

التجارة الإلكترونية واستعمال الدفع الإلكتروني في الجزائر E-commerce and the use of Electronic payment in Algeria

سعاد دعبوز⁽¹⁾* كريمة فرحي⁽²⁾

⁽¹⁾ جامعة البويرة، مخبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتنمية المحلية، الجزائر،

s.daabouz@univ-bouira.dz

⁽²⁾ جامعة البويرة، مخبر الدولة والإجرام المنظم، مقارنة قانونية بأبعاد اقتصادية

واجتماعية، تبيض الأموال نموذجاً، الجزائر، k.farhi@univ-bouira.dz

تاريخ الاستلام: 2021/05/07؛ تاريخ القبول: 2021/06/05؛ تاريخ النشر: 2021/06/30

ملخص:

تهدف الدراسة إلى تحديد واقع التجارة الإلكترونية من خلال تعريفها، أهميتها وأهدافها، مضمون قانون التجارة الإلكترونية 18-05 وترتيب مؤشر التجارة الإلكترونية خلال الثلاث سنوات الأخيرة واستعمالات الدفع الإلكتروني في الجزائر.

وننتج عن الدراسة أن الجزائر قامت بإصدار العديد من بطاقات الدفع الإلكترونية سواء المحلية أو الدولية التي تتيح خدمات الدفع والسحب الإلكتروني وممارسة التجارة الإلكترونية، حيث سجل مؤشر التجارة الإلكترونية في الجزائر تقدم ملحوظ خلال ثلاث سنوات الأخيرة من المرتبة 109 إلى المرتبة 80 عالمياً، والمرتبة الرابعة إفريقياً.

كلمات مفتاحية: التجارة الإلكترونية، بطاقة الدفع، البطاقات البنكية، تكنولوجيا المعلومات، مؤشر التجارة الإلكترونية.

Abstract:

The study aims to determine the reality of E-commerce according to definition, importance, objective and content of the E-commerce law N° 18-05 and the classification in the E-Commerce

index, during the last three years past, then the use of electronic payment cards in Algeria..

The study concluded, that Algeria has several payment cards, either local or international, which allow withdrawal and electronic payment, and practice E-Commerce, Algeria has recorded a notable advance, going from 109th place to 80th in world level, thus the 4th place in Africa.

Keywords: E-commerce; payment cards; bank cards; information technology; the E-commerce index.

المقدمة:

يشهد العالم في السنوات الأخيرة تطورات في التعاملات الاقتصادية والتي نتجت عن ثورة تكنولوجيا المعلومات، فتسارع وتيرة الابتكارات والتقنيات الحديثة ساهم في تطور المجتمعات عبر الزمن إلى عصر المعلومات، وتحول في التعاملات التجارية من تقليدية إلى حديثة تعتمد على المعلومة بدرجة الأولى ليظهر مصطلح التجارة الإلكترونية إلى الساحة، والتي أصبحت ضرورة اقتصادية وأسلوب حياة جديدة في بيئة الأعمال الإلكترونية.

والجزائر كغيرها من الدول ومن أجل مواكبة التطورات في التكنولوجيا المعلومات تبذل جهودا من أجل النهوض باقتصادها سواء من خلال إدخال التقنية الحديثة في مؤسساتها أو من خلال القوانين التي تنظم التجارة الإلكترونية.

مما سبق يمكن طرح الإشكالية التالية:

ما هو واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر؟ وما طبيعة الدفع الإلكتروني في الجزائر؟

وللإجابة على الإشكالية المطروحة تم صياغة الفرضيات التالية:

- تعتبر شبكة الأنترنت عنصر مهم لقيام التجارة الإلكترونية.
- شهد مؤشر التجارة الإلكترونية في الجزائر تقدما في السنوات الثلاثة الأخيرة.
- تملك الجزائر بطاقات دفع محلية ودولية.

- يقتصر استعمال بطاقات الدفع الإلكتروني في دفع لفواتير.

أهداف الدراسة: تهدف الدراسة إلى تسليط الضوء على النقاط التالية:

- واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر.

- أنواع بطاقات الدفع الإلكتروني في الجزائر، وطبيعة التعاملات التي تتم بها.

- تطور التجارة الإلكترونية من خلال مؤشر التجارة الإلكترونية.

منهج الدراسة:

تناولنا موضوع التجارة الإلكترونية واستعمال الدفع الإلكتروني في الجزائر من خلال إتباع المنهج الوصفي والتحليلي، في الجزء الأول والمتمثل في الجانب النظري للتجارة الإلكترونية وكذلك تحليل الإحصائيات المتحصل عليها سواء من مواقع رسمية وتقرير سنوية.

المحور الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية

عرفت التعاملات التجارية تطورات عبر الزمن حيث انتقلت من شكلها التقليدي (التجارة التقليدية) إلى شكلها الحالي معتمدة على التكنولوجيا في تعاملاتها.

أولا- تعريف التجارة الإلكترونية

تعرف التجارة الإلكترونية بصفحتها مجموع المبادلات الإلكترونية والمرتبطة بالنشاطات التجارية ما بين المؤسسات، أو بين المؤسسات والأشخاص، أو بين المؤسسات والإدارات، فالتجارة الإلكترونية تشمل تبادل المعلومات وكذا الصفقات الخاصة بالسلع والخدمات أو الخدمات الإعلامية والمالية والقانونية⁽¹⁾.

