrier express "

تشهد التجارة الإلكترونية بالتجزئة تطوراً واسعاً بسبب انتشارها يمكن أن يطلق عليه ثقافة الإنترنت بين الأفراد في مختلف الدول، حيث لوحظ التقدم الكبير والتعاظم في تكنولوجيا المعلومات وانتشار الحسابات الشخصية والتكنولوجية الخلوية في الهاتف المحمول وحسابات الجيب... من جهة أولية، واستخدام هذه ... من جهة ثانية، ومن جهة ثالثة ازداد هذا التعامل بسبب إدراك القائمين على المشروعات أهمية استخدام الوسائل الإلكترونية في الاتصال بالعملاء، والمستهلكين وتوظيفها في هذا الإطار².

2- التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال ووحدة أعمال أخرى: (BtoB) Business To Business

يقصد بها البيع والشراء بين الشركاء سواء كانوا أطراف عملية تجارية، أو شركاء، أو في شكل تبادل بيانات الكترونية EDI^{3(*)}، ومن الأمثلة على هذا النوع من التجارة الإلكترونية قيام الاتصالات للحصول على طلباتها من الموردين واستلام الفواتير، وكذلك القيام بالسداد الإلكتروني.

ويمكننا أن نميز نوعين من التجارة الإلكترونية بين الشركات وهما:⁴

- تجارة الكترونية عمودية بين الشركات «Vertical B to B»:

يهتم هذا النوع من التجارة الإلكترونية بنوعية معينة من الخدمات للعديد من الصناعات والمجالات، حيث مجال الرعاية الطبية.

¹ - سمية ديمش-التجارة الإلكترونية حقيقتها وواقعها

² - السيد أحمد عبد الخالق "التجارة الإلكترونية والعولمة" منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2006.
(*) : Electronic Data Interchange.

³ - نهلة احمد قنديل، "التجارة الإلكترونية، المرشد للمدير العصري: رؤية تسويقية" 2004.

⁴ - فريد النجار وآخرون، " الإلكترونية في

- تجارة الكترونية أفقية بين الشركات «Horizontal B to B»:

هي مواقع التجارة الالكترونية التي تهتم بكافة الخدمات التي ترتبط بصناعة معينة .
الالكترونية بين وحدات الأعمال «BTOB» من أكثر أنواع التجارة الالكترونية شيوعا في الوقت الحالي، كما أنها تعدّ أسلوب من أساليب التعامل الراسخة منذ عدّة سنوات خلت، وليس هذا بغريب إذا عرفنا أنّ التجار الالكترونية بدأت أساسا بين المشروعات منذ سنوات، فعلى مرّ الزمن كانت البنوك تستخدم تحويلات الأموال الكترونيا والتي تشمل عملية تبادل لمعلومات الحساب بطريقة الكترونية عبر شبكات اتصال خاصّة، كما أنّ أنشطة الأعمال كانت تقوم بشكل من التجارة الالكترونية يعرف با : تبادل البيانات الكترونيا EDI خاصّة والمعروفة باسم شبكة القيمة المضافة VAN^(*).

تعدّ هذه الشبكة منشأة مستقلة تعرض ربط الشركة بمورديها وزبائنها مقابل رسم شهري ثابت، ممّا يسهّل المعاملات ويخفّض من تكاليف إتمامها، غير أنّ هذا النوع من الشبكات كان يتطلّب استثمارات كبيرة وتكاليف باهظة (المشترك مكلف بشراء حاسب وبرمجيات وإنشاء وصلات شبكة مباشرة باستخدام خطوط تليفون). ممّا جعل الكثير من الشركات الصغيرة غير قادرة تحمّل المشاركة في هذا عالمية، كما أنّ التطوّر السريع الذي شهدته شبكة الانترنت دفع بالعديد من المؤسسات إلى هجرة التطبيقات التجارية القائمة على الشبكات الخاصة، والتحوّل إلى استعمال تكنولوجيا الانترنت وتبني أدواتها في إجراء معاملاتها التجارية.¹

رغم تضارب التقديرات حول حجم التجارة الالكترونية ما بين المؤسسات «BTOB» إلا أنّ معظمها تتفق على أنّ هذا الشكل يشهد تطوّرًا معتبرا خلال السنوات القادمة.

3- التجارة الالكترونية بين المشروعات والإدارة المحلية "الحكومية" Business To Government (BtoG):

وهي تغطّي كافة التعاملات بين الشركات والمنظمات الحكومية، حيث تقوم الحكومة بفرض الإجراءات، اللوائح، الرّسوم ونماذج المعاملات على الانترنت بحيث تستطيع الشركات أن تطلع عليها بطريقة الكترونية، وأن تقوم بإجراء المعاملة الكترونيا دون الحاجة للتعامل مع مكتب حكومي، ومثال ذلك:² قيام الشركات بتسوية راتبها عبر الانترنت، وكذلك قيام الحكومة بنشرها تفاصيل مشترياتها عبر الانترنت ما يمكن الشركات من الاستجابة لها الكترونيا.

ويبقى هذا النوع من التجارة الالكترونية حديث العهد إلا أنّه ينال اهتماما متزايدا من قبل مختلف الحكومات تحرص الكثير منها على استخدام الوسائل الالكترونية في مختلف تعاملاتها في إطار ما يعرف ب: " الالكترونية" حيث أنّ للحكومة الالكترونية عدّة فوائد منها:³

- رفع مستوى الكفاءة الإدارية وترشيد التكاليف: فتبسيط الأنظمة والإجراءات يؤدي إلى تحسين مستوى الأداء، وزيادة الكفاءة في التنفيذ وتقليل الازدواجية في إدخال البيانات ومنه ربح الوقت.
- تحسين جودة الخدمات: من خلال رفع مستوى الخدمات الحكومية وإمكانية الحصول على هذه الخدمات بسهولة عبر أجهزة الحاسب الآلي وعدم الحاجة إلى المراجعة.

(*) : Value Added Network.

¹ - سمية ديمش، التجارة الالكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر-

² - سعد غالب ياسين، بشير عباس العلاق، " الالكترونية" ناهج للنشر وتوزيع، 2006.

³ - " المستقبلية للحكومة الالكترونية في : " المجلة الأردنية". 2007.

- نمو الأعمال التجارية: حيث ستتاح الفرصة للنشر والإعلان عبر شبكة الحكومية وفرص التعاقد لتنفيذ مشاريع مع القطاعات الحكومية المختلفة.

4- التجارة الالكترونية بين المستهلك والمنظمات الحكومية: Costumer to Government (CtoG):

ويقصد بها كافة المعاملات التي تجمع بين المستهلك والحكومة، حيث أنّ الحكومة تسعى إلى تطوير ما تقدّمه من خدمات للجماهير، سواء من حيث الحصول على المعلومات والبيانات، أو تلبية بعض المطالب وبتكلفة قليلة وخير مثال على ذلك:¹ استخراج رخص السيارات والتراخيص لممارسة المهن وصف الرّواتب والمعاشات، سداد الضرائب والفواتير الكترونياً، وكذ

ويلاحظ أنّ هذا النوع من التجارة الالكترونية يمرّ بمرحلة الطفولة المبكرة، إلا أنّه يتوقع توسّعها وانتشارها بسرعة مع بدء استخدام الحكومات لعملياتها الخاصة لتعزيز الوعي بأهمية التجارة الالكترونية وضمان ازدهارها.

2-1:

مستهلك C	B	G	البيان
حكومة لمستهلك G2C	G2B	G2G	G
شركة لمستهلك B2C	B2B	B2G	B
مستهلك لمستهلك C2C	مستهلك لشركة C2B	مستهلك لحكومة C2G	مستهلك C

: إبراهيم العيسوي، التجارة الالكترونية ، ط1، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 2003.

5- (GtoG) Government to Government:

وتشتمل على جميع أنواع التعامل بين أجهزة الحكومة الواحدة كتبادل المعلومات بين هذه الأجهزة من أجل التنسيق فيما بينها وقد يكون أحد جوانب هذا التعامل تجارياً كأن تقوم إحدى الوزارات بتأجير مباني لوزارة² كذلك يشمل هذا النوع من التجارة على التعامل ما بين حكومة وحكومة أخرى، ويعتبر هذا النوع من والإستراتيجية.³

6- تجارة مستهلك لمستهلك: (CtoC) Costumer to Costumer

وهي تتمثل في بيع المستهلك لمستهلك آخر أي منتج أو خدمة من دون تدخّل أي وسيط ويعرف هذا النوع ويمكن أن نضيف إلى الأنواع السابقة أنواع أخرى من التجارة الالكترونية وهي:

¹ السيد احمد عبد الخالق " رونية والعلومة" -

² هيم العيسوي: " ارة الالكترونية"-

³ ر منصور الشويرف -

- التجارة الالكترونية الجوّالة: (M.Commerce) Mobile Commerce :

وهي تتمّ من خلال ربط الأجهزة الرقمية المحمولة بشبكة المعلومات الدّولية وهذه الأجهزة تشمل في الغالب الهواتف الخليوية وأجهزة الحاسوب المحمولة، حيث يتمكّن مستعملها من إجراء العديد من المعاملات التجارية بعد ربطها بشبكة المعلومات الدّولية كأن يقوم مثلا بحجز تذاكر السّفرة أو بالدخول إلى أسواق الأوراق المالية وهذا الشكل للتجارة الالكترونية واسع الانتشار في اليابان ودول أوروبا خصوصا في فلندا.¹

- التجارة الالكترونية غير الربحية: No Business e-commerce :

وتقوم بها العديد من المؤسسات التي لا تسعى للربح كالمؤسسات الدينية والاجتماعية والهيئات البحثية إذ أنّها تستعمل التجارة الالكترونية في الغالب من أجل خفض التكاليف وتحسين أداء الخدمات لعملائها.²

تطبيقات التجارة الالكترونية (حقل التجارة الالكترونية):

يعتقد الكثير من الناس أن التجارة الالكترونية هي مجرد امتلاك موقع على الشبكة، إلا أنّ التجارة الالكترونية هي أكبر بكثير من ذلك، فهي تطبيقات كثيرة ومتنوعة، وتمثّل هذه التطبيقات المهامّ المختلفة والأنشطة التي تمارسها الشركات من خلال وسائل الاتصالات الالكترونية، أو بمعنى آخر هي المجالات التي تستخدم فيها التجارة الالكترونية مثل: الصرفة الالكترونية، شراء الأسهم والسندات، الإعلان والتسويق الالكتروني، البيع بالجملة والتجزئة، النّشر الالكتروني " "، الاستشارات القانونية، الطبية، الإدارية، البحث عن فرص عمل، إجراء المزادات الالكترونية، التعاون الالكتروني في مجال البحث والتطوير، التصميمات الهندسية وتقديم الخدمة للعميل.³

وبدأت تطبيقات التجارة الالكترونية في أوائل السبعينات من القرن الماضي وأكثرها شهرة هو تطبيق التحويلات الالكترونية للأموال، وكان سائدا بين الشركات وبعدها أتى التبادل الالكتروني للأموال *EDI وسع تطبيق التجارة الالكترونية من مجرد معاملات مالية إلى معاملات أخرى، ممّا زاد من استخدام هذه التقنية⁴.

بعدها أدّى التطور الكبير في الشبكات والبرمجيات إلى ظهور التطبيقات الحديثة للتجارة الالكترونية مثل المزادات، الإعلانات، وبيع الأسهم...، وغيرها من الخدمات المذكورة سابقا.

على هذا الأساس يمكننا تصنيف تطبيقات التجارة الالكترونية ضمن ثلاث فئات رئيسية:

1. بيع وشراء السلع والخدمات، وهو ما يشار إليه بالأسواق الالكترونية.
2. تسهيل عملية تدفق المعلومات والاتصالات والتعاون بين المنظمات من جهة وداخل المنظمة الواحدة من جهة أخرى.
3. توفير خدمة الزّبائن.

¹ - ر الشويرف -

71.

² - عبد الحميد بسيوني وعبد الكريم عبد الحميد البيوني - ارة الالكترونية -

³ - سمية ديمش - الالكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر -

⁴ - "التجارة الالكترونية، كيف متى واين، مرجع سبق ذكره.

1- الأسواق الإلكترونية electronic markets: هي أسواق تحدث في العالم الافتراضي بدلا من العالم الحقيقي المادي، وهي تشير إلى ذلك الحيز الافتراضي أو الإلكتروني الذي يلتقي فيه البائعون لعرض منتجاتهم (مع المشترين الذين يصدرن أوامر الشراء من خلال شبكة الانترنت، ويتفق فيه الطرفان على كيفية التسليم وكيفية تسوية المدفوعات (نقود الكترونية، بطاقات ائتمانية ...).

2- أنظمة المعلومات ما بين المؤسسات Inter-organization Information system: إن من بين أهم وأقدم تطبيقات التجارة الإلكترونية أنظمة المعلومات:

- **ماهية نظم المعلومات:** تعتبر نظم المعلومات بمثابة نظام واحد يربط ما بين عدة جهات تجارية، وغالبا ما تشمل شركة ما ومزودها ومستهلكيها.¹ وعند تدفق المعلومات بين هذه الجهات يكون الهدف ضمان معالجة كفئة للتعاملات التجارية مثل بث الطلبات والفواتير والحوالات المالية عبر الشبكات الخارجية، حيث يتم تبادل المعلومات عبر شبكات الاتصال وذلك باستخدام تصاميم وأشكال معدة مسبقا (أي إلغاء الحاجة لاستخدام الهاتف والوثائق الورقية، وبهذا يتم ترتيب المعاملات التجارية الروتينية بين البائع والمشتري. وتتم الاتصالات بين مختلف الأطراف عن طريق شبكة الانترنت بعدما كانت في الماضي تعتمد على

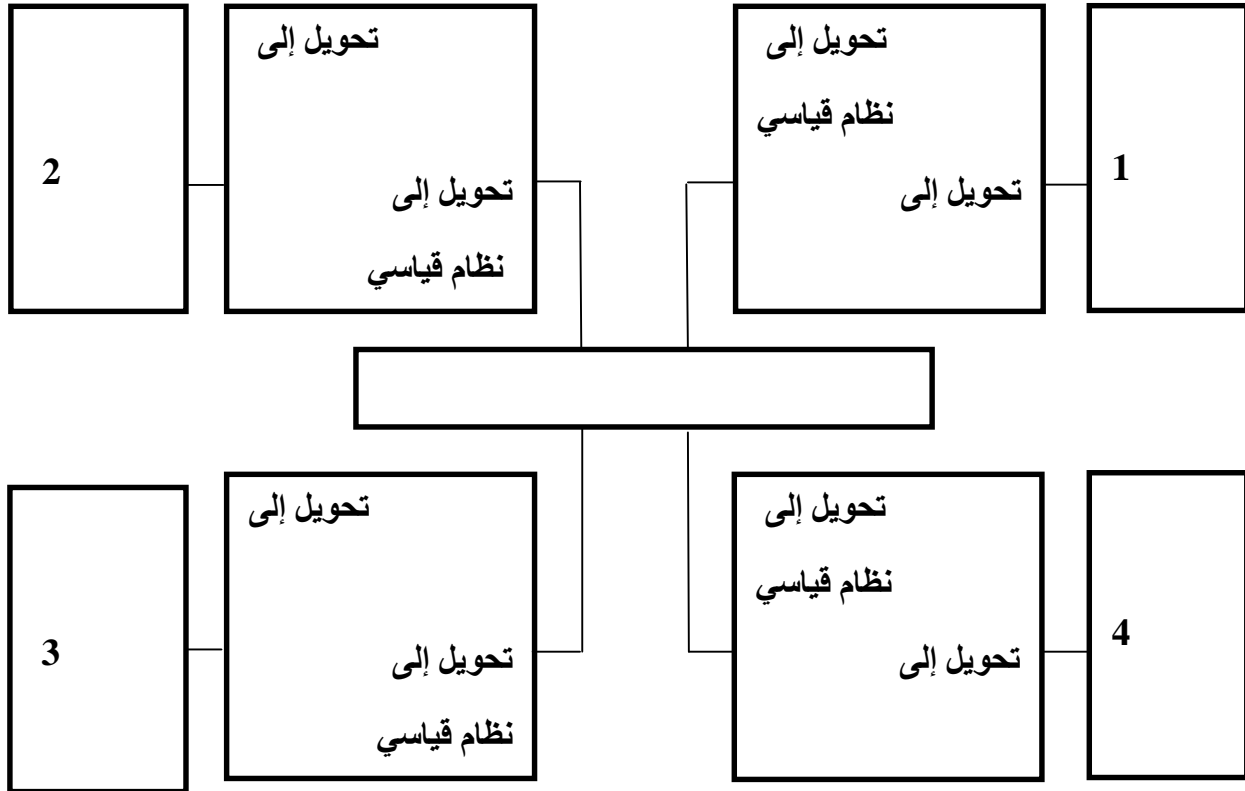
- يمية المتداخلة (نظام المعلومات ما بين المؤسسات):

(1) نظام التبادل الإلكتروني للبيانات EDI: هو عبارة عن مجموعة من القواعد والإجراءات والمواصفات القياسية (المعيارية) التي تحكم وتنظم عمليات تبادل البيانات التجارية بطريقة إلكترونية بين أجهزة الكمبيوتر التابعة للشركاء التجاريين.² فنظام التبادل الإلكتروني للبيانات هو اتصال بين كمبيوتر وكمبيوتر آخر لعمليات تشغيل تتم بشكل نمطي، EDI يسمح للشركاء بتبادل مستندات العمل بطريقة موحدة على الأنترنت وهذا بالاعتماد على برنامج خاص بتحويل شكل ونمط البيانات المستخدمة في حاسب معين إلى النمط الخاص بالنظام القياسي، وتشمل البيانات المتبادلة بين الشركاء، فواتير المبيعات، أوامر الشراء، عروض الأسعار، تقارير الشحن ويوضح الشكل التالي الارتباط بين الشركات المشاركة في نظام التبادل الإلكتروني للبيانات.

¹ - محمد بوزيان، عائشة بلحشر، "التجارة الإلكترونية في الجزائر الفرص والتحديات"، الملتقى الدولي حول التجارة الإلكترونية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقة يومي 6-7 2004.

² - سميرة ديمش -

1 - 3: الارتباط بين الشركات في نظم التبادل الالكتروني للبيانات



: "عالم التجارة الالكترونية"، المنظمة العربية للتنمية الإدارية

القاهرة مصر 1999.

من خلال الشكل تتبين لنا مراحل التبادل الالكتروني باستخدام شبكات خاصة:¹

في حالة قيام شركة (1) (2) يقوم
بتحويل أمر الشراء إلى النظام القياسي المستخدم في التبادل، ثم يتم إرسال الرسالة باستخدام الشبكة الخاصة
(2).

يقوم برنامج التبادل الالكتروني بتحويل الرسالة المستقبلية من نمط النظام القياسي إلى النمط المستخدم
(2)، وبالتالي يمكن لحاسب الشركة التعامل معها دون أي حاجة إلى إجراء أي عمليات إعادة
إدخال محتوياتها.

وقد ظهرت هذه التقنية خلال سنوات السبعينات والثمانينات، عندما أدركت المؤسسات أن السبيل الوحيد
لاستمرارها وقدرتها على المنافسة هو ضرورة تسريع تبادل المعلومات وتخفيض تكاليف الاتصالات واختزال
العمليات الورقية.

وسابقا كانت المستندات المتبادلة بين الطرفين تتضمن تقريبا نفس المعلومات وكانت المؤسسة تنفق الكثير
من المال والوقت في إدخال هذه المعلومات في حاسبات وطباعة النماذج الورقية لكل صفقة حتى نهاية سنوات

السبعينات،¹ حيث قام المعهد الوطني الأمريكي للمعايير Standards Institute American National بوضع معيار يتفق عليه البائعون والمشترون، وسمي هذا المعيار بنظام تبادل البيانات الالكترونية في الولايات المتحدة .United States electronic Data interchange

وتعتبر هذه التقنية حجر الأساس في التجارة الالكترونية وتطبيقاتها نظرا لما توفره من مزايا كثيرة أهمها:² تسريع إرسال البيانات وبالتالي زيادة كفاءة العمليات وتوفير الوقت والجهد، كما تساهم في تخفيض المصاريف المتعلقة بالمعاملات الورقية والتشغيل، لكن العيب الأساسي لهذا النظام هو التكلفة العالية مما يقيه حكرا على الشركات العملاقة ويحرم الشركات المتوسطة والصغيرة من الاستفادة منه وتستطيع الشركات القيام بالاتصالات الالكترونية وإرسال واستقبال البيانات التجارية المختلفة باستعمال إحدى الوسيلتين:

• Direct Transmission

يعني النقل المباشر قيام الشركة بالاتصال عبر شبكة الهاتف أو الخطوط المخصصة للربط المباشر مع كمبيوتر أحد الشركاء، وتتميز هذه الطريقة بالبساطة والسهولة وقلة التكلفة، ولكن من عيوبها إمكانية حدوث أخطاء أثناء نقل البيانات.³

• استخدام شبكة القيمة المضافة " VAN " Value Added Network

وتسمى أيضا الشبكة الخاصة المؤمنة، وهي عبارة عن شركة مستقلة تقدم خدمات الاتصال ومعاملات⁴ ومن بين هذه الشركات نجد: IBM، فمن أجل إجراء الاتصال الالكتروني بين شركاء العمل يستعينون بهذه الشركة لتوفير هذه الخدمة مقابل رسم شهري بالإضافة إلى رسم على كل صفقة تتم.

(2) _____: هي امتداد لشبكة الانترنت الخاصة بمؤسسة معينة على الانترنت، بحيث يستطيع الأشخاص المخولون مثل موظفي المؤسسة المتنقلين وبعض الزبائن والموردين الوصول إلى البيانات والتطبيقات الموجودة على الانترنت، أي أن الاكسترنات هي وصلة بين الشبكات الداخلية و " لمنشأتين أو أكثر.

ولهذه الشبكات أهمية كبيرة في نشاط المؤسسة: نظرا لمساهمتها في تسهيل عملية الاتصال وتدفق المعلومات داخل وخارج المؤسسة، كما أنها توفر ربطا آمنا ومضمونا للتجارة الالكترونية ما بين منشآت " B2B "، وبالتالي الحد من دخول القرصنة للشبكة والعبث ببيانات الشركة.

EDI فيوفر

اتصالا آمنا أيضا للشركات ولكن عبر شبكة القيمة المضافة " VAN " .

(3) التحويل الإلكتروني للأموال Electronicfundtransfer : يتضمن النقل الإلكتروني للأموال أي

دفعات أو تحويل أموال يتم بواسطة الأجهزة الالكترونية والشبكات الحاسوبية كشبكة الانترنت، وبفضله تتم عملية تحويل الأموال إلى أي مكان وفي أقل وقت ممكن بواسطة الوسائل الالكترونية،⁵ ويتم تحويل الأموال عبر شبكات خاصة وأمنة، وتساهم هذه الآلية في تسهيل وتسريع المدفوعات الالكترونية مثل: إشعارات التحويل بين البنوك وعمليات الإيداع المباشر لرواتب العاملين في الحسابات في البنك.

¹ " الأساسية للمعاملات الالكترونية"، نشرة التحكيم التجاري الخليجي 20 يصدرها مركز التحكيم التجاري لدول

مجلس التعاون الخليجي العربية، البحرين، سبتمبر 2001.

² منير محمد الجنيبي، ممدوح محمد الجنيبي، البنوك الالكترونية، دار الفكر الإسكندرية 2005.

³ منير محمد الجنيبي، ممدوح محمد الجنيبي، " الالكترونية" الإسكندرية 2006.

⁴ " التجارة الالكترونية: المفاهيم، التجارب، التحديات، ولوجية والمالية،

⁵ محمد نور برهان، عز الدين خطاب، "التجارة الالكترونية"، الشركة العربية المتحد لتسويق والتوريدات، مصر 2009.

4) قواعد البيانات التشاركية أو التقاسمية **shared data bases**: هي عبا

قواعد بيانات بطريقة هيكلية منظمة بحيث يمكن جميع المشاركة في التجارة من الاطلاع عليها
زم لإرسال البيانات واستقبالها وغالبا ما تتم هذه المشاركة والمقاسمة عبر نظام
الشبكات الخارجية الاكسترانت بحيث تتعاون الشركة مع الموردين والعملاء في مجال التنبؤ
وتلبية الطلبات التجارية مما يؤدي
والى تسريع شحن البضائع والقيام بالتصنيع
وبالتالي فان تضافر جميع يساعد على تحقيق وحدة العمل الاستراتيجي وقد
ظهرت هذه الفكرة سنة 1957 عندما بدأت الشركات الكبيرة في استخدام الحاسبات الرقمية في
عملياتها فمثلا في مجال المخزون قامت الشركات بتركيب تحليلات طرفية للحاسب الرئيسي عند الموردين
الرئيسين لها وبصورة تتيح المورد الاطلاع على مستوى المخزون المتاح لدى الشركة من
بتوريد حالها ثم يقوم بناء على ذلك بتلبية متطلباتها من هذه
ية الجانب بالبيانات مباشرة.¹

3- توفير خدمة العميل:

ن التسيير الحسن لمصالح الزبون هو الذي يسمح بإقامة علاقة خدمية مستمرة معه
بين البائع والمشتري عند عملية بيع بدائية فقط بل تستمر بعد البيع في شكل خدمة هذا العميل ومساندته وقد
صبحت الشركات اليوم تهتم بشكل متزايد بالعمل حيث برز مفهوم التوجه بالعميل Customer
orientation²، والذي يعنى قيام الشركة بتركيز حل اهتمامها في مجال خدمة العميل وتحقيق الرضا لديه
واعتباره ضمن المنظومة المتكاملة للجودة والتجارة الالكترونية عالم التجارة الالكترونية يعتبر يجاد
الزبائن والمحافظة عليهم وجعلهم سعداء مهمة مختلفة عن مهمة المتاجر التقليدية خصوصا وان المشتري عبر
الانترنت يختلف في صفاته وخصائصه وطلباته عن المستهلك العادي.³

فليست السرعة في تطوير منتج يشتريه الناس مرة واحدة ولكن البراعة الحقيقية هي في تطوير نظام
تطوير علاقتها مع زبائن بشكل جيد عليها

القيام بمجموعة من الجه
المحافظة على الزبائن الحاليين ومن بين هذه
الجهود:

- التمييز في تطوير وتحسين المنتج عبر الإنترنت : حيث تقوم المؤسسة بدراسة وتحليل حاجات
المستهلكين ورغباتهم و أدواقهم من أجل توفير إنتاج مفصل على مقاس كل عميل وتستخدم المؤسسة في هذه
سة أساليب متعددة من بينها الحوار المباشر مع العميل أو الاستمارة التي يدلي فيها هذا العميل بيانات محددة
عن نفسه ومواصفاته مما يساعد المؤسسة على المراقبة المستمرة لمستوى رضا الزبون عن منتجاتها.

- التمييز في الأنشطة الترويجية : حيث الهدف الأساسي للأنشطة الترويجية (الدعاية (...
هو التعريف بالمنتج الإقناع بها من أجل شرائها وبالتالي ينبغي ان يكون الكتالوج الشبكي سهل الاستخدام
وشاملا حيث يوفر جميع المعلومات المفصل
الزبون بالإصدارات الجديدة ذات العلاقة بالمنتج .

- التمييز في توزيع المنتجات : عند زيارة الزبون لموقع المؤسسة، فإنه يتوقع أن يجد عروضاً لأسعار
كما يتوقع أيضا أن تسلم المنتجات بسرعة و

1- " رة الالكترونية" -

2- سعد غالب ياسين، بشار عباس العلق، " رة الالكترونية" -

3- يوسف احمد ابو فارة: "التسويق الالكتروني - عناصر المزيج التسويقي" 2 القدس، فلسطين 2007.

4- "التجارة الالكترونية"، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان 2006.

التجارة الإلكترونية

- توفير الخصوصية و : إن إحدى الطلبات الرئيسية التي يبحث عنها المستهلكون في المعلومات هي الخصوصية وأن تبقى بياناتهم سرية ن تتم عملية تسوية المدفوعات في بيئ خالية من الاختراقات و .

- : يتوجب على المؤسسة أن تقدم للزبون مجموعة من خدمات الدعم التي غالبا تكون بعد إنجاز عملية البيع و تتمثل هذه الخدمات من خلال التحوار مع الزبائن سواء من خلال البريد الإلكتروني أو مجموعات النقاش وهذا بهدف الإجابة عن أسئلتهم المتعلقة بأساليب وشروط شحن كيفية استخدام المنتج بالطريقة الصحيحة أو الغير مطابقة ... غيرها من الانشغالات الأخرى للزبائن.

وهكذا فإن تجارة السلع والخدمات تتجه أكثر فأكثر إلى الطابع الخدماتي أي تحويل الاهتمام إلى خدمة

الانتقال من التجارة التقليدية إلى التجارة الإلكترونية :

تعتبر التجارة الإلكترونية عن نوعية جديدة من الاقتصاديات التي تخرج من المسار التقليدي يستلزم في الأساس فهما لكيفية الاستغلال الأمثل لهذه الوسيلة الإلكترونية.

التحول نحو تطبيق التجارة الإلكترونية.

1:

توجد العديد من هذه العوامل لم تظهر دفعة واحدة ها سيكون مختلفا باختلاف طبيعة و شركات الأعمال إلى تطبيق التجارة الإلكترونية فعلى الرغم من أن هذه العوامل لم تظهر دفعة واحدة ها سيكون مختلفا باختلاف طبيعة و هناك دوافع مشتركة تجعل من التحول نحو التجارة الإلكترونية ضرورة اقتصادية وهي :

✓ تسير المعاملات التجارية : تسمح التجارة الإلكترونية بدمج جزء كبير من المراحل المختلفة الداخلة بصفة عادية في المعاملات التجارية بين البائع و تقليل الآثار الاقتصادية للزمن زيادة على هذا تستطيع المعاملات التجارية أن تشمل منحآت مادية وغير مادية لذلك يجب أن تستجيب التجارة الإلكترونية إلى مجموعة كبيرة من الشروط لنقل علاات سوق حالية إلى سوق إلكتروني السامح بإنشاء علاقات سوقية جديدة تتلاءم مع كل من التشريعات وطرق التسيير داخل المؤسسات ويعتبر فيض تكاليف المعاملات التجارية والتسيير الفعال للمؤسسات واحدا من الاهتمامات الأساسية الدافعة للتجارة الإلكترونية¹.

✓ **الفعالية التجارية :** تتطلب الطرق العصرية في تسيير الإنتاج تدفقا عال للمعلومات في سلاسل التموين حيث تمكن التجارة الإلكترونية من إنتاج معلومات حول المعاملات بإمكان جزها وحفظها بطريقة آلية يتم التوزيع بصفة سريعة بحيث يمكن لهذه المعلومات أن تستعمل فيما بعد في تقييم التخطيط التطوير والتحسين.

✓ **تطوير أسواق جديدة :** إن الصفة العالمية للتجارة الإلكترونية ألغت القيود التجارية وبفضلها تحول العالم إلى سوق مفتوح أمام المستهلك بغض النظر على الموقع الجغرافي للبائع أو إذا كانت اتفاقيات التجارة الدولية تسعى إلى تحرير التجارة في السلع و الإلكترونية بطبيعتها تحقق هذا الهدف وتفتح المجال أمام المؤشرات لاعتماد موقف فعالية وحركية لتطوير التجارة الإلكترونية عن طريق إيجاد تجارية جديدة من اجل تموقع استراتيجي لائق في هذه

2

2: مراحل التحول نحو التجارة الإلكترونية

يجب على المؤسسة التي تزيد ا لى التجارة الإلكترونية تصميم الموقع التجاري الخاص بها ذ عليها نتيجة مهمة في نهاية المطاف ويمكن ذكر هذه المراحل باختصار في:³

التجارة الالكترونية

- يستخدم مسؤول الشركة الانترنت في هذه المرحلة كأى مستخدم عادي فيتجول في مجموعة من المواقع ذات الاهتمام لمعرفة فائدة الانترنت ومدى ارتباطها بأعماله يعتمد التطور في العلاقة بين مسؤول الشركة والانترنت خلال هذه المرحلة على مدى التوفيق والنجاح الذي يحالفه في لى مواقع ذات فائدة بالنسبة له وطبقا للتطور المتوقع فان مسؤول الشركة غالبا ما يتخذ قراره فة والهواية لى الدخول المنظم المحدد بهدف مسبق وبعمليات بحث لها غايات واضحة.

- يمكن للشركة استكشاف مدى الاستفادة من البريد الالكتروني في خفض تكاليف مراسلاتها الداخلية والخارجية حلاله تدريجيا محل الهاتف والفاكس، والأمر هنا يجب لا يتم بالطريقة التي يتعامل بها شخص هاو مع البريد الالكتروني ولكن يجب تقويمه بحسابات الربح والخسارة بالنسبة للشركة وعلى الشركة في هذه الم ايضا ن تطور وتكثف من مستوى دخولها على الشبكة وترفع زيارتها للمواقع الخارجية وتدريب راتها على ن يتم ذلك بشكل ا يولد قيمة مضافة لمعلوماتها والمشكلة الشائعة في هذه ن العديد من الشركات لا يتوافر لديها شبكة معلومات محلية مما يؤدي لى صعوبة السيطرة عمليات الاستخدام مور عند هذا الحد ويقتصر تأثير الانترنت في هذه الحالة على خفض تكاليف ل وتنظيمه ويصعب على الشركة الانتقال للمرحلة الثالثة.

- ذا نجحت الشركة في الحصول على قيمة مضافة من تجولها على الان مور تكون مهياة مامها للانتقال للمرحلة الثالثة التي تحقق فيها وجودا دائما على الشبكة لكي يقوم يارتها بعد كن بمعنى غير متجدد سواء بنفسها الشركات المتخصصة وفي هذه المرحلة يجب عليها مراعاة مجموعة من النقاط منها ن يكون الموقع باسمه وليس صفحة على موقع تابع لجهة وان يكون المسؤول الإداري عن الموقع هو صاحب و مدير الشركة وليس الشركة المصممة.

-الدعاية للموقع:
ن عدد الزيارات للموقع محدود وهنا يكون عليها البدء في المرحلة الرابعة وهي تنفيذ خطة دعاية للموقع وتسجيله بمواقع ودوات البحث العلمية القوية الشبكة حتى يتم تعريف العالم به تم زيارته وبالتالي يمكن للشركة ن تؤثر في حجم المبيعات والانتشار الخارجي بشكل ايجابي وغالبا ما يكون بطيئا ومتدرجا لكنه قد يسجل ن حيان.

- **تقييم الموقع:** في هذه المرحلة تقوم الشركة بإجراء تقييم دقيق لها يتم في المرحلة السابقة.
- **لى الموقع ديناميكي:** ن القيمة المحققة من وراء موقعها على الانترنت ذات ها يمكنها تأ ير خط اتصال مباشر ومفتوح مع الانترنت طول وتتنوع تكلفة هذه العملية طبقا لسرعة الخط ونتيح هذه المرحلة فائدة مهمة جدا وهي لى اتصالات هاتفية نما تصلها سائل بالبريد الالكتروني من الآخرين بعد ثوان رسالها وعليها في هذه المرحد ن تقوم بتحويل موقعها لى موقع ديناميكي متجدد و اليوم وان تنشأ لديها الق على الاستجابة السريعة لزوار الموقع وطلباتهم وكل ذلك يكون في ضوء موازنة التكلفة بالعائد ليتم المشروع الالكتروني.

- **عمال الالكترونية:** ن العائد يفوق التكلفة يمكنها في هذه الحالة التفكير
خيرة وفيها تبد عملية الدمج رتباط الكامل بين الانترنت والبنية
ساسية للأعمال الالكترونية الموجدة في نظام عملها الداخل وهنا تبد
الشامل وليس فقط التجارة الالكترونية بحيث يصبح موقعها على الشبكة نافذة
وبين الآخرين ع¹.

3: **ساسيات قيام التجارة الالكترونية:**

تبنى التجارة الالكترونية على نية انطلاقتها
يجب ن تستطيع كل الأ ف التقيد بمستوى ثقة يكون على الأ
مساوي لتلك المستويات المتعلقة بأشكال المعاملات التجارية التقليدي (هاتف- - بريد عادي)
في المعاملات الالكترونية يجب ن يضمن معاملاته وبيئة السوق الموجود فيها يوفر ما يلي:
• لكترونية هما المعنيان بأجراء و
• ن يكون لبائع الحق في بيع السلعة
• يجب ن تتوفر لدى المشتري الموارد المالية التي تضمن له تسديد قيمة المشتريات.
• ليات التعامل والتسديد يجب
• و الخدمة المباعة توافق خصائصها وتستجيب للطلب.
• و الخدمة المشترأة لها مكانية التسليم
• طراف المشاركة في العملية جني فوائد من المعاملات.

كل هذه ا ساسية:²

1- **حماية المستهلك:** ملات الالكترونية التي ينجزها الأفراد عبر شبكة الانترنت تساهم في بروز
ساسيا في التجارة الالكترونية لجعلها
فحماية خصوصية المستهلك . يجاد الآليات التي تمنع استعمال
المعلومات الناتجة عن المعاملات التجارية لأهداف و غراض غير هم العوائق التي تواجه استعمال
التجارة الالكترونية :

- صعوبة تحدد المنتجات وتحدد المسؤوليات عندما يتضح نها لا توافق النوعية المعلن عنها.
- رغبة المستهلك في الحصول على المنتجات المرغوبة في الوقت المناسب وبالنوعية المطلوبة، قد يطرح
مشكلا وخاصة في المنتجات غير المادية عندما تكون شبكات الربط غير قادرة على تأمين الوصول أو توفير
قدرة نقل كافية.

2- : يعتمد النجاح في مجال التجارة الالكترونية على اختيار ما
يناسب الشركة أكثر مما يعتمد على بيع المنتجات أو الخدمات، وتعتبر التجارة عبر الويب مجالا واسعا
لاستقطاب العديد م المنتجين والمستهلكين على حد سواء، بتوفير المعلومات الآتية والسليمة. في هذه الحالة،
يتعين على الشركة اختيار المكان المناسب للبيع وسط الاقتصاد الجديد، فلقد أتاحت الإنترنت العديد من الفرص
أمام المستهلكين ورجال الأعمال وما ينبغي على هذه الشركات القيام به هو اكتشاف هذه الفرص واستغلالها

لإضافة القيمة إلى الأعمال وتوظيفها من أجل تحقيق الربح وتوفير عر
وزياراتها من خلال محركات البحث. (www.deja.com) الذي يعرض آراء ومناقشات
المستهلكين حول المنافسين وأهم المنتجات المعروفة على الشبكة.¹

3- تقليل المخاطر ورفع مستوى الأمان والثقة:
نترنت يستحوذ يوماً بعد يوم على
المزيد من الزبائن، حيث تقوم التجارة الإلكترونية على أربعة عناصر:
دفع الكترونية، وبالتالي فلا بد من تطوير طرق ووسائل الدفع عن بعد، ذلك أن أكبر وأخطر مشكلة تواجهها نمو
الإلكترونية هي مشكل الثقة، فحتى تتم عملية البيع عن بعد يتوجب ضمان استلام السلعة أو الخدمة أو
حتى المعلومة المباعة من طرف المشتري وضمن استيفاء الثمن من قبل البائع، بمعنى آخر يجب أن تتأكد
الأطراف المشاركة في المعاملة الإلكترونية أن التحويل الإلكتروني للأموال لم يحد عن وجهته وأن المبالغ
المقبوضة هي نفسها المبالغ المدفوعة، ويتم هذا الأمر عن طريق التشفير لزيادة أمن التسديدات.

4- الجباية: تعرف الجباية الإلكترونية على أنها فرض الضرائب على التعاملات التي تتم على شبكة
أن هناك اختلافاً بين الفقهاء والباحثين حول قضية إخضاع أو إعفاء المعاملات التي تتم الكترونياً
وكل له حجته فالدين يرون الإعفاء يستندون إلى أنه يحقق المزايا التالية:²
- تشجيع رجال الأعمال و المستثمرين على عقد الصفقات عبر شبكة الانترنت مما يساعد على نمو
وتطور البنية التحتية للشبكة.
- اجتناب الأزواج الضريبي الذي قد يحدث جراء فرض الضريبة على العمليات التجارية الإلكترونية.

أما اللذين يريدون الإخضاع فيستندون إلى أن:

- إعفاء المعاملات الإلكترونية و إخضاع المعاملات التقليدية يعتبر إخلالاً لمبدأ العدالة.
- حجم المعاملات التجارية الإلكترونية في نمو و تزايد مستثمرين و عدم إخضاع هذه المعاملات
للضرائب من شأنه أن يضعف حصيلة الدولة من إيرادات هي في حاجة إليها.

➤ وهناك فرق آخر يرى أنه يجب التفريق بين الصفقات التي تبرم بين المتعاملين وهي على نوعين:
• يتمثل في الصفقات التي يتم فيها الاتفاق بين الطرفين الكترونياً تم يتم التسليم بالطرق
التقليدية و هنا تخضع المعاملة إلى الضريبة العادية حسب القواعد العامة المطبقة في هذا الشأن.
• يمل في الصفقات التي تتم الكترونياً و بشكل كامل حيث يرى أصحاب هذا الر
خضاعها وذلك ل:

- تشجيع حركة التجارة الإلكترونية.
- منع الأزواج الضريبي.
- صعوبة فحص و حصر هذه المعلومات.

5- حقوق الملكية الفكرية: بينت التشريعات الحالية لحماية حقوق الملكية الفكرية يجب تسجيل هذه الأ
كتابتها على حوامل () فيزيائية شرطة سمعية شرطة فيديو فالتحدي الأ الذي يجب

¹ - يورك

- استراتيجيات التسويق

- 1: 2003.

- الجامعية-2003.

² -

"التجارة الإلكترونية، المفاهيم، التجارب، الأبعاد التكنولوجية، المالية، التسويقية والقانونية".

التجارة الالكترونية

ن تتجه به الحكومات الآن هو النظر في صياغة التشريعات لآبد عين الاعتبار خدمات المعلومات الالكترونية حيث يحتوي موضوع تشريعات حقوق ملكية الفكرية على عنصر حقوق الطبع بالنسبة للحقوق جيا فتوسع الشبكات التجارية طرح شكالية الوسائل التي يمكن بواسطتها احترام نظام حقوق الملكية الفكرية فالمعلومات الموزعة عن طريق خطوط الـالكترونية يمكن نسخها بسهولة و عادة توزيعها بطريقة حرة وغير مكشوفة¹.

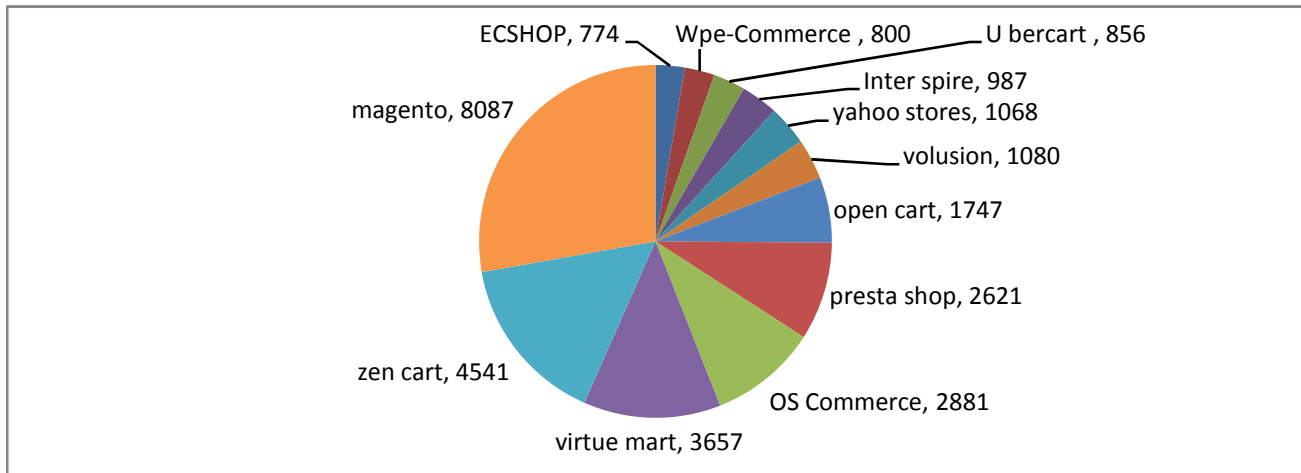
التجارة الالكترونية :

على الرغم من صعوبة القياس المادي للتجارة الالكترونية، نظرا لتزايدها السريع من جهة، وعدم تواجد إحصائيات دقيقة معتمدة لهذا الخصوص من جهة أخرى، فإن الإحصائيات النسبية تظهر تزيادا لحجم التجارة الالكترونية.² وقبل التكلم عن الإحصائيات سوف نقدم البرمجيات المستخدمة للتجارة الالكترونية

• هي البرمجيات الأكثر استخداما؟

" توم روبريرتسو " أحد أشهر مدوني التجارة الالكترونية، دراسة لأشهر البرمجيات التي تعمل عليها مواقع التجارة الإلكترونية تضمن للمليون موقع الأفضل بليكسا الـالكترونية 35.218 موقع من بين مليون موقع. فتبين أنه يوجد 40 برمجية مختلفة للتجارة الالكترونية وتوزعت المواقع التي تعمل بها على الشكل الآتي:³

4-1: مؤشرات حول تطور ونمو التجارة الالكترونية



Most popular ecommerce software (top1m sites) 2012.

بكل تأكيد فإن " Magento " عملاق التجارة الالكترونية، حصل على المرتبة الأولى بنسبة 23 % 800 موقع من بين 35.218 . وكانت المرتبة الثانية " zen cart " 4.042 Virtue mart 3.914 موقع وبعدها باقي البرمجيات.

¹ - براهيم
² -

التجارة الالكترونية

WP-comerce قليل مع الانتشار الكبير ووردبريس العادي حسب وجهة نظر الكاتب، البرمجية ضعيفة نوعا ما وغير مخصصة للتجارة الالكترونية لكن قد يتسع ذلك أكثر

ب برمجيات التجارة الالكترونية ونسبة المواقع التي تعمل عليها وهل هي بزيادة أم بنقصان منذ بداية السنة، قد لا تكون مهتم بذكر كل هذه البرمجيات لكن نستطيع أن نتحدث عن اسم البرمجيات المستخدمة المفضلة ونرى عدد المواقع المستخدمة لها أو نتعرف على أسماء جديدة لبرمجيا التجارة الالكترونية.¹

3-1 : مؤشرات حول تطور ونمو التجارة الالكترونية

E-commerce platform	Feb 2012	Oct 2012	Change
magento	6795	8087	
zen cart	4042	4541	
virtuemart	3914	3657	
OS Commerce	3199	2881	
Prestashop	2187	2621	
open cart	1129	1747	
volusion	1266	1080	
yahoo stores	1217	1068	
Inters Pire	983	987	
U bercart	891	856	
Wpe-Commerce	861	800	
ECSHOP	703	774	
Actinic	777	682	
Mivamerchant	721	611	
shopify	345	573	
Cs-cart	538	555	
IBM web sphere commerce	527	528	
X-cart	617	509	
OXID esales	404	381	
3Dcart	317	313	

التجارة الإلكترونية

✓ رقام عن التسويق الإلكتروني و التجارة الإلكترونية خلال عام 2012:

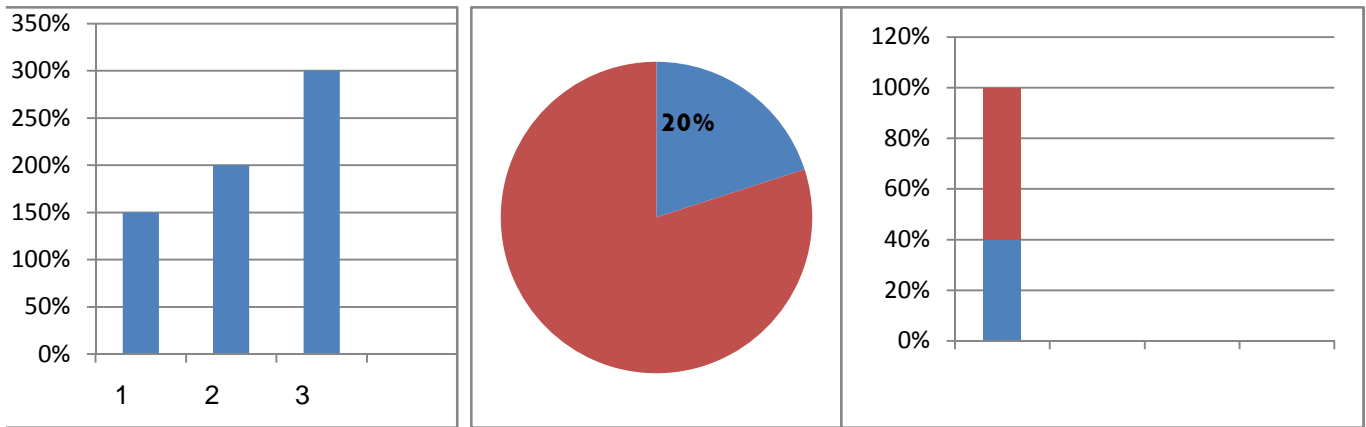
التقنية نلاحظ ازدياد الاهتمام بالتسويق عبر الانترنت وبالتجارة الإلكترونية الذكية والازدياد الكبير لعدد المستخدمين للشبكات الاجتماعية ومع سهولة عمل وتطوير مواقع خلال ساعات حتى دقائق ومع ازدياد سرعات الانترنت و ور تقنيات الاتصال الكبير نلاحظ ن التسويق عبر الانترنت والتجارة الإلكترونية صبحت هاجسا لأغلب الشركات والأ (المهتمين في هذا المجال) ن لم يكن جميعهم أيضا مجال و التخلي عنه.¹

شهد عام 2012 العديد من التقنيات الحديثة ساعدة للتسويق الإلكتروني الاجتماعية للهواتف الذكية وغيرها.

• الشبكات الاجتماعية:

63% الشركات التي تستخدم الشبكات الاجتماعية قالت أن الشبكات الاجتماعية زادت فعالية التسويق

5-1: بيانات عن التجارة الإلكترونية



:

:

www.tech-wd.com/wd/2012/12/28.

- 20% من المسوقين في التجارة الجملة (B2B) Business to Business الشبكات الاجتماعية زادت رادتهم 20%.
- 3 سنوات متوسط الميزانية التي تم صرفها على الشبكات الاجتماعية والمدونات للشركات وصل 300% 3 .
- 44% من المسوقين كسبوا عملاء من خلال توتير عام 2012.
- مريكا يقضون 3 ضعاف الدقائق على المدونات والشبكات الاجتماعية من الايميل.
- استخدام الشبكات الاجتماعية في مريكا ارتفع بنسبة 356% 2006.
- B2B بينما شبكة الفيس بوك LinkedIn .
- B2C .
- Pinterest تقوم بتحويل زوار كثر من قوقل بلس و ليكندان و اليوتوب.

