نحو تشخيص واقع التجارة الالكترونية في الجزائر:
التجارة الالكترونية كحافز لاستخدام البطاقات البنكية وخدمات الدفع الالكترونية

Towards diagnosing the reality of electronic commerce in Algeria:
E-commerce as an incentive to use bankcards and electronic payment services

كواشي حنان[1]، قدي عبد المجيد[2]
[1]طالبة دكتوراه، جامعة الجزائر3، مخبر العولمة والسياسات الاقتصادية، الجزائر
kouachi.hanene@univ-alger3.dz
[2]أستاذ التعليم العالي، جامعة الجزائر 3، مخبر العولمة والسياسات الاقتصادية، الجزائر
keddi.abdelmadjid@univ-alger3.dz

تاريخالاستلام:2021/01/17 تاريخ القبول: 2021/10/26 تاريخ النشر: 2022/3/15

ملخص:
تهدف هذه الدراسة إلى معرفة واقع التجارة الالكترونية بالجزائر في ظل انتشارها الهائل ومدى استخدام بطاقات وخدمات الدفع الحديثة في ذلك،حيث تطرقنا في البداية إلى إعطاء نظرة عامة حول التجارة الالكترونية من خلال تعريفها، الوقوف على أهميتها ومختلف أشكالها، ولمعرفة وضعيتها بالجزائر أشرنا أولا إلى البنية التحتية الرقمية، المعلوماتية والقانونية لهذا البلد، ثم حاولنا الكشف عن أهم المواقع الالكترونية المتاحة لتنفيذ هذا النمط الجديد من التعامل، وتسليط الضوء في الأخير على مختلف وسائل الدفع المستخدمة كأداة لتفعيله،فتوصلنا إلى أنه لا يمكن إقامة تجارة الكترونية في غياب البطاقات البنكية.

كلمات مفتاحية:بطاقة ذهبية، تجارة الكترونية، شبكات هاتفية.
تصنيف JEL: G21،F18.

Abstract:
This study aimsto know the reality of electronic commerce in Algeria in light of its huge spread and the use of modern payment cards and servicesin that, so we have initially dealt with givingan overview of electronic commerce through its definition, recognizing its importance and its various forms, and in order to know its situation in Algeria, we referred first to the country's digital, information and legal infrastructurethen tried to reveal the most important websites available to implement this new type of dealing, and finally to highlight the different means of paymentdevices used as a tool for activating it, so we concluded that e-commerce cannot be established in the absence of bank cards.

Keywords: gold card, electronic commerce, telephone networks.
Jel Classification Codes :F18, G21.

المؤلف المرسل: كواشي حنان، الإيميل: kouachi.hanene@univ-alger3.dz

1. مقدمة:

لقد مهدت التطورات التكنولوجية الحديثة لظهورالتجارة الإلكترونية، التي تعتبر من أكثر المعاملات استقطابا وانتشارا في وقتنا الحاضر، ورمزا للغة الخاصة بالثقافة المعلوماتية ومصدرا للثورة في الألفية الثانية، إذ أصبحت منظورا جديدا واسع الاستعمال لدى أوساط المال والأعمال التجارية ومختلف المؤسسات،فهي تعني عملية تسوية وإتمام المعاملات باستخدام الأسلوب الرقمي والشبكات العالمية كالأنترنت، وتجسد آفاقا جديدة للاتصال والتفاعل مع الزبائن والمؤسسات على حد سواء، كما تسمح بتأدية أكبر عدد من الخدمات في ظل تعاظم الشبكات المفتوحة والتقنيات المتطورة على كل المستويات، الأمر الذي أدى إلى إزالة الحواجز والموانع واختزال المسافات والأزمنة.

وإن ازدياد التسابق التكنولوجي والمنافسة بين الدول الغربية والعربية نحو استخدام هذا الأسلوب الجديد لإبرام الصفقات لم يترك للجزائر أي مجال للمماطلة في تبني التجارة الإلكترونية والاستفادة من المزايا التي توفرها.

من خلال ما سبق تبرز معالم الإشكالية التي يمكن صياغتها: إلى أي مدى يمكن للتجارة الإلكترونية أن تحفز استخدام البطاقات البنكية وخدمات الدفع الإلكترونية في تسوية المعاملات بالجزائر؟

أهداف الدراسة:نحاول من خلال هذه الدراسة بلوغ الأهداف التالية:

- التعرف على مفهوم التجارة الالكترونية ومختلف خدمات الدفع الحديثة.
- محاولة تقييم وضعية التجارة الالكترونية بالجزائر.
- إبراز دور التجارة الالكترونية في تحفيز استخدام البطاقات البنكية.

منهجية الدراسة:لتحقيق أهداف الدراسة قمنا باستخدام المنهج الوصفي التحليلي لأنه الأنسب لهذا الموضوع وبعض المصادر الأساسية والثانويةمن مقالات، كتب، تقارير ورقية وإلكترونية، التي تم دراستها باستخدام أدوات تحليل ملائمة للموضوع، وذلك ضمن ثلاثة أجزاء رئيسية، يتضمن الجزء الأول استعراض الأدبيات ذات الصلة بالتجارة الإلكترونيةمن مفهوم، أهمية وأشكال، في حين أشرنا في الجزء الثاني إلى البنية الأساسية التقنية والقانونية لهذا النوع من التجارة، أما الجزء الثالث فتناول وضعية التجارة الإلكترونية في الجزائر مع الإشارة إلى بعض مواقعها وتحليل واقع استعمال أجهزة وبطاقات الدفع الالكتروني بها.

2. الإطار النظري للتجارة الالكترونية:

انبثق عن تزايد استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وخاصة شبكة الأنترنت مفهوم جديد وهو التجارة على الخط Trade on line أو التجارة الالكترونية E-Commerce، وسرعان ما انتشر هذا المفهوم في شتى الأوساط الاقتصادية، الاجتماعية، والقانونية فارضا نفسه بقوة على جميع جوانب الحياة.

