

مقومات تنشيط التجارة والصيرفة الالكترونية بالجزائر.

□

The potential of activating the electronic commerce and banking in Algeria.

تاريخ الاستقبال: 05 أوت 2018 تاريخ القبول: 04 نوفمبر 2018 تاريخ النشر: 20 جانفي 2019

ط.د. كريمة بن شنيينة* ، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف

عبد القادر مطاي* - أستاذ محاضر أ ، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف

ملخص:

يتعلق هذا البحث بدراسة مقومات تنشيط التجارة و الصيرفة الالكترونية بالجزائر، من خلال دراسة واقع هذين النشاطين متناولين بالدراسة والتحليل مدى انتشار واستخدام الانترنت، ونظم ووسائل الدفع المعتمدة في تسوية المعاملات الالكترونية بالجزائر ومدى توافر وملائمة البنية التحتية والبيئة القانونية والتشريعية لممارسة كل من التجارة و الصيرفة الالكترونية والكشف عن المتطلبات التي تحتاجها الجزائر في هذا المجال لتجعله أكثر نشاطا وفعالية وذلك لمواكبة التطورات التكنولوجية كون أن اعتماد التجارة و الصيرفة الالكترونية ليس خيارا بإمكان الجزائر أن تقبله أو ترفضه وإنما حتمية تفرضها المنافسة الشديدة في ظل بيئة الكترونية.

الكلمات المفتاحية: التجارة الالكترونية، الصيرفة الالكترونية، وسائل الدفع الالكترونية ، نظم الدفع الالكترونية.

Abstract :

This research study the potential of activating trade and electronic banking in Algeria, through the study of the reality of these two activities dwell study and analysis of the prevalence and use of the Internet, and systems and means of payment adopted in the settlement of electronic transactions in Algeria and the availability of appropriate infrastructure, legal and regulatory environment for the exercise of both trade and banking and electronic detection Algeria requirements that you need in this area to make it more active and effective in order to keep pace with technological developments, the fact that e-commerce and banking adoption is not an option Algeria can be accepted or rejected, but the inevitability imposed by the intense competition in the light of an electronic environment.

Keywords: Electronic Commerce, Electronic Banking, Electronic Payment Systems, Electronic Payment Systems.

* karimaben74@yahoo.fr

* profmettai@gmail.com

مقدمة:

شهدت العلاقات الاقتصادية تطورا هاما كنتيجة حتمية للتطورات الكبيرة التي عرفت البشرية في جميع المجالات، وخاصة بعد استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المجال التجاري والمصرفي مما أدى إلى ظهور التجارة و الصيرفة الالكترونية اللذان يمثلان منظورا جديدا في بيئة الأعمال التجارية والمصرفية فكرا و ممارسة، حيث تم التحول من الأساليب التقليدية في انجاز الأعمال وتقديمها إلى استعمال الأسلوب الرقمي الذي يزيل كافة الحواجز ويختزل المسافات والأزمنة لإتمام المعاملات.

والجدير بالذكر انه مع التسابق التكنولوجي وازدياد حدة المنافسة لاستخدام هذا الأسلوب الرقمي، والشبكات العالمية ومن ضمنها الانترنت لإبرام الصفقات وإتمامها أصبح لزاما على الجزائر تبني التجارة و الصيرفة الالكترونية والاستفادة من المزايا التي يوفرها، اعتمادا على ما سبق فقد تبنت الدراسة المنهجية الآتية:

مشكلة الدراسة : تبني التجارة و الصيرفة الالكترونية في الجزائر يحتاج إلى توفير بيئة ملائمة تساعد على إبرام الصفقات بطريقة الكترونية وانجاز وإتمام المعاملات الكترونيا كما يحتاج إلى تطوير نظم ووسائل الدفع الالكترونية لتسوية هذه المعاملات وهي كلها مقومات من شأنها تنشيط التجارة و الصيرفة الالكترونية وعلى ضوء ما تقدم نطرح السؤال الرئيسي التالي: ما هو واقع التجارة و الصيرفة الالكترونية في الجزائر؟ وما هي متطلبات تنشيطهما؟

أهداف الدراسة : تهدف الدراسة إلى:

- إبراز دور التجارة و الصيرفة الالكترونية في تطوير الاقتصاد من خلال المساهمة في تحقيق النمو الاقتصادي ودفع عجلة التنمية الاقتصادية.

- تحليل واقع الصيرفة والتجارة الالكترونية في الجزائر من خلال البنية التحتية المستخدمة والأساليب والأنظمة المعتمدة.

أهمية الدراسة : تستمد الدراسة أهميتها من أهمية التجارة و الصيرفة الالكترونية والمزايا التي يقدمانها للاقتصاد الجزائري وكذا المكانة التي يحتلها الجهاز المصرفي الجزائري والتحديات التي تواجهه وتفرض عليه إدخال الأساليب والتقنيات الحديثة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال و عصرنته لمواكبة تطورات الأنظمة المصرفية الدولية.

رابعا: فرضيات الدراسة : نطرح الفرضيات التالية ليم اختبارها وفقا للنتائج التي سنتوصل إليها:

- تسعى الجزائر إلى مواكبة مختلف التطورات التكنولوجية في المجال التجاري و المصرفي إلا أنها تحتل موقعا ضعيفا في مجال تطبيق تقنيات المعلومات والبنية التحتية المتطورة واستخدامها الأمثل.

- هناك متطلبات لتنشيط التجارة و الصيرفة الالكترونية بالجزائر وهي توفير البنية التحتية اللازمة وإقامة نظم ووسائل دفع الكترونية متطورة وفعالة.

