

دور الدفع الالكتروني في تعزيز التجارة الالكترونية في الجزائر

The role of electronic payment in promoting e-commerce in Algeria

عجال وسيلة¹، زياد أمحمد²

ADJAL Wassila¹, ZIAD M'hamed²

¹ جامعة معسكر (الجزائر)، Wassila.adjal@univ-mascara.dz

² جامعة معسكر (الجزائر)، Ziad.mhamed@univ-mascara.dz

تاريخ الاستلام: 2025/01/13 تاريخ القبول: 2025/02/05 تاريخ النشر: 2025/03/21

ملخص:

تهدف هذه الورقة إلى تسليط الضوء على الدور الذي تلعبه الابتكارات الالكترونية المصرفية، في تعميم الخدمات المالية وتعزيز التجارة الالكترونية في الجزائر، من خلال دراسة واقع الدفع الالكتروني ومساهمته في زيادة استخدام التسويق الرقمي. حيث أكدت النتائج أن معظم المؤشرات وبالرغم من تحسنها المستمر، الا انها مازالت تدل على مستوى أقل من المتوسط في حجم المعاملات الالكترونية في الجزائر بسبب التأخر في استخدام الدفع الالكتروني وانعدام الثقة في التعامل مع البنوك. تمثلت أهم التوصيات في ضرورة توفير البنية التحتية والقانونية من أجل تطوير الدفع الالكتروني، والعمل على التثقيف المالي، ومواصلة التزام بالسياسات والإصلاحات التي تهدف إلى تحسين أليات التسويق الالكتروني وتعزيز التجارة الالكترونية. من خلال استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال مع الوسائل والتطبيقات الرقمية، لإرساء بيئة قائمة على المعرفة في ظل العصر الرقمي.

كلمات مفتاحية: التحول الرقمي، الدفع الالكتروني، التجارة الالكترونية، الجزائر.

تصنيفات JEL: L81، L89

Abstract:

This paper aims to shed light on the role played by electronic banking innovations in generalizing financial services and promoting electronic commerce in Algeria, by the study of the fact of electronic payment And its contribution to increasing the use of digital marketing.. Where the results confirmed that most indicators, despite their continuous improvement, still indicate a level below average in level of electronic transactions in Algeria due to the delay in the use of electronic payment and the Lack of trust in dealing with banks. The most important recommendations were the need to provide the infrastructure and legal framework to develop electronic payment, work on financial education, and continue to adhere to policies and reforms aimed at improving e-marketing mechanisms and promoting e-commerce. The use of modern information and communication technologies with digital means and applications to establish a knowledge-based environment in the digital age.

Keywords: Digital transition, e-payment, e-commerce, Algeria

JEL Classification Codes : L81, L89

¹ المؤلف المرسل: عجال وسيلة؛ مايل: Wassila.adjal@univ-mascara.dz, ADJAL Wassila,

1-المقدمة:

لقد مكنت ثورة المعلومات والاتصالات التي شهدها العالم في بداية تسعينات القرن الماضي من ابراز دور وأهمية التحول الرقمي في زيادة تطور مختلف القطاعات الاقتصادية عن طريق رفع مستوى كفاءة العمل وخفض مستوى التكلفة والوقت اللازم لتنفيذ مختلف المهام الاقتصادية والمعاملات التجارية والمالية. لذا بات واضحا بأن رقمنة مختلف القطاعات الحيوية في الجزائر لم تعد خيارا، بل أصبحت ضرورة عصرية وتوجها جديدا يعزز الشراكة الاقتصادية ويثمن الموارد الوطنية بما يؤدي الى إنعاش معدلات النمو ويعزز من المداخل خارج قطاع المحروقات (البنك العالمي، 2023).

ولمواكبة التطورات والارتقاء بنظامها المصرفي، سعت الجزائر إلى إنشاء نظام دفع إلكتروني مازال يعاني عجزا في التطبيق منذ سنة 2005. فبعد إطلاق مشروع استراتيجية الحكومة الإلكترونية سنة 2008، والتي حددت فترة تطبيقها بخمس سنوات أي بنهاية سنة 2013، إلا أن الآجال المحددة انقضت دون تحقيق الأهداف المرجوة (حططاش، 2018). بالمقابل، لا يزال إطلاق مشاريع البرامج الإلكترونية الجديدة متواصلا، كمشروع تعميم وتحديث الدفع الإلكتروني وتفعيل العديد من المنصات الرقمية عبر مختلف القطاعات في الاقتصاد الوطني. ومن جهة أخرى، فإن الاستعمال الواسع للدفع الإلكتروني سيجبر مختلف المتعاملين الاقتصاديين على فتح الحسابات البنكية كما يساهم في زيادة انتشار أجهزة الصراف الآلي ونقاط البيع، كوننا نعيش عصر الاقتصاد الرقمي الذي يفرض حتمية الاندماج فيه وإلزامية العزلة عن العالم في شتى المجالات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية. الخ، ما يدفع كل المتعاملين سواء المؤسسات أو الافراد الى زيادة تعزيز الجهود في مجال التجارة الإلكترونية، وايضا الحكومة لها دور في ذلك من خلال توفير البنى التحتية الملائمة والأطر التشريعية التي تنظم هذا النوع من التجارة (نافع وصادق، 2024).

ومن هذا المنطلق تبلورت الإشكالية الآتية: ما هو الدور الذي يلعبه الدفع الإلكتروني في تنشيط التجارة الإلكترونية في الجزائر؟

ولتبسيط هذه الإشكالية، قمنا بطرح التساؤلات التالية:

- ما هو واقع الدفع الإلكتروني في الجزائر؟
- هل يساهم الدفع الإلكتروني في تعزيز التجارة الإلكترونية وجعلها أكثر انتشارا؟
- ما هي التحديات التي تواجه كل من أنظمة الدفع الإلكترونية والتجارة الإلكترونية في الجزائر؟

وللإجابة على هذه الإشكالية، قمنا بصياغة الفرضية الآتية: ضعف البنية التحتية حال دون نشر ثقافة الدفع الإلكتروني في الجزائر ونقص الإقبال نحو التجارة الإلكترونية من جهة أخرى.

تجدر الإشارة بأن هدف هذه الورقة البحثية هو تسليط الضوء على الدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية في الجزائر مع بداية الألفية الثالثة. في حين تكمن أهمية بحثنا في إبراز الدور المهم الذي يلعبه الدفع الإلكتروني وانعكاساته الإيجابية على المجتمع والاقتصاد ككل. ونظرًا لما يعيشه الاقتصاد الجزائري من تبعية لقطاع المحروقات وصعوبة تنويعه، وكذا ظهور مناطق الظل وعدم المساواة بين الشمال والجنوب، بات من المهم ضرورة تحقيق التحول الرقمي في الجزائر. ومن أهم الدراسات السابقة نجد:

-دراسة (مهدي رضا، 2020) بعنوان: بطاقات الدفع الإلكترونية وترقية التجارة الإلكترونية، تهدف إلى إبراز مجهودات الدولة الجزائرية المبذولة لتحسين المعاملات التجارية وترقية التجارة الإلكترونية، من خلال اعتماد التقنيات التكنولوجية الحديثة التي لها دور مهم في تطوير أداء الأخيرة، وبالرغم من هذا فلا يمكن أن يتحقق إلا في إطار تعاون بين جميع القطاعات خاصة قطاع المصرفي الذي يعتبر حلقة مهمة في ترقية التجارة الإلكترونية من خلال اعتماد وسائل دفع الكترونية حديثة.

-دراسة (عبد الهادي م، لخضر ل، 2017) بعنوان: تقييم واقع التجارة الإلكترونية واستعمالات البطاقات الإلكترونية بالجزائر، تطرقت الدراسة إلى واقع استخدام وتطبيق البطاقات الإلكترونية في مختلف مجالات التجارة الإلكترونية في الجزائر. من خلال تقييم ممارستها ومدة جاهزيتها وتطور خدماتها البنكية الإلكترونية وتطبيقها. خلصت الدراسة أنه بالرغم من احتواء الجزائر على العديد من البطاقات المحلية والدولية، التي تتيح خدمات الدفع والسحب الإلكتروني وممارسة التجارة الإلكترونية، إلا أن حجم استخدام تلك البطاقات مازال محدود على فئة معينة، وعليه يجب توسيع نطاق استعمالات البطاقات والموزعات الآلية، وكذا ضرورة تقديم تسهيلات إدارية وقانونية وتقنيات للاستفادة من خدمات البطاقات والتجارة الإلكترونية في الجزائر.

