

## تحديات المستهلك الإلكتروني مع وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر Challenges of the electronic consumer with electronic payment methods in Algeria

عبد الرحمان يسعد<sup>1\*</sup>، فريال قيراط<sup>2</sup>، أمين مخفي<sup>3</sup>

<sup>1</sup> جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم (الجزائر)،

<sup>2</sup> جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم (الجزائر)،

<sup>3</sup> جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم (الجزائر).

تاريخ الاستلام (Received): 2023/04/25 : تاريخ المراجعة (Revised): 2023/05/04 : تاريخ القبول (Accepted): 2023/05/30

**ملخص:** تهدف هذه الورقة البحثية إلى تحديد طبيعة وأنواع تحديات عمليات الدفع الإلكترونية في التجارة الإلكترونية، حيث اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي من خلال التطرق إلى التجارة الإلكترونية وعمليات الدفع الإلكتروني. تم التوصل إلى أن هناك علاقة طردية بين تطور وسائل الدفع الإلكتروني ونمو تحديات وسائل الدفع في التجارة الإلكترونية في الجزائر، وهذا رغم الجهود المبذولة في مخطط عمل قطاع تكنولوجيات الإعلام والاتصال 2015 – 2019 الذي يهدف إلى عصنة وتكييف وتعميم البنى التحتية للاتصالات من أجل ترقية استخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال وكذا لتدعيم اندماج المستهلك الإلكتروني ضمن اقتصاد مؤسس على العلم والمعرفة.

**الكلمات المفتاح:** المستهلك الإلكتروني، التجارة الإلكترونية، وسائل الدفع الإلكتروني.

**تصنيف JEL:** D1 ; G2 ; O3

**Abstract:** This research paper aims to identify the nature and types of challenges in electronic payment processes in e-commerce. The descriptive-analytical approach was adopted, focusing on e-commerce and electronic payment processes.

It was found that there is a reciprocal relationship between the development of electronic payment methods and the growth of challenges in electronic payment in e-commerce in Algeria. This is despite the efforts made in the Information and Communication Technology sector action plan for 2015-2019, which aims to modernize, adapt, and expand the communication infrastructure to promote the use of information and communication technologies and support the integration of electronic consumers into a knowledge-based economy.

**Keywords:** Electronic consumer, e-commerce, electronic payment methods

**Jel Classification Codes :** D1 ; G2 ; O3

\* Corresponding author, e-mail: amine.mokhefi@univ-mosta.dz

## 1- تمهيد:

يعتبر الاهتمام " بالتجارة الإلكترونية Electronic Commerce كنتيجة حتمية وضرورية للتطورات والمستجدات الحديثة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، حيث لعبت ولا زالت تؤدي الشبكة الدولية للمعلومات أو ما يعرف بالإنترنت دورا رئيسا كوسيط لاستكمال وتنفيذ أعمال التجارة بشكلها الحديث والمعاصر. فقد حصل تحولا "كبيرا" من الشكل التقليدي للتجارة إلى الشكل الإلكتروني الحديث، وأصبحت التجارة الإلكترونية واقعا "لمموسا" في ظل البيئة الديناميكية. وتسعى العديد من الدول إلى تعظيم دور التجارة الإلكترونية خصوصا في ظل المتغيرات العالمية والتحديات الجديدة.

ومن جهة أخرى تعد وسائل الدفع الإلكترونية بمختلف صورها واحدة من الابتكارات التي أفرزها التقدم التكنولوجي. لكن هذا التقدم طرح كثير من المسائل القانونية والتنظيمية التي يتعين الاهتمام بها. ويتضمن ذلك إيجاد مجموعة من الوسائل المقبولة لتوثيق وحماية المعلومات. حيث يهدف هذا البحث إلى توضيح أهم القضايا التي تثيرها وسائل الدفع الإلكترونية. كما يفرض بعض السياسات المتعلقة بالضوابط القانونية والتنظيمية الخاصة بتلك المعاملات. وفي هذا الإطار، سيقدم المحور الأول من هذا البحث مختلف التعريفات التي طرأت على التجارة الإلكترونية وفي المحور الثاني إلى المعنى المراد من وسائل الدفع الحديثة، وخصائصها وكذلك أشكالها المختلفة. أما في المحور الثالث فقد خصصناه لمناقشة عمليات الدفع بواسطة الطرق المختلفة مثل البطاقات البنكية والنقود الإلكترونية والتعامل بها. المحور الرابع تعرضنا فيه إلى جهود الجزائر من أجل تدعيم التجارة الإلكترونية وقد اقترحنا في المحور الخامس بعض التحديات التي يتعين وضعها في الاعتبار عند تبني تشريع قانوني لوسائل الدفع الإلكترونية. وتتمحور الإشكالية في السؤال الآتي:

### ما هي تحديات التسديد الإلكتروني لدى المستهلك الإلكتروني في التجارة الإلكترونية؟

وللإجابة عن هذا التساؤل الجوهرى، تم تقسيم البحث إلى المحاور الآتية:

- مفاهيم حول التجارة الإلكترونية والمستهلك الإلكتروني؛
- التعريف بوسائل الدفع الحديثة؛
- عمليات السداد بواسطة وسائل الدفع الحديثة؛
- جهود الجزائر من أجل تدعيم التجارة الإلكترونية؛
- تحديات التجارة الإلكترونية من خلال وسائل الدفع الحديثة.

## II: مفاهيم حول التجارة الإلكترونية.

### 1- مفهوم المستهلك الإلكتروني والتجارة الإلكترونية.

- **المستهلك:** كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني، بمقابل أو مجانا، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به. (-03، 2009)

- أما المستهلك الإلكتروني لم يرد تعريف صريح في القانون الجزائري لهذا المصطلح لكن معظم الاقتصاديون يتفقون على أنه الشخص أو المنظمة الذي يتحصل على منفعة من اقتناء شيء أو فكرة لذاته أو لغيره باستعمال وسائط الكترونية.

- **التجارة الإلكترونية:** تعددت التعريفات حولها، فهناك من يرى أن التجارة الإلكترونية هي "عمليات بيع وشراء ما بين المستهلكين والمنتجين أو بين الشركات باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات". (R.T, 1996)

كما يرى البعض أن التجارة الإلكترونية هي: "عمليات استخدام الشبكة الإلكترونية في المجال التجاري والتي تتيح للمستهلك أن يعقد العديد من صفقات البيع والشراء بأسلوب سريع وسهل". (محمد، 2002)

أما منظمة التجارة العالمية (OMC) فتعرف التجارة الإلكترونية بأنها "مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات وتأسيس الروابط التجارية وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات عبر شبكة الانترنت".