وقد عرفت منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية OCDE "أنها المعاملات والصفقات التجارية التي يدخل فيها الأشخاص والمؤسسات وترتكز على تحويل وتحليل المعطيات

(1) Ministère de L'économie des finance et de l'industrie «commerce électronique: une nouvelle donne pour les consommateur, les entreprises, les citoyens et les pouvoirs publics», rapport Lorentz, janvier 1998, p3, sur le site www.utc.fr, consulté le 11/10/2019.

الإلكترونية على إختلاف أشكالها، حيث تركز هذه الصفقات كقاعدة على مختلف الشبكات المفتوحة كالأنترنت أو شبكات مغلقة⁽²⁾.

ووفق لهذا التعريف قد تتم التجارة الإلكترونية على نحوين: إما بشكل - غير مباشر - وفيه تم توصيل البضائع والخدمات التي تم الطلب عنها عبر الأنترنت بوسائل التسليم التقليدية عن طريق البريد أو عن طريق ممثلي الشركة البائعة، وقد تتم بشكل مباشر وتكون فيها طريقة التسليم للبضائع والخدمات معنويا بمعنى أن يتم في الحال ومن أمثلة هذه البضائع والخدمات نجد برامج الكمبيوتر والمجلات الإلكترونية وخدمات التسلية وغيرها، فالتسليم في التجارة الإلكترونية يتم ماديا ولا يمنع أن يكون التسليم معنويا⁽³⁾.

فالتجارة بشكل عام هي التبادل التجاري أو الإداري أو تبادل المعلومات بين طرفين أو أكثر باستخدام تقنيات المعلومات والاتصال.

ثانيا - خصائص التجارة الإلكترونية:

تتميز التجارة الإلكترونية بمجموعة من الخصائص نذكر منها⁽⁴⁾:

- خاصية الوصول العالمي : ونعني بذلك إمكانية وصول المؤسسة التي تملك موقعا تجاريا على الأنترنت ولو كانت صغير بمنتجاتها وخدماتها إلى الأسواق عبر العالم بأسره طالما أن شبكة الأنترنت لا تعرف الحدود المكانية والجغرافية.

- خاصية كلية الوجود: ونعني بذلك أن التجارة الإلكترونية تسمح للزبون بالحصول على السلعة أو الخدمة في أي مكان وفي جميع الأوقات، من خلال تسوقه عبر الحاسوب، من المنزل، أو من عمله وحتى من سيارته وذلك باستخدام التجارة عبر الهاتف المحمول، وبالتالي ساهمت التجارة الإلكترونية في الانتقال من مكان السوق إلى فضاء السوق.

- إمكانية إيصال المنتج أو الخدمة دون اللقاء المباشر بين الزبون والمنتج: وذلك فيما

(2) Revue OCDE, N°1-1997, « le commerce électronique » disponible sur le site de l'organisation : [http:// www.ocde.org/publicaton/pol-brief/index.htm](http://www.ocde.org/publicaton/pol-brief/index.htm), consulté le 30/3/2020

(3) خالد ممدوح إبراهيم، لوجستيات التجار الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2008، ص 125.

(4) محمد عبد حسين الطائي، التجارة الإلكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة، دار الثقافة، الأردن، 2010، ص 60-62.

يتعلق ببعض العناصر كالموسيقى، أفلام الفيديو، الأقراص المدمجة التي تحتوي على برامج كمبيوتر أو معلومات أو إحصائيات وغيرها، حيث بإمكان المؤسسة ايصالها للمستهلك مباشرة على الخط دون اللجوء إلى وسائل الاتصال التقليدية.

- غياب المستندات الورقية في معاملات التجارة الإلكترونية: حيث يمكن اتمام صفقة تجارية كاملة بدء بالتفاوض، ابرام العقد، دفع قيمة السلعة أو الخدمة وتسليمها إلكترونياً دون الحاجة إلى تبادل مستندات ورقية على الإطلاق.

- المعايير العالمية: ونعني بذلك أن تكنولوجيا التجارة الإلكترونية موحدة بين جميع دول العالم، بحيث أن المعايير التقنية للإنترنت للتعامل مع تطبيقات التجارة الإلكترونية مشتركة بين جميع الدول مما يساهم في تخفيض التكلفة والتي على التاجر دفعها في حالة جلبه للمنتجات للسوق، بالإضافة إلى تقليص الجهود المبذولة من طرف الزبون في البحث عن المنتجات وذلك بسبب وجود سوق واحد عالمي تعرض مواصفات المنتجات وأسعارها بسهولة وهذا عكس التجارة الإلكترونية والتي تختلف التكنولوجيا المستخدمة فيها من دولة إلى أخرى.

- الإثراء: ونعني بذلك تحقيق التوافق بين عدد الزبائن الذي تستطيع المؤسسة الوصول إليهم، ومدى قدرتها على التفاعل معهم وتزويدهم بالخدمات والمعلومات التي يحتاجونها، ففي ظل التجارة التقليدية فإن قيود التكلفة ومحدودية الموارد لدى المؤسسة العلاقة عكسية بين عدد الزبائن الذين تسعى المؤسسة الوصول إليهم ومستوى المعلومات والخدمات التي يمكن أن تقدم لهم وذلك عكس تطبيقات التجارة الإلكترونية والتي بفضل التكنولوجيا الرقمية جعلت العلاقة بين الخدمات والمعلومات المقدمة للزبائن والعدد المرغوب الوصول إليه منهم علاقة طردية.

