

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة عبد الحميد ابن باديس

كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير

قسم علوم التسيير



مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر

التخصص: تسيير استراتيجي

الشعبة: علوم التسيير

## مستقبل خدمات الدفع الالكتروني في الجزائر

### دراسة حالة بنك ABC MOSTAGANEM

اشراف الأستاذ :

د. رمضان محمد

من اعداد الطلبة :

• براري خيرة

• قايد أسماء

أعضاء لجنة المناقشة :

الصفة	الإسم و اللقب	الرتبة	من جامعة
رئيسا	د.وهراي مجدوب	استاذ محاضر—أ—	جامعة مستغانم
مقررا	د.رمضاني محمد	استاذ محاضر—أ—	جامعة مستغانم
ممتحننا	د.الحاج بن زيدان	استاذ محاضر—أ—	جامعة مستغانم

السنة الجامعية: 2020/2019

# الإهداء و التشكر

نتوجه بجزيل الشكر و الإمتنان الى كل من ساعدنا من قريب أو بعيد على انجاز هذا العمل و في تذليل ما واجهناه من صعوبات، و نخص بالذكر الأستاذ المشرف الدكتور محمد رضاني الذي لم يبخل علينا بتوجيهاته و نصائحه القيمة التي كانت عوناً لنا في اتمام هذا البحث .

إلى من لا يمكن للكلمات أن توفي حقها

إلى من لا يمكن للأرقام أن تحصي فضائلها

إلى والدي العزيزين أدامهما الله لي

إلى اخوتي و أخواتي

إلى كل الأصدقاء

إلى كل طلبة السنة الثانية ماستر تخصص تسيير استراتيجي

إلى كل من سقطني من قلبي سهوا اهدي هذا العمل

# الفهرس

الإهداء

الشكر

فهرس المحتويات

فهرس الأشكال

فهرس الجداول

02..... مقدمة عامة

## الفصل الأول : التجارة الإلكترونية .

06. .... تمهيد

### المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية .

07..... المطلب الأول: التجارة الإلكترونية و متطلباتها

12..... المطلب الثاني: خصائص التجارة الإلكترونية و انواعها

18..... المطلب الثالث: دوافع التجارة الإلكترونية و فوائدها

### المبحث الثاني: النتائج السلبية و الإيجابية للتجارة الإلكترونية .

22..... المطلب الأول: مزايا و عيوب التجارة الإلكترونية

25..... المطلب الثاني: عيوب و معوقات التجارة الإلكترونية

المطلب الثالث: مخاطر التجارة الإلكترونية ..... 27

### المبحث الثالث:البنوك الإلكترونية .

المطلب الأول: ماهية البنوك الإلكترونية و انماطها ..... 28

المطلب الثاني: مزايا و عيوب البنوك الإلكترونية..... 30

المطلب الثالث:الخدمات الإلكترونية و المصرفية..... 32

خاتمة الفصل ..... 36

### الفصل الثاني:اساسيات الدفع الالكتروني.

تمهيد..... 37

### المبحث الاول: مدخل الى نظام الدفع الالكتروني .

المطلب الاول:مفاهيم اساسية حول نظام الدفع الالكتروني..... 38

المطلب الثاني: اشكال انظمة الدفع في البنوك و المؤسسات المالية..... 41

المطلب الثالث:تصنيف انواع انظمة الدفع الالكتروني ..... 42

### المبحث الثاني: وسائل الدفع الالكترونية .

المطلب الاول:مفهوم وسائل الدفع الالكترونية ..... 47

المطلب الثاني :انواع وسائل الدفع الالكتروني و مزاياها..... 49

المطلب الثالث: مزايا و عيوب وسائل الدفع..... 58

## المبحث الثالث: الطلب على وسائل الدفع الالكتروني.

المطلب الاول: حجم الطلب على أدوات الدفع الالكتروني.....62

المطلب الثاني: تطور حجم وتوقعات الدفع والتجارة الالكترونية في الاقتصاد العالمي.....65

المطلب الثالث: مخاطر وتحديات أدوات الدفع الالكتروني .....71

خاتمة الفصل .....74

## الفصل الثالث: واقع وافاق الدفع الالكتروني في الجزائر دراسة ميدانية

للمؤسسة العربية المصرفية –مستغانم-

تمهيد.....75

## المبحث الاول: نظرة عامة عن المؤسسة العربية المصرفية .

المطلب الاول: تقديم المؤسسة العربية المصرفية.....76

المطلب الثاني: تقديم المؤسسة العربية المصرفية وحدة مستغانم.....78

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لبنك Abc.....79

## المبحث الثاني: مدى استخدام بنك ABC لخدمات وسائل الدفع الالكتروني .

المطلب الاول: انظمة ووسائل الدفع الالكتروني المستخدمة في المؤسسة العربية المصرفية ....81

المطلب الثاني :: الخدمات البنكية الإلكترونية في بنك المؤسسة العربية المصرفية وفوائدها وعوامل

نجاحها .....87

المطلب الثالث: أهداف بنك المؤسسة العربية المصرفية ..... 89

المبحث الثالث: دراسة احصائية لوسائل الدفع الحديثة لبنك ABC .

المطلب الاول: اداة جمع البيانات ..... 90

المطلب الثاني : تحديد مجتمع الدراسة و اختيار العينة..... 90

المطلب الثالث: المعالجة الاحصائية . ..... 91

خاتمة الفصل..... 109

خاتمة عامة.

قائمة المصادر المراجع.

الملاحق .

ملخص .

## فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
13	أنواع التجارة الالكترونية	01
16	تصنيفات الانترنت على الأنشطة التجارية وأنشطة التبادل المعلومات.	02
20	طريقة البيع المباشر وأثره في تخفيض التكلفة.	03
45	نظام الدفع للمبالغ الكبرى والتجزئة في فرنسا.	04
51	نموذج عن البطاقة البنكية الالكترونية	05
66	تطور حجم الدفع الالكتروني حسب الأقاليم في العالم	06
67	مستقبل وسائل الدفع	07
68	مستقبل حجم الدفع الالكتروني	08
79	توقعات نمو التجارة الالكترونية	09
80	الهيكل التنظيمي لوكالة للمؤسسة العربية المصرفية بمستغانم	10
83	ببطاقة CIB عملية سيرورة الدفع الالكتروني	11
84	سيرورة عملية الدفع الالكتروني مع طلب السماح	12

## فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
63	توزيع الجغرافي في العالم خلال سنة 1997 و2002	01
91	المعالجة الإحصائية للاستماره	02

# مقدمة عامة

## \*المقدمة العامة :

يعد التقدم التكنولوجي من أهم المتغيرات التي ساهمت في إحداث تحول جذري في أنماط العمل المصرفي في عصر العولمة، وتعد الأنظمة المصرفية واحدة من أهم مؤشرات النهضة الاقتصادية التي ارتقت بها مختلف دول العالم نظرا لإسهامها الواسع في تطوير متطلبات الإستثمار والتنمية، حيث اهتمت البنوك اهتماما كبيرا بتكثيف الإستفادة من أحدث تقنيات المعلومات والإتصالات و الحواسب الآلية، بغية ابتكار خدمات مصرفية مستحدثة وتطوير أساليب تقديمها الأمر الذي يتواءم مع متطلبات المعاصرة و المتزايدة لمختلف شرائح العملاء من ناحية و يحقق للبنك نموا في حجم عملياته و أرباحه من ناحية أخرى .

منذ نهاية قرن العشرين مكنت شبكة الإنترنت و كذلك تحول نمط تفكير الأفراد إلى ظهور العديد من التحولات في مجال الصرفة الإلكترونية، و تعد العمليات الإلكترونية من أبرز هذه التحولات باستعمال أنظمة دفع الكترونية و ذلك بما توفره هذه الوسائل من معلومات دقيقة عن الزبائن، و بالتالي توفير جهد و الوقت و المال المخصص لخدمة الزبائن، و توفير حلول و أجوبة للمشاكل و المساهمة في تحسين نوعية الخدمات المقدمة .

وقد شرعت العديد من الدول في استعمال الوسائل الحديثة، غير أن هناك بعض الدول لم تشرع في استعمال و استخدام هذه الوسائل و ان استخدمتها فبشكل مصغر، ابرزها الجزائر، حيث تعتبر عصرنة المعاملات المالية و المصرفية مجالا ذو أولوية في الوقت الراهن، من أجل ارساء أسس منظومة مصرفية تتميز بالعرنة و المرونة من أجل مواجهة التحديات التي تشهدها البيئة المصرفية عالميا .

## \*الإشكالية :

من خلال ما تقدم يمكن حصر الإشكالية في التسائل الجوهرى التالى:

✓ ما هو مستقبل نظام الدفع الإلكترونى فى الجزائر؟

## \*الأسئلة الفرعية :

وللإجابة عن هذا التسائل يجب علينا الإجابة عن الأسئلة التالية :

✓ ما هو دور نظام الدفع الإلكترونى فى الإقتصاد؟

✓ ماهى المزايا التى توفرها وسائل الدفع الإلكترونية للبنوك؟

✓ ما مدى تطبيق نظام الدفع الإلكترونى فى الجزائر؟

## \*الفرضيات:

✓ يمكن لنظام الدفع الإلكترونى أن يؤثر إيجابا على الأداء الإقتصادى والمالى .

✓ وسائل الدفع الإلكترونية تسمح بمعالجة كم هائل المعاملات بسرعة فائقة بأقل جهد ووقت و تكلفة.

✓ يمكن معالجة الصعوبات الحالية لنظام الدفع الإلكترونى فى الجزائر.

## \*أهداف البحث:

✓ معرفة المستجدات التى طرأت على النظام ووسائل الدفع الإلكترونى .

✓ تقييم وسائل الدفع الإلكترونى

✓ التعريف بالنظام الدفع الإلكترونى فى الجهاز المصرفى الجزائرى .

## \*المنهج المتبع :

استعنا في بحثنا على المنهج الوصفي الفصل الأول بحيث قمنا بعرض ووصف موضوع التجارة الإلكترونية و في الفصل الثاني أسلوب الوصف للتوضيح و التكلم عن بيئة الدفع الإلكتروني .  
أما فيما يخص الفصل الثالث فقد اعتمدنا على المنهج التحليلي و ذلك أثناء التطرق الى واقع و آفاق الدفع الإلكتروني في الجزائر.

#### \*الدراسات السابقة:

دراسة سماح شعبور، وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر-واقع و تحديات-مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة المسيلة، 2016 .  
إن البطاقة البنكية لم ترقى الى أي نجاح منتظر، و يتجسد هذا على أرض الواقع بالعدد القليل لمستعملي هذه البطاقات.

#### \*هيكل البحث :

من أجل معالجة لهذا البحث تم تقسيمه الى ثلاث فصول، يمكن تبين مضمونها كما يلي:  
الفصل الأول: تعرضنا في هذا الفصل الى موضوع التجارة الإلكترونية بمفهومها و خصائصها وأنواعها مع ذكر مزاياها و عيوبها و أيضا تم التطرق الى جانبها لموضوع البنوك التجارية .  
الفصل الثاني: تعرضنا في هذا الفصل الى نظام الدفع الإلكتروني بداية بالتعرف على مفهومه و خصائصه و التطور التاريخي، كما قمنا أيضا بإجراء مقارنة بين أنظمة الدفع التقليدية و أنظمة الدفع الإلكترونية، و بعد ذلك تطرقنا الى وسائل الدفع الإلكترونية بتعريفها و ذكر خصائصها التي تحققها لأطرافها.

الفصل الثالث: تعرضنا فيه الى واقع و آفاق الدفع الإلكتروني في الجزائر ومدى إستغلال هذه الوسائل في انهاء المعاملات البنكية، وكذا الوقوف على مدى تطبيق هذا النظام في الجهاز المصرفي الجزائري.

#### \*الصعوبات :

- عدم الإهتمام والامبالاة من طرف موظفي البنك .
- الوباء المنتشر الذي حد من تحركاتنا .
- عدم الحصول على المعلومات الكافية بالنسبة للمراجع وأغلب المكتبات مغلقة.
- المؤسسة المتريص بها عدم الإستقبال كل يوم.

# الفصل الأول

تمهيد:

لقد ساهم التوسع في استخدام تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات و اتساع استخدام الأنترنت من قبل الأفراد و المنظمات، و ذلك لما تتميز به هذه الشبكة من سرعة الإتصال و تخفيض النفقات و استحداث وسائل جديدة من أجل القيام بالمعاملات التجارية، حيث أصبحت هذه الأخيرة تتم في بيئة إلكترونية عبر الإنترنت و هذا ما يدعى بالتجارة الإلكترونية .

مكنت التجارة الإلكترونية من إجراء المعاملات التجارية و المالية بسهولة و دون حواجز، اذ تتم عمليات البيع و الشراء و مختلف التحويلات المالية من أماكن متباعدة عبر مناطق مختلفة من العالم و بيسر و سهولة تامة دون تحمل جهد و مخاطر مرتفعة.

حيث سنتعرف في فصلنا هذا على التجارة الإلكترونية من خلال المباحث التالية:

المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية .

المبحث الثاني: النتائج الإيجابية و السلبية للتجارة الإلكترونية.

المبحث الثالث: البنوك الإلكترونية.

## المبحث الأول : ماهية التجارة الإلكترونية

تعتبر التجارة الإلكترونية واحدة من المصطلحات الجديدة في العالم الرقمي، لتعبر عن العديد من الأنشطة الإنسانية المرتبطة بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فهي تمثل عاملاً محفزاً للشركات المتعامل بها كي تطور خدماتها التجارية بشكل مستمر، وفيما يلي سوف نتطرق إلى مفهوم التجارة الإلكترونية ونشأتها ومتطلباتها وخصائصها مع ذكر فوائدها.

### 1-المطلب الأول : التجارة الإلكترونية ومتطلباتها

#### 1-1-تعريف التجارة الإلكترونية

للتعرض إلى تعريف التجارة الإلكترونية يجب تقسيم التعريف إلى نصفين:

تشير كلمة تجارة إلى ممارسة البيع والشراء، أي تبادل السلع والخدمات باستخدام وسيط ما، و مع التطور شهد الوسيط العديد من التغيرات حتى الوصول إلى النقود التي نتداولها في وقتنا الحالي، و هذا ما يسمى التجارة التقليدية التي تستخدم فيها الفواتير الورقية في عمليات التسليم.

لكن إقتران التجارة مع وصف الإلكترونية يعني أن ممارسة الأسلوب النشاط الإقتصادي قد تغير، حيث أصبح يتم باستخدام وسائل الكترونية متعددة، و متنوعة تشهد تطوراً بشكل دائم و مستمر من خلال استخدام الهاتف إلى استخدام الأنترنت، و الأنترنت تعتبر من أهم هذه الوسائل<sup>1</sup>.

#### تعريفات التجارة الإلكترونية

لقد قامت شركة IBM بابتكار مصطلح التجارة الإلكترونية، بينما عممت استخدامه مجموعة جارتنر GARTNER، حيث شاع و تطور مفهوم التجارة الإلكترونية مع تطور وسائل الإتصال الإلكترونية، و ازداد تطوراً مع ظهور شبكات الإتصال ووسائل الدفع الإلكترونية، حيث يمكن تعريفها من خلال :

<sup>1</sup> - السيد احمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية و العولمة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2006، ص31.

التعريف 01: التجارة الإلكترونية هي تبادل السلع والخدمات عن طريق وسيط إلكتروني.<sup>2</sup>

التعريف 02: وتعرف منظمة التجارة العالمية التجارة الإلكترونية على أنها<sup>3</sup>: "أنشطة إنتاج السلع و

الخدمات وتوزيعها وتسويقها وبيعها أو تسليمها للمشتري عن طريق وسائط إلكترونية.

وحسب هذا التعريف تشمل المعاملات التجارية ثلاث أنواع من العمليات

أ- عمليات الإعلان عن المنتج وعمليات البحث عنه .

ب- عمليات تقديم طلب الشراء وسداد ثمن المشتريات .

ت- عملية تسليم المشتريات ."

و من هذا، فإن مفهوم التجارة الإلكترونية لا يقتصر على شراء المنتجات فحسب، فالمعلومات و

الخدمات التي تتبادل بين شركة وأخرى أو بين شركة أو المستهلك والتي تتم عبر الأنترنت، ابتداء من

معلومات ما قبل الشراء الى خدمات ما بعد البيع .

التعريف 03: ورد تعريف التجارة الإلكترونية في مشروع الأمم المتحدة على أنها: "البرمجة الأوتوماتيكية

للمعاملات التجارية والصناعية والإدارية التي يتم قيدها بطريقة آلية دون أي تدخل إنساني".<sup>4</sup>

التعريف 04: التجارة الإلكترونية هي مصطلح مختصر لمجموعة مركبة من التكنولوجيات، و البنى

الأساسية، والعمليات، والمنتجات، وهي تجمع معا صناعات كاملة، وتبقيات ضيقة، ومنتجين و

---

<sup>2</sup>- محمد صلاح سالم، العصر الرقمي و ثورة المعلومات، عين الدراسات و البحوث الإنسانية و الإجتماعية للنشر، الطبعة الأولى، الهرم، 2002، ص 215.

<sup>3</sup>- ابراهيم العيسوي، التجارة الإلكترونية، ط1، المكتبة الأكاديمية القاهرة، مصر، 2003، ص 11-12.

<sup>4</sup>- عبد الفتاح بيومي الحجازي، التجارة الإلكترونية و حمايتها القانونية، دار الفكر الجامعي للنشر، الإسكندرية، 2004، ص 23.

مستخدمين ، و معلومات متبادلة ، و نشاطا اقتصاديا داخل السوق العالمية تسمى الشبكة الدولية للمعلومات .<sup>5</sup>

التعريف05: هي مجمل الخدمات التجارية التي تتعامل معها المؤسسات و الشركات و الأفراد ، المعتمدة على المعالجة الإلكترونية للبيانات .<sup>6</sup>

التعريف06: هي التعظيم المتواصل للنشاطات التجارية للشركات من خلال التكنولوجيا الرقمية مثل الكمبيوترات و شبكة الأنترنت و التي تمكننا من تخزين و نقل البيانات بطريقة رقمية .<sup>7</sup>

و مما سبق يمكن تعريف التجارة الإلكترونية على أنها : "تنفيذ كل العمليات التجارية من بيع و شراء السلع و الخدمات و ابرام الصفقات و العقود التي تتم بين المتعاملين الإقتصاديين باستخدام تقنيات تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات منها شبكة الأنترنت .

## 1-2 نشأة التجارة الإلكترونية

لم يكن ظهور التجارة الإلكترونية فجأة و انما نتيجة تعدد المراحل التي مرت بها الثورة الإتصالات و المعلومات و خاصة بعد نمو استخدام الإنترنت في العالم .

ظهر أول مفهوم للتجارة الإلكترونية في بداية 1970 خلال تحويل الأرصدة النقدية الكترونيا من منظمة الى أخرى .<sup>8</sup>

و لكن كان هذا التطبيق كان محصورا ضمن الشركات المالية و المنظمات الكبيرة بسبب تكلفته العالية، الى أن توسع ليشمل عمليات نقل الوثائق و تبادل البيانات الكترونيا، و بعد التطور الهائل في

---

<sup>5</sup>كاثرين ل.مان، ترجمة الشحات منصور ، التجارة الإلكترونية العالمية، مركز الأهرام للترجمة و النشر ، الطبعة الأولى ، القاهرة، 2003، ص9.

<sup>6</sup>- ناصر دادي عدون، الجزائر و المنظمة العالمية للتجارة ، دار المحمدية العامة ، الجزائر ، 2003، ص94.

<sup>7</sup>-محمد طاهر نصير ، التسوق الإلكتروني ، دار الحمد للنشر و التوزيع ، الأبدن، 2005، ص30.

<sup>8</sup>-محمد الطائي، التجارة الإلكترونية، دار الثقافة و النشر، الطبعة الأولى ، عمان، 2010، ص15.

الشبكات الحاسوبية بدأت تظهر التطبيقات الأخرى للتجارة الإلكترونية، مثل البريد الإلكتروني، الفاكس.

ومنذ عام 1995 أصبحت معظم الشركات الكبيرة أو المتوسطة لها موقع الكتروني، وظهرت تطبيقات جديدة للتجارة الإلكترونية، عام 1999 امتدت التجارة الإلكترونية من منظمات الأعمال للمستهلك لتشمل منظمات الأعمال لموظفي هذه الشركات، وظهرت مفاهيم جديدة مثل الحكومة الإلكترونية والتعليم الإلكتروني.<sup>9</sup>

## 1-2 متطلبات التجارة الإلكترونية

تتمحور متطلبات التجارة الإلكترونية كالاتي<sup>10</sup> :

### أ-البنية التحتية الإلكترونية :

وتشمل البنى التحتية الداعمة للتجارة الإلكترونية وعقد التعاملات التجارية عبر شبكة الأنترنت، و من أبرز مكونات هذه البنية قطاع تقنية المعلومات والاتصالات، وتشمل شبكات الإتصال السلكي واللاسلكي وأجهزة الإتصالات من الفاكس وهواتف الثابتة والمتنقلة، وكذلك أجهزة الحاسوب و برامج التطبيقات والتشغيل، وخدمات الدعم الفنية، ورأس المال البشري المستخدم في الأعمال والتجارة الإلكترونية، إضافة وفر القطاعات المنتجة لتقنية المعلومات، فهذه المكونات توفر البيئة التحتية الإلكترونية التي تساعد على انتشار استخدام الأنترنت، وتهيء البيئة المناسبة للتجارة الإلكترونية.<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup>- محمد نور صالح الجداية، سناء جودت خلف، تجارة الكترونية، ط1، دار الحامد، عمان، 2009، ص26.  
<sup>10</sup>- خيرى مصطفى كتانة، التجارة الإلكترونية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2009، ص69-71.  
<sup>11</sup>- خيرى مصطفى كتانة، مرجع سبق ذكره، ص69-71.

## ب- التشريعات و الأنظمة للتجارة الإلكترونية :

وتشمل التشريعات و القوانين و القواعد التي تتلاءم مع طبيعة التجارة عبر شبكة الأنترنت.

و تمثل هذه التشريعات الإطار القانوني و التنظيمي الذي يضمن استمرار التجارة الإلكترونية و حماية حقوق الأطراف المتعاملة معها.

و يتكفل هذا الإطار القانوني بإيجاد الأدوات القانونية التي تناسب و التعاملات الإلكترونية مثل وسائل التعاقد عبر شبكة الأنترنت، و الشروط اللازمة لذلك، و فض النزاعات التجارية الإلكترونية.

و تشمل أيضا هذه التشريعات القضايا المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية، و الجرائم الإلكترونية، و تحديد مفهوم الضرر الناجمة عن تلك الجرائم، و التعامل مع التوقيعات الإلكترونية و ماهي صيغة الإيجاب و القبول الكترونيا.

## ج- توفير الكوادر البشرية:

و يمثل هذا الجانب أحد مقومات نجاح التجارة الإلكترونية في أي مجتمع ، و تشمل هذه الكوادر البشرية المتخصصين في قطاع تقنية المعلومات و شبكات الإتصال و الانترنت و البرامج التطبيقية ذات العلاقة بالتجارة عبر الأنترنت.

## د- توفير مجتمع الكتروني :

يسمى بالاستعداد الالكتروني اي المجتمع القادر و الذي لديه رغبة في استخدام و ممارسة التجارة عبر الأنترنت، و يرفع معدل الاستعداد الالكتروني لأي مجتمع من خلال تطوير نوعية الأنظمة التعليمية و توسيع دائرة الفرص لأفراد المجتمع للاستفادة منها حتى يصبح مجتمعا ذا معرفة و ثقافة تكنولوجية.

## 2- المطلب الثاني : خصائص التجارة الإلكترونية و أنواعها

### 1-2- خصائص التجارة الإلكترونية :

تتميز التجارة الإلكترونية بالعديد من الخصائص ويمكن ابرازها فيما يلي:<sup>12</sup>

#### أ- اختفاء الوثائق الورقية في المعاملات التجارية:

تتميز المعاملات التجارية الإلكترونية بعدم وجود أية وثائق ورقية متبادلة في إجراء المعاملات، إذ أن كافة الإجراءات بين طرفي المعاملات تتم الكترونياً، وهو ما يتفق مع الغرض من التجارة الإلكترونية و هو خلق مجتمع المعاملات الورقية.

و من هنا تظهر المشاكل في إثبات التعاملات و العقود و اثبات صحة التوقيعات و الحفاظ على حقوق الملكية الفكرية، لذلك قامت منظمات دولية في وضع قانون خاص بالتجارة الإلكترونية .

#### ب-عدم الكشف عن هوية المتعاملين:

تسمح شبكة الانترنت للمتعاملين من التواصل بين الأفراد و تفصل بينهم آلاف الأميال و تتيح للمنشآت التجارية إدارة معاملاتها بكفاءة في أي مكان دون تأثير على الأداء، و قد يترتب عنها عدم المعرفة بكافة المعلومات عن المتعاملين بين بعضهم البعض ، لكن التقدم في التكنولوجيا الحديثة ستوفر الموثوقية و الصدق في التعاملات التجارية عبر الانترنت .

#### ج-الطابع المتداخل في التجارة الإلكترونية :

تتيح شبكة الأنترنت تسليم السلع و الخدمات بطريقة الكترونية أو معنوية مثل: أفلام الفيديو و الأقراص المدمجة و الموسيقى، الى جانب بعض الاستشارات الطبية و الهندسية و هذا ما يجعل هذه

<sup>12</sup> -خالد ممدوح ابراهيم، لوجيستيات التجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، الإسكندرية، 2008، ص 150-

المنتجات غير قابلة للخضوع للضرائب و قد يستغل البائعون ذلك للتهرب من سداد الجمارك بعدم تسجيل هذه المعاملات في الدفاتر المحاسبية .

#### د-وجود الوسيط الإلكتروني :

الوسيط الإلكتروني بين الطرفين هو جهاز الكمبيوتر و المتصل بشبكة الإتصالات الدولية التي تقوم بنقل التعبير عن الإرادة الكترونيا لكل من الطرفين المتعاقدين ، في ذات اللحظة رغم انفصالهم مكانيا ، و عادة ما تصل الرسالة في ذات اللحظة الى الطرف الآخر، الا اذا حصل عطل في الشبكة حيث قد تصل متأخرة أو يوجد بها غلط.<sup>13</sup>

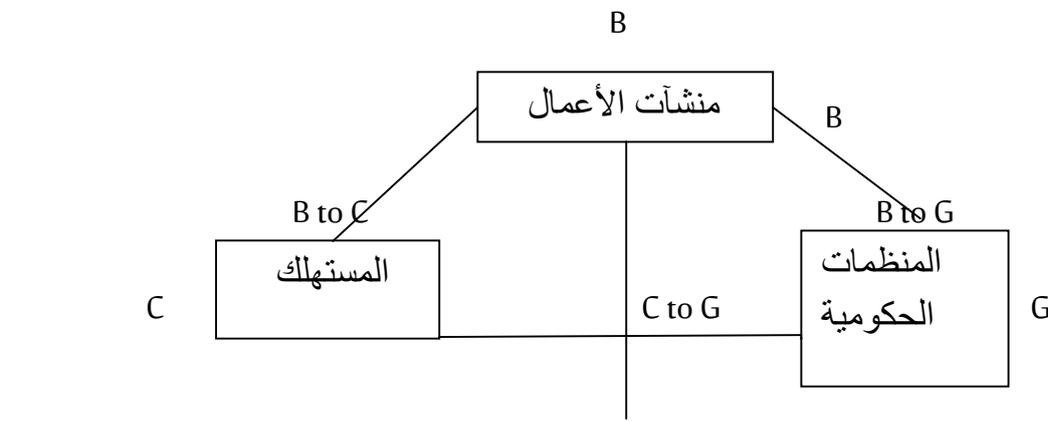
#### و-السرعة في انجاز الصفقات التجارية :

تساهم التجارة الإلكترونية في اتمام العمليات التجارية على وجه السرعة ، اذ تتم الصفقات دون الحاجة الى التقاء الطرفين و في ذلك توفير للمال و الجهد و الوقت.

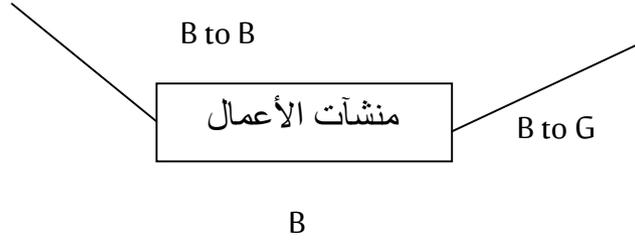
#### 2-2 أنواع التجارة الإلكترونية :

لقد صاحب ظهور التجارة الالكترونية ثورة كبيرة، تمثلت في تطور وسائل الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات وزيادة استخدامها، ليس فقط بالنسبة للمشروعات، ولكن أيضا على مستوى المستخدمين والمستهلكين في مجالي السلع والخدمات. حيث أن التجارة الإلكترونية هي مفهوم متعدد الأبعاد يمكن تطبيقه من خلال أكثر من شكل، وذلك كما هو موضح في الشكل التالي:

#### الشكل (1) أنواع التجارة الإلكترونية



<sup>13</sup>- خالد ممدوح ابراهيم، مرجع سبق ذكره ، ص 150-153.



**المصدر:** سعدغالب ياسين، بشيرعباس العلاق، "الأعمال الإلكترونية، ص213.

### 1- التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال (شركة) والمستهلك "BtoC" Business to Costumer :

انتشر هذا الشكل بشكل كبير و يستخدم من قبل العميل لشراء المنتجات عن طريق الأنترنت و تدعى "تجارة التجزئة الإلكترونية" أو "التسوق الإلكتروني"، و يستخدم هذا الشكل من قبل منشأة تجارية للوصول الى أسواق جديدة.<sup>14</sup>

### 2- التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال ووحدة أعمال أخرى "BtoB" Business to Business :

يقصد بها التعاملات التجارية الإلكترونية التي تتم بين منظمات الأعمال البائعة و منظمات الأعمال المشتريّة عبر شبكة الأنترنت و بمعنى آخر هي كل الصفقات (بيع و شراء) التي تتم بين الشركات.<sup>15</sup> ومن الأمثلة على هذا النوع من التجارة الإلكترونية قيام الشركة باستخدام شبكة الاتصالات للحصول على طلبياتها من الموردين واستلام الفواتير، وكذلك القيام بالسداد الإلكتروني.

و يمكن تمييز نوعين من التجارة الإلكترونية بين الشركات :

#### أ- تجارة إلكترونية عمودية بين الشركات B to B Vertical :

---

<sup>14</sup>-جوهري بن رجدة، "الإنترنت والتجارة الإلكترونية : حالة استيراد الكتاب جامعة سعد دحلب"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في علوم التسيير، كلية العلوم الإقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002.  
<sup>15</sup>-نجم عبود نجم، الإدارة الإلكترونية، الإستراتيجية، الوظائف و الشكالات، دار المرجع للنشر، الرياض، المملكة السعودية، 2004، ص40.

يهتم هذا النوع من التجارة الإلكترونية بنوعية معينة من الخدمات للعديد من الصناعات والمجالات، حيث توجد مواقع تقوم بإنشاء وحدات أو جماعات متخصصة في خدمات متخصصة مثلا : مجال الرعاية الطبية.

### ب- تجارة إلكترونية أفقية بين الشركات B to B Horizontal :

هي مواقع التجارة الإلكترونية التي تهتم بكافة الخدمات التي ترتبط بصناعة معينة.

رغم تضارب التقديرات حول حجم التجارة الإلكترونية ما بين المؤسسات "B to B" إلا أن معظمها تتفق على أن هذا الشكل سيشهد تطورا معتبرا خلال السنوات القادمة.

### 3- التجارة الإلكترونية بين المشروعات و الإدارة الحكومية "BtoG" Business to government :

و هي تغطي جميع التعاملات بين الشركات و المنظمات الحكومية، من خلال عملية دفع الضرائب و الرسوم التجارية و رسوم الجمارك و كذا ما تقوم به الإدارات الحكومية من مشتريات من المؤسسات التجارية الكترونيا.<sup>16</sup>

ويبقى هذا النوع من التجارة الإلكترونية حديث العهد إلا أنه ينال اهتماما متزايدا من قبل مختلف الحكومات التي تحرص الكثير منها على استخدام الوسائل الإلكترونية في مختلف تعاملاتها في إطار ما يعرف بـ "الحكومة الإلكترونية".

حيث أن للحكومة الإلكترونية عدة فوائد منها :

- رفع مستوى الكفاءة الإدارية و ترشيد التكاليف.
- تحسين جودة الخدمات .

<sup>16</sup> شوقي ناجي جواد وآخرون، " الأبعاد المستقبلية للحكومة الإلكترونية في الأردن: متطلبات النجاح"، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 3، العدد 3، مطبعة الجامعة الأردنية، الأردن، 2007، ص 285.

• نمو الأعمال التجارية.

4-التجارة الإلكترونية بين المستهلك و المنظمات المحلية (الحكومية) "CtoG" Costumer to Government

و يقصد بها جميع المعاملات التي تتم بين المستهلك و الحكومة، حيث أن الحكومة تسعى إلى تطوير ما تقدمه من خدمات للجماهير، سواء من حيث الحصول على المعلومات والبيانات، أو تلبية بعض المطالب و بتكلفة قليلة مثل: صرف الرواتب والمعاشات، سداد الضرائب والفواتير إلكترونياً، وكذلك خدمات المطارات<sup>17</sup>.

و يمكن توضيح و تلخيص هذه الأشكال باستعمال المصفوفة التي قدمها كوبل (Copel) و هي على النحو

حكومة لمستهلك GtoC	حكومة لشركة GtoB	حكومة لحكومة GtoG
شركة لمستهلك BtoC	شركة لشركة BtoB	شركة لحكومة BtoG
مستهلك لمستهلك CtoC	مستهلك لشركة CtoB	مستهلك لحكومة CtoG

التالي :

الشكل(2): مصفوفة كوبل لتصنيفات الأنترنت على الأنشطة التجارية و أنشطة تبادل المعلومات

مستهلك	شركة	حكومة
مستهلك	شركة	حكومة

<sup>17</sup>-ابراهيم العيسوي، مرجع سبق ذكره، ص 17.

المصدر: محمد طاهر نصير، التسويق الإلكتروني، دار الحامد، عمان، 2005، ص 44.

تمر التجارة الإلكترونية حسب المفاهيم السابقة ب ثلاث مراحل :

#### المرحلة الأولى-العرض:

تشمل مرحلة العرض كيفية الحصول على المنتج وكيفية استلامه و سداد قيمته.

#### المرحلة الثانية-القبول:

في هذه المرحلة اي عند قبول العرض من قبل المشتري، ينعقد العقد، ويقوم القابل بطلب معلومات حول السلعة باستخدام وسائل الكترونية بعد تأكده من أنها مأمنة.<sup>18</sup>

#### المرحلة الثالثة-التنفيذ:

في هذه المرحلة توضع الإلتزامات في العقد موضع التنفيذ، يقوم العارض بتوفير السلعة حسب الطريقة المتفق عليها يقابله قيام المشتري بتنفيذ الأمر بالدفع .

---

<sup>18</sup>-مداحي محمد،مداخلة بعنوان التجارة الإلكترونيةواقع استخدامها على المستوى الدولي، الملتقى العلمي الدولي الرابع عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و اشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر ،المركز الجامعي خميس مليانة،26-27 افريل 2011،ص05.

### 3-المطلب الثالث: دوافع التجارة الإلكترونية وفوائدها

هناك عدة دوافع لظهور التجارة الإلكترونية وذلك لما توفره من فوائد.

#### 3-1-دوافع التجارة الإلكترونية

يوجد العديد من العوامل المشتركة الدافعة الى التجارة الإلكترونية حيث ظهورها وتطورها لم يكن في مرة واحدة انما تطور حسب احتياجات قطاعات النشاطات المختلفة، وتتمثل في <sup>19</sup>:

##### أ-تسيير المعاملات التجارية:

التجارة الإلكترونية تسمح بدمج جزء كبير من المراحل المختلفة الداخلة بصفة عادية في المعاملات التجارية بين البائع و المشتري، فالشبكات تسمح بتدئنة قسم كبير من الآثار الإقتصادية للزمن و المسافة، زيادة على ذلك المعاملات التجارية القائمة في محيط الكتروني تستطيع أن تشمل منتجات مادية و غير مادية على حد سواء، فالتجارة الإلكترونية واعدة فيما يخص تدئنة التكاليف المتعلقة بكل أنواع المعاملات و الوفاء بهذا الوعد، في الحقيقة الأمر ليس بالمشكل التكنولوجي البسيط، بل من هذا يجب أن تستجيب التجارة الإلكترونية الى مجموعة كبيرة من الشروط التكميلية لنقل علاقات السوق الحالية الى سوق الكتروني، و السماح بإنشاء علاقات سوقية جديدة مما يستجيب تلائم أكثر في التشريعات و طرق جديدة في التسيير التنظيمي داخل المؤسسات، فضلا عن التخفيض المنتظر في تكاليف المعاملات التجارية، فان ضرورة التسيير الفعال و الناجع يشكل بالنسبة للمؤسسات واحد من الإهتمامات الأساسية الدافعة للتجارة الإلكترونية .

##### ب-الفعالية التجارية:

---

<sup>19</sup>-ابراهيم بختي، التجارة الإلكترونية، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، الجزائر، 2008، ص45-46.

الرغبة في الوصول الى مستوى عال من النجاعة في الإنتاج و التوزيع يشكل كذلك دافعا مهما، فجميع الطرق العصرية في تسيير الإنتاج تتطلب تدفق عال للمعلومات في سلاسل التموين و قد قامت بعض المؤسسات الدولية بالاعتماد تكنولوجيات الاعلام و الاتصال في إطار برامج موجهة للدعم و التطوير تسمح بمواجهة التحديات المنتظرة في محيط تجاري يتجه لأن يكون عالميا أكثر فأكثر.

تمكن التجارة الإلكترونية من انتاج معلومات حول المعاملات بالامكان حجزها و حفظها بطريقة آلية بحيث أن المعالجة تتم بصفة متطورة و التوزيع يتم بصفة سريعة، هذه المعلومات المجمعة يمكن أن تستعمل فيما بعد في تقييم السوق: زيادة على ذلك تستغل في التخطيط و التطوير و التحسين، و في هذا الصدد يعد تطوير قواعد المعطيات حول المستهلكين ضرورة تلقى إهتماما كبيرا في عمليات المؤسسة و استراتيجياتها.

### ج-تطوير أسواق جديدة:

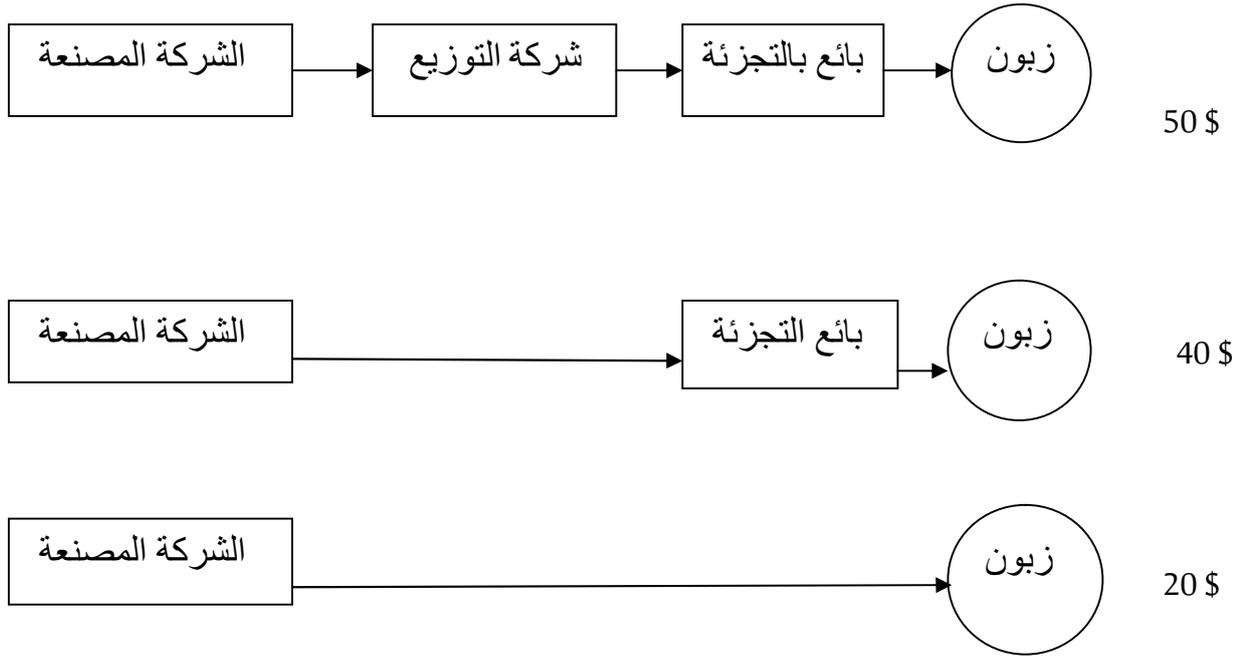
هناك العديد من المؤسسات ممن استخدمت العلاقات التجارية الإلكترونية تجوبا مع التكنولوجيا الجديدة، و هناك مؤسسات أخرى اعتمدت تكنولوجيا الإعلام و الإتصال في اطار سياسة المحاكاة لبعض منافسيها المستخدمين لهذه التكنولوجيا المتطورة، بعد هذا و تدريجيا اعتمدت هذه المؤسسات موقفا أكثر فعالية و أكثر حركية لتطوير التجارة الإلكترونية عن طريق ايجاد منافذ و أسواق تجارية جديدة خصوصا و قد أدركت هذه المؤسسات و فهمت كيفية تطبيق تكنولوجيا الاعلام و الاتصال في اجراءاتها التجارية، من أجل تموقع استراتيجي لائق في هذه المنافذ الجديدة و هذا بدافع تطوير اسواق جديدة.

### 2-3-فوائد التجارة الإلكترونية

أ-تكلفة أقل:

ان إجراء الأعمال التجارية عبر الانترنت ييم بتكلفة أقل بكثير من إجرائها بطريقة تقليدية حيث هناك عملية ازالة الوسطاء، و الشركات التجارية بين الزبون و الشركات المصنعة للمنتجات، حيث يبين الشكل الآتي ان طريقة الشراء عبر الانترنت قد تقل لسعر الإنتاج إلى النصف تقريبا و هي تقلل بشكل كبير مشاكل السوق و تضع شركات صغيرة جديدة أمام شركات عملاقة ضخمة.

الشكل رقم(3): طريقة البيع المباشر وأثره في تخفيض التكلفة



المصدر: خضر مصباح الطيطي، مرجع سبق ذكره، ص39.

ب-اقتصادية:

تعتبر التجارة الإلكترونية اقتصادية ، فهي لا تتطلب محلات أو تأمين كل ما هو مطلوب هو فكرة معينة و منتج أو خدمة مميزة و موقع ذو تصميم جذاب للبدء بالعمل التجاري.

ج-عائد أكبر:

التجارة الإلكترونية تزيد من العائدات المالية للشركات لأنها توفر الوقت و التكلفة و الجهد في العمليات اليدوية و التي تحتاج الى موظفين أكثر فكل هذه تتم من خلال الانترنت و بشكل تلقائي.

د-خدمة أفضل للزبون:

التجارة الإلكترونية حسنت في خدمة الزبائن، معتمدة على وسائل تتمثل في الموقع الإلكتروني و التخاطب المباشر مع الزبائن بالصوت و الصورة .

هـ-العمل الجماعي:

التجارة الإلكترونية نشطت العمل التجاري و ذلك من خلال مشاركة البيانات و المعلومات عبر الانترنت مما يسهل في وضع حلول سريعة لتبادل المعلومات و اتخاذ القرارات.

## المبحث الثاني : النتائج الإيجابية و السلبية للتجارة الإلكترونية

تحولت التجارة الإلكترونية لتصبح جزء من الواقع الاقتصادي الدولي، ولاشك أن لهذه التجارة القائمة على الإنترنت مزايا كثيرة كما لها مآخذ كثيرة، وهذا قد يبدو من طبيعة الأشياء في الأعمال فما ينشئ القيمة يفرض تحمل التكلفة، وإن الأعمال تقبل هذه الثنائية المتبادلة من المزايا والأعباء المترافقة معها، وإن أفضلية "باريتو" (optimisation Pareto) (تمثل مبدأ مقبولا على نطاق واسع والتي تقول: "إنك لا تستطيع أن تكون في وضع فصل (عائد) إلا إذا جعلت آخر في وضع أسوأ (تكلفة)".<sup>21</sup>

### المطلب الأول : مزايا و عيوب التجارة الإلكترونية

#### 1-مزايا التجارة الإلكترونية:

للتجارة الإلكترونية العديد من المزايا بالنسبة للأفراد و المنظمات أو بالنسبة للاقتصاد بشكل عام:

#### أ-بالنسبة للأفراد:

- توفير الوقت و الجهد: تمكن التجارة الإلكترونية المستهلك من التسوق و إجراء المعاملات الأخرى على مدار 7 أيام / 7 و 24 ساعة/24 على مدار العام مما يوفر للزبون خاصية الوقت، فتصبح له حرية اختيار الموعد الذي يتناسب مع رغبته وشرع المنتجات لا يتطلب منه اي جهد سوى النقر بالفأرة و ادخال معلومات بخصوص البطاقة الإئتمانية.
- حرية الإختيار: مع تطور التجارة الإلكترونية أصبحت الأسواق العالمية بين يدي العميل بكل منتجاتها و خدماتها، مما يفور له حرية الإختيار من خلال المقارنة بين أسعار و أشكال السلع و الخدمات المتوفرة .

<sup>21</sup>نجم عبود نجم، "الإدارة الإلكترونية: الإستراتيجية والوظائف والمشكلات"، مرجع سبق ذكره، ص 55.

في ظلّ التجارة الإلكترونية فقد أصبح قرار الشراء يعتمد على مجموعة من المتغيرات تتوقف على القدرة المالية للعميل ومستوى الجودة المنشودة ودرجة إدراكه وكمية المعلومات التي تحقق أقصى اشباع له.

- انخفاض الأسعار المنتجات: تسمح التجارة الإلكترونية من الحصول على منتجات و خدمات أقل ثمنًا، وكذلك الاستفادة من عروض الخصم التي تطلقها العديد من الشركات عبر الأنترنت .
- نيل رضا المستخدم: ان الشركات المتواجدة عبر الأنترنت تتواصل مع زبائنها عن طريق الإجابة عن تساؤلاتهم و و التخاطب الشخصي مما يوفر خدمات أفضل للزبائن و يستحوذ على رضاهم.<sup>22</sup>

ب-بالنسبة للشركات:

- تخفيض تكاليف المؤسسات: ان عمليات الصيانة و و الترويج من أجل جذب الزبائن في التجارة التقليدية تكلفها مصاريف تثقل ميزانية المؤسسة، عكس التجارة الإلكترونية فالمؤسسة ليست مضطرة الى انفاق مبالغ ضخمة من أجل الترويج لمنتجاتها، كما انه لا توجد ضرورة لتوظيف الكثير من العمال طالما أن معظم العمليات تتم عن طريق الكمبيوتر.
- تسويق أكثر فعالية و أرباح أكثر: تقدم التجارة الإلكترونية فرص للشركات من أجل النفاذ الى أسواق جديدة و عرض منتجاتها على شريحة واسعة من الزبائن، مما يوسع قاعدة زبائنها عبر العالم و جني أرباح اضافية طوال 24 ساعة في اليوم و على مدار السنة.

---

<sup>22</sup>-ابراهيم بختي،التجارة الإلكترونية،مرجع سبق ذكره،ص67.

• تواصل فعال مع جميع المتعاملين: مع الثورة التي أحدثتها الانترنت ظهرت فكرة الإتصال مع العملاء ،فالتجارة الإلكترونية تقلص المسافات مما يوفر طريقة فعالة لتبادل المعلومات مع الشركات .

• وفرة المعلومات : تستطيع المؤسسة الحصول على المعلومات المتعلقة بالعمليات السوقية أو شريك محتمل أو منافس، كل هذا بتبني نظام متطور للأنترنت.

### ج-على المستوى القومي:

تتمثل أهم المزايا التي تعود على المجتمع من خلال تطبيق التجارة الإلكترونية في :

- تشجيع المشروعات الصغيرة والمتوسطة :
- تتيح التجارة الإلكترونية للمشروعات الصغير و المتوسطة الدخول الى و الوصول الى الأسواق العالمية من أجل تصريف منتجاتها و كسر الإحتكار عن طريق تخفيض التكاليف و توفير الوقت و الجهد مما ينعكس ايجابا على تشجيع المشروعات .

### • دعم التوظيف :

- تمكن التجارة الإلكترونية من توفير مناصب الشغل، مما يفتح للأفراد المجال للإنتلاق في الأعمال الحرة ،كالمختصين في إنشاء المواقع الإلكترونية مما يساهم في القضاء على مشكلة البطالة.<sup>23</sup>

### • الإستفادة من الفرص المتاحة في السوق التكنولوجية:

- مع نمو التجارة الإلكترونية و انتشار استخدامها أدى الى ظهور قطاعات متخصصة في تقنية الإتصال و المعلومات من أجل دعم البنية التحتية للتجارة الإلكترونية.

---

<sup>23</sup>-عدوطة لخضر/د حدو بن عبيزة مداخلة بعنوان التجارة الإلكترونية و أثرها على الإقتصاد الملتقى الدولي الرابع عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية، و اشكالية اعتماد على التجارة الإلكترونية في المركز الجامعي خميس مليانة 27-26 أفريل 2011، ص09.

## ب-عيوب التجارة الالكترونية :

يمكن عرض سلبيات و عيوب التجارة الالكترونية فيما يلي <sup>24</sup>:

1. غياب التعامل الورقي في التجارة الالكترونية يهدد مصالح العملاء نتيجة امكانية حدوث تلاعب بالفواتير و تزوير السندات و البيانات.
2. في حالة حدوث اختراقات في شبكة الانترنت يؤدي الى فضح أسرار العملاء .
3. نظرا لغياب العلاقة المباشرة مع العملاء يصعب التحقق من هوية المتعاملين .
4. سرقة أو تزيف البطاقات الائتمانية يكلف صاحبها دفع ثمن سلعة لا علاقة له بها .
5. الإقبال على معاملات تجارية غير ضرورية نتيجة الإغراء الالكتروني .

## المطلب الثاني: معوقات التجارة الإلكترونية

### العوائق التقنية :

تتمثل المعوقات فيما يلي:

- محدودية شبكة الاتصالات الهاتفية التي تؤثر بشكل مباشر على الإقبال على الانترنت.
- ضعف البنى التحتية التكنولوجية .
- الأدوات لتطوير البرمجيات مازالت في مراحل التطوير.
- الإشتراك في شبكة الانترنت مزال مكلف .
- ضعف الثقافة التقنية و الوعي التكنولوجي بين أفراد المجتمع.

---

<sup>24</sup>-عدوكة لخضر/د دعو عبيزة، مرجع سبق ذكره، ص9.

## العوائق غير التقنية :

- رفض بعض المتعاملين التغير من التجارة التقليدية الى التجارة الالكترونية.
- انتشار الجرائم الإلكترونية و تطور وسائل الخداع في الانترنت
- انعدام ثقة المستهلك في البائعين المجهولين الذين لا يراهم مباشرة .
- التخوف من عملية سرقة البيانات و المعلومات خاصة المتعلقة بأرقام البطاقات البنكية.
- عدم انغراس التجارة الالكترونية في عادات المجتمع .

## العوائق القانونية و التشريعية<sup>25</sup> :

إن ظهور الوسائط الإلكترونية للتعامل و التي تتخطى الحدود الجغرافية، نتج عنه بروز العديد من المشاكل والقضايا القانونية المترتبة عن استخدام هذه الوسائط في التجارة الإلكترونية و التي تقوم على تعاقدات دون مستندات أو مرتكزات مالية، الأمر الذي يثير مسألة التزامات الأطراف المتعاقدة.

فلا بد من تعديل وتوفير عدد من التشريعات والتدابير القانونية التي تساعد على حماية هذه الأطراف أثناء التبادل، وتسرع عملية إبرام وتنفيذ العقود الإلكترونية، وتشجع على تبني مختلف أساليب التجارة الإلكترونية.

## -العوائق الثقافية:

و نقصد بها عدم نضج الإستهلاك عن بعد، و ذلك لغياب ثقافة التسوق الإلكتروني في المجتمع من جهة و ووجود فئات رافضة للتغيير يحول دون توسع التجارة الإلكترونية.

---

<sup>25</sup>-ابراهيم بختي،مرجع سبق ذكره،ص57.

## المطلب الثالث: مخاطر التجارة الإلكترونية

مثلما للتجارة الإلكترونية مزايا فهي لا تخلو من المخاطر التي تواجهها من أهمها :

- زيادة نسبة التعاقدات الوهمية.
- عدم معاينة السلعة قبل شرائها.
- عدم وجود تشخيص خاص للمعاملات الإلكترونية .

كما يمكن أن تقسم كالتالي :<sup>26</sup>

❖ مخاطر التوثيق الإلكتروني: تعتبر هذه المشكلة من التحديات الكبيرة للتجارة

الإلكترونية حيث يتطلب الأمر اثبات من الطرفين في عقد صفقة معينة هما نفسهما بالفعل اللذان قاما بذلك عبر الانترنت.

❖ عدم القدرة على حماية العناوين على شبكة الانترنت: مشكلة انتحال أسماء و عناوين شركات الكبرى.

❖ مخاطر يمكن اكتشافها: مع وجود خبراء مختصين في الشركة تستطيع التعامل مع بعض الاختراقات في أنظمتها.

❖ مخاطر لا يمكن اكتشافها: تكون نابعة من فيروسات مجهولة لا يمكن، قرصنة انترنت ذوي خبرة عالية

---

<sup>26</sup>-أحمد مخلوف/نور الدين حامد، دور التجارة الإلكترونية و علاقتها بالتجارة الخارجية المعوقات الملازمة لها في الدول العربية،الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و اشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر،المركز الجامعي بخميس مليانة،يومي 26-27أفريل 2011.

## المبحث الثالث: البنوك الالكترونية

مع تزايد عمليات التجارة الإلكترونية أصبح الاحتياج كبيرا لنوعية جديدة من البنوك غير التقليدية التي تتقيد بمكان معين أو وقت معين، و كنتيجة للنمو السريع لتكنولوجيا الاعلام و الاتصال جاءت البنوك الالكترونية التي ساهمت و بشكل فعال في تقديم خدمات متنوعة، و بتكاليف منخفضة مختصرة للوقت و الجهد و الزمان.

### المطلب الأول: ماهية البنوك الالكترونية و أنماطها

#### 1-تعريف البنوك الالكترونية:

هناك العديد من المصطلحات التي تطلق على البنوك المتطورة مثل البنوك الالكترونية " Electronic Banking" أو بنوك الانترنت "Internet Banking" أو البنوك الالكترونية عن بعد " Remote Electronic Banking" أو البنك المنزلي "Home Banking" أو البنك المباشر "Online Banking" أو البنوك الخدمية الذاتية "Self Service Banking" أو بنوك الويب "Web Banking" ، وعلى اختلاف المصطلحات فجميعها تشير إلى قيام العميل بإدارة حساباته أو انجاز أعماله المتصلة بالبنك عبر شبكة الانترنت سواء أكان في المنزل أو المكتب وفي أي مكان ووقت يرغبه ويعبر عنها "بالخدمة المالية عن بعد".<sup>27</sup>

تعود نشأة البنوك الالكترونية إلى بداية الثمانينات تزامنا مع ظهور النقد الالكتروني أما استخدام البطاقات كان في بداية القرن الماضي في فرنسا على شكل بطاقات كرتونية تستخدم في الهاتف العمومي وبطاقات معدنية تستعمل على مستوى البريد في الولايات المتحدة الأمريكية .

وفي عام 1958 اصدرت American Express أول بطاقة بلاستيكية لتنتشر على نطاق واسع، ثم قامت بعدها ثمانية بنوك بإصدار بطاقة Bank AmeriCredit عام 1968 لتتحول إلى شبكة Visa العالمية كما تم إصدار في نفس العام البطاقة الزرقاء Carte Blue من طرف ستة بنوك فرنسية وفي عام 1986 قامت اتصالات فرنسا France Telecom بتزويد الهواتف العمومية بأجهزة قارئه لبطاقات الذاكرة Crates Memoire لتصبح عام 1992 كل البطاقات المصرفية بطاقات برغوئيه تحمل بيانات شخصية لحاملها.

وخلال منتصف التسعينات ظهر أول بنك الكتروني في الولايات المتحدة الأمريكية يميز بين نوعين من البنوك كلاهما يستخدم تقنية الصيرفة الالكترونية:

البنوك الافتراضية (بنوك الانترنت) :- تحقق أرباح تصل إلى ستة أضعاف البنك العادي.

البنوك الأرضية:-وهي البنوك التي تمارس الخدمات التقليدية وخدمات الصيرفة الالكترونية.

وعموما يرجع ظهور وانتشار البنوك الالكترونية إلى عاملين أساسيين:

-تنامي أهمية ودور الوساطة بفعل تزايد حركة التدفقات النقدية والمالية أما في مجال التجارة أو مجال الاستثمار والنتيجة عن عولمة الأسواق.

- تطور المعلوماتية وتكنولوجيا الإعلام والاتصال أو ما يعرف "بالصدمة التكنولوجية" والتي كانت في كثير من الأحيان استجابة للعامل الأول.