كما أشار البعض بأن التجارة الإلكترونية تطلق على مجمل الخدمات التجارية التي تعتمد على الوسائل الإلكترونية كالتبادل الإلكتروني للبيانات والتحويلات الإلكترونية للأموال والبريد الإلكتروني والنشرات الإلكترونية وغيرها من الخدمات التي تتعامل بها المؤسسات والشركات". (رضوان، 1999)

ونقصد بالخدمة الإلكترونية على شبكة الانترنت تلك الخدمة التي يحصل عليها العميل دون أي اتصال مادي مع المزود، حيث تتم كافة العمليات المترتبة على إنتاج الخدمة وتوصيلها وما بعدها بالوسائل الإلكترونية حصريا، ومن أمثلتها تقديم الخدمات المصرفية الكترونية (e-banking) والسفر الإلكتروني (e-travel)، والتعليم الإلكتروني أو عن بعد (Distance Education)، والتعاملات

المالية الإلكترونية، والمزادات الإلكترونية (e- Auctions) والأكشاك التفاعلية (Interactive Kiosks) والدفع عند مضخة الوقود (pump pay –At –The) ومئات الخدمات الإلكترونية الأخرى. (عباس، 2004)

ومن وجهة نظر عالم الاتصالات فتعتبر التجارة الإلكترونية أنها وسيلة من أجل إيصال المعلومات أو الخدمات أو المنتجات عبر الوسائل التقنية الحديثة، أما من وجهة نظر الأعمال التجارية فهي عملية تطبيق التقنية من أجل جعل المعاملات التجارية تجري بصورة تلقائية وسريعة.

وعلى ضوء ما سبق، يرى الباحثان بأن التجارة الإلكترونية هي نوع من التعامل التجاري يتضمن شراء وبيع السلع والخدمات وتبادل البيانات والمعلومات والخبرات عبر الوسائل الإلكترونية المتقدمة بين الأطراف المعنية، حيث أن حركات البيع والشراء للسلع والخدمات والمعلومات تتيح الدعم وتوليد العوائد من خلال عمليات تعزيز الطلب على تلك السلع والخدمات، أي أن التجارة الإلكترونية تتيح عمليات دعم المبيعات وخدمة العملاء. ويمكن تشبيه التجارة الإلكترونية بسوق الإلكتروني يتواصل فيه البائعون (موردون أو شركات والوسطاء – السماسرة - والمشترون) وتقدم فيه المنتجات عبر شبكة الانترنت فالمشاركين في الأسواق الإلكترونية من باعه ومشتريين وسماسرة ليسوا فقط في أماكن مختلفة بل نادرا ما يعرفون البضائع والخدمات عبر الانترنت وأجراء البيع بالوصف عبر مواقع الشبكة العالمية مع إجراء بعضهم البعض. وفي الواقع التطبيقي فإن التجارة الإلكترونية تتخذ أنماط عديدة كعرض عمليات الدفع النقدي بالبطاقات المالية أو غيرها من وسائل الدفع، وإنشاء متاجر افتراضية أو محال بيع على الانترنت، والقيام بأنشطة التزويد والتوزيع والوكالة التجارية عبر الانترنت وممارسة الخدمات المالية وخدمات النقل والشحن وغيرها عبر الانترنت.

## 1-2: أقسام التجارة الإلكترونية: تنقسم التجارة الإلكترونية من حيث الأطراف إلى أربعة أنواع رئيسية وهي:

- تجارة إلكترونية من الشركات إلى الأفراد (Business – Consumer) ،
- تجارة إلكترونية من الشركات إلى الشركات (Business – Business) ،
- تجارة إلكترونية بين القطاعات الحكومية والأفراد (Consumer to Government)؛
- تجارة إلكترونية بين القطاعات الحكومية والشركات (Business to Government).

وتعتبر العلاقات التجارية بين قطاع الأعمال والأفراد وبين مؤسسات الأعمال فيما بينها، أكثر الأطراف تعاملًا "بالتجارة الإلكترونية مقارنة بالأطراف الأخرى. ويمكن التمييز بين التجارة الإلكترونية البحتة والتجارة الإلكترونية الجزئية اعتمادًا على درجة تقنية المنتج وعلى تقنية العملية وعلى نوعية الوسيط أو الوكيل.

## 1-3: خصائص التجارة الإلكترونية E-commerce

وقد تنقسم التجارة الإلكترونية بخصائص أساسية من أهمها:

- أ/خاصية أوتوماتيكية وظائف البيع: وخاصة في الوظائف التي تتصف بالتكرار والقابلية للقياس الكمي، مثل بحوث التسويق وتصميم المنتجات والمبيعات، وإدارة المخزون.
- ب/خاصية التكامل: بين الوظائف التسويقية ببعضها البعض ومع الجهات المعنية بالمحافظة على العملاء والذي يطلق عليه منهج إدارة العلاقات بالعملاء والذي طور إلى ما يعرف بالتسويق التفاعلي Interactive Marketing. وقد ارتبط بهاتين الخاصيتين مدخلان للبيع الإلكتروني هما: مدخل البيع الصامت، مدخل المشاركة الفعالة في عمليات البيع.

## الجدول رقم 01: يبين الجدول الفرق بين التجارة الإلكترونية والتقليدية (العادية)

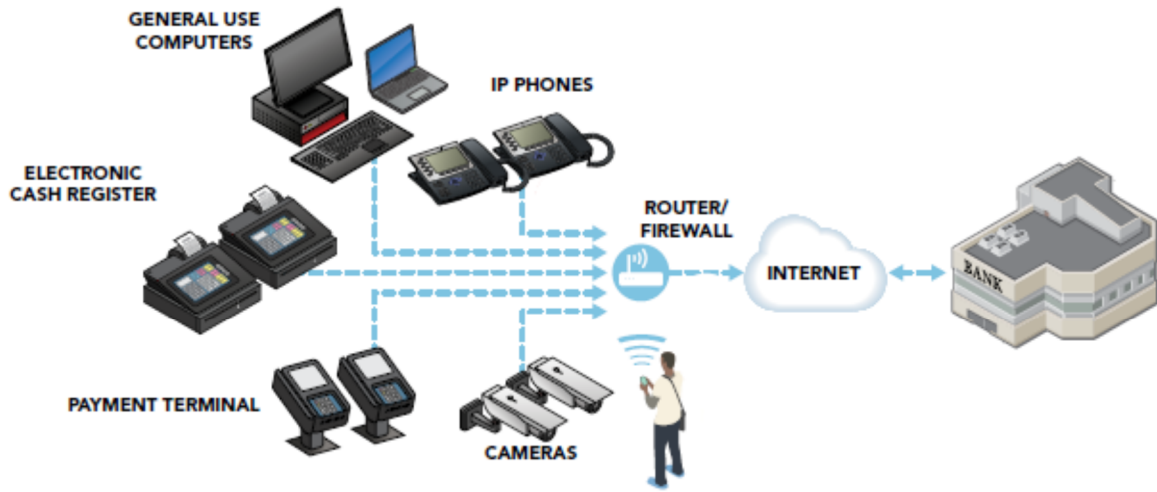
| المعيار               | التجارة الإلكترونية                                           | التجارة العادية                            |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|
| التكلفة عرض المنتجات. | تكلفة أقل لاعتمادها على الموقع الإلكتروني والبريد الإلكتروني. | تكلفة عالية (صحف، مجلات، إعلانات،)         |
| المعاينة              | صعوبة المعاينة والصورة رقمية.                                 | بنة المنتجات سهلة جدا = .                  |
| التواصل مع الزبائن    | إاصل سهل جدا = بسبب توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال.       | إاصل صعب نوعا = ما، لأنه محدد بزمان ومكان. |
| حجم السوق             | عدد الزبائن كبير التعامل مفتوح على المستوى محلي + دولي.       | حجم قليل والتعامل مع شريحة معينة.          |
| وقت الحملة            | مفتوح 24 ساعة على 24 ساعة.                                    | مرتبط بالجهة المعلن عنها.                  |
| الاستهداف             | سهولة استهداف شريحة مركزة.                                    | صعوبة الاستهداف المناسبة.                  |
| ردود الفعل            | سهولة جدا من خلال موقع التعليقات بشكل مباشر.                  | صعبة نسبيا.                                |
| متابعة الطلبات        | يستطيع المتلقي طلب المنتج بشكل مباشر وسهل.                    | غير ممكن بشكل مباشر.                       |
| التسديد               | بوسائل الدفع الإلكترونية الحديثة غالبا.                       | الدفع بواسطة الوسائل التقليدية.            |

المصدر: من إعداد الباحثين.