التجارة الالكترونية

- 93% يستخدمون الإنترنت الباعين يكا لديهم حساب على شبكة الفيس بوك دقيقة من كل 7 دقائق على الانترنت يتم قضائها على الفيس بوك.
- ي يقضيه مستخدم الفيس بوك على هذه الشبكة هو 7 ساعات تقريبا شهريا.
- الشركات المحلية الأمريكية الصغيرة و اعية لتسويق منتجاتهم و خدماتهم.
- 50% من الشركات المحلية الأمريكية الصغيرة والمتوسطة تقول ن الشبكات الاجتماعية تلعب دورا مهما جدا في مبيعاتهم.
- 30% من هذه الشركات تقول ن الشبكات الاجتماعية تساعدهم في جعل موقعهم معروف عبر
- ت الاجتماعية تساعد مسوقي تجارة الشركات للشركات في تحسين نتائج البحث.
- صبح الفيس بوك الطريقة المفضلة لمشاركة المحتويات يأتي بعدها الايميل.
- غالبية مريكا يتفوقوا على ن الفيس بوك داة تسويقية فعالة من تلت المسوقين يقولون ن الفيس بوك مهم جدا وضروري لشركاتهم و تجارتهم.
- عدد مسوقين الذين قال ن الفيس بوك مهم جدا وضروري لشركتهم ارتفع بنسبة 70% 3 حيث ارتفع من 24% 2009 42% 2012.
- 30% من المسوقين يقولون ن تويتر مهم جدا وضروري لشركاتهم.
- التي تستخدم تويتر تضاعف عدد العملاء المحتملين شهريا من الشركات التي لا تستخدم تويتر.

• التدوين:

- 88% Business to Consumer (B2B) زيادة شهريا في عدد العملاء المحتملين.
- 57% من المسوقين ليسوا عملاء من خلال التدوين.
- 50 مدونة تشهد زيادة بنسبة 77% في المتوسط الشهري لعدد العملاء المحتملين.
- زيادة بنسبة 55%
- 67% زيادة شهريا في عدد العملاء
- محتملين.
- التدوين المتكرر يؤثر على اكتساب العميل .
- 20 كثر شهريا تحصل على 5
- و اكثر شهريا.
- الشركات التي تدون لديها زيادة بنسب 97% من الروابط التي تؤدي الى موقعها تسمى inboundlikts.
- 81% لمسوقين قيموا مدونتهم "مفيدة" " "
- تقريبا 40% مريكية تست استخدامات تسويقية.
- تأثير مقالات المدونة على المشتريات.
- 07% تأكيد الشراء.
- 13% يلهمك بالشراء.

- 14 % تأكيد.
- 17 %
- 19 %
- 19 % تحسين و تصفية الاختيارات.
- 21 % اختيار منتج
- :
- ركات التي لديها 401 1000 صفحة في موقعها تحصل على عملاء محتملين ا التي لديها من 51 100 6
- الشركات التي تفهرس صفحات موقعها تحصل على زيادة 23.6% من العملاء المحتملين.
- الشركات التي لديها من 51 100 شركات التي لديها من 50 48%.
- تشهد شركات زيادة مقدارها 55% من العملاء المحتملين من خ زيادة عدد الصفحات التي تصل ليها المستخدم عند الضغط على رابط معين landing pages 10 15

• التسويق عبر الایمیل:

- 59% B2B ن الایمیل هو إيرادات.
- 84% B2B يستخدمون الاستهداف الجزئي لمحلاتهم في الایمیل.
- 80% من العملاء يقر ون الایمیل عبر الأجهزة المحمولة.

• التسويق عبر الجوال:

- 60% تهلکین يبحثون عن منتج و خدمة عدة مرات شهريا من خلال جهاز محمول.
- 90% ليات البحث عبر جهاز محمول تؤدي 50%
- 90% من الرسائل النصية تقرا خلال 3 دقائق من وصولها.
- 40 مليار شخص حول العالم يستخدمون هاتف متنقل.

• :

- الشبكات الاجتماعية تزيد فعالية التسويق.
- التدوين يزيد عدد العملاء و عدد زوار المواقع.
- زيادة عدد صفحات موقعك تعني زيادة في عدد العملاء و عدد الزوار لموقعك.
- الایمیل داة فعالية في زيادة الإيرادات الكثير من الشركات.
- التسويق عبر الجهاز المحمول

• لتجارة الالكترونية في السعودية 13 مليار دولار في عام 2015 :

- حصاءات جديدة نمو حجم التجارة الالكترونية في المملكة خلال العامين المقبلين 50 مليار ريال (13 مليار دولار) ن تهيمن السعودية على 45% من حجم التجارة الالكترونية في
- تعد التجارة الالكترونية حديثة نسبيا في المنطقة ن هناك عوامل عديدة
- في نموها في المنطقة منها الانترنت وما يتعلق به و البيئة القانونية مقرونة مع اللوائح المحدودة على ه
- لك ما ذكرته "نورة العبد الكريم المديرة التنفيذية لمركز دعم وتطوير الأ
- ميرة نورة ول لسيدات العمال حول التجارة الالكترونية الی عقد في الرياض خيرا.

العبد الكريم ي واجههم تم

ن يزيد لتجارة الالكترونية في السعودية 50 مليار ريال

• التجارة الالكترونية في نمو متزايد

- (1) 72.5 مليون مستخدم للإنترنت في شمال أفريقيا يبلغ الإنفاق على التجارة الالكترونية في المنطقة 1.1 مليار دولار 2015 ن يصل الرقم 2.2 مليار.
- (2) 66% من المستهلكين في المنطقة العربية يستخدمون الإنترنت للبحث عن منتجات و خدمات.
- (3) 33% من مستهلكي المنطقة يشتررون على الإنترنت.
- (4) تبلغ مبيعات مواقع التجارة الالكترونية التي تقدم منتجات و خدمات للبيع 15 مليار دولار عام 2015.
- (5) تبلغ القيمة الإجمالية لقطاع التجزئة غير الالكتروني في الشرق 3 مليار دولار عام 2011.
- (6) 15% فرصة كبيرة الباقية مواقع لها أيضا .
- (7) 33% من مستخدمي الإنترنت في الخليج حيث يستخدمو 14% أفريقيا 12% و للبحث عنها .
- (8) بين كافة دول الخليج يقوم حوالي 43% من مستخدمي الإنترنت بعملية شراء واحدة في الشهر.
- (9) على نسبة شارين نمو المبيعات للتجارة الالكترونية عام 2010 مليار دولار في الإ ي بين 55% 60% وسط حيث سجل مبيعات التجارة الالكترونية في دول الخليج .
- (10) يتوقع نية في دول الخليج لتصل مبيعاته 15 مليار دولار مع عام 2015.
- (11) بية السعودية ثاني اكبر سوق التجارة الالكترونية في دول الخليج حيث قدرة المبيعات 520 مليون دولار.
- (12) 41% وهي نسبة 87% من اللاعبين هم دون 25 .
- (13) 32% من المتسوقين على الإنترنت في العالم العربي هم من النساء.
- (14) 9 ابات دفع اليكترونية في الشرق الأ أفريقيا.
- (15) العائق الوحيد الذي يقف في وجه الشراء على الإنترنت هو عدم الثقة ببوابان الدفع و هذه هي الحال 43%.
- (16) قد تصل قيمة التجارة الالكترونية على المحمول في الشرق إفريقيا 49 مليار دولار 2015¹.

متطلبات التجارة الالكترونية :

يلزم لقيام التجارة الالكترونية بالشكل الذي يضمن ازدهارها واستمرارها عددا من المتطلبات التي ينبغي تتوفر لكي تضمن كل هذه أهم هذه المتطلبات ما يلي:

(1) متطلبات تشريعية: ويندرج تحت هذا النوع من المتطلبات ما يلي:

1. وجود تشريعات تنظم وتد
نشطة التجارة الالكترونية والعلاقات القانونية الناشئة في بيئتها تثير العديد من التحديات القانونية للنظم القانونية القائمة والتي تتمحور في مجموعها حول اثر استخدام الوسائل الالكترونية في تنفيذ أنشطة التجارية و
لالكتروني أو القوة القانونية الإلزامية لوسائل التعاقد الالكترونية.
2. تعديل القواعد الخاصة بتنظيم النشاط التجاري سواء الداخلية و الخارجية فعلى الرغم من تطور نشاط
جارية والخدمات الفنية واتصال الأنشطة التجارية لعلاقات العمل والالتزاما
والتزويد ونقل المعرفة و التكنولوجيا فان القواعد القانونية المنظمة للأنشطة التجارية والعقود ظلت غير قادرة
3. وضع الضوابط القانونية الملائمة والخاصة بالإمضاءات والتوقيعات الالكترونية وفي هذا الصدد يمكن
"الاونسيترال" الذي وضعته الأمم المتحدة والذي ينظم الأمور المتعلقة بالتجارة الالكترونية.
4. دارية وتنظيمية متقدمة وربط المنافذ الجمركية بطريقة الكترونية بهدف تبادل المعلومات.
5. وضع قوانين على المستوى الدولي من شأنها على المنازعات العالمية التي تنشأ من خلال
صفقات التجارة الالكترونية الدولية.¹

(2) متطلبات تقنية: وتشمل هذه المتطلبات ما يلي:

1. توفير بنية اتصالات ذات كفاءة مناسبة وبالشكل الذي يتم من خلاله استخدام شبكة المعلومات الدولية
بتكاليف منخفضة وفي هذا الخصوص دراسة لمنظمة التنمية والتعاون الاقتصادي حول الترويج
ية واحتمالاته في الدول النامية سعار الباهظة والجودة
الضعيفة لشبكة الاتصالات تعد من هم العوائق التي تعيق استخدام التبادل التجاري الإلكتروني في هذه الدول.
2. فير شبكة الربط الالكتروني والتي من خلالها سيتم ربط جميع المؤسسات والأجهزة الحكومية
لى توفير جهاز الحاسوب والتي ستستخدم للاتصال والتصفح وكذلك توفير البرمجيات التي ستوفر
التطبيقات العلمية والتي ستسهل التعامل مع المحتوى الالكتروني.
3. تقنيات حديثة قادرة على حماية التعاملات التجارية الالكترونية وابتكار أساليب فنية تمنع
التلاعب في التعاملات المرتبطة بالتجارة الالكترونية الذي يؤدي توفير بيئة
4. تندات وضرورة تامين التسجيل الرقمي للتوقيعات
والتي يتم بواسطتها التأكد من كل جزء من المعلومات المنقولة عبر شبكة المعلومات الدولية في مجال التعاملات
التجارية.²

¹ - محمد عمر منصور الشويرف- التجارة الالكترونية في ظل النظام التجاري عالمي الجديد -

² - ر منصور الشويرف -

التجارة الالكترونية

(3) يعتبر وجود الخبرات البشرية المؤهلة ذات الكفاءة والخبرة المناسبة لدعم الأ
الالكترونية وبن
ساسيا من شروط قيام التجارة الالكترونية ويمكن الحكم على
جاهزية ي دولة في هذا الجانب من خلال الآ¹:
1. الرفع من مستوى النظام التعليمي نوعا ومنهجا وتعزيز الجهود المبذولة لخلق مجتمع
الثقافي وتعميق المشاركة في تبادل المعلومات ضمن فئات المجتمع ومنظماته.
2. تعزيز مهاراته ودرجة تأهيل القوى العاملة.
3.

(4) **التعليم والتدريب:** تعد التجارة الالكترونية موضوعا جديدا وبخاصة للدول النامية وهو ما يستلزم
طار القيمي والثقافي الذي يشكل البيئة الملائمة لتقبل هذه التجارة على التعامل معها لى انه
يستلزم التركيز على الدور المحوري للتعليم في داء هذه المهمة من حيث التعريف بالتجارة الالكترونية
ومضمونها وساليبها و هميتها وكيفية التعامل معها
تستطيع التعامل بالوسائل الالكترونية الحديثة مع العالم الخارجي وهو ما يحتاج لى فهم لغة التخاطب
ولغة التعامل الفنية في المجال الذي يعمل فيه عن حاجة هذا النوع من التجارة لى المهندسين
والباحثين ومطوري البرامج والذي يعتبر وجودهم ضرورة لقيام التجارة الالكترونية
التدريب يلعب دورا مهما من ناحية الممارسة ووضع الأ
الاعتماد في هذا الشأن على ن المنظمات الدولية والإقليمية تلعب دورا
كبيراً مهما في هذا ومن خلالها تستطيع الدول ن تستفيد من خبرات ومكانيات بعضها البعض
وخصوصا من تلك التي سبقتها في هذا المضمار.

(5) **السياسة الاقتصادية الملائمة:** يوجد اتفاق عالمي على همية دور القطاع الخاص في قيام التجارة
الالكترونية ونموها وفي سبيل نجاح هذا الدور يت
تباع سياسيات اقتصادية تدعم هذا التوجه
سواء كانت هذه الإجراءات داخل الدولة نفسها و في تعاملها مع الدول الأ ولعل من ابرز هذه السياسيات
الامتناع عن فرض الضرائب على الرسائل الالكترونية المتبادلة وسعي الدولة لى فقط لتهيئة الأساسية لهذه
التجارة بل للعمل والمساعدة على خفض التكلفة وزيادة القيمة المضافة وتحرير الخدمات في مجال الاتصالات
السلكية واللاسلكية وبالفعل فان العديد من الدول بدأت تبذل جهودا كبيرة في هذا الاتجاه ويظهر ذلك جليا في
عقد الاتفاقات المبرمة في ظل منظمة التجارة العالمية تي من ضمنها الاتفاق الموقع بتاريخ 27
1997 والمتعلق بتنفيذ الإعلان الوزاري حول التجارة الالكترونية والاتفاق المتعلق بتحرير خدمات
الاتصالات بتاريخ 15 فبراير عام 1997.²

¹ - ر منصور الشويرف -

² - زايري بلقاسم وطوباش علي: "طبيعة التجارة الالكترونية وتطبيقاتها المتعددة" (مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية.
فبراير 2003).

(6) تطوير وتوزيع الهيكل الاقتصادي:

الالكترونية لا تنشأ من فراغ معين وتعكس ما يدور فيه وتدفعه نحو التقدم القطاعات الاقتصادية المادية والخدمية وتوظيف تكنولوجيا المعلومات في خدماتها سواء في الإنتاج والتسويق والتوزيع والخدمات المرتبطة لذلك فان النظرة الصحية لهذا النوع من التجارة هي التي تعتبرها ركنا من ركان الاقتصاد والذي يرتبط بغيره تأثرا وتأثيرا وبالتالي فان التجارة الالكترونية تستلزم وجود اقتصاد متطور نسبيا ومتنوع ومرن لكي يكون قادرا على تلبية الطلب الفعال سواء على الـ ي من مختلف السلع سواء الزراعية والصناعية وحتى الخدمية في مختلف صورها وعبر الوسائل الالكترونية.

(7) : ن تعاملات التجارة الالكترونية تختلف في كثير من جوانبها عن التجارة التقليدية بدءا بعملية الاتصال عبر الوسائل الالكترونية وانتهاء بعملية التسليم لبعض السلع والخدمات وما يصاحبها من تسوية المدفوعات المترتبة عليها بطريقة الكترونية وبالتالي فان نموها ينبني على الثقة المتبادلة بين كل طرف الداخلة فيها وبخاصة في ظل غياب التشريعات المنظمة لهذا النوع الجديد من التجارة. طراف الـ ي من مختلف السلع سواء الزراعية والصناعية وحتى الخدمية في مختلف صورها وعبر الوسائل الالكترونية.

يم الندوات والمؤتمرات لتعريف الأفراد والشركات بأهمية هذا دخول في اتفاقيات متنوعة ثنائية و اتفاقيات جماعية و همية هذه التجارة كما ن بعضها صارت تطرح تساؤلات على شعوبها لكي يعبروا عن آرائهم في المسائل المهمة التي يودون رؤيتها في تنظيم هذه التجارة . كما بدأت بعض المنظمات في تنشيط هذه التجارة من خلال بث شعور الأ ومراحلها والمتأكد من مكانية الاعتماد عليها كما هو الحال بالنسبة لمنظمة التنمية والمنظمة العالمية للتجارة.¹

مراحل الشراء عبر التجارة الالكترونية

ي سلعة من خلال التجارة الالكترونية بعدة مراحل مثلها في ذلك مثل التجارة التقليدية لى مرحلة التنفيذ النهائي وهذه المراحل هي:

(توفير المعلومات) :

يقوم المنتج عارض في هذه المرحلة بعرض سلعته و خدمته التي يستطيع نتاجها وتسويقها حسب طلب المستهلكين وطلب السوق سواء كانت سوقا داخلية و خارجية وتم معرفة هذه الطلبات من الدراسات التسويقية يت من اجل معرفة احتياجات السوق والمستهلكين ويقوم المنتج و العارض بالترويج لسلعته و خدمته من خلال وسائل الإعلان المختلفة وذلك بطريقة سهلة و واضحة ومفهومة للمستهلكين ويستخدم الوسائل الالكترونية في عملية الإعلان والترويج هذه ومن هم طرق اعلان هذه المواقع الالكترونية على شبكة المعلومات الدولية.²

غالبا ما تستخدم هذه المواقع " " وهي اعلانات عريضة توضع في سفلى صفحات الويب على شكل شريط تستخدم فيه الرسومات بعد عليها وذلك من اجل جذب اهتمام العملاء وأحيانا كثيرة تكون هذه لات يتم من خلالها تجارة الالكترونية بفاعلية في الإ

¹ - زايري بلقاسم وطوباش -

² - وليد زبيدي: التجارة الالكترونية عبر الانترنت "

إعلانات الصحف وذلك بسبب الكم الهائل من الزيارات لهذه المواقع حيث ن بعضها يقاس عدد زوار
بالملايين في الشهر الواحد وهذه الأ
ة المعلومات الدولية اقل من نشر
الدولية تتم من خلال شراء مساحة إعلانية من
فراد الذين ينقرون على المساحة المخصصة للإعلان
1.

المرحلة الثانية:

ن يقوم المنتج عارض بتوفير المعلومات عن منتج و خدمته يقوم المستهلك باختيار ما يناسبه من
العروض وبعد قبوله لأي منها يتم الاتصال ما بين البائع والمشتري من خلال البريد الإلكتروني ويتم الاتفاق
من خلاله على كل تفاصيل هذه العملية بالإضافة لي انه ومن خلال البريد الإلكتروني يمكن
والعقود القانونية وكذلك الصور والرسومات المتعلقة بعملية الشراء.²

. # :

وفيها يتم تنفيذ العديد من الالتزامات فيما بين كل من المنتج والمستهلك وهي:³

- قيام المنتج و البائع بتدبير السلعة و عدادها وتهيئتها حتى تكون صالحة للتسليم بالشكل
يتم الاتفاق عليه.

-قيام ا
جاءات عملية
و الخدمة وعملية الدفع هذه تتم
الالكترونية حيث يعتبر نظام الدفع الالكتروني هو جوهر التجارة الالكترونية فهو يربط بين
والبائع والمصرف فالمشتري يقوم باستكمال نموذج الشراء بعد اختيار منتج حيث يتضمن هذا النموذج رقم
بطاقة الائتمان وبعض البيانات الأ
ومن خلال الكمبيوتر يتم نقل الاستمارة ومعها رقم بطاقة الائتمان
كمبيوتر المصرف الذي يتعامل معه المشتري حيث يؤكد على صحة بياناتها فإذا كانت صحيحة والرصيد يسمح
بذلك يبعث برسالة
و المحل التجاري يخبره فيها بصحة البيانات المقدمة ليه
وبذلك تتم عملية الشراء وفي الوقت نفسه يقوم كمبيوتر المصرف بخصم قيمة البضاعة من حساب المشتري.
- السابقة يتم التسليم الفعلي للسلعة المعينة وهذا التسليم يعتمد على نوعها والكمية
التي يتم الاتفاق عليها بين البائع والمشتري.⁴

1- عبد الحميد بسيوني وعبد الكريم وعبد الحميد بسيوني: التجارة الالكترونية -

2- منصور الشويرف -

3- ر منصور الشويرف -

4- وليد زبيدي -

أساسيات التجارة الالكترونية

مبادئ التجارة الالكترونية

اصدر تجمع بنية المعلومات العالمية " وهو تجمع لعدد يقرب من 50 من قيادات شركات ومؤسسات المعلومات والتكنولوجيات والاتصالات " المبادئ الرئيسية لسياسات التجارة العالمية والتي تتبناها حاليا الدول والتجمعات الاقتصادية الكبرى في العالم في مريكتين واسيا بما فيها اليابان والصين وتشمل ما يلي¹:

1. يجب ان يقود القطاع الخاص تنمية التجارة الالكترونية وذلك لتلبية حاجات السوق.
2. يجب ان تتم المشاركة في التجارة الالكترونية وفق قواعد السوق الحرة والشفافية والتنافس العادي.
3. تساهم الحكومات في خلق وتشجيع مناخ مستقر بتشريعات عصرية تتيح التوظيف العادل للإمكانيات المحدودة لحماية مصالح المجتمع وهذا يجب أن يكون واضحا هادفا غير متحيز نزيها ويوفر التكنولوجيا دون تميزا .
4. يجب تشجيع آليات مشاركة القطاع الخاص في صياغة سياسات التجارة الالكترونية محليا ودوليا.
5. التأكيد على عالمية التجارة الالكترونية ومن هذا المنطق فان السياسات الحكومية التي تؤثر عليها يجب طار التعاون والتنسيق الدولي بحيث تضمن التجانس وتبادل التجارة عبر الحدود.
6. يجب ان تحقق المعاملة الضريبية تشجيعا للتجارة الالكترونية مقارنة بالطرق التقليدية للتجارة وتبعد تماما عن البيروقراطية التقليدية في الدول في الدول المختلفة.
7. يجب ان تحقق التشريعات المرتبطة ببيئة الاتصالات تنافسا في سوق عادل ومفتوح.
8. حماية المستهلك والمستخدم ساسا خاصة فيما يتعلق بالخصوصية والسرية وعدم الإفصاح ومن جهة مشاركة وزيادة للصناعة والمجتمع والفرد في حماية المحتوى الرقمي بما يتلاءم مع هذا
9. يجب عمال، حرية الاختيار والحماية للمستهلك.
10. يجب ان تتوفر الثقة لبناء بنية المعلومات العالمية ومكونات ومتطلبات مجتمع المعلومات العالمي من التعليم النوعية المعرفة التعاون لتطوير التامين والكفاءة لبنية التجارة الالكترونية لنزاعات من خلال تنظيمات قطاع الأ .

خصائص التجارة الالكترونية

الالكترونية بمجموعة من الخصائص التي تجعلها متميزة عن التجارة التقليدية كما جعلها تتطلب تواجد بيئة تنظيمية وتشريعية تختلف عن تلك التي تنظم التجارة التقليدية² من ابرز هذه الخصائص ما يلي:

1- الطابع العالمي للتجارة الإلكترونية:

تتعدى التجارة الالكترونية من خلال الوسائل التقنية والتكنولوجيا التي تتم من خلالها " المعلومات الدولية" الحدود الجغرافية والمكانية والتي تعتبر قيادا يقيد التجارة التقليدية ويقف عائقا مام وصولها لي العديد من الأ وان كانت صغيرة وشبكة المعلومات الدولية تستطيع كة عبر العالم كله وكذلك يمكنها

¹ -Ahmed Kordey.blogspot.com/2011/10/blog-post_23.html 12/03/2015.

التجارية من خلال موقعها على شبكة المعلومات الدولية من¹.
كذلك فان انعدام الحدود الجغرافية للتجارة الالكترونية سوف يؤدي عادة تحديد حدود ال
فالشركات لن تكون محدودة جغرافيا كما كانت عليه سابقا لان وصولها سوف يكون عالميا الأ
يحقق في النهاية عولمة المنتجات²
غير ن عالمية التجارة الالكترونية من خلال شبكة المعلومات الدولية قد يتسبب في عدد من المشاكل
وخصوصا المتعلقة بالكيفية التي سيتم من خلالها فرض الضرائب الجمركية على العديد من الأ
من خلالها ن صفة عالمية قد لا تنطبق على العديد من الواقع وخصوصا تلك التي تكون موجهة
رافية معينة وبالتالي لا يستطيع ي شخص من خارج هذه المنطقة المستهدفة الاستف
خدمتها³.

2- الطابع المتداخل للتجارة الالكترونية:

من خلال التجارة الالكترونية وجدت مختلف الشركات سواء كانت الصغيرة و الكبيرة
التقليدية بين القطاعات المختلفة والتي ظهرت كنتيجة لاختلاف المظاهر المادية للسلع والخدمات وطرق توزيعها
يصالها حت اقل حدة ووضوحا ويظهر ذلك بوضوح ف
بطريقة تقليدية ومن خلال التجارة الالكترونية يصلها رقميا كالكتب مثلا وبرامج الحاسوب.
ن هذا الأمر يتطلب من العديد من الشركات ن تقوم بإعادة هيكلة نفسها لمواجهة ضيق المسافة الفاصلة بين
يعتبر سلعة وما كان يعتبر خدمة عادة الهيكلة هذه ستؤدي بدورها لى خلق نوع من المنافسة بين
الشركات تصب في النهاية في مصلحة المشتري من خلال توفير فضل الخدمات له وبأسعار مناسبة⁴.

3- تطوير وحدات :

ن التطور السريع في مجال التجارة الالكترونية دفع وحدات الأعمال على التكيف بسرعة حتى
تستطيع تلبية احتياجات العميل وبالتالي يكون للتجارة الالكترونية اثر كبير على خطط معظم وحدات الأ
لتصبح هذه التكنولوجيا مألوفة لدى هذه الوحدات على نحو سريع من حيث تعلم وفهم تلك الوسائل التكنولوجية
فهما كاملا لى جانب فهم قوتها لإعادة تشكيل علاقاتها مع العملاء.⁵

4- غياب المستندات الورقية في التجارة الالكترونية:

خاصية
ة الالكترونية حيث انه بالإمكان تمام صفقة تجارية كاملة بمختلف مراحلها
بدءا من التفاوض وحتى عملية التسليم من دون تبادل مستندات ورقية وعلى الرغم من ما تشكله هذه الخاصة
وقت الحاضر من المشاكل في عملية ثبات العقود وتوثيق الحقوق والالتزامات فان العديد من المنظمات
الدولية شرعت في وضع قانون خاص بالتجارة الالكترونية يعطي صفة الشرعية للمحركات الالكترونية والعقود
الالكترونية والوفاء بالبنود الالكترونية⁶.

1- براهيم العيسوي - لكترونية - 31

2- محمد السعيد خشبة - تكنولوجيا التجارة الالكترونية - (القاهرة مطبعة الاوفست الحديث .2003).

3- براهيم العيسوي -

4- محمد السعيد خشبة - تكنولوجيا التجارة الالكترونية -

5- ر منصور الشويرف -

6- براهيم العيسوي - ارة الالكترونية -

5- التعامل من دون التعرف على هوية المتعاملين:

سهلت التجارة الالكترونية

ن تكون هناك

علاقة مباشرة بينهما على عكس ما كان يتم في عمليات التجارة التقليدية غير ن هذه السهولة في اللقاء تؤدي ن الطرفين لا يعرف احدهما الا ولا يملك ي منهما معلومات كافية عن خر بما في ذلك موطنه والمكان الذي يجري منه الاتصال ن المعلومات التي يقدمها احدهما للأخر قد تكون غير صحيحة ولا توجد طريقة مضمونة للتعرف على صحتها مثلا هذه المعط يتعلق ببطاقات الائتمان و الوعد بتقديم دمات ما بعد البيع ي انه وفي حالات التي يقدم فيها ي طرف معلومات عن نفسه للطرف الا د تتعرض هذه المعلومات للإفشاء و يملك صاحبها فرصة للسيطرة على استخدامها و مقاضاة من يسيء استخدامها لذلك وجدت اجتهادات كثيرة في هذا الشأن ساسا على استخدام تكنولوجيا متقدمة من اجل الحفاظ على الخصوصية وتوفير الأ والنزاهة في التعاملات التجارية عبر شبكة المعلومات الدولية برزها نظام التشفير المستخدم لتأمين السرية في التعاملات الالكترونية.¹

6- غياب دور الوسيط التقليدي في التجارة الالكترونية:

مات الدولية على تقريب المسافة و شكالها بين المستهلكين تجين حيث يستطيع كل منهم الوصول ي وسيط ذلك لان مستهلك يستطيع من خلال جهازه الشخصي في منزله الوصول ا يريد معرفته ع ي شركة وما تنتجه من والتعرف على مواصفاتها الدقيقة وسعارها مر الذي انعكس على حجم الشركات بحيث لم يعد حجم الشركة سواء كبيرة و صغيرة س مالها ضخما و محدودا له ي تأثير على قدرتها على الوصول المستهلك أيا كان المكان الذي يقيم فيه على عكس الحالة في التجارة التقليدية حيث يؤثر موقع الشركة وحجمها على مدى قدرتها على الوصول لى عملائها.²

7- رعة تغيير المفهوم وما يغطيه من نشطة وما يحكمه من قواعد:

نتيجة للتغيرات المتسارعة في نوعية الأنشطة التي تدرج تحت مفهوم التجارة الالكترونية وارتباط مفهومها ن هذه الوسائل متعرضة لتغيرات تكنولوجية متسارعة هذا الأمر جعل النظم والترتيبات التي تخضع لها التجارة الالكترونية عرضة هي الأخرى للتغير السريع بالشكل الذي يواكب تطورات كل³

مزايا وعيوب التجارة الالكترونية والمشاكل التي تواجه تطبيقها

1: مزايا التجارة الالكترونية

تنطوي التجارة الالكترونية على العديد من المزايا والفوائد التي يمكننا ن نتحصل عليها ذا ما استغلينا التجارة الالكترونية بطريقة صحيحة وتقسم هذه المزايا :

1- مزايا التجارة الالكترونية بالنسبة للدولة: تحقق التجارة الالكترونية للاقتصاد الوطني لأي

مجموعة من المزايا خر على النهوض باقتصاد هذه الدولة والرقى به ويمكننا

¹ - براهيم العيسوي - اارة الالكترونية -

² - ر منصور الشويرف -

³ - ر منصور الشويرف -

هم المزايا التي تحققها التجارة الالكترونية للدولة فيما يلي:¹

1. زيادة الصادرات الوطنية وهذه الزيادة ترجع
 - سهولة الوصول لى مراكز الاستهلاك الرئيسية.
 - مكانية تسويق السلع والخدمات عالميا بتكلفة محدودة.
 - سهولة وسرعة عقد و تمام الصفقات من خلال التجارة الالكترونية.
3. تعمل التجارة الالكترونية على مساعدة المشروعات الصغيرة والمتوسطة و اساسا للتنمية الاقتصادية ذلك لان هذه المشروعات تعاني في الغالب من نقص الموارد الاقتصادية اللازمة لوصولها لسوق العالمية وهو الأمر الذي توفره لها التجارة الالكترونية كما انها تعمل على جعل هذه المشروعات تشارك في حركة التجارة العالمية بفاعلية وكفاءة بما تقدمه لها من خفض في تكاليف التسويق والدعاية والإضافة في الوقت والمكان اللازمين لأجل المعاملات التجارية.
4. تمكن التجارة الالكترونية من خلق فرص جديدة
 - المشاركة التجارية الصغيرة والمتوسطة والتي يتم اتصالاتها بالأسواق العالمية ب
 - تسلم التجارة الالكترونية في تحسين ورفع كفاءة الخدمات الحكومية و

:

- توفير البيانات والمعلومات و تاحتها مام كافة فئات المجتمع من مستهلكين ومنتجين ومستثمرين.....
- إجراءات وخطوات ونماذج الحصول على الخدمات الحكومية بصورة تحقق تسهيل التعامل مع الجهاز الإ
- الحكومة لأعمالها الكترونية يجعلها مواكبة للتطور التكنولوجي من خلال تطبيق مفهوم الحكومة الالكترونية.
- 6. تقدم التجارة الالكترونية فرصة لتوفير التكاليف والنفقات من خلال بنية ساسية رقمية مثل شبكة المعلومات الدولية حيث يمكن خفض العديد من التكاليف كتكاليف الإ والتسويق المر الذي ينعكس على أسعار السلع ويجعلها تباع بثمن اقل مما كانت عليه في نمط الاقتصاد التقليدي الأمر الذي يستطيع معه المتوسطة من شراء هذه البضائع الأمر الذي يعني الرفع من مستوى معيشتهم وبالتالي الرفع من مستوى معيشة المجتمع ككل.²

7. ونية تسمح للفرد بان يقوم بأغلب عماله التجارية من المنزل وهذا الأمر يعني ازدياد قل في الشوارع وهو يفوق بالتالي لى التقليل من نسبة التلوث.

2- مزايا التجارة الالكترونية بالنسبة للشركات.

هم طراف التعامل في العمليات التجارية المختلفة ولقد ساهمت التجارة الالكترونية في تحقيق العديد من المزايا لها الأمر الذي جعلها تتسابق لإ ع هذا النوع من التجارة ولعل من هم المزايا المتحققة لشركات من خلال هذا النوع من التجارة ما يلي:

1. سهولة الوصول العالمية حيث تتميز التجارة الالكترونية بخاصية هامة هي مكانية مزاوله نشطة التجارية على المستوى وسهولة الوصول سواق العالمية تتم دون ن تكون هناك حاجة و فروع حيث كل ما تحتاجه ال نشاء التجهيزات سواق العالمية والاتفاق مع مقدمي احد خدمة الدخول على شبكة المعلومات الدولية لاستضافة موقع الويب الخاص بالمنشأة.³

¹ - محمد عمر منصور الشويرف - التجارة الالكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد -

² - ر منصور الشويرف -

³ - ر منصور الشويرف -

2. تتيح التجارة الالكترونية ما يسمى "يمقراطية التسوق" والصغرى لعرض منتجاتها وخدماتها واستقطاب الزبائن.
3. مكنت نظم التجارة الالكترونية وتطبيقاتها من تغيير شكل الشركات من شركات ضخمة ذ وفروع مكتظة بالموظفين لى شركات ذات حجم اقل وتعمل بعدد قليل من الموظفين والذين يكونون في الغالب ذوي مهارات عالية.
4. الالكترونية تخفض تكاليف نشاء ومعالجة وتوزيع وحفظ واسترجاع المعلومات الورقية وذلك تخزين المعلومات ومراقبة كافة الأ
5. التجارة الالكترونية تسمح بتقليل المخزون من البضائع عن طريق استعمال عملية السحب في نظام
6. عملية السحب تسمح بتصنيع المنتج و الخدمة وفقا لرغبات المستهلك وهذا يعطي الشركة افضلية تجارية على منافسيها.
7. التجارة الالكترونية تخفض الفترة الزمنية في دفع الأ
8. التجارة الالكترونية تعمل على تحسين صورة الشرك سين خدماتها لزبائننا وتمكنها من إيجاد شركاء تجاريين جدد.
9. تتيح التجارة الالكترونية فرصة تطوير داء المؤسسات في مختلف الميادين وخصوصا فيما يتعلق بتقويم واقعها وكفاية موظفيها وسلامة بنيتها التحتية.

3- مزايا التجارة الالكترونية بالنسبة للمستهلك:

- التجارة الالكترونية مزايا متعددة لكل من الدولة والشركات فذلك هو الحال بالنسبة للمستهلك يح له ايضا العديد من المزايا في حال استخدامه لها ولعلى من ابرز المزايا التي تحققها التجارة الالكترونية للمستهلك ما يلي:¹
1. يستطيع المستهلك من خلال التجارة الالكترونية التوفير في الوقت والجهد اللذان كانا يلزمان في العملية التجارية التقليدية وهذا راجع لكونه يستطيع الدخول سواق الالكترونية والشراء منها بكل سهولة وبشكل اجد فيه شبكة المعلومات الدولية ي بمعنى لا تتواجد حدود زمنية ولا مكانية تقيد عملية الشراء بالنسبة للمستهلك.
 2. توفير التجارة الالكترونية مام المستهلك العديد من البدائل وتكون لديه فرصة الاطلاع على العديد من منتجات التي يعرضها البائعين في ماكن مختلفة من العالم بدلا من التقيد.
 3. تتيح التجارة الالكترونية للمستهلك السرعة في يصل رسائله للبائع وكذلك هو الحال بالنسبة للرد عليها.
 4. التجارة الالكترونية المشتري من مكانية تصميم خبر
 5. لاحتياجاته ذلك لان المشتري لديه اطلاع على كل ما هو معروف من خلال شبكة المعلومات الدولية مما يجعله يصل للمعلومات المرغوب فيها ومن تم يقوم بتصميم خبرة الشراء وفقا لاحتياجاته.
 6. في سبيل حصوله على السلعة و الخدمة ومن هذه التكاليف تكاليف النقل وحمل البضاعة....
 7. رة الالكترونية يستطيع المستهلك ان يقلل من العديد من التكاليف الزائدة والتي كان يتعبها في توفير المعلومات للمستهلك عن جميع المنتخبات والخدمات عبر شبكة المعلومات الدولية يقطع طريق مام الذين يسعون السلع والخدمات بهدف تحقيق الأرباح الطائلة من ورائها.
 8. ية تعمل على تحويل السوق المحلي لى العالمي هذا يجعل المستهلك يختا

- تي يتعامل معها على خدمات التي تؤمنها له وليس على ساس جنسيتها.
8. سعار المتحقق من التجارة الإلكترونية والذي ينتج عن زيادة المعروض وعدد المتاجر رونية يجعل المستهلك يحظى بأفضل سعار مناسبة له نقل كثيرا عن الأسعار السائدة في التجارة التقليدية.
9. سرعة حصول المستهلك على العديد من السلع والتي كان يحتاج وصولها وقتا طويلا من خلال تمويلها لي شكل رقمي كما هو الحال عند شراء الكتب البرامج والتي يتم استلامها غالبا عبر البريد الإلكتروني.

2: عيوب التجارة الإلكترونية

كما للنمط التقليدي من التجارة مزايا تقابلها عيوب فالحال كذلك بالنسبة للتجارة الإلكترونية فمقابل مزاياها السابقة توجد بعض العيوب والتي من أبرزها:¹

1. الطابع اللامادي غير ملموس للتجارة الإلكترونية والذي يؤدي إلى عدم قدرة المشتري على فحص السلعة بطريقة عينية قبل شرائها الأمر الذي قد يتسبب في حدوث بعض المشاكل بعد الشراء وهنا يستوجب على الدول التعاون فيما بينها من أجل إيجاد أمثل يمنع حدوث هذا النوع من المخالفات والتجاوزات والتي يمكن أن تحدث من خلال هذا النوع من التجارة بالإضافة إلى التجاوزات الأخرى والتي يعتبر من أهمها غسيل الأموال.
2. يتمكن أي فرد من خلال التجارة الإلكترونية من تقديم شراء لبعض السلع المحظورة في السوق المحلية لدولته، الأمر الذي يترتب عليه ضياع أمواله في حالة عدم وصولها إليه.
3. احتمال حدوث تعاقبات مزيفة من خلال شبكة المعلومات الدولية وحدث حالات من النصب والاحتيال رة على التحقق من شخصية المتعاملين.
4. يمكن حدوث تلاعب في بيانات النسخ الأصلية الخاصة بالطلبات، الشراء أو إرسال البضائع وذلك ناتج عن عدم وجود المستندات الورقية والتوقيع بخط اليد، الأمر الذي يهدد مصالح الأفراد والمشروعات على
5. الدولية تعتبر ركيزة رئيسية تعتمد عليها التجارة الإلكترونية، فإن مشكلة أمن هذه الشبكة يعتبر من أهم عيوبها لأنه بالإمكان اختراق المواقع التجارية على هذه الشبكة، الأمر الذي يترتب عليه العديد من المشاكل، من أهمها إفشاء أسرار الأفراد.
6. إمكانية استخدام بطاقات ائتمانية مزيفة أو سرقة أرقام بطاقات سليمة الأمر الذي يترتب عليه تحمل أصحابها لعمليات شراء بضائع وحصولهم على خدمات لم يقوموا بطلبها.
7. التغيير السريع في البرمجيات المستخدمة في إدارة مواقع التجارة الإلكترونية يتطلب عملية تحديث مستمرة قد تتطلب تكلفة باهظة في بعض الأحيان.
8. عدم توافق بعض برامج التجارة الإلكترونية مع بعض تطبيقات البيانات والتي غالبا ما تشهد تطورا مستمرا في بعضها.
9. قلة عدد الأفراد القادرين على القيام بأعمال التجارة الإلكترونية.
10. تعدد المقاييس المعيارية التي تطبقها الدول فيما يتعلق بالتجارة الإلكترونية.

¹حمدي عبد العظيم -"التجارة الإلكترونية، ابعادها الاقتصادية والتكنولوجية والمعلوماتية" (القاهرة، اكااديمية السادات للعلوم الادارية.2001).

3: تواجه تطبيق التجارة الإلكترونية

تطرح مسألة تطبيق التجارة الإلكترونية العديد من المشاكل سواء على المدى القريب أو البعيد ولعل من أبرز هذه الإشكاليات ما يلي:¹

1. مشكلة دفع الرسوم الجمركية: هذه المشكلة تظهر بجلاء في التجارة الإلكترونية من : " المستهلك وسبب ظهورها يرجع إلى العديد من الأسباب والتي منها كيف يمكن التعرف على بلد الإنتاج فهل من بلد الصفقة التجارية التي تم الشراء منها أم البلد الذي أرسلت منه البضاعة؟ وهل المستهلك مقيم أو غير مقيم؟ ومن يتكلف بإيصالها؟ إلى غير هذه الأمور المتعلقة بالنواحي الجمركية، ولم تجد هذه المشكلة حلا بعد، وذلك راجع إلى أن الولايات المتحدة الأمريكية والتي تعتبر الدولة المهيمنة على التجارة الإلكترونية تطالب حلفاءها من الدول المتقدمة بعدم فرض رسوم جمركية من شأنها أن تقلص النمو التجاري لهذا النوع الجديد من التجارة أي بمعنى أنها تسعى لجعلها بمثابة السوق الحرة وذلك لفترة زمنية معينة من أجل أن تقوي معاملاتها، غير أن دول الاتحاد الأوروبي عارضت هذا الطرح الأمريكي وأكدت على عدم تخليها عن مستحقاتها من جراء التجارة الإلكترونية.

2. مشكلة الأدلة الثبوتية في التجارة الإلكترونية: تعتبر مشكلة الأدلة الثبوتية مشكلة شاملة لجميع أنواع التجارة الإلكترونية وفي سبيل مواجهتها يتعين على المستهلك الاحتفاظ بجميع الأدلة للعمليات التي قام بها عبر شبكة المعلومات الدولية لطبع الصفحة الأولى التي تعرف بالموقع التجاري لأي شركة يتعامل معها وكذلك طبع نسخة من البريد الإلكتروني الذي يحتوي على الفاتورة الإلكترونية، وهنا يتوجب على الإدارات المختلفة أن تقوم بطبع دليل إداري موجه إلى المؤسسات والأفراد من شأنه أن يعرف لهم الأدلة الثبوتية الإلكترونية المعترف بها في يكونوا في مأمن أثناء قيامهم بالعمليات التجارية.

3. مشكلة حماية العلامة التجارية والملكية الفكرية: طالت عمليات التزوير العلامات التجارية وعالم التجارة الإلكترونية وأصبحت ظاهرة من الظواهر العالمية، وتتفنن المافيا في عمليات التزوير تلك والتي طالت العلامات الجيدة في البلدان النامية ومن أساليب التزييف والاحتيال قيام سارقي العمليات التجارية بالتسجيل المبكر لعلامات الشركات المتميزة في السجلات نطاق شبكات المعلومات الدولية.

4. مشكلة حماية حقوق المستهلك: يوجد رأيان بخصوص حماية المستهلك، الأول هو الأمريكي وا يقول أن سوق التجارة الإلكترونية سيخلق آليات بنفسه ليحمي المستهلك بلا سبيل لخلق قوانين تعوق نمو التجارة الإلكترونية أما الرأي الثاني فهو الرأي الأوروبي وخاصة الفرنسي والذي يربط فرص آليات وقوانين عالمية لحماية الزبائن شبكة المعلومات الدولية.

غير أنه وفي الوقت الراهن ليس هناك قدرة قضائية لأي دولة كانت على غلق صفحة تجارية على شبكة المعلومات الدولية لأي مزور أو محتال غير أن الشيء الممكن القيام به هو تنبيه المستهلكين والمتريدين على هذه المواقع بهؤلاء المحتالين، وحماية المستهلك لا تعني دائما حمايته من المحتالين بل إن أغلب الأمريكيين الذين يتبعون أسلوب التجارة الإلكترونية يخشون على حرياتهم الشخصية أكثر من الاحتيال على أموالهم فالمعلومات التي تتدفق على التجارة الإلكترونية هي ذات أهمية إستراتيجية المعطيات والمعلومات وبيعها لأغراضها التجارية أو حتى أمنية.

5. مشكلة تسليم البضائع: هذه المشكلة مطروحة في استعمال البريد الإلكتروني من أجل نقل الوثائق الإلكترونية بصفة أمنية خصوصاً وأن شبكة المعلومات الدولية تشهد أعمالاً تخريبية من خلال بث الأشخاص لبرامج فيروسية تعمل على تدمير تعمل على تدمير الحاسوب وتخريبها وحسب دراسة قام بها معهد البحوث كاليفورنيا (Computer Economies) وجد أن الفيروسات تسببت منذ بداية 1999 وحتى الشهر (يونيو) من العام نفسه في خسارة اقتصادية للمؤسسات تقدر ب (7.6) مليار دولار.

6. المشاكل المطروحة على المدى المتوسط والطويل: كل الأخصائيين متفقون على أن التجارة الإلكترونية سلباً في بادئ الأمر على فرص العمل في المؤسسات لافتقارها لقدرات التأطير والتأقلم ولكن في نفس الوقت ستخلق التجارة الإلكترونية فرصاً تركز على التقنيات.¹

7. محدودية الشراء والاستخدام: على الرغم من النمو الهائل في استخدام المعاملات الإلكترونية إلا أن تطبيقها في السوق مازال محدوداً، إضافة إلى أن العديد من مستخدمي الشبكة يقومون فقط بعمليات استطلاع أكثر من الشراء الفعلي، حيث تشير نتائج إحدى الدراسات في هذا المجال إلى أنه وعلى الرغم من أن 65% المستقصي منهم قاموا باستخدام شبكة المعلومات الدولية في عمليات بحث عن 14 % فقط قاموا باستخدام بطاقات الائتمان لإتمام معاملاتهم الشرائية عبر شبكة المعلومات الدولية.²

مستقبل التجارة الإلكترونية :

هناك عدد هائل من التجار الذين يعربون عن تفاؤلهم بالتجارة الإلكترونية إذ تسمح للشركات الصغيرة الشركات الكبيرة و الآن تستحدث العديد من التقنيات لتذليل العقبات التي يواجهها الزبائن سيما على صعيد سرية و امن المعاملات المالية على الانترنت و أهم هذه التقنيات بروتوكول الطبقات الأمنية (Secure Socket Layers-SSL) و بروتوكول الحركات المالية الآمنة (Secure Electronic Transactions. SET) و يؤدي ظهور مثل هذه التقنيات والحلول إلى إزالة الكثير هذه المؤشرات بمستقبل مشرق للتجارة الإلكترونية ذلك أن التجارة الإلكترونية أصبحت حقيقة قائمة وأن آفاقها إمكاناتها لا تقف عند حد معين وذلك للخصائص والمسائل التي تميز التجارة الإلكترونية.³

ويبدو رونية مشرق جدا كتالوجات كثيرة مشتقة من قواعد بيانات الشركات تطبيقات التجارة الإلكترونية للمستقبل يمكن ن تكون إعلان برامج كمبيوتر مشار إليها كعنصر م

1- منصور الشويرف -

2- إدريس وجمال الدين محمد المرسي -التسويق المعاصر، ط1 سكندرية. الدار الجامعية 2005.

3- محمد ميلود غزيل -التسويق الا -رسالة الماجستير- بي بكر بالقايد () -2006.

التجارة الالكترونية

” ن لايين” في كتالوجات الموردين عن منتج الإنتاج الشيء الذي يريده المشتري ن يقدم العضو خدمات رقمية جديدة

الالكترونية جديدة cd-rom المبيعات على أساس ال on-line disk

و يحل محلها نظير رقمي في استخدام .
هناك بعض التكنولوجيات التجريبية المتعلقة بالبنية الأساسية في سبيلها لى الظهور وبعض التكنولوجيات محدودة النطاق عند الاختيار على نطاق واسع و يتوقع ظهور التكنولوجيات أفضل في المستقبل.

يتم أداء العمل على بروتوكولات في تحسن مستمر فيعر
الصناعية و موديم الكابل والخطوط الرقمية للمشارك DSL و طريقة التحول غير المتزامنة ATM
التجارة الالكترونية إلى ما بعد أجهزة الكمبيوتر إلى طرفيات نطاق البيع و آلة الصرف الات ماتيكية و التلفزيون
و أجهزة أخرى متصلة بالبطاقة الذكية.

وفي تعاملات الشركات مع بعضها البعض سيكون ترتيبات للمورد و الشركات , يكون من شأنها تحسين
إجراء العمليات. و الشراكة الالكترونية تشمل شركاء تجارة الانترنت و شركاء التجارة على أساس البروز و

البيانات الالكترونية EDI و الانترنت.¹

_____:

التحولات السريعة التجارة قديما كانت تعتمد على وسائل جد تقليدية في التعاملات أحدثت الكثير من التغيرات في النشاط التجاري و أدخلت البشرية إلى عصر جديد تصاحب مع تزايد استخدام الإنسان للأدوات المتنوعة لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات - لاسيما الانترنت- لتسهيل التبادلات التجارية فتوسع استعمال الانترنت من المجال العلمي إلى المجال التجاري, أعطى دفعا قويا لهذه الشبكة لتتمكن في وقت قصير من مد خيوطها حول مجمل بلدان العالم متجاهلة بذلك الحدود الجغرافية. وقد ساهمت المعلومات و الاتصالات في تغيير وجه الأعمال مما تولد عنه ميلاد التجارة الالكترونية إلى تصاعد الاهتمام بها و كثر الحديث عنها. أصبحت بمثابة محرك جديد للتنمية الاقتصادية نظرا لما تحققه من مزايا شتى.

د حاولنا من خلال هذا الفصل إلقاء الضوء على الظاهرة الحديثة المعروفة باسم التجارة الالكترونية و إزالة الغموض عنها باستعراض أدوات تكنولوجيا الإعلام و الاتصال المساهمة في ظهورها و معرفة ماهية هذه التجارة و أهم إشكالاتها و تطوراتها و أساسياتها انعكاساتها الايجابية على المؤسسات التي تمكنت من اختراق الأسواق العالمية و الوصول إلى اكبر شريحة من المستهلكين بأقل تكاليف و كذلك المستهلكين الذين أضحى بإمكانهم اقتناء حاجياتهم بمجرد نقرة زر.

الفصل الثاني

وسائل الدفع الحديثة

المستخدمة في التجارة الالكترونية

مقدمة الـ

هدت العقود السابقة تطورا كبيرا في التجارة الدولية واكبت تنوع في القوميات التجارية، وازدهار في النمو الاقتصادي، مما دفع بالكثير من المؤسسات المالية إلى المناداة بإيجاد نظام مصرفي متكامل يقوم بتقديم الخدمات المالية على المستوى العالمي، وقد لاقى هذه الفكرة رواجاً واسعاً على

الصعيد الدولي، ويرجع ذلك إلى عدة أسباب منها:

- المنافسة المتناهية بين المؤسسات.