و بما أن البنوك الإلكترونية و المعاملات المصرفية تتم عن طريق الانترنت ، فمن الطبيعي ان يتم التعامل بوسائل الدفع الالكترونية بالاضافة الى الوسائل المصرفية الجديدة التي تتطلب التعامل بهذه الوسائل.

## 2-أنماط البنوك الالكترونية :

هناك ثلاث صور أساسية للبنوك عبر الانترنت تتمثل فيما يلي:

### أ-الموقع المعلوماتي:Informationnel:

يمثل المستوى الأساسي والحد الأدنى للنشاط الالكتروني المصرفي ويسمح هذا الموقع للبنك بتقديم معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية.و يتميز هذا النوع بمخاطر متدنية نسبيا .

### ب-الموقع الإتصالي:Communicative:

يتيح هذا الموقع عملية التبادل الاتصالي بين البنك والعملاء مثل البريد الالكتروني ، تعبئة طلبات أو نماذج على الخط ، تعديل معلومات القيود والحسابات ، الاستفسارات و يتميز بمخاطر أعلى.

### ج-الموقع التبادلي:transnational:

ويمكن من خلاله أن يمارس البنك نشاطاته في بيئة الكترونية كما يمكن للعميل القيام بمعظم معاملاته الكترونيا من سداد قيمة الفواتير ، إدارة التدفقات النقدية ، إجراء كافة الاستعلامية سواء داخل البنك أو خارجه.

## 2-المطلب الثاني: مزايا و عيوب البنوك الالكترونية

### 1-2 مزايا البنوك الالكترونية

تنفرد البنوك الالكترونية في تقديم خدمات متميزة عن غيرها من البنوك التقليدية منها<sup>28</sup> :

أ-كسب المزيد من العملاء: استطاعت البنوك الالكترونية بفضل شبكة الانترنت ان تتميز بعدم التقيد لا بالوقت ولا بالمكان هذا كسب ثقة عملائها فيها كما تتيح لهم امكانية طلب أي خدمة في أي وقت بالإضافة الى سرية المعلومات .

ب-تميز الخدمات المصرفية: تقدم البنوك الالكترونية العديد من الخدمات التقليدية و الى جانبها خدمات مصرفية متطورة عبر الانترنت كتمكين العملاء الإستعلام حول أرصدهم لدى المصرف .

ج-خفض التكاليف : من مميزات البنوك الالكترونية أن تكاليفها منخفضة مقارنة بنظيرتها التقليدية و هي من عوامل لجذب العميل.

د-سرعة التعاملات : بإمكان العميل الإتصال بالبنك عن طريق الانترنت و اتمام المعاملات التي يود القيام بها بسرعة و فعالية كبيرة، دون التنقل الى البنك شخصي.

د-خدمات البطاقة: توفر البنوك الالكترونية خدمات متميزة لرجال الأعمال والعملاء ذوي المستوى المرموق مثل خدمات سامبا الماسية والذهبية المقدمة لفئة محددة من العملاء على شكل بطاقات ائتمانية وبخصم خاص.

2-2-عيوب البنوك الالكترونية: للبنوك الإلكترونية بعض السلبيات و كذلك بعض المشاكل التي تواجهها نذكر منها:

• صعوبة تحديد حجم السيولة لأي بنك الكتروني، حيث لا يمكن معرفة أو حصر تعاملات البنك الداخلية و الخارجية.

• سهولة الوقوع كضحية لعمليات احتيالية، عن طريق تزوير بعض البطاقات.

---

<sup>28</sup>د.العجاج فاطمة الزهراء، واقع الخدمات الالكترونية في البنوك الجزائرية، تلمسان، 15/15/2007، ص201.

- يتوقع دائماً حدوث خطأ تقني يمكنه عرقلة عمل البنك كله وتعرض حسابات الأشخاص للفقء، كما يمكن لفيروس من التي تصيب الأجهزة الإلكترونية أن تخترق هذا النظام وتعطله.
- قلة الثقة و تفضيل التعامل مع الفروع المباشرة بالطريقة التقليدية.
- اتقان تعامل العميل مع البنوك الاللكترونية يحتاج الى استثمار الوقت و الجهد للتعلم.<sup>29</sup>
- سهولة الوقوع كضحية لعمليات احتيالية، عن طريق تزوير بعض البطاقات.
- عدم توفر البنية التحتية التقنية.
- زيادة الفجوة التي تنشأ بين العميل والبنك، وهو ما قد يترتب عليه قيام البعض بعمليات اقتراض دون ضمانات كافية، وتعرض البنك لعمليات نصب.

### المطلب الثالث: الخدمات المصرفية الاللكترونية :

تتعدد الخدمات المصرفية الاللكترونية ، وذلك حسب الوسائل المستخدمة من أهم هذه الوسائل:

#### 1-الخدمات المصرفية الاللكترونية من خلال الصرافات الآلية:

تتمثل في :

- أ-الموزع الآلي للأوراق: و هو جهاز متصل بالبنك يسمح للعملاء بعد ادخال بطاقة السحب و تشكيل الرقم السري من سحب المبالغ النقدية، دون الحاجة الى اللجوء الى الفرع.
- ب-الشباك الآلي للأوراق: و هو آلة اوتوماتيكية أكثر تعقيدا و تطورا، فهي تقدم خدمات أخرى مثل قبول الودائع ....و الشبابيك الاللكترونية للأوراق متصلة بالحاسوب الرئيسي للبنك.

<sup>29</sup>د.اسماء خضير ياس،د.احمد صبحي جميل ،مظاهر استخدام الصيرفة الاللكترونية في العراق،المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية،العراق،العدد2014،،41،ص43،44.

"لكن هذه الأجهزة لم تعد تقتصر على مجرد وسيلة للحصول على النقود، بل حالياً تقوم بوظائف جد متقدمة تمكن العمال و الموظفين من استلام رواتبهم و حقوق الضمان الإجتماعي ، كما تسمح لهم بالوصول الى حساباتهم الجارية مع توفر خيار استخدام لغات أجنبية عبر هذه الأجهزة".<sup>30</sup>

#### ب-خدمات الصيرفة الإلكترونية عبر الهاتف :

أنشأت المصارف خدمة الهاتف المصرفي التي تقوم على تزويد الزبائن بالخدمات المصرفية في أي مكان و أي وقت، و أنشات لتفادي العملاء طوابير الانتظار للاستفسار على حساباتهم ، وتشمل هذه الخدمة الإطلاع على عروض المصارف و اسعار العملات و كذا تحويل النقود من حساب لآخر و فتح الحسابات و غلقها.....

#### ج-الصيرفة عبر شبكة الانترنت:

اتجهت البنوك الى توسيع نشاطها عن طريق انشاء مواقع لها على شبكة الانترنت بدلا من إنشاء مقرات جديدة، وهو ما سهل على العميل التعامل مع المصرف و هو في منزله، حيث يستطيع العملاء من خلال موقع البنك التعامل و الاستعلام عن حساباتهم من أجهزتهم الشخصية و ذلك بواسطة حساب سري خاص لكل منهم.<sup>31</sup>

د-خدمة المقاصة الإلكترونية: هو عبارة عن نظام ما بين البنوك و مجموعة من القواعد المعتمدة في تحويل الاموال بين البنوك الكترونيا، و من بين الوظائف الأساسية لنظام المقاصة نذكر:

---

<sup>30</sup>زيدان محمد، دور التسويق في القطاع المصرفي حالة بنك الفلاحة و التنمية الريفية، رسالة دكتوراه، قسم العلوم الاقتصادية، و التجارية و علوم التسيير ، جامعة الجزائر، 2005، ص 87.88.

<sup>31</sup>د. بعائش ميادة، د. رايدي حسبية، واقع الصيرفة الإلكترونية في الدول المتقدمة، مجلة الباحث الاقتصادي، جامعة سكيكدة، العدد الثامن، ديسمبر، 2017، ص 381.

\* تسيير المبادلات بين البنوك بوسائل دفع غير مادية.

\* الحفاظ على أرشيف للمعطيات الإلكترونية.

### خصائص نظام المقاصة :

يتميز ب:

\* يعمل على تحديد الحد الأقصى المعمول به للأرصدة الجانبية المدينة المتعددة.

\* يعتبر نظام مؤمن ضد الإحتيال حيث تتم المعاملات بطرق مؤمنة و مشفرة.

\* التحكم في ضمان سرية المعلومات المتبادلة بين البنوك.

## خاتمة الفصل :

أدت التطورات السريعة في مجال تكنولوجيا الاتصال و المعلومات الى ظهور بيئة اقتصادية جديدة أهم ركائزها التجارة الإلكترونية و ظهور نوع جديد من البنوك الالكترونية و القطاع البنكي باعتباره حساس لكل التطورات الجارية في باقي القطاعات ، كان لزاما عليه مساندة هذا الركب من خلال تقديم خدمات بنكية جديدة تركز على الإستخدام المكثف لتقنيات الاتصال الحديثة، و من بين هذه التقنيات خدمة الدفع الالكتروني التي تجد مكانتها في التجارة الالكترونية حيث تلعب دورا كبيرا في تطوير هذه الاخيرة و هذا ما دفع بمختلف بنوك العالم الى تبني نظام الدفع الالكتروني من خلال تحديث عمليات الدفع و السعي لمواكبة التطورات الحاصلة في النظام المالي العالمي.

## الفصل الثاني

تمهيد:

لقد كان من البديهي في ظل التجارة الالكترونية إن توجد وسائل للوفاء ذات طابع الكتروني، وهو ما ظهر بالفعل متمثلا في النقود والأوراق التجارية وبطاقات الوفاء الالكترونية ، وهذه الوسائل لديها العديد من المزايا ، لتتحول المؤسسات المالية على إثرها من طابعها التقليدي إلى الالكتروني ، حيث زاد انتشار التعامل بها لتتيح العديد من المزايا فبالنسبة لرجال الأعمال أصبح من الممكن تجنب مشقة السفر للقاء شركائهم وعملائهم، أصبح بمقدورهم الحد من الوقت و المال لترويج لبضائعهم وعرضها في الأسواق، أما بالنسبة للزبائن فليس عليهم التنقل للحصول على ما يريدونه أو الوقوف في طابور طويل ، أو حتى استخدام النقود التقليدية وأيضا ما سهل التعامل هو التكنولوجيا المتطورة على مستوى البنوك من ظهور آليات جديدة للتعامل كالبطاقات البنكية والشيك الالكتروني وغيرها من الوسائل السداد الحديثة .

سنستعرض في فصلنا هذا ثلاثة مباحث ، حيث نستعرض أولا مدخل إلى نظام الدفع الالكتروني ثم وسائل الدفع الالكترونية وفي المبحث الأخير مخاطر وتحديات التي تواجه وسائل الدفع الالكتروني .

## المبحث الأول: مدخل إلى نظام الدفع الالكتروني

يعود وجود نظم أساسا لدورها في القطاع المالي و المصرفي، ولقد تغيرت نظم الدفع إلى درجة كبيرة في أعقاب الإصلاحات التي شهدتها القطاع المالي العالمي، أما عن تطورها فهي من تطور النقود بصفة عامة ابتداء من النقود السلعية ، الورقية ، الكتابية الائتمانية والالكترونية ونقود الدولة كما جاء في العديد أدبيات الكتب .

### المطلب الأول: مفاهيم أساسية حول نظام الدفع الالكتروني

الدفع مصطلح لعملية تحويل النقود بين المتعاملين الاقتصاديين، كان يكون مثلا بين التجار والمستهلك بخصوص تسديد قيمة الحاجات والسلع. أما نظام الدفع الوطني فهو واحد من مكونات السياسة النقدية والمالية في البلد.

### الفرع الأول : تعريف أنظمة الدفع الالكترونية

1 - مفهوم نظام الدفع الالكتروني : المقصود بالدفع الالكتروني هو الوفاء بطريقة الالكترونية بأثمان

السلع والخدمات المتعاقد عليها باستخدام إحدى الوسائل أو أدوات السداد أو الدفع الالكتروني.<sup>32</sup>

ويعرف نظام الدفع على انه مجموعة الوسائل والإجراءات والقواعد الخاصة بعملية تحويل الأموال

بين الأعضاء المشاركين داخل النظام (البنوك والمؤسسات المالية )، وذلك وفقا لاتفاق مبرم بين كافة

الأعضاء المشاركين بالنظام وبين مشغل النظام، على أن تتم عملية انتقال الأموال باستخدام بنية

أساسية فنية وفقا لتقنيات متفق عليها.<sup>33</sup>

<sup>32</sup> Frennik Mishkin .la Monnaie Marchandise .Fiduciers ,Scripturale ,Electronique ,et la monnaie de l'Etat ,pearson Education ,Paris ,France,2014 ,p ; 70-74

<sup>33</sup> تقرير لجنة التسويات ،المبادئ الأساسية لنظم الدفع الهامة نظاميا ،بنك التسويات الدولية،جانفي2001

تعرف أنظمة الدفع الالكترونية على أنها : أنظمة الدفع التي تتم الكترونيا بدلا من الورق (الكاش، نقدا ، الشيكات).

يستطيع شخص مثلا أن يحاسب علي فواتيره الكترونيا أو يقوم بتحويل النقود الكترونيا عبر حسابه البنكي الخاص. ويقصد بنظام الدفع بالمفهوم الواسع آلية العمل بين كل من المنشآت الأعمال ، الحكومات ، المستهلكين والمؤسسات المالية الذي يتم من خلاله عمليات الدفع .

وبعبارة أخرى نظام الدفع هو:مجموعة أنظمة تحويل الأموال بين البنوك،ويتضمن كذلك تداول الأموال وذلك من خلال القيام بالوظائف الأساسية التالية: إرسال واستقبال أوامر الدفع ، تحويل أوامر الدفع ، المقاصة في حالة الأرصدة الصافية والتسوية .من خلال ما سبق يمكن القول أن نظم الدفع تشمل الأدوات التي تسهل تبادل الأصول والخدمات بين الوحدات الاقتصادية ، والهيكل المؤسسي التنظيمي والإجراءات التشغيلية وشبكة الاتصال،ويتكون نظام الدفع :المؤسسات والوسطاء الماليون ، وسائل الدفع، وإجراءات الدفع والتحويل.

--آلية الدفع الالكتروني: إن من خلال عملية الدفع سوف يتم تحويل الأموال من حساب المشتري إلى حساب البائع ،هذا إذا كان كل من البائع والمشتري لديهم حسابات في نفس البنك ويتم هذا بسهولة ، أما إذا كان البائع والمشتري يستخدمان بنوكا مختلفة وهذه هي الحالة العامة، فان عملية التسوية أو تحويل الأموال يجب إن تتم من خلال نظم المدفوعات .وتعمل نظم المدفوعات مثل عمل أي بنك من البنوك على أساس إن كل البنوك الأعضاء في النظام المدفوعات يكون لديها حسابات بودائع يمكن إن

تستخدم كأرصدة تسوية في إطار النظام. هذه المدفوعات بين بنوك الأعضاء تتم تسويتها في إن واحد بدائية ومديونية الحسابات المعنية بذلك في بنوك الدفع والاستلام<sup>34</sup>.

## الفرع الثاني : أهمية أنظمة الدفع الالكترونية

### --أهمية نظام الدفع الالكتروني:

تعود أهمية نظام الدفع الالكتروني في أداء العمليات الاقتصادية و التجارية والائتمانية بين الأفراد و المؤسسات ، ومختلف الهيئات الحكومية وبالتالي فهو ضروري في عمل الاقتصاد الحقيقي وسير السوق المالي ، وكذلك في تنفيذ إجراءات السياسة المالية، ولم تكن عمليا أنظمة الدفع الالكترونية موضوعا يثير اهتمام البنوك المركزية ، حيث كان ينظر إليها على أنها نشاط ميكانيكي داخلي لا ينطوي على أية أسئلة حقيقية بشأن السياسة ، إلا أن هذا الموقف تغير فقد شهدت اقتصاديات السوق المتطورة خلال السنوات الماضية التغيرات التالية<sup>35</sup>:

-- زيادة كبيرة في العائد من أنظمة الدفع من حيث عدد الصفقات و الأهم من ذلك من حيث قيمة هذه التحويلات ، ولقد انعكس هذا تحديدا في النمو السريع في نشاطات الأسواق التالية ،

-- التقدم التكنولوجي الكبير الذي نتج عنه إمكانية تحويل الأموال بسرعة اكبر من خلال أنظمة الدفع .

وبالتالي يمكن القول أن هناك تفهما وإدراكا واسعين للدور المركزي الذي تلعبه أنظمة الدفع في أي اقتصاد سوق باعتبارها<sup>36</sup>:

-عنصر حيوي في البنية التحتية المالية والمصرفية لاقتصاد ،

---

<sup>1</sup>محمد نور صالح الجداية و سناء جودت خلف ، التجارة الالكترونية ، الحامد للنشر و التوزيع ،الأردن ، 2009،ص.231

<sup>35</sup> ديفيد شيبارد، أنظمة المدفوعات ، منشورات مركز الدراسات المصرفية المركزية، مصرف إنجلترا ، لندن ، جانفي، 2001، ص7

<sup>36</sup> المرجع السابق.

-قناة ضرورية للإدارة الاقتصادية الفعالة ولأسيما من خلال السياسة النقدية ،

-وسيلة لتحسين الكفاءة الاقتصادية .

### المطلب الثاني : أشكال أنظمة الدفع في البنوك و المؤسسات و المصرفية

هناك العديد من التقسيمات في أنظمة الدفع ، لذا يتضح لنا أن هناك من العديد من منها، وذلك حسب اقتصاديات أي دولة و تطورها .

### الفرع الأول :عملية الدفع المالي و النقدي

مهما كانت وسيلة الدفع فلا بد من إشراك أربعة أطراف مشتركة لإتمام عملية الدفع .في البداية المدفع الالكتروني هو الزبون ،وعادة المستهلك هو البادئ في مدفوعات التجزئة مقابل الحصول على السلع و الخدمات ، أما المستفيد من الدفع عادة يكون التاجر أو البائع أو ما يسمى كذلك المستفيد فهو الذي يستلم النقود الكترونيا مقابل تقديمه لسلع و الخدمات ،في بعض الحالات يقوم مقدمو الخدمات الذين هم من الأطراف الثلاثة التصرف نيابة عن البنوك و المؤسسات المالية .<sup>37</sup>

### Payment System Traditional الفرع الثاني : نظام الدفع التقليدي

يرتكز نظام الدفع أساسا علي النقد ، باعتباره أداة تبادل و مقياس للقيمة ومخزن لها .وبقي العالم يعتمد علي النظام الدفع التقليدي هذا ويستخدم وسائله سنوات عديدة،إلى أن سادت ظاهرة المعلوماتية التي تأثر بها الناس والاقتصاد أخيرا، وبدؤوا التعامل على أساسها نظرا لمزاياها من ناحية السرعة أو التكلفة ،وخاصة فيما يتعلق بعملية الدفع والتحويل التي أصبحت أسهل في ظل البيئة

<sup>37</sup> Abel François ,Les Systems de Payment ,Seminaire d'economie IPAG de Straburg ;paris,France,2007,p,12

الالكترونية .وأساس نظام الدفع التقليدي أربعة أطراف البائع والمشتري وبنكهما،والتدفق الحاصل بينهما من سلمي ونقدي وعمليات دفع والإيداع.<sup>38</sup>

### الفرع الثالث : نظام الدفع الالكتروني Electronic Payment System

إن نظام الدفع الالكتروني الذي شرع في استخدامه في مطلع الستينيات من القرن العشرين ،والذي تمثل في نظام تحويل الأموال الكترونيا، المستخدم بكثرة في من قبل البنوك التي تتبادل الأموال فيما بينها ، فتنتقل اليوم هذه الأموال،والمحفوظة في سجلات مخزنة في الحواسيب الآلية الخاصة بكل بنك، من بنك إلى آخر، بحيث تنتقل المعلومات بسرعة وكفاءة. ويعاد تصحيح السجلات في ضوء تلك التحويلات ،كنتيجة للتعامل مع بعض المنظمات المختصة مثل:

Swift وChop chaps

نلاحظ من خلال نظام الدفع الالكتروني تتم عملية الدفع بين الأطراف التالي:

**01.المشتري:**هو الشخص الذي يقوم بعملية الدفع الالكتروني ثمنا لبضاعة أو خدمة قام بشرائها عبر الإنترنت أو الشبكات السلكية من خلا بنكه.

**02.البائع:**Saller وهو الطرف الذي يقوم بتسليم قيمة الدفع الالكتروني ثمنا للبضاعة أو خدمة قام

بتقديمها للمشتري من خلال بنكه.

**03.الوساطة:**Intermediary كمصدري البطاقات البنكية (أداة الدفع الالكتروني) من البنوك والمؤسسات المالية التي تم استخدامها في الدفع الالكتروني أو المنظمين،وهم عادة المؤسسات الحكومية.

---

<sup>38</sup>المرجع السابق

فمن خلال القانون يتم التحكم بعمليات الدفع الالكتروني، وضبطها والإشراف عليها.<sup>39</sup>

### المطلب الثالث: معايير تصنيف أنواع أنظمة الدفع الالكترونية

في هذا المطلب سنتطرق إلى العديد من المعايير التي يتم من خلالها تقسيم و تصنيف أنظمة الدفع الالكترونية:

#### الفرع الأول: معيار الأشكال الهيكلية

وفق العلاقة التي تربط بين V، T، L، Y، تأخذ نظم الدفع أربعة أشكال هيكلية تشبه البنك أو المؤسسة المالية المرسل و البنك المركزي والبنك والمؤسسة المالية المستلم كما يلي :

البنك المركزي، والذي يقوم بدوره بإرسالها إلي البنك المستلم، في النظم التي تأخذ التي شكل حرف V ففي هذا الشكل لا يستلم البنك المركزي تفاصيل الدفع Y ينتشر أيضا استخدام النظم التي تأخذ شكل ولكن تفاصيل التسوية فقط.

يعيد البنك المركزي إرسال المدفوعات مرة أخرى إلي البنك L في النظم التي تأخذ شكل حرف المرسل بعد إجراء عملية التسوية، ويقوم البنك المرسل نفسه بإرسال نسخة من المدفوعات إلي البنك المستلم. ترسل المدفوعات إلي البنك المستلم و البنك المركزي في آن واحد أما في النظم التي تأخذ شكل الحرف Y.

#### الفرع الثاني: معيار أساليب التسوية

---

<sup>39</sup>المرجع السابق ص8-9

فيما يتعلق بأساليب التسوية المستخدمة من قبل نظم الدفع، يمكن أن تنقسم نظم الدفع إلى مجموعتين: نظم التسوية الإجمالية اللحظية ونظم التسوية المؤجلة (أو التصفية)، وعادة ما توجد نظم التسوية الإجمالية اللحظية لدى البنوك المركزية، وتستخدم في المدفوعات عالية القيمة، ولا تنطوي هذه النظم على أية مخاطر ائتمانية، حيث يتم تسوية المدفوعات بطريقة لحظية.

ويمكن التغلب على مخاطر السيولة الموجودة في هذه النظم من خلال آليات جيدة التصميم لاصطفاف العمليات، واستخدام تسهيلات السحب علي المكشوف أثناء ساعات النهار. ومن ناحية أخرى تظهر مخاطر الائتمان في نظم التسوية نظرا لان التسوية بها تكون مؤجلة .

### الفرع الثالث: حسب معيار الحجم المدفوعات

نميز في هذا المعيار نوعين من أنظمة الدفع وهما:

#### 01. نظام الدفع للتجزئة Les Systèmes Paiement de Détail.

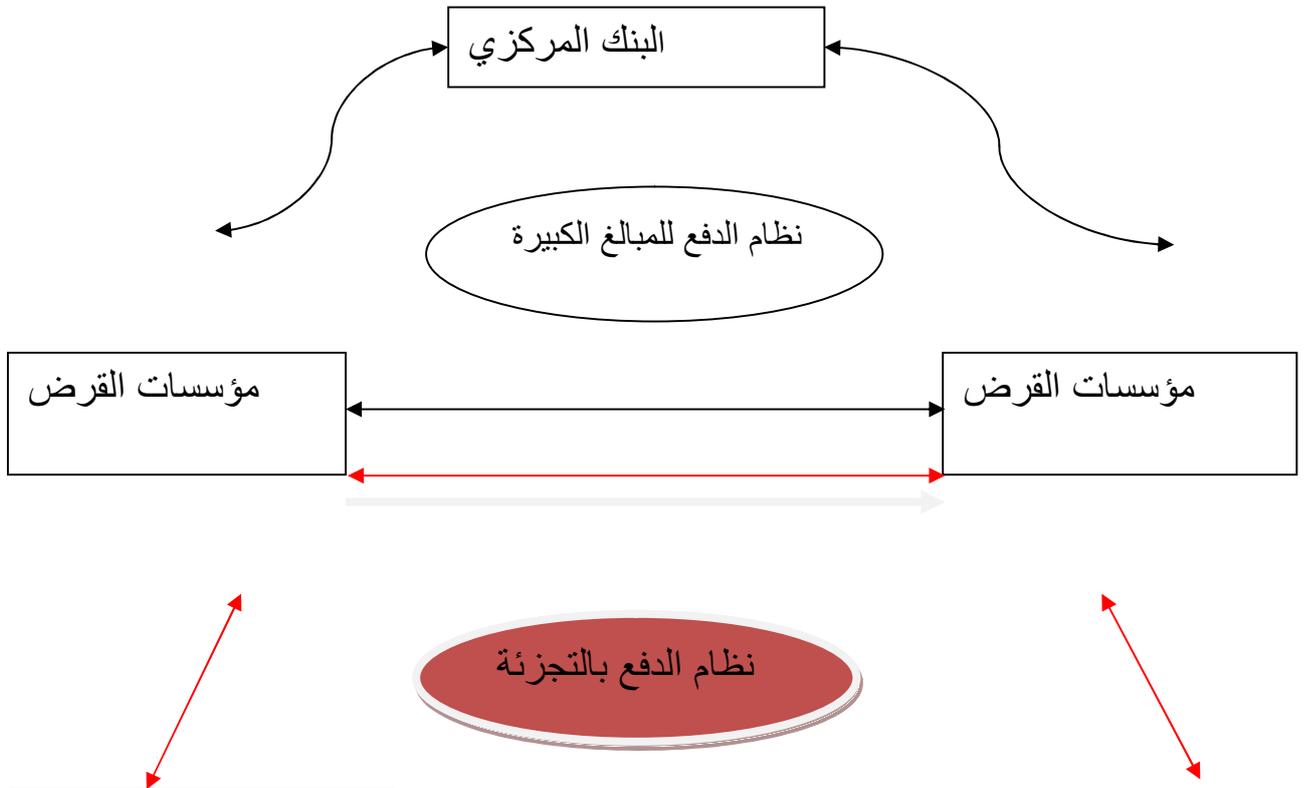
يتم من خلال هذا النظام دفع قيمة السلع Systèmes de paiement de Mass ويطلق عليه اسم ذات القيمة الصغيرة، ويكون بين الخواص والمؤسسات الغير المالية، وإلا من خلال وسائل الدفع التالية: الشيك التحويلات، الاقتطاعات، البطاقة البنكية... الخ<sup>40</sup>

<sup>40</sup> Adou Christelle Loba ;La Modernisation des Systemes de paiement –le Prpjrt (Single Euro Payments Area – Espase unique de payment en eyros),University Montesquieu, Bordeaux ,France ;2011,p,3

## 02. نظام الدفع للمبالغ الكبيرة: Les Systèmes de Paiement de Gros Montants

Systemes de Paiement de Grande Valeur ويكون بين المؤسسات المالية، فنظام الدفع الذي يتم فيه تبادل كمية كبيرة نسبيا من النقود يشار إليه عادة بنظام الدفع ماكرو، ومن الناحية الأخرى إذا كان لنظام للدفع الصغير (حتى 5 أورو) فإنه نظام الدفع ميكرو، والكمية التي تلعب دورا كبيرا جدا في تصميم النظام و القرار الخاص بسياسة الأمن.<sup>41</sup> مثلا: في الاقتصاد الفرنسي يوجد نوعان من الأنظمة ما بين البنوك للدفع، واحد خاص بالمبالغ الكبرى (بين المؤسسات القرض) والأخر للدفع بالتجزئة (بين المتعاملين الغير البنكيين).

والشكل 05 الموالي يوضح ذلك:



<sup>41</sup> فاروق سيد حسين، التجارة الالكترونية وتأمينها، هلا للنشر و التوزيع، الاسكندرية، مصر، 2001، ص23.



الشكل: يمثل نظام لدفع للمبالغ الكبرى والتجزئة في فرنسا.

#### الفرع الرابع: حسب معيار المركزية والحجم المدفوعات الكبيرة

1- المركزية واللامركزية: ويمكن أن يكون نظام الدفع الإلكتروني مركزي أو لا مركزي. ففي نظام اللامركزي فان الذي يدفع والمستفيد على خط مع بعضهما أثناء تعامل الدفع، ولكن ليس لديهما ربط الإلكتروني مع بنكهما، وفي هذا السيناريو ليس للمستفيد إمكانية أن يطلب تفويض من بنك المصدر (غير إطار الدفع). لذلك فلا يمكن أن يتأكد أن سيستلم نقوده فعليا و بدون توكيل. فمن الصعب منع الذي يدفع من أن يرسل نقودا أكثر عما يمتلكه فعلي<sup>42</sup>

أساسا لهذا السبب فان معظم النظم دفع الانترنت المقترحة مركزيا. فالنظام المركزي يحتاج إلى الوجود المركزي لخادم توكيل، والذي يمكن أن يكون جزءا من البنك الصادر أو البنك المستفيد. وبوضوح فان النظام المركزي يحتاج لاتصالات أكثر، ولكنه أمن أكثر من النظام اللامركزي<sup>43</sup>.

2- معيار حجم المدفوعات الكبيرة: ووفقا لتلك الآلية فانه لا توجد ثمة مشكلة يمكن أن يتعرض لها النظام المصرفي ولكن المشكلة تظهر في حالة المدفوعات كبيرة القيمة. وفي ذلك يوجد ثلاثة أنواع من نظم المدفوعات كبيرة القيمة عمليا هي :

نظام التسوية الإجمالية الفورية للمعاملات .

نظام التسوية الدورية متعددة الأطراف.

<sup>42</sup> فاروق سيد حسين، مرجع سابق، ص22

<sup>43</sup> عبد الرحيم الثنات الشحيطي، مرجع السابق، ص45

## نظام المدفوعات ما بين البنوك لغرفة المقاصة

### المبحث الثاني: وسائل الدفع الالكتروني

تشمل المعاملات الالكترونية الحديثة عدة مجالات وتعد المحرك الجديد للتنمية الاقتصادية وكذلك كونها وسيلة فعالة وسريعة لإبرام الصفقات والخدمات وترويجها وعلى ضوء هذه النقاط سنوضح مفهوم وسائل الدفع الالكتروني إضافة إلى أنواعها وكذلك سنتطرق إلى إيجابيات وسلبيات وسائل الدفع.

#### المطلب الأول: ماهية وسائل الدفع الالكتروني

الدفع الالكتروني هو منظومة متكاملة من النظم والبرامج التي توفرها أي حكومة لبنوكها الالكترونية، بهدف تسهيل إجراء عمليات الدفع الآمنة وتدعيم هذه الخاصية بالبطاقات الائتمانية من خلال هذا سنعرض تعريف حسب الأداة المستعملة.

#### - عن طريق البطاقات مسبقة الدفع:

أداة الدفع وسحب نقدي، يصدرها بنك تجاري أو مؤسسة مالية تمكن حاملها من الشراء بالأجل على ذمة مصدرها، ومن الحصول على النقد اقتراضاً من مصدرها أو من غيره بضمانه وتمكنه من الحصول على خدمات خاصة .

البطاقة مسبقة الدفع هي بطاقة ابتدائية تقوم فكرتها على أساس أن تودع أنت مبلغ محدد في حساب بطاقتك الائتمانية مسبقة الدفع وكلما قمت بعملية الشراء باستخدام البطاقة مسبقة الدفع يتم الخصم من الرصيد الائتماني المتوفر بها .

#### - عن طريق المواقع الالكترونية أو الحسابات:

وهي عبارة عن خدمة لنقل الأموال عن طريق الانترنت من طرف لطرف آخر ويتم استخدامها بشكل رئيسي لتسويق الالكتروني والشراء.» banktransfers «الأمن عن طريق الانترنت ومن أهم هذه المواقع نذكر.<sup>44</sup>

- عن طريق الحوالات المصرفية:التحويلات المصرفية هي وسيلة من وسائل الدفع الالكتروني وهي نوع من الخدمات التي تقوم به .

ا البنوك الالكترونية ويقصد بها العملية التي تتم بناءا على طلب العميل لنقل مبلغ معين إلى شخص أو جهة أخرى تسمى المستفيد،وذلك سواء تم النقل من حساب إلى حساب داخل نفس البنك أو فروعه، أو كان النقل بين بنكين في دولتين مختلفتين وفي الحالة الأخيرة يترتب على العملية صرف العملة المحلية بالأجنبية المراد تسليمها للمستفيد.

-عن طريق شركات التحويل:

وهو عبارة عن نظام الدفع النقدي السريع التي تتيح إمكانية استلام الدفعات من خلال خدمات تحويل الأموال العالمية،وذلك بتحصيلها على الوكيل المحلي لشركة المتعامل معها وذلك في ظرف يوم على الأكثر وهذا يعني أن العميل لن يضطر لانتظار وصول الشيك عبر البريد وأيضاً هناك ميزات أخرى فرسومه المصرفية منخفضة ، كما توفر لك الشركة التي تتعامل معها اختيار الدفع النقدي بالعملة التي تريدها.

<sup>44</sup> مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي بعنوان مستقبل المعاملات الالكترونية في البنوك لطالب بصديق حسين ص 25

## المطلب الثاني: الأنواع المختلفة لوسائل الدفع الالكترونية.

تطورت وسائل الدفع الالكترونية خاصة بعد انتشار عمليات التجارة الالكترونية وتطورها على الصعيد العالمي ، وفي مايلي سنعرض أهم تلك الوسائل.

01. الشيك الالكتروني:electronic checks هو المكافئ الالكتروني للصبكوك الورقية التقليدية التي اعتدنا التعامل بها وهو رسالة الكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الصك إلى مستلم الصك (حامله) ليعتمده ويقدمه للمصرف الذي يعمل عبر الانترنت.<sup>45</sup>

بمعنى أنها تستخدم لإتمام عمليات السداد الالكترونية بين الطرفين من خلال الوسيط والشيك الالكتروني يحتوي على معلومات التالية: رقم الشيك، اسم الدافع، رقم حساب الدافع، اسم البنك، القيمة التي ستدفع، وحدة العملة المستعملة، تاريخ الصلاحية والتوقيع الالكتروني للدافع.<sup>46</sup>

### -إجراءات استخدام الشيك الالكتروني:

يتم إجراء استخدام الشيك الالكتروني عموماً كما يلي:

يشترك كل من المشتري والبائع لدى البنك يقوم بعملية المقاصة نفس البنك من خلال فتح حساب جاري لكل منهما أو ربطه مع أي حساب جاري آخر، ثم بعد ذلك تحديد التوقيع

الالكتروني<sup>47</sup>

لكل منهما، ويتم تسجيله في قاعة البيانات الخاصة بالبنك.

---

<sup>45</sup> مؤلف تقود الانترنت هل تكون بديل النقد العادي الموقع <http://www.itep.co.ae/arabic>

<sup>46</sup> د.رافت رضوان، عالم التجارة الالكترونية، المنظمة العربية لتنمية الإدارية، 1999 ص 134

<sup>47</sup> بنك الإسكندرية، إدارة البحوث الاقتصادية لبنك الإسكندرية المجلد 34، 2002. ص 26.

-يتم تحديد السلعة المراد شراءها وكذا تحديد السعر الواجب دفعه للبائع والاتفاق على أسلوب الدفع .

-يقوم المشتري بتحرير شيك الكتروني ويقوم بتوقيعه بالتوقيع الالكتروني المشفر، ثم يقوم بإرسال هذا الشيك بالبريد الالكتروني المؤمن إلى البائع.

-يستلم البائع الشيك الالكتروني الموقع عليه من طرف المشتري ويقوم عليه كمستفيد بتوقيعه الالكتروني المشفر، ثم بعد ذلك يرسله إلى البنك الذي يقوم بعملية المقاصة.

-يقوم البنك بمراجعة الشيك والتحقق من صحة الأرصدة والتوقعات، وبناء على ذلك يخصم القيمة من الحساب المشتري ويضيفها إلى حساب البائع، ثم يقوم بإخطار كل منهما

بإتمام إجراء المعاملة المالية من خلال إلغاء الصك أو إعادته الكترونيا إلى حامله \_المشتري\_ ليكون دليلا على انه قد تم صرفه فعلا، ويمكن لمستلم الصك أن يتأكد الكترونيا من انه قد

تم بالفعل تحويل المبلغ لحسابه<sup>48</sup> .

#### مزايا الشيك الالكتروني :

يمتاز الشيك الالكتروني بالعديد من المزايا ،ويمكن تلخيصها فيما يلي:

من رسوم التشغيل بالمقارنة مع بطاقة الائتمان مما 50% يوفر التعامل بالشيكات

يساهم في تخفيض النفقات التي يتحملها المتعاملون بهذه الشبكات ،كما أن عملية الدفع

بالشيكات الالكترونية منخفضة التكاليف بالمقارنة مع الشيك العادي، حيث أوضحت إحدى

الدراسات في الولايات المتحدة الأمريكية أن البنوك تستخدم سنويا أكثر من 500 مليون شيك

ورقي وتكلف إجراءات تشغيلها 79 سنتا للشيك وتزايد إعداد الشيكات بنسبة 3 بالمائة سنويا و

أكدت الدراسة أن استخدام الشيكات الالكترونية يمكن أن يخفض التكلفة الى 25 سنتا.

---

<sup>48</sup>د.رضا عبيد، الآثار القانونية للتحويل المصرفي الالكتروني، ص324-332

-لا يتم تحميل الشيكات الالكترونية التي تتم عن طريق الانترنت بالرسوم التي يتم تحميلها للشيكات الورقية.

-يتم تسوية المدفوعات من خلال الشيكات الالكترونية في 48 ساعة فقط بالمقارنة بالشيكات العادية التي تتم تسويتها في وقت أطول م خلال غرفة المقاصة، و البنوك تعمل جاهدة لتقليص هذه المدة.

بالرغم من المزايا العديدة التي يحققها التعامل بالشيك الالكتروني إلا أن التعاملات به مازالت محدودة

وهذا لكونه وسيلة حديثة لم يدرك المتعاملين أهميتها بالإضافة إلى التخوف من المخاطر التي تنتج عنه.

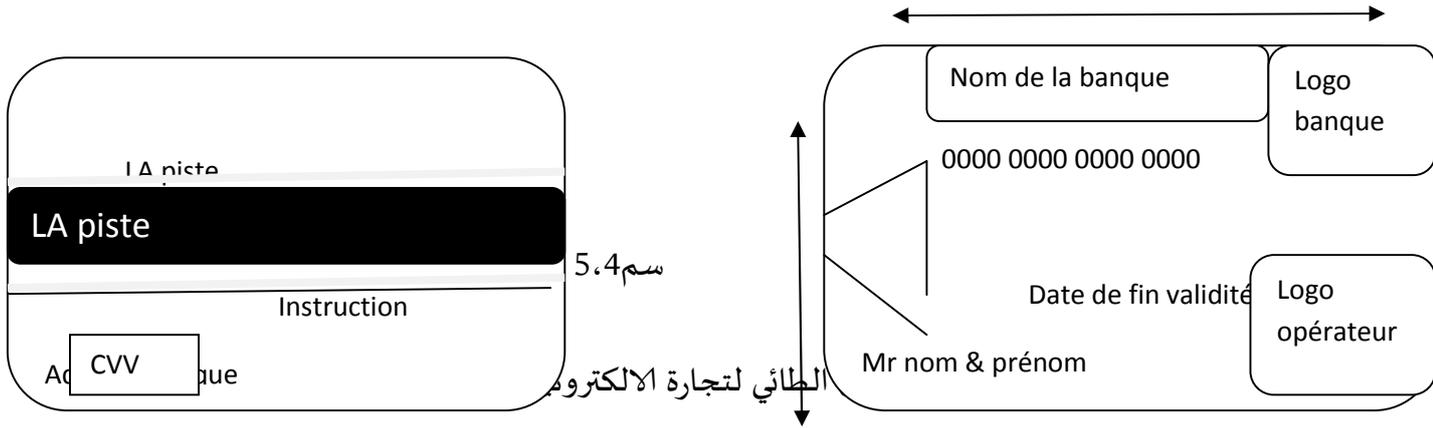
2-البطاقات البنكية الالكترونية :تعرف البطاقات البنكية على أنها عبارة عن بطاقة بلاستيكية ومغناطيسية يصدرها البنك لصالح عملائه بدلا من حمل النقود،فهي بطاقة بلاستيكية مستطيلة الشكل تحمل اسم المؤسسة المصدرة لها،وشعارها وتوقيع حاملها،وبشكل بارز على وجه الخصوص رقمها،واسم حاملها وحسابه وتاريخ انتهاء صلاحيته<sup>49</sup> فهي وسيلة دفع حديثة تقدم ميزات أفضل من تلك التي تقدمها وسائل الدفع التقليدية،ولذلك انتشر استعمالها عبرمختلف دول العالم.

الشكل يمثل أحد أشكال البطاقات الدفع الالكتروني

الشكل06: نموذج عن البطاقة البنكية الالكترونية

سم5،8

<sup>49</sup>محمد أمين الرومي، دور التسويق في القطاع المصرفي ،جامعة الجزائر 2004-ص71



بطاقة الساحب الآلي: يمكن للعميل بمقتضاها سحب مبالغ نقدية من حسابه بحد أقصى متفق عليه ويتم إصدارها من جانب البنك رغبة في عدم وجود زحم على الشباك المصرف، وكذلك لتمكين العميل من صرف المبلغ الذي يحتاجه خلال فترة التي يكون فيها البنك مغلقا، وعن طريق إدخال هذه البطاقة في الصراف الآلي الخاص بالبنك وإدخال الرقم السري وهو يتكون في الغالب من أربعة أرقام عن طريق الضغط على لوحة المفاتيح الموجودة بجهاز الصراف الآلي يظهر على شاشة الجهاز عدة اختيارات للعميل، مما يتيح للعميل تحديد المبالغ المراد سحبها، ويحرر الصراف الآلي الفاتورة أو الكشف بالأموال المسحوبة من قبل العميل مبينا فيها المكان و تاريخ الائتمان، وذلك لان العميل يسحب النقود من رصيده لدى البنك.<sup>50</sup>

بطاقة الشيكات: يتعهد فيها البنك بتسديد الشيكات التي يحررها العميل بشروط معينة، وتحتوي هذه البطاقة عادة اسم العميل وتوقيعه ورقم حسابه و الحد الأقصى الذي يتعهد بنك الوفاء به في كل شيك يحرره العميل،

ويقوم العميل بإبراز البطاقة للمستفيد و التوقيع على الشيك إضافة إلى التأكد من مدة الصلاحية البطاقة للاستعمال، وإذا تحقق هذه الشروط، وبخاصة تحرير الشيك وفقا للحد الأقصى المسموح به، وكتابة رقم البطاقة على ظهر الشيك و توقيع الساحب، فان البنك المسحوب عليه ملزم بدفع قيمة

<sup>50</sup> محمد حسين منصور -المسؤولية الالكترونية- دار الجامعة الجديدة الإسكندرية-2003ص135.

الشيك للمستفيد بغض النظر عن وجود رصيد كاف لديه من عدمه وظهور هذه البطاقة جاء نتيجة سوء الظن و عدم ثقة التجار بالشيكات التي يصدرها أشخاص لا يعرفونهم<sup>51</sup>. بطاقة الدفع: تخول حاملها سداد مقابل السلع و الخدمات حيث يتم تحويل ذلك مقابل من حساب العميل إلى حساب التاجر لذلك تعتمد هذه البطاقة على وجود الأرصدة فعلية للعميل لدى البنك و يلاحظ إن الوفاء بهذه البطاقة يتم بطريقتين ، أحدهما مباشرة تتم بقيام المشتري بتسليم بطاقته إلى التاجر والذي يمرر البطاقة علي جهاز للتأكد من وجود رصيد لهذا العميل في البنك الخاص به ، وذلك لتسديد قيمة مشتريات العميل ، وان قام العميل بإدخال الرقم السري في الجهاز وفوض البنك في تحويل المبلغ من حسابه إلى حساب التاجر ، تتم عملية التحويل مباشرة من حساب العميل إلى حساب التاجر ، تتم عملية التحويل مباشرة من حساب العميل إلى حساب التاجر ، أما الطريقة الأخرى فهي غير شرعية ، حيث بتقديم العميل بطاقته لتاجر يقوم هذا الأخير بتدوين البيانات الموجودة على البطاقة علي الفاتورة يوقع عليها العميل وتتكون من عدة نسخ ، منها إلى البنك الخاص بالعميل أو الجهة المصدرة للبطاقة لسداد قيمة المشتريات ، ثم الرجوع على حامل البطاقة بعد ذلك.<sup>52</sup>

بطاقة الصرف البنكي: تتيح هذه البطاقة لحاملها الشراء على الحساب في الحال، على أن يتم التسديد بصورة لاحقة فهي لا تضمن أي معنى للائتمان بل على حاملها أن يسدد قيمة مشترياته مباشرة بمجرد إرسال الفاتورة له ولا يتحمل جراء ذلك أي فوائد في الفترة ما بين الشراء و السداد، ولا تتجاوز الفترة الائتمان فيها مدة الشهر حيث أن المحاسبة فيها تتم شهريا ، وفي حال تأخر العميل عن السداد خلال الفترة المحددة فان البنك يحمله فوائد تتراوح ب1.5 بالمائة و1.75 بالمائة.<sup>53</sup>

بطاقة الانترنت: أصدرت شركة ماستر كارد وفيزا كارد بطاقة خاصة بالتسوق عبر الانترنت، وتتميز بما يلي:

<sup>51</sup>القضاة الفياض: الالتزامات الناتجة عن استعمال بطاقات الائتمان-المجلد 26-ع-02-الأردن-1999ص400.

<sup>52</sup>حجازي البيومي عبد الفتاح -النظام القانوني لحماية الحكومة الالكترونية -الإسكندرية-ص413.

<sup>53</sup>سعودي مجمد التوفيق-بطاقات الائتمان-دار الأمين للطباعة-مصر-2001ص15

إنها لا تستخدم في عملية الشراء المباشر، وإنما يقتصر استخدامها على الشراء أو التسوق عبر الانترنت.

هذا النوع من البطاقات محدد بمبلغ صغير نسبيا، مما يقلل المخاطر التي يتحملها صاحبها في تم التعرف على رقم البطاقة واستخدامها دون إذنه.

إنها بطاقات الائتمان؛ هي بطاقة تمكن العميل من الحصول على السلع و الخدمات من المحلات و الأماكن المعينة عند تقديمه لهذه البطاقة ويقوم البائع بالتالي بتقديم هذه الفاتورة الموقعة من العميل إلى المصرف مصدر الائتمان فيسدد قيمتها له ، ويقدم المصرف للعميل كشفا شهريا بإجمالي القيمة لتسديدها أو لخصمها من حسابه الجاري . والمتعامل لا يدفع أي فوائد على هذا الائتمان في حال سدد خلال الأجل المحدد وقد يستخدم العميل هذه البطاقة بصورة تعسفية السحب في الموزعات الآلية للنقود بمبالغ تفوق ما هو عالية متوفر في رصيده، أو الشراء بمبالغ أعلى من السقف المحدد من قبل المصدر.<sup>54</sup>

ويلاحظ أنها تختلف عن بطاقات الوفاء بان الجهة المصدرة تتعهد بالتسديد في مواجهة التاجر، عكس بطاقة الوفاء حيث أن الجهة المصدرة تقوم بالتسوية العملية بين التاجر و العميل فقط، وتختلف عن بطاقة الصرف البنكي في أن السداد يتم بطريقة مختلفة و بنسبة و مدة معينة بين متفق عليها بين حامل البطاقة ومصدرها، كما أن التاجر له الحق في استفاء حقه.

البطاقة الذكية: هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية ذات حجم قياس تحتوي في داخلها على شرائح للذاكرة تعمل بواسطة كمبيوتر يزودها بطاقة تخزينية للبيانات أبرز بكثير من تلك التي تستوعبها كالمثال على البطاقات الذكية ، بطاقة "موندكس" وهي منتج لمؤسسة (ماستر كارد) العالمية وتكتسب

---

<sup>54</sup>ابو سليمان إبراهيم عبد الوهاب -بطاقات البنكية -دار القلم دمشق -1998-ص27.

القبول على الانترنت وفي موقع التسوق العام.وقد ظهرت سنة 1990،ليظهر برنامج هونج كونج"موندكس" الرائدة سنة1996.<sup>55</sup>

لكن هذه البطاقة تواجه عدة تحديات ،فهي تتطلب تجهيزات خاصة،والتجار الذي يقبلون موندكس يجب أن يكون لديهم قارئ البطاقة في موقع الفحص لديهم،ويمكن لمستخدمي الانترنت أن يحولوا،النقد عبر الانترنت باستخدام موندكس،لكنهم يجب أن يرفقوا قارئ موندكس للكمبيوتر الشخصي الخاص بهم وذلك من أجل استخدام البطاقة ، وهذه المتطلبات أثبتت أنها حواجز لانتشار الواسع لاستخدام ونجاح موندكس وياحتواء هذه البطاقة على رقائق الكمبيوتر،فإن بطاقات موندكس يمكنها قبول النقد الالكتروني مباشرة من حساب البنك المستخدم،ويمكن لحملة البطاقات صرف نقدهم الالكتروني مع أي تاجر لديه قارئ بطاقة موندكس،ويمكن لاثنين من حاملي هذه البطاقة أن يحولوا النقد فيما بينهم( بين بطاقتيهما عبر خط التلفون،وهذه ميزة موندكس لها ميزة أخرى تتمثل في احتوائها دائما على المبالغ الصغيرة والصحيحة لآلات البيع لمختلف الأنواع، فقط صرح على من مبيعات آلات البيع لهل يحتمل أن تضيع بسبب على سبيل المثال تقرير لشركة كوكاكولا أن حوالي 25%

عدم وجود الفكة و النقد الالكتروني لموندكس يساند المدفوعات الصغيرة حتى 3 سنت.

### 3-النقود الالكترونية:

\_\_مفهوم النقود الالكترونية:تعرف النقود الالكترونية بأنها عبارة عن قيمة للعملة محددة تصدر في صورة بيانات الكترونية مخزنة على كارت الذكي أو قرص الصلب حيث يستطيع صاحبها نقل ملكيتها إلى من يشاء دون تدخل شخص ثالث.<sup>56</sup>

<sup>55</sup>مدحت صادق -أدوات و تقنيات مصرفية -دار غريب لطباعة -القاهرة-ص303.

<sup>56</sup> نسرين عبد الحميد نبيه-الجانب للقانون التجاري-القاهرة-ص 23

\_\_ خصائص النقود الالكترونية:ثنائية الأبعاد إذ يتم نقلها من المستهلك إلى التاجر دون الحاجة إلى طرف ثالث بينهما كمصدر هذه النقود مثلا فالنقود الالكترونية صالحة لإبرام الذمة ووسيلة لدفع أثمان السلع و الخدمات دون أن يقتض ذلك قيام البائع بالتأكد من حقيقة هذه النقود أم من كفاية الحساب البنكي للمشتري كما هو الحال بالنسبة لوسائل الدفع الالكترونية،حيث يتأكد البائع من مدى كفاية الرصيد الموجود في حساب المشتري.

النقود الالكترونية قيمة مخزنة الكترونيا:فالنقود الالكترونية وخلاف النقود القانونية عبارة عن بيانات مشفرة يتم وضعها في وسائل الكترونية في شكل بطاقات بلاستيكية أو على ذاكرة الكمبيوتر لشخص وذلك كما أوضحنا سالفا للنقود الالكترونية .

#### أنواع النقود الالكترونية :

1-البطاقة البلاستيكية الممغنطة: وهي هي البطاقات المدفوعة سلفا تكوم القيمة الحالية المحزنة فيها ،ويمكن استخدام هذه البطاقات لدفع عبر الانترنت وغيرها من الشبكات،كما يمكن استخدامها للدفع في نقاط البيع التقليدية .وتلخص آلية البطاقات البلاستيكية فيما يلي:يقوم المستخدم سلفا بدفع مقدار من النقود التي يتم تمثيلها بصفة الكترونية رقمية على البطاقة الذكية.

2-المحفظة الالكترونية:قد تكون بطاقة ذكية يمكن تثبيتها على الكمبيوتر أو تكون قرص مرنا يمكن إدخاله في فتحة القرص المرن في الكمبيوتر لشخص ليتم نقل القيمة منه و إليه عبر الانترنت إذ يمكن تعريفها" أنها وسيلة دفع افتراضية تستخدم في سداد المبالغ قليلة القيمة بشكل مباشر أو غير مباشر

57،

#### 4-المقاصة الالكترونية:

هي عملية تبادل المعلومات والتي تشمل البيانات وصور و الرموز الشيكات ووسائل الكترونية من خلال مركز المقاصة الالكترونية في البنك المركزي وتحديد صافي الأرصدة الناتجة عن هذه العملية في وقت محدد وتطورت هذه الخدمة حيث المقاصة كانت يدويا إلى غاية 1997و ثم الانتقال إلى المقاصة الآلية حتى 2007حلت المقاصة الالكترونية بدأ تحميل الشيكات في نفس الوقت على مستوى البنوك وذلك على النحو التالي:

"الشيكات التي تودع من قبل العملاء من الساعة 8:00 صباحا إلى غاية 14:00 ظهرا تحمل في نفس الوقت العمل ويسمح العميل سحب للمبلغ في يوم العمل التالي."

"الشيكات التي تودع بعد 14:00 ظهرا تحمل في جلسة يوم العمل الآلي ."

#### 1-أهدافها:

الانتقال من المقاصة الآلية إلى المقاصة الالكترونية.

التوقف عن تداول الشيكات الورقية إلى غاية التقاص عند مرحلة إيداعها في البنوك.

تحصيل الشيكات حتى نفس اليوم لكافة المناطق.

الحد ما أمكن من زيادة الشيكات المعادة .

2-فوائد المقاصة الالكترونية بالنسبة للبنوك:

-معرفة وضع البنك المالي في وقت محدد مسبقا.

-التوظيف الأمثل للأموال لدى البنوك.

-الحصول على المعلومات وإحصائيات دقيقة عن الشيكات ونظام الأرشفة دقيق وسريع.

-التقليل من مخاطر نقل الشيكات الورقية من وإلى البنوك.

-هناك متسع من الوقت لإرسال الشيكات مهما كان عددها.<sup>58</sup>

### المطلب الثالث:مزايا و عيوب وسائل الدفع الالكتروني

#### 1-مزايا بطاقات الدفع: بالنسبة إلى حاملها:

تحقق هذه البطاقة الكثير من المزايا ولعل أوضحها هو سهولة و يسر الاستخدام بالنسبة إلى حاملها ويكفي انه لا يستخدم معها النقود الورقية وزيادة على الوسائل تتمتع بأمان كبير بالنسبة للنقود الورقية،وبالإضافة إلى ذلك فان حاملي البطاقة الائتمانية وغيرها،هم الذين يستفيدون من الاقتراض لدى البنك أو الشركة المصدرة إلى اجل و هي عملية سهلة بالنسبة إلى حاملي البطاقات وفي هذا تمنح له ائتمان مجاني لفترات محددة كذلك فان حاملها يمكن له أن يتم له صفقة شراء فورية عن طريق الهاتف بمجرد ذكر رقمها،ومن المزايا الأخرى كذلك أن تمكن إعطاء حق الاستخدام بطاقة الائتمانية كبطاقة لإثبات الهوية عند السفر أو الطوارئ... الخ؛ وكذلك هناك ميزة أخرى هي إمكانية الحصول على السلع و الخدمات بسعر منخفض كالسكن في الفندق. وضياع هذه الوسيلة لا يمثل مشكل لحاملها بخلاف النقود الورقية وبعض الوسائط المالية الأخرى إذا ما عليه إلا أن يتقدم للإبلاغ للجهة المصدرة وتقوم هذه الأخيرة بالإعلان لدى التجارة عن رفض التعامل بها و إعطاء صاحبها بطاقة جديدة تحمل رقم جديد.

---

<sup>58</sup>حميزي سيد أحمد-المقاصة الالكترونية-الفاخرة ص121

وبالنسبة للتاجر ليس هناك أكثر أماناً وأقوى ضماناً بحقوق البائع من البطاقات البنكية ووسائل الدفع بصفة عامة ذلك أن الشركة المصدرة لها تضمن وصول حقوق البائعين.

فضلا على ذلك قد يؤدي إلى زيادة المبيعات على أساس أن حاملها لا ينظر عادة إلى الاتفاق، مثل الاتفاق بالنقود الورقية كما أن تجار التجزئة حققوا ميزة تخلصهم من اختلاسات الصندوق ومن هذا الجانب أيضا فإنها انزاحت عبئا على البائعين المتمثل في متابعة ديون الزبائن حيث أصبح يقع على

عائق البنوك والشركات المصدرة.<sup>59</sup>

بالنسبة إلى مصدرها: ثمة مزايا عديدة يحصل عليها مصدر هذه الوسائل بدليل تحقيق الأرباح (لقد بلغت أرباح سيتي بنك من حملة البطاقات الائتمانية سنة 1991 بليون دولار) وفضلا على ذلك توجد رسومات مختلفة سواء كانت المبالغ مقطوعة أو محددة بنسب مئوية من المبلغ المستخدم ويدخل ذلك في رسم العضوية ورسم التجديد والرسم المفروض على السحب النقدي.