## II. وسائل الدفع الإلكترونية.

ظهرت وسائل الدفع الإلكترونية لم يكن نتيجة لظاهرة فجائية، بل كان نتيجة لتطور تقني تراكمي عبر الزمن. هذا التطور كان محصلة لتفككولوجيا في مجال الاتصال ووسائل الإعلام عبر مراحل زمنية متعددة. وعادةً، يُشار إليه بأنظمة الدفع الإلكتروني، حيث يتاح للعملاء تنفيذ التزاماتهم تجاه الآخرين باستخدام تقنيات متنوعة. يمكن للمشتري أن يدفع ثمن المنتجات والخدمات التي يفتنّها دون الحاجة إلى النقود الورقية أو النقود المعدنية. يتم ذلك من خلال تحويل الأموال إلكترونياً، سواء كان لدى العميل أموالاً متاحة في حسابه البنكي أو استخدام قروض مستقبلية مقابل فائدة، وذلك باستخدام وسائط إلكترونية مثل أجهزة الصرف الآلي، وبطاقات الائتمان، والشيك الإلكتروني، والنقد الإلكتروني.

الشكل رقم (01): نظام الدفع الإلكتروني في التجارة الإلكترونية



Complex payment system for in-shop purchases, with Wi-Fi, cameras, Internet phones, and other attached systems

تكمن أهمية هذه الوسائط الإلكترونية في تدعيم ونمو التجارة الإلكترونية من خلال سرعة التنفيذ وزيادة حجم التداول لدى الزبائن في استخدام الإنترنت لأغراض متعددة منها عمليات التسوق والشراء وكذلك ارتفاع عدد الشركات التي تعرض بضائعها وخدماتها على الشبكة النسيجية. وتنقسم وسائل الدفع الحديثة إلى عدة أقسام: (شاهين، 2009)

### 1- آلات الصرف الذاتي Automated teller machines

بدأ استخدام آلات الصرف الذاتي عام 1967 بأحد فروع بنك باركلز بالمملكة المتحدة ثم في بنك فيرست ناشيونال في الولايات المتحدة الأمريكية ثم انتشر تطبيقها لتشمل مختلف أنحاء العالم. حيث كانت تسمح فقط بخدمة السحب النقدي، ويعتمد مفهوم هذه الآلات على وجود اتصال بين الحاسب الرئيسي للبنك وآلة الصرف بإعطاء استجابات فورية تتمثل في الخدمات المصرفية المطلوبة كالسحب النقدي، الإيداع النقدي، كشف الحساب، بيان الأرصدة.

2- البطاقات البنكية : تختلف البطاقات البنكية حسب الجهة التي تصدرها وقدرتها على الوفاء بالديون المترتبة على صاحبها ومنها الدائنة والمدينة العادية والذكية وهي بطاقات بلاستيكية تمنحها البنوك لعملائها ويتم استخدامها من قبل عملاء البنك مع إمكانية الشراء ثم التسديد لاحقاً، مع السماح له بتأجيل سداد الرصيد المدين لفترة معينة مقابل فائدة، بالإضافة إلى تمكينهم من الدخول إلى نظم المعلومات المالية اللازمة لهم، عبر عدة وسائل أهمها شبكات internet عبر أدوات إلكترونية متاحة للمستهلك مثل الحواسيب الشخصية، والهواتف المستندة للشاشات screen-based telephone، وأجهزة الاتصال الشخصية المماثلة للآخرى ومنها:

أ/ بطاقات السحب الآلي بطاقات السحب الآلي تم كمن حاملها من سحب مبالغ نقدية من حسابه بحد أقصى متفق عليه بين البنك والعميل من خلال أجهزة خاصة، بحيث يقوم العميل حين يريد أن يسحب أموالاً من حسابه بإدخال بطاقته في جهاز السحب الآلي، مع إدخال الرقم السري (P.I.N) ثم الاستفادة من الخدمات المالية المتاحة.

**ب/ بطاقات الدفع المسبق: prepaid card** هي بطاقة تقوم على أساس تثبيت مبلغ محدد في البطاقة ويجري التخفيض التدريجي للمبلغ أليا كلما تم الصرف أو استعمال البطاقة، ومن أمثلة ذلك البطاقة الهاتفية وبطاقة النقل، حيث يتم فيها خصم ثمن المشتريات من رصيد صاحب البطاقة مباشرة بعد التحقق من صحة رقم البطاقة. وعليه صاحب البطاقة يقوم بالدفع أولا ثم الشراء لاحقا.

**ج/ البطاقة الدائنة credit card:** صاحب البطاقة يقوم بالشراء أولا ثم الدفع لاحقا، يقوم هذا النوع من بطاقات الائتمان على مبدأ عدم الدفع المسبق لمصدر البطاقة، كما في حالة البطاقة المدينة ولكن الاختلاف بينهما يكون في وقت دفع المستحقات، بمعنى أن حامل هذه البطاقة لا يدفع كل المستحقات المترتبة عليه في نهاية الشهر وإنما بشكل أقساط دورية متناسبة مع دخله الشهري، وما يتبقى على حامل هذه البطاقة يعتبر ديناً متجدداً في ذمته تضاف إليه الفوائد وتسدد بشكل شهري.

**د/ البطاقة المدينة Debit Card:** تتيح هذه البطاقة للعملاء إجراء مشتريات على حساباتهم الجارية في المصرف مباشرة. إذا كانت البطاقة متصلة بجهاز مركزي عبر الإنترنت (on-line debit)، يتم تحويل قيمة المشتريات إلى الجهة الدائنة في نفس اليوم الذي تم فيه الشراء. وإذا كانت البطاقة غير متصلة بالإنترنت (off-line debit)، يتم تسجيل العملية ويتم تسويتها في وقت لاحق. تم تطوير هذه العمليات إلكترونياً بفضل وجود أجهزة الاتصال الإلكتروني بين نقاط البيع والبنوك. حيث يقوم التاجر بتمرير البطاقة عبر جهاز إلكتروني، ويدخل قيمة المشتريات. يتم إجراء اتصال إلكتروني يرتبط بحساب العميل في البنك الذي أصدر البطاقة. بعد ذلك، يتم إصدار إشعار بالعملية، ويجب على العميل توقيعه كما إثبات لموافقة على صحة التنفيذ. واحدة من أشهر هذه البطاقات هي بطاقة "فيزا إلكترون" الصادرة عن شركة فيزا العالمية.