I-الإطار النظري للتجارة و الصيرفة الالكترونية : إن فكرة إنشاء التجارة و الصيرفة الالكترونية وليدة الحاجة إلى وجود أساليب ونظم وأجهزة تستخدم في العمليات التجارية لربح الوقت والجهد وتخفيض التكاليف ومواكبة التطورات التكنولوجية الحاصلة في العالم فالتجارة و الصيرفة الالكترونية مفهومان فرضا نفسيهما على معظم اقتصاديات الدول إن لم نقل كلها ويظهر ذلك جليا من خلال أهميتهما والمزايا التي يحققانها وسرعة انتشارهما.

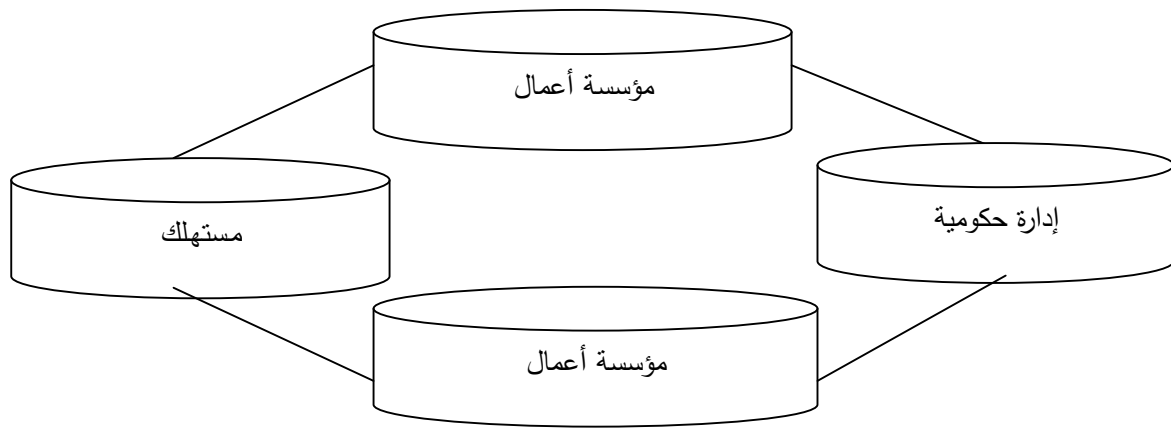
I-1- الإطار النظري للتجارة الالكترونية:

أصبحت قطاعات المال والأعمال لا تدخر أية فرصة تسمح لها بالتوسع وزيادة قنوات التبادل و البيع، ولذلك استخدمت الانترنت على نطاق واسع في الأغراض التجارية فظهر ما يعرف بالتجارة الالكترونية التي فتحت المجال للشركات لتقديم المعلومات الخاصة بمنتجاتها وخدماتها لشرائح عريضة من الزبائن والمتعاملين.

I-1-1- مفهوم التجارة الالكترونية: تعرف التجارة الالكترونية بأنها: "عمليات الإعلان والتعريف للبضائع والخدمات ثم تنفيذ عمليات عقد الصفقات وإبرام العقود ثم الشراء والبيع لتلك البضائع والخدمات ثم سداد قيمتها الشرائية عبر شبكات الاتصال المختلفة سواء الانترنت أو غيرها من الشبكات التي تربط بين البائع والمشتري" ⁽¹⁾.

I-1-2- أنواع التجارة الالكترونية: للتجارة الالكترونية مجموعة من الأنواع والشكل التالي يبين بعضها منها ⁽²⁾.

الشكل رقم (01): أنواع التجارة الالكترونية.



المصدر: إبراهيم احمد عبد الخالق الدوي ، التجارة الالكترونية ، دراسة تطبيقية على المكتبات، الرياض، 2010، ص 26.

I-1-2-1- مؤسسة أعمال - مؤسسة أعمال (B2B): يقتصر التعامل في هذا النوع من التجارة على الشركة وعدد من مورديها وعملائها الكبار عن طريق شفرة وعناوين على شبكة الانترنت خاصة بالشركة لا تنشر على الملأ ويستحوذ هذا النوع على نحو 80% من حجم التجارة الالكترونية بالعالم.

I-1-2-2- مؤسسة أعمال - مستهلك (B2C): حيث تتم عملية البيع من قبل مؤسسة الأعمال ، والشراء من قبل المستهلك، وتبلغ نسبة هذا النوع نحو 15% من حجم التجارة الالكترونية في العالم.

I-1-2-3- مؤسسة أعمال - إدارة حكومية (B2G): وفي هذا النوع تقوم الحكومة بعرض الإجراءات ونماذج المعاملات على شبكة الانترنت بحيث تستطيع مؤسسات الأعمال أن تطلع عليها من خلال الوسائل الالكترونية وان تقوم بإجراءات المعاملات الكترونيا بدون التعامل مع مكاتب المؤسسات والدوائر الحكومية.

I-1-3-3- مراحل التجارة الالكترونية: تمر التجارة الالكترونية بثلاث مراحل وهي⁽³⁾:

I-1-3-1-1- مرحلة العرض: يقوم البائع في هذه المرحلة بعرض السلعة او الخدمة التي يريد بيعها مستخدما الوسائل الالكترونية للعرض ، وذلك بعد أن يحدد الأوضاع السائدة في السوق وفق دراسات الجدوى ، فيقوم بالإعلان عن السلعة والترويج لها بطريقة سهلة وواضحة يستطيع المستهلكون تفهمها.

I-1-3-1-2- مرحلة القبول: إذا اقتنع الطرف الآخر بالعرض ، ينعقد العقد ويقوم القابل في هذه المرحلة بطلب المزيد من المعاملات والبيانات عن السلعة، أيا كان نوعها ووظيفتها ومواصفاتها، وذلك باستخدام وسائل الكترونية بعد التأكد من أنها مؤمنة بوسائل متطورة تحافظ على سلامة وصحة البيانات من جهة وعلى السرية والمصادقية من جهة أخرى.