- التفاعلية: نعني بها القدرة على الاتصال بين المؤسسة والزبون في الاتجاهين وهذا مالا نجده لو تحدثنا عن التجارة التقليدية، بحيث أن المؤسسة لو عرضت منتجها، مواصفاته وسعره على جهاز التلفاز أو الراديو فإن الاتصال يكون مؤسسة- زبون فقط، بحيث أن هذا الأخير ليس بإمكانه كمتفرج طرح أي سؤال أو الدخول في نقاش مع المؤسسة على غرار تطبيقات التجارة الإلكترونية حيث صار بإمكان الزبون وبواسطة صفحات الويب الاتصال الفوري بالمؤسسات وعلى نطاق واسع وعالمي، مما يزيد من

إدراكه للمنتج وتعزيز ولائه وثقته بعملية الشراء، بالإضافة إلى تقليص تكلفة بحثه عن المنتجات وتقييمها لاختيار الأفضل للمستهلك.

- كثافة المعلومات: نقصد بكثافة المعلومات كمية ونوعية المعلومات المتاحة أمام الأطراف المتعاملة في السوق (زبون، مؤسسة، متنافسين، وغيرها)، وقد أسهمت التجارة الإلكترونية في تقليص تكلفة جمع البيانات، معالجتها، تخزينها وإيصالها للمستفيدين منها، مما زاد من كثافة المعلومات المتوفرة على شبكة الانترنت وصفحات الويب بالإضافة إلى زيادة دقتها وموثوقيتها، بحيث أصبحت التكاليف والأسعار أكثر شفافية إلى الحد الذي أصبح فيه بإمكان الزبائن التعرف على مختلف الأسعار السائدة في السوق، وفي نفس الوقت ساعدت هذه الكثافة في المعلومات البائعين من خلال الاتصال المباشر مع الزبائن ومعرفة المزيد عنهم، مما يساعد على تحديد استراتيجيات التنافس في السوق.

- الفردية والتوجه نحو الزبون: بالموازاة مع التفاعلية وكثافة المعلومات تساعد التجارة الإلكترونية في الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات حول الزبون، احتياجاته وسلوكياته الشرائية في الماضي، تخزينها واستعمالها مباشرة في بناء خطة تسويقية تستهدف أفراد محددين وتكييف المنتجات مع تفضيلات المستهلك وسلوكياته السابقة⁽⁵⁾.

ثالثاً-أهمية التجارة الإلكترونية:

تركز أهمية التجارة الإلكترونية في النقاط التالية⁽⁶⁾:

- تعتبر وسيلة فعالة للقيام بالصفقات بين المتعاملين عن طريق الاتصال الإلكتروني المباشر بينهم وبذلك فهي تستغني عن المستندات الورقية وما يترتب عنه من نفقات.
- تعد وسيلة متميزة وغير مسبوقه للوصول إلى أسواق العالم جميعا في وقت واحد بأقل النفقات، حيث تساعد البائعين والمشتريين على تخطي حواجز المسافات وريح الوقت.
- يؤدي إلى تبادل المنافع ما بين المتعاملين من بائعين ومشتريين كما تعمل على

(5) إبراهيم العيسوي، التجارة الإلكترونية، المكتبة الأكاديمية، مصر، 2003، ص31.

(6) ناصر خليل، التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني، أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص ص40-41.

ترشيد القرارات التي يتخذها كل منهم بما تتميز من تدفق المعلومات في الوقت المناسب وبطريقة منسقة ودقيقة.

- تساعد الشركات على اتباع نظام التصنيع الحديثة الذي يتم بمساعدة الحاسب الإلكتروني من حيث تحديد تعاقب عمليات التشغيل وأسلوب التشغيل على أجزاء المنتج، وعمليات التحكم والرقابة، وتخطيط الاحتياجات من الموارد وموارد التصنيع والوقت المحدد.

- تسمح التجارة الإلكترونية بتبسيط عمليات المشروعات وتحقيق أهدافها عن طريق القضاء على التأخير في إصدار القرارات الإدارية.

- توفير في النفقات الإدارية ونفقات الاتصال وغيرها، حيث تعتبر بديلا عن تخصيص جزء كبير من رأس المال في علاقات مستمرة بين البائعين والمشتريين، كما تساهم في إتمام عملية التوزيع.

- تعتبر ذات أهمية لكل من المنتجين والمستهلكين خاصة في الدول النامية، حيث أنها تستطيع التغلب على الحواجز التقليدية للمسافة ونقص المعلومات عن الفرص التصديرية.

- تمكين الأشخاص القاطنين في دول العالم الثالث من الحصول على منتجات وبضائع لا تتوفر في بلادهم.

- إيجاد بضائع من خلال التجارة الإلكترونية ذات أسعار زهيدة، الأمر الذي يمكن ذوي الدخل المحدود من شرائها.