1.2 مفهوم التجارة الالكترونية:

هناك وجهات نظر متعددة بخصوص تعريف التجارة الالكترونية نظرا للتطور السريع لها، فتعني حسب منظمة التجارة العالمية:" مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات وتأسيس الروابط التجارية وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات عبر وسائل الكترونية"، (الجمل، 2012،

صفحة 139) كما ترى منظمة التعاون والتنمية الاقتصادي بأنها: "مصطلح يدل بصفة عامة على أشكال التعاملات ذات الصلة بالنشاطات التجارية التي تجمع الأفراد والمؤسسات معتمدة على المعالجة والنقل الالكتروني للمعطيات خاصة النصوص والأصوات والصور"، (بوراس وبريكة، 2014، صفحة 29) في حين عرف الاتحاد الأوروبي التجارة الالكترونية بأنها: "أداء الأعمال الكترونيا حيث تقوم على أساس التبادل الالكتروني للبيانات بدلا من التبادل أو الاتصال التقليدي المباشر، وتتضمن العديد من الأنشطة التجارية الخاصة بتبادل السلع والخدمات، إتمام عملية البيع والشراء، التسليم بالنسبة للمحتويات الرقمية والتحويلات الالكترونية للأموال، تداول الأسهم والفواتير الالكترونية، المزادات التجارية، عمليات التسويق وخدمات ما بعد البيع، وهي تشمل كل من السلع والخدمات"، (ابراهيم، 2011، صفحة 46).

من خلال ما سبق يمكن القول بأن التجارة الإلكترونية نوع من العمليات التي يتم فيها البيع والشراء بين المنتجين والمستهلكين وبين المؤسسات بعضها بالآخر من خلال تقنيات الاتصال المختلفة أهمها الشبكة الدولية للمعلومات.

2.2 أهمية التجارة الالكترونية:

تعتبر التجارة الالكترونية عصب الاقتصاد العالمي أو على الأقل هي جزء هام في منظومته الإجمالية، حيث ساهمت في رفع حجم التبادل التجاري ودعم الاقتصاد الدولي وفتحت آفاق واسعة للنهوض بمستوى الأمم، (عمر، 2016، صفحة 50:49)بالإضافة إلى ظهور المصارف المتخصصة في التعاملات التجارية على شبكة الأنترنت، وما أتاحته للزبائن من أنظمة تواكب التطور التقني، أهمها نظام تبادل المعلومات الالكترونية والذي يرمز له بالرمز EDI(Electronic Data Interchange)، التحويلات المالية الالكترونية وفتح الحسابات من خلال شبكة الأنترنت، مما شجع البائعين والمشترين على اختيارها كطريقة للتسوق، (الهيجاء، 2017، صفحة 60)كون أن التعامل الالكتروني يستغني عن المستندات الورقية وما تستلزمه من نفقات وبالتالي تخفيض مختلف التكاليف الكلية بحوالي 70% سواء كانت تكاليف المراسلات البريدية، التشغيل، الإعلان، التوزيع، التصميم، التصنيع، الاتصال، وغيرها، (الشيخ، 2006، صفحة 20) ومن جهة أخرى إتاحة الفرصة لمنتجات المؤسسات الصغرى والكبرى غير التقليدية للخروج من المحلية نحو العالمية. (المهدي، 2009، صفحة 309)مما يساعدها على تحسين أدائها من خلال إيجاد طرق جديدة لترويج المنتجات والوصول إلى أكبر عدد من الزبائن وتوفير خدمات تستجيب بشكل أسرع لمتطلباتهم وتوقعاتهم، عن طريق تصميم موقع الكتروني تعرض من خلاله مواصفات المنتجات وأسعارها مع إمكانية إضافة خدمة البيع للحصول عليها بأسعار مناسبة. (المعاضيدي، 2009، صفحة06)

ومن هنا يمكن القول بأن التجارة الالكترونية أصبحت عاملا مؤثرا في نمو اقتصاديات الدول وتعزيز تجارتها الخارجية، وقد غدت وسيلة هامة في زيادة القدرة التنافسية من تسويق للمنتجات، توفير المعلومات والخدمات للمتعاملين، وتمكين المستهلك أينما كان من الطلب

الفوري عليها، ما دفع بأغلبية الدول خاصة المتقدمة القيام بتهيئة اقتصادها وبيئة مؤسساتها للتحول نحو الاقتصاد الرقمي والاستفادة القصوى منه. (الجمل، 2012، صفحة 139)

3.2 أشكال التجارة الالكترونية:

يشمل نموذج التجارة الالكترونية على الأطراف الأساسية المعنية بالتعامل التجاري، فتضم بذلك العديد من الأنواع، نوجزها فيما يلي:

- التجارة الالكترونية من الشركات إلى المستهلكين Business to Consumer: ويشار إليها اختصارا ب " B2C"، وهي تمثل التبادل التجاري بين الشركات والزبائن والأفراد.
- التجارة الالكترونية من الشركات إلى الشركات Business to Business: ويشار إليها اختصارا ب "B2B"، وهي تمثل التبادل التجاري الالكتروني بين شركة وأخرى، كما أنها غالبا ما تمثل التعامل بين الشركة وعدد من الموردين الخاصين بها لشراء مواد خام وغيرها من مستلزمات الإنتاج.
- التجارة بين الأجهزة الحكومية والمستهلكين "G2C": وذلك لتبادل المعلومات الخاصة بحماية المستهلك أو لتقديم خدمات من الحكومة إلى المستهلكين أو لبيع الإحصاءات للباحثين أو للإعلان عن الوظائف، وتعرف أيضا بالإدارة الالكترونية.
- التجارة بين الأجهزة الحكومية والشركات "G2B": حيث تستخدم الحكومة الانترنت في إرسال المعلومات إلى الشركات واستقبالها منهم كالمعلومات الخاصة بالضرائب، الجمارك والأوضاع النقدية.
- التجارة بين المستهلكين أنفسهم "C2C": ومن أمثلة هذه التعاملات قيام شركة "eBay.com" بإنشاء مواقع تمّكن المستهلكين من تبادل عدد ضخم من السلع والخدمات فيما بينهم دون تدخل أحد من الوسطاء.(مطالي، 2015، صفحة41)

3. البنية الأساسية للتجارة الالكترونية في الجزائر:

للحديث عن التجارة الالكترونية في الجزائر لا بد من الاطلاع أولا على البنية التحتية الرقمية، المعلوماتية والقانونية لهذا البلد، إذ أن أهم العناصر الأساسية لهذا النوع من التجارة هو شبكات الاتصالات الالكترونية، وسائل الاتصال الحديثة ومشروع قانون التجارة الالكترونية، لما توفره من طرق جديدة لنقل المعارف والمعلومات، وتقديم خدمات بنكية للزبون دون أي قيد مكاني أو زماني.