I-1-3-3-1-3- مرحلة التنفيذ: تعني وضع الالتزامات المتقابلة في العقد موضع التنفيذ ويقوم العارض بإعداد السلعة وتهيئتها لتسليمها بالشكل والطريقة المتفق عليها بينهما، وتقوم هذه المرحلة على:

- تسليم السلعة: والتسليم هنا تحكمه الشروط المتفق عليها من جهة، وما تمليه طبيعة السلعة من جهة أخرى، مثل هل هي سلعة مادية يتم تسليمها في شكل مادي وبشكل مباشر، أم هي سلعة مادية يمكن تحويلها إلى ملفات وأرقام.
- تنفيذ الأمر بالدفع: الذي يقوم به المشتري مقابل السلعة وقد تحدث تسوية قيمة المعاملة بالدفع اليدوي عند التسليم نقدا أو بالشيك، كما قد يتم الدفع بالوسائل الالكترونية باستخدام بطاقات الائتمان أو الحسم الفوري أو النقود الالكترونية.

I-1-4-1- مزايا التجارة الالكترونية: حققت التجارة الالكترونية العديد من المزايا أو الفوائد أهمها ما يلي⁽⁴⁾:

I-1-4-1-1- نفاذ أسهل إلى الأسواق وزيادة القدرة التنافسية: إن امتلاك أي شركة لموقع على شبكة الانترنت يعني أن أعمال الشركة ومنتجاتها تصبح متاحة لملايين الناس من مختلف بقاع العالم، وهو ما يفتح أفقا هائلة للانطلاق والدخول بمنتجاتها في الأسواق دون التقيد بحدود الزمان والمكان.

I-1-4-1-2- خفض التكاليف وتوفير الوقت: يعتبر خفض تكاليف التبادل التجاري احد المزايا التي تحققها التجارة الالكترونية، حيث إن تكلفة وضع موقع على شبكة الانترنت اقل بكثير من تكلفة فتح عدة نقاط بيع وتصميم حملة إعلانية.

I-1-4-1-3- سهولة الوصول إلى المعلومات: لقد أصبحت المعلومات في عالم التجارة الالكترونية ذات صبغة رقمية يمكن تخزينها وتداولها بواسطة أجهزة الكمبيوتر، واسترجاعها وقت الحاجة دون عناء كما تحقق التجارة الالكترونية سهولة ويسر في إيصال معلومات الشركة إلى المتعاملين معها.

I-1-4-1-4- تفاعل أكبر مع الزبائن: يتيح تواجد الشركات على الانترنت التعرف على أذواق المستهلكين ورغباتهم، وبالتالي تكييف منتجاتها حسب هذه الرغبات والاحتياجات.

I-2- الإطار النظري للصيرفة الالكترونية:

إن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المجال المصرفي انبثق عنه ما يعرف بالصيرفة الالكترونية والتي يعود لها الفضل في تسريع وتفعيل المعاملات المصرفية وتوفير الوقت والجهد لكلا الطرفين سواء المصارف أو العملاء.

I-2-1- مفهوم الصيرفة الالكترونية: هي كافة العمليات أو النشاطات أو الخدمات التي يتم عقدها أو تنفيذها أو الترويج لها بواسطة الوسائل الالكترونية مثل الهاتف، الحاسوب، الصراف الآلي، الانترنت والتلفزيون الرقمي وغيرها، وذلك من طرف المصارف أو المؤسسات المالية⁽⁵⁾.

I-2-2- أنواع المصارف الالكترونية: يمكن التمييز بين ثلاثة أنواع من المصارف الالكترونية وهي⁽⁶⁾:

I-2-2-1- الموقع المعلوماتي: وهو المستوى الأساسي للبنوك الالكترونية أو ما يمكن تسميته بصورة الحد الأدنى من النشاط الالكتروني المصرفي، ومن خلاله فان البنك يقدم معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية.

I-2-2-2- الموقع التفاعلي (الاتصالي): بحيث يسمح الموقع بنوع من التبادل الاتصالي بين البنك وعملائه كالبريد الالكتروني وتعبئة طلبات أو نماذج على الخط أو تعديل معلومات القيود والحسابات.

I-2-2-3- الموقع التبادلي: وهذا هو المستوى الذي يمكن القول أن البنك فيه يمارس خدماته وأنشطته في بيئة الكترونية، حيث تشمل هذه الصورة السماح للزبون بالوصول إلى حساباته وإدارتها وإجراء الدفعات النقدية والوفاء بقيمة الفواتير وإجراء كافة الخدمات الاستعلامية وإجراء الحوالات بين حساباته داخل البنك أو مع جهات خارجية.

I-2-3- مزاي الصيرفة الالكترونية: حققت الصيرفة الالكترونية العديد من المزايا نذكر منها ما يلي⁽⁷⁾:

I-2-3-1- تحقيق ميزة تنافسية: إن الصيرفة الالكترونية تحقق ميزة تنافسية، تمكن البنك من التعامل مع أسواقه المستهدفة وعناصر البيئة المحيطة به بصورة أفضل من منافسيه في الأجل الطويل.

I-2-3-2- تحقيق الربحية: يساهم استخدام الصيرفة الالكترونية في تحقيق معدلات ربحية أعلى ويرجع ذلك إلى انخفاض تكلفة الخدمات المصرفية المؤداة من خلال الانترنت على الخدمات المؤداة بواسطة البنوك التقليدية، ارتفاع ربحية قطاع عملاء الخدمة المصرفية الالكترونية مقارنة بعملاء الخدمات المصرفية التقليدية.

I-2-3-3- توفير فرص تسويقية جديدة: نظام توزيع الخدمات المصرفية الالكترونية يتيح من خلال برامج البحث إمكانية أكبر للعملاء لإجراء العمليات الالكترونية.

I-2-3-4- تحسين جودة الخدمات المصرفية: إن الصيرفة الالكترونية تتيح للمعاملات المصرفية بين البنك والعميل أن تتم بصورة مبرجة وسريعة، تنخفض فيها احتمالات خطأ الأداء إلى حدوده الدنيا.