-دراسة (عتيق ع، صادق ح ن، 2024) بعنوان تطور مواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، ركزت الدراسة على إبراز وتحليل تطور حالة المواقع الإلكترونية في الجزائر وذلك بالتركيز على مقومات البنية التحتية والتشريعية من كل الجوانب التي تساعد في تبني هذا النوع من التجارة. توصلت الدراسة إلى وجود جهود مبذولة واتخاذ إجراءات بهدف تطوير الاقتصاد الرقمي في

الجزائر، و بالرغم من التطور الذي حققته المواقع التجارية الإلكترونية إلا أنها مازالت تعاني من نقص الثقافة الإلكترونية وانعدام الثقة التي تظهر في التخوف من استخدام وسائل الدفع الإلكتروني.

وعليه تم تقسيم البحث إلى أربعة محاور. تمثل المحور الأول في مفاهيم عامة حول الدفع الإلكتروني وأهم خصائصه، أما المحور الثاني فاهتم بدراسة نظرية للتجارة الإلكترونية. كما تناولنا في المحور الثالث واقع الدفع الإلكتروني في الجزائر. من خلال تحليل مجموعة من المؤشرات الخاصة بالاقتصاد الرقمي، و في المحور الرابع تطرقنا إلى أهم مواقع التجارة الإلكترونية، وفي الأخير الإشارة لأهم تحديات وعقبات كل من الدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية والاقتراحات التي يمكن اعتمادها لضمان نجاح استراتيجية الاقتصاد الرقمي في الجزائر، خصوصا في ظل الظروف الحالية للاقتصاد الوطني والعالمي.

1. الدفع الإلكتروني وأهم خصائصه:

حسب مجلس الاستقرار المالي (*Financial Stability Broad*)، يعتبر الدفع الإلكتروني من أهم الابتكارات المالية والمصرفية، والتي هي في الأصل عبارة عن منتجات وخدمات تعتمد على التكنولوجيا للدفع من مستوى الخدمات المصرفية، (ساجي وطويل، 2019) كما هو وسيلة الكترونية بقيمة نقدية مخزونة بشكل إلكتروني مثل بطاقة أو ذاكرة كمبيوتر، مصادق عليها كوسيلة للدفع بواسطة متعهدين غير المؤسسة التي أصدرتها. حتى تكون في متناول المستخدمين كبديل عن العملات النقدية والورقية، وذلك بهدف إحداث تحويلات إلكترونية لمدفوعات ذات قيمة محددة، وفيها أنواع أخرى مثل: سلسلة الكتل (*Block Chain*)، تكنولوجيا السجلات الموزعة، العقود الذكية، العملات المشفرة والذكاء الاصطناعي (عبابسة، 2016). حيث تكمن أهمية وسائل الدفع الإلكترونية في خصائصها المميزة مقارنة بالوسائل التقليدية والتي يمكن إيجازها فيما يلي:

- الصفة الدولية: إن القبول العام الذي تتميز به هذه الوسائل ما هو إلا عامل لمدى حيوية هذا النوع من الأنظمة، ففي سياق التحويلات الدولية والتجارة الإلكترونية فإن أفضل وسيلة أو ميكانيزم ليس فقط الذي يحقق للتاجر منفعة خاصة فقط وإنما يجمع أيضا رضا الزبائن في كل مكان في العالم؛
- سرعة التحويل ومصاريف أقل: من ناحية المصاريف فإن توظيف طرف ثالث لمراقبة عمليات التحويل يكلف أكثر من اتخاذ نظام الكتروني أكثر سرعة وفعالية؛

- سهولة الاستخدام: قد تشكل هذه الخاصية تضارب آراء فلجذب المزيد من المستخدمين لوسائل الدفع الإلكترونية على هذه الأخيرة أن تكون أكثر سهولة ولا تتطلب خبرة فنية للمستخدم لكن حاليا أغلب وسائل الدفع الإلكترونية الأكثر سهولة والتي لا تتطلب تدخل أي برمجيات أو إضافات برمجية (Plugin) تتميز بالندرة، لذا على المؤسسات التي توفر هذا النوع من أنظمة الدفع أن توفر دعم تقني جد فعال؛
- التخفي: العديد من الزبائن يفضلون أن تكون تعاملاتهم أكثر سرية فأغلبهم لا يفضل من التاجر أن يطلع على الهوية أو تقصي مدفوعاتهم، لذا وسائل الدفع الإلكترونية عليها أن تكون أكثر سرية؛
- التحقق من صحة ومصدر الأموال: من أجل اكتساب عامل الثقة بين المتعاملين فإن نظام الدفع الإلكتروني يسمح بالتعرف على مصدر الأموال المحولة، وكما هو معلوم فإنه يمكن تقفي ونسخ البيانات في الحاسوب وبالتالي من يملك قطعة نقدية إلكترونية قد يصبح مليونير بكبسة زر لكن هاته الأنظمة جد متكورة حيث تسمح بتتبع وإلغاء الانفاق المزدوج وبالتالي لا يمكن العثور على تلك البيانات والعقب بها؛
- ضمان سلامة عملية التحويل: هذه الخاصية من أحد الركائز الرئيسية لأنظمة الدفع الإلكترونية فهي تعني أن هذه الأنظمة عليها أن تكون جد آمنة حيث لا تسمح لأي طرف ثالث بالتدخل في تدفق البيانات بين أطراف العملية وبصفة عامة فإن أمن الأنظمة يعتمد على القدرة على التشفير؛
- إثبات هوية أطراف العملية: جرت العادة على أهمية تحديد والتعريف بالطرف الآخر في العملية أثناء التحويل من أجل تجنب أي محاولة احتيال إن عملية تحديد أطراف العملية جد هام في حال وجود أي شك أثناء قيام العملية؛
- الخصوصية: هناك عدة بيانات ومعلومات يجمعها التجار والمؤسسات المصدرة للنظام (العناوين، أرقام الهواتف، حجم الانفاق، المشتريات الخاصة بك ...)، فهذه البيانات لها قيمة اقتصادية كبيرة فهي تسمح بالتحكم في المجتمع، وبالتالي ليس غريبا أن تجد العديد من المؤسسات تجمع هاته البيانات الدقيقة عن الزبائن، لكن على التجار أن يتعلموا الابتعاد عن هاته التصرفات كونها قد تكون غير قانونية في بعض الدول وقد تدرهم إلى المحاكم حسب القانون، كما أنها تعبت بسمعة التاجر في حال اكتشاف هذا الأمر، لكن في نفس الوقت توجد أنظمة توفر الخصوصية التامة أثناء التحويل ولكن أغلب الدول تحاربها ولا تسمح باستعمالها كونها جنة لتبييض الأموال والتهرب الضريبي.

لذا، يمكن اعتبار الدفع الالكتروني على أنه (Ghanem & Cheriet، 2018) تلك الانظمة التي تعكس كل الانشطة المستخدمة في تسوية المعاملات المالية التي تعتمد على البنوك والافراد والشركات سواء داخل أو خارج الدولة الواحدة عبر الوسائط الإلكترونية". وتشمل وسائل الدفع الالكتروني عدة أشكال منها (دعبوز وفرحي، 2021):

- البطاقات البنكية: هي عبارة عن بطاقات مغناطيسية تمكن حاملها من شراء معظم حاجياته أو اقتناء الخدمات متفاديل حمل المبالغ الكبيرة التي قد تكون عرضة للسرقة، أو الضياع أو إتلاف. تصدرها كل من المؤسسات المالية، المنظمات العالمية، الشركات التجارية مثل شركة فيزا العالمية *Visa internationale*، شركة ماستر كارد العالمية *Master Card international*، أمركان اكسبرس *American Express* و ديتير كلوب *Diter Club*. فهي تستخدم لتخزين اموال ومعلومات الخاصة بالزبون، وتسهل الخصم منها مباشرة بعد كل عملية شراء. (احسان م، 2002)

وتشمل البطاقات البنكية (آيت شعلال، 2019) بطاقات الدفع والتي تعبر عن أرصدة الحسابات الجارية الفعلية للزبون مقابل عمليات السحب المتوقع اجراءها؛ البطاقات الائتمانية التي تسمح للزبون باقتناء حاجاته لكن تكون قيمة مبلغ محددة حتى وان لم يكن له رصيد مع احتساب فوائد مدينة نهاية كل شهر وبطاقات الصرف الشهري والتي تشبه بطاقات الائتمان الا أن مدة الائتمان لا تفوق شهر.

