

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية



مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي
الشعبة : العلوم الاقتصادية التخصص : الاقتصاد النقدي والبنكي

واقع البنية التحتية للخدمات البنكية الالكترونية وتأثيرها على التجارة
الالكترونية في الجزائر
دراسة حالة بنك البركة – وكالة مستغانم -

مقدمة من طرف الطالبتين :

- بونوار سليمة
- يعلاوي ايمان

الصفة	الاسم واللقب	الرتبة	عن جامعة
رئيسا	د/ محمد عيسى محمد محمود	أستاذ التعليم العالي	جامعة مستغانم
مقرارا	د/ وهراني مجدوب	أستاذ محاضر	جامعة مستغانم
مناقشا	أ/ قдал زين الدين	أستاذ محاضر	جامعة مستغانم

السنة الجامعية : 2021 / 2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية



مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي .

الشعبة : العلوم الاقتصادية التخصص : الاقتصاد النقدي والبنكي

واقع البنية التحتية للخدمات البنكية الالكترونية
وتأثيرها على التجارة الالكترونية في الجزائر
دراسة حالة بنك البركة – وكالة مستغانم -

مقدمة من طرف الطالبتين :

- بونوار سليمة
- يعلاوي ايمان

الصفة	الاسم واللقب	الرتبة	عن جامعة
رئيسا	د/ محمد عيسى محمد محمود	أستاذ التعليم العالي	جامعة مستغانم
مقرارا	د/ وهراني مجدوب	أستاذ محاضر	جامعة مستغانم
مناقشا	أ/ قдал زين الدين	أستاذ محاضر	جامعة مستغانم

الاهداء

الهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك ولا تطيب
الآخرة إلا بعفوك ولا تطيب الجنة إلا برؤيتك يا الله جلا جلاله .
الى من بلغ الرسالة وادى الأمانة ونصح الأمة الى نبي الرحمة ونور العالمين سيدنا محمد صلى الله عليه
وسلم

اهدي ثمرة جهدي في طبق من ذهب الى من مهما قلت لهما لن اوفيهما حقهما
الى من وضعت الجنة تحت اقدامها وفي درب الحياة ساعدتني وبدعواتها اغرقتني ففجرت من بين صخرات
القنوط والياس فرحة جرت بأوصالي وازهرت الحياة بقلبي أُمي الغالية * مسكين حليلة *
الى الذي أشعل لهيب العلم في صدري وتعب لأجلي ورعاني وحن علي ورباني وما ملكت يداه أعطاني واخص لي
كل غالي الى ابي العزيز رحمه الله واسكنه فسيح جناته "بونوار جيلالي".
الى من هم انس عمري ومخزن ذكرياتي ومصدر سعادتني إخوتي الأعزاء وزوجة اخي .
الى جميع اشبال وفراشات العائلة الصغار: إياد عبد العلي ، نورهان ، غزلان، ريتاج .
كما أتقدم باسمي عبارات الشكر للأستاذ * مجدوب وهراني * الذي لم يتوانى في تقديم المساعدة والتوجيه
طيلة فترة اعداد تقرير

الى كل الأصحاب والأحباب الذين شاركتم مسيرة حياتي .
والى كل شخص عزيز على قلبي ويحبني فاحببته .
والى كل اللذين تحملهم ذاكرتي ولم تحملهم منكرتي .

الافتداء

الى بسمة حياتي وسر وجودي ، الى معنى الحب والحنان والتفاني ، الى من كان عطاءها سرنجاعي ووحنانها
بلسم جراحي ، الى اعلى الحبايب اللهم احفظها لي وبارك لها في عمرهاأمي الحبيبة.
الى من كلله الله بالهبة والوقار ، الى من علمني العطاء بدون انتظار ، الى من احمل اسمه بكل افتخار
ارجو من الله ان يطل في عمره ويحفظه لي ابيالعزيز .
الى من رافقتني منذ ان حملنا حقايب الصغر ومعها سرت الدرب خطوة بخطوة ومزالت ترافقني حتى الان
، الى شمعة متقدة تنير ظلمة حياتيحفظك الله ورعاكي أختي " فاطمة الزهراء " .
الى شقيقايا الذين احبهم حبا جماحفظهم الله لي " محمد – لحضر " .
الى من كانوا السبب للفرحة والسعادة كتاكيت الصغار " روميسة – غفران " .
الى من كان رفيق دربي وساعدني طيلة هذا العام وكان نعمة الصديق الخلق ذوالوفاء والعطاء والذي لم
يبخل عليا باي معلومة " ناصري عبد الرؤوف " .
الى من تحلو بالصدق والعطاء وتميز بالوفاء ، الى من معهم سعدت ، الى من كانوا معي على طريق النجاح ،
الى كل صديقاتي والى كل من احب من قريب او بعيد .
الى كل من ساعدني في السراء والضراء دون ان انسى الأستاذ المؤطر والمشرف على هذا العمل المتواضع
الدكتور " وهراني مجدوب " .
الى كل طلبة السنة الثانية ماستر تخصص اقتصاد نقدي وبنكي ، كل لبة كلية العلوم الاقتصادية
والتسيير والعلوم التجارية جامعة مستغانم مع تمنياتي لهم بالتوفيق .
الى كل من ساعدني من قريب او بعيد.

إيمان

الشكر

نشكر الله عزوجل الذي الهمنا العقل وانارنا بالعلم ووقفنا في عملنا هذا
نتقدم بالشكر الجزيل لكل من الأستاذ الفاضل " وهراني مجدوب" الذي تابع موضوع الدراسة ،
بارشاداته القيمة وتوجيهاته طيلة هذا العام ، فكللمات الشناء لاتوفيك حرك ، دون ان ننسى الأستاذ
الفاضل "عبد الرؤوف نصري" جامعة طاهري محمد بولاية بشار ، فشكرا لكم على كل ماقدمتموه
لنا من قيم ونصائح وارشادات ومعلومات .
والى كل عمال المكتبة و الأساتذة الذين درسونا في كل الاطوار ، وكل أساتذة كلية العلوم الاقتصادية
والتسيير والعلوم التجارية بجامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم
والى كل عمال بنك البركة وكالة مستغانم وعلى رأسهم السيد "قوعيش عدة الحاج "

سليمة

الفهرس

الصفحة	الفهرس
	الاهداء
	الشكر
	قائمة الجداول
	قائمة الاشكال
	قائمة المختصرات والرموز
1	مقدمة عامة
	الفصل الأول : عموميات حول التجارة الالكترونية
5	تمهيد
6	المبحث الأول : عموميات حول التجارة الالكترونية
6	المطلب الأول : ماهية التجارة الالكترونية
9	المطلب الثاني : مستويات التجارة الالكترونية ومبادئها .
10	المطلب الثالث: دور واهمية التجارة الالكترونية
12	المطلب الرابع : خصائص و انواع التجارة الالكترونية.
15	المطلب الخامس :مزايا وعيوب التجارة الالكترونية ومخاطرها.
19	المبحث الثاني: أسس التجارة الالكترونية
19	المطلب الاول: البنية الالساسية للتجارة الالكترونية
21	المطلب الثاني :متطلبات التجارة ومقوماتها
25	المطلب الثالث : أسس التمييز بين التجارة التقليدية والإللكترونية
27	المطلب الرابع : مجالات استخدام تجارة وانظمة العمل الجديدة بها .

28	المطلب الخامس: اساليب تنفيذ وقياس حجم التجارة الالكترونية.
31	خلاصة الفصل
	الفصل الثاني : الخدمات البنكية الالكترونية
32	تمهيد
33	المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول الخدمات البنكية الالكترونية .
33	المطلب الأول : أساسيات البنوك الالكترونية
35	المطلب الثاني : أنماط البنوك الالكترونية ومخاطرها
36	المطلب الثالث: تعريف وخصائص الخدمات البنكية وتقسيماتها
40	المطلب الرابع: طرق ومميزات الخدمات البنكية
41	المطلب الخامس: ماهية الخدمات البنكية الالكترونية
44	المبحث الثاني: البنية التحتية للخدمات البنكية ووسائل دفعها
44	المطلب الأول : البنية الأساسية للخدمات البنكية الالكترونية
44	المطلب الثاني : الخدمات البنكية المقدمة الكترونيا :
46	المطلب الثالث : وسائل الدفع الالكتروني
49	المطلب الرابع : عوامل نجاح تقديم الخدمات البنكية
50	مطلب الخامس : تقنيات امن العمليات البنكية الالكترونية
55	خلاصة الفصل
	الفصل الثالث : دراسة حالة بنك البركة وكالة مستغانم
57	تمهيد
58	المبحث الأول : واقع الخدمات البنكية الالكترونية وتأثيرها على التجارة الالكترونية في الجزائر
58	المطلب الأول: تقديم بنك البركة الجزائري
58	المطلب الثاني: مراحل بنك البركة الجزائري
59	المطلب الثالث: اهداف ومهام بنك البركة
60	المطلب الرابع : تعريف بنك البركة لوكالة مستغانم
61	المطلب الخامس: الهيكل التنظيم بنك البركة (وكالة مستغانم)
63	المبحث الثاني : دراسة حالة بنك البركة الجزائري لوكالة مستغانم
63	المطلب الأول: احصائيات عن مستخدمي الانترنت في الجزائر ما بين 2020/2021:
63	المطلب الثاني : بنك البركة عبر الانترنت
69	خلاصة الفصل

70	خاتمة عامة
72	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	العنوان	رقم الجدول
25	الفرق بين التجارة التقليدية والتجارة الالكترونية	1 - I
26	الطرق التقليدية والحديثة بشراء منتج	2 - I
39	تقسيم الخدمات حسب نوع الخدمة	3 - II
39	تقسيم الخدمات حسب نوع العملاء	4 - II
58	هيكل رأس مالي	5 - III
66	احصائيات بطاقة CIB لوكالة بنك البركة بمستغانم	6- III

قائمة الاشكال

الصفحة	البيان	رقم الشكل
07	عدد السنوات اللازمة لبلوغ 50 مليون مستخدم حسب وسيلة الاتصال المستخدمة	1 - I
09	مستويات التجارة الالكترونية	2 - I
14	أنواع التجارة الالكترونية	3 - I
61	الهيكل التنظيمي لبنك البركة لكالة مستغانم	4 - III
63	الصفحة الرئيسية لبنك البركة	5 - III
65	بطاقة CIB الكلاسيكية و الذهبية	6 - III
67	جهاز TPE	7 - III
68	الصراف الالي (DAB)	8 - III

مقدمة عامة :

ان التطور الذي يشهده العالم في المجال الاقتصادي وماترتب عليه من انتعاش في الحركة الاقتصادية وتطور في وسائل التكنولوجيا المعلومات والاتصال ، وبالتالي أصبحت هذه الأخيرة هي مورد أكثر أهمية بالمقارنة بالموارد الكلاسيكية ، أيضا أصبح الاهتمام بها الشغل الشاغل لأي منظمة باعتبارها نقطة قوة والتميز في عصر ستمته الأساسية هي المعلوماتية ، كما أدت حاجة المجتمع لخدمات مالية ومصرفية جديدة تتماشى مع التقدم التكنولوجي الكبير في المجال المصرفي ، اذ تسعى المصارف على تبني أحدث التقنيات لتوفير الخدمات المصرفية الالكترونية تتماشى مع رغبات عملائها .

ان زيادة اشتداد التنافس بين البنوك فرض عليها ان تعمل ما يوسعها لاستقطاب أكبر عدد من العملاء وذلك بتوفير خدمات قريبة وبسرعة وجودة عالية عبر شبكة النت والهواتف الخليوية والموزعات النقدية وهو ما يعرف بالخدمات المصرفية الالكترونية ، الا ان العمل المصرفي الالكتروني يواجه العديد من التحديات تفرض على البنوك توفير السبل الكفيلة لتجاوزها والعمل بمتطلبات حقيقية لنجاح الخدمة المصرفية الالكترونية .

وتعتبر البنوك احدى اهم الركائز التي يقوم عليها الاقتصاد الوطني في مختلف الدول ، نتيجة لدور الكبير الذي تقوم به في تعبئة المدخرات من الجمهور ووضعها رهن إشارة المشروعات والاستثمارات الداخلية والخارجية لدولة ، الا انه لا يشكل النشاط الوحيد لها ، بالموازات مع ذلك تقوم البنوك بمجموعة أخرى من الوظائف الهدف منها توفير وسائل الملائمة لتعامل في الحسابات حسب متطلبات كل فئة من فئات عملائها ، التاجر يتوقع من بنكه تقديم خدمات تسهل له اعماله التجارية ، بينما يبحث غير التاجر عن البنك الذي يوفر له ممارسة اعماله البنكية باقل تكلفة وبدون تعقيد او تأخير .

وقد شاهدت العقود الأخيرة تطورات تكنولوجية أحدثت تأثيرا كبيرا بطريقة او باخرى في جميع نواحي الحياة ، وبالخصوص في قطاعات النشاط الاقتصادي المختلفة ومن بينها القطاع البنكي ، حيث شرعت البنوك في الاستفادة من تلك التطورات لاستخدامها في تقديم الخدمات نظرا لفوائد المترتبة عنها ، وقد أدى الانتشار الواسع الذي عرفته بعض الخدمات البنكية الناتجة عن تطور التكنولوجيا كما هو شان البطاقات البنكية ، الى تكوين قناعة لدى البنوك مفادها ان الاستفادة من تكنولوجيا الحديثة لتقديم الخدمة البنكية امر لاغنى عنه في ظل المنافسة الشديدة التي يشهدها القطاع البنكي .

وبتأثير الثورة التكنولوجية على وسائل الاتصال ظهرت بوادر نقلة نوعية في طريقة تقديم الخدمات البنكية من خلال تفكير في تقديم تلك الخدمات عن بعد ، فاستخدم في بداية الهاتف الثابت وما يطلق عليه البنك الناطق ، ثم بعد ذلك استخدم الهاتف النقال في تطبيقاته المتعددة مثل البروتوكول التطبيقات الكلاسيكية (wap) wireless application protocol ، الا ان استخدام تلك الوسائل كان محصورا في تقديم بعض الخدمات البسيطة التي لا ترقى لطموح العملاء .

ولعللى اكثر المجالات تائرا بظهور شبكة الانترنت ، تلك المتعلقة بالتعاملات بين الأشخاص بالخصوص في اطار العلاقات التجارية ، لان تلك الشبكة استطاعت توفير احدى اهم الخصائص التي تقوم عليها التجارة من السرعة ، فظهرت التجارة الالكترونية ولم تكن البنوك بعيدة عن هذه المستجدات بل على العكس من ذلك فقد كانت أولى المستفيدين منها لكونها مدعومة اكثر من غيرها للاستفادة منها ، كما ان بوادراولى التي رافقت ظهور الانترنت من ارتفاع عدد مستخدميه من مختلف الفئات الاجتماعية جعلت البنوك تفكر في تقديم خدماتها من خلاله .

كما أصبحت الخدمات البنكية الالكترونية اليوم احدى اهم المؤشرات النهضة الاقتصادية التي ارتقت اداءات عبر تطورها ، والتي عملت على رفع المستوى الخدمات البنكية والحصول على درجة عالية من رضا المتعاملين معه ، اذ اصبح اليوم يقاس مستوى التقدم والتطور الاقتصادي لاي مجتمع او دولة بمدى كفاءة ونجاعة نظامه البنكي في أداء الخدمات ، او على ضوء الاستخدام الواسع اليوم لنظم التكنولوجيا في الاعلام والاتصال عرفت معها الخدمة البنكية في القطاع البنكي نظم ووسائل جديدة حققت معها حسن الأداء والمعاملة والتي تمثلت أساسا في الاستخدام الواسع لوسائل الدفع والسداد الالكتروني الحديث ، وبما ان الجهاز البنكي في الجزائر يعتبر المكون الأساسي للنظام الاقتصادي الذي يعيش بدوره تحولات كبيرة متمثلة في الانفتاح الذي يعرفه اقتصادنا الوطني على الأسواق الخارجية وتحرير التجارة الخارجية ، ولذلك كان لقطاع البنكي الجزائري مطالبه اكثر من غيره من القطاعات الأخرى لتاقل مع هذه التغيرات في مجال التكنولوجيا وما فرضته من تحديات .

أولا : الإشكالية :

ماهو واقع البنية التحتية للخدمات الالكترونية في الجزائر؟ وما مدى تأثيرها على التجارة الالكترونية ؟

ومن خلال الإشكالية السابقة يمكن صياغة الأسئلة الفرعية التالية :

- كيف تساهم الانترنت كبنية تحتية للتجارة الالكترونية ؟
- ماهي طرق الدفع المستعملة لتسوية المعاملات التجارية الالكترونية ؟
- مامدى تطور التجارة الالكترونية في الجزائر ؟
- ماذا تملك الجزائر من مقومات لتبني هذا النوع من التجارة ؟

ثانيا : فرضيات :

من اجل معالجة إشكالية الدراسة تم وضع الفرضيتين التاليتين :

- تعمل الجزائر جاهدة من اجل اللحاق بالدول المتقدمة في مجال التعميم الخدمات الالكترونية .
- تعرف الخدمات الالكترونية في الجزائر انتعاش في السنوات الأخيرة .

ثالثا : أهمية البحث :

تكمن أهمية البحث في كونه محاولة اكاديمية لالقاء الضوء على واقع التحول نحو الخدمات الالكترونية في الجزائر.

رابعاً : أهداف البحث :

يهدف البحث الى تحقيق عدة اهداف نذكر منها :

- تعرف على مراحل تقديم الخدمات الالكترونية في الجزائر .
- معرفة ترتيب الجزائر وفق مؤشر الخدمات الالكترونية مقارنة بالترتيب العالمي .

خامساً :أسباب ودوافع اختيار الموضوع :

ان اختيارنا للموضوع كان لسببين :

السبب الذاتي او الشخصي : وهو الرغبة الكبيرة والميل النفسي للبحث في الجانب التقني او العملي لمعرفة مامدى واقع البنية التحتية للخدمات الالكترونية وتأثيرها على التجارة الالكترونية .

السبب الموضوعي :

- ضرورة مواكبة التطورات الحاصلة في العالم خصوصا في مجال التطورات الالكترونية .
- تنامي الوعي لدى المواطنين ، ومطالبتهم بالوصول الى المعلومات والخدمات بسرعة .
- تردي مستوى الخدمات المقدمة ، وتعقيد إجراءاتها وسيطرة الروتين والجمود عليها .

سادساً : الدراسات السابقة :

- 1- فلاق شوبرة فاطمة ، واقع التجارة الالكترونية في الجزائر ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر شعبة علوم تجارية تخصص امداد والنقل الدولي جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم ، النة الجامعية 2017-2018 .
- 2- سمية ديمش ، التجارة الالكترونية حتميتها وواقها في الجزائر ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية ، جامعة منتوري قسنطينة ، السنة الجامعية 2010-2011 .
- 3- اطرش لبنى ، الخدمات البنكية الالكترونية ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر تخصص قانون خاص للاعمال ، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل ، السنة الجامعية 2014-2015 .
- 4- مهبوبي سماح ، الاتجاهات الحديثة للخدمات المصرفية ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في البنوك والتأمينات ، جامعة منتوري قسنطينة ، السنة الجامعية 2004-2005 .

تمهيد:

يشهد العالم ثورة هائلة ومتطورة في مجالات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أو ما يعرف بالثورة المعلوماتية لما له من تقدم علمي وانجاز حضاري يحسب في تاريخ الإنسانية ، حيث أصبح العالم أشبه بقرية صغيرة تنتقل عبرها المعارف بسهولة وتحولت الأسواق إلى سوق واسعة النطاق يلتقي فيها المنتجون والمسوقون والمستهلكين على شبكات الانترنت، وقد أسهم ذلك في توسيع دائرة حجم التبادل التجاري بين دول العالم ، وأضحى العالم في سوق الكترونية تنافسية واسعة لمختلف السلع والخدمات ، وأصبحت مكانا خصبا أمام الدول للاستفادة منها كوسيلة حديثة لزيادة حجم تجارتها الخارجية وتحقيق معدلات نمو أعلى في اقتصادياتها.

لا غرور أن ما افرزه التطور الهائل في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هو ظهور مصطلحات جديدة تعدت الحدود الجغرافية والمادية ، ومن بين هذه المصطلحات الجديدة التجارة الإلكترونية الذي أصبحت ضرورة ملحة للدول العربية في تطوير قطاعاتها الإنتاجية المحلية والتسويقية ، وتوفير فرص واسعة لنموها الاقتصادي ، ويهدف التعرف أكثر على هذا النوع من التجارة قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين هي :

- المبحث الأول: مفاهيم حول التجارة الإلكترونية.
- المبحث الثاني: أسس التجارة الإلكترونية.

المبحث الأول: مفاهيم حول التجارة الالكترونية:

المطلب الأول: ماهية التجارة الالكترونية.

فرع الأول : نشأة التجارة الإلكترونية .

نشير في بداية الأمر إلى أن ظهور التجارة الالكترونية كان قبل ظهور شبكة الانترنت الدولية بفترة طويلة ، وانطلاقا من ابسط تعريف للتجارة الالكترونية ، وهو أنها تتم عبر أي وسيط الكتروني فان استخدام الهاتف والفاكس في إجراء معاملات تجارية ، يدخل ضمن تعريف التجارة الالكترونية ، إلا أن بدايات التجارة الالكترونية كانت من خلال شبكات الاتصال الخاصة للكمبيوتر مع تنسيق خاص يعمل على توزيع البيانات الخاصة بالمشروعات التجارية ، وهو ما يعرف بتبادل البيانات الالكترونية ، والذي يعد وسيلة لنقل البيانات بين الشركات عبر نظام مغلق ، وقد استخدم هذا الأسلوب من النظم الخاصة بأوامر الشراء والتعامل مع بطاقات الائتمان ، والكثير من العمليات الأخرى خلال عقود الثلاث الماضية¹.