1.3 شبكة الاتصالات الإلكترونية:

وهي شبكات محلية أو دولية تقدم خدمات بنكية للزبون بشكل الكتروني سريعا وأكثر أمنا، نذكرها فيما يلي:

3. 1. 1 الشبكة الاتصالية (DZPAC):

هي شبكة تحويل البيانات للاتصالات الجزائرية لتحويل حزمية باستعمال معيار الآيتيوx25 للاتحاد العالمي للاتصالات السلكية واللاسلكية التي أطلقت مند عام 1993، تسمح بربط أجهزة وشبكات الاتصال، وتتمثل مجالات استعمالها في مختلف أصناف البرامج المستخدمة في الاتصالات بين البنوك، حيث وصلت نسبة إيصال البنوك الجزائرية بخط الشبكة X25

سنة 2004 حوالي 53% من طاقة الشبكة الكلية المخصصة لها. (عياش وبوكحيل، 2017، صفحة 588)

1.3. 2 الشبكة البنكية (SWIFT):

أنشأت بواسطة مؤسسة عالمية للاتصالات المالية بين البنوك، تسمح بإنجاز التحويلات المالية والعمليات البنكية وفق أسلوب ولغة واحدة، حيث تعتمد على نظم تشفير الكترونية لتحقيق السرية والأمان، (الصرن، 2007، صفحة 310) ويقع المقر الرئيسي للشبكة في بلجيكا، وحسب احصائيات سنة 2017 المقدمة من طرفها يوجد 8034 مشترك في 207 دولة من مختلف أنحاء العالم. (الخزرجي والبارودي، 2012، صفحة 310)

3.1.3 الشبكة النقدية المشتركة ما بين البنوك (RMI):

لقد أطلقت شركة SATIM مشروع وضع نظام نقدي مشترك ما بين البنوك سنة 1996، نتج عنه إرساء الشبكة النقدية الالكترونية البنكية المشتركة، والتي تتضمن حظيرة الموزعات الآلية المبوبةعبر كامل الوكالات البنكية والبريدية المستعملة لشبكة نقل المعلومات DZ-PAC من خلال خطوط الربط X25، حيث تقوم هذه الموزعات بمعالجة عمليات السحب المرتبطة بالبنوك الأعضاء وكذا التحويلات المالية المرتبطة بعمليات المقاصة الناتجة عن السحب، فالهدف من هذا المشروع هو تحقيق القبول التام لجميع البطاقات المصدرة في جميع الصرافات المتاحة على كامل التراب الوطني. (ميهوب، 2014، صفحة 112)

3. 2 وسائل الاتصال الحديثة:

إن أهم الدلائل على زيادة توجه أي مجتمع نحو التجارة الالكترونية هو توفر: شبكة الأنترنت، الخطوط الهاتفية الثابتة والنقالة، أجهزة الكمبيوتر والحضائر التكنولوجية.

1.2.3 شبكة الأنترنت:

لقد تمكنت شبكة الأنترنت من الدخول إلى الجزائر سنة 1991 من طرف الجمعية الجزائرية (UNIX) بالتعاون مع جمعية العلماء الجزائريين (ASA) من خلال الاتصال مع إيطاليا، ففي بادئ الأمر كان الموزع الوحيد للدخول إلى الأنترنت هو مركز الأبحاث والمعلومات (CERIST)، (خنفوسي، 2016، صفحة 246) الذي أنشأ في شهر مارس سنة 1986 من قبل وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، وكان من مهامه الأساسية آنذاك هو العمل على إقامة شبكة وطنية وربطها بشبكات إقليمية ودولية. (بختي، 2002، صفحة 31) ومع مرور السنين عرفت الأنترنت قاعدة أكبر للاستعمال، وأصبحت ظاهرة حقيقية وملموسة، وهذا ما تجسد في سنة 2000 من خلال حصول الجزائر على 18 ممونا لخدمة الأنترنت، (خنفوسي، 2016، صفحة 246) كما تطور بعدها عدد مستخدمي هذه الشبكة في الجزائر من 50 000 مستخدم سنة2000 إلى 25 159 428 مستخدم سنة2020، وهو ما يمثل نسبة 50,76% من إجمالي عدد السكان في تلك السنة، ما جعل الجزائر تحتل المرتبة الثالثة في الوطن العربي بعد كل من السعودية والتي سجلت 31.856.652 مستخدم بنسبة 17,4% من مجموع كثافتها السكانية، وكذلك مصر بقيمة 49,231,493 مستخدم وبنسبة 10,840 % من مجموع سكانها، كما تفوقت الجزائر على العديد من الدول العربية الأخرى كالمغرب، أين بلغ عدد المستخدمين فيها 23.739.581 مستخدم، تليها العراق ب 21.276.000 مستخدم،

ثم السودان ب 13.124.100 مستخدم، في حين سجلت كل من الامارات، الأردن، اليمن، تونس، سوريا، ، لبنان، ليبيا، ، الكويت، عمان، فلسطين، قطر، البحرين أعداد ضئيلة من المستخدمين قدرت ب9.532.016، 8.700.000، 7.903.772، 7.898.534، 7.609.286، 5.546.494، 5.100.000، 4.231.978، 4.011.004، 3.381.787، 2.942.000، 1.615.620 مستخدم على التوالي. (internet users statistics for africa, 2020) ولعل السبب الذي يقلل من ممارسة التجارة الالكترونية يعود إلى غياب ثقافة نشر التكنولوجيا المعلوماتية بين أفراد المجتمع ما يجعله استخدامها يكون إلا في الحالات القصوى.

كما فرضت شبكة الأنترنت نفسها بقوة على الساحة العالمية كأكبر شبكة للمعلومات، فحسب الاحصائيات المسجلة في 30 سبتمبر 2020 تحتل آسيا الصدارة من حيث عدد المستخدمين بمقدار 2.555.636.255 مستخدم، تليها أوروبا بمقدار 727.848.547 مستخدم، ثم افريقيا ب 631.940.772 مستخدم، في حين بلغ عدد المستخدمين 467.817.332، 332.908.868، 184.856.813، 28.917.600 مستخدم في كل من أمريكا اللاتينية، أمريكا الشمالية، الشرق الأوسط وأستراليا على التوالي. (World internet usage and population statistics, 2020)

2.2.3 الشبكات الهاتفية الثابتة والنقالة:

سجلت سلطة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية فيالجزائر مجموع 49.897.025 أي حوالي 50 مليون مشترك في شبكات الهاتف الثابت والنقال سنة 2017، مقابل 49.999.847 مشترك نهاية 2016، أي انخفاض بحوالي 0,10%. وفيما يخص الهاتف الثابت والذي يعتبر متعامله الحالي والتاريخي في الجزائر هو اتصالات الجزائر، فإن عدد مشتركيه انخفض بنسبة 3%، حيث بلغ عددهم 4 051 360 مستخدم نهاية سنة 2017 مقابل 4182001 في السنة التي قبلها، أما فيما يتعلق بمشتركي الهاتف النقال والذي يوجد له ثلاثة متعاملين في الجزائر؛ مؤسسة موبيليس، جيزيوأوريدو للاتصالات، أوضحت نفس الجهة أن هذه السوق عرفت استقرارا، حيث انتقلت من 45 817 846 مشترك سنة 2016 إلى 45 845 665 مشترك سنة 2017، وذلك بسبب اكتظاظ سوق الهاتف النقال. (Rapport annuel, 2017)