كذلك فإن الغرامات والفوائد تعتبر من الأرباح التي يحققها مصدر البطاقة، ومن ذلك غرامات التأخير في التسديد وغرامة ضياع البطاقة... الخ.<sup>60</sup>

وفضلا عن فوائد التأخير في السداد وفوائد القرض عن طريق السحب النقدي في بطاقات الائتمان وبطاقات السفر والترقية وبالإضافة إلى ذلك فإن مصدر البطاقة يحقق ربحا من تشغيل الأموال الودائع الجارية الخاصة بحمله البطاقات ومن المجالات التجارية التي تقبلها ومن البنوك التي تصدرها مع التعاون معها.

أما بالنسبة للمجتمع: يمكن القول أن البطاقات الدولية كالفيزا وغيرها استثمارا ضخما للشركات التي تصدرها ثم أصبح بإمكان هذه الدول التي تختص الشركات مقاسمة الأرباح من ناحية الأخرى فان

---

<sup>59</sup> عبد الهادي النجار-النقود المصرفية وآلية تداولها-جامعة بيروت-2002ص49  
<sup>60</sup> عبد المطلب عبد الحميد-البنوك الشاملة وعملياتها -الإسكندرية-2000ص114.

استخدام البطاقات الائتمانية وغيرها من وسائل الدفع الالكتروني قد خفض نفقات البنك المركزي في طباعة النقود الورقية، إضافة إلى الشركات المصدرة اقتسمت مع البنك المركزي مسؤولية حماية التزوير والنقود كما أنها تساعد البنوك التجارية على إعطاء أو تقديم القروض أكبر وهو ما يعني كفاءة السياسة النقدية.<sup>61</sup>

من مزايا النقود الالكترونية نذكر:

-لا تخضع للحدود:يمكن تحويل النقود من أي مكان إلى آخر في العالم وفي أي وقت لاعتمادها على الانترنت التي لا تعترف بالحدود الجغرافية والسياسية.

-بسيطة وسهلة الاستخدام:تسهل التعاملات البنكية وذلك عبر الهواتف.

-تسرع عملية الدفع:التعاملات المالية تجرى في نفس الوقت لا تحتاج إلى وسيط.

-تشجع عملية الدفع الآمنة:عمليات دفع النقود أكثر أمانا .

-تكلفة تداولها زهيدة.

-أرخص كثيرا من استخدام أنظمة البنوك التقليدية.<sup>62</sup>

## 2-عيوب وسائل الدفع :

### أ-المخاطر الأمنية:

يعد البعد الأمني أحد أهم الموضوعات التي ثقلت العاملين في القطاع أو المتعاملين بهذه الوسيلة و الجدير بالذكر أن هذه المخاطر لا تتعلق بالمستهلك فقط وإنما تمتد إلى التاجر ومصدر البطاقة ، فقد

<sup>61</sup> عبد الهادي النجار -النقود المصرفية وآلية تداولها-مرجع سابق-ص51

<sup>62</sup> عبد الرحيم وهبية -إحلال وسائل الدفع المصرفية الالكترونية -جامعة الجزائر-2006ص24

تتعرض البطاقة الالكترونية المملوكة للمستهلك أو التاجر للسرقة أو التزييف، وقد يتم التزوير عن طريق تعديل البيانات المحزنة على البطاقات الالكترونية وعلى البرمجيات أو على القرص الصلب، قد يحدث خرق أمني إما نتيجة لعمل غير عمدي مثل محو أو تخريب موقع الانترنت، ولا تنسى القرصنة الالكترونية، فمن شأن تهديدها ولهذه التهديدات و التصرفات السابقة أن تؤدي إلى أثار أمنية قانونية ومالية خطيرة.

#### ب-المخاطر القانونية:

علاوة على المخاطر الأمنية فمن المتوقع أيضا أن تثير النقود الالكترونية بعض المخاطر القانونية منها:

-انتهاك القوانين و اللوائح مثل غسيل الأموال .

-إفشاء أسرار العميل وانتهاك السرية .

-من المسائل المهمة أيضا و التي تتعلق بالمخاطر القانونية هي مدى وضوح وشفافية الالتزامات الخاصة لكل طرف فعلى سبيل المثال تثار مسألة المسؤولية القانونية للأطراف المختلفة في حالة التزييف و الغش.<sup>63</sup>

-انتشار النقد الالكتروني يؤدي إلى التهرب الضريبي.

#### ج-المخاطر المالية:

-انخفاض عرض النقد من قبل المصرف المركزي يؤدي إلى التماذي في استعمال النقد الرقمي إلى تقليص الميزانيات المصارف المركزية ، إضافة إلى أن مجموع الودائع تحت الطلب التي يحتاجها أو يرغب بها الأفراد تنخفض ،ويؤدي إلى خفض عرض النقد من قبل البنك المركزي .

<sup>63</sup> إيهاب فوزي السقا الحماية الجنائية والأمنية لبطاقات الائتمان-الإسكندرية-2007ص165.

-انخفاض عائدات إصدار النقد:تأثيرات انخفاض الطلب على النقد المصرفي من قبل المصرف المركزي هو اضمحلال عائدات إصدار النقد،تجني البنوك المركزية في الوقت الحاضر أرباحا طائلة عبر إصدار الأوراق النقدية التي تشكل مطلوبات البنك المركزي التي لا يترتب عليها فوائد.

-تقلص دور البنك المركزي كمسير للسياسة النقدية :قد تستمر بعض البنوك المركزية في أداء دور المقرض الأخير للمؤسسات المالية الكبيرة لكن الحاجة إليه قد تنخفض بسبب نقص طلبات البنوك التجارية للسيولة من البنك المركزي.

-الحد من قدرة البنك المركزي على إجراء عمليات السوق المفتوحة:إن التوسيع في استعمال النقود الرقمية يقلص ميزانية البنوك المركزية بشكل ظاهرة وعند مستوى معين قد يفيد هذا التقلص قدرة البنوك المركزية على إجراء عمليات السوق المفتوحة أو عمليات التعقيم.

-غسيل الأموال في ظل وسائل الدفع الالكترونية:إن ظهور و انتشار التجارة الالكترونية واستعمال وسائل الدفع الحديثة في الدول،فسح المجال لإيجاد سبل جديدة أصبحت من خلالها تتم عمليات تبييض الأموال الكترونيا بسهولة وارتياح كبيرين، إذ لا تتطلب إلا دقائق و ثواني لأجل الإسراع في إخفاء هذه العمليات الإجرامية،كما تمكن وسيلة التحويل من تبييض الأموال بطريقة حديثة و سهلة بإيداعها في حسابات متعددة بالبنوك ثم تحويلها إلى عدة فروع في دول مختلفة.<sup>64</sup>

-صعوبة تحصيل الضرائب و الرسوم على المعاملات الالكترونية،سواء تعلقت بالأموال أو الخدمات ،بما فيها البنوك الالكترونية التي تنشط على أكثر من دولة مما يطرح مشكل الدولة الأحق بفرض الضريبة على أرباحها ونشاطاتها.

### المبحث الثالث:الطلب على وسائل الدفع الالكتروني

إن الواقع الذي نعيشه حتم على البنوك مواكبة التطورات فالتعامل بوسائل السداد حديثة سهل على البنوك عملية تبادل المعلومات وللمتعاملين سرعة تلقي الخدمة حتى ولو في المنزل دون الذهاب إلى المصرف فالطلب لتعامل بهذه الوسائل كان ايجابيا وان كانت تشكل بعض المخاطر، وفي هذا المبحث سنتطرق إلى حجم الطلب على أدوات الدفع الالكترونية إضافة إلى تطور حجم وتوقعات الدفع والتجارة الالكترونية في الاقتصاد العالمي وأخيرا مخاطر وتحديات أدوات الدفع الالكترونية.

### المطلب الأول: حجم الطلب على أدوات الدفع الالكترونية.

لقد تطور حجم استعمال البطاقات الذكية حيث بلغت سبة 1996 أكثر من مليون بطاقة في العالم وفي 1998 وصلت إلى 100 مليون بطاقة وحوالي 90 بالمائة منها في أوروبا ، وفي سنة 2003 وصلت إلى 6 مليون بطاقة.

الجدول الموالي يبين لنا توزيع الجغرافي لها في العالم خلال سنة 1997 و2002.

السنوات	1997	2002	البلدان
	70%	46%	أوروبا
	11%	22%	أمريكا
	14%	28%	آسيا
	05%	04%	باقي العالم

المصدر: أحمد جمال الدين موسى-النقود الالكترونية -ودورها في المصارف-جامعة القاهرة ص130

من خلال الجدول نلاحظ أن أوروبا تستعمل البطاقات الذكية أكثر مقارنة باقي البلدان، حيث وصلت سنة 1997 إلى 70 بالمائة كما نلاحظ في باقي البلدان أن نسبة الاستخدام لهذه البطاقة هي في تزايد مستمر فمثلا في الولايات المتحدة الأمريكية ارتفعت من 11 بالمائة سنة 1997 إلى 22 بالمائة سنة 2002، كما انه تشير إحدى الدراسات التي تمت على الولايات المتحدة الأمريكية انه بلغ حجم الطلب على منتجات البطاقة الذكية في عام 1992 نحو 51 مليون دولار أمريكي، وارتفعت إلى 145 مليون في عام 1996 ووصلت إلى 1550 في عام 2001، وبذلك يكون حجم الطلب السنوي قد ارتفع بنسبة 30 بالمائة ما بين 92 و61 ما بين 1996 و2001، ووفقا لنفس الدراسة فلقد وصل حجم المعاملات التي أجريت باستخدامها إلى 6 ملايين سنة 1992 و15 مليون عام 1996، و575 عام 2001<sup>65</sup>.

كما نجد النمو السريع لها في باقي الدول العالم حيث نجد في البرتغال بدأ العمل بها عام 1995 ووصل حاملها إلى 3 مليون، أما في إيطاليا فقد بدأت في 1992 ويوجد حوالي 4 مليون حامل، وبلجيكا استخدمتها عام 1995 وصل عددها حوالي 4 مليون بطاقة، أما في فرنسا فقد وصل حجم البطاقات الذكية 43.3 مليون بطاقة سنة 2002 لحوالي 60 مليون ساكن، وهذا التطور السريع الذي شهدته البطاقة الذكية ويرجع إلى عدة العوامل:

-كون البطاقة الذكية توفر الراحة و سهولة التعامل ويستطيع حاملها استعمالها في أي جهاز يحوي برمجيات تتناسب معها.

-التوسع الكبير الذي لحق البطاقات الذكية يرجع إلى التطور الكبير الذي شاهده و تشهد التجارة الالكترونية حيث بلغ حجم التجارة الالكترونية سنة 1998 على مستوى العالم 84 مليار دولار وارتفع في عام 2000 إلى 377 مليار دولار<sup>66</sup>.

---

<sup>65</sup> أحمد جمال الدين موسى-النقود الالكترونية ودورها على المصارف-جامعة القاهرة 2001 ص 128  
<sup>66</sup> د.حسن شحادة الحسين-مرجع سبق ذكره ص 195.

-إمكانية استخدامها في الضمان الاجتماعي والمعاش الحكومي، حيث يستطيع المستفيدين الحصول على مستحقاتهم بتحميل البطاقة بقيمتها من آلة الصرف الآلي أو أي مركز إلكتروني يتم تحديده .

-أما بالنسبة إلى النقود الإلكترونية فإن استخدامها مزال ضعيف مقارنة بوسائل الدفع الإلكترونية الأخرى التي عرفناها سابقا، حيث تعد الولايات المتحدة الأمريكية من أول الدول التي عرفت النقود الإلكترونية حيث نجد استخدام هذه الأخيرة يتم في شكل نظام البطاقة الذكية ولقد ارتفع حجمها من 51 مليون دولار عام 1992 إلى 145 مليون دولار في عام 1996 بمعنى زاد بنسبة 30 بالمائة.<sup>67</sup>

أما في ألمانيا فقد ارتفع حجم النقود الإلكترونية من مليون مارك ألماني عام 1997 إلى 1238 مليون مارك ألماني سنة 1998، بالنسبة للنقود المستخدمة بالفعل فهي لم تتجاوز 160 مليون مارك ألماني عام 1998. أما في أوروبا فنلاحظ أن حجم النقود الإلكترونية في تزايد ولكن بصورة ضعيفة مقارنة بوسائل الدفع للإلكترونية الأخرى، وخاصة البطاقات المصرفية---التي رأينا أن حجم الاستخدام أو الطلب عليها في تزايد مستمر وهذا راجع إلى العديد من العوامل المؤثرة في حجم التعامل بالنقود الإلكترونية نذكر منها :

-ارتفاع تكلفة استخدام النقود الإلكترونية .

-مدى تقدم الصناعة المصرفية و المالية.

-مدى انتشار أجهزة الحاسب الآلي.

-معدل انتشار شبكة الانترنت.

-نمو التجارة الإلكترونية.

---

<sup>67</sup> [http :/www .clevelandfed.org/research/workpaper/1998/WP9820.Pdf](http://www.clevelandfed.org/research/workpaper/1998/WP9820.Pdf)

أما بالنسبة لحالة الدول العربية في مجال التعامل بالنقود الالكترونية فإن لأغلبها لازالت لم تدخلها في تعاملاتها المالية، لذا من أفضل لها ان تستعد لتواكب هذا التطورات حتى لا تجد نفسها ضمن نظام مالي دولي مفروض عليها دون توقع واستعداد وما ذلك وما لذلك من آثار على جهازها المصرفي واقتصادها ككل.

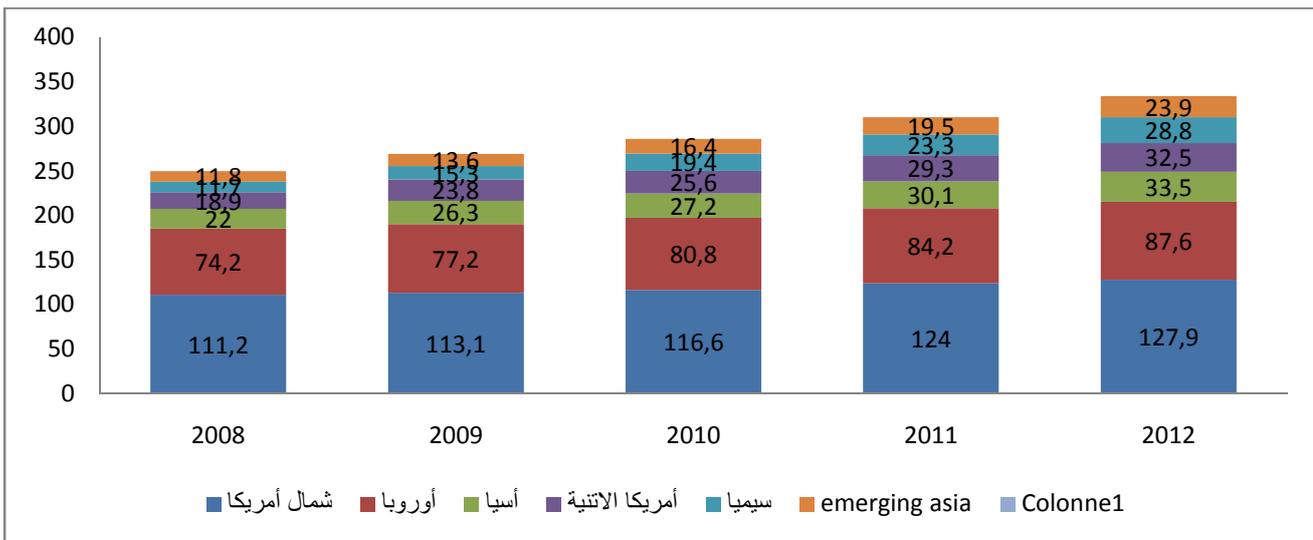
### المطلب الثاني: تطور حجم وتوقعات الدفع والتجارة الالكترونية في الاقتصاد العالمي.

أدرجنا هذا المطلب كمثال من تطورات حجم الدفع الالكتروني في العال تأكيداً على أنه هناك اتجاهها سريعاً في التحول نحو الدفع الالكتروني مقارنة بالدفع التقليدي .

### الفرع الأول: تطور حجم الدفع الالكتروني حسب الأقاليم في العالم وحسب وسائل الدفع.

#### 1-تطور حجم الدفع الالكتروني حسب الأقاليم: سيتم توضيح ذلك من خلال الشكل التالي :

#### الشكل رقم 07 يمثل تطور حجم الدفع الالكتروني حسب الأقاليم في العالم:



من خلال الشكل وحسب التقرير العالمي للدفع الالكتروني لسنة 2014 يتضح أن هنالك تطورا ملحوظا في حجم الدفع الالكتروني في الأقاليم المختلفة عبر العالم، حيث بلغ حجم 334.3 بليون دولار بعدما كان 249.8 بليون دولار سنة 2008. أي بمعدل ارتفاع قدره 33.80 بالمائة. وعلى مدار أربعة سنوات. وكانت أعلى نسبة في حجم الدفع الالكتروني إقليم شمال أمريكا يليه أوروبا ثم آسيا ثم أمريكا اللاتينية. هذا و يتوقع خبراء في أنظمة الدفع الالكتروني أن نسبة 70 بالمائة من المعاملات المالية للأفراد سوف تكون عبر الدفع الالكتروني والدفع عبر الهاتف بحلول 2020.

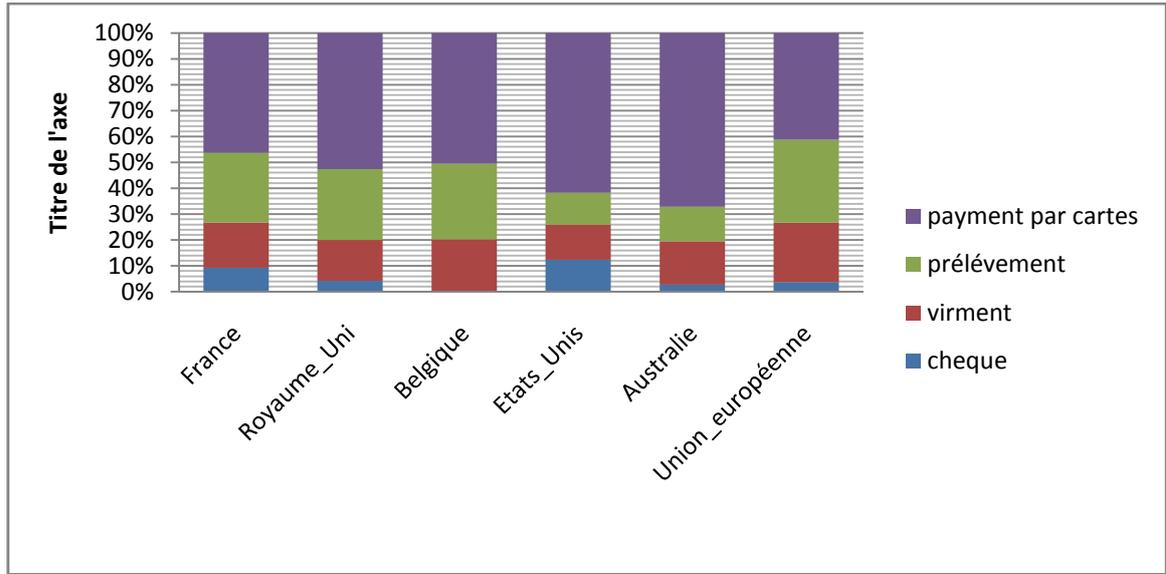
2-تطور حجم الدفع الالكتروني حسب وسائل الدفع: في 20 سنة الأخيرة وقع تغيير في عدد من المعاملات من قبل وسائل الدفع بشكل ملحوظ، فلقد تغير سلوك المستهلك من خلال استخدامه البطاقة البنكية إلى حد كبير، والتي حلت محل الاقتراعات، والتحويلات و الشيك بدرجة كبيرة خاصة في الاتحاد الأوروبي<sup>68</sup>.

أما في استراليا والولايات المتحدة الأمريكية وانجلترا وفرنسا فان التعامل بالبطاقة نال أكبر نسبة مقارنة بوسائل الدفع الأخرى. كما يوضحه الشكل الموالي :

الشكل رقم 07 يمثل مستقبل وسائل الدفع

---

<sup>68</sup> En matière de revenue liés aux paiements, le marché européen est estimé a 34 milliards d'euros essentiellement générés par les revenus liés aux cartes (cotisations, commissions DAB, commissions d'interchange et commissions d'acquisition) a hauteur de 67% (26 milliards d'euros)



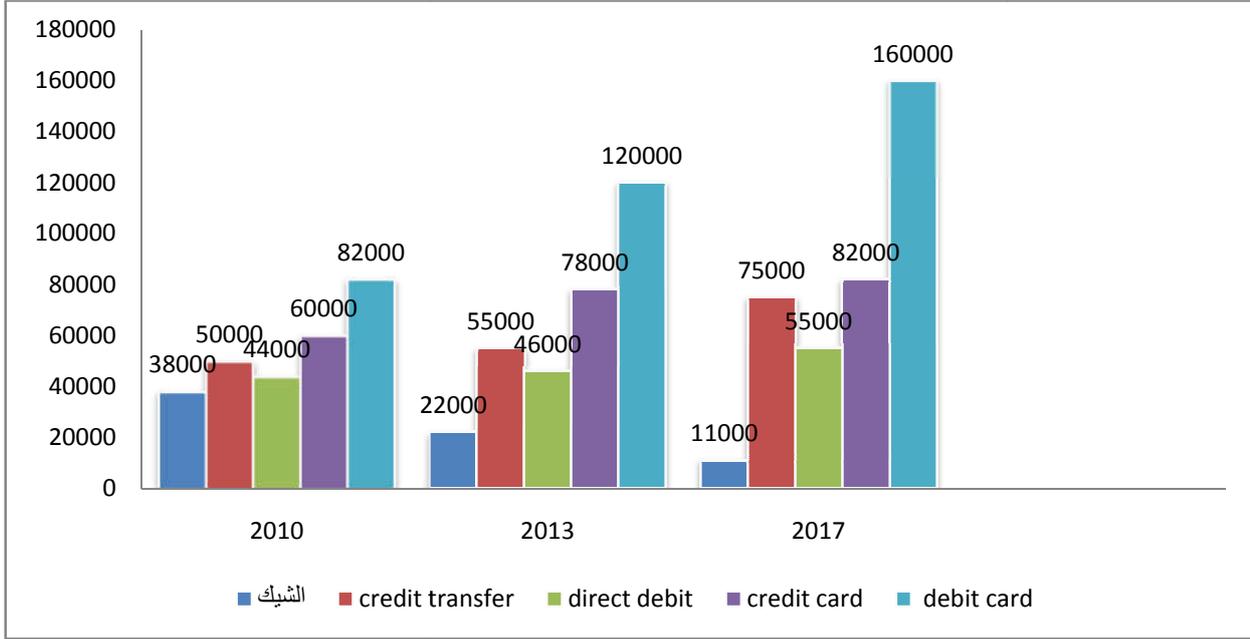
SOURCE :GeorgesPauget et EmmanuelConstans,L'Avenir des moyens de paiement enFrance,paris,France,Mars2012,p,38.

إن هذا الزيادة الملحوظة تؤكد استمرارية التحول من الدفع بالعملة النقدية إلى البطاقات المصرفية لشراء السلع و الخدمات، أو التحويلات و الاقتطاعات الالكترونية،والى زيادة النمو و الثقة في الاقتصاد المحلي للدولة.ويتوقع أن يشهد القطاع نموا قويا خلال المرحلة المقبلة يعكس النمو الذي تحقق في حجم التعاملات عبر بطاقات مثل فيزا كارد أظهرت توجهها قويا من قبل المتعاملين لتفضيل استخدام البطاقات الالكترونية عن النقود. هذا دليل على أن المتعاملين أصبحوا يتمتعون بمزيد من المعرفة و الاطلاع حول سلامة وأمان استخدام البطاقات ،ووثقة أكبر عند استخدامها في العمليات الشراء و الدفع .أما عربيا فتعتبر دبي مدينة مثالية بالنسبة للدفع الالكتروني ،حيث تتمتع بالبنية التحتية التي تساعد على زيادة التبني بالنسبة لخدمات الدفع الالكتروني ،والدفع عبر الهاتف المحمول.

الفرع الثاني:توقعات بخصوص الدفع الالكتروني و التجارة الالكترونية

1-مستقبل وسائل الدفع الالكترونية:يمكن توضيحها من خلال الشكل الموالي:

الشكل رقم 08 يمثل مستقبل حجم الدفع الالكتروني.



SOURCE : Noncash Payment : Global Trends and Forecasts ,Edition 2014.

من خلال الشكل يبرز اثنان من الاتجاهات ،الأول يتمثل في بطاقات الخصم التي عرفت أكبر مستويات النمو خلال الفترة 2008-2013، ويعود جزء من هذا النمو على حساب أنواع الدفع الأخرى، ولكن ينظر العديد من المستهلكين والمتعاملين إلى وسائل الدفع الالكترونية كبديل مباشر للنقدية، واستخدام تلك الأموال لدفع، والتقليل من العمليات النقدية<sup>69</sup>. وبلغ حجم التعامل غير النقدي 345.7 بليون سنة 2013، ويتوقع أن يصل حجم المعاملات الالكترونية سنة 2017 إلى 411.2 بليون.

الاتجاه الرئيسي الثاني هو الشيكات والتي في انسحاب رهيب بها على وجه السرعة في جميع اقتصاديات العالم، مع انخفاض معدل النمو السنوي 11.2 بالمائة<sup>70</sup>، فلاعتقاد الوشيك من أن استخدام الشيكات في بعض اقتصاديات الدول سيزول نهائيا في المستقبل. ويستند هذا التقرير على قاعدة بيانات في

<sup>69</sup> Gareth Lodge ;Global Non-Cash Payment ?Trends and Forecats ,Industry Trends ;Decembre 3,2014

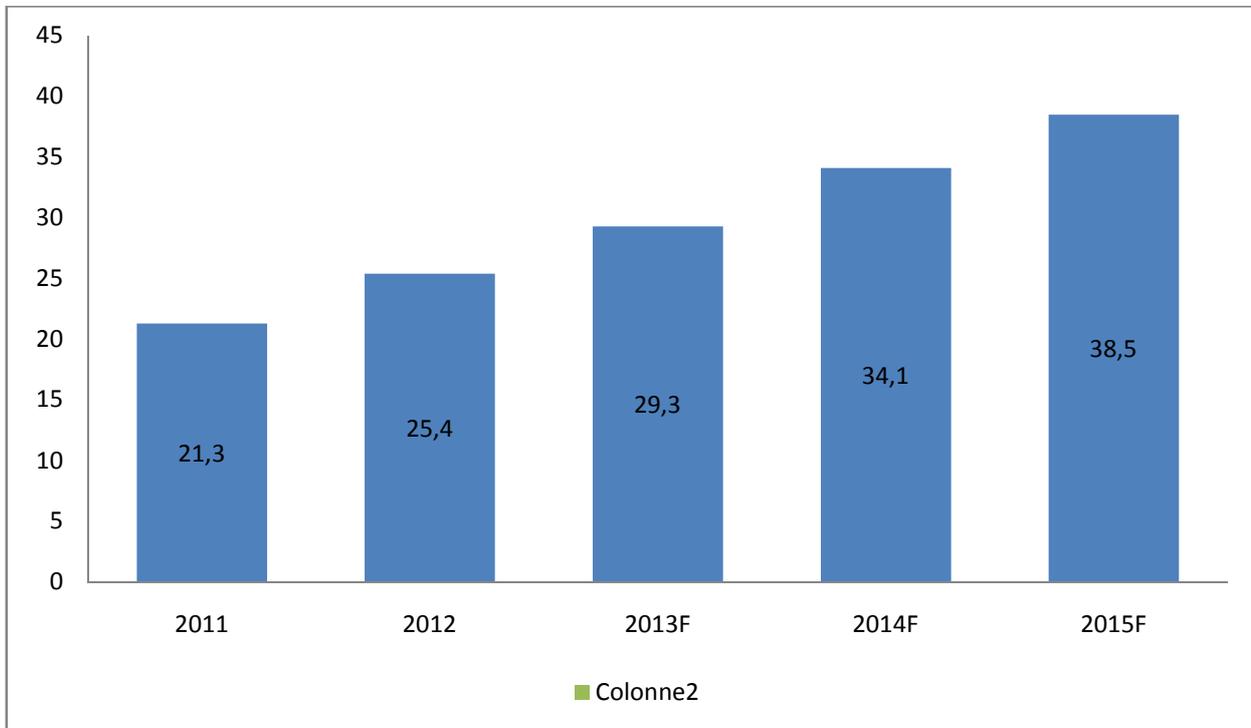
<sup>70</sup> Compounded Annual Growth rate ,et Taux de Croissance Annuel ,Moyen.

المدفوعات العالمية، وعلى البيانات التي تم جمعها على جوانب أخرى كثيرة من البيئة التنظيمية لأعداد الاشتراكات الهاتف المحمول وأعداد أجهزة الموزع الآلي.

## 2- توقعات نمو حجم التجارة الالكترونية:

تتوقع أحدث الإحصائيات زيادة نمو التجارة الالكترونية العالمية خلال السنوات المقبلة لترتفع قيمتها، والشكل الموالي يوضح ذلك:

الشكل رقم 09 يمثل توقعات نمو التجارة الالكترونية.



SOURCE :World Payment Report ;capgemini,RBS,2014,p,22

من خلال الشكل أعلاه كان يتوقع أن يصل حجم التجارة الالكترونية عالميا إلى 38.5 بليون دولار سنة

بعدها كان 21.3 بليون دولار سنة 2011 و25.4 بليون دولار سنة 2012. وهذا إن دل على شيء إنما يدل على الشروع الكبير لأنظمة الدفع الالكترونية، والقابلية الكبيرة لاستخدام وسائل الدفع الالكترونية كالبطاقات المصرفية، والتقليل من استخدام النقود الورقية والمعدنية.

وهذا تأكيدا لما ذكرناه سابقا أن المتعاملين على سبيل مثال أصبحوا يعتمدون على حلول الدفع الالكترونية من خلال محاولة البنوك و المؤسسات المالية تحفيز عملائها نحو التعامل الالكتروني عبر عروض البطاقات للدفع الأجل، وتناول التقرير في هذا الجزء حجم نمو استخدام الانترنت في العالم العربي الذي يقدر نحو 40 بالمائة في عام 2014 مقارنة بعشرة أعوام مضت أو أقل. حيث كان عدد المستخدمين عام 2004 يقدر بحوالي 28 مليون مستخدم ثم أصبح 128 مليون عام 2014 وهذا بالفعل يقدر بأربعة أضعاف.

وتعتبر كل من الإمارات العربية المتحدة، المملكة العربية السعودية، جمهورية مصر العربية ودولة الكويت، الدول التي تعتبر في الصدارة الدول العربية من حيث الاستخدام الانترنت بشكل عام والتجارة الالكترونية بشكل خاص.

## المطلب الثالث: مخاطر وتحديات أدوات الدفع الالكتروني .

في إطار تنفيذ العمليات المصرفية الالكترونية وما يرافقها من تغييرات في بيئة الأعمال 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 ،لذلك فان عرض هذه المخاطر يعد ضروريا والوقوف على أبعادها كما يلي:<sup>71</sup>

### 1-مخاطر خرق أنظمة الأمان والحماية:

لشبكة المعلومات hackers تتميز عمليات الدفع الالكترونية بإمكانية اختراقها من قبل القرصنة إلا أن التطوير يقدم كل يوم حولا لسيطرة على مثل هذه المخاطر بدءا من استعمال كلمة السر إلى firewall. إلى حوائط النارية secure البرامج المؤمنة إلى pin nember الرقم الشخصي

### 2-مخاطر التشغيل:

تنشأ هذه المخاطر نتيجة عدم توفر وسائل التأمين الكافية للنظم أو عدم تصميمها أو انجازها أو نتيجة الخطأ في معلومات، أو خطأ في تشغيل البرمجيات ويمكن أن تتمثل فيما يلي:

--عدم التأمين الكافي للنظم:

---

بدون مؤلف -الضوابط و الرقابة للعمليات المصرفية الالكترونية وإصدار وسائل الدفع للنقود الالكترونية -جامعة  
71القاهرة ص07

وهي تتعلق بعدم توفر وسائل الأمن الكافية لتنظيم حسابات المصرف مما يتيح إمكانية احتراقها من قبل أشخاص غير مرخص لهم بذلك حيث يتم التعرف على المعلومات الخاصة بالعملاء واستغلالها سواء كان ذلك من خارج البنك أو من العاملين فيه.

1-عدم ملائمة تصميم النظم أو انجاز العمل أو أعمال الصيانة :وهي تنشأ بسبب عدم كفاءة النظم أو إخفاقها في مواجهة متطلبات المستخدمين وعدم السرعة في حل المشكلات وصيانة النظم خاصة إذا ما تم الاعتماد على مصادر من خارج البنك لتقديم الدعم الفني بشأن البنية التحتية اللازمة.<sup>72</sup>

2-إساءة الاستخدام من قبل العملاء:يحدث ذلك بسبب عدم إحاطة العملاء بإجراءات التأمين الوقائية الواجب القيام بها أو السماح لعناصر غير مرخصة بالدخول على الشبكة أو القيام بعمليات غسل أموال باستخدام المعلومات للعملاء الشخصية .

لقد كانت الزيادة في صناعة الخدمات المالية والالكترونية والتسابق بين المؤسسات المالية المصرفية في هذا المجال أثرا كبيرا على زيادة المخاطر، لذلك ظهرت العديد من القضايا التي أثرت على حجم ونوعية التحديات والمخاطر المصرفية التي ترتبط بتحقيق الأتي:

--مدى توفر الإدارة المصرفية والموظفين ذوي الخبرة اللازمة في مجالات تكنولوجيا للمعلومات والعمليات المصرفية الالكترونية.

--وجود معايير قياسية تتعلق بإمكانية تلاقي عمليات لاحتيايل المالي والتحقق والتأكد من هوية العميل في بيئة الشبكات المفتوحة.

--مدى وجود استقرار اقتصادي ومناخ استثماري وضرائي ومالي جاذب وملائم.

--مدى وجود حماية للبرمجيات وقاعدة البيانات التي يعتمد عليها المصرف في تشفير عملياته الالكترونية.

--مدى قيام السلطة النقدية بدورها في مراقبة أنشطة البنوك المتصلة بالصرافة الالكترونية.<sup>73</sup>

### 03.مخاطر التعرض RISK EXPOSURES

وهي مخاطر التي تنتج بسبب إخفاء بعض الأنظمة في تحقيق الرقابة على كافة المراحل التي تمر بها العمليات المصرفية الالكترونية، وضمان عدم إجراء تعديلات على رسائل العملاء أثناء انتقالها عبر القنوات الالكترونية، وضمان المحافظة على سرية المعاملات .

---

<sup>73</sup>د.موسى خليل متري—القواعد القانونية الناظمة للصرافة الالكترونية—الجزء الأول- جامعة القاهرة 2007ص244.

## خلاصة الفصل:

إن وسائل الدفع الحديثة هي أدوات مقبولة ومطلوبة اجتماعيا من أجل تسهيل المعاملات الخاصة بتبادل المعلومات والخدمات منها البنكية، وهي مرحلة أفرزتها المشاكل الناجمة عن الخدمات التقليدية حيث جاءت كبديل عنها تسهل العمليات في خضم دعامة السرعة التي يتميز بها الميدان الاقتصادي والتجاري على وجه الخصوص .

وظهور البنوك الالكترونية والتطور التكنولوجي بالإضافة إلى شبكة الانترنت ساهم في تعدد وسائل الدفع الحديثة، وقد كانت التجارة الالكترونية الحديثة مدعمة لأدوات الدفع الالكتروني بحيث تمثل طرق الدفع عن طريق شبكة الانترنت ذات قبول واسع عالميا، ولقد اتخذت عدة أشكال منها: البطاقات البنكية، الشيكات، النقود الالكترونية والمقاصة الالكترونية، حيث شهدت هذه الأدوات تطورا ملحوظا ساهم في ازدهار الاقتصاد العالمي، رغم المخاطر والتحديات التي واجهتها .

## الفصل الثالث

تمهيد:

سمح التطور التكنولوجي الهائل في مجال الإعلام والإتصال والبنية التحتية المصرفية، في كثير من الدول المتطورة بخلق أنظمة دفع إلكترونية متطورة وغير مكلفة مقارنة بأنظمة الدفع التقليدية، التي لم تعد فعالة في عصر يتطلب السرعة في مجال معالجة المعاملات والصفقات مما أوجب على البنوك الجزائرية ضرورة التكيف مع المتغيرات والتطورات المحيط الجديد وهذا بالسعي الى الابتكار منتجات وخدمات جديدة تتناسب مع تطلعات زبائنها الذين أصبحوا يطمحون لخدمات أرقى وأسرع وقد كان بنك المؤسسة العربية المصرفية من السابقين لتطوير خدماته ومواكبة الجديد في مجال التكنولوجيا المصرفية .

يعمل بنك المؤسسة العربية المصرفية كغيره من البنوك على ادخال مفهوم جودة وتطوير الخدمات المصرفية، في نمط التسيير من خلال استخدامه لحدث التكنولوجيا على مستوى وكالاته لتسهيل تقديم خدماته وتوفير الوقت والجهد في آن معا، بالإضافة الى إعادة رسكلة موظفيه لمسايرة التطورات الحاصلة على مستوى البنك .

قمنا بتقسيم الفصل الى ثلاث مباحث كمايلي :

المبحث الأول: نظرة عامة عن المؤسسة العربية المصرفية .

المبحث الثاني: مدى استخدام بنك المؤسسة العربية المصرفية لخدمات وسائل الدفع الإلكتروني .

المبحث الثالث: دراسة احصائية لوسائل الدفع الحديثة لبنك المؤسسة العربية المصرفية .

## المبحث الأول : نظرة عامة عن المؤسسة العربية المصرفية .

الجزائر كغيرها من الدول النامية تسعى الى الدخول في عالم تكنولوجيا الإعلام و الإتصال و تفعيل استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في كافة المجالات ، قصد مواكبة التطورات في الصناعة المصرفية العالمية، حيث عمدت البنوك الى الإستثمار في هذا المجال لتطوير خدماتها المصرفية و لمواجهة المنافسة على المستوى المحلي و الدولي .

### المطلب الأول: تقديم المؤسسة العربية المصرفية .

هو مصرف عربي مقره البحرين. أسس المصرف في 17 يناير 1980 من طرف حكومات البحرين، أبوظبي وليبيا برأس مال بلغ مليار دولار. للمصرف فروع في 9 بلدان عربية: البحرين، الإمارات، العراق، لبنان، الأردن، مصر، ليبيا، تونس، الجزائر. كما له حضور في سنغافورة، أوروبا والقارة الأمريكية. يبلغ رأسماله حاليا 1.7 مليار دولار موزعا كالتالي: هيئة الاستثمار الكويتية 28.61%، مصرف ليبيا المركزي 28.46%، وجهاز أبوظبي للاستثمار 26.56% فيما يتم تداول أغلب النسبة الباقية في سوق البحرين للأوراق المالية. بلغت أصوله سنة 2005 17.588 مليار دولار وبلغت قيمته السوقية 2.65 مليار دولار في 10 نوفمبر 2007.

سُجِّل مصرف ABC (المؤسسة العربية المصرفية) إبَّان تأسيسه كشركة مساهمة موحدة بتاريخ 17 يناير 1980 بمرسوم أميري صادر في مملكة البحرين، ومنحت ترخيص مزاولة الأعمال المصرفية لبنوك الأوفشور من قبل مؤسسة نقد البحرين (مصرف البحرين المركزي حاليا) بتاريخ 7 أبريل 1980.

وفي نفس التاريخ شرعت المؤسسة في مزاولة أنشطتها برأس مال مصرح به قدره مليار دولار أمريكي. بحلول أبريل 1981، كان الشركاء الثلاثة الأصليون قد دفعوا مبلغ 750 مليون دولار من رأس المال

بالكامل، وهم كل وزارة المالية في حكومة الكويت وفي ما بعد تم تحويله إلى الهيئة العامة للاستثمار، ولأمانة اللجنة الشعبية العامة للخزانة في الجماهيرية العربية الليبية الشعبية الاشتراكية.

وفي ما بعد تم تحويلها إلى مصرف ليبيا المركزي، وجهاز أبوظبي للاستثمار. واستمر كل طرف مؤسس بامتلاك ثلث الأسهم لغاية عام 1990، حيث تمت زيادة رأس المال المعتمد أواخر عام 1989 إلى 1.5 مليار دولار أمريكي، تلا ذلك إدراج أسهم المؤسسة في بورصة البحرين بالتزامن مع زيادة رأس المال المدفوع إلى مليار دولار أمريكي باكتتاب عام في البحرين واستثمارات دولية خاصة.<sup>74</sup>

---

<sup>74</sup> وثيقة مقدمة من طرف رئيس مصلحة القروض لبنك المؤسسة العربية المصرفية.

المطلب الثاني : نشأة وتعريف بنك المؤسسة العربية المصرفية بالجزائر (مستغانم).

تأسس بنك المؤسسة العربية المصرفية الجزائرية من خلال إنشاء مكتب تمثيلي في عام 1995، ما مكّن بنك ABC (المؤسسة المصرفية العربية) من تطوير تعزيز روابط التعاون مع المؤسسات المالية الجزائرية. ونظراً لتنامي اهتمام مجمع بنك ABC بالسوق الجزائري، فقد تحول المكتب التمثيلي إلى بنك كامل في ديسمبر 1998، بقرار من مجلس النقد والقرض في 24 سبتمبر 1998. وهكذا نشأت المؤسسة العربية المصرفية -الجزائر، التي تم تسميتها تحت الاسم التجاري لبنك ABC الجزائر، والتي أصبحت بالفعل أول بنك خاص دولي يستقر في الجزائر.

بدأ نشاطه في 02 ديسمبر 1998 مع افتتاح وكالته الرئيسية في بئر مراد رايس. يمارس عمله الآن في بيئة اقتصادية وبنكية مليئة بالتغيرات والتقلبات.

ومع التوسع المستمر أصبح لبنك ABC شبكة فروع منتشرة في جميع أنحاء البلاد، حيث لديه الآن 17 وكالة تنفيذية والتي سيتم توزيعها إلى 35 وكالة لتكون الأقرب إلى عملائها في جميع أنحاء البلاد.<sup>75</sup>

تقديم وكالة بنك ABC الجزائر بمستغانم:

أنشأت وكالة بنك ABC مستغانم في 03 جوان 2010، وتقع في 09، ساحة الثقافة، طريق وهران، سالامندر، مستغانم، تبلغ مساحتها 350م<sup>2</sup> ومجهزة بكافة الوسائل الحديثة، ويبلغ عدد موظفيها 6 موظفين كلهم اطارات.<sup>76</sup>

<sup>75</sup> <https://www.bank-abc.com/world/Algeria/Ar/AboutABCNew/Pages/default.aspx>

<sup>76</sup> - وثيقة مقدمة من طرف رئيس مصلحة القروض لبنك المؤسسة العربية المصرفية.

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لبنك المؤسسة العربية المصرفية.

الهيكل التنظيمي للوكالة فهو كالتالي :

#### 1-مدير الوكالة :

ويعتبر الممثل الرئيسي للبنك على مستوى الوكالة وهو المسؤول عن توفير التنظيم الإداري و التشغيلي للوكالة و تنميتها التجارية مع الإهتمام المستمر بإدارة الجودة و المخاطر، كذلك تحقيق الأهداف الإستراتيجية و المالية التي حددتها ادارة البنك، و ضمان الشفافية الإقتصادية للبنك و إدارة ميزانية الوكالة و كذلك من مهامه السهر على مراقبة نظامية للحسابات في الوكالة و التأكد من سير العمليات الإدارية و التشغيلية و إجرائها في اطار القانون .

#### 2-مندوب إداري :

لدى المندوب الإداري مجموعة من المهام الرئيسية كتوفير ضمان إجراء عمليات (back office) مع احترام القوانين المعمول بها في البنك في اطار الجودة و الدقة، كذلك يقوم بإدارة الحسابات و الحفاظ على ملفات العملاء و تسيير دفاتر الصكوك و التصريح بالشيكات غير المدفوعة، كذلك تجهيز المعاملات على الفواتير و الشيكات و التحويلات ،وفقا للإجراءات و إدارة السندات و جميع الأوراق التجارية.

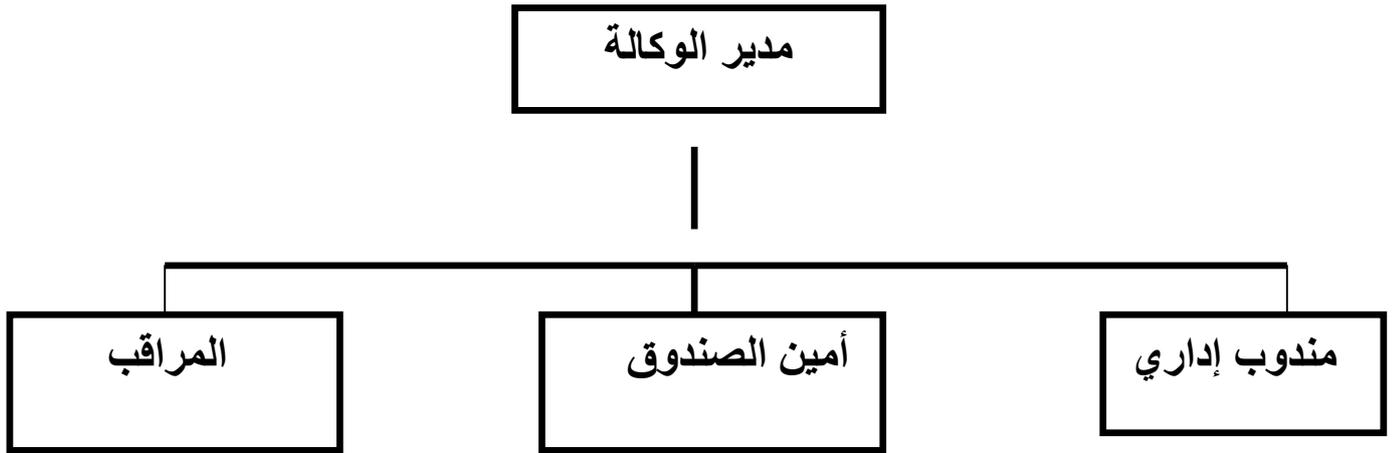
#### 3- أمين الصندوق:

وهو المسؤول عن الصندوق و عن الضمان بشكل مستمر عمليات الصندوق مع العملاء و حسن سيرها احتراماً للممارسات و الإجراءات السارية المفعول بها في البنك ، كما يسهر على ضمان تسوية الحسابات.

#### 4-المراقب :

مهمة المراقب الأساسية هي ضمان حسن المراقبة على جميع المعاملات التي تقوم بها الوكالة، ايضاً التحقق من العمل اليومي الجاري للشباك و الصندوق للزبائن من أفراد و مؤسسات و القيام بالمراجعة الداخلية و المراقبة الحسابات و صحة المعلومات و انسجامها مع المعلومات.<sup>77</sup>

الهيكل التنظيمي لوكالة بنك المؤسسة العربية المصرفية بمستغانم .



- من اعداد الطالبتين بناء على معلومات مستخرجة من الوثائق الداخلية للبنك .

<sup>77</sup> - وثيقة مقدمة من طرف رئيس مصلحة القروض لبنك المؤسسة العربية المصرفية.

المبحث الثاني : مدى استخدام بنك ABC لخدمات وسائل الدفع الإلكتروني .

نظرا للتقدم التكنولوجي استوجب على بنك ABC تقديم مجموعة متكاملة من خدمات والوسائل الدفع البنكية الإلكترونية .

المطلب الأول : أنظمة ووسائل الدفع الإلكتروني في بنك ABC .

يسعى بنك المؤسسة العربية المصرفية الى تحديث وسائل الدفع الإلكتروني بهدف :

1-تخفيض تكاليف العمليات البنكية و اختصار الوقت .

2-جعل الزبون محور النشاط البنكي.

3 تقديم للزبون خدمات عالية الجودة.

أولا : وسائل الدفع الإلكتروني :

يتيح بنك ABC لزيائنه وسائل الدفع الإلكتروني التالية :

\*بطاقات (CIB) CARTE INTERBANCAIRE :

هي بطاقة برقاقة و مسارتستعمل للسحب من خلال GAB وDAB، و الدفع من خلال TPE بالنسبة

للتجار المجهزين بهذا الأخير، يمكن استعمالها 24/24 ساعة و 7/7 أيام ، و تقدم للزيائنه الذين

يطلبونها وفق شروط و هناك نوعان :

\*بطاقات CIB كلاسيكية LA CARTE CIB CLASSIQUE : موجهة الى زيائنه البنك الذين لا يتجاوز

دخلهم الشهري 60.000.00 دج .

-بطاقات CIB الذهبية LA CARTE CIB GOLD : موجهة الى زبائن البنك الذين يتجاوز دخلهم

10.000.00 دج .

الحصول على بطاقة CIB:

أولاً يتم ملاً استمارة للعقد المنشأ حول المعلومات الخاصة بالزبون من الإسم اللقب و نوع الحساب المفتوح لدى البنك و رقم الحساب و الدخل الشهري و عليه يتم تحديد الزبون نوع البطاقة .

ثانياً : أنظمة الدفع الإلكتروني في بنك ABC :

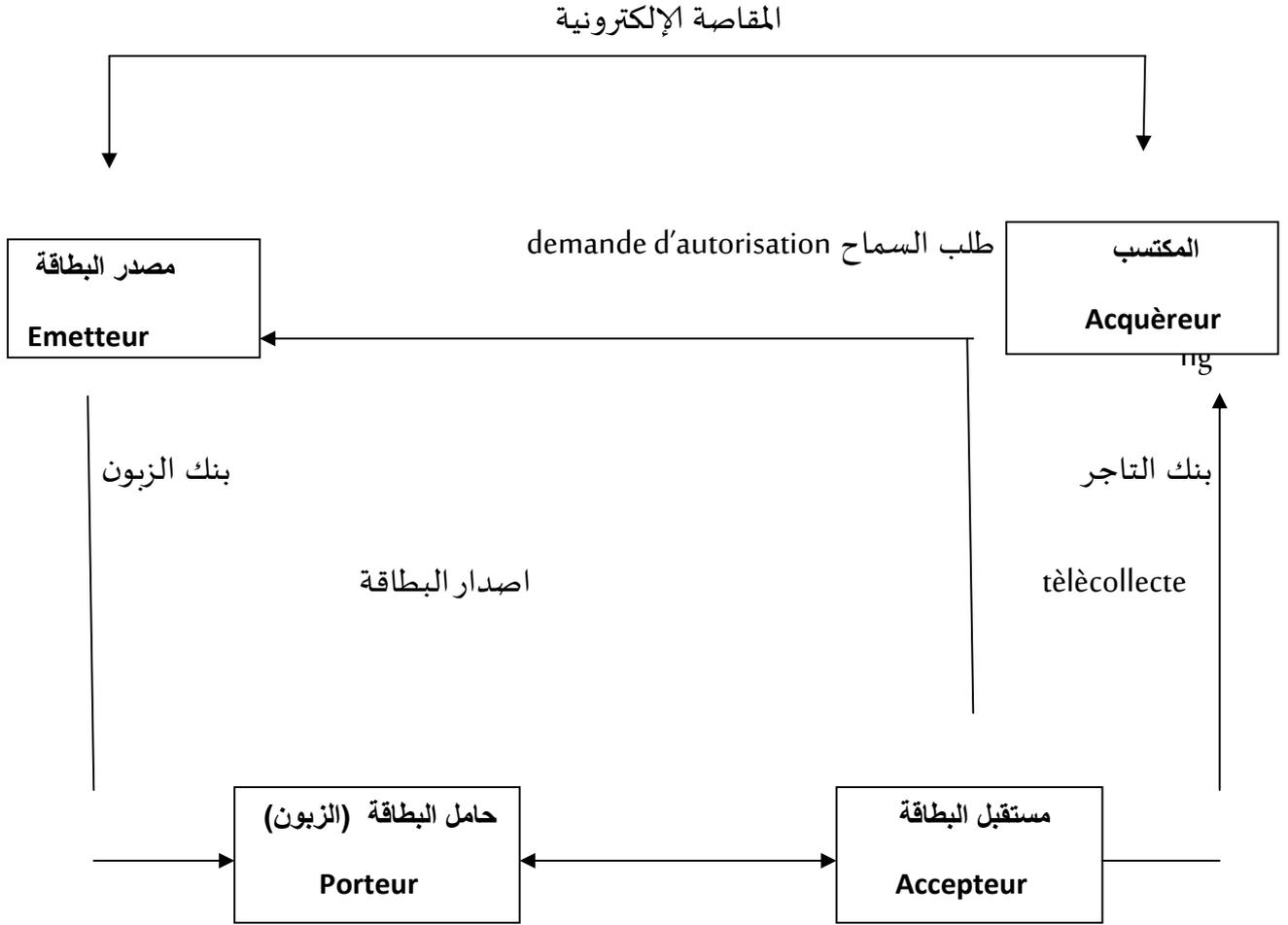
يتيح بنك ABC أنظمة الدفع الإلكتروني التالية :

1.الموزع الآلي للنقود DAB DISTRIBUTEUR AUTOMATIQUE DES BILLETS : هو آلة أوتوماتيكية

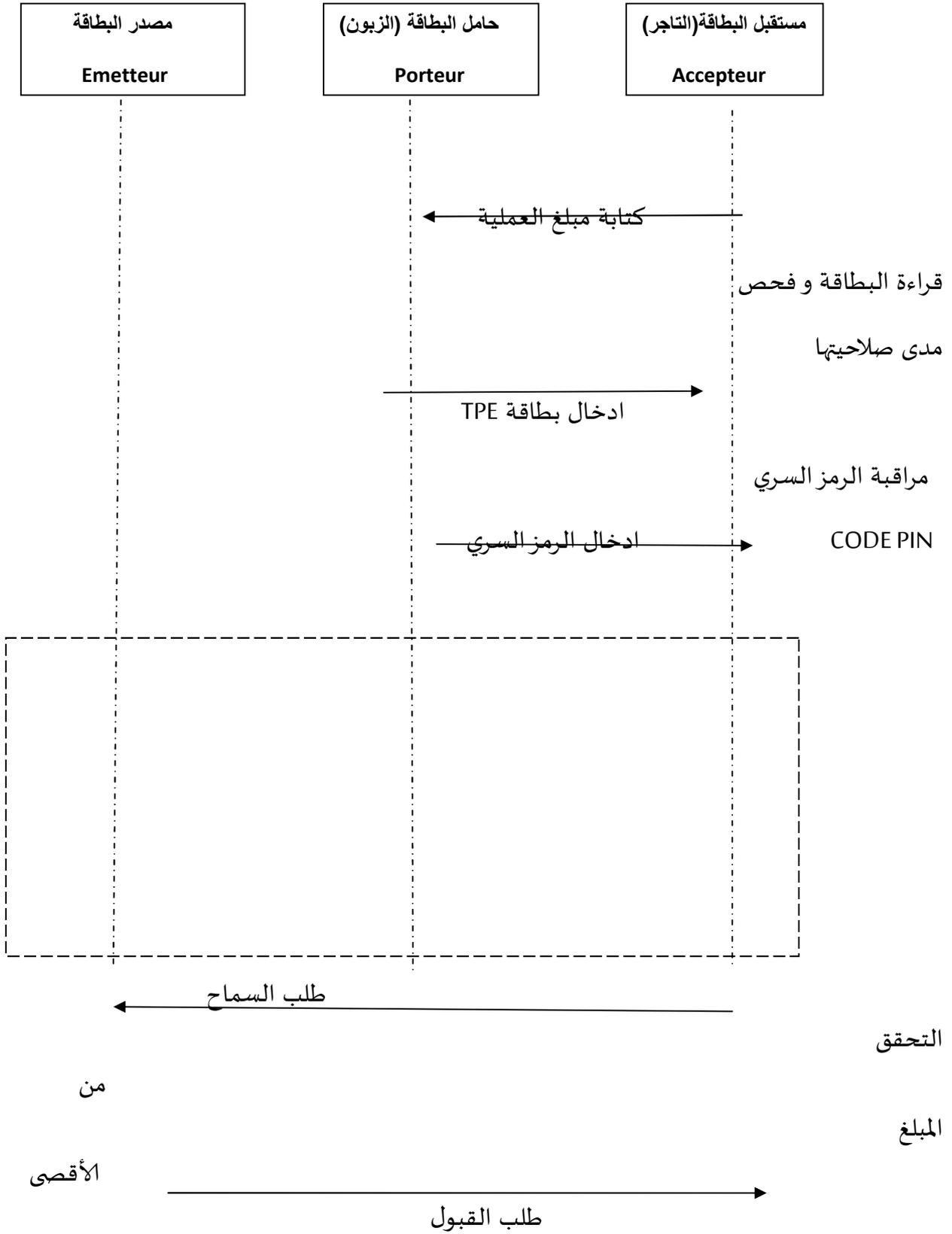
تضمن توزيع النقود للزبائن من خلال عملية سحب فقط .