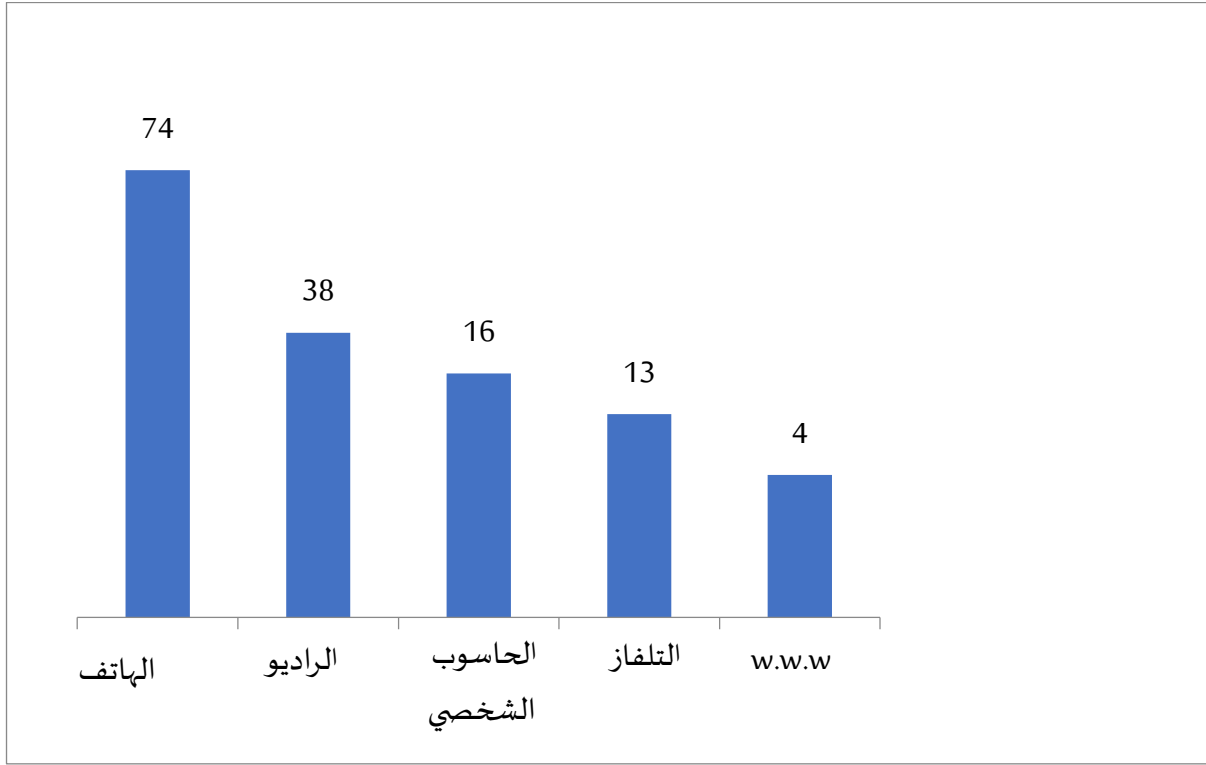
يمكن القول أن التطور في التجارة الالكترونية يعود إلى اجتماع الإصلاحات المنتظمة مع التطور التكنولوجي وبالرغم من أن الانترنت (التي لعبت دورا كبيرا في تطور التجارة الالكترونية) ظهرت عام 1960، إلا أن التجارة الالكترونية عرفت نموا كبيرا مع قدوم الشبكة العنكبوتية العالمية ومحركات البحث سنة 1990 ولقد ساهم تحرر قطاع الاتصالات وأيضا الابتكارات مثل DSL (التي ساهمت في زيادة حجم الاتصالات وقدرتها) بشكل ملحوظ في سير عملية التطور وتسريعها ، وكنتيجة لذلك تلاشت قيود الدخول والمشاركة في التجارة الالكترونية بشكل سريع . ويمكن إيجاز التطور التاريخي للتجارة الالكترونية كما يلي :

- 1969 ظهور الانترنت / الابرانات ،
 - 1990 ابتكار WWWHTML JCERN ،
 - 1991 NSF تلغى كل القيود على التجارة من خلال الانترنت ،
 - 1993 ابتكار محرك البحث Moisai بجامعة Illinois وإتاحة للعامة ،
 - 1994 Netscape تتببع الملاحه عبر محركات البحث للعامة ،
 - 1995 انطلاقAmazon.Dell في استخدام الانترنت لإتمام المبادلات التجارية .
- لعبت الانترنت دورا مهما وخصوصا في نمو حجم التجارة الالكترونية وتطورها ؛ فلقد كانت القوة الكامنة وراء اتجاه الناس بشكل عام لتسيير معاملاتهم التجارية بشكل الكتروني ، وزيادة ثروات المستثمرين عبر الشبكة دون الحاجة لامتلاك مؤسسات كبيرة . والشكل الموالي يوضح تطور مستخدمي المعاملات التجارية الالكترونية عبر الانترنت مقارنة بباقي الوسائط الالكترونية الأخرى² :

¹ ط/ مسعود جماني ، " اثر التجارة الالكترونية على النمو الاقتصادي وإمكانية استفادة الجزائر من التجربة الفرنسية " ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم التجارية تخصص إدارة اعمال ، جامعة باتنة 1- الحاج لخضر ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير قسم العلوم التجارية ، السنة الجامعية 2018/2019 ، ص 57 .

² ط / شهرزاد عبيدي ، " الانترنت والتجارة الالكترونية ودورها في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة " ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم تجارية تخصص تسويق ، جامعة حاج لخضر باتنة ، السنة الجامعية 2015/2016 ، ص 102 .

الشكل رقم (01) :عدد السنوات اللازمة لبلوغ 50مليون مستخدم حسب وسيلة الاتصال المستخدم



المصدر: مسعود جماني ، اثر التجارة الالكترونية على النمو الاقتصادي وإمكانية استفادة الجزائر من تجربة الفرنسية ص.103

يتضح من الشكل السابق أن استخدام الانترنت في المعاملات التجارية يختصر الزمن لبلوغ ملايين المستخدمين مقارنة بباقي الوسائط الالكترونية الأخرى¹.

الفرع الثاني: تعريف التجارة الإلكترونية:

لقد وردت في موضوع التجارة الالكترونية عدة تعريفات ،والحقيقة أنه ليس هناك تعريفات ،والحقيقة أنه ليس هناك تعريفا محدد لها حتى الآن بسبب تعدد الجهات التي أوردت هذه التعريفات ،ونعرض أهمها فيما يلي :

*إنها أداء العملية التجارية بين الشركاء التجاريين باستخدام تكنولوجيا معلومات متطورة .

*إنها مجموعة من المعاملات الرقمية المرتبطة بأنشطة تجارية بين المشروعات ببعضها البعض ،وبين المشروعات والأفراد وبين المشروعات والإدارة .

*هو كل شكل من الأشكال الاتصال ،يستهدف تسويق بصورة مباشرة أو غير مباشرة بضائع أو خدمات أو صورة مشروع أو منظمة أو شخص يباشر نشاط تجاري أو صناعي أو حرفي أو يقوم بمهنة منظمة .

¹ ط/مسعود جماني ، اثر التجارة الالكترونية على النمو الاقتصادي وإمكانية استفادة الجزائر من تجربة الفرنسية مرجع سبق ذكره ص 103 .

*عملية البيع والشراء عبر الشبكات الإلكترونية، على المستويين السلعي والخدمي بجانب المعلومات وبرامج الاللكترونية وأنشطة أخرى تساعد على الممارسات التجارية .

*هي تلك التجارة التي تشمل على أنواع ثلاث مختلفة من الصفقات ،هي تقديم خدمات الانترنت والتسليم الاللكتروني للخدمات أي تسليم صفقات المنتجات الخدمية للمستهلك في شكل معلومات رقمية واستخدام الانترنت كقناة لتوزيع الخدمات وعن طريقها يتم شراء سلع عبر الشبكة ،لكن يتم تسليمها بعد ذلك للمستهلك في شكل غير الاللكتروني.

*هي عبارة عن بنية أساسية تكنولوجية تهدف إلى ضغط سلسلة الوسطاء، استجابة لطلبات السوق وأداء الأعمال في الوقت المناسب.¹

*ويعرف الاتحاد الأوروبي: أدرك الاتحاد الأوروبي أهمية التجارة الإلكترونية، وأنه يتعين عليه أن يساهم بدور ملموس في إرساء قواعد هذه التجارة ،لهذا فقط قام بوضع العديد من التوجيهات، والتي كان من بينها التوجيه الأوروبي ، الصادر في 20 مايو 1997 والذي تناول فيه التجارة الإلكترونية.²

*التجارة الإلكترونية هي إجراء العمليات التجارية بمختلف أشكالها بين المتعاملين الاقتصاديين عن طريق تقنية الاتصال الحديثة المتمثلة في الانترنت بما يتضمنه الفعالية والسرعة في الأداء.³

وتعرف منظمة التجارة العالمية التجارة الإلكترونية: أنها مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات وتأسيس الروابط التجارية وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات بوسائل الاللكترونية.⁴

التعريف الشامل:⁵

من خلال اطلاعنا على مختلف التعاريف السابقة نخلص إلى التعريف شامل يجمع بينها وهو على النحو التالي :

هي نشاط تجاري يتم بفضل إجراءات التكنولوجيا متقدمة ،متعلق بتنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء وبيع البضائع و الخدمات والمعلومات، عن طريق بيانات ومعلومات تناسب عبر شبكات الاتصال والشبكات التجارية العالمية الأخرى ،منها شبكة الإنترنت التي تعدت حدود الدول وحولت الركائز الورقية المستخدمة في معاملات التجارة كالفواتير والعقود وقبض الثمن إلى ركائز إلكترونية تتم كلها عبر الجهاز الال ،الذي يتقابل بواسطته كل من البائع والمشتري والمنتج والمستهلك لتحقيق معاملاته التجارية رغم بعد المسافات واختلاف الحدود الجغرافية، حيث يتوقع لها البعض أن يتوسع نطاقها وتصبح الوسيط المطلق والمسيطر الشامل ،حيث تكون كل المعروضات للبيع في العالم بأسره متاحة للمشتري في أي منطقة من العالم ليتفحصها ويقارنها بأخرى وحتى يجري عليها تعديلات إن أراد.

¹ د/ حسن يوسف، "التجارة الإلكترونية وابعادها القانونية الدولية"، الطبعة الأولى ،المركز القومي الاصدار القانوني 54ش علي عبد اللطيف الشيخ

ريحانا عابدين ،السنة 2011 ، القاهرة ، صفحة 11

² مج / مستي امال، "التجارة الإلكترونية في الجزائر" ، البحوث والدراسات القانونية والسياسية ،العدد 13 ، ص 249 .

³ مج/ بوعافية الرشيد ، سبتمبر 2014 ، " دور النقود الاللكترونية في تطوير التجارة الإلكترونية " ، الجزائرية للاقتصاد والمالية ، المركز الجامعي ببنازة ، العدد 02 ، ص 120.

⁴ د. /ناصر خليل، "التجارة والتسويق الاللكتروني"ن، الطبعة الأولى ، دار أسامة للنشر والتوزيع، السنة 2009 ، الاردن _عمان ، ص49.

⁵ د / يوسف حسن يوسف ، التجارة الاللكترونية وابعادها القانونية الدولية مرجع سبق ذكره ، ص 12 .

- ومن ضمن المبادئ الأساسية التي تقوم عليها التجارة الالكترونية :
- أن يقود القطاع الخاص تنمية التجارة الالكترونية وذلك تلبية لحاجات السوق ؛
- أن تتم المشاركة في التجارة الالكترونية وفق قواعد السوق الحرة والشفافية ، والتنافس العادل أي عدم فرض أي قيود غير ضرورية من قبل الحكومة ؛
- تساهم الحكومات في خلق مناخ مستقر وتشجيعه بتشريعات عصرية تمكن من توظيف العادل للإمكانيات، وهذا التدخل يجب أن يكون واضحا ، شفافا وهادفا غير متحيز، مرنا ومتلائما ، ونزيها يوفر التكنولوجيا دون تمييز أو تفرقة ؛
- تشجيع اليات مشاركة القطاع الخاص في سياسات التجارة الالكترونية محليا ودوليا ؛
- تأكيد عالمية التجارة الالكترونية ، ومن هنا فان السياسات الحكومية التي تأثر فيها يجب أن تتم في إطار تعاون وتنسيق دوليين ، بما يضمن التجانس وتبادل التجارة عبر الحدود ؛
- ان تحقق المعاملة الضريبية لتشجيع التجارة الالكترونية مقارنة بالطرق التقليدية للتجارة تبتعد تماما عن البروقراطية التقليدية في الدول المختلفة ؛
- حماية المستهلك ولاسيما في ما يتعلق بالخصوصية والسرية ، ومن جهة أخرى ضرورة مشاركة وزيادة الصناعة والمجتمع والفرد في حماية المستوى الرقمي بما يتلاءم مع أسس هذا المجتمع ؛
- ان تحقق تشريعات المرتبطة ببيئة الاتصالات والتنافس في سوق عادل ومفتوح ؛
- ان تتوفر الثقة في بيئة المعلومات العالمية من خلال التعليم والتوعية والتعاون والتطوير بنية التجارة الالكترونية ، وحل الخلافات وفض المنازعات من خلال تنظيمات قطاع الأعمال¹.
- المطلب الثالث: دور وأهمية التجارة الالكترونية.

فرع الأول: دور التجارة الالكترونية².

- تعزيز واستدامة التنمية .
 - الولوج الى الخدمات عبر الهواء والانترنت.
 - تحسين المشاركة السياسية .
 - التنمية المتوازنة الإقليمية.
 - تخفيض تكلفة النقل والتخزين بخلاف المتبع في الاساليب التقليدية .
 - تعزيز القدرات التنافسية لدى الشركات والمؤسسات .
- مبعث الاقتصاد الرقمي احواله العالم الى قرية كونية من خلال التكنولوجيا الرقمية لتحقيق الاهداف الاجتماعية والاقتصادية والبيئية .
- الولوج في الانترنت عالميا يتم من خلال الشبكات المفتوحة باستخدام النطاقات العريضة للشبكات الثابتة ومن خلال شيطان المحمول المتنقلة .

¹ ط/ زين يونس ، اثر التجارة الالكترونية على المراجعة الداخلية في المصارف - حالة الجزائر- ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه ، جامعة الجزائر ، قسم العلوم التجارية تخصص محاسبة ، السنة 2013/2014 ، ص 94/95 .

² اد/ إبراهيم عبد الرحيم ، اقتصاد الصناعات والتجارة الالكترونية ، الناشر مؤسسة شباب الجامعة الإسكندرية ، الطبعة الاولى ، السنة 2007 ، مصر ، ص 153 .

- التفاعل والتفاوض بين البائع والمشتري.¹
- إبرام عقود وعقد الصفقات التجارية.
- تسديد الالتزامات المالية المترتبة عن الصفقات المبرمة .
- إقامة علاقات مع الزبائن التي تدعم عمليات البيع والشراء وخدمات ما بعد البيع.
- عمليات توزيع وتسليم المنتجات ومتابعة الإجراءات.

فرع الثاني:أهمية التجارة الالكترونية.²

يمكن القول ان التجارة الالكترونية تعد من أهم اختراعات العصر والتي يمكن من خلالها تحقيق أرباحم يكن من الممكن تحقيقها سابقا بالطرق التقليدية و السبب يعود الأمور التالية:

انخفاض التكلفة:كانت عملية التسويق المنتج مكافأة جدا في السابق ،حيث أن الإعلان عن المنتج كان يتم بواسطة الوسائل التقليدية عبر التلفاز والجرائد الآن فيمكن تسويقه عبر شبكة الانترنت وبتكلفة ضئيلة جدا .

تجاوز حدود الدولة :كانت الشركة تتعامل مع عملاء محليين فقط بالسابق وان رغبت في الوصول إلى عملاء دوليين كانت تتكبد مصاريف كبيرة وغير مضمونة العائد ،أما الآن فتستطيع الشركة أن تضمن اطلاع الجميع على منتجاتها دون أي تكلفة إضافة تذكر ،خاصة أن شبكة الانترنت دخلت جميع الدول.

التحرر من القيود :سابقا كانت الشركة تحتاج إلى ترخيص من والخضوع لقوانين عديدة وتكبد تكلفة إنشاء فرع جديد أو توكيل الغير في الدولة الأجنبية التي تتحكم من بيع منتجاتها،أما الآن لم يعد أيمن تلك الإجراءاتتضروريا.

ترشيد القرارات التي يتخذها كل من البائعين والمشتريين بما تتميز به من تدفق المعلومات بينهم في الوقت المناسب وبطريقة منسقة ودقيقة ،مما يسمح بسهولة المقارنة بين المنتجات سواء من ناحية الأسعارأو الجودة أو طريق الدفع.

الوجود الواسع Ubiquity:من منطلق أن التجارة الالكترونية متواجدة في كل مكان وفي كل الأوقات،فالتجارة التقليدية بحاجة إلى السوق ملموس يستطيع المتعامل الذهاب إليه للشراء ،أما التجارة الالكترونية فإنهاالاحتاجإلى سوق ملموس ويستطيع المتعامل من خلالها الدخول إلى هذا السوق غير الملموس في أي مكان بواسطة الكمبيوتر وبللمسة بسيطة على الموقع الذي يرغب بزيارته ،وبضبط عدة أزرار يمكنه الاكالات على المنتج وشرائه.

التداول العالمي Global Reach: تمكن التجارة الالكترونية المتعاملين من خلالها تخطي حدود الدول والوصول الى أي مكان بالعالم وبضغطة زر بسيطة على الكمبيوتر ودون تكلفة تذكر ،على النقيض من التجارة التقليدية التي يقتصر التعامل بها محليا ويصعب على المتعاملين زيارة الأسواق العالمية التسوق.

¹ د./ محمود جاسم الصميدعي و.دردينة عثمان يوسف ،التسويق الالكترونية . دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى، السنة 2012-1433، عمان ، ص 60 .

² ط /كامش محمد ياسين و خلادي محمد امين ،_التجارة الالكترونية دراسة حالة الجزائر ، مذكرة لنيل شهادة الماستر، سنة 2015/ 2016 ، ص 5_4

المعايير عالمية **Universal**: وهي مقاييس او معايير شبكة الانترنت، التي يتم من خلالها تعاملات التجارة الالكترونية وبشكل موحد بين دول العالم ، اما التجارة التقليدية فتخضع لمعايير ومقاييس محلية تعتمد على الدولة نفسها ، فمقاييس التجارة الالكترونية تخفض تكلفة الدخول الى أسواق المنتجات بشتى أشكالها ، بينما مقاييس التجارة التقليدية خاضعة لسياسات الدول وتكلفة دخول أسواق تلك الدول تختلف من دولة الى أخرى.

موارد المعلومات غنية **Information Richnes**: فالتجارة الالكترونية ومن منطلق تمكنها من الوصول لجميع المستهلكين وفي شتى انحاء العالم تزود المستهلك بمعلومات كثيرا ، بواسطة استخدام الشركات لجميع وسائل التكنولوجيا الرقمية ، كوسائل المسموعة والمقروءة و المرئية، بينما في التجارة التقليدية كانت آلية تزويد المعلومة تعتمد وبشكل رئيسي على مقابلة المستهلك وحدها لوجه.

التواصل **Interactivity**: تعد التجارة الالكترونية آلية تواصل ذات فاعلية عالية جدا، من منطلق انها وسيلة اتصال ذات اتجاهين بين العميل والتاجر ، وعلى سبيل المثال لا الحصر، تفتقد التجارة التقليدية لهذا النوع من الاتصالات ، فلو ان إحدى الشركات اعلنت عن بضائعها عبر التلفاز، فمن غير ممكن ان يتواصل العميل مع المعلن عبر الجهاز، ولكن هذا التواصل اصبح ممكنا عبر التجارة الالكترونية.

كثافة المعلومات **Information Density**: من المعروف بان شبكة الانترنت جعلت المعلومات كثيفة وذات نوعية ممتازة وحديقة ، وبشكل مشابه قللت التجارة الالكترونية من آلية البحث عن المعلومات والتخزين ومن تكلفة الاتصالات من جهة ومن جهة اخرى زادت هذه التقنية من التوقيت الملائم للمعلومة ودقتها كذلك.

الاستهداف الشخصي **Personalization**: من منطلق ان التجارة الالكترونية تمكن السوق للمنتج من استهداف فئة معينة من الأفراد من خلال تعديل الاعلانات عبر الشبكة ، وذلك بتحديد معلومات الفرد المرغوب اطلاعه على المنتج كتحديد العمر، والجنس، وطبيعة عمله واي أمور اخرى يراها السوق ضرورية¹.

المطلب الرابع : خصائص و انواع التجارة الالكترونية.

الفرع الاول: خصائص التجارة الالكترونية.²

- تحقيق وفورات في النفقات الادارية وفي التسويق الدولي وسهولة اتخاذ وتجهيز المتاجر الالكترونية بتكاليف زهيدة ، مما يؤدي الى فتح المجال امام المنتجات الوطنية لكي تنشر في السوق العالمية.
- نشاط تجاري يتعدى الزمان والمكان فالعمل في اي وقت ومن اي مكان، ويكون النشاط في اتجاهه نحو العالمية.
- تخفيض دور العامل البشري لاعتماد الشركات على تكنولوجيا المعلومات، الاضافة الى مساعدة تكنولوجيا المعلومات صناعات القرار في اتخاذ قراراتهم.
- سهولة وبسيطة حيث يمكن استخدامها لكل الأفراد وكل الشركات، بالإضافة إلى سهولة وسرعة الاتصالات عبر الانترنت.