- النقود الالكترونية: تسمى كذلك بالنقود الرقمية، وهي عبارة عن وحدات أو عملات رمزية نقدية تأخذ شكلا رقميا (يوسف حسن يوسف، 2012)، تسمح للمتعامل بالشراء والبيع أو التحويل. تنقسم بدورها حامل النقد الالكتروني (*Porte-monnaie électronique*) الذي يمكن استعماله في الدفع للمشتريات الصغيرة نظرا لكونه عبارة عن بطاقة تحتوي على احتياطي نقدي؛ والنقد الافتراضي (*Monnaie virtuelle*) وهو برنامج يستعمل لغرض الدفع عبر شبكات الانترنت والمنصات الرقمية؛

- بطاقات الشيكات: تعتبر كبديل رقمي للشيك وهو التزام قانوني يسمح بسداد الشيك في حدود مبلغ وتاريخ معين لصالح المستفيد. كما أنه يحمل نفس المعلومات التي يحتويها الشيك التقليدي الا انه يكتب بواسطة أداة الكترونية ويحتوي على التوقيع الالكتروني (زايد، 2021):

- البطاقات الذكية: تعتبر من أحدث البطاقات البنكية وتحتوي على خلية الكترونية بالشريط المغناطيسي لبطاقة الائتمان. لهذا النوع من البطاقات القدرة على تخزين كل المعلومات الخاصة بحاملها من معلومات شخصية (الاسم، الرقم، تاريخ الميلاد والعنوان)، ملف

طبي، رخصة السياقة، جواز السفر وحسابات بنكية. كما أنها تحمل خوارزميات تشفير، الكلمة والرقم السريين، التوقيع والبصمة الإلكترونيين. إن المعلومات وبالرغم من حجمها فهي قابلة للتحديث ولإعادة برمجتها حتى بعد إصدارها. للبطاقة عدة استعمالات من بينها: استخدامها كبطاقة تعريف للهوية لاسيما في المعاملات الإلكترونية، أو بطاقة للمشتريات، يمكن تحميل البطاقة بأرقام نقود تصرف بتكرار إلى أن ينفذ الرصيد، كما يمكن استعمالها كبطاقة صحية، أو بطاقة ائتمان، أو لإجراء الصفقات المالي.

2. التجارة الإلكترونية:

عرف مصطلح التجارة الإلكترونية عدة مفاهيم في الأدبيات المعاصرة، فخبراء التجارة العالمية يعرفون التجارة الإلكترونية أنها " مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج وتوزيع وترويج وبيع المنتجات من خلال شبكات الاتصالات. كما تعرف أيضا بأنها "العمليات المتعلقة بتسهيل الصفقات التجارية الإلكترونية من خلال استخدام التقنيات التكنولوجية في تبادل البيانات والمعلومات إلكترونيا. لذا، فإن مفهوم التجارة الإلكترونية يتضمن اعتمادها على ثلاث أنواع من الأنشطة من مزودي خدمات الإنترنت (*Internet service provider*)، من التسليم والتزويد التقني للخدمات وكذلك استعمال الإنترنت كوسيلة أو وسيط لتوزيع المنتجات والخدمات بطريقة غير تقنية من تسليم عادي مادي (بركات وطبي، 2019).

كما تجدر الإشارة الا أنه يمكن تتبع ريادة التجارة الإلكترونية إلى أوائل السبعينيات عندما كان يتم تحويل الأموال إلكترونيا في الغالب بين مؤسسات مالية حث اقتصر استخدام تقنية تحويل رؤوس الأموال إلكترونيا على كبرى الشركات فقط، ثم تطور الأمر إلى نقل البيانات إلكترونيا عبر تقنية EDT (*Electronic Data Interchange*)، ومع مرور الوقت ظهرت عدة تطبيقات للتجارة الإلكترونية تنوعت بين حجز رحلات إلى تداول الأسهم عبر الإنترنت (العشابي، 2021).

تمتاز التجارة الإلكترونية بمجموعة من الخصائص نذكر منها: (غدير، 2015)

* الطابع الدولي أو العالمي للتجارة الإلكترونية، فالوسائط الإلكترونية المستخدمة كالأنترنت لا تعرف حدود مكانية أو جغرافية.

* غياب المستندات الورقية للتعاملات في التجارة الإلكترونية، حيث تعتمد التبادل الإلكتروني للبيانات والسندات لإرسال الحوالات المالية، وبالتالي عملية التبادل الإلكتروني تتم بأعلى درجة من الكفاءة والفعالية،

* يتم التلافي بين البائع والمشتري عبر الأنترنت وبالتالي نادرا ما يعرفون بعضهم.

* إمكانية عرض المنتجات على المستهلكين في وقت واحد وعلى مدار الساعة.

* امكانية التفاعل مع أكثر من مصدر في الوقت نفسه.

* تسهم التجارة الالكترونية في تحفيز الشركات لكي تطور خدماتهم بشكل مستمر

كما للتجارة الالكترونية عدة تصنيفات ومن أشهرها التصنيف المبني على الطرفين المشاركين في العملية التجارية عبر الانترنت، والذي يشمل كل من المستهلكين، المؤسسات، وحدات الاعمال وكذا الشركات والحكومات، تتمثل فيما يلي: (جمال ق ح، محمود ع، 2021)

- من مؤسسات الأعمال الى المستهلكين ((Business to Consumer (B2C):

هنا يكون العامل بشكل أساسي بعمليات البيع المباشر بين الشركات والمستهلكين، حيث يقوم المستهلك بتصفح الموقع الالكتروني للشركة عبر الأنترنت واختيار وشراء حاجته، وغالبا يكون دفع الرسوم مضافا الى تكاليف الشحن، كما تقوم الشركة بشحن الطلب وارساله مباشرة الى عنوان المستهلك أو الزبون. وعلى الرغم (كثرة تنيو، 2019) من أن حجم التجارة (B2B) يبلغ 85 % من حجم التجارة الالكترونية الاجمالية، الا أن تجارة (B2C) التي لا تتجاوز حصتها 15 % تلقى اهتماما بنسبة 95% من طرف وسائل الاعلام المختلفة.

- من شركة أعمال الى شركة أعمال أخرى ((Business to Business (B2B):

المعني في هذا النوع من التجارة بشكل اكبر بعمليات البيع والشراء التي تتم بين المنتجين وتجار الجملة والتجزئة، ولا يشارك فيه المستهلكين فيه، أي هو كل الصفقات التي تتم بين مؤسسات الأعمال. فقد وصل هذا النوع من التجارة الى أكثر من 85 % من حجم التجارة الالكترونية.

- من المستهلك الى المستهلك ((Consumer to Consumer (C2C):

هذا النوع يكون غالبا بين المستهلكين، حيث يقوم أحد المستهلكين بعرض ما يرغب بيعه عبر الشبكة العالمية للمعلومات من خلال وضع اعلانات على مواقع شخصية في الأنترنت، و يقوم من يرغب بشراء المنتج المعروض بالاتصال مباشرة بالبائع، مثال (بيع سيارة أو جهاز حاسوب أو أثاث الخ). ومنه يسهل للأفراد التعامل معا في عملية البيع والشراء الكترونيا.

- من المستهلك الى مؤسسات الأعمال ((Consumer to Business (C2B):

هذا النوع من التجارة يكون بين المستهلكين والشركات، فيه يقوم المستهلك بتقديم أعمال تجارية وعرضها على الشركات، ومنه تقوم الشركات باستخدام الأعمال المقدمة من المستهلك لإتمام عملياتها التجارية.

- من المستهلك الى الحكومة ((Consumer to Government (C2G):

تمثل هذه الأنشطة كل المعاملات التي تقوم بين المستهلك والحكومة مثل دفع فواتير الماء والكهرباء عبر المواقع الالكترونية للوزارات أو المؤسسات الحكومية.

- من المؤسسات الى الحكومة ((Business to Government (B2G):

يتضمن هذا النمط من التجارة جميع المعاملات التجارية التي تقدمها الشركات ذات الصلة بمشتريات الحكومة من مختلف السلع والخدمات في شكل تعاقدات تضم بنود معينة متفق عليها الطرفان، بهدف تزويد احتياجات تلك الجهات من أجهزة ومعدات ومستلزمات، فتح الطرق ومختلف أنواع الصيانة وغيرها.

- من الحكومة الى مؤسسات الأعمال (G2B) (Government to Business)

يمثل هذا النمط من التجارة الالكترونية استخدام المؤسسات الحكومية للشبكة العالمية للمعلومات في تبادل المعلومات مع الشركات، مثل المعلومات الخاصة بالضرائب والرسوم الجمركية و ما الى ذلك من معلومات، كما تشمل الخدمات التي تقدمها الأجهزة الحكومية للشركات، باستخدام الحكومة للأنترنت في البحث عن الموردين لشراء واختيار احتياجاتها. بالرغم (فضيلة ب، اخرون، 2020) من حداثة هذا النوع من التجارة الالكترونية الا أن مختلف الحكومات تهتم به و تحرص الكثير منها على استخدام وسائل الكترونية في العديد من معاملاتها في اطار ما يعرف بالحكومة التجارية.

كما تحرص مختلف الحكومات على استخدام وسائل الكترونية في العديد من المعاملات في اطار ما يعرف بالحكومة التجارية. (فضيلة، اخرون، 2020)

- من الحكومة الى الحكومة (G2G) (Government to Government):

يشمل هذا النوع كل المعاملات والخدمات التجارية بين الحكومات، وكذا التعاملات التجارية الالكترونية أو تبادل المعلومات والتنسيق بين الأجهزة الحكومية باستخدام التكنولوجيا الرقمية. كما ينطوي أيضا تبادل البيانات والمعلومات بين الحكومات في الدول المختلفة تحت اتفاقيات تبادل دولية موثقة تحت هذا التصنيف.