2.الشبك الآلي للبنك GAB GUICHET AUTOMATIQUE DE BANQUE : هو آلة أوتوماتيكية تضمن مجموعة من العمليات : سحب ، اطلاق على الرصيد ، طلب دفتر الصكوك

شكل رقم 11) عملية سيرورة الدفع الإلكتروني ببطاقة CIB:



الشكل رقم(12) سيرورة عملية الدفع الإلكتروني CIB مع طلب السماح :



المسموح

به

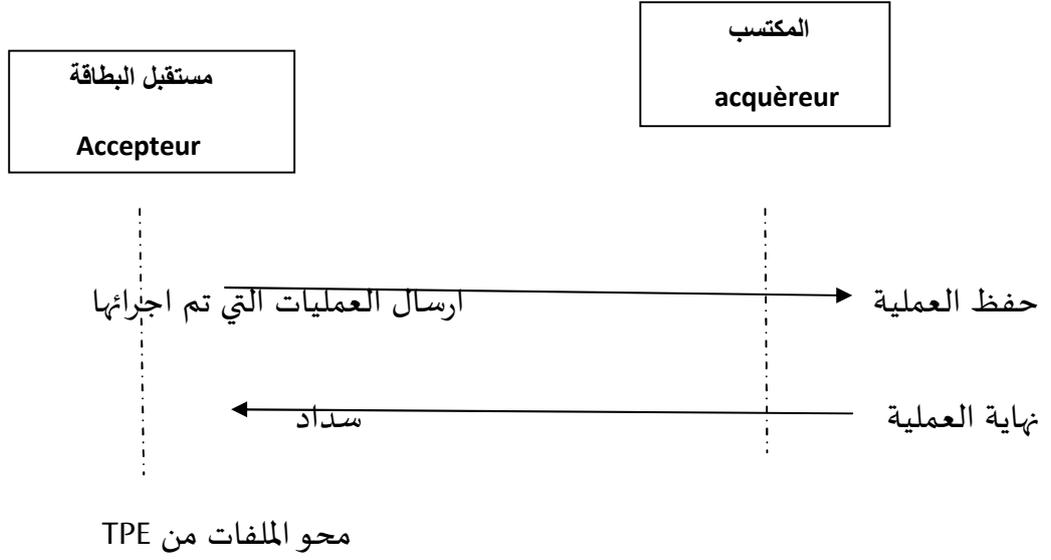
\* حفظ العملية .

\* طباعة وصل الزبون و التاجر .

\* إتمام العملية .

المصدر: وثائق داخلية خاصة ببنك المؤسسة العربية المصرفية - وكالة مستغانم .

الشكل (06) : سيرورة la tèlecollete



المصدر: وثائق داخلية خاصة ببنك المؤسسة العربية المصرفية - كالة مستغانم .

المطلب الثاني: الخدمات البنكية الإلكترونية في بنك المؤسسة العربية المصرفية و فوائدها و عوامل نجاحها .

أولاً: الخدمات البنكية الإلكترونية في بنك المؤسسة العربية المصرفية :

\*الخدمات المصرفية عبر شبكة الأنترنت :

\*منصة ABC Digital: هي خدمة مصرفية رقمية مبتكرة وسهلة الاستخدام بالنسبة للمستخدم،

صُمِّمت خصيصاً لتلبي الاحتياجات المالية على مدار الساعة ومن أي مكان حيث تمكّنك المنصة الزبون مايلي :

- الوصول إلى حساباته لدى بنك ABC،
- وتحويل الأموال، وإدارة القروض،
- عرض الفواتير الإلكترونية و القيام بتحصيلها الكترونياً وارسالها عن طرق البريد الإلكتروني ،
- عرض النشرات الإعلامية الخاصة بكل الخدمات البنكية ،
- وتتبع نشاطات التمويل التجاري وغيرها الكثير من الخدمات من خلال واحدة من البيئات المصرفية الرقمية الأسرع والأكثر أمناً المتوفرة على حاسوب أو جهاز لوحي (تابلت) أو هاتف محمول آمن مرتبط بالإنترنت.

يمكن لجميع عملاء بنك ABC - ممن لديهم صلاحية الوصول – استخدام منصة ABC Digital، من خلال الحصول على اسم مستخدم سارٍ وكلمة مرور وحياسة هاتف محمول قادر على إنشاء كلمة مرور لمرة واحدة (OTP) باستخدام تطبيق ABC OTP المخصص لذلك.<sup>79</sup>

\*خدمات عن بعد : هذهالخدمات تسمح بمعالجة مختلف العمليات البنكية في وقت سريع حيث لقت اقبال كبير من طرف عملاء البنك .

\*خدمات الصراف الآلي : يمكن استخدام الصراف الآلي في العديد من العمليات المصرفية مثل السحب والإيداع النقدي حيث توجد آلات الصرف خارج المبنى متواجدة حول المبنى الخارجي للبنك بغرض توفير خدمات بنكية خارج ساعات عمل البنك .

ثانيا : فوائد وعوامل نجاح الخدمة البنكية الإلكترونية :

1/ فوائد الخدمة الإلكترونية : ان قيام بنك المؤسسة العربية بتسوية عملياته المصرفية عبر الأنترنت يحقق فوائد كثيرة منها :

- \* توفير الوقت و المجهود حيث كل التعاملات تتم عن طريق الإنترنت .
- \* استخدام الأنترنت يساهم في تعزيز رأس المال الفكري و تطوير تكنولوجيا المعلومات .
- \* بناء علاقات مباشرة مع البنوك و توفير مناصب العمل و ا استثمار و هذا ما يساعد على البقاء في السوق البنكية .

2/عوامل نجاح الخدمة الإلكترونية : من أجل نجاح الخدمة الإلكترونية في أي بنك يجب :

- \* العمل على تكوين اطارات في مجال تكنولوجيا المعلومات .
- \* تحسين أنظمة الاتصال و التحويل .
- \* تحسيس الزبائن بمميزات البنك افلكترونية و ذلك عن طريق الإشهار و التسويق.

### المطلب الثالث : أهداف بنك المؤسسة العربية المصرفية .

- (1) تحقيق أداء متميز يمنح الأولوية للعميل .
- (2) السعي للإغتنام فرص السعي من خلال الإستحواذ على الأسواق الأساسية و الشبكات الدولية .
- (3) سعي البنك الى تكوين موظفين و العمل على رفع قدراتهم و كفاءتهم .
- (4) استقطاب اكبر عدد من الزبائن و توفير ارقى الخدمات لهم .
- (5) فتح المزيد من الوكالات عبر التراب الوطني .

المبحث الثالث : دراسة إحصائية لوسائل دفع الحديثة لبنك المؤسسة العربية المصرفية .

من أجل الوقوف على واقع و آفاق الدفع الإلكتروني في الوكالة البنكية محل الدراسة، تم الإستعانة بأسلوب الإستبيان من خلال تحليل نتائج الإستمارة الموجهة لموظفي البنك مع تحليل نتائج الدراسة.

المطلب الأول : أداة جمع البيانات .

اعتمدنا اسلوب الإستبيان من خلال تصميم استمارة أسئلة موجهة للموظفين وذلك للإجابة عليه .

و كان الهدف من هذه الإستمارة معرفة واقع و آفاق و تحديات التي تواجه وسائل الدفع الحديثة في وكالة محل الدراسة وذلك من أجل :

\* اعطاء تقييم لوسائل الدفع الحديثة في المؤسسة العربية المصرفية .

\* التعرف على تحديا وسائل الدفع الحديثة .

المطلب الثاني: تحديد مجتمع الدراسة و اختيار العينة .

1/ تحديد مجتمع العينة :

شمل مجتمع الدراسة مجموع موظفين الوكالة العربية المصرفية بهدف معرفة آفتق و تحديات التي تواجه وسائل الدفع الحديثة .

2/ اختيار نوع و حجم العينة :

تم الإعتماد العينة العشوائية ،وزعت هذه الإستمارة على موظفي بنك المؤسسة العربية المصرفية – وكالة مستغانم – و البالغ عدد موظفيها 06 موظفين.

المطلب الثالث : المعالجة الإحصائية .

الفرع الأول : عرض وتحليل نتائج الإستمارة الموجهة لموظفي البنك :

السؤال الأول : السن .

جدول رقم - 01 - يبين الفئة العمرية للعمال .

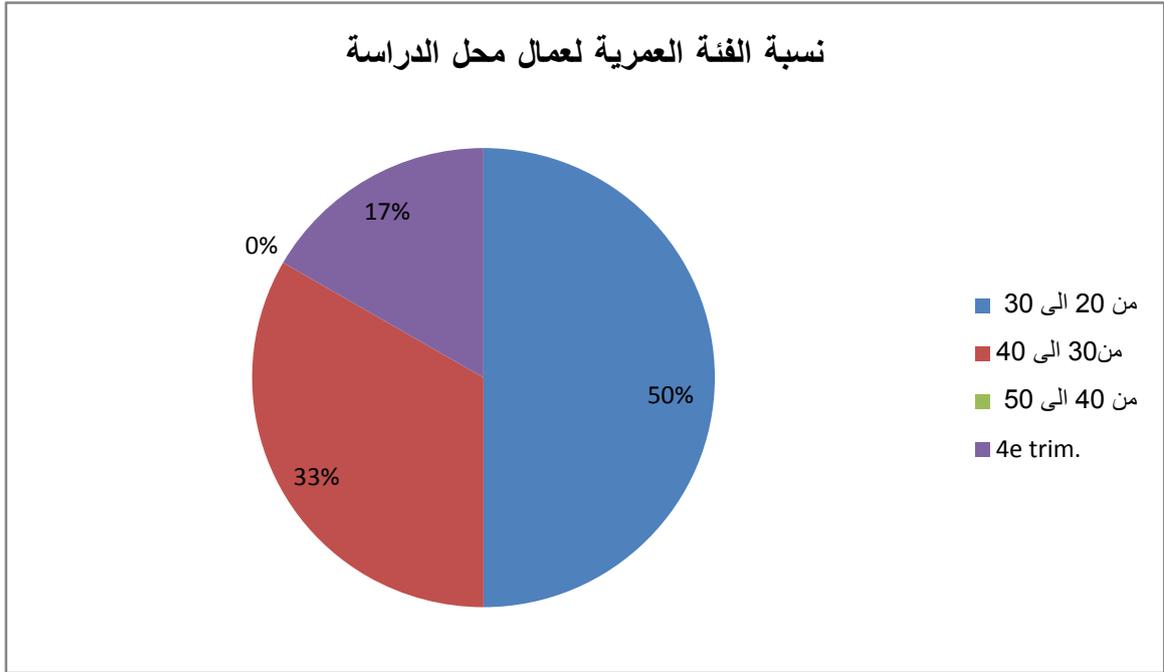
النسبة	التكرار	الفئة العمرية
50	03	من 20 الى 30 سنة
33.33	02	من 30 الى 40 سنة
0	00	من 40 الى 50 سنة
16.66	01	50 سنة فأكثر
100	06	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتان بناء على استمارة المعلومة المقدمة لعمال البنك .

نلاحظ من خلال الجدول رقم (01) أن أغلب موظفين البنك تتراوح أعمارهم ما بين 20 الى 30 سنة و

يمثلون أكبر نسبة و مقدر ب 50 % ثم تليها فئة تتراوح اعمارهم بين 20 الى 40 سنة بنسبة 33.33 % ثم

فئة 50 سنة فأكثر بنسبة 16.66 % . الشكل (07) : نسبة الفئة العمرية لعمال



المصدر: من اعداد الطالبتان بناء على معلومات الجدول - 01-

السؤال الثاني: المستوى التعليمي .

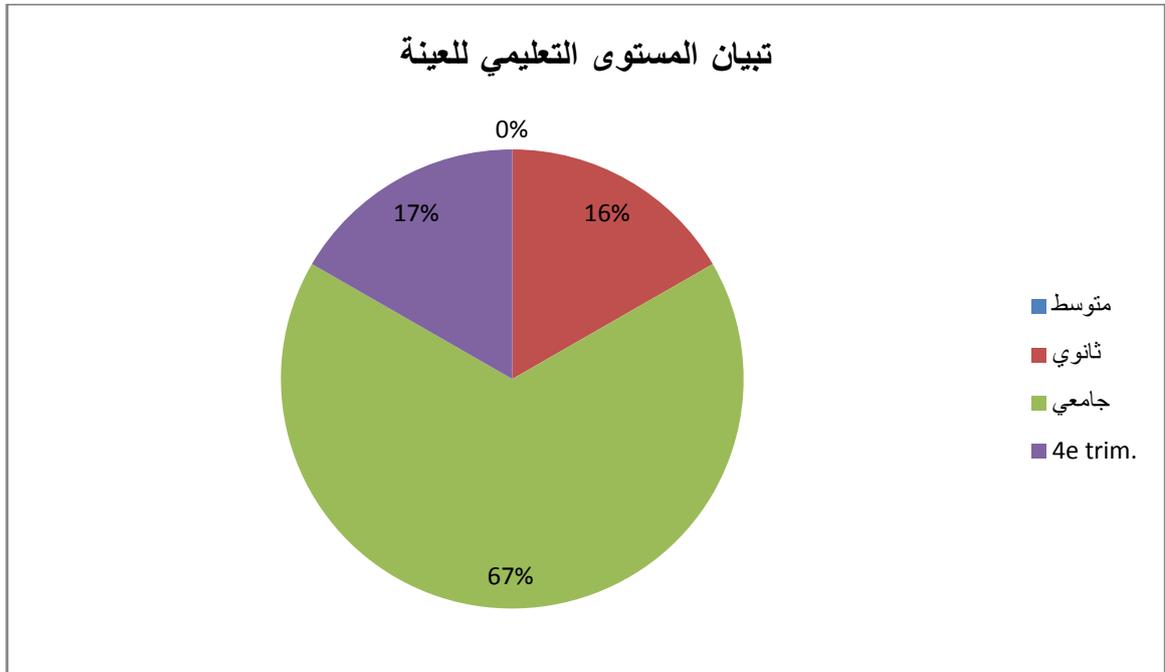
الجدول رقم -02- يبين المستوى التعليمي للعمال .

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
00	00	متوسط
16.66	01	ثانوي
66.66	04	جامعي
16.66	01	دراسات عليا
100	06	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتان بناء على استمارة المعلومة المقدمة لعمال البنك .

نلاحظ أن أغلب موظفين البنك لهم مستوى جامعي بنسبة 66.66 % ، تليها فئة موظفين لهم دراسات عليا بنسبة 16.66 % و فئة موظفين لهم مستوى ثانوي بنسبة 16.66 % ، هذا دليل على ان أغلب الموظفين لهم مستوى جامعي وهذا ما يعطيهم دافع للإستعمال وسائل الدفع الحديثة .

الشكل ( 08 ) دائرة نسبية تبين المستوى التعليمي لأفراد العينة .



المصدر: من اعداد الطالبتان بناء على معلومات الجدول - 02-

السؤال الثالث: هل تقومون بدورات تكوينية فيما يخص المعاملات الإلكترونية ؟

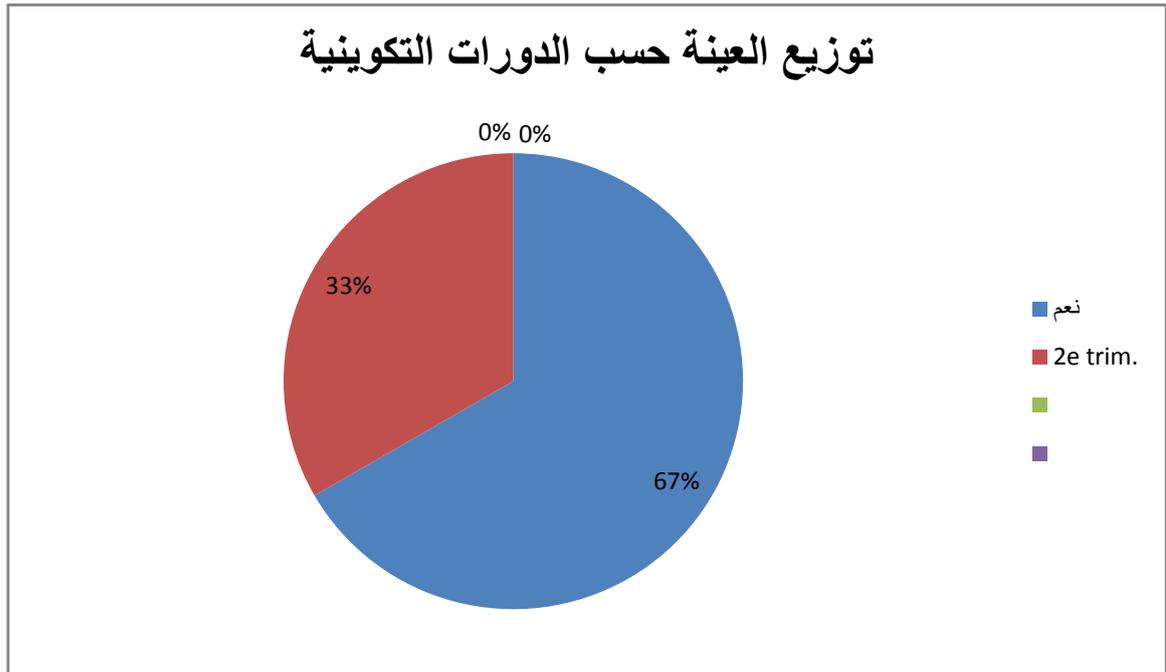
الجدول رقم 03- توزيع العينة حسب دورات التكوينية فيما يخص المعاملات الإلكترونية.

الدورات	التكرار	النسبة
نعم	04	66.66
لا	02	33.33
المجموع	06	100

المصدر: من اعداد الطالبان بناء على معطيات الإستمارة المقدمة لعمال البنك .

من خلال الجدول نلاحظ ان أن 04 من الموظفين أي بنسبة 66.66 بالمئة قامو بدورات تكوينية، في حين نجد أن 33.33 بالمئة من الموظفين لم يستفيدو من هذه البرامج .

الشكل (09) - توزيع العينة حسب دورات التكوينية فيما يخص المعاملات الإلكترونية .



المصدر: من اعداد الطالبتان بناء على معلومات الجدول - 02-

السؤال الرابع: كيف قيم منتجات البنك ؟

\*السعر:

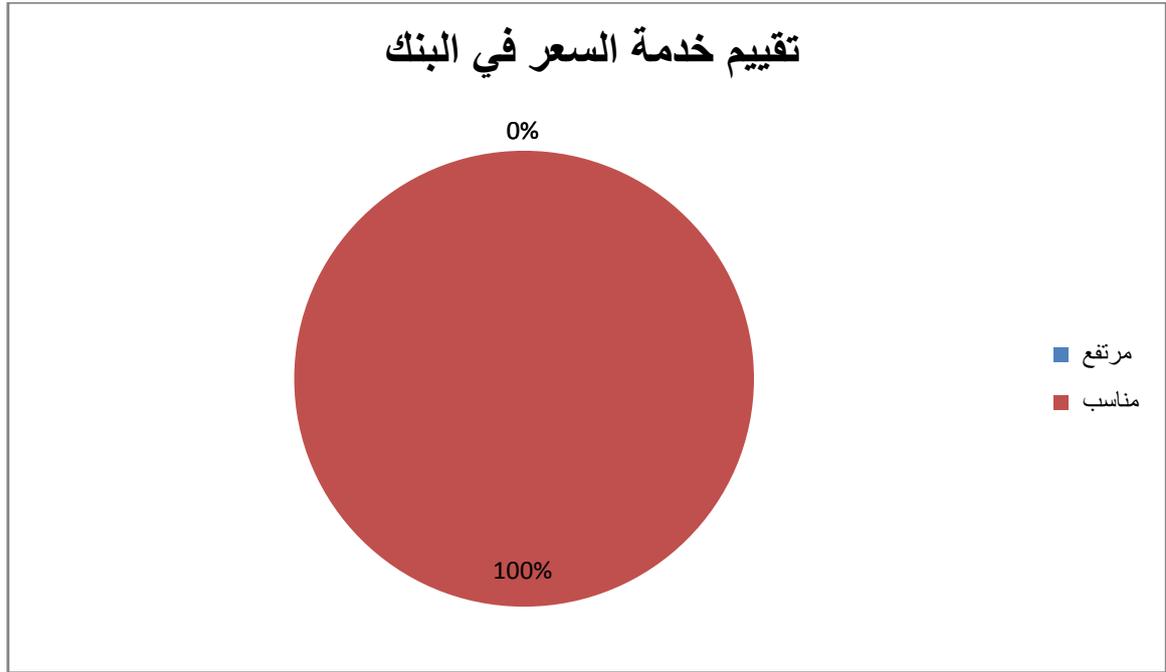
الجدول -04- يبين تقييم منتجات البنك حسب السعر .

النسبة	التكرار	الإجابة
00	00	مرتفع
100	06	مناسب
00	00	منخفض
100	06	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبتان بناء على استمارة المعلومات المقدمة لعمال البنك .

يتفق جميع موظفي البنك على أن أسعار خدمة بنك المؤسسة العربية المصرفية مناسبة .

الشكل رقم (10): تبين تقييم خدمة السعر في بنك المؤسسة العربية المصرفية.



المصدر: من اعداد الطالبتان بناء على معلومات الجدول - 04-

\*السرعة :

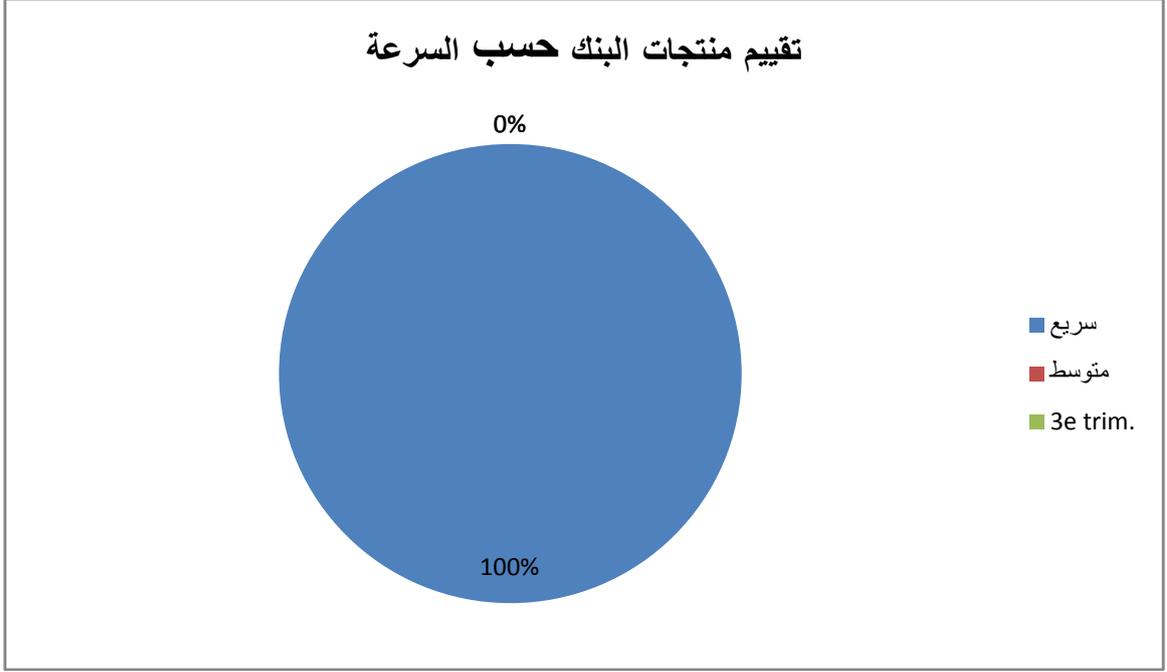
الجدول (05) يبين تقييم منتجات البنك حسب السرعة .

النسبة	التكرار	الإجابة
100	06	سريعة
00	00	عادية
00	00	بطيئة
100	06	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبتان بناء على استمارة المعلومات المقدمة لعمال البنك .

من ناحية السرعة يرى الموظفون أن الخدمات سريعة بنسبة 100 بالمائة .

الشكل رقم (11): تقييم منتجات البنك حسب السرعة .



المصدر: من اعداد الطالبتان بناء على معلومات الجدول - 05-

السؤال الخامس: هل يأتىكم زبائن كانوا يتعاملون مع بنوك أخرى؟

الجدول رقم 06 :

النسبة	التكرار	الإجابة
100	06	نعم
00	00	لا

المجموع	06	100
---------	----	-----

المصدر: من اعداد الطالبتان بناء على استمارة المعلومات المقدمة لعمال البنك .  
يتفق الموظفون على أنه حدث و قدم زبائن جدد كانوا يتعاملون مع بنوك أخرى .

الجدول

السؤال السادس: ماهي وسائل الإتصال بين البنك وزبائنه ؟

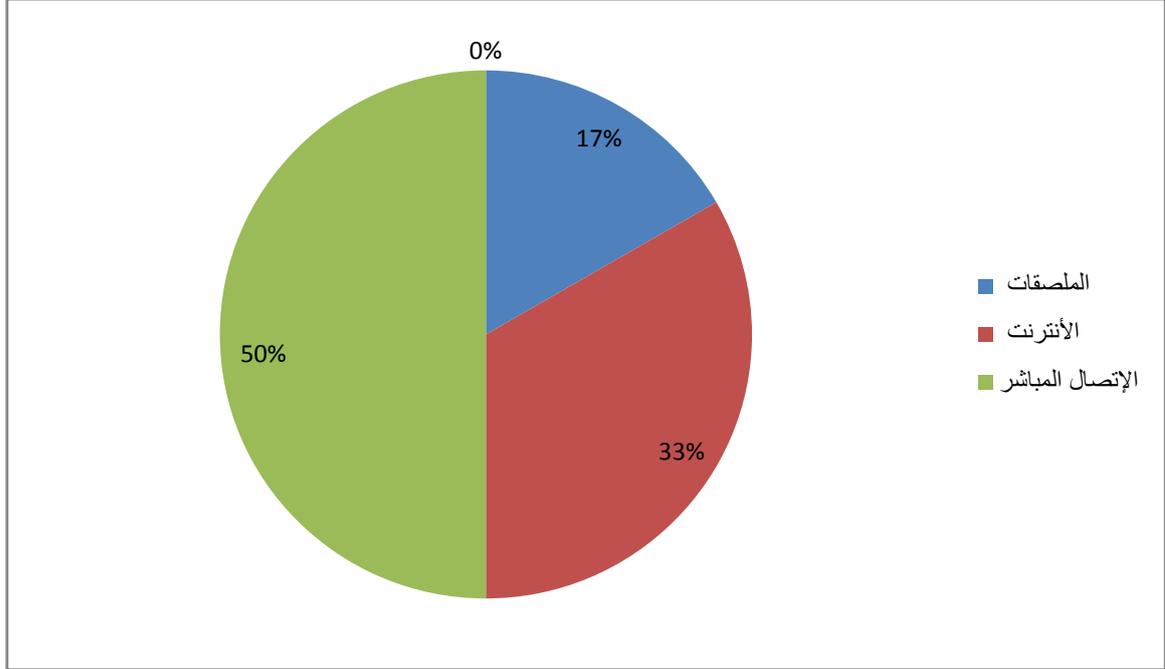
رقم 07: يبين طرق التواصل مع العملاء .

النسبة	التكرار	الإجابة
16.66	01	الملصقات
33.33	02	الأنترنت
50	03	الإتصال المباشر
00	00	الصحف
100	06	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبتان بناء على استمارة المعلومات المقدمة لعمال البنك .

أغلبية الموظفين يتفقون على أن الإتصال المباشر هو الريقة للإتصال بالزبون و ذلك بنسبة 50 بالمئة ، ثم التواصل عن طريق الإنترنت لأن المؤسسة العربية المصرفية لها خدمة (Abc digital) بنسبة 33.33 بالمئة ، ثم التواصل عن طريق الملصقات بنسبة 16.66 بالمئة .

الشكل (12): يبين طرق تواصل بنك المؤسسة العربية المصرفية مع العملاء.



المصدر: من اعداد الطالبتان بناء على معلومات الجدول - 07-

السؤال السابع: كيف تقيمون المركز التنافسي للبنك؟

الجدول رقم (08): يبين المركز التنافسي للبنك بالنسبة للموظفين .

النسبة	التكرار	الإجابة
100	06	جيد
00	00	تنافس
00	00	منخفض
100	06	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبتان بناء على استمارة المعلومات المقدمة لعمال البنك .

من خلال الجدول نرى أن الموظفين لا يقيمون الوضع التنافسي للبنك مقارنة بالبنوك الأخرى حيث يرى جميعهم أنه ليس لديهم منافس لحد الساعة، نظرا للمستوى الجيد للخدمات .

السؤال الثامن: هل تنصح جميع معارفك بالتواصل مع بنك المؤسسة العربية المصرفية؟

الجدول رقم (09)

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	06	100
لا	00	00
المجموع	06	100

المصدر: من اعداد الطالبتان بناء على استمارة المعلومات المقدمة لعمال البنك .

نلاحظ من خلال الجدول أن جميع الموظفين يتفقون على نصح معارفهم من أجل التعامل مع البنك.

السؤال التاسع: هل تستخدمون البطاقة الإلكترونية؟

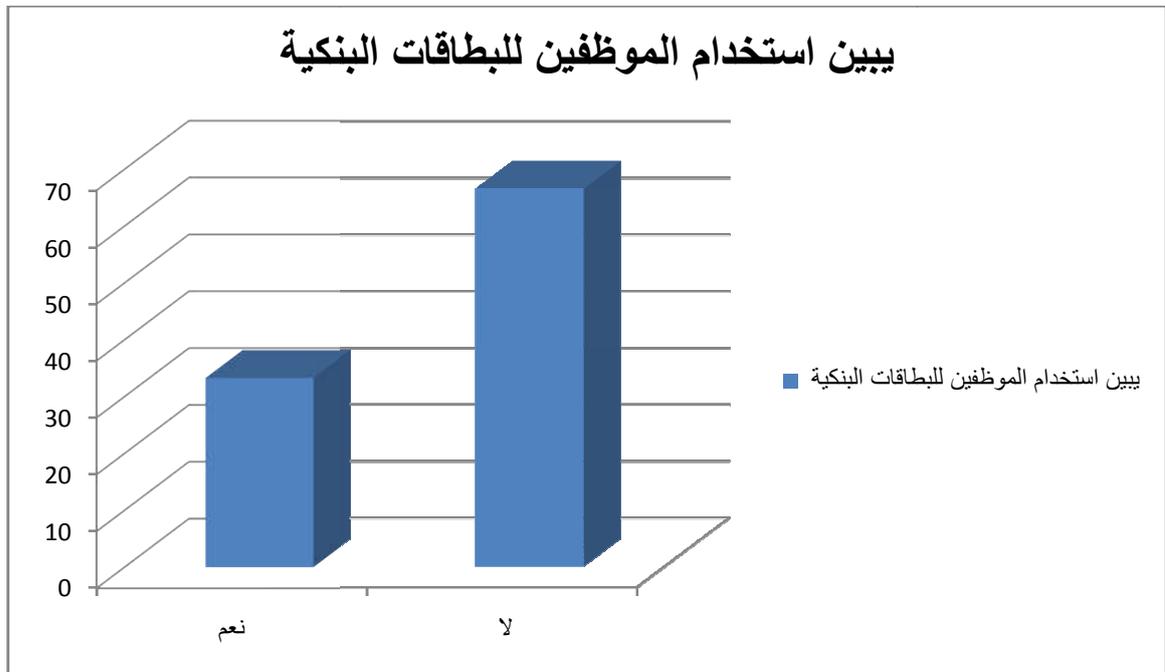
الجدول رقم (10) يبين استخدام الموظفين للبطاقة الإلكترونية .

الإجابة	التكرار	النسبة
---------	---------	--------

33.33	02	نعم
66.66	04	لا
100	06	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبتين بناء على استمارة المعلومات المقدمة لعمال البنك .

حسب الجدول فإن أغلبية الموظفين في بنك المؤسسة العربية المصرفية لا يستخدمون البطاقات البنكية بنسبة 66.66 % في حين بلغت نسبة الذين يستخدمون البطاقات البنكية 33.33 % .



المصدر: من اعداد الطالبتين بناء على معطيات الجدول (10).

سؤال العاشر : هل تعتبرون البطاقة الإلكترونية وسيلة لحماية الأموال من السرقة؟

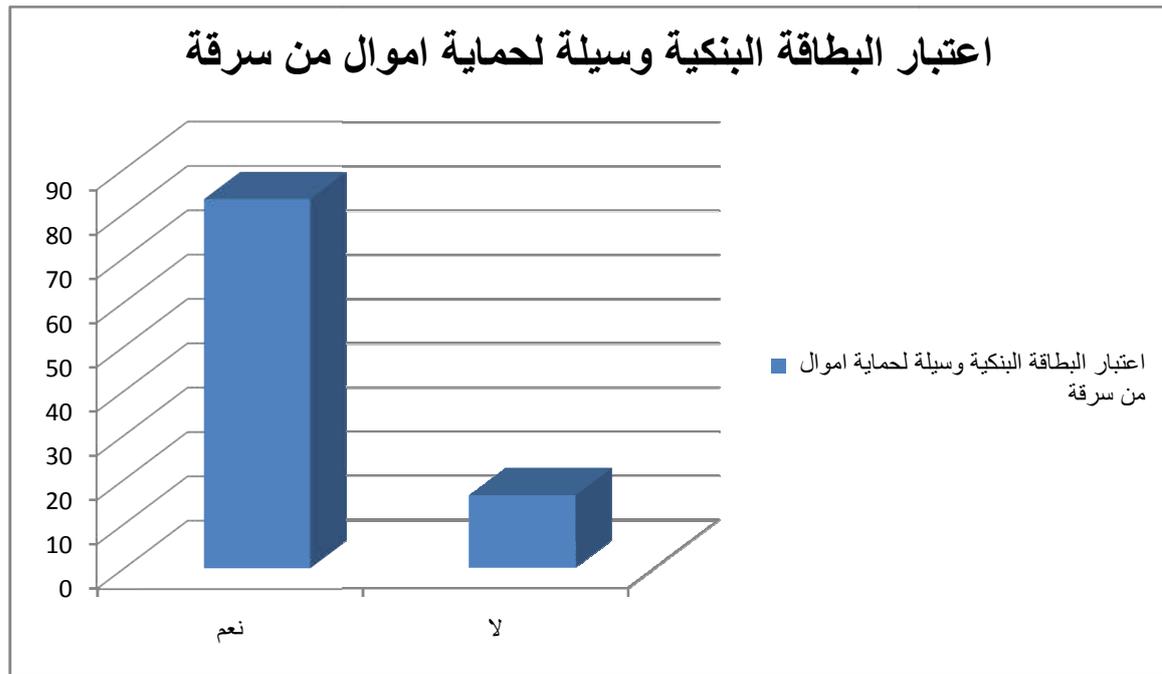
الجدول رقم (11): يبين اعتبار البطاقة الإلكترونية وسيلة لحماية المال من السرقة .

النسبة	التكرار	الإجابة
83.33	05	نعم
16.66	01	لا
100	06	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبين بناء على استمارة المعلومات المقدمة لعمال البنك .

حسب ما أظهرته نتائج الجدول فإن أغلبية الموظفين يعتبرون البطاقة البنكية حماية لأموالهم من

السرقة بنسبة 83.3%.



المصدر: من اعداد الطالبين بناء على معطيات الجدول رقم (11).

الفرع الثاني : عرض و تحليل نتائج الإستمارة الموجهة لزيائن البنك :

هي استمارة موجهة لعينة من زبائن بنك المؤسسة العربية المصرفية يجرى التحليل علة 10 استمارات فقط موجهة لزبائن البنك .

السؤال الأول: لماذا اخترت بنك المؤسسة العربية المصرفية الجزائر؟

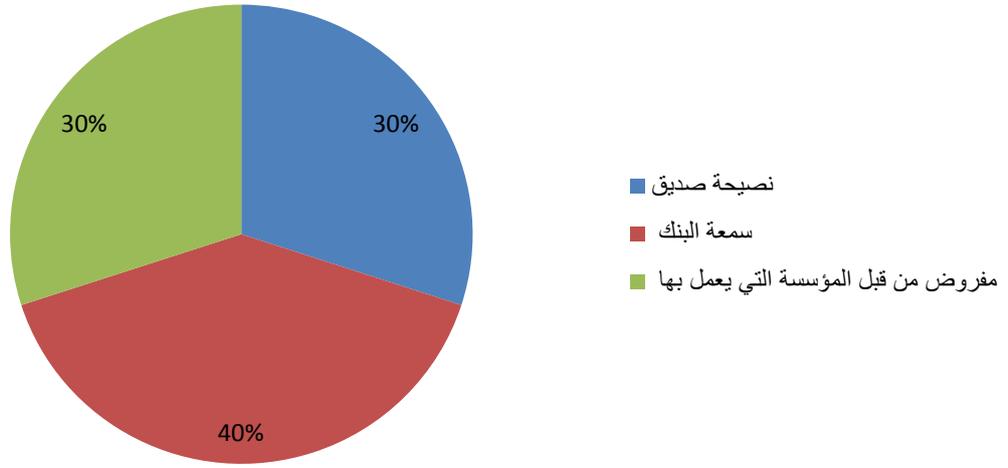
الجدول رقم (12): يبين سبب اختيار العملاء للبنك .

النسبة	التكرار	الإجابة
30	03	نصيحة صديق
30	03	سمعة البنك
40	04	مفروض من قبل المؤسسة التي يعمل بها
100	10	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبتين بناء على استمارة المعلومات المقدمة لزبائن البنك .

حسب رأي جل زبائن البنك بما نسبته 40% فإن سبب اختيارهم للبنك ذلك كون الفئة الأكبرهم من رجال الأعمال فوجب عليهم التوجه الى بنك المؤسسة العربية المصرفية لتوفر النقود و سهولة سحب في أي وقت، أما ما نسبته 30% فكان سبب اختيارهم هو السمعة الحسنة للبنك ، اما بقية الزبائن سبب تعاملهم هو نصيحة من طرف صديق لما له خبرة في التعامل مع البنك .

## يبين اسباب اختيار العملاء للبنك



المصدر: من اعداد الطالبتين حسب معطيات الجدول رقم (12).

السؤال الثاني: كيف تنظر للخدمات التي يقدمها بنك المؤسسة العربية المصرفية؟

الجدول رقم (13): يبين خدمات المقدمة للعملاء من طرف البنك :

\*السعر:

النسبة	التكرار	الإجابة
20	02	مرتفع
70	07	مناسب
10	01	منخفض
100	10	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبتين بناء على استمارة المعلومات المقدمة لزبائن البنك .

حسب الجدول فإن الأسعار التي يقدمها البنك مناسبة ب نسبة 70%، فيما يري ما نسبته 20% أن السعر مرتفع و 10% أن السعر منخفض .

\*التعامل مع الزبون :

الجدول رقم (14) :

النسبة	التكرار	الإجابة
20	02	جيد
60	06	مقبول
20	02	سيء
100	10	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبتين بناء على استمارة المعلومات المقدمة لزبائن البنك .

حسب الجدول يري معظم الزبائن أن التعامل معهم مقبول بنسبة 60%، حيث يسود بين الرفين الإحترام المتبادل، و ما نسبته 20% يري أن المعاملة سيئة وذلك بسبب تفضيل زبون عن زبون بسبب المعرفة و العلاقات الشخصية ، و 20% يرون أن المعاملة جيدة وهذا ما يوثق العلاقة بين الطرفين .

السؤال الثالث : ما رأيك في دور البنك بالنسبة لك ؟

الجدول رقم (15) : يبين دور البنك بالنسبة للزبون

النسبة	التكرار	الإجابة
30	03	منفذ للعمليات فقط
60	06	مساعد و ناصح
10	01	شريك
100	10	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبتين بناء على استمارة المعلومات المقدمة لزيائن البنك .

يعتبر معظم زبائن البنك أن دوره بالنسبة لهم هو مساعد و ناصح و ذلك بنسبة 60% خاصة في تسيير معاملاتهم ، و 20% يرون أن دوره هو منفذ للعمليات فقط كالسحب و الإيداع ، و 10% يرون أن دوره يتعدى كـشريك لهم .

السؤال الرابع : هل تستمر في التعامل مع البنك ؟

الجدول رقم (16) يبين استمرارية تعامل الزبائن مع البنك :

النسبة	التكرار	الإجابة
90	09	نعم
10	01	لا
100	10	المجموع

المصدر : من اعداد الطالبتين بناء على استمارة المعلومات المقدمة لزبائن البنك .

يري أغلبية الزبائن البنك بما نسبته 90% ضرورة الإستمرار في التعامل مع بنك المؤسسة العربية المصرفية في حين 10% يرون العكس .

تحليل و مناقشة نتائج الدراسة :

اعتمادا على النتائج الإحصائية لفرضيات الدراسة تم تحليل و مناقشة نتائج الإختبارات للمتغيرات الخاصة بكل فرضية من الفرضيات المطروحة للإجابة على أسئلة الدراسة .

- لماذا اخترت بنك المؤسسة العربية المصرفية ؟

كانت الإجابة على العبارة " سمعة البنك " حيث قدرت النسبة ب 30% .

كانت الإجابة على العبارة " نصيحة صديق " بنسبة 30% وهذا يدل على قدرة البنك بتوفير خدمات ملائمة للزبائن .

كانت الإجابة على العبارة " مفروض من قبل المؤسسة " بنسبة 40% هذا ما يدل على أن أغلبية العملاء هم من رجال الأعمال .

- كيف تنظر للخدمة التي يقدمها البنك ؟

حيث جاءت الإجابة على العبارة " مناسب " في الترتيب الأول بنسبة 70% وهذا يدل على مواكبة البنك للمستجدات المطروحة في سوق .

- ما رأيك في دور البنك بالنسبة لك ؟

حيث جاءت الإجابة على العبارة " المساعد و الناصح " في الترتيب الأول بنسبة 60% هاذا ما يدل على أن البنك يساعد الزبائن في مختلف معاملاتهم .

## خاتمة الفصل :

من خلال الدراسة التطبيقية نجد أن المنظومة البنكية الجزائرية قد شهدت اصلاحات مهمة في ظل الإقتصاد الرقمي، حيث حاولت الجزائر بشتى الطرق أن تنظم الى الدول الساعية لتطوير العمل المصرفي واستطاعت بذلك إنشاء هيئات متخصصة في تطوير النظام المصرفي، وكذلك إدخال أنظمة حديثة و تقنيات متطورة ساعدت بشكل واضح في توسيع استخدام التكنولوجيا و توعية المجتمع للوصول الى مستجدات السوق المصرفية العصرية، و يبقى بنك المؤسسة العربية المصرفية مجرد عينة أردنا أن نلقي النظر عليها نظرا للأهمية التي يكتسبها هذا البنك و لمعرفة أهم الخدمات البنكية الإلكترونية و أهم وسائل الدفع الحديثة المستعملة من طرف البنك .

خاتمة عامة

خاتمة عامة :

في ظل التطورات الإقتصادية التي يعرفها افقتصاد العالمي، لم تعد وسائل الدفع الإلكتروني التقليدية ملائمة لهذه التطورات لا من حيث السرعة ولا من حيث الفعالية وأصبح من الضروري إيجاد بدائل عنها مما أدى الى وصول وسائل الدفع الحديثة التي حضت بالقبول الواسع وتمكنت من الإنتشار السريع عبر أنحاء العالم .

فلقد مكنت وسائل الدفع الحديثة من الحد من بعض العراقيل التي أفرزتها وسائل الدفع التقليدية، حيث يتم تسيير هذه الوسائل الإلكترونية عبر قنوات بنكية والتي يتم التعامل بها من خلال نقاط خدمات متعددة مثل الوكالة: وهي شبابيك السحب للأوراق النقدية GAB و الموزعات الآلية للأوراق النقدية DAB، التي تسمح بأداء الخدمات الكلاسيكية: سحب النقود، طبع و كشف الحسابات، طلب دفتر الشيكات كذا نهايات الدفع الإلكترونية وذلك من خلال توفير إمكانية توفير القيام بعمليات الدفع المباشر دون الحاجة الى سيولة مالية، أما في اطار عصرنة الخدمات المصرفية تم ظهور بما يعرف بالبطاقات البنكية CIB، وهي وسيلة حديثة الدفع قد وجدت مكانها داخل الساحة البنكية و ذلك من خلال إنشاء الدولة شركة النقد الآلي و العلاقات التلقائية ما بين البنوك، وهذه الخطوة الأساسية لتحديث القطاع المالي المصرفي .

رغم هذا فالجزائر لم ترق على الحديث عن التكنولوجيا في الجزائر مثلها مثل باقي الدول فهي لم تستفد من المزايا المقدمة من وسائل الدفع الحديثة لتطوير نشاطها المصرفي، فالخدمة المصرفية في البنك المصرفي الجزائري مازالت في المرحلة الأولية رغم أن الجزائر بذلت مجهودا و تبنت مشاريع و خطت خطوات كلها تصب في مجال تحديث و عصرنة وسائل الدفع، فقط انحصر نطاق تعاملها على بعض البطاقات البنكية التي لازالت في البداية رغم كل البرامج المعدة، فالتطور النقدي في الجزائر

يسير بصورة تدريجية و بطيئة نظرا للعوائق التي تقف في وجه هذا التطور سواء كانت عقبات تقنية، مالية، بشرية .....

أولا : اختبار الفرضيات :

لم تعد البنوك كالسابق تعمل في بيئة تتميز بالثبات النسبي، بل أصبحت بيئة معقدة و متغيرة و تتسم بعدم التأكد و حدة المنافسة، و البنوك الناجحة هي التي تتأثر و تؤثر عليها، و هذا ما يؤكد صحة الفرضية الأولى :يمكن لنظام الدفع الإلكتروني أن يؤثر ايجابا على الأداء الإقتصادي و المالي، المرالذي يتطلب توفر المعلومة المناسبة في الوقت المناسب .

الفرضية الثانية: التي تنص وسائل الدفع الإلكترونية تسمح بمعالجة كم هائل المعاملات بسرعة فائقة بأقل جهد ووقت و تكلفة.

الفرضية الثالثة: يمكن معالجة الصعوبات الحالية لنظام الدفع الإلكتروني في الجزائر.

ثانيا: نتائج الدراسة :

لقد تمكنا من خلال الدراسة الإجابة على الإشكالية المطروحة عن ما هو مستقبل خدمات الدفع الإلكتروني في الجزائر؟ و يمكن حصر أهم النتائج في النقاط التالية :

- إن ضعف الدعاية و الإشهار بخصوص البطاقة لا يسمح بايصال الرسالة الى الزبائن .
- أدت البيئة الجديدة للعمل المصرفي و المنافسة الشديدة و التطبيقات التقنية لأدوات الدفع الإلكتروني الى الضغط على البنوك لايجاد آليات جديدة للمحافظة على العملاء و جذب زبائن جدد.

- محدودية وسائل الدفع الحديثة وقلتها في الجزائر مما يؤثر على الوظيفة التي وجهت من اجلها المصارف .
- ظهور وسائل الدفع الإلكترونية شجع على القيام بالخدمات المصرفية الإلكترونية التي تتلائم مع تطورات العصر من حيث السرعة والفعالية .
- ظهور وائل الدفع الإلكترونية أدى الى انخفاض محسوس في استخدام وسائل الدفع التقليدية، حيث ظهورها لم يؤدي الى اختفاءها ولا زوالها .

### ثالثا: الإقتراحات و التوصيات :

على ضوء النتائج المتوصل اليها و من خلال الدراسة ارتأينا ان نقدم بعض التوصيات التي نراها مناسبة :

- وضع سياسة اعلامية وتسويقية في البنوك من شأنها ادخال ثقافة استخدام البطاقات لدى العميل .
- زيادة الإنفاق في مجال التكنولوجيات الحديثة و التوسع أكثر.
- استخدام وتنوع الخدمات المصرفية الإلكترونية لغرض المحافظة على العملاء و جذب زبائن جدد.

### آفاق الدراسة:

حاولنا من خلال هذه الدراسة الوقوف على أهم العوامل المؤدية الى تطوير وسائل الدفع الحديثة، حيث تبقى بعضالنقط تستدعي فتح افاق عملية جديدة من بينها :

➤ آليات مواجهة التحديات و المخاطر التي تواجه انتشار و تطور وسائل الدفع

الإلكتروني في الجزائر .

➤ النظام القانوني للوسائل البنكية و حمايتها .

وفي الختام، فاننا لا ندعي اننا الممنا بكافة جوانب الموضوع، كما نرجوان نكون وفقنا ولو جزئيا في معالجة هذا الموضوع بمختلف جوانبه، والله المستعان و الهادي الى سواء السبيل .

## قائمة المراجع:

### الكتب :

- (1) السيد عبد الخالق – التجارة الالكترونية والعمولة-منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية- مصر، 2006.
- (2) -محمد صلاح سالم ، العصر الرقمي وثورة المعلومات ، دارالدراسات والبحوث الإنساني والاجتماعية للنشر، الطبعة الأولى-الهرم 2002ص215.
- (3) إبراهيم العسوي، التجارة الالكترونية ط1، المكتبة الأكاديمية القاهرة مصر 2003ص11-12.
- (4) عبد الفتاح الحجازي، التجارة الالكترونية وحمايتها القانونية ، دار الفكر الجامعي للنشر، الإسكندرية- 2004-ص23.
- (5) كاثرين ل مان ، ترجمة الشحات منصور ، التجارة الالكترونية العالمية، مركز الأهرام لترجمة والنشر، الطبعة الأولى القاهرة 2003
- (6) ناصر دادي عدون :الجزائر والمنظمة العالمية التجارة ، دارالمحمدية العامة-الجزائر-2003ص94.
- (7) محمد طاهر نصير:التسوق الالكتروني دار الحمد للنشر والتوزيع-الأردن-2005-ص30.
- (8) محمد الطائي-التجارة الالكترونية-دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة-الطبعة الأولى – عمان الأردن-2009ص70-71.
- (9) محمد نور صالح الجداية-التجارة الالكترونية-طبعة الأولى-عمان الأردن 2009ص26.
- (10) جوهري بن رجدال –الانترنت و التجارة الالكترونية-حالة استراد كتاب جامعة سعد حلب-مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في قسم علوم التسيير-كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير-جامعة الجزائر-2002.
- (11) الأستاذ الدكتور مصطفى كمال طه والأستاذ وائل أنور بندق –الأوراق التجارية ووسائل الدفع الالكترونية الحديثة-دار الفكر الجامعي الإسكندرية-2009-ص352.

12) دكتور احمد عبد العليم العجمي -نظم الدفع الالكترونية وانعكاساتها على سلطات البنك المركزي-دار الجامعة الجديدة لنشر-الإسكندرية-2013-ص22.

13) جلال عابد الشورة -وسائل الدفع الالكتروني- دار الثقافة للنشر والتوزيع-2009-ص87.

14) حجازي البيومي عبد الفتاح، النظام القانوني لحماية الحكومة الالكترونية \_ جامعة الإسكندرية 2002

15) عبد الرحيم وهيبة\_ إحلال وسائل الدفع المصرفية الالكترونية\_ جامعة الجزائر 2006ص24.

16) إيهاب فوزي السقا، الحماية الأمنية و الجنائية لبطاقة الائتمان\_ الاسكندرية 2007ص165.

17) عبد الهادي النجار-النقود المصرفية في ظل التجارة الالكترونية-جامعة الجزائر 2010.

18) حميزي سيد احمد\_المقاصة الالكترونية\_القاهرة ص121.

19) مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي تخصص تجارة و لوجستيك اورو موتوسيطي بعنوان مستقبل المعاملات الالكترونية في البنوك لطالب بصديق حسين.

20) أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية بعنوان أهمية التطوير و التشغيل أنظمة الدفع الالكترونية الحديثة و المقاصة الآلية كآلية لإنشاء بنية تحتية لنظام المصرفي ومالي الكتروني بالجزائر من إعداد محمد شايب.

الرسائل الجامعية :

21) رشيد علام، عوائق تكور التجارة الإلكترونية في الوطن العربي، دراسة حالة الجزائر.

22) سعدي حنان، دهيني أسماء، تسيير وسائل الدفع في البنوك التجارية، ماستر، الجزائر، جامعة مولاي طاهر، 2015.

23) مغني سليمة، وسائل الدفع الإلكترونية وانعكاساتها على الوطن العربي و الجزائر، ماستر، الجزائر، جامعة خميس مليانة، 2014.

المدخلات و الملتقيات :

(24) نعمون عبد الوهاب، النظام المعاصرة لتوزيع المنتجات المصرفية و استراتيجية البنوك، الملتقى الأول حول المنظومة الجزائرية و التحولات الإقتصادية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف ،يومي 14-15 ديسمبر 2015.

الموقع الإلكتروني :

(25) <http://www.cleveland>

باللغة الفرنسية :

26) -Frederic Mishkin ;la monnaie marchandise ;fiduciers ;scripturale, eletronique ,et ha monnaie de l etet ;pearson education paris,France,2014,p,70-74.

27) -jakop de haan,sander oosterolo and schoenmaker,Financiel Markets and Institutions,combridge universty prss,second education 2012,p,196.

28-committe on payment and settelement system ,general guids sor payment system development ,consultative report ,bank for international setteelement ,may,2005,p,8.

29) -joseph p,dantels and david d,van hoose,internationel montery and financiers economics, pearson internationel edition ,united states ,america 2013,22-08-2003,p,157.

جامعة عبد الحميد ابن باديس – مستغانم-

كلية العلوم الإقتصادية و التجارية و علوم التسيير

تخصص تخصص استراتيجي

استمارة بحث حول وسائل الدفع الإلكترونية في المؤسسة البنكية

تحية طيبة وبعد :

في اطار التحضير لمذكرة الماستر تخصص تسيير استراتيجي، تم انجاز استمارة بحث بهدف التعرف على أهم التحديات التي تواجه وسائل الدفع الإلكترونية من خلال البنك الذي تعملون به.

يسعدنا ان تشاركوا في هذه الدراسة من خلال اجابتم الجادة على هذه الأسئلة، علما أن كافة المعلومات التي سيتم الإدلال بها تستخدم لغرض البحث العلمي فقط و سيتم التعامل معها بسرية تامة .

شكرا على تعاونكم معنا.

## محتوى الإستبيان

1/المعلومات الشخصية :

\*الجنس:

انثى

ذكر

50 سنة فأكثر

من 40 الى 50 سنة

من 30 الى 40 سنة

\*السن : من 20 الى 30 سنة

بات عليا

جامعي

ثانوي

\*المستوى التعليمي: متوسط

2/الأسئلة :

العاملين :

- \* هل تقومون بدورات تكوينية ؟ نعم  لا
- \* كيف تقيمون منتجات البنك حسب السعر ؟ مرتفع  مناسب  منخفض
- \* السرعة: سريعة  عادية  بطيئة
- \* هل يأتيكم زبائن كانوا يتعاملون مع بنوك أخرى؟ نعم  لا
- \* ماهي وسائل الإتصال بين البنك وزبائنه ؟ الملتصقات  الأنترنت  الإتصال المباشر
- \* كيف تقيمون المركز التنافسي للبنك ؟ جيد  تنافس  منخفض
- \* هل تنصح جميع معارفك بالتواصل مع بنك المؤسسة العربية المصرفية؟ نعم  لا
- \* هل تستخدمون البطاقة الإلكترونية؟ نعم  لا
- \* هل تعتبرون البطاقة الإلكترونية وسيلة لحماية الأموال من السرقة؟ نعم  لا

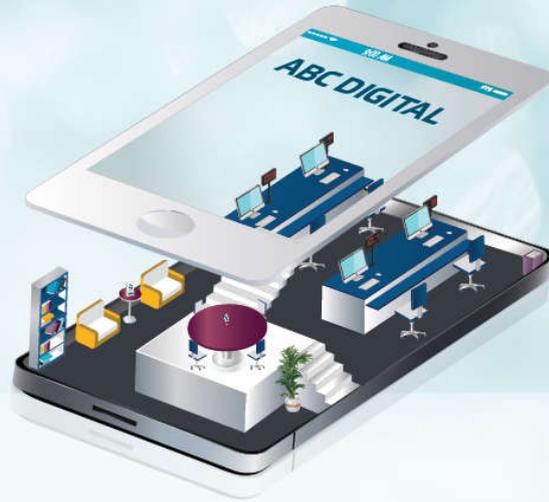
الزبائن :

- \* لماذا اخترت بنك المؤسسة العربية المصرفية الجزائر؟ نصيحة صديق  سمعة البنك
- مفروض من المؤسسة التي اعلم بها
- \* ما رأيك في دور البنك بالنسبة لك ؟ منفذ للعمليات  مساعد وناصح  شريك
- \* هل تستمر في التعامل مع البنك ؟ نعم  لا

شكرا على تعاونكم مرة أخرى

## قائمة الملاحق

**Bank ABC**  
Une équipe engagée pour votre réussite



**ABC DIGITAL**

**Quand votre banque devient mobile !**

+ 213 (0) 21 9876 00

[www.bank-abc.com](http://www.bank-abc.com)

### Remarque Importante

le GAB ne peut pas distribuer au-delà de 40 billets à la fois, soit un retrait maximum de 80 000 DZD par transaction ( $2\ 000 \times 40 = 80\ 000$  DZD). Les transactions de retrait qui dépassent cette limite (80 000 / transaction) sont automatiquement rejetées par le GAB.

**Exemple :** Si le porteur de carte Gold veut faire un retrait de 100 000 DZD, il doit faire soit un retrait de 80 000 dzd, puis un autre de 20 000 dzd, soit 60 000 puis 40 000,...etc.

## الملخص :

في ظل الاقتصاد الرقمي ونتيجة لتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، برزت تحولات هائلة في

مجال العمل البنكي الإلكتروني، مما أسفر عن ظهور وسائل الدفع والسداد الإلكتروني كنماذج

لخدمات الصيرفة الإلكترونية، والتي لجأت البنوك لمواكبتها من أجل تحسين أدائها تجاه عملائها بغية

الوصول إلى أسواق جديدة وكسب رضا عملائها وجذب عملاء جدد نتيجة المزايا التي تحققها هذه

الوسائل، لكن هذا لا يعني انها تخلو من العيوب فقد حملت في طياتها العديد من العيوب والمخاطر

التي تهدد المعاملات الإلكترونية .