I-2-4- نظم ووسائل الدفع الالكترونية: إن ظهور التجارة والصيرفة الالكترونية وانتشارها تطلب إيجاد نظم ووسائل لدفع مقابل السلع والخدمات، لهذا استحدثت نظم ووسائل دفع جديدة ملائمة لمتطلبات التجارة والصيرفة الالكترونية وهي ما تعرف بنظم ووسائل الدفع الالكترونية.

I-2-4-1- نظم الدفع الالكترونية: هي الأنظمة التي تسمح بتحويل أو إجراء التسويات المالية عبر الوسائط الالكترونية سواء بين الشركات أو الأفراد، وذلك من خلال البنوك، وتعمل نظم الدفع الالكترونية مثل عمل أي بنك من البنوك على أساس أن كل البنوك الأعضاء في نظام الدفع يكون لديها حسابات بودائع يمكن أن تستخدم كأرصدة تسوية في إطار النظام، حيث تتم تسوية هذه المدفوعات بين البنوك الأعضاء في أن واحد بدائنية ومديونية الحسابات المعنية بذلك في بنوك الدفع والاستلام⁽⁸⁾.

ويمكن أن نميز بين الأنواع التالية:

- **نظام التحويلات المالية الالكترونية:** وهو عملية منح الصلاحية لبنك ما للقيام بحركات التحويلات المالية (الدائنة والمدينة) الكترونيا من حساب بنكي إلى حساب بنكي آخر، أي أن عملية التحويل تتم الكترونيا عبر الهواتف وأجهزة الكمبيوتر عوضا عن استخدام الأوراق⁽⁹⁾.

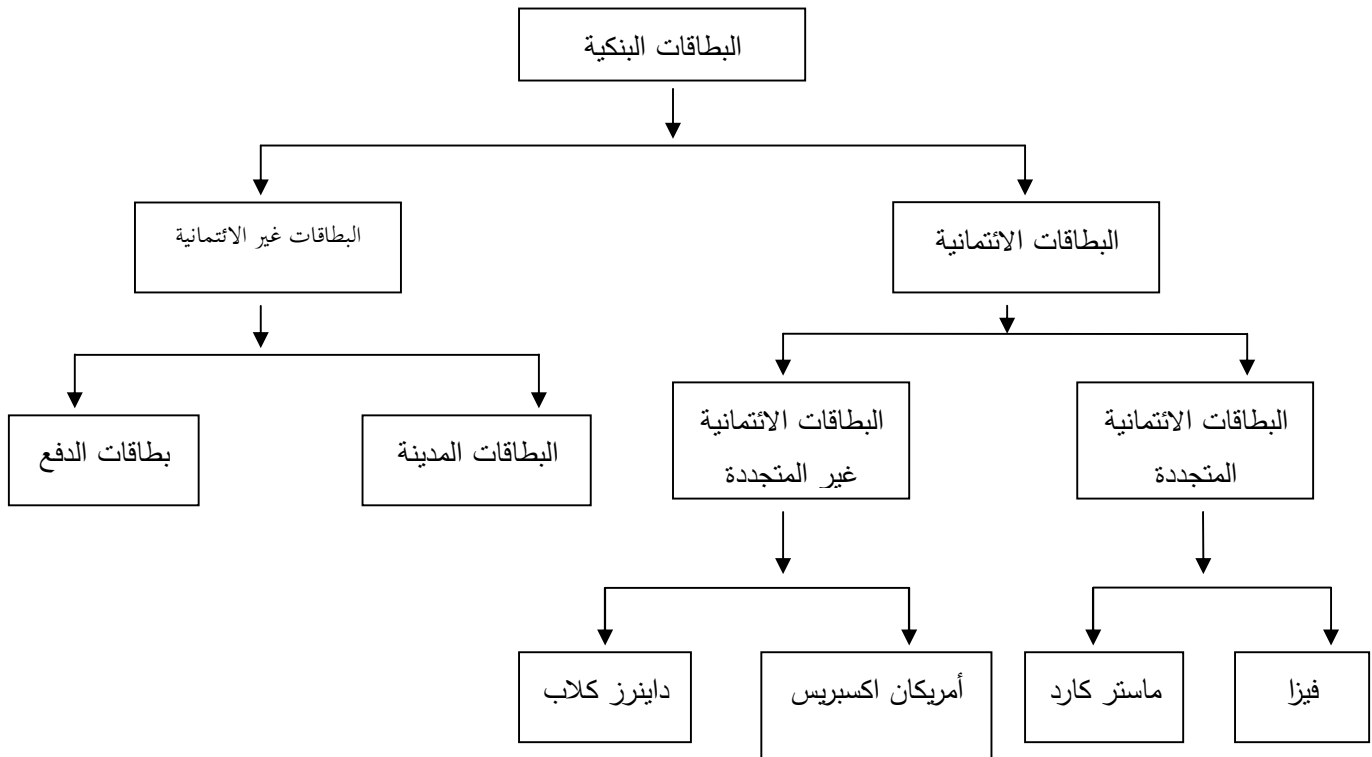
- **نظام مقاصة المدفوعات بين البنوك التشييس (CHIPS):** تعود ملكية هذا النظام وإدارته إلى مجموعة من البنوك وبيوت المقاصة التابعة إلى جمعية مقاصة نيويورك، وهذا النظام هو كناية عن نظام تحويل الكتروني فوري يستخدم للحالات ذات المبالغ العالية، والمدفوعة لمرة واحدة أو لمرات لكنها لا تحتوي في طياتها على معلومات وشروحات الدفع⁽¹⁰⁾.

- **نظام جمعية الاتصالات المالية العالمية بين البنوك (سويفت):** يستخدم هذا النظام في المدفوعات الخارجية أو الدولية، بحيث تلجأ المصارف إلى هذا النظام عادة لإرسال تعليمات الدفع وإشعارات المصارف ولكن بشكل موحد قياسي متعارف عليه بين المصارف الأعضاء في جمعية سويفت⁽¹¹⁾.