رابعاً- تطبيقات التجارة الإلكترونية

تتميز التجارة الإلكترونية بوجود مجموعتين رئيسيتين من المتعاملين:

المتعاملين الرئيسيون: وهم الذين يستعملون التجارة الإلكترونية أي الأطراف المتعاملة في التجارة الإلكترونية بطريقة مباشرة، عادة يقسمون إلى منظمات أعمال، مستهلكون، حكومة.

- المتعاملون الآخرون في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال: مجهزو الخدمة

والمتعاملون المشتركون في توفير شروط التجارة الإلكترونية مثل المنظمات، شركاء القطاع.

حيث تشمل التجارة الإلكترونية أي نشاط أو تعامل تجاري بين الاطراف المتعددة عبر الوسائل الإلكترونية وأهمها شبكة الأنترنت ويمكن لهذه الأطراف أن تلعب دور البائع أو المشتري وأحيانا الإثنين معا، ومن أجل قياس تفاعلاتهم قسمت أشكال التجار الإلكترونية حسب طبيعة وهوية الأطراف الأساسية المعنية بالتعامل التجاري كالآتي⁽⁷⁾:

- التعامل بين منظمة أعمال ومنظمة أعمال أخرى: ويتم من خلال تطبيق الصفقات الإلكترونية بمنظمات الأعمال، تأسس B2B في شكله البسيط ولعدة سنوات بين القطاعات التجارية من خلال استخدام تقنية التبادل الإلكتروني للبيانات لأغراض المبادلات التجارية فيما بينها على الشبكات الخاصة، حيث في أغلب الأحيان يستعمل للإشارة إلى التفاعلات بين منظمات الأعمال على الأنترنت في مجال أوسع (الأعمال الإلكترونية)، متضمن بذلك إدارة عمليات العمل المختلفة (كالتخطيط، التسويق مراقبة الجرد، الإمداد وغيرها) إضافة إلى ذلك فإن الصفقات الإلكترونية بين مؤسسات نفس الشركة تعتبر أيضا ضمن الأعمال الإلكترونية، ويشكل هذا النوع من المعاملات التجارية أغلب معاملات التجارة الإلكترونية حيث يستحوذ على ما يقارب 80 ٪ من إجمالي حجم التجارة الإلكترونية في العالم.

- التعامل بين منظمة أعمال والمستهلك (B2C): يقابل (B2C) البيع الفردي الإلكتروني، بمعنى آخر التعامل في البيع والشراء بين المؤسسات التجارية والأفراد المستهلكين، ويشمل هذا السوق قطاعات التجزئة التي تبيع المنتجات والخدمات للمستهلكين عبر الأنترنت، بحيث يطلب المستهلك السلعة أو الخدمة من موقع الشركة في الأنترنت ويدفع ثمنها بواسطة بطاقة الدفع الإلكتروني مثلا، ثم يحصل على السلعة أو الخدمة مباشرة إذا كانت منتجا رقميا أو عن طريق البريد التقليدي إذا كانت غير قابلة للتسليم الإلكتروني، بالرغم من محدودية هذا المجال من التجارة الإلكترونية إلا أن الاهتمام والخطط الاستراتيجية للشركات التجارية تتجه نحو الاستفادة من قطاع الأفراد والمستهلكين.

(7) عابد بن عابد العبدلي، التجارة الإلكترونية، في الدول الإسلامية الواقع -التحديات- الأمل، جامعة أم القرى، مصر، 2005، ص 7.

- التعامل بين منظمة أعمال وإدارة حكومة(B2G): لا يزال هذا المجال من التجارة الإلكترونية في مراحله الأولى في معظم الدول، ويتمثل هذا المجال في التفاعل الإلكتروني بين منظمات الأعمال والمؤسسات الحكومية كعمليات إثبات ومدفوعات الضرائب، مدفوعات التراخيص التجارية، الرسوم الجمركية إضافة إلى عمليات الشراء التي تقوم بها المؤسسات الحكومية مع المؤسسات التجارية إلكترونياً.

- التعامل بين المستهلك ومستهلك (C2C): يستند هذا المجال من التجارة الإلكترونية على التعامل التجاري الإلكتروني بين الأفراد المستهلكين أنفسهم، من خلال وضع إعلانات على المواقع الشخصية في الأنترنت بهدف بيع الأغراض الشخصية أو بيع الخبرات للآخرين.

- تعاملات أخرى: إدارة حكومة وإدارة الحكومة (G2G)، إدارة حكومة و مواطن (G2C) مواطن وإدارة حكومة(C2G)، إدارة حكومة ومنظمات أعمال (C2B) هذه المجالات من التجارة الإلكترونية تندرج ضمن مفهوم الحكومة الإلكترونية بحيث يعرف المستعملين الفرديين كمواطنين وليس كمستهلكين⁽⁸⁾.

المحور الثاني: التجارة الإلكترونية في الجزائر

قامت الجزائر بإصدار قانون التجارة الإلكترونية في سنة 2018 لتنظيم النشاط التجاري وشروط ممارسة النشاط التجاري الإلكتروني.