¹ ط / كامش محمد ياسين و خلادي محمد امين ، مرجع سبق ذكره ، ص 5 .

² ط / تيبية عداد ، واقع التجارة الالكترونية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير دراسة مقارنة لبعض دول شمال افريقيا ، قسم علوم التسيير تخصص مالي وتسيير المخاطرة ، سنة 2012/2011 ص 8 .

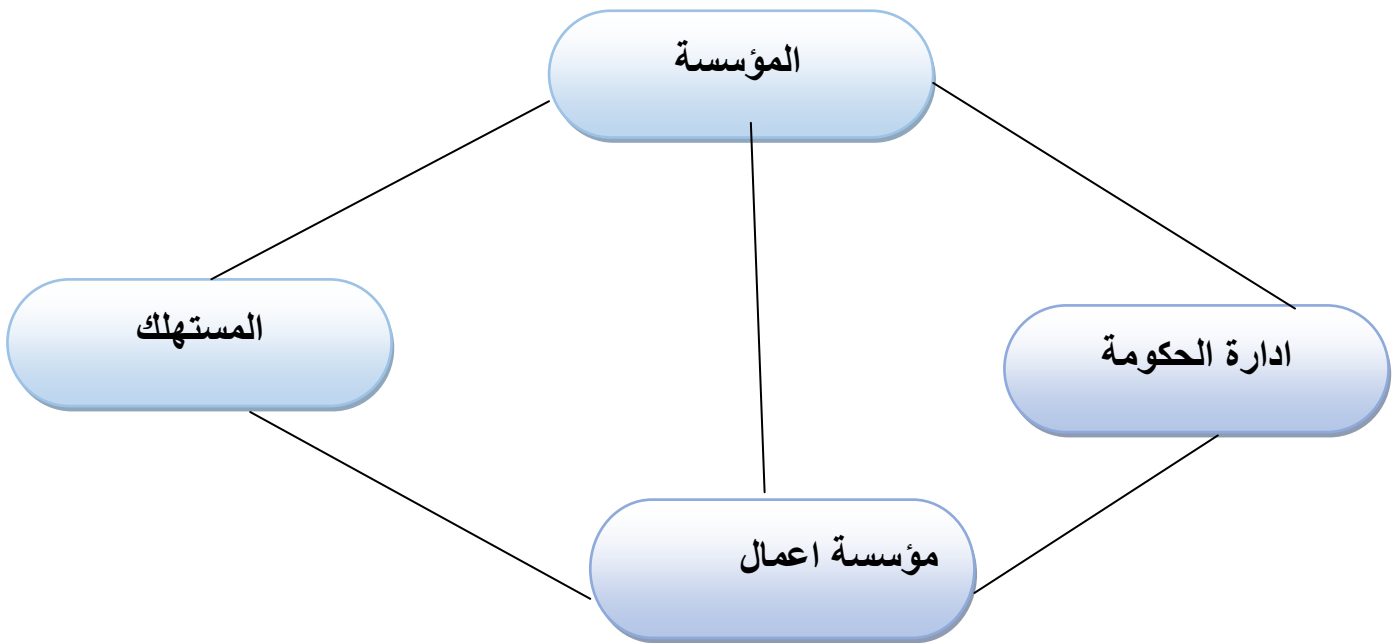
- عمل التجارة الالكترونية على تقديم الخدمة للمستهلكين وللشركات عن جميع المنتجات، والمنتجات المتوفرة على مستوى عالمي ككل ، وعن اسعار هذه السبع و الخدمات والشروط التي يتم لها.
- التخلي عن وجود وكيل في بلد اجنبي وذلك بتقديم خدمات التسويق على الخط للموردين وبذلك يعني عن فتح متجر او استخدام وكيل.
- نقاط الاتصال والمتاجرة الافتراضية الموجودة على الانترنت تسهل الاتصالات وبذلك تستبعد اسباب التأخير في تدفق الامدادات، حيث من شان توافر هذه الامدادات بسرعة وبطريقة مضمونة ان يمكن الصناعات وتجار الجملة والتجزئة من تقليل الكميات المخزونة لديهم حيث يعتبر ذلك عون كبير للشركات وخصوصا الصغيرة والمتوسطة حيث يساعدهم على التقليل من النفقات.
- توافق الانماط التجارية مع سمات هذا العصر المعلوماتية وسلوكياته، فاصبح لدينا وسائل مستحدثة في ادارة النشاط التجاري، كالبيع التجارة الالكترونية بين قطاعات الأعمال.
- اصبحت المؤسسات التي كانت تعتبر نفسها منعزلة داخل سوق محلية تعتبر نفسها الان مؤسسة عالمية لها زبائن في جميع انحاء العالم ، وتحقيق عائد أعلى من عائد الانشطة التقليدية.
- حصول الزبائن على جميع المعلومات التي تخصص المنتجات التي يرغبون في شرائها عبر الانترنت طول 24 ساعة يوميا ، وتلبية خياراتهم ببسر وسهولة .
- توفير النشرات وكتيبات المعلومات الخاصة بالمنتج و المعلومات عن الاسعار بدون اي اتصال بشري
- الحد من استخدام المغامرات الورقية مثلا طريقة النشر الالكتروني لقيت تقبلا واسعا حيث انها أقل حجما من الموسوعة الورقية، ففي المكتبات تم استبدال الموسوعات الورقية الضخمة بوسائل الالكترونية حديثة، حيث يمكن التخزين على اسطوانة.
- عدم وجود اي وثائق ورقية متبادلة، فالمعاملات تتم الكترونيا دون استخدام اوراق.
- التعامل مع اكثر من مصدر في نفس الوقت والتفاعل معه.
- لاتوجد علاقات مباشرة بين اطراف العملية التجارية.
- الوضع القانوني للتجارة الالكترونية واثره على نموها.¹
- التفاعلية: ان تكنولوجيا التجارة الالكترونية تفاعلية ، اذ انها تسمح بالاتصال في اتجاهين بين التاجر والزبون ، فالتفاعلية تسمح بالتفاعل الفوري للتعامل مع الزبون بطريقة مشابهة للتعامل بأسلوب (وجها لوجه) لكن على نطاق عالمي وبشكل واسع .
- كثافة المعلومات :نقصد بها كمية المعلومات المتاحة للمشاركين في السوق ونوعيتها ، فالانترنت يساهم بشكل كبير في زيادة كثافة المعلومات المتاحة للمشاركين عن السوق والزبائن والتجار وغيرها من الجهات ذات العلاقة .لقد أسهمت تطبيقات التجارة الالكترونية في تقليص تكلفة جمع البيانات ومعالجتها

¹ ط /رتيبة عداد ، مصدر سبق ذكره ، ص 8 .

وتخزينها وتوصيلها ، وكذلك زادت من دقة هذه المعلومات وموثوقيتها ففي ظل التجارة الالكترونية ، أصبحت المعلومات اكثر غزارة ووفرة واقل تكلفة واعلى جودة.¹

الفرع الثاني:انواع التجارة الالكترونية.

الشكل رقم (03) : أنواع التجارة الالكترونية



المصدر: من تعداد الطالبة بونوار سليمة

تجارة الالكترونية بين منشآت الأعمال ومستهلك ويرمز لها بالرمز: (BUSINESS-TO-CONSUMER (B2C يتضمن هذا النوع من التجارة الالكترونية معاملات البيع بالتجزئة بين المنتج والمستهلك النهائي عن طريق الشراء المباشر عبر شبكة الانترنت .

وتتمثل التطبيقات الاكثر شيوعا لهذا النمط من التجارة الالكترونية في مجال السلع (الكتب،برامج الكمبيوترالخ)والخدمات (التامين ،والاعمال المصرفية ،وحجوزات السياحة وتذاكر السفر.....الخ)²

تجارة الالكترونية بين مؤسسات أعمال ومؤسسات أعمال:

¹ ط / حميداتو صالح ، تحديات المراجعة الخارجية في ظل بيئة التجارة الالكترونية في الجزائر ، أطروحة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة دكتوراه ، جامعة قاصدي مرياح -ورقلة ، قسم علوم التسيير تخصص محاسبة وجباية ، السنة 2016/2017 ، ص5.

² ط /عطا الله عمر ، تكنولوجيا شبكة الانترنت والتجارة الالكترونية وتأثيرها على تطوير أنظمة المعلومات المحاسبية"دراسة حالة الجزائر، أطروحة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة دكتوراه ، جامعة الحاج لخضر باتنة ، فرع علوم التسيير ،شعبة محاسبة ، 2016 / 2017 ، ص52.

ويقصد بها البيع والشراء بين الشركات ، سواء كان وأطراف عملية تجارية ، او شركات ، او في شكل تبادل بيانات الكترونية .ويمكننا ان نميز نوعين من التجارة الالكترونية بين الشركات وهما :

أ-تجارة الكترونية عمودية بين الشركات.

ب-تجارة الكترونية أفقية بين الشركات ¹.

تجارة الكترونية بين مؤسسة اعمال وادارة حكومية:(B2G) BUSINESS TO GOUVERNEMENT

وهذا الجانب من التجارة الالكترونية لا يزال في مراحله الاولى في معظم الدول ،كما ان اغلب هذا النشاط يركز على التفاعل الالكتروني بين المؤسسات الحكومية مثل عمليات اثباتات ومدفوعات الضرائب ومدفوعات التراخيص التجارية ورسوم الجمارك وتخليص الواردات من البضائع منها ،بالإضافة على ما تقوم به المؤسسات الحكومية من مشتريات من مؤسسات التجارية الكترونيا.²

تجارة الكترونية بين المستهلك وادارة حكومية:

هذا المستوى لم يظهر بعد ولكن ربما ينتشر مع انتشار التعامل الالكتروني ونمو كل من نمط الشركة الى المستهلك والشركة والهيئة الحكومية .³

المطلب الخامس :مزايا وعيوب التجارة الالكترونية ومخاطرها.

الفرع الاول : مزايا التجارة الالكترونية:⁴

ايجاد انماط حديقة للاعمال الالكترونية :

■ ان تأثير التجارة الالكترونية على عوالم التجارة لم ينحصر بزيادة الدخل من الانشطة التجارية بل امتد الى ايجاد انماط مستحدثة من وسائل ادارة النشاط التجاري،كالبيع بوسائل الالكترونية والتجارة بين قطاعات الأعمال وكلا المادتين امكن احداث تغير شامل في طريقة أداء الخدمة وعرض المنتج وتحقيق العرض الشامل لحياسة التسويق.

زيادة اسواق التجارة :

■ ان الصفة العالمية للتجارة الالكترونية الغت الحدود والقيود امام دخول الاسواق التجارية ،وبعضها تحول الى عالم سوق مفتوح امام المستهلك بعض النظر عن الواقع الجغرافي.

تطوير معايير المناقشة الايجابية :

تعد التجارة الالكترونية سوق المناقشة الحقيقي القادر على تقديم الخدمة الاكثر وعرض المنتج الاجود بالسعر الافضل ،لان خيارات السوق مفتوحة امام المستهلك وسهلة المنازل.

اتاحة خيارات التسويق الشامل:

¹ ط/ فلاق شيرة فاطمة _واقع التجارة الالكترونية في الجزائر ،مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر اكاديبي ، ا جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم ، شعبة علوم تجارية التخصص الامداد والنقل الدولي ، 2017/2018 ، ص 19

² د./ احمد شمس الدين بوعرار و الاخرون ،02-03-ديسمبر 2019، واقع وافاق التجارة الالكترونية في الجزائر ،ملتقى الدولي:الاتجاهات الحديثة للتجارة الدولية وتحديات التنمية المستدامة نحو رؤى مستقبلية واعده للدول النامية جامعة يحي فارس المدية ، ص 61- 62 .

³ ط/ صارة بالساكر ، التجارة الالكترونية وافاق تطوره ا في البلدان العربية دراسة حالة الجزائر ، مذكرة مقدمة لشهادة ماستر تخصص تجارة دولية ، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي ، السنة الجامعية 2014/2015 ، ص 12 .

⁴ د/ ربي مصطفى عليان ، ادارة المكتبات والمعلومات كلية التخطيط والادارة ، الطبعة الثانية، دارصفاء للنسروالتوزيع جامعة البلقاء ، السنة 1439/2018، عمان ، ص 81 -ص 82 .

■ تمكن التجارة الالكترونية المنظمات من تفهم احتياجات عملائها واطاحة خيارات التسويق امامها بشكل واسع وهذا بذاته يحقق نسبة رضاء عالية لدى الزبائن لا نتيجة وسائل التجارة التقليدية. تعزيز الجزء بتقنيات الدفع:

■ تتطلب التجارة الالكترونية في مرحلة الوفاء بائمن آلية دفع اتفق مع طبيعتها والغرض من انجاز العقد بشكل سريع وهي فرصة مألحة بتقنيات الأعمال المعرفية لتحتل ميدان طرق الدفع وتنامي استخدام اساليب الدفع التكنولوجية مثل شيكات الميكروبية وبطاقات السحب والبطاقات الذكية ، وهذا يعزز خيارات الدفع بالنسبة للمستهلكين والتجارة.

تدعيم جهود التعامل السليم مع تقنات الأعمال المثالية والمصرفية:

■ ان البنوك والمظمات المالية اتجهت منذ الثمانينات الى ادخال التقنيات المصرفية بين الأعمال والخدمات البنكية وتعمل جاهدة لمواكبة التطور في هذا الميدان ،البطاقات المالية،البنوك الناطقة،الخدمات المصرفية على الخط،وبالرغم من هذه الجهود الكمية فإن البنية التكنولوجية والقانونية والادارية بتقنيات العمل الصرفي تواجه مشاكل جنة كيما في ميدان تحقيق مستوى الحماية القانونية.

■ وهذا يتطلب التخطيط والادارة الاستراتيجية الدقيقة لتسويق منتجات وخدمات هذه المنظمات على الانترنت ومحاولة تحقيق المزيد من الارباح ،فمقابل كل موقع تجارة الالكترونية ناجح على الانترنت هناك مواقع كثيرة اصابها الفشل والخسارة لانها بنيت على أسس هشمة لمواجهة تحديات لانترنت.¹

الفرع الثاني : عيوب التجارة الالكترونية²

أولا : عيوب التقنية للتجارة الالكترونية:

- 1.هناك نقص في الاعتمادية والأمان والمعايير والبروتوكولات.
- 2.ليس هناك خبز حجي كافي للاتصالات السلكية و اللاسلكية.
- 3.ادوات تطوير البرمجيات مازالت تتغير باستمرار وبسرعة.
- 4.تصعب عملية وصل الانترنت وبرمجيات التجارة الالكترونية مع بعض التطبيقات قواعد البيانات المستخدم حاليا .

5-قد يحتاج المزودين الى مزودات خاصة للويب والبنية تحتية اخرى بالإضافة إلى مزودات الشبكات.

6-بعض برمجيات التجارة الالكترونية لا تتناسب برمجيا وتقنيا مع بعض المكونات الصلبة او مع بعض انظمة التشغيل.

ثانيا : غير التقنية للتجارة الالكترونية.

● الطاقة والتسويق:كلفة تطوير التجارة الالكترونية بواسطة الشركة بنفسها قد يكون عاليا جدا والاطعاء الناتجة عن قلة الخبرة قد تسبب تعطيل التجارة الالكترونية.هناك عدة فرص لمنح شركات تقنية بالقيام بهذه المهام ولكن ليس من السهل معرفة اي شركة هي المناسبة.ولتسويق هذا النظام فان على المدير ان يتعامل مع فوائد غير حسية وهي صعوبة الحساب.

¹ د / ربي مصطفى عليان ،مرجع سبق ذكره ، ص 82 ،

² د / محمد الصرفي،التجارة الالكترونية ،الطبعة الاولى ، الناشر مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع 1133ش طيبة-سبورتنج-الاسكندرية ، السنة 2005 ،مصر، ص 466 .

- الامن والخصوصية:هذه الامور مهمة جدا في عالم الشركة للمستهلك خصوصا في ميدان الأمن والأمان والتي يظن الكثير من الناس بانها منيعة 100%.والكثير من الناس تحجم عن المشاركة في التجارة الالكترونية بدواعي الخوف من الكشف عن خصوصياتهم.
- انعدام الثقة ومقاومة المستخدم:بعض من الزبائن لا تثق بالباعة المجهولين الذي لا يرونهم ولا يثقون بالمعاملات غير الورقية ولا بالنقد الالكتروني .

ثالثا:عوامل اخرى

- انعدام لمس ،فبعض الزبائن يودون لمس المنتجات قبل شرائها.
- الكثير من الأمور القانونية لم يتم حسمها بعد في التجارة الالكترونية خصوصا الامور التي تتعلق بالقرصنة.
- التجارة الالكترونية مازالت في طورها الاول والذي يتميز بالتغيير السريع. الكثير من الناس تود ان ترى شيئا ثابتا قبل الاستثمار فيه.
- لا يوجد عدد كاف من الباعة والمشتريين في الكثير من التطبيقات لجعل هذا الامر مريحاً.
- التجارة الالكترونية قد تسبب انهيار في علاقات الناس مع بعضها البعض.
- الدخول على الانترنت مازال باهظ الثمن للكثير من الناس وسرعة الاتصال مازالت بطيئة في الكثير من دول العالم.

الفرع الثالث : مخاطر التجارة الإلكترونية¹.

_امكانية شراء باستخدام بطاقات ائتمانية مزيفة من قبل بعض العملاء، مما يحمل أصحاب هذه البطاقات باعباء مالية من السلع وخدمات لم يقوم بشرائها اصلا ؛
_يمكن حدوث تلاعب لبيانات النسخ الأصلية الخاصة بطلبات الشراء ،او ارسال بضائع،وذلك ونتيجة لعدم وجود مستندات ورقية ،وعدم إمكانية التوقيع بخط اليد،بما يهدد الحقوق والمصالح الخاصة للأفراد والمشروعات على السواء ؛

_هناك احتمالات لحدوث عمليات نصب واحتيال بسبب صعوبة التحقق من شخصية المتعاملين ؛
_من الممكن القيام بطلب استيراد سلع ممنوع استيرادها في الأسواق المحلية الدولة التي تطلبها ؛
_سهولة إفشاء اسرار العملاء والبنوك والشركات الى منافسين من خلال اختراق شبكة الإنترنت.
من خلال ما سبق ذكره نستنتج انا للتجارة الإلكترونية مخاطر تصنف الى صنفين رئيسيين هما :
مخاطر يمكن اكتشافها :اي ان المؤسسة بوجود خبراء مختصين لديها قد تتمكن من اصطياد بعض الاختراقات في أنظمتها والتعامل معها ،ومن أشهر هذه الاختراقات :

➤ الفيروسات الرقمية المعروفة :بوجود نظام حماية مناسب ،يستطيع نظام المؤسسة اصطياد هذه الفيروسات المعروفة له بشكل مسبق والقضاء عليها .وفي حالة وجود اكثر من مستخدم لنظام المؤسسة قد يستطيع القرصان تتبع عملية الدخول.

¹ د / محمد الصيرفي ، مصدر سبق ذكره ، ص 467 - 468 .

- قراصنة الإنترنت الهواة: يعتمد قراصنة الإنترنت في اختراقاتهم لنظام المؤسسة على معلومات ورموز دخول معينة، وفي حالة وجود أكثر مستخدم لنظام المؤسسة القرصان تتبع عملية الدخول والحصول على ذاكرة النظام على تلك المعلومات واستخدامها، ولهذا فإن كانت المؤسسة تستخدم آلية تغيير تلك الرموز بشكل دوري ومسح الذاكرة معينة بواسطة خبراءها فستتمكن من تحجيم اختراقات .
مخاطر لا يمكن اكتشافها:
- ومقصودها بأن بعض اختراقات قد تتم دون سابق دراسة بها ، اما لحداتها أو جهل المؤسسة بها ، والنابعة من أسباب التالية:
- فيروسات غير معروفة: رغم وجود أنظمة الحماية من الفيروسات على أنظمة المؤسسة، الا إن هناك فيروسات غير معروفة بعد للنظام قد تتمكن من دخول نظام الشبكة واحداث تلف كبير دون الشعور به إلا بعد فوات الاوان.
- قراصنة الإنترنت ذوي خبرة عالية: وهذه تعد من أكبر المشاكل التي تواجهها المؤسسات، فقراصنة الانترنت ليسوا دوما من الهواة ، فبعضهم يملك الخبرة ومهارة تفوق كثيرا من المتخصصين ، يمكنهم وفي الكثير من الأحيان من اختراق أنظمة المؤسسة دون أن يشعروهم ، وقد تتم جريمتهم دون اكتشافها .
- تسارع التكنولوجي: قد يصعب في الكثير من الأحيان مواكبة التسارع التكنولوجي على شبكة الإنترنت بشكل عام وعلى التجارة الإلكترونية بشكل خاص ، مما يجعل التكنولوجيا التي تستخدمها المؤسسة قديمة جدا ، ومشكلة بعدم معرفة التقادم في الوقت المناسب ¹.
- زيادة نسبة التعاقدات الوهمية ، ولذلك وضع بروتوكول لاتمام عملية الشراء والدفع إلكترونيا بطريقه ة آمنة وهو بروتوكول المعاملات الالكترونية الآمنة Secure Electronic Transaction
- عدم توفر إمكانية معاينة السلعة بدقة قبل شرائها.²

¹ م/ خالد فراح و زاوي صورية ، 03/2/ديسمبر 2019 ، مساهمة التجارة الإلكترونية في تطوير الخدمات المصرفية الإلكترونية للبنوك الجزائرية /دراسة استطلاعية لعينة من الوكالات البنكية في ولاية بسكرة ، ملتقى دولي الاتجاهات الحديثة للتجارة الدولية والتحديات التنموية المستدامة نحو الرؤى مستقبلية واعدة للدول النامية ، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي جامعة محمد خيضر بسكرة ، ص 92.