I-2-4-2- وسائل الدفع الالكترونية: ويمكن أن نميز فيها ما يلي:

- **البطاقات البنكية:** وهي عبارة عن بطاقات بلاستيكية يستطيع حاملها استخدامها في شراء معظم احتياجاته أو أداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات دون الحاجة إلى حمل مبالغ كبيرة من الأموال التي قد تتعرض إلى السرقة أو الضياع. وتنقسم البطاقات البنكية إلى قسمين رئيسيين وهما البطاقات الائتمانية والبطاقات غير الائتمانية وهو ما يوضحه الشكل التالي:

الشكل رقم (02): أنواع البطاقات البنكية.



المصدر: بن عمارة نوال، "وسائل الدفع الالكترونية، الأفاق والتحديات"، الملتقى الدولي حول التجارة الالكترونية، جامعة ورقلة، 15، 16، 17 مارس 2004، ص 13.

- **البطاقات غير الائتمانية:** وهي البطاقات التي لا تتيح لحاملها فرصة الحصول على الائتمان (قرض)⁽¹²⁾، وتنقسم بدورها إلى البطاقات المدينة وهي البطاقات التي تعتمد على وجود أرصدة فعلية للعميل لدى البنك في صورة حسابات جارية لمقابلة السحوبات المتوقعة للعميل حامل البطاقة، وبطاقات الدفع مقدما التي تقوم على أساس تثبيت مبلغ محدد بحيث يمكن الدخول في البطاقة بذلك المبلغ، ليتم التخفيض التدريجي لمبلغ البطاقة كلما تم استعمالها⁽¹³⁾.

- **البطاقات الائتمانية:** وهي البطاقات التي تصدرها المصارف في حدود مبالغ معينة ويتم استخدامها كأداة ضمان، وتزيد من إيرادات البنك المصدر لها لما يحصل عليه من رسوم مقابل خدمات أو من فوائد عن التأخر في السداد وتنقسم إلى نوعين وهما البطاقات الائتمانية المتجددة هذا النوع تصدره البنوك في حدود مبالغ معينة، ويكون حامل البطاقة مخيرا بين تسديد كلي لقيمة الفاتورة خلال فترة الاستفادة أو تسديد جزء منها فقط، ويسدد الباقي خلال فترة أو فترات لاحقة وفي كلتا الحالتين يتم تجديد القرض الأول لحامل البطاقة لذلك سميت ببطاقة الائتمان المتجددة وأشهرها بطاقة فيزا وماستر كارد، والبطاقات الائتمانية غير المتجددة وهي تختلف عن البطاقات الائتمانية المتجددة في وان السداد يجب أن يكون بالكامل من قبل العميل للبنك خلال الشهر الذي يتم فيه السحب بمعنى الفترة الائتمانية لا تتجاوز شهرا أشهرها بطاقة أمريكان اكسبريس، وداينرز كلاب⁽¹⁴⁾.

- **البطاقات الذكية:** وهي بطاقات تشبه الكمبيوتر المتنقل لكونها تحتوي فعلا على سجل بالبيانات والمعلومات والأرصدة القائمة لصاحب البطاقة وحدود المصروفات المالية التي يقوم بها فضلا عن بياناته الشخصية والرقم السري وأشهر هذه البطاقات هي بطاقة الموندكس حيث يستخدمها العميل كبطاقة ائتمانية أو بطاقة خصم فوري طبقا لرغبته⁽¹⁵⁾.

- **النقود الالكترونية:** هي مجموعة من البرتوكولات والتواقيع الرقمية التي تتيح للرسالة الالكترونية أن تحل فعليا محل تبادل العملات التقليدية، وعموما يركز النقد الالكتروني على البرتوكول الذي طورته شركة Digi cash والذي يسمى E.cash⁽¹⁶⁾.

الشبكات الالكترونية: وتعرف على أنها رسالة الكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك ليعتمده ويقدمه للبنك الذي يعمل عبر الانترنت بتحويل قيمة الشيك وإعادته الكترونيا إلى مستلم الشيك ليكون دليل على انه قد تم صرفه⁽¹⁷⁾.

II - واقع كل من التجارة والصيرفة الالكترونية في الجزائر.

إن التطورات التكنولوجية الحاصلة في مجالي التجارة والصيرفة في مختلف دول العالم يفرض على الجزائر تبني التجارة والصيرفة الالكترونية لمواكبة هذه التطورات وتحقيق مركز تنافسي يمكنها من المحافظة على مكانتها في خضم المنافسة الشديدة التي يشهدها القطاع التجاري والمصرفي العالمي.

II-1 - واقع التجارة الالكترونية بالجزائر.

أثبتت التجارب الدولية المعاصرة أن السبيل الوحيد لتحقيق تقدم في مجال تطبيق التجارة الالكترونية وافتكاك مكانة في السباق العلمي والمعلوماتي هو توفير بنية تحتية للتجارة الالكترونية.

II-1-1 - **شبكة الانترنت في الجزائر:** أن رغبة الجزائر في التحول نحو اقتصاد المعرفة والتي تعد التجارة الالكترونية جزء منه، يفترض أن تتحقق وتتجسد على ارض الواقع مع نضوج وتطور الانترنت كوسيط الكتروني يؤدي إلى تقريب المسافات وإزالة الحواجز وتخفيض التكاليف ورفع الكفاءة والسرعة في انجاز المعاملات.

الجدول رقم(01): تطور عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر(2005 – 2015) ⁽¹⁸⁾.

السنوات	عدد مستخدمي الانترنت
2005	1920000
2006	2460000
2007	3500000
2008	4100000
2009	4700000
2010	5000000
2011	5600000
2012	2339338
2013	9816143
2014	3199700
2015	3917000

المصدر: report fram – aspx www .itu.unt/itu-d/icety/reporting/jhaw.