أولاً- مضمون قانون التجارة الإلكترونية في الجزائر:

القانون رقم 05-18 المؤرخ في 24 شعبان 1439 الموافق لـ 10 ماي 2018 المتضمن شروط ممارسة التجارة الإلكترونية في مادتيه (المادة 8 والمادة 9) نصت⁽⁹⁾:

- يخضع نشاط التجارة الإلكترونية للتسجيل في السجل التجاري أو في السجل الصناعات التقليدية والحرفية، حسب الحالة.

(8) يوسف أحمد أبو فارة، التسويق الإلكتروني، دار وائل، الأردن، 2003، ص 29.

(9) المادة 8 و9 من القانون رقم 05-18 المؤرخ في 10 ماي 2018 الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 28، الجزائر، ص 6، 16 ماي 2018.

- ولنشر موقع إلكتروني أو صفحة إلكترونية على الأنترنت مستضاف في الجزائر
".com.dz"

- إنشاء بطاقة وطنية للموردين الإلكترونيين لدى المركز الوطني للسجل التجاري
تضم الموردين الإلكترونيين المسجلين في السجل التجاري أو في سجل الصناعات
التقليدية والحرفية.

- لا يمكن ممارسة نشاط التجارة الإلكترونية إلا بعد إيداع اسم النطاق لدى
مصالح المركز الوطني للسجل التجاري تنشر البطاقة الوطنية للموردين الإلكترونيين عن
طريق الاتصال الإلكتروني وتكون في متناول المستهلك الإلكتروني وهذا حسب المادة 9
من القانون.

- ويضمن القانون تعميم الدفع الإلكتروني في جميع التعاملات المالية، وكذا إلزام
المحلات التجارية بتوفير أجهزة الدفع الإلكتروني، التي تسمح للزبائن تسديد المشتريات
ببطاقتهم الذكية دون الحاجة إلى حمل الأموال الورقية والنقدية.

ثانيا - المتاجر الإلكترونية في الجزائر

بالنسبة للمستهلك فإن أي موقع إلكتروني أو منصة إعلانات إلكترونية يتم من
خلالها تداول العروض والطلبات، والقيام بعمليات البيع والشراء بشكل سهل وناجح،
عبارة عن متجر إلكتروني، لكنها تختلف فيما بينها بآلية التسويق والتسليم، وبالفعل
تحول الكثير من المواقع إلى متاجر إلكترونية، حيث نجحت هذه المتاجر الإلكترونية من
خلال تفاصيل إعلاناتها وخدماتها وطرق الدفع والتوصيل التي تتيحها، بتسهيل المهمة
على المستهلك، والقدرة على استقطاب عدد أكبر من الزبائن سواء عبر تطبيقاتها على
الهواتف الذكية أو مواقعها الإلكترونية على أجهزة الكمبيوتر.

ومن أهم مواقع البيع والشراء عبر الأنترنت في الجزائر (المتاجر الإلكترونية) نجد:

- الموقع الأول www.ouedkniss.com: يمتاز هذا الموقع بشعبية جزائرية جيدة،
يستطيع أي شخص أن يعرض صورا أو معلومات عن سلعة مستعملة المراد بيعها أيا
كانت: سيارة، جهاز كمبيوتر، ملابس، ويكون التفاوض عن السلعة عبر الهاتف.

- الموقع الثاني : www.dz.opensooq.com وهو موقع تستطيع إضافة أي إعلان لسلعتك أيا كانت: سيارات مركبات عقارات وحتى إعلانات الباحثين عن الوظائف الشاغرة.

- الموقع الثالث www.echrily.com: تستطيع الزبون من خلال هذا الموقع أن يشتري المواد الغذائية وتصله إلى باب منزله ويكون الدفع عند التسليم وما يعاب عليها أن هذه الخدمة متوفرة لسكان العاصمة فقط.

- الموقع الرابع www.souqbladi.com: هو أيضا موقع شعبي يتوفر على إعلانات بيع وشراء إكسسوارات إعلام آلي، محلات للبيع، سكنات للإيجار.

ثالثا- بطاقات الدفع الإلكتروني في الجزائر – البطاقات البنكية-

تولت شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية بين البنوك (SATIM) التي تأسست سنة 1995 من مساهم كل من: (CNEP.CPA.BNA.BEA.BDL.BADR.ALBARAKA.CNMA) مهمة تحديث تقنيات البنكية وتطويرها وكذا تسيير النقد ما البنوك، حيث تقوم الشركة بإصدار البطاقات البنكية سواء المحلية أو الدولية بإجراء عقد مع البنك حسب المقاييس المعمول بها دوليا.

- البطاقة ما بين البنوك (CIB) (البطاقات المحلية):

بطاقة CIB هي بطاقة إلكترونية ذات استعمال شخصي مستندة على حساب بنكي صادرة عن أحد البنوك المعتمدة في الجزائر عمومية أو خاصة، حيث أصدر بنك الجزائر تعليمة رقم 04/05 المؤرخة في 02 أوت 2004، التي تحدد الشكل ومواصفات التقنية لكل البطاقات البنكية المستعملة في الجزائر، حيث يجب أن تستوفي معايير "EMV"⁽¹⁰⁾.

ويوجد نوعان من بطاقة CIB⁽¹¹⁾:

- البطاقة العادية classique: يمكن من خلالها القيام بعمليات الدفع والسحب

(10) صليح بونفلة، عصام نجاح، بطاقة "CIB" والنظام القانوني للعقود الخاصة بها، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد 09، العدد 03، كلية الحقوق والعلوم السياسية بجامعة الوادي، الجزائر، ديسمبر 2018، ص500.