- من الحكومة الى المستهلك (G2C) (Government to Consumer):

يتم في هذا النمط من التجارة تبادل المعلومات بين الأجهزة الحكومية والمستهلكين، كما يشمل الخدمات التي تقدمها الأجهزة الحكومية للمواطنين كالخدمات التعليمية والثقافية والطبية. وأيضا تزويد الباحثين المتخصصين بالإحصاءات والبيانات، وكذا اعلانات الأجهزة الحكومية عن الوظائف الشاغرة لديها.

الشكل رقم 1 : اتجاهات التجارة بين أصناف التجارة الإلكترونية			
	الحكومة والادارة المحلية	وحدات الأعمال	العملاء و المستهلكين
	G	B	C
العملاء و المستهلكين	G2G	G2B	G2C

مثل المعلومات	مثل المعلومات	مثل التنسيق	C
B2C	B2B	B2G	وحدات الأعمال
مثل التجارة الإلكترونية	مثل الأعمال الإلكترونية	مثل المشتريات	B
C2C	C2B	C2G	الحكومة والإدارة المحلية G
مثل الأسواق، المزادات	مثل مقارنة الأسعار	شكاوي ، ضرائب	

المصدر: <https://www.ispo.ccc.be/commerce>

3. واقع الدفع الإلكتروني في الجزائر:

يشهد واقع الدفع الإلكتروني تراجع في استعمال وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر وتأخر في التأقلم مع التطورات الحاصلة في المجال، وما نستطيع التحدث عنه حالياً هو بطاقات السحب وتفعيل بعض الآليات (دحية، 2020):

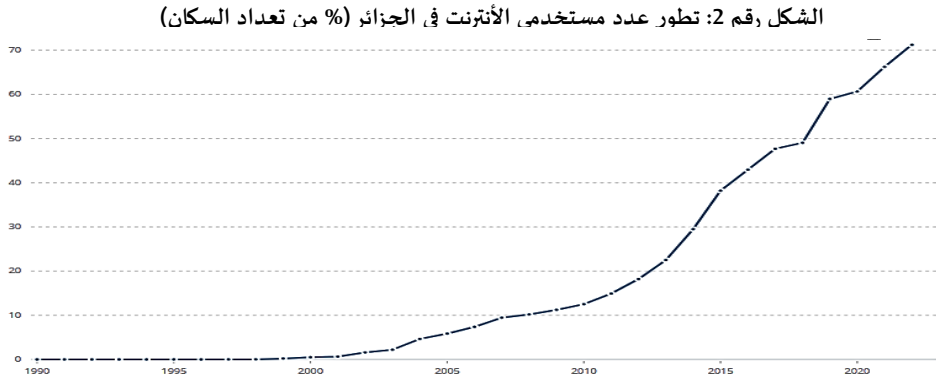
- شركة تطوير أنظمة الدفع الإلكترونية SATIM: تم إنشائها سنة 1995 بين جل البنوك الوطنية برأس مال يقدر بـ 267 مليون دينار جزائري، حيث تهدف هذه الشركة إلى تحديث التقنيات المصرفية في مجال البطاقات من وسائل الدفع وتوحيدها عبر الموزعات في كامل التراب الوطني مع الإشراف على معالجة كل العمليات التي تتم بواسطة بطاقات السحب والدفع، عن طريق وضع الموزعات الآلية في البنوك تحت إشراف المنظمة من خلال تنسيق وإدارة الصفقات المالية بين مختلف البنوك مع تحسين نوعية الخدمات البنكية... الخ؛
- إنشاء الشبكة النقدية الآلية بين البنوك RIM: تم إطلاق المشروع سنة 1996 بهدف إيجاد حلول نقدية بين البنوك والمتعلقة فقط بالموزعات الآلية من خلال توفير أجهزة ووسائل اتصال وربط وأيدي عاملة كفؤة لجعل البطاقة قابلة للاستعمال في أي موزع آلي سواء كان تابعا لمؤسسة بنكية أو لبريد الجزائر؛

- مركز معالجة النقدية بين البنوك: يتولى هذا المركز ربط المزع الآلي إلى مقدم الخدمات عبر شبكة الاقتصاد الوطنية (D2-PAC) ومركز الاعتراض على البطاقات الضائعة، فعملية السحب تتم بطلب ترخيص مباشر والذي يقوم بقبول أو رفض العملية، حيث يتم السحب على أساس السقف اليومي أو الأسبوعي المحدد لكل زبون في حالات القبول؛

- مشروع بطاقة الدفع بين البنوك: إن هدف هذا المشروع هو توحيد التقنيات المكونة للجهاز، فبدل استعمال عدة أجهزة للدفع للتاجر الواحد سيتم توحيد كل البطاقات ليتم التعرف عليها بجهاز واحد مع إمكانية توفير عدة خدمات من سحب، دفع، تحويل، كشف حساب ... وفي نفس الوقت توفير وسيلة دفع مؤمنة بالنسبة لحامل البطاقة الذكية ولها جهاز

مقاصة إلكترونية يتميز بالسرعة. في الحين، عرفت البطاقة عزوف الزبائن عن طلبها كونهم لا يملكون أي فكرة عن التعامل مع هذا النوع من التقنية ومن هامش الخطأ جراء استعمال التكنولوجيا لسحب أرصدهم تفضيل الوسائل التقليدية عن الحديثة أثناء التعامل جراء الحماية التي يكفلها القانون لهذه الوسائل، الى جانب نقص السيولة على مستوى الموزعات الآلية وخشية التجار من معرفة الرصيد الحقيقي الذي يمتلكونه من قبل السلطات وبالتالي الهرب من الضرائب؛

- إنشاء تجمع النقد الآلي (GIE): تم انشاءه في جوان 2014، مهامه تنفيذ وضبط عمل النظام المصرفي الإلكتروني بين البنوك. يضم 19 عضواً من بين 18 بنك وبنك الجزائر. كما أنه يتولى ضمان وقابلية التشغيل البيئي مع الشبكات المصرفية الإلكترونية المحلية أو الدولية (ياليشاني، 2022).



المصدر: <https://data.worldbank.org/indicator/IT.NET.USER.ZS?end=2022&locations=DZ&start=1990&view=chart>

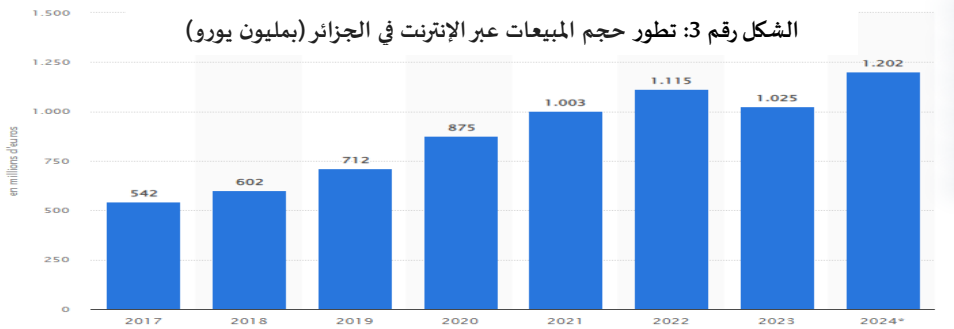
يمثل البيان رقم 2 تطور وتزايد منحى عدد مستخدمي الانترنت من نسبة عدد السكان في الجزائر، ما يعكس تدفق الانترنت المصدر: <https://data.worldbank.org/indicator/IT.NET.USER.ZS?end=2022&locations=DZ&start=1990&view=chart> وكذا حرص الدولة على توفير أكبر تغطية لشبكة الانترنت. كما ساعدت التجارة الإلكترونية في انتشار استخدام وسائل وأدوات الدفع الحديثة في الجزائر، حيث عملت البنوك على توفير بطاقات الكترونية لعملائها، نذكر منها (سملالي والبحري، 2021):

- البطاقات البنكية الإلكترونية: يتم استخدامها في تسديد قيمة المشتريات مباشرة أو عبر المتاجرة بواسطة الإنترنت وحتى أجهزة الدفع الإلكتروني في أي وقت ممكن؛

- البطاقة الشيكية الدولية *Carte Visa*: تعمل على إجراء مختلف المعاملات أثناء السفر خارج وداخل الجزائر كدفع ثمن المشتريات أو سحب الأموال من أي مكان عن طريق الإنترنت أو جهاز الدفع الإلكتروني؛
- بطاقة الدفع الإلكتروني *CIB*: هي بطاقة دفع إلكترونية تستخدم لسحب النقود وتسديد المستحقات؛
- بطاقة الدفع من خلال الإنترنت: تشمل عدة أنواع كبطاقة *Master Card* ، بطاقة *Mint* وبطاقة *One Card* والتي تستخدم في عمليات تسديد المشتريات عبر الإنترنت والدفع الإلكتروني،

4. أهم مواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر:

تشهد الجزائر حاليا على عدد كبير من المواقع التي أصبحت تلقى إقبالا كبيرا من طرف الزائرين وحتى من طرف مؤسسات اقتصادية لغرض الترويج لمنتجاتها عن طريق الاعلان والتسويق الإلكتروني، رغم أن جل هاته المواقع ينتهج سياسة الدفع عند الاستلام إلا أنهم لازالوا يطمحون بتوفير بوابة دفع إلكتروني تغنيهم عن المشاكل الناجمة عن التهرب من الدفع التي تعرقل عملهم بشكل كبير (كواشي وقدي، 2022).