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن هناك ارتفاع في عدد مستخدمي الانترنت في الفترة الممتدة من 2005 – 2015، ويمكن تفسير هذه الزيادة بانطلاق خدمة خط الاشتراك الرقمي غير متماثل ADSL التي تمكن من النفاذ إلى الانترنت للتدفق السريع فعلى سبيل المثال تم في سنة 2005 تعميم الانترنت في المدارس والجامعات لموجب اتفاقية بين وزارة التربية الوطنية ووزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، أما سنة 2008 أجرت مؤسسة اتصالات الجزائر تخفيضات بقيمة 50 % في تسعيرة التموين بخدمات الانترنت التدفق العالي وهو ما ينعكس ايجابيا على تطوير التجارة الالكترونية، أما في سنوات 2014، 2015 فقد عرف عدد مستخدمي الانترنت ارتفاعا كبيرا ويعود ذلك إلى الانتشار الواسع لتقنية الجيل الثالث.

II-1-2- استخدام أجهزة الحاسوب في الجزائر: لما كان عالم التجارة الالكترونية يتميز بالتراكم المعرفي فلا بد من توفير جميع المستلزمات لتطبيق التجارة الالكترونية وأهمها توفير أجهزة الحاسوب التي تتيح النفاذ إلى شبكة الانترنت، حيث عرفت السنوات الأخيرة انتشارا واضحا لثقافة استعمال أجهزة الحاسوب لدى العائلات الجزائرية، مما انعكس على النمو الكبير لتجهيز هذه العائلات بوسائل الإعلام الآلي فان عدد العائلات المجهزة بالحاسوب بلغ 80976 عائلة بنسبة تجهيز قدرها 15% من إجمالي العائلات الجزائرية.

II-1-3- مدى استخدام التجارة الالكترونية بالجزائر: على هامش افتتاح الصالون الدولي لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في 18 ماي 2009 الذي حمل شعار " التجارة الالكترونية والاقتصاد المغربي"، أعلن كل من الوزير السابق لوزارة تكنولوجيا الإعلام والاتصال حميد بن صالح والوزير السابق للتجارة هاشمي جعوب عن انطلاق التجارة الالكترونية في شهر افريل 2009⁽¹⁹⁾، مؤكدين أن الجزائر ستحصل على إطار قانوني وتنظيمي يسمح بتأطير التجارة الالكترونية ويوفر الأمن والحماية اللازمين للبيانات والصفقات الالكترونية.

وبالفعل بدأ والمتعاملون الاقتصاديون يتحضرون لثورة التجارة الالكترونية وأدركوا أهمية انتقال التجارة من الشكل التقليدي إلى الشكل الالكتروني، فرغم كون الجزائر بعيدة عن الاستخدام الواسع النطاق للتجارة الالكترونية إلا أن هناك تحركات جديدة، وما يؤكد ذلك هو زيادة عدد المواقع الالكترونية لشركات وإدارات وخواص، ففي سنة 2014 انضمت الشركة الفرنسية OCTAWE-LIZ حيث دخلت الجزائر لتطوير هذا النشاط الجديد الذي يمثل عنصر جذب كبير، وقد كشف المدير العام لبريد الجزائر عن تطبيق بريد الجزائر نظام نقدي جديد وفق تكنولوجيا حديثة من شأنها تسهيل التجارة الالكترونية والتعميم الشديد خاصة وأن هذا الأخير يشهد ارتفاعا محسوسا في عدد مستخدميه لسنة 2015، أي أن النظام النقدي سيسمح للزبائن بإجراء عملياتهم بسرعة فائقة لما يتميز به من شبكة تدفق سريعة وتجنب الاكتظاظ عبر مراكز البريد مضافا إلى ذلك أن مؤسسة بريد الجزائر قامت باقتناء آلات وتجهيزات ذات تكنولوجيا عالية وتجهيز مكاتب البريد بـ 6000 آلة بألياف بصرية (20).

II-2- واقع الصيرفة الالكترونية بالجزائر.

تبنى النظام المصرفي الجزائري للصيرفة الالكترونية يتيح له دخول العصرية من أوسع الأبواب سواء تعلق الأمر باعتماد نظم دفع الكترونية أو وسائل دفع الكترونية.

II-2-1- نظم الدفع الالكترونية المعتمدة في الجزائر: من بين أهم وأبرز هذه الأنظمة نذكر ما يلي:

II-2-1-1- نظام التسويات الإجمالية الفورية الجزائري (ARTS): تم الشروع في هذا النظام خلال سنة 2004 وذلك بتحديد الخصائص التقنية و التشغيلية ومن ثم تجريبه مع نهاية 2005 ومطلع شهر فيفري 2006 بحضور ممثلي البنك الدولي للتأكد من سلامة تشغيل النظام ومدى استجابة المعايير المعمول بها دوليا (21).

ويقصد بالتسوية الإجمالية أنها كل عملية يجري تنفيذها في بنك الجزائر ليكون على أساس إجمالي بعد التأكد من كفاية الرصيد، والتسوية الفورية يدل على استمرارية العمليات دون انقطاع ودون أن يكون هناك تأجيل لها. (22)

II-2-1-2- نظام المقاصة الالكترونية للمدفوعات الخاصة بالجمهور العريض (ATCI): يسمح نظام الجزائرية عن بعد بين البنوك المسمى اختصارا (ATCI) الذي أنشئ بموجب القرار 05-06 في 15 ديسمبر 2005، ودخل الخدمة في ماي 2006 بتبادل كل وسائل الدفع (صكوك، أوراق تجارية، عمليات على البطاقات المصرفية ...) (2323).

ويعتبر التطور المسجل في السنوات الأخيرة منذ دخول هذا النظام حيز الخدمة في الحجم والقيمة هاما حيث سجل نظام ATCI سنة 2011، 17,062 مليون دفع مقابل 13,818 مليون عملية دفع في 2010 و 11,139 مليون عملية في 2009، و 9,320 مليون عملية في 2008.