- تطور أنظمة الاتصالات السلكية واللاسلكية.

- إيجاد أنظمة الكترونية ذاتة وقدرة لقيام تجارة الكترونية دولية.

- ارتفاع تكاليف الخدمات المالية التقليدية مقارنة مع الخدمات المالية الالكترونية.

ولمهمة تلك التحديات لم يكن أمام المصارف سوى العمل على إيجاد أنظمة الكترونية متكاملة

ومتنوعة تركز على الانترنت كقاعدة أساسية لها لتتمكن من خلالها القيام به على أكمل وجه.¹

ومع التطور الزمني أصبح يتم يوميا إجراء ملايين المعاملات والصفقات والقروض باستخدام النقود مما أدى إلى ظهور عدة مشاكل أهمها العمليات الحسابية المعقدة؛ حوادث السرقة والضياع، ثقل حمل النقود عند إجراء صفقات ضخمة... الخ، ولحل مثل هذه المشكلات حصل اتفاق بين المجتمعات في أزمنة وأمكنة مختلفة، على اتخاذ شكل معين يتصف بالقبول العام وله قيمة معروفة تسمح بقيام مقام النقود، عليها عموماً باسم وسيلة الدفع، غير أن التطور الاقتصادي لم يسمح لوسائل الدفع بالاستقرار على شكل معين، بل طورتها عدة مراحل ليتخذ أشكال معروفة لأزمنة أصبحت تعرف الآن بوسائل ونظم الدفع التقليدية.

وفرض التطور التكنولوجي في الوقت الحاضر وزيادة تطبيقه في جميع نواحي الدومنها العمل

المصرفي، استخدام وسائل دفع تختلف عن تلك الوسائل التقليدية، والتي تعرف بوسائل الدفع الالكترونية.

ووسائل الدفع الالكترونية هي الأخرى توجد على أشكال مختلفة تلائم طبيعة العمليات والصفقات

الالكترونية التي ظهرت بظهور التجارة الالكترونية.

المبحث الأول: نظام الدفع الالكتروني

يعتبر وسائل الدفع لأي اقتصاد مؤشرا عن مدي سيره وعمله، وهو ما جعل البنوك في

مختلف دول العالم تترك بأن لتطوير وتحديث وسائل الدفع أولوية وهذا لأن وسائل الدفع التقليدية لم تعد

فعالة في سرعة في معالجة المعاملات والصفقات، ولقد سمح التطور التكنولوجي بخلق

وسائل دفع الكترونية غير مكلفة.

المطلب الأول: ماهية نظام الدفع الالكتروني

نظام الدفع الالكتروني هو عبارة عن مجموعة وسائل الدفع التقليدية ولكن بشكل متطور والتي

نستعملها في حياتنا اليومية حيث الفرق بينهما هو أن نظم الدفع الالكتروني تتم كل عملية الكترونيا فلا

وجود للحوالات ولا للقطع النقدية.¹

وهنا نذكر بعض التعاريف:

✓ لقد عرف قانون المبادلات الالكترونية المصرف الالكتروني بأنه : "وفاء بالتزام نقدي

بوسيلة الكترونية مثل الشيكات الالكترونية وبطاقات الدفع المغنطة".

✓ وفي إطار دفع قيمة النقدية، الدفع الالكتروني يتضمن تعريف واسع وتعريف محدود:

• **التعريف بالمعنى الواسع:** " الدفع الالكتروني يقابل كل دفع لقيمة مالية بالرجوع إلى آليات

الالكترونية".

• **التعريف بالمعنى المحدود:** " الدفع الالكتروني يتمثل ضمنا في الدفع الذي ' يتطلب الرجوع إلى

التعا المباشر بين الأشخاص الطبيعيين".

من خلال التعريفين نخلص إلى مل لنظام الدفع الالكتروني: " نظام الدفع الالكتروني

مجموعة من الوسائل والتقنيات الالكترونية التي تسمح بتحويل الأموال بشكل مستمر وآمن وذلك

لتسديد دين ما على السلع والخدمات بصفة تلغي العلاقة المباشرة بين المدين والدائن".²

¹ - محمد امين الرومي:

المطبوعات الجامعية

2004.

² - محمد عبد الحسين الطائي: التجارة الالكترونية (المستقبل الواعد للعيل القادمة)

1- خصائص الدفع الالكتروني:

إن آليات الدفع يجب أن تستجيب لعدة خصائص إذا أرادت أن تلقى القبول العام من جهة وان يصادق عليها من جهة أخرى وهذه الخصائص تنقسم إلى قسمين: تطبيقية وتشريعية.

❖ **الخصائص التطبيقية:** أي من المنظور التطبيقي وتنقسم إلى خصائص الاستعمال وخصائص

القبول

أ- خصائص الاستعمال: وتتضمن ما يلي

-القبول: قبل جعل النظام حقيقة يجب أن تتمتع البنية التحتية بقبول واسع وهذا من أجل ضمان

فعالة النظام وقابليته للحياة.

-**تكلفة المعاملة:** تكلفة استعمال آلية الدفع يجب أن تتناسب مع قيمة المعاملة في حد ذاتها وكلما

اقتربت من الصفر كلما كان جيدا.

-**المرونة:** هذا يعني أن آليات الدفع يجب أن تكون بمقاييس تستجيب لمختلف الاحتياجات وليست

مرتبطة بموقع أو بنوع محدد من المعاملات كما يجب أن تكون محررة من القيود وغير مستقلة عن

حماية الأشخاص الطبيعيين.

ب- خصائص القبول: تتضمن ما يلي:

-**إتاحة النظام:** وهي خاصية يجب أن تكون موجودة في كل وقت وبطريقة غير متقطعة وخاصة

في نطاق المعاملات الدولية.

-**قابلية تقسيم الوحدات:** يجب أن تتميز آليات الدفع بخاصية تقسيم الوحدات لكي توزع على الدفع

في المعاملات حيث يرتبط تقسيم الو. بتكلفة المعاملة المقدره سابقا. ولقد اقترحت هذه الخاصية من

أجل المعاملات ضعيفة القيمة.

-**سهولة الاستعمال:** إن عملية الدفع يجب أن تكون سهلة التنفيذ وتعتبر هذه الخاصية مهمة لنجاح

النظام لأن الدفع يجب أن يكون سبب استعماله بالنسبة للمستهلك والتاجر.

❖ **الخصائص التشريعية:** وتتضمن الجانب الأمني والجانب السري.

أ- **الجانب الأمني:** يقصد بالتأمين " تحقيق الحماية لمحتوى الرسائل أو البيانات ضد محاولات

التغيير أو التعديل " خلال كافة مراحل التبادل وضمان التحقق من شخصية كل من المرسل والمستقبل.

وتعتبر هذه الخاصية الأكثر أهمية و التي يجب توفرها في نظام الدفع ويجب أن تتوفر على ثلاثة

مميزات لنجاح هذا النظام وهي: جودة النظام، عدم التراجع عن الدفع الحاصل والثقة في العمليات المستعملة...

ب- الجانب السري: يقصد بالسرية " اختفاء محتوى الرسائل والبيانات بطريقة مناسبة تمنع التعرف على محتواها خلال تحريرها أو حفظها أو تداولها " وفي ميدان الدفع يقصد به سرية المعلومات والبيانات عن الدائن وان والتي توجد في البطاقات أو في ذاكرة الكمبيوتر حيث يجب حمايتها أو حفظها.

2- مزايا الدفع الالكتروني:

- بالنسبة لحاملها: أهمها سهولة وسير الاستخدام، كما تمنحه الأمان بدل حمل النقود وراوب السرقه والضياع، كما أن لحاملها فرصة الحصول على الائتمان المجاني لفترات محددة، كذلك تمكنه من إتمام صفقاته فوراً بمجرد ذكر رقم البطاقة.

- بالنسبة للتجار: تعد أقوى ضمان لحقوق البائع، تساهم في زيادة المبيعات كما أنها أزاحت عبء متابعة ديون الزبائن طالما أن العبء يقع على عاتق البنك والشركات المصدرة.

- بالنسبة لمصدرها: تعتبر الفوائد والرسوم والغرامات من الأرباح التي تحققها المصارف والمؤسسات المالية، فقد حقق سي بانك City Bank أرباح من حملة البطاقات الائتمانية عام 1991 م بلغت 1 بليون دولار¹

3- عيوب الدفع الالكتروني:

- بالنسبة لحاملها: من المخاطر الناجمة عن استخدام هذه الوسائل زيادة الاقتراض والإنفاق بما يتجاوز القدرة المالية، وعدم سداد حامل البطاقة قيمتها في الوقت المحدد، يترتب عنه وضع اسمه في

القائمة السوداء.

- بالنسبة للتاجر: أن مجرد حدوث بعض المخالفات من جانبه أو عدم التزامه بالشروط يجعل البنك يلغي التعامل اسمه في القائمة السوداء هو ما يعني تكبد التاجر صعوبات جمة في مجاله التجاري.

- بالنسبة لمصدرها: أهم خطر يواجه مصدرها هو مدى سداد حاملي البطاقات الديون المستحقة عليهم وكذلك تحمل البنك المصدر نفقات ضياعها.²

¹ - يوسف حسن يوسف: "البنوك الالكترونية"

كلية العلوم المالية والإدارية -

² - مصطفى كمال طه : " الاوراق التجارية (وسائل الدفع الالكتروني الحديثة)"

المطلب الثاني: أشكال الدفع الالكتروني

إن الدفع الالكتروني يمكنه ان يتخذ احد الأشكال التالية:

• **الدفع على الخط:** إن الدفع على الخيقوم على اشتراك البنوك في انجاز المعاملات مع الغير، حيث أن هذا الدفع يطلب من طرف التاجر الذي يجب أن يكون متعامل بمودم Modem وبشبكة مع البنك قبل إنهاء أي عملية في حين أن البنك يقوم بمراقبة مدى سلامة النقود المحولة.

• **الدفع خارج الخط :** يسمح بالتراضي المباشر بين الطرفين دون جلب موافقة البنك وفي هذه

الحالة يوجد حلين من اجل مواجهة ظاهرة ازدواجية استعمال النقود الالكترونية.

- **الحل الأول:** يتضمن إدراج أو إضافة معالج دقيق إلى البطاقات حيث يقوم هذا المعالج على الحفظ

طاقة هوية النقود التي استعملت من قبل، بطريقة لا تمكن من صرف النقود مرتين، وفي

حالة ما إذا كان المستعمل على وشك تعطيل المعالج تصبح البطاقة غير صالحة للاستعمال.

- **الحل الثاني:** ويسمى التشفير وعليه فانه من الممكن معرفة المستلذي يقوم باستعمال مزدوج

للنقوي الوقت الذي تعود فيه إلى يد البنك ومنه فان أي معاملة تتم عن طريق الانترنت يمكن أن

تساوي معاملته على الخط.

• **المعاملات المعلومه:** وهي المعاملات التي تتضمن معلومات تسمح بالكشف عن هوية الشخص

الذي قام بالسحب البنكي، فعمل هذا النوع من المعاملات يشبه عمل بطاقة الائتمان حيث يسمح بمتابعة

مسار النقود المصدرة.

• **المعاملات المجهولة:** هي معاملات تعمل بنفس طريقة عمل النقود الورقية أي عندما يقوم الزبون

بسحب النقود من الحساب البنكي فانه لا يترك أي اثر ومن اجل جعل هوية المستهلك مجهولة يقوم

الكمبيوتر بضرب سلسلة الأرقام المحددة على ال في أي عدد قبل وضعها في البنك وهذا

بغرض إخفاء توقيعه وكنتيجة لذلك البنك لا يمكنه الكشف عن رقم السلسلة.¹

والفرق بين المعاملات المعلومه والمعاملات المجهولة يظهر في مجال هوية المستهلك كما إن

المعاملات المجهولة لا تظهر حالة الاستعمال المزدوج للنقود.

المطلب الثالث: مشاكل الدفع الالكتروني

الدفع الالكتروني يواجه عدد من المشكلات سنعرض أهمها:

• **المشكلات النفسية:** مازال العامل النفسي للمتعاملين يقف عائقا أمام التجارة الالكترونية بصفة عامة ووسائل الدفع الالكترونية بصفة خاصة، فمن الناحية النفسية نجد أن المتعامل لا يتقبل إبرام الصفقات من خلال شبكة الانترنت اللهم إذا كانت هذه الصفقات ضئيلة القيمة، إما إذا كانت كبيرة القيمة فهو يفضل الالتقاء المباشر بالمتعامل الآخر من خلال مجلس عقد واحد يتم فيه الاتفاق على كافة بنود التعاقد.

وبطبيعة الحال فإن هذا العامل النفسي ليس ي الكافة بديل أن هناك معاملات تتم من

الوسائل الالكترونية، رغم أنها أبرمت من خلال هذه الوسائل الالكترونية، إلا أن أسلوب الدفع لا يتم دائما من خلال هذه الوسائل. فغالبا ما يفضل الأفراد التعامل بالنقود بالمقارنة بوسائل الدفع المشتقة من النقود لأن خصوصياتهم، ذلك أنهم لا يضطرون إلى أن يعرفوا أنفسهم للبائعين أو أي مؤسسة مالية طالما أنهم يقد مون النقود، هذا بخلاف بطاقات الائتمان مثلا والتي تستفيد منها بعض المنظمات في تحليل أنماط الاستهلاك للأفراد واستخدام هذه المعلومات في أغراض تسويقية وغير ذلك.

وفي حالة النقود الرقمية مثلا والتي تصدر من خلال البنوك مع احتفاظ البنك برقم يسمى " الرقم مرجعي " نجد أن البنك يستطيع أن يعلم من خلال الرقم المرجعي لمن تم إصدار هذه النقود ومن حصل عليها بعد ذلك مما يؤدي إلى انتهاك سرية المستهلك ولعل العلاج الناجح لهذه المشكلات النفسية يتمثل في إيجاد وسائل فنية وتشريعية تكفل موثوقية هذه المعاملات، وتكفل أيضا معرفة كل طرف للآخر وحماية بعض الخصوصيات التي يحرصون عليها.¹

• **المشكلات القانونية:**

- 1- صعوبة التحقق من صحة النقود الالكترونية وعدم قبولها أو عدم الاعتراف بها.
- 2- مشاكل الإثبات حيث أن إدخال بعض عمليات الأداء الالكترونية يسقط الأثبات المكتوب بواسطة المستندات الورقية، وعليه فإن المشكل المطروح في البلدان له جانبين:

أ- **إثبات الهوية للعميل:** إن التعبير عن الإدارة من طرف صاحب البطاقة يتم بطريقتين؛ إما بوضع إمضاءه على فاتورة معدة من طرف التاجر بواسطة جهاز مسلم من طرف المصدر للبطاقة ففي هذه

الحالة تكون وسيلة الإثبات كتابية، وإما أن يعبر عن إضاءه في شكل إضاء آلي وهو تشكيل رقم سري

على آلة الحاسوب.

ب- صحة محتوى العمليات: لقد تمكن الأداء الالكتروني من إلغاء المستندات المكتوبة بخلاف وسائل

الدفع التقليدية كالشيك والأثر الوحيد عند هذه المعاملات هي التسجيل على الشريط المغنط لحاسوب

البنك أو المتعاملين أو بذاكرة البطاقة من جهة والوصل الصادر عن التجهيز الآلي لدى البنك من جهة

أخرى.

• مشكلة عدم الأمان المعلوماتي:

ما زالت التجارة الالكترونية بوجه عام، والتجارة من خلال الانترنت بوجه خاص تواجه المخاطر

التقليدية التي تواجهها أنظمة المعلومات من عمليات القرصنة مثل الفيروسات الالكترونية التي تتم على

أرقام بطاقات الائتمان، بل وعلى الأنظمة الالكترونية للبنوك، والتي من خلالها يتم معرفة أرقام حسابات

العملاء والتحويل غير المشروع للأموال، ومثل هذه العمليات للنصالالكتروني التي تمارسها بعض

مواقع الانترنت لافتزاز المستهلكين، كل هذه المشكلات تؤدي إلى الإحساس بالخطر المعلوماتي وتؤدي

إلى تعميق الهاجس النفسي بعدم التعامل من خلال وسائل الدفع الالكتروني، كما ضا لا بد أن تدفع

أهل التقنية وأهل التشريع لمواجهةها من خلال وسائل فنية وقانونية، ليس غريبا بعد ذلك أن يظهر ما

يسمى بعقد التأمين الالكتروني والذي يتم فيه التأمين من الأخطار المعلوماتية.¹

• مشاكل مرتبطة بالاقتصاد:

✓ ظهور النقود الالكترونية البطاقات قد يشجع عمليات غسل الأموال.

✓ انتشار النقود الالكترونية قد يثير مشكلات أمام الحكومة فيما يخص رقابتها على النقد المتداول

وصعوبة التحكم في عرض النقود خاصة إذا توسعت الشركات الخاصة في النقود.²

المطلب الرابع: مستقبل نظام الدفع الالكتروني:

تعتبر وسائل الدفع الالكتروني محركا رئيسيا لتطوير الحياة الاقتصادية والاجتماعية وحتى

السياسية، فهي تساعد على الارتقاء وزيادة العائدات والمساهمة في استثمار الموارد البشرية بالشكل

الأمثل، كما أنها تساعد في بناء حكومة عالية الأداء واقتصاد مزدهر، وتتيح بناء شركات جديدة ومفيدة وتوفر للعملاء خيارات إضافية في مجال وسائل الدفع.¹

ولهذه الأسباب تقوم المؤسسات العالمية في مختلف الدول بتطوير وسائل الدفع الالكتروني لمعرفة أحدث ما توصلت إليه تكنولوجيا الدفع الرقمي سنلقي نظرة على دبي²، الذي تحدث في الحاضرون على مستقبل الدفع الالكتروني والتقنيات المستقبلية التي من المتوقع أن تصبح سائدة نذكر

1- الدفع باستخدام الهواتف المتحركة: وذلك بمساعدة أجهزة الهواتف الذكية التي تحتوي على تقنية تسمى "حقل الاتصال القريب" وبذلك تصبح عملية الدفع متاحة في أي مكان مهما كانت القيمة المطلوبة.

2- بطاقات الدفع المقروءة ضوئياً: التي يتم استخدامها في تسديد الفواتير الصغيرة، وإجراء عمليات الدفع بكفاءة أعلى أثناء التسوق أو التنقل بالمواصلات العامة.

3- الملصقات وحات الإعلانات الذكية: التي تستخدم تقنية "وسائل تحديد التردد اللاسلكي" المدمج في: الملصقات واللوحات الإعلانية وعند مكاملة هذه التقنيات مع الهواتف الذكية ستوفر بيئة متكاملة لإجراء عملية الدفع أو الاتصال بالعملاء.

4- منصات الدفع اللاسلكية في منافذ البيع: ومصممة بشكل خاص للتجار الذين لا يملكون خطاً ثابتاً أو الباعة المتنقلين، مثل مندوبي المبيعات أو عمال الصيانة والكهرباء والبائعين الذين يتجولون على الشواطئ.

5- لوحات المفاتيح الافتراضية: وهي خاصة بالهواتف المتحركة والأجهزة الرقمية الشخصية وأجهزة أخرى، حيث تتيح الطباعة بواسطة المس بسرعة كبيرة وتتسم هذه اللوحات بأنها فائقة التطور وسهلة الاستخدام.

¹ -classc.aawsat.com/details.asp?article=351349ftissae/9959:01/02/2015.11 :05.

² العربية وزير الشؤون المالية والصناعة بدولة وإفريقيا.

² " رئيس فيزا International (نهج فيزا 2010) "

المبحث الثاني: الأطراف المتعلقة بعملية الدفع

تتم عملية الدفع بين ثلاثة أطراف تتمثل في حامل البطاقة والمحل التجاري والهيئة المصدرة للبطاقة، كما يوجد علاء بين هذه الأطراف الثلاثة، هذا ما سنتطرق إليه في هذا المبحث.

المطلب الأول: حامل البطاقة

يعود سبب انتشار بطاقة الدفع عند الأفراد لمجموعة من المزايا المكتسبة لحاملها والتي نذكر منها:

1- سهولة والأمان في استخدام بطاقة الدفع لسداد إثمان السلع المنتقاة أو الخدمات المقدمة مقارنة بحمل النقود أو الشيكات.¹

2- سهولة الحصول على القروض الاستهلاكية في سقف الائتمان المقدم دون الحاجة للعودة للبنك وملئ الوثائق ثم انتظار مصادقة البنك للحصول على القرض.

3- يقوم حامل البطاقة باستعمالها للإنفاق في أماكن مختلفة ولمدة معينة ولكنه في النهاية يسدد دفعة واحدة للهيئة المصدرة عن مجموع ما أنفقه الشيء الذي يؤدي لاختصار الحركة في حسابه المصرفي وما ينجز عنه من مصاريف عمولات البنك.

4- تسهيل بطاقة الدفع خاصة (بطاقة السفر والترفيه) على رجال الأعمال والسياح الذين

يزورون أكثر من دولة، استعمالها كأداة دفع واحدة حيث تقبل البطاقة في عدة دول أي تتكف الهيئة

المصدرة للبطاقة بعمليات الصرف الأجنبي نيابة عن حاملها.²

كذلك فان الميزة المهمة لبطاقات الدفع لى مختلف أنواعها أو على طول تاريخها أنها تشتترط

التشخيص لحامل البطاقة حتى تتم عملية التسديد وترتبط البطاقات بحساب محدد عند الهيئة المصدرة،

يرد فيه القيم المستحقة من العمليات التي تتم ويمكن أن يرتبط الحساب ببطاقة واحدة أو بمجموعة من

قات، مثلما هو الحال مع البطاقات المخصصة للشركات، كذلك فان هذا التشخيص قد تطور مع

اية يتم بعد مقارنة الاسم المطبوع على البطاقة مع هوية حاملها ثم أصبح يتم الكترونيا

حيث يتم تمرير البطاقة في الجهاز المصرفي ثم يفارن بين التوقيع المطبوع على ظهر البطاقة مع توقيع

حاملها على فصاصة المشتريات، ثم تطور التوقيع ليحل رقم التعريف الشسي PIN، وتجدر الإشارة

إلى أن عملية المجللة الأخيرة من عملية التسديد بالبطاقة التي تتم بعد إرسال المحل

¹ ر عبد العزيز الشافي-المصارف والنقود الالكترونية -

² " : وتقنيات مصرفية" دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع لقااهرة 2001.

التجاري لنسخة من فصاصات البيع للهيئة المصدرة التي يتحقق منها مع الشبكة إذا كانت البطاقة صادرة عن بنك آخر منظم للشبكة، ثم أصبحت تتم الكترونيا حيث ترسل المعلومات من خلال شبكة الاتصال.

المطلب الثاني: المحل التجاري

إن قبول أي محل تجاري لتسوية معاملاته مع زبائنه عن طريق بطاقة الدفع راجع للمزايا التي يحصل عليها جراء ذلك، والتي نذكر منها:¹

• عند قبوله بطاقة الدفع لسداد القيم المستحقة له على زبائنه، فإنه بذلك يضمن حصوله على تلك

اشرة لرصيده البنكي عكس لو قبل التعامل بالنقد الذي يعرض وجود كمية من النقد في

صندوق المحل إلى خطر السطو والسرقة وهنا تتميز البطاقة بعامل أمان كبير.

• قبول التعامل بالبطاقات قد يكون أكثر أمانا حتى من قبول الشيكات الشخصية التي قد تكون

بدون رصيد.

• ينتج عزة التسجيل الأوتوماتيكي للمبيعات بالصنف والكمية والسعر الوحدوي، ما

يوفر على المحل بعض المعلومات المحاسبية.

يساهم المحل التجاري في عملية الائتمان -في حالة البطاقة الصادرة عن الهيئة المالية- الذي

يتمتع به حامل البطاقة دون أن يتحمل مخاطر ذلك القرض الاستهلاكي وبالتالي تساهم بطاقة الدفع في

الرفع من رقم أعمال المحل التجاري دون تحمله مخاطر الائتمان المقدم لحامل البطاقة.

• يستفيد المحل التجاري القابل لبطاقات الدفع بصفة غير مباشرة من السمعة الجديدة للهيئة

المصدرة للبطاقة وكتلحلمات الإعلانات التي تقوم بها.

أما في حالة قيام المحل التجاري وخاصة إذا كان يملك سلسلة من المحلات المنتشرة في مواقع

بإصدار بطاقة خاصة به فإنه يحصل على المزايا التالية:

-يضمن أن استعمال بطاقته هو موجه فقط للحصول على سلع يعرضها المحل، وهذا مع مراعاة

1- أن تكون تكلفة البطاقة الصادرة عنه أقل بكثير منمطابقة المصدرة من البنوك لكي تجذب

الزبائن.

2- أن تكوسيبية لإصدار البطاقة وتكلفة الأجهزة وشبكة الاتصال المستعملة أقل من قيمة الاقتطاع في حالة قبول البطاقات البنكية.

• **الجهاز الطرفي:** إن الجهاز الطرفي للدفع أو نقطة البيع هو تلك الوسيلة الالكترونية التي يستعملها المحل التجاري للتحقق من صحة البطاقة وكذا التصديق على عملية الدفع، مكونات هذا الجهاز:

- حيز لإدخال البطاقة.

- لوحة أرقام تشبه تلك الموجودة على الآلة الحاسبة.

- آلة طباعة على القصاصات الورقية.

وتعمل هذه الأجهزة وفق نظامين:

أ- **خارج الاتصال (off line):** في هذا النظام يكون الجهاز غير متصل بشبكة لخطة التسديد والاتصال بالبنك المصدر للبطاقة، وتتم عملية الدفع عبر المراحل التالية:

- التحقق من قبول البطاقة (بطاقة ائتمان أو خصم الشبكة التابعة لها).

- تسجيل قيمة المشتريات في الجهاز.

- تمرر البطاقة البنكية داخل الجهاز للتحقق من صحة التشفير.

- تطبع قيم المشتريات واسم المحل وتاريخ العملية على القصاصات الورقية.

- يوقع حامل البطاقة على القصم تقارن بين هذا الإمضاء الموجود على ظهر البطاقة.

- تتم الموافقة على العملية وتسلم البطاقة لحاملها.

ب- **باستعمال الاتصال (on line):** هنا يكون الجهاز الطرفي على اتصال بالبنك لحظة تسجيل

العملية وتتم عملية الدفع بنفس مراحل العملية السابقة غير انبيع حامل البطاقة يقوم بإدخال

الرم الشخصي السري الذي يرسل للهيئة المصدرة للبطاقة إلا في حالة صحته ترد على الإرسال

لك تتم الموافقة على العملية ويستلم حامل البطاقة بطاقته، ونشير إلى أن عملية الاتصال

عليه تتم في بضعة ثواني، واهم ميزة تفرق بين النظامين هي التكلفة حيث أن النظام الأول أقل من

النظام الثاني.

المطلب الثالث: الهيئة المصدرة البطاقة.

نبدأ أولاً بنكر العوائد المحصلة من التكفل بتشغيل نظام بطاقات الدفع¹:

◀ رسوم تحصيل من العميل وتسمى رسوم الانتساب وتدفع مرة واحدة.

◀ رسوم تحصيل نتيجة التدد السنوي للبطاقة أو التحول من بطاقة عادية إلى بطاقة ذهبية.

◀ عمولة يدفعها المحل التجاوهى نسبة من المبيعات المسددة بواسطة البطاقة.

◀ يمكن للبنك تحصيل عائد إضافي نتيجة استعمال البطاقة في الإنفاق بالعملات الأ.

وهناك مجموعة مزايا ناتجة عن استعمال التكنولوجيا الحديثة في البطاقة تتمثل في:

◀ التعامل بكفاءة وفعالية مع النمو الهائل والمتسارع لعدد حسابات الزبائن.

◀ تخفيض التكلفة الحقيقية لمعالجة المدفوعات ببطاقات الدفانرنة بالمدفوعات عن طريق

الشيك.

◀ مكنت التكنولوجيا الحديثة البنوك من تقديم خدمات لم تكن متوفرة من قبل.

تعتمد الهيئة المصدرة للبطاقة لتحصيل المعلومات حول استعمال بطاقتها على مجموعة من

النقت والوسائل التي تطورت مع الزمن والتي :

1- تحصيل وصل البيع: كانت بطاقات الائتمان الأولى خالية من الشريط المغناطيسي المستعمل

، استعمالها يشبه استعمال الشيك، حيث كانت عملية الدفع تستغرق وقتاً إذ كان يجب التأكد من

صحة البيانات على البطاقة وتطابقها مع الهوية ثم توضع في جهاز خاص يعمل يدويا لطباعة وجه

البطاقة على قضا .

2- خارج الاتصال: سعت شركة " IBM " إلى تطوير الشريط المغناطيسي، الأمر الذي مكن من

تقليص الزمن المستغرق في عملية السداد وكذا تسجيل الهيئة المصدرة للبطاقة للعمليات عن استعمال

البطاقة.

3- باستعمال الاتصال: تقوم الهيئة المصدرة بتسجيل عملية استعمال البطاقة بشكل مباشر وفوري

لحظة القيام بعملية التسديد، ويعتمد هذا التسجيل على شبكة الهاتف أو على شبكة الاتصال البنكية

الخاصة وتسمى بشبكة التحول الالكتروني للنقد.

المطلب الرابع: العلاقة بين أطراف عملية الدفع

كما سبق ورأينا في المطلب السابق، أن بطاقة الدفع تفترض وجود ثلاثة أطراف: مصدر

والبطاقة، حامل البطاقة، والمحل التجاري.¹

ونجد أن هناك علاقات تنشأ بين هذه الأطراف الثلاثة تترتب عنها حقوق والتزامات لكل منها

الطرف الآخر وهو ما سنتطرق إليه في هذا المطلب.

1- العلاقة بين مصدر البطاقة وحامل البطاقة: يحكم هذه العلاقة العقد المبرم بين البنك

المصدر للبطاقة وبين عميله ويسمى "عقد الحامل"، هذا العقد يحدد شروط إصدار البطاقة، وكيفية

استخدامها، وحقوق والتزامات كل طرف؛ ويعتبر عقد إذعان إذ أن البنك يضع شروط محددة سلفاً، وما

على العميل إلا أن يقبلها أو يرفضها.

ويكون البنك في حالة دعوة إلى التعاقد وليس في حالة إيجاب عام موجه للجمهور، ومن ثم يجوز

للبنك إذا ما تقدم إليه العميل استصدار بطاقة وفاء أن يرفض دون أي مسؤوليه عليه إلا إذا كان متعسفا

في استعمال حقه.

ونجد التزامات وحقوق مصدر البطاقة تتمثل :

• تعهد البنك مصدر البطاقة بسداد فواتير حاملها للتجار.

• تحديد رسوم البطاقة.

- البنك له الحق في إلغاء البطاقة دون أخطار سابق.
- تحديد القانون الذي يحكم الاتفاقية عند نشوب نزاع بين الطرفين.
- تعتبر البطاقة ملكا للهيئة المصدرة لها مسلمة لحاملها على أساس الأمانة، ما يعن إعطاء البنك الحق في إيقاف العمل للبطاقة واستيرادها في أي وقت.

تلتزم الهيئة المتقيد وتوضيح جميع مصروفات العميل بتاريخها ومكانها وترسلها في كشف حسابات ايا موضحة تاريخ استحقاقها وتمكن التزامات وحقوق حامل البطاقة ف

✓ الاستعمال الغير التعسفي للبطاقة واحترام سقف الائتمان المقدم له.

✓ الالتزام بسداد الحد الأدنى المتفق عليه للديون المرتبة جراء استعمال البطاقة من طرفه أو من

المخول لهم استعمالها والتي توضح في كشف الشهري المرسل إليه قبل تاريخ استحقاقها.

✓ إخطار البنك في حالة فقدان البطاقة من صاحبها (سرقة أو ضياع)، حيث يتحمل مسؤولية المبالغ المقيدة على حسابه إلى غاية تاريخ إبلاغه بفقدان البطاقة.

يقتصر استعمال البطاقة على حاملها وحده وان يستخدمها وفقا للقواعد والشروط المنق عليها، وفي

حالة سماحه لشخص آخر باستعمالها فإنه يتحمل المسؤولية التامة عن المديونية الناشئة عن ذلك.

2-العلاقة بين مصدر البطاقة المحل التجاري: لا بد أن يسعى البنك مصدر البطاقة إلى اكبر عدد

من المحلات الكبرى ومحطات والمطاعم والفنادق لكي يقبلوا من عملائه الوفاء بالبطاقات التي

أصدرها لهم في مقابل أن يقوم البنك بالوفاء بمديونيات هؤلاء العملاء إلى التاجر¹، ويحكم العلاقة بين

البنك مصدر البطاقة والمحل التجاري الذي يقبل الوفاء بها عقد يسمى "عقد التاجر" أو "عقد المورد"

بمقتضاه ين على التاجر أن يعلن الجمهور عن قبوله التعامل بهذه البطاقات، ويلتزم أيضا بفحص

البطاقة والتأكد من سلامة عملية الوفاء من خلالها، كما يلتزم بنفع العموا عليها للبنك. حيث يلتزم

المحل التجاري اتجاه الهيئة المصدرة بما يلي:

❖ احترام مراحل الموافقة لكل نظام ونوع البطاقة.

❖ قبول خصم عمولة عليه لقاء كل عملية تسديد بالبطاقة مضافا لها نسبة من مجموع القيم

المستحقة.

❖ أن يتأكد من سريان البطاقة من خلال تاريخ انتهاء الصلاحية وكذا تمريرها في الجهاز الطرفي

وكذا الحصول على توقيع حامل بطاقة على إشعار البيع.

❖ يتعهد بقبول البطاقة الصادرة عنها كوسيلة للتسديد مع مراعاة الحد الأدنى لقبول البطاقة دون الحاجة لإجراء الاتصال بالهيئة المصدرة من جهة أخرى.

❖ إرسال نسخة من إشعارات البيع للهيئة المصدرة التي أرسلت من قبل بشكل الكتروني، لكي تحول قيمتها إلى رصيده البنكي بعد خصم النسبة المتفق عليها.

❖ أن يكون ثمن السلعة أو الخدمة المقدمة موحدا سواء تم الدفع بالبطاقة أو نقدا.

مكنه التنازل عن العقد الذي يجمعه مع الهيئة المصدرة لمحل تجارى آخر.

في المقابل يستلزم البنك بتزويلات والماكينات التي تسهل عملية الوفاء، وغالبا ما

يكون إعطاء البنك بتزويد التاجر بالماكينات والآلات على سبيل الأمانة وليس على سبيل نقل الملكية، كما

يلتزم البنك إذا ما قام التاجر بالوفاء أن يسدد إلى هذا التاجر مديونيات حاملي البطاقات، ويعتبر التزام

البنك التزاما باتا غير قابل للرجوع فلا يجوز للبنك أن يحتج على التاجر بأي دفع ناشئة عن

العلاقة بينه وبين العميل.

المبحث الثالث: وسائل الدفع الالكترونية

هـو التجارة الالكترونية وانتشارها أصبحت وسائل الدفع تمثل حجر الزاوية لنجاح وتطور هذا النوع من التجارة، فقد اعتمد نجاح التـونـية في مرحلته الأولى على استخدام بعض وسائل الدفع المتاحة، ومع التطور على تكنولوجيا الإعلام تم استحداث وسائل جديدة تعد أكثر لطبيعة أنواع المعاملات التجارية باستخدامق الالكترونية، ثم إدخال المعلوماتية في مجال وسائل الدفع أدى إلى تحويل عميق في منظومة التبادل، تنامي اللوساطة وتحويل في شكل النقد وطبيعته، غير أن هذا التطور رافقه بالمقابل تطوير لفنون الاحتيال والقرصنة، فان كان القرصنة وقطاع الطرق قديما يتعرضون القوافل عبر البحار والطرق النائية، فان قرصنة التجارة الالكترونية يستخدمون فن الاحتيال الالكتروني وسرقة البطاقات والأرقام السرية لتنفيذ عملياتها على حساب الآخرين.

على الرغم من الحرص المتنامي على إحاطة أنظمة الدفع الحديثة بالثقة والأمان، ما تزال هذه الأنظمة تعاني من إختلالات تنعكسها على تطور التجارة الالكترونية. هذا الواقع الجديد يتطلب من السلطات النقدية تكثيف الجهود في مجال إصدار ومراقبة هذا النقد الجديد بغية تحقيق نظام نقدي مستقر يساعد على تحسين الخدمات المصرفية المقدمة ويساهم بدوره في تطوير وتوسيع نطاق التجارة

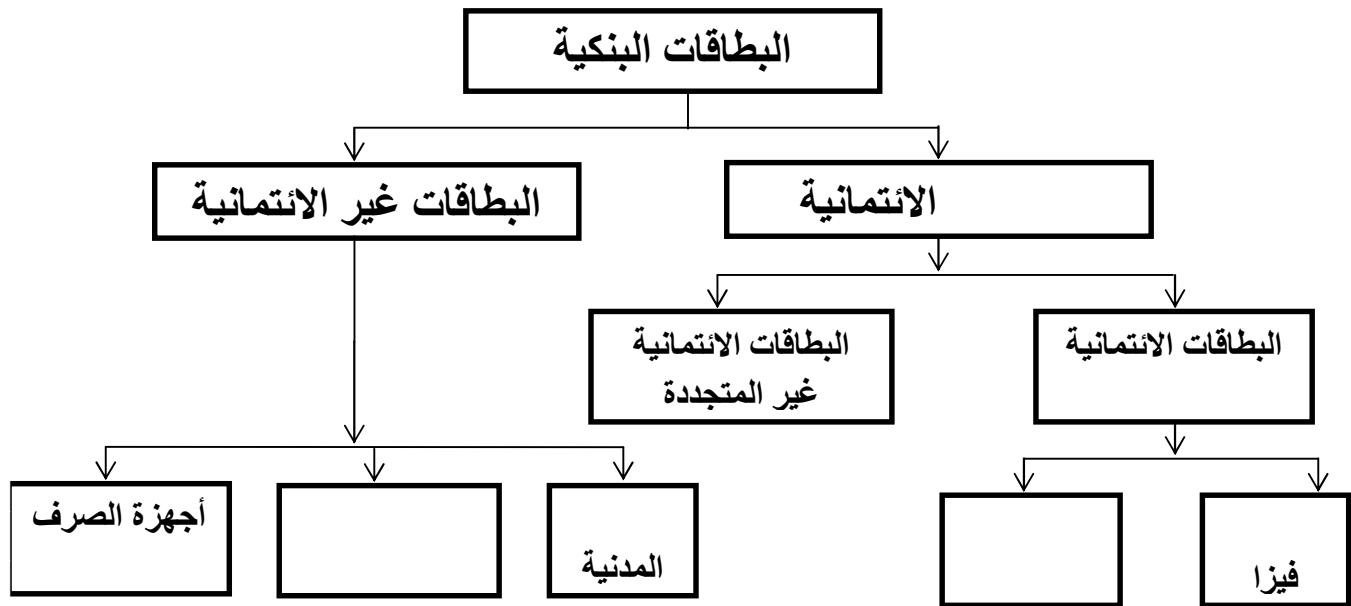
الالكترونية.¹

المطلب الأول: البطاقات البنكية

وتسمى أيضا بالنقود البلاسة ويستطيع حاملها استخدامها في شراء معظم احتياجاته أو أداء قابل ما يحصل عليه من خدمات عبر الانترنت أو المحلات التقليدية دون الحاجة لحمل مبالغ كبيرة من الأموال والتي تتعرض لمخاطر السرقة أو الضياع أو التلف²، بالإضافة إلى إمكانية حصوله على النقد من خلال آلات الصرف الذاتي (Automatic Teller machines :ATM) تنقسم البطاقات البنكية إ قسمين كما يوضح الشكل التالي:

¹ "اثر التجارة الالكترونية على تحسين نوعية الخدمات المصرفية"
² "عالم التجارة الالكترونية" المنظمة العربية الإدارية 1999.

الشكل رقم 2-1: أنواع البطاقات البنكية



المصدر: نواف عبد الله باتوبارة، "أنواع بطاقات الائتمان وأشهر مصدريها" مجلة الدراسات المالية والمصرفية، المجلد 06، العدد 04، الأكاديمية العربية للعلوم والمصرفية، الأردن ديسمبر 1998.

أولاً: البطاقات الائتمانية والبطاقات غير الائتمانية.

1- البطاقات الائتمانية:

1-1 نشأ بطاقة الائتمان: بدأت تظهر بطاقة الائتمان منذ عام 1914 وكان ذلك عندما أصدرت بعض شركات البترول الأمريكية في الولايات المتحدة الأمريكية بطاقات لعملائها من أجل استخدامها في

شراء بعض مشتقات البترول من المحطات التابعة لها، وتم تسوية هذه العمليات في نهاية كل مدة زمنية

متفق عليها، لكن النشأة الحقيقية كانت في عام 1950، إذ بدأت تظهر صور بطاقات الائتمان.¹

وفي عام 1958 اصدر مصرف أمريكا بطاقة باسم " Bank Americard " في ولاية كاليفورنيا

بالألوان الزرقاء والذهبية والبيضاء، حيث سمح من خلالها بمجموعة محددة من المستخدمين بسداد قيمة

المشتريات عند التجار من دون دفع أي نقدية على أن يقوموا بسداد هذه القيمة للمصرف في تاريخ

لاحق.²

¹ - جلال عايد الشورة-وسائل الدفع الالكترونية-

² - محمد عمر منصور الشويرف-

وقد بدأ ظهور مثل هذه البطاقات في الأردن في أوائل الثمانينات عندما قام بنك البتراء بإصدار

بطاقة ائتمانية اسمها بترا كارد، وتلاه في ذلك البنك القاهرة عمان الذي اصدر بطاقة اسماها Cairo

Card. كما قامت المجموعة الوطنية السريعة للبطاقات بإصدار بطاقة اردنية المنشأ تحمل اسم "

National express " وتمثل النشاط الأولى لبطاقات الائتمان في الأردن.¹

1-2 تعريف بطاقة الائتمان: يطلق على هذه البطاقات العديد من المسميات ومنها بطاقات الدفع

البلاستيكية و بطات الدفع الالكترونية غير أن مسمى بطاقات الائتمان هو أكثر شيوعا.

ولقد تعددت التعريفات الخاصة ببطاقة مان ومن هذه التعريفات:²

"هي عقد يتعهد بمقتضاه مصدر البطاقة بفتح اعتماد بمبلغ معين لمصلحة شخص آخر هو حامل

البطاقة الذي يستطيع بواسطتها الوفاء بقيمة مشترياته لدى المحلات التجارية التي ترتبط مع مصدر

البطاقة بعقد تتعهد فيه بقبولها بمشتريات حاملها على أن تتم تسوية المبالغ المستحقة

بعد كل مدة محددة".

وكذلك عرفها البعض على أنها " بطاقة بلاستيكية أو ورقية مصنوعة من مادة يصعب العبث بها

تصدرها جهة ما (البنك أو شركة استثمارية) يذكر فيها اسم العميل الصادرة لصالحه ورقم حسابه والذي

يقوم بتقديمها للبائع في كل مرة يقوم فيها من ثم يقوم التاجر بتحصيل تلك القيمة من

الجهة التي أصدرتها والتي تقوم من جهتها باستيفاء تلك القيمة من حامل البطاقة في وقت لاحق".

- وتعرف أيضا: " بأنها بطاقة تمنح بناء على تعاقد خاص بين إحدى الهيئات المالية القائمة

تسهيل الائتمان بين احد الأشخاص، وبموجب هذا التعاقد تقوم هذه الهيئة بفتح اعتماد بمبلغ محدد من

المال فإذا أراد حامل البطاقة شراء سلعة أو الحصول على خدمة من احد المتاجر المعتمدة لدى تلك الها

المصدرة يقوم بتقديم البطاقة إليه، حيث تقوم الجهة المصدرة بتسوية العملية ثم تسترد مقابلها من ح

وفقا لشروط فتح الاعتماد.

- ويتضح من خلال التعاريف السابقة بان الفكرة الأساسية التي تقوم عليها بطاقات الائتمان هي

فكرة الائتمان والذي يعني اقتصاديا القدرة على الاقتراض ذلك لان الجهة المصدرة للبطاقة تعجل الوفاء

بالقيمة للتجار على أن تقوم باستيرادها من حامل البطاقة بعد ذلك على دفعات مؤجلة، مما يحقق معنى الائتمان وهو تسهيل القيمة خاصة في الوفاء بائتمان المواد الاستهلاكية والخدمات الشخصية.¹

خلاصة القول تعرف على أنها البطاقة التي تتيح لحاملها الحصول على ائتمان (قرض) ولها نوعين أساسيين هما:

أ- **البطاقات الائتمانية المتجددة:** هي بطاقة تصدرها المصارف في حدود مبالغ معينة وتتيح الحصول على السلع والخدمات مع الدفع الآجل لقيمتها ولا يستلزم ذلك بالضرورة وجود مبالغ مالية بحساب العميل حال استخدامه للبطاقة المصدرة، فالجهة المصدرة للبطاقة تضمن معاملات العميل وتقوم بالدفع نيابة عنه، ثم تحصل هذه المبالغ من العميل في وقت لاحق حيث يقوم العميل بالدفع على فترات وذلك بموجب اتفاق بين البنك (أو الجهة المصدرة للبطاقة) وبين العميل مقابل تقاضي البنك فائدة من عملية على الرصيد المدين المتبقي، ويجري التحقق من البطاقة ومن حاملها إما عن طريق التوقيع أو صورة حاملها وقد يستخدم رقم الهوية الشخصي الذي يعتبر رقم سري لا يعرفه إلا البطي بهدف الرجوع للحاسب للتأكد من البطاقة ومن حدها الائتماني، ومن أشهر أنواع البطاقات الائتمان المحدد بطاقة فيزا (Visa) وبطاقة ماستر كارد (Master card)² وهذه البطاقات لها ثلاثة أنواع هي³

◀ **بطاقة فضية أو عادية:** وهي التي لا يتجاوز فيها القرض الممنوح لحاملها حداً أعلى عشرة الألف دينار مثلاً.

◀ **بطاقة ذهبية أو ممتازة:** هي التي يتجاوز فيها القرض الممنوح لحاملها الحد السابق، وقد لا يحدد فيها مبلغين مثل بطاقة "أمريكان اكسبرس" والتي تمنح عادة للأثرياء مقابل دفع رسوم باهظة.

◀ **بطاقة بلاتينية:** هي ذات مواصفات ومزايا إضافية بحسب كفاءة العميل المالية ومدى ثقة المصرف به.

ب- **البطاقات الائتمانية غير المتجددة:** سمي كذلك بطاقة الصرف (Charge card) أو بطاقة الخصم الشهري أو الدفع بري ويختلف هذا النوع من البطاقات عن سابقه في أن السداد يجب أن

¹ - الشويرف.

² - "الاتجاهات الحديثة في المراجعة" : العمليات الاقتصادية الالكترونية القاهرة

الحريري للطباعة. 2005.

³ - الشويرف.

يتم بالكامل من قبل العميل للبنك خلال الشهر الذي تم فيه السحب أي أن الفترة الائتمانية ف هذه الحالة لا تتجاوز شهر.¹

تتيح هذه البطاقة لحاملها فرصة الشراء الآني و التسديد لاحقا إذ يترتب على حاملها تسديد فاتورة البطاقة بالكامل خلال فترة السماح وفي حالة عدم التسديد لا يمنح لحاملها قرضا جديدا وتسحب منه البطاقة مباشرة.²

2- البطاقات غير الائتمانية: هي تلك البطاقات التي لا تتيح لحاملها فرصة الحصول على ائتمان (قرض) و تنقسم هذه البطاقات إلى³ :

أ- بطاقة المدنية: هي البطاقات التي تعتمد على وجود أرصدة فعلية للعميل لدى البنك في صورة حسابات تجارية و هذا لمقابلة المسحوبات المتوقعة للعمليات، حيث تسمح له بتسديد مشترياته و يتم السحب في البنك مباشرة عكس البطاقات الائتمانية فان العميل يحول الأموال العائدة له إلى البائع (التاجر) عند استعماله لهذه البطاقة.

ب- بطاقة أجهزة الصراف الآلي: لقد عرفت أجهزة الصراف الآلي تطورا كبيرا ففي السبعينات ظهرت كبديل لموظفي الصرافة في الفروع المصرفية للتقليل من عدد المعاملات داخل البنك أ.

الثمانينات بدا الاهتمام بتخفيض التكاليف ومن ثم البحث على تحقيق ميزة تنافسية وفي التسعينات أدت التطورات التكنولوجية إلى إنشاء محطات صرافة آلية ذات تكلفة قليلة و تتعدد أنواع الصرافات الآلية فمنها ما يسمح بعملية التلاستطلاع من الرصيد والسحب ومنها ما يسمح فقط بالسحب والاستطلاع على الرصيد بعد العملية مثل (الموزع الآلي للصراف) DAB.

ج- بطاقة الدفع مقدما: و هذه البطاقة تقوم على أساس تثبيت مبلغ محدد بحيث يمكن الدخول في البطاقة بذلك المبلغ ليتم التفضي التدريجي لمبلغ الاستعمالها و من أمثلة البطاقات المتداولة بطاقات النداءات الهاتفية و بطاقة النقل الداخلي العام.

¹ - "عالم التجارة الالكترونية" المنظمة العربية للتنمية الادارية 1999.

² -

³ - محمد ميلود غزيل: "معوقات تطبيق التجارة رونية في الجزائر وسبيل معالجتها" -تخصص اقتصاد التنمية- بلقايد () 2010.

ثانياً: الجهة المصدرة لبطاقات الائتمان و أطراف التعامل بها

✓ الجهة لصدره لبطاقات الائتمان: تصدر بطاقات الوفاء على الأغلب عن البنوك والمؤسسات من

اجل تقديم مثل هذه الخدمة لزيائنها لتسهيل عليهم عملية الوفاء باحتياجاتهم ومنها ما يصلح للتعامل به

داخليا ومنها ما يصلح للتعامل به في جميع الاستخدامات سير هذه البطاقات سواء إذا كان بنكا أو

مؤسسة مالية هو شخص اعتباري يرخص له القانون أو البنك المركزي للقيام بمثل هذه الأ

1.

✓ اطراف التعامل في بطاقات الائتمان: يمكن تقسيم اطراف التعامل في بطاقات الائتمان إلى :²

❖ الهيئة الدولية : وهي الهيئات الدولية المنظمة للعمل ببطاقات الائتمان و التي عن طريقها تتم

عمليات المقاصة والتسويات الالكترونية وتحويل الأموال بين بنك العميل حامل البطاقة وبنك التاجر القائم

تحصيل وتقوم هذه الهيئات بالسماح للمؤسسات المالية الكبيرة في جميع أنحاء العالم بالتكامل في

نظام البطاقات الائتمانية سواء بإصدارها للعملاء أو بتحصيل إيصالات المبيعات للتجار و أكثر تلك

الهيئات انتشارا (هيئة الفيزا - هيئة الماستر كارد).