² د./ سراج الدين محمد،، التجارة الالكترونية، الطبعة الاولى ، الناشر المجموعة العربية للتدريب والنشر ، 18 شارع احمد فخري مدينة نصر القاهرة ، 2008، مصر ، ص 29 .

المبحث الثاني: أسس التجارة الالكترونية.

المطلب الاول: البنية الاساسية للتجارة الالكترونية.

تشمل البنية التحتية الالكترونية للتجارة الإلكترونية أربعة أمور :

1-الاجهزة وتتضمن:

- حواسيب آلية وخدمات Computers and servers
- مسير وموجه المعلومات Routers
- كابلات وتقنيات حديثة للاتصالات Fiber optics,space Channel,etc

2-البرمجيات وتتضمن:

- برمجيات التشغيل Operation systems
- وبرمجيات الإتجار بالإنترنت

بالإضافة إلى. حزم برمجيات التجارة الإلكترونية (وهي عبارة عن برمجيات خاصة تسمح بإتمام عمليتي البيع والشراء الانى عبر الإنترنت).

3-مقدمو خدمات التوصيل بالشبكات العامة المفتوحة (كالانترنت:Internet Service ويعني بذلك الجهات التي تقوم بتوفير خدمة الإنترنت في الدول.

4-الخدمات المخولة Enabling Servicesتتعلق بإتمام الصفقة التجارية كالإعلان وطرق الدفع والتسليم وخدمات التحقق من الأهلية .

بالإضافة إلى البنية الالكترونية لابد من توفر البيئة المالية المناسبة لأساليب الدفع الالكتروني والاستخدام المكثف لوسائل الدفع الحديثة لبطاقات الائتمان .

ولكن وقبل الخوض في التفاصيل لابد لنا من التعريف وبشكل دقيق بالإنترنت. فما هي الإنترنت ؟وكيف تعمل؟¹

الإنترنت هو نظام اتصال عالمي لنقل البيانات عبر انواع مختلفة من الوسائط ،ويمكن وصفه بأنه شبكة عالمية تربط شبكات مختلفة سواء كانت شبكات خاصة ،او عامة ، او تجارية ، او اكاديمية، او حكومية بواسطة تقنيات لاسلكية أو ألياف ضوئية ويستخدم الكمبيوتر بروتوكول التحكم في ارسال /بروتوكول الانترنت الذي يزوده بمضيف يمكنه من الوصول إلى الانترنت ،وقد رفعت شبكة الانترنت معايير شبكات العادية إلى معايير عالمية².

مثلما كان ظهور الهواتف ثورة كبيرة في عالم الاتصال حيث اضحى بإمكانهم اي شخص توصيل صوته عبر الأسلاك الى أي نقطة مقدمة في العالم. صار بإمكان الإنترنت- هذه الشبكة العنكبوتية-توصيل المعلومات عبر العتاد الكمبيوترى الى ادق وابعد المناطق في العالم ايضا ،وترتبط نشأة الانترنت بمشروع حكومي بدأ تنفيذه عام 1960، ويعود اصل انترنت الى شبكة اربا نت ARPA Net التي أسستها وكالة الأبحاث المشاريع المقدمة

¹ أ / مصطفى يوسف كافي ،الحكومة الالكترونية في ظل الثورة العلمية التكنولوجية المعاصرة ،سنة 2009، دارومؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع ،سوريا دمشق جرمان ،الصفحة 10-11.

² <https://mawdoo3.com,91:20,7/05/2021>

Advanced Ruscarch Project Agency في الولايات المتحدة الأمريكية، ويرمز لها اختصاراً بـ (A.L.P.A.) ومن هنا جاءت تسمية المشروع .

خدمات الانترنت:¹

كان الإنترنت يستخدم في البداية للاغراض البحثية العلمية ثم نتيجة التطور الهائل في الإنترنت ، بعدما كان مقصوراً على الاغراض البحثية العلمية فقط، تطورت العديد من الخدمات وأصبح هنا العديد من الخدمات التي يمكن الاستفادة منها كالبريد الالكتروني والشبكة العنكبوتية العالمية World Wide Web والتي يرمز لها بالرمز WWW أو W3 ويطلق عليها اختصاراً الويب ومجموعات الإخبارية Intenet News Group ونقل الملفات File Trnsfer Protocol-FTP والاتصالات عبر الانترنت والتي من أهم تطبيقات العملية المحادثة عبر الانترنت Intenet Relay Chat (IRC)، وعقد مؤتمرات عن طريق الفيديو كـ نفرانس Video Conference، وقوائم البريد، وخدمة التيلنت Telnet وغيرها من الخدمات العامة .

ونعرض أهم هذه الخدمات بشيء من هذا الإنجاز :

1- الشبكة العنكبوتية العالمية world Wde Web:

تعتبر هذه الشبكة من الشبكات الرئيسية الموجودة على الانترنت وتسمى web اختصاراً والتي يعبر عنها البعض بالعربية بشبكة المعلومات العالمية أو الدولية وتستخدم لغة عالمية Hyper Text Markup Language اي الكلمات المضيفة وهي اللغة التي تستطيع برامج تصفح شبكة الويب قرائتها ، فهي من أكثر الخدمات استخداماً في الانترنت ويمكن من خلالها الإبحار في مختلف المواقع على شبكة الانترنت وتصفح ما بها من صفحات Web pages، عن طريق وسائط متعددة ، قد تكون مكتوبة ، او مرسومة ، او بالصوت ، او بصورة .

وذلك من أجل الوصول إلى معلومات معينة أو إبرام عقد مع احد الأشخاص أو الشركات التي تعرض منتجاتها على الشبكة وذلك عن طريق مواقع الويب Web Site، وهناك الملايين من مواقع الويب على الشبكة لكل منها عنوان الخاص الذي يشار إليه في احرف مختصرة والذي يقوم مقام العنوان العادي أو رقم الهاتف.

1- البريد الالكتروني: **Electronic Mail** : وهو عبارة عن استخدام شبكة الإنترنت كصندوق للبريد بحيث يستطيع المستخدم ارسال الرسائل الإلكترونية إلى شخص أو عدة أشخاص من مستخدمي الإنترنت.

وتتم هذه الخدمة في الغالب مجاناً ويستغرق ارسال الرسالة الالكترونية أو استقبالها سوى بعضة ثواني ويجب أن يكون لدى مستخدم الانترنت برنامج للبريد الالكتروني يدرج ضمن البرامج التي يحتويها جهاز الكمبيوتر الخاص به .

والبريد الإلكتروني لم يعد وسيلة للتبادل المعلومات والمراسلات بل أصبحت وسيلة إبرام العقود بطريقة الكترونية .

3- بروتوكول نقل ملفات : (FTP) File Transfer Protocol

ويمكن من خلال برنامج FTP نقل اي كمية من الملفات او البرامج من الكمبيوتر لأي شركة أو مؤسسة اعمال أو غيرهم ووضعها على ذاكرة جهاز الكمبيوتر الخاصة بالجهة الأخرى ، وتتميز هذه الطريقة بسهولة مقارنة بنقل الملفات عن طريق الاقراص أو الأشرطة الممغنطة .

¹د/ خالد ممدوح ابراهيم ، عقود التجارة الإلكترونية في القانون الاتحادي لدولة الامارات العربية المتحدة رقم 1 لسنة 2006 بشأن المعاملات والتجارة الالكترونية ، طبعة 2020 دار الفكر الجامعي 30 شارع سوتير، الإسكندرية، مصر الصفحة 23_21

4-قوائم البريد الإلكتروني:Electroni Nailing List:

وهي طريقة يمكن استخدامها لتبادل الآراء والنقاش حول موضوع معين بين مجموعة من الأشخاص وهي أشبه بنظام التخاطب عبر الانترنت (IRC) ¹ Internet Relay chat
المطلب الثاني:متطلبات التجارة ومقوماتها.²
أولا : متطلبات التجارة الالكترونية.

تقع التجارة الالكترونية بين مجالين اساسيين هما مجال الأعمال ومجال التكنولوجيا هذا بالإضافة إلى تأثرها بمجالات اخرى كالقانون وسياسة العامة والاقتصاد والجوانب الإجتماعية والسلوكية .وهذا الامر لابد ان يلفت نظر المنظمات نحو تعقد هذا النوع من التجارة على الرغم من بساطة التي قد تبدو وعند التعامل خلالها .

فإن ارادت المنظمة ان تتحول بشكل صحيح الى التجارة الالكترونية فعليها تحديد متطلبات اللازمة لإحداث هذا التحول،مع تحديد امكانية الحصول على هذه المتطلبات في الاجلين القصير والطويل بهدف التعرف على البعد الزمني الذي تستلزمه عملية التحول. وتضم هذه المتطلبات مالي:

أ- متطلبات تكنولوجية.

ب-متطلبات بشرية.

ج-متطلبات تنظيمية .

د-متطلبات قانونية.

وفيما يلي نستعرض بعض القضايا الهامة المتعلقة بهذه المتطلبات :

أ-متطلبات تكنولوجية

حتى تتبنى المنظمة مدخل التجارة الالكترونية لتحقيق اهدافها بفاعلية ،فلا بد ان تسعى للقيام بمجموعة من الوظائف متضمنة قدرتها على البحث وإدخال المعلومات المناسبة بكفاءة وتوفير معاملات مالية لشراء وبيع المنتجات ثم تأمين المعاملات ضد اي محاولات مقصودة او غير مقصودة للأضرار بعملها او سرقة بياناتها وغير ذلك.

وهذا كله يستدعي توافر المتطلبات التكنولوجية التالية:

امتلاك وتخزين المعلومات :

لخلق سوق الكتروني عالمي لابد ان نتعامل مع مشكلة تحويل المعلومات المتاحة كالكتالوجات والخرائط والمال.....الخ الى الشكل الرقمي وبمستوى جودة مناسبة والمشكلة هنا فنية للقيام بهذا الكم الكبير من المعلومات ثم سهولة الدخول إليها بفاعلية.

البحث عن واكتشاف الخدمات:

¹مرجع سبق ذكره ،د.خالد ممدوح إبراهيم ،ص 23

²د.محمد الصريفي ،التجارة الالكترونية،الناشر مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع الطبعة الأولى2005الاسكندرية ،صفحة 286

توفير إمكانية البحث الفوري عن المعلومات تعتبر امرا هاما لتمكين المستخدمين من الوصول للمعلومات الهامة عن المنتجات والخدمات والموردين. ويتضمن توفير هذه الخاصية توفير الكتالوجات الإلكترونية ومحركات البحث والبرامج الجاهزة. فالكتالوج الإلكتروني على سبيل المثال قد يبدو تصفح العميل وإبحاره خلاله عملية سهلة ولكن هذا ليس صحيحا لأنه يحتاج لضبط تكنولوجي عالي الكفاءة بحيث يمكن أن يستعيد كل عميل على حدة المعلومات المناسبة له وهو ما يتطلب تنقيحها¹ ويزداد الأمر صعوبة كلما تطلب الأمر إجراء تحديث مستمر على هذه المعلومات.

الدفع الإلكتروني:

يتطلب نظام التجارة الإلكترونية طرقا مناسبة لسداد قيمة المنتجات والخدمات والبيانات التي حصل عليها العميل. ويتضمن الدفع الإلكتروني العملات الرقمية (الكروت الذكية و النقود الإلكترونية) والسداد بکروت الائتمان والشبكات الإلكترونية .

خدمة سرية وأمان الأعمال الإلكترونية:

بالرغم من المزايا الواضحة للتجارة الإلكترونية في الوقت الحالي وخاصة في الدول المتقدمة إلا أنها تعاني من قصور في مجالات سرية تأمين المعلومات على شبكة والخصوصية المتعلقة ببيانات المشتركين المتداولة عبر الشبكة ، حيث يمكن من خلال ما يسمى بالاختراق التصني (Eavesdropping) سرقة معلومات الحاسبات الشخصية مثل أرقام بطاقات الائتمان او أرقام حسابات العميل وموازن المراجعة ومعلومات الفواتير، كما يمكن الاختراق من خلال كشف كلمات المرور ويؤدي ذلك الى سماح بالنفذ الى نظم تضم بيانات خاصة ، كما يحدث اختراق بتعديل البيانات وتأتي خطورة هذا النوع من تعديل بيانات خاصة بالمعاملات التجارية مثل تغير اسم المدفوعات لأمره في الشبكات الإلكترونية او المبلغ المحول الى حساب بنكي ، اما اخطر أنواع الاختراق فيسمى (الاختراق الخداعي) حيث يتنكر احد الأشخاص في شخصية طرف اخر يمثل مؤسسة مالية أو بطاقات بنكية يمكن من خلالها تحصيل اموال من المستهلكين او التجار. لذلك لابد من تأمين نظم التجارة الإلكترونية ضد تهديدات القرصنة وسرقة المعلومات ، حيث يجب ان يحرس هذه النظم بعض نظم الأمن المصممة خصيصا لتوفير خدمات الحماية كالرقابة على الدخول او السرية وغيرهما نتيجة استخدام بعض الرموز او المفاتيح. وتتضمن عملية الحماية مايلي:

سرية في اتصالات الشبكة: حيث يجب ضمان القدر المعقول من الخصوصية في طريقة التعامل وتخزين المعلومات المطلوبة دون تشويه أو تغيير أو فقد في طريقة الشبكة كما يجب أن تقدم المعلومات المطلوبة في حينها وأن تكون دقيقة وكاملة ومتعلقة بالغرض الذي تقدم وتستخدم من أجله .

السرية في المعلومات : ضمان سرية الرسائل الاقتصادية وصحة البيانات المتبادلة وحصرها فقط في أصحابها دون التغير أو التعديل أو العرض للآخرين .²

وحتى الآن تعتمد تطبيقات التجارة الإلكترونية على مستوى سرية الشبكة المستخدمة عن طريق بروتوكولات مقترحة من أشهرها (طريقة التشفير العمومي) ويعتبر هذا الحل بسيط نسبيا لأنه يقوم على استخدام مفتاحين مختلفين ولكنهما مترابطين لتشفير وفك تشفير البيانات . ويسمى المفتاح المستخدم في التشفير

¹ دكتور محمد الصريفي ، التجارة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره صفحة 286_289

بالمفتاح العمومي ونظرا لأن المفتاح الذي يستخدم لتشفير البيانات لا يمكن أن يستخدم لفك تشفيرها فلا يوجد فرصة أمام غير المرخص لهم لمعرفة محتوى البيانات ويتطلب فك شفرة البيانات استخدام المفتاح الخصوصي الذي يمكن الاحتفاظ به في مكان آمن.

فإذا أراد العميل رقم (١) أن يرسل مشفرة إلى العميل رقم (٢) فيجب أن يرسل له العميل رقم (٢) مفتاحه العمومي الذي استخدمه في تشفير الرسالة وعندما يتلقى العميل رقم (٢) الرسالة المشفرة من العميل رساله م(١) فإنه يستخدم مفتاحه الخصوصي لفك شفرتها دون أن يغادر هذا المفتاح المنطقة الأمنية من على كمبيوتر العميل رقم (٢) وتنتهي بذلك المشكلة .

إمكانية الاتصال: تعددت الوسائل المتاحة للتعامل مع بيئة التجارة الإلكترونية حيث قد يستخدم العميل التلفزيون أو الراديو أو جهاز حاسب الشخصي أو المحمول أو تليفون المحمول للدخول للمعلومات وهو الأمر الذي يتطلب اتخاذ إجراءات تكنولوجية متعددة لتحقيق إمكانية دخول العملاء والمستخدمين بتكلفة معقولة ويسر .

وتتمثل هذه المتطلبات في "مجموعة وسائل الالكترونية التي يمكن أن تستخدمها الشركة لتحقيق التعاملات التجارية عبر شبكة الإنترنت" ومن أمثلة هذه الوسائل:

أ-تبادل المعلومات عن المنتج : بما يعني إمكانية عرض المنتجات بشكل جذاب وشيق باستخدام الاشكال والالوان إضافة إلى عرض الجسم للمنتج وتوضيح استخدامه ومزاياه وما يمكن أن يحققه للمستهلك من منافع عديدة وذلك بدون تكاليف باهظة نظرا لتوافر هذه الإمكانيات في أجهزة الحاسب التي تمتلكها الشركة. ب-البريد الإلكتروني : يوفر استخدام البريد الإلكتروني الكثير من المصروفات التي تحملها الشركة وذلك نظرا لما يتيح من إمكانية تبادل عدد غير محدود من الرسائل والوثائق بين أطراف العملية التجارية بدون تكلفة تذكر.

ج-الويب:وهي عبارة عن مجموعة الوثائق التي يتم كتابتها ثم ترميزها بواسطة لغة خاصة وبمساعدة مجموعة برامج جاهزة يطلق عليها ،ويستطيع المستخدم الحصول على أي عدد من الوثائق بواسطة حاسبة الشخصي للتعرف على المعلومات اللازمة عن الشركة ومنتجاتها سواء في صور ارقام ،مقالات ،رسوم ،افلام مصورة.

ب - متطلبات بشرية : إن لهذه التجارة الإلكترونية متطلبات في الموارد البشرية اللازمة للقيام بها حيث أنه حتى تستطيع منظمات الأعمال تحقيق أهدافها والمحافظة على بقائها يتعين عليها إيجاد ثقة جديدة لها تتوافر مع المتغيرات الدولية والمحلية ،ولايمكن أن يتحقق ذلك إلا بتوفير الموارد البشرية الضرورية المؤهلة والماهرة وصيانتها والمحافظة عليها.ولادارة الموارد البشرية في المنظمة دورا بالغ الأهمية في توفير هذه الموارد القادرة على التعامل مع تلك التغيرات والتطورات بكفاءة وفاعلية ولاسيما في ظل ندرة الكفاءة المؤهلة والمهارة وزيادة حدة المنافسة بين منظمات الأعمال على استقطاب تلك الكفاءة من ناحية وارتفاع معدلات دوران¹ العمالة من ناحية أخرى ومن أهم الاتجاهات الحديثة التي تبنتها إدارة الموارد البشرية حتى تستطيع مجارات تلك التغيرات ورفع كفاءتها إدخال نظم معلومات الموارد البشرية واستخدام التوظيف عبر الانترنت،وتبني التدريب والتعليم الالكتروني وقد انعكس ذلك بشكل كبير على جميع وظائف إدارة الموارد البشرية،ولاسيما

¹د.محمد الصبري،التجارة الالكترونية،مرجع سبق ذكره ص 290_291

في ظل محاولة تغيير وتعديل ثقافة المنظمة لمؤازرة ذلك التغير وإنجاحه وعلى ضوء ذلك على صانعي القرار في أي مؤسسة أن يتفهموا الحقائق التالية:

-التجارة الإلكترونية هي قضية أعمال وليست قضية تقنية فقط فالتجارة الالكترونية تتمثل في تحديد نماذج أعمال مبرمجة وتعزيز إمكانياتها .

- الحصول على الدعم لمفهوم التجارة الإلكترونية في جميع أقسام المؤسسة مسألة في غاية الأهمية ويمكن الحصول على مثل هذا الدعم من خلال تثقيف القسم الإداري ومدراء التسويق ومسؤولي المبيعات حتى يتسنى تمثيل جميع القطاعات في المؤسسة في القرارات التي تؤخذ بشأن التجارة الإلكترونية.

-العديد من المؤسسات تجد صعوبة إلى درجة الاستحالة في استقطاب خبراء في تقنية المعلومات وفي تنمية هذه المهارات والحفاظ عليها فإذا كانت الموارد الداخلية للمؤسسة مستغلة للاستفادة القصوى من القدرات الرئيسية لها ، فقد يكون توفير حل من مصدر خارجي هو الوسيلة الأنسب لاستغلال القدرات الجماعية في المؤسسة .

ت – المتطلبات التنظيمية :وهنا تجدر الإشارة إلى أنه لا بد من تحديد العمليات اللازمة لتطبيق الأعمال الإلكترونية عن طريق:

_تحليل العمليات أو الوظائف الحالية بشيء من التفصيل.

_تحديد درجة الأهمية النسبية أو درجة مساهمة كل عملية أو وظيفة في تحقيق الأهداف المطلوبة.

_استيعاب العمليات غير الضرورية بهدف تبسيط النظام وجعله متماشيا مع متطلبات التحول للأعمال الالكترونية .

_إضافة العمليات اللازمة لتدعيم عملية التحول إلى الأعمال الإلكترونية.

_توفير القدر الكافي من المرونة للنظام وتحديد مدى قدرته على تحقيق الأهداف المرجوة منه.

هذا وتهدف هذه العمليات الى تجنب الأخطاء التي وقعت فيها العديد من الشركات عندما بدأت في التحول للأعمال التجارية الإلكترونية والمتمثلة في دعم تجهيز البنية التنظيمية اللازمة للتعامل مع هذا النظام الجديد، حيث تركت هذه المؤسسات نظم العمل الداخلية كما هي بدون تطویرات جوهرية وانصب التطوير فقط على استخدام أنماط التكنولوجيا الحديثة والعمالة الماهرة لكن مع بقاء نظم العمل بدون تغيير فكانت النتيجة المنطقية هي عدم تحقيق النتائج المتوقعة .