3.2.3 أجهزة الكمبيوتر:

تطور استعمال أجهزة الكمبيوتر في الجزائر حيث بلغ عددها سنة 2007 حوالي 1482000 جهاز مقارنة ب 3763607 جهاز لسنة 2011، بمعدل نمو 154 %، (gabr, 2012) حيث أن أكثر من ثلاثمائة جهاز حاسوب تم بيعه في السوق الجزائرية سنة 2012، حيث أن 18% فقط من البيوت تملك هذا الجهاز، في حين أن 94% منهميمتلكون هواتف محمولة، ومن أجل ذلك وضعت الدولة الجزائرية لتشجيع ديمقراطية الدخول إلى TIC سنة 2005 برنامج "أسرتيك" وهو البرنامج الذي يهدف إلى توفير جهاز حاسوب لكل أسرة جزائرية من خلال توفير القروض وتخفيض الضريبة على القيمة المضافة على هذه الأجهزة من 17 %إلى 7%، وقد تم الإعلان عن مشروع أستريك II في سنة 2013 دون أن يتحقق بعد، وأن

20% من المؤسسات فقط تملك الأنترنت وتستخدم TIC في تسييرها الإداري، وأن 43 ألف كيلومتر من الألياف البصرية تم تثبيتها سنة 2014. (jankari, 2014, p14 :15)

3. 2. 4الحضائر التكنولوجية:

فهي هيئة ذات طابع صناعي وتجاري EPIC تم إنشاؤها بموجب المرسوم التنفيذي رقم 04-91 الصادر في 24 مارس 2004، تحت وصاية وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، حيث كان أول انجاز لها هو بناء الحظيرة التكنولوجية لسيدي عبد الله في فيفري 2009، ثم وضعت الوكالة مخطط عمل التطور الرباعي 2010-2014 لوضع ثلاثة حظائر تكنولوجية جهوية: ورقلة، عنابة، ووهران، تهتم بتسهيل عمل المؤسسات التي تعمل في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. (بن ساسي وبن قرينة، 2017، صفحة 217:216)

3. 3 مشروع قانون التجارة الالكترونية:

تعددت محاولات المشرع الجزائري لتنظيم مسائل مرتبطة بالتجارة الالكترونية، والتي تبلورت باقتراح مشروع قانون سنة 2017 من طرف وزارة البريد وتكنولوجيا الاتصال السلكية واللاسلكية والرقمنة، حيث صادق عليه مجلس الوزراء وتمت مناقشته في البرلمان، وفي العشرون من فيفري عام 2018 تمت المصادقة عليه من طرف نواب البرلمان، وفي 12 أفريل تمت المصادقة عليه من قبل مجلس الأمة. يؤطر هذا القانون السوق من خلال العديد من الإجراءات التي تسمح بضمان أمن التجارة الالكترونية مع تحديد التزامات كل من المزودين بخدمات الأنترنيت وكذا المستهلكين.

حيث ينص أولا على أن التسجيل في السجل التجاري وتحديد موقع على شبكة الأنترنت شرطان أساسيان لممارسة التجارة الالكترونية، (فرعون، 2018) كما يحدد المعلومات التي يجب أن ترافق العرض التجاري الإلكتروني كالتعريف الجبائي، العنوان، رقم الهاتف، رقم السجل التجاري، الضمان التجاري وغيرها، كما يشير إلى أن طلب المنتج أو الخدمة يمر بثلاث مراحل اجبارية وهي: ضمان الشروط التعاقدية للمستهلك الإلكتروني، التحقق من تفاصيل الطلبية من قبل هذا الأخير، ثم التأكيد على الطلبية الذي يؤدي إلى إعداد العقد. (الجزائرية، 2018) كما يحدد أيضا التزامات المستهلك الإلكتروني، كإلزامية دفع الثمن المتفق عليه في العقد الإلكتروني حالما يتم تشكيل هذه الوثيقة، سواء عن بعد أو عند تسليم المنتج عن طريق الدفع المسموح به بموجب التشريع الساري.

وفيما يتعلق بالمعاملات التجارية عبر الحدود، ينص مشروع القانون على أن بيع السلعة أو الخدمة من جانب ممون مقيم للمستهلك الإلكتروني المنشأ في بلد أجنبي معفى من إجراءات مراقبة التجارة الخارجية، ويتبادل عندما لا تتجاوز قيمته ما يعادل بالدينار من الحد الذي يحدده التشريع الساري، ومع ذلك يجب أن تقيد عائدات هذا البيع بعد الدفع لحساب مقدم الخدمات الالكترونية الذي يوجد مقره في الجزائر مع مصرف معتمد من طرف البنك

الجزائري أو من بريد الجزائر، وعندما يكون الشراء الإلكتروني من الجزائر من قبل مستهلك إلكتروني من ممون إلكتروني أنشا في بلد آخر ويقتصر على الاستخدام الشخصي فإنه معفى أيضا من إجراءات التجارة الخارجية والعملات عندما لا تتجاوز قيمتها ما يعادله بالدينار من الحد الذي يحدده التشريع الساري، كما يتم توفير تغطية الدفع الإلكتروني لهذا الشراء من حساب العملة الصعبة للشخص الطبيعي للمستهلك الإلكتروني المقيم في الجزائر.
ووفقا لنص القانون فإن المعاملات المحظورة هي تلك التي تتعامل مع ألعاب الصدفة، الرهان، اليانصيب، المشروبات الكحولية، التبغ، المنتجات الصيدلانية، وتلك التي تنتهك حقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية، أي خير أو خدمة محظورة بموجب التشريع الساري وكذلك أي خير أو خدمة خاضعة لإقامة سند، كما يحظر أي معاملة الكترونية للمواد والمعدات والمنتجات الحساسة التي تحددها اللوائح السارية وكذلك أي منتج أو خدمة أخرى قد تؤثر على مصالح الدفاع الوطني والنظام العام والسلامة العامة.
كما يشير القانون على ضرورة تأمين اتصال الموقع الإلكتروني لموفر الخدمة الإلكترونية بنظام الدفع الإلكتروني من خلال نظام إصدار الشهادات الالكترونية. وأن كل من الضباط وضباط الشرطة القضائية وكذا الموظفين المنتمين إلى هيئة محددة من الرقابة التابعة للإدارات المسؤولة عن التجارة لديهم سلطة تسجيل انتهاكات أحكام هذا القانون، وتبعا لطبيعة الجرائم، يتم التخطيط لغرامات تتراوح بين 000 50 مليون دينار و2 مليون دينار، تضاف إليها إلغاء السجل التجاري وإغلاق الموقع.
وينص مشروع القانون هذا على أن الأشخاص الطبيعيين والاعتباريين الذين سبق لهم الاشتراك في التجارة الالكترونية لديهم مدة ستة أشهر من تاريخ نشر هذا النص للامتثال للأحكام الجديدة. (فرعون، 2018)