❖ بنك الشخص حامل البطاقة: وهو البنك الذي له حق إصدار البطاقات البلاستيكية للعملاء و لا

يكون للبنك الحق في ذلك إلا بعد حصوله على موافقة من الهيئة الدولية بالتعامل بهذا النظام وكما تم

التوضيح في الفقرة السابقة بان هذه الهيئات لا تعطي الموافقة إلا للمؤسسات المالية الكبيرة أي لها القدرة

المالية والفنية على استخدام هذا النظام بنك رقم خاص به يتم من خلاله التعامل مع

البنوك الأعضاء والهيئة الدولية.

❖ الشخص حامل البطاقة: وهو الشخص الذي يحصل على بطاقة بلاستيكية من البنك المصدر لها

بغرض استخدامها لوسيلة دفع من اجل الحصول على السلع والخدمات مختلف أرجاء العالم بدلا من

المخاطرة بحمل النقود ويحصل العميل على هذه البطاقة عن طريق تعاقد مع البنك المصدر لها.

وذلك من خلال توقيعه على طلب الحصول عليها والذي ينص على شروط استعمال هذه البطاقة،

وتوقيع الشخص على هذا العقد يعتبر موافقة منه على إصدار البطاقة وأن استعماله لها محكوم بالشروط

المذكورة بالطلب ولا يقوم البنك بإصدار البطاقة إلا بعد دراسة كلب العميل جيدا وبعد التأكد من وجود

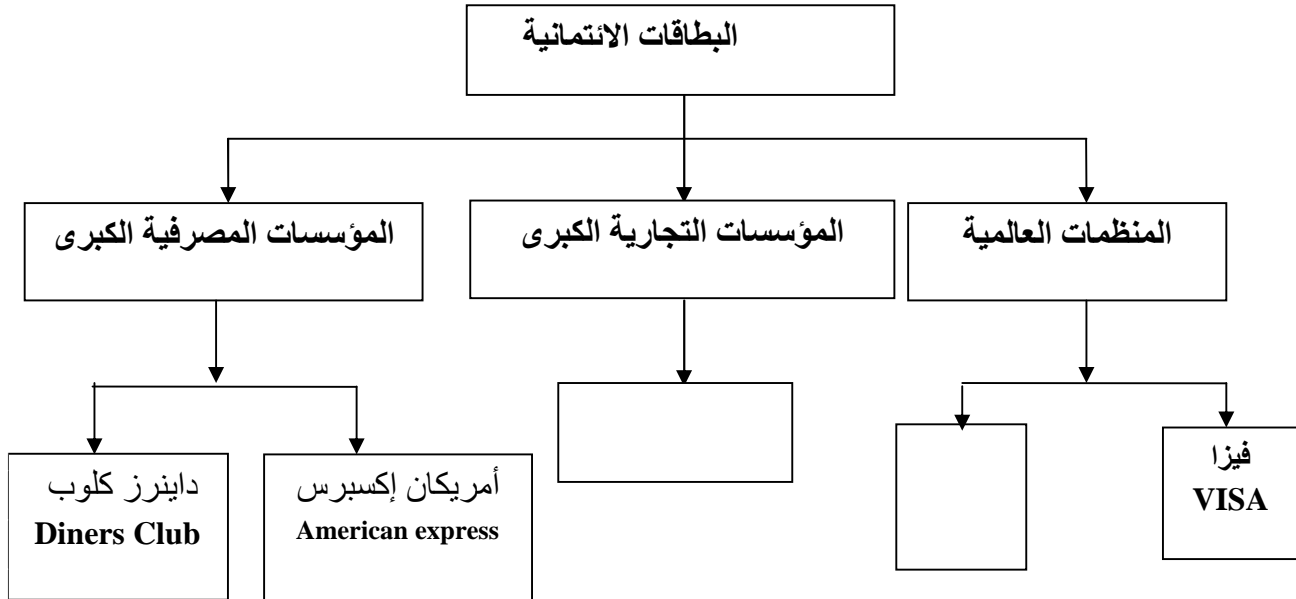
لضمانات الكافية سواء كانت عينية أو شخصية والتي تتناسب مع الحد المصرح به للبطاقة.

¹ - جلال عايد الشورة.

² - محمد عمر منصور الشويرف.

❖ **بنك التاجر:** وهو البنك الذي يقوم بالتعاقد مع التاجر لتقديم خدمة تحصيل إيصالات المبيعات له مقابل عمولة معينة يتفق عليها الطرفان، ويقوم التاجر بالتوقيع على العقد والذي بناء عليه يوافق التاجر على الاشتراك في نظام الدفع بالبطاقات الائتمانية وذلك وفقا للشروط والأوضاع التي يحددها البنك.

شكل رقم 2-2: مصدر و البطاقات البنكية



المصدر: بختي إبراهيم "التجارة الالكترونية" - مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة: ديوان المطبوعات الجامعية- الجزائر. 2005 ص 74

وينقسم مصدر و البطاقات البنكية حسب الشكل إلى ثلاث مجموعات وهي:

- **المجموعة الأولى:** وهي المنظمات العالمية مثل "فيزا و ماستر كارد" التي تقوم بإصدار البطاقات البنكية ذات الاستعمال العالمي بالإضافة إلى القيام بمنح تراخيص المصارف التي تتولى عملية التسويق وتسيير عمليات التداول النقدي الناتجة عن استخدام هذه البطاقات.
- **المجموعة الثانية:** وهي المؤسسات التجارية الكبيرة التي تتولى عملية إصدار البطاقات المستخدمة على مستوى المحلات التجارية التابعة لها كوسيلة لتسديد ثمن المشتريات أو المدفوعات الجارية.

- **المجموعة الثالثة:** وهي المؤسسات المصرفية الكبيرة مثل: American express و Club Diners التي تتولى عملية إصدار البطاقات البنكية وتسييرها.

وبلخص الجدول التالي أوجه التشابه والاختلاف بين البطاقات الصادرة عن المحلات التجارية والصادرة

عن المصارف والمؤسسات المالية.

الجدول 1-2: أوجه التشابه والاختلاف بين البطاقات البنكية

أوجه التشابه	أوجه الاختلاف	الجهة المصدرة
- وجود سقف ائتماني محدد.	- أطراف عقد البطا اثنان: حامل البطاقة والمحل. - تقبل البطاقة في المحل الذي أصدرها فقط.	المحلات التجارية
- طرق التسديد متشابهة.	- أطراف عقد البطا ثلاثة: مصدرها، حاملها والمحل. - تستخدم لشراء من جهات مختلفة تقبل التعامل بالبطاقة.	المنظمات العالمية والمؤسسات المصرفية.

المصدر: إبراهيم بختي - التجارة الالكترونية 2005.

ثالثاً: مزايا ومشاكل بطاقات البنكية

1- مزايا البطاقات البنكية: يحقق التعامل بالبطاقات البنكية العديد من المنافع لأطراف المتعاملة

بها و يمكن تقسيمها حسب المستفيدين منها إلى¹:

أ- بالنسبة لحامل البطاقة:

- تعتبر بطاقة الائتمان أداة سهلة الاستخدام لسداد أثمان السلع الاستهلاكية للنقود أو الشيكات إذ

حملها كما أنها أكثر أمناً من حمل النقود أو دفاتر ك.

- إمكانية الشراء الفوري والدفع لأجل من خلال بطاقة الائتمان.

- يستطيع حامل البطاقة أن يسحب مبالغ نقدية من أي فرع من فروع البنوك الكبيرة في العالم.

- أدى انتشار استخدام بطاقات الائتمان في مختلف دول العالم إلى التيسير على المسافرين الذين

يزورون أكثر من دولة من خلال إيجاد أداة دفع واحدة بدلاً من حمل العملات الأجنبية المختلفة.

- يتضمن كشف حساب العميل بيانا تفصيليا بالمبالغ التي أنفقت في كل مكان استخدم فيه بطاقته ونوع العملية المستخدمة والتاريخ الذي استخدمت فيه وبالتالي يتوفر لدى العميل سجل تفصيلي بنفقاته.
- الحد من النفقة المرتبطة باستخدام الطرق التقليدية في المدفوعات.

ب- بالنسبة للتاجر:

- تساهم بطاقة الائتمان في تحقيق السرعة المطلوبة في إتمام العمليات التجارية.
- زيادة الإيرادات من بيع السلع والخدمات إلى حملة البطاقات الذين يكون لديهم حافز للشراء دون انتظار لتواجد النقود معهم.
- ضمان التاجر لحصوله على ثمن بضاعته وتحويلها إلى حسابه بالبنك المصدر للبطاقة.
- الاستفادة من إدراج اسم المتجر في الدليل الذي يوزعه مصدر البطاقة على حملة البطاقات ووضع شعار البطاقة في مكان ظاهر بالمتجر مما يمثل إعلانا مجانيا للمتجر.
- تعطي البطاقات للمتجر الذي يتعامل ببطاقات الائتمان ميزة تنافسية عن غيره من المتاجر الأخرى التي تتعامل بها.

ج- بالنسبة للبنك المصدر للبطاقات:

- يمثل إصدار البطاقة للبنك مصدرا جديدا للإيرادات متمثلا في الرسوم المحصلة من حملة البطاقات والعمولة المستقطعة من التجار مقابل التعجيل بثمان المشتريات إلى جانب الفوائد على المبالغ الغير محصلة من حملة البطاقات وفرق سعر الصرف في حالة السداد بعملة أجنبية.
 - اكتساب عملاء جدد للبنك كالتجار الذين يقومون بفتح حسابات لهم في لصد مستحقاتهم وكذا حملة البطاقات الذين يلجؤون لفتح حسابات لدى البنك وإيداع مبالغ الضمان بها.
- 2- مشاكل البطاقات البنكية: لما حققت البطاقات البنكية مزايا للأطراف المتعاملة بها فإن الأمر لا يخلو من عدد من المشاكل التي تتسبب فيها هذه البطاقات والتي يمكن تقسيمها إلى ما يلي¹:

أ- مشاكل العملاء:

- عدم إلمام حاملي البطاقات بأسلوب استخدام البطاقات البلاستيكية مما يؤدي إلى عدم التزامهم بالقواعد والنظم المنظمة للعمل بها.
- عدم قدرة بعض العملاء على التمييز بين هذه البطاقات مما يتسبب في اختيارهم لنوع من

البطاقات لا يتناسب مع طبيعة أعمالهم.

- محاولة تزوير البطاقات وهو نوع من الجريمة المنظمة التي تقوم بها جماعات على قدر كبير من

التنظيم وباستخدام تكنولوجيا عالية التقنية.

- هناك بعض المشاكل التي تنتج عن تأخر العملاء في السداد بحجة عدم وصول كشوف الحسابات

لهم.

ب- مشاكل المؤسسات التجارية:

- عدم اقتناع بعض المؤسسات التجارية بالتعامل بهذا النوع من البطاقات وتهربهم من قبولها

وطلب النقود العادية وذلك من أجل توفير عمولة التحصيل المدفوعة للبنوك.

- محاولة إضافة قيمة العمولة على فواتير الشراء وإجبار العملاء على دفعها.

- التلاعب في مبالغ الإيصالات خاصة مي البطاقات الأجنبي الأمر الذي يتسبب في مشاكل

كثيرة مع البنوك المصدرة.

- قبول البطاقات المنتهية الصلاحية والمزورة و الموقوفة عن عمد الاستغلال ميزة الصرف بدون

موافقة تحت حد معين.

- عدم أخذ الموافقة على الصرف في وجود العميل ثم محاولة الحصول على الموافقة في وقت

لاحق بعد مغادرة العميل مما يترتب عليه مشاكل مع البنوك المصدرة.

ج- مشاكل البنوك:

- عدم تعاون البنوك العاملة في هذا المجال مع بعض لتقليل فرص التلاعب والتزوير

سواء من العميل أو المؤسسات التجارية.

- عدم وجود تنسيق بنوك في مجال نشر فكر النقود البلاستيكية.

- المنافسة غير الشريفة و خاصة في تحديد عمولة ال مع التجار أثناء تحصيل قيمة

الإيصالات.

- عدم اقتناع بعض البنوك ات البطاقات اعتقادا منها بأن هذه الخدمة لها العديد من

المخاطر.

المطلب الثاني: النقود الإلكترونية

أدى ازدياد التعامل عبر التجارة الإلكترونية إلى ظهور نوع جديد من النقود عرف باسم النقود الإلكترونية electronic cash أو النقود الرقمية المستخدمة digital cash أو النقود الافتراضية virtualcurrency.

وهي تعتبر من أهم الأساليب المستخدمة في تسوية المعاملات التجارية الناشئة فيما بين الأطراف

المتعاملة في عالم التجارة الإلكترونية.¹

أولاً: مفهوم النقود الإلكترونية

تعدّ الإلكترونية بأنها مجموعة من "البروتوكولات" والتواقيع الرقمية التي تتيح للرسالة

الإلكترونية أن تحل فعلياً محل المعاملات التقليدية، بعبارة أخرى هي المكافئ الإلكتروني للنقود التقليدية.²

ويعرف هذا النوع من النقود على أنه "كل الأموال التي يتم التعامل بها بطريقة إلكترونية وبعيدا

عن الطرق التقليدية لتبادل النقود كالمصارف والشيكات المصرفية والعملات الورقية والمعدنية.³

يرجع سبب إقبال المتعاملين على النقود الإلكترونية إلى سبب رئيسيين هما :

1. إمكانية استخدام النقود الإلكترونية في مخ المالية الصغيرة (والتي تعرف في عالم

التجارة الإلكترونية بالميكرو-مدفوعات) عند شراء أي سلعة أو خدمة بدلا من استخدام بطاقات الائتمان

والتي تتطلب حدا أدنى لثمنشتريات 10 أو 15 دولار على الأقل والذي يفرض عادة من قبل التجار

وهذا راجع إلى مصاريف المشتريات ذات القيمة الصغيرة سوف تؤدي إلى استهلاك أرباحهم بشكل

كبير.⁴

2. عدم شعور المتعاملين بالثقة عند نقل بياناتهم الشخصية أو المتعلقة ببطاقات الائتمان في حال

الخدمات عبر شبكة المعلومات الدولية إضافة إلى أن الناس تشعر بالثقة عند

إعطائهم للمعلومات لأشخاص حقيقيين بدلا من ملاء استثمار عامة وشاملة.

¹ - محمد عمر منصور الشويرف.

² -

³ - عبد الحميد بسيوني: "أساسيات ومبادئ التجارة الإلكترونية" القاهرة دار الكتب العلمية. 2004.

⁴ - " التجارة الإلكترونية: المفاهيم والتحديات) لإسكندرية دار الجامعية. 2005.

ويأخذ شكل الاحتفاظ بهذا النوع من النقود أحد الشكلين التاليين¹:

أ- التخزين Online: يعني أن المستهلك لا يملك شخصيا نقد إلكتروني، إنما يعهد بالمدفوعات إلى طرف ثالث، هو البنك للقيام بهذه المهمة حيث يتولى كل التحويلات الخاصة بالنقد الإلكتروني، ويعمل نظام on Line بأن يطلب إلى التجار الاتصال ببنك المستهلك لتلقي ثمن مشتريات المستهلك الأمر الذي يساعد على منع الغش وهو يشبه عملية المراجعة مع بنك الك للتأكد من صحة بطاقة الائتمان.

ب- التخزين Offline: هذا النوع من التخزين هو المعادل الفعلي للنقود التي يحتفظ بها أي شخص في محفظته، فالعميل يمتلك دون طرف ثالث في محفظة تعرف باسم المحفظة الإلكترونية والتي تعرف بـني أو بطاقة ذكية يمكن تثبيتها على جهاز الكمبيوتر أو قد تكون قرصا مرنا يمكن إدخاله من خلال فتحة القرص المرن بجهاز الكمبيوتر ليتم نقل القيمة المالية منه وإليه عبر شبكة المعلومات الدولية وهذا عكس العملية السابقة حيث يتم تداول النقود الإلكترونية بين مختلف الأطراف دون تدخل البنك.

ثانيا: أساليب إصدار النقود الإلكترونية وإصدارها.

1) أساليب إصدار النقود الإلكترونية: تتنافس مؤسسات إصدار النقود الإلكترونية في الأساليب التي

تتبعها في تقديم هذه الخدمة، وفيما يلي بعض هذه الأساليب المتبعة في كبريات المؤسسات المصدرة لهذا

النوع من النقود².

أ- شركة ديجي كاش Digicash: يعتمد نظام النقد الإلكتروني على بروتوكول شركة "ديجي كاش" والذي يسمى E-cash، الذي بدأ استخدامه عام 1994 في هولندا، يقوم هذا النظام أساسا على من يملكه يمتلك قيمتها المالية وبالشكل الذي يضمن الخصوصية المطلقة للعميل التي تعتبرها الشركة حجر الزاوية في هذا النظام مؤكدة على أنه ليس من الضروري للمؤسسة التي تصدر النقود الإلكترونية أن تعرف من يملكها، حتى تتجز الشركة هذا المستوى من الخصوصية للعملاء. تستخدم ما يعرف باسم "Blindsignature" عن إصدار النقود الإلكترونية حيث يستطيع العميل من خلال برنامج خاص بالكمبيوتر أن يصدر وحدات النقود الإلكترونية التي يحتاجها غير مرقمة ثم يرسلها

¹ - "التجارة الإلكترونية: المفاهيم

التحديات" -

² - محمد عمر منصور الشويرف.

إلى البنك الذي يتعامل معه، فيقوم البنك بوضع رقم عشوائي لكل وحدة مضافا إليها "Blind Signature" ثم يقوم بخصم القيمة المعادلة لهذه الوحدات على حساب العميل ثم يعيدها للعميل مرة أخرى، عندئذ يفقد البنك أثر هذه الوحدات إلى أن يعود إليها مرة ثانية عن طريق المسلم إما للتأكد من عدم إنفاقها من قبل أو لإضافة ما يعدلها إلى حسابه.

ب- شركة سايبركاش **Cybercash**: واحدة من أشهر شركات إصدار النقود الالكترونية وتعتمد الشركة على الإمكانيات المتوفرة في بطاقات الائتمان مع قيامها بتأمين البيانات التي كانت تؤدي إلى إجماع العملاء عن استخدامها في الدفع عبر الشبكة، فوضعت نظاما للتعامل ببطاقات الائتمان بعد تأمينها يسمى: "Secure card transport" من خلال هذا الأسلوب تقدم الشركة مجانا عبر موقعها برنامجا يعرف باسم "Cyber cash Wallet" حيث يستطيع العميل فور تحميل هذا البرنامج إلى حاسبه الشخصي، أن يدخل المعلومات المتعلقة بالائتمان التي قد يرغب في استخدامها عبر الشبكة.

عقب توفيق هذا البرنامج مع برنامج الدخول إلى الشبكة يتحول إلى برامج مساعد ينشط تلقائيا في كل مرة يبدأ فيها العميل أو المشتري التسوق عبر الشبكة بحيث يقوم بالشراء من أحد الباعة الذين يستخدمون نفس النظام.

ج- شركة موندكس **Mondex**: تقدم شركة موندكس نظاما من نوع "Off-Line" يعتمد على البطاقات الذكية التي تصدرها الشركة، يتميز هذا النظام بأنه يستطيع إتمام التعاملات من بطاقة لأخرى مباشرة دون الحاجة لوسيط.

تستطيع البطاقة تسجيل كل عملية تتم بحيث يمكن تتبع مسار النقود الالكترونية التي يحضر التعامل بها على حاملي بطاقة "موندكس" التي تحمل التوقيع الرقمي للشركة وعندما يتم تبادل النقود الالكترونية بين بطاقتين فإن كلا منهما تراجع صلاحية الأخرى، يتم التحويل بينهما بصورة مرتبة بحيث يتم الخصم من بطاقة المشتري أولا ثم تضاف نفس القيمة إلى بطاقة البائع.

2) أنواع النقود الالكترونية:

أ- نقود مجهولة المصدر **Anonymous Cash**: هي نقود الكترونية يتم صرفها من أي مكان وبواسطة أي شخص دون الحاجة لإثبات هويته أو شخصيته إلا في حالات التي تستلزم دف

ضخمة لشراء سيارة أو عقار مثلا، يعرف هذا النظام باسم system digicash'se-cash يقوم على فكرة إمكانية قيام أي شخص شراء والدفع مقابل مشترياته من خلال شبكة المعلومات الدولية دون أن يكشف عن هويته للبائع كما يحدث في الحياة العادية¹.

ب- المدفوعات الصغيرة micro-payment: هي عبارة عن وحدات صغيرة من النقود الرقمية لا تتعدى قيمتها بضعة دراهم وتستخدم في شراء السلع والخدمات التي تتعدى قيمتها تلك الدراهم من خلال شبكة المعلومات الدولية.

ثالثا: مزايا النقود الالكترونية وعيوبها.

1) مزايا النقود الالكترونية: يتحصل المتعاملون بالنقود الإلكترونية على مزايا عديدة من أ
أ- انخفاض تكاليف التداول: على اعتبار أن هذه النقود يتم تداولها عبر شبكة المعلومات الدولية فإنها توفر العديد من التكاليف المشتري التي كان يتحملها سابقا في طرق الشراء التقليدية بالإ
عدم وجود تكاليف المقايضة والتسوية مع البنوك وذلك راجع لكون أن قيمة هذه النقود مدفوعة مقدما.
ب- سرعة التعامل: هذا النوع من النقود يتيح فرصة التعامل بالعديد من المعاملات مع إ
التحويل بين هذه العملات بصورة لحنية و بأي قيمة .
ج- السرية والخصوصية: تستخدم البنوك في التعامل بالنقود الالكترونية أجهزة تدعم بروتوكول الحركات امالية الآمنة كما أنها تستخدم مستعرضات لشبكة الويب تدعم بروتوكول الطبقات الأ
مما يجعل عمليات دفع النقود الالكترونية أكثر أمنا ،كذلك استخدامها لأسلوب التوقيع الالكتروني و كلمات المرور passwords .

د- تسرع عملية الدفع: من خلال النقود الالكترونية يتم تبادل المعلومات فورا دون الحاجة إلى أي وساطة مما يعني تسريع هذه العملية على عكس ما كانت تتم به الطرق التقليدية.
هـ- لا تخضع للحدود: يمكن تحويل النقود الالكترونية من أي مكان إلى آخر في العالم، في أي وقت كان، ذلك لاعتمادها على شبكة المعلومات الدولية أو على الشبكات التي لا تعترف بالحدود الجغرافية.

¹ منصور الشويرف-

² منير محمد الجنيبي وممدوح الجنيبي: "النقود الالكترونية" الإسكندرية:

و- سهولة تسوية الحسابات: من خلال نقود الالكترونية بالإضافة إلى تقلص الحاجة إلى الاحتفاظ بالنقود الأمر الذي يؤدي إلى انخفاض مرات التردد على البنوك و كذلك تجنب مشاق استلام و تسليم

النقود.¹

(2) عيوب النقود الالكترونية: كما هو الحال بالنسبة للنقود العادية من حيث كونها لها مزايا و عيوب فهو الحال كذلك بسبب للنقود الالكترونية إلى جانب المزايا السابقة توجد مجموعة من العيوب من

أ:²

• الإسرار على السرقة من قبل مصدري هذه النقود و كذلك من قبل المتعاملين بما يؤدي إ

زيادة الأنشطة الإجرامية عبر شبكة المعلومات الدولية وتسهيل عمليات التهرب الضريبي.

• الاعتماد الكامل على برامج الكمبيوتر يعني إمكانية نسخ هذه البرامج الأمر الذي يعني مضاعفة

إلوني المصدر بصورة احتيالية تسبب الخسائر الفادحة لشركات الإصدار.

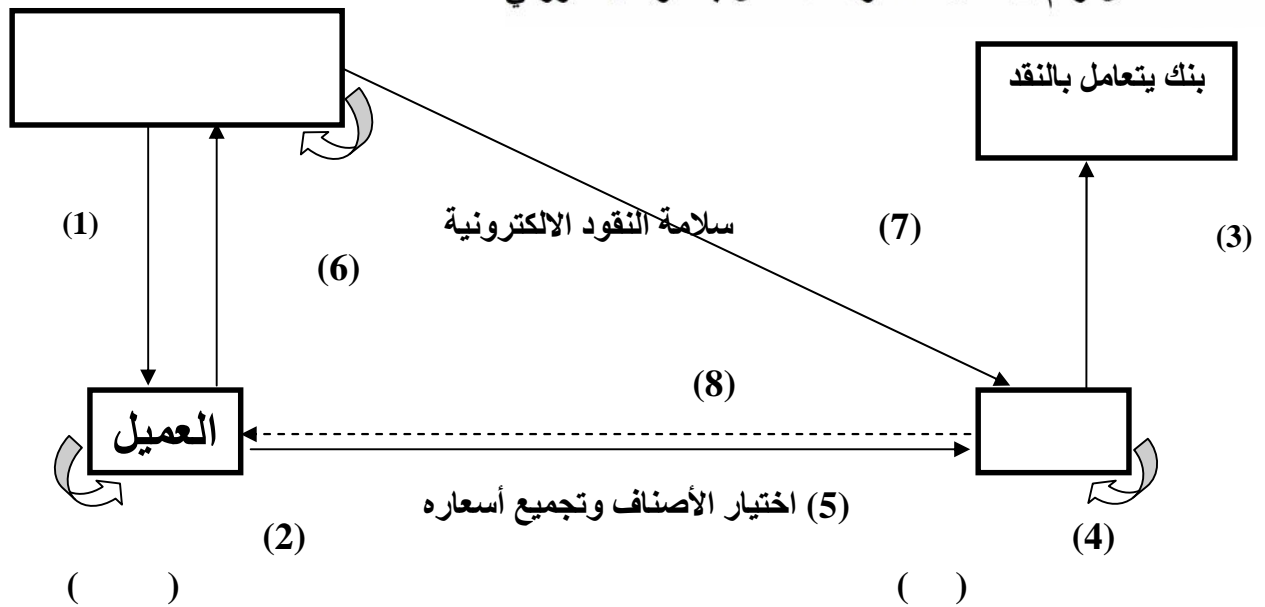
• استخدام النقود الالكترونية على شبكة المعلومات الدولية دون إمكانية تداولها في العالم

لواجعلها محدودة الفائدة الأمر الذي يعني محدودية الإ

رابعاً: آلية التعامل بالنقود الالكترونية

تمر عملية التعامل بالنقود الالكترونية بعدة مراحل يجب على البائع والمشتري المرور بها و

شكل رقم 2 - 3 : خطوات التعامل بالنقود الالكتروني



المصدر : رأفت رضوان ؛عالم التجارة الالكترونية ط (القاهرة-المنظمة العربية للتنمية الإدارية-

(1999)

¹ - محمد عمر منصور الشويرف-

² - محمد عمر منصور الشويرف-

1- يقوم المشتري بشراء النقد الالكتروني من احد البنوك المصدرة ووفقا لاحتياجاته حيث يتم

تحصيل هذه العملات على الحاسبة بحيث يكون لكل عملة رقم خاص من البنك المصدر لها و عادة ما

تكون في شكل وحدات صرة تعرف باسم "tokens" و تعني العملة الرمزية.¹

2- يقوم المشتري باقتناء المحفظة الالكترونية وهي كما وضعنا سابقا عبارة عن برنامج خاص

بإدارة النقد الالكتروني يتم الحصول عليه من إحدى الشركات المصدرة للنقود الالكترونية مثل cyber-

cash بث يقوم هذا البرنامج بحماية وحدات النقد الالكتروني من المحو والنسخ كما انه يقوم بحساب

الأرصدة على ضوء اقتناء عمليات النقد الالكتروني أو صرفه في عمليات الشراء.²

3- هذه المرحلة خاصة بالبائع حيث يتوجب عليه أن يكون مشتركا في أحد البنوك الالكترونية

التي تتعامل بالنقد الالكتروني.

4- اشترك البائع في أحد البنوك على شبكة المعلومات الدولية يعني صوله على محفظة

رونية في شكل برنامج مجاني من احد مواقع الشركات سابقة الذكر، هذا البرنامج يقوم بالنس

بتنفيذ مهام الحماية والتأمين للنقد الالكتروني، كما يقوم بإدارة العمليات الخاصة بتسجيل المتحصلات

وإضافتها لحساب البائع، والسيطرة على عملية تحويل الأرصدة من نقد الكتروني إلى نقد حقيقي.

5- في حالة اتخاذ المشري لقرار الشراء يقوم أيضا باتخاذ قرار الدفع من خلال النقود الالكترونية

ببرنامج إدارة النقد الالكتروني (المحفظة الالكترونية للمشارك) :

أ- اختبار الرصيد من حيه كونه يسمح بالسداد من عدمه.

ب- إذا كان الرصيد يسمح يقوم البرنامج باختبار وحدات النقد التي يقوم بالدفع بها حيث يتم تحديد

هذه الوحدات بالرقم الخاص لكل وحدة في كشف خاص لإرساله إلى البائع عن طريق البنك

المصدر للعملة.

1- براهيم بو الهجاء- نية ط1) (2005.

2- عالم التجارة الالكترونية.

6- يتلقى البنك كشف الدفع من المشتري ويتأكد من صحة النقود الالكترونية بطرق التأكد المختلفة (صحة الأرقام بوحدات النقد الالكترونية، أو أي بصمات الكترونية) وبمجرد التأكد من صحتها يقوم بإرسال كشف وحدات النقد لالكتروني إلى البائع.

7- يتلقى برنامج نقد الالكتروني للبائع (المحفظة الالكترونية) العملات الالكترونية الموقعة من البنك ويقوم بإضافة وحدات النقد الجديدة بأرقامها وعلامات لتأمين الخاص بها إلى خزينة البائع الرقمية.

8- يقوم برنامج النقد الالكتروني (المحفظة الالكترونية) للبائع بإخطار المشتري بتمام السداد فيقوم نظام النقد الالكتروني للمشتري بمحو هذه الوحدات المخصصة بهذا الكشف من محفظة المشتري

9- هذه الخطوة ترتبط بقيام البائع بتحويل أرصده من النقد الالكتروني إلى النقد العادي وهي تتم بين البنك المشترك لديه وبين نظام إدارة النقد الالكتروني (المحفظة الالكترونية) للبائع وفيها يتم إرسال كشف بالنقد الالكتروني الذي لدى البائع أو بعضه ومن ثم يقوم البنك بزيادة رصيد البائع لديه بعد أن يقوم البرنامج بمحو هذه الوحدات من جهاز البائع.

خامسا: المشاكل التي تثار حول النقود الالكترونية:

تطرح النقود الالكترونية عددا من المشاكل والمخاوف أبرزها¹:

1- يخشى البعض من أن انتشار النقود الالكترونية قد يشجع أو يسهل من عمليات غسل الأموال التي تتمثل أساسا في إخفاء مصدرها بمكيلة الشخص من أموال مكتسبة في الغالب بطرق غير مشروعة وإعادة إدخالها إلى مسارات التجارة والاستثمار المعتادة حيث إنفاقها والتمتع بها بحرية وغالبا ما تأتي هذه الأموال من الصور التجارية الغير الشرعية كتجارة المخدر أو السلاح، من المتوقع انه يكون من السهل على غاسلي الأموال و إرسال أموالهم كنقود رقمية إلى موقع خارجي أو تخزينها على بطاقات فتيه يمكنهم حملها بسهولة.

¹ - إبراهيم العيسوي- التجارة الالكترونية ط1- القاهرة المكتبة الاكاديمية2003.

قد يحد من ذلك أن الأموال يجب أن تودع أولاً في حساب لدى احد البنوك أو الشركات من أجل شراء ما يقابلها من نقود إلكترونية، غير انه من المتوقع مستقبلا فك الارتباط بين حيازة حساب مصرفي وشراء النقود الإلكترونية وربما يأتي العائق من أن النقود الإلكترونية مازالت محصورة في فئات صغيرة القيمة ومن ثم قد لا يكون من الميسور تحويل مبالغ كبيرة عن طريقها.

2- يثير النقد الإلكتروني وتزايد انتشاره في الأسواق الإلكترونية مشكلات أمام الحكومات المركزية فيما يختص بالرقابة على النقد المتداول ومن ثم التحكم في عرض النقود وخاصة إذا ما توسعت الشركات الخاصة في إصدار النقود الإلكترونية وإذا ما تعددت الأشكال التي تتخذها هذه النقود.

إلى أنه قد تطرح العديد من التساؤلات حول سعر الصرف وما إذا كان سيظل من الممكن وجود سعر رف موحد للعمليات الإلكترونية التي تصدر في الدول المختلفة، ويضاف إلى كل هذا أنه إذا ظهرت وحدات نقدية إلكترونية مقبولة للتداول عالمياً فقد تفقد العملات الوطنية معناها وسيأتيها على أراضيتها. وكل هذه القضايا تثير مسألة تنظيم المؤسسات المالية والرقابة عليها والحاجة إلى تطوير التشريعات قائمة لبسط مظلة التنظيم والرقابة على مصدري النقود الإلكترونية ولكفالة الأمان وحماية مستعملي هذه النقود.

3- يضاف إلى مشاكل النقود الإلكترونية صعوبة الاحتفاظ ببيانات للدخل القومي ذات معنى بالإضافة إلى صعوبة أو استحالة تعقب المعاملات إذا ما أصبح النقد الإلكتروني وسيلة مقبولة لتسوية المدفوعات على الصعيد العالمي.

4- ستجد المؤسسات الضريبية أنه من الصعب عليها تعقب الدخل عندما يصبح العامل بواسطة النقود الإلكترونية وسيصبح النهب الضريبي من أهم المشاكل إذا ما قدر للنقود الإلكترونية الانتشار.

أما المعاملات الإلكترونية عبر بلدان مختلفة حيث لا يكون من الواضح ما هي الدولة التي يجب أن يكون قانونها ساري المفعول وما هي الدولة التي يحق لها فرض ضرائب وعلى أية معاملات.

2- ستتسبب النقود الإلكترونية للحكومات في فقدان العائد الذي كان متمثلاً في الفرق بين كلفة صك النقود المعتادتها الإسمية وطبقاً لتقدير (بنك التسويات الدولية).

المطلب الثالث: البطاقات الذكية والشبكات الإلكترونية

فرع 1: البطاقات الذكية Smart Card

مع التطور المستمر والجاري في مجال تكنولوجيا المعلومات ظهر جيل جديد البطاقات يعرف باسم "البطاقات الذكية"، التي بدأت في الشيوع منذ ما يقارب من عقد من الزمن وهي مشهورة في دول أوروبا بالإضافة إلى أستراليا واليابان وكذلك في الولايات المتحدة التي أقيم فيها منتدى يعرف باسم "منتدى البطاقات الذكية" (SFC) يقوم بالترويج لمزايا هذالنوع من البطاقات، والمنتدى مكون من رؤساء 95 شركة تشمل وحدات مصرفية وخدمات مالية وتكنولوجيا الحسابات والخدمات الصحية والاتصالات وعددا من الأجهزة الحكومية.¹

أولاً: مفهوم البطاقات الذكية

"هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية تشبه بطاقة الائتمان، تحتوي على شريحة ميكروية يمكن استخدامها في استخراج وتخزين، ومعالجة ونقل بيانات رقمية مثل النقد الإلكتروني أو المعلومات الطبية"².

"البطاقات الذكية عبارة عن بطاقة بلاستيكية ذات مواصفات ومقاييس معينة ومحددة من قبل لجنة العالمية للمواصفات القياسية «ISO»، يحتوي هذا النوع من البطاقات على رقائق إلكترونية (chip) تعمل كشبكة حاسب آلي يتم عليها تخزين البيانات مع إمكانية استرجاعها، هذه البيانات تشمل اسم حاملها وعنوان المصرف الذي قام بإصدارها والمبلغ المنصرفه بالإضافة إلى تاريخ حياة العميل المصرفية"³.

في سبيل مائة لهذا النوع من البطاقات، وضعت مجموعة من العناصر لحمايتها من عمليات التزوير والتزيف وسوء الاستخدام من في حال سرقتها، أو محاولة تقليدها، من أهم عناصر الحماية ونود الشريط الممغنط والصورة الفوتوغرافية لحاملها والرقم السري الذي يعمل على إتلاف البطاقة تلقائياً بعد ثلاث محاولات خاطئة لإدخاله الأمر الذي يضمن عدم استعمال البطاقة في حال فقدها أو سرقتها، بالإضافة إلى عدم القدرة على فتح الغطاء الخارجي للبطاقة

¹ - التجارة الإلكترونية: لمفاهيم لتحديات

² - محمد ميلود غزيل-معوقات تطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر وسبل معالجتها -

³ - محمد عمر منصور الشويرف.

وجود السعة التخزينية للبطاقة يمكن من إدخال بعض التغيرات البيولوجية أو ما يعرف باسم المدخل البيولوجي (Biometrics) يقصد به الوسائل التي تستخدم في التعرف على الفرد عن طريق مميزاته الحسية مثل بصمة الأصابع أو بصمة الكف أو مسح شبكية العين حيث يمثل التكامل ما بين البطاقة الذكية وبين أنظمة المدخل البيولوجي أهم وسائل القضاء على عيوب البطاقات المغنطة.

مؤخرا تم إضافة نظام تشغيل البطاقات الذكية حيث اعتبر أهم اختراع تكنولوجي في مجال إ حيث يتيح هذا النظام لأجهزة قراءة البطاقات التي توضع في المواقع التجارية التدقيق في تفصيل الحسابات المالية لأصحابها سواء كانوا مزين بمؤسسة فيزا أو ماستر كارد، إضافة إلي أن هذا التطوير ستعتبر أهم حدثا في مجال توحيد مقاييس قراءة المعلومات في بطاقات تصدرها شركتان متنافسضم أجهزة القراءة إحدى البطاقتين بينما يقرأ الثاني البطاقة الأخرى أي أن الجهاز يتمتع بنظامي تشغيل.¹

تختلف البطاقات الذكية (SC) عن بطاقات الائتمان، التي سبق التعرف لها في المطلب الأول من هذا المبحث في كون أن بطاقات الائتمان تخزن معلومات محده عن حاملها على الشريط الممغنط الخاص بها على عكس البطاقات الذكية التي تخزن أكثر من 100 ضعف مما تخزنه أي بطاقة بشريط ممغنط، إضافة إلى أن بطاقات الائتمان على عكس البطاقات الذكية لا تحتوي على نقد يخزن عليها إنما تحتوي فقط على رقم حساب العميل، أما فيما يتعلق بجانب الأمن والأمان فإن البطاقات الذكية توفر حماية أفضل مما توفره البطاقات الائتمانية وهذا راجع لكون أن المعلومات الموجودة عليها مشفره فيظهر فيه بطاقة الائتمان رقم حساب العميل على وجه البطاقة الخارجية ورقم البطاقة مع التوقيع المزور (أي تقليع حاملها الموجود على البطاقة) هو كل ما يحتاجه سارق في حال المبالغ الصغير لكي يقوم بشرأي سلعه أو خدمة وتحميلها على البطاقة المسروقة، في حين أن هذا الأمر مستبعد الحدوث في البطاقات الذكية ذلك راجع إلى أن مفتاح فتح المعلومات المشفر مطلوب من قبل مستخدمند رقم خارجي يمكن لسارقها أن يتعرف عليه بالإضافة إلى انه لا يوجد توقيع مادي يمكن للسارق أن يزوره.²

من أشهر أنواع البطاقات الذكية هي بطاقة موندكس "cardmondex" التي تعتبر بطاقة ذكية

تعمل وتوزع النقد الإلكتروني ولقد جاءت موندكس نتيجة للتعاون ما بين المنظمات العالمية الـ

لتأمين استخدام بطاقة الدفع الإلكتروني الثاني من العام 1997 شاركت منظمة الماستر كارد

بحصة قدرها 51% من رأسمالها بينما توزعت باقي النسبة 49% على 27 شركة أوروبية وأمريكية بنسب متفاوتة في سبيل دعم المنتج الجديد¹.

ثانياً: استخدامات البطاقة الذكية

وتتمثل أهم استخدامات البطاقة الذكية فيما يلي² :

1- يمكن تحويلها إلى حافظة نقود الإلكترونية تملأ من النقود، وتتميز في هذا عن البطاقات الائتمانية في كون عملية تحويل النقود من المشتري إلى البائع لا تحتاج إلى عملية تصديق أو إثبات من قبل طرف ثالث (البنك) وبالتالي فإن التاجر ليس في حاجة إلى الرجوع إلى البنك للتأكد من وجود مبالغ في حساب العميل لأن البطاقة مزودة بذاكرة ذات سقف مالي لا يمكن تجاوزه عند جاز

التعاملات.

2- يمكن تحويل البطاقات الذكية لما يحتويه من معلومات عن حاملها إلى بطاقة تعريف هوية أو

بطاقة تذكرة للتنقل بوسائل النقل العمومي أو بطاقة أ .

3- يمكن استخدام البطاقات الذكية من قبل مستخدمي الشبكات لتعريف بهويتهم والحصول على

بريدهم الإلكتروني بدلاً من استخدام الشفرات والرموز التي تكون غير آمنة، حيث انه في بعض الأحيان يمكن أن يتم معرفتها أو التنبؤ بها من قبل الآخرين.

4- تستخدم البطاقات الذكية في تأمين إجراء التحويلات المالية داخل شبكة المعلومات الدولية.

5- يمكن أن تستخدم هذه البطاقات كبديل لتذكرة الطيران ذلك من خلال تخزين تفاصيل الحجز

عليها وكذلك هوية الشخص وبياناته الشخصية وتعرف هذه التذكرة باسم " magneticstripe tickets "

وأيضاً يمكن أن تكون كبديل لجوازات السفر من خلال استخراج بطاقة ذكية من مكاتب الجوازات

والهجرة وهذا النظام مطبق حالياً في سنغافورة.

ثالثاً: مزايا وعيوب البطاقات الذكية

1- مزايا البطاقات الذكية: من أهم المزايا المتحصل عليها كنتيجة لاستخدام هذا النوع من البطاقات

1:

- يمكن استخدامها كبطاقة ائتمانية أو بطاقة خصم فوري وذلك طبقاً لرغبة العميل.
- يمكن ديل للنقود في كافة عمليات الشراء سواء كانت قيمة المشتريات صغيره أو كبيرة ذلك كنتيجة لمرونتها العالية.
- سهولة إدارتها مصرفياً حيث لا يمكن للعميل أن يستخدمها بقيمة أكبر من الرصيد المدون على الشريحة الالكترونية للبطاقة.
- أمان الاستخدام بوجود ضوابط أمنية محكمة في هذا النوع من البطاقات ذات الذاكرة الالكترونية بحيث يصبح تزويدها أو التلاعب فيما مستحسباً لاعتمادها على تكنولوجيا شديدة التعقيد.
- يتمكن المتعاملين بها من التعامل مع بعضهم البعض دون الرجوع إلى البنوك حيث يمكن التحويل من رصيد بطاقة إلى رصيد بطاقة أخرى من خلال آلات الصرف الآلي الأمر الذي يسهل العمليات التجارية ويفتح مجالاً آمناً في السوق للتعاملات المالية .
- يمكن للعميل السحب من رصيد حسابه الجاري بالبنك أو إضافة القيمة إلى رصيد البطاقة من خلال آلات الصرف الآلي دون الحاجة للتعامل مع الفرع الذي به حساب جاري.
- تسهيل العمليات التجارية حيث يمكن استخداما لدى التجار والمنشآت الخدمية ويتم الخصم الفوري من حساب البط وإضافة القيم إلى حساب التاجر أو موقع الخدمة عبر نقطة البيع.

2- عيوب البطاقات الذكية: أهم هذه العيوب والعوائق ما يلي²

- جود البنية التحتية الهائلة التي وضعت من أجل التعامل مع البطاقات الممغنطة.
- عدم وجود معايير قياسية عالمية تنظم التعامل بهذا النوع من البطاقات كما هو الحال بالنسبة

لبطاقات الائتمان.

لا يوجد في الوقت الراهن عميلة تعرف تعتمد على أنظمة المدخل البيولوجي دقيق بنسبة 100% هذا الأمر قد يتسبب في قبول بطاقات غير صحيحة ورفض أخرى صحيحة أي بمعنى انه توجد نسبة خطأ في حال الاعتماد على هذا المدخل.

• مقارنة بالبطاقات الممغنطة الأخرى فالبطاقة الذكية تعتبر غير مكلفة.

• تشير بعض التقارير إلى إمكانية عمل نسخ مطابقة من هذه البطاقات على الرغم ما يقول المؤيدون الذين يؤكدون أن تكلفة إنتاج البطاقة الواحدة عالية جدا.

• يرى البعض أن التخطيط لجعل الطاقة الذكية ذات سعة معلوماته عالية بحيث توجد فيها كافة أشكال وصور البطاقات ابتداء طاقة الهاتف وبطاقة الانتقالات إلى غير ذلك من هذه الأمور من شأنه أن يجعل عملية غزو خصوصيات الناس عملية متاحة جدا.

فرع 2: الشيكات الالكترونية «Electroniccheques»

لجأت العديد من الدول إلى إصدار نوع جديد من الشيكات يعرف باسم الشيكات الالكترونية، ذلك من اجل استخدامه كأداة من أدوات الدفع الالكتروني أثناء القيام بالعملية التجارية فيما بين الأطراف المتعاملة في ظل وسيط (عادة ما يكون البنك).

(1) مفهوم الشيك الالكتروني: هو عبارة عن وثيقة الكترونية تحتوي على البيانات التالية

رقم الشيك، اسم الدافع، رقم حساب الدفع، اسم البنك، اسم المستلقيمة التي ستدفع، الوحدة

المستعملة، تاريخ الصلاحية، توقيع الالكتروني للدافع¹.

يعتبر الشيك الإلكتروني صورة طبق الأصل للشي الذي يعرفه الجميع حيث يحتوي على

نفس الخصائص والصلاحيات، يترتب عليه ما يترتب على الشيك الورقي، لكن يتم التعامل به الكترونيا

بشكل كامل، كما انه استخدام الشيك الالكتروني يتطلبية طرف ثالث لتنفيذ عملية دفع

الشيك الالكتروني مثلا (Telecheck ، Authorize.net) كنظم تساعد التاجر لقبول وإتمام العملية

مباشره من الموقع².

يتم تحرير الشيكات الإلكترونية وتعتبر شبكة المعلومات الدولية، عملية التحرير هذه تعتبر الفارق الأساسي بين الشيكات الإلكترونية والشيكات العادية، من أبرز المؤسسات المتخصصة في هذا النوع من السداد الإلكتروني مؤسسة « paytrust » التي تتيح من خلال موقعها الإلكتروني فرصة كبيرة لعملية التحكم في دفتر شيكاته الخاص به والحصول على تقارير إلكترونية فورية عن حركة حسابه على شبكة المعلومات الدولية .

لقد بدأت فكرة التحول إلى الشيكات بعد الدراسات التي أجريت في الولايات المتحدة، التي أوضحت أن البنوك تستخدم أكثر من 500 مليون شيك عادي تكلف إجراءات إعداد وصرف كل واحد منها 78 سنت، وكنتيجة لتزايد أعد الشيكات بنسبة 3 % سنويا فإن التكلفة آخذة في الزيادة وعندما أجريت دراسة على إمكانية استخدام الشيكات الإلكترونية اتضح أن تكلفة لشيك يمكن أن تنخفض من 78 سنت إلى 25 سنت، وهذا يحقق توفيراً بمبلغ يزيد عن 250 مليون دولار سنويا في الولايات المتحدة فقط¹.

(2) مميزات الشيكات الإلكترونية: من أهم مميزات الشيكات الإلكترونية ما يلي² .

- 1- تصرف الشيكات الإلكترونية في دفع الصفقات الإلكترونية بجميع أنواعها سواء كانت إدارية أو تجارية وبطريقة آمنة عبر البريد الإلكتروني.
- 2- دفتر الشيكات الإلكتروني دفتر آمن مقارنة بدفتر الشيكات العادية، لا يختلف كل منهما عن الآخر إذ إنهما يحققان الهدف والوظيفة نفسها.
- 3- تحذف الشيكات الإلكترونية من تكلفة إدارة الآليات الخاصة بالدفع، وتحل المشاكل المتعلقة بالشيكات العادية كالتزوير أو الضياع أو التأخير.
- 4- زيادة كفاءة إنجاز عملية الت والودائع للتجار والمؤسسات المالية.
- 5- تزويد الزبون بمعلومات وتفصيلات أكثر في كشف الحساب.

6- الصرف الفوري للشيك والتخلص من الزمن الذي يستغرقه الشيك المرتجع وإعادة المطالبة وتقليص عدد الشيكات المرتجعة ، التي تستخدم بشكل أساسي في نموذج منظمات الأعمال لمنظمات

الأعمال (B2B).¹

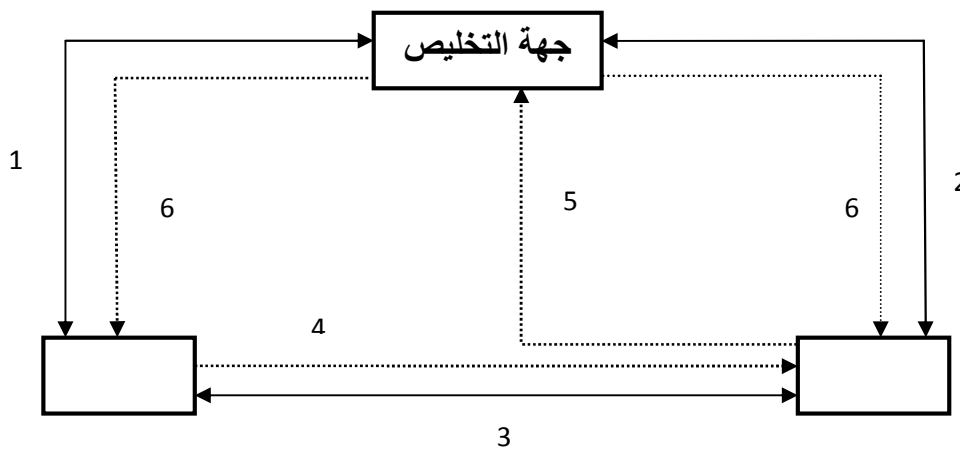
7- يتم تسوية المدفوعات من خلال الشيك الإلكترونية في 48 ساعة فقط بالمقارنة بالشيكات

العادية التي يتم تسويتها في وقت أطول من خلال غرفة المقاصة.

(3) آليات التعامل البكات الإلكترونية: فيما يتعلق بآلية التعامل بالشيكات الإلكترونية وكما يوضح

الشكل فإنها تمر بالمراحل التالية:²

شكل رقم 2-4: مراحل التعامل بالشيكات الإلكترونية



مصدر: رأفت رضوان عالم التجارة الإلكترونية ط1 (القاهرة المنظمة العربية للتنمية الإدارية 1999).

1- اشترك المشتري لدى جهة التخليص (غالبا البنك) ويتم فتح حساب جاري له أو يتم الاتفاق

على الصرف خصيصا من ساب المشتري، بأي حساب جاري متفق عليه، يتم تحديد شكل التوقف

الخاص به وتسجيله في قاعدة بيانات جهة التخليص.

¹- التجارة الإلكترونية.