المصدر: <https://fr.statista.com/previsions/1475641/ecommerce-algerie>

من الشكل السابق (رقم 3)، نلاحظ تطور حجم المبيعات عبر الانترنت سنة 2020 الى غاية الأونة الأخيرة محققة نتائج ايجابية سنة 2024، وذلك بفضل انتشار التدفق العالي جدا للإنترنت وارتفاع استخدام الهاتف النقال في عمليات التسوق عبر المواقع الإلكترونية للشركات الناشطة في التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت. حيث تزايد عدد المواقع الإلكترونية الناشطة في مجال التجارة في الجزائر والمتمثلة اغلبها في شركات خاصة، ويمكن ايجازها فيما يلي:

- متجر جوميا (jumia.dz): يعتبر من أهم وأضخم مواقع التجارة الإلكترونية حاليا، تم الترخيص له في سنة 2014، ويضم آلاف المنتجات ذات الجودة العالية والأسعار المعقولة، كما

يوفر خدمات التوصيل والدفع الإلكتروني، حيث سجل الموقع قرابة 1.5 مليون زائر للموقع شهريا سنة 2017 أي بزيادة 50 بالمئة مقارنة ب 2016 حسب المؤسسة التي لم يمنع الدفع نقدا لها عدد الطلبات من "الارتفاع بشكل مستمر" و "زيادة" رقم الأعمال مسجلة ما بين 10 الى 20 ألف طلبية شهريا". هذا ما ساهم في انتعاش نسبة استخدام الإنترنت في الجزائر عن زيادة 50% نهاية سنة 2017، وأن نسبة زيارة الصفحات التجارية على موقعي الفيس بوك وتويتر تزيد عن 46% (خيثر، 2021)؛

- متجر باتلوليس (Batolis.com): وهو موقع إلكتروني تم إنشاؤه في عام 2015 من قبل شركة MAMS BROS يضع عدد كبير ومتنوع من المنتجات، ويتوفر باللغتين العربية والفرنسية، ويمكن للزبائن شراء ما يرغبون من سلع والدفع إما عند الاستلام أو عن طريق التحويل البنكي أو البريد. كما تستغرق مدة استلام الطلبية من 3-10 أيام، مع إمكانية الاستبدال أو الإرجاع لمختلف المنتجات، في حال وجود مشاكل أو تأخير وما إلى ذلك من أمور؛

- بوابة بريدي نت (BaridiNet): بوابة إلكترونية تم إنشائها من مؤسسة بريد الجزائر من أجل تسوية الفواتير عبر الإنترنت باستخدام بطاقة الدفع البنكية أو البطاقة الذهبية التابعة لبريد الجزائر؛ بإمكان الزبون عبر هذه البوابة أن يسدد فواتير الكهرباء/الغاز، فواتير المياه، تعبئة الرصيد لمعاملات الهاتف النقال الثلاث، دفع اشتراكات الهاتف والإنترنت، حجز تذاكر الطيران بالإضافة إلى العديد من خدمات تطبيق (BaridiMob)؛

- موقع ايديال فورم (Idealfome): تأسس الموقع في عام 2015 بهدف تسهيل يوميات الجزائريين مع ضمان عمليات شراء سهلة وسريعة في ظل وجود محيط اقتصادي تهيمن عليه وسائل التكنولوجيا الحديثة، عرف سابقا باسم DzBooM، وأصبح حاليا متخصص في بيع منتجات الصحة، والراحة، ومنتجات العناية بالجسم، والمقالات الرياضية واللياقة البدنية، وبخصوص العوائق التي تعترض الشركة، كما يستعين الموقع بتوفير شراكة مع الغير لتأمين عمليات النقل والإمداد؛

- موقع هايلا ماركت (Haylla Marketplace): يسوق هذا الموقع منتجات متعددة ومميزة خاصة بالمرأة وكل العائلة بأسعار جيدة، كما توفر تجربة ممتعة وسهلة في التسوق وشراء مختلف السلع وطلبها عبر الأنترنت، ويكون التوصيل مباشرة والدفع نقدا عند الاستلام مع ضمان جودة عالية للمنتجات والسلع؛

- سوق واد كنيس (OuedKniss): هو موقع إلكتروني يتبع لشركة جزائرية مختصة في نشر إعلانات البيع و الشراء على شبكة الإنترنت، تأسس عام 2006، وهو سوق افتراضي جزائري

يقدم خيارات متنوعة من الحلول التي يحتاجها المجتمع الجزائري، وتم تسميته الموقع نسبة إلى سوق شعبي تم إغلاقه في الجزائر يحمل نفس الاسم في منطقة القبة ويتبع للشركة نفسها مواقع أخرى منها موقع *CVite* و *autoBip* ؛

- موقع **إشري لي ديزاد (echriliDZ)**: تأسست سنة 2012 متخصص في بيع المنتجات الغذائية ومواد التنظيف ومستلزمات التجميل لمختلف الماركات. يكون تسليم السلعة قبل 24 ساعة إلى منزل الزبون، أما التوزيع يقتصر على ولاية الجزائر ووسط ولاية بومرداس فقط، بشرط أن يكون الدفع عند التسليم إما نقداً أو شيكاً أو بصيغة الدفع الإلكتروني عن طريق *Epay* التي يكون فيها الدفع مسبقاً قبل التسليم؛

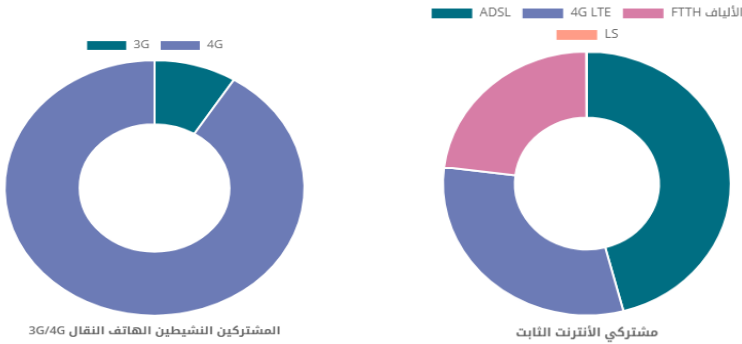
- موقع **قيديني (Guiddini)**: تأسس سنة 2009، يسوق مجموعة من الأصناف كمستلزمات التجميل، عتاد الإعلام الآلي، الأجهزة الكهرومنزلية، يعمل على مدار الأسبوع وخلال 24 ساعة. والتسديد يكون عن طريق الحوالة البريدية أو بشيك بنكي أو الدفع نقداً عند التسليم. أما مستقبلاً يكون عن طريق البطاقات البنكية؛

- موقع **دار الشهاب (Dar El Chiheb)**: يشمل نظام يسمح ببيع المنتجات من خلال الإنترنت سواء داخل الجزائر أو خارجها، يحتوي على فهرس إلكتروني به معلومات مفصلة ودقيقة حول الكتب المتوفرة، تساعد المستهلك في التصفح واختيار السلع التي يرغب في شراءها بمجرد القيام بعملية التسجيل على هذا الموقع؛

- موقع **سوق الجزائر المفتوح (OpenSooq Algeria)**: يركز هذا الموقع على تنفيذ مزادات وصفقات الأفراد الراغبين في بيع وشراء سلعة معينة عبر شبكة الويب مقابل رسم معين، كما يسمح للبائع إمكانية التواصل مع المشتري والاتفاق على طريقة تسديد قيمتها وشحنها سواء عن طريق الدفع المباشر عند التسليم أو عن طريق التمويل البنكي أو عبر الحساب الجاري البريدي.

أصبحت هذه المواقع مشهورة في الجزائر وذات صدى في المجتمع والغنية عن التعريف، وهي على لسان جل رواد الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي.