(11) نفس المرجع السابق.

عبر كامل الشبكة، وتقدم لزيائن البنوك بناء على معايير يحددها كل بنك على حدة وهي ذات لون أزرق، في الغالب تمنح لفئة عملاء المصارف الذي يكون دخلهم أكبر من 10000 دج.

- البطاقة الذهبية gold: إضافة إلى خدمات السحب والدفع يمنح هذا النوع من البطاقة خدمات إضافية لحاملها وكذا سقف أعلى للسحب والدفع، ذات لون ذهبي، توجه هذه البطاقة لفئة معينة من عملاء المصارف الذي يكون دخلهم أكبر أو يساوي 45000 دج.

2- البطاقات الدولية:

إلى جانب إصدار بطاقة CIB بنوعين قامت البنوك الجزائرية بإصدار بطاقات دولية مطابقة للبطاقات المتعامل بها في دول العالم والتي يمكن استعمالها على مستوى الدولي ومن أكثر استعمالا نجد: ⁽¹²⁾

- بطاقة فيزا: وهي الأشهر على الإطلاق والأكثر قبولا في العالم، ولديها أكبر شبكة للبطاقات في العالم وتستحوذ وحدها على حوالي 44 ٪ من سوق البطاقات الائتمان في الولايات المتحدة الأمريكية.

- ماستر كارد: تحتل المرتبة الثانية في الانتشار بعد بطاقة فيزا ولكنها تفوق عليها بالتقنيات العالمية مثل تقنية PayPass وهي تقنية جديدة تسمح لحامل البطاقة بوضع بطاقته المغناطيسية فوق جهاز الشراء ويتم قبول الدفع فورا.

- تطور حجم البطاقات البنكية CIB

الجدول 1: حجم إصدار بطاقة CIB الكلاسيكية والذهبية

2019	2018	2017	2016	عدد البطاقات الكلاسيكية
1367749	1281291	159725	387727	

(12) سمية عبابسة، وسائل الدفع الإلكتروني في النظام البنكي الجزائري – الواقع والمعوقات والآفاق المستقبلية، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 3، العدد 2، جامعة أم بواقي، ديسمبر 2016، ص 347، 348.

عدد البطاقات الذهبية	303655	28773	220674	271035
----------------------	--------	-------	--------	--------

المصدر: بالاعتماد على وثائق مقدمة من طرف شركة النقد الآلي فيما بين البنوك

SATIM

نلاحظ من خلال تحليلنا لمعطيات الجدول تزايد حجم إصدار كل من البطاقة الكلاسيكية والذهبية خلال سنة 2016 إلى غاية سنة 2019، ويمكن لحامل البطاقة تجديد صلاحية البطاقة كل سنتين.

رابعاً- طبيعة الدفع الإلكتروني في الجزائر

عرفت سنة 2016 تغير في استعمال البطاقات البنكية في الجزائر بعدما كان دورها يقتصر فقط في استخدامها لسحب الأموال، حيث أصبح بإمكان حامل البطاقة استعمالها في عملية الدفع عند اقتنائه لسلعة أو خدمة معينة، وفيما يلي عدد أجهزة الدفع الإلكتروني في البنوك الجزائرية سواء العمومية أو الخاصة والأجنبية خلال الفترة 2016 و2020.

الجدول 2: عدد أجهزة الدفع الإلكتروني TPE (2016- 2020)

السنة	العدد الإجمالي لمحطات الدفع الإلكترونية العاملة
2016	5 049
2017	11 985
2018	15 397
2019	23762
2020	33945

Source : giemonitique.dz, consulté le 30/4/2020

لقد شهدت الفترة من 2016 إلى سنة 2020 توسع عدد أجهزة الدفع الإلكتروني، حيث كان عدد محطات الدفع الإلكتروني في سنة 2016 ما يقارب 5040 جهاز موزع على مستوى ليصل إلى 33945 جهاز دفع إلكتروني في سنة 2020.

تجدر الإشارة إلى أن المعاملات المالية عبر الأنترنت في الجزائر تشمل دفع فواتير الهاتف، الكهرباء والغاز، الماء وكذلك بعض الخدمات الأخرى على غرار التأمينات

والنقل، حيث شهدت سنة 2017 القيام بتحويل 100000 عملية دفع إلكتروني لتسوية الفواتير، وفيما يلي تطور حجم معاملات الدفع عبر الأنترنت في الجزائر.

الجدول 3: حجم عمليات الدفع عبر الأنترنت.