: "صالح الجداية"

- 71 . 70

- عالم التجارة الإلكترونية.

- 2- يقوم البائع بالاشتراك أيضا لدى جهة التخليص التي اشترك فيها المشتري حيث تم فتح حساب جاري له أو ربطه مع أي حساب جاري له، ويتم تحديد شكل التوقيع الإلكتروني الخاص به وقاعدة البيانات الخاصة بجهة التخليص.
- 3- المشتري باختيار السلعة أو الخدمة التي يرغب في شرائها من البائع وبعد أن يتم الاتفاق على سعرها.
- 4- يقوم المشتري بتحريك الشيك الإلكتروني ويقوم بتوقيعه بالتوقيع الإلكتروني المشفر وإرساله عبر البريد الإلكتروني المؤمن إلى البائع.
- 5- يرم البائع باستلام الشيك الإلكتروني الموقع من المشتري والتوقيع عليه مستفيد بتوقيعه الإلكتروني المشفر وإرساله إلى جهة التخليص.
- 6- تقوم جهة التخليص بمراجعة الشيك وق من صحة الأرصدة والتوقيعات وبناء على ذلك بإخطار كل من المشتري والبائع بتمام إجراء المعاملة المالية حيث يتم الخصم من رصيد المشتري والإضافة إلى رصيد البائع.

المطلب الرابع: البعد الاقتصادي لاستخدام وسائل الدفع الإلكتروني

- إضافة إلى كل ما سبق ذكره من مزايا وعيوب لوسائل الدفع الإلكتروني فإن البعد الاقتصادي يتمثل في التطور الذي شهده القطاع المصرفي في العديد من الجوانب سواء كانت في سرعة إنجاز المعاملات أو تطور البنية التحتية لكل المصارف التي تتعامل مع هذا النوع من وسائل دفع، ولعل أبرز صورة لتطور المصارف وظهر ما يعرف اليوم بالبنوك الإلكترونية (ElectronicBanking) والتي سيتم الحديث من خلال الآتي :

1/ على مستوى البنوك :

- مفهوم البنوك الإلكترونية: يستخدم تعبير أو اصطلاح البنوك الإلكترونية أو شبكة المعلومات الدولية كتعبير لمفاهيم ظهرت مع مطلع التسعينات كمفهوم الخدمات المالية عن بعد أو البنوك الإلكترونية عن بعد أو البنك المنزلي أو الخدمات المالية الذاتية وجميعها تعبيرات تتصل بقيام الزبائن بحساباتهم

وإنجاز أعمالهم المتصلة بالبنك عن طريق الم ب أو أي مكان آخر، الذي يعبر عنه بعبارة (الخدمات المالية في كل وقت ومن أي مكان).

لقد تطور هذا المفهوم مع شيوع شبكة المعلومات الدولية، غير أن الخدمة المالية عن بعد بقيت تقوم على أساس وجود البرمجيات المناسبة داخل نظام كمبيوتر الزبون، بمعنى أن البنك يزود جهاز العميل بحزمة من البرمجيات التي تمكن من تنفيذ عمليات معينة عن بعد وتعرف هذه الحزم باسم برمجيات الإدارة المالية الشخصية. هذا المفهوم للخدمات المالية عن بعد هو الذي يعبر عنه واقعيًا ببنك الكمبيوتر الشخصي وهو مفهوم وشكل قائم، لا يزال الأكثر شيوعًا في عالم العمل المصرفي الإلكتروني.¹

• **مزايا البنوك الإلكترونية: توفر البنوك الإلكترونية مجموعة من المزايا من أهمها**

أ- إمكانية الوصول إلى: أوسع مع العملاء: ويمكن ذلك دون التقيد بمكان أو زمان معين خصوصًا بأولئك الذين يتعاملون بأسلوب التجارة الإلكترونية، فمن المعلوم أن التجارة الإلكترونية ألغت العديد من القيود فيما بين البائع والمشتري، التي كان من بينها عامل الوقت الذي يعوق كثيرًا من المعاملات التجارية الدولية، من هنا جاءت ميزة البنك الإلكتروني الذي يمكن العملاء أيا كان محل إقامتهم، وفي أي وقت من القيام بكافة أنواع العمليات المصرفية بالشكل الذي يتوافق مع متطلبات التجارة

الإلكترونية.²

ب- تخفيض التكاليف: من المزايا التي تحقّقها البنوك الإلكترونية الخفض الكبير في التكاليف فعد أن كان البنك يقوم بتخصيص الكثير من الأموال لفتح فروع جديدة له في كافة المناطق في محاولة منه للتقرب إلى العملاء أصبح البنك الإلكتروني أقرب من العملاء، بحيث أصبح أقرب من أي فرع لأي بنك تقليدي وفي نفس الوقت يقوم بكافة الخدمات التي يقوم بتوفيرها البنك التقليدي العادي وعليه تب كثيرة من أموال وأيدي عاملة وأجهزة كان يتكبدها البنك التقليدي في إنشاء الفروع الجديدة.³

ج- تقديم خدمات مصرفية كاملة وجديدة: البنوك الإلكترونية مثلها مثل البنوك التقليدية يمكنها تقديم كافة العمليات المصرفية التقليدية المعروفة بينما ونتيجة لانتشار التجارة الإلكترونية على مستوى العالم

1 - 2005 50 . 51).

2005.

29 28 . -

1 - ساسيات ومفاهيم التجارة الإلكترونية 1)

2 - منير الجنيهي وممدوح الجنيهي-البنوك الإلكترونية-الإسكندرية

3 - منير الجنيهي و ممدوح الجنيهي-النقود الإلكترونية-

أصبحت هناك عمليات مصرفية جديدة، لا يمكن لأي مصرف أن يقوم بها إلا إذا كان بنكا إلكترونيا لما تتميز به تلك العمليات المصرفية سرعة في الأداء، وهو ما لا تستطيع البنوك التقليدية القديمة القيام به.¹

• **مخاطر البنوك الإلكترونية:** يعتبر الخطر الرئيسي الذي يوجد في نظام البنك الإلكتروني هو العلاقة الموفيمة بين العميل والبنك الإلكتروني، فتلك العلاقة وإن كانت عادية في مظهرها إلا أنها تعد الخطر الأكبر الذي يهدد ذلك النوع من البنوك، فتلك العلاقة ما هي إلا بيانات إلكترونية يتم تبادلها فيما بين العميل والبنك، دون أن يكون هناك أي مجال للتحقق من صحتها أو من شخصية ذلك العميل الذي قد يقدم البيانات الصحيحة إلى البنك، قد يفقد بيانات خاطئة لغرض معين يأتي من إجراء إدخال تلك البيانات إلى البنك وهو متيقن أن البنك لن يستطيع اكتشافها، تكون نتيجة إدخال تلك البيانات غير الصحيحة إلى البنك أنه يوافق على العميل مبالغ كبيرة على أساس تلك البيانات غير الصحيحة.

قد يتعرض البنك إلى عمليات مة من قبل عملائه الذين قد يحاولون العمل معه بغرض النصب عليه والاستيلاء على مبالغ نقدية كبيرة، ويضاف إلى هذه المخاطر أيضا أنه ومن خلال البنوك الإلكترونية تسهل عمليات تحويل الأموال خارج البلاد وهو ما يضر بالاقتصاد القومي لأي دولة أكبر الضرر.²

• **نظام الويلات المالية الإلكترونية لصورة من أعمال البنوك الإلكترونية:** نظام التحويلات الإلكترونية (EFT) هو عملية منح الصلاحية لمصرف ما للقيام بحركة التحويلات المالية الدائمة والمدينة إلكترونساب عميل إلى حساب عميل آخر، سواء كان ذلك من خلال الهاتف أو أجهزة الحاسوب عوضا عن استخدام الأوراق وتنفذ عملية التحويل المالي هذه عن طريق دار المقاصة الآلية وهي شبكة تعود ملكيتها وأحقية ها إلى المصارف المشتركة بنظام التحويلات المالية الإلكترونية ومن أهم مميزات هذا النظام ما يلي:³

✓ **تنظيم الدفعات:** يكفل الاتفاق على وقت اقتطاع وتسديد قيمة التحويلات المالية تنظيم عمليات الدفع دون أي ريبية في إمكانية السداد في الوقت المحدد.

¹ - منير الجنيهي و ممدوح الجنيهي-النقود الإلكترونية-

² - منير الجنيهي و ممدوح الجنيهي-النقود الإلكترونية-

³ - محمد عمر منصور الشويرف - 154 155.

✓ **تسيير العمل:** ألغت عملية المقاصة الآلية حاجة العميل لزا: المصرف لإيداع قيمة التحويلات المالية مما يعني تسيير الأمر ورفع فعالية نظام العمل.

✓ **السلامة والأمن:** ألغت المقاصة الآلية والتحويلات المالية الإلكترونية الخوف من سرقة الصكوك الورقية والحاجة إلى تناقل الأموال السائلة.

✓ **تقليل الأعمال الورقية :** ويتمثل في تقليل الاعتماد على النماذج الورقية والصكوك التقليدية

وغيرها من المعاملات الورقية حيث البعد الاقتصادي على مستوى البنوك يتلخص إلى ما :

- تساهم بشكل فعال في تقليص عمليات الصندوق و تخفيض كلفة التسجيل.

- تحسين نوع الخدمات الإنتاجية و المصرفية.

- تنوع المنتجات المصرفية و تأمين وفاء العملاء.

- تطوير خدمات الاستشارة لصالح العملاء.

2/ على مستوى العملاء:

- تحسين التصرف في الموارد بالنسبة للخواص و المنشآت التجارية على حد سواء .

- تعزيز التدابير الأمنية و بالتالي تحسين استعمال الموارد .

- توفير سيولة دائمة¹ .

3/ على مستوى المنشآت التجارية و الخدمية:

- تأمين الصفقات من إجراء التأمين البنكي المتصل بالطاقة .

- تخفيض الرصيد لدى التجار مما يعزز التدابير الأمنية .

- تنمية حجم المعاملات .

- إرساء الثقة و تأمين الوفاء بين المتعاملين² .

¹ - فريدة معافي - البنوك الالكترونية- المؤتمر العالمي الخامس، كلية العلوم المالية والإدارية، جامعة بسكرة، 2004.

² - فريدة معافي - البنوك الالكترونية -

خاتمة الفصل:

طرق الدفع الإلكترونية لها دور فعال في تشييط وتسهيل عمليات التبادل التجاري، بالأخص التبادل

جاري الإلكتروني باعتباره الأكثر حاجة لهذا النوع من طرق الدفع.

لكن هذه الأخيرة لا تخلو من المخاطر التي تعتبر أحد معوقات انتشارها، وكذلك حد انتشار اعتماد

التجارة الإلكترونية، هذا لتعدد وتنوع مستوياتها من حيث الأثر، فقد تؤثر على المستوى الكلي للاقتصاد

في حالة تبييض الأموال، لذا نجد أنظمة تحمي المؤسسات والمستهلكين حاملي هذه البطاقات.

الفصل الثالث

التجارة الالكترونية ووسائل الدفع الحديثة في الجزائر

دراسة حالة بنك القرض الشعبي الجزائري

وكالة مغنية CPA

:

من الناحية النظرية، تساهم التجارة الإلكترونية ووسائل دفعها في تحسين نوعية الخدمة من خلال تأثيرها على الأنظمة المصرفية وطرق تسوية المدفوعات، فمواكبة الاقتصاد الجديد تتطلب أنظمة نقدية حديثة وأساليب وتقنيات إلكترونية تتلائم وطبيعة المعاملات التي تتم في التجارة الإلكترونية، لأن البنوك تسعى دائما إلى تحقيق الربح، وتوفير السيولة والأمان بالإضافة إلى تحقيق الميزة التنافسية يجعلها تعمل دائما على ابتكار منتجات جديدة تتوافق ورغبة العميل الذي يتطلع دائما إلى الأفضل ويسعى إلى اقتناء المنتجات التي تسهل حياته اليومية

من أجل إعطاء مصداقية أكبر لهذا البحث ومحاكات الواقع والرغبة في معرفة إن كانت المعلومات المقدمة نظريا لديها ما يقابلها عمليا، فقد دعم القسم النظري بدراسة تطبيقية تم من خلالها إسقاط الضوء على أحد البنوك للاطلاع على آخر التطورات التي مست الخدمة المصرفية ومدى تأثير التقدم التكنولوجي على تحسين نوعيتها، لكن قبل ذلك ارتأينا أنه من الضروري إلقاء نظرة على واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر.

"واد كنيس" الذي استمد تسميته من سوق " كنيس" الشهير بالجزائر العاصمة، 2006، كمغامرة خاضها 5 شبان من بلدية القبة بالعاصمة لم تتجاوز أعمارهم آنذاك العشرين سنة، لعرض منتجات الحديثة والقديمة بمختلف أنواعها للبيع أو الإيجار على الانترنت، قبل أن يحتل المرتبة الأولى الجزائر من حيث الانتشار، ويصبح الوجهة المفضلة للباحثين عن البيع أو الشراء أو الاستئجار، حيث يتجاوز عدد زائريه 250 ألفا يوميا، بالإضافة إلى أربعة ملايين معجب على صفحته الرسمية على "فيسبوك".

يبدو أن نجاح تجربة "واد كنيس" أثار شهية الكثير لاقتحام عالم التجارة والإشهار عبر الانترنت، ظل إلى وقت قريب غير مكتشف في الجزائر، حيث ظهرت العشرات من المواقع الإلكترونية المتخصصة في شبكة بدء بالملابس والسلع الاستهلاكية والتجهيزات الكهرومنزلية، وصولا إلى السيارات والعقارات والخدمات بمختلف أنواعها.

تقف الخدمات المقترحة على الشبكة العنكبوتية عند حدود عرض السلع والمستهلك، بل باتت العديد من توصيل الطلبات إ قادت عملية البحث عبر الانترنت إلى بعض المواقع التي تقدم هذه الخدمات، ومنها موقع " يلي" الذي يعرض سلعا استهلاكية ويقوم بتوصيلها إلى

يقول مدير الموقع : " اشريلي" تبلورت لديه حين كان موظ لشركات الكبيرة، ولم يكن لديه متسع من الوقت للتسوق، حينها تساءل عن سبب غياب مؤسس الطلبات إلى الزبون، هذا ما دفعه إلى إطلاق الموقع عام 2012، بمبادرة شخصية منه، بهدف تحسين نوعية عيش الجزائريين وتوفير عناء البحث والتسوق وتضييع الوقت" توصيلها س ثمنها مع احتساب رسوم التوصيل، لكن الدفع يتم بطريقة نقدية، ما تنجر عنه حسب ة أخطار تتعلق بصعوبات التوصيل وعدم وجود إطار قانوني يحمي المؤسسة، مضيفا أنه في بعض الحالات يطفئ الزبائن هواتفهم

اعترف المتحدث بأن الإقبال مازال محتشما، في ظل المعطيات التي أشار إليها سابقا، حيث بلغ أكبر معدل سجله الموقع هو 40 زبونا في الأسبوع، مضيفا أن هذا المجال مازال صعبا في الجزائر ويواجه العديد من لعراقيل، داعيا إلى تشجيعه، خاصة أن معظم المستغلين فيه هم شباب قاموا بإطلاق مؤسساتهم الخاصة بمبادرات شخصية، مثيرا إلى فوائد هذا النشاط على الاقتصاد الوطني.

قد حققت هذه النقلة للجزائريين إمكانية الاطلاع، من يريدون فادة منها دون تحمل عناء البحث و ير أن خبراء في مجالي الاقتصاد وتكنولوجيا الاتصال يعتقدون أن هذا النوع من المواقع لا يعكس حقيقة التجارة الإلكترونية في الجزائر، مادامت المعاملات المالية تتم في اغلب الأحيان بالطرق التقليدية، سواء بالاشيك أو بالدفع النقدي المباشر، بينما تقضي التجارة الإلكترونية تقليص الاستخدام اليدوي إلى أقصى حد ممكن، فمفهوم التجارة الإلكترونية يعني حسب المختصين استغلال التقنية لتحويل المهام والأعمال غير الإلكترونية، سواء كانت ورقية لتي تستلزم الشخص للحضور فيزيائيا إلى هيئة الكترونية.¹

يقول خبير في تكنولوجيا الإعلام و "الدكتور يونس قراد" أن ما هو موجود في هذا النوع من المواقع الجزائرية هو مرحلة أولى من التجارة الالكترونية وهو جزء منها وليس تجارة الكترونية بمفهومها الدقيق " فتلك المواقع تلعب دور الوسيط الذي يعرض خدمات عن طريق الانترنت، لكن الدفع يكون إما نقدا أو بالشيك، ما يستلزم العودة إلى العملية الكلاسيكية التي يميزها الدفع اليدوي والتوصيل التقليدي".

يؤكد الدكتور " أن التجارة الالكترونية

إذا غاب احدها فان العملية تتعطل برمتها إلا أن هذا النقص لا يمنع وجود بوادر أولى للتجارة الالكترونية الجزائرية فالسلطات العمومية أكدت عملها على تطوير التجارة الالكترونية إطلاق سراحها، بعد أن ظلت سنوات عديدة رهينة صعوبات وتعقيدات متعددة.

فعلى هامش افتتاح الصالون الدولي لتكنولوجيا الإعلام و MED-IT 18 2009

"التجارة الالكترونية و" أعلن كل من الوزير السابق لوزارة تكنولوجيا الإعلام والاتصال حميد بصالح والوزير السابق للتجارة هاشمي جعبوب عن انطلاق التجارة الالكترونية في شهر أفريل 2009¹ مؤكداً أن الجزائر سوف تحصل قريباً على تنظيمي يسمح بتطوير التجارة الالكترونية يوفر الأمن والحماية اللازمين للبيانات والصفقات الالكترونية على الخط، لوزيرين أن الإمكانيات الحالية والمستقبلية تستدعي ضرورة تكوين نفق من قطاعات متعددة تكون مطابقة ببذل مجهودات بغية تنفيذ هذا المشروع واللاحق بالدول الشقيقة

بالفعل بدء المتعاملون الاقتصاديون يتحضرون لثورة التجارة الالكترونية وأدركوا أهمية انتقال التجارة من الشكل التقليدي إلى الشكل الالكتروني، فرغم كون الجزائر بعيدة عن الاستخدام الواسع النطاق للتجارة الالكترونية إلا إن هناك تحركات جديدة فقد انطلقت بعض المحاولات المتواضعة لتطبيق هذه التجارة، يؤكد ذلك هو بلوغ عدد مواقع التجارة الالكترونية سنة 2009 60³ اص يبيعون منتجاتهم الكترونياً وهو رقم جد متواضع، إلا أن الخبراء اعتبروها بداية مشجعة و خير على الاقتصاد غالبية هذه المواقع التي توفر قنوات التجارة لالكترونية لتسهيل عملية البيع و الانترنت في الجزائر تعمل في تسويق المنتجات مثل: برامج الكمبيوتر، المنتجات الثقافية كالكتب والمجلات، تعتبر منتجات رقمية قابلة للتسليم المباشر على شبكة الإنترنت، بالإضافة إلى إيصال وجبات المطاعم للمنازل، عمليات لتذاكر السفر في شركات الطيران وحجوزات الفنادق، وكراء السيارات...

جدير بالذكر أن التجارة الالكترونية ليست جديدة كمارسة، فأول ظهور لهذه التجارة المرتبطة بشبكة 1997

التي تعني في ايسر تعريفاتها "مجموعة التبادلات التجارية التي تتم عبر شبكة الاتصالات"، حيث كانت هذه الشركات التجارية تقوم برب بالتجارة الالكترونية لجزئية الموجهة للأفراد "Btoc" "أو الجهات الحكومية "Btog".

¹ -www.djazair.com/elmoustakbel/1000664.

² - سمية ديمش- التجارة الالكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر-

³ - سمية ديمش-

بالتالي فقد كرس مفهوم التجارة الالكترونية الجزائرية من خلال النمو الكبير لعدد مزودي خدمات التجارة الالكترونية ب 65% 75 % 2008 ونظرا لزيادة الهيئات المختلفة للتواجد على الشبكة العنكبوتية، قامت بعض المزودات بالجمع بين خدمة تزويد الانترنت واستضافة مواقع الويب، وتسخير الإمكانيات البنيوية والتكنولوجية للمساعدة على تصميم المواقع الالكترونية مقابل أسعار متفاوتة، بحيث تعتبر هذه المسا احد أشكال التجارة الالكترونية ومبادرة لتحضير البنية التحتية اللازمة لهذه

: تصنيفات التجارة الالكترونية في الجزائر.

تتجه غالبية معاملات التجارة الالكترونية الجزائرية نحو صورتين أساسيتين لهذه التجارة و هي:

1- التجارة الالكترونية بين الشركات والمستهلكين "B2C": إن التجارة الالكترونية اليوم هي بمثابة مية جديدة لمختلف الاقتصاديات، إن الجزائريين ليسوا بجاهلين لأبجديات هذه اللغة، فانتساع رقعة استعمال الانترنت من المحيط الجامعي إلى أوساط مختلف فئات والمجتمع، احدث تغييرا كبيرا في التدي التجارية للجزائريين، وقد سارعت العديد من المؤسسات الجزائرية لتبني الأنماط الحديثة لتسويق منتجاتها عبر وإيصالها إلى المستهلكين مما ساعد على انتشار نمط الشراء عبر شبكة الانترنت، وهو ما يعرف بتجارة التجزئة الالكترونية B2C التي وفت للمستهلكين يد من المزايا كحرية الاختيار، واقتصاد الوقت التكاليف.

في دراسة حديثة بعنوان "ويب ديالنا" web dialna هي الوحيدة من نوعها، أجريت سنة 2009 " Med and com " " Idea Tic " ملان في مجال البحث والتحليل والإستقصائيات حول التسويق وضحت نتائجها أن 75 % من مستخدمي الانترنت الذين شملتهم الدراسة يعتبرون الانترنت أداة جد مهمة لا يمكن الاستغناء عنها، حيث 90 % منهم أصبحت الانترنت جزءا من حياتهم اليومية يستخدمونها على الأقل مرة واحدة في اليوم، وعن طبيعة استخدام هذه الشبكة فان 80.7 % المشاركين يستخدمون الانترنت للبحث، بينما 22.9 % يقومون بإجراء اتصالات تجارية عبر هذه التقنية.

أما فيما يتعلق باستخدام الإنترنت للتسوق فان 39.5 % من المستخدمين في الجزائر قاموا بالفعل بعمليات شراء الطلبيات أو المحجوزات بعد أن جمعوا معلومات حول هذا إتمام كامل مراحل التجارة الالكترونية عبر الانترنت بصعوبة اقتناء المنتجات في ظل غياب شبه كامل للمدفوعات الالكترونية أما 20.5 % منهم فقد سبق لهم أن قاموا بعمليات شرا تعتبر هذه النسبة بمث عن تغير سلوك المستهلكين الجزائريين فيما يخص طريقة اقتناء الحاجيات، فقد زاد اتجاههم نحو الاستخدام التجاري للإنترنت، وأصبحت هذه الشبكة القناة المفضلة للبعض من المستهلكين الجزائريين لممارسة التجارة الالكترونية عن بعد¹.

الفصل الثالث: التجارة الالكترونية ووسائل الدفع الحديثة في الجزائر آفاق وواقع

- دراسة : بنك C.P.A -

ترتيب المواقع الخدمات الأكثر زيارة، احتلت مواقع الشراء على الخط المرتبة الثامنة بنسبة قدرها 10.7 % المستجوبين، مسبوقة بكل من مواقع: (Yahoo, Google) 95.3 % مواقع تحميل برامج (67.7 %) مواقع التوظيف (31.7 %) مواقع الأحوال الجوية (25.7 %) موقع الإعلانات العقارية إعلانات السيارات (25.3 %) (19.1 %) التسلية و (19%)

ة الالكترونية المرتبة الأخيرة

تنوسع كثيرا لتشمل الجانب التجاري، إلا أن نظرة المستهلكين الجزائريين لهذه التجارة تتميز بالتفاؤل و حيث أعرب أكثر من نصف المشاركين 66.16 عن استعدادهم لاستخدام الدفع الالكتروني لسداد مشترياتهم على (فور انطلاقه).

يعة الخدمات والسلع المقتناة عبر الانترنت والمسدد ثمنها بالطريقة الالكترونية ، فان الحصة نصيب عملية سداد فواتير الماء والكهرباء والهاتف بنسبة 83 % بينما 66 % من المستعدين للسداد سوف يستخدمون هذه الوسائل الالكترونية لشراء تذاكر السفر عبر الانترنت ، أما المرتبة الأخيرة كانت نصيب المنتجات الثقافية) ، أقراص مضغوطة، آلات كهرومنزلية بنسبة مقدرة 63.4 %.¹

و ما يساعد على فتح آفاق واسعة للمستهلكين الجزائريين ويوجههم نحو التجارة الالكترونية هو اتصال أكثر من نصف المشاركين الذين شملتهم 65 % بالانترنت من بيوتهم، فالتسوق المنزلي في طريقه لان يكون سوقا واعدة عن بعد عن طريق الانترنت، فبمجرد اتصال المنازل بطريق المعلو الكتالوجات إليهم، عندها تتاح الفرصة للمستهلكين أن يستعرضوا السلع الموجودة في المركز التجاري سيكون لهم القدرة على الوصول للمنتج الذي يحتاجون إليه.²

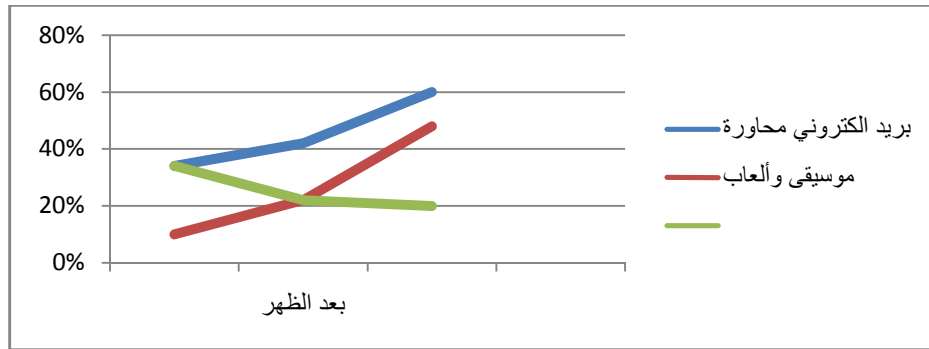
من جهة أخرى فقد سبق لمؤسسة "Med et Com"

2008 3980 شخص وضحت فيها أنشطة مستخدم الا

:

نترنت طيلة اليوم

3-1 : طبيعة الأنشطة ا



: سمية ديمش - التجارة الالكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر-

شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية. جامعة منتوري قسنطينة 2011

bu.umc.edu.dz/theses/economie/dim3592.pdf

هو انتشار الاستخدام التجاري للانترنت حيث أن النسبة مقبولة ومشجعة

¹ -bu.umc.edu.dz/theses/economie/adim3592.pdf 2015

² - عبد الفتاح بيومي حجار: "التجارة الالكترونية في القانون العربي النموذجي لمكافحة جرائم الكمبيوتر والانترنت الطبعة الأولى. الإسكندرية. 2006.

نترنت يمارسون التجارة والأعمال، خا
فقد قدرت هذه
34 % لتسجل هذه النسبة انخفاضا طفيفا في الساعات الأخيرة من النهار ويصل إلى حوالي
22 % وتعوض بأنشطة التسلية والترقية وكذلك التخاطب والدرشة.

2- التجارة الالكترونية بين الشركات "B2B":

ن التطور المذهل الذي أحدثته ثورة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في عالم الأعمال والتجارة يفرض على
المؤسسات الجزائرية ضرورة التفكير الجاد في استعمال هذه التكنولوجيا، خاصة الانترنت كقاعدة تجارية
ويدفعها لبداية العمل على تفعيل الفائدة العظمى للتجارة الالكترونية في قنوات عملها اليومية.
قد بدأت بعض المؤسسات الجزائرية تتقبل فكرة الشراء الالكتروني، لكن بمستويات مختلفة
بوتية يجعلنا نكتشف مواقع لبعض الشركات التي بدأت تتعامل عبر الانترنت مع المؤسسات
الأخرى، إلا أن المعلومات المتوفرة تؤكد أن جل محاولات المؤسسات للولوج لعالم التجارة الالكترونية تركز
B2C في حين هناك ضعف كبير في المعلومات الخاصة بالتبادل التجاري بين
"B2B" الدراسات القليلة المتوفرة تقتصر على تسليط الضوء على الواقع التكنولوجي لدى مختلف
الهيئات الاقتصادية في الجزائر¹.

ففي دراسة قام بها باحث* في مركز البحوث في الاقتصاد التطبيقي للتنمية cread
تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المؤسسات الصغيرة و 550
بينت نتائجها أن استعمال هذه التكنولوجيا يقتصر على اقتناء و الإعلام الآلي بدلا من تشغيلها
استغلالها مثلا يمكن من الاستفادة من التطبيقات التجارية المتميزة لهذه التكنولوجيا.

بخصوص الاطلاع على التطورات التكنولوجية المعاصرة صرحت 53.1 %
بمعرفتها لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، بينما 46.33 % منها فقط تستعمل هذه التكنولوجيا، أي أن أكثر من
53.67 % ستكون بعيدة كل البعد عن ترقية وتطوير لتكنولوجيا في المجال
ائد الكثيرة لهذه التكنولوجيا التي من بينها التحسن والتطور في مجال المنافسة
المردودية، فقد صرحت 63 % لمؤسسات المستعملة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال أنها تشهد نموا مستمرا
في رقم أعمالها بفضل تطبيق هذه التكنولوجيا، والملاحظ هو تطور إدراك المؤسسات الجزائرية لأهمية
التكنولوجيا الحديثة .

¹ - سمية ديمش -

* Aziz Nafa, « les Tic comme éléments de performance : cas des entreprises algériennes étude de cread présentée à Alger le 9/11/2010. Lors de rencontre Fronco-Maghrebin d'affaires Tic « e-3m Alger 2010 ».

: بعض تطبيقات التجارة الالكترونية و مواقع التجارة الالكترونية في الجزائر.

1: بعض تطبيقات التجارة الالكترونية في الجزائر.

لا يقتصر مفهوم التجارة الالكترونية على عملية امتلاك موقع الشبكة العنكبوتية العالمية وعقد الصفقات الروابط التجارية عبر هذه الشبكة، بل تستعمل هذه التجارة مجموعة متنوعة من التطبيقات تصالات الكترونية على غرار عمليات الإعلان عن المنتجات و الخدمات، تقديم المعلومات عن المنتجات عبر الخطوط الهاتفية.

1- يعتبر الإعلان عبر الإنترنت من أكثر وسائل الترويج جاذبية و الاتجاه نحو التجارة الالكترونية.¹ من جهة أخرى يساعد هذا النوع من الإعلانات المؤسسات الجزائرية بكل أحجامها دون استثناء على جذب اكبر عدد ممكن من المستهلكين بفضل استعمال الإعلانات لتكنولوجيا عالية.

يتميز سوق الإشهار على الخط في الجزائر بكونه لا يزال في بداية مراحل الأولى، كون العديد من خائفة من هذه الوسيلة بالإضافة إلى انخفاض تبني هذه المؤسسات لتكنولوجيا الإعلام هو النمو الكبير للاستثمارات الإهارية عبر الانترنت من سنة لأخرى،
Med et com² أن حجم هذه الاستثمارات بلغ 2007 22 مليون دينار،
2008 شهاري ب 18.6 مليون دينار جزائري، حيث حقق هذا الرقم ارتفاعا مذهلا فاق كل التصورات 30 %
2007 56 لال فترة جويلية - 2008
141 حملة إعلانية.

وعن طبيعة المنتجات والخدمات التي تحظى بأكبر قدر من الترويج عبر الانترنت من طرف هؤلاء المعلنين، فقد بينت هذه الدراسة أن قطاع السيارات فاز بحصة الأسد ب17 ت وحصصة سوقية 29 % تبوعا بقطاع تكنولوجيا الإعلام و (الهاتف - المعلوماتية) الذي قدرت حصيلته السوقية بنسبة 24 % 14 .

أما القطاعات الأخرى فقد بدا تتلمس خطواتها الأولى في هذا المجال على غرار السياحة و الغذائية التي قدر عدد معلنيتها 2 و حصتها السوقية بنسبة 3%.

-2 : C'entres d'appels

¹ - عفاف خويلد "فعالية الاعلان في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لدى المؤسسات الاقتصادية الجزائرية" . 07 .
www.rcweb.luedld.net/rc7/28-30 A2308938PDF 2009/2010-
² -medetcom : "rapport sur les investissements publicitaire sur internet en Alger octobre 2008.disponible sur sit: www.medncom.com/rapport/marche-pub-alger.pdf

إن التجارة الالكترونية في شكلها الواسع تتمثل في استخدام الوسائل الالكترونية المتنوعة التي وفرتها هذه غرض انجاز المعاملات التجارية، ومن بين الوسائل المستعملة من طرف هذه تمام الصفقات هو جهاز الهاتف، فليس ضروريا أن تتم التجارة الالكترونية عبر الوسيط الالكتروني رنت، بل يمكن أن تتم عبر الهاتف، الذي يشهد استخداما واسع النطاق من قبل الجزائريين، وبالتالي فهناك الكثير من الجزائريين يقومون بمعاملات تدخل في إطار التجارة الالكترونية دون أن يدري، فالتعامل مع مراكز C'entres d'appels بعض من تطبيقات التجارة الالكترونية¹.

يشهد سوق مراكز الاتصال في الجزائر نموا متسارعا، رغم كونها حديثة العهد، حيث بلغ عدد هذه 6 2006، ثم تضاعف عدد هذه 4 سنوات ليبلغ عدد الرخص الممنوحة

62. منها حوالي 30

عدد هذه المراكز النشيطة يدل على أن خدمة مراكز الاتصال الجزائرية لا تزال في أطوارها الأولى، إلا أن سريع لعددها من سن بلوغ قيمة الخدمات المقدمة من طرفها حوالي 1.7 مليار دينار 2009.

2: بعض مواقع التجارة الالكترونية في الجزائر.

إن النمو العالمي المتسارع للمواقع التي تركز مفهوم التجارة الالكترونية زا الجزائرية و رنت لعقد الصفقات الالكترونية وه على نمو عدد و محتوى مواقع التجارة الالكترونية الجزائرية.

1- دار الشهاب www.chihab.com: يحتوي هذا الموقع على فهرس الكتروني يقدم

ودقيقة حول الكتب المتوفرة (ريخ النشر، السعر...) 12².
اختصاصات متنوعة وبعد تسجيل المستهلك في الموقع وتقديمه للمعلومات الشخصية (الاسم، الهاتف، (... يحصل على اسم دخول و . تمنح له حرية اختيار الكتب التي يرغب في اقتناءها بالضغط على رمز السلة ليضاف المنتج تلقائيا إلى قائمة المشتريات، وبعد تأكيد الطلبية يكون للمستهلك الحق في اختيار مدفوعاته سواء بإرسال شيك بالبريد، و تحويل المبلغ للحساب البنكي لدار نشر الكتاب إلى العنوان واء داخل الجزائر أو خارجها.

2- www.dzsoq.com: يهتم سوق الجزائر بالمزادات والصفقات الالكترونية بين الأفراد C2C، فهو يسعى إلى تحقيق التواصل بين الأفراد الراغبين في بيع أو شراء سلعة معينة عبر شبكة الويب مقابل ينتج هذا الموقع عدة طرق لتسديد قيمة المشتريات ودفع الرسوم للموقع، فتسديد قيمة المشتريات تكون حسب الاتفاق بين العارض والطالب، سواء بالدفع المباشر عند التسليم أو التحويل البنكي أو عبر الحساب البريدي الجاري، أما دفع رسوم الموقع تتم عن طريق الدفع المباشر، الذي يعني دفع المبلغ لأصحاب نوادي الذين يقومون بشحن حساب المت

¹ - سمية ديمش-

أما الطريقة الثانية فهي التحويل من الحساب في أحد البنوك الالكترونية Alertpay E-gold يتولى هذا الموقع أيضا شحن هذه الحسابات البنكية عن طريق شبكة مقاهي الانترنت التابعة لها، أما الطريقة الأخيرة فهي الدفع باستعمال البطاقة العالمية Visa التي يمكن طلبها أو الحصول عليها من خلال موقع سوق الجزائر.

3- سوق واد كنيس www.ouedkniss.com : يعتبر سوق واد كنيس أحد أول مواقع التسوق عبر

2007 يهتم بوضع الإعلانات التجارية ، فهو بمثابة رابط

حقيقي بين أصحاب الإعلانات الصغيرة الراغبين في بيع أو

منذ تأسيسه، إذ استقطب حوالي 3.8 مليون زائر خلال شهر أوت 2010

زيارة يوميا، كما يقدر متوسط عدد الإعلانات المعروضة يوميا في هذا الموقع بين 1000 1500¹

تمكن هذا الموقع من الفوز بالجائزة الثانية "

الدورة السادسة للصالون الدولي لتكنولوجيا الإعلام سنة 2009.

4- www.made-in-algeria.com : Made in Algeria هو عبارة

ية جزائرية، يسمح فيها للشركات بعرض سلعها وخدماتها بطريقة حديثة. مما يوفر قاعدة

للتجارة الالكترونية بين الشركات " B2B " يهتم هذا الموقع بالشركات الجزائرية خاصة المصدرة منها،

لمساعدتها على ترويج منتجاتها وترقية الصادرات، من خلال تقديم العرض الأسرع لنشر المعلومات التجارية

على عدد كبير من المؤسسات، وإتاحة إمكانية التواصل بين العارضين و الطالبين، وينقسم الموقع إلى جزأين

رئيسيين، قسم خاص بعرض السلع و الخدمات المتوفرة ... والقسم الآخر مخصص للمناقصات ، ولا يسمح

بالاطلاع والمشاركة فيها إلا للأعضاء المسجلين في .

5- موقع بيت الجزائر www.dzmaison.com : تعتبر عملية تصميم واستضافة المواقع وبيع

البرمجيات أحد أشكال التجارة الالكترونية وأكثرها انتشارا في الجزائر،

الذي يقدم خدمات متكاملة تشمل كل جوانب تجهيز وتشغيل مواقع الانترنت للشركات والأفراد على حد سواء²

فهو يساعد الراغبين على إنشاء متاجر الكترونية من خلال تصميم المواقع الالكترونية بأحدث التقنيات، ويوفر

هذا الموقع خدمة الاستضافة وحجز (... org .net .com)

الموالية فلا بد من دفع مصاريف تقدر 1390 دج سنويا في حالة حجز اسم النطاق 3300 - 9900

³ تتم عملية تسوية المدفوعات عن طريق التحويل إلى الحساب البريدي الجاري للموقع،

لة إلى البريد الالكتروني للموق لتتم عملية تفعيل الخدمة.

¹ - سمية ديمش- - 239.

² -www.dzmaison.com.

³ -www.dzmaison.com.op.cit.

6- مواقع البطاقات العالمية:
الالكترونية، إلا أن هذه الأخيرة تعاني من ضعف كبير في الجزائر بسبب عدم توفر وسائل الدفع الالكترونية بغية معالجة هذه المشكلة، بادرت المواقع بتوفير المناطق العالمية ذات
www.masterdz.com www.Visadz.info VISA
www.cashdz.net وتسمح هذه المواقع لمتصفح الانترنت بالشراء بالدينار الجزائري لبطاقات VISA
طريق التحويل من الحساب البريدي الجاري.

يتم الحصول على بطاقة VISA من هذه المواقع بعد إتباع الخطوات التالية¹: ينسخ الزبون بطاقة تعريفه بالماسح الضوئي، ويرسلها إلى البريد الالكتروني للموقع ثم يدفع قيمة البطاقة حسب نوعها بحيث يتراوح سعر الإصدار بين 30 - 65 (= 1 105) وتعباً برصيد اختياري من 71 283 (وهو نفسه السقف الأعلى لعمليات الشراء في اليوم الواحد) ثم يدفع الزبون تكلفة نقل ا تتراوح بين 12,5 32 يتم التسديد عبر الحوالات البريدية، مع ضرورة إرسال كشف الح وبعد أن يتأكد الموقع من هوية الزبون، ترسل له المعلومات عن بطاقته إلى بريده الالكتروني، كذلك يرسل الموقع صورة عن البطاقة التعريفية للزبون لشركة Visa لتقوم هذه الأخيرة بإرسال البطاقة المغناطيسية إلى الجزائر مع مؤسسة النقل الدولي " ويستعملها الزبون في منزله يدا يد. 33 دولار للشحن فانه يحصل على البطاقة تتراوح بين 2 - 7 أيام أما إذا دفع اقل من ذلك فعليه الانتظار من 3 أسابيع إلى شهر.

لما كانت غالبية مراحل التجارة الالكترونية من بحث عن منتج وتفاوض وتعاقد تتم في فضاء افتراضي، كان لابد من إتمام المرحلة التالية من هذه التجارة، ألا وهي تسوية المدفوعات بطريقة الكترونية، مما فرض على البنوك ضرورة توفير تقنيات حديثة وإصدار وسائل الدفع الالكترونية تتلائم مع هذا النوع الحديث من التعاملات الالكترونية، فتحديث وسائل الدفع الالكترونية من شأنه تسريع تطور التجارة الالكترونية وبالتالي لا يمكن الحديث عن التجارة الالكترونية الجزائرية دون وجود قطاع بنكي عصري يوفر وسائل الدفع الالكترونية م من كون استخدامات التجارة الالكترونية في الجزائر لم تتعد المستوى البدائي (التسليم) ، إلا أن الكثير من المصارف الجزائرية بدأت تبدي قدرا كثيرا من الاهتمام بالأعمال الالكترونية ووسائل الدفع الحديثة، وسعت إلى تطوير نظامها المصرفي ومواكبة كل ما هو جديد من خلال إصدار البطاقات البنكية ونشر الموزعات الآلية للنقد ونهائيات الدفع الالكتروني، والانضمام لشبكة الدفع العالمية.

: " تألية الصفقات البنكية المشتركة والنقدية " " الشبكة النقدية البين البنكية"
:(SATIM)

إن أول خطوة قام بها النظام البنكي لتحديثه وتطويره هي إنشاء شركة "تألية الصفقات البنكية المشتركة والنقدية" " Société d'automatisation des transactions interbancaires et de monétique " 1995 هي شركة ذات أسهم وفروع لثمانية بنوك هي ¹ : بنك الفلاحة والتنمية الريفية (DARD) بنك التنمية المحلي (BDL) (BEA) (BNA) (CPA) صندوق الوطني للتوفير والاحتياط (CNEP) (CNMA) (ALBARAKA) تسعى هذه الشركة لتحديث البنوك وترقية الصفقات النقدية بينها.

بالإضافة إلى إصدار البطاقات البنكية ومعالجة كل المعاملات المتعلقة بها، كان الهدف النقدي لهذه البنوك هو توفير بطاقات وطنية في المستقبل القريب وأخرى دولية SATIM واحدة من الأدوات التقنية لدعم وتطوير البرامج وتحديث المصارف وخاصة تعزيز الدفع بواسطة البطاقة وهي تضم 17 النقدية بين البنوك من بينهم 16 (7 بنوك عمومية و 9) و بريد الجزائر ² ويبلغ رأس مال 26 مليون دينار جزائري تعتبر اليوم متعامل ذو شأن في القطاع المالي المتخصص في ترقية الخدمات وتحديثها وكذا الصفقات الإلكترونية بين البنوك، والجدول التالي يبين عدد الأسهم وقيمتها لكل بنك.

3 - 1: مساهمة البنوك في رأس مال SATIM

القيمة ()	عدد الأسهم	
3600000	36	CPA
3600000	36	BADR
3600000	36	BEA
3600000	36	BNA
3600000	36	BDL
3600000	36	CNEP
1000000	10	ALBARAKA

: محمد شكرين، " " ستير غير منشورة، جامعة الجزائر. 2006.

¹ - "تحديات المصرفية لمواجهة إختلالات المنظومة المصرفية في ظل التوجه نحو اقتصاد السوق في الجزائر" - رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية - 2013-2014.

² - "تحديات المصرفية لمواجهة إختلالات المنظومة المصرفية في ظل التوجه نحو

ثانياً: البطاقة بين بنكية " La carte interbancaire "

لمزيد من الجهد في مجال البطاقات ليتم استبدال مشروع البطاقة البنكية المشتركة للسحب بمشروع آخر جديد هو "بطاقة السحب والدفع بين بنكية " CIB " وهي بطاقة ما بين البنوك، تحمل شعار CIB واسم البنك المصدر لها تحتوي معالج صغير un microprocesseur يسمى " Puce " التي تؤدي وظيفة مزدوجة هي سحب الأموال من الموزعات الآلية.

بالإضافة إلى دفع قيمة المشتريات والخدمات على مستوى أجهزة الدفع الإلكترونية المتوفرة لدى التجار المنخرطين في شبكة النقد الآلي بين بنكية، حتى لو لم تكن الأجهزة تباد شعاع البنك المصدر وشعار البطاقة البنكية المشتركة وخلية الكترونية تتوافق مع المعايير الدولية لشركتي Mastercard VISA (Europay MasterCard visa) تسمح بعمليات السداد وشريط مغناطيسي لعمليات السحب.¹

STIM في مشروع بعث نظام الدفع بين بنكين سنة 2002 إلا أن هذا المشروع تأخر ولم تبرز ثمرته حتى سنة 2006، حيث تم تجربته سنة 2005 أشهر على عدد من التجار (200-500) 2007 تعميم بطاقة " CIB " يوضح الجدول التالي تقدم الجزائر في مجال رقمنة وسائل الدفع :

2-3: نمو عدد بطاقات السحب والدفع بين البنكية

2011	2010	2009	2008	2007
811846	979933	569558	339374	128356

: من إعداد الطلبة اعتماداً على مذكرات تخرج لنيل شهادة الماجستير

لسمية ديمش -

لقد تمكنت البطاقة البنكية المشتركة من احتلال مكانة مميزة ضمن وسائل الدفع الحديثة في الجزائر، بحيث شهد عدد البطاقات البنكية نمو 343.73%. حيث 128356 2007 569558 2009 979933 2010، حيث 811846 2011².

" CIB " إلى نوعين أساسيين هما: بطاقات عادية وبطاقات ذهبية، وكلاهما يسمحان بخدماتي السحب والدفع، يسلمهما البنك للزبائن حسب معايير محددة والفرق الجوهرية بينهما يكمن في كون البطاقات الذهبية تقدم مزايا أخرى وسقف أعلى للدفع والسحب.

¹ - سمية ديمش -

² -

وتعتبر هذه النسبة

" CIB " بنصيب قدره 92.97 %

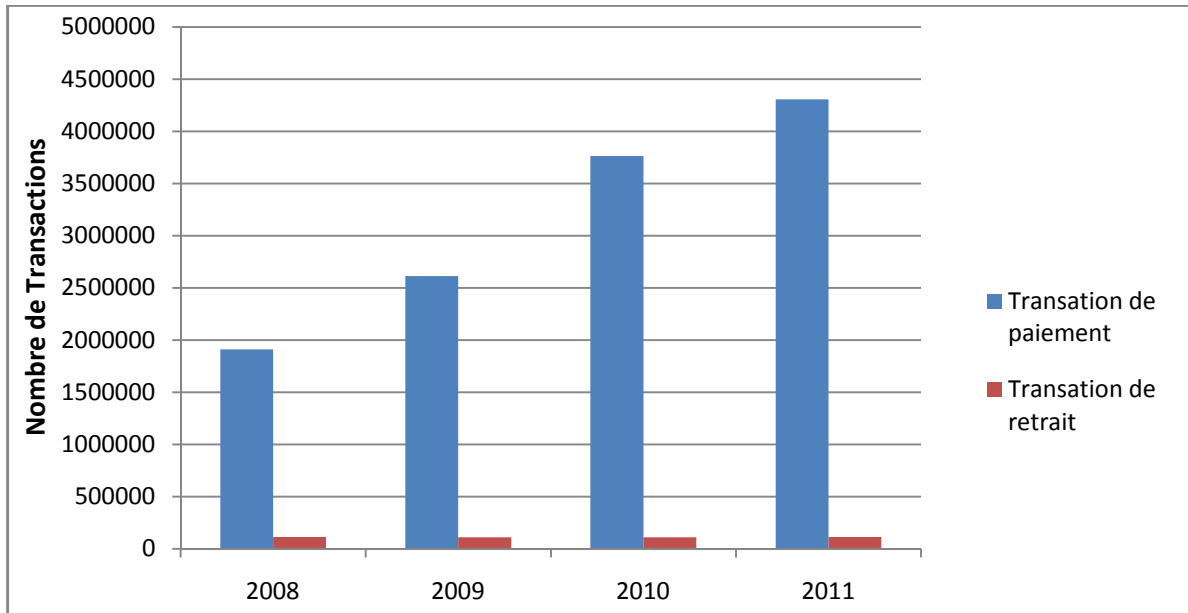
ذات أهمية كبيرة نظرا لكون نظام الدفع لا يزال حديثا في الجزائر¹.

3-3: إحصائيات للمعاملات بين البنوك

2008	2009	2010	2011
1914451	2615168	3765580	4312030
2051	1450	1805	4171
1912400	2613718	3763775	4307859

: " التحديدات المصرفية لمواجهة اختلالات المنظومة المصرفية في ظل التوجه نحو اقتصاد

3-2: تمثيل بياني يبين الفرق بين عملية الدفع والسحب التي تتم ما بين البنوك.



¹ - سمية ديمش -

: الموزعات الآلية للنقود ونهائيات الدفع الإلكتروني

إن من بين التقنيات الحديثة التي وفرتها المصارف الجزائرية لدعم توجهها نحو الصرفية الإلكترونية هي الموزعات الآلية للنقود هي أجهزة وآلات أوتوماتيكية تستخدم للسحب عن طريق البطاقات الإلكترونية، تثبت خارج المصرف الذي يمولها بالعملة الوطنية أما مسؤولية صيانة هذه الأجهزة وتسييرها فتتكفل بها STIM.

قد قامت البنوك الجزائري مؤخرًا بتطوير كبير لشبكات السحب الإلكتروني من خلال نشر الموزعات الآلية للأوراق النقدية في كافة التراب الوطني، فقد بلغ عدد الأجهزة المركبة سنة 2009 57 ولاية وتم سنة 2010 تركيب 130 جهاز آخر.¹

نهائيات الدفع الإلكتروني Terminaux de Paiement Electronique TPE: يتم تركيبها واستعمالها لدى التجار، وهي موافقة للمعايير الدولية للأمان خاصة بالنقد الآلي Les Normes EMC * . البطاقات البنكية للسحب والدفع التي تمكن من خلالها تسديد قيم المشتريات لدى التجار القابلين للتعامل بالبطاقات البنكية، سواء كانت هذه العمليات On-line أي يتم فيها إرسال طلب ترخيصها من قبل TPE التراخي (في حالة البطاقات الكلاسيكية) أو كانت عمليات Off line أي دون اللجوء إلى طلب ترخيص من مركز التراخيص (بطاقات ذهبية) كما تقبل البطاقات الوطنية CIB أو كلتا البطاقتين الوطنية والدولية (حاليا القرض الشعبي الجزائري هو البنك الوحيد الذي لديه أجهزة تقبل البطاقتين معا).