الكلمات المفتاحية : الدفع الإلكتروني، وسائل الدفع الإلكتروني، الصيرفة الإلكترونية .

## Abstract

In light of the digital economy and as a result of the development of information and communication technology, tremendous transformations have emerged in the field of electronic banking, which has resulted in the emergence of electronic payment and payment methods as models for electronic banking services, which banks resorted to accompany in order to improve their performance towards their customers in order to reach new markets and gain the satisfaction of their customers And attracting new customers as a result of the

advantages that these means achieve, but this does not mean that they are devoid of defects, as they carry with them many defects and risks that threaten electronic transactions.

# الإهداء و التشكر

نتوجه بجزيل الشكر و الإمتنان الى كل من ساعدنا من قريب أو بعيد على انجاز هذا العمل و في تذليل ما واجهناه من صعوبات، و نخص بالذكر الأستاذ المشرف الدكتور محمد رضاني الذي لم يبخل علينا بتوجيهاته و نصائحه القيمة التي كانت عوناً لنا في اتمام هذا البحث .

إلى من لا يمكن للكلمات أن توفي حقها

إلى من لا يمكن للأرقام أن تحصي فضائلها

إلى والدي العزيزين أدامهما الله لي

إلى اخوتي و أخواتي

إلى كل الأصدقاء

إلى كل طلبة السنة الثانية ماستر تخصص تسيير استراتيجي

إلى كل من سقطني من قلبي سهاوا هدي هذا العمل

# الفهرس

الإهداء

الشكر

فهرس المحتويات

فهرس الأشكال

فهرس الجداول

02..... مقدمة عامة

## الفصل الأول : التجارة الإلكترونية .

06. .... تمهيد

### المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية .

07..... المطلب الأول: التجارة الإلكترونية و متطلباتها

12..... المطلب الثاني: خصائص التجارة الإلكترونية و انواعها

18..... المطلب الثالث: دوافع التجارة الإلكترونية و فوائدها

### المبحث الثاني: النتائج السلبية و الإيجابية للتجارة الإلكترونية .

22..... المطلب الأول: مزايا و عيوب التجارة الإلكترونية

25..... المطلب الثاني: عيوب و معوقات التجارة الإلكترونية

المطلب الثالث: مخاطر التجارة الإلكترونية ..... 27

### المبحث الثالث: البنوك الإلكترونية .

المطلب الأول: ماهية البنوك الإلكترونية و انماطها ..... 28

المطلب الثاني: مزايا و عيوب البنوك الإلكترونية..... 30

المطلب الثالث: الخدمات الإلكترونية و المصرفية..... 32

خاتمة الفصل ..... 36

### الفصل الثاني: اساسيات الدفع الالكتروني.

تمهيد..... 37

### المبحث الاول: مدخل الى نظام الدفع الالكتروني .

المطلب الاول: مفاهيم اساسية حول نظام الدفع الالكتروني..... 38

المطلب الثاني: اشكال انظمة الدفع في البنوك و المؤسسات المالية..... 41

المطلب الثالث: تصنيف انواع انظمة الدفع الالكتروني ..... 42

### المبحث الثاني: وسائل الدفع الالكترونية .

المطلب الاول: مفهوم وسائل الدفع الالكترونية ..... 47

المطلب الثاني: انواع وسائل الدفع الالكتروني و مزاياها..... 49

المطلب الثالث: مزايا و عيوب وسائل الدفع..... 58

## المبحث الثالث: الطلب على وسائل الدفع الالكتروني.

المطلب الاول: حجم الطلب على أدوات الدفع الالكتروني.....62

المطلب الثاني: تطور حجم وتوقعات الدفع والتجارة الالكترونية في الاقتصاد العالمي.....65

المطلب الثالث: مخاطر وتحديات أدوات الدفع الالكتروني .....71

خاتمة الفصل .....74

## الفصل الثالث: واقع وافاق الدفع الالكتروني في الجزائر دراسة ميدانية

للمؤسسة العربية المصرفية -مستغانم-

تمهيد.....75

## المبحث الاول: نظرة عامة عن المؤسسة العربية المصرفية .

المطلب الاول: تقديم المؤسسة العربية المصرفية.....76

المطلب الثاني: تقديم المؤسسة العربية المصرفية وحدة مستغانم.....78

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لبنك Abc.....79

## المبحث الثاني: مدى استخدام بنك ABC لخدمات وسائل الدفع الالكتروني .

المطلب الاول: انظمة ووسائل الدفع الالكتروني المستخدمة في المؤسسة العربية المصرفية ....81

المطلب الثاني :: الخدمات البنكية الإلكترونية في بنك المؤسسة العربية المصرفية وفوائدها وعوامل

نجاحها .....87

المطلب الثالث: أهداف بنك المؤسسة العربية المصرفية ..... 89

المبحث الثالث: دراسة احصائية لوسائل الدفع الحديثة لبنك ABC .

المطلب الاول: اداة جمع البيانات ..... 90

المطلب الثاني : تحديد مجتمع الدراسة و اختيار العينة..... 90

المطلب الثالث: المعالجة الاحصائية . ..... 91

خاتمة الفصل..... 109

خاتمة عامة.

قائمة المصادر المراجع.

الملاحق .

ملخص .

## فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
13	أنواع التجارة الالكترونية	01
16	تصنيفات الانترنت على الأنشطة التجارية وأنشطة التبادل المعلومات.	02
20	طريقة البيع المباشر وأثره في تخفيض التكلفة.	03
45	نظام الدفع للمبالغ الكبرى والتجزئة في فرنسا.	04
51	نموذج عن البطاقة البنكية الالكترونية	05
66	تطور حجم الدفع الالكتروني حسب الأقاليم في العالم	06
67	مستقبل وسائل الدفع	07
68	مستقبل حجم الدفع الالكتروني	08
79	توقعات نمو التجارة الالكترونية	09
80	الهيكل التنظيمي لوكالة للمؤسسة العربية المصرفية بمستغانم	10
83	ببطاقة CIB عملية سيرورة الدفع الالكتروني	11
84	سيرورة عملية الدفع الالكتروني مع طلب السماح	12

## فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
63	توزيع الجغرافي في العالم خلال سنة 1997 و2002	01
91	المعالجة الإحصائية للاستماره	02

الإهداء

الشكر

فهرس المحتويات

فهرس الأشكال

فهرس الجداول

02..... مقدمة عامة

### الفصل الأول : التجارة الإلكترونية .

06. .... تمهيد

### المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية .

07..... المطلب الأول: التجارة الإلكترونية و متطلباتها

12..... المطلب الثاني: خصائص التجارة الإلكترونية و انواعها

18..... المطلب الثالث: دوافع التجارة الإلكترونية و فوائدها

### المبحث الثاني: النتائج السلبية و الإيجابية للتجارة الإلكترونية .

22..... المطلب الأول: مزايا و عيوب التجارة الإلكترونية

25..... المطلب الثاني: عيوب و معوقات التجارة الإلكترونية

27..... المطلب الثالث: مخاطر التجارة الإلكترونية

المبحث الثالث:البنوك الإلكترونية .

- المطلب الأول: ماهية البنوك الإلكترونية و انماطها .....28
- المطلب الثاني: مزايا و عيوب البنوك الإلكترونية.....30
- المطلب الثالث:الخدمات الإلكترونية و المصرفية.....32
- خاتمة الفصل ..... 36

الفصل الثاني:اساسيات الدفع الالكتروني.

- تمهيد.....37

المبحث الاول: مدخل الى نظام الدفع الالكتروني .

- المطلب الاول:مفاهيم اساسية حول نظام الدفع الالكتروني.....38
- المطلب الثاني: اشكال انظمة الدفع في البنوك و المؤسسات المالية.....41
- المطلب الثالث:تصنيف انواع انظمة الدفع الالكتروني .....42

المبحث الثاني: وسائل الدفع الالكترونية .

- المطلب الاول:مفهوم وسائل الدفع الالكترونية .....47
- المطلب الثاني :انواع وسائل الدفع الالكتروني و مزاياها.....49
- المطلب الثالث: مزايا و عيوب وسائل الدفع.....58

المبحث الثالث: الطلب على وسائل الدفع الالكتروني.

المطلب الاول: حجم الطلب على أدوات الدفع الالكتروني.....	62
المطلب الثاني: تطور حجم وتوقعات الدفع والتجارة الالكترونية في الاقتصاد العالمي.....	65
المطلب الثالث: مخاطر وتحديات أدوات الدفع الالكتروني.....	71
خاتمة الفصل.....	74

الفصل الثالث: واقع و افاق الدفع الالكتروني في الجزائر دراسة ميدانية

للمؤسسة العربية المصرفية -مستغانم-

تمهيد.....	75
------------	----

المبحث الاول: نظرة عامة عن المؤسسة العربية المصرفية .

المطلب الاول: تقديم المؤسسة العربية المصرفية.....	76
المطلب الثاني: تقديم المؤسسة العربية المصرفية وحدة مستغانم.....	78
المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لبنك Abc.....	79

المبحث الثاني: مدى استخدام بنك ABC لخدمات وسائل الدفع الالكتروني .

المطلب الاول: انظمة ووسائل الدفع الالكتروني المستخدمة في المؤسسة العربية المصرفية ....	81
المطلب الثاني ::: أخدمات البنكية الإلكترونية في بنك المؤسسة العربية المصرفية وفوائدها وعوامل نجاحها.....	87

المطلب الثالث: أهداف بنك المؤسسة العربية المصرفية ..... 89

المبحث الثالث: دراسة احصائية لوسائل الدفع الحديثة لبنك ABC .

المطلب الاول: اداة جمع البيانات ..... 90

المطلب الثاني : تحديد مجتمع الدراسة و اختيار العينة ..... 90

المطلب الثالث: المعالجة الاحصائية . ..... 91

خاتمة الفصل ..... 109

خاتمة عامة.

قائمة المصادر المراجع.

الملاحق .

ملخص .

# مقدمة عامة

المقدمة العامة :

يعد التقدم التكنولوجي من أهم المتغيرات التي ساهمت في إحداث تحول جذري في أنماط العمل المصرفي في عصر العولمة، وتعد الأنظمة المصرفية واحدة من أهم مؤشرات النهضة الاقتصادية التي ارتقت بها مختلف دول العالم نظرا لإسهامها الواسع في تطوير متطلبات الإستثمار والتنمية، حيث اهتمت البنوك اهتماما كبيرا بتكثيف الإستفادة من أحدث تقنيات المعلومات والإتصالات والحاسب الآلية، بغية ابتكار خدمات مصرفية مستحدثة وتطوير أساليب تقديمها الأمر الذي يتواءم مع متطلبات المعاصرة والمتزايدة لمختلف شرائح العملاء من ناحية ويحقق للبنك نموا في حجم عملياته و أرباحه من ناحية أخرى .

منذ نهاية قرن العشرين مكنت شبكة الإنترنت وكذلك تحول نمط تفكير الأفراد إلى ظهور العديد من التحولات في مجال الصرفة الإلكترونية، وتعد العمليات الإلكترونية من أبرز هذه التحولات باستعمال أنظمة دفع الكترونية وذلك بما توفره هذه الوسائل من معلومات دقيقة عن الزبائن، وبالتالي توفير جهد والوقت والمال المخصص لخدمة الزبائن، وتوفير حلول وأجوبة للمشاكل والمساهمة في تحسين نوعية الخدمات المقدمة .

وقد شرعت العديد من الدول في استعمال الوسائل الحديثة، غير أن هناك بعض الدول لم تشرع في استعمال واستخدام هذه الوسائل وان استخدمتها فبشكل مصغر، ابرزها الجزائر، حيث تعتبر عصرنة المعاملات المالية والمصرفية مجالا ذو أولوية في الوقت الراهن، من أجل ارساء أسس منظومة مصرفية تتميز بالعرنة والمرونة من أجل مواجهة التحديات التي تشهدها البيئة المصرفية عالميا .

\*الإشكالية :

من خلال ما تقدم يمكن حصر الإشكالية في التسائل الجوهرى التالى:

✓ ما هو مستقبل نظام الدفع الإلكترونى فى الجزائر؟

\*الأسئلة الفرعية :

وللإجابة عن هذا التسائل يجب علينا الإجابة عن الأسئلة التالية :

✓ ما هو دور نظام الدفع الإلكترونى فى الإقتصاد؟

✓ ماهى المزايا التى توفرها وسائل الدفع الإلكترونية للبنوك؟

✓ ما مدى تطبيق نظام الدفع الإلكترونى فى الجزائر؟

\*الفرضيات:

✓ يمكن لنظام الدفع الإلكترونى أن يؤثر إيجابا على الأداء الإقتصادى والمالى .

✓ وسائل الدفع الإلكترونية تسمح بمعالجة كم هائل المعاملات بسرعة فائقة بأقل جهد ووقت و تكلفة.

✓ يمكن معالجة الصعوبات الحالية لنظام الدفع الإلكترونى فى الجزائر.

\*أهداف البحث:

✓ معرفة المستجدات التى طرأت على النظام ووسائل الدفع الإلكترونى .

✓ تقييم وسائل الدفع الإلكترونى

✓ التعريف بالنظام الدفع الإلكترونى فى الجهاز المصرفى الجزائرى .

\*المنهج المتبع :

استعنا في بحثنا على المنهج الوصفي الفصل الأول بحيث قمنا بعرض ووصف موضوع التجارة الإلكترونية و في الفصل الثاني أسلوب الوصف للتوضيح و التكلم عن بيئة الدفع الإلكتروني .  
أما فيما يخص الفصل الثالث فقد اعتمدنا على المنهج التحليلي و ذلك أثناء التطرق الى واقع و آفاق الدفع الإلكتروني في الجزائر.

#### \*الدراسات السابقة:

دراسة سماح شعبور، وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر-واقع و تحديات-مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، كلية العلوم الإقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة المسيلة، 2016 .  
إن البطاقة البنكية لم ترقى الى أي نجاح منتظر، و يتجسد هذا على أرض الواقع بالعدد القليل لمستعملي هذه البطاقات.

#### \*هيكل البحث :

من أجل معالجتنا لهذا البحث تم تقسيمه الى ثلاث فصول، يمكن تبين مضمونها كما يلي:  
الفصل الأول: تعرضنا في هذا الفصل الى موضوع التجارة الإلكترونية بمفهومها و خصائصها وأنواعها مع ذكر مزاياها و عيوبها و أيضا تم التطرق الى جانبها لموضوع البنوك التجارية .  
الفصل الثاني: تعرضنا في هذا الفصل الى نظام الدفع الإلكتروني بداية بالتعرف علو مفهومه و خصائصه و التطور التاريخي، كما قمنا أيضا بإجراء مقارنة بين أنظمة الدفع التقليدية و أنظمة الدفع الإلكترونية، و بعد ذلك تطرقنا الى وسائل الدفع الإلكترونية بتعريفها و ذكر خصائصها التي تحققها لأطرافها.

الفصل الثالث: تعرضنا فيه الى واقع و آفاق الدفع الإلكتروني في الجزائر ومدى إستغلال هذه الوسائل في انهاء المعاملات البنكية، وكذا الوقوف على مدى تطبيق هذا النظام في الجهاز المصرفي الجزائري.

**\*الصعوبات :**

- عدم الإهتمام والامبالاة من طرف موظفي البنك .
- الوباء المنتشر الذي حد من تحركاتنا .
- عدم الحصول على المعلومات الكافية بالنسبة للمراجع وأغلب المكتبات مغلقة.
- المؤسسة المتريص بها عدم الإستقبال كل يوم.

# الفصل الأول

تمهيد:

لقد ساهم التوسع في استخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصالات و اتساع استخدام الأنترنت من قبل الأفراد و المنظمات، و ذلك لما تتميز به هذه الشبكة من سرعة الإتصال و تخفيض النفقات واستحداث وسائل جديدة من أجل القيام بالمعاملات التجارية، حيث أصبحت هذه الأخيرة تتم في بيئة إلكترونية عبر الإنترنت و هذا ما يدعى بالتجارة الإلكترونية .

مكنت التجارة الإلكترونية من إجراء المعاملات التجارية و المالية بسهولة و دون حواجز، اذ تتم عمليات البيع و الشراء و مختلف التحويلات المالية من أماكن متباعدة عبر مناطق مختلفة من العالم و بيسر و سهولة تامة دون تحمل جهد و مخاطر مرتفعة.

حيث سنتعرف في فصلنا هذا على التجارة الإلكترونية من خلال المباحث التالية:

المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية .

المبحث الثاني: النتائج الإيجابية و السلبية للتجارة الإلكترونية.

المبحث الثالث: البنوك الإلكترونية.

## المبحث الأول : ماهية التجارة الإلكترونية

تعتبر التجارة الإلكترونية واحدة من المصطلحات الجديدة في العالم الرقمي، لتعبر عن العديد من الأنشطة الإنسانية المرتبطة بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فهي تمثل عاملاً محفزاً للشركات المتعامل بها كي تطور خدماتها التجارية بشكل مستمر، وفيما يلي سوف نتطرق إلى مفهوم التجارة الإلكترونية ونشأتها ومتطلباتها وخصائصها مع ذكر فوائدها.

## 1-المطلب الأول : التجارة الإلكترونية و متطلباتها

## 1-1-تعريف التجارة الإلكترونية

للتعرض إلى تعريف التجارة الإلكترونية يجب تقسيم التعريف إلى نصفين:

تشير كلمة تجارة إلى ممارسة البيع والشراء، أي تبادل السلع والخدمات باستخدام وسيط ما، و مع التطور شهد الوسيط العديد من التغيرات حتى الوصول إلى النقود التي نتداولها في وقتنا الحالي، و هذا ما يسمى التجارة التقليدية التي تستخدم فيها الفواتير الورقية في عمليات التسليم.

لكن إقتران التجارة مع وصف الإلكترونية يعني أن ممارسة الأسلوب النشاط الإقتصادي قد تغير، حيث أصبح يتم باستخدام وسائل الكترونية متعددة، و متنوعة تشهد تطوراً بشكل دائم و مستمر من خلال استخدام الهاتف إلى استخدام الأنترنت، و الأنترنت تعتبر من أهم هذه الوسائل<sup>1</sup>.

## تعريفات التجارة الإلكترونية

لقد قامت شركة IBM بابتكار مصطلح التجارة الإلكترونية، بينما عممت استخدامه مجموعة جارتنر GARTNER، حيث شاع و تطور مفهوم التجارة الإلكترونية مع تطور وسائل الإتصال الإلكترونية، و ازداد تطوراً مع ظهور شبكات الإتصال ووسائل الدفع الإلكترونية، حيث يمكن تعريفها من خلال :

<sup>1</sup> - السيد احمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية و العولمة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2006، ص31.

**التعريف 01:** التجارة الإلكترونية هي تبادل السلع والخدمات عن طريق وسيط إلكتروني.<sup>1</sup>

**التعريف 02:** وتعرف منظمة التجارة العالمية التجارة الإلكترونية على أنها<sup>2</sup>: "أنشطة إنتاج السلع و

الخدمات وتوزيعها وتسويقها وبيعها أو تسليمها للمشتري عن طريق وسائط إلكترونية.

وحسب هذا التعريف تشمل المعاملات التجارية ثلاث أنواع من العمليات

أ- عمليات الإعلان عن المنتج وعمليات البحث عنه .

ب- عمليات تقديم طلب الشراء وسداد ثمن المشتريات .

ت- عملية تسليم المشتريات ."

و من هذا، فإن مفهوم التجارة الإلكترونية لا يقتصر على شراء المنتجات فحسب، فالمعلومات و

الخدمات التي تتبادل بين شركة وأخرى أو بين شركة أو المستهلك والتي تتم عبر الأنترنت، ابتداء من

معلومات ما قبل الشراء الى خدمات ما بعد البيع .

**التعريف 03:** ورد تعريف التجارة الإلكترونية في مشروع الأمم المتحدة على أنها: "البرمجة الأوتوماتيكية

للمعاملات التجارية والصناعية والإدارية التي يتم قيدها بطريقة آلية دون أي تدخل إنساني".<sup>3</sup>

**التعريف 04:** التجارة الإلكترونية هي مصطلح مختصر لمجموعة مركبة من التكنولوجيات، و البنى

الأساسية، و العمليات، و المنتجات، و هي تجمع معا صناعات كاملة، و تبيقات ضيقة، و منتجين و

<sup>1</sup> - محمد صلاح سالم، العصر الرقمي و ثورة المعلومات، عين الدراسات و البحوث الإنسانية و الإجتماعية للنشر، الطبعة الأولى، الهرم، 2002، ص 215.

<sup>2</sup> - إبراهيم العيسوي، التجارة الإلكترونية، ط1، المكتبة الأكاديمية القاهرة، مصر، 2003، ص 11-12.

<sup>3</sup> - عبد الفتاح بيومي الحجازي، التجارة الإلكترونية و حمايتها القانونية، دار الفكر الجامعي للنشر، الإسكندرية، 2004، ص 23.

مستخدمين ، و معلومات متبادلة ، و نشاطا اقتصاديا داخل السوق العالمية تسمى الشبكة الدولية للمعلومات.<sup>1</sup>

التعريف 05: هي مجمل الخدمات التجارية التي تتعامل معها المؤسسات و الشركات و الأفراد ، المعتمدة على المعالجة الإلكترونية للبيانات.<sup>2</sup>

التعريف 06: هي التعظيم المتواصل للنشاطات التجارية للشركات من خلال التكنولوجيا الرقمية مثل الكمبيوترات و شبكة الأنترنت و التي تمكننا من تخزين و نقل البيانات بطريقة رقمية.<sup>3</sup>

و مما سبق يمكن تعريف التجارة الإلكترونية على أنها : "تنفيذ كل العمليات التجارية من بيع و شراء السلع و الخدمات و ابرام الصفقات و العقود التي تتم بين المتعاملين الإقتصاديين باستخدام تقنيات تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات منها شبكة الأنترنت .

## 2-1 نشأة التجارة الإلكترونية

لم يكن ظهور التجارة الإلكترونية فجأة و انما نتيجة تعدد المراحل التي مرت بها الثورة الإتصالات و المعلومات و خاصة بعد نمو استخدام الإنترنت في العالم .

ظهر أول مفهوم للتجارة الإلكترونية في بداية 1970 خلال تحويل الأرصدة النقدية الكترونيا من منظمة الى أخرى.<sup>4</sup>

و لكن كان هذا التطبيق كان محصورا ضمن الشركات المالية و المنظمات الكبيرة بسبب تكلفته العالية، الى أن توسع ليشمل عمليات نقل الوثائق و تبادل البيانات الكترونيا، و بعد التطور الهائل في

<sup>1</sup> -كاثرين ل.مان، ترجمة الشحات منصور ، التجارة الإلكترونية العالمية، مركز الأهرام للترجمة و النشر ، الطبعة الأولى ، القاهرة، 2003، ص9.

<sup>2</sup> - ناصر دادي عدون، الجزائر و المنظمة العالمية للتجارة ، دار المحمدية العامة ، الجزائر ، 2003، ص94.

<sup>3</sup> -محمد طاهر نصير ، التسوق الإلكتروني ، دار الحمد للنشر و التوزيع ، الأبدن، 2005، ص30.

<sup>4</sup> -محمد الطائي، التجارة الإلكترونية، دار الثقافة و النشر، الطبعة الأولى ، عمان، 2010، ص15.

الشبكات الحاسوبية بدأت تظهر التطبيقات الأخرى للتجارة الإلكترونية، مثل البريد الإلكتروني، الفاكس.

ومنذ عام 1995 أصبحت معظم الشركات الكبيرة أو المتوسطة لها موقع الكتروني، وظهرت تطبيقات جديدة للتجارة الإلكترونية، عام 1999 امتدت التجارة الإلكترونية من منظمات الأعمال للمستهلك لتشمل منظمات الأعمال لموظفي هذه الشركات، وظهرت مفاهيم جديدة مثل الحكومة الإلكترونية والتعليم الإلكتروني.<sup>1</sup>

## 1-2 متطلبات التجارة الإلكترونية

تتمحور متطلبات التجارة الإلكترونية كالاتي<sup>2</sup>:

### أ- البنية التحتية الإلكترونية :

وتشمل البنى التحتية الداعمة للتجارة الإلكترونية وعقد التعاملات التجارية عبر شبكة الأنترنت، و من أبرز مكونات هذه البنية قطاع تقنية المعلومات والإتصالات، وتشمل شبكات الإتصال السلكي واللاسلكي وأجهزة الإتصالات من الفاكس وهواتف الثابتة والمتنقلة، وكذلك أجهزة الحاسوب و برامج التطبيقات والتشغيل، وخدمات الدعم الفنية، ورأس المال البشري المستخدم في الأعمال و التجارة الإلكترونية، إضافة وفر القطاعات المنتجة لتقنية المعلومات، فهذه المكونات توفر البيئة التحتية الإلكترونية التي تساعد على انتشار استخدام الأنترنت، وتهيء البيئة المناسبة للتجارة الإلكترونية.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>- محمد نور صالح الجداية، سناء جودت خلف، تجارة الكترونية، ط1، دار الحامد، عمان، 2009، ص26.  
<sup>2</sup>- خيرى مصطفى كنانة، التجارة الإلكترونية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2009، ص69-71.  
<sup>3</sup>- خيرى مصطفى كنانة، مرجع سبق ذكره، ص69-71.

## ب- التشريعات والأنظمة للتجارة الإلكترونية :

وتشمل التشريعات والقوانين والقواعد التي تتلاءم مع طبيعة التجارة عبر شبكة الأنترنت.

وتمثل هذه التشريعات الإطار القانوني والتنظيمي الذي يضمن استمرار التجارة الإلكترونية وحماية حقوق الأطراف المتعاملة معها.

ويتكفل هذا الإطار القانوني بإيجاد الأدوات القانونية التي تتناسب والتعاملات الإلكترونية مثل وسائل التعاقد عبر شبكة الأنترنت، والشروط اللازمة لذلك، وفض النزاعات التجارية الإلكترونية.

وتشمل أيضا هذه التشريعات القضايا المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية، والجرائم الإلكترونية، وتحديد مفهوم الضرر الناجمة عن تلك الجرائم، والتعامل مع التوقيعات الإلكترونية وماهي صيغة الإيجاب والقبول الكترونيا.

## ج-توفير الكوادر البشرية:

و يمثل هذا الجانب أحد مقومات نجاح التجارة الإلكترونية في أي مجتمع ، وتشمل هذه الكوادر البشرية المتخصصين في قطاع تقنية المعلومات وشبكات الإتصال والانترنت والبرامج التطبيقية ذات العلاقة بالتجارة عبر الأنترنت.

## د-توفير مجتمع الكتروني :

يسمى بالاستعداد الالكتروني اي المجتمع القادر والذي لديه رغبة في استخدام وممارسة التجارة عبر الأنترنت، ويرفع معدل الاستعداد الإلكتروني لأي مجتمع من خلال تطوير نوعية الأنظمة التعليمية وتوسيع دائرة الفرص لأفراد المجتمع للاستفادة منها حتى يصبح مجتمعا ذا معرفة وثقافة تكنولوجية.

## 2- المطلب الثاني : خصائص التجارة الإلكترونية وأنواعها

## 1-2- خصائص التجارة الإلكترونية :

تتميز التجارة الإلكترونية بالعديد من الخصائص ويمكن ابرازها فيما يلي:<sup>1</sup>

## أ- اختفاء الوثائق الورقية في المعاملات التجارية:

تتميز المعاملات التجارية الإلكترونية بعدم وجود أية وثائق ورقية متبادلة في إجراء المعاملات، إذ أن كافة الإجراءات بين طرفي المعاملات تتم الكترونياً، وهو ما يتفق مع الغرض من التجارة الإلكترونية و هو خلق مجتمع المعاملات الورقية.

و من هنا تظهر المشاكل في إثبات المعاملات و العقود و اثبات صحة التوقيعات و الحفاظ على حقوق الملكية الفكرية، لذلك قامت منظمات دولية في وضع قانون خاص بالتجارة الإلكترونية .

## ب-عدم الكشف عن هوية المتعاملين:

تسمح شبكة الانترنت للمتعاملين من التواصل بين الأفراد و تفصل بينهم آلاف الأميال و تتيح للمنشآت التجارية إدارة معاملاتها بكفاءة في أي مكان دون تأثير على الأداء، و قد يترتب عنها عدم المعرفة بكافة المعلومات عن المتعاملين بين بعضهم البعض ، لكن التقدم في التكنولوجيا الحديثة ستوفر الموثوقية و الصدق في المعاملات التجارية عبر الانترنت .

## ج-الطابع المتداخل في التجارة الإلكترونية :

تتيح شبكة الأنترنت تسليم السلع و الخدمات بطريقة الكترونية أو معنوية مثل: أفلام الفيديو و الأقراص المدمجة و الموسيقى، الى جانب بعض الاستشارات الطبية و الهندسية و هذا ما يجعل هذه

<sup>1</sup>-خالد ممدوح ابراهيم، لوجيستيات التجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، الإسكندرية، 2008، ص 150-153.

المنتجات غير قابلة للخضوع للضرائب و قد يستغل البائعون ذلك للتهرب من سداد الجمارك بعدم تسجيل هذه المعاملات في الدفاتر المحاسبية .

### د-وجود الوسيط الإلكتروني :

الوسيط الإلكتروني بين الطرفين هو جهاز الكمبيوتر و المتصل بشبكة الإتصالات الدولية التي تقوم بنقل التعبير عن الإرادة الكترونيا لكل من الطرفين المتعاقدين ، في ذات اللحظة رغم انفصالهم مكانيا ، و عادة ما تصل الرسالة في ذات اللحظة الى الطرف الآخر، الا اذا حصل عطل في الشبكة حيث قد تصل متأخرة أو يوجد بها غلط.<sup>1</sup>

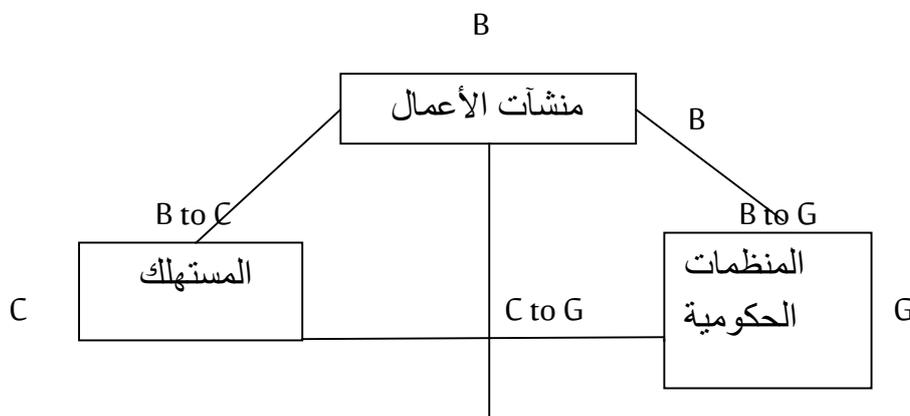
### و-السرعة في انجاز الصفقات التجارية :

تساهم التجارة الإلكترونية في اتمام العمليات التجارية على وجه السرعة ، اذ تتم الصفقات دون الحاجة الى التقاء الطرفين و في ذلك توفير للمال و الجهد و الوقت.

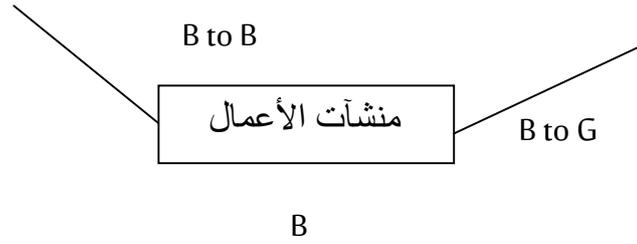
### 2-2 أنواع التجارة الإلكترونية :

لقد صاحب ظهور التجارة الالكترونية ثورة كبيرة، تمثلت في تطور وسائل الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات وزيادة استخدامها، ليس فقط بالنسبة للمشروعات، ولكن أيضا على مستوى المستخدمين والمستهلكين في مجالي السلع والخدمات. حيث أن التجارة الإلكترونية هي مفهوم متعدد الأبعاد يمكن تطبيقه من خلال أكثر من شكل، وذلك كما هو موضح في الشكل التالي:

#### الشكل (1) أنواع التجارة الإلكترونية



<sup>1</sup> - خالد ممدوح ابراهيم، مرجع سبق ذكره ، ص 150-153.



المصدر: سعدغالب ياسين، بشير عباس العلق، "الأعمال الإلكترونية، ص213.

### 1- التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال (شركة) والمستهلك "BtoC" Business to Costumer :

انتشر هذا الشكل بشكل كبير و يستخدم من قبل العميل لشراء المنتجات عن طريق الأنترنت و تدعى "تجارة التجزئة الإلكترونية" أو "التسوق الإلكتروني"، و يستخدم هذا الشكل من قبل منشأة تجارية للوصول الى أسواق جديدة.<sup>1</sup>

### 2- التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال ووحدة أعمال أخرى "BtoB" Business to Business :

يقصد بها التعاملات التجارية الإلكترونية التي تتم بين منظمات الأعمال البائعة و منظمات الأعمال المشتية عبر شبكة الأنترنت و بمعنى آخري كل الصفقات (بيع و شراء) التي تتم بين الشركات.<sup>2</sup> ومن الأمثلة على هذا النوع من التجارة الإلكترونية قيام الشركة باستخدام شبكة الاتصالات للحصول على طلبياتها من الموردين واستلام الفواتير، وكذلك القيام بالسداد الإلكتروني.

ويمكن تمييز نوعين من التجارة الإلكترونية بين الشركات :

#### أ- تجارة إلكترونية عمودية بين الشركات B to B Vertical :

<sup>1</sup>-جوهري بن رجدة، "الإنترنت والتجارة الإلكترونية : حالة استيراد الكتاب جامعة سعد دحلب"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002.  
<sup>2</sup>-نجم عبود نجم، الإدارة الإلكترونية، الإستراتيجية، الوظائف و الشكليات، دار المرجع للنشر، الرياض، المملكة السعودية، 2004، ص40.

يهتم هذا النوع من التجارة الإلكترونية بنوعية معينة من الخدمات للعديد من الصناعات والمجالات، حيث توجد مواقع تقوم بإنشاء وحدات أو جماعات متخصصة في خدمات متخصصة مثلا : مجال الرعاية الطبية.

### ب- تجارة إلكترونية أفقية بين الشركات B to B Horizontal:

هي مواقع التجارة الإلكترونية التي تهتم بكافة الخدمات التي ترتبط بصناعة معينة.

رغم تضارب التقديرات حول حجم التجارة الإلكترونية ما بين المؤسسات "B to B" إلا أن معظمها تتفق على أن هذا الشكل سيشهد تطورا معتبرا خلال السنوات القادمة.

### 3-التجارة الإلكترونية بين المشروعات و الإدارة الحكومية "BtoG" Business to government :

و هي تغطي جميع التعاملات بين الشركات و المنظمات الحكومية، من خلال عملية دفع الضرائب و الرسوم التجارية ورسوم الجمارك و كذا ما تقوم به الإدارات الحكومية من مشتريات من المؤسسات التجارية الكترونيا.<sup>1</sup>

ويبقى هذا النوع من التجارة الإلكترونية حديث العهد إلا أنه ينال اهتماما متزايدا من قبل مختلف الحكومات التي تحرص الكثير منها على استخدام الوسائل الإلكترونية في مختلف تعاملاتها في إطار ما يعرف بـ "الحكومة الإلكترونية".

حيث أن للحكومة الإلكترونية عدة فوائد منها :

- رفع مستوى الكفاءة الإدارية و ترشيد التكاليف.
- تحسين جودة الخدمات .

<sup>1</sup>-شوقي ناجي جواد وآخرون، " الأبعاد المستقبلية للحكومة الإلكترونية في الأردن: متطلبات النجاح"، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 3، العدد 3، مطبعة الجامعة الأردنية، الأردن، 2007، ص 285.

- نمو الأعمال التجارية.

4-التجارة الإلكترونية بين المستهلك و المنظمات المحلية (الحكومية) "CtoG" Costumer to Government: ويقصد بها جميع المعاملات التي تتم بين المستهلك و الحكومة، حيث أن الحكومة تسعى إلى تطوير ما تقدمه من خدمات للجماهير، سواء من حيث الحصول على المعلومات والبيانات، أو تلبية بعض المطالب و بتكلفة قليلة مثل: صرف الرواتب والمعاشات، سداد الضرائب والفواتير إلكترونياً، وكذلك خدمات المطارات<sup>1</sup>.

و يمكن توضيح و تلخيص هذه الأشكال باستعمال المصفوفة التي قدمها كوبل (Copel) و هي على النحو

حكومة لمستهلك GtoC	حكومة لشركة GtoB	حكومة لحكومة GtoG
شركة لمستهلك BtoC	شركة لشركة BtoB	شركة لحكومة BtoG
مستهلك لمستهلك CtoC	مستهلك لشركة CtoB	مستهلك لحكومة CtoG

التالي :

الشكل(2): مصفوفة كوبل لتصنيفات الأنترنت على الأنشطة التجارية و أنشطة تبادل المعلومات

مستهلك	شركة	حكومة
مستهلك	شركة	حكومة

<sup>1</sup>-ابراهيم العيسوي ،مرجع سبق ذكره،ص 17.

المصدر: محمد طاهر نصير، التسويق الإلكتروني، دار الحامد، عمان، 2005، ص 44.

تمر التجارة الإلكترونية حسب المفاهيم السابقة ب ثلاث مراحل :

#### المرحلة الأولى-العرض:

تشمل مرحلة العرض كيفية الحصول على المنتج وكيفية استلامه و سداد قيمته.

#### المرحلة الثانية-القبول:

في هذه المرحلة اي عند قبول العرض من قبل المشتري، ينعقد العقد، و يقوم القابل بطلب معلومات حول السلعة باستخدام وسائل الكترونية بعد تأكده من أنها مأمنة.<sup>1</sup>

#### المرحلة الثالثة-التنفيذ:

في هذه المرحلة توضع الإلتزامات في العقد موضع التنفيذ، يقوم العارض بتوفير السلعة حسب الطريقة المتفق عليها يقابله قيام المشتري بتنفيذ الأمر بالدفع .

<sup>1</sup>-مداحي محمد،مداخلة بعنوان التجارة الإلكترونية وواقع استخدامها على المستوى الدولي، الملتقى العلمي الدولي الرابع عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و اشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر ،المركز الجامعي خميس مليانة،26-27 افريل 2011،ص05.

## 3-المطلب الثالث: دوافع التجارة الإلكترونية وفوائدها

هناك عدة دوافع لظهور التجارة الإلكترونية وذلك لما توفره من فوائد.

## 3-1-دوافع التجارة الإلكترونية

يوجد العديد من العوامل المشتركة الدافعة الى التجارة الإلكترونية حيث ظهورها وتطورها لم يكن في مرة واحدة انما تطور حسب احتياجات قطاعات النشاطات المختلفة، وتتمثل في <sup>1</sup>:

## أ-تسيير المعاملات التجارية:

التجارة الإلكترونية تسمح بدمج جزء كبير من المراحل المختلفة الداخلة بصفة عادية في المعاملات التجارية بين البائع و المشتري، فالشبكات تسمح بتدئنة قسم كبير من الآثار الإقتصادية للزمن و المسافة، زيادة على ذلك المعاملات التجارية القائمة في محيط الكتروني تستطيع أن تشمل منتجات مادية و غير مادية على حد سواء، فالتجارة الإلكترونية واعدة فيما يخص تدئنة التكاليف المتعلقة بكل أنواع المعاملات و الوفاء بهذا الوعد، في الحقيقة الأمر ليس بالمشكل التكنولوجي البسيط، بل من هذا يجب أن تستجيب التجارة الإلكترونية الى مجموعة كبيرة من الشروط التكميلية لنقل علاقات السوق الحالية الى سوق الكتروني، و السماح بإنشاء علاقات سوقية جديدة مما يستجيب لتلائم أكثر في التشريعات و طرق جديدة في التسيير التنظيمي داخل المؤسسات، فضلا عن التخفيض المنتظر في تكاليف المعاملات التجارية، فان ضرورة التسيير الفعال و الناجع يشكل بالنسبة للمؤسسات واحد من الإهتمامات الأساسية الدافعة للتجارة الإلكترونية .

## ب-الفعالية التجارية:

<sup>1</sup>-ابراهيم بختي، التجارة الإلكترونية، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، الجزائر، 2008، ص45-46.

الرغبة في الوصول الى مستوى عال من النجاعة في الإنتاج و التوزيع يشكل كذلك دافعا مهما، فجميع الطرق العصرية في تسيير الإنتاج تتطلب تدفق عال للمعلومات في سلاسل التموين و قد قامت بعض المؤسسات الدولية بالاعتماد تكنولوجيات الاعلام و الاتصال في إطار برامج موجهة للدعم و التطوير تسمح بمواجهة التحديات المنتظرة في محيط تجاري يتجه لأن يكون عالميا أكثر فأكثر.

تمكن التجارة الإلكترونية من انتاج معلومات حول المعاملات بالامكان حجزها و حفظها بطريقة آلية بحيث أن المعالجة تتم بصفة متطورة و التوزيع يتم بصفة سريعة، هذه المعلومات المجمعة يمكن أن تستعمل فيما بعد في تقييم السوق: زيادة على ذلك تستغل في التخطيط و التطوير و التحسين، و في هذا الصدد يعد تطوير قواعد المعطيات حول المستهلكين ضرورة تلقى إهتماما كبيرا في عمليات المؤسسة و استراتيجياتها.

### ج-تطوير أسواق جديدة:

هناك العديد من المؤسسات ممن استخدمت العلاقات التجارية الإلكترونية تجوبا مع التكنولوجيا الجديدة، و هناك مؤسسات أخرى اعتمدت تكنولوجيا الإعلام و الإتصال في اطار سياسة المحاكاة لبعض منافسيها المستخدمين لهذه التكنولوجيا المتطورة، بعد هذا و تدريجيا اعتمدت هذه المؤسسات موقفا أكثر فعالية و أكثر حركية لتطوير التجارة الإلكترونية عن طريق ايجاد منافذ و أسواق تجارية جديدة خصوصا و قد أدركت هذه المؤسسات و فهمت كيفية تطبيق تكنولوجيا الاعلام و الاتصال في اجراءاتها التجارية، من أجل تموقع استراتيجي لائق في هذه المنافذ الجديدة و هذا بدافع تطوير اسواق جديدة.

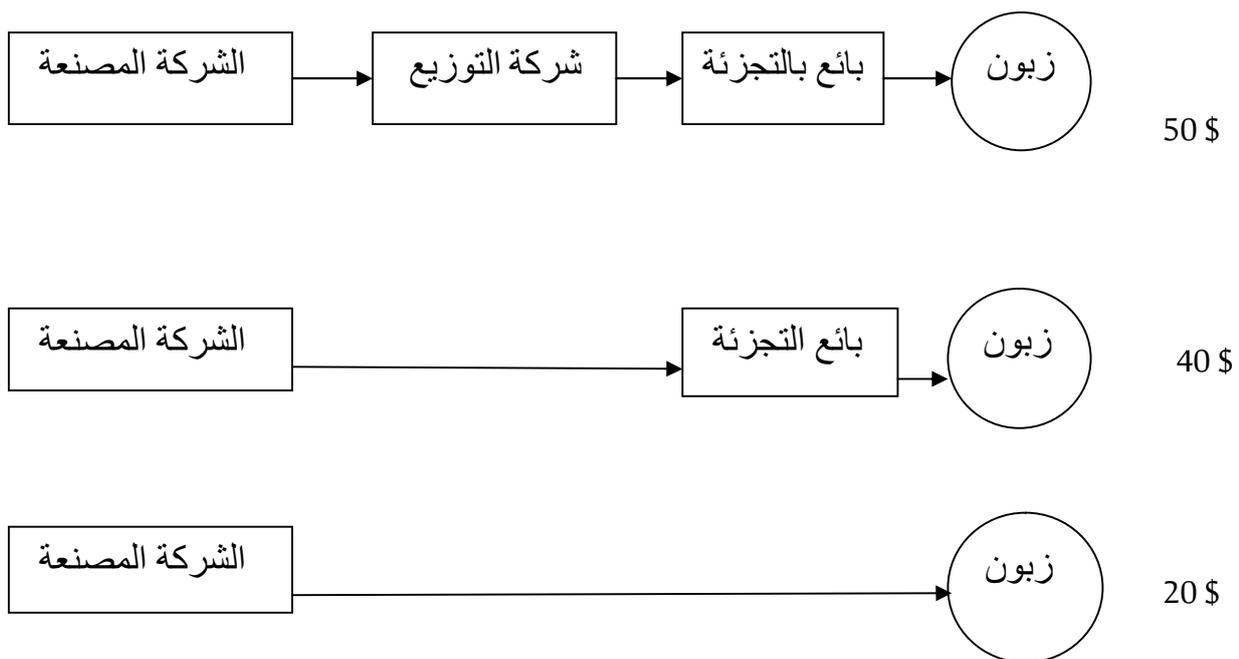
### 2-3-فوائد التجارة الإلكترونية

التجارة الإلكترونية وفوائدها عديدة<sup>1</sup>:

أ-تكلفة أقل:

ان إجراء الأعمال التجارية عبر الانترنت ييم بتكلفة أقل بكثير من إجرائها بطريقة تقليدية حيث هناك عملية ازالة الوسطاء، و الشركات التجارية بين الزبون و الشركات المصنعة للمنتجات، حيث يبين الشكل الآتي ان طريقة الشراء عبر الانترنت قد تقل لسعر الإنتاج إلى النصف تقريبا و هي تقلل بشكل كبير مشاكل السوق و تضع شركات صغيرة جديدة أمام شركات عملاقة ضخمة.

الشكل رقم(3): طريقة البيع المباشر وأثره في تخفيض التكلفة



المصدر: خضر مصباح الطيطي، مرجع سبق ذكره، ص39.

ب-اقتصادية:

<sup>1</sup>-خضر مصباح الطيطي، التجارة الإلكترونية، دار حامد للنشر و التوزيع، عمان، 2008، ص39-40.

تعتبر التجارة الإلكترونية اقتصادية ،فهي لا تتطلب محلات أو تأمين كل ما هو مطلوب هو فكرة معينة و منتج أو خدمة مميزة و موقع ذو تصميم جذاب للبدء بالعمل التجاري.

### ج-عائد أكبر:

التجارة الإلكترونية تزيد من العائدات المالية للشركات لأنها توفر الوقت و التكلفة و الجهد في العمليات اليدوية و التي تحتاج الى موظفين أكثر فكل هذه تتم من خلال الانترنت و بشكل تلقائي.

### د-خدمة أفضل للزبون:

التجارة الإلكترونية حسنت في خدمة الزبائن، معتمدة على وسائل تتمثل في الموقع الإلكتروني و التخاطب المباشر مع الزبائن بالصوت و الصورة .

### هـ-العمل الجماعي:

التجارة الإلكترونية نشطت العمل التجاري و ذلك من خلال مشاركة البيانات و المعلومات عبر الانترنت مما يسهل في وضع حلول سريعة لتبادل المعلومات و اتخاذ القرارات.

## المبحث الثاني : النتائج الإيجابية و السلبية للتجارة الإلكترونية

تحولت التجارة الإلكترونية لتصبح جزء من الواقع الاقتصادي الدولي، ولاشك أن لهذه التجارة القائمة على الإنترنت مزايا كثيرة كما لها مآخذ كثيرة، وهذا قد يبدو من طبيعة الأشياء في الأعمال فما ينشئ القيمة يفرض تحمل التكلفة، وإن الأعمال تقبل هذه الثنائية المتبادلة من المزايا والأعباء المترافقة معها، وإن أفضلية "باريتو" (optimisation Pareto) (تمثل مبدأ مقبولاً على نطاق واسع والتي تقول: "إنك لا تستطيع أن تكون في وضع فصل (عائد) إلا إذا جعلت آخر في وضع أسوأ (تكلفة)".<sup>1</sup>

## المطلب الأول : مزايا و عيوب التجارة الإلكترونية

## 1-مزايا التجارة الإلكترونية:

للتجارة الإلكترونية العديد من المزايا بالنسبة للأفراد و المنظمات أو بالنسبة للاقتصاد بشكل عام:

## أ-بالنسبة للأفراد:

- توفير الوقت و الجهد: تمكن التجارة الإلكترونية المستهلك من التسوق و إجراء المعاملات الأخرى على مدار 7 أيام / 7 و 24 ساعة/24 على مدار العام مما يوفر للزبون خاصية الوقت، فتصبح له حرية اختيار الموعد الذي يتناسب مع رغبته وشرع المنتجات لا يتطلب منه اي جهد سوى النقر بالفأرة و ادخال معلومات بخصوص البطاقة الائتمانية.
- حرية الاختيار: مع تطور التجارة الإلكترونية أصبحت الأسواق العالمية بين يدي العميل بكل منتجاتها و خدماتها، مما يفور له حرية الاختيار من خلال المقارنة بين أسعار و أشكال السلع و الخدمات المتوفرة .

<sup>1</sup>نجم عبود نجم، "الإدارة الإلكترونية: الإستراتيجية والوظائف والمشكلات"، مرجع سبق ذكره، ص 55.

في ظلّ التجارة الإلكترونية فقد أصبح قرار الشراء يعتمد على مجموعة من المتغيرات تتوقف على القدرة المالية للعميل ومستوى الجودة المنشودة ودرجة إدراكه وكمية المعلومات التي تحقق أقصى اشباع له.

- انخفاض الأسعار المنتجات: تسمح التجارة الإلكترونية من الحصول على منتجات و خدمات أقل ثمنًا، وكذلك الاستفادة من عروض الخصم التي تطلقها العديد من الشركات عبر الأنترنت .
- نيل رضا المستخدم: ان الشركات المتواجدة عبر الأنترنت تتواصل مع زبائنها عن طريق الإجابة عن تساؤلاتهم و و التخاطب الشخصي مما يوفر خدمات أفضل للزبائن و يستحوذ على رضاهم.<sup>1</sup>

ب-بالنسبة للشركات:

- تخفيض تكاليف المؤسسات: ان عمليات الصيانة و و الترويج من أجل جذب الزبائن في التجارة التقليدية تكلفها مصاريف تثقل ميزانية المؤسسة، عكس التجارة الإلكترونية فالمؤسسة ليست مضطرة الى انفاق مبالغ ضخمة من أجل الترويج لمنتجاتها، كما انه لا توجد ضرورة لتوظيف الكثير من العمال طالما أن معظم العمليات تتم عن طريق الكمبيوتر .
- تسويق أكثر فعالية و أرباح أكثر: تقدم التجارة الإلكترونية فرص للشركات من أجل النفاذ الى أسواق جديدة و عرض منتجاتها على شريحة واسعة من الزبائن، مما يوسع قاعدة زبائنها عبر العالم و جني أرباح اضافية طوال 24 ساعة في اليوم و على مدار السنة.
- تواصل فعال مع جميع المتعاملين: مع الثورة التي أحدثتها الأنترنت ظهرت فكرة الإتصال مع العملاء، فالتجارة الإلكترونية تقلص المسافات مما يوفر طريقة فعالة لتبادل المعلومات مع الشركات .

<sup>1</sup>-ابراهيم بختي،التجارة الإلكترونية،مرجع سبق ذكره،ص67.

- وفرة المعلومات : تستطيع المؤسسة الحصول على المعلومات المتعلقة بالعمليات السوقية أو شريك محتمل أو منافس، كل هذا بتبني نظام متطور للأنترنت.

#### ج- على المستوى القومي:

تتمثل أهم المزايا التي تعود على المجتمع من خلال تطبيق التجارة الإلكترونية في :

- تشجيع المشروعات الصغيرة والمتوسطة :
- تتيح التجارة الإلكترونية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة الدخول الى و الوصول الى الأسواق العالمية من أجل تصريف منتجاتها و كسر الإحتكار عن طريق تخفيض التكاليف و توفير الوقت و الجهد مما ينعكس ايجابا على تشجيع المشروعات .

#### • دعم التوظيف :

- تمكن التجارة الإلكترونية من توفير مناصب الشغل، مما يفتح للأفراد المجال للإنتلاق في الأعمال الحرة ، كالمختصين في إنشاء المواقع الإلكترونية مما يساهم في القضاء على مشكلة البطالة<sup>1</sup>.

#### • الإستفادة من الفرص المتاحة في السوق التكنولوجية:

- مع نمو التجارة الإلكترونية و انتشار استخدامها أدى الى ظهور قطاعات متخصصة في تقنية الإتصال و المعلومات من أجل دعم البنية التحتية للتجارة الإلكترونية.

<sup>1</sup>-عدوطة لخضر/د حدو بن عبيزة مداخلة بعنوان التجارة الإلكترونية و أثرها على الإقتصاد الملتقى الدولي الرابع عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية، و اشكالية اعتماد على التجارة الإلكترونية في المركز الجامعي خميس مليانة 27-26 أبريل 2011، ص09.

ب-عيوب التجارة الإلكترونية :

يمكن عرض سلبيات و عيوب التجارة الإلكترونية فيما يلي<sup>1</sup>:

1. غياب التعامل الورقي في التجارة الإلكترونية يهدد مصالح العملاء نتيجة امكانية حدوث تلاعب بالفواتير وتزوير السندات و البيانات.
2. في حالة حدوث اختراقات في شبكة الانترنت يؤدي الى فضح أسرار العملاء .
3. نظرا لغياب العلاقة المباشرة مع العملاء يصعب التحقق من هوية المتعاملين .
4. سرقة أو تزيف البطاقات الإئتمانية يكلف صاحبها دفع ثمن سلعة لا علاقة له بها .
5. الإقبال على معاملات تجارية غير ضرورية نتيجة الإغراء الإلكتروني .

المطلب الثاني: معوقات التجارة الإلكترونية

العوائق التقنية :

تتمثل المعوقات فيما يلي:

- محدودية شبكة الاتصالات الهاتفية التي تؤثر بشكل مباشر على الإقبال على الانترنت.
- ضعف البنى التحتية التكنولوجية .
- الأدوات لتطوير البرمجيات مازالت في مراحل التطوير.
- الإشتراك في شبكة الانترنت مزال مكلف .
- ضعف الثقافة التقنية و الوعي التكنولوجي بين أفراد المجتمع.

العوائق غير التقنية :

- رفض بعض المتعاملين التغيير من التجارة التقليدية الى التجارة الإلكترونية.

<sup>1</sup>-عدوكة لخضر/د دعو عبيزة، مرجع سبق ذكره، ص9.

- انتشار الجرائم الإلكترونية وتطور وسائل الخداع في الانترنت
- انعدام ثقة المستهلك في البائعين المجهولين الذين لا يراهم مباشرة .
- التخوف من عملية سرقة البيانات و المعلومات خاصة المتعلقة بأرقام البطاقات البنكية.
- عدم انغراس التجارة الإلكترونية في عادات المجتمع .

### العوائق القانونية والتشريعية<sup>1</sup>:

إن ظهور الوسائط الإلكترونية للتعامل و التي تتخطى الحدود الجغرافية، نتج عنه بروز العديد من المشاكل والقضايا القانونية المترتبة عن استخدام هذه الوسائط في التجارة الإلكترونية و التي تقوم على تعاقدات دون مستندات أو مرتكزات مالية، الأمر الذي يثير مسألة التزامات الأطراف المتعاقدة.

فلابد من تعديل وتوفير عدد من التشريعات والتدابير القانونية التي تساعد على حماية هذه الأطراف أثناء التبادل، وتسرع عملية إبرام وتنفيذ العقود الإلكترونية، وتشجع على تبني مختلف أساليب التجارة الإلكترونية.

### -العوائق الثقافية:

و نقصد بها عدم نضج الإستهلاك عن بعد، و ذلك لغياب ثقافة التسوق الإلكتروني في المجتمع من جهة ووجود فئات رافضة للتغيير يحول دون توسع التجارة الإلكترونية.

<sup>1</sup>-ابراهيم بختي،مرجع سبق ذكره،ص57.

### المطلب الثالث: مخاطر التجارة الإلكترونية

مثلما للتجارة الإلكترونية مزايا فهي لا تخلو من المخاطر التي تواجهها من أهمها :

- زيادة نسبة التعاقدات الوهمية.
- عدم معاينة السلعة قبل شرائها.
- عدم وجود تشخيص خاص للمعاملات الإلكترونية .

كما يمكن أن تقسم كالتالي :<sup>1</sup>

❖ مخاطر التوثيق الإلكتروني: تعتبر هذه المشكلة من التحديات الكبيرة للتجارة

الإلكترونية حيث يتطلب الأمر إثبات من الطرفين في عقد صفقة معينة هما نفسهما بالفعل اللذان قاما بذلك عبر الإنترنت.

❖ عدم القدرة على حماية العناوين على شبكة الإنترنت: مشكلة انتحال أسماء و عناوين شركات الكبرى.

❖ مخاطر يمكن اكتشافها: مع وجود خبراء مختصين في الشركة تستطيع التعامل مع بعض الاختراقات في أنظمتها.

❖ مخاطر لا يمكن اكتشافها: تكون نابعة من فيروسات مجهولة لا يمكن ،قراصنة إنترنت ذوي خبرة عالية

### المبحث الثالث: البنوك الإلكترونية

<sup>1</sup>-أحمد مخلوف/نور الدين حامد، دور التجارة الإلكترونية و علاقتها بالتجارة الخارجية والمعوقات الملازمة لها في الدول العربية،الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و اشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر،المركز الجامعي بخميس مليانة،يومي 26-27أفريل 2011.

مع تزايد عمليات التجارة الإلكترونية أصبح الاحتياج كبيرا لنوعية جديدة من البنوك غير التقليدية التي تتقيد بمكان معين أو وقت معين، و كنتيجة للنمو السريع لتكنولوجيا الاعلام و الاتصال جاءت البنوك الالكترونية التي ساهمت و بشكل فعال في تقديم خدمات متنوعة، و بتكاليف منخفضة مختصرة للوقت و الجهد و الزمان.