**هـ/ البطاقة الائتمانية المضمونة بالودائع Secured credit card** وهي بطاقة توفر للعميل خط ائتمان بضمان الودائع وتتاح للأفراد غير المؤهلين للحصول على البطاقة الائتمانية التقليدية بسبب افتقارهم إلى ماضي ائتماني معروف أو أنهم مدرجون في شريحة ائتمانية متدنية بسبب مشكلاتهم المالية السابقة.

**و/ البطاقات الذكية:** ظهرت البطاقات الذكية Smart Cards والتي هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية تحتوي على خلية إلكترونية يتم عليها تخزين جميع البيانات الخاصة بحاملها مثل الاسم، العنوان، المصرف المصدر، أسلوب الصرف، المبلغ المنصرف وتاريخه، وتاريخ حياة العميل المصرفية. (حماد، 2003)

إن هذا النوع من البطاقات الجديدة يسمح للعميل باختيار طريقة التعامل سواء كان ائتماني أو دفع فوري، وهو ما يجعلها بطاقة عالمية تستخدم على نطاق واسع في معظم الدول الأوروبية والأمريكية، ومن بين هذه البطاقات بطاقة المندكس «Mondex Card» التي تم طرحها لعملاء المصارف وتوفر لهم العديد من المزايا نذكر منها:

- تستخدم كبطاقة ائتمانية أو بطاقة خصم فوري طبقاً لرغبة العميل؛
- يمكن للعميل أن يستخدمها بقيمة أكثر من الرصيد المدون على الشريحة الإلكترونية للبطاقة؛
- وجود ضوابط أمنية محكمة في هذا النوع من البطاقات ذات الذاكرة الإلكترونية؛
- القيام بعمليات التحويل الإلكتروني من رصيد بطاقة إلى رصيد بطاقة أخرى؛
- يمكن للعميل السحب من رصيد حسابه الجاري بالبنك وإضافة القيمة إلى رصيد البطاقة؛
- تمتاز بقدرتها على تحويل النقود من نوع إلى آخر على أن تخزن خمس عملات في نفس الوقت.

**3- الشيك الإلكتروني:** هو المكافئ الإلكتروني للشيكات الورقية التقليدية التي اعتدنا التعامل بها. ومن جهة أخرى يعتبر الشيك الإلكتروني رسالة إلكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك (حامله) ليستخدمه ويقدمه للبنك الذي يعمل عبر الإنترنت ليقوم البنك بتحويل قيمة الشيك المالية إلى حساب حامل الشيك أولاً ثم يقوم بإلغاء الشيك وإعادته إلكترونياً إلى مصدر الشيك ليكون دليلاً على أنه تم صرف الشيك فعلاً ويمكن لمستلم الشيك أن يتأكد إلكترونياً من أنه تم تحويل المبلغ إلى حسابه. تحتوي بطاقة الشيكات عادة على اسم العميل وتوقيعه ورقم حسابه والحد الأقصى الذي يتعهد البنك بالوفاء به في كل شيك يحرره العميل. وبمقتضى هذه البطاقة يتعهد البنك لعميله حامل البطاقة بأن يضمن سداد الشيكات التي يحررها العميل من هذا البنك وفقاً لشروط إصدار هذه البطاقة.

أثناء التعامل يقوم صاحب البطاقة بإبرازها للمستفيد والتوقيع على الشيك أمامه، أما المستفيد من الشيك فيقوم بتدوين رقم البطاقة على ظهر الشيك والتأكد من صلاحيتها.

يلتزم البنك المسحوب عليه بأن يدفع للمستفيد قيمة الشيك بغض النظر عن وجود أو عدم وجود رصيد كاف للعميل، إذا احترم هذا الأخير الحد المالي الأقصى المسموح به، وتمت كتابة رقم البطاقة على ظهر الشيك مع صحة توقيع العميل.

**4- المحفظة الإلكترونية (النقود الإلكترونية أو الرقمية):** وهي عبارة عن برامج لحفظ أرقام بطاقات الدفع وكلمات سرية ومعلومات شخصية أخرى بهدف التسهيل على المستخدم، واللجوء إليها دون حفظ تلك البيانات في ذاكرته. فمثلاً عندما يقوم المستخدم بالتسوق عبر الإنترنت بالنقر على المحفظة لكي تتم تعبئة البيانات المطلوبة ألياً للشراء. حيث تعتبر المفوضية الأوروبية عام 1998

النقود الإلكترونية بأنها " قيمة نقدية مخزنة بطريقة إلكترونية على وسيلة إلكترونية كبطاقة أو ذاكرة كمبيوتر، ومقبولة كوسيلة للدفع بواسطة متعهدين غير المؤسسة التي أصدرتها، ويتم وضعها في متناول المستخدمين لاستعمالها كبديل عن العملات النقدية والورقية، وذلك بهدف إحداث تحويلات إلكترونية لمدفوعات ذات قيمة محددة " (Commission, 1998) تكون المحفظة على شكل بطاقة ذكية يمكن تثبيتها على الحاسب الشخصي أو تكون قرصا مرنا يمكن إدخاله في قارئ القرص المرن ليتم نقل القيمة المالية منه/إليه إلكترونيا. ومما سبق يمكننا القول بأن استعمال هذه البطاقات بوصفها نقودا أو كما يسميها البعض "النقود الإلكترونية" والبعض الآخر "النقود البلاستيكية"، ما هو إلا تماشيا مع التطورات العلمية والتقنية التي تحدث، وباعتبارها وسيلة سداد في التجارة الإلكترونية وتماشيا مع سرعة المعاملات التجارية.

### III- عمليات السداد بواسطة وسائل الدفع الحديثة.

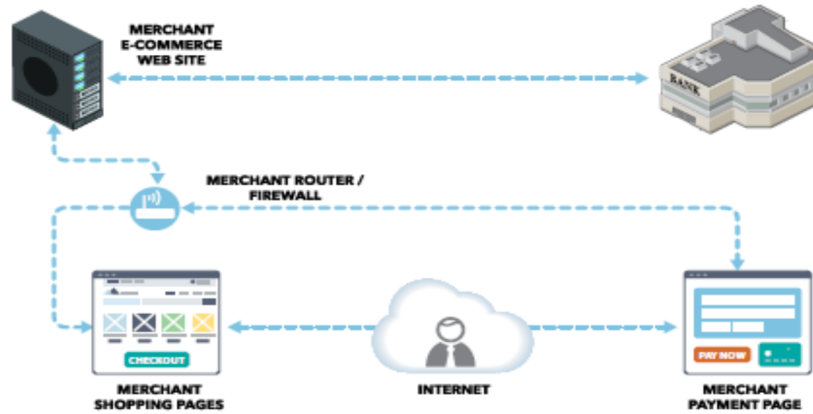
#### III-1- نظام التسديد عن طريق بطاقة الإلكترونية

يمكن للمستخدم عبر الإنترنت وعن طريق موقع شبكي معين وبعد تحديد الخدمة أو المنتج الذي يريده يقوم بإدخال معلومات حول البطاقة، حيث يتم جمع المعلومات وإرسالها إلى المصرف، أو لمالك الموقع الشبكي، والذي قد أسس ربط مباشر مع المصرف، ثم يتم فحص إن كان المستخدم يملك ائتمان كافٍ للدفع أم لا، وعليه يقوم البنك المصدّر لبطاقة الزبون بإرسال إشارة إلى المعالج والجواب إما يكون بالموافقة أو الرفض، ثم المعالج يقوم بتمرير النتيجة إلى خدمة معالجة الدفع PPS ثم يقوم معالجة الدفع PPS بتحويل المبلغ إلى التاجر وفي الأخير التاجر يقوم بإنهاء العملية وإضفاء بالخدمات المترتبة عليه.