4. التجارة الالكترونية والدفع الالكتروني في الجزائر:

لقد زاد اهتمام العالم بالتجارة الالكترونية بشكل ملحوظ خاصة مع تطور التقنية والازدياد الكبير لمستخدمي الأنترنت والشبكات الاجتماعية، بالإضافة إلى ظهور الهواتف الذكية وسرعة الاتصال، ما جعل هذه التجارة مجالا لا يمكن تجاهله من طرف الأفراد والشركات العالمية والعربية لاسيما الجزائر التي لابد لها أن تساير التطورات الحديثة في مجالات التكنولوجيا والمتغيرات التي يفرضها السوق، فالأرقام والاحصائيات الجديدة تؤكد ذلك.

4. 1 وضعية التجارة الالكترونية في الجزائر:

تجدر الإشارة إلى أن أول بدايات ظهور التجارة الالكترونية في الجزائر كان أثناء ربطها بالأنترنت كوسيلة للاتصال من خلال ظهور شركات تزويد الأنترنت في سنة 1997، فكانت شركة جيكوس هي أول شركة جزائرية تتعامل بالتجارة الالكترونية لأنها كانت تربط المؤسسات والأفراد بالأنترنت والدفع يكون بالحوالات أو نقدا، وهي تدخل ضمن مفهوم التجارة الالكترونية B2B و B2C كما وقد قام السجل التجاري بتخصيص رقم CODE للتجارة الالكترونية وهو 511145 وبحسب هذا الترقيم فهي كل نوع من تجارة التجزئة للمنتوجات التي تتم عن بعد أو من المنزل عن طريق الهاتف أو الأنترنت. (دالع، 2008)

كما صنف مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية UNCTAD لسنة 2016، الجزائر في المرتبة 95 عالميا من حيث مبيعات التجزئة عبر الأنترنت نسبة إلى إجمالي المبيعات بالمتاجر، ووفقا للتقرير الذي ضم 137 دولة، احتلت الجزائر مرتبة متأخرة جدا مقارنة بالإمارات العربية المتحدة التي احتلت المرتبة 25، وهي الأولى عربيا، وتونس هي الأخرى احتلت المرتبة 73. (unctad, 2016, p21:24)

4. 2 مواقع التجارة الالكترونية الجزائرية:

ارتفع عدد المواقع المخصصة لبيع مختلف المنتوجات عبر الأنترنت في الجزائر وذلك بفضل انتشار التدفق العالي جدا للأنترنت الثابت والنقال خاصة بعد إطلاق خدمتي الجيل الثالث في 2014 والجيل الرابع في 2016، وهذا ما يثبت أن الجزائر تخطو خطوات إيجابية نحو إقامة تجارة الكترونية ويمكن حصر أبرز هذه المواقع فيما يلي:

4. 2. 1 سوق واد كنيس:

أنشأ هذا السوق سنة 2007، فهو يعتبر أول مواقع التسوق عبر الأنترنت التي تهتم بوضع الإعلانات التجارية في الجزائر الهادفة لبيع أو شراء أو مبادلة مختلف المنتجات، حيث حقق هذا الموقع نجاحا لافتا منذ تأسيسه إذ استقطب حوالي 3,8 مليون زائر خلال شهر أوت 2010.

4. 2. 2 موقع صنع في الجزائر:

عبارة عن سوق افتراضية جزائرية يسمح فيها للشركات الجزائرية خاصة المصدّرة منها بعرض وترويج منتجاتها والتي عادة ما تشمل المنتجات النسيجية، المنتجات الغذائية، قطع ميكانيكية وغيرها عبر شبكة الأنترنت للوصول إلى الأسواق العالمية. (nafa, 2010, p23)

4. 2. 3 موقع أشريلي:

تأسس عام 2012، يختص في بيع المنتجات الغذائية، مواد التنظيف ومستلزمات التجميل بمختلف الماركات، ويلتزم بتسليم السلعة قبل أربعة وعشرون ساعة إلى منزل الزبون، يوجه مبيعاته إلى ولاية الجزائر العاصمة ووسط ولاية بومرداس فقط، يشترط أن يكون الدفع عند التسليم إما نقدا أو بشيك، أو بصيغة الدفع الالكتروني عن طريق e-Pay التي يكون فيها الدفع مسبقا قبل التسليم، كما يملك الموقع أكثر من 400 زبون مسجلين على شبكة التوزيع الخاصة به، وأكثر من 100 زائرا يوميا، 81% من الزوار من الجزائر العاصمة.

4. 2. 4 موقع قيديني:

تأسس سنة 2009، يسوّق مجموعة من الأصناف كمستلزمات التجمل، عتاد الإعلام الآلي، الأجهزة الكهرو منزلية والمواد الخاصة بالمرأة والطفل، يعمل على مدار الأسبوع وخلال 24 ساعة، ويكون التسديد إما عن طريق الحوالة البريدية أو بشيك بنكي أو الدفع نقدا عند التسليم أو في المستقبل عن طريق البطاقات البنكية، فاز هذا الموقع بجائزة أحسن موقع الكتروني سنة 2012، وفيما يتعلق بجانب الخدمات اللوجستية التي تشتمل على عمليات الشحن والتوصيل فالمتجر متعاقد مع expresse mail service (EMS) و (UPS)

United Parcel Service، فيوجه مبيعاته تقريبا إلى كل ولايات الوطن، ويضمن التسليم إلى منزل الزبون في مدة تتراوح ما بين 24 إلى 72 ساعة.