الموزعات الآلية للأوراق النقدية DAB أو الشبايبك الآلية للبنوك GAB: من أهم الشروط الواجب توفرها لإنجاح أي نظام للنقد الآلي هي وجود عدد لموزعات الآلية للأوراق النقدية وتوزيعها على نطاق واسع يساعد على استعمال البطاقة البنكية في أي مكان أو زمان حيث أن الهدف الأساسي من إنشاء هذه الموزعات أو الشبايبك الآلية هو تمكين حامل البطاقة من سحب الذ سواء في النهار أو الليل كذا أيام العطل، لتحقيق ذلك يجب إبقاء هذه الآلات عملية، والقيام بصيانتها بسرعة نظرا للفوائد التي تعود بها لكلا الأطراف الداخلية في العملية، سواء حامل البطاقة أو بنكه أو البنك صاحب الموزع أو SATIM التالي يوضح توزيع الموزعات الشبايبك الآلية للأوراق النقدية (DAB GAB) ².

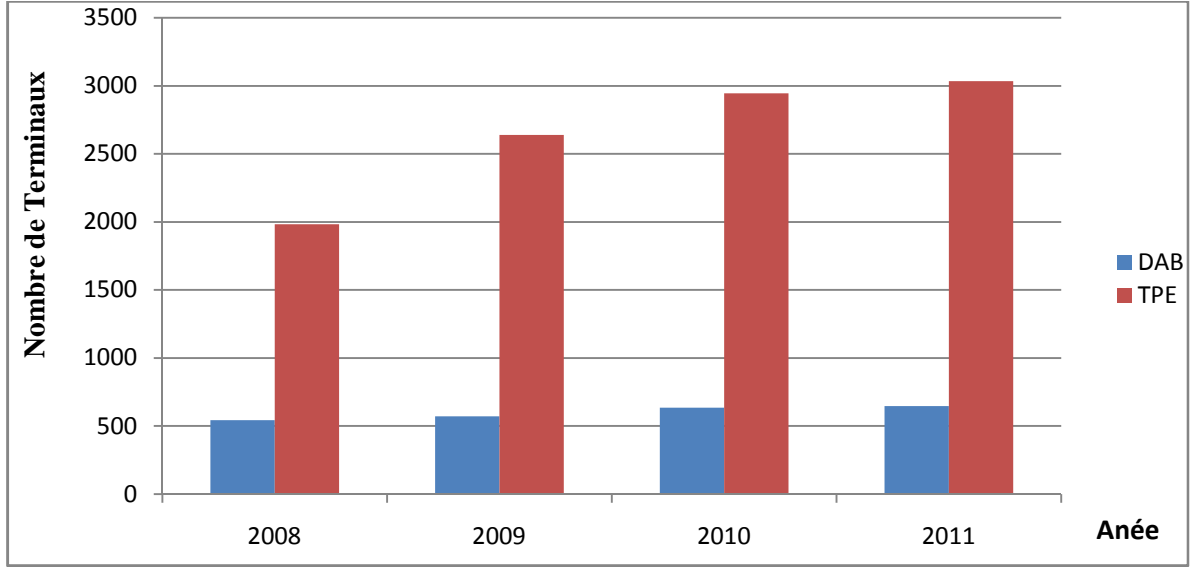
4-3: إحصائيات لاستخدام البطاقة CIB في أجهزة الصرف الآلي DAB ونقاط نهائي البيع TPE.

TPE	DAB	
1984	544	2008
2639	572	2009
2946	636	2010
3035	647	2011

¹ * EMC :Europay Master Card: هي عبارة عن معيار دولي تم وضعه من قبل أهم مصدري البطاقات البنكية في العالم، أولا وهم Visa Mastercard وهو آخر ما توصلت إليه التكنولوجيا في مجال تأمين التعاملات بالبطاقة.

² - صخري عمر دراسة تحليلية حول التجربة الجزائرية في مجال النقد الآلي البنكي - متطلبات لنيل شهادة الماجستير - العلوم الاقتصادية - 2007-2008.

3-3: تمثيل بياني يقارن بين استخدام البطاقة CIB في أجهزة DAB ونقاط نهائي البيع TPE.



إن أهم ما يميز القطاع المصرفي في الآونة الأخيرة هو عدم توقفه عن التطور وهذا التطور يؤكد من خلال التوسع في شبكة نهائيات الدفع الإلكتروني بحيث نمت عدد هذه الأجهزة بمعدل 138.36 % 5 سنوات فبمجرد تعميم استعمال بطاقة الدفع الإلكتروني سنة 2007 (بعد تجربتها سنة 2005)، شهدت سنة 2008 نمو خيالي وقفزة مهولة في عدد الأجهزة المركبة محققة نموا قدره 339.540 بين هاتين السنتين.

فيما يخص أصناف التجار المالكين لنهائيات الدفع الإلكتروني هم: كبار وصغار الموزعين، الفنادق، المطاعم، صيدليات، خدمات عامة (مياه، كهرباء، غاز، هاتف، تأمين ...) يجب على هؤلاء التجار أن يدفعوا عمولة قدرها 1.5 % من مبلغ كل صفقة بيع بواسطة البطاقات.¹

(2009 – 2005)

5-3:

2009	2008	2007	2006	2005	
2613718	1912400	484898	145604	9092	
1450	2051	1008	1272	1060	

: سمية ديمش – التجارة الإلكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر –

يتضح لنا من خلال الجدول السابق أن الجزء الأكبر من الصفقات السنوية التي يتم القيام بها باستعمال البطاقة بين البنكية " CIB " موجهة إلى سحب الأوراق النقدية أكثر منه للدفع الإلكتروني على مر 5 فعلى سبيل المثال من بين إجمالي 2615168 2009 2613718 صفقة موجهة للسحب أي بنسبة قدرها 99.94 % ، بينما لا يتجاوز نصيب صفقات الدفع نسبة 0.055 % هو ما يشير إلى أن أنظمة الدفع الإلكتروني مازالت في مراحلها الأولى في الجزائر.²

¹ - سمية ديمش –

² - سمية ديمش –

: البطاقات البنكية الدولية المستعملة في التجارة الالكترونية الجزائرية.

إن إسهام البطاقات الالكترونية في التجارة الالكترونية لا جدال فيه، فالسبيل الشائع لتسوية مدفوعات هذه التجارة مباشرة عبر الانترنت هي البطاقة الائتمانية، إلا أن البطاقات البنكية المتوفرة حاليا في الجزائر غير قابلة دولي، لكنها فاتحة لانطلاق التجارة الالكترونية في بلادنا¹ الجزائرية إضعاف طابع الدولية على بطاقتها البنكية، وقامت بإصدار هذه البطاقات بترخيص من الشبكات العالمية VISA وMastercard.

إن مجرد حمل البطاقة لشعار هذه الهيئات الدولية يمكن المستهلك الجزائري من التسوق عبر الانترنت بكل حرية وتسديد قيمة مشترياته في أي مكان في العالم ومن بين هذه البنوك التي شرعت في تقديم البطاقات : القرض الشعبي الجزائري، بنك التنمية المحلية، بنك الجزائر الخارجي. ويعتبر CPA ل من أصدر بطاقة فيزا في الجزائر، وقام بوضع موزعات آلية للنقود ونهائيات للدفع الالكتروني في المطارات والفنادق تقبل هذه البطاقات الدولية، وتمكن السائحين من سحب المبالغ المالية بالعملة الوطنية بمجرد وصولهم الجزائر. وتمكنهم كذلك من سداد مشترياتهم على مستوى نهائيات الدفع والتي قدرت 182 2005 287 جهاز سنة 2009.

3 - 6 : VISA/CPA (2003 - 2007)

2007	2006	2005	2004	2003	
3518	2268	1637	1409	1475	VISA/CPA

- : سمية ديمش -

يلاحظ من خلال الجدول السابق، التطور الكبير في إصدار البطاقات القابلة للاستعمال على المستوى الدولي بين سنتي (2003 - 2007) حيث تضاعف هذا العدد تقريبا ب 4 مرات، وهو ما يدل على تحقيق هذه البطاقات لنجاح كبير في الجزائر خلال تلك السنوات، فأصدار القرض الشعبي الج VISA/CPA للتجارة الالكترونية الجزائرية.

لقد خطت الجزائر أولى خطواتها في مجال تطبيق التجارة الالكترونية، إلا أن ازدهار وتطور هذه التجارة لا بد أن يسانده ويدعمه توفر إطار تشريعي ومؤسسي مناسب على المحاولات والجهود التي بذلتها الجزائر لتسهيل عملية التحول إلى التجارة الالكترونية.

¹ - أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في العلوم

¹ - إبراهيم بختي "دور الانترنت وتطبيقاته في مجال التسويق الاقتصادية. 2002.

الجهود المساعدة على تطبيق التجارة الالكترونية :

الجزائر شأنها شأن باقي الدول تنبعت مؤخرا إلى ضرورة الدخول إلى عالم وتوظيف التقنيات الحديثة في المجال التجاري، وبذلت بعض الجهود المتواضعة في مجال تطوير التجارة الالكترونية، اقتضت على إطلاق بعض المبادرات المتعلقة أساسا بتطوير تكنولوجيا الإعلام والاتصال شأنها دعم الأعمال الالكترونية (نظرا لكونها تشكل قاعدتها الأساسية)، بالإضافة إلى محاولة تهيئة محيط ملائم لهذه التجارة من خلال سن بعض النصوص القانونية المشجعة لتطبيقات التجارة الالكترونية بشرعية وقبولية الوسائل المستعملة في هذه التجارة وتوفير الحماية الكافية لها.

المجهودات المبذولة على الصعيد الاستراتيجي والتشريعي.

إن تحليل الجزائر لتطورات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في السنوات الأخيرة، أفنعتها بضرورة استراتيجية الكترونية واضحة المعالم، ووضع أدوات تشريعية جديدة بغية إيجاد إطار عمل منظم، وتوفير بيئة مناسبة لدعم وتشجيع عملية الولوج السريع في العالم الرقمي، وبالتالي تحفيز نمو النوع الحديث من المعاملات التجارية التي تتم بشكل الكتروني .

: استراتيجية الجزائر الالكترونية 2013 في إطار مساعيها لمواكبة التغيرات التكنولوجية والاقتصادية، مجابهة مرحلة ما بعد البترول تعكف الجزائر على تركيز مقومات الاقتصاد اللامادي وتأسيس مجتمع المعرفة من خلال تطوير استراتيجية أطلق عليها اس "الجزائر الالكترونية 2013 " تنمية قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال نظرا لدوره الفعال في تحريك الاقتصاد الوطني وجعله اقتصاد الجزائر جهودها الرامية لتجسيد مجتمع معلوماتي منذ مطلع سنة 2000 البريد والاتصالات، إلا أنها لم تضع خطة شاملة ذات رؤية متعلقة بالتكنولوجيات الحديثة حتى ديسمبر 2008 استراتيجية الوطنية المتعددة القطاعات بعد استغراقها مدة ستة أشهر من البلورة من طرف 300 خبير وإطار جزائري¹ بهدف تحديد رؤية رامية لجعل المجتمع المعلوماتي والاقتصاد الرقمي في الجزائر أداة تأثير فا " استراتيجية الجزائر الالكترونية 2013 " 13 محورا رئيسيا، وتم تحديد لكل محور رئيسي مجموعة من الأهداف الرئيسية والأهداف الخاصة.

(1) : تسريع استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الإدارة

استراتيجية الجزائر من خلال هذا المحور، تحقيق غايتين أساسيتين هما: تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتقريبها من المواطن، فعصرنة مجال الإدارة سيؤدي إلى معالجة أكبر للملفات بشكل أفضل، مما سيوفر مناخ إداري ملائم، ويقضي على البيروقراطية، كما أن إدخال عنصر تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مجال الإدارة سينعكس ايجابيا على المواطنين خاصة وان وضع خدمات هذه الإدارة على شبكة الانترنت سوف يحسن من نوعيتها ويوسع نطاقها ويزيد مزاياها وبغية تحقيق هذين الهدفين الرئيسيين تم وضع عمليات وأهداف خاصة تتعلق بالجوانب التالية:

¹ - ير "آليات واستراتيجيات تطبيق الإدارة الالكترونية في الجزائر : دارة الكترونية فعالة للمجتمع الجماهيري. الجماهيرية العربية الليبية الشعبية اكية العظمى. 04/06/2010-1

- استكمال البنى الأساسية المعلوماتية من خلال إقامة الشبكات المعلوماتية المختلفة واقتناء التجهيزات.
- مات والتسيير الإلكتروني للمستندات ووضع مكتبة
- الكترونية تتيح الوصول إلى الوثائق والمعلومات في أي وقت وفي أي مكان.
- تنمية الكفاءات البشرية من خلال عمليات التكوين.
- تطوير تشكيلية واسعة من الأنشطة والخدمات الإلكترونية لفائدة المواطنين (G2C)
- (G2B) (G2G).

(2) تسريع استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الشركات:

تسعى هذه الإستراتيجية إلى تشجيع إدماج تكنولوجيا الإعلام في القطاع الاقتصادي، وتتفرع عن هذا المحور الأهداف الخاصة الثلاثة التالية :

- 1- تطوير عرض الخدمات الإلكترونية اتجاه الشركات من أجل حمل الشركات على استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال، من المهم أن يوفر لها شركائها (المصارف والهيئات العمومية والخاصة وغيرها)، في هذا السياق سيتم تنفيذ مجموعة من العمليات من بينها:
 - **المصرفية الإلكترونية:** إطار تعميم العملة الإلكترونية، من الضروري الإسراع في إقامة نظام للخدمات المصرفية الإلكترونية، يسمح للمصارف بتوفير خدمات الكترونية للمؤسسات إضافة إلى إمكانية المتاحة لهذه البنوك لإجراء المعاملات الإلكترونية فيما بينها.
 - حيدة خاصة بإنشاء شركات الأعمال التجارية وجلب

- تتمثل هذه العملية الرامية إلى رفع نجاعة النشاط الاقتصادي في إنشاء قاعدة بيانات آلية و الكترونية لجميع الشركات.

- **التجارة الإلكترونية:** تشمل هذه العملية استخدام الوسيلة الإلكترونية في العلاقة التجارية بين شركة وأخرى أو بين الشركات والأفراد.
- 2- التركيز على تحسين أداة الشركات المنتمة للمجالات التي تستخدم كثيرا تكنولوجيا المعلومات

3- دعم تملك المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال عن طريق إعداد تحليل مستمر لاحتياجات هذه المؤسسات في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال ومنحها للحوافز المالية لتسهيل اعتماد هذه التكنولوجيات.¹

(3) تطور آليات وحوافز تسمح باستفادة المواطنين من تجهيزات وشبكات تكنولوجيا

تحقيق النفاذ الشامل للمواطنين لخدمات تكنولوجيا الإعلام والاتصال، بحيث نترنت متاحة لجميع المواطنين في ي وقت وفي كافة التراب الوطني، وتتحقق هذه الغاية عن طريق زيادة انتشار نقاط النفاذ العمومية ودور الثقافة والحضائر المعلوماتية، نوادي الانترنت " 2 " هو عبارة عن صيغة معدلة لبرنامج " 1 " والذي لم يلقى الاهتمام والإقبال المناسب من المواطنين.

حيث تعتمد المقاربة الجديدة على تجزئة المجتمع إلى فئات، وتوفير أجهزة حاسوب مربوطة بالإنترنت مضامين وبرامج خاصة بكل فئة، كما تم إرفاق المضامين ببرامج تكوين متواصل خاص بهذه الفئات، بالإضافة إلى إعداد آليات لتمويل كل عمليات برنامج أسرتك¹.

(4) دفع تطوير الاقتصاد الرقمي التمحور حول البرمجيات والخدمات والتجهيز.
تهدف هذه الإستراتيجية إلى تهيئة البيئة المناسبة والمشجعة للتطوير المكثف لصناعة تكنولوجيا لاتصال، وتأهيل منتجاتها للتصدير تتمثل هذه الإجراءات في محاولة تحقيق الاكتفاء الذاتي من الكفاءات العملية والتقنية والموارد البشرية المختصة في ميدان البحث والتطوير والابتكارات، ذلك عن طريق خلق شبكة وطنية للبحث والتطوير وتكنولوجيا الإعلام والاتصال وتسريع استغلال الحظائر التكنولوجية ومحاولة الانتقال بعمليات البحث والابتكار إلى الصناعة من خلال تعزيز احتضان الشركات الناشئة المختصة في صناعة البرمجيات وإنشاء مناطق صناعية لهذا النشاط.
كما تم وضع إجراءات تحفيزية للصناعة: كتحفيض الضرائب - تقديم التحويل المالي اللازم عن طريق - وضع قانون خاص بهذا النوع من المؤسسات وتعزيز وسائل حماية الملكية الفكرية - المشاركة في التظاهرات العالمية.

(5) تعزيز البنية الأساسية للاتصالات ذات التدفق السريع.
الهدف الرئيسي المقرر لهذا المحور يتمثل في انجاز بنية تحتية للاتصالات ذات التدفق السريع، تكون مؤمنة وذات خدمات عالية الجودة، ولتجسيد هذا الهدف تم وضع أهداف خاصة تخص الجوانب التالية:
✓ استكمال البنى الأساسية المعلوماتية من خلال اقتناء التجهيزات وانجاز شبكات الربط بالألياف البصرية
✓ تأمين الشبكات من خلال وضع الإطار القانوني لحماية منشآت تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتدعيم الكفاءات التقنية المختصة في مجال الحماية.
✓ تحسين نوعية الخدمات.
✓ التسيير الفعال (dz) من خلال إنشاء وكالة مختصة لتسيير النطاق وتشجيع الإ مام إلى هذا

(6) تطوير الكفاءات البشرية
تم عملية تطوير من خلال إدراج تكنولوجيا الإعلام والاتصال في كافة المناهج التعليمية، سواء في التكوين المهني والمنظومة التربوية، التعليم العالي، بالإضافة إلى إنشاء مؤسسة دولية للتكوين العالي في ميدان تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

(7) تدعيم البحث، التطوير والابتكار.
تشكل عملية البحث وا تكنولوجيا الإعلام والاتصال تستدعي ضرورة تطوير أنشطة البحث والتطوير والابتكار من خلال إعداد برامج وطنية وشبكات بحث وابتكار، وتسريع عملية بناء مركز الدراسات والأبحاث في تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وتطوير الشركات مع الجامعات ومراكز البحث الأجنبية.

(8) _____:

لابد من ضبط مستوى الإطار القانوني تماشيا مع الممارسات الدولية ومتطلبات مجتمع المعلومات مع الأخذ بعين الاعتبار التجربة المعاشة وكل النقائص الملاحظة والصعوبات المسجلة، وبالتالي فإن الهدف الرئيسي يتمثل في تهيئة مناخ من الثقة يشجع حكومة الالكترونية، هذا الهدف الرئيسي يستلزم بدوره هدفا خاصا يتعلق بتحديد إطار تشريعي وتنظيمي ملائم¹.

(9) _____:

الهدف الأساسي من وضع هذا المحور هو محاولة توعية المواطنين والمؤسسات بأهمية تطوير الإعلام والاتصال في التنمية الاقتصادية، تحسين المستوى المعيشي للإفراد، تتم هذه التوعية عن طريق تنفيذ مخطط اتصال حول مجتمع المعلومات في الجزائر، وإنشاء جمعيات نشاطها الأساسي هو التحسيس بأهمية مجتمع

(10) _____: تثمين التعاون الدولي.

لا تزال الجزائر تلتزم أولى خطواتها في مج ت أشواطا كبيرة في هذا الميدان لهذا تسعى الجزائر إلى تملك التكنولوجيا والمهارات من خلال إقامة شراكات إستراتيجية ، والمشاركة الفعالة في الحوار والمبادرات الدولية.

(11) المحور الرئيسي 11: آليات التقييم والمتابعة.

يهدف هذا المحور إلى وضع نظام مؤشرات خاصة بعملية المتابعة والتقييم، وتستعمل لقياس مدى تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على التنمية الاقتصادية والاجتماعية، فضلا عن إجراء تقييم د تنفيذ هذه الإستراتيجية من خلال المتابعة والتأطير والتنسيق بين مختلف القطاعات.

(12) المحور الرئيسي 12: إجراءات تنظيمية.

إن إستراتيجية "الجزائر الالكترونية 2013 " هي إستراتيجية متعددة القطاعات، ومحاولة تنفيذها وإنجاحها يستدعي مشاركة جميع الأطراف ودعما مؤسساتيا هاما، لهذا يهدف هذا المحور إلى وضع تنظيم مؤسساتي يسعى إلى تنفيذ هذه الإستراتيجية من خلال المتابعة والتأطير والتنسيق بين مختلف القطاعات.

(13) المحور الرئيسي 13: الموارد المالية.

إن تجسيد برنامج الجزائر الالكترونية يتطلب رصد أغلفة مالية معتبرة لإقناع وتشجيع الأفراد ت على تملك تكنولوجيا الإعلام والاتصال والاستفادة من خدماتها، وبالتالي ال الرقمي، ولهذا لابد من التقييم الدقيق لمختلف الوسائل الضرورية لتحقيق هذا التحول، وتحديد مختلف مصادر وأجهزة التمويل على غرار صناديق دعم التنمية الاقتصادية. دول زمني لتنفيذ مختلف عمليات هذه الاستراتيجية، يكون مرفقا بضخ متواصل للتمويل في كل سنة وفق الميزانية العامة للسنوات (2009 - 2013)².

¹ - ير. آليات واستراتيجيات تطبيق الإدارة الالكترونية في الجزائر : مشروع الجزائر الالكترونية 2013

² - سمية ديمش -

ثانياً: أنظمة وتشريعات مجتمع المعلومات الجزائري

التكنولوجية من خلال سن بعض النصوص القانونية المحررة لسوق تكنولوجيا الإعلام والاتصال
ة للمعاملات الإلكترونية وقد ضمنت هذه النصوص الجوانب التالية:

1- سوق التكنولوجيا المعلومات و : حرصا من الدولة الجزائرية على إجراء إصلاحات عميقة
في قطاع البريد والمواصلات وتغطية الفجوة التشريعية في هذا المجال ثم إصدار مرسومين تنفيذيين و
لإنهاء احتكار الدولة لهذا القطاع وتكريس مبدأ المنافسة الشفافة.

إصدار مرسوم تنفيذي رقم 257-98 25 1998¹ الذي يضبط شروط وكيفية
استغلالها فقد ظل قطاع التزويد بخدمات الانترنت من قبل الدولة لسنوات حتى صدور هذا
الذي حرر القطاع وأنهى الاحتكار وأعطى دفعا قويا لانفتاح نشاط
الخواص والعموميين و 2000 تم تعديل مواد هذا المرسوم بإصدار المرسوم التنفيذي رقم 307 200
14 2000² قد تضمن كلا المرسومين تعريفا لخدمات الانترنت حقوق والتزامات مقدمي
الإجراءات الواجب إتباعها للحصول على الرخصة حالات سحبها بالإضافة إلى الإشارة
على ضرورة تشكيل لجنة تتولى مهمة ح رخص تقديم خدمات الانترنت و 2000
الجزائرية سياسة قطاعية للاتصالات السلكية واللاسلكية.

حددت أهدافها أساسا في تحرير هذا السوق وتطوير عرض الخدمات الهاتفية تحسين جودتها
هذه الإدارة الحكومية 5 2000 2000-03³ الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد
والمواصلات السلكية و سلكية الذي يكرس الفصل بين وظائف المتعامل البريدي و معامل الات

2- الإثبات والتوقيع والتصديق الإلكتروني: ع الجزائري خلال العشر سنوات الأخيرة بوضع
الهادفة إلى توفير بيئة آمنة وملائمة للمعاملات الإلكترونية :

- يحتل : لإثبات مكانة مهمة في العلاقات والعقود إن أول ما يطرح في
وع الإثبات هو توفير السند الخطي الذي أعطاه القانون قوة ليونة كبيرة لإثبات التصرفات القانونية
وتحديد الحقوق و غير أن انتشار المعاملات الإلكترونية لاسيما التجارة الإلكترونية أدى لى تغيير
مفهوم الإثبات نظرا لغياب المستندات الورقية، وإمكانية إنشاء الحقوق و للالتزامات بطريقة إلكترونية ه
المسألة التي عالجها المشر 10-05 20 2005
323 مكرر اعتمد المشروع الجزائري المفهوم الواسع للكتابة سواء التي⁴

¹ - تنفيذي رقم 257-08 25 1998، يضبط شروط وكيفيات قامة خدمات الانترنت واستغلالها، الجريدة الرسمية

26 1998. 63

² - المرسوم التنفيذي 307-2000 14 2000 يعدل المرسوم التنفيذي 207-98 25 1998

يضبط شروط وكيفيات قامة خدمات الانترنت واستغلالها، الجريدة الرسمية 15/10/2000. 60

³ - روشام بن بن زيان " هيل الموارد البشرية للمؤسسة ساعة الإ : :
صلاحيات الاقتصادية في الجزائر والممارسة التسويقية. المركز الجامعي بشار يومي 20-2004/04/21.

⁴ - 10-05 20 2005، يعدل ويتم الأمر رقم 58-75 26 1975.

. الجريدة الرسمية ل26 2005 . 64.

أو الكتابة المبنية على دعائم ذلك من خلال الإشارة لى أن الإثبات يذ
علامات مهما كانت الوسيط

يقصد بالطرق والوسيلة المستعملة¹:
بهذا انتقل المشروع من النظام الورقي في
323 التي نصت على إعطاء الوثيقة الإلكترونية نفس الحجية القانونية في الإثبات
مقارنة بالوثيقة العادية شترط إمكانية التأكد من هوية الشخص المحرر للوثيقة .

- التسويق الإلكتروني:
ع الجزائري بالكتابة الإلكترونية فإن العنصر الثاني من
عناصر الدليل الكتابي المعد لإثبات التصرفات القانونية هو التوقيع الإلكتروني هنا أشار المشرع الجزائري سنة
2005 الى التوقيع الإلكتروني ومنحه حجية الإثبات يعادل حجية ذات التوقيع المكتوب في صورته التقليدية من
327 10-05 "....يعد بالتوقيع

323 "...."² 2007
التنفيذي رقم 162-07³ الذي يعرف التوقيع الإلكتروني ومجموعة من المصطلحات المرتبطة به كالموقع
معطيات إنشاء توقي
ن التي تشمل أساسا إمكانية مراقبة توقيع و لكشف التعديلات التي تمسه.

- التوثيق أو التصديق الإلكتروني: تتميز المعاملات الإلكترونية بما فيها التجارية بإتمامها عن بعد عبر
شبكة مفتوحة بين الطرفين متباعدين لا يعرفان بعضهما البعض بالتالي لا بد من تدخل طرف ثالث هي هيئات
التصديق الإلكتروني لتوفير مناخ من الثقة و
إلكترونية و بطاقات الهوية الرقمية .

قد نظم المشرع الجزائري نشاط التصديق الإلكتروني بإدراجه ضمن نشاط الترخيص حسب المرسوم
التنفيذي ر 162-07 30 2007 03 منه على " يخضع
لترخيص سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية إنشاء و خلال خدمات التصديق
4" عنى أن ممارسة نشاط التصديق

ARPT مرفقة بدفتر الشروط يحدد حقوق وواجبات
مؤدي خدمات التصديق الإلكتروني الذي هو عبارة عن طرف ثالث محايد (هيئات مستقلة...) يسلم
شهادات إلكترونية للأفراد وموزعي الويب والبرامج لإثبات هويتهم وتحديد أهليتهم القانونية وجديتهم في
هذا ف عن تعريف الشهادة الإلكترونية الاعتراف بهذه الأخيرة المسلمة من قبل هيئة تصديق تملك
اتفاقية مع سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية و لاسلكية.

¹ - ناجي زهراء " التجربة التشريعية الجزائرية في تنظيم المعاملات الإلكترونية المدنية والتجارية. "المؤتمر العلمي المغاربي حول المعلوماتية
والقانونية المنعقد بأكاديمية الدراسات العليا. 2009/10/29-28 : iefpedia.com

² - 327 10-05 - 58-75

³ - المرسوم التنفيذي رقم 162-07 30/05/2007 ويتم المرسوم التنفيذي رقم 123-01 2001/05/09

نواع الشبكات بما فيها اللاسلكية الكهربائية وعلى مختلف المواصلات السلكية واللاسلكية

الجريدة الرسمية 7 2007 37

⁴ - 03 162-07 المرجع نفسه.

بعد وضع هذا المرسوم قامت سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية في سبتمبر 2009¹ مناقصة وطنية ودولية جسيد مشروع المصادقة الإلكترونية وآليات تسمح بمنح رخص الاستغلال والإشراف على مقدمي خدمات التصديق وضع برنامج لتجسيد الـ الوطنية لتصديق المعطيات وحمايتها.

3- ري على تضمين القانون التجاري الجزائري مواد تتعلق بأنظمة الدفع الحديثة :
2003 بداية الاعتراف الرسمي بوسائل الدفع الإلكتروني
11-03 المهم في هذا الأمر هي المادة 69² وضحت نية من وسائل الدفع الكلاسيكية إلى وسائل الدفع الحديثة الإلكترونية حيث نصت هذه المادة ص من تحويل الأموال مهما يكن السند أو الأسلوب " ³

هذا المصطلح العام، مهما يكن السند ⁴ 2005
ر دقة هو وسائل الدفع الإلكترونية، حيث تم اعتبار هذه الوسائل من تدابير الوقاية لمكافحة التهريب
02-05 06 فيفري 2005 ضافة باب جديد بالسندات التجارية إل
حيث تضمن ها الباب تعريف بطاقة السحب والدفع واستخداماتها والتزاماتها⁵
ارها شأنها شأن الأوراق التجارية الكلاسيكية كالشيك و .

4- الجريمة الإلكترونية: إن نجاح التجارة الإلكترونية الجزائرية يتطلب بناء ثقة المستهلكين مؤسسات الأعمال بهذا النمط المستحدث من العلاقات التجارية و
ترونية
2004 بمحاولة لسد الفراغ القانوني الذي عرفه هذا المجال، حيث
وص قانونية ملائمة لمختلف تعاملات الإعلام الآلي (رة الإلكترونية التوقيع الإلكتروني حماية
المعطيات الشخصية...) 10 15-04
نص على الحماية الجزائرية لأنظمة المعلوماتية من خلال تجريم كل أنواع الاعتداءات التي تستهدف أنظمة الآتية للمعطي (غير المشروع لأنظمة المعلوماتية تغيير أو إلاف المعطيات..)
حددت عقوبات تتراوح بين 3 أشهر 3سنوات سجن، وغرامة مالية من 50000 400000⁶ .

2009 فقد تم سن قانون الجريمة الإلكترونية رقم 04-09 05 2009
يتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الاتصال ومكافحتها يجمع هذا القانون بين الإجراءات العقابية أو الجزائية والإجراءات الوقائية التي تسمح بالرصد المسبق لجريم .

¹ - سمية ديمش - 256 -

² - ³ 11-03 26 2003، المتعلق بالنقد والقرض، الجريدة الرسمية 27 2003 53 11.

⁴ - 06-05 23 2005، المتعلق بمكافحة التهريب، الجريدة الرسمية 28 2005 59 4.

⁵ - سمية ديمش -

: المجهودات المبذولة على الصعيد الهيكلي و المؤسساتي

جدة دفع الجزائر لى بذل جهود معتبرة لمواكبة هذه التغيرات وتطوير هذا التطور يستوجب تنظيما مؤسساتيا متناسقا يدعمه ويأخذ بعين الاعتبار الطابع المتعدد الأبعاد لتكنولوجيا الإعلام والاتصال و يراعي خصوصيتها.

: سلطة الضبط للبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية ARPT

AUTORITE DE REGULATION DE LA POST ET TELECOMMUNICATION

2001 قامت الجزائر بإنشاء هيئة م تتمتع بالشخصية المعنوية و عليها اسم " **بط للبريد و الاتصالات السلكية و اللاسلكية** " تتولى السهر على تنفيذ التوجهات الوطنية في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، قد كلفت هذه الهيئة بتطبيق خطط الدولة المتعلقة لتحرير سوق البريد انفتاحه على المنافسة وجذب الاستثمارات إليه وحماية حقوق المستهلكين.

تم إنشاء هذا الجهاز التنظيمي بموجب القانون رقم 2000 - 03 05 2000 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية الذي منح لهذه الهيئة الصلاحيات الكفيلة بالضبط ة المتعلقة بهذا السوق 13 صل الثالث لهذا القانون مهام ووظائف ه¹:

✓ ص الاستغلال لمتعالي الهاتف النقال والثابت ، وموفري خدمات الانترنت ومراكز النداء
يحدد المواصفات والمقاييس الواجب توفرها في المتعاملين والقواعد المطبقة عليهم مع محاولة تحقيق المساواة بينهم.
✓ إعادة هيكلة قطاع البريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية من خلال توفير بيئة تنافسية فعالة بين مختلف لي هذا القطاع.
✓ التهيئة الرقمية لتقديم خدمات تكنولوجيا الإعلام والاتصال ذات جودة و مانها في شروط موضوعي وشفافة وغير تمييزية مشجعة لانضمام الجميع في مختلف أقاليم الوط .

وبالفعل منذ تأسيس هذه الهيئة سنة 2001 عرف قطاع الاتصالات تعددية في النشاط وتحول أكبر حيث كان أولها لمتعامل الهاتف النقال"

OTA " لتبلغ المنافسة قمتها سن 2004 تعاملين اثنين آخرين للهاتف النقال،

غ عددهم بعد 4 سنوات من نشاط الهيئة حوالي 100².

ثانيا : شركة تآلية الصفقات البنكية المشتركة و النقدية SATIM

Société D'automatisation des Transaction Interbancaire et Monétique

جال الاهتمام بتقنية المعلومات وضرورة وجود هيئة تشرف على تطوير وتسيير نظام نقدي بين من خلال تقاسم التكاليف بين أعضاء الهيئة وقد تطرقنا لتفاصيل هذه الشركة المطلوب الرابع للمبحث الأول له¹.

وزارة البريد و تكنولوجيا الإعلام و الاتصال "MPTIC"

Ministère de la Poste et des Technologies de L'information et de Communication

تضم هذه الوزارة مجموعة متنوعة من الهياكل مثل: المفتشية العامة، مديرية البريد، مديرية الشؤون القانونية، مديرية الموارد البشرية والتكوين....، بينما تشرف هذه الوزارة تكنولوجيا المعلومات من خلال " مديرية العامة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال" نيط لها مهمة تنفيذ .

- إستراتيجية لتطوير المواصلات سلكية واللاسلكية والمعلوماتية والتقنيات السمعية البصرية.
- المشاركة في تحديد إطار تشيد مجتمع المعلومات الجزائري.
- تنفيذ سياسة الحكومة في مجال الخدمة العامة للمواصلات السلكية واللاسلكية.
- السهر على احترام الترتيبات ا

بغية تنفيذ هذه الأهداف ثم هيكلة هذه المديرية العامة في شكل مديريات فرعية :

- ❖ مديرية الدراسات والاستشراف والتقنيين.
- ❖ مديرية تطوير تكنولوجيا الإعلام و
- ❖ مديرية مجتمع المعلومات.

اللجنة الإلكترونية:

وعيا من الدولة الجزائرية برهانات المجمع المعرفي تم إنشاء لجنة وطنية أطلقت عليها تسمية " ترونية " يترأسها رئيس الحكومة و ستراتيحية الجزائر المتعددة ال وطنية للاتصالات وتقنيات المعلوماتية تتضمن رؤية الجزائر فيها يتعلق بتكنولوجيا الإعلام و 2008 2013.

¹ - سمية ديمش -

الوكالة الوطنية لترقية الحظائر التكنولوجية وتطويرها

هذه الوكالة التي تتميز بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي بموجب المرسوم التنفيذي رقم 04-91 وتطورها¹ أطلقت عليها تسمية " الوكالة الوطنية لية الحظائر التكنولوجية كالة أداة الدولة في مجال تصور وتنفيذ السياسة الوطنية لترقية وتنمية الحظائر التكنولوجية الإستراتيجية الوطنية في هذا المجال بالإضافة أدائها لمهام

:

- ❖ از مجموعة الحظائر التكنولوجية وتطويرها
- التدابير التشريعية والتنظيمية، اقتناء الأ وضع برامج لتطوير هذه الحظائر ومتابعتها وتقييمها، وستنصب هذه الحظائر في مناطق مختلفة من التراب الوطني بدءا بسيدي عبد الله (تم تسليم جزء كبير منه) ()، وهران (لم تنطلق الأشغال بهما بعد).
- ❖ لى إقامة مقر استراتيجي لاستقبال المؤسسات المتجددة ومتابعتها، من خلال منحها خدمات ذات وعية عالية وعرض عليها الإرشاد والتوجيه والمساعدة المبدئية والمتواصلة، فضلا عن توفير حوافز مالية
- ❖ تحفيز الاهتمام بالسوق الجزائرية من طرف المستثمرين تسير القروض الممنوحة في إطار برامج الاستثمار في الحظائر التكنولوجية .
- ❖ إقامة تنسيق ونوع من التآزر بين المؤسسات الوطنية للتكوين العالي والبحث والتطوير الصناعي و المستعملة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال حول برامج تنمية الحظائر التكنولوجية².

الوكالة الفضائية الجزائرية

نظرا لأهمية تكذ لوجيا الفضاء والدور الذي تلعبه الأقمار الصناعية في توفير الاستقلال المستقل في ال الاتصالات الهاتفية الثابتة والنقالة، الانترنت، البث التلفزيوني ... حاولت الدولة الجزائرية توجيه عاية خاصة لهذا القطاع من خلال إنشاء الوكالة الفضائية الجزائرية "ASAL" Agence Spatial Algérienne 48-02 16 2002 تقوم بتدعيم البحث وإخراجه من الإطار النظري لى الإطار التطبيقي.

¹ - المرسوم التنفيذي رقم 04-91 يتضمن نشاء الوكالة الوطنية لترقية الحظائر التكن لوجية وتطويره

ويحدد تنظيمها وسيرها. الجريدة الرسمية 28 2004 19.

² - سمية ديمش -

هر على تنفيذ التوجهات الوطنية و ا راتيجية لترقية النشاط الفضائي وتطويره وتعزيز استعماله السلمي من خلال:

- تنفيذ البرامج المتعلقة بتطوير النشاطات الفضائية بالتعاون مع مختلف القطاعات المعنية .
- تكوين قدرات علمية ذات مستوى عالي، وتأهيل الموارد البشرية لجعلها قادرة على مواكبة لتكنولوجية في المجال الفضائي وتكييفها حسب الحاجة.
- التعاون مع السلطات الأخرى والهيئات الوطنية والأجنبية لنقل مختل.
- اقتراح نظام الأقمار الصناعية الأكثر ملائمة للانشغالات الوطنية على الحكومة.

يعتبر المركز الوطني للتقنيات الفضائية المتواجدة في مدينة أرزيو بوهران، والخاضع لوصاية وزير البريد و تكنولوجيا الإعلام والاتصال ابتداء 2006¹ الأداة التنفيذية للوكالة الفضائية الجزائرية، فهو المسؤول عن إعداد الملائمة لمختلف الاحتياجات الوطنية كالاتصالات.

ساهم هذا المركز بصورة فعالة في حركة التنمية و تكنولوجيا من تعاون مع مركز " البريطاني " surrey space centre " ALSAT 1 28 2002 من قاعدة روسية، وبعد انتهاء مدة حياة هذا القمر الصناعي قررت الجزائر إطلاق قمر صناعي جديد يكون أكثر قدرة واستجابة للاحتياجات الوطنية، ولهذا جاء مشروع ALSAT 2، تم تكوين 29 ، لتتم عملية الإطلاق في 12 جويلية 2010².

المحاولات المحققة على الصعيد التنفيذي :

تسعى الجزائر جاهدة لإحراز مراتب مشرفة على سلم المجتمع المعرفي من خلال بعث العديد من المبادرات والمشاريع الرائدة و مية إلى تحقيق العديد من الغايات، على غرار تطبيق التجارة الإلكترونية توفير قاعدة للانطلاق الرقمي في كل المجالات تتلاءم وخصوصية ومستلزمات البيئة الجزائرية، إن أغلبية المشاريع الحديثة التي نفذتها الجزائر كان الهدف منها تطوير تكنولوجيا الإعلام والاتصال وزيادة استعمالها التفاعلي لدى مختلف الهياكل والهيئات، خاصة الإدارية منها دون تركيز الجهود الضرورية والموجهة لتنمية المبادلات التجارية الإلكترونية .

" كومبيوتر شخصي لكل " :

قامت وزارة تكنولوجيا الإعلام و 2005 بتوقيع اتفاقية مع مجموعة من البنوك الجزائرية وموزعي أجهزة الكمبيوتر و ق مشروع كمبيوتر لكل بيت، و " " ousratic " والها ف لتزويد المواطنين بالحواسيب الشخصية بطريقة ميسرة أقساط مريحة مدتها ثلاث ، لتمكينهم من الاستفادة من مختلف استخدامات وتطبيقات الانترنت بما فيها التجارية، ضيق الفجوة الرقمية .

¹ - 190-06 31 2006، يسند وزير البريد وتكنولوجيات والاتصال سلطة الوصاية على

المركز الوطني للتقنيات الفضائية، الجريدة الرسمية ل 31 2006 36 12

² - سمية ديمش -

بدأ تنفيذ هذه العملية رسميا في سبتمبر 2005، وكان الهدف المرسوم للبرنامج هو تجهيز 6 ملايين عائلة جزائرية بكمبيوتر شخصي (مع إمكانية الاشتراك بالإنترنت ADSL) 2010 يتم هذا التجهيز عن طريق اقتناء العائلة للكمبيوتر إما بالتسديد الفوري، أو عن طريق قرض بنكي، يسدد في فترة تتراوح بين 12 36 شهرا تقدر القيمة الإجمالية لأجهزة الحاسوب العادية والمحمولة بين 37000 88000 دج، بتسديد شهري ما بين 1350 4000 يمكن لأي مواطن جزائري يملك دخلا وحساب بريدي جاري أو حساب بنكي أن يستفيد من برنامج المبادرة.

" " م تقييمه من طرف مركز البحث المتابع له، لتفرز نتائج التقييم للتأخر الكبير لهذا المشروع، وعدم بلوغه الهدف المنشود، لهذا تقرر إعادة إطلاق مشروع أسرتك بصيغة جديدة سنة 2009، بحيث ستحمل هذه الصيغة تحفيزات جديدة على رأسها تخفيض ثمن الحواسيب، فقد حدد سعر الكمبيوتر المحمول ذو التقنيات العالية ب30 كما أن المقاربة الجديدة ستعتمد على عملية تجزئة الفئات ودعم ومساعدة كل فئة على حدة، بمعنى تصنيف المجتمع إلى فئات: التربية، الإدارة، الصحة، المهن الحرة، المعوقين، مع دراسة خصوصية كل فئة¹.

ثانيا:

إن تطور التجارة الإلكترونية في الجزائر مرتبط بما يبذله القطاع المصرفي من محاولات لتحديثه وعصرنته، وسعيه المتواصل لتوفير وسائل إلكترونية تتواءم مع آخر التطورات.

أول خطوة قامت بها الجزائر في هذا المجال هي إطلاق شركة تالية الصفقات البنكية المشتركة النقدية SATIM 1996 للشبكة النقدية البنكية المشتركة RMI التي نظم حظيرة للموزعات الآلية للنقد، وتتولى مهمة معالجة كافة عمليات السحب لفائدة البنوك الأعضاء، كما تعمل على قبول جميع بطاقات السحب في كل الموزعات الآلية المنتشرة في كافة التراب الوطني

2000 بادرت العديد من المؤسسات المصرفية بتطوير هذه الشبكة الخاصة بالسحب، إلا أن هذا النوع من التعاملات لم يلقى الإقبال المطلوب، كما أن المؤسسات المصرفية لم تتحكم في هذه التكنولوجيا الحديثة، مما دفع بالجزائر إلى إبط للاحات حقيقية تمس القطاع المصرفي فقد شرع في تنفيذ مشروع تحسين وتحديث وسائل الدفع انطلاقا من سنة 2005، من خلال وضع شبكة للمقاصة المصرفية عن بعد ذات تكنولوجيا حديثة، واستخدام البطاقات البنكية للدفع على المستوى الوطني.

2006 جزائر، البنوك التجارية وشركة ساتيم في إ

الإلكترونية، الذي يعتمد على التبادل المعلوماتي للبيانات الرقمية والصور، ويختص في المعالجة الآلية لوسائل الدفع باستخدام وسائل متطورة، بحيث تتم عملية تجريد وسائل الدفع المستخدمة من طابعها المادي وتحويلها هذا من خلال تمرير الشيكات والأوراق التجارية على آلة المسح الضوئي Scanner بهذا لا تتعدى آجال العمليات المصرفية 5 أيام، على أن يتم اختزال المدة إلى 48 ساعة، كما يجب تجنب تلف وضياع وسائل الدفع. ومن بين وسائل الدفع التي تتم معالجتها إلكترونيا: الشيكات، الأوراق التجارية، الدفع بالبطاقات البنكية، التحويلات المالية التي تقل عن مليون دينار جزائري.

¹ - سمية ديمش -

فيما يخص البطاقات البنكية، فإن اقتناع البنوك بأن نجاح الدفع بواسطة البطاقات يستدعي ضرورة أن تحظى هذه الأخيرة بقبول عام من طرف كل البـ دفع بها إلى وضع نظام بنكي مشترك لوسائل الدفع، وشرعت هذه البنوك بالتعاون مع شركة تالية الصفقات البنكية المشتركة والنقدية SATIM 2005 تطبيق نظام الدفع عبر البطاقات البنكية، حيث تكفلت شركة SATIM بإصدار البطاقات بين بنكية المختلطة CIB التي تتيح إمكانية السحب من الموزعات الآلية للنقد DAB، بالإضافة إلى تسديد المدفوعات لدى التجار المالكين لنهائيات الدفع الإلكتروني TPE 6 أشهر رأى هذا المشروع النور سنة 2006 عملية تعميم البطاقات على كافة التراب الوطني سنة 2007.¹

إن مساهمة هذه البطاقات البنكية في التجارة الإلكترونية أمر لا جدال فيه، فضمن الجزء من مشروع الجزائر الإلكترونية المتعلقة بالتجارة، قررت شركة تالية الصفقات البنكية المشتركة والنقدية SATIM من شهر جويلية 2009 إطلاق عملية الدفع الإلكتروني عبر الإنترنت باستخدام البطاقات بين بنكية CIB خلال أرضية الدفع عبر الإنترنت التي أطلق عليها تسمية " " "AURES" " SATIM بحيث تعد هذه الأرضية الأولى من نوعها في الجزائر، وستكون بمثابة وسيط بين التاجر وحامل البطاقة بين بنكية CIB من خلال أرضية التجارة الإلكترونية، فقد أصبح بإمكان مستعمل البطاقة إبرام الصفقات عبر الإنترنت ودفع تكاليف شراء المقتنيات على الخط من التجار المنتمين لهذه الأرضية، في محيط مؤمن ضد عمليات الغش والقرصنة، بفضل تداول المعلومات المشفرة، واستخدام رمز دخول شخصي يساعد على التأكد من هوية حا

الإدارة الإلكترونية :

ركزت الجزائر معظم جهودها للتطور في المجال الإلكتروني والتحول إلى المجتمع الرقمي على محور أساسي هو الإدارة الإلكترونية، حيث تم إطلاق عدة مشاريع تهدف إلى دخال تكنولوجيا الإعلام والاتصالات في قطاعات الإدارة من تعليم ... بغية تطوير الخدمات الإلكترونية المقدمة لفائدة المواطنين وسيحدث هذا المحور تحولا كبيرا في أساليب التنظيم والإدارة ويحسن من نمط معيشة المواطن ويزيد من تفاعله مع التكنولوجيا وينمي وعيه وثقافته الإلكترونية، وتحفز الدفع الإلكترونية والتجارة الإلكترونية.

(1) التعليم العالي والبحث العلمي: من غير المعقول انتشار وازدهار التجارة الإلكترونية دون توفر حد لكترونية لدى المواطنين ومن بين هم الخطوات التي اتخذتها الجزائر لزيادة التوعية والتثقيف الإلكتروني هي إدماج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في قطاع التعليم العالي والبحث العلمي، وتقديم بعض خدمات هذا القطاع عبر الإنترنت بشكل أبسط وبطريقة أنسب، فقد حددت وزارة التعليم العالي والبحث العلمي 2006 هدفين استراتيجيين يتعلقان بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات هما:

- : سمحت سياسة هذه الوزارة بحوسبة مؤسسات القطاع ووسعت اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من طرف مختلف هذه المؤسسات، حيث بلغ سنة 2008 تجهيزات 45000 حاسوب لكل مليون طالب.

¹ - سمية ديمش -

- إقامة نظام التعليم عن بعد : يساعد على دعم وتقوية التعليم الحضوري، من خلال امتصاص الأعداد المتزايدة للمتمدرسين، وتخفيف نقائص التأطير وتحسين نوعية التكوين في هذا الإطار الوطني للتعليم عن ¹.

(2) التربية الإلكترونية: بذلت السلطات الجزائرية جهودا كبيرة في مجال إدماج تكنولوجيا الإعلام والاتصال في قطاع التربية والتعليم، حيث تم وضع خطة تعليمية واسعة عرفت بمشروع "تربية نت" Tarbia "Net" تمثل فكرته في أن الإصلاح المدرسي يتجسد بفضل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ولهذا لا بد من ترقية تكنولوجيا الإعلام والمهارات الحاسوبية في المؤسسات التعليمية والتربوية لتصل إلى مستوى جديد يواكب مع ما يحدث على المستوى العالمي، ذلك من خلال التركيز على عنصرى تجهيز كل مؤسسات القطاع عبر التراب الوطني بأجهزة الحاسوب ووصل هذه المؤسسات بشبكات خاصة تعد أرضية لعدة أنواع من المحتويات وقواعد المعطيات المشتركة بين مستعملها، بالإضافة إلى تحديث وتطوير الاستعمالات الإدارية والبيداغوجية للإنترنت.

بغية تحقيق الأهداف المرجوة، تم تفريغ المشروع إلى ثلاثة أقسام : ²

- **تكوين Takouine**: يشمل وضع معايير التكوين والتدريس عن بعد مثل الدروس على الخط.
- **تسيير Tassiere**: يختص في تطوير نشاطات القطاع وتعزيز وجوده باستعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
- **تدريس Tadrise**: جوهر مشروع "تربية نت" يشمل تطوير الاستعمالات البيداغوجية لتكنولوجيا الإعلام المؤسسات التربوية والتكوينية.

يتم هذا التطوير من خلال التركيز على ثلاثة عنا :

1. السهر على توفير التجهيزات التكنولوجية اللازمة والنفاد إلى الإنترنت لكل المؤسسات التعليمية حيث سيتم إتاحة تكنولوجيا الإعلام والاتصال لكافة مستويات نظام التربية الوطنية بما فيها المدارس الابتدائية، يتم تقسيم كل مؤسسة تعليمية إلى ربع فضاءات تكنولوجية تحصل على العتاد المعلوماتي التالي:

- ✓ 1 3 جهاز حاسوب.
- ✓ (1 10 جهاز).
- ✓ (1 10) .
- ✓ فضاء التلاميذ (10 100 تلميذ لكل جهاز كمبيوتر).