ت-المتطلبات القانونية :تظهر القضايا القانونية نتيجة المتاعب التي يمكن أن تحدثها الانترنت في التعامل مع القانون في هذه البيئة الغير متطورة ،مثل صعوبة التعامل مع التوقعات التي هي أساسا أي معاملات،وهل يمكن التوقيع الالكتروني خاصة ونحن نعلم سهولة التزييف التقليدي على الحاسب والضرائب من سيحصلها ،والتعدي على القوانين من يستطيع إثباته ؟وإذا أثبتنا أن المجرم يعيش في جزر البحر الكاريبي فما تكلفة القبض عليه !!! هذا بالإضافة إلى إمكانية تكوين عصابات منظمة دولية تتوافر لها إمكانية تكنولوجية عالية تمكنها من إتقان الإجرام وفك الشفرات والدخول كافة المنظمات المالية والتجارية أو العسكرية أو الذرية مما يمكن أن يؤثر بشكل سلبي على الأمان العالمي ،كل هذا يحتم ضرورة تطوير القوانين الحالية واستحداث قوانين أو سياسات جديدة ليس على مستوى كل دولة بل على المستوى العالمي لحماية القرية الصغيرة

د.محمد صريفي،تجارة الالكترونية،مرجع سبق ذكره ،ص 292-293

(الأرض).لذلك بعد تهيئة المناخ التشريعي والبيئة القانونية المناسبة من أهم متطلبات تطبيق التجارة الإلكترونية لتنظيم العلاقات بين البائع والمشتري والمورد وسبل حماية حقوق المستهلك.¹

متطلبات مالية: وتشمل ثلاثة قضايا مهمة وهي كالآتي:
قضية الرسوم الجمركية والضرائب: وهي أهم موارد الدولة، فتمكّنها من تحقيق التوسع، وتنفيذ المشروعات لخدمة التنمية، والاستثمار، وهناك تعكس اتجاهين:
الاتجاه الأول: اتجاه الدولة النامية، ودول أوروبا التي تدل ان العدالة هي أن يتساوى مستوى تحصيل الرسوم الجمركية والضرائب بين السلع التي تتم بالأساليب التقليدية.
الاتجاه الثاني: تتوجه إليه الولايات المتحدة الأمريكية، وبعض الدول المتقدمة، حيث تدعو إلى إلغاء كل انواع الضرائب والرسوم الجمركية على المعاملات الالكترونية .
قضية التحول إلى نظم السداد والدفع الالكتروني، وهذا لضمان الحماية، والوقاية، واحتمال قيام وكالات التحقيق لتعقب سيولة السداد والحد من المخاطرة سواء للشركات او الافراد.²
ثانيا مقومات التجارة الالكترونية.³

تصميم الموقع: يعد موقع الويب جوهر واساس تجارة الالكترونية، فقد توسعت هذه الصناعة مع زيادة أجهزة الهواتف المحمولة الذكية، فتصميم الويب يعتر حلا فريدا وهذا لقدرته على تقديم تجربة تسويق موحدة لجميع المستهلكين بغض النظر عن الأجهزة المستخدمة، بحيث يسمح موقع الويب للعملاء العثور على المنتجات التي يحتاجونها، ويفكرون بشراءها بمجرد ضغطة زر .
خدمة المستهلك معظم الناس يبحثون عن المنتجات، والخدمات التي يريدونها ويحتجونها على شبكة الإنترنت قبل البدء بعملية الشراء، وعادة ما يقوم المستخدمون بذلك للمقارنة بين الخيارات المتاحة، فاذا كان المنافس التجاري يمتلك ادوات تصفية وتصنيف للمنتجات، ويعمل على توفير مزايا افضل، فقد يفضل المشتري استخدام موقعه، لذلك فإن من المهم التعرف أكثر على المستخدم واحتياجاته وذلك من خلال طلب حساب مستخدم بسيط عن طريق البريد الالكتروني.

عوض المنتج ينبغي أن تكون طريقة عرض المنتج بسيطة ومركزة وليست معقدة، وان يعمل صاحب المنتج على تحديث طرق العرض من أجل جذب أعداد كبيرة من المتسوقين.
المطلب الثالث:أسس التمييز بين التجارة التقليدية والإلكترونية.
الجدول رقم (1):الفرق بين التجارة التقليدية والتجارة.⁴

¹ د.محمد الصريفي، تجارة الالكترونية، مرجع سبق ذكره، صفحة 269

² ط/ عميري صونية "التجارة الإلكترونية في الجزائر وسبل تفعيلها من (1990 الى غاية2014)، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم السياسية والعلاقات الدولية تخصص سياسات عامة وإدارة محلية، جامعة مولود معمري تيزي وزو كلية الحقوق والعلوم السياسية قسم العلوم السياسية2017_2018، ص-27

³ <https://www.vapulus.com,3/03/2021,11:39>

⁴ أ.د.محمد الصريفي، التجارة الالكترونية، الناشر مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى 2005، الاسكندرية ص 154

التجارة التقليدية	التجارة الالكترونية
سلع وخدمات ملموسة وحقيقية	منتجات تخيلية
نقود حقيقية	نقود رقمية
لا بد من تفاعل بين البائع والمشتري	البائع لا يلتقي مع المشتري
عملية التبادل تأخذ فترة طويلة	عملية التبادل قد تستغرق دقائق
لا بد من وجود سوق فعلي	السوق الرقمي

ان طرق الاتصال في التجارة الالكترونية تختلف عن نظيرتها التقليدية ففي الاول وسيلة الاتصال الوحيدة هي الانترنت التي تتسم بالمرونة وبسرعة التحويلات ومعالجة الطلبات في حين التجارة التقليدية فتعدد طرق الاتصال فيها واختلافها يؤدي الى صعوبة التنسيق وترتيب العمليات وهو ما يؤدي عادة الى اطالة زمن معالجة الطلبية، لذلك يمكن حصر هذه الفوارق من خلال المقارنة التي يوضحها الجدول (2) التالي¹

الجدول الثاني: الطرق التقليدية وحديثة بشراء منتج رقم 02

خطوات حلقة البيع	التجارة التقليدية	التجارة الالكترونية
البحث عن المعلومات حول المنتج	المحلات، الكاتالوجات، الممثلين	صفحة الويب
طلب الساعة	رسالة بريدية، استمارة	بريد الكتروني
الرد على الطلب	رسالة بريدية، استمارة قوائم	بريد الكتروني
مراقبة السعر	كاتالوج	كاتالوج على الخط
مراقبة الوفرة	هاتف، فاكس	-
تقديم الطلبية(تحرير)	استمارة مطبوعة	صفحة لويب، بريد الكتروني
بعث/استقبال الطلبية	فاكس، برقية(مراسلة)	البريد الالكتروني
اعطاء الأولوية لطلبية معينة	-	قاعدة بيانات على الخط
مراقبة الوفرة في مكان التخزين	استمارة مطبوعة، هاتف، فاكس	قاعدة بيانات على الخط /صفحة الويب
تحرير الفاتورة	استمارة مطبوعة	قاعدة بيانات على الخط
استقبال السلعة	موزع	-
تأكيد وصول السلعة	استمارة مطبوعة	بريد الكتروني
إرسال /استقبال الفاتورة	برقية (مراسلة)	بريد الكتروني EDI

¹ ط/ صراع كريمة، "واقع وفاق التجارة الالكترونية في الجزائر"، مذكرة مقدمة تدخل ضمن متطلبات ميل شهادة ماجستير في العلوم التجارية تخصص استراتيجية، جامعة وهران، 2013_2014، ص 9_10

خطوات حلقة البيع	التجارة التقليدية	التجارة الالكترونية
البحث عن المعلومات حول المنتج	المحلات ، الكاتالوجات ، الممثلين	صفحة الويب
طلب الساعة	رسالة بريدية ، استمارة	بريد الكتروني
الرد على الطلب	رسالة بريدية ، استمارة قوائم	بريد الكتروني
مراقبة السعر	كاتالوج	كاتالوج على الخط
مراقبة الوفرة	هاتف ، فاكس	-
تقديم الطيبة (تحرير)	استمارة مطبوعة	صفحة لويب ، بريد الكتروني
بعث/استقبال الطيبة	فاكس، برقية (مراسلة)	البريد الالكتروني
اعطاء الأولوية لطلبية معينة	-	قاعدة بيانات على الخط
استحقاق الدفع	استمارة مطبوعة	قاعدة بيانات EDI
أتكلم الدفع	برقية مراسلة	EDI-EFT

المطلب الرابع مجالات استخدام تجارة وانظمة العمل الجديدة بها .

أولاً: مجالات استخدام التجارة الالكترونية.¹

مجال المعلومات: لقد حدث تطور كبير في استخدام التقنيات المعلوماتية والاتصالات وشكل تنمية واستخدام راس المال المعلوماتي محورا رئيسيا في هذا التطور على اعتبار أن شبكات المعلومات والاتصالات اللاسلكية تعد شكلا من أشكال راس المال وهذا الاهتمام استجابة للتحويل الذي طرأ على الاقتصاد المحلي نحو العولمة والتداول. المجال المصرفي والمالي: هو من القطاعات المهمة التي حققت زيادة بين القطاعات في المجال الالكتروني حيث سهل هذا القطاع تبادل وتدفق المعلومات المالية والخدمات المصرفية كالتحويلات الخارجية وارسال الحوالات المالية والفواتير والمعاملات الداخلية من خلال البنوك الالكترونية، فقد أصبح أمر تقديم الخدمات المالية عبر شبكة الإنترنت في تزايد مستمر، فبعض الدول أصبحت جميع بنوكها تمتلك مواقع على الشبكة وهذا ما أكده مدير التسويق في شركة " لوتس " إن الأعمال الإلكترونية ستؤدي إلى زيادة عدد المستخدمين في الوطن العربي في السنوات القليلة المقبلة.

مجال التجارة والأعمال : التجارة الإلكترونية تتيح لمنظمات الأعمال والشركات إمكانية الحصول على وسيلة أكثر فاعلية لتحقيق مستويات أعلى في الأداء وتحقيق الأرباح ،ويمكن أن توفر التجارة الإلكترونية ميزات تنافسية عديدة للشركات فهي يمكن أن تكون قنوات توزيع إضافية تتجاوز الحدود التقليدية وتقديم خليط من الإعلان والعلاقات العامة والترويج التي تلبى تطلعات اعداد متزايدة من الزبائن باستمرار ،حيث بإمكان قطاعات الأعمال المختلفة القيام بأنشطتها بكفاءة من خلال إجراء التحويلات والمعاملات الداخلية والخارجية والتنبؤ بالطلب من خلال دراسة السوق الدولية فضلا عن توفر المعلومات والفرص التجارية.

¹ ملتقى الدولي الاتجاهات الحديثة للتجارة الدولية وتحديات التنمية المستدامة نحو رؤى مستقبلية واعدة للدول النامية 03/02/ديسمبر 2019، التجارة الالكترونية بين التطبيق والمأمول ،دراسة حالة الجزائر، فطمة بوخاري ،محمد سعيداني ،جامعة سيدي بلعباس ،جامعة تلمسان ،ص

مجال الصناعة : يعتبر القطاع الصناعي مجالا هاما لتطبيقات الثورة التكنولوجية والاتصالات، فهو يعبر عن قدرة المجتمع على الابداع وإنتاج سلع وخدمات تنافسية ، كما أن استخدام المواقع الإلكترونية في الصناعة يساعد على تحسين كفاءة العمليات الصناعية ،وتقليل تكاليف الإنتاج ،وتحديد مسار التوزيع ،ومن مزايا التجارة الإلكترونية الأخرى في المجال الصناعي هي أن حجوم الصناعات والمنشآت الصناعية لا تعتبر عاملا مهما ،حيث إن المهم هو تقديم الخدمات السريعة والإنتاج ذات المرونة العالية باتجاه تحقيق رغبات الزبون. بالإضافة إلى الكثير من تطبيقات التجارة الإلكترونية في قطاعات أخرى مثل: قطاع الصحة : من حيث الحصول على الخدمات والاستشارات الطبية إلكترونيا . قطاع التعليم العالي: من خلال تطوير ونشر نظام التعليم عن بعد أو الدراسة عن بعد ومجال تجارة التجزئة مثل :تجارة الكتب والمجلات والتي فيها البحث عن اسم الكتاب او المحتوى ومعرفة السعر وتتم عملية الدفع بالطريقة الإلكترونية .

ثانيا : انظمة العمل الجديدة في عالم التجارة الإلكترونية.¹

إن تطبيق نظام التجارة الإلكترونية المتكامل ليس مجرد إضافة تقنية جديدة إلى إطار اقتصاد قائم لكنه عملية تحول جذري في مفهوم العمل وإدارته تتطلب إعادة هندسة كاملة للمؤسسة في كل عملياتها بل الأغلب أيضا في نسبة كثيرة من المتعاملين بها .

خصائص الكيانات الاقتصادية المعتمدة على التجارة الإلكترونية:

_ارتفاع كفاءة العمليات الإنتاجية.

_حجم العمالة الإدارية محدود جدا .

_يعتبر البريد الإلكتروني هو أساسا تبادل المراسلات.

_عدم وجود مستويات إدارية معتمدة .

_الشفافية الكاملة في كافة تعاملات الكيان الاقتصادي .

المطلب الخامس: اساليب تنفيذ وقياس حجم التجارة الإلكترونية.

اولا:اساليب تنفيذ عمليات التجارة الإلكترونية.

يمكن تنفيذ نشاط التجارة الإلكترونية باستخدام نظم تبادل البيانات إلكترونيا ويحتاج إلى برمجيات وأجهزة حاسبات آلية وتنفيذ بطريقتين هما شبكة القيمة المضافة وهي شبكة حاسب تقوم بتشغيلها شركة ثالثة او شبكة خاصة تقوم بإنشائها شركتان ترغبان في تبادل البيانات إلكترونيا لتنفيذ التجارة الإلكترونية وأما باستخدام نظم التجارة على الانترنت التي لها عدة أشكال فنجد أن الشركات الكبرى لها مواقع على شبكة الويب بحيث تستخدم لبيع منتجاتها للعملاء وهناك عدة أنماط لتنفيذ التجارة الإلكترونية من خلال واجهات اعمال على الانترنت هي عبارة عن منشأة تجزئة تستخدم صفة الويب في بيع منتجاتها،وهذا النوع هو الأكثر انتشارا في التجارة الإلكترونية بالإضافة إلى نظم تبادل البيانات إلكترونيا عبر الانترنت حيث تستخدم شبكة الإنترنت كأداة لنقل العمليات إلكترونيا وهي أقل كفاءة وامنا من الشبكات الخاصة.

¹ ط / طالبة رتيبة عداد واقع التجارة الإلكترونية،سنة 2011 / 2012قسم علوم التسيير تخصص مالي وتسيير المخاطرة مشكلة مقدمة لنيل شهادة الماجستير اكاديمي في علوم التسيير دراسة مقارنة لبعض دول شمال افريقيا ص25ص26

ثانيا: اساليب قياس حجم التجارة الإلكترونية¹

تمثل صعوبة قياس حجم التجارة الإلكترونية أحد تحديات المصاحبة لهذه الظاهرة، والتي تواجه كل من صانعي السياسات الاقتصادية على مستوى الحكومات، ومتخذي قرارات الاستثمار على مستوى أصحاب الأعمال والقطاعات الخاصة، وكذلك تشكل تحديا فنيا على مستوى المصالح ومراكز الاحصائيات المعنية بقياس وتقدير حجم مؤشرات التجارة الإلكترونية. ويبرز هذا التحدي مع النمو المستمر في اعداد القطاعات والمؤسسات التي تستخدم الانترنت في المعاملات التجارية، وكذلك مع تنوع وتعدد السلع والخدمات التي تدخل في مجال التجارة الإلكترونية. وترجع صعوبة قياس التجارة الإلكترونية إلى عدة عوامل، منها ما يتعلق بتحديد مفهوم التجارة الإلكترونية ومكوناتها، وكذلك سرعة نموها والتطور التكنولوجي المصاحب لها، بالإضافة إلى أن العديد من المؤسسات التجارية تقوم بالتجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية في آن واحد. وبسبب هذه العوامل وغيرها، فإن اساليب قياس حجم التجارة الإلكترونية سواء من حيث الأرقام الفعلية أو التقديرية ستظل تفتقر إلى الدقة والموثوقية. ولذلك فإن احصائيات التجارة الإلكترونية التي تنشرها بعض مراكز البحوث والقطاعات الخاصة تظهر متباينة، وإلى حد كبير احيانا. وبالرغم من القصور في اساليب قياس حجم التجارة الإلكترونية، إلا أن الدول وكذلك القطاعات الخاصة تعمل على إنشاء برامج قياس لإيجاد مؤشرات تعكس طبيعة وتطور أنشطة التجارة الإلكترونية، وذلك بهدف قياس أثرها على القطاعات الاقتصادية، وقياس نموها، ومقارنتها بين مختلف الدول. ومن الأساليب المتبعة في قياس حجم التجارة الإلكترونية:

- 1- جميع البيانات الرقمية عن استخدام تقنية المعلومات والاتصالات واستخدام الانترنت: ويتميز هذا الأسلوب بسهولة تحصيله من مصادر مختلفة، وبالتالي توفر عنصر الثقة والدقة في مثل هذه الأرقام، ومن ثم تستخدم هذه الأرقام في المعرفة أو تقدير الحجم الأنشطة التجارية عبر الانترنت.
- 2- جمع بعض الإحصاءات ذات العلاقة بأنشطة التجارة الإلكترونية: مثل معرفة مؤشرات الاستعداد الإلكتروني في المجتمعات، وذلك بحصر المؤسسات والقطاعات التجارية التي لديها أجهزة حاسب الي وتوفر إمكانية استخدامها للانترنت. وكذلك معرفة مؤشرات الكثافة، أي تلك المؤسسات التجارية التي تستقبل الطلبات العملاء والمدفوعات عبر شبكة الإنترنت. وهذا الأسلوب يتناسب مع كثير من البلدان النامية التي لا تزال في المراحل الأولى في استخدام الإنترنت.
- 3- اجراء المسح الميداني على مستوى المؤسسات التجارية: سواء في قطاع الجملة أو قطاع التجزئة، وذلك لمعرفة

، وكذلك معرفة إمكانية الدخول الى الإنترنت وحجم اتفاهم على التجارة الإلكترونية. وقدمت منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية إطار لقياس التجارة الإلكترونية معرف بثلاث مؤشرات : الاستعداد، واكثافة والتأثير. مستندا على صناعة السياسات و حاجات المستعملين الأخرى .

¹قشام اسماعيل، "التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، دراسة حالة بعض المؤسسات"، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه علوم تخصص علوم اقتصادية، جامعة عمارثليجي بالاغواط، 2015/2014 ص 79

* مؤشرات الاستعداد : تتعلق هذه المؤشرات بمدى استعمال التكنولوجيا المعلومات والاتصالات ومدى توافر المؤهلات للقيام بذلك ، كالبنى التحتية التكنولوجية ومدى توافر الأدوات والمعدات اللازمة لاستخدام تكنولوجيا المعلومات. وعلى الرغم من هذا فإن بعضها يعتبر ذو مغزى في توضيح تقدم التجارة الإلكترونية..

* مؤشرات الكثافة : تقيس طبيعة وحجم ونمو صفقات التجارة الإلكترونية، اعتمدت مؤشرات الكثافة بكثرة مؤخرا وهذا بسبب نمو التجارة الإلكترونية (الذي يسمح مستوى بالدخول في تحليل أعمق) المقترحة بالوثائق الإحصائية والمحددة حسب البلد، وتتضمن سمات التحليل مايلي :

-التردد وتكرار للشراء /المبيعات :

-مرحلة الصفة في اي تجارة الكترونية مستعملة (جمع المعلومات ، الطلب ، الدفع ، التسليمالخ)؛

- المتعاملون ولمحات عن مسار حياتهم (منظمات الأعمال ، مستهلكون ، اجهزة حكومية)؛

- المنتجات والخدمات المتضمنة (بالانتباه المعين إلى الاختلافات بين السلع المادية وغير المادية)¹؛

- مجال الصفقة: محلي ، دولي ، حضري ، اوريبي .

* مؤشرات التأثير: تقيس تأثير التجارة الإلكترونية الاقتصادي والاجتماعي ذو العلاقة الفعالة ، وهذا صعب جدا ليس فقط بسبب تطور هذه الظاهرة ، لكن ايضا يرجع إلى ابتكار أساليب لقياس التأثيرات المحتملة سواء على المستوى الجزئي أو مستوى الكلي ، علاوة على ذلك ، فان العلاقة السببية بين تبني التجارة الإلكترونية والتأثيرات الاقتصادية والاجتماعية ليست بالبسيطة ، اضافة إلى قلت البيانات المتعلقة بهذا المؤشر.

¹ ط /قشام اسماعيل ، "التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، مرجع سبق ذكره ، ص 80ص 81

خلاصة الفصل :

كانت التجارة قديما تعتمد على وسائل جد تقليدية في التعاملات ،إلا إن التطورات والتحويلات السريعة أحدثت الكثير من التغيرات في النشاط التجاري ،وأدخلت البشرية إلى عصر جديد تصاحب مع تزايد استخدام الإنسان للأدوات المتنوعة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات لاسيما الانترنت لتسهيل التبادلات التجارية .

فتوسع استعمال الإنترنت من المجال العلمي إلى المجال التجاري سنة 1994، أعطى دفعا قويا لهذه الشبكة لتتمكن في وقت قصير من مد خيوطها حول مجمل بلدان العالم متجاهلة بذلك الحدود الجغرافية. وقد ساهمت خصائص شبكة الشبكات وسماتها التقنية ومميزاتها العديدة مقارنة بباقي وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تغيير وجه الأعمال ،مما تمخض عنه ميلاد التجارة الإلكترونية، التي تصاعد الاهتمام بها وكثر الحديث عنها ،وأصبحت بمثابة محرك جديد للتنمية الاقتصادية نظرا لما تحققه من مزايا شتى . ولقد حاولنا من خلال هذا الفصل إلقاء الضوء على الظاهرة الحديثة المعروفة باسم التجارة الإلكترونية وإزالة الغموض عنها باستعراض أدوات تكنولوجيا الإعلام والاتصال المساهمة في ظهورها ،ومعرفة ماهية هذه التجارة واهم أنواعها وانعكاساتها الإيجابية على المؤسسات التي تمكنت من اختراق الأسواق العالمية والوصول إلى أكبر شريحة من المستهلكين بأقل التكاليف ،وكذلك المستهلكين الذين أضحي بإمكانهم اقتناء حاجياتهم بمجرد نقرة زر.