السنة	العدد الإجمالي لمعاملات الدفع	المبلغ الإجمالي لمعاملات الدفع بـ دج
2016	65 501	444 508 902,40
2017	122 694	861 775 368,90
2018	190 898	1 335 334 130,76
2019	274624	1916994721,11
2020	711777	4733820043,01

Source : giemonitique.dz, consulté le 30/4/2020

من خلال معطيات الجدول نلاحظ أن الدفع عبر الأنترنت في سنة 2015 لم تعرف أي عملية دفع عبر الأنترنت وكان البداية كما قلنا سابقا في نهاية 2016 كما ارتفع عدد عمليات الدفع عبر الأنترنت في سنة 2017 إلى 122 694 عملية دفع يقابلها مبلغ إجمالي يقدر بـ 861 775 368,90 دج، لتصل في سنة 2020 إلى 711777 معاملة مالية تقدر بـ عملية بمبلغ إجمالي يقدر بـ 4733820043,01 دج رغم هذا الارتفاع إلا أن عملية تفعيل دور البطاقات البنكية في النشاط التجاري في الجزائر من خلال عملية الدفع لا تزال في مراحلها الأولى، وفيما يلي جدول تفصيلي يعرض المجالات التي يتم فيها الدفع عبر الأنترنت.

الجدول 4: طبيعة الدفع عبر الأنترنت بواسطة البطاقة البنكية

السنة	هاتف/ اتصالات	نقل	التأمين	كهرباء/ ماء	خدمة إدارية	خدمات	المبلغ الإجمالي بـ دج
2016	6536	388	51	391	0	0	15009842.02
2017	87268	5677	2467	12414	0	0	267993423.4
2018	138495	871	6439	29722	1455	0	332592583.28
2019	141552	6292	8342	29722	2432	5056	503870361,61
2020	33945	11 350	4 845	85 676	68 395	213 175	5 423 727 074,80

Source : giemonitique.dz , consulté le 30/4/2020

من خلال الجدول أعلاه يمكن القول أن الدفع عبر الأنترنت عرف في قطاع الخدمات من خلال دفع الفواتير سواء الكهرباء، والماء يليها النقل والتأمين.

أما فيما يخص المجال التجاري عرف الدفع عبر الأنترنت في الجزائر باستعمال بطاقة الدفع فيما بين البنوك وبطاقة الدفع البريدية، وذلك من خلال بيع البضائع بداية شهر جانفي 2020 أما خلال الفترة 2016 إلى نهاية ديسمبر 2019 لم تسجل أي عملية دفع في هذا المجال.

وفيما يلي تطور عدد معاملا الدفع عبر الانترنت (بيع البضائع) خلال الفترة 2017-2020.

الجدول 5 : تطور عدد المعاملات الدفع عبر الانترنت (بيع البضائع) للأشهر الأربعة الأولى لسنة 2020

السنة	2017	2018	2019	2020
عدد المعاملات في مجال بيع البضائع	0	0	0	235

Source : giemonitique.dz, consulté le 30/4/2020

خامسا- مؤشر التجارة الإلكترونية في الجزائر:

يعتمد مؤشر التجارة الإلكترونية على: ⁽¹³⁾

- معدل انتشار استخدام الانترنت وانتشار الحسابات الإلكترونية .
- بطاقة الدفع للمواطنين الذين تتجاوز أعمارهم 15 سنة.
- توافر خوادم آمن لاستخدام الحسابات وبطاقات الدفع وتأمين المراسلات الإلكترونية.
- وحسب تقرير الأمم المتحدة للتجارة والتنمية أونكتاد في ترتيب الدول العربية حسب مؤشر التجارة الإلكترونية إلى ثلاثة مجموعات:
- المجموعة الأولى (1-50)، تشمل ثلاث دول وهي الإمارات، وقطر، والسعودية.

(13) https://unctad.org/system/files/information-document/PR15003_ar_IER1.pdf, consulté le 18/12/2020.

- المجموعة الثانية (51-100) تشمل سبع دول هي: الكويت، سلطنة عمان، البحرين، لبنان، وتونس، الأردن، المغرب.

- المجموعة الثالثة (101-152) تشمل عشر دول، وهي مصر، والجزائر، ليبيا، جيبوتي، السودان، العراق، سوريا، اليمن، موريتانيا جزر القمر.

ويتضح من ذلك أن أغلبية العربية في المجموعة الثالثة والشريحة الدنيا في المجموعة الثانية، وأن دولتين تقعان ضمن الدول العشر التي احتلت ذيل القائمة.

وبصفة عامة، فقد حقق عدد من الدول العربية تقدما ملحوظا في مراكزها خلال السنتين 2018 و 2019، فتقدمت جيبوتي بـ 14 مركزا (من 138 إلى 124)، وسلطنة عمان بـ 13 مركزا (من 72 إلى 59)، وقطر 12 مركزا (من 59 إلى 47)، ومصر 11 مركزا (من 113 إلى 102)، والكويت 10 مراكز (من 65 إلى 55)، وتونس 9 مراكز (من 79 إلى 70)، والإمارات بخمسة مراكز (من 33 إلى 28)، وكذلك اليمن (164 إلى 141)، والجزائر 4 (من 111 إلى 107)، السعودية بثلاثة مراكز من 52 إلى 49.

وهناك دول تراجع في ترتيبها مثل : المغرب تراجعت 14 مركزا (من 81 - 95)، والأردن 13 مركزا (من 74 إلى 87)، والسودان 8 مراكز (من 122 إلى 130)، وموريتانيا 6 مراكز (من 139 إلى 145)، ولبنان 5 مراكز (من 63 إلى 68)، والبحرين 4 مراكز (من 61 إلى 65)، وكذلك جزر القمر (من 145 إلى 149)، والعراق بمركزين (من 129 إلى 131) وكذلك ليبيا (من 109 إلى 107)، وكانت سوريا الدولة الوحيدة التي احتفظت بنفس الترتيب وهو 134.