وعالج هذا النظام في سنة 2011 كمتوسط شهري 1,442 مليون عملية بمبلغ شهري متوسط يساوي 881,801 مليار دينار.

II-2-2- وسائل الدفع الالكترونية المعتمدة في الجزائر: أول خطوة قام بها النظام البنكي لتحديثه وتطويره هي إنشاء شركة تالية الصفقات البنكية المشتركة والنقدية سنة 1995، وهي شركة ذات أسهم تتكون من ثمانية بنوك، وتسعى هذه الشركة لتحديث البنوك وترقية الصفقات النقدية بينها، بالإضافة إلى إصدار البطاقات البنكية ومعالجة كل المعاملات المتعلقة بها ونظرا لكون وسائل الدفع المستعملة في النظام المصرفي الجزائري فان حرص SATIM على تطوير هذه الأنظمة وتحقيق سلامة العمل بين البنوك لوضع شبكة نقدية مشتركة تربط بين عدد من البنوك حيث تم سنة 1997

تحقيق الخطوة الأولى لهذا المشروع وانطلقت الشبكة النقدية بين البنوك Reslau Monétique inter Bancaire التي تغطي الخدمات المتعلقة بإصدار البطاقات المصرفية الخاصة بالسحب من الموزعات الآلية للنقد⁽²⁴⁾.

II-2-2-1- البطاقات البنكية: بذلت البنوك المزيد من الجهد في مجال البطاقات ليتم استبدال مشروع البطاقات البنكية للسحب بمشروع آخر جديد هو بطاقة السحب والدفع البنكية CIB والتي تؤدي وظيفة مزدوجة وهي سحب الأموال من الموزعات الآلية بالإضافة إلى دفع قيمة المشتريات والخدمات على مستوى أجهزة الدفع الالكترونية لدى التجار المنخرطين في شبكة النقد الآلي البنكية.

وقد بدأت شركة SATIM في مشروع بحث نظم الدفع البنكية سنة 2002 إلا أن هذا المشروع تأخر انطلاقه الفعلي عن موعده ولم تبرغ حتى سنة 2006، حيث تم تجربته سنة 2005 لمدة 06 أشهر على عدد من التجار (200 – 500 تاجر) وتم سنة 2007 تعميم بطاقة CIB في كافة التراب الوطني⁽²⁵⁾.

II-2-2-2- الموزعات الآلية للنقد ونهايات الدفع الالكتروني: إن من بين التقنيات الحديثة التي وفرتها المصارف الجزائرية لدعم توجهها نحو الصيرفة الالكترونية هي أجهزة وآلات اتوماتيكية تستخدم للسحب عن طريق البطاقات الالكترونية وقد قامت البنوك الجزائرية مؤخرا بتطوير كبير لشبكات السحب الالكتروني من خلال نشر الموزعات الآلية للأوراق النقدية في كافة التراب الوطني⁽²⁶⁾.

III-متطلبات تطوير التجارة والصيرفة الالكترونية بالجزائر.

يمكن تلخيص أهم متطلبات تطوير التجارة والصيرفة الالكترونية بالجزائر كما يلي⁽²⁷⁾:

III-1- تعزيز البنية التحتية التقنية: وهذا بالاهتمام بخدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من خلال ما يلي:

- إدخال الحاسوب واللغة الانجليزية في كافة المراحل التعليمية؛
- تحسين البيئة التشريعية وخلق الأطر القانونية التي تعزز الثقافة بالاقتصاد الرقمي؛
- إيجاد البنية الأساسية للمعلومات والاتصالات، دعم أسعار أجهزة الحاسوب الشخصية، نشر خدمات الانترنت وتحرير سوق خدمات الاتصالات على نحو مقيد، لان المنافسة بين مقدمي خدمات الانترنت تعتبر حافزا لنمو استخدام الانترنت في المنطقة العربية؛
- تعزيز جهود التعاون الإقليمي بين الدول العربية والتنسيق مع الجهود الدولية والإقليمية الأخرى وتبادل الخبرات التي تساعد على تجنب الأخطاء واعتماد أفضل الممارسات.

III-2- تنمية الموارد البشرية: تشكل الموارد البشرية أساسا لتنمية المعاملات المصرفية الالكترونية، لذا من الضروري إعداد الكوادر البشرية اللازمة من المحترفين من خلال تطور المناهج الدراسية بالجامعات طبقا لمتطلبات سوق العمل، وربط برامج التدريب بالصناعة المصرفية الحديثة، وتزويد الشباب بالمهارات اللازمة لاستخدام الاتصالات وتقنية المعلومات في العمل المصرفي، وتنمية مهاراتهم في مختلف المجالات المتعلقة بالصناعة المصرفية ومنها المبيعات والتسويق وتطوير الأعمال، وخدمة الزبائن وغيرها.

الخاتمة: من خلال دراسة موضوع مقومات تنشيط التجارة والصيرفة الالكترونية بالجزائر توصلنا إلى النتائج التالية:

- تعتبر الانترنت عاملا مهما ومساعدًا لتبني التجارة والصيرفة الالكترونية حيث يعتمد انتشارها على توفر عناصر أساسية تتمثل في أجهزة الحاسوب والهواتف الثابتة والحمولة.