المطلب الأول: ماهية البنوك الالكترونية و أنماطها

### 1-تعريف البنوك الالكترونية:

هناك العديد من المصطلحات التي تطلق على البنوك المتطورة مثل البنوك الالكترونية " Electronic Banking" أو بنوك الانترنت "Internet Banking" أو البنوك الالكترونية عن بعد " Remote Electronic Banking" أو البنك المنزلي "Home Banking" أو البنك المباشر "Online Banking" أو البنوك الخدمية الذاتية "Self Service Banking" أو بنوك الويب "Web Banking" ، وعلى اختلاف المصطلحات فجميعها تشير إلى قيام العميل بإدارة حساباته أو انجاز أعماله المتصلة بالبنك عبر شبكة الانترنت سواء أكان في المنزل أو المكتب وفي أي مكان ووقت يرغبه ويعبر عنها "بالخدمة المالية عن بعد".<sup>1</sup>

تعود نشأة البنوك الالكترونية إلى بداية الثمانينات تزامنا مع ظهور النقد الالكتروني أما استخدام البطاقات كان في بداية القرن الماضي في فرنسا على شكل بطاقات كرتونية تستخدم في الهاتف العمومي و بطاقات معدنية تستعمل على مستوى البريد في الولايات المتحدة الأمريكية .

<sup>1</sup>-[http://www.uobabylon.edu.ig/uobcoleges/service\\_showrest.aspx?fid=9&pubid=1672](http://www.uobabylon.edu.ig/uobcoleges/service_showrest.aspx?fid=9&pubid=1672)

وفي عام 1958 اصدرت American Express أول بطاقة بلاستيكية لتنتشر على نطاق واسع، ثم قامت بعدها ثمانية بنوك بإصدار بطاقة Bank AmeriCredit عام 1968 لتتحول إلى شبكة Visa العالمية كما تم إصدار في نفس العام البطاقة الزرقاء Carte Blue من طرف ستة بنوك فرنسية وفي عام 1986 قامت اتصالات فرنسا France Telecom بتزويد الهواتف العمومية بأجهزة قارئة لبطاقات الذاكرة Crates Memoire لتصبح عام 1992 كل البطاقات المصرفية بطاقات برغوئية تحمل بيانات شخصية لحاملها.

وخلال منتصف التسعينات ظهر أول بنك الكتروني في الولايات المتحدة الأمريكية يميز بين نوعين من البنوك كلاهما يستخدم تقنية الصيرفة الالكترونية:

البنوك الافتراضية (بنوك الانترنت) :- تحقق أرباح تصل إلى ستة أضعاف البنك العادي.

البنوك الأرضية:-وهي البنوك التي تمارس الخدمات التقليدية وخدمات الصيرفة الالكترونية.

وعموما يرجع ظهور وانتشار البنوك الالكترونية إلى عاملين أساسيين:

-تنامي أهمية ودور الوساطة بفعل تزايد حركة التدفقات النقدية والمالية أما في مجال التجارة أو مجال الاستثمار والنتيجة عن عولمة الأسواق.

- تطور المعلوماتية وتكنولوجيا الإعلام والاتصال أو ما يعرف "بالصدمة التكنولوجية" والتي كانت في كثير من الأحيان استجابة للعامل الأول.

و بما أن البنوك الإلكترونية و المعاملات المصرفية تتم عن طريق الانترنت ، فمن الطبيعي ان يتم التعامل بوسائل الدفع الالكترونية بالاضافة الى الوسائل المصرفية الجديدة التي تتطلب التعامل بهذه الوسائل.

## 2-أنماط البنوك الالكترونية :

هناك ثلاث صور أساسية للبنوك عبر الانترنت تتمثل فيما يلي:

## أ-الموقع المعلوماتي:Informationnel:

يمثل المستوى الأساسي والحد الأدنى للنشاط الالكتروني المصرفي ويسمح هذا الموقع للبنك بتقديم معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية.و يتميز هذا النوع بمخاطر متدنية نسبيا .

## ب-الموقع الإتصالي:Communicative:

يتيح هذا الموقع عملية التبادل الاتصالي بين البنك والعملاء مثل البريد الالكتروني ، تعبئة طلبات أو نماذج على الخط ، تعديل معلومات القيود والحسابات ، الاستفسارات و يتميز بمخاطر أعلى.

## ج-الموقع التبادلي:transnational:

ويمكن من خلاله أن يمارس البنك نشاطاته في بيئة الكترونية كما يمكن للعميل القيام بمعظم معاملاته الكترونيا من سداد قيمة الفواتير ، إدارة التدفقات النقدية ، إجراء كافة الاستعلامية سواء داخل البنك أو خارجه.

## 2-المطلب الثاني: مزايا و عيوب البنوك الالكترونية

## 1-2 مزايا البنوك الالكترونية

تنفرد البنوك الالكترونية في تقديم خدمات متميزة عن غيرها من البنوك التقليدية منها<sup>1</sup> :

<sup>1</sup>-د.العجاج فاطمة الزهراء، واقع الخدمات الالكترونية في البنوك الجزائرية، تلمسان، 2007/15/15، ص201.

أ-كسب المزيد من العملاء: استطاعت البنوك الإلكترونية بفضل شبكة الانترنت ان تتميز بعدم التقيد لا بالوقت ولا بالمكان هذا كسب ثقة عملائها فيها كما تتيح لهم امكانية طلب أي خدمة في أي وقت بالإضافة الى سرية المعلومات .

ب-تميز الخدمات المصرفية: تقدم البنوك الإلكترونية العديد من الخدمات التقليدية و الى جانبها خدمات مصرفية متطورة عبر الانترنت كتمكين العملاء الإستعلام حول أرصدهم لدى المصرف .

ج-خفض التكاليف : من مميزات البنوك الإلكترونية أن تكاليفها منخفضة مقارنة بنظيرتها التقليدية و هي من عوامل لجذب العميل.

د-سرعة التعاملات : بإمكان العميل الإتصال بالبنك عن طريق الانترنت و اتمام المعاملات التي يود القيام بها بسرعة وفعالية كبيرة، دون التنقل الى البنك شخصي.

د-خدمات البطاقة: توفر البنوك الإلكترونية خدمات متميزة لرجال الأعمال والعملاء ذوي المستوى المرموق مثل خدمات سامبا الماسية والذهبية المقدمة لفئة محددة من العملاء على شكل بطاقات ائتمانية وبخصم خاص.

2-2-عيوب البنوك الإلكترونية: للبنوك الإلكترونية بعض السلبيات و كذلك بعض المشاكل التي تواجهها نذكر منها:

- صعوبة تحديد حجم السيولة لأي بنك الكتروني، حيث لا يمكن معرفة أو حصر تعاملات البنك الداخلية و الخارجية.
- سهولة الوقوع كضحية لعمليات احتيالية، عن طريق تزوير بعض البطاقات.
- يتوقع دائما حدوث خطأ تقني يمكنه عرقلة عمل البنك كله وتعرض حسابات الأشخاص للفقء، كما يمكن لفيروس من التي تصيب الأجهزة الإلكترونية أن تخترق هذا النظام وتعطله.

- قلة الثقة و تفضيل التعامل مع الفروع المباشرة بالطريقة التقليدية.
- اتقان تعامل العميل مع البنوك الالكترونية يحتاج الى استثمار الوقت و الجهد للتعلم.<sup>1</sup>
- سهولة الوقوع كضحية لعمليات احتيالية، عن طريق تزوير بعض البطاقات.
- عدم توفر البنية التحتية التقنية.
- زيادة الفجوة التي تنشأ بين العميل والبنك، وهو ما قد يترتب عليه قيام البعض بعمليات اقتراض دون ضمانات كافية، وتعرض البنك لعمليات نصب.

### المطلب الثالث: الخدمات المصرفية الالكترونية :

تتعدد الخدمات المصرفية الالكترونية ، وذلك حسب الوسائل المستخدمة من أهم هذه الوسائل:

#### 1-الخدمات المصرفية الالكترونية من خلال الصرافات الآلية:

تتمثل في :

أ-الموزع الآلي للأوراق: وهو جهاز متصل بالبنك يسمح للعملاء بعد ادخال بطاقة السحب و تشكيل الرقم السري من سحب المبالغ النقدية، دون الحاجة الى اللجوء الى الفرع.

ب-الشباك الآلي للأوراق: وهو آلة اوتوماتيكية أكثر تعقيدا و تطورا، فهي تقدم خدمات أخرى مثل قبول الودائع.... والشبابيك الاوتوماتيكية للأوراق متصلة بالحاسوب الرئيسي للبنك.

"لكن هذه الأجهزة لم تعد تقتصر على مجرد وسيلة للحصول على النقود، بل حاليا تقوم بوظائف جد متقدمة تمكن العمال و الموظفين من استلام رواتبهم و حقوق الضمان الإجتماعي ، كما تسمح لهم بالوصول الى حساباتهم الجارية مع توفر خيار استخدام لغات أجنبية عبر هذه الأجهزة".<sup>1</sup>

<sup>1</sup>-د.اسماء خضير ياس،د.احمد صبحي جميل،مظاهر استخدام الصيرفة الالكترونية في العراق،المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية،العراق،العدد2014،،41،ص43،44.

## ب-خدمات الصيرفة الإلكترونية عبر الهاتف :

أنشأت المصارف خدمة الهاتف المصرفي التي تقوم على تزويد الزبائن بالخدمات المصرفية في أي مكان و أي وقت، و أنشأت لتفادي العملاء طوابير الانتظار للاستفسار على حساباتهم، و تشمل هذه الخدمة الإطلاع على عروض المصارف و اسعار العملات و كذا تحويل النقود من حساب لآخر و فتح الحسابات و غلقها.....

## ج-الصيرفة عبر شبكة الانترنت:

اتجهت البنوك الى توسيع نشاطها عن طريق انشاء مواقع لها على شبكة الانترنت بدلا من إنشاء مقرات جديدة، و هو ما سهل على العميل التعامل مع المصرف و هو في منزله، حيث يستطيع العملاء من خلال موقع البنك التعامل و الاستعلام عن حساباتهم من أجهزتهم الشخصية و ذلك بواسطة حساب سري خاص لكل منهم.<sup>2</sup>

د-خدمة المقاصة الإلكترونية: هو عبارة عن نظام ما بين البنوك و مجموعة من القواعد المعتمدة في تحويل الاموال بين البنوك الكترونيا، و من بين الوظائف الأساسية لنظام المقاصة نذكر:

\* تسيير المبادلات بين البنوك بوسائل دفع غير مادية.

\* الحفاظ على أرشيف للمعطيات الإلكترونية.

## خصائص نظام المقاصة :

<sup>1</sup>-زيدان محمد، دور التسويق في القطاع المصرفي حالة بنك الفلاحة و التنمية الريفية، رسالة دكتوراه، قسم العلوم الاقتصادية، و التجارية و علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005، ص 87.88.  
<sup>2</sup>-د.بعایش میاده، د. رایدی حسینیة، واقع الصيرفة الإلكترونية في الدول المتقدمة، مجلة الباحث الاقتصادي، جامعة سكيكدة، العدد الثامن، ديسمبر، 2017، ص 381.

يتميز ب:

- \* يعمل على تحديد الحد الأقصى المعمول به للأرصدة الجانبية المدينة المتعددة.
- \* يعتبر نظام مؤمن ضد الإحتيال حيث تتم المعاملات بطرق مؤمنة و مشفرة.
- \* التحكم في ضمان سرية المعلومات المتبادلة بين البنوك.

## خاتمة الفصل :

أدت التطورات السريعة في مجال تكنولوجيا الاتصال و المعلومات الى ظهور بيئة اقتصادية جديدة أهم ركائزها التجارة الإلكترونية و ظهور نوع جديد من البنوك الالكترونية و القطاع البنكي باعتباره حساس لكل التطورات الجارية في باقي القطاعات ، كان لزاما عليه مسايرة هذا الركب من خلال تقديم خدمات بنكية جديدة تركز على الإستخدام المكثف لتقنيات الاتصال الحديثة، و من بين هذه التقنيات خدمة الدفع الالكتروني التي تجد مكانتها في التجارة الالكترونية حيث تلعب دورا كبيرا في تطوير هذه الاخيرة و هذا ما دفع بمختلف بنوك العالم الى تبني نظام الدفع الالكتروني من خلال تحديث عمليات الدفع و السعي لمواكبة التطورات الحاصلة في النظام المالي العالمي.

## الفصل الثاني

تمهيد:

لقد كان من البديهي في ظل التجارة الالكترونية إن توجد وسائل للوفاء ذات طابع الكتروني، وهو ما ظهر بالفعل متمثلا في النقود والأوراق التجارية وبطاقات الوفاء الالكترونية، وهذه الوسائل لديها العديد من المزايا، لتتحول المؤسسات المالية على إثرها من طابعها التقليدي إلى الالكتروني، حيث زاد انتشار التعامل بها لتتيح العديد من المزايا فبالنسبة لرجال الأعمال أصبح من الممكن تجنب مشقة السفر للقاء شركائهم وعملائهم، أصبح بمقدورهم الحد من الوقت و المال لترويج لبضائعهم وعرضها في الأسواق، أما بالنسبة للزبائن فليس عليهم التنقل للحصول على ما يريدونه أو الوقوف في طابور طويل، أو حتى استخدام النقود التقليدية وأيضا ما سهل التعامل هو التكنولوجيا المتطورة على مستوى البنوك من ظهور آليات جديدة للتعامل كالبطاقات البنكية والشيك الالكتروني وغيرها من الوسائل السداد الحديثة .

سنستعرض في فصلنا هذا ثلاثة مباحث، حيث نستعرض أولا مدخل إلى نظام الدفع الالكتروني ثم وسائل الدفع الالكترونية وفي المبحث الأخير مخاطر وتحديات التي تواجه وسائل الدفع الالكتروني .

## المبحث الأول: مدخل إلى نظام الدفع الإلكتروني

يعود وجود نظم أساسا لدورها في القطاع المالي و المصرفي، ولقد تغيرت نظم الدفع إلي درجة كبيرة في أعقاب الإصلاحات التي شهدتها القطاع المالي العالمي، أما عن تطورها فهي من تطور النقود بصفة عامة ابتداء من النقود السلعية ، الورقية ، الكتابية الائتمانية والالكترونية ونقود الدولة كما جاء في العديد أدبيات الكتب .

## المطلب الأول: مفاهيم أساسية حول نظام الدفع الإلكتروني

الدفع مصطلح لعملية تحويل النقود بين المتعاملين الاقتصاديين، كان يكون مثلا بين التجار والمستهلك بخصوص تسديد قيمة الحاجات والسلع. أما نظام الدفع الوطني فهو واحد من مكونات السياسة النقدية والمالية في البلد.

## الفرع الأول: تعريف أنظمة الدفع الإلكتروني

1 - مفهوم نظام الدفع الإلكتروني: المقصود بالدفع الإلكتروني هو الوفاء بطريقة الالكترونية بأثمان السلع و الخدمات المتعاقد عليها باستخدام إحدى الوسائل أو أدوات السداد أو الدفع الإلكتروني.<sup>1</sup>

ويعرف نظام الدفع على انه مجموعة الوسائل والإجراءات والقواعد الخاصة بعملية تحويل الأموال بين الأعضاء المشاركين داخل النظام (البنوك والمؤسسات المالية )، وذلك وفقا لاتفاق مبرم بين كافة الأعضاء المشاركين بالنظام وبين مشغل النظام، على أن تتم عملية انتقال الأموال باستخدام بنية أساسية فنية وفقا لتقنيات متفق عليها.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Friendik Mishkin .la Monnaie Marchandise .Fiduciers ,Scripturale ,Electronique ,et la monnaie de l'Etat ,pearson Education ,Paris ,France,2014 ;p ;70-74

<sup>2</sup> تقرير لجنة التسويات ،المبادئ الأساسية لنظم الدفع الهامة نظاميا ،بنك التسويات الدولية،جانفي2001

تعرف أنظمة الدفع الإلكترونية على أنها : أنظمة الدفع التي تتم الكترونياً بدلاً من الورق (الكاش، نقداً، الشيكات) .

يستطيع شخص مثلاً أن يحاسب علي فواتيره الكترونياً أو يقوم بتحويل النقود الكترونياً عبر حسابه البنكي الخاص. ويقصد بنظام الدفع بالمفهوم الواسع آلية العمل بين كل من المنشآت الأعمال ، الحكومات ، المستهلكين والمؤسسات المالية الذي يتم من خلاله عمليات الدفع .

وبعبارة أخرى نظام الدفع هو: مجموعة أنظمة تحويل الأموال بين البنوك، ويتضمن كذلك تداول الأموال وذلك من خلال القيام بالوظائف الأساسية التالية: إرسال واستقبال أوامر الدفع ، تحويل أوامر الدفع ، المقاصة في حالة الأرصدة الصافية والتسوية . من خلال ما سبق يمكن القول أن نظم الدفع تشمل الأدوات التي تسهل تبادل الأصول والخدمات بين الوحدات الاقتصادية ، والهيكل المؤسسي التنظيمي والإجراءات التشغيلية وشبكة الاتصال، ويتكون نظام الدفع :المؤسسات والوسطاء الماليون ، وسائل الدفع، وإجراءات الدفع والتحصيل.

--آلية الدفع الإلكتروني: إن من خلال عملية الدفع سوف يتم تحويل الأموال من حساب المشتري إلى حساب البائع ، هذا إذا كان كل من البائع و المشتري لديهم حسابات في نفس البنك ويتم هذا بسهولة ، أما إذا كان البائع والمشتري يستخدمان بنوكاً مختلفة وهذه هي الحالة العامة، فإن عملية التسوية أو تحويل الأموال يجب إن تتم من خلال نظم المدفوعات .وتعمل نظم المدفوعات مثل عمل أي بنك من البنوك على أساس إن كل البنوك الأعضاء في النظام المدفوعات يكون لديها حسابات بودائع يمكن إن تستخدم كأرصدة تسوية في إطار النظام .هذه المدفوعات بين بنوك الأعضاء تتم تسويتها في إن واحد بدائنية ومديونية الحسابات المعنية بذلك في بنوك الدفع والاستلام<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>محمد نور صالح الجداية وسناء جودت خلف ،التجارة الإلكترونية ، الحامد للنشر و التوزيع ،الأردن ، 2009،ص.231

## الفرع الثاني : أهمية أنظمة الدفع الالكترونية

--أهمية نظام الدفع الالكتروني:

تعود أهمية نظام الدفع الالكتروني في أداء العمليات الاقتصادية و التجارية والائتمانية بين الأفراد و المؤسسات ، ومختلف الهيئات الحكومية وبالتالي فهو ضروري في عمل الاقتصاد الحقيقي وسير السوق المالي ، وكذلك في تنفيذ إجراءات السياسة المالية، ولم تكن عمليا أنظمة الدفع الالكترونية موضوعا يثير اهتمام البنوك المركزية ، حيث كان ينظر إليها على أنها نشاط ميكانيكي داخلي لا ينطوي على أية أسئلة حقيقية بشأن السياسة، إلا أن هذا الموقف تغير فقد شهدت اقتصاديات السوق المتطورة خلال السنوات الماضية التغيرات التالية:<sup>1</sup>

-- زيادة كبيرة في العائد من أنظمة الدفع من حيث عدد الصفقات و الأهم من ذلك من حيث قيمة هذه التحويلات ،ولقد انعكس هذا تحديدا في النمو السريع في نشاطات الأسواق التالية ،

-- التقدم التكنولوجي الكبير الذي نتج عنه إمكانية تحويل الأموال بسرعة اكبر من خلال أنظمة الدفع .

وبالتالي يمكن القول أن هناك تفهما وإدراكا واسعين للدور المركزي الذي تلعبه أنظمة الدفع في أي اقتصاد سوق باعتبارها:<sup>2</sup>

-عنصر حيوي في البنية التحتية المالية والمصرفية لاقتصاد ،

-قناة ضرورية للإدارة الاقتصادية الفعالة ولإسيما من خلال السياسة النقدية ،

-وسيلة لتحسين الكفاءة الاقتصادية .

<sup>1</sup> ديفيد شيبارد، أنظمة المدفوعات ، منشورات مركز الدراسات المصارف المركزية، مصرف إنجلترا ، لندن ، جانفي، 2001، ص7

<sup>2</sup> المرجع السابق.

### المطلب الثاني : أشكال أنظمة الدفع في البنوك و المؤسسات و المصرفية

هناك العديد من التقسيمات في أنظمة الدفع ، لذا يتضح لنا أن هناك من العديد من منها، وذلك حسب اقتصاديات أي دولة و تطورها .

#### الفرع الأول :عملية الدفع المالي و النقدي

مهما كانت وسيلة الدفع فلا بد من إشراك أربعة أطراف مشتركة لإتمام عملية الدفع .في البداية الدافع الالكتروني هو الزبون ،وعادة المستهلك هو البادئ في مدفوعات التجزئة مقابل الحصول على السلع و الخدمات ، أما المستفيد من الدفع عادة يكون التاجر أو البائع أو ما يسمى كذلك المستفيد فهو الذي يستلم النقود الكترونيا مقابل تقديمه لسلع و الخدمات ،في بعض الحالات يقوم مقدمو الخدمات الذين هم من الأطراف الثلاثة التصرف نيابة عن البنوك و المؤسسات المالية .<sup>1</sup>

#### Payment System Traditional الفرع الثاني : نظام الدفع التقليدي

يرتكز نظام الدفع أساسا علي النقد ، باعتباره أداة تبادل و مقياس للقيمة و مخزن لها .و بقي العالم يعتمد علي النظام الدفع التقليدي هذا و يستخدم وسائله سنوات عديدة، إلى أن سادت ظاهرة المعلوماتية التي تأثر بها الناس و الاقتصاد أخيرا، وبدؤوا التعامل على أساسها نظرا لمزاياها من ناحية السرعة أو التكلفة ،وخاصة فيما يتعلق بعملية الدفع و التحويل التي أصبحت أسهل في ظل البيئة الالكترونية .وأساس نظام الدفع التقليدي أربعة أطراف البائع و المشتري وبنكهما، و التدفق الحاصل بينهما من سلمي و نقدي و عمليات دفع و الإيداع.<sup>2</sup>

#### الفرع الثالث : نظام الدفع الالكتروني Eletronic Payement Seystem

<sup>1</sup> Abel François ,Les Systems de Payment ,Seminaire d'economie IPAG de Strabpurg ;paris,France,2007,p,12

<sup>2</sup> المرجع السابق

إن نظام الدفع الإلكتروني الذي شرع في استخدامه في مطلع الستينيات من القرن العشرين، والذي تمثل في نظام تحويل الأموال الكترونياً، المستخدم بكثرة في من قبل البنوك التي تتبادل الأموال فيما بينها، فتنتقل اليوم هذه الأموال، والمحفوظة في سجلات مخزنة في الحواسيب الآلية الخاصة بكل بنك، من بنك إلى آخر، بحيث تنتقل المعلومات بسرعة وكفاءة. ويعاد تصحيح السجلات في ضوء تلك التحويلات، كنتيجة للتعامل مع بعض المنظمات المختصة مثل:

Swift وChop chaps

نلاحظ من خلال نظام الدفع الإلكتروني تتم عملية الدفع بين الأطراف التالي:

**01. Bayer المشتري:** هو الشخص الذي يقوم بعملية الدفع الإلكتروني ثمناً لبضاعة أو خدمة قام بشراءها عبر الإنترنت أو الشبكات السلكية من خلا بنكه.

**02. البائع: Saller** وهو الطرف الذي يقوم بتسليم قيمة الدفع الإلكتروني ثمناً للبضاعة أو خدمة قام بتقديمها للمشتري من خلال بنكه.

**03. الوسطة: Intermediary** كمصدري البطاقات البنكية (أداة الدفع الإلكتروني) من البنوك والمؤسسات المالية التي تم استخدامها في الدفع الإلكتروني أو المنظمين، وهم عادة المؤسسات الحكومية.

فمن خلال القانون يتم التحكم بعمليات الدفع الإلكتروني، وضبطها والإشراف عليها.<sup>1</sup>

**المطلب الثالث: معايير تصنيف أنواع أنظمة الدفع الإلكترونية**

في هذا المطلب سنتطرق إلى العديد من المعايير التي يتم من خلالها تقسيم وتصنيف أنظمة الدفع الإلكترونية:

<sup>1</sup> المرجع السابق ص 8-9

## الفرع الأول: معيار الأشكال الهيكلية

وفق العلاقة التي تربط بين  $V, T, L, Y$  تأخذ نظم الدفع أربعة أشكال هيكلية تشبه البنك أو المؤسسة المالية المرسل و البنك المركزي والبنك والمؤسسة المالية المستلم كما يلي :

البنك المركزي ،والذي يقوم بدوره بإرسالها إلي البنك المستلم، في النظم التي تأخذ التي شكل حرف  $V$  ففي هذا الشكل لا يستلم البنك المركزي تفاصيل الدفع  $Y$  ينتشر أيضا استخدام النظم التي تأخذ شكل ولكن تفاصيل التسوية فقط.

يعيد البنك المركزي إرسال المدفوعات مرة أخرى إلي البنك  $L$  في النظم التي تأخذ شكل حرف المرسل بعد إجراء عملية التسوية .ويقوم البنك المرسل نفسه بإرسال نسخة من المدفوعات إلي البنك المستلم. ترسل المدفوعات إلي البنك المستلم و البنك المركزي في آن واحد أما في النظم التي تأخذ شكل الحرف  $Y$ .

## الفرع الثاني: معيار أساليب التسوية

فيما يتعلق بأساليب التسوية المستخدمة من قبل نظم الدفع ،يمكن أن تنقسم نظم الدفع إلى مجموعتين: نظم التسوية الإجمالية اللحظية ونظم التسوية المؤجلة (أو التصفية)، وعادة ما توجد نظم التسوية الإجمالية اللحظية لدى البنوك المركزية، وتستخدم في المدفوعات عالية القيمة، ولا تنطوي هذه النظم على أية مخاطر ائتمانية ، حيث يتم تسوية المدفوعات بطريقة لحظية.

ويمكن التغلب على مخاطر السيولة الموجودة في هذه النظم من خلال آليات جيدة التصميم لاصطفاف العمليات، واستخدام تسهيلات السحب علي المكشوف أثناء ساعات النهار. ومن ناحية أخرى تظهر مخاطر الائتمان في نظم التسوية نظرا لان التسوية بها تكون مؤجلة .

الفرع الثالث: حسب معيار الحجم المدفوعات

يميز في هذا المعيار نوعين من أنظمة الدفع وهما:

### 01. نظام الدفع للتجزئة Les Systèmes Paiement de Détail

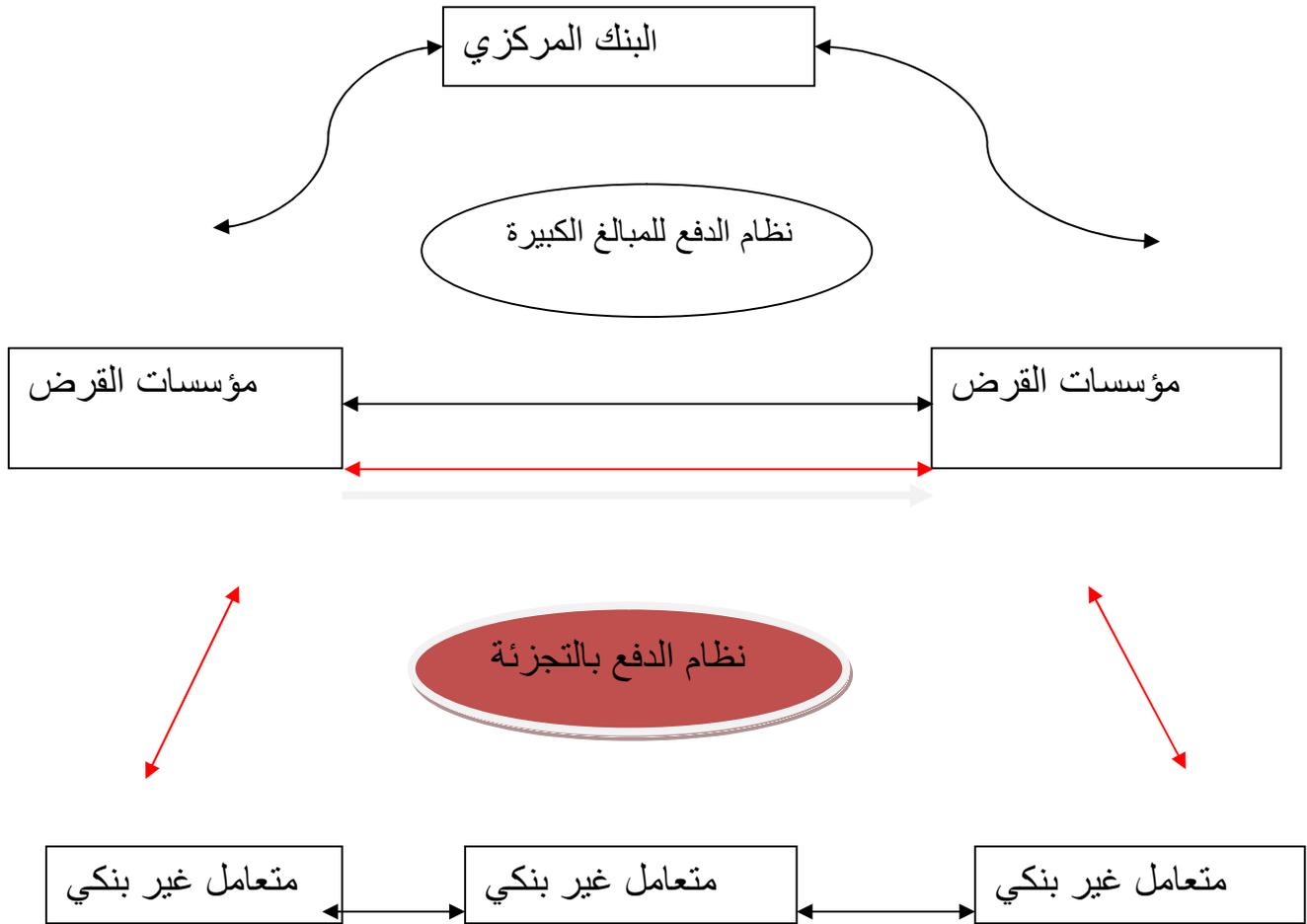
يتم من خلال هذا النظام دفع قيمة السلع Systèmes de paiement de Mass ويطلق عليه اسم ذات القيمة الصغيرة. ويكون بين الخواص والمؤسسات الغير المالية، وإلا من خلال وسائل الدفع التالية: الشيك التحويلات، الاقتطاعات، البطاقة البنكية... الخ<sup>1</sup>

### 02. نظام الدفع للمبالغ الكبيرة: Les Systèmes de Paiement de Gros Montants

<sup>1</sup> Adou Christelle Loba ;La Modernisation des Systemes de paiement –le Prpjrt (Single Euro Payments Area –Espase unique de payment en eyros),University Montesquieu, Bordeaux ,France ;2011,p,3

Systemes de Paiement de Grande Valeu ويكون بين المؤسسات المالية، فنظام الدفع الذي يتم فيه تبادل كمية كبيرة نسبيا من النقود يشار إليه عادة بنظام الدفع ماكرو، ومن الناحية الأخرى إذا كان لنظام للدفع الصغير (حتى 5 أورو) فإنه نظام الدفع ميكرو، والكمية التي تلعب دورا كبيرا جدا في تصميم النظام و القرار الخاص بسياسة الأمن.<sup>1</sup> مثلا: في الاقتصاد الفرنسي يوجد نوعان من الأنظمة ما بين البنوك للدفع، واحد خاص بالمبالغ الكبرى (بين المؤسسات القرض) والأخر للدفع بالتجزئة (بين المتعاملين الغير البنكيين).

والشكل 05 الموالي يوضح ذلك:



الشكل: يمثل نظام لدفع للمبالغ الكبرى والتجزئة في فرنسا.

<sup>1</sup> فاروق سيد حسين، التجارة الإلكترونية وتأمينها، هلا للنشر و التوزيع، الاسكندرية، مصر، 2001، ص23.

## الفرع الرابع: حسب معيار المركزية والحجم المدفوعات الكبيرة

1- المركزية واللامركزية: ويمكن أن يكون نظام الدفع الإلكتروني مركزي أو لا مركزي. ففي نظام اللامركزي فإن الذي يدفع والمستفيد على خط مع بعضهما أثناء تعامل الدفع، ولكن ليس لديهما ربط الإلكتروني مع بنكهما، وفي هذا السيناريو ليس للمستفيد إمكانية أن يطلب تفويض من بنك المصدر (غير إطار الدفع). لذلك فلا يمكن أن يتأكد أن سيستلم نقوده فعلياً وبدون توكيل. فمن الصعب منع الذي يدفع من أن يرسل نقوداً أكثر مما يمتلكه فعلياً<sup>1</sup>

أساساً لهذا السبب فإن معظم النظم دفع الانترنت المقترحة مركزياً. فالنظام المركزي يحتاج إلى الوجود المركزي لخدمات توكيل، والذي يمكن أن يكون جزءاً من البنك الصادر أو البنك المستفيد. وبوضوح فإن النظام المركزي يحتاج لاتصالات أكثر، ولكنه أمن أكثر من النظام اللامركزي<sup>2</sup>.

2- معيار حجم المدفوعات الكبيرة: ووفقاً لتلك الآلية فإنه لا توجد ثمة مشكلة يمكن أن يتعرض لها النظام المصرفي ولكن المشكلة تظهر في حالة المدفوعات كبيرة القيمة. وفي ذلك يوجد ثلاثة أنواع من نظم المدفوعات كبيرة القيمة عملياً هي:

نظام التسوية الإجمالية الفورية للمعاملات .

نظام التسوية الدورية متعددة الأطراف.

نظام المدفوعات ما بين البنوك لغرفة المقاصة

<sup>1</sup>فاروق سيد حسين، مرجع سابق، ص22

<sup>2</sup>عبد الرحيم الثحنات الشحطي، مرجع السابق، ص45

## المبحث الثاني: وسائل الدفع الإلكتروني

تشمل المعاملات الإلكترونية الحديثة عدة مجالات وتعد المحرك الجديد للتنمية الاقتصادية وكذلك كونها وسيلة فعالة وسريعة لإبرام الصفقات والخدمات وترويجها وعلى ضوء هذه النقاط سنوضح مفهوم وسائل الدفع الإلكتروني إضافة إلى أنواعها وكذلك سنتطرق إلى إيجابيات وسلبيات وسائل الدفع.

## المطلب الأول: ماهية وسائل الدفع الإلكتروني

الدفع الإلكتروني هو منظومة متكاملة من النظم والبرامج التي توفرها أي حكومة لبنوكها الإلكترونية، بهدف تسهيل إجراء عمليات الدفع الآمنة وتدعيم هذه الخاصية بالبطاقات الائتمانية من خلال هذا سنعرض تعريف حسب الأداة المستعملة.

## -عن طريق البطاقات مسبقة الدفع:

أداة الدفع وسحب نقدي، يصدرها بنك تجاري أو مؤسسة مالية تمكن حاملها من الشراء بالأجل على ذمة مصدرها، ومن الحصول على النقد اقتراضاً من مصدرها أو من غيره بضمانه وتمكنه من الحصول على خدمات خاصة .

البطاقة مسبقة الدفع هي بطاقة ابتدائية تقوم فكرتها على أساس أن تودع أنت مبلغ محدد في حساب بطاقتك الائتمانية مسبقة الدفع وكلما قمت بعملية الشراء باستخدام البطاقة مسبقة الدفع يتم الخصم من الرصيد الائتماني المتوفر بها .

## -عن طريق المواقع الإلكترونية أو الحسابات:

وهي عبارة عن خدمة لنقل الأموال عن طريق الانترنت من طرف لطرف آخر ويتم استخدامها بشكل رئيسي لتسويق الالكتروني والشراء.» banktransfers «الأمن عن طريق الانترنت ومن أهم هذه المواقع نذكر.<sup>1</sup>

- عن طريق الحوالات المصرفية:التحويلات المصرفية هي وسيلة من وسائل الدفع الالكتروني وهي نوع من الخدمات التي تقوم به .

البنوك الالكترونية ويقصد بها العملية التي تتم بناء على طلب العميل لنقل مبلغ معين إلى شخص أو جهة أخرى تسمى المستفيد، وذلك سواء تم النقل من حساب إلى حساب داخل نفس البنك أو فروعه، أو كان النقل بين بنكين في دولتين مختلفتين وفي الحالة الأخيرة يترتب على العملية صرف العملة المحلية بالأجنبية المراد تسليمها للمستفيد.

-عن طريق شركات التحويل:

وهو عبارة عن نظام الدفع النقدي السريع التي تتيح إمكانية استلام الدفعات من خلال خدمات تحويل الأموال العالمية، وذلك بتحصيلها على الوكيل المحلي لشركة المتعامل معها وذلك في ظرف يوم على الأكثر وهذا يعني أن العميل لن يضطر لانتظار وصول الشيك عبر البريد وأيضا هناك ميزات أخرى فرسومه المصرفية منخفضة ، كما توفر لك الشركة التي تتعامل معها اختيار الدفع النقدي بالعملة التي تريدها.

<sup>1</sup> مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي بعنوان مستقبل المعاملات الالكترونية في البنوك لطالب بصادق حسين ص 25

## المطلب الثاني: الأنواع المختلفة لوسائل الدفع الإلكترونية.

تطورت وسائل الدفع الإلكترونية خاصة بعد انتشار عمليات التجارة الإلكترونية وتطورها على الصعيد العالمي، وفي ما يلي سنعرض أهم تلك الوسائل.

01. الشيك الإلكتروني: **electronic checks** هو المكافئ الإلكتروني للصكوك الورقية التقليدية التي اعتدنا التعامل بها وهو رسالة إلكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الصك إلى مستلم الصك (حامله) ليعتمده ويقدمه للمصرف الذي يعمل عبر الإنترنت.<sup>1</sup>

بمعنى أنها تستخدم لإتمام عمليات السداد الإلكترونية بين الطرفين من خلال الوسيط والشيك الإلكتروني يحتوي على معلومات التالية: رقم الشيك، اسم الدافع، رقم حساب الدافع، اسم البنك، القيمة التي ستدفع، وحدة العملة المستعملة، تاريخ الصلاحية والتوقيع الإلكتروني للدافع.<sup>2</sup>

## -إجراءات استخدام الشيك الإلكتروني:

يتم إجراء استخدام الشيك الإلكتروني عموماً كما يلي:

يشترك كل من المشتري والبائع لدى البنك يقوم بعملية المقاصة نفس البنك من خلال فتح حساب جاري لكل منهما أو ربطه مع أي حساب جاري آخر، ثم بعد ذلك تحديد التوقيع الإلكتروني<sup>3</sup>

لكل منهما، ويتم تسجيله في قاعدة البيانات الخاصة بالبنك.

-يتم تحديد السلعة المراد شراؤها وكذا تحديد السعر الواجب دفعه للبائع والاتفاق على أسلوب الدفع .

<sup>1</sup>مؤلف تقود الانترنت هل تكون بديل النقد العادي الموقع <http://www,itep,co,ae/arabic>

<sup>2</sup>د.رافت رضوان، عالم التجارة الإلكترونية، المنظمة العربية لتنمية الإدارية، 1999ص134

<sup>3</sup>بنك الإسكندرية، إدارة البحوث الاقتصادية لبنك الإسكندرية المجلد 34، 2002.ص.26

-يقوم المشتري بتحرير شيك الكتروني ويقوم بتوقيعه بالتوقيع الالكتروني المشفر، ثم يقوم بإرسال هذا الشيك بالبريد الالكتروني المؤمن إلى البائع.

-يستلم البائع الشيك الالكتروني الموقع عليه من طرف المشتري ويقوم عليه كمستفيد بتوقيعه الالكتروني المشفر، ثم بعد ذلك يرسله إلى البنك الذي يقوم بعملية المقاصة.

-يقوم البنك بمراجعة الشيك والتحقق من صحة الأرصدة والتوقعات، وبناء على ذلك يخصم القيمة من الحساب المشتري ويضيفها إلى حساب البائع، ثم يقوم بإخطار كل منهما بإتمام إجراء المعاملة المالية من خلال إلغاء الصك أو إعادته الكترونيا إلى حامله \_المشتري\_ ليكون دليلا على انه قد تم صرفه فعلا، ويمكن لمستلم الصك أن يتأكد الكترونيا من انه قد تم بالفعل تحويل المبلغ لحسابه<sup>1</sup>.

#### مزايا الشيك الالكتروني :

يمتاز الشيك الالكتروني بالعديد من المزايا، ويمكن تلخيصها فيما يلي:

من رسوم التشغيل بالمقارنة مع بطاقة الائتمان مما 50% يوفر التعامل بالشيكات يساهم في تخفيض النفقات التي يتحملها المتعاملون بهذه الشبكات، كما أن عملية الدفع بالشيكات الالكترونية منخفضة التكاليف بالمقارنة مع الشيك العادي، حيث أوضحت إحدى الدراسات في الولايات المتحدة الأمريكية أن البنوك تستخدم سنويا أكثر من 500 مليون شيك ورقي وتكلف إجراءات تشغيلها 79 سنتا للشيك وتزايد أعداد الشيكات بنسبة 3 بالمائة سنويا وأكدت الدراسة أن استخدام الشيكات الالكترونية يمكن أن يخفض التكلفة إلى 25 سنتا.

-لا يتم تحميل الشيكات الالكترونية التي تتم عن طريق الانترنت بالرسوم التي يتم تحميلها للشيكات الورقية.

<sup>1</sup>د.رضا عبيد، الآثار القانونية للتحويل المصرفي الالكتروني، ص 324-332

-يتم تسوية المدفوعات من خلال الشيكات الالكترونية في 48 ساعة فقط بالمقارنة بالشيكات العادية التي تتم تسويتها في وقت أطول م خلال غرفة المقاصة، و البنوك تعمل جاهدة لتقليص هذه المدة.

بالرغم من المزايا العديدة التي يحققها التعامل بالشيك الالكتروني إلا أن التعاملات به مازالت محدودة

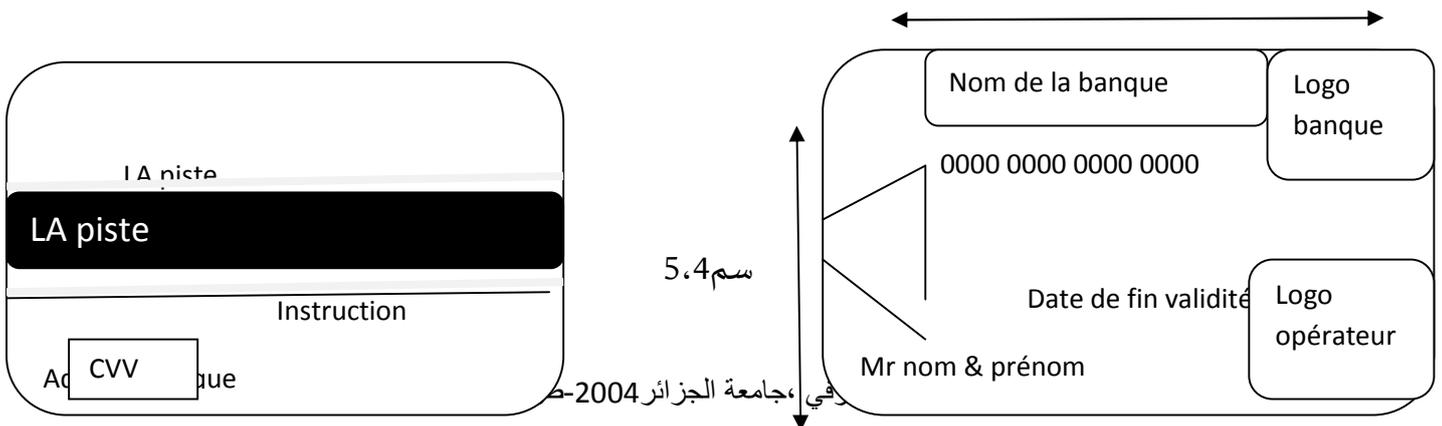
وهذا لكونه وسيلة حديثة لم يدرك المتعاملين أهميتها بالإضافة إلى التخوف من المخاطر التي تنتج عنه.

2-البطاقات البنكية الالكترونية: تعرف البطاقات البنكية على أنها عبارة عن بطاقة بلاستيكية ومغناطيسية يصدرها البنك لصالح عملائه بدلا من حمل النقود، فهي بطاقة بلاستيكية مستطيلة الشكل تحمل اسم المؤسسة المصدرة لها، وشعارها وتوقيع حاملها، وبشكل بارز على وجه الخصوص رقمها، واسم حاملها وحسابه وتاريخ انتهاء صلاحيته<sup>1</sup> فهي وسيلة دفع حديثة تقدم ميزات أفضل من تلك التي تقدمها وسائل الدفع التقليدية، ولذلك انتشر استعمالها عبر مختلف دول العالم.

الشكل يمثل أحد أشكال البطاقات الدفع الالكتروني

الشكل 06: نموذج عن البطاقة البنكية الالكترونية

سم 5,8



المصدر: الدكتور محمد عبد الحسين الطائي لتجارة الالكترونية المستقبل الواعد لأجيال القادمة .

بطاقة الساحب الآلي: يمكن للعميل بمقتضاها سحب مبالغ نقدية من حسابه بحد أقصى متفق عليه ويتم إصدارها من جانب البنك رغبة في عدم وجود زحم على الشباك الصرف، وكذلك لتمكين العميل من صرف المبلغ الذي يحتاجه خلال فترة التي يكون فيها البنك مغلقا، وعن طريق إدخال هذه البطاقة في الصراف الآلي الخاص بالبنك وإدخال الرقم السري وهو يتكون في الغالب من أربعة أرقام عن طريق الضغط علي لوحة المفاتيح الموجودة بجهاز الصراف الآلي يظهر علي شاشة الجهاز عدة اختيارات للعميل، مما يتيح للعميل تحديد المبالغ المراد سحبها، ويحرر الصراف الآلي الفاتورة أو الكشف بالأموال المسحوبة من قبل العميل مينا فيها المكان وتاريخ الائتمان، وذلك لأن العميل يسحب النقود من رصيده لدي البنك.<sup>1</sup>

بطاقة الشيكات: يتعهد فيها البنك بتسديد الشيكات التي يحررها العميل بشروط معينة، وتحتوي هذه البطاقة عادة اسم العميل وتوقيعه ورقم حسابه و الحد الأقصى الذي يتعهد بنك الوفاء به في كل شيك يحرره العميل،

ويقوم العميل بإبراز البطاقة للمستفيد و التوقيع على الشيك إضافة إلي التأكد من مدة الصلاحية البطاقة للاستعمال، وإذا تحقق هذه الشروط، وبخاصة تحرير الشيك وفقا للحد الأقصى المسموح به، وكتابة رقم البطاقة على ظهر الشيك و توقيع الساحب، فان البنك المسحوب عليه ملزم بدفع قيمة الشيك للمستفيد بغض النظر عن وجود رصيد كاف لديه من عدمه وظهور هذه البطاقة جاء نتيجة سوء الظن و عدم ثقة التجار بالشيكات التي يصدرها أشخاص لا يعرفونهم.<sup>2</sup>

بطاقة الدفع: تخول حاملها سداد مقابل السلع و الخدمات حيث يتم تحويل ذلك مقابل من حساب العميل إلي حساب التاجر لذلك تعتمد هذه البطاقة على وجود الأرصدة فعلية للعميل لدى البنك و يلاحظ إن الوفاء

<sup>1</sup>محمد حسين منصور –المسؤولية الالكترونية- دار الجامعة الجديدة الإسكندرية-2003ص135.  
<sup>2</sup>القضاة الفياض: الالتزامات الناتجة عن استعمال بطاقات الائتمان-المجلد 26-ع-02-الأردن-1999ص400.



إنها بطاقات الائتمان: هي بطاقة تمكن العميل من الحصول على السلع و الخدمات من المحلات و الأماكن المعينة عند تقديمه لهذه البطاقة ويقوم البائع بالتالي بتقديم هذه الفاتورة الموقعة من العميل إلى المصرف مصدر الائتمان فيسدد قيمتها له ، ويقدم المصرف للعميل كشفا شهريا بإجمالي القيمة لتسديدها أو لخصمها من حسابه الجاري . والمتعامل لا يدفع أي فوائد على هذا الائتمان في حال سدد خلال الأجل المحدد وقد يستخدم العميل هذه البطاقة بصورة تعسفية السحب في الموزعات الآلية للنقود بمبالغ تفوق ما هو عليه متوفر في رصيده، أو الشراء بمبالغ أعلى من السقف المحدد من قبل المصدر.<sup>1</sup>

ويلاحظ أنها تختلف عن بطاقات الوفاء بان الجهة المصدرة تتعهد بالتسديد في مواجهة التاجر، عكس بطاقة الوفاء حيث أن الجهة المصدرة تقوم بالتسوية العملية بين التاجر و العميل فقط، وتختلف عن بطاقة الصرف البنكي في أن السداد يتم بطريقة مختلفة و بنسبة و مدة معينة بين متفق عليها بين حامل البطاقة ومصدرها، كما أن التاجر له الحق في استفاء حقه.

البطاقة الذكية: هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية ذات حجم قياس تحتوي في داخلها على شرائح للذاكرة تعمل بواسطة كمبيوتر يزودها بطاقة تخزينية للبيانات أبرز بكثير من تلك التي تستوعبها كالمثال على البطاقات الذكية ، بطاقة "موندكس" وهي منتج لمؤسسة (ماستر كارد) العالمية وتكتسب القبول على الانترنت وفي موقع التسوق العام، وقد ظهرت سنة 1990، ليظهر برنامج هونج كونج "موندكس" الرائدة سنة 1996.<sup>2</sup>

لكن هذه البطاقة تواجه عدة تحديات ، فهي تتطلب تجهيزات خاصة، والتجار الذي يقبلون موندكس يجب أن يكون لديهم قارئ البطاقة في موقع الفحص لديهم، ويمكن لمستخدمي الانترنت أن يحولوا، النقد عبر الانترنت باستخدام موندكس، لكنهم يجب أن يرفقوا قارئ موندكس للكمبيوتر الشخصي الخاص بهم وذلك من أجل استخدام البطاقة ، وهذه المتطلبات أثبتت أنها حواجز لانتشار الواسع لاستخدام ونجاح موندكس وباحتواء

<sup>1</sup> ابو سليمان إبراهيم عبد الوهاب -بطاقات البنكية -دار القلم دمشق -1998-ص27.

<sup>2</sup>مدحت صادق -أدوات و تقنيات مصرفية -دار غريب لطباعة -القاهرة-ص303.

هذه البطاقة على رقائق الكمبيوتر، فإن بطاقات موندكس يمكنها قبول النقد الإلكتروني مباشرة من حساب البنك المستخدم، ويمكن لحملة البطاقات صرف نقدهم الإلكتروني مع أي تاجر لديه قارئ بطاقة موندكس، ويمكن لاثنين من حاملي هذه البطاقة أن يحولوا النقد فيما بينهم) بين بطاقتيها عبر خط التلفون، وهذه ميزة موندكس لها ميزة أخرى تتمثل في احتوائها دائما على المبالغ الصغيرة والصحيحة لألات البيع لمختلف الأنواع، فقط صرح على من مبيعات آلات البيع لهل يحتمل أن تضيع بسبب على سبيل المثال تقرير لشركة كوكاكولا أن حوالي 25%

عدم وجود الفكة و النقد الإلكتروني لموندكس يساند المدفوعات الصغيرة حتى 3 سنت.

### 3-النقود الإلكترونية:

\_\_ مفهوم النقود الإلكترونية: تعرف النقود الإلكترونية بأنها عبارة عن قيمة للعملة محددة تصدر في صورة بيانات الكترونية مخزنة على كارت الذي أو قرص الصلب حيث يستطيع صاحبها نقل ملكيتها إلى من يشاء دون تدخل شخص ثالث.<sup>1</sup>

\_\_ خصائص النقود الإلكترونية: ثنائية الأبعاد إذ يتم نقلها من المستهلك إلى التاجر دون الحاجة إلى طرف ثالث بينهما كمصدر هذه النقود مثلا فالنقود الإلكترونية صالحة لإبرام الذمة ووسيلة لدفع أثمان السلع و الخدمات دون أن يقتض ذلك قيام البائع بالتأكد من حقيقة هذه النقود أم من كفاية الحساب البنكي للمشارك كما هو الحال بالنسبة لوسائل الدفع الإلكترونية، حيث يتأكد البائع من مدى كفاية الرصيد الموجود في حساب المشتري.

<sup>1</sup> نسرين عبد الحميد نبيه-الجانب للقانون التجاري-القاهرة-ص 23

النقود الإلكترونية قيمة مخزنة الكترونياً؛ فالنقود الإلكترونية وخلاف النقود القانونية عبارة عن بيانات مشفرة يتم وضعها في وسائل الكترونية في شكل بطاقات بلاستيكية أو على ذاكرة الكمبيوتر لشخص وذلك كما أوضحنا سلفاً للنقود الإلكترونية .

#### أنواع النقود الإلكترونية :

1-البطاقة البلاستيكية المغنطة: وهي البطاقات المدفوعة سلفاً تكوم القيمة الحالية المحزنة فيها ،ويمكن استخدام هذه البطاقات لدفع عبر الانترنت وغيرها من الشبكات، كما يمكن استخدامها للدفع في نقاط البيع التقليدية. وتلخص آلية البطاقات البلاستيكية فيما يلي: يقوم المستخدم سلفاً بدفع مقدار من النقود التي يتم تمثيلها بصفة الكترونية رقمية على البطاقة الذكية.

2-المحفظة الإلكترونية: قد تكون بطاقة ذكية يمكن تثبيتها على الكمبيوتر أو تكون قرص مرنا يمكن إدخاله في فتحة القرص المرن في الكمبيوتر لشخص ليتم نقل القيمة منه و إليه عبر الانترنت إذ يمكن تعريفها" أنها وسيلة دفع افتراضية تستخدم في سداد المبالغ قليلة القيمة بشكل مباشر أو غير مباشر"<sup>1</sup>.

#### 4-المقاصة الإلكترونية:

هي عملية تبادل المعلومات والتي تشمل البيانات وصور و الرموز الشيكات ووسائل الكترونية من خلال مركز المقاصة الإلكترونية في البنك المركزي وتحديد صافي الأرصدة الناتجة عن هذه العملية في وقت محدد وتطورت هذه الخدمة حيث المقاصة كانت يدويا إلى غاية1997و ثم الانتقال إلى المقاصة الآلية حتى2007حلت المقاصة الإلكترونية بدأ تحميل الشيكات في نفس الوقت على مستوى البنوك وذلك على النحو التالي:

"الشيكات التي تودع من قبل العملاء من الساعة8:00صباحا إلى غاية 14:00ظهرا تحمل في نفس الوقت العمل ويسمح العميل سحب للمبلغ في يوم العمل التالي."

<sup>1</sup>غنام شريف محمد:محفظة النقود الإلكترونية-دار النهضة العربية -مصر-2003-ص12

"الشيكات التي تودع بعد 14:00 ظهرا تحمل في جلسة يوم العمل الآلي ."

### 1-أهدافها:

الانتقال من المقاصة الآلية إلى المقاصة الالكترونية.

التوقف عن تداول الشيكات الورقية إلى غاية التقاص عند مرحلة إيداعها في البنوك.

تحصيل الشيكات حتى نفس اليوم لكافة المناطق.

الحد ما أمكن من زيادة الشيكات المعادة .

2-فوائد المقاصة الالكترونية بالنسبة للبنوك:

-معرفة وضع البنك المالي في وقت محدد مسبقا.

-التوظيف الأمثل للأموال لدى البنوك.

-الحصول على المعلومات و إحصائيات دقيقة عن الشيكات ونظام الأرشفة دقيق و سريع.

-التقليل من مخاطر نقل الشيكات الورقية من وإلى البنوك.

-هناك متسع من الوقت لإرسال الشيكات مهما كان عددها.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>حميزي سيد أحمد-المقاصة الالكترونية-القاهرة ص121

## المطلب الثالث: مزايا و عيوب وسائل الدفع الإلكتروني

## 1- مزايا بطاقات الدفع: بالنسبة إلى حاملها:

تحقق هذه البطاقة الكثير من المزايا ولعل أوضحها هو سهولة و يسر الاستخدام بالنسبة إلى حاملها ويكفي انه لا يستخدم معها النقود الورقية وزيادة على الوسائل تتمتع بأمان كبير بالنسبة للنقود الورقية، وبالإضافة إلى ذلك فان حاملي البطاقة الائتمانية وغيرها، هم الذين يستفيدون من الاقتراض لدى البنك أو الشركة المصدرة إلى اجل و هي عملية سهلة بالنسبة إلى حاملي البطاقات وفي هذا تمنح له ائتمان مجاني لفترات محددة كذلك فان حاملها يمكن له أن يتم له صفقة شراء فورية عن طريق الهاتف بمجرد ذكر رقمها، ومن المزايا الأخرى كذلك أن تمكن إعطاء حق الاستخدام بطاقة الائتمانية كبطاقة لإثبات الهوية عند السفر أو الطوارئ... الخ؛ وكذلك هناك ميزة أخرى هي إمكانية الحصول على السلع و الخدمات بسعر منخفض كالمسكن في الفندق. وضياع هذه الوسيلة لا يمثل مشكل لحاملها بخلاف النقود الورقية وبعض الوسائط المالية الأخرى إذا ما عليه إلا أن يتقدم للإبلاغ للجهة المصدرة وتقوم هذه الأخيرة بالإعلان لدى التجارة عن رفض التعامل بها وإعطاء صاحبها بطاقة جديدة تحمل رقم جديد.