في المجمل فإن الجزائر بعدما احتلت المركز 111 في 2017 والمركز 118 في سنة 2018، أما في سنة 2019 فقد احتلت المرتبة 107 عالميا من أصل 151 دولة.

الجدول رقم (06) : ترتيب مؤشر التجارة الإلكترونية للجزائر

السنة	2017	2018	2019	2020
الترتيب العالمي من أصل 151 دولة	111	118	107	80

Source : unctadstat.unctad.org / statistics, consulté le 30/12/2020

ومن بين العوامل التي ساهمت في تطور مؤشر التجارة الإلكترونية في الجزائر نجد:

- تزايد عدد تاجر الويب المنخرط في نظام الدفع الإلكتروني البنكي والمرخص لهم مزاولة النشاط التجاري الإلكتروني سنة 2020 إلى 92 موقع، ما نتج عنه حوالي 6 870 845 معاملة .

- التوسع في استعمال شبكة الأنترنت

- استعمال بطاقة بريد الجزائر (البطاقة الذهبية) في المعاملات التجارية.

خاتمة:

من خلال الدراسة توصلنا إلى النتائج التالية:

- تضمن قانون التجارة الإلكترونية 18-5 الصادر في ماي 2018 شروط ممارسة النشاط التجاري الإلكتروني من خلال المادة 8 والمادة 9.

- عملت الجزائر على إدخال تكنولوجيا المعلومات في مجال المالي من خلال إصدار بطاقات دفع محلية ودولية تتماشى والمعايير المعمول بها دوليا، ومن بينها نجد بطاقة الدفع فيما البنوك وهي ذات الاستعمال المحلي فقط، أما بطاقة فيزا وماسترفي بطاقة دولية تمكن حاملها من استعمالها في كافة أنحاء العالم.

- سجلت نهاية سنة 2019 وبداية سنة 2020 تزايد في معاملات الدفع الإلكتروني بثلاث إلى أربع أضعاف حجم معاملات عما كانت عليه قبل ثلاث سنوات، حيث أن وباء كورونا دفع الجزائريين وبعض المؤسسات إلى تبني الدفع الإلكتروني عن بعد عن طريق المواقع الإلكترونية.

ومن أجل نمو التجارة الإلكترونية في الجزائر يستوجب :

- زيادة سرعة تدفق الأنترنت والتي تعتبر عنصر مهم سواء للزبون أو التجار لتقديم خدماتهم ومنتجاتهم، وكذلك لتصل لأكثر شريحة من المجتمع.

- التحسيس بأهمية التجارة الإلكترونية في النمو الاقتصادي للمجتمع الجزائري

- زيادة المواقع الإلكترونية المرخص لهم في تقديم تحفيزات مالية وضريبية لتشجيع انتشار التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها.

- الاعتماد على الدفع الإلكتروني في المعاملات التجارية من خلال البطاقات البنكية أو البطاقة الدفع البريدية (البطاقة الذهبية).

المراجع

المراجع العربية:

- خالد ممدوح إبراهيم، لوجستيات التجار الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2008.
- محمد عبد حسين الطائي، التجارة الإلكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة، دار الثقافة، الأردن، 2010.
- إبراهيم العيسوي، التجارة الإلكترونية، المكتبة الأكاديمية، مصر، 2003.
- ناصر خليل، التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني، أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
- عابد بن عابد العبدلي، التجارة الإلكترونية، في الدول الإسلامية الواقع –التحديات- الأمل، جامعة أم القرى، مصر، 2005.
- يوسف أحمد أبو فارة، التسويق الإلكتروني، دار وائل، الأردن، 2003.
- صليح بونفلة، عصام نجاح، بطاقة "CIB" والنظام القانوني للعقود الخاصة بها، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد 09، العدد 3، جامعة الوادي، ديسمبر 2018.
- سميرة عبابسة، وسائل الدفع الإلكتروني في النظام البنكي الجزائري – الواقع والمعوقات والآفاق المستقبلية-، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 3، العدد 2، جامعة أم بواقي، ديسمبر 2016.
- المادة 8 و9 من القانون رقم 05-18 المؤرخ في 10 ماي 2018 الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 28، الجزائر، 16 ماي 2018.
- وثائق مقدمة من طرف شركة النقد الآلي فيما بين البنوك Satim

المراجع الأجنبية:

- Ministère de L'économie des finance et de l'industrie « commerce électronique : une nouvelle donne pour les consommateurs, les

entreprises, les citoyens et les pouvoirs publics », rapport Lorentz, janvier 1998, sur le site www.utc.fr, consulté le 11/10/2019.

- Revue OCDE, N°1-1997, « le commerce électronique » disponible sur le site de l'organisation : <http://www.ocde.org/publicaton/pol-brief/index.htm>, consulté le 30/3/2020
- https://unctad.org/system/files/information-document/PR15003_ar_IER1.pdf, consulté le 18/12/2020
- [unctadstat.unctad.org / statistics](http://unctadstat.unctad.org/statistics), consulté le 30/12/2020
- giemonitique.dz, consulté le 30/4/2020.