- لا تزال الجزائر متأخرة في مجال التجارة والصيرفة الالكترونية في الوقت الذي قطعت فيه الكثير من الدول أشواطاً كبيرة في هذا المجال.
- سعت الجزائر إلى تحديث نظم ووسائل الدفع لتواكب التطورات التكنولوجية لكنها لم تحقق النتائج المرجوة ويعود ذلك إلى غياب الثقافة المصرفية ونقص الثقة في المعاملات الالكترونية لقلة الحماية عليها من جهة، وعدم وضوح البيئة التشريعية والقانونية فيما يتعلق بوسائل الدفع الالكترونية وعمليات التجارة الالكترونية من جهة أخرى.
- و انطلاقاً من هذه النتائج قمنا باختبار الفرضيات كالتالي:
- **الفرضية الأولى:** ثبت لنا صحة هذه الفرضية، حيث أن الجزائر بذلت مجهودات جبارة في سبيل اعتماد الصيرفة والتجارة الالكترونية وتعميم التعامل بها إلا إن واقع القوانين والتشريعات السائدة وقلة انتشار الثقافة المصرفية الالكترونية شكل عائقاً أمام الجزائر في بلوغ الهدف المنشود.
- **الفرضية الثانية:** ثبت لنا عدم صحة هذه الفرضية، حيث أن متطلبات تنشيط التجارة والصيرفة الالكترونية بالجزائر لا تنحصر فقط في توفير البنية التحتية اللازمة وإقامة نظم ووسائل دفع الكترونية متطورة وإنما تتعداها إلى ضرورة تطوير الإعلام المصرفي للمساهمة في نشر الثقافة المصرفية الالكترونية وثقافة التعامل بوسائل الدفع الالكترونية وتوفير الحماية لهذه الأخيرة، والعمل على تكييف القوانين والتشريعات لتكون أكثر مرونة مع العمل التجاري والمصرفي الالكتروني إضافة إلى تعزيز جهود التعاون الإقليمي والدولي وتبادل الخبرات والتجارب مع الدول الأكثر تقدماً في هذا المجال.
- وفي الأخير نشير إلى ضرورة مواكبة الجزائر للتطورات التكنولوجية و الاقتداء بالدول التي قطعت أشواطاً في هذا المجال بغية تحقيق مركز تنافسي قوي في ظل بيئة تتميز بالمنافسة الشديدة.

الهوامش و الاحالات

- ¹ ناصر خليل، التجارة والتسويق الالكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، الطبعة الأولى، ص 29.
- ² إبراهيم احمد عبد الخالق الدوي، التجارة الالكترونية، دراسة تطبيقية على المكتبات، الرياض، 2010، بدون طبعة، ص 26.
- طارق عبد العال حماد، التجارة الالكترونية: المفاهيم، التجارب، الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية، الدار الجامعية، مصر، 2003، بدون طبعة، ص 07.
- ³ عبد الفتاح بيومي حجازي، التجارة الالكترونية في القانون العربي النموذجي لمكافحة جرائم الكمبيوتر والانترنت، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006، الطبعة الأولى، ص 26.
- ⁵ ناظم محمد نوري الشمري، الصيرفة الالكترونية (الأدوات والتطبيقات ومعوقات التوسع)، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2008، الطبعة الأولى، ص 28.
- ⁶ طارق طه، إدارة البنوك وتكنولوجيا المعلومات، دار الجامعة الجديدة، عمان، 2007، بدون طبعة، ص 454.
- ⁷ ناظم محمد نوري الشمري، الصيرفة الالكترونية (الأدوات والتطبيقات ومعوقات التوسع)، مرجع سابق، ص 30.
- ⁸ Committee on payment and Settlements systems of central banks of the group of ten Countries, Settlement risks in foreign exchange transactions, bank for international settlement, 2000, <http://www.bis.org>.
- ⁹ احمد سفر قاض، أنظمة الدفع الالكترونية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2008، الطبعة الأولى، ص 47.
- ¹⁰ احمد سفر قاض، مرجع سابق، ص 47.
- ¹¹ إبراهيم العيسوي، التجارة الالكترونية، المكتبة الأكاديمية، مصر، 2003، الطبعة الأولى، ص 12.
- بن عمارة نوال، وسائل الدفع الالكترونية - الأفق والتحديات -، الملتقى الدولي حول التجارة الالكترونية، جامعة ورقلة 15-16-17 مارس 2004، ص 13.
- ¹² محمد نور صالح، التجارة الالكترونية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2009، الطبعة الأولى، ص 240.
- ¹⁴ عبد المجيد قدي، نظم التجارة الالكترونية، الملتقى الدولي حول التجارة الالكترونية، جامعة ورقلة 15-16-17 مارس 2004، ص 06.
- ¹⁵ عماد الحداد، التجارة الالكترونية، دار الفاروق للنشر والتوزيع، مصر، 2004، الطبعة الأولى، ص 130.
- ¹⁶ إبراهيم بختي، التجارة الالكترونية (مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، بدون طبعة، ص 72.
- ¹⁷ محمد نور برهان، التجارة الالكترونية، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، مصر، 2008، بدون طبعة، ص 126.
- ¹⁸ report framc – aspx www .itu.int/itu-d/icety/reporting/jhaw. Le24/04/2015
- ¹⁹ www.itu.int/itu-d/ictive/displaycountry.aspx? Le 26/04/2015.
- ²⁰ www.anabafrance.dz.org.le 15/04/2015.
- ²¹ www.echoroukenline.com.le 15/04/2015.
- ²² banque d'Algérie, système RTGS, document interned la banque d'Algérie, 13 mai 2005, p15.
- ²³ تقرورات محمد، متطلبات تطوير المعاملات المصرفية الالكترونية في الدول العربية بالإشارة إلى حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية، جامعة الشلف، 2014، ص 285.
- ²⁴ Guettaf Slimane, système algérien de télé compensation des paiements de masse A.T.C.I, le 25 septembre 2006, p02.
- ²⁵ www.ntic.web.com/component/option-com-rok-downloads/290/task.
- ²⁶ société d'automatisation des transactions interbancaire et de monétique « présentation des indicateurs annuels sur l'activité monétique. www.ntic.web.com.le 21/04/2015.
- ²⁷ تقرورات محمد، متطلبات تطوير المعاملات المصرفية الالكترونية في الدول العربية بالإشارة إلى حالة الجزائر، مرجع سابق، ص 289.