الشكل رقم 4: الحظيرة الاجمالية لمشتري الإنترنت للثلاثي الثاني 2024



المصدر: <https://www.arpce.dz/ar/indic/internet>

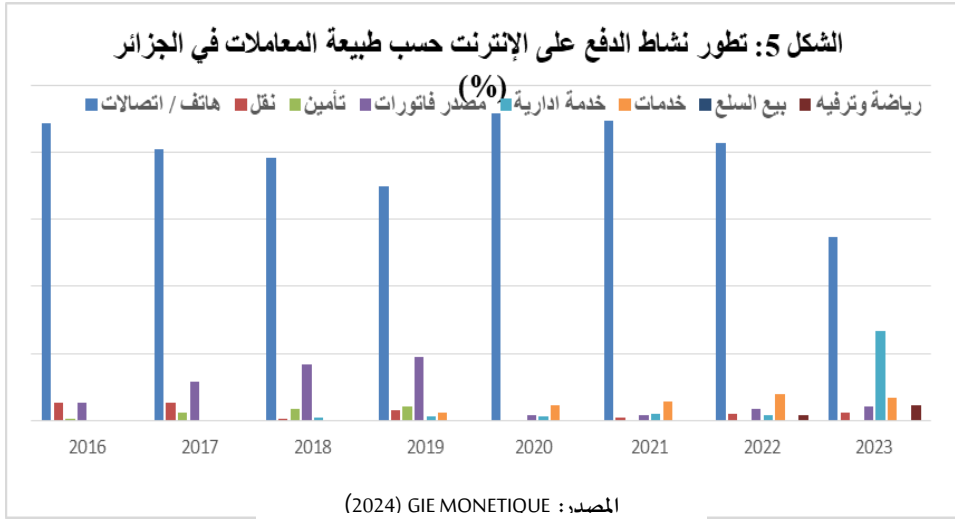
يعبر الشكل رقم 3 عن التدفق العالي للإنترنت وحجم مستخدمي الإنترنت الثابت وكذا عدد المستخدمين النشيطين في الهاتف النقال عن طريق الجيلين الثالث والرابع (أكثر من 49 مليون مشترك في الإنترنت خلال سنة 2023)، حيث ساهم بشكل كبير في إطلاق العشرات من مواقع البيع عبر شبكة الإنترنت في الجزائر، فحسب محللين فإن توسع الإنترنت وتغطيتها لأغلب مناطق البلد شرط أساسي لنجاح هذا النوع من المعاملات الالكترونية التي تُجرى بواسطة الحاسوب أو الهاتف الذكي. كما أن عملية تطوّر الوضع الاقتصادي الوطني، وتحديدًا القطاع التجاري، قائمة على المتاجر الإلكترونية، ودورها الكبيرة في تحقيق نسب تداول عالية، خاصة مع المطالبة والعمل على تقديم حلول لوجستية وتكنولوجية فيما يتعلق بأمور الشحن والتوصيل والدفع الإلكتروني، فضلاً عن أن معظم الشركات بدأت بالعمل على الترويج لعلامتها التجارية في مختلف نواحي الوطن، وبالتالي الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الزبائن المحتملين، وتحقيق حركة بيع وشراء نشطة، تؤثر بدورها على النمو الاقتصادي بشكل إيجابي.

5. تحديات وعقبات الدفع الالكتروني والتجارة الالكترونية:

يعرف العالم في وقتنا الحالي تطورات كثيرة من الابتكارات والاختراعات في جميع المجالات، حيث شملت هذه التغيرات مجال الاقتصاد على المستوى العالمي الذي شهد تحولات سريعة وهامة على الصعيد التكنولوجي، فأصبحنا نعيش في زمن ثورة تكنولوجيا المعلومات والتي غيرت مجرى الاقتصاد من الشكل التقليدي إلى الشكل الالكتروني، وجعلت هذه الثورة التكنولوجية العالم قرية صغيرة شهدت خلالها كل التغيرات الاقتصادية تطورا سريعا وحاسما من حيث الضخامة والنشاط (طالبي وبن عبد العزيز، 2023). وبما أن المال يعتبر أهم الاحتياجات الأساسية

اليومية كغيره من الاحتياجات السلعية والخدماتية، وباعتباره الركيزة الأساسية المحركة للاقتصاد سواء من حيث الوظائف أو من حيث الأهداف كان لابد من توفره في الوقت المناسب وبالقدر المناسب من أجل تلبية هذه الاحتياجات مما أدى إلى فكرة تطوير أشكاله، ومسايرته للثورة التكنولوجية الحاصلة ولهذا ظهر ما يسمى بالنقد الآلي أو النقود الإلكترونية، وشملت هذه التغيرات إيجاد وتطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر والانتقال من اقتصاد تقليدي إلى اقتصاد رقمي، إذ أن نظام الصيرفة الإلكترونية هو القاعدة للانطلاق نحو مشاريع رقمية أخرى، كما شملت التغيرات أيضا القطاع المصرفي الذي يلعب دورا هاما وحيويا في الحياة الاقتصادية لما له من تأثير إيجابي في تحقيق التنمية عن طريق تعبئة الموارد وتوزيعها بأسلوب يضمن تحقيق الأهداف المستطرة، ومع تنامي العولة في جميع المجالات بما فيها المجال المالي، وانتشار المنافسة بين المؤسسات المالية شهدت البنوك تقدما ملموسا في مجال السماح للعملاء بتنفيذ العمليات المصرفية خصوصا تقديم العديد من الخدمات المبتكرة، من خلال شبكات الاتصال الإلكترونية وذلك باستخدام وسائل الدفع الإلكترونية، الأمر الذي أدى إلى ظهور البنوك الإلكترونية التي جعلت العمليات المالية أكثر مرونة، كونها تعمل على تخفيض النفقات التي تتحملها المصارف في أداء الخدمات وإنشاء فروع جديدة في مناطق مختلفة، وكذا تفعيل دور البورصة في الجزائر من خلال إقامة سوق مالية إلكترونية، فالجزائر تعمل على ضرورة الارتقاء بنظامها المصرفي وتطويره من خلال تحديث نظام الدفع ونشر ثقافة التعامل بالوسائل الحديثة لتقليل من السيولة النقدية في كل التعاملات. (بوعتلي، 2022).

فبالرغم من أن التجارة الإلكترونية تنطوي على إمكانيات هائلة، إلا أن هناك تحديات أمام الأفراد في الاعتماد على التجارة الإلكترونية والدفع الإلكتروني. فحسب تقارير حديثة ووفقا لدراسة إحصائية أخرى أجرتها المجمع النقدي (الشكل 5)، فإن نسبة مستخدمي الانترنت في الجزائر الذين اشتروا سلعاً وخدمات عبر الانترنت أو تداولوا أموال عبرها لم تتجاوز 15 مليار دينار سنة 2016 ليتطور بالضعف (32 مليار دينار) سنة 2023 وبمعدل نمو استخدام وسائل الدفع الإلكترونية 100% ما بين سنتي 2016 و2023.



لذا، فإن عملية إدخال وسائل دفع إلكترونية في الجزائر لازالت مستمرة رغم العقبات التي تواجه مزودي الخدمة ومواجهة هذه العقبات تشكل تحد كبير بالنسبة لهم، لكن في حال نجح مزودي هذه الخدمة في إيجاد الحلول المناسبة سيحققون عوائد أكبر (بولقرون وآخرون، 2020). فمن بين العوائق التي تصادف مزودي خدمات الدفع الإلكتروني في الجزائر، يمكن تصنيفها كما يلي:

- **العقبات الثقافية:** وتتمثل في انعدام الثقة كون المواطن الجزائري لا يثق في النظام المصرفي الجزائري بتاتا، وخاصية مجتمع الكاش أين تسوده ذهنيات الدفع نقدا وتفضيله عن أي وسيلة أخرى مهما كان نوعها مع التردد من التقنيات والتكنولوجيات الجديدة وتخوفه من استعمالها؛
- **العقبات التقنية:** وتتمثل في البنية التحتية المتدهورة سواء لدى مؤسسات الاتصال أو لدى البنوك مع قلة التجربة والتكوين المهني في مجال النقدية وقلة التجهيزات التقنية، ناهيك عن عدم تزويد البنوك بشبكة موحدة تربطهم مما يشكل صعوبة أمام مؤسسة SATIM أثناء جمع البيانات من الوكالات وتوجيهها إلى البنك الرئيسي ومشكل الأعطال المتكررة على مستوى الموزعات الآلية (DAB)؛

- **العقبات التجارية:** من أهمها ضعف السياسة التجارية للبنوك في مجال الاتصال والاشهار مع اللجوء الى عمولات مرتفعة لخدمات الدفع الإلكتروني بذريعة قلة المستخدمين خصوصا عدم إقبال التجار على التزود بهذه الخدمة؛

- **العقبات الأمنية:** وتتمثل في الفراغ القانوني فيما يخص النزاعات المتعلقة بهذا النوع من الأنشطة من خطر السرقة، الغش، القرصنة، في حال إقبال المواطنين على هذا النوع من

الوسائل مع نقص ثقافة استخدامها سيشكل العديد من النزاعات والشكاوى، الى جانب احتمال خطر عدم التسديد بسبب عدم ربط خوادم SATIM بقواعد بيانات مختلف البنوك فالتأخير الناتج عن تحصيل المعلومات المتعلقة بحساب المتعامل قد يشكل خطر كبير يتمثل في عدم تسديد هذا الأخير ما عليه من مستحقات.