كما لخصنا من خلال ما تقدم أن التطور العظيم الذي أشهدهته هذه التجارة أوجب ضرورة إيجاد وسائل الكترونية تتماشى مع متطلبات هذا العصر ولا تعرقل نمو التجارة الإلكترونية، وهو مزاد من الوزن النسبي لنظم الدفع الإلكترونية الحديثة، إلا أنه نتيجة لتزايد الاستخدام التجاري للإنترنت ظهرت الحاجة الملحة بضرورة وجود تقنيات مختلفة سمحت بالتغلب على المشاكل المعرقلة لتعاملات التجارة الإلكترونية ودفعاتها على غرار الأمن وسرية.

ومما لاشك فيه أن التطور السريع للتجارة الإلكترونية ككل ظاهرة يفرض مجموعة من التحديات التي تسعى العديد من الهيئات والمنظمات الوطنية والعالمية لإيجاد السبل الكفيلة بتدليلها ،كما يقدم هذا التطور مجموعة من المزايا التي ستستقطب دون شك اهتمام العديد من الدول على الصعيد العالمي والعربي، حيث تعمل هذه الدول بجد لتطبيق التجارة الإلكترونية وتوسيع انتشارها والاستفادة من مزاياها ،وهذا ما سنحاول التطرق إليه في الفصل الموالي.

تمهيد :

نتيجة لتطورات المتسارعة في بيئة الخدمات البنكية التي شاهدها هذا العصر والتي تتصف بالمنافسة الشديدة والتحديات غير مسبوقة في الحصول على حصة سوقية والكسب المزيد من الزبائن و المتعاملين من خلال تطوير وتحسين الخدمات ، هذا وتعتبر الخدمات البنكية عامل أساسي في تطوير نشاط البنوك كما أن البنوك الناجحة هي البنوك التي تقدم خدماتها بنوعية وأداء بنكي متميز معتمد على قاعدة معلومات ، وكذلك تعتمد على استخدام التكنولوجيا البنكية المتطورة ، لذلك كان لابد للبنوك من اعتماد عمل بنكي الحديث في مختلف خدماته المقدمة والتجاوز العمل التقليدي وهذا بالاعتماد على الخدمات البنكية الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية وغيرها في انجاز المعاملات البنكية .

ونظرا للأهمية التي تحظى بها البنوك خاصة مع تزايد الحاجة إلى خدمات بنكية سريعة وفعالة من هذا المنطلق سنتناول في هذا الفصل للمبشرين التاليين هما :

المبحث الأول : مفاهيم أساسية حول الخدمات البنكية الإلكترونية .

المبحث الثاني : البنية التحتية للخدمات البنكية ووسائل دفعها .

المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول الخدمات البنكية الإلكترونية .

المطلب الأول : أساسيات البنوك الإلكترونية :

الفرع الأول : تعريف البنوك الإلكترونية :

للبنوك الإلكترونية عدة تعاريف نذكر منها :

البنوك الإلكترونية بمعناها الحديث ليست مجرد فرع لمصرفة قائم يقدم خدمات مالية وحسب بل موقع ماليا تجاريا إداريا استشاريا شاملا ، له وجود مستقل على البنوك الإلكترونية بمعنى الحديق ليست مجرد فرع قائم يقدم خدمات مالية حسب ، بل موقعا ماليا إداريا استشاريا شاملا له جز ، مستق على الخط ، فاذا عجو البنك نسه عن أداء خجى ما من بين هذه الأطر كان الحل اللجوء إلى المواقع المرتبطة التي يتم عادة التعاقد معها للقيام بخدمات عبر نفس موقع البنك ، بل ان احد أهم تحديات المنافسة في ميدان البنوك الإلكترونية هو ان مؤسسات مالية تقدم عل الشبكة خدمات كانت حكرا على البنوك بمعناها التقليدي او بمعناها المقرر في تشريعات تنظيم العمل المصرفي ، وليس غريبا ان نجد مؤسسات تجارية او مؤسسات تسويقية تمارس أعمالا مصرفية بحتة نتجت عن قدراتها المتميزة على إدارة موقع مالي على الشبكة.¹

الفرع الثاني : خصائص البنوك الإلكترونية

ان ما يميز البنوك الإلكترونية عن البنوك التقليدية بعض الخصائص ومن هذه الخصائص ما يلي :

1.اختفاء المعاملات والوثائق الورقية بحيث ان كافة الإجراءات تتم عن طريق الشبكة دون الحاجة الى التفرغ لذلك .

2.البنوك الإلكترونية فتحت المجال امام البنوك صغيرة الحجم والتي تعمل في مجال ضيق لتوسيع نشاط عملها عالميا حيث دخلت الى أسواق جديدة دون الحاجة الى التفرغ لذلك .

3.القدرة على إدارة العمليات المصرفية للبنوك عبر شبكة الانترنت بكفاءة عالية من أي موقع جغرافي .

4.عدم إمكانية تحديد الهوية ، حيث لا يرى طرفا التعاملات الإلكترونية كل منها الاخر مما يثبت السرية بالتعامل بين البنك وعميله .

5.إمكان تسليم بعض الخدمات الكترونيا وبسرعة دون الحاجة الى الانتظار مثل كشف الحساب وكالرصيد وغيرها .²

الفرع الثالث : مميزات البنوك الإلكترونية :³

من بين المميزات البنوك الإلكترونية نذكر منها مايلي :

¹ مصطفى يوسف كافي ، "النقود والبنوك الإلكترونية في ظل التقنيات" ، السنة 2013، ص 111

² د/ وسيم محمد الحداد والآخرين ، " الخدمات المصرفية الإلكترونية "، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، الطبعة الأولى 2012 ، ص 73

ص 74.

³ د/ وسيم محمد الحداد ، مصدر سبق ذكره ، ص 68 / ص 70.

1. تنظيم الدفعات : يكفل الانفاق على وقت الاقتراع وتسديد قيمة التحويلات المالية وتنظيم عمليات الدفع دون أي ريبة في إمكانية السداد في الوقت المحدد .
2. تسيير العمل : الغت عملية المقايضة الآلية حاجة العميل الى زيادة البنك لايداع قيمة التحويلات المالية ، مما يعني تسيير العمل ورفع فعالياته .
3. السلامة والامن : ازال التحويلات المالية الإلكترونية الخوف من سرقة الشيكات الورقية ، والحاجة الى تناقل الأموال السائلة .
4. تقليل الاعمال الورقية : تقليل الاعتماد على النماذج الورقية ، والشيكات التقليدية وغيرها من المعاملات الورقية .
5. زيادة رضا العملاء : تكفل سرعة عمليات التحويل الإلكتروني وانخفاض كلفتها تحقق رضا العملاء
6. توفير المصاريف : تتضمن عملية افتتاح فرع لبنك ما مصاريف تشغيلية مثل تكاليف شراء الموقع وتأثيثه وتكاليف العمالة والصيانة وغيرها ، غير ان تلك المصاريف معدومة نهائيا في حالة البنوك الإلكترونية.
7. زيادة كفاءة البنوك الإلكترونية : لسهولة انجاز الاعمال عن البنوك التقليدية اصبح سهلا على العميل الاتصال بالبنك عبر الانترنت الذي يقوم بتنفيذ العمليات المصرفية اللازمة والتي تنتهي في أجزاء صغيرة من الدقيقة الواحدة بأداء صحيح وكفاءة عالية مما لو انتقل العميل الى مقر البنك وقابل احد موظفي البنك الذين عادة ما يكونون منشغلون عنه .
8. إمكانية الوصول الى اكبر عدد ممكن من العملاء : حيث تتميز البنوك الإلكترونية بقدرتها على الوصول الى اكبر قاعدة ممكنة من العملاء دون التقيد بمكان او زمان معين .
9. تقديم خدمات مصرفية كاملة وجديدة : تقدم البنوك الإلكترونية كامل الخدمات المصرفية التقليدية ، والى جانبها خدمات مصرفية أكثر تطورا عبر الانترنت تميزها عن الأداء التقليدي مثل :
 - كيفية إدارة المحافظ المالية (من الأسهم والسندات) للعملاء .
 - تقديم طريقة دفع العملاء للكهربائيات المسحوبة عليهم الكترونيا .
 ومن الخدمات التي يتيحها البنك الإلكتروني أيضا :
 - طلب دفتر الشيكات .
 - إيقاف الشيكات .
 - الاعتمادات .
 - الكفالات .
 - استقبال وارسال ملاحظات .
 - طلب بطاقة الصراف الآلي .

● إيقاف بطاقة الصرافة.¹

ولان البنوك الالكترونية تحقق مع بعضها البعض العمليات المصرفية الفورية بسرعة تفوق العمليات المصرفية العادية كالتحويلات او التسويات التي تأخذ وقتا طويلا وتكلفة مرتفعة ، فقد سمح ذلك بجذب لعملاء ، بشكل كبير ، كما ان استخدام خدمة أنظمة التوزيع التقليدي وفرت للعملاء من فئات الشركات خدمة مميزة حيث يمكن للبنك ان يعطي للشركة اكثر من اسم مستخدم يحمل صلاحيات معينة تحددتها الشركة ، مما أتاح لكل قسم ان يجري تعاملات الشركة المالية مع المصرف دون الحاجة الى الذهاب الى المصرف .

● وبما ان البنوك الالكترونية والمعاملات المصرفية الالكترونية تتم عن طريق شبكة الانترنت ، فمن الطبيعي ان يتم التعامل بوسائل الدفع الالكترونية مما يشجع على استعمال هذه الوسائل بالإضافة الى الخدمات المصرفية الجديدة التي تستوجب التعامل بتلك الوسائل.²

المطلب الثاني: أنماط البنوك الالكترونية ومخاطرها.

فرع الأول: أنماط البنوك الالكترونية

وفقا لدراسات العالمية اثبتنا ان هناك ثلاث صور أساسية للبنوك على الانترنت تتمثل في :

الموقع المعلوماتي Informational : يمثل المستوى الأساسي والحد الأدنى لنشاط الاكتروني المصرفي ، ويسمح هذا الموقع للبنك بتقديم معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية.³

الموقع الاتصالي Communicatife: يتيح هذا الموقع عملية التبادل الاتصالي بين البنك والعملاء مثل البريد الالكتروني ، تعبئة طلبات او نماذج على الخط ، وتعديل معلومات القيود والحسابات ، الاستفسارات .

الموقع التبادلي Trançactional : ويمكن من خلاله ان يمارس البنك نشاطاته في بيئة الكترونية ، كما يمكن للعميل القيام بمعظم معاملاته الالكترونية من سداد قيمة الفواتير ، وإدارة التدفقات النقدية ، واجراء كافة الخدمات الاستعمالية سواء داخل البنك او خارجه.⁴

فرع الثاني: مخاطر البنوك الالكترونية

نتيجة لقلة التشريعات المتخصصة ، وعدم وجود نظم قانونية واضحة ودقيقة بخصوص العمليات بنكية الكترونية وبسبب عدم وجود اتفاقيات دولية مبرمة حول هذا النوع من العمليات ، كان من الطبيعي ان تتعرض البنوك لاعتداءات مصدرها التقنيات الحديثة المستخدمة . ومن بين هذه الاعتداءات نجد :

¹د/ وسيم محمد الحداد ، مصدر سبق ذكره ، ص 68 - ص 70 .

² د/ وسيم محمد الحداد ، مرجع سبق ذكره ، ص 68- ص 70 .

³ د/ مفتاح صالح ، ومعارفي فرية ، مناخ استثماري واعمال مصرفية الكترونية والذي نظمتها جامعة فيلا دليفيا ، كلية العلوم الإدارية والمالية ، عمان - الاردن ، 4-5 / يوليو / 2007 ، ص 5 .

⁴ منتدى موجبة لادارة الاعمال ، البنوك الالكترونية ، د- مفتاح صالح الأستاذ المحاضر - جامعة بسكرة الجزائر ، / معارفي فريدة - أستاذة باحثة - جامعة بسكرة الجزائر ، الأحد 3 أكتوبر 2010 ، 17:21 ، 2021/5/8 ، 19:23

➤ الاحتيال والغش المعلوماتي : عرفته لجنة اوديت audit في المملكة المتحدة بأنه سلوك خداعي مرتبط بالكمبيوتر يهدف الشخص من خلاله الى كسب فائدة او مصلحة مالية ، ويتم في البنوك التقليدية والبنوك الالكترونية وفق ثلاثة طرق هي :

أولاً : التلاعب في البيانات من طرف بعض الموظفين والتقنيين العاملين في البنوك عن طريق ادخال معلومات مصطنع لتحقيق مصلحة مالية ما ، او من خلال استلاء المجرم على كلمة السر او مفتاح التشفير ، مما يسمح له بالدخول الى ذاكرة الكمبيوتر ويقوم بتعديل المعطيات وأرقام الحسابات لصالحهم .

ثانياً : لتلاعب ببرامج المستخدمة اثناء تطويرها او صيانتها . وذلك باستعمال طريقتين :

1- تعرف باسم perruque ، حيث يرمج فيه الكمبيوتر على اقتطاع قيم مالية صغيرة من الايداعات الدورية .

2- تعرف باسم سلامي salami ، وهي عبارة عن عملية استلاء على الأموال بكميات صغيرة من الأرصدة الكبيرة بشكل لا يلاحظ معه نقصانها ، ثم تحول لحساب خاص يستطيع صاحبه السحب منه بشكل شرعي .
ثالثاً : اعتراض المعلومات المتبادلة عبر الشبكات وتحليلها والتلاعب في محتواها ثم استعمالها في اختلاس الأموال .

➤ اتلاف برامج كمبيوتر البنك وبياناته : وتعتمد هذه الجريمة على عدة أساليب منها :

❖ الفيروس المعلوماتي : وهو عبارة عن برنامج يتضمن اهداف تدميرية لانظمة المعلومات ،

❖ القنبلة المعلوماتية : وهي برنامج يثبتته المحتالون داخل النظام المعلوماتي نفسه او تدميره او محو بياناته ، وكثيرا مايستهدف مصمموه الشركات التجارية والمصارف ، التي ترصد هذه القنابل الى بعد ان تنفجر .

❖ الديدان الالكترونية : وهي عبارة عن برنامج معلوماتي يمتاز بقدرته على التنقل عبر شبكة المعلومات بهدف إعاقة عملها والتشويش عليها ، وتكمن خطورته في قدرته على العمل ذاتيا دون توجيه او رغبة من المستخدمين¹ .

المطلب الثالث : تعريف وخصائص الخدمات البنكية وتقسيماتها

الفرع الأول : تعريف خدمات البنكية :

للخدمات البنكية عدة تعاريف نذكر منها :

تشير الخدمات البنكية الى الأنشطة التي يقوم بها البنك والعروض التي يقدمها للعملاء ، وترتبط خدماته بطبيعة الأنشطة التي يقام بها البنك والهدف الذي تأسس من اجله ، وكما انها تعتمد على مصادر التمويل الخاصة به² .

¹ ط/ معمري حسينة ، اليات تطوير خدمات القطاع البنكي في ظل اقتصاد المعرفة ، مذكرة ماستر في العلوم الاقتصادية تخصص اقتصاد نقدي وبنكي ، جامعة ام البواقي ، السنة 2018 / 2019 ، ص 59/ص 60 .

² www.muhtawa.com, 09/05/2021 , 00 : 02 h

هي مجموع الخدمات التي يقوم البنك بتقديمها لعملائه ، حيث يمكن تعريفها على انها نشاط او مجموعة الأنشطة التي يكون جوهرها غير ملموس ، يقوم بتقديمها البنك لعملية بغية اشباع حاجاته ورغباته ، قد يكون انتاجها مرتبطا بمنتج مادي وقد لا يكون ، ولا يترتب عنها أي انتقال للملكية.¹

هي مجموعة من الأنشطة والمنافع الملموسة التي يعرضها المصرف للبيع وتتضمن الحسابات التجارية والتوفير لاجل ، والتحويلات والقروض بانواعها وتبديل العملات.²

الفرع الثاني : خصائص الخدمات البنكية :³

لعل من اساسيات المهارة في اتقان فن الخدمة هي ادراك موظفي البنك في خط مواجهة أي المتصلين مباشرة بالعملاء في البنك للطبيعة المتميزة للخدمة بصفة عامة وخصائص الخدمات المصرفية بصفة خاصة ويمكن تلخيص اهم خصائص الخدمات المصرفية فيما يلي :

1. لايمكن صنع الخدمة مقدما او تخزينها : فمن المستحيل انتاج الخدمة وتخزينها في انتظار العميل فالموظف يصنع الخدمة بمجرد ان يظهر العميل امامه وفي لحظات قليلة يبدأ في تجهيز المواد الخام وبقية عناصر انتاج الخدمة وفي نفس اللحظات تعد الخدمة بما يتناسب مع طلب العميل وبالتالي فان موظف البنك لايعمل في مصنع امام خط إنتاج مستمر ، ان البنك الذي قرر تعيين الموظف في هذا المنصب قد وضعه في خط مواجهة وعلى نقطة الحدود للتعامل مع العميل ويعلم البنك انه من خلال التدريب والممارسة سيكون بإمكان الموظف تقديم الخدمة للعميل وبما يجعله يشتهي العودة مرة أخرى الى طلب الخدمة .
2. لايمكن للموظف انتاج عينات من الخدمة : يقوم الموظف بإنتاج وتقديم خدمة وهي عبارة خبرة ومعايشة فهو لا يستطيع ان ينتج عينات من هذه الخدمة لكي يرسلها الى المستهلك ويحصل منه على موافقة مسبقة عن جودة هذه الخدمة قبل استعماله لها كما انه لا يستطيع ان يوصل هذه الخدمة شفويا الى العميل ، مهما حاول ان يصفها له فان المعايشة شيء اخر ، ومن الغير المتصور ارسال عينة من نوعية الخدمة للعميل والتي يمكن ان يحصل عليها حين يأتي الى البنك ولان كل عميل له حسابات استقبال خاصة به تختلف عن غيره فانه من العسير توفير نموذج موحد يعلنه البنك لكي يرضى كل العملاء ويفرض ذلك بطبيعة الحال ضرورة الاهتمام الشخصي بكل عميل على حدة .
3. التأكد من تقديم مايطلبه العميل : لان الخدمة بطبيعتها ليست شيئا ملموسا يمكن الحكم على مواصفاته بمعايير مطلقة وثابتة بين كل العملاء فان الحكم النهائي على مايقدمه موظف البنك سوف يرتبط بما يطلبه ويتوقع العميل من هذه الخدمة والحقيقة ان موظف الشباك في البنك لا يبيع خدمة الحساب

¹ ط/ عيشوش عبود ، تسويق الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية ، مكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص تسويق ، جامعة الحاج لخضر باتنة ، السنة الجامعية 2008/2009 ، ص 24 .

² ط/ رقان نعيمة / مهادي نعيمة ، محددات الطلب على الخدمات المصرفية الإلكترونية في الجزائر ، شهادة ماستر شعبة العلوم الاقتصادية تخصص اقتصاد نقدي وبنكي ، جامعة مستغانم ، السنة الجامعية 2019 / 2020 ، ص 14 .

³ د/ وسيم محمد خداد والآخرين ، الخدمات المصرفية الإلكترونية ، الطبعة الأولى ، ص 44 ص 46

الجاري لعميل الحساب الجاري ولكنه يدير لحظات مهمة من تجربة عميل اثناء معايشته للخدمات التي يقدمها البنك .

4. الخدمة المصرفية تنتج وتستهلك بنفس الوقت : بمجرد ان يقدم البنك الخدمة للعميل فانه يستهلكها في اللحظة التي يقدمها ، وبالتالي فالعميل لا يستطيع ان يتداول هذه الخدمة مع طرف ثالث وكل مايبقى للعميل هو استمتاعه بلحظات الخدمة التي يصعب عليه حتى ان يعيد وصفها للاخرين بأكثر من شعور بالسعادة .

5. الخدمة غير قابلة للاستدعاء مرة اخرى : بعض المنتجين لسلمة معينة يضطرون الى سحب سلهم من السوق لوجود أخطاء فنية في انتاجها او أحيانا بسبب فسادها او عدم صلاحيتها للاستهلاك الادمي اما الخدمة المصرفية التي تقدم للعميل فلها طبيعة مختلفة من حيث انها غير قابلة للاستدعاء مرة أخرى بعد تقديمها بمجرد ان تصنع الخدمة وتقدم للعميل تستهلك في اللحظة .

6. الخدمة غير قابلة للفحص بعد الإنتاج : لو كان الموظف في مصنع واما خط انتاج لكانت الأمور اسهل كثيرا بالنسبة له فهو ينتج السلعة وبعد ذلك يجلس ليتأملها ويراجع المواصفات ويستغنى عن الوحدات المعيبة من خلال عملية الفرز مقدم الخدمة المصرفية فان يتفاعل ويتعامل مع البشر ونتاجه وتقديمه للخدمة يتم بناء على تفاعل بشري بينه وبين العميل ولايمكنه بطبيعة الحال اجراء عملية الفرز و الرقابة على جودة بعد الإنتاج ومن ثم لا يمكن الاستغناء عن الوحدات المعيبة فالاستهلاك قد تم فعلا والمسؤولية هنا اكبر اخطر وتتطلب ضمانات الجودة قبل لحظة الإنتاج ، ان كثيرا من ضمانات الجودة تكمن بداخل الموظف والقليل منها يرتبط بالأمور الخارجية .

7. صعوبة التمييز في الخدمة المصرفية : تتصف الخدمات البنكية بنمطية جوهرها في البنوك المختلفة ، فاذا اخذنا خدمة بنكية كالحساب الجاري مثلا فاننا نجد انها الخدمة تكاد تكون جوهرها نمطية في كافة البنوك التي تقدمها ، مما يؤدي الى محدودية التنافس بين البنوك على أساس جوهر الخدمات ، وعليه فقد فرض على المسؤولين في البنوك ضرورة البحث عن مجالات أخرى للتنافس كجودة الخدمة والابداع فيما تقدمه البنوك من خدمات لعملاءها¹.