#### III-2- نظام التسديد عن طريق النقود الإلكترونية

باستخدام محفظة النقد الإلكتروني يمكن نقل المال من حساب إلى آخر. ومن أجل الدفع بواسطة المحفظة، يتم إرسال أمر خاص من المتصفح عبر الإنترنت إلى المحفظة والتي تطلب قبول الزبون للدفع، وعند ذلك يتم نقل المال إلكترونيا من حساب الزبون إلى التاجر ويكون الاتصال آمنا من خلال التشفير. ويمكن بواسطة نظام دفعات إي بي إم الدقيقة IBM Micro Payments هو نظام دفع مايكرووي يسمح باستبدال ارتباطات لغة (HTML) بارتباطات الدفع. أو طريقة المليستنت MilliCent هذه الطريقة مبنية على نظام الإيصالات والذي يسمح بالدفع لأقل من حدود السنت cent، وتسمى هذه الإيصالات بالمستند "scrip". ومن أجل السماح بالأعمال الإلكترونية، يتطلب وجود سمسرة للدفع، ويعتبر السمسار مجهز الخدمة للأنترنت والمؤسسات المالية.

الشكل رقم (02): نظام التسديد عن طريق النقود الإلكترونية.



*Complex e-commerce payment system for online shop purchases, with merchant managing their own website and payment page*

#### III-3- الأطراف المشاركة في عملية معالجة بطاقات الدفع الإلكتروني : نجد :

- التاجر؛
- خدمة معالجة الدفع PPS عادة يكون خاص بالشركة؛
- المعالج Processor؛

البنك المصدر للبطاقة Issuing bank :  
الشبكة أو المؤسسة التي تقدم خدمات البطاقات للبنوك مثل Master Visa :  
الزبون Customer .

### III-4- خصائص طرق الدفع الإلكتروني الناجح: حتى تتم عملية الدفع بصورة عادية يجب توفر بعض المعطيات على أرض الواقع ومنها: (خلف، 2021)

- 1- الاستقلالية: يعني توفير برامج وأجهزة الدفع خاصة بالشركة؛
- 2- الأمن التقني: لا بد من توفير برامج الحماية لعملية الدفع الإلكتروني لضمان حقوق البائع والمشتري؛
- 3- العمل في بيئات تشغيل مختلفة: توسيع بيئة الاستخدام وعدم اقتصرها على نظام محدد (Windows – Unix)؛
- 4- السرية: يجب أن تكون عمليات الدفع غير قابلة للمراقبة والتتبع حتى لا تمس حق الخصوصية؛
- 5- التوسع: يعني التوسع في قبول قيم الدفع الكبيرة والصغيرة على حد سواء؛
- 6- سهولة الاستخدام: سهولة التوغل في الأنظمة الخاصة بعمليات الدفع الإلكتروني؛
- 7- العمولة: تخفيض العمولة المخصصة من عمليات الدفع الإلكتروني؛
- 8- استمرارية: ضمان استمرارية شركات الدفع الإلكتروني.

### IV جهود الجزائر من أجل تدعيم التجارة الإلكترونية

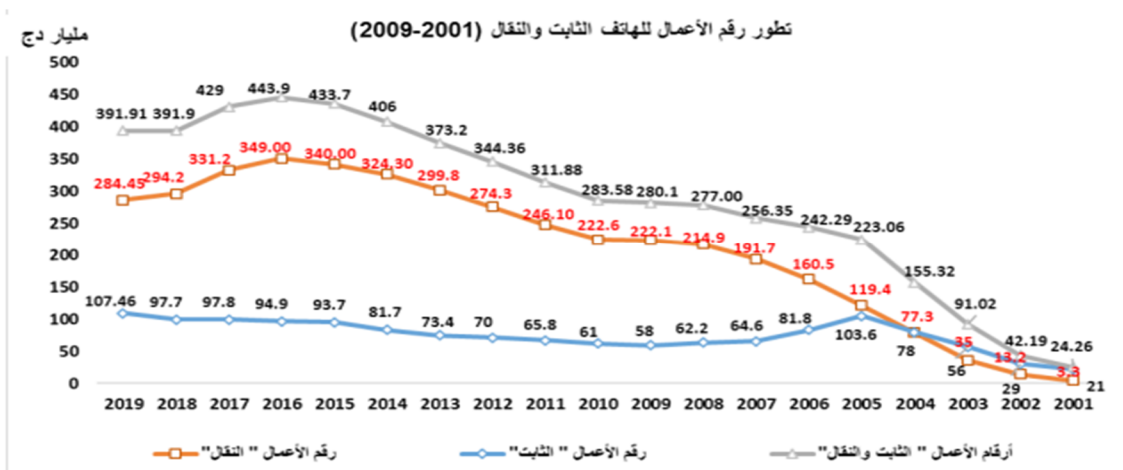
من أجل تطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر عمدت الوزارة الوصية على الوقوف أهم مستلزمات هذه الأخيرة (التجارة الإلكترونية)، بداية من سنة 2009 بإطلاق مشروع الجزائر الإلكترونية في البرنامج الخماسي 2009 - 2013 وسي E-Algérie 2009-2013 وتم من خلاله بداية لرقمنة العديد من القطاعات مثل الحالة المدنية (البطاقة وجواز السفر البيومتريين)، قطاع العدالة، التربية، التعليم العالي (التسجيل عن بعد لحاملي شهادة البكالوريا) ... الخ. ولعل أكبر تحدي الآن هو القطاع المالي والمصرفي لذلك عمدت الجزائر على توفير البنى التحتية لتكنولوجيات الإعلام والاتصال بالإضافة إلى جانب الإجراءات التنظيمية والقانونية لتسهيل العملية وضمان حقوق الأطراف المتعاقدة عبر شبكة الانترنت. (mptic، 2023)

### IV-1- تطوير البنية التحتية لتكنولوجيات الإعلام والاتصال

أ- الاستثمارات: قدرت استثمارات متعاملين الاتصالات الإلكترونية خلال سنة 2019، بـ 88,94 مليار دينار. كما حقق المتعاملون الحائزون على رخص لإقامة واستغلال الشبكة المفتوحة للجمهور أكثر من 88,5 مليار دج من الاستثمارات، ما يمثل 99,48% من إجمالي الاستثمارات.