وبالنسبة للتاجر ليس هناك أكثر أمانا وأقوى ضمانا بحقوق البائع من البطاقات البنكية ووسائل الدفع بصفة عامة ذلك أن الشركة المصدرة لها تضمن وصول حقوق البائعين.

فضلا على ذلك قد يؤدي إلى زيادة المبيعات على أساس أن حاملها لا ينظر عادة إلى الاتفاق، مثل الاتفاق بالنقود الورقية كما أن تجار التجزئة حققوا ميزة تخلصهم من اختلاسات الصندوق ومن هذا الجانب أيضا فإنها انزاحت عبئا على البائعين المتمثل في متابعة ديون الزبائن حيث أصبح يقع علي

عائق البنوك و الشركات المصدرة.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> عبد الهادي النجار- النقود المصرفية وآلية تداولها- جامعة بيروت- 2002 ص 49

بالنسبة إلى مصدرها: ثمة مزايا عديدة يحصل عليها مصدر هذه الوسائل بدليل تحقيق الأرباح (لقد بلغت أرباح سيتي بنك من حملة البطاقات الائتمانية سنة 1991 بليون دولار) وفضلا على ذلك توجد رسومات مختلفة سواء كانت المبالغ مقطوعة أو محددة بنسب مئوية من المبلغ المستخدم ويدخل ذلك في رسم العضوية ورسم التجديد و الرسم المفروض على السحب النقدي.

كذلك فإن الغرامات والفوائد تعتبر من الأرباح التي يحققها مصدر البطاقة، ومن ذلك غرامات التأخير في التسديد وغرامة ضياع البطاقة... الخ.<sup>1</sup>

وفضلا عن فوائد التأخير في السداد وفوائد القرض عن طريق السحب النقدي في بطاقات الائتمان و بطاقات السفر والترقية وبالإضافة إلى ذلك فإن مصدر البطاقة يحقق ربحا من تشغيل الأموال الودائع الجارية الخاصة بحمله البطاقات ومن المجالات التجارية التي تقبلها ومن البنوك التي تصدرها مع التعاون معها.

أما بالنسبة للمجتمع : يمكن القول أن البطاقات الدولية كالفيزا وغيرها استثمارا ضخما للشركات التي تصدرها ثم أصبح بإمكان هذه الدول التي تختص الشركات مقاسمة الأرباح من ناحية الأخرى فان استخدام البطاقات الائتمانية وغيرها من وسائل الدفع الإلكتروني قد خفض نفقات البنك المركزي في طباعة النقود الورقية، إضافة إلى الشركات المصدرة اقتسمت مع البنك المركزي مسؤولية حماية التزوير والنقود كما أنها تساعد البنوك التجارية على إعطاء أو تقديم القروض أكبر وهو ما يعني كفاءة السياسة النقدية.<sup>2</sup>

من مزايا النقود الإلكترونية نذكر:

-لا تخضع للحدود: يمكن تحويل النقود من أي مكان إلى آخر في العالم وفي أي وقت لاعتمادها على الانترنت التي لا تعترف بالحدود الجغرافية و السياسية.

-بسيطة وسهلة الاستخدام: تسهل التعاملات البنكية وذلك عبر الهواتف.

<sup>1</sup> عبد المطلب عبد الحميد-البنوك الشاملة وعملياتها -الإسكندرية-2000ص114.

<sup>2</sup> عبد الهادي النجار -النقود المصرفية وآلية تداولها-مرجع سابق-ص51

-تسرع عملية الدفع:التعاملات المالية تجرى في نفس الوقت لا تحتاج إلى وسيط.

-تشجع عملية الدفع الآمنة:عمليات دفع النقود أكثر أمانا .

-تكلفة تداولها زهيدة.

-أرخص كثيرا من استخدام أنظمة البنوك التقليدية<sup>1</sup>.

## 2-عيوب وسائل الدفع :

### أ-المخاطر الأمنية:

يعد البعد الأمني أحد أهم الموضوعات التي ثقلت العاملين في القطاع أو المتعاملين بهذه الوسيلة و الجدير بالذكر أن هذه المخاطر لا تتعلق بالمستهلك فقط وإنما تمتد إلى التاجر ومصدر البطاقة ،فقد تتعرض البطاقة الالكترونية المملوكة للمستهلك أو التاجر للسرقة أو التزيف، وقد يتم التزوير عن طريق تعديل البيانات المحزنة على البطاقات الالكترونية وعلى البرمجيات أو على القرص الصلب،قد يحدث خرق أمني إما نتيجة لعمل غير عمدي مثل محو أو تخريب موقع الانترنت ،ولا تنسى القرصنة الالكترونية ،فمن شأن تهديدها ولهذه التهديدات و التصرفات السابقة أن تؤدي إلى أثار أمنية قانونية ومالية خطيرة.

### ب-المخاطر القانونية:

علاوة على المخاطر الأمنية فمن المتوقع أيضا أن تثير النقود الالكترونية بعض المخاطر القانونية منها:

-انتهاك القوانين و اللوائح مثل غسيل الأموال .

-إفشاء أسرار العميل وانتهاك السرية .

<sup>1</sup> عبد الرحيم وهيبة -إحلال وسائل الدفع المصرفية الالكترونية -جامعة الجزائر-2006ص24

-من المسائل المهمة أيضا و التي تتعلق بالمخاطر القانونية هي مدى وضوح وشفافية الالتزامات الخاصة لكل طرف فعلى سبيل المثال تثار مسألة المسؤولية القانونية للأطراف المختلفة في حالة التزييف و الغش.<sup>1</sup>

-انتشار النقد الالكتروني يؤدي إلى التهرب الضريبي.

### ج-المخاطر المالية:

-انخفاض عرض النقد من قبل المصرف المركزي يؤدي إلى التماذي في استعمال النقد الرقمي إلى تقليص الميزانيات المصارف المركزية ، إضافة إلى أن مجموع الودائع تحت الطلب التي يحتاجها أو يرغب بها الأفراد تنخفض ،ويؤدي إلى خفض عرض النقد من قبل البنك المركزي .

-انخفاض عائدات إصدار النقد:تأثيرات انخفاض الطلب على النقد المصرفي من قبل المصرف المركزي هو اضمحلال عائدات إصدار النقد،تجني البنوك المركزية في الوقت الحاضر أرباحا طائلة عبر إصدار الأوراق النقدية التي تشكل مطلوبات البنك المركزي التي لا يترتب عليها فوائد.

-تقلص دور البنك المركزي كمسير للسياسة النقدية: قد تستمر بعض البنوك المركزية في أداء دور المقرض الأخير للمؤسسات المالية الكبيرة لكن الحاجة إليه قد تنخفض بسبب نقص طلبات البنوك التجارية للسيولة من البنك المركزي.

-الحد من قدرة البنك المركزي على إجراء عمليات السوق المفتوحة:إن التوسيع في استعمال النقود الرقمية يقلص ميزانية البنوك المركزية بشكل ظاهرة وعند مستوى معين قد يفيد هذا التقلص قدرة البنوك المركزية على إجراء عمليات السوق المفتوحة أو عمليات التعقيم.

-غسيل الأموال في ظل وسائل الدفع الالكترونية:إن ظهور و انتشار التجارة الالكترونية واستعمال وسائل الدفع الحديثة في الدول،فسح المجال لإيجاد سبل جديدة أصبحت من خلالها تتم عمليات تبييض الأموال

<sup>1</sup> إيهاب فوزي السقا الحماية الجنائية والأمنية لبطاقات الائتمان-الإسكندرية-2007ص165.

الالكترونيا بسهولة و ارتياح كبيرين، إذ لا تتطلب إلا دقائق و ثواني لأجل الإسراع في إخفاء هذه العمليات الإجرامية، كما تمكن وسيلة التحويل من تبييض الأموال بطريقة حديثة و سهلة بإيداعها في حسابات متعددة بالبنوك ثم تحويلها إلى عدة فروع في دول مختلفة.<sup>1</sup>

-صعوبة تحصيل الضرائب و الرسوم على المعاملات الالكترونية، سواء تعلقت بالأموال أو الخدمات ، بما فيها البنوك الالكترونية التي تنشط على أكثر من دولة مما يطرح مشكل الدولة الأحق بفرض الضريبة على أرباحها ونشاطاتها.

### المبحث الثالث:الطلب على وسائل الدفع الالكتروني

إن الواقع الذي نعيشه حتم على البنوك مواكبة التطورات فالتعامل بوسائل السداد حديثة سهل على البنوك عملية تبادل المعلومات وللمتعاملين سرعة تلقي الخدمة حتى ولو في المنزل دون الذهاب إلى المصرف فالطلب لتعامل بهذه الوسائل كان ايجابيا وان كانت تشكل بعض المخاطر، وفي هذا المبحث سنتطرق إلى حجم الطلب على أدوات الدفع الالكتروني إضافة إلى تطور حجم وتوقعات الدفع والتجارة الالكترونية في الاقتصاد العالمي وأخيرا مخاطر وتحديات أدوات الدفع الالكتروني.

### المطلب الأول:حجم الطلب على أدوات الدفع الالكتروني.

لقد تطور حجم استعمال البطاقات الذكية حيث بلغت سبة 1996 أكثر من مليون بطاقة في العالم وفي 1998 وصلت الى 100 مليون بطاقة وحوالي 90 بالمائة منها في أوروبا ، وفي سنة 2003 وصلت إلى 6 مليون بطاقة.

الجدول الموالي يبين لنا توزيع الجغرافي لها في العالم خلال سنة 1997 و2002.

السنوات	1997	2002

مجذ الحمدان الجهيني-الاستخدامات الغير المشروعة لبطاقات الدفع الالكتروني – [WWW.COISS.COM/replay](http://WWW.COISS.COM/replay) 2014ص05  
<sup>1</sup> منشور على موقع

البلدان		
أوروبا	70%	46%
أمريكا	11%	22%
آسيا	14%	28%
باقي العالم	05%	04%

المصدر: أحمد جمال الدين موسى-النقود الإلكترونية-ودورها في المصارف-جامعة القاهرة ص130

من خلال الجدول نلاحظ أن أوروبا تستعمل البطاقات الذكية أكثر مقارنة باقي البلدان، حيث وصلت سنة 1997 إلى 70 بالمائة كما نلاحظ في باقي البلدان أن نسبة الاستخدام لهذه البطاقة هي في تزايد مستمر فمثلا في الولايات المتحدة الأمريكية ارتفعت من 11 بالمائة سنة 1997 إلى 22 بالمائة سنة 2002، كما انه تشير إحدى الدراسات التي تمت على الولايات المتحدة الأمريكية انه بلغ حجم الطلب على منتجات البطاقة الذكية في عام 1992 نحو 51 مليون دولار أمريكي، وارتفعت إلى 145 مليون في عام 1996 ووصلت إلى 1550 في عام 2001، وبذلك يكون حجم الطلب السنوي قد ارتفع بنسبة 30 بالمائة ما بين 92 و61 ما بين 1996 و2001، ووفقا لنفس الدراسة فلقد وصل حجم المعاملات التي أجريت باستخدامها إلى 6 ملايين سنة 1992 و15 مليون عام 1996، و575 عام 2001<sup>1</sup>.

كما نجد النمو السريع لها في باقي الدول العالم حيث نجد في البرتغال بدأ العمل بها عام 1995 ووصل حاملها إلى 3 مليون، أما في إيطاليا فقد بدأت في 1992 ويوجد حوالي 4 مليون حامل، وبلجيكا استخدمتها عام 1995 وصل عددها حوالي 4 مليون بطاقة، أما في فرنسا فقد وصل حجم البطاقات الذكية 43.3 مليون بطاقة سنة 2002 لحوالي 60 مليون ساكن، وهذا التطور السريع الذي شهدته البطاقة الذكية ويرجع إلى عدة العوامل:

<sup>1</sup> أحمد جمال الدين موسى-النقود الإلكترونية ودورها على المصارف-جامعة القاهرة 2001 ص128

-كون البطاقة الذكية توفر الراحة و سهولة التعامل ويستطع حاملها استعمالها في أي جهاز يحوي برمجيات تتناسب معها.

-التوسع الكبير الذي لحق البطاقات الذكية يرجع إلى التطور الكبير الذي شاهده و تشهده التجارة الالكترونية حيث بلغ حجم التجارة الالكترونية سنة 1998 على مستوى العالم 84مليار دولار وارتفع في عام 2000 إلى 377مليار دولار<sup>1</sup>.

-إمكانية استخدامها في الضمان الاجتماعي والمعاش الحكومي، حيث يستطيع المستفيدين الحصول على مستحقاتهم بتحميل البطاقة بقيمتها من آلة الصرف الآلي أو أي مركز الكتروني يتم تحديده .

-أما بالنسبة إلى النقود الالكترونية فان استخدامها مزال ضعيف مقارنة بوسائل الدفع الالكترونية الأخرى التي عرفناها سابقا، حيث تعد الولايات المتحدة الأمريكية من أول الدول التي عرفت النقود الالكترونية حيث نجد استخدام هذه الأخيرة يتم في شكل نظام البطاقة الذكية ولقد ارتفع حجمها من 51مليون دولار عام 1992 إلى 145مليون دولار في عام 1996 بمعنى زاد بنسبة 30 بالمائة<sup>2</sup>.

أما في ألمانيا فقد ارتفع حجم النقود الالكترونية من مليون مارك ألماني عام 1997 إلى 1238مليون مارك ألماني سنة 1998، بالنسبة للنقود المستخدمة بالفعل فهي لم تتجاوز 160مليون مارك ألماني عام 1998. أما في أوروبا فنلاحظ أن حجم النقود الالكترونية في تزايد ولكن بصورة ضعيفة مقارنة بوسائل الدفع لالالكترونية الأخرى، وخاصة البطاقات المصرفية---التي رأينا أن حجم الاستخدام أو الطلب عليها في تزايد مستمر وهذا راجع إلى العديد من العوامل المؤثرة في حجم التعامل بالنقود الالكترونية نذكر منها :

-ارتفاع تكلفة استخدام النقود الالكترونية .

-مدى تقدم الصناعة المصرفية و المالية.

<sup>1</sup>د.حسن شحادة الحسين-مرجع سبق ذكره ص195.

<sup>2</sup> <http://www.clevelandfed.org/research/workpapeer/1998/WP9820.PdF>

-مدى انتشار أجهزة الحاسب الآلي.

-معدل انتشار شبكة الانترنت.

-نمو التجارة الالكترونية.

أما بالنسبة لحالة الدول العربية في مجال التعامل بالنقود الالكترونية فإن لأغلبها لازالت لم تدخلها في تعاملاتها المالية، لذا من أفضل لها ان تستعد لتواكب هذا التطورات حتى لا تجد نفسها ضمن نظام مالي دولي مفروض عليها دون توقع واستعداد وما ذلك وما لذلك من أثار على جهازها المصرفي واقتصادها ككل.

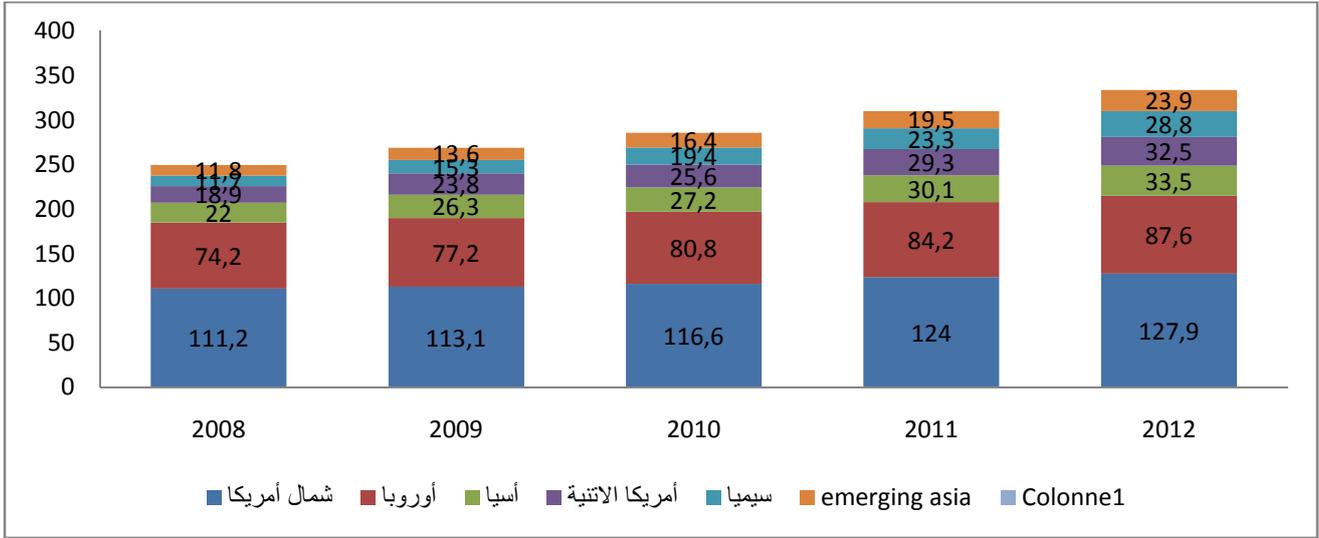
المطلب الثاني:تطور حجم وتوقعات الدفع والتجارة الالكترونية في الاقتصاد العالمي.

أدرجنا هذا المطلب كمثال من تطورات حجم الدفع الالكتروني في العال تأكيداً على أنه هناك اتجاه سريعاً في التحول نحو الدفع الالكتروني مقارنة بالدفع التقليدي .

الفرع الأول: تطور حجم الدفع الالكتروني حسب الأقاليم في العالم وحسب وسائل الدفع.

1-تطور حجم الدفع الالكتروني حسب الأقاليم: سيتم توضيح ذلك من خلال الشكل التالي :

الشكل رقم 07يمثل تطور حجم الدفع الالكتروني حسب الأقاليم في العالم:



Source world payment report ,capgmini ; RBS ; 2014 ;p,7

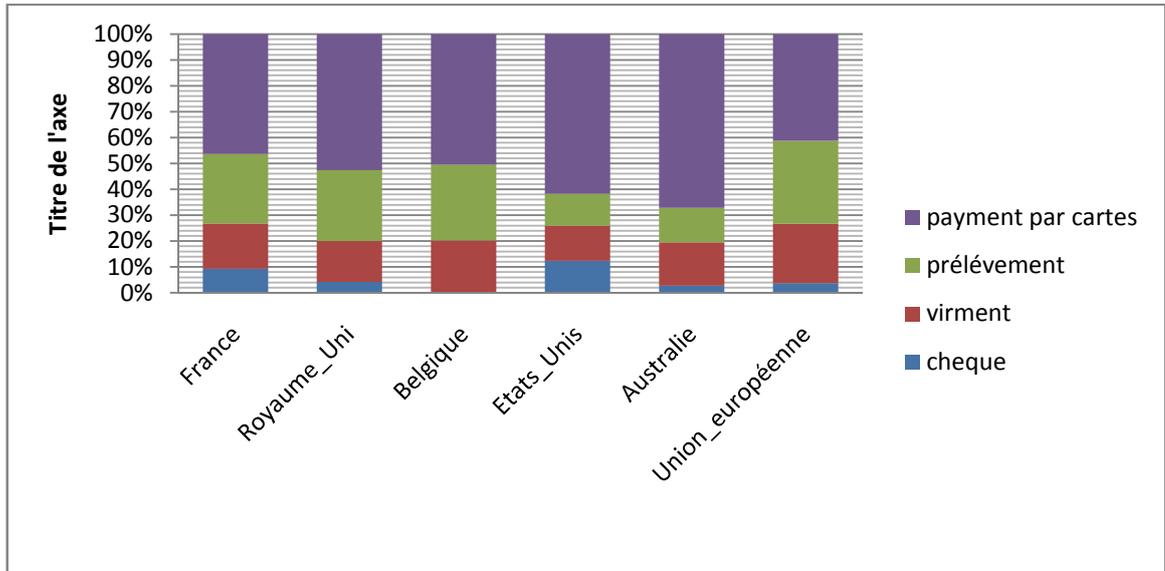
من خلال الشكل وحسب التقرير العالمي للدفع الإلكتروني لسنة 2014 يتضح أن هنالك تطورا ملحوظا في حجم الدفع الإلكتروني في الأقاليم المختلفة عبر العالم، حيث بلغ حجم 334.3 بليون دولار بعدما كان 249.8 بليون دولار سنة 2008. أي بمعدل ارتفاع قدره 33.80 بالمائة. وعلى مدار أربعة سنوات. وكانت أعلى نسبة في حجم الدفع الإلكتروني إقليم شمال أمريكا يليه أوروبا ثم آسيا ثم أمريكا اللاتينية. هذا ويتوقع خبراء في أنظمة الدفع الإلكتروني أن نسبة 70 بالمائة من المعاملات المالية للأفراد سوف تكون عبر الدفع الإلكتروني والدفع عبر الهاتف بحلول 2020.

2-تطور حجم الدفع الإلكتروني حسب وسائل الدفع: في 20 سنة الأخيرة وقع تغيير في عدد من المعاملات من قبل وسائل الدفع بشكل ملحوظ، فلقد تغير سلوك المستهلك من خلال استخدامه البطاقة البنكية إلى حد كبير، والتي حلت محل الاقتراعات، والتحويلات و الشيك بدرجة كبيرة خاصة في الاتحاد الأوروبي<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> En matière de revenue liés aux paiements, le marché européen est estimé a 34 milliards d'euros essentiellement générés par les revenus liés aux cartes (cotisations, commissions DAB, commissions d'interchange et commissions d'acquisition) a hauteur de 67% (26 milliards d'euros)

أما في استراليا والولايات المتحدة الأمريكية وانجلترا وفرنسا فان التعامل بالبطاقة نال أكبر نسبة مقارنة بوسائل الدفع الأخرى. كما يوضحه الشكل الموالي :

الشكل رقم 07 يمثل مستقبل وسائل الدفع



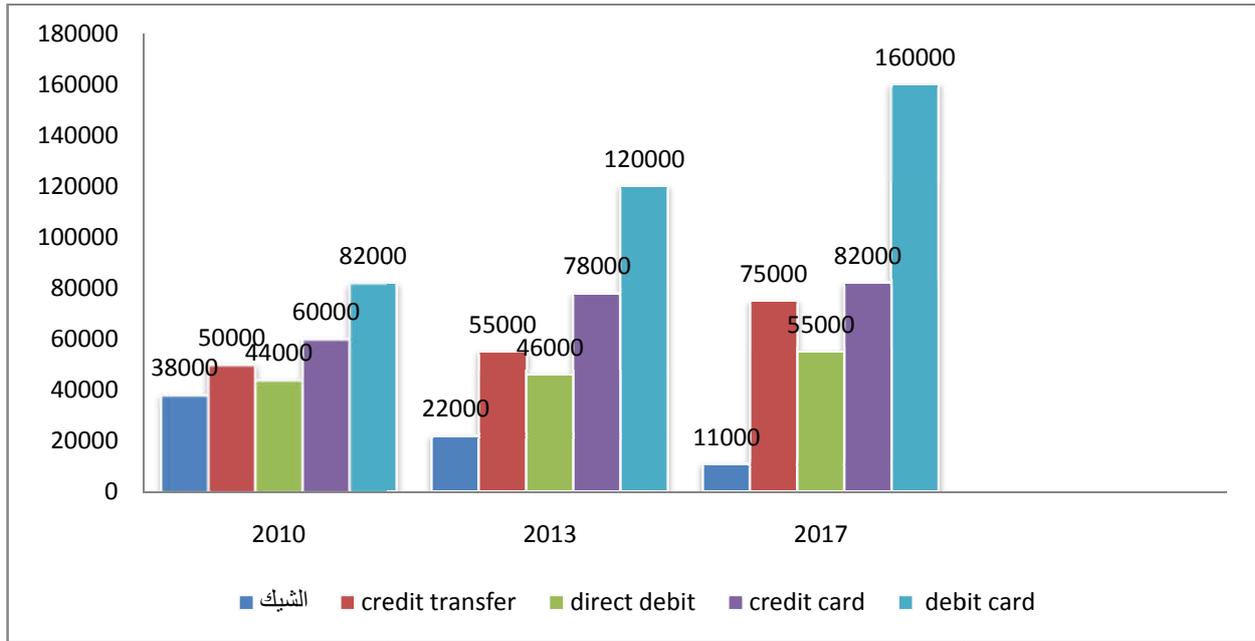
SOURCE :GeorgesPauget et EmmanuelConstans,L'Avenir des moyens de paiement enFrance,paris,France,Mars2012,p,38.

إن هذا الزيادة الملحوظة تؤكد استمرارية التحول من الدفع بالعملة النقدية إلى البطاقات المصرفية لشراء السلع و الخدمات، أو التحويلات و الاقتطاعات الالكترونية،والى زيادة النمو و الثقة في الاقتصاد المحلي للدولة،ويتوقع أن يشهد القطاع نمو قويا خلال المرحلة المقبلة يعكس النمو الذي تحقق في حجم التعاملات عبر بطاقات مثل فيزا كارد أظهرت توجها قويا من قبل المتعاملين لتفضيل استخدام البطاقات الالكترونية عن النقود. هذا دليل على أن المتعاملين أصبحوا يتمتعون بمزيد من المعرفة و الاطلاع حول سلامة وأمان استخدام البطاقات ،وبثقة أكبر عند استخدامها في العمليات الشراء و الدفع. أما عربيا فتعتبر دبي مدينة مثالية بالنسبة للدفع الإلكتروني ،حيث تتمتع بالبنية التحتية التي تساعد على زيادة التبني بالنسبة لخدمات الدفع الإلكتروني ،والدفع عبر الهاتف المحمول.

الفرع الثاني: توقعات بخصوص الدفع الإلكتروني و التجارة الإلكترونية

1- مستقبل وسائل الدفع الإلكترونية: يمكن توضيحها من خلال الشكل الموالي:

الشكل رقم 08 يمثل مستقبل حجم الدفع الإلكتروني.



SOURCE : Noncash Payment : Global Trends and Forecasts ,Edition 2014.

من خلال الشكل يبرز اثنان من الاتجاهات ،الأول يتمثل في بطاقات الخصم التي عرفت أكبر مستويات النمو خلال الفترة 2008-2013، ويعود جزء من هذا النمو على حساب أنواع الدفع الأخرى، ولكن ينظر العديد من المستهلكين والمتعاملين إلى وسائل الدفع الإلكترونية كبديل مباشر للنقدية، واستخدام تلك الأموال لدفع، والتقليل من العمليات النقدية<sup>1</sup>. وبلغ حجم التعامل غير النقدي 345.7 بليون سنة 2013، ويتوقع أن يصل حجم المعاملات الإلكترونية سنة 2017 إلى 411.2 بليون.

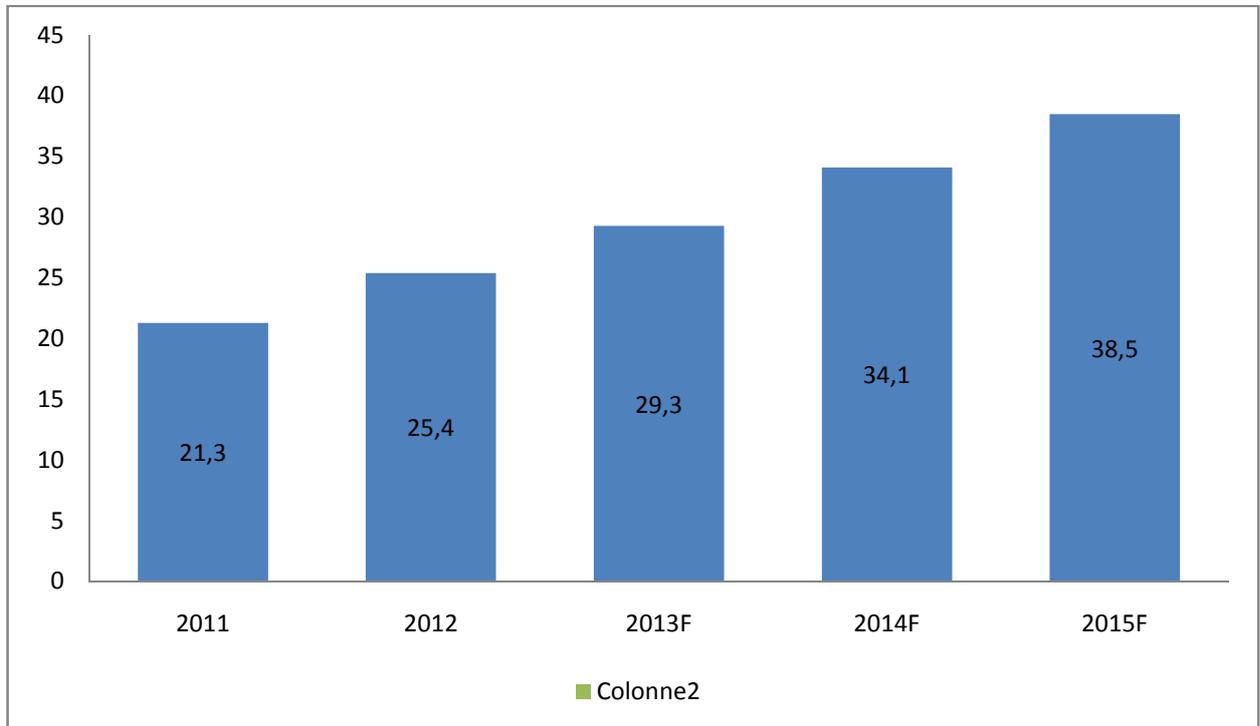
<sup>1</sup> Gareth Lodge ;Global Non-Cash Payment ?Trends and Forecats ,Industry Trends ;Decembre 3,2014

الاتجاه الرئيسي الثاني هو الشيكات والتي في انسحاب رهيب بها على وجه السرعة في جميع اقتصاديات العالم، مع انخفاض معدل النمو السنوي 11.2 بالمائة<sup>1</sup>، فلاعتقاد الوشيك من أن استخدام الشيكات في بعض اقتصاديات الدول سيزول نهائيا في المستقبل. ويستند هذا التقرير على قاعدة بيانات في المدفوعات العالمية، وعلى البيانات التي تم جمعها على جوانب أخرى كثيرة من البيئة التنظيمية لأعداد الاشتراكات الهاتف المحمول وأعداد أجهزة الموزع الآلي.

## 2- توقعات نمو حجم التجارة الالكترونية:

تتوقع أحدث الإحصائيات زيادة نمو التجارة الالكترونية العالمية خلال السنوات المقبلة لترتفع قيمتها، والشكل الموالي يوضح ذلك:

الشكل رقم 09 يمثل توقعات نمو التجارة الالكترونية.



SOURCE :World Payment Report ;capgemini,RBS,2014,p,22

<sup>1</sup> Compounded Annual Growth rate ,et Taux de Croissance Annuel ,Moyen.

من خلال الشكل أعلاه كان يتوقع أن يصل حجم التجارة الإلكترونية عالمياً إلى 38.5 بليون دولار سنة 2015 بعدما كان 21.3 بليون دولار سنة 2011 و25.4 بليون دولار سنة 2012. وهذا إن دل على شيء إنما يدل على الشيوع الكبير لأنظمة الدفع الإلكترونية، والقابلية الكبيرة لاستخدام وسائل الدفع الإلكترونية كالبطاقات المصرفية، والتقليل من استخدام النقود الورقية والمعدنية.

وهذا تأكيداً لما ذكرناه سابقاً أن المتعاملين على سبيل مثال أصبحوا يعتمدون على حلول الدفع الإلكتروني من خلال محاولة البنوك و المؤسسات المالية تحفيز عملائها نحو التعامل الإلكتروني عبر عروض البطاقات للدفع الأجل، وتناول التقرير في هذا الجزء حجم نمو استخدام الانترنت في العالم العربي الذي يقدر نحو 40 بالمائة في عام 2014 مقارنة بعشرة أعوام مضت أو أقل. حيث كان عدد المستخدمين عام 2004 يقدر بحوالي 28 مليون مستخدم ثم أصبح 128 مليون عام 2014 وهذا بالفعل يقدر بأربعة أضعاف.

وتعتبر كل من الإمارات العربية المتحدة، المملكة العربية السعودية، جمهورية مصر العربية ودولة الكويت، الدول التي تعتبر في الصدارة الدول العربية من حيث الاستخدام الانترنت بشكل عام والتجارة الإلكترونية بشكل خاص.

## المطلب الثالث: مخاطر وتحديات أدوات الدفع الإلكتروني .

في إطار تنفيذ العمليات المصرفية الإلكترونية وما يرافقها من تغييرات في بيئة الأعمال 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، لذلك فإن عرض هذه المخاطر يعد ضرورياً والوقوف على أبعادها كما يلي:<sup>1</sup>

## 1-مخاطر خرق أنظمة الأمان والحماية:

لشبكة المعلومات hackers تتميز عمليات الدفع الإلكترونية بإمكانية اختراقها من قبل القرصنة إلا أن التطوير يقدم كل يوم حلولاً لسيطرة على مثل هذه المخاطر بدءاً من استعمال كلمة السر إلى firewall. إلى حوائط النارية secure البرامج المؤمنة إلى pin number الرقم الشخصي

## 2-مخاطر التشغيل:

تنشأ هذه المخاطر نتيجة عدم توفر وسائل التأمين الكافية للنظم أو عدم تصميمها أو انجازها أو نتيجة الخطأ في معلومات، أو خطأ في تشغيل البرمجيات ويمكن أن تتمثل فيما يلي:  
--عدم التأمين الكافي للنظم:

بدون مؤلف - الضوابط و الرقابة للعمليات المصرفية الإلكترونية وإصدار وسائل الدفع للنقود الإلكترونية - جامعة القاهرة ص07

وهي تتعلق بعدم توفر وسائل الأمن الكافية لتنظيم حسابات المصرف مما يتيح إمكانية احتراقها من قبل أشخاص غير مرخص لهم بذلك حيث يتم التعرف على المعلومات الخاصة بالعملاء واستغلالها سواء أكان ذلك من خارج البنك أو من العاملين فيه.

1-عدم ملائمة تصميم النظم أو انجاز العمل أو أعمال الصيانة : وهي تنشأ بسبب عدم كفاءة النظم أو إخفاقها في مواجهة متطلبات المستخدمين وعدم السرعة في حل المشكلات وصيانة النظم خاصة إذا ما تم الاعتماد على مصادر من خارج البنك لتقديم الدعم الفني بشأن البنية التحتية اللازمة.<sup>1</sup>

2-إساءة الاستخدام من قبل العملاء:يحدث ذلك بسبب عدم إحاطة العملاء بإجراءات التأمين الوقائية الواجب القيام بها أو السماح لعناصر غير مرخصة بالدخول على الشبكة أو القيام بعمليات غسل أموال باستخدام المعلومات للعملاء الشخصية .

لقد كانت الزيادة في صناعة الخدمات المالية والالكترونية والتسابق بين المؤسسات المالية المصرفية في هذا المجال أثرا كبيرا على زيادة المخاطر، لذلك ظهرت العديد من القضايا التي أثرت على حجم ونوعية التحديات والمخاطر المصرفية التي ترتبط بتحقيق الأتي:

--مدى توفر الإدارة المصرفية والموظفين ذوي الخبرة اللازمة في مجالات تكنولوجيا للمعلومات والعمليات المصرفية الالكترونية.

--وجود معايير قياسية تتعلق بإمكانية تلاقي عمليات لاحتيايل المالي والتحقق والتأكد من هوية العميل في بيئة الشيكات المفتوحة.

--مدى وجود استقرار اقتصادي ومناخ استثماري وضرائي ومالي جاذب وملائم.

--مدى وجود حماية للبرمجيات وقاعدة البيانات التي يعتمد عليها المصرف في تشفير عملياته الالكترونية.

<sup>1</sup> 524 مجلة الأزهر المجلد 12، العدد 1.

--مدى قيام السلطة النقدية بدورها في مراقبة أنشطة البنوك المتصلة بالصرافة الإلكترونية.<sup>1</sup>

### 03.مخاطر التعرض RISK EXPOSURES

وهي مخاطر التي تنتج بسبب إخفاء 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 .

<sup>1</sup>د.موسى خليل منري—القواعد القانونية الناظمة للصرافة الإلكترونية—الجزء الأول- جامعة القاهرة 2007ص244.

## خلاصة الفصل:

إن وسائل الدفع الحديثة هي أدوات مقبولة ومطلوبة اجتماعيا من أجل تسهيل المعاملات الخاصة بتبادل المعلومات والخدمات منها البنكية، وهي مرحلة أفرزتها المشاكل الناجمة عن الخدمات التقليدية حيث جاءت كبديل عنها تسهل العمليات في خضم دعامة السرعة التي يتميز بها الميدان الاقتصادي والتجاري على وجه الخصوص .

وظهور البنوك الالكترونية والتطور التكنولوجي بالإضافة إلى شبكة الانترنت ساهم في تعدد وسائل الدفع الحديثة، وقد كانت التجارة الالكترونية الحديثة مدعمة لأدوات الدفع الإلكتروني بحيث تمثل طرق الدفع عن طريق شبكة الانترنت ذات قبول واسع عالميا، ولقد اتخذت عدة أشكال منها: البطاقات البنكية، الشيكات، النقود الالكترونية والمقاصة الالكترونية، حيث شهدت هذه الأدوات تطورا ملحوظا ساهم في ازدهار الاقتصاد العالمي، رغم المخاطر والتحديات التي واجهتها .

## الفصل الثالث

تمهيد:

سمح التطور التكنولوجي الهائل في مجال الإعلام والإتصال والبنية التحتية المصرفية، في كثير من الدول المتطورة بخلق أنظمة دفع إلكترونية متطورة وغير مكلفة مقارنة بأنظمة الدفع التقليدية، التي لم تعد فعالة في عصر يتطلب السرعة في مجال معالجة المعاملات والصفقات مما أوجب على البنوك الجزائرية ضرورة التكيف مع المتغيرات والتطورات المحيط الجديد وهذا بالسعي الى لابتكار منتجات و خدمات جديدة تتناسب مع تطلعات زبائنها الذين أصبحوا يطمحون لخدمات أرقى وأسرع وقد كان بنك المؤسسة العربية المصرفية من السابقين لتطوير خدماته ومواكبة الجديد في مجال التكنولوجيا المصرفية .

يعمل بنك المؤسسة العربية المصرفية كغيره من البنوك على ادخال مفهوم جودة وتطوير الخدمات المصرفية، في نمط التسيير من خلال استخدامه لحدث التكنولوجيا على مستوى وكالاته لتسهيل تقديم خدماته وتوفير الوقت والجهد في آن معا، بالإضافة الى إعادة رسكلة موظفيه لمسايرة التطورات الحاصلة على مستوى البنك .

قمنا بتقسيم الفصل الى ثلاث مباحث كمايلي :

المبحث الأول: نظرة عامة عن المؤسسة العربية المصرفية .

المبحث الثاني: مدى استخدام بنك المؤسسة العربية المصرفية لخدمات وسائل الدفع الإلكتروني .

المبحث الثالث: دراسة احصائية لوسائل الدفع الحديثة لبنك المؤسسة العربية المصرفية .

المبحث الأول : نظرة عامة عن المؤسسة العربية المصرفية .

الجزائر كغيرها من الدول النامية تسعى الى الدخول في عالم تكنولوجيا الإعلام و الإتصال و تفعيل استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في كافة المجالات ، قصد مواكبة التطورات في الصناعة المصرفية العالمية، حيث عمدت البنوك الى الإستثمار في هذا المجال لتطوير خدماتها المصرفية و لمواجهة المنافسة على المستوى المحلي و الدولي .

المطلب الأول: تقديم المؤسسة العربية المصرفية .

هو مصرف عربي مقره البحرين. أسس المصرف في 17 يناير 1980 من طرف حكومات البحرين، أبوظبي وليبيا برأس مال بلغ مليار دولار. للمصرف فروع في 9 بلدان عربية: البحرين، الإمارات، العراق، لبنان، الأردن، مصر، ليبيا، تونس، الجزائر. كما له حضور في سنغافورة، أوروبا والقارة الأمريكية. يبلغ رأسماله حاليا 1.7 مليار دولار موزعا كالاتي: هيئة الاستثمار الكويتية 28.61%، مصرف ليبيا المركزي 28.46%، وجهاز أبوظبي للاستثمار 26.56% فيما يتم تداول أغلب النسبة الباقية في سوق البحرين للأوراق المالية. بلغت أصوله سنة 2005 17.588 مليار دولار وبلغت قيمته السوقية 2.65 مليار دولار في 10 نوفمبر 2007.

سُجّل مصرف ABC (المؤسسة العربية المصرفية) إبّان تأسيسه كشركة مساهمة موحّدة بتاريخ 17 يناير 1980 بمرسوم أميري صادر في مملكة البحرين، ومنحت ترخيص مزاولة الأعمال المصرفية لبنوك الأوفشور من قبل مؤسسة نقد البحرين (مصرف البحرين المركزي حاليا) بتاريخ 7 أبريل 1980.

وفي نفس التاريخ شرعت المؤسسة في مزاولة أنشطتها برأس مال مصرح به قدره مليار دولار أمريكي. بحلول أبريل 1981، كان الشركاء الثلاثة الأصليون قد دفعوا مبلغ 750 مليون دولار من رأس المال

بالكامل، وهم كل وزارة المالية في حكومة الكويت وفي ما بعد تم تحويله إلى الهيئة العامة للاستثمار، ولأمانة اللجنة الشعبية العامة للخزانة في الجماهيرية العربية الليبية الشعبية الاشتراكية.

وفي ما بعد تم تحويلها إلى مصرف ليبيا المركزي، وجهاز أبوظبي للاستثمار. واستمر كل طرف مؤسس بامتلاك ثلث الأسهم لغاية عام 1990، حيث تمت زيادة رأس المال المعتمد أواخر عام 1989 إلى 1.5 مليار دولار أمريكي، تلا ذلك إدراج أسهم المؤسسة في بورصة البحرين بالتزامن مع زيادة رأس المال المدفوع إلى مليار دولار أمريكي باكتتاب عام في البحرين واستثمارات دولية خاصة.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - وثيقة مقدمة من طرف رئيس مصلحة القروض لبنك المؤسسة العربية المصرفية.

المطلب الثاني : نشأة وتعريف بنك المؤسسة العربية المصرفية بالجزائر (مستغانم).

تأسس بنك المؤسسة العربية المصرفية الجزائرية من خلال إنشاء مكتب تمثيلي في عام 1995، ما مكّن بنك ABC (المؤسسة المصرفية العربية) من تطوير تعزيز روابط التعاون مع المؤسسات المالية الجزائرية. ونظراً لتنامي اهتمام مجمع بنك ABC بالسوق الجزائري، فقد تحول المكتب التمثيلي إلى بنك كامل في ديسمبر 1998، بقرار من مجلس النقد والقرض في 24 سبتمبر 1998. وهكذا نشأت المؤسسة العربية المصرفية -الجزائر، التي تم تسميتها تحت الاسم التجاري لبنك ABC الجزائر، والتي أصبحت بالفعل أول بنك خاص دولي يستقر في الجزائر.

بدأ نشاطه في 02 ديسمبر 1998 مع افتتاح وكالته الرئيسية في بئر مراد رايس. يمارس عمله الآن في بيئة اقتصادية وبنكية مليئة بالتغيرات والتقلبات.

ومع التوسع المستمر أصبح لبنك ABC شبكة فروع منتشرة في جميع أنحاء البلاد، حيث لديه الآن 17 وكالة تنفيذية و التي سيتم توزيعها الى 35 وكالة لتكون الأقرب الى عملائها في جميع أنحاء البلاد.<sup>1</sup>

تقديم وكالة بنك ABC الجزائر بمستغانم:

أنشأت وكالة بنك ABC مستغانم في 03 جوان 2010. وتقع في 09، ساحة الثقافة، طريق وهران، سالامندر، مستغانم، تبلغ مساحتها 350م<sup>2</sup> ومجهزة بكافة الوسائل الحديثة، و يبلغ عدد موظفيها 6 موظفين كلهم اطارات.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> <https://www.bank-abc.com/world/Algeria/Ar/AboutABCNew/Pages/default.aspx>

<sup>2</sup> وثيقة مقدمة من طرف رئيس مصلحة القروض لبنك المؤسسة العربية المصرفية.

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لبنك المؤسسة العربية المصرفية.

الهيكل التنظيمي للوكالة فهو كالتالي :

#### 1-مدير الوكالة :

ويعتبر الممثل الرئيسي للبنك على مستوى الوكالة وهو المسؤول عن توفير التنظيم الإداري و التشغيلي للوكالة و تنميتها التجارية مع الإهتمام المستمر بإدارة الجودة و المخاطر، كذلك تحقيق الأهداف الإستراتيجية و المالية التي حددتها ادارة البنك، و ضمان الشفافية الإقتصادية للبنك و إدارة ميزانية الوكالة و كذلك من مهامه السهر على مراقبة نظامية للحسابات في الوكالة و التأكد من سير العمليات الإدارية و التشغيلية و إجرائها في اطار القانون .

#### 2-مندوب إداري :

لدى المندوب الإداري مجموعة من المهام الرئيسية كتوفير ضمان إجراء عمليات (back office) مع احترام القوانين المعمول بها في البنك في اطار الجودة و الدقة، كذلك يقوم بإدارة الحسابات و الحفاظ على ملفات العملاء و تسيير دفاتر الصكوك و التصريح بالشيكات غير المدفوعة، كذلك تجهيز المعاملات على الفواتير و الشيكات و التحويلات ،وفقا للإجراءات و إدارة السندات و جميع الأوراق التجارية.

#### 3- أمين الصندوق:

وهو المسؤول عن الصندوق و عن الضمان بشكل مستمر عمليات الصندوق مع العملاء و حسن سيرها احتراماً للممارسات و الإجراءات السارية المفعول بها في البنك ،كما يسهر على ضمان تسوية الحسابات.

#### 4-المراقب :



المبحث الثاني : مدى استخدام بنك ABC لخدمات وسائل الدفع الإلكتروني .

نظرا للتقدم التكنولوجي استوجب على بنك ABC تقديم مجموعة متكاملة من خدمات والوسائل الدفع البنكية الإلكترونية .

المطلب الأول : أنظمة ووسائل الدفع الإلكتروني في بنك ABC .

يسعى بنك المؤسسة العربية المصرفية الى تحديث وسائل الدفع الإلكتروني بهدف :

1-تخفيض تكاليف العمليات البنكية واختصار الوقت .

2-جعل الزبون محور النشاط البنكي.

3 تقديم للزبون خدمات عالية الجودة.

أولا : وسائل الدفع الإلكتروني :

يتيح بنك ABC لزيائنه وسائل الدفع الإلكتروني التالية :

\*بطاقات (CIB) CARTE INTERBANCAIRE :

هي بطاقة برفاقة و مسارتستعمل للسحب من خلال GAB وDAB، و الدفع من خلال TPE بالنسبة

للتجار المجهزين بهذا الأخير، يمكن استعمالها 24/24 ساعة و 7/7 أيام ، و تقدم للزيائن الذين

يطلبونها وفق شروط و هناك نوعان :

\*بطاقات CIB كلاسيكية LA CARTE CIB CLASSIQUE : موجهة الى زبائن البنك الذين لا يتجاوز

دخلهم الشهري 60.000.00 دج .

-بطاقات CIB الذهبية LA CARTE CIB GOLD : موجهة الى زبائن البنك الذين يتجاوز دخلهم 10.000.00 دج .

الحصول على بطاقة CIB:

أولا يتم ملأ استمارة للعقد المنشأ حول المعلومات الخاصة بالزبون من الإسم اللقب و نوع الحساب المفتوح لدى البنك و رقم الحساب و الدخل الشهري و عليه يتم تحديد الزبون نوع البطاقة .

ثانيا : أنظمة الدفع الإلكتروني في بنك ABC :

يتيح بنك ABC أنظمة الدفع الإلكتروني التالية :

1.الموزع الآلي للنقود DISTRIBUTEUR AUTOMATIQUE DES BILLETS DAB: هو آلة أوتوماتيكية

تضمن توزيع النقود للزبائن من خلال عملية سحب فقط .

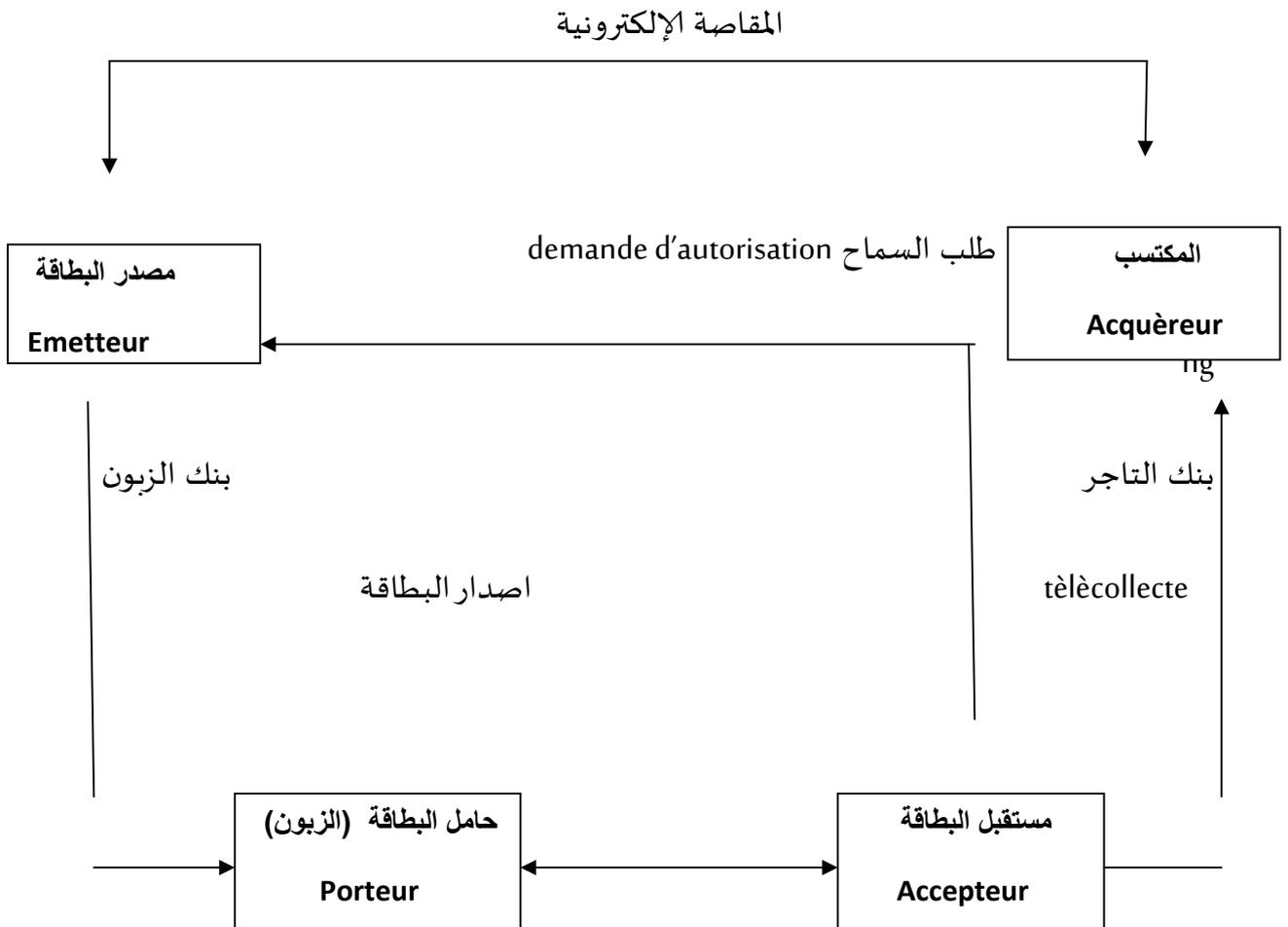
2.الشبك الآلي للبنك GUICHET AUTOMATIQUE DE BANQUE GAB :

هو آلة أوتوماتيكية تضمن مجموعة من العمليات : سحب ، اطلاق على الرصيد، طلب دفتر الصكوك

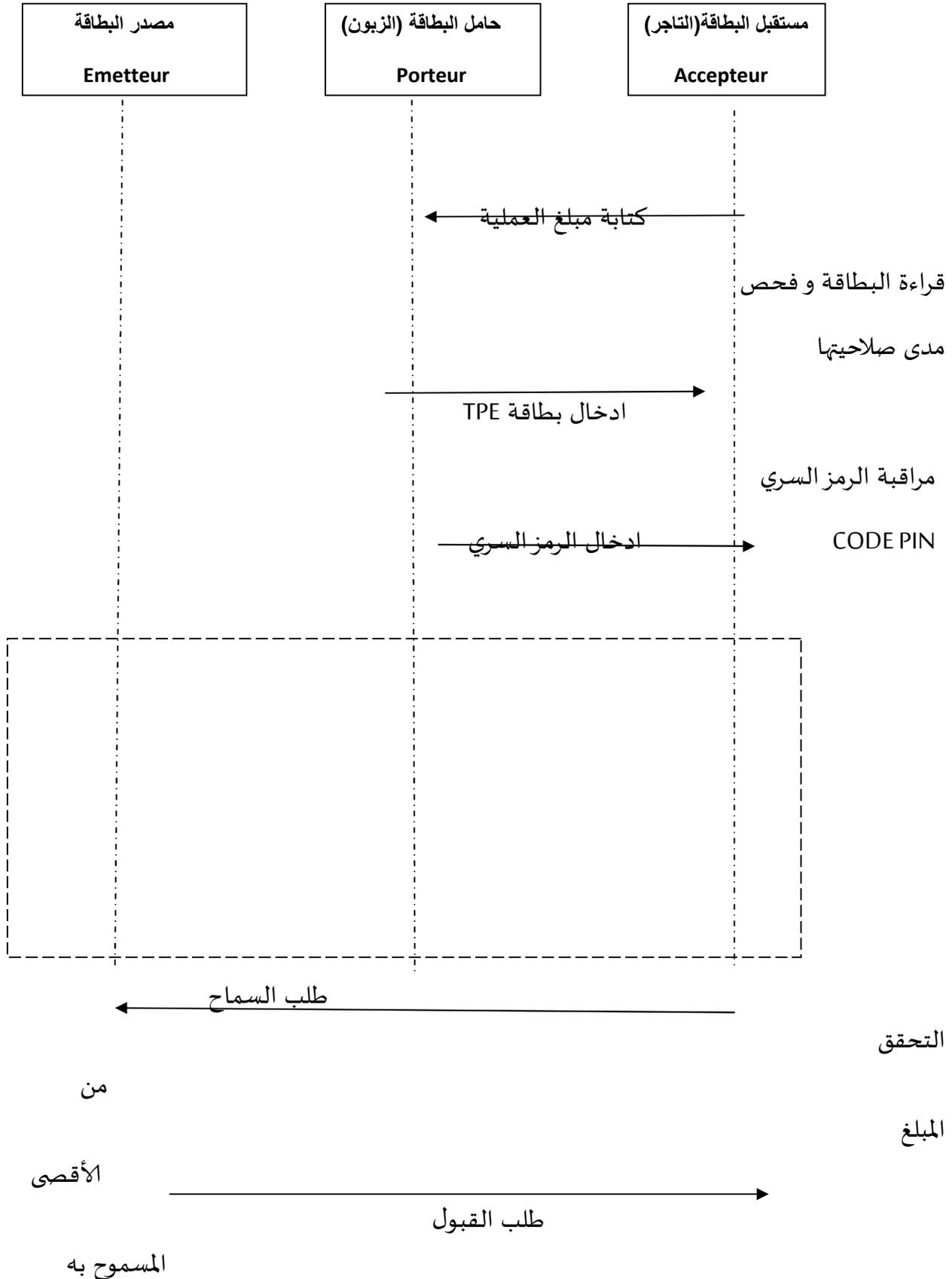
1  
.....

<sup>1</sup> - وثيقة مقدمة من طرف رئيس مصلحة القروض لبنك المؤسسة العربية المصرفية.

شكل رقم 11) عملية سيرورة الدفع الإلكتروني ببطاقة CIB:



الشكل رقم(12) سيرورة عملية الدفع الإلكتروني CIB مع طلب السماح :



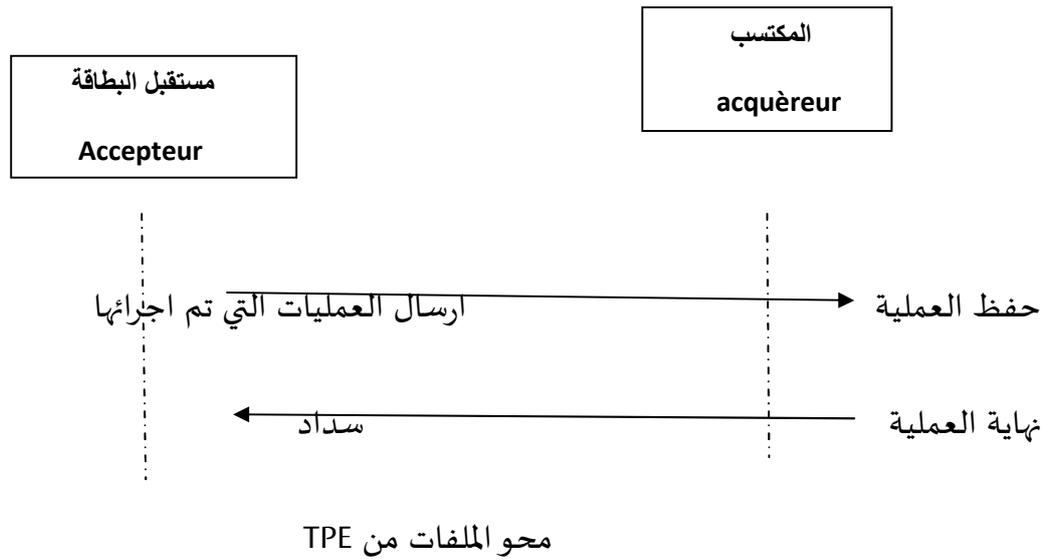
\* حفظ العملية .