4. 2. 5 موقع نشري في النات:

تأسس هذا الموقع في فيفري 2010، يسوق أكثر من 500 منتج كالكتب، معدات الإعلام الآلي، معدات الطبخ والمنزل، لعب الأطفال والصحة، الألعاب الرياضية والترفيهية ومستلزمات التجميل، كما يوجه مبيعاته إلى أكثر من ثلاثين ولاية، ويوفر عدة طرق للدفع كالحساب البريدي أو الدفع نقدا عند التسليم وهذا حصريا في الجزائر العاصمة وضواحيها، أو القيام بالتحويلات المالية إلى حساباتها البنكية المتوفرة في الموقع. بالنسبة لمجال الخدمات اللوجستية فالموقع يعتمد في توزيع السلع على شبكة نقاط الترحيل التي يفوق عددها الخمسون، حيث توجد بولاية الجزائر تسع نقاط للترحيل في حين قسنطينة ووهران 04نقاط، لذا فهو يتعهدبالتوصيل الى نقاطه في مدة تصل من 24 إلى 72 ساعة بالنسبة للمناطق البعيدة، عدا ولاية الجزائر العاصمة التي يكون فيها التسليم إلى المنزل. (بن ساسي وبن قرينة، 2017، ص216:217)

4. 2. 6 موقع دار الشهاب:

يحتوي على نظام يسمح ببيع المنتجات من خلال الأنترنت سواء داخل الجزائر أو خارجها، وبه فهرس الكتروني يقدم معلومات مفصلة ودقيقة حول الكتب المتوفرة، التي يتسنى للمستهلك تصفحها واختيار تلك التي يرغب في اقتنائها بمجرد القيام بعملية التسجيل على هذا الموقع.

4. 2. 7 موقع سوق الجزائر:

يهتم بتنفيذ المزادات والصفقات بين الأفراد الراغبين في بيع وشراء سلعة معينة عبر شبكة الويب مقابل رسم محدد، كما يتيح للبائع امكانية التواصل مع المشتري للاتفاق على كيفية تسديد قيمتها وطريقة شحنها سواء عن طريق الدفع المباشر عند التسليم أو عن طريق التحويل البنكي أو عبر الحساب البريدي الجاري. (بسام، 2005)

من خلال ما سبق نلاحظ أنه بالرغم من امتلاك الجزائر للعديد من المواقع الالكترونية ذات المنتجات المتنوعة والأسعار التنافسية، وعلى الرغم من أن مدة الشحن والتوصيل تتم طبقا لما هو معمول به دوليا، غير أن أغلبية هذه المواقع تعتمد على الدفع نقدا عند التسليم دون اللجوء إلى وسائل الدفع الالكتروني، بالإضافة إلى محدودية التغطية داخل الوطن بسبب الكثافة السكانية بل تكاد تنعدم خارجه، وهو ما يتعارض مع طبيعة التجارة الالكترونية التي تمتاز بالدولية في التعامل التجاري.

4. 3أنواع بطاقات الدفع الالكتروني في الجزائر:

ساهمت التجارة الالكترونية على انتشار أدوات الدفع الحديثة في الجزائر، مما أدى إلى تنوع بطاقات الدفع الالكتروني المتاحة والتي يمكن ايجازها فيما يلي:

4. 3. 1 البطاقة البنكية الالكترونية:

تمنح هذه البطاقة مجانا من قبل البنك الوطني الجزائري عند فتح حساب وبمدة صلاحية ثلاثة سنوات، تستخدم لدفع ثمن المشتريات سواء من خلال المحلات التجارية أو المتاجر بواسطة

الأنترنت أو أجهزة الدفع الالكتروني في أي وقت على مدار 24 ساعة في اليوم، كما تسمح بسحب الأموال من أي ماكينة سحب آلي، وتحويل وتلقي الأموال من أي شخص، وهي على نوعين؛ البطاقة الكلاسيكية والبطاقة الذهبية، يختلفان باختلاف الراتب الخاص بصاحبها.

4. 3. 2 البطاقة الدولية البنكية carte visa:

يقدمها البنك الوطني الجزائري، تسمح بإجراء مختلف المعاملات أثناء السفر خارج وداخل الجزائر، كدفع ثمن المشتريات أو سحب الأموال من أي مكان عن طريق الأنترنت أو جهاز الدفع الالكتروني، تبلغ مدة صلاحية هذه البطاقة 24 شهرا.

4. 3. 3 بطاقة الدفع الالكتروني CIB:

هي بطاقة الكترونية موصولة مباشرة بالحساب الشخصي للزبون يتيحها بنك التنمية المحلية، لاستخدامها لسحب الأموال من خلال أي ماكينة سحب آلي، كما يمكن دفع ثمن المشتريات أو الاطلاع على الحساب من خلال الأنترنت. تبلغ صلاحية هذه البطاقة عامين مع قابلية التجديد بشكل أوتوماتيكي، نميز فيها نوعين: بطاقة CIB الكلاسيكية وبطاقة CIB الذهبية.

4. 3. 4 بطاقات الدفع من خلال الانترنت:

وهي على عدة أنواع؛ كبطاقة الماستر كارد Master cardالتي تمكن الزبون من دفع قيمة مشترياته عند التسوق من المتاجر الالكترونية سواء عن طريق أجهزة الدفع أو من خلال الانترنت، يتم استخراجها بالتوجه للموقع الرئيسي للMaster card وملأ جميع البيانات المحددة لهوية المستخدم من أجل الإجراءات الأمنية، بالإضافة إلى بطاقة Mintتسمح بإجراء عمليات الدفع بطريقة الكترونية عبر الانترنت، عند شراء المنتجات واستقبال الخدمات الرقمية، وبطاقة one cardالتي تستخدم في عمليات الشراء من خلال الانترنت والدفع الالكتروني، حيث يقوم المستخدم بفتح حساب في موقع وان كارد مجانا، ليتمكن بعدها من استخدام البطاقة عند شحنها بالنقود المالية. أما بطاقة Neosurfفتوفر وسيلة فورية لإيداع الأموال بأمان في حساب Ecoaccount الخاص بالمستخدم، كما يمكن استخدامها في الدفع الالكتروني في الجزائر. (فاب أدمين، 2019)

4. 3. 5 البطاقة الذهبية:

وهي بطاقة خصم صادرة عن بريد الجزائر ومطابقة لمعيار الأمان الدولي EMV، تمكن حاملها من إجراء مختلف العمليات عبر كامل أرجاء القطر الجزائري كسحب الأموال نقدا بالعملة الوطنية، دفع الأموال، تسديد الفواتير، تحويل الأموال، تعبئة رصيد مكالمات الهاتف النقال، وذلك في حدود المبالغ القصوى المحددة، كما تستخدم للاطلاع على رصيد الحساب، طلب إعداد كشف مصغّر عن العمليات ال 10 الأخيرة التي تم إجراؤها بواسطة البطاقة، طلب دفتر الصكوك، دفع وتسديد قيمة المشتريات و/ أو الخدمات عبر نهائيات الدفع الإلكتروني. (بريد الجزائر، 2016)