فانتشار الدفع الإلكتروني دور كبير في تعزيز التجارة الإلكترونية في الجزائر، والاستفادة من أهميته البالغة، وذلك من خلال:

- انتشار نقاط البيع الإلكترونية لدى التجار سيَجبرهم على فتح حسابات بنكية، وبهذا سيرفع من قاعدة الزبائن البنكية من جهة، كما أن انتشار أجهزة الصراف الآلي سيساعد على نفاذ الخدمات البنكية إلى مختلف المناطق، وحتى النائية منها؛
 - إن التوسع في استعمال البطاقة البنكية يمكن من انتشار فكرة الرفاه الاقتصادي وسيحث البنوك على تحسين جودة الخدمات البنكية ويساعد على الرفع من سرعة دوران النقود وما يترتب عنه من تعزيز للشمول المالي وتنشيط للاقتصاد وفعالية في تنفيذ السياسات النقدية؛
 - زيادة استعمال الدفع الإلكتروني لما يوفره من خدمات توفر على مستخدميه الوقت والجهد والتكلفة كدفع الفواتير ومختلف الاقطاعات والتحويلات باستعمال الهواتف الذكية فقط.
- وهذا ما سيساهم في زيادة فتح الحسابات البنكية وانتشار الخدمات المصرفية واللجوء الى التجارة الإلكترونية (عجال وزيد، 2022).

خاتمة:

أمام التطورات المتسارعة التي يعرفها الاقتصاد العالمي والتي حولت بنيتها من اقتصاد صناعي قوامه الآلة إلى اقتصاد رقمي يعتمد على المعلومة، أصبح لزاما على القطاع المصرفي وخاصة في الدول النامية تحديث وتطوير مؤسساته وهذا للتكيف الإيجابي مع تلك التطورات. فالجزائر كسائر الدول التي لا يمكن أن تبقى على جانب هذه التطورات خصوصا وأنها تسعى كذلك إلى إعطاء دفع جديد لاقتصادنا وتخفيف التبعية لقطاع المحروقات (بصيري، 2019). ومن خلال دراستنا لموضوع الدفع الإلكتروني وعلاقته بتعزيز التجارة الإلكترونية، لاحظنا ان الجزائر اتخذت أولى خطواتها من خلال السهر على تعميم طرق الدفع الإلكتروني بمختلف انواعه مما سيساهم بدوره في إعطاء دفع جديد للاقتصاد وتوفير الوقت والجهد وخلق مكانة تجارية محفزة لاستقطاب الاستثمارات والشراكات الدولية (زايد، 2021).

نتائج الدراسة: تمكنا من خلال هذه الدراسة أن نسلط الضوء على الإشكالية الرئيسية المتعلقة بمدى كفاءة أنظمة الدفع الإلكترونية في تفعيل التجارة الإلكترونية بالجزائر، وخلصت الدراسة إلى النتائج التالية:

- أدى التطور السريع والهائل الذي يحصل في بيئة العمل المصرفي إلى الضغط على الجزائر لاستحداث تقنيات وآليات جديدة لمواكبة هذا التطور لجذب المزيد من الزبائن؛
 - كثرة المشاكل التقنية المتعلقة بهذه الوسائل جعل العديد من الزبائن يتجه لاستغلال الوسائل الأجنبية وهذا ما يسبب خطر ضمني يتجلى في فقدان الرقابة على تدفق رؤوس الأموال؛
 - ضعف القوانين والنظم المتعلقة بأنظمة الدفع الإلكترونية سببت تهرب العديد من مزودي الخدمة من استغلال هذا النشاط خصوصاً التجار ورجال الأعمال؛
 - نقص الدعاية والإعلان فيما يتعلق بهذا المجال تسبب في تأخر القطاع عن الاستثمار بشكل جيد في تطوير منتجاته، إن كان الزبون لا يستغل الوسيلة فكيف بالمزود أن يكون على يقين من فعاليتها.
- ووفقاً لهذه النتائج، فإنه بالرغم من الجهود المبذولة من الحكومة الجزائرية في تطوير خدمات المصرفية الإلكترونية واعتماد الرقمنة في الجانب التقني إلا أنها مازالت بعيدة عن الاستخدامات الاقتصادية والتجارية، كما أن المواقع الإلكترونية الناشطة تتبع طريقة الدفع عند التسليم ما يعكس نقص الثقافة الإلكترونية لدى الأفراد وتجنبهم للدفع الإلكتروني الذي له دور في تسهيل المعاملات التجارية والتحويلات المالية عبر شبكة الانترنت، كما أن الجانب القانوني الجزائري والفراغ التشريعي يضعف من البنية التحتية لقيام التجارة الإلكترونية، وبناء على تحليل ما سبق والنتائج المتوصل لها فإننا نثبت صحة فرضية الدراسة المتمثلة في أن ضعف البنية التحتية حال دون نشر ثقافة الدفع الإلكتروني في الجزائر ونقص الإقبال نحو التجارة الإلكترونية من جهة أخرى. وهذا ما يعكسه واقع الدفع الإلكتروني في الجزائر من خلال تحليل الاحصائيات التي تظهر انتشار الأمية المعلوماتية وسيطرة قيم المجتمع النقدي التوصيات: من خلال نتائج الدراسة قمنا باقتراح بعض التوصيات نذكر منها:
- توفير الدعم للزبون فيما يخص وسائل الدفع الإلكترونية عبر الانترنت، الهاتف، التطبيقات ... مما يخلق جو من الثقة بين الزبون والمؤسسة المزودة عن طريق اللجوء الى الشراكات الاستراتيجية مع المؤسسات الكبرى في المجال من أجل تطوير أنظمة الدفع الإلكترونية محلياً وجعلها تعمل بمعايير دولية؛
 - محاولة التنوع في المنتجات المحلية ومحاولة تسويقها قدر المستطاع لجذب المزيد من الزبائن ونشر ثقافة الدفع الإلكتروني مع توفير امتيازات وتحفيزات ضريبية لكل الأطراف؛

- دعم البنية التحتية التي تساعد على تبني أنظمة الدفع الإلكترونية بكل سهولة ويسر مع تنمية قطاع التجارة الإلكترونية، هذا ما يساهم في زيادة نشاط التسويق الإلكتروني وقد يخلق فرص جديدة للناشرين عبر الانترنت من تبني أنشطة وخدمات إلكترونية جديدة؛
- صياغة قوانين ونظم تشريعية مبسطة وواضحة كي لا يحدث أي التباس في تطبيق الأنشطة المتعلقة بوسائل الدفع الإلكترونية والتجارة الإلكترونية مع توفير الحماية من المخاطر الإلكترونية والجرائم الإلكترونية وهذا بتسخير كفاءات بشرية مناسبة من خريجي الجامعات والمعاهد المتخصصة وحتى الاستعانة بالاستشارة الدولية لإيجاد حلول مناسبة للمشاكل التقنية التي تواجه وسائل الدفع الإلكترونية المحلية.

قائمة المراجع

✓ المؤلفات:

1. عدنان مصطفى ب، المرحي خ، التحول الرقمي كيف ولماذا، جامعة الملك عبد العزيز، 2019.
2. العيسوي إ، التجارة الإلكترونية، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 2003.
3. يوسف حسن ي، البنوك الإلكترونية، المركز القومي للإصدارات القانونية الطبعة الأولى، القاهرة، 2012.

✓ الأطروحات:

1. حططاش عبد الحكيم، دراسة تقييمية لمشروع الجزائر الإلكترونية CRM 2013: دور تطبيق الحكومة الإلكترونية في الجزائر في تحسين إدارة العلاقة مع المواطن. كلية العلوم الاقتصادية، جامعة سطيف. 2018.
2. دحية رباب، أثر التطور التكنولوجي على أنظمة ووسائل الدفع مع الإشارة إلى حالة الجزائر- دراسة تحليلية- كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 3، 2020.
3. سحانين الميلود، مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة. كلية العلوم الاقتصادية، جامعة سيدي بلعباس، 2017.

✓ المقالات:

1. احسان م ا، مستقبل التجارة الإلكترونية في الوطن العربي ودورها في تنمية الصادرات المصرية. مداخلة مقدمة في مؤتمر التجارة الإلكترونية الافاق والتحديات، المجلد الثاني 25. 27 يوليو، الاسكندرية، مصر، 2002.
2. آيت شعلال ن، البطاقات البنكية وعوائق استخدامها في الجزائر، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 2، العدد 2، 2019.