2. تدريب وتكوين موظفي قطاع التعليم () حول التكنولوجيا واستعمالاتها البيداغوجية لان تنفيذ الخطة التعليمية الجديدة لتجهيز المدارس بالحواسيب يتطلب توفر أساتذة مؤهلين لبلوغ الأهداف التعليمية للبلاد.

3. وضع محتوى متعدد الوسائط ذو طابع تعليمي وجودة عالية وتكييفه مع البرنامج الدراسي ولغة المعلمين.

لقد تمكنت الجزائر تدريجيا من الانتقال من مرحلة اقتنار استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في نظام التعليم على الخدمات الإدارية إلى مرحلة إدماج الحواسيب في الصفوف 2008 تمكنت من تركيز 56744 حاسوب في الثانويات و كماليات والمدارس، مما سمح بتحقيق النسب المثالية، 36 تلميذ في الطور الثانوي حاسوب واحد لكل 118 تلميذ في الطور المتوسط وحاسوب 5563 تلميذ في الطور الابتدائي ³.

معوقات التجارة الإلكترونية في الجزائر وسبل توسيع استخدامها:

تسعى الجزائر جاهدة للحاق بالركب العالمي للتطورات التكنولوجية وتعظيم الاستفادة من التقنيات الحديثة للاتصالات والمعلومات، غير أنها لم تستطع لحد الآن تسخير هذه التقنيات بشكل فعال لاستخدامها في النشاط التجاري بمعدلات انتشار التجارة الإلكترونية في الجزائر تبقى منخفضة ومتواضعة وبعيدة كل البعد عن المستوى العالمي ومراد هذا التدني إلى الصعوبات الكثيرة التي تعرقل نموها وتطبيقها.

ن هناك أمل كبير في تخطي العقبات من خلال تركيز الجهود لإيجاد الأدوات والآليات الكفيلة بتنفيذ هذا النشاط وتوفير البيئة الملائمة لضمان استخدام التجارة الإلكترونية الجزائرية.

1: معوقات التجارة الإلكترونية في الجزائر

ن الانعكاسات الإيجابية للتجارة الإلكترونية على هذه التجارة تبقى محدودة للغاية في الجزائر بسبب مجموعة من العقبات التي تحد من هذا التطور والانتشار والارتقاء إلى المستوى العالمي ما هو تقني، اجتماعي، تجاري.

1) التحديات التقنية والتكنولوجية:

تتمثل التحديات ذات العلاقة بمجال التقنية والتكنولوجيا في ما يلي¹:

- **البنية التحتية الإلكترونية:** مثل نوعية وسرعة وسائل الاتصالات ونقل المعلومات والربط الإلكتروني ومدى توفر قطع تقنية المعلومات مثل الحاسبات والأقراص الصلبة والمرنة وأجهزة الهواتف الرقمية وغيرها.

يتطلب نجاح التجارة الإلكترونية إنشاء بنية تحتية تكنولوجية متطورة الإنترنت وتوفير البيئة المناسبة والداعمة للتجارة الإلكترونية والقادرة على تحمل أعباء ومخاطر هذا النوع الحديث من المبادلات التجارية.

❖ **شبكات الاتصالات الهاتفية:** ن أول ما يؤكد تأخر الجزائر في استكمال البنية القاعدية التكنولوجية هو محدودية الخدمات الهاتفية الثانية إلى تأثر بشكل مباشر على الإقبال على الإنترنت، فلا يمكن بأي شكل من الأشكال التوسع في استخدام الإنترنت دون توفير الخدمات الهاتفية الكافية باعتبار الإنترنت هو بين جهاز كمبيوتر وهاتف.

❖ **بما أن التجارة الإلكترونية تعتمد بشكل أساسي على الإنترنت لأداة اتصال، فإن عدم التمكن من النفاذ إلى هذه الشبكة يعد من انتشار هذه التجارة.**

- **ضعف الثقافة التقنية والوعي الإلكتروني بين أفراد المجتمع:** حيث تلعب

الإلكترونية دورا مهما في انتشارها وتطورها لاسيما بين المؤسسات التجارية والقطاعات الإنتاجية ويعد مستوى ونوعية التعليم في أي بلد وسيلة مهمة في نشر الثقافة والاستخدام الإلكتروني.²

تدني مستويات الثقافة الرقمية يؤثر سلبا على تطور وانتشار التجارة الإلكترونية فإن فئة واسعة من الجزائريين تعاني من ضعف مستوى الوعي بالاستخدام الصحيح لتقنية المعلومات في القطاع الأعمال، هذا الضعف يفسر جانبا بـ شار ظاهرة الأمية المعلوماتية والتي يقصد بها الجهل بأساليب ووسائل التعامل بأجهزة الحاسب الآلي والبرمجيات فعدم التعامل مع جهاز الحاسوب يؤثر في الإقبال على خدمات تكنولوجيا الإعلام والاتصال ويخدم الكثير من ممارسة التجارة الإلكترونية.

- قصور الكوادر البشرية المدربة والمؤهلة في مجال تقنية المعلومات وتطبيقات التجارة الإلكترونية:

حيث يمثل العنصر البشري ركيزة أساسية في تسخير تقنية المعلومات لخدمة اقتصاد المجتمع وبإل تطوير التجارة الإلكترونية تتطلب الأيدي العاملة المدربة في مجالات عدة.

إن العنصر غير الملموس لقيمة التكنولوجيا المتقدمة والمتمثل في رأس المال الفكري يفوق القيمة الحقيقية لها الحسية كالمعدات والتجهيزات، لذلك فإن التركيز على العنصر البشري يعد إحدى سبل الوصول إلى بيق السريع للتجارة الإلكترونية تفتقر الجزائر إلى الموارد البشرية والخبرات التكنولوجية وهلة للتعامل مع تقنيات التجارة الإلكترونية والتي من المفروض ن تتولى مهمة تصميم وتطوير مواقع التجارة الإلكترونية وقوائم الكتالوجات ونظم دفع إلكترونية وتكون خبيرة أيضاً في قواعد البيانات والبرمجيات وأنظمة التشغيل¹.

ويفسر هذا الفقر في الموارد البشرية بجملة من العوامل من بينها :

1. ضعف مستوى التكوين المتخصص في تكنولوجيا الإعلام والاتصال على مستوى المعاهد والمؤسسات مما يقضي على روح المبادرة والإبداع لدى الأيدي العاملة، ويجعلها عاجزة عن تسخير تقنية المعلومات لتطوير التجارة الإلكترونية.

2. ضعف إمكانيات البحث والتطوير العلمي والتكنولوجي الذي يؤدي دورا مركزيا في اقتناء وإنتاج المعرفة التكنولوجية اللازمة للاستفادة من التجارة الإلكترونية فلم توجه الجزائر الاهتمام الكافي لهذا المجال.

3. ظهور ابتكارات جديدة باستمرار وتطور التكنولوجيا بسرعة فائقة يصعب من عملية اللحاق بها، ويجعل العدد الحالي للخريجين من المعاهد والجامعات في مجال المعلوماتية والتقنيات الحديثة للإعلام والاتصال غير كافي لمواكبة هذه التطورات وبناء مجتمع المعلومات والتعاطي مع التجارة الإلكترونية.

4. هجرة الأدمغة والكفاءات إلى الدول المتقدمة التي تعمل جاهدة لاستقطابها بتوفير كل الظروف الملائمة لاستقرارها.

(2) عقبات تجارية:

إن التحول من بيئة التجارة التقليدية إلى أنماط التجارة الإلكترونية، تتم من خلالها التبادلات والأعمال والأنشطة التجارية عبر بيانات رقمية، يمثل تحديات حقيقية أمام المؤسسات والمشروعات التجارية في الدول الإسلامية حيث يفتقر غالبيتها التحول الجذري إلى مؤسسات إلكترونية، فكثير من الشركات التجارية في البلدان الإسلامية مرتبطة ارتباطا وثيقا منذ نشأتها بأنماط التجارة التقليدية في عملياتها التجارية محليا وخارجيا، وعدم استيعابها بعد بشكل كاف لهذه الأعمال الإلكترونية الجديدة، الأمر الذي يجعل التحول إلى التجارة الإلكترونية يتطلب أولا قناعتها بأهمية وفائدة التجارة عبر الإنترنت ومن ثم تبني سياسات ووضع استراتيجية مرحلية لتجارة الإلكترونية

- يمكن تلخيص هم العقبات التجارية¹:
- ضعف الخبرات التجارية والمساعدات الفنية في البلدان الإسلامية اللازمة لتحويل الأعمال التجارية إلى أعمال إلكترونية.
 - محدودية حجم التجارة الإلكترونية سواء بين الشركات التجارية نفسها أو بينها وبين مورديها المحليين أو بينها وبين المستهلكين محليا.
 - المال لدعم مشروعات التجارة الإلكترونية لأنه في ظل غياب رؤوس الأموال يصعب على الأفراد الذين لديهم الأفكار والإبداع آت من الحصول على الفرص للانطلاق في مشروعاتها التجارية الإلكترونية.
 - عدم توفر الحوافز لدى المؤسسات لممارسة التجارة الإلكترونية.
 - ضعف المساعدات اللازمة للتحويل إلى التجارة الإلكترونية.

3- العقبات القانونية والتشريعية:

إن ظهور الوسائط الإلكترونية للتعامل والتي تتخطى الحدود الجغرافية نتج عنه بروز العديد من المشاكل والقضايا القانونية المشرفة عن استخدام هذه الوسائط في التجارة الإلكترونية والتي تقوم على تعاقدات دون مستندات أو مرتكزات مالية، الأمر الذي يثير مسألة التزامات الأطراف المتعاقدة فلا بد من تعديل وتوفير عدد من التشريعات والتدابير القانونية التي تساعد على حماية هذه الأطراف أثناء التبادل وتسرع عملية إبرام وتنفيذ العقود الإلكترونية، وتشجع على تبني مختلف أساليب التجارة الإلكترونية، وتواجه الجزائر تحديات حقيقية في وضع التشريعات التي تتلاءم مع النمط الحديث من العمليات التجارية الإلكترونية ولعل من أبرز العقبات التي تحول دون تطور التجارة الإلكترونية الجزائرية هو عدم إصدار قانون خاص ينظم التجارة الإلكترونية وما يتعلق بها من مواضيع يكون مستقلا بحد ذاته عن بقية فروع القوانين الأخرى، فالجزائر لا تزال في مرحلة الخطر في مجال البيئة القانونية والتشريعية لهذه التجارة، ولا يزال الوعي بالدور الذي يؤديه التشريع وأغراضه غير كاف².

4) العوائق الاجتماعية والنفسية :

تتعلق الأسباب الاجتماعية والنفسية المعرقة للتجارة الإلكترونية بخصائص المجتمع الجزائري يزال ينتظره الكثير من الأشياء حتى يتمكن من الانضمام إلى مجتمع المعلومات³.

❖ **الأمية:** من الصعب على الجزائر التي يعاني فيها حوالي 7.5 مليون شخص من أمية الحرف تتحول سهولة إلى اقتصاد معرفي وتطبق أسلوب التجارة عبر الإنترنت، نظرا لتناقض الأمية كثيرا مع طبيعة هذا النوع من الاقتصاد والتجارة.

من لا يعرف القراءة والكتابة بأي لغة وقد تجاوز السن العاشر من عمره، هذا من ق التي تصعب استعمال التجارة الإلكترونية.

¹ -laboco//oque5.voila .net/141combendaoudiachlef.pdf

² - التجارة الإلكترونية – آفاق وتحديات –

www.uokufa.edu.iq/journals/inindex-php/ghject/carticle/viewf/.../1617

³ - سمية ديمش –

❖ : من بين تحديات التجارة الإلكترونية عامل اللغة والذي يعتبر من القضايا الحاسمة في استخدام شبكة الشبكات للأغراض التجارية، حيث أن معظم التعاملات التجارية تتم باللغة الانجليزية، ويعاني مستخدموا الإنترنت الجزائريين من نقص في المحتوى المتوفر باللغة العربية على شب

❖ : من بين ما يعرقل التحول إلى التجارة الإلكترونية، ويجعلها بديلا غير واقعي هو سلوك المستهلك ونظرة المجتمع الجزائري إزاء لانفتاح على الجانب الخارجي وإبرام نوع حديث من الص التجارية التي تتعدى الحدود فلقد فوجئ المستهلكون الجزائريون بهذا النوع الحديث من المبادلات والتسويق عبر وسيط إلكتروني مما أدى إلى عدم تقبلهم فكرة التجارة الإلكترونية مقاومتهم لها

يتميز سلوك المستهلك بما يلي¹ :

✓ انعدام ثقة المستهلك في الباعة المجهولين الذين لا يراهم أمامه مباشرة.
✓ غراس التجارة الإلكترونية في عادات المجتمع، فالكثير يفضلون معاينة البضائع والخدمات عن قرب ولمسها.

✓ تخوف المستهلك من عنصر المخاطرة الذي يميز التجارة الإلكترونية فهناك احتمال بث معلومات غير ها وبالتالي هناك خطر استلام منتجات غير مطابقة

لبات أو عدم استلامها نهائيا.

✓ التخوف من عملية سرقة البيانات والمعلومات خاصة المتعلقة بأرقام البطاقات الإلكترونية.
✓ العادات الشرائية للمستهلكين الذين يفضلون التوجه إلى الأسواق التقليدية على اعتبار عملية التسوق احد أشكال الترفيه.

2: حلول وسبل توسيع استخدام التجارة الإلكترونية في الجزائر.

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

1. سبل التوعية : من المتفق عليه ن التحول نحو التجارة الإلكترونية والتعامل بها، يشكل في تحديات كبيرة لعادات استهلاكية و تجارية مستقرة منذ عقود طويلة، يمكن تطبيق التجارة الإلكترونية لا في وجود خطة إعلامية تنويرية علمية مدروسة بعناية ومخص مخاطبتها إذن فنجاح هذه السبل النوعية في أداء الدور المنوط بها، يستدعي تركيزها على فكرة الثقافة والمعرفة باستخدام الإنترنت والتجارة الإلكترونية وتحسيس الجمهور بفوائد هذه التجارة وتكوين موارد بشرية، وملا نظام التكوين والتعليم مع هذا النوع الحديث من المعاملات

- **التثقيف التكنولوجي** : يتم نشر الثقافة الإلكترونية من خلال تنظيم ملتقيات تحسيسية وندوات وأيام دراسية حول التجارة الإلكترونية، وأهمية توظيف الإنترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الوجه الأمثل لخدمة الاقتصاد الوطني وذلك بالتعاون مع شركات تقنية المعلومات والهيكل والوطنية والأجنبية. ويتم الاستعانة بكافة وسائل الإعلام السمعية والمرئية والمقروءة لتوليد تيار متدفق من الفكر المدرك لأهمية التجارة الإلكترونية.

حيث تم تقديم حصص تليفزيونية وإذاعية حول التجارة الإلكترونية نشر مقالات وتحليلات في الجرائد والمجلات قام بوضعها كبار المتخصصين والخبراء لشرح جدوى وأهمية هذه التجارة، مع عرض تجارب ناجحة للدول التي تبنت هذا النوع من المبادلات وما حققته من نجاحات مبهرة كما يمكن الاستعانة بشبكة الإنترنت لإنشاء مواقع متخصصة في التوعية والتحسين وإطلاق حملات توعية عبر هذه الشبكة ومن جهة لابد من إنشاء مصالح ومكاتب خاصة تتولى مهمة التخاطب مع الجمهور وتقوم بالرد على كل التساؤلات والاستفسارات المطروحة بشأن التجارة الإلكترونية وتكنولوجيا الإعلام والاتصال¹.

- إعداد مجتمع الأعمال للتجارة الإلكترونية : ن مسألة التوعية لا تقتد

ن تشمل المؤسسات كذلك فتبني تطبيقات التجارة الإلكترونية في الشركات يعتمد بشكل كبير على مدى قبول هذه التكنولوجيا وإدراك إمكانياتها من قبل العاملين في الشركة سواء كانوا مديرين أو موظفين². وحتى يكون هناك وائم بين كل موظفي الشركة لقبول التجارة الإلكترونية ثم تكوينية وتدريبية لهؤلاء الموظفين لتعريفهم بالتجارة الإلكترونية، وزيادة استعدادهم وجاهزيتهم لاستخدام التكنولوجيا في عملهم، وإزالة مقاومتهم للتغيير التي يمكن أن تؤثر في قراراتهم للتحويل إلى تمام المعاملات جارية عبر الإنترنت.

يتم التركيز أولاً في حملة التوعية على تعزيز ثقة هذه المؤسسات في التجارة الإلكترونية وتخفيف المخاطر المدركة، من خلال التطرق إلى الجوانب الأمنية والتنظيمية وحماية الخصوصية والسرية، ثم تتم لة تحقيق الاكتفاء الذاتي لهذا البشرية الجاهزة لمعالجة العمليات في بيئة إلكترونية، من خلال برمجة دورات تكوينية متخصصة لكل الموظفين حول كيفية التعامل مع الأجهزة الإلكترونية بمساعدة مراكز معتمدة، ثم يتم العمل على إعداد نخبة من الإطارات الفنية المؤهلة والمتخصصة في تطوير البرمجيات والتعامل مع التقنيات الحديثة للتجارة الإلكترونية ومن جهة أخرى يمكن تخصيص حلقات تكوين متعلقة بموضوع تكنولوجيا الإعلام والاتصال لفئة معينة من الشباب، وهم طالبي الشغل من خريجي التعليم العالي مما يساهم في زيادة وعيهم باستخدام التكنولوجيا وتوجيههم إلى العمل في هذا المجال ويساعدهم على إنشاء شركات جديدة يكون نشاطها الأساسي هو التجارة عبر الإنترنت³.

- تثمين دور العلم : في ظل اقتصاد المعلومات، أين يتجه الاهتمام صوب النشاط كثيف

يخص جانب التعليم بدور جوهري باعتباره النطاق الذي تبنى فيه الطاقات البشرية التي تحتاجها صناعات اقتصاد المعرفة، فتنطبق التجارة الإلكترونية يستدعي ضرورة إطلاق مبادرات لبناء وتنمية القدرات البشرية هذا النمط من التعاملات، فلا بد من لكل الجزائريين فرصة لاكتساب المهارات والمعارف اللازمة للاندماج في مجتمع المعلومات، والاستفادة من تطبيقات التجارة الإلكترونية، دون احتكار هذه المعارف من قبل أفراد دون غيرهم أو مجموعات دون أخرى.

¹ - سمية ديمش مرجع سبق ذكره.

² - فؤاد الشيخ سالم، محمد سليمان عواد. "المعوقات المدرجة لتبني تطبيقات التجارة الإلكترونية في الشركات الأردنية" المجلة الأردنية 1 1 1 مطبعة الجامعة الأردنية 2005.

³ - سمية ديمش - التجارة الإلكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر -

وأول خطوة يجب القيام بها لنشر المعرفة هي تعزيز مبادرات محو الأمية بالإضافة إلى العنصرين التاليين:¹

دمج محاور التجارة الإلكترونية وتكنولوجيا الإعلام والاتصال في العملية التعليمية:

المؤسسات التعليمية لتبني آخر المستجدات في مجال التقنيات الحديثة ومحاولة جذب الأجيال الجديدة إلى المعلوماتية من خلال تحسيس وتوعية الشباب المتمدرس في كافة المراحل بقيمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال والتجارة الإلكترونية، حيث تعدل المناهج القديمة ويتم التوجه إلى تدريس العلوم المرتبطة بالتجارة الإلكترونية في المدارس والثانويات والجامعات والمعاهد ومراكز التكوين المهني.

التعليم الإلكتروني: يعتبر التعليم الإلكتروني أحد أهم وأنجع الطرق لنشر المعرفة وتوظيفها في تنمية القدرات البشرية حيث أن تفعيل ودعم الجامعات للتعليم عن بعد وربطها بشبكات متطورة وإقامة جامعات افتراضية من شأنها تقوية قدرات الأفراد وتحقيق نتائج مذهلة ومتفوقة أحيانا على النظام الحضوري خاصة وميزة عدد كبير من الطلاب دون اعتبار للقيود الزمانية والمكانية، وتزويدهم عن طريق الشبكة بما يحتاجونه من معارف في مختلف الموارد المنتقاة، بغرض رفع المستوى التعليمي والتأهيلي لتكنولوجيا الإعلام التي تساعد على توفير مراجع

حول تكنولوجيا الإعلام و الاتصال.

- اعتماد الحكومة للتجارة الإلكترونية (ممارسة الحكومة للتجارة الإلكترونية): ن تزايد

ي لأهمية التجارة الإلكترونية، وترجمته في الواقع بالاعتماد الحقيقي له سوف تكون له آثار ايجابية على زيادة وعي مجتمع الأعمال بفوائد ومزايا هذا النمط من المبادلات الإلكترونية، فلا يقتصر دور الحكومة على توفير البيئة التكنولوجية لتطوير هذه التجارة، وربط جمهور المستخدمين بنظام وني حديث بل أن اعتماد هذه الحكومة للتجارة الإلكترونية من نمط (G2B).(G2C).(G2G) لها لمشتري حقيقي في هذا السوق ومبادرتها باستخدام الانترنت في سبيل عرض مشترياتها والحصول على ع الشراء من المهتمين، من شأنه ن يشجع الشركات على تبني هذه التجارة، من خلال توفير الثقة و لفاعلين الاقتصاديين والقطاع الخاص لاعتماد ه ه المبادلات الإلكترونية الحديثة، ويزيد من القناعة بجوى هذا النمط من المبادلات وانعكاساته على تقليل التكاليف وامتلاك قدرة تنافسية أفضل.²

2. سبل تكنولوجيا: كولوجية الرامية لى النهوض بالتجارة الإلكترونية بالعناصر التالية

❖ **تعميم استخدام الانترنت:** لى توسيع وتحسين الشبكات من خلال إصدار الخطوط الهاتفية المتقدمة وتبني نظم وشبكات جديدة متطورة في قطاع الاتصالات السلكية واللاسلكية، ذات استجابة عالية، كما لا بد من المحافظة على التوازن بين سعار خدمات الانترنت و دخل، وجعل هذه التكاليف معقولة و ناول غالبية المواطنين، فضلا عن نشاء نقاط نفاذ عمومية للانترنت معتمدة على تكنولوجيا السعة العالية النطاق، وتكون متاحة ومجانية الا لمختلف شرائح المستخدمين³.

¹ - سمية ديمش - التجارة الإلكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر -

² - ³ - www.startimes.com/f.aspx?t=32998051

❖ **تحرير سوق خدمات الاتصال:** من بين ما يحد تطور التجارة الالكترونية هو انغلاق أبواب المنا في أسواق خدمات تكنولوجيا الإ لهذا لابد من تقليص دور القطاع العام والتوسع في تحرير هذه بيئة وسوق تنافسي تتعادل فيه الفرص، يكون حافزا مشجعا على تطوير وتوسيع شبكات الاتصالات وزيادة المعدلات والانتشار، وتخفيض تكاليف الحصد تطوير وتحسين النوعية و¹.

❖ **تشجيع القطاع الخاص على الاستثمار:** ن تولى الحكومة الجزائرية عناية خاصة بعملية تشجيع الاستثمارات المحلية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وتوف موال العربية والأجنبية التي ت كبرا في نقل التقنيات الحديثة وتوطين التكنولوجيا ، وتطوير المهارات وخلق فرص العمل في هذا المجال. من بين الإ ها منح امتيازات للمشاريع الاستثمارية وتبسيط التراخيص، بالإضافة إلى نشاء مؤسسات تتولى مهمة توفير جو من الثقة في البيئة الاستثمارية و الكافية عن كل الفرص الاستثمارية المتوفرة، فضلا عن متابعة المشاريع الاستثمارية الحديثة².

❖ **خلق صناعة محلية لتكنولوجيا المعلومات :** تعتبر عملية تطوير صناعة جزائرية لتكنولوجيا الاتصال أحد الأركان الأساسية في مستقبل التجارة الالكترونية في فلا يجب التركيز على استيراد التكنولوجيا الجاهزة، بل العمل من أجل صناعة محلية لإنتاج التجهيزات والبرامج المعلوماتية فيقدر النمو الذي يمكن تحقيقه في مجال هذه الصناعة. تكون نتيجة مباشرة تطوير التجارة الالكترونية في الجزائر ونشر تطبيقاتها، حيث تساعد هذه على دعم البنى التحتية وتعظيم منافع النفاذ لى التكنولوجيا وتطبيقاتها في مجال التجارة الالكترونية، خلال توفير التجهيزات الأساسية من هواتف ووسائل اتصال مختلفة وحواسيب آلية وملحقاتها وبرامج تشغيل، ر ملائمة لكافة شرائح المجتمع، يمكن تنمية هذه الصناعة من خلال جراءات من بينها:

- تحفيز الاستثمارات المحلية والأجنبية.
- الدخول في مشاريع شراكة مع شركات عالمية لإقامة
- قليمي والدولي في مجال بناء القدرات و

تعزيز قدرات البحث والتطوير لتلبية احتياجات هذه الصناعة الحديثة.

❖ **معالجة القضايا التنظيمية:** ن وجود سلطة رسمية و كيان مستقل لتنظيم قطاع الاتصالات، يمثل عاملا رئيسيا في نمو وانتشار التجارة الالكترونية، فمثل هذه السلطة تتولى وضع آليات تنظيمية لخلق سوق يعزز الشفافية ويشجع على التنافس ويضمن التحول السريع كبر ملي الشبكات الهاتفية الثابتة و

وما يميز سلطة تنظيم الاتصالات السلكية واللاسلكية في الجزائر كومة هي المساهم الرئيسي فيها، لهذا تلتزم هذه السلطة الحذر في فتح صول الوطنية، فمن أجل تطوير قطاع تكنولوجيا الإ تنظيمية الشفافة و الكافية لاتخاذ

3. السبل التشريعية: قامة التجارة الإلكترونية وتحقيق الفوائد المرجوة منها يستدعي ضرورة القيام بتعديلات عميقة والتشريعات الجديدة والتعديلات لابد ن تمس الجوانب التالية :

❖ **الإلكترونية:** ن حدثت ظاهرة التجارة الإلكترونية جعلها محاطة بنوع من اللبس لى القواعد القانونية المعرفة لها، لهذا لابد من تعديل القانون التجاري ليتضمن بابا خاصا بالتجارة الإلكترونية.

ما عن طبيعة المواد الواجب تضمينها في هذا الباب، فهي دئ العامة للتجارة الإلكترونية التي يضاحا لمعني التجارة الإلكترونية وتقديما لمختلف شكاه لى التعريف الدقيق لمختلف ار التبادل الإلكتروني للبيانات الذي هو عبارة عن رسال البيانات حاسوب آخر في شكل قياسي موحد، هو بمثابة عصب التجارة الإلكترونية كما يجب ن ينص هذا الباب على نطاق تطبيق القانون وغاياته واستثناءاته.

❖ : ة الإلكترونية تتم عملية البيع والشراء و برام العقود بين طرفين لا يعرفان بعضهما البعض، ويتواجدان في مكنة متباعدة، مما يؤدي لى ظهور نوع من التعاقدات لا تلائم الطرق التقليدية لتكوين العقود.

لهذا لابد من تعديل القانون المدني ليتضمن مواد تعتمد العقود المبرمة من خلال التجارة الإلكترونية، ية الناشئة في بيئة الكترونية، و العلاقة في هذا النوع من العقود إيجاد البيئة القانونية المعرفة بالعقود الإلكترونية، والمنظمة لمسألة الإيجاب والقبول، و ائل البيانات للتعبير عن العرض وقبوله، و عين كطريقة للإعراب عن الموافقة.¹

❖ **التوثيق:** ضرورة تعديل القوانين المتعلقة بالتوثيق لتلائم مع التعاملات الإلكترونية حيث تحدد هذه التشريعات المعدلة ساليب توثيق الصفات الإلكترونية لدى طرف ثالث محايد، تجنباً لعملية الإ يمكن تطوير مصلحة الشهر العقاري والتوثيق لتصبح الجهة المؤمذ الإلكترونية واعتمادها².

¹- Kambota.Forumarabia.net/t5720-topic

²- نصر الدين سمار. إلياس بن ساسي. "محاولة تأهيل النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في الجزائر". الإلكترونية. كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير. ورقة يوم 6-7 2004.

❖ **الخصوصية و الأمن المعلوماتي:** من بين ما يعرقل نمو التجارة الإلكترونية إعراض الكثيرين على التعامل بهذه التجارة بدواعي وصياتهم، والتعرض إلى بياناتهم و سرارهم المحفوظة بالإساءة وعمليات التزوير لهذا لا بد من استحداث تشريعات تتناول المسؤولية القانونية الناجم للحق في الخصوصية، وتنظيم مسألة الوسائل المستخدمة لتوفير الأمان المعلوماتي والثقة بين المتعاملين على غرار التشفير الإلكتروني.

❖ **حماية المستهلك:** اعتماد هذه التجارة الإلكترونية لدى المستهلك يعتمد على بناء الثقة في هذا النوع من المبادلات، إن بناء هذه الثقة يستدعي اتخا إجراءات من بينها إجراءات واضحة لتحديد البيانات التي تساعد المستهلك الذي يريد الدخول إلى السوق العالمية لاختيار ما يرغب في الحصول عليه من خدمات أو ¹ فقلة المعلومات الخاصة بالمنتجات والخدمات المتوفرة على الانترنت أو عدم صدقها يؤدي بالمستهلك للوقوع في غش واحتيال لأنه لا يمكن من فحص هذه البضاعة بد من تعديل إجراءات الجزائية ليتضمن تجريم كافة عمليات النصب والغش، مع تبين الطريقة المتبعة لجمع الأدلة في هذا النوع من الجرائم لتحديد المسؤولية الجنائية.

❖ **الملكية الفكرية:** البرمجيات المتواجدة على شبكة الانترنت، سهل كثيرا من عملية نسخها والتعدي على صدارات المبدعين في ميادين الرقمية المنشورة وذلك من الأهمية بمكان تعديل التشريعات المنظمة للملكية الفكرية، لتشمل حماية العلامات التجارية الإلكترونية لأسماء النذ تأمين إدارة حقوق النشر الرقمية على شبكة الانترنت، مع استحداث مواد تساعد على مكافحة التعدي على كافة حقوق الملكية فكرية المتعلقة بتطبيقات و الإلكترونية.

❖ **الخدمات المصرفية:** لا بد من وضع تشريعات متعلقة بالأموال الإلكترونية وتكنولوجيا الخدمات المالية المصرفية، حيث تغطي هذه التشريعات كل المجالات المتعلقة بنظم التحويل الإلكتروني والبطاقات المصرفية المتنوعة والمصارف الإلكترونية.

4. **السبل الاقتصادية و المالية:** تعد الحكومة المحرك الرئيسي والفعال للاقتصاد، فبإمكانها اتخا مجموعة من التدابير والإجراءات الاقتصادية والمالية التي من شأنها توفير قوة الدفع اللازمة لجميع مجتمع المعلومات لتبني التجارة الإلكترونية ².

¹ - حماية المستهلك في التجارة الإلكترونية. "نشرة التحكيم التجاري الخليجي العدد 23 البحرين 2002.

² - زايري بلقاسم - طببعة التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها المتعددة "مجلة المستقبل العربي يصدرها مركز دراسات الوحدة

العربية السنة 25 288 بلبننا فيفري 2003

❖ **بين القطاع الخاص و** : يتم ذلك من خلال شركات بين القطاعين في المشروعات ناتجة والخدمية، في قطاعات الصناعة والتعليم، وتوفير فرص التدريب بالإضافة لى تنسيق وتبادل الخبرة بشأن نتائج البحث والتطوير وتولي القطاع الخاص مسؤولية تمويل جزء هام من ميزانيات هذا النمط من لى تعبئة الموارد التكنولوجية للقطاع الخ القطاع الخاص العالمي للدخول في شركات مع القطاع الحكومي، وما سيكون لذلك من تأثير ايجابي على نقل تكنولوجيا و توظيفها في الجزائر.

❖ **تنمية و تشجيع المؤسسات للتحويل الى التجارة الإلكترونية:** ذلك من خلال تشجيع المؤسسات لت خيار التجارة الإلكترونية، ذلك من حصول المؤسسات على مساعدات مالية تتضمن تخصيص منحة لدعم هذه المشاريع وتقديم الأسهم التسهيلات اللازمة للحصول على القروض بأقل فوائد.

❖ **تطوير و تنويع الهيكل الاقتصادي:** تنمية القطاعات التي تشكل لهذا النمط من التجارة.

❖ التطوير.

❖ **تطوير نظام الدفع** : ن من بين المتطلبات الرئيسية لنمو التجارة الإلكترونية الجزائرية انتشار تطبيقاتها، هو ضرورة استبدال النظام التقليدي للدفع والسداد بنظام الكتروني يتماشى مع التطورات التكنولوجية.

❖ **تخفيض تكاليف:** لى تخفيض سعار منتجات تكنولوجيا الإ عفاءات ضريبية ليها ة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتجارة الإلكترونية وتخفيض الر لجمركية على منتجات تكنولوجيا الإ الاتصال المستوردة، لياتح لمعظم فئات المجتمع الحصول عليها خصوصا مع زيادة التوجه نحو استيراد هذه المنتجات بدل تصديرها.

CPA " " :

خلال هذا المبحث سنتعرض تقديم المؤسسة البنكية التي قمنا بإجراء الدراسة حول النطاقات البنكية تصدرها، هي القرض الشعبي الجزائري.

: ديم البنك القرض الشعبي الجزائري

❖ CPA ووكالته بمغنية 411.

: تعريف بنك القرض الشعبي الجزائري CPA

بتاريخ 11-5-1967. يقدر ب15 مليون دينار جزائري يعد ثاني بنك جزائري من حيث النشأة، تأسس

(وهران، قسنطينة و)
الشعبي والمؤسسة الفرنسية للقرض و (-).

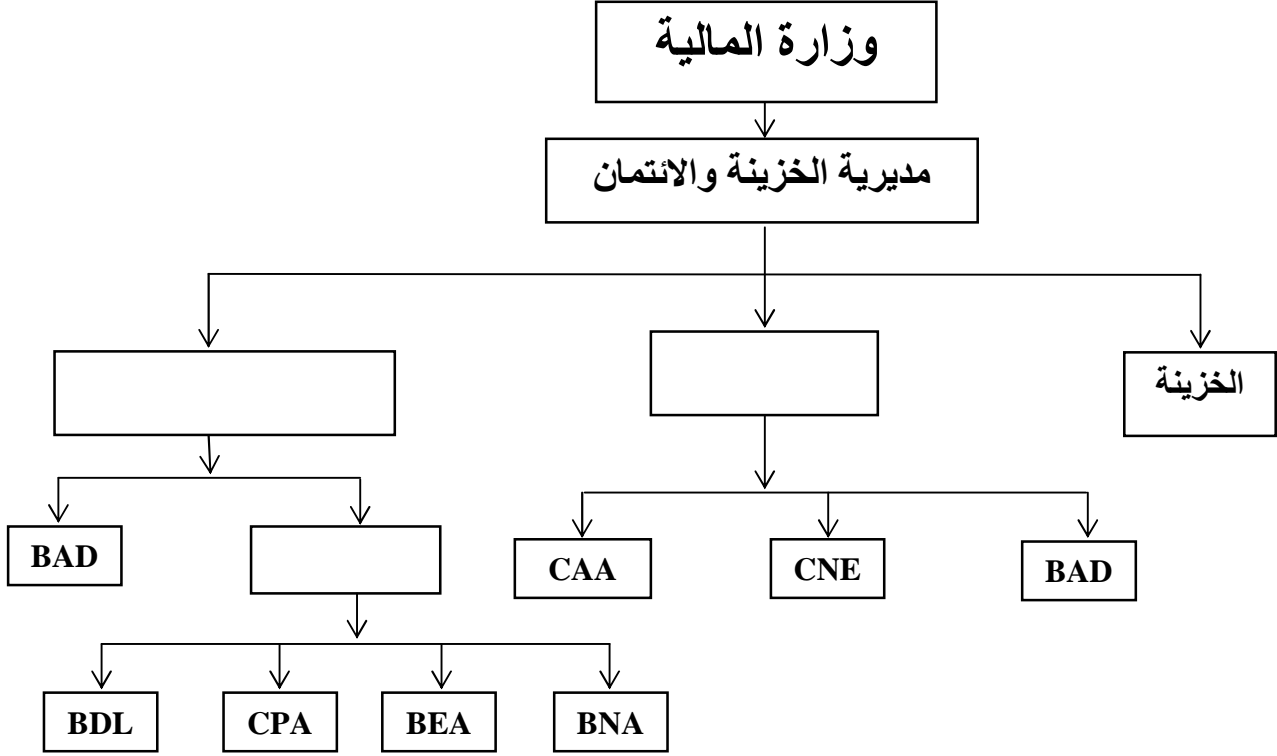
نون استقلالية المؤسسات في 1988 صبح بنك القرض الشعبي الجزائري مؤسسة عمومية تجارية
سهم يعود رأسمالها بالكامل للدولة، ومنذ 1996 حت البنوك التجارية ومن بينها بنك القرض
CPA تحت وصاية وزارة المالية، يقدر رأسمالها الحالي ب48 مليار دج .

CPA

المؤسسات الصغيرة و PME، حيث صبح يمنح القروض
لمبدأ التخصص البنكي يتكفل بنك القرض الشعبي الجزائري CPA
السياحي والقطاع الصحي والأدوية كذلك قطاع الصيد والتعاونيات الغير الفلاحية والمهنية¹.

فيما يلي نتعرف على موقع بنك القرض الشعبي الجزائري CPA :

:4-3



: معلومات من طرف مسؤول بوكالة مغنية لبنك القرض الشعبي الجزائري CPA يوم: 27/01/2015.

أما عن وكالة مغنية، فوقعها في الهيكل التنظيمي لبنك القرض الشعبي الجزائري CPA يتبين لنا من خلال المخطط اللاحق، حيث تتفرع عن المديرية المركزية لبنك القرض الشعبي الجزائري 15 استغلال والتي تتفرع بدونها إلى وكالات.

.CPA

:5-3

CPA

المديرية المركزية بالجزائر العاصمة

.821	:1	←
.822	:2	←
.823	:3	←
.829	:4	←
.835	:5	←
.831	:6	←
.828	:7	←
.826	:8	←
.834	:9	←
.825	:10	←
.836 ()	:11	←
.839	:12	←
.832	:13	←
.827	:14	←
.838	:15	←
(المدينة) .408		←
.454	وكالة الكيفان	←
.437	وكالة ابن خميس	←
.412	وكالة مغنية	←
.412	وكالة عين تم	←
.414	وكالة سعيدة	←
.415		←

: معلومات من طرف مسؤول بمصلحة القروض بوكالة مغنية للبنك القرض الشعبي الجزائري يوم

.2015/02/02

ثانيا:

411 مغنية

838 411 مغنية من انجح الوكالات التابعة
قد ساهم موقعها الجغرافي (وسط مدينة مغنية، 53 1) في التسهيل المباشر مع الزبائن
الحاليين خرين جدد من خلال ما تعرضه هذه الوكالة من خدمات و
موظفيها الموزعين على مختلف المصالح كل حسب تخصصه.
وكالة مغنية هي بنك تجاري يسعى صارما على تحقيق ح سنوية عن طريق توفير تسهيلات و
حاجات المواطنين (الطبيعيين والمعنويين).

$$(Charges) \text{ - (intérêts) } = \text{ + (commissions) } \text{ - التكاليف (Charges)}$$

حيث تقدر عمولات كالسحب 10: 1 .

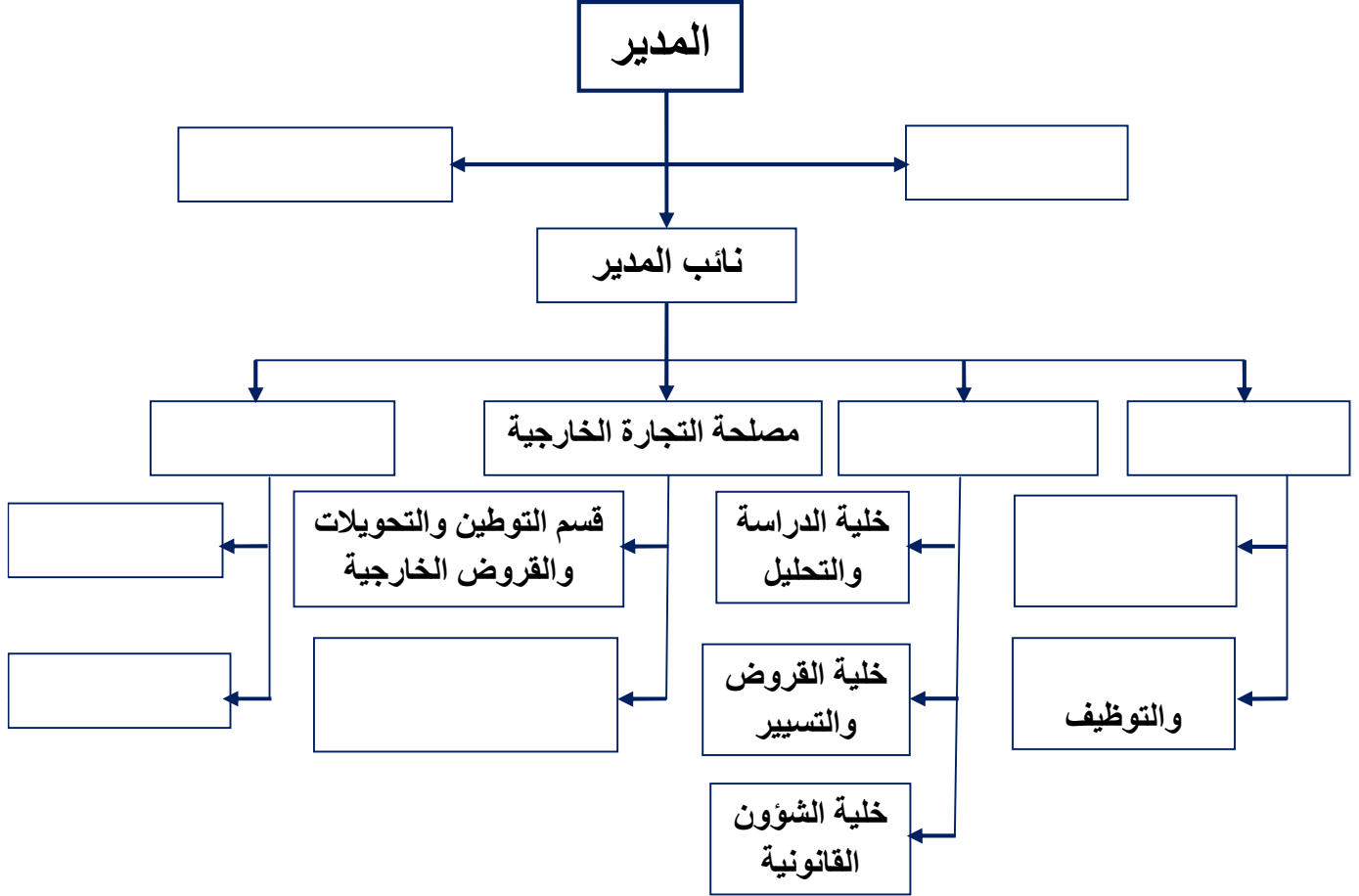
يتلخص دور الوكالة في ما يلي :

1. حسابات بنكية مثل دفتر التوفير والاحتياط دفتر الشيكات و
المصرفية (ressource)
2. توظيف نقود في مختلف القروض (les emplois) وهي تقنية خاصة بمصلحة القروض حيث تأخذ
نسبة فائدة متغيرة معمول بها وفق الشروط العامة للبنك الجزائري والمنعقدة حاليا بين 6.25 7.75 % .
3. وسيط للعمليات المالية للإدارات الحكومية، وتقديم قروض وملفات تمويل مشتريات البلدية و
العمومية.
4. حفظ أموال المؤسسات وذلك بتسديد رواتب وأجور المستخدمين و
5. خاصة التجارة الخارجية، يبرز دور الوكالة في تعديل عمليات زبائنها مع
ات سنديّة و ية حسابات بين البنوك دون عبئ الزبون
الاستيراد والتصدير.

و لتوضيح الهيكل التنظيمي لوكالة مغنية 411 CPA :

¹ - معلومات مقدمة من طرف مسؤول بوكالة مغنية لبنك القرض الشعبي الجزائري. 2015/02/02

3-6: الهيكل التنظيمي لوكالة مغنية 411



: من طرف مسؤول بوكالة مغنية لبنك لقرض الشعبي الجزائري يوم 28-01-2015 (CPA)

تتمثل مهام كل مصلحة فيما يلي :

(1) :

- ✓
- ✓ جة العمليات المصرفية بالدينار والعملية الصعبة () .
- ✓ تسييرها من خلال تسيير ملف الصندوق.
- ✓ ن الخاصة بإصدار دفاتر الشيكات، القيام بتسليم هذه .
- ✓ معالجة عملية الإيداع () .
- ✓ معالجة عمليات تسليم الشيكات والأوراق التجارية والمقاصة وتحصيل الشيكات.
- ✓ تحويل وتسديد الشيكات، ومتابعة غير المدفوعة (الشيكات بدون رصيد).
- ✓ التسيير الحسن للخزينة.
- ✓ حصائيات الخاصة بالمصلحة، تسديد الخزائن الحديدية.

(2) : و تقوم بما يلي :

- تحليل طلبات الزبائن على القروض:

- ✓ استقبال طلبات الزبائن، ثم دراسة الملف وتحليل المخاطر.
- ✓

- تسيير القرض:

- ✓ الضمانات ثم إمضاء اتفاقية القرض.
- ✓
- ✓ تسليم الكفالة و الضمانات الاحتياطية.
- ✓ حصائيات خاصة بالمصلحة.

- الشؤون القانونية و النزاعات :

- ✓ رسالها

نها و الاحتفاظ بها لى غاية تحصيل القرض.

- ✓ ديون غير المدفوعة، و يام بالإجراءات اللازمة لتحصيلها.
- ✓ داري الخاص بفتح الحسابات الجارية للمؤسسات.

(3) مصلحة التجارة الخارجية ووظيفتها:

- ✓ العمليات المتعلقة بالتوطين (الاستيراد والتصدير)، ومعالجة صفقاتها وتسييرها.
- ✓ تسيير القروض الخارجية، الاعتمادات السندية والتحويلات.
- ✓
- ✓ تحصيل شيكات السفر.
- ✓ ائيات رسالها لى الهيئة المشرفة.
- ✓ معلومات فيما يخص التجارة الخارجية.

(4) : تهتم بالتالي :

- ✓ تسيير الموارد البشرية و حماية الممتلكات و
- ✓ انجاز و متابعة برامج تكوينية للموظفين.
- ✓ انجاز ميزانية الوكالة بمساهمة المصالح المختلفة و متابعتها.
- ✓ تحسين ظروف العمل، دفع الضرائب الخاصة بالوكالة و اکتتاب اتفاقية التأمين عليها.
- ✓ صيانة و تسيير البيانات و العتاد، و السهر على أمن الوكالة.

(5) :

- ✓ انجازها التي تسجل اختلال في التسديدات.
- ✓ جاز اليومية المحاسبية للوكالة و رسالها لى الهيئة المشرفة.¹

(وكالة مغنية 411).

1- قرض شراء مسكن جديد: Crédit pour l'achat d'un logement neuf

• تريدون شراء مسكن جديد، الحصول على سكن لدى الخواص، بناء منزل أو القيام بأشغال التوسعة؟ هذا !

CPA

• قرض لشراء مسكن جديد: CPA.

• خصائص هذا القرض: تستأفون و تحافظون على استقرار ميزانيتكم.

❖ يصل إلى 80% من ثمن المسكن ويحدد حسب مدخول و

❖ 20 لغير الموفرين 25 سنة للذين لديهم دفتر التوفير، تمدد مدة التعويض إلى سن

70 إذا كان المقترض لديه منحة تقاعد 100%.

❖ عمليات الدفع: شهريا تمثل 30%

❖ يكون بصك من البنك عن طريق الموثق (notaire).

❖ 3 شهور ابتداء من عملية القرض إذا كان لمرة واحدة، أو آخر تاريخ القرض إذا كان عن دفعات.

❖ 20%

❖ جزائري الجنسية، ساكن أو لا في الجزائر أو في الخارج مؤقتا.

❖ تبرير مدخول دائم أدناه DA12000000

❖ تقديم 20%

• الضمانات للسلفية

❖ الرهنية الموثقة من الصف الأول على السكن المشتري لصالح CPA.

❖ التأمين على الوفاة أو الإعاقة (IAD) + التأمين على جميع الأخطار لصالح CPA.

❖ عقد الزواج لضمان التعويض في حالة وفاة أو مرض المقترض (إذا كان هذا الأخير).

• هناك مستخدمون لتوفير المساعدة في إنشاء الملف.

❖ شهادة أو بيان للسكن الكامل أو عقد البيع موثق ومسجل مع شهادة الضمان من الشهر العقاري.

❖ شهادة عائلية وصورة لبطاقة التعريف.

❖ شهادة من الضرائب من المقترض الذي لا يتقاضى دخل شهري.

❖ شهادة الأجرة (3 أشهر الأخيرة) للموظفين.

❖ العنوان الحقيقي للمقترض.

❖ استمارة الطلب للسلفية تعطى من وكالة من اختياركم.¹

• الامتيازات للمتوفرين على دفتر أو حساب التوفير (épargnants)

- ❖ تمديد مدة التعويض إلى 5
- ❖ تطبيق نسبة الفائدة حسب شروط البنك.
- ❖ يكون الموفر بأقدمية سنة
- ❖ نسبة الفائدة لدى حسابه في التوفير تمثل 1.5%

2- **قرض لإنجاز أعمال ترميم: Crédit pour la réalisation des travaux**

تريدون انجاز أعمال ترميم، شراء مسكن جديد

عمال توسعه؟

هذا ممكن، القرض الجزائري يمنحكم قرض تحقيق مشروعكم.