4. 4 أجهزة وخدمات الدفع الالكتروني في الجزائر:

تطورت أجهزة الصراف الآلي في الجزائر إذ ارتفع حجمها من 5900 سنة 2010 إلى 9380 سنة 2017، وهذا ما يؤكد ولوج المصارف لعالم الصيرفة الالكترونية وتقديم خدمات للزبائن على الطريقة الحديثة، إلا أنه لم يكن بنفس الوتيرة مقارنة مع المستوى العالمي أين

بلغ 43500 سنة 2017 بعد أن كان 29150 سنة 2010 وهو ما يفسر القصور الذي يعاني منه النظام المصرفي الجزائري في مجال عصرنة الخدمات المصرفية. حيث توزعت هذه الأجهزة على بعض البنوك الجزائرية العمومية، إذ بلغ عددها سنة 2018 حوالي 160 صراف ببنك BDL، 144 صراف ببنك BNA، غير أن مستوى التطور ضعيف ببنك BEA أين بلغ 87 صراف، في حين لم تحتوي بعض البنوك العمومية الأخرى مثل (CNEP -BADR-CPA) على هذا النوع من الأجهزة وهذا ما جعل الجزائر متأخرة للوصول إلى المستوى المطلوب.

وفي نفس الوقت تطورت الوحدات الطرفية عند نقاط البيع على مستوى جميع البنوك العمومية، حيث وصلت إلى 14742 جهاز سنة 2018 مقارنة ب 4180 جهاز سنة 2016، كما نلاحظ أيضا أن بنك القرض الشعبي الجزائري يحتل الصدارة من حيث عدد هذه الأجهزة والذي بلغ 8084 جهاز خلال هذه الفترة، يليها بنك BDL ب 7776 جهاز، ثم بنك BNA ب 7638 جهاز، في حين بلغ بكل من بنك BADR، BEA، CNEP حوالي 4526، 945 و534 جهاز على التوالي. (Satim, 2018)

ومقارنة بأعداد أجهزة الصراف الآلي نلاحظ بأنها أقل من أعداد أجهزة الدفع الالكتروني وهذا يفسر بإلزامية الدفع الالكتروني التي جاء بها قانون التجارة الالكترونية سنة 2018 والذي ألزم كل المتعاملين الاقتصاديين بتركيب أجهزة TPE مما جعل الطلب عليها يرتفع ومن تم تزايد أعدادها.

أما فيما يتعلق بخدمات الدفع الالكترونية والمحلات التجارية التي اعتمدت أجهزة التحويل الالكتروني TPEفهي منتشرة في جميع ولايات الوطن بنسب مختلفة ولجميع الأنشطة التجارية؛ حيث يحتل المرتبة الأولى قطاع الصحة ب 497 جهاز بمختلف الولايات، تليه قطاع الاتصالات السلكية واللاسلكية ب 107 جهاز ثم قطاع السياحة والأسفار ب 82 جهاز يليه قطاع النقل والتأجير ب 74 جهاز ثم المحلات التجارية الكبرى ب 59 جهاز، وبمتوسط 40 جهاز لكل من الأدوات الكهرومنزلية والذهب والمجوهرات وقطع غيار السيارات والدهون والطلاء والفنادق ونوادي الأنترنت والأكشاك والمكاتب والمطاعم ومحطات الغسيل. هذا وتتصدر الجزائر العاصمة الترتيب ب 798 جهاز تليها تلمسان ب 143 جهاز وقسنطينة ب 81 جهاز، وبالرغم من هذا التوزع الجغرافي للأجهزة حسب الولايات فإن الأعداد السابقة لا تغطي مستوى الأنشطة التجارية لولايات الوطن ما يعكس النقص الفادح في استغلال البطاقات البنكية للتعاملات التجارية بالنسبة للمحلات والوكالات المربوطة بخدمة التبادل SATIM، أما فيما يتعلق باستغلال البطاقات البنكية لأغراض الصيرفة والتحويلات المالية بين البنوك أو لصالح المتعاملين، فهي الأخرى لا تزال تراوح مكانها برغم عدد البطاقات المصدرة سواء من بريد الجزائر الذي يغطي ولايات الوطن أو البنوك التي تعرض مختلف البطاقات بأعداد ومواصفات متباينة وبمناطق متعددة كذلك. (مسعود ولعروس، 2017، صفحة 319)

أدى التطور الملحوظ في عدد هذه الأجهزة إلى زيادة حجم المعاملات الالكترونية في البنوك العمومية الجزائرية، غير أن النصيب الأكبر كان لعمليات السحب عبر الصراف الآلي DAB مقارنة بعمليات الدفع عبر TPE وعمليات التجارة الالكترونية بالرغم من العدد المحدود للصرافات الآلية التابعة للبنوك العمومية، لذلك يمكن القول بأن الصيرفة عبر الصراف الآلي حاضرة وهذا نظرا لتوجه العملاء لاستخدامها لسحب أموالهم ولكنها تبقى ضئيلة إذا ما قورنت بالطوابير التي يقف فيها المواطنون أمام شبابيك الدفع التقليدية وهذا راجع لعدة عوامل كعدم امتلاكهم للبطاقات أو عدم رغبتهم في استعمالها والرغبة في الاحتفاظ بسرية المعلومات وغيرها، في حين تبقى عمليات التجارة الالكترونية وعمليات الدفع عبر أجهزة الدفع الالكتروني محتشمة لعدم إقبال المواطنين على مثل هذه العمليات. (Satim, 2018)

5. خاتمة:

حاولنا من خلال ما سبق معرفة واقع التجارة الالكترونية بالجزائر ومدى استخدام البطاقات البنكية ووسائل الدفع الالكتروني في ذلك، فتوصلنا إلى أنه بالرغم من الجهود والخطوات المتثاقلة المبذولة في هذا البلد أبرزها إصدار قانون متعلق بالتجارة الالكترونية في أواخر 2017، إلا أنه حسب تحليلنا لاحظنا أنها لازالت تتقدم بخطى متباطئة في هذا المجال ولم ترق للمستوى المطلوب مقارنة بالدول الجوار، ويعود السبب في ذلك إلى ضعف البنية التحتية للاتصالات وعدم تكافؤ الفرص بالنسبة للمواطنين، إذ أن تدفق الأنترنت ضئيل في بعض المناطق الجنوبية وحتى الشمالية، ويكاد ينعدم في بعض المناطق الأخرى، بالإضافة إلى العديد من العراقيل والعقبات منها ما هو قانوني، تجاري، ثقافي واجتماعي. وبهدف تفعيل هذه التجارة لا بد من القيام بإصلاحات اقتصادية ومالية عميقة تمس المنظومة الاقتصادية برمتها، وذلك من خلال استكمال البنية التحتية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال وانتهاج سياسة التثقيف الالكتروني بالإضافة إلى تنشيط وتحفيز المؤسسات لاقتحام هذا النشاط وتحديث البيئة التشريعية وإضفاء مزيد من الإجراءات والقوانين لحماية التجار من القرصنة الالكترونية وضمان تكوينهم للارتقاء بمستوى التعاملات التجارية الالكترونية، كون أن القوانين والتشريعات التي تم التطرق اليها سلفا لا تخدم التجارة الالكترونية بالقدر الكافي في الجزائر، كما أنه من الضروري تسريع استخدام بطاقات الدفع والسحب والائتمان بشتى أنواعها، وتسهيل الكثير من الاجراءات الضريبية والجمركية، لأن التجارة الكترونية تتطلب وجود وسائل الدفع الالكتروني خاصة البطاقات البنكية.