الفرع الثالث : تقسيمات الخدمات البنكية :

تنقسم الخدمات البنكية حسب معيارين :

أولا : حسب نوع الخدمة :وبدورها تنقسم الى نوعين : الأول خدمات مصادر الأموال ، والثاني خدمات توظيف الأموال ، وهذا ما يوضحه لنا الجدول التالي :

¹ ط/ بن صالح مجدة ، العوامل المؤثرة على ثقة العملاء في الخدمات المصرفية الإلكترونية -دراسة حالة بنوك الجزائر- أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه ، شعبة علوم التسيير ، جامعة 8 ماي 1945 قالمة ، السنة الجامعية 2020 /2021 ، ص 45 .

الجدول رقم (03) : تقسيم الخدمات حسب نوع الخدمة¹

خدمات مصادر الأموال	خدمات توظيف الأموال
<ul style="list-style-type: none"> • خدمات الجارية ؛ • الودائع لاجل ؛ • حسابات التوفير ؛ • الشهادات الادخارية ولاستثمارية ؛ • صناديق الاستثمار . 	<ul style="list-style-type: none"> • الاعتمادات المصرفية ؛ • القروض ؛ • بطاقات الائتمان .

المصدر: معمري حسينة ، اليات تطوير خدمات القطاع البنكي في ظل اقتصاد المعرفة دراسة حالة البنك الوطني الجزائري 842 والقرض الشعبي الجزائري وكالة 317 ام بواقي ، ص 37/ 38 .
2-حسب نوع العملاء :

تنقسم الى نوعين :

اول خدمات قطاع الافراد والثاني خدمات قطاع المنظمات كما يوضحه الجدول التالي :
الجدول رقم (04) : تقسيم الخدمات حسب نوع العملاء

خدمات قطاع الافراد	خدمات قطاع المنظمات
<ul style="list-style-type: none"> الحسابات الجارية ؛ حسابات التوفير ؛ شهادات الاستثمار ؛ شهادات الادخارية؛ تحويلات العملة ؛ صناديق الاستثمار . 	<ul style="list-style-type: none"> الحسابات الجارية ؛ الودائع لاجل ؛ خطابات الضمان ؛ تحويلات العملة ؛ صناديق الاستثمار، قروض .

المصدر: معمري حسينة ، اليات تطوير خدمات القطاع البنكي في ظل اقتصاد المعرفة دراسة حالة البنك الوطني الجزائري 842 والقرض الشعبي الجزائري وكالة 317 ام بواقي ، ص 37/ 38 .

¹ ط /معمري حسينة ، ، مصدر سبق ذكره ، ص 37.ص38

المطلب الرابع: طرق ومميزات الخدمات البنكية

الفرع الأول : طرق الخدمات البنكية :

1/ إضافة خدمات جديدة الى نطاق المنتجات البنكية توسيع نطاق الخدمات : يؤدي الى زيادة البيع لمن يملكون حسابات لدى البنك ، لان توسيع نطاق الخدمات المعروضة هي استراتيجية موجهة في الغالب نحو هذا النوع من العملاء

إعادة دمج الخدمات البنكية للحصول على منتجات بنكية جديدة : توجد مجموعة خدمات بنكية تصلح ان تلي حاجات القطاعات السوق معينة وبسبب استحالة الترويج لها فان العميل قد لا يكون مدركا لاهميتها او عارفا بتقديمها

إعادة تصميم الخدمات الحالية : وذلك من خلال اختبار تطوير واعادة تصميم الخدمة الحالية بطريقة ينتج عنها قيمة مضافة¹

الفرع الثاني : مميزات الخدمات البنكية :

ان للخدمة المصرفية مواصفات تجعلها تختلف عن غيرها من الخدمات الأخرى والمتمثلة فيما يلي :

1. تنوع وتعدد الخدمات المقدمة : يحرص كل بنك على تقديم تشكيلة واسعة من العملاء ذوي خصائص ورغبات معينة ، وهذا مايجبر وظيفي البنك بل وجه كبير من اجل التعرف على هذه الخصائص والرغبات ومحاولة الاستجابة لها وتحقيقها للعميل في الوقت والمكان الملائمين وبالسعر والجودة المطلوبة .
2. تشابه ماتقدمه البنوك من خدمات : ان الخدمات التي يقدمها أي بنك تستطيع ان تقدمها البنوك الأخرى ، وهذه اول مشكلة تسويقية تعرض لها البنك ، مما يدفع به للعمل جاهدا لتحقيق التميز عن منافسيه من البنوك بمستوى خدمات تتصف بالجودة العالية .
3. شدة المنافسة بين لبنوك : تتم المنافسة بين البنوك من اجل الانفراد بتقديم خدمات متميزة للزبائن وجلب اكبر عدد منهم ، الامر الذي يزيد من صعوبة مهمة البنك في المحافظة على مستوى معين من المنافسة ، نظرا للظروف البيئية المتغيرة التي ينش فيها البنك .
4. أهمية عنصر الثقة في البنك مما لاشك فيه أن التعامل في الأموال وتعامل على مستوى عالي من الحساسية،وعليه فإن خسارة البنك في إحدى العمليات المالية قد تولد خوفا لدى الزبائن ، مما يؤدي الى عجز البنك عن توفير السيولة اللازمة لمواجهة حركة السحب غير العادية التي تنجم عنها خوف الزبائن ونحو لهم إلى بنوك أخرى توفر لهم الأمان أكثر زيادة على ذلك عدم قدرة البنك على تحقيق الإيرادات والأرباح المناسبة قد يؤدي إلى اهتزاز صورة البنك ونقص الثقة لدى الزبائن الذين يتعاملون معه.
5. اعتماد على التوزيع المباشر: يقدم خدماته مباشرة بواسطة فروع المنتشرة من اجل تلبية رغبات الزبائن حيث يكون قريب منهم ونظرا لأهمية الناحية الشخصية في تقديم الخدمة يلجأ البنك الى استخدام الطرق الحديثة في تقديم بعض الخدمات².

¹ ط/ نور الدين ايمان ، تطوير الخدمات في القطاع المصرفي ، مذكرة ماجستير في علوم التسيير ، جامعة بسكرة ، السنة 2011/ 2012 ، ص 44
² ط/ نسرین راجع ، فعالية تسويق الخدمات المصرفية الحديثة في ترقية تنافسية البنوك التجارية ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر تخصص بنوك وأسواق مالية ، جامعة عبد الحميد بن باديس جامعة مستغانم ، السنة الجامعية 2016/2017 ، ص20 .

المطلب الخامس: ماهية الخدمات البنكية الإلكترونية

الفرع الأول : مفهوم الخدمات البنكية الإلكترونية:¹

يقصد بالخدمات المصرفية الإلكترونية تقديم البنوك للخدمات المصرفية التقليدية او المبتكرة من خلال شبكات اتصال الكترونية ، تقتصر صلاحية الدخول اليها على المشاركين فيها وفقا للشروط العضوية التي حددها البنوك ، وذلك من خلال احد المنافذ على الشبكة كوسيلة لاتصال العملاء بهدف :

- اتاحة المعلومات عن الخدمات التي يؤدها البنك بدون تقديم خدمات مصرفية على الشبكة .
- حصول العملاء على خدمات محدودة تعرف على معاملاتهم وارصدة حساباتهم وتحديث بياناتهم وطلب الحصول على قروض .
- طلب العملاء تنفيذ عمليات مصرفية مثل تحويل الأموال .

كما يمكن تعريفها بانها تشمل المعاملات المالية بين المؤسسات المالية وافراد والشركات التجارية والحكومية . ومن اجل الربحية تحاول المنظمات المصرفية كالمؤسسات الأخرى السيطرة على تكاليف وخفض المصروفات التشغيلية ، متخذ من التكنولوجيا وابتكار ادواتها لتحقيق ذلك . حيث يستطيع الزبون انطلاقا من حاسوبه الشخصي الذي يتم ربط بحواسيب المصرف عبر الخطوط الهاتفية للقيام بمختلف العمليات المصرفية ، وهذا مايزيد كثيرا من راحة الزبائن حيث لاتوفر الصيرفة الإلكترونية عليهم التنقل فقط ، بل تجعل استخدام الموزع الآلي ، الصيرفة الهاتفية ، والصيرفة بالمراسلة في اغلب الحالات عمليات غير ضرورية ، كما تمكن أيضا من اجراء العمليات ليس فقط على مستوى محلي ، بل على المستوى العالمي دون انقطاع .

الفرع الثاني : تعريف الخدمات البنكية الإلكترونية :²

- عرف رضوان رافت الخدمة المصرفية الإلكترونية بانها مجموعة من التقنيات والأساليب التكنولوجية الحديثة التي افرزتها الثورة التكنولوجية في العالم المتقدم ، والتي أدخلت في النظام المصرفي من اجل تسهيل العمليات المصرفية بين مختلف الأطراف الاقتصادية والمتعاملين بشكل عام ، وتشمل كل المعلومات المالية بين المنظمات والافراد والشركات ومن اجل تحسين الربحية وتخفيض التكاليف .

-كما عرفها Rust & Lemon بانها تنطوي على تقديم الخدمات عبر وسائل وشبكات الكترونية مثل : الهاتف الجوال ، الرسائل القصيرة الخ ، ويتضمن هذا التصور ليس فقط الخدمات التي اعتادت مؤسسات الخدمات التقليدية على تقديمها ، وانها أيضا تلك الخدمات المقدمة من قبل الصناعين وعليه فان مفهوم الخدمة الإلكترونية واسع اطاره لا يقتصر على مزودي الخدمات فقط بل موجه للزبون أساسا .

¹ د/ عرابة راجح ، دور تكنولوجيا الخدمات المصرفية في عصرنة الجهاز المصرفي الجزائري ، جامعة شلف ، الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية - العدد 8- ص 14 .

² ط/ عبد الفتاح دقاشي والآخرين، مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة ماستري العلوم الاقتصادية تخصص اقتصاد نقدي وبنكي ، مساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية في البنوك العمومية الجزائرية ، السنة الجامعية 2017/ 2018 ، ص3- ص4

- وجاء في تعريف وزارة التنمية الدولية البريطانية للخدمات المصرفية الإلكترونية بأنها تقديم خدمات مالية خارج الاطار التقليدي للفروع البنكية باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كاستخدام بطاقات ، الهواتف الجواله ، الانترنت على سبيل المثال .

- ومن خلال التعاريف السابقة يمكن تقديم تعريف الخدمات البنكية الإلكترونية بأنها الخدمات او النظم التي تمكن زبائن المصرف من الوصول للحسابات المصرفية او الحصول على معلومات عن المنتجات المالية والخدمات من خلال شبكة خاصة او عامة بما في ذلك شبكة الانترنت .

الفرع الثالث : خصائص الخدمات البنكية الإلكترونية :

تتميز الخدمات البنكية الإلكترونية بعدة خصائص نذكر منها :

✓ **التقليل من الوثائق الورقية للمعاملات :** اذ ان كافة الإجراءات والمراسلات بين طرفي

الخدمة (الزبون ، مقدم الخدمة) المصرفية تتم الكترونيا دون استخدام ورق ووثائق رسمية .

✓ **فتح مجال امام البنوك صغيرة الحجم :** وذلك لتوسيع نشاطها عالميا دون الحاجة الى التفرع

الخارجي او زيادة الموارد البشرية او زيادة فروع داخلية جديدة ، حيث يمكن استهداف جميع الزبائن من خلال الخدمات المصرفية الإلكترونية .

✓ **عدم إمكانية تحديد الهوية :** اذ لا يرى كل من متلقي ومقدم الخدمة الأخر، حيث تقوم

الخدمات الإلكترونية بالتعرف على متلقي الخدمة له ، وهذا ما تعالجه التكنولوجيا بالعديد من وسائل

التامين للتعرف على الهوية الإلكترونية .

✓ **إمكانية تسليم الخدمات الكترونيا :** وذلك دون حاجة الزبون للذهاب الى البنك ، وبذل جهد

ووقت ، اذ يمكن تسليم الخدمة الكترونيا ، وتوفير الوقت والجهد ، على سبيل المثال ، كشوفات

الحساب والارصدة .

✓ **سرعة تغيير القواعد الحاكمة :** اذ تستطيع البنوك من خلال تقديم خدماتها الكترونيا من مواكبة

التطور السريع في قطاع الخدمات المصرفية ، والقيام بتقديم خدمات جديدة وبسرعة عالية من خلال

الخدمات الإلكترونية¹ .

الفرع الرابع : أهمية الخدمات البنكية الإلكترونية :

وبشكل عام ان القيام البنوك بتسوية مختلف معاملاتها وخدماتها المالية عبر الخدمات الإلكترونية يعود

بفوائد اقتصادية على البنوك وزبائن ويمكن إنجازها بالنقاط التالية :

(1) **تخفيض النفقات التي يتحملها البنك لاجراء معاملات :** اذ لا يحتاج الزبون الى الانتقال للبنك مما

يؤدي الى عدم الحاجة الى انشاء فروع جديدة للبنوك ، خاصة في المناطق المعزولة جغرافيا بل يكفي اجراءها

عن طريق الخدمات الإلكترونية للبنك ، وذلك على سبيل المثال عن طريق الانترنت ن الهاتف النقال ،

الرسائل القصيرة .

¹ ط/ عبد الفتاح دقاشي والآخرين، مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة ماستر في العلوم الاقتصادية تخصص اقتصاد نقدي وبنكي ، مساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية في البنوك العمومية الجزائرية ، السنة الجامعية 2017/2018 ، ص 4 .

- (2) الصمود بوجه المؤسسات المصرفية الأخرى : ان تسويق الخدمات البنكية الالكترونية يمكننا من الحفاظ على حصتنا السوقية والقيام أيضا بزيادتها ، وذلك من خلال الأساليب التسويقية المختلفة التي تساعد في مواكبة تطور الخدمات المصرفية الالكترونية المختلفة عم طريق تكنولوجيا الاتصالات .
- (3) زيادة ارتباط الزبائن بالبنك : ان تقديم البنك معاملته البنكية عن طريق الخدمات الالكترونية تساعد بامتلاك ميزة تنافسية وتدعيم علاقاته مع زبائنه مما يؤدي الى زيادة ارتباطهم بهذا البنك الولاء له دون غيره .
- (4) إمكانية الوصول الى قاعدة أوسع من الزبائن : من اهم مميزات الخدمات الالكترونية ميزة الوصول الى قاعدة عريضة من الزبائن عبر العالم دون التقيد بمكان او زمان معين¹.

¹د/ عبد الفتاح دقاشي والآخرين ، مصدر سبق ذكره ص 6 .

المبحث الثاني: البنية التحتية للخدمات البنكية ووسائل فعملها

المطلب الأول: البنية الأساسية للخدمات البنكية الإلكترونية: ¹

ان أداء الخدمات البنكية الإلكترونية في مجال إدارة البنك يتطلب مجموعة من البنى الأساسية التي تضمن حسن سيرها وضمان سلامة نشاطها وتظهر هذه البنى في مايلي :

1/ البنية التقنية : تعتبر البنى التحتية التقنية في مقدمة متطلبات الخدمات البنكية الإلكترونية في وسائل الاتصالات وتقنية المعلومات وتعد هذه البنى التحتية المتطلب الرئيسي لضمان خدمات الكترونية ناجحة وكذلك ضمان دخول امن وحماية للبيانات المعلوماتية ، وهذه البنى تمثل اهم تحدي امام اعمال الصيرفة الإلكترونية ، كما تعد هذه البنية اهم دعامة أساسية للتعامل البنكي الإلكتروني في عصر المعلوماتية .

2/ التكنولوجيا الحديثة للعمليات البنكية : لقد تفاقم تدخل دور التكنولوجيا البنكية في تحقيق ترقية وتطوير وسائل تقديم الخدمة البنكية ، بما يتوافق والايقاع المتسارع للصناعة البنكية في القرن الواحد والعشرين ، وقد اعتبر جهاز إدارة البنك هو الجهاز الأكثر استخداما لادوات العصرية وزيادة حجم استثماراتها في تقنيات النظم وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات .

3/ المؤهلات البشرية القادرة على تحقيق الخدمات البنكية الإلكترونية : ان بناء بنية تحتية لتكنولوجيا معلومات عالية وقوية ومتكاملة تتطلب بناء قاعدة بشرية كفؤة وذات مواصفات أهلية مناسبة قادرة على استخدام تكنولوجيا المعلومات والبرمجيات والمعدات والاتصالات ، وذلك لضمان قيام الموظفين بمسؤولياتهم بطريقة متجانسة وكذا تحسين فعاليات العمليات انتاجياتها وتعزيز مخرجاتها .

4/ الوعي وثقافة المجتمع للعمليات البنكية الإلكترونية : تلعب الثقافة والمعرفة بالخدمات الإلكترونية دورا هام في انتشارها وتطورها لاسيما بين المؤسسات التجارية والقطاعات الإنتاجية ، يعد مستوى التعليم ونوعيته في أي بلد وسيلة مهمة في نشر الثقافة والاستخدام الإلكتروني على الصعيد العام ، كما ان غياب مثل هذه الثقافة من شأنه ان يؤدي الى بروز مشكلة عدم الثقة في التعامل عبر الوسائل الإلكترونية وارتفاع المختصر التي تواجهها بنية التكنولوجيا البنكية ومخاطر الاتصال بشبكة الانترنت .

المطلب الثاني : الخدمات البنكية المقدمة الكترونيا :

تنفرد البنوك الإلكترونية في تقديم خدمات متميزة عن غيرها من البنوك تلبية لاحتياجات العميل المصرفي وهو ما يحقق للبنك مزايا عديدة عن غيره من البنوك المنافسة .

1/ استخدام الهاتف النقال : يعتبر من احدث التقنيات المستعملة في تقديم الخدمات البنكية عن بعد ، حيث انه يضيف عليها بعدا جديدا ومرونة في التعامل وهذا من خلال تخطيه حاجز المكان والزمان ، ويتم التعامل مع هذه التقنية التقنية الحديثة من خلال الاتصال المباشر بمركز الاتصالات الهاتفية او الخادم الصوتي Service Vocaux ، إضافة الى استخدام الرسائل القصيرة SMS للحصول على معلومات وكذلك إمكانية ايصال هذا الأخير مع الانترنت للحصول على مختلف الخدمات وذلك من خلال تزويد العميل برقم سري وكذا إرشادات الحصول على الخدمة .

¹ ط/ مريم نابي ، الخدمات البنكية الإلكترونية واثرها على تحسين أداء الإدارة البنكية ، كلية الحقوق والعلوم السياسية بجامعة مولود معمري - تيزي وزو - ص 6 .

- ومن بين الخدمات التي يتحصل عليها المتعاملين من خلال الهاتف النقال مايلي :
- الاستفسار عن الحسابات الشخصية¹؛
 - تحويل الأموال ؛
 - معرفة أسعار العملات ؛
 - تفاصيل عن ارصدة حساباتهم وحركتها ؛
 - معدلات الفائدة لكل أنواع الودائع ؛
 - الحصول على اخر العمليات التي اجرها العميل ؛
 - طلب الحصول عل كشف الحساب المفصل ؛
 - طلب دفتر الشيكات ؛
 - الخدمات المتعلقة ببطاقات الائتمان ؛
 - طلب تسديد فواتير الخدمات العامة ؛
 - طلب تغير كلمة السر ورمز المستخدم في أي وقت .
- 2/ الانترنت المصرفي :ان نظام الانترنت القائم على البنك المنزلي له أهمية كبيرة سواء على مستوى البنوك او على مستوى العملاء الذين يتوفرون على خطوط الانترنت وتبرز اشكالها فيما يلي :
- امداد العملاء بالمعلومات الخاصة بأرصدهم .
 - تقديم طرق دفع العملاء للكمبيالات المسحوبة عليهم الكترونيا .
 - كيفية إدارة المحافظ المالية للعملاء .
 - طرق تحويل الأموال بين حسابات العملاء المختلفة .
 - تقديم نشرات الكترونية إعلامية عن الخدمات المصرفية .
- 3/ النظام المصرفي المباشر مع العميل : بدأت مجموعة من المصارف العالمية الكبرى في تطبيق النظم المصرفية المباشرة من الزبائن من الحاسب الالي المتواجد في المنزل او المكتب ، ومن خلال هذه الخدمة يستطيع الزبون ان يتمكن من القيام بالعمليات الروتينية مثل تحويل الأموال من حساب الى اخر .
- 4/ التحويل الالكتروني للاموال : تعمل المصارف الالكترونية داخل شبكة المعلومات الدولية عن طريق المشاركة في شبكة حواسيب تتولى التداول الالكتروني لمجموعة من القيود المحاسبية التي تتم بين الدائن والمدين في مختلف المصارف ويهدف نظام التحويل الالكتروني للاموال من اجل تسهيل وتعجيل المدفوعات وتسويتها بين المصارف وهذا ماينتج عنه تقديم خدمات افضل للزبائن من خلال هذه المالية المصرفية تتميز المصارف بميزة تنافسية في الأسواق العالمية من خلال العمل الالكتروني ويتيح للمصارف إمكانية التسوية الفورية للاموال عبر حساباتها الجارية ، لدى المصارف المركزية توفير دفع فوري لعملائها كما يشمل النظام

¹ ط/ مهوب سماح ، الاتجاهات الحديثة للخدمات المصرفية ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في البنوك والتأمينات وشعبة العلوم الاقتصادية فرع بنوك وتأمينات ، جامعة منتوري - قسنطينة - السنة الجامعية 2004/2005 ، ص 87 .