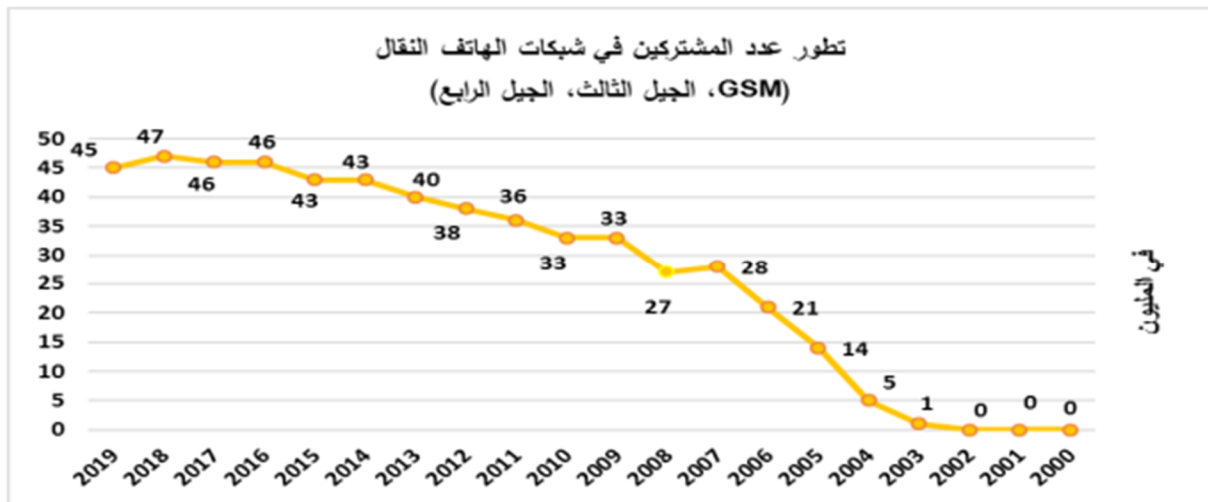
ب- رقم الأعمال: قدر رقم الأعمال بـ 406,73 مليار دينار، منه 398,06 مليار دج بعنوان سنة 2019. حيث حقق متعاملين الاتصالات الإلكترونية. كما حققه المتعاملون الحائزون على رخص لإقامة واستغلال الشبكات المفتوحة للجمهور (النقل، الثابت، GMPCS و VSAT)، أي ما يمثل 97,87% من إجمالي رقم الأعمال. كما حقق المتعاملون الحائزون على الرخص رقم أعمال قدر بـ 8,67 مليار دينار أي 96,52% من إجمالي رقم الأعمال. (والاتصالات، 2019)

الشكل رقم (03): تطور رقم الأعمال للهاتف الثابت والنقل (2001-2019)



المصدر: التقرير السنوي 2019 لسلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية في الجزائر <https://www.arpce.dz/ar/file/j0z5o5>

الشكل رقم (04): تطور عدد المشتركين في شبكات الهاتف النقال من 2000-2019



المصدر: التقرير السنوي 2019 لسلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية في الجزائر <https://www.arpce.dz/ar/file/j0z5o5>

من بين 45 مليون مشترك في شبكات الهاتف النقال، نجد 8,51 مليون مشترك نشيط ضمن شبكة GSM (18,74 %)، والباقي أي 36,91 مليون مشترك نشيط فنجد ضمن شبكات الجيل الثالث والجيل الرابع، أي ما يمثل 81,6 %.

#### IV - 2 - إنشاء الهيئة الوطنية للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال

تنص المادة 13 من القانون رقم 04-09 المؤرخ في 14 شعبان عام 1430 الموافق 5 أوت سنة 2009 الذي يتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها (الرسمية، 2009). على إنشاء هيئة وطنية للوقاية من هذه لجرائم. ومهامها مبينة في المادة 14 من نفس القانون كالتالي:

- أ - تنشيط وتنسيق عمليات الوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها؛
- ب - مساعدة السلطات القضائية ومصالح الشرطة القضائية في التحريات التي تجريها بشأن الجرائم ذات الصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال بما في ذلك تجميع المعلومات وإنجاز الخبرات القضائية؛
- ج - تبادل المعلومات مع نظيراتها في الخارج قصد جمع كل المعطيات المفيدة في التعرف على مرتكبي الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال وتحديد مكان تواجدهم. بينما تبيل المادة 2 من نفس القانون المقصود بالمصطلحات الموجودة في القانون بما يأتي:

أ - **الجرائم المتصلة بتكنولوجيا بتكنولوجيات الإعلام والاتصال هي:** جرائم المساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات المحددة في قانون العقوبات وأي جريمة أخرى ترتكب أو يسهل ارتكابها عن طريق منظومة معلوماتية أو نظام للاتصالات الإلكترونية.

ب - **منظومة معلوماتية:** أي نظام منفصل أو مجموعة من الأنظمة المتصلة ببعضها البعض، يقوم واحد منها أو أكثر لمعالجة آلية للمعطيات تنفيذا لبرنامج معين.

ج - **معطيات معلوماتية:** أي عملية عرض للوقائع أو المعلومات أو المفاهيم في شكل جاهز للمعالجة داخل منظومة معلوماتية، فيما في ذلك البرامج المناسبة التي من شأنها جعل منظومة معلوماتية تؤدي وظيفتها.

د - **مقدمو الخدمات:** أي كيان عام أو خاص يقدم لمستهلمي خدماته القدرة على الاتصال بواسطة منظومة معلوماتية و/أو نظام للاتصالات، وأي كيان آخر يقوم لمعالجة أو تخزين معطيات معلوماتية لفائدة خدمة الاتصال المذكورة أو لمستهلميها.

هـ - **المعطيات المتعلقة بحركة السير:** أي معطيات متعلقة بالاتصال عن طريق منظومة معلوماتية تنتجها هذه الأخيرة باعتبارها جزءا في حلقة اتصالات، توضح مصدر الاتصال، والوجهة المرسل إليها، والطريق الذي يسلكه، ووقت وتاريخ وحجم ومدة الاتصال ونوع الخدمة.

و - **الاتصالات الإلكترونية:** أي تراسل أو إرسال أو استقبال علامات أو إشارات أو كتابات أو صور أو أصوات أو معلومات مختلفة بواسطة أي وسيلة إلكترونية.

#### IV-3- تطبيق التصديق الإلكتروني (الإلكتروني، 2015) :

لكونه يمثل أساس الثقة لكافة الإدارات الإلكترونية والدفع الإلكتروني خاصة، فإن التصديق الإلكتروني يجب أن يسبق كل عملية إخلاء من الوثائق الرسمية و/أو القيام بالإجراءات عن بعد. لهذا الغرض صادق المشرع الجزائري على القانون 04-15 المؤرخ في 1 فيفري 2015، والمحدد للقواعد العامة المتعلقة بالتصديق الإلكتروني. يخول هذا القانون لوزارة البريد وتكنولوجيا الاتصالات تنفيذ سلطة التصديق الإلكتروني بالفرع الحكومي. تكلف هذه السلطة بتأطير طرف الثقة الآخر (مقدمو خدمات التصديق الإلكتروني لحساب مؤسسات حكومية) وإصدار المصادقات الإلكترونية المستعملة من طرف الفاعلين في الفرع الحكومي في المبادلات التجارية من نوع G2G و G2B و G2C وهي أطراف التجارة الإلكترونية.