• :

- ❖ تحافظون على توازن ميزانيتكم.
- ❖ _____: يصل إلى 100% لا يفوق 70% من قيمة المسكن، مقوم من خبير من مكتب CPA يحسب م التعويض لطالب
- ❖ مدة الدفع أو التعويض: 20 سنة لغير الموفرين لدى البنك و 25% للموفرين ويكون عند حدود 65-70 100% لمدخوله قبل التقاعد.
- ❖ الدفع والتعويض: يكون شهريا، يمثل 30% من المدخول الإجمالي الشهري.
- ❖ _____: حسب قوانين البنك السارية المفعول.
- ❖ سيران القرض:
- ❖ مهلة الأجل: 3 شهور ابتداء :
 - تاريخ انطلاق القرض إذا كان على دفعة واحدة.
 - تاريخ آخر انطلاق إذا كان على عدة دفعات.
- ❖ مساهمة الزبون: يتكون من العقار المخصص للأعمال.
- :
- ❖ كل شخص من جنسية جزائرية ساكن في الجزائر أولا أو ساكن مؤقتا في الخارج.
- ❖ يكون المدخول دائم ما يعادل 1200000 .
- ❖ التوفر على عقد ملكية السكن موثق

- :
- ❖ تقديم رهينة موثقة من الدرجة الأولى تخص المسكن المتطلب للأعمال الترميمية.
- ❖ التأمين على الوفاة عاقبة المستديمة وأخرى لكل الأخطار على المسكن لصالح CPA.
- ❖ عقد الضمان للزوج أو الزوجة في حالة ما إذا لم يتمكن من الدفع.
- **تكوين الملف:** نفس الشيء كما ذكرنا سابقا في قرض شراء مسكن جديد.

-3 Promed :

ممتهني الصحة، هذا القرض يهكم ما هو قرض بروماد؟ - هو قرض استثمار متوسط أو طويل المدى وذلك لضمان شراء المستلزمات الصحية أو تجهيز مقر أو شراء مقر عمل أو الاثنين معا. بروماد يه الممتهنيين في الصحة أو المبتدئين. - لمن هو؟ كل من اختصاصه في الطب ولديه تسريح بالعمل (Agrément) " صيادلة، طبيب بيطري ... "1

- ❖ :
- ✓ **شراء التجهيز:** إذا كنت في طور العمل يكون المبلغ المقروض 90% من التجهيزات في حدود 20 مليون DA
- : 80% 15 مليون DA
- ✓ : 80% 10 مليون DA
- ✓ **أعمال صيانة المقر:**
- : 100% 2 مليون DA
- إذا كنت أجير: 50% DA 500000 بعد إيجار 3
- ✓ **شراء محل وتجهيزات:**
- 80% 30 مليون DA
- 70% 20 مليون DA

• مهلة الدفع: 6 12 شهر.

• : حسب قوانين البنك.

• مدة التعويض: 10 سنوات ولشراء الأجهزة وصيانة المحل من 3 7

التعويض للقرض يكون كل فصل (3 أشهر).

• :

- ❖ رهنية موثقة من الدرجة الأولى على المحل.
- ❖ أو عقار آخر يكون للمقترض لديه عقد ملكيته.
- ❖ تأمين على جميع الأخطار المهنية.

2- الخدمات النقدية المقدمة إلى غاية سنة 2005

إلى غاية 2005، كانت أهم البطاقات والخدمات المرفقة بها التي تقدمها المديرية النقدية للقرض هي تتمثل في نوعين ثلاث أنواع من الخدمات نذكرها فيما يلي:

1- القرض الشعبي الجزائري هو البنك الوحيد يقبل التعامل بالبطاقات البنكية الدولية مستعملة في عمليات سحب الأموال وعمليات الدفع مقابل السلع والخدمات لدى التجار القابلي هذه هي نوعين:

- **CPA/Visa visa**: هي عبارة عن بطاقات كلاسيكية ذات شريط مغناطيسي cartes a piste، تسمح بالقيام بعمليات السحب من شبابيك وكالات القرض الشعبي الجزائري وعمليات الدفع التي لها حسابات لدى هذا البنك والقابلي لهذه البطاقات، وتتم عملية le zipzap la fer a repassé le sabot² التي يتم من خلالها أخذ ما يسمى l'empreinte de la carte³ رسالها إلى مركز التراخيص في المديرية النقدية لأجل الحصول على التراخيص بالدفع لحامل البطاقة أو إتمام عملية البيع بعد التأكد من وجود الرصيد كون السقف المحدد له يمكنه من إتمام العملية.

نذكر أن القرض الشعبي الجزائري بالإضافة إلى قبوله للتعامل بهذه البطاقات التي يقدمها، الأجانب عند ثر فهو أيضا يقوم بإصدار هذه البطاقات لصالح زبائنه وعملائه لاستعمالها في الخارج و هذه البطاقة CPA/ visa لكونها تابعة للشبكة الدولية visa CPA.

- **Mastercard**: هي بطاقة دولية ذات شريط مغناطيسي تسمح بالقيام بعمليات السحب عبر وكالات القرض الشعبي الجزائري في إطار اتفاقية مبرمة ما بينه وبين Mastercard. لكن دون إمكانية القيام بعمليات الدفع لدى نقاط القبول، بالإضافة لكون البنك لا يقوم بإصدار هذه البطاقات، بل يقبل التعامل بها فقط بنفس الطريقة التي يتم القيام بها مع بطاقات visa.

2- " " : " ي هذا الإطار يصدر القرض الشعبي الجزائري بطاقات السحب البنكية CPA/Cash، وهي تتميز بكونها بطاقات خصم تستعمل في عمليات السحب من خلال الموزعات الآلية لأوراق النقدية وفقا للرصيد المتوفر في حساب صاحب البطاقة، وكذلك السقف المحدد له، وهذا 24/ 24 أيام/ 7. كما أنها بطاقات ذات شريط مغناطيسي فقط وتستعمل في الموزعات الآلية لكل البنوك المنتمية إلى الشبكة البنكية والمرتبطة مع SATIM.

¹ مغنية CPA يوم 2015-02-18

² هي آلة خاصة كانت تستعمل لأخذ المعلومات الخاصة بالبطاقة أو كما تسمى بصمة البطاقة فوق فاتورة خاصة بهذا النوع من البطاقات

³ هي عبارة عن معلومات التي يتم أخذها من ظهر البطاقة وتتمثل في رقم بطاقة، اسم حاملها، تاريخ النهاية.

3- الخدمات الجديدة المقدمة من قبل CPA 2005:

ن أهم المنتجات والخدمات التي تم تطويرها لتنمashi مع التطور الحاصل في مجال الخدمات النقدية البنكية الدولية من قبل القرض الشعبي الجزائري تتمثل بقة الذكر لكن مع إدخال تغييرات تطوير الخدمات لتنمashi مع التطور الدولي ونذكرها فيما يلي¹:

- مع بقاء القرض الشعبي الجزائري البنك الوحيد على الساحة الوطنية الذي يتعامل بالبطاقات الدولية visa Mastercard م بتطوير الخدمات المرتبطة بها وفيما يلي أهم التغييرات التي تم إجراؤها على هذه المنتجات:

• **البطاقات الدولية visa/CPA:** لقد تم إدخال بعض التغييرات على البطاقة التي تصدرها المديرية النقدية للقرض الشعبي الجزائري سواء في شكل البطاقة أو الخدمة التي توفرها هذه البطاقات بحيث أصبح هناك بطاقات ذات رقاقة الكترونية وشريط مغناطيسي، بعد ما كانت ذات شريط مغناطيسي فقط، كما أصبح هناك :

✓ **Visa/CPA الكلاسيكية:** للأشخاص العاديين ذوي الدخل المتوسط لها سقف بسيط و استعمال محدود، لا تتوفر على الخدمات الإضافية أو الكمالية كالتأمين، الانترنت، خدمات العلاج...
✓ **CPA/Visa الذهبية:** فهي تمنح لذوي الدخل المرتفع وللأشخاص المهمين VIP " Verry Important Personality" ورجال الأعمال، تمتاز بإمكانية استعمال أوسع وهي مرفقة بالعديد من الخدمات الكمالية كالتأمين في الخارج، إمكانية تعويض البطاقة في حالة ضياعها في مكانية استعمالها على الانترنت و ..

• **البطاقات الدولية Mastercard:** التغيير الوحيد على هذا النوع من البطاقات هو أنها أصبحت بطاقات يمكن استعمالها في عمليات الدفع، بعدما كانت بطاقات سحب فقط، و كون القرض الشعبي الجزائري لا يقوم بإصدار هذه البطاقات فهي كلها بطاقات تصدر عن بنوك أجنبية خارج الشعبي الجزائري يتلخص في قبول التعامل بهذه البطاقات على مستوى كل وكالاته في عمليات سحب الأموال القيام بعمليات الدفع على مستوى التجار أو مقدمي الخدمات القابلين للتعامل بالبطاقات الدولية والذين لهم CPA.

- في هذا المجال فقد تم إدخال العديد من التغييرات على شكل و مات التي تقدمها هذه البطاقات التغييرات التي طرأ على هذه البطاقات هو تغيير كلي وفقا لمعايير ومواصفات تم الاتفاق عليها مع كل المنظومة البنكية الناشطة في الجزائر في إطار الشبكة البنكية العلاقات التلقائية ما بين البنوك SATIM تتمثل هذه التغييرات في إصدار نوعين من البطاقات ذات الشريط المغناطيسي والرقاقة الإلكترونية التي تمتاز بأحدث تكنولوجيا البطاقات فيما

يخص الأمن في التعامل الحماية من التزوير وفقا للمعايير "Europay Mastercard Visa" emv وهذا النوعين من البطاقات هما¹:

❖ البطاقة الكلاسيكية: للأفراد ضعيفي و متوسط الدخل.

❖ البطاقة الذهبية: للأفراد ذوي الدخل الجيد.

كما تم إدخال وظيفة جديدة لهذه البطاقات ألا وهي إمكانية القيام بعملية الدفع بواسطتها كذلك يقدم بنك

².

CPA

تتقلا و سافروا بما هو أساسي CPA/VISA Classic تسهل أيامكم في الخارج.

- : تسافروا بكل حرية فبطاقتك تسهل لأكثر من 24 مليون تاجر مشترك في شبكة visa international عبر العالم و يفتحون لكم الأبواب للشراء بواسطة بطاقة CPA/VISA Classic و يمكنكم الحصول على السيولة كل يوم وفي كل مكان على أكثر من 940000 .

- : أن رقمك الشخصي و السري يضمن لكم السرية على عمليات السحب و التخليص () .

- : أينما كنتم هذه البطاقة تسهل كل مصاريفكم دون تجاوز حسابكم و رصيدكم.

- : في حالة ضياع أو سرقة وقعوا مباشرة على الاعتراض. visa

+1410581999

• إدخال وسائل حديثة: للتماشي مع التغييرات التي تم إدخالها على البطاقات البنكية ولتسهيل الخدمات الجديدة للمرافقة لهذه التغييرات كان لازما القيام بتطوير التجهيزات الوسائل التي يتم استعمالها ف بالبطاقة البنكية، لذلك فعل مستوى المديرية النقدية للقرض الشعبي الجزائري تم اقتناء أنظمة معلوماتية حديثة system front office * system back office * كما أن الوسيلة المستعملة في عمليات الدفع le zipzap ثم تعويضها بوسائل أكثر فعالية ألا و هي TPE: Terminal de Paiement Electronique نهائي الدفع الإلكتروني وهو أكثر بساطة حيث بمجرد إدخال البطاقة فيه هي الرمز السري يقوم آليا بإرسال طلب الترخيص بإتمام العملية إلى الموزع le serveur في مركز التراخيص centre d'autorisation وبعد مراجعة رصيد حامل البطاقة والسقف المحدد له يتم إرسال الترخيص بالإيجاب أو كل هذا يتم في ظرف دقيقة واحدة.

ء موزعات آلية للأوراق النقدية وتعويض القديمة منها الهدف

الأساسي الذي يريد البنك الوصول إليه هو تزويد كل وكالاته بالموزعات الآلية للأوراق النقدية ونهايات الدفع

افة إلى تزويد المساحات الكبرى والفنادق والمطارات و مومية بهذه الآلات، لجمع

هذه الخدمة في متناول الجميع و .

¹

²

الفصل الثالث: التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الحديثة في الجزائر آفاق وواقع

- دراسة بنك C.P.A -

هو ما بدأت المديرية النقدية القيام به منذ السداسي الأول لسنة 2007 من خلال تزويد كل الفنادق الكبرى موزعات الآلية للأوراق النقدية والخاصة بقبول البطاقات الدولية والعمل على تعميم العملية في كامل التراب الوطني في جانفي 2008.

ومن المنتجات التي تعمل بها حاليا بنك CPA:

• SMS CPA cards

يمكن الزبائن تلقي رسائل قصيرة SMS :

- العمليات المجرات على البطاقة CPA/contact CPA/visa التخليص.
- : انتهاء مدة الصلاحية، تغيير، تجديد أو إلغاء.
- معلومات مفيدة، جديدة، قوانين الأمان.

-
- هي بطاقة بنكية تعبا في حدود المبالغ و عدد التعبئات المحددة في الشروط العامة للبنك.
- هي بطاقة للتحميل تسمح لكم بالتزويد بأموالكم في الخارج 7/7 أيام 24/24 المطارات الدولية في الجزائر¹.

- Le logo Visa Electronique<--TPE

❖ كيف الحصول على بطاقة الدفع المسبق el amane

يجب امتلاك حساب خاص من العملة الصعبة و إمضاء العقد.

❖ مزايا البطاقة:

❖ كيفية الاستعمال:

✓ عمليات السحب:

1- ادخل البطاقة في الجهاز * DAB:

- .code

- اختر اللغة إذا اقترح عليكم ذلك الجهاز.

-2

-3

✓ عمليات التخليص.

4- ادخل بطاقتك في جهاز * TPE، تأكد من مبلغ العملية، شكل

-5

¹ - معلومات من طرف مسؤول بمصلحة القروض بوكالة مغنية CPA.

* DAB: الآلية

* TPE: نهائيات الدفع الإلكتروني.



:

- 1- إن حامل البطاقة مسؤول عن الاحتفاظ بها واستعمالها.
- 2- تعتبر البطاقة وسيلة دفع لدى التجار المنخرطين و يجب أن لا تستعمل إلا لغرض تسديد المشتريات من لا يمكن في أي حال من الأحوال استعمال البطاقة كوسيلة دفع في المعاملات التجارية.
- 3- يجب على حامل البطاقة الاحتفاظ بكل وصل إلى غاية نهاية المعاملة¹.
- 4- لا يمكن لحامل البطاقة أن يقوم بأي احتجاج إلا عن طريق صاحب الحساب و هذا في أجل 30 يوم تحسب ابتداء من تاريخ المعاملة المحتج عليها.
- 5- يجب على حامل البطاقة أن يطلع على رصيد بطاقته، بشئى الوسائل التي توضع تحت صرفه.
- 6- توفى العمليات التي يجريها حامل البطاقة الأمان البطاقة المسبقة الدفع في حدود السقف الذي يسمح به والرصيد الكافي في التعبئة.
- 7- ينقل رصيد التعبئة المتبقي في بطاقة انتهت مدة صلاحيتها إلى البطاقة الجديدة.

CPA (وكالة معنية 411).

:

طرح هذه الأسئلة على مسؤول بمصلحة القروض بنك القرض الشعب (وكالة معنية 411)

:

-وكالة معنية-

✓ هي أنواع

• بطاقة فيزا: CPA/VISA الكلاسيكية والذهبية .

• (Master Card).

•

كل هذه البطاقات لقد تم شرحها في المطلب الثالث لهذا المبحث.

✓ ما مدى استعمالها (شعبيتها) ! و هل هناك إقبال كبير من قبل المستهلكين على هذه البطاقات دون تخوف؟

:

20 < مثلا ينتج 100 <-- 100 بطاقة على فترات معينة --> 80

← : 0.8%

← : 0,2%

← :

في الدفع نسبة ضئيلة جدا من مستعملها

اغلب الأحيان لا تستعمل في كلتا الحالتين وكل هذا راجع إلى:

1- **التهرب الضريبي:** يوجد كثير من التجار يستطيعون التعامل ببطاقة الائتمان لكن تنقص الوسائل

الحديثة كجهاز الدفع الحديث، و كذلك التخوف من التخليص الضريبي.

- 2- الأمية: و هنا لا نشير إلى من لا يعرف الكتابة و القراءة بل من لا يجيد استعمال التقنيات الحديثة، جهود الدولة في ما يتعلق بأمية الكتابة و القراءة في وقتنا الحالي جد معتبرة.
 - 3- انعدام ثقة المستهلك في الباعة الذين لا يراهم أمامه مباشرة.
 - 4- التخوف من عملية سرقة البيانات و المعلومات خاصة المتعلقة بأرقام البطاقة البنكية.
 - 5- : ضعف الثقافة و الوعي الإلكتروني بين أفراد المجتمع.
- ✓ ما هي الدولة فيما يخص هذا النظام (لحماية):

◀ مساعي الدولة محدودة في هذا المجال لكن اعتمادا على رأي المسؤول بمصلحة القروض (CPA وكالة مغنية) .

- التوعية: تنويرية الهادفة إلى نشر الوعي و

الإلكترونية ووسائل الدفع حيث لا تقتصر على الأفراد فقط بل لا بد أن تشمل المؤسسات فتبني تطبيقات التجارة الإلكترونية في الشركات يعتمد بشكل كبير على مدى قبول هذه التكنولوجيا وإدراك إمكانيتها من قبل العاملين في الشركة سواء كانوا مديريين أو موظفين.

- نشر الثقافة الإلكترونية ووسائلها من خلال تنظيم ملتقيات تحسيسية وندوات وأيام دراسية حول وسائل الدفع الحديثة.

- الاحتكاك بالمجتمعات الغربية ومدى استعمالها لهذه التقنية و

- تعميم استخدام الانترنت: استعمال الكبير لشبكة الانترنت و تزايد استخدامها يساعد على الوصول إلى الأسواق العالمية مما يجعل الزبائن تبحث عن وسائل تساعدها على اقتناء منتجاتها عن بعد.

- حماية المستهلك: ذلك من خلال تعديل قانون العقوبات فيما يخص وسائل الدفع.

- تشجيع القطاع الخاص على الاستثمار.

- تنمية وتشجيع المؤسسات للتحويل إلى التجارة الإلكترونية عن طريق:

- تنمية الوعي لدى المؤسسات بأهمية التجارة الإلكترونية من خلال الدورات والبرامج التدريبية.
- توفير قواعد البيانات التي تحتوي على معلومات دقيقة مساعدة للشركات ع
- تشجيع الحكومة للشركات على امتلاك مواقع التجارة الإلكترونية من خلال مساعدتها في عملية التصميم وتقوية المهارات الذاتية للشركات لإدارة هذه المواقع.
- الإشهار: ذلك بالقيام بإشهار يخص البطاقات البنكية ويحفز على استعمالها.

_____:

كخلاصة لهذا الفصل، لقد حاولنا دراسة واقع التجارة الالكترونية ووسائل ديثة في الجزائر من حصائيات، لا انه هناك ندرة للبيانات والإثبات عن التجارة الالكترونية، هذا لا يعني الجزائر بعيدة كل البعد عن التجارة الالكترونية، ودليل على ذلك وجود مواقع الكترونية وكذلك المجهودات التي قامت بها لتطبيق التجارة الالكترونية.

هذا من جهة، ومن جهة أخرى التربص التطبيقي الذي قمنا به ببنك القرض الشعبي الجزائري وكالة مغنية 411 يمكن تلخيص محتوى هذا التربص بعرض أهم محاوره، وذلك بالتعرض الالكترونية. وللوقوف عند أهم أداة نقدية ألا وهي البطاقة البنكية، إلا انه حسب ما لاحظناه استعمال البطاقة البنكية من طرف الزبائن ضئيل، وهذا راجع إلى العديد من العراقيل و الدفع الحديثة، منها ما هو قانوني، ثقافي، اجتماعي.

الخاتمة العامة

في عالم طغت فيه لغة المعرفة الجانب للتجاري الذي شاهد تحولا سريعا من الشكل التقليدي الى
الرئيسي للاقتصاد العالمي لاسيما هو

فالتجارة الالكترونية ووسائل الدفع المستعملة فيها هي هم المظاهر الحديثة في
التجارة الالكترونية ه
ن يتعاضد دورها لأنها
فهي تتم الآ خاصة في الدول المتطورة تكنولوجيا.

لا تختلف التجارة الالكترونية عن نظيرها بالعالم من حيث خصائصها
الاهتمام بها وتطورها ذ رغم النمو السريع الذي تشهده الساحة الجزائرية في استخدام شبكة الانترنت،
تزايد المؤتمرات والندوات الهادفة للتعريف بأهمية التجارة الالكترونية، غلبة المؤسسات الجزائرية تبقى
بعيدة عن استخدام تكنولوجيا.

منذ منتصف التسعينات انطلقت الجزائر في برنامج واسع يهدف تصحيح النظام البنكي و
يستوجب تحديث العمليات البنكية، هذا من خلال اشتراك الوسائل الالكترونية ، المغناطيسية والإ
بشكل يسمح بتنقل رؤوس الأموال دون وجود حوامل واقية لي، وهو ما
الطاقات البنكية Cartes interbancaires العلاقات التلقائية ما بين البنوك
SATIM. هو الخطوة ياسة واعدة هدفها ساسي تطوير هذه
التقنية وتحديث القطاع البنكي بوضع التكنولوجيا الجديدة تحت تصرفه بالتالي وضعها تحت

من الواضح ان تطور التجارة الالكترونية ووسائل دفعها الحديثة في الجزائر سيتم بصفة
تدرجية نظرا للعوائق التي تواجهها سواء البشرية أو القانونية أو الثقافية.

ها تعرضنا لمختلف العناصر التي لها علاقة بموضوع التجارة الإلكترونية
ووسائل الدفع الحديثة المستعملة فيها حيث مكنتها هذه الدراسة عبر ف ولها الثلاثة المدعمة
البطاقات البنكية في القرض الشعبي الجزائري - وكالة مغنية 401-
أهم التوصيات

:

التجارة الإلكترونية: هي عبارة عن تبادل السلع والخدمات عن طريق الأنترنت بتطوير هذه الأخيرة
شهادة التجارة الإلكترونية راجا كبيرا قصير أغلبية دول العالم وأصبحت النوع الأول من

- يرجع الفضل الكبير في تحقيق وجود التجارة الإلكترونية انتشارها المختلفة لتكنولوجيا
التي وفرت البيئة التقنية اللازمة لقيام هذه التجارة و هي
للتكنولوجيا الحديثة من اجهزة حاسوب ووسائل وشبكات الاتصالات في المجال
- رغم تحديد وسائل تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات الا ان شبكة الانترنت برزت كركيزة اساسية
للتجارة الإلكترونية. فقد ساعدت خدمات هذه الشبكة التعاملات التجارية على الامتداد الاقلي

- همية توفر المتطلبات الاساسية لقيام التجارة الالكترونية و اهمها البنية التحتية الالكترونية.
- تزايد الاهتمام بتطبيقات التجارة الالكترونية وتطور معدلات استخدامها بصورة اساسية في مختلف
- وجود الكثير من الصعوبات لدى الدول العربية في سبيل الالكترونية الا ان هناك كبير في تخطي هذه العقبات و الـ الاخرى في هذا المجال، ولكن لن يتحقق ذلك إلا بوضع وتفعيل استراتيجيات بعيدة ومتوسطة
- ضعف في المؤشرات غير المباشرة للتجارة الالكترونية في الجزائر ن هذه البنية شهدت تطورات كبيرة خلال الفترة الأخيرة لكنها ما زالت دون المستوى المطلوب والكافي لتطبيق التجارة الالكترونية سواء من حيث معدلات الـ التكاليف.
- الجزائر لبعض المبادرات المحتشمة والمتواضعة لتطبيق التجارة الالكترونية حديثا.
- تملك المؤسسات الجزائرية مجموعة من المعلومات وتقنيات حديثة ن استغلالها من طرف المؤسسات يبقى ضعيفا بالرغم من توفرها على خدمة البريد الالكتروني استخدامه لـ مؤسسة ضعيف
- تعاني الجزائر من تدني كبير في نسبة استخدام التجارة الالكترونية ووسائل الدفع الحديثة تغييرا شبه كامل لهذا المصطلح من قاموس التعاملات التجارية ويعود سبب هذا التعثر انتشار هذه التجارة وهي كالتالي :
- ❖ تخلف البنية التحتية التكنولوجية وارتفاع تكاليف خدمات الاتصالات والمعلومات والتجهيزات المرافقة لها.
- ❖ غياب الوعي على مستوى مؤسس عطاءها الأهمية الكافية لتطويرها من
- ❖ عدم بذل جهود لمقاومة عوامل التغيير لدى المؤ وغياب الدعم الكافي لمساعدة هذه المؤسسات وتحفيزها على تبني التجارة الالكترونية.
- ❖ افتقار المؤسسات الجزائرية العنصر البشري المؤهل لاستعمال تكنولوجيا المعلومات واقتحام عالم التجارة الالكترونية.
- خر الجزائر في مجال اقتحام تكنولوجيا المعلومات وتبني التجارة الالكترونية ن هناك مكانية تحسين القطاع مل كبير في انطلاق التجارة الإلكترونية في حال تم العمل على توفير البيئة التقنية والتوعية والتشريعية والتجارية المناسبة لتنمية هذه التجارة خصوصا ن هناك الكثير من عمالها عبر الأ

التوصيات و :

سنتا، فلا بد أن تكون نتائجها متبوعة باقتراحات وتوصيات، حيث تركز هذه الاقتراحات والتوصيات حول الجانب الوطني.

- رغم كل العراقيل التي تواجه الجزائر، إلا أن النهوض بالتجارة الالكترونية ورفع التحدي الذي تفرضه ثورة تكنولوجيا الإعلام والاتصالات يستدعي توفر إرادة حقيقية قوية لدى الجزائر لتطوير هذه التجارة.
- تحول الجزائر من التجارة التقليدية إلى التجارة الالكترونية، لا بد لها أن تعمل على بنية تحتية قوية رعة فائقة وقدرة على المحافظة على سلامة المعلومات، وتوفير تجهيزات آلية وتطوير برمجيات متخصصة ملائمة لطبيعة السوق الجزائري.
- يستدعي توفر جهة أو هيئة مختصة تستوعب أهمية التجارة الالكترونية وتنسيق الجهود لتطويرها وتشجيعها.

- إنشاء مراكز وهيئات وطنية في مجال تقنية المعلومات والاتصالات، ودعمها بالإمكانيات المادية والمعنوية بغرض تطوير القاعدة التكنولوجية والعلمية وتعزيز دور البحوث والتطوير في البلاد.
- الإسراع في تجسيد مشروع الحكومة الالكترونية، التي توفر الخدمات للمواطنين والشركات عبر الشبكة بسرعة وسهولة، وما سيكون لذا آثار إيجابية في دفع التجارة الإلكترونية وزيادة الوعي بأن التعامل بهذه التجارة ليس خيارا تمثيلا بل أمرا ضروري.

- تشجيع النظام المصرفي على أخذ دور أساسي مسير ومسهل للتجارة الالكترونية، من خلال تطوير التحويل الالكتروني للأموال وتعميم وسائل الدفع الالكتروني، باعتبارها أول خطوة لتبني هذه التجارة مع ضرورة الحفاظ على حقوق مختلفة الأطراف من خلال التأكد من السرية والأمان في هذه العمليات.
- السهر على إيجاد التنظيم القانوني والتشريع اللازم لقيام واعتماد التجارة الالكترونية، الذي يضمن استمرارها وحماية حقوق المستهلكين والبائعين والمتعاملين بها.

- زالة الجدار القائم بين قطاعي البحث العلمي والصناعة
مخصصة في هذا المجال ومنحها الفرصة لإبراز مجهوداتها ونتائج بحاثها واستخدامها
المساعدة على تطبيق التجارة الالكترونية.

- تبني سياسة التنقيف التكنولوجي واستخدام تقنية المعلومات بين تدريب والتعليم في المؤسسات البنكية والإدارية هتمام بنشر الوعي التقني في المؤسسات التعليمية والاكاديمية وتحديث مناهج التعليم بما يتناسب.

- ضرورة اهتمام البنوك والمؤسسات المالية بالتجارة الالكترونية و تنسيق بين شركات البطاقات الائتمانية ووضع الضوابط والقواعد الضرورية لاستعمال هذه البطاقات.

- توجيه وتخصيص الاستثمارات المحلية وجذب رؤوس الأجنبية ال قطاع تقنية بنية التحتية اللازمة لتطبيق التجارة الالكترونية.



الشروط العامة لبطاقة «الأمان البطاقة المسبقة الدفع»

الدبياجة

بطاقة «الأمان البطاقة المسبقة الدفع»

هي بطاقة بنكية تعبا في حدود المبالغ و عدد التعيينات المحددة في الشروط العامة للبنك.

صاحب الحساب

هو كل شخص يملك حساب بنكي.

الغير المستعمل للبطاقة

هو أي شخص آخر معين من طرف صاحب الحساب.

حامل البطاقة

هو صاحب الحساب أو الغير المرخص لهم باستعمال البطاقة.

المادة الأولى: موضوع البطاقة

إن بطاقة «الأمان البطاقة المسبقة الدفع» هي بطاقة دولية للسحب والدفع تخول لصاحبها:

1.1 داخل التراب الوطني:

تسديد قيمة المشتريات من السلع والخدمات لدى المحلات الموضوعة تحت الرقابة الجمركية المتواجدة داخل التراب الوطني (المعنة بلافتات عن انخراطها في شبكة فيزا الدولية).

2.1 في الخارج:

تسديد قيمة المشتريات من السلع والخدمات لدى التجار المعلنين بلافتات عن انخراطهم في شبكة فيزا الدولية،

القيام بسحوبات نقدية أمام شبليك البنوك و الموزعات الأوتوماتيكية للأوراق النقدية المنخرطة في شبكة فيزا الدولية.

المادة الثانية: تسليم البطاقة و الرمز السري

1.2 عند قبول الطلب، تسلّم بطاقة «الأمان البطاقة المسبقة الدفع» من طرف البنك لصاحب الحساب و/أو لحامل البطاقة.

2.2 تكون البطاقة شخصية بحتة ولا يجوز استعمالها إلا من طرف حاملها شخصيا و يجب أن يضع عليها توقيع.

3.2 يمنح بطريقة سرية رمز شخصي لكل حامل بطاقة «الأمان البطاقة المسبقة الدفع» 4.2 هذا الرمز السري ضروري لاستعمال البطاقة. فيجب أن يحفظ بسرية تامة من طرف حاملها.

5.2 في حالة نسيان الرمز السري فعلى حامل البطاقة أن يقدم طلب جديد لبطاقة جديدة.

المادة الثالثة: مدة صلاحية البطاقة - تجديدها - سحبها

1.3 التاريخ المحدد لصلاحية البطاقة هو مطابق لتاريخ نهاية مدة الصلاحية المسجل على وجه بطاقة «الأمان البطاقة المسبقة الدفع».

2.3 على كل حامل بطاقة يرغب في الحصول على بطاقة جديدة يجب عليه التقدم بطلب من جديد.

3.3 تبقى البطاقة ملك للقرض الشعبي الجزائري الذي يحتفظ بحق استرجاعها في أي وقت دون تقديم سبب لذلك. ونتيجة لذلك يلتزم صاحب البطاقة أن يرجعها للبنك بعد تبليغه بسحبها بواسطة رسالة بسيطة.

المادة الرابعة: شروط استعمال البطاقة

1.4 إن حامل البطاقة مسؤول عن الاحتفاظ بها واستعمالها.

2.4 تعتبر البطاقة وسيلة دفع لدى التجار المنخرطين ويجب أن لا تستعمل إلا لغرض تسديد المشتريات من السلع والخدمات و لا يمكن في أي حال من الأحوال استعمال البطاقة كوسيلة دفع في المعاملات التجارية.

3.4 يجب على حامل البطاقة الاحتفاظ بكل وصل إلى غاية نهاية المعاملة.

4.4 لا يمكن لحامل البطاقة أن يقوم بأي احتجاج إلا عن طريق صاحب الحساب و هذا في أجل 30 يوم تحسب ابتداء من تاريخ المعاملة المحتج عليها.

5.4 يجب على حامل البطاقة أن يطلع على رصيده ببطاقته، بشئى الوسائل التي توضع تحت تصرفه

6.4 ترفى العمليات التي يجريها حامل بطاقة «الأمان البطاقة المسبقة الدفع» في حدود المسقف الذي يسمح به البنك و الرصيد الكافي في التعينة.

7.4 ينقل رصيد التعينة المتبقي في بطاقة انتهت مدة صلاحيتها إلى البطاقة الجديدة.

المادة الخامسة: المسؤوليات

1.5 مسؤولية البنك

1.1.5 البنك ملزم بإعادة المبلغ المتبقي في تعينة بطاقة «الأمان البطاقة المسبقة الدفع» التي تكون قد انتهت صلاحيتها أو ملغاة و هذا بعد خصم جميع العمولات طبقا للشروط العامة للبنك.

2.1.5 البنك ملزم بتسجيل العمليات التي أنجزت بواسطة البطاقة. تعتبر هذه التسجيلات دليل العمليات المنجزة بواسطة البطاقة كما تعد تبريرا لخصم مبالغ هذه العمليات من التعينة التي تشغل عليها البطاقة.

2.5 حدود مسؤولية البنك

1.2.5 لا يحمل البنك أي مسؤولية في حالة الاستعمال التديسي للبطاقة.

2.2.5 البنك ليس مسؤولا عن النتائج المترتبة بشكل مباشر أو غير مباشر عند عدم التمكن من استعمال (عدم الاشتغال) للبطاقة في حالة عطل تقني للنظام الآلي.

3.5 مسؤولية صاحب الحساب صاحب الحساب مسؤول بالتكافل والتضامن مع حامل البطاقة عن العواقب المالية المترتبة عن الاحتفاظ والاستعمال للبطاقة، و ذلك إلى غاية إرجاعها للبنك و الانتهاء الكلي لكافة العمليات التي تم إجراؤها على البطاقة.

4.5 مسؤولية حامل البطاقة

إن صاحب الحساب هو وحده مسؤول تجاه البنك عن صحة المعلومات التي يقدمها حامل البطاقة و كذا عن الاستعمال الذي يقوم به هذا الأخير للبطاقة.

المادة السادسة: المعارضة

1.6 لا يقبل القرض الشعبي الجزائري إلا المعارضة المرفوعة صراحة في حالة الضياع أو السرقة أو الاستعمال التديسي للبطاقة.

2.6 يجب على صاحب الحساب أو حامل البطاقة أن يقوم بتصريح بضياع أمام السلطات القضائية و بتقديم وصل التبليغ للبنك.

3.6 يحتفظ البنك بحق وضع البطاقة تحت المعارضة بقرار مبرر.

4.6 في هذه الحالات، على حامل البطاقة أو صاحب الحساب أن يقوم فوراً و بولية وسيلة بوضع البطاقة تحت المعارضة و أن يؤكد ذلك كتابيا في أقرب أجل مع وجوب تقديمه للوكالة.

5.6 العمليات التي أجريت قبل المعارضة، تقع على عاتق صاحب الحساب. العمليات التي أجريت بعد المعارضة تنقد في التعينة و لا يمكن الاحتجاج بها أمام القرض الشعبي الجزائري.

المادة السابعة: تعديل شروط العقد

1.7 صاحب الحساب و حامل البطاقة يتفقان على أن البنك يستطيع تعديل أو تغيير شروط العقد قصد تحديث أو تكيف أسلوب إدارته تبعاً للتطور التكنولوجي و/أو التنظيمي.

2.7 لا يقبل أي احتجاج من طرف صاحب الحساب أو حامل البطاقة بعد أجل 30 يوم تحسب ابتداء من تاريخ التبليغ بأخر التعديلات التي أجريت على العقد.

المادة الثامنة: الفسخ

1.8 يحتفظ البنك بحق فسخ هذا العقد في حالة عدم قبول صاحب الحساب و حامل البطاقة بالتعديلات التي أجريت على العقد.

2.8 يمكن للبنك و صاحب الحساب إنهاء هذا العقد دون إشعار مسبق أو تبرير. لا يؤدي فسخ العقد إلى استرجاع مبلغ الاشتراك السنوي (تمن البطاقة) والذي يبقى حقا مكتسبا للبنك.

المادة التاسعة: العقوبات

إن كل استعمال تعسفي أو تديسي تطبق عليه العقوبات المنصوص عليها في القوانين السارية المفعول.

المادة العاشرة: تسوية النزاعات

1.10 كل نزاع ينشأ بين حامل البطاقة و البنك بمناسبة تنفيذ و/أو تفسير هذا العقد و لم يتم تسويته بالطرق الودية في أجل 30 يوما من تاريخ حدوثه، يرفع إلى المحكمة الجزائرية المختصة إقليميا.

2.10 يتحمل صاحب الحساب البنكي الذي صدرت بموجب البطاقة كل التكاليف مصاريف و الاسترداد الجبري للمبالغ المستحقة.

بنك في الإصغاء اليكم



المراجع

المراجع باللغة العربية

/1 :

- (1) أمير يوسف، "التجارة الإلكترونية"، دار المطبوعات الجامعية أمام كلية الحقوق، الإسكندرية 2008.
- (2) السيد أحمد عبد الخالق، "التجارة الإلكترونية والعولمة"، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر 2006.
- (3) إبراهيم بختي، "التجارة الإلكترونية"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2005.
- (4) إبراهيم العيسوي، "التجارة الإلكترونية"، الطبعة الأولى، المكتبة الأكاديمية القاهرة، 2003.
- (5) ثابت عبد الرحمان إدريس وجمال الدين محمد المرسي، "التسويق المعاصر" الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر 2005.
- (6) حمدي عبد العظيم، "التجارة الإلكترونية"، أبعادها الاقتصادية والتكنولوجيا والمعلوماتية"، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية، القاهرة 2001.
- (7) جلال عايد الشورة، " " 2009.
- (8) "أساسيات ومفاهيم التجارة الإلكترونية" 2005.
- (9) "عالم التجارة الإلكترونية"، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر 1999.
- (10) رياض فتح الله بصله، " " 1995.
- (11) سعد غالب ياسين، بشير العباس العلق، "الأعمال الإلكترونية"، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2006.
- (12) سعد غالب ياسين، بشير عباس العلق، "التجارة الإلكترونية" دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2004.
- (13) "الأبعاد المستقبلية للحكومة الإلكترونية في الأردن: متطلبات نجاح المحلية الأردنية" 2007.
- (14) طارق طه، "التسويق والتجارة الإلكترونية"، دار الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005.
- (15) "التجارة الإلكترونية: المفاهيم، التجارب، الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية"، الدار الجامعية للطباعة والنشر الإسكندرية، 2003.

16 عبد الفتاح بيومي حجاز، التجارة الإلكترونية في القانون العربي النموذجي لمكافحة جرائم الكمبيوتر والانترنت، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، مصر 2006.

17 "التجارة الإلكترونية"

والتوزيع، عمان 2006.

18 عبد الحميد بيوني وعبد الكريم عبد الحميد بيوني، "أساسيات ومبادئ التجارة الإلكترونية"، دار الكتب العلمية، القاهرة، مصر 2004.

19 عبد الحميد بيوني وعبد الكريم بيوني، "التجارة الإلكترونية" لكتب العلمية، القاهرة، مصر 2003.

20 فريد النجار وآخرون، "التجارة والأعمال الإلكترونية المتكاملة في مجتمع"، الدار الجامعية للطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر 2006.

21 محمد عمر منصور الشويرف، "التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي جديد"، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان 2013.

22 محمد عبد الحسين الطائي، "التجارة الإلكترونية (المستقبل الواعد للأجيال)" 2010.

23 محمد نور برهان، عز الدين خطاب، "التجارة الإلكترونية" الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوزيعات، مصر 2009.

24 ية، شاء جودة خلف "التجارة الإلكترونية" 2008.

25 منير محمد الجنبهي، ممدوح محمد الجنبهي، "الشركات الإلكترونية" الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2006.

26 منير محمد الجنبهي، ممدوح محمد الجنبهي، "البنوك الإلكترونية" الجامعي، الإسكندرية، 2005.

27 منير محمد الجنبهي، ممدوح محمد الجنبهي، "النقود الإلكترونية" الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2005.

28 محمد إبراهيم أبو الهيجاء، "عقود التجارة الإلكترونية" 2005.

29 مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، "الأوراق التجارية (الحديثة)"، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2005.

30 "الاتجاهات الحادثة في المراجعة، مراجعة المعلومات الاقتصادية الإلكترونية"، القاهرة، الحريري للطباعة، مصر، 2005.

31 "عصر التكنولوجيا"، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2004.

32 محمد أمين الرومي "، المطبوعات الجامعية، 2004.

- (33) محمد السعيد خشبة، "تكنولوجيا التجارة الإلكترونية"، مطبعة الأوفست الحديثة، القاهرة، مصر، 2003.
- (34) "اتيجية للاستفادة من التجارة الإلكترونية في مصر" سلسلة قضايا التخفيض والتنمية، مصر 2002.
- (35) "أدوات وتقنيات مصرفية"، دار الغريب للطباعة والنشر والتوزيع القاهرة مصر 2005.
- (36) "المصارف والنقود الإلكترونية" المؤسسة الحديثة للنشر، 2007\01\04.
- (37) نضال إسماعيل برهم وغازي أبو عرابي، "أحكام عقود التجارة الإلكترونية" 2005.
- (38) "الإدارة الإلكترونية: الإستراتيجية والوظائف والمشكلات" المريخ، المملكة العربية السعودية 2004.
- (39) نهلة أحمد قنديل "التجارة الإلكترونية، المرشد لمدير العصر، رؤية تسويقية" 2004.
- (40) هشام مخلوف ومحمد وجدي يوسف وآخرون، "التجارة الإلكترونية الحاضر"، القاهرة، مصر، 2003.
- (41) وليد زبيدي، "التجارة الإلكترونية عبر الانترنت" المناهج، عمان، 2004.
- (42) يوسف أحمد أبو قارة، "التسويق الإلكتروني: عناصر المزيج التسويقي" الثانية، دار وائل للنشر، القدس، فلسطين، 2007.
- (43) "استراتيجيات التسويق الإلكتروني" 2003.

2 / رسائل الماجستير:

- (1) "واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر" متطلبات نيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص نقود بنوك والمالية أبي بكر بلقايد 2004\2003.
- (2) "أثر التجارة الإلكترونية على تحسين نوعية الخدمات المصرفية" 27 ة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير 2008.
- (3) "التحديات الصوفية لمواجهة اختلالات المنظومة المصرفية في ظل التوجه نحو اقتصاد السوق في الجزائر" نيل شهادة الماجستير اقتصادية 2014\2013.

4) سمية ديمش "التجارة الإلكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر"
قسنطينة 2011

bu.umc.edu.dz/thesos/economie/adim3592.pdf

5) دراسة تحليلية حول التجربة الجزائرية في مجال النقد الآلي البنكي
متطلبات لنيل شهادة الماجستير
اقتصادية

2008\2007

6) محمد شارين " رسالة ماجستير 2006

7) محمد ملود غزيل "التسويق الإلكتروني في الجزائر"

لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان 2006.

3/ :

1) براهيم بختي " نترنت وتطبيقاتها في مجال التسويق -
أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية
2002.

2) "معوقات تطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر وسبل معالجتها"
أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه تخصص اقتصاد التنمية جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان
2010.

4/ المجالات والدوريات:

1) برنامج تمويل التجارة العربية "معلومات التجارة العربية البينية"
فصلية رقم 31-20 الإمارات العربية المتحدة 2001.

2) زايري بلقاسم "طبعة التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها المتعددة"
المستقبل العربي يصدرها مركز الدراسات الوحدة العربية 25 288
فيفري 2003.

3) "التسويق والتجارة الإلكترونية في الدول العربية" "التحديات
التي تواجهها وسبل التغلب عليها"
نسائية العدد 5 جامعة محمد حيدر
ديسمبر 2003.

4) عفاف خوليد "فعالية الإعلان في ظل تكنولوجيا المعلوما
المؤسسات الاقتصادية الجزائرية"
07

2010\2009

www.rcweb.lvedld.net/rc7/28.30A2308938.pdf

5) فؤاد الشيخ سالم محمد سليمان عمود "المعوقات المدركة لتبني تطبيقات التجارة
الإلكترونية في الشركات الأردنية" "المجلة الأردنية المحلية الأردنية في إدارة الأعمال
01 01 مطبعة الجامعة الأردنية 2005.

6 "حماية المستهلك في التجارة الإلكترونية" نشرة التحكيم التجاري خليجي العدد 23 البحرين 2002.

7 "الملاح الأساسية للمعاملات الإلكترونية"، نشرة التحكيم الخليجي، العدد 20، يصدرها مركز التحكيم التجاري لدول مجلس التعاون الخليج، العربية، البحرين، سبتمبر 2001.

5/ الملتقيات الوطنية والدولية:

1 الحمزة منير "آليات واستراتيجيات تطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر" مشروع الجزائر الإلكترونية 2013 للإدارة الإلكترونية نحو إدارة إلكترونية فعالة للمجتمع الجماهيري الجماهيرية الليبية الشعبية الاشتراكية العظمي 1-4\06\2010.

2 روشام بن زيان "إعادة تأهيل الموارد البشرية المؤسسة ساعة الإ صلاحات الاقتصادية في الجزائر والممارسة التسويقية يومي 20 21 2004\04\2004

3 فريدة معافي "البنوك الإلكترونية" كلية العلوم المالية والإدارية 2004.

4 محمد بوزيان "التجارة الإلكترونية في الجزائر" والتحديات" الملتقى الدولي حول التجارة الإلكترونية كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير - - يومي 06-07 2004.

5 ناجي زهراء "التجربة التشريعية الجزائرية في تنظيم المعاملات الإلكترونية والمدنية والتجارية" المؤتمر العلمي المغربي الأول حول المعلوماتية والقانونية المنعقدة بأكاديمية الدراسات العليا 28-29\10\2009
iefpedia.com

6 نصر الدين سمال إلياس بلساسي (محاولة تأهيل النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في الجزائر) كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير 06 07 2004.

7 يوسف حسن يوسف "البنوك الإلكترونية" كلية العلوم المالية والإدارية 2004.

6/ الموارد القانونية:

1 المرسوم التنفيذي 8-257 واستغلالها الجريدة مية 26 1998 25 يضبط شروط وكيفيات .63

2 المرسوم التنفيذي رقم 2000 - 307 الذي يضبط شروط وكيفيات إقامة تترنت واستغلالها الجريدة الرسمية 15\10\2000 . 60

- (3) المرسوم التنفيذي رقم 162-07
التنفيذي رقم 123-01
2001\05\09
نوع من أنواع الشبكات بما فيها اللاسلكية الكهربائية وعلى مختلف المواصلات السلكية
واللاسلكية، الجريدة الرسمية 07 2007 37.
- (4) المرسوم التنفيذي رقم 91-04
2004\03\24 يتضمن إنشاء الوكالة
الوطنية لترقية الحظائر التكنولوجية وتطويرها ويحدد تنظيمها وسيرها، الجريدة الرسمية
28 2004 19.
- (5) المرسوم الرئيسي رقم 190-06
31 2006، يسند إلى وزير البريد
وتكنولوجيا الإعلام والاتصال
لوصاية على المركز الوطني للتقنيات الفضائية،
الجريدة الرسمية لـ 31 2006 36.
- (6) 10-05
20 2005، يعدل ويتم الأمر 58-75
متضمن الجريدة
1975 26
الرسمية 26 2005 64.
- (7) 06-05
23 2005، المتعلق بمكافحة التهريب،
الجريدة الرسمية 28 2003 59.
- (8) 11- 3
-2 2003 المتعلق بالنقد والقرض، الجريدة
الرسمية 27 2003 53.

17 :

(1) "التجارة الالكترونية: كيف، متى وأين"، الموسوعة العربية للكمبيوتر

www.c4arab.com: En ligne

(2) www.ibm.com.2011 : IBM

(3) التجارة الالكترونية، "آفاق وتحديات"

www.uokufa.edu.iq/gourals/inédex.php/ghgect/carticle/viewf/.../1617

4)Ahmedkorday.blogspot.com/2011/10/blog-post-23.html

12/03/2015

5)Ar.wanda.com 28/01/2014

6)Classic.aawsat.com/details.asp ?article351349ftissueno=9959/01/

02/2015. 11 :05

7)Dspace.univ-tlemcen.dz/bitstream/112//6203/1/memoir.pdf

01/02/2015

8)Islamfingo-force.net

- 9) Kabota.forumara.bia.net/t5720-topic
- 10) Laboco//oque5.voila.net/141.com_bendaouidia_chlef.pdf
- 11) www.startimes.com/?t=301736.01/02/2015
- 12) www.mtahkan.com.blog
- 13) www.tec-wd.com/wd/2012/12/28
- 14) www.mcit.gov.sa 28/01/2014
- 15) www.alara-biyaa.net 28/01/2014
- 16) www.nedncom.com/rapport/march-pub-algrie.pdf
- 17) www.chihab.com/site/?page=cgv
- 18) www.dzmaison.com
- 19) Www.dzmaison.com.op.cit
- 20) www.materdz.com
- 21) www.djazairess.com/elnoustakbel/1000664.
- 22) Www.abah.couk/research-papers/barriers-to-the-development-of-ecommerce.pdf
- 23) www.startimes.com/f.aspx?t=32998051
- 24) www.eclat.com/2011/10/blog-post-18.html.2014

ملخص

ظهرت التجارة الالكترونية كأسلوب جديد يتمثل في إلكترونيا حيث استطاعت هذه التجارة أن تهز الأسس المفاهيم التي يقوم عليها الاقتصاد العالمي وذلك نتيجة تطورها واحتلالها مكانة دولية في العلاقات التجارية.

الإلكترونية ووسائل دفعها لا نزال نشهد تباين بين دول ، فتجربة الجزائر في تطبيق هذه التجارة لم تصل بعد إلى الانطلاقة والنهضة المرجوة، ولا تزال في مراحلها الأولى، حيث اتخذت مؤخرا إجراءات عدة في جميع الميادين بغية تدعيم استخدام تكنولوجيا

حين تطورات الدول السارية إلى تقدم التكنولوجيا التجارة الالكترونية
يحتا تغيرات الجذرية لفتح مجال لتطور هذه التجارة في الجزائر

الكلمات المفتاحية:

- التجارة الإلكترونية
- وسائل الدفع الحديثة
-

Résumé :

L'évolution du commerce électronique a engendré un nouveau style de travail notamment dans la proposition de gamme de produits et de services variés ainsi que les échanges et les contrats ce qui a bouleversé tous les principes et les notions de l' économie mondiale.

Malgré cela, son utilisation diffère d'un pays à un autre et d'une région à une autre. En effet, en Algérie cette expérience reste à ses premiers pas par rapport au niveau mondial. En revanche, l'état a pris dans ce domaine des mesures nécessaires quant à l'emploi de la technologie de l'information et de la communication. En réalité, le commerce électronique nécessite un ensemble de transformations radicales pour l'évolution du commerce algérien tant à l'intérieur qu'à l'extérieur.

Mots clefs :

- L commerce électronique
- Nouveaux mode de paiement
- Internet

Abstract

The electronic trade have appeared as a men style of wok ;which is characterized by Exhibitiyo goods and varied services and the exchanges and the electronic contracts which have overturned all the principles and the notions of world economi despite the expansion of ectronic trade.its use differs from country to another ; and from region to anther .in fact ; in Algeria ,this experiance stay in its first steps vis à vis the word level ;but the state has tken in this domain necessary measures to provide the using of technology date and communication in fact, the electronic trade requires a whole of radical transformations for the evolution of Algerian trade.

Key words :

- Electronic trade.
- New mode of payment.
- The internet.