\* طباعة وصل الزبون و التاجر .

\* إتمام العملية .

المصدر: وثائق داخلية خاصة ببنك المؤسسة العربية المصرفية – وكالة مستغانم .

الشكل (06) : سيرورة la télècollete



المصدر: وثائق داخلية خاصة ببنك المؤسسة العربية المصرفية - كالة مستغانم .

المطلب الثاني: الخدمات البنكية الإلكترونية في بنك المؤسسة العربية المصرفية وفوائدها و عوامل نجاحها .

أولاً: الخدمات البنكية الإلكترونية في بنك المؤسسة العربية المصرفية :

\*الخدمات المصرفية عبر شبكة الأنترنت :

\*منصة ABC Digital: هي خدمة مصرفية رقمية مبتكرة وسهلة الاستخدام بالنسبة للمستخدم، صُممت خصيصاً لتلبي الاحتياجات المالية على مدار الساعة ومن أي مكان حيث تمكّنك المنصة الزبون مايلي :

- الوصول إلى حساباته لدى بنك ABC،
- وتحويل الأموال، وإدارة القروض،
- عرض الفواتير الإلكترونية و القيام بتحصيلها الكترونياً و ارسالها عن طرق البريد الإلكتروني ،
- عرض النشرات الإعلامية الخاصة بكل الخدمات البنكية ،
- وتتبع نشاطات التمويل التجاري وغيرها الكثير من الخدمات من خلال واحدة من البيئات المصرفية الرقمية الأسرع والأكثر أمناً المتوقّرة على حاسوب أو جهاز لوجي (تابلت) أو هاتف محمول آمن مرتبط بالإنترنت.

يمكن لجميع عملاء بنك ABC - ممن لديهم صلاحية الوصول – استخدام منصة ABC Digital، من خلال الحصول على اسم مستخدم سارٍ وكلمة مرور وحياسة هاتف محمول قادر على إنشاء كلمة مرور لمرة واحدة (OTP) باستخدام تطبيق ABC OTP المخصص لذلك.<sup>1</sup>

<sup>1</sup><https://www.bank-abc.com/world/Jordan/Ar/Products/RetailBanking/e-banking/Pages/ABCOn-Line.aspx>

\*خدمات عن بعد : هذهالخدمات تسمح بمعالجة مختلف العمليات البنكية في وقت سريع حيث لقت اقبال كبير من طرف عملاء البنك .

\*خدمات الصراف الآلي : يمكن استخدام الصراف الآلي في العديد من العمليات المصرفية مثل السحب والإيداع النقدي حيث توجد آلات الصرف خارج المبنى متواجدة حول المبنى الخارجي للبنك بغرض توفير خدمات بنكية خارج ساعات عمل البنك .

ثانيا : فوائد وعوامل نجاح الخدمة البنكية الإلكترونية :

1/ فوائد الخدمة الإلكترونية : ان قيام بنك المؤسسة العربية بتسوية عملياته المصرفية عبر الأنترنت يحقق فوائد كثيرة منها :

- \* توفير الوقت و المجهود حيث كل التعاملات تتم عن طريق الإنترنت .
- \* استخدام الأنترنت يساهم في تعزيز رأس المال الفكري و تطوير تكنولوجيا المعلومات .
- \* بناء علاقات مباشرة مع البنوك و توفير مناصب العمل و ا استثمار و هذا ما يساعد على البقاء في السوق البنكية .

2/عوامل نجاح الخدمة الإلكترونية : من أجل نجاح الخدمة الإلكترونية في أي بنك يجب :

- \* العمل على تكوين اطارات في مجال تكنولوجيا المعلومات .
- \* تحسين أنظمة الاتصال و التحويل .
- \* تحسيس الزبائن بمميزات البنك افلكترونية و ذلك عن طريق الإشهار و التسويق.

المطلب الثالث : أهداف بنك المؤسسة العربية المصرفية .

- (1) تحقيق أداء متميز يمنح الأولوية للعميل .
- (2) السعي للإغتنام فرص السعي من خلال الإستحواذ على الأسواق الأساسية و الشبكات الدولية .
- (3) سعي البنك الى تكوين موظفين و العمل على رفع قدراتهم و كفاءتهم .
- (4) استقطاب اكبر عدد من الزبائن و توفير ارقى الخدمات لهم .
- (5) فتح المزيد من الوكالات عبر التراب الوطني .

المبحث الثالث : دراسة إحصائية لوسائل دفع الحديثة لبنك المؤسسة العربية المصرفية .

من أجل الوقوف على واقع و آفاق الدفع الإلكتروني في الوكالة البنكية محل الدراسة، تم الإستعانة بأسلوب الإستبيان من خلال تحليل نتائج الإستمارة الموجهة لموظفي البنك مع تحليل نتائج الدراسة.

المطلب الأول : أداة جمع البيانات .

اعتمدنا اسلوب الإستبيان من خلال تصميم استمارة أسئلة موجهة للموظفين وذلك للإجابة عليه .

و كان الهدف من هذه الإستمارة معرفة واقع و آفاق و تحديات التي تواجه وسائل الدفع الحديثة في وكالة محل الدراسة وذلك من أجل :

\*اعطاء تقييم لوسائل الدفع الحديثة في المؤسسة العربية المصرفية .

\*التعرف على تحديا وسائل الدفع الحديثة .

المطلب الثاني: تحديد مجتمع الدراسة و اختيار العينة .

1/ تحديد مجتمع العينة :

شمل مجتمع الدراسة مجموع موظفين الوكالة العربية المصرفية بهدف معرفة آفتق و تحديات التي تواجه وسائل الدفع الحديثة .

2/ اختيار نوع و حجم العينة :

تم الإعتماد العينة العشوائية ،وزعت هذه الإستمارة على موظفي بنك المؤسسة العربية المصرفية – وكالة مستغانم – و البالغ عدد موظفيها 06 موظفين.

المطلب الثالث : المعالجة الإحصائية .

الفرع الأول : عرض و تحليل نتائج الإستمارة الموجهة لموظفي البنك :

السؤال الأول : السن .

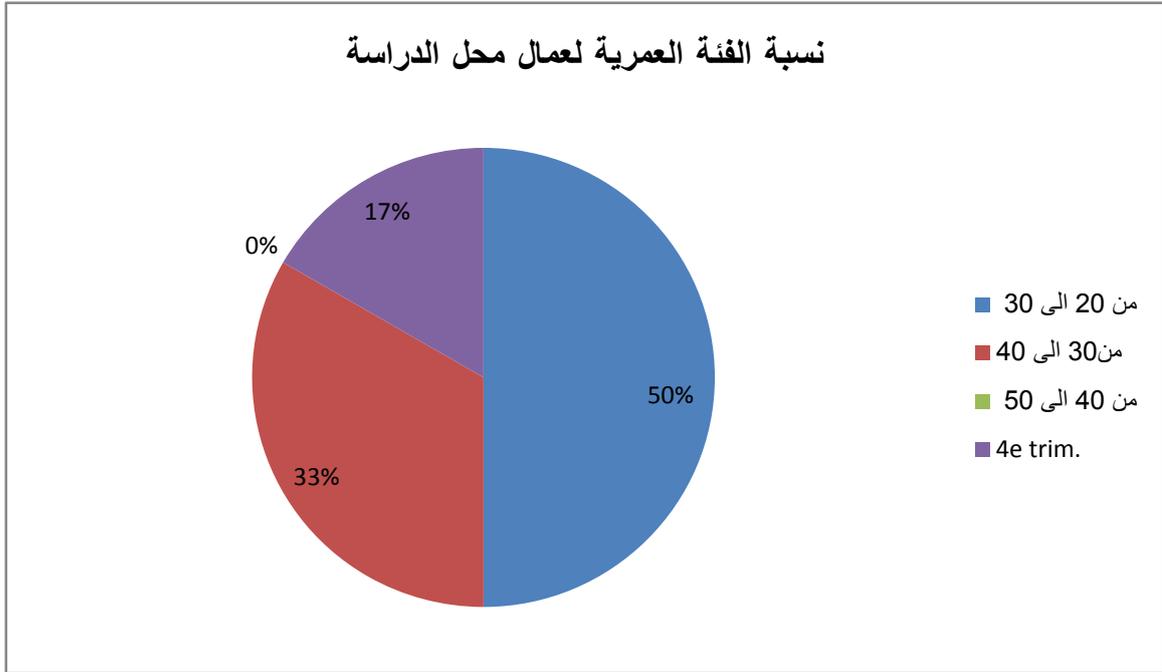
جدول رقم – 01 – يبين الفئة العمرية للعمال .

النسبة	التكرار	الفئة العمرية
50	03	من 20 الى 30 سنة
33.33	02	من 30 الى 40 سنة
0	00	من 40 الى 50 سنة
16.66	01	50 سنة فأكثر
100	06	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتان بناء على استمارة المعلومة المقدمة لعمال البنك .

نلاحظ من خلال الجدول رقم (01) أن أغلب موظفين البنك تتراوح أعمارهم ما بين 20 الى 30 سنة و يمثلون أكبر نسبة و مقدر ب 50% ثم تليها فئة تتراوح اعمارهم بين 20 الى 40 سنة بنسبة 33.33% ثم فئة 50 سنة فأكثر بنسبة 16.66% .  
الشكل (07) : نسبة الفئة العمرية لعمال

محل الدراسة



المصدر: من اعداد الطالبتان بناء على معلومات الجدول - 01-

السؤال الثاني: المستوى التعليمي .

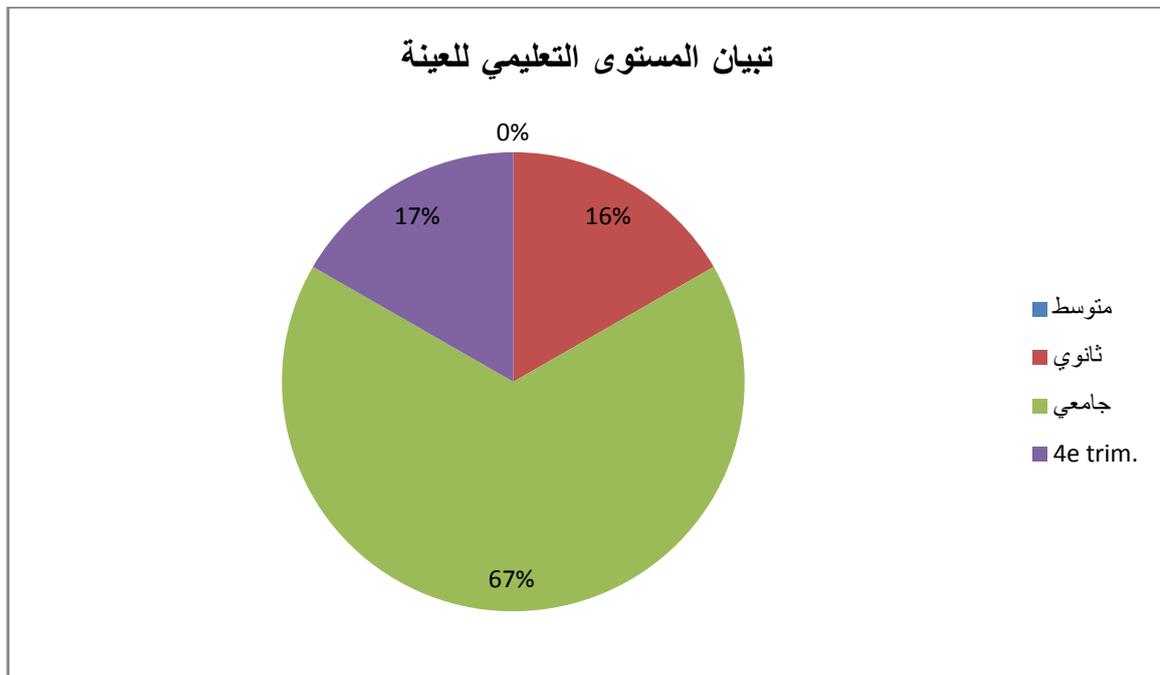
الجدول رقم -02- يبين المستوى التعليمي للعمال .

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
00	00	متوسط
16.66	01	ثانوي
66.66	04	جامعي
16.66	01	دراسات عليا
100	06	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتان بناء على استمارة المعلومة المقدمة لعمال البنك .

نلاحظ أن أغلب موظفين البنك لهم مستوى جامعي بنسبة 66.66 % ، تليها فئة موظفين لهم دراسات عليا بنسبة 16.66 % و فئة موظفين لهم مستوى ثانوي بنسبة 16.66 % ، هذا دليل على ان أغلب الموظفين لهم مستوى جامعي وهذا ما يعطيهم دافع للإستعمال وسائل الدفع الحديثة .

الشكل ( 08 ) دائرة نسبية تبين المستوى التعليمي لأفراد العينة .



المصدر: من اعداد الطالبتان بناء على معلومات الجدول - 02 -

السؤال الثالث: هل تقومون بدورات تكوينية فيما يخص المعاملات الإلكترونية ؟

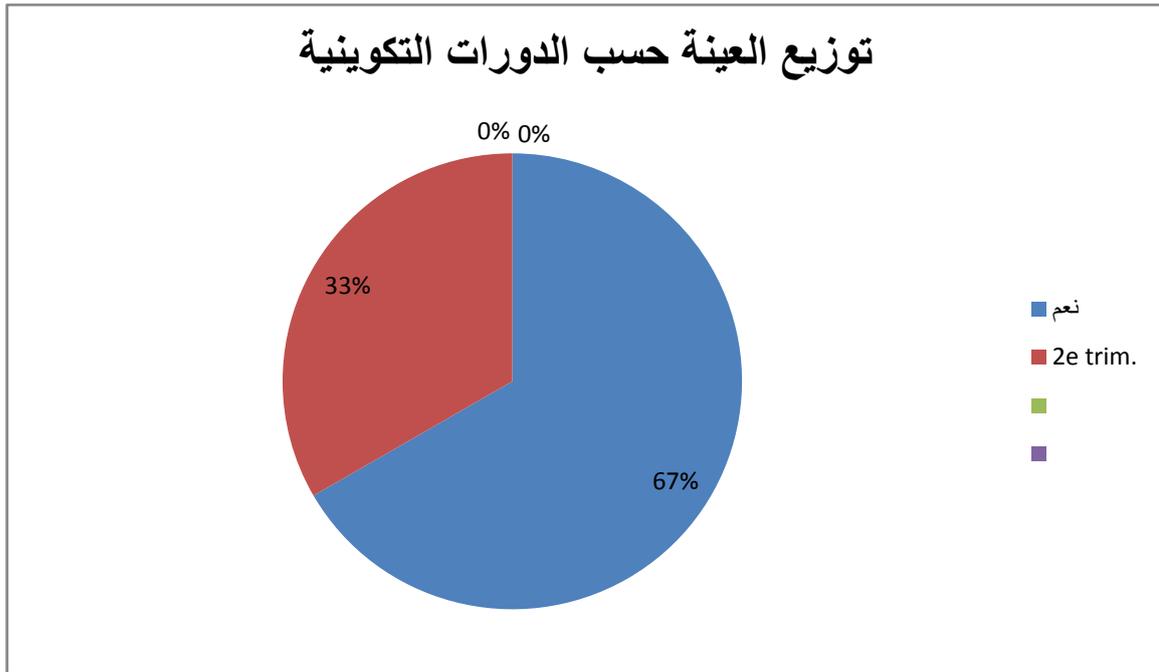
الجدول رقم -03- توزيع العينة حسب دورات التكوينية فيما يخص المعاملات الإلكترونية.

الدورات	التكرار	النسبة
نعم	04	66.66
لا	02	33.33
المجموع	06	100

المصدر: من اعداد الطالبتان بناء على معطيات الإستمارة المقدمة لعمال البنك .

من خلال الجدول نلاحظ ان أن 04 من الموظفين أي بنسبة 66.66 بالمئة قامو بدورات تكوينية، في حين نجد أن 33.33 بالمئة من الموظفين لم يستفيدو من هذه البرامج .

الشكل (09) - توزيع العينة حسب دورات التكوينية فيما يخص المعاملات الإلكترونية .



المصدر: من اعداد الطالبتان بناء على معلومات الجدول - 02-

السؤال الرابع: كيف قيم منتجات البنك ؟

\*السعر:

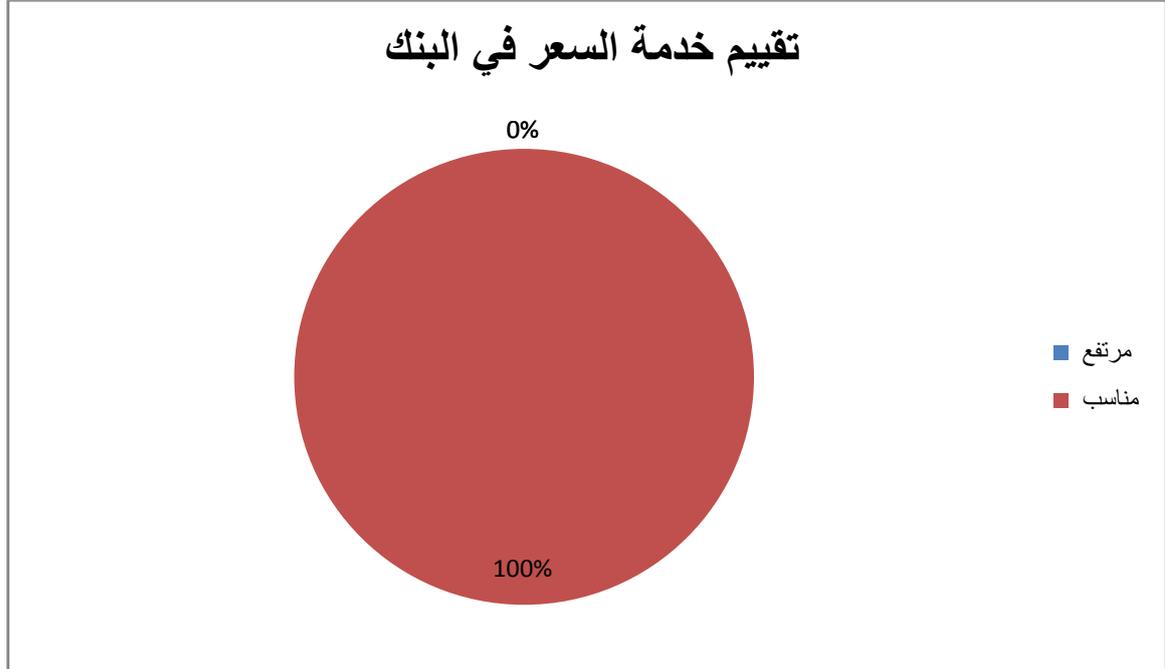
الجدول -04- يبين تقييم منتجات البنك حسب السعر .

النسبة	التكرار	الإجابة
00	00	مرتفع
100	06	مناسب
00	00	منخفض
100	06	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبتان بناء على استمارة المعلومات المقدمة لعمال البنك .

يتفق جميع موظفي البنك على أن أسعار خدمة بنك المؤسسة العربية المصرفية مناسبة .

الشكل رقم (10) : تبيان تقييم خدمة السعر في بنك المؤسسة العربية المصرفية.



المصدر: من اعداد الطالبتان بناء على معلومات الجدول - 04-

\*السرعة :

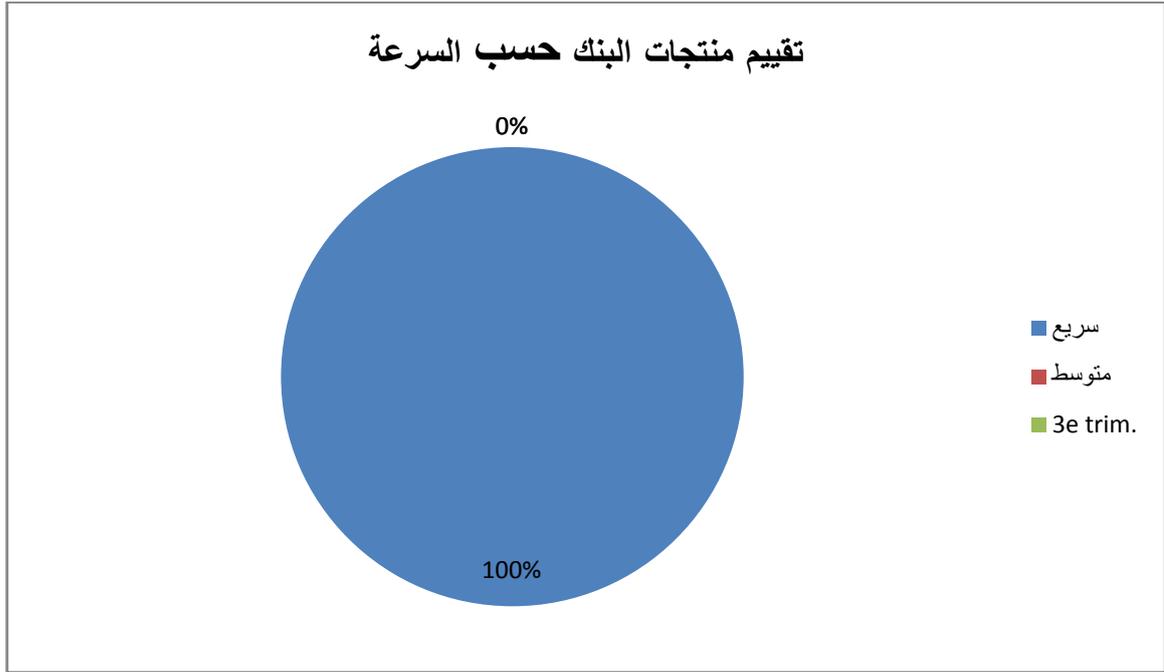
الجدول (05) يبين تقييم منتجات البنك حسب السرعة .

النسبة	التكرار	الإجابة
100	06	سريعة
00	00	عادية
00	00	بطيئة
100	06	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبتان بناء على استمارة المعلومات المقدمة لعمال البنك .

من ناحية السرعة يرى الموظفون أن الخدمات سريعة بنسبة 100 بالمائة .

الشكل رقم(11): تقييم منتجات البنك حسب السرعة .



المصدر: من اعداد الطالبتان بناء على معلومات الجدول - 05-

السؤال الخامس: هل يأتىكم زبائن كانوا يتعاملون مع بنوك أخرى؟

الجدول رقم 06 :

النسبة	التكرار	الإجابة
100	06	نعم
00	00	لا

المجموع	06	100
---------	----	-----

المصدر: من اعداد الطالبتان بناء على استمارة المعلومات المقدمة لعمال البنك .

يتفق الموظفون على أنه حدث و قدم زبائن جدد كانوا يتعاملون مع بنوك أخرى .

الجدول

السؤال السادس : ماهي وسائل الإتصال بين البنك وزبائنه ؟

رقم 07: يبين طرق التواصل مع العملاء .

النسبة	التكرار	الإجابة
16.66	01	الملصقات
33.33	02	الأنترنت
50	03	الإتصال المباشر
00	00	الصحف
100	06	المجموع

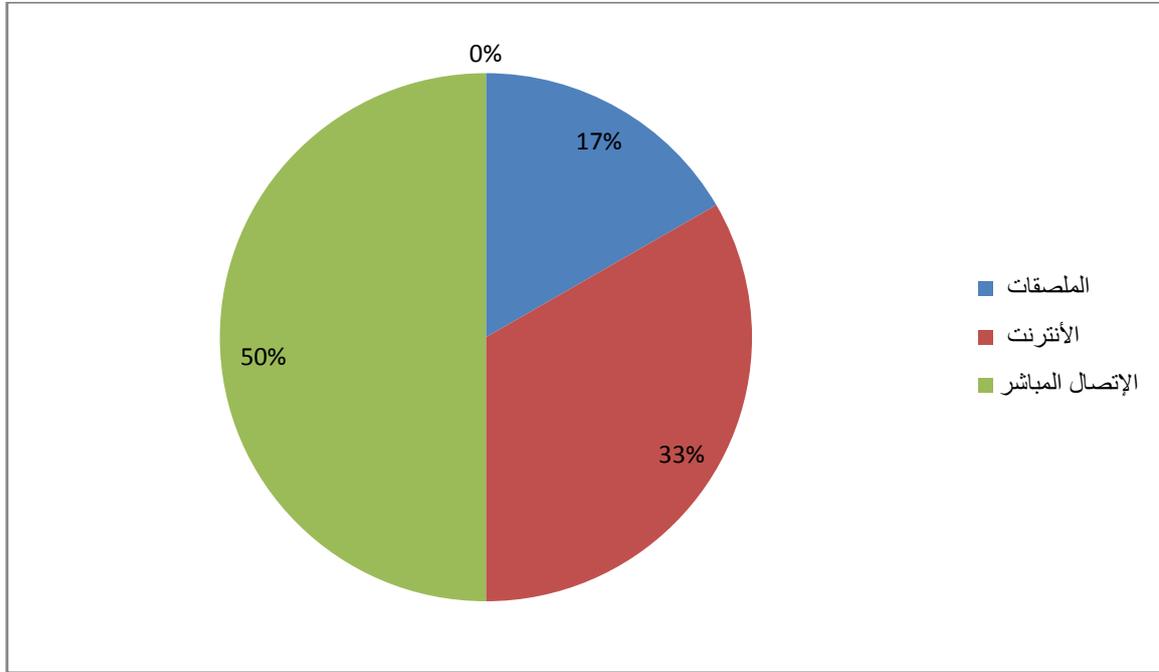
المصدر: من اعداد الطالبتان بناء على استمارة المعلومات المقدمة لعمال البنك .

أغلبية الموظفين يتفقون على أن الإتصال المباشر هو الريقة للإتصال بالزبون و ذلك بنسبة 50 بالمئة

، ثم التواصل عن طريق الإنترنت لأن المؤسسة العربية المصرفية لها خدمة ( Abc digital ) بنسبة 33.33

بالمئة ، ثم التواصل عن طريق الملصقات بنسبة 16.66 بالمئة .

الشكل (12): يبين طرق تواصل بنك المؤسسة العربية المصرفية مع العملاء.



المصدر: من اعداد الطالبان بناء على معلومات الجدول - 07-

السؤال السابع: كيف تقيمون المركز التنافسي للبنك ؟

الجدول رقم (08): يبين المركز التنافسي للبنك بالنسبة للموظفين .

النسبة	التكرار	الإجابة
100	06	جيد
00	00	تنافس
00	00	منخفض
100	06	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبتان بناء على استمارة المعلومات المقدمة لعمال البنك .

من خلال الجدول نرى أن الموظفين لا يقيمون الوضع التنافسي للبنك مقارنة بالبنوك الأخرى حيث يرى جميعهم أنه ليس لديهم منافس لحد الساعة، نظرا للمستوى الجيد للخدمات .

السؤال الثامن: هل تنصح جميع معارفك بالتواصل مع بنك المؤسسة العربية المصرفية؟

الجدول رقم(09)

النسبة	التكرار	الإجابة
100	06	نعم
00	00	لا
100	06	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبتان بناء على استمارة المعلومات المقدمة لعمال البنك .

نلاحظ من خلال الجدول أن جميع الموظفين يتفقون على نصح معارفهم من أجل التعامل مع البنك.

السؤال التاسع: هل تستخدمون البطاقة الإلكترونية؟

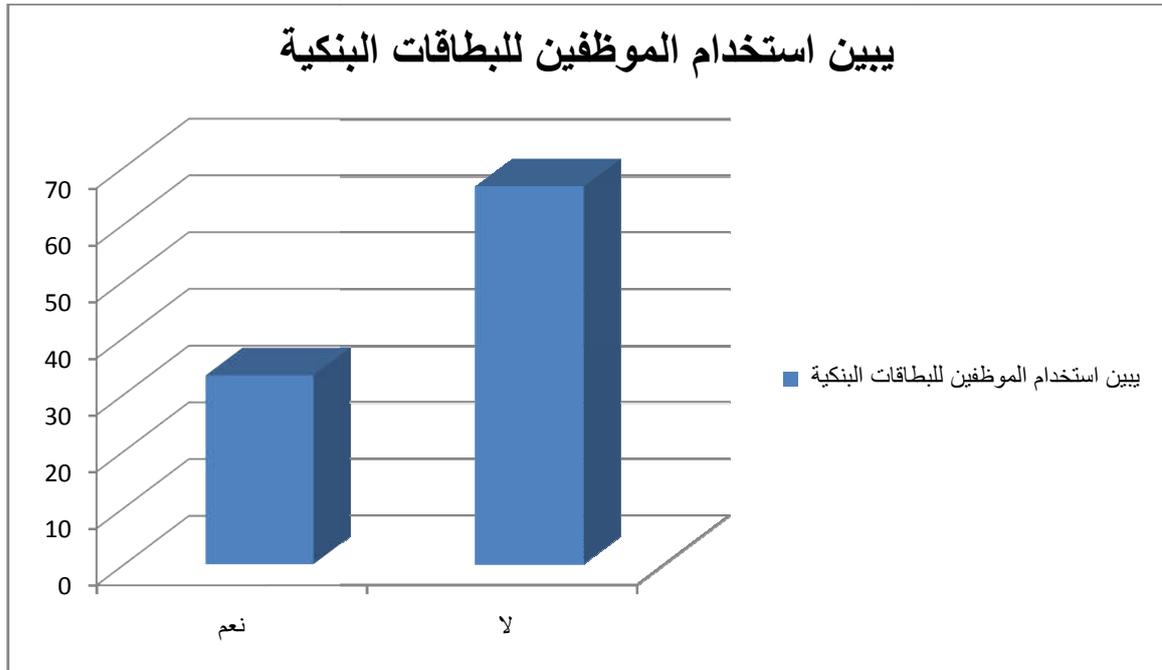
الجدول رقم (10) يبين استخدام الموظفين للبطاقة الإلكترونية .

النسبة	التكرار	الإجابة

33.33	02	نعم
66.66	04	لا
100	06	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبتين بناء على استمارة المعلومات المقدمة لعمال البنك .

حسب الجدول فإن أغلبية الموظفين في بنك المؤسسة العربية المصرفية لا يستخدمون البطاقات البنكية بنسبة 66.66 % في حين بلغت نسبة الذين يستخدمون البطاقات البنكية 33.33 %.



المصدر: من اعداد الطالبتين بناء على معطيات الجدول (10).

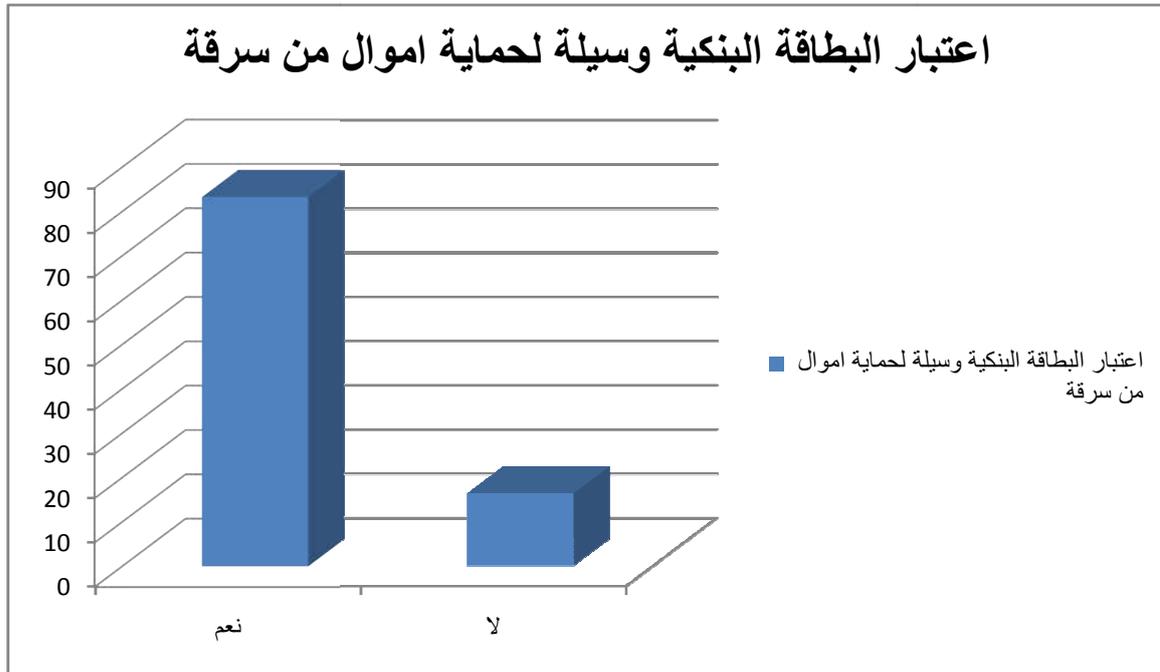
سؤال العاشر: هل تعتبرون البطاقة الإلكترونية وسيلة لحماية الأموال من السرقة؟

الجدول رقم (11): يبين اعتبار البطاقة الإلكترونية وسيلة لحماية المال من السرقة .

النسبة	التكرار	الإجابة
83.33	05	نعم
16.66	01	لا
100	06	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبتين بناء على استمارة المعلومات المقدمة لعمال البنك .

حسب ما أظهرته نتائج الجدول فإن أغلبية الموظفين يعتبرون البطاقة البنكية حماية لأموالهم من السرقة بنسبة 83.3%.



المصدر: من اعداد الطالبتين بناء على معطيات الجدول رقم (11).

الفرع الثاني : عرض و تحليل نتائج الإستمارة الموجهة لزيائن البنك :

هي استمارة موجهة لعينة من زبائن بنك المؤسسة العربية المصرفية يجرى التحليل على 10 استمارات فقط موجهة لزبائن البنك .

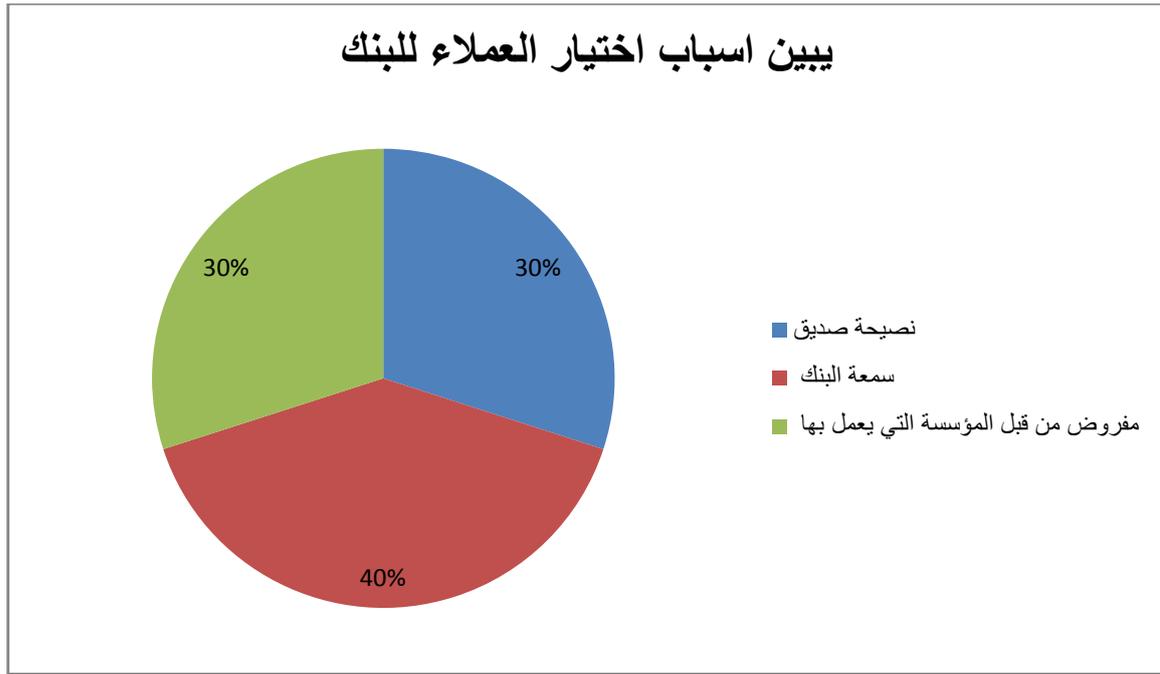
السؤال الأول: لماذا اخترت بنك المؤسسة العربية المصرفية الجزائر؟

الجدول رقم (12): يبين سبب اختيار العملاء للبنك .

النسبة	التكرار	الإجابة
30	03	نصيحة صديق
30	03	سمعة البنك
40	04	مفروض من قبل المؤسسة التي يعمل بها
100	10	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبتين بناء على استمارة المعلومات المقدمة لزبائن البنك .

حسب رأي جل زبائن البنك بما نسبته 40% فإن سبب اختيارهم للبنك ذلك كون الفئة الأكبرهم من رجال الأعمال فوجب عليهم التوجه الى بنك المؤسسة العربية المصرفية لتوفر النقود و سهولة سحب في أي وقت، أما ما نسبته 30% فكان سبب اختيارهم هو السمعة الحسنة للبنك ، اما بقية الزبائن سبب تعاملهم هو نصيحة من طرف صديق لما له خبرة في التعامل مع البنك .



المصدر: من اعداد الطالبتين حسب معطيات الجدول رقم (12).

السؤال الثاني: كيف تنظر للخدمات التي يقدمها بنك المؤسسة العربية المصرفية؟

الجدول رقم (13): يبين خدمات المقدمة للعملاء من طرف البنك :

\*السعر:

النسبة	التكرار	الإجابة
20	02	مرتفع
70	07	مناسب
10	01	منخفض
100	10	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبتين بناء على استمارة المعلومات المقدمة لزبائن البنك .

حسب الجدول فإن الأسعار التي يقدمها البنك مناسبة ب نسبة 70%، فيما يري ما نسبته 20% أن السعر مرتفع و 10% أن السعر منخفض .

\*التعامل مع الزبون :

الجدول رقم (14) :

النسبة	التكرار	الإجابة
20	02	جيد
60	06	مقبول
20	02	سيء
100	10	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبتين بناء على استمارة المعلومات المقدمة لزبائن البنك .

حسب الجدول يري معظم الزبائن أن التعامل معهم مقبول بنسبة 60%، حيث يسود بين الرفين الإحترام المتبادل، و ما نسبته 20% يري أن المعاملة سيئة و ذلك بسبب تفضيل زبون عن زبون بسبب المعرفة و العلاقات الشخصية ، و 20% يرون أن المعاملة جيدة وهذا ما يوثق العلاقة بين الطرفين .

السؤال الثالث : ما رأيك في دور البنك بالنسبة لك ؟

الجدول رقم (15) : يبين دور البنك بالنسبة للزبون

النسبة	التكرار	الإجابة
30	03	منفذ للعمليات فقط
60	06	مساعد و ناصح
10	01	شريك
100	10	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبتين بناء على استمارة المعلومات المقدمة لزيائن البنك .

يعتبر معظم زبائن البنك أن دوره بالنسبة لهم هو مساعد و ناصح وذلك بنسبة 60% خاصة في تسيير معاملاتهم ، و 20% يرون أن دوره هو منفذ للعمليات فقط كالسحب والإيداع ، و 10% يرون أن دوره يتعدى كشريك لهم .

السؤال الرابع : هل تستمر في التعامل مع البنك ؟

الجدول رقم (16) يبين استمرارية تعامل الزبائن مع البنك :

النسبة	التكرار	الإجابة
90	09	نعم
10	01	لا
100	10	المجموع

المصدر : من اعداد الطالبتين بناء على استمارة المعلومات المقدمة لزبائن البنك .

يري أغلبية الزبائن البنك بما نسبته 90% ضرورة الإستمرار في التعامل مع بنك المؤسسة العربية المصرفية في حين 10% يرون العكس .

تحليل و مناقشة نتائج الدراسة :

اعتمادا على النتائج الإحصائية لفرضيات الدراسة تم تحليل و مناقشة نتائج الإختبارات للمتغيرات الخاصة بكل فرضية من الفرضيات المطروحة للإجابة على أسئلة الدراسة .

- لماذا اخترت بنك المؤسسة العربية المصرفية ؟

كانت الإجابة على العبارة " سمعة البنك " حيث قدرت النسبة ب 30% .

كانت الإجابة على العبارة " نصيحة صديق " بنسبة 30% وهذا يدل على قدرة البنك بتوفير خدمات ملائمة للزبائن .

كانت الإجابة على العبارة " مفروض من قبل المؤسسة " بنسبة 40% هذا ما يدل على أن أغلبية العملاء هم من رجال الأعمال .

- كيف تنظر للخدمة التي يقدمها البنك ؟

حيث جاءت الإجابة على العبارة " مناسب " في الترتيب الأول بنسبة 70% وهذا يدل على مواكبة البنك للمستجدات المطروحة في سوق .

- ما رأيك في دور البنك بالنسبة لك ؟

حيث جاءت الإجابة على العبارة " المساعد و الناصح " في الترتيب الأول بنسبة 60% هاذا ما يدل على أن البنك يساعد الزبائن في مختلف معاملاتهم .

## خاتمة الفصل :

من خلال الدراسة التطبيقية نجد أن المنظومة البنكية الجزائرية قد شهدت اصلاحات مهمة في ظل الإقتصاد الرقمي، حيث حاولت الجزائر بشتى الطرق أن تنظم الى الدول الساعية لتطوير العمل المصرفي و استطاعت بذلك إنشاء هيئات متخصصة في تطوير النظام المصرفي، و كذلك إدخال أنظمة حديثة و تقنيات متطورة ساعدت بشكل واضح في توسيع استخدام التكنولوجيا و توعية المجتمع للوصول الى مستجدات السوق المصرفية العصرية، و يبقى بنك المؤسسة العربية المصرفية مجرد عينة أردنا أن نلقي النظر عليها نظرا للأهمية التي يكتسبها هذا البنك و لمعرفة أهم الخدمات البنكية الإلكترونية و أهم وسائل الدفع الحديثة المستعملة من طرف البنك .

## خاتمة عامة

خاتمة عامة :

في ظل التطورات الإقتصادية التي يعرفها افقتصاد العالمي، لم تعد وسائل الدفع الإلكتروني التقليدية ملائمة لهذه التطورات لا من حيث السرعة ولا من حيث الفعالية وأصبح من الضروري إيجاد بدائل عنها مما أدى الى وصول وسائل الدفع الحديثة التي حضت بالقبول الواسع وتمكنت من الإنتشار السريع عبر أنحاء العالم .

فلقد مكنت وسائل الدفع الحديثة من الحد من بعض العراقيل التي أفرزتها وسائل الدفع التقليدية، حيث يتم تسيير هذه الوسائل الإلكترونية عبر قنوات بنكية والتي يتم التعامل بها من خلال نقاط خدمات متعددة مثل الوكالة: وهي شبابيك السحب للأوراق النقدية GAB و الموزعات الآلية للأوراق النقدية DAB، التي تسمح بأداء الخدمات الكلاسيكية: سحب النقود، طبع و كشف الحسابات، طلب دفتر الشيكات كذا نهايات الدفع الإلكترونية وذلك من خلال توفير إمكانية توفير القيام بعمليات الدفع المباشر دون الحاجة الى سيولة مالية، أما في ايطار عصرنة الخدمات المصرفية تم ظهور بما يعرف بالبطاقات البنكية CIB، وهي وسيلة حديثة الدفع قد وجدت مكانها داخل الساحة البنكية و ذلك من خلال إنشاء الدولة شركة النقد الآلي و العلاقات التلقائية ما بين البنوك، وهذه الخطوة الأساسية لتحديث القطاع المالي المصرفي .

رغم هذا فالجزائر لم ترق على الحديث عن التكنولوجيا في الجزائر مثلها مثل باقي الدول فهي لم تستفد من المزايا المقدمة من وسائل الدفع الحديثة لتطوير نشاطها المصرفي، فالخدمة المصرفية في البنك المصرفي الجزائري مازالت في المرحلة الأولية رغم أن الجزائر بذلت مجهودا و تبنت مشاريع و خطت خطوات كلها تصب في مجال تحديث و عصرنة وسائل الدفع، فقط انحصر نطاق تعاملها على بعض البطاقات البنكية التي لازالت في البداية رغم كل البرامج المعدة، فالتطور النقدي في الجزائر

يسير بصورة تدريجية وبطيئة نظرا للعوائق التي تقف في وجه هذا التطور سواء كانت عقبات تقنية، مالية، بشرية .....

أولا : اختبار الفرضيات :

لم تعد البنوك كالسابق تعمل في بيئة تتميز بالثبات النسبي، بل أصبحت بيئة معقدة ومتغيرة وتسم بعدم التأكد و حدة المنافسة، و البنوك الناجحة هي التي تتأثر وتؤثر عليها، وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الأولى :يمكن لنظام الدفع الإلكتروني أن يؤثر ايجابا على الأداء الإقتصادي و المالي، المر الذي يتطلب توفر المعلومة المناسبة في الوقت المناسب .

الفرضية الثانية: التي تنص وسائل الدفع الإلكترونية تسمح بمعالجة كم هائل المعاملات بسرعة فائقة بأقل جهد ووقت و تكلفة.

الفرضية الثالثة: يمكن معالجة الصعوبات الحالية لنظام الدفع الإلكتروني في الجزائر.

ثانيا: نتائج الدراسة :

لقد تمكنا من خلال الدراسة الإجابة على الإشكالية المطروحة عن ما هو مستقبل خدمات الدفع الإلكتروني في الجزائر؟ ويمكن حصر أهم النتائج في النقاط التالية :

- إن ضعف الدعاية و الإشهار بخصوص البطاقة لا يسمح بإيصال الرسالة الى الزبائن .
- أدت البيئة الجديدة للعمل المصرفي و المنافسة الشديدة و التطبيقات التقنية لأدوات الدفع الإلكتروني الى الضغط على البنوك لايجاد آليات جديدة للمحافظة على العملاء و جذب زبائن جدد.

- محدودية وسائل الدفع الحديثة وقتها في الجزائر مما يؤثر على الوظيفة التي وجهت من اجلها المصارف .
- ظهور وسائل الدفع الإلكترونية شجع على القيام بالخدمات المصرفية الإلكترونية التي تتلائم مع تطورات العصر من حيث السرعة والفعالية .
- ظهور وائل الدفع الإلكترونية أدى الى انخفاض محسوس في استخدام وسائل الدفع التقليدية، حيث ظهورها لم يؤدي الى اختفاءها ولا زوالها .

#### ثالثا: الإقتراحات و التوصيات :

على ضوء النتائج المتوصل اليها و من خلال الدراسة ارتأينا ان نقدم بعض التوصيات التي نراها مناسبة :

- وضع سياسة اعلامية و تسويقية في البنوك من شأنها ادخال ثقافة استخدام البطاقات لدى العميل .
- زيادة الإنفاق في مجال التكنولوجيات الحديثة و التوسع أكثر.
- استخدام و تنوع الخدمات المصرفية الإلكترونية لغرض المحافظة على العملاء و جذب زبائن جدد.

#### آفاق الدراسة:

حاولنا من خلال هذه الدراسة الوقوف على أهم العوامل المؤدية الى تطوير وسائل الدفع الحديثة، حيث تبقى بعضالنقط تستدعي فتح افاق عملية جديدة من بينها :

➤ آليات مواجهة التحديات و المخاطر التي تواجه انتشار و تطور وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر .

➤ النظام القانوني للوسائل البنكية و حمايتها .

وفي الختام، فإننا لا ندعي اننا الممنا بكافة جوانب الموضوع، كما نرجو ان نكون وفقنا ولو جزئيا في معالجة هذا الموضوع بمختلف جوانبه، والله المستعان والهادي الى سواء السبيل .

## قائمة المراجع:

### الكتب :

- (1) السيد عبد الخالق – التجارة الالكترونية والعمولة-منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية- مصر، 2006.
- (2) -محمد صلاح سالم ، العصر الرقمي وثورة المعلومات ، دارالدراسات والبحوث الإنساني والاجتماعية للنشر، الطبعة الأولى-الهرم 2002ص215.
- (3) إبراهيم العسوي، التجارة الالكترونية ط1، المكتبة الأكاديمية القاهرة مصر 2003ص11-12.
- (4) عبد الفتاح الحجازي، التجارة الالكترونية وحمايتها القانونية ، دار الفكر الجامعي للنشر، الإسكندرية- 2004-ص23.
- (5) كاثرين ل مان ، ترجمة الشحات منصور ، التجارة الالكترونية العالمية، مركز الأهرام لترجمة والنشر، الطبعة الأولى القاهرة 2003
- (6) ناصر دادي عدون :الجزائر والمنظمة العالمية التجارة ، دارالمحمدية العامة-الجزائر-2003ص94.
- (7) محمد طاهر نصير:التسوق الالكتروني دار الحمد للنشر والتوزيع-الأردن-2005-ص30.
- (8) محمد الطائي-التجارة الالكترونية-دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة-الطبعة الأولى – عمان الأردن-2009ص70-71.
- (9) محمد نور صالح الجداية-التجارة الالكترونية-طبعة الأولى-عمان الأردن 2009ص26.
- (10) جوهري بن رجدةال –الانترنت و التجارة الالكترونية-حالة استراد كتاب جامعة سعد حلب-مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في قسم علوم التسيير-كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير-جامعة الجزائر-2002.
- (11) الأستاذ الدكتور مصطفى كمال طه والأستاذ وائل أنور بندق –الأوراق التجارية ووسائل الدفع الالكترونية الحديثة-دار الفكر الجامعي الإسكندرية-2009-ص352.

- (12) دكتور احمد عبد العليم العجمي -نظم الدفع الالكتروني وانعكاساتها على سلطات البنك المركزي-دار الجامعة الجديدة لنشر-الإسكندرية-2013-ص22.
- (13) جلال عابد الشورة -وسائل الدفع الالكتروني- دار الثقافة للنشر والتوزيع-2009-ص87.
- (14) حجازي البيومي عبد الفتاح، النظام القانوني لحماية الحكومة الالكترونية \_ جامعة الإسكندرية 2002
- (15) عبد الرحيم وهيبة\_ إحلل وسائل الدفع المصرفية الالكترونية\_ جامعة الجزائر 2006ص24.
- (16) إيهاب فوزي السقا، الحماية الأمنية و الجنائية لبطاقة الائتمان\_ الاسكندرية 2007ص165.
- (17) عبد الهادي النجار-النقود المصرفية في ظل التجارة الالكترونية-جامعة الجزائر 2010.
- (18) حميزي سيد احمد\_المقاصة الالكترونية\_القاهرة ص121.
- (19) مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي تخصص تجارة ولوجستيك اورو موتوسيطي بعنوان مستقبل المعاملات الالكترونية في البنوك لطالب بصاديق حسين.
- (20) أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية بعنوان أهمية التطوير والتشغيل أنظمة الدفع الالكترونية الحديثة و المقاصة الآلية كآلية لإنشاء بنية تحتية لنظام المصرفي ومالي الالكتروني بالجزائر من إعداد محمد شايب.

#### الرسائل الجامعية :

- (21) رشيد علام، عوائق تكور التجارة الإلكترونية في الوطن العربي، دراسة حالة الجزائر.
- (22) سعدي حنان، دهيني أسماء، تسيير وسائل الدفع في البنوك التجارية، ماستر، الجزائر، جامعة مولاي طاهر، 2015.
- (23) مغني سليمة، وسائل الدفع الإلكترونية وانعكاساتها على الوطن العربي و الجزائر، ماستر، الجزائر، جامعة خميس مليانة، 2014.

#### المدخلات و الملتقيات :

(24) نعمون عبد الوهاب، النظام المعاصرة لتوزيع المنتجات المصرفية و استراتيجية البنوك، الملتقى الأول حول المنظومة الجزائرية و التحولات الإقتصادية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف ،يومي 14-15 ديسمبر 2015.

الموقع الإلكتروني :

(25) <http://www.cleveland>

باللغة الفرنسية :

26) -Frederic Mishkin ;la monnaie marchandise ;fiduciers ;scripturale, eletronique ,et ha monnaie de l etet ;pearson education paris,France,2014,p,70-74.

27) -jakop de haan,sander oosterolo and schoenmaker,Financiel Markets and Institutions,combridge universty prss,second education 2012,p,196.

28)-committe on payment and settelement system ,general guids sor payment system developement ,consultative report ,bank for international setteelement ,may,2005,p,8.

29) -joseph p,dantels and david d,van hoose,internationel monterey and financiers economics, pearson internationel edition ,united states ,america 2013,22-08-2003,p,157.

جامعة عبد الحميد ابن باديس – مستغانم-

كلية العلوم الإقتصادية و التجارية و علوم التسيير

تخصص تخصص استراتيجي

استمارة بحث حول وسائل الدفع الإلكترونية في المؤسسة البنكية

تحية طيبة وبعد :

في اطار التحضير لمذكرة الماستر تخصص تسيير استراتيجي، تم انجاز استمارة بحث بهدف التعرف على أهم التحديات التي تواجه وسائل الدفع الإلكترونية من خلال البنك الذي تعملون به.

يسعدنا ان تشاركوا في هذه الدراسة من خلال اجابتكم الجادة على هذه الأسئلة، علما أن كافة المعلومات التي سيتم الإدلال بها تستخدم لغرض البحث العلمي فقط و سيتم التعامل معها بسرية تامة .

شكرا على تعاونكم معنا.

## محتوى الإستبيان

1/المعلومات الشخصية :

\*الجنس:

انثى

ذكر

\*السن : من 20 الى 30 سنة  من 30 الى 40 سنة  من 40 الى 50 سنة  50 سنة فأكثر

\*المستوى التعليمي: متوسط  ثانوي  جامعي  باعليا

2/الأسئلة :

العاملين :

- \* هل تقومون بدورات تكوينية ؟ نعم  لا
- \* كيف تقيمون منتجات البنك حسب السعر ؟ مرتفع  مناسب  منخفض
- \* السرعة: سريعة  عادية  بطيئة
- \* هل يأتيكم زبائن كانوا يتعاملون مع بنوك أخرى؟ نعم  لا
- \* ماهي وسائل الإتصال بين البنك وزبائنه ؟ الملتصقات  الأنترنت  الإتصال المباشر
- \* كيف تقيمون المركز التنافسي للبنك ؟ جيد  تنافس  منخفض
- \* هل تنصح جميع معارفك بالتواصل مع بنك المؤسسة العربية المصرفية؟ نعم  لا
- \* هل تستخدمون البطاقة الإلكترونية؟ نعم  لا
- \* هل تعتبرون البطاقة الإلكترونية وسيلة لحماية الأموال من السرقة؟ نعم  لا

الزبائن :

- \* لماذا اخترت بنك المؤسسة العربية المصرفية الجزائر؟ نصيحة صديق  سمعة البنك
- مفروض من المؤسسة التي اعلم بها
- \* ما رأيك في دور البنك بالنسبة لك ؟ منفذ للعمليات  مساعد وناصح  شريك
- \* هل تستمر في التعامل مع البنك ؟ نعم  لا

شكرا على تعاونكم مرة أخرى

## قائمة الملاحق

The graphic features the Bank ABC logo in the top left corner with the tagline "Une équipe engagée pour votre réussite". The central focus is a large smartphone with "ABC DIGITAL" on its screen, which is shown in a cutaway view revealing a miniature 3D office building with desks, computers, and a reception area. To the right of the smartphone, there are smaller icons representing a desktop monitor, a tablet, and a smartphone, all displaying the bank's digital interface.

**Bank ABC**  
Une équipe engagée pour votre réussite

**ABC DIGITAL**  
**Quand votre banque devient mobile !**

+ 213 (0) 21 9876 00  
[www.bank-abc.com](http://www.bank-abc.com)

### Remarque Importante

le GAB ne peut pas distribuer au-delà de 40 billets à la fois, soit un retrait maximum de 80 000 DZD par transaction ( $2\ 000 \times 40 = 80\ 000$  DZD). Les transactions de retrait qui dépassent cette limite (80 000 / transaction) sont automatiquement rejetées par le GAB.

**Exemple :** Si le porteur de carte Gold veut faire un retrait de 100 000 DZD, il doit faire soit un retrait de 80 000 dzd, puis un autre de 20 000 dzd, soit 60 000 puis 40 000,...etc.

## الملخص :

في ظل الاقتصاد الرقمي ونتيجة لتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، برزت تحولات هائلة في

مجال العمل البنكي الإلكتروني، مما أسفر عن ظهور وسائل الدفع والسداد الإلكتروني كنماذج

لخدمات الصيرفة الإلكترونية، والتي لجأت البنوك لمواكبتها من أجل تحسين أدائها تجاه عملائها بغية

الوصول إلى أسواق جديدة وكسب رضا عملائها وجذب عملاء جدد نتيجة المزايا التي تحققها هذه

الوسائل، لكن هذا لا يعني انها تخلو من العيوب فقد حملت في طياتها العديد من العيوب والمخاطر

التي تهدد المعاملات الإلكترونية .

الكلمات المفتاحية : الدفع الإلكتروني، وسائل الدفع الإلكتروني، الصيرفة الإلكترونية .

## Abstract

In light of the digital economy and as a result of the development of information and

communication technology, tremendous transformations have emerged in the field of

electronic banking, which has resulted in the emergence of electronic payment and payment

methods as models for electronic banking services, which banks resorted to accompany in

order to improve their performance towards their customers in order to reach new markets

and gain the satisfaction of their customers And attracting new customers as a result of the

advantages that these means achieve, but this does not mean that they are devoid of defects, as they carry with them many defects and risks that threaten electronic transactions.