6. قائمة المراجع:

المؤلفات:

- أحمد بوراس، والسعيد بريكة، (2014)، أعمال الصيرفة الالكترونية الأدوات والمخاطر، دار الكتاب الحديث، القاهرة؛
- ثريا عبد الرحيم الخزرجي، وشيرين بدري البارودي، (2012)، اقتصاد المعرفة (الأسس النظرية والتطبيق في المصارف التجارية)، الوراق للنشر والتوزيع، عمان؛

- حازمحسن الجمل، (2012)، الحماية القانونية للتجارة من الممارسات غير المشروعة، دار الفكر والقانون، المنصورة؛
- خالد ممدوح إبراهيم، (2011)، إبرام العقد الالكتروني دراسة مقارنة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية؛
- رعد حسن الصرن، (2007)، عولمة جودة الخدمة المصرفية، دار الوراق للنشر، عمان؛
- عبد العزيز خنفوسي، (2016)، العولمة وتأثيرها على الجهاز المصرفي "الجزء الأول"، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان؛
- محمد إبراهيم أبو الهيجاء، (2017)، عقود التجارة الالكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع.

الأطروحات:

- أحلام علي الشيخ، (2006)، الدخل الخاضع للضريبة في مجال التجارة الالكترونية، قسم المحاسبة، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، سوريا
- سماح ميهوب، (2014)، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية "حالة نشاط البنك عن بعد"،قسم الاقتصاد، كلية العلوم الاقتصادية، العلومالتجارية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة 2، الجزائر؛
- عطا الله عمر، (2016)، تكنولوجيا شبكة الأنترنت والتجارة الالكترونية وتأثيرها على تطوير أنظمة المعلومات المحاسبية: دراسة حالة الجزائر، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر؛
- مطالي ليلى، (2015)، التسويق الالكتروني في الجزائر-واقع وآفاق-، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، الجزائر.

المقالات:

- ابراهيم بختي، (2002)، الأنترنت في الجزائر، مجلة الباحث،المجلد 1، العدد 1، الصفحة 31؛
- بن ساسي خالد، بن قرينة محمد حمزة، (2017)، واقع التجارة الإلكترونية والإمداد في الجزائر، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، المجلد 12، العدد 1، الصفحة 220؛
- زبير عياش، وبوكحيل نسيم، (2017)، تطوير وعصرنة الخدمات البنكية في ظل التوجه نحو اقتصاد المعرفة " حالة الجزائر"، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، العدد الخامس، الصفحة 588؛
- منى سالم حسين مرعي المعاضيدي، (2009)، استخدام التجارة الالكترونية في مساندة تطبيق فلسفة (JIT) ودورها في تخفيض التكلفة، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد التاسع عشر، الصفحة 6؛

- نجيب محمد المهدي، (2009)، التجارة الالكترونية: الأهمية الاقتصادية وأهم المعوقات في مصر، مجلة الدراسات والبحوث التجارية، العدد الأول، الصفحة 309؛
- عبد الهادي مسعود، ولخضر لعروس، (2017)، تقييم واقع التجارة الالكترونية واستعمالات البطاقات الالكترونية بالجزائر، مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي، المجلد 1، العدد 2، الصفحة 319.

المداخلات:

-Nafa,aziz, (8 et 9 novembre 2010), TIC comme éléments de performance : cas des entreprises algériennes, Rencontre Franco-Maghrébines d'Affaires TIC, Télécom & Multimédia, Sidi Abdellah, Alger.

- UNCTAD, (2016), Unctad B2C e-commerce index 2016, United Nations Conference on Trade And Development ;

مواقع الانترنت:

- فابأدمين، (2019)، أنواع بطاقات الدفع الالكتروني في الجزائر، على الموقع: www.vapulus
- بريد الجزائر(2016)، الشروط العامة لبطاقة الدفع الإلكتروني "الذهبية على : https://edcarte.poste.dz/ar/terms.html (consulté le 14/04/2020);

- ايمان هدى فرعون، (2018)، عرض مشروع قانون التجارة الالكترونية بالمجلس الشعبي الوطني، على الموقع(24 06, 2020) www.radioalgerie.dz؛

- مصطفى دالع، (2008)، الجزائر تخطو أولى الخطوات نحو استعمال التجارة الالكترونية، على الموقع(14/ 04/2020) www.djazaires.com؛

- نور بسام، (2005)، التجارة الالكترونية كيف، متى وأين؟ على الموقع : (14/ 04/2020) www.boosla.com؛

- وكالة الأنباء الجزائرية، (2018)، مواقع البيع الالكتروني تغزو شبكة الانترنت في الجزائر، على الموقع(12/04/2020) www.aps.dz

- Ahmed Gabr (2012), ICT Use and Social Network Adoption in the Arab World, sur : https://www.wamda.com/2012/12/ict-use-and-social-network-adoption-in-the-arab-region-report (consulté le 14 avril 2020) ;
- World internet usage and population statistics (2020), sur :https://www.internetworldstats.com/stats.htm(consulté le 12/04/2020)
- Internetusers statistics for Africa. (2020), surhttp://www.internetworldstats.com/af/dz.htm(consulté le (12/04/2020)
- Jankari. Rachid, (2014),Les technologies de l'information au Maroc, en Algérie et en Tunisie Vers une filière euromaghrébine des TIC,Études et analyse, institut de prospection économique du mode

méditerranéen(IPEMED), sur :www.ipemed.coop.dz(Consulté le 04 13, 2020)

- Arpt, (2017), Rapport annuel sur : www.arpt.dz(Consulté le 04 13, 2020)
- Rapport Satim, (2018).