#### V. تحديات المستهلك الإلكتروني مع التجارة الإلكترونية في الجزائر.

##### 1-V- التحديات المرتبطة بوسائل الدفع

في إطار تنفيذ العمليات المصرفية الإلكترونية في الجزائر وما يرافقها من تغييرات في بيئة الأعمال، حيث نشأت العديد من المخاطر مقارنة بالمخاطر المرتبطة بالعمل المصرفي التقليدي، إن تلك المخاطر قد تزداد أو تقل في ضوء ما يتوفر من إمكانيات حول سرعة اكتشافها والسيطرة عليها وتطرح هذه المتغيرات أمام المؤسسات المالية مشكلات تتمثل في كيفية التعرف على المخاطر وإدارتها (شاهين، 2009، صفحة 13) فإن عرض المخاطر يعد أمرا ضروريا لتحليلها والوقوف على أبعادها كما يلي: (زهير، 2008)

1. مخاطر خرق أنظمة الأمان والحماية: تتميز عمليات الدفع الإلكترونية بإمكانية اختراقها من قبل القراصنة Hackers لشبكة المعلومات، إلا أن التطوير يقدم كل يوم حولا للسيطرة على مثل تلك المخاطر بدءا من استعمال كلمة السر Password إلى الرقم الشخصي Pin Number إلى برامج مؤمنة Secure إلى حوائط نارية Firewall.
2. مخاطر التشغيل: تنشأ هذه المخاطر نتيجة عدم توفر وسائل التأمين الكافية لنظم الدفع الإلكتروني أو عدم تصميمها أو إنجازها أو نتيجة خطأ معلومات، أو خطأ في تشغيل البرمجيات، ويمكن أن تتمثل في الآتي:-
3. عدم التأمين الكافي للنظم: وهي تتعلق بعدم توفر وسائل الأمن الكافية لنظم حسابات المصرف للدفع الإلكتروني مما يتيح إمكانية اختراقها من قبل أشخاص غير مرخص لهم بذلك unauthorized access، حيث يتم التعرف على المعلومات الخاصة بالعملاء واستغلالها سواء كان ذلك من خارج البنك أو من العاملين فيه؛
4. عدم ملائمة تصميم النظم أو إنجاز العمل أو أعمال الصيانة: تنشأ بسبب عدم كفاءة النظم أو إخفاقها (بطء الأداء على سبيل المثال) لمواجهة متطلبات المستخدمين للدفع الإلكتروني وعدم السرعة في حل المشكلات وصيانة النظم خاصة إذا ما تم الاعتماد على مصادر من خارج البنك لتقديم الدعم الفني بشأن البنية التحتية اللازمة، أو نتيجة عدم كفاية البرمجيات أو الموظفين القائمين على تلك الأعمال؛
5. إساءة الاستخدام من قبل العملاء: يحدث ذلك بسبب عدم إحاطة العملاء بإجراءات الدفع الإلكتروني وتدابير التأمين الوقائية الواجب القيام بها أو السماح لعناصر غير مرخصة بالدخول على الشبكة أو القيام بعمليات غسيل أموال باستخدام معلومات العملاء الشخصية.

##### 7-2- التحديات المرتبطة بالخدمات المصرفية

زيادة صناعة الخدمات المالية الإلكترونية في الجزائر والمنافسة بين المؤسسات المصرفية في هذا القطاع قد أثرت بشكل كبير على زيادة المخاطر. نتج عن ذلك العديد من القضايا التي أثرت على حجم ونوعية التحديات والمخاطر المصرفية المرتبطة بتحقيق المؤتمرات التالية:

1. نقص في الخبرة التقنية والمصرفية لإدارات المصارف والموظفين في الجزائر في مجالات التكنولوجيا والعمليات المصرفية الإلكترونية.
2. عدم وجود معايير قياسية لمكافحة عمليات الاحتيال المالي والتحقق من هوية العميل في بيئة الشبكات المفتوحة.
3. نقص في التشريعات الجزائرية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية ومحيط الأعمال المصرفي الإلكتروني وتوافقها مع التقنيات الحديثة.
4. عدم توفر بيئة اقتصادية مستقرة وجاذبة للاستثمار من حيث الاستثمارات والضرائب والقوانين المالية.
5. نقص في حماية البرمجيات وقواعد البيانات المستخدمة في تشغيل العمليات المصرفية والخدمات الإلكترونية.
6. مخاوف السلطة النقدية لدى البنك المركزي الجزائري دورها بفعالية في مراقبة نشاط البنوك المتعلق بالصيرفة الإلكترونية وأنظمة الحماية والسرية بهدف الحفاظ على أداء القطاع المصرفي.
7. تحديات البنية التشريعية والرقابية الكافية للحفاظ على السرية المصرفية وتحديث التشريعات المتعلقة بالنقد الإلكتروني.

8. عدم القدرة على ربط زيادة رأس المال بقدرة البنك على التوسع في مجال الصيرفة الإلكترونية.

**V-3 مخاطر الرقابة:** وهي المخاطر التي تنتج بسبب إخفاق بعض الأنظمة في تحقيق الرقابة على كافة المراحل التي تمر بها العمليات المصرفية الإلكترونية، وضمان عدم إجراء تعديلات على رسائل العملاء أثناء انتقالها عبر القنوات الإلكترونية، وضمان المحافظة على سرية المعاملات.

#### V-4- تحديات متعلقة بشبكة الإنترنت

تنقسم التحديات المتعلقة بالإنترنت في الجزائر من نوع خاص من جهة منظمة الأعمال ومن جهة الزبائن لعدة اعتبارات: اعتبارات سلوكية، اعتبارات تنظيمية، محددات تكنولوجية، محددات قانونية.

هناك عدة عوامل تؤثر على توجه المؤسسات في الجزائر نحو تبني الإنترنت كوسيلة لتنفيذ أعمالها، وتشمل هذه العوامل:

1. **العوامل السلوكية:** تتمثل في تقلب سلوك المستهلك عبر الإنترنت في الجزائر وتأثره الكبير بقرارات الشراء للآخرين. هذا يجعل من الصعب على المؤسسات تقدير درجة ولاء الزبون لمنتجاتها، مما يستدعي تغيير استراتيجياتها تجاه الزبائن بشكل دوري وتآني، مما يزيد من تكاليف الإنتاج وإعادة التصنيع.

2. **العوامل التنظيمية:** تشمل القيود والتنظيمات التي تؤثر على توجه منظمات الأعمال في الجزائر نحو استخدام الإنترنت، مثل حجم المؤسسة وقدرتها على توفير التدريب والخبرات التقنية. يمتلك المؤسسات الكبيرة موارد وبنية تحتية تكنولوجية ضخمة لا تتوفر للمؤسسات الصغيرة والحديثة، مما يصعب عليها التنافس والاستمرار في البيئة الإلكترونية.

3. **العوامل التكنولوجية:** تشير إلى المهارات التكنولوجية المادية والبرمجية للجهة للمنظمة والتي قد تكون عائقاً أمام تحقيق أهدافها الاستراتيجية واستفادتها من الموارد المتاحة.