3. باسم غ غ، دراسة العلاقة بين تطور التجارة الالكترونية وكل من الناتج المحلي الاجمالي والصادرات والواردات في سورية، مجلة تشرين للبحوث والدراسات العلمية. سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية. سورية، المجلد 37، العدد 4، 2015
4. بركات ع، طيبي ح، وسائل الدفع الإلكترونية ودورها في تفعيل التجارة الالكترونية، مجلة القانون والتنمية المحلية، المجلد 1، العدد 2، 2019.
5. بصيري م، نظام الدفع الالكتروني الجزائري كآلية لتطوير وسائل الدفع الجديدة، دراسات وأبحاث، المجلد 11، العدد 4، 2019.
6. بوعتلي م، تقييم واقع البطاقات البنكية وتطورها في البنوك التجارية: دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي، المجلة الجزائرية للدراسات الاقتصادية والإدارية، المجلد 2، العدد 1، 2022.
7. بولقرون ر، جامع ز، بوراي ز، واقع التسوق الإلكتروني في الجزائر، مجلة أوراق اقتصادية، المجلد 4، العدد 2، 2020.
8. خيثره، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر من منظور تطوير وسائل الدفع الإلكتروني - حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، المجلد 5، العدد 2، 2021.
9. دعبوز س، فرحي ك، التجارة الإلكترونية واستعمال الدفع الإلكتروني في الجزائر، معارف، المجلد 16، العدد 1، 2021.
10. زايد م، البطاقات البنكية كأداة لتنفيذ التجارة الالكترونية، مجلة ضياء للدراسات القانونية، المجلد 3، العدد 2، 2021.
11. زربوط آ، دور وسائل الدفع الإلكتروني في تفعيل التجارة الإلكترونية-مع الإشارة لتجربة الجزائر، مجلة آراء للدراسات الاقتصادية والإدارية، المجلد 1، العدد 1، 2019.
12. سايعي خ، طويل ح، أثر وسائل الدفع الالكتروني على جودة الخدمة المصرفية دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي- وكالة تبسة، محلة ابحاث اقتصادية وادارية، المجلد 13، العدد 2، 2019.
13. شنيب ف، التجارة الالكترونية ووسائل الدفع الالكتروني المعتمدة في الجزائر، المجلة العربية للمعلوماتية وأمن المعلومات، المجلد 2، العدد 6، 2023.
14. طالبي س، بن عبد العزيز س، دور وسائل الدفع الإلكترونية في تفعيل التجارة الإلكترونية -دراسة حالة بريد الجزائر لولاية بشار، التكامل الاقتصادي، المجلد 11، العدد 3، 2023
15. عباسية س، وسائل الدفع الالكتروني في النظام البنكي الجزائري- الواقع والمعوقات والآفاق المستقبلية، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 3، العدد 2، 2016
16. عبد الهادي م، لخضر ل، تقييم واقع التجارة الالكترونية واستعمالات البطاقات الالكترونية بالجزائر، 17. مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي، العدد 02، 2017.
18. عبد الرحيم و، تقييم وسائل الدفع الالكترونية ومستقبل وسائل الدفع التقليدية في ظل وجودها، مجلة الاقتصاد الجديد، المجلد 1، العدد 1، 2010
19. عتيق ع، صادق ح، تطور مواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، مجلة المالية والأسواق، المجلد 11، العدد 2، 2024

20. عجال و.، زياد أ.، دراسة حالة مجموعة من الدول العربية - 2020 دراسة تحليلية لمؤشر الاقتصاد الرقمي العربي، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، المجلد 7، العدد 1، 2022.
21. عرايبي ح.، نعيمة ب.، أهمية البنوك الإلكترونية في تفعيل وسائل الدفع الإلكترونية في الوطن العربي - الواقع والأفاق، مجلة الاقتصاد الجديد، المجلد 1، العدد 1، 2010.
22. عريوة م.، محمد خ.، واقع وسائل وأنظمة الدفع الإلكترونية في النظام البنكي الجزائري، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، المجلد 2، العدد 4، 2017.
23. العشايي ف.، التجارة الإلكترونية والنقد الإلكتروني: أزمة الثقة في وسائل وطرق الدفع الإلكترونية ومحاولات علاجها، مجلة البصائر للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 1، العدد 1، 2021.
24. العشي ه.، بوراس ف.، وسائل الدفع الإلكتروني ودورها في تحسين الأداء البنكي في ظل تحديات التنمية المستدامة، مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية، المجلد 9، العدد 3، 2018.
25. بوطورة ف.، بوطورة ف.ز.، الوافي ع.، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل التجارة الإلكترونية بالجزائر، مجلة شعاع الدراسات الاقتصادية، المجلد 4، العدد 2، 2020.
26. قاشي خ.، لواج م.، جبلي ح.، استراتيجية " الجزائر الإلكترونية 2013 ": فجوة النظرية والتطبيق، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، المجلد 2، العدد 2، 2013.
27. مهدي ر.، بطاقات الدفع الإلكترونية وترقية التجارة الإلكترونية، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، المجلد 5، العدد 2، 2020.
28. قحاييرة س.، البنوك الإلكترونية، ارتقاء بجودة الخدمات المصرفية البنك الإلكتروني -بايسيرا- نموذجا، مجلة المالية والأسواق، المجلد 8، العدد 1، 2021.
29. كواشي ح.، قدي ع.، نحو تشخيص واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر: التجارة الإلكترونية كحافز لاستخدام البطاقات البنكية وخدمات الدفع الإلكترونية، مجلة الاقتصاد الجديد، المجلد 13، العدد 1، 2022.
30. لعايب و.، تقييم تجربة نظام الدفع الإلكتروني الجزائري في ظل ثورة التكنولوجيا المصرفية -دراسة مقارنة مع تجربة نظام الدفع الإلكتروني الأوروبي، مجلة أبحاث ودراسات التنمية، المجلد 5، العدد 1، 2018.
31. نافع ز.، شعباني م.، الحكومة الإلكترونية: السبيل الأمثل في زمن جائحة كورونا المستجد. مجلة المالية والأسواق، المجلد 7، العدد 3، 2020.
32. ياليشاني و.، مزايا ومخاطر التسوق الإلكتروني في الجزائر، مجلة العلوم الاقتصادية، المجلد 17، العدد 1، 2022.

✓ المداخلات:

1. كردوسي م.، براهيمية أ.، تحديث وسائل الدفع الإلكتروني كآلية لتعزيز التحول الرقمي في الاقتصاد الجزائري، ملتقى وطني حول "الاقتصاد الرقمي في الجزائر بين الفرص والتحديات"، 18 ماي 2022، جامعة معسكر.

2. مناد ن.، زياد أ.، مساهمة تطبيقات التحول الرقمي في قطاع الصحة في الجزائر: الواقع والتحديات، الملتقى العلمي الدولي حول "التحول الرقمي والمالية العامة في الجزائر - الواقع والتحديات"، 11 و 12 نوفمبر 2024، جامعة وهران 2،
✓ تقارير:

1. حسن ج.، عبد السلام م.، التجارة الالكترونية، صندوق النقد العربي، 2021. الرابط:
https://www.amf.org.ae/sites/default/files/publications/2022-02/AMF_E-Commerce%20Book%202021_For%20Review_V2%20%281%29.pdf
2. المؤشر العربي للاقتصاد الرقمي (2024). الرابط: <https://arab-digital-economy.org/wp-content/uploads/2024/05/2024-2-4.pdf>
3. المراجع باللغة الأجنبية
4. Ait Si Said R., *Diffusion et impacts des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) sur le système bancaire en Algérie*. Journal of Economic Growth and Entrepreneurship, 5, 2, 2021
5. Arroudj H, *Réforme et modernisation du système bancaire algérien durant la période (1990-2010)*. Thèse de Doctorat en économie, université d'Oran, 2015.
6. Boussouf A., Belkaid B., *L'évolution Du Paiement électronique En Algérie Pendant La Pandémie Du Covid-19*, Revue Finance & marchés. 8(3). 2021.
7. Cheriet S., Ghanem H., *The Role of Electronic Payment System in the Development of the Algerian Banking System*, Roa Iktissadia Review, Vol 08, N° 02, 2018.
8. Gallic C., Marrone R., *Le grand livre du marketing digital*, Dunod, 2020.
9. Hess T., Matt C., Benlian A. & Wiesbock F., *Options for Formulating a Digital Transformation Strategy*. MIS Quarterly Executive, 15, 2, 2016.
10. Lamine N., Cherchem M., *L'e-paiement en Algérie : état des lieux Et perspectives de développement*. JOURNAL OF THE ECONOMIC SCIENCES INSTITUTE, 27(3), 2024.
11. Turban, E., Whiteside, J., King, D., Outland, J., *Overview of Electronic Commerce and Social Commerce*. In: *Introduction to Electronic Commerce and Social Commerce*. Springer Texts in Business and Economics. Springer, 2017