4. **العوامل القانونية:** تشمل التشريعات المتعلقة بالخصوصية وحماية البيانات الشخصية، بالإضافة إلى تنظيم الجرائم السيبرانية بصفة عامة. كما تشمل أيضاً التشريعات المتعلقة بالممتلكات الفكرية.

5. **التهديد عن طريق خرق الأمن المعلوماتي الأعمال الإلكترونية:** تستخدم معظم برامج القرصنة أو الاختراق نوعين من الملفات الأول يسمى "Cliente.exe"، والثاني "server.exe" وكلاهما ينحدران تحت اسم "Trojan" حيث يعمل الملف الأول على فتح ثغرة "Port" في الحاسب المستهدف، ليتمكن الملف الثاني من الدخول إلى الحاسب من خلال هذه الثغرة والمقصود بالثغرة هنا كل برنامج اختراق يعتمد على رقم منفذ خاص به، حيث أن برنامج "Net Bus" على سبيل المثال، يستخدم المنفذ (12345) للدخول من خلاله وعليه فإن عملية الاختراق مبنية على فكرة السيطرة عن بعد، وهذه العملية لا تتم إلى من خلال الملفين المذكورين آنفاً.

والحقيقة أن هناك طرق شائعة في إجراء عملية القرصنة، من أشهرها: القرصنة باستخدام ملفات "أحصنة الطروادة"، ويتم بإرسال برامج التجسس هذا من قبل المستفيد إلى جهاز الضحية، ليكون حلقة الوصل بين جهاز الضحية المخترق أو المستفيد، ويتم إرسال هذا البرنامج بأكثر من طريقة، منها البريد الإلكتروني؛ وبمجرد زرع برنامج التجسس، يقوم بفتح منفذ الاتصال أو بوابة داخل الجهاز، وهذا المنفذ يمكن المستفيد من الاختراق بواسطة برامج مخصصة.

#### VI. النتائج ومناقشتها:

تعتبر وسائل الدفع الإلكترونية الرهان الأول من أجل إنجاح التجارة الإلكترونية في الجزائر وذلك من خلال الأخذ بعين الاعتبار النقاط التالية:

1. العمل على إيجاد آليات ووسائل جديدة في استخدام وتنويع الخدمات البنكية الإلكترونية لغرض المحافظة على العملاء وجذب عملاء جدد على الإنترنت؛
2. ضرورة توفر الضوابط اللازمة للرقابة على المعلومات وذلك لتجنب المخاطر التي قد تنجم عن الدخول إلى شبكة المعلومات من قبل غير المرخصين بذلك، ومراجعة السياسات والإجراءات المرتبطة بها بشكل منتظم؛
3. ضرورة الاحتفاظ بنسخ احتياطية من الأنظمة والبرامج والملفات الإلكترونية ضمن خطة للطوارئ خارج مراكز العمل؛
4. دعم بحوث تطوير الخدمات البنكية الإلكترونية بهدف ضمان وتوسيع انتشار تلك الخدمات وبشكل مضطرد؛
5. ضرورة توفر الدعم الحكومي وتوفير البنية الأساسية لشبكة الاتصالات بالإضافة إلى تطبيق سياسات داعمة لانتشار تلك لخدمات؛

6. العمل على تطوير أداء الكادر الوظيفي وتدريب العاملين للارتقاء بمستوى الخدمات المصرفية المقدمة؛

7. العمل على تخفيض مخاطر البنوك الإلكترونية بشتى أنواعها.

## VII. الخلاصة:

إن التقدم التكنولوجي في عالم الانترنت والإقبال المتزايد للأفراد والمشروعات في مجال الاتصالات وتطور الخدمات البنكية على الحاسب الآلي والمعلوماتية كان وراء ظهور المعاملات والتجارة الإلكترونية عن بعد، وفي غياب إحصائيات رسمية على حجم التجارة الإلكترونية في الجزائر وظهور مشكلة التسديد والبحث عن سبل لتسوية تلك المعاملات، ولما كانت وسائل الدفع الإلكتروني عديدة وسريعة التطور، مما ساعد بدوره على ظهور شكل جديد من النقود أطلق الاقتصاديون عليها مسمى النقود الإلكترونية بصفة عامة، والتي تعد من أحدث وسائل الدفع الإلكتروني، ذلك أن لهذه النقود نمط جديد يختلف عما اعتاد عليه الناس في حياتهم اليومية ومنه يتطلب رقابة وعناية آنية ومستمرة لضمان تسرب واختراق محتويات البطاقات الإلكترونية.

## ـ الإحالات والمراجع:

1. Benoun M, **Marketing, Savoir Et Savoir- Faire**, Economica, paris, 2ème édition, 1991.
2. David r.t, **The impact of the Internet on the taxation of international transaction**, bulletin for International of fiscal documentation, vol. 50, no 11-12-1996.
- Kotler P & b. Dubois, **Marketing Management**, Publi- union, paris, 10ème édition, 2000.
3. أحمد أمجدل، "مبادئ التسويق الإلكتروني"، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان المملكة الأردنية الهاشمية، 2013.
4. بهاء شاهين، "الإنترنت والعولمة"، عالم الكتب، مصر، الطبعة الأولى، 1999.
5. جاري شنايدر (2008)، ترجمة سرور علي إبراهيم، "التجارة الإلكترونية"، دار المريح للنشر، الرياض، المملكة العربية السعودية.
6. روب سميس ومارك سبيكر ومارك تومسون، ترجمة الدكتور خالد العامري، "مرشد الأذكاء الكامل - التجارة الإلكترونية"، دار الفاروق للنشر والتوزيع، ط 1 القاهرة، مصر، 2000.
7. سامح عبد المطلب عامر وسيد قنديل، "التسويق الإلكتروني"، دار الفكر، عمان، المملكة الأردنية الهاشمية، 2012.
8. طایل ومجدي محمد محمود، "توظيف التسويق الإلكتروني كأداة للتميز بمنظمات الأعمال"، ورقة عمل مقدمة إلى ندوة التجارة الإلكترونية، جامعة الملك خالد، السعودية، 2005.
9. عامر محمود الكسواني، "التجارة عبر الحاسوب"، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2008.
10. عبد الغني، عمرو أبو اليمين، "فرص وتحديات التسويق الإلكتروني في ظل الاتجاه نحو العولمة"، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، القصيم، السعودية، 2005.
11. العلاق بشير عباس، "الاتصالات التسويقية الإلكترونية، مدخل تحليلي وتطبيقي"، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011.
12. العلاق بشير عباس، "التسويق عبر الانترنت"، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012.
13. محمد الطاهر نصير، "التسويق الإلكتروني"، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005.
14. محمد نور، سناء جودت خلف، "التجارة الإلكترونية"، دار حامد للنشر والتوزيع الأردن، الطبعة الثانية، 2012.
15. نجم عبود نجم، "الإدارة الإلكترونية- الإستراتيجية والوظائف والمشكلات"، دار المريح للنشر، الرياض، السعودية، 2004.
16. يوسف احمد أبو فارة " التسويق الإلكتروني وعناصر المزيج الإلكتروني عبر الانترنت"، الطبعة الثالثة دار وائل للنشر، 2009.
17. التقرير السنوي 2019 لسلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية في الجزائر <https://www.arpce.dz/ar/file/j0z5o5>