تسوية المدفوعات التي تتم عن طريق شبكة المدفوعات والنظام الإلكتروني لتداول الأسهم ومقاصة الشيكات

5/ خدمات المقاصة الإلكترونية : هي عبارة عن نظام ما بين البنوك وهو عبارة عن مجموعة من الإجراءات والقواعد المعتمدة في تحويل ما بين البنوك الكترونيا ويتم اصدار امر التحويل عن طريق الكمبيوتر او الهاتف المحمول ومن بين الوظائف الأساسية لنظام المقاصة الالية مايلي :

- تسير المبادلات ما بين البنوك بوسائل دفع غير مادية .
- تسير المقاصة متعددة الأطراف مما يسمح بحساب ارصدة المتعددة الأطراف لكل أداة من أدوات الدفع .

• الحفاظ على أرشيف للمعطيات الإلكترونية.¹

المطلب الثالث : وسائل الدفع الإلكتروني²

تطورت وسائل الدفع الإلكتروني مع انتشار عمليات التجارة الإلكترونية ، ويقصد بالدفع الإلكتروني على انه مجموعة الأدوات و التحويلات الإلكترونية التي تصدره المصارف والمؤسسات كوسيلة دفع ، وتتمثل في البطاقات البنكية ، والنقود الإلكترونية ، والشيكات الإلكترونية ، والبطاقات الذكية .

1- البطاقة البنكية : او البطاقة البلاستيكية ، وهي عبارة عن بطاقة مغناطيسية يستطيع حاملها استخدامها في شراء معظم احتياجاته او أداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات دون الحاجة لحمل مبالغ كبيرة قد تتعرض لمخاطرة السرقة او الضياع او الإتلاف .

وتنقسم البطاقات الإلكترونية الى ثلاث أنواع هي :

أ -بطاقة الدفع CIB: تصدرها البنوك او شركات التمويل الدولية بناء على وجود ارصدة فعلية للعميل في صورة حسابات جارية تقابل المسحوبات المتوقعة له.

ب -بطاقات الائتمانية : وهي البطاقات التي تصدرها المصارف في حدود مبالغ معينة ، تمكن حاملها من الشراء لاحتياجاته مع دفع اجل لقيمتها ، مع احتساب فائدة مدينة على كشف الحساب بالقيمة التي تجاوزها العميل نهاية كل شهر.

الفوري ت - بطاقات الصرف الشهري : تختلف هذه البطاقات عن البطاقات الائتمانية كونها تسدد بالكامل من قبل العميل للبنك خلال الشهر الذي تم فيه السحب (أي ان الائتمان في هذه البطاقة لايتجاوز شهر).

تصدر البطاقة البنكية من طرف مجموعة من المنظمات العالمية والمؤسسات المالية والتجارية نذكر منها :
+ فيزا **visa internationale** : تعد اكبر شركة دولية في اصدار البطاقات الائتمانية ، يعود تاريخ انشائها الى عام 1958 عندما اصدر بنك أمريكا البطاقات الزرقاء والبيضاء والذهبية .

¹ ط/ نايب حبيب ، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات لنيل شهادة ماستري في العلوم الاقتصادية تخصص اقتصاد نقدي وبنكي ، واقع ووسائل الدفع الإلكترونية البنك الجزائر، السنة الجامعية 2018/2019 ، ص 34/ص 35 .

² يوسف حسن يوسف ، البنوك الإلكترونية ، المركز القومي للاصدارات القانونية القاهرة ، الطبعة الأولى 2012 ، ص 22 /ص 23

- + ماستر كارد **Master carte internationale**: هي ثاني اكبر شركة دولية في اصدار البطاقات الائتمانية ، مقرها في الولايات المتحدة الامريكية ، بطاقتها مقبولة لدى اكثر من 9.4 مليون محل تجاري ، استخدمت لتسوية معاملات بلغت اكثر من 200 مليون دولار.
 - + امريكان اكسبرس **American Express** : هي من المؤسسات المالية الكبرى التي تصدر بطاقات ائتمانية مباشرة دون ترخيص إصدارها لأي مصرف ، واهم البطاقات الصادرة عنها :
 - اكسبرس الخضراء : تمنح للعملاء ذوي الملاءة المالية العالية .
 - اكسبرس الذهبية : تمتاز بتسهيلات غير محددة السقف الائتماني ، تمنح للعملاء ذوي الملاءة المالية العالية .
 - اكسبرس الماسية : تصدر لحاملها بعد التأكد من الملاءة المالية ، وليس بالضرورة ان يفتح حاملها حساب لديها .
 - + ديتركلوب **Diter Club** : من مؤسسات البطاقات الائتمانية الرائدة عالميا ، رغم صغر عدد بطاقتها الا انها حققت أرباح وصلت الى 16 مليون دولار ، تصدر بطاقات متنوعة مثل :
 - بطاقات الصرف البنكي لكافة العملاء .
 - بطاقات الاعمال التجارية لرجال الاعمال .
 - بطاقات التعاون مع الشركات الكبرى مثل شركات الطيران .
- 2- النقود الالكترونية :

- تعريفها وبعد ظهور البطاقات البنكية ظهرت النقود الالكترونية او " النقود الرقمية " والتي هي عبارة عن نقود غير ملموسة تأخذ صورة وحدات الكترونية تخزن في مكان امن على الهارد ديسك لجهاز الكمبيوتر الخاص بالعميل يعرف باسم المحفظة الالكترونية، ويمكن للعميل استخدام هذه المحفظة في القيام بعمليات البيع او الشراء او التحويل .
- وعلى ذلك يمكن تجسيد النقد الالكتروني في صورتين :
- حامل النقد الالكتروني **le porte – monnaie electronique** : يحتوي على احتياطي نقدي مخزن في البطاقة يسمح باجراء الدفع للمشتريات الصغيرة .
 - النقد الافتراضي **la monnaie virtuelle** : عبارة عن برنامج يسمح باجراء الدفع عبر شبكات الانترنت.¹
- اشكالها :

- * البطاقة البلاستيكية الممغنطة : هي بطاقة مدفوعة سلفا تكون القيمة المالية مخزنة فيها ويمكن استخدام هذه البطاقة للدفع عبر الانترنت وغيرها من الشبكات ، كما يمكن استخدامها في نقاط البيع التقليدية .
- * النقود الالكترونية المبرمجة : قد تكون المحفظة الالكترونية أحيانا بطاقة ذكية يمكن تثبيتها على الكمبيوتر الشخصي ، او انها تكون قرصا مرنا **Compact Disc CD** ، يمكن إدخاله في الفتحة الخاصة بالقرص المرن في

¹د/ يوسف حسن يوسف ، البنوك الالكترونية ، مرجع سبق ذكره ، ص 25 .

الكمبيوتر الشخصي ليتم نقل القيمة المالية (منه او اليه) عبر الانترنت . وتجدر الإشارة الى ان البطاقة الذكية مزودة بشريحة Chip حاسوبية ، قادرة على تخزين بيانات ، تعادل خمسمائة ضعف مايمكن تخزينه البطاقات البلاستيكية الممغنطة ، وبخلاف ماهو عليه الحال في النقود الالكترونية ، التي تعتمد على البرمجيات فقط ، فانه يمكن استخدام البطاقات الذكية للدفع عبر الانترنت ، وكذلك في الأسواق التقليدية¹.

3 الشيكات الالكترونية : وهو مثل الشيك التقليدي تعتمد فكرة الشيك الالكتروني على وجود وسيط لاتمام عملية التخليص والممثل في جهة التخليص (البنك) الذي يشترك لديه البائع والمشتري من خلال فتح حساب جاري بالرصيد الخاص بهما مع تحديد التوقيع الالكتروني لكل منهما وتسجيله في قاعدة البيانات لدى البنك الالكتروني ، من البنوك التي تبني فكرة الشيكات الالكترونية بنك بوسطن ، سيتي بنك .

3- البطاقات الذكية : تماشيا مع التطورات التكنولوجية ظهرت البطاقة الذكية smart cards والتي هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية تحتوي على خلية الكترونية يتم عليها تخزين جميع البيانات الخاصة بحاملها مثل الاسم ، العنوان ، المصرف المصدر ، أسلوب الصرف ، المبلغ المنصرف وتاريخه ، وتاريخ حياة العميل المصرفية.²

ان هذا النوع من البطاقات الجديدة يسمح للعميل باختيار طريقة التعامل سواء كان ائتماني او دفع فوري ، وهو مايجعلها بطاقة عالمية تستخدم على نطاق واسع في معظم الدول الأوروبية والأمريكية ، ومن الأمثلة للبطاقات الذكية بطاقة المندكس "mondexcard" التي تطرحها لعملاء المصارف وتوفر لهم العديد من المزايا نذكر منها :

- يمكن استخدامها كبطاقة ائتمانية او بطاقة خصم فوري طبقا لرغبة العميل .
- سهولة ادارتها مصرفيا بحيث لايمكن للعميل ان يستخدمها بقيمة اكثر من الرصيد المدون على الشريحة الالكترونية للبطاقة .
- امان الاستخدام لوجود ضوابط امنية محكمة في هذاالنوع من البطاقات ذات الذاكرة الالكترونية .
- إمكانية التحويل من رصيد بطاقة الى رصيد بطاقة أخرى من خلال آلات الصرف الذاتي او أجهزة التليفون العادي او المحمول .
- يمكن للعميل السحب من رصيد حسابه الجاري بالبنك وازضافة القيمة الى رصيد البطاقة من خلال الات الصرف الذاتي او أجهزة التليفون العادي او المحمول.³
- السفتجة الالكترونية : هي احدى وسائل الدفع الحديثة وتعتبر امدادا للسفتجة الورقية التقليدية مع بعض الخصوصية التي تحيط بها نظرا لطبيعة الرقمية التي تمتاز بها ، يقوم بانشاء عملاء البنوك التي تعتمد أنظمة الدفع الالكترونية سواء كانت ورقية او ممغنطة كل حسب طبيعتها الخاصة.¹

¹ د/ عامر إبراهيم قنديلجي ، التجارة الالكترونية وتطبيقاتها ، دار الميرة للنشر والتوزيع ، الطبعة 2015 ، ص 197 / ص 198 .

² مرجع سبق ذكره ، د/ يوسف حسن يوسف ، البنوك الالكترونية ، ص 23 / ص 2 .

أنواع السفتاج الإلكترونية :

1/ السفتجة الإلكترونية الورقية او المقترنة بكشف (la lettre de change relevé papier) : ويرمز لها

اختصارا (L.C.R.paper) هذا النوع شبيه بالسفتجة التقليدية ، وهي تمر بمرحلتين :

المرحلة الأولى : انشاء سفتجة تقليدية قائمة على دعامة ورقية من قبل الساحب .

المرحلة الثانية : قيام مصرف الساحب بمعالجة السفتجة التقليدية الكترونيا عند تقديمها اليه او حتى بمناسبة تداولها ، عن طريق ادخال البيانات على دعامة ممغنطة ترسل الى بنك المسحوب عليه .

ويشترط ان تتم الطباعة بطريقة تسمح بمعاملة السفتجة الإلكترونية ، والاطلاع عليها باستخدام وسائل الاطلاع الآلية والبصرية وبوسائل المعلومات الحسية (الحاسب الآلي) .²

2/ السفتجة الإلكترونية الممغنطة :

وفيها يختفي أي دور للورقة وتصدر من البداية على دعامة ممغنطة ، والواقع ان هذا النوع هو الذي يمثل قمة الاستفادة من التقنيات الإلكترونية الحديثة .³

المطلب الرابع : عوامل نجاح تقديم الخدمات البنكية :

لكي تستطيع البنوك التي تقدم الخدمات المصرفية الخاصة ان تنجح في هذا الميدان يجب ان تأخذ بعين الاعتبار مجموعة من العوامل أهمها :

▪ السرية في التعامل : وبالتالي شعور الزبون بالمزيد من الأمان الامر الذي يساعد على ضمان ولاء الزبون للبنك وعدم خروجه من قائمة الزبائن الكبار له .

▪ ضرورة توفير إطارات مؤهلة ومحترفة وذو خبرة متنوعة وعميقة وتستطيع ان توفر حلول شاملة ومنفصلة تناسب احتياجات الزبون من حيث الوقت ، المكان ، السعر ، والطريقة المناسبة ، والسرعة ، والدقة اللازمة .

▪ ضرورة فهم طبيعة الزبون وتوقعاته وتوفير راحة التعامل ، من خلال المسؤولية عن قسم الخدمات المصرفية .

▪ ضرورة توفير البنك لفريق من المحللين على الصعيدين الجزئي والكلبي وذلك لابقاء الزبائن على معرفة باحدث المستجدات المالية على المستويين المحلي والعالمي .

▪ ضرورة توفير مسؤول واحد لكل زبون وذلك لتأمين إقامة علاقات على درجة عالية من الخص وصية ومعرفة وثيقة بمقدم الخدمة ومدير العلاقات وبالتالي ضمان استمرارية العلاقة بين عذا المسؤول والزبون .

¹https://www.asjp.cerist.dz>article.24/05/2021 .18: 37.

² / حوالف عبد الصمد ، محاضرات في وسائل الدفع البنكية ، موجهة لطلبة ماستر 2 تخصص قانون الاعمال ، ص 11 .

³ ط/ اطرش لبني ، الخدمات البنكية الإلكترونية ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في القانون الخاص تخصص قانون خاص للاعمال ، جامعة محمد الصديق بن يحيى -جيجل- ، السنة الجامعية 2014 / 2015 ، ص 22.

■ وجود سياسة استثمارية واضحة ومفهومة لدى البنك ، وهذا على أساس ان تركز الأهداف الرئيسية للبنك في بناء علاقات طويلة المدى محورها الثقة المتبادلة وفهم الاحداث المالية الحالية والمستقبلية للزبائن وتوفير الخدمة المبنية على المعرفة وفقا لاحتياجات واهداف ومتطلبات الزبون.¹

المطلب الخامس : تقنيات امن العمليات البنكية الالكترونية :

تقنيات تحديد الشخصية والتحقق منها : يهدف استخدام هذه التقنيات الى التأكد من مشروعية الاستفادة من الخدمات البنكية الالكترونية وان المستفيد فعلا هو العميل صاحب الحساب البنكي ، فعند التعاقد اما ان يطلب البنك من زبونه اختيار الهوية التي يستعمل بها مع البنك الانترنت (userID) وكلمة مرور سرية (secret password) لا يعرفها الى العميل ، واما ان يقوم البنك بتزويد عملية بالهوية وكلمة المرور وبارسالها له على بريده الالكتروني .

وإذا كان التطور التكنولوجي قد اوجد من الوسائل مايساعد على التحقق من الهوية بشكل اكيد فانه بالموازاة مع ذلك تطورت وسائل السطو على المعلومات ، الامر الذي دفع البنوك الى استخدام وسائل إضافية لحماية العملاء ، وسنقوم في هذه الفقرة بالتطرق لبعض التقنيات المستخدمة في المجال البنكي والخصوص تقنية هوية المستخدم وكلمة السر التي لا تتكرر .

أولا : نظام هوية المستخدم وكلمة السر : عند دخول العميل لموقع البنك على الانترنت بقصد الاستفادة من الخدمات الالكترونية ، فان اول ما يصادفه طلب ادخال هوية المستخدم وكلمة السر حتى يتمكن من الوصول لحسابه ، وبالتالي فان إدخالها بشكل وسيلة للتحقق من الشخصية ودليلا على ان الذي قام بالعملية هو صاحب الحساب ، وإذا كان موقع البنك يسمح باجراء العمليات بمجرد الدخول اليه باستخدام الهوية وكلمة السر فانها بذلك يشكلان دليلا على اتجاه إرادة العميل الى الالتزام بمقتضى العملية التي اجراها .

بالرجوع الى القوانين التي نظمت التوقيع الالكتروني نجد مثلا ان المشرع الأردني قام بتعريفه في المادة الأولى من قانون التعاملات الالكترونية رقم 85 لسنة 2001 بانه البيانات التي تتخذ هيئة حروف او أرقام او رموز او غيرها ، تكون مدرجة بشكل الكتروني او ضوئي او رقمي او أي وسيلة أخرى مماثلة في رسالة معلومات او مضافا اليها او مرتبط بها ولها طابع يسمح بتحديد هوية الشخص الذي وقعها ويميز عن غيرها من اجل توقيعه ويغرض الموافقة على مضمونه .

بالتالي فان استخدام هذا النظام الولوج للخدمات البنكية يمكن اعتباره بمثابة توقيع الكتروني لانها يمكن اجراء العملية الا بإدخال كلمة السر وهوية المستخدم وهي بذلك تكون مرتبطة برسالة المعلومات المتضمنة للعملية المجراة ، وباعتبارها خاصة بالعميل وحده فانها تميز شخصيته وتدل عليها وعلى ارادته في القيام بالعملية والالتزام بمضمونها .

ط/ معمرى حسينة ، البات تطوير خدمات القطاع البنكي في ظل اقتصاد المعرفة دراسة حالة البنك الوطني الجزائري وكالة 842 والقرض الشعبي الجزائري وكالة 317 ام البواقي . السنة الجامعية 2018 /2019 ص 40 .¹

الا انه رغم الاحتياطات التي قد يتخذها العميل من اجل عدم كشف كلمة السر الخاصة به فان ابتكارات بعض الأشخاص الذين يحترفون الاجرام عبر الانترنت تجعلهم قادرين على التوصل لمعرفتها مما دفع البنوك الى استخدام وسائل حماية إضافية مثل كلمة السر التي لا تتكرر.¹

ثانيا : كلمة السر التي لا تتكرر:²

يستخدم هذا النظام كوسيلة إضافية للنظام السابق ، حيث تقوم ببعض البنوك باستخدامه مع عملائها عند اجراء العمليات التي تتضمن أوامر الدفع ، أي بعبارة أخرى تلك العمليات المؤثرة في الذمة المالية للعميل .

وبالنسبة لطريقة عمل هذا النظام فانه يمكن التمييز بين طريقتين :

الطريقة الأولى : تسمى نظام (S/Key) وتعتمد على اشتراك كل من العميل والبنك للتوصل لكلمة السر التي لا تتكرر ، حيث يتم تزويد كل منها في البداية بنفس جملة المرور (Pass Phrase) وعدد مرات ادخال البيانات لخوارزمية القيمة الاختبارية (hash) ، فيبدا العميل بارسال رسالة البداية ، فيرد البنك برقم عشوائي (seed) يتم استخدامه في استخراج كلمة السر التي لا تتكرر في ثلاث خطوات :

- الخطوة التمهيدية : حيث يدخل العميل جملة المرور ويتم اضافتها الى الرقم العشوائي ثم ترسل الى البنك .

- خطوة التوليد : حيث يتم تنفيذ خوارزمية القيمة الاختبارية عدة مرات على هذه الجملة لانتاج كلمة سر ذات 64 خانة Bit () او اكثر ، هذا العدد من المرات هو المخزن في جهازي العميل والبنك .

- خطوة العرض : حيث تأخذ كلمة السر المنتجة في المرحلة السابقة وتعرض بصورة مقروءة وفي المرحلة النهائية يستخدم العميل هذه الكلمة مرة واحدة فقط بارسالها للبنك الذي يتأكد من صحتها ، وبعد ان تتم العملية المراد إنجازها تصبح هذه الكلمة غير صالحة للاستعمال .

وإذا أراد العميل القيام بعملية بنكية أخرى يجب عليه اتباع نفس الخطوات السابقة ، الا ان تعقد هذا النظام دفع البنوك الى استخدام طريقة أخرى تعتمد فيها الى تزويد العميل بجهاز توثيق وكلمة السر اللازمة لتشغيل الجهاز.

هذا الجهاز يكون متصلا بالبنك في حالة تشغيله ، فاذا أراد العميل القيام باي عملية من العمليات التي تؤثر في ذمته المالية يقوم باستخراج كلمة السر اللازمة لذلك من الجهاز بالضبط على احد مفاتيحه فتظهر له الكلمة بشكل مقروء على شاشة الجهاز ، ثم يقوم بادخالها في الخانة المخصصة لذلك على شاشة الكمبيوتر لتتم بذلك العملية المطلوبة .

وقد سميت هذه الطريقة بكلمة السر التي لا تتكرر لان كلمة السر المستخرجة من جهاز التوثيق لا تكون صالحة الا لعملية واحدة وخلال مدة محدد في دقيقة واحدة فقط ، وهي شأنها شأن الكلمة المستخرجة بطريقة خوارزمية القيمة الاختبارية تعتبر بمثابة توقيع الكتروني .

¹ د/ محمود محمد أبو فروة ، الخدمات البنكية الالكترونية عبر الانترنت ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى و الطبعة الثانية 2009 / 2012 ، ص 85 / ص 87 .

² د/ محمود محمد أبو فروة ، مرجع سبق ذكره ، ص 87 / ص 90 .

يستنتج مما سبق ان التقنيات التي سبق الحديث عنها تمكن البنك من التحقق من شخصية العميل وتؤكد في حالة استخدامها بشكل صحيح وفق تعليمات البنك ان المتعامل بها هو فعلا صاحب الحساب ، لكن بالنظر الى ان وسائل ارتكاب الجريمة المعلوماتية في تطور مستمر ، وتنوع الوسائل التي قد يلجأ اليها المجرم فان التحقق من الشخصية قد لا يكون كافيا اذا قام المجرم باستخدام طرق أخرى للسطو على الحسابات دون محاولته السطو على كلمات السر

الفقرة الثانية : تقنيات امن المراسلات والمواقع الالكترونية :¹

ان استخدام الانترنت في العمليات البنكية لا يشكل خطرا على الذمة المالية للعملاء فقط بل ان هذا الخطر يمتد كذلك ليشمل حياتهم الخاصة ، فالمعلومات التي يقدمها العملاء للبنوك يمكن الاطلاع عليها باستخدام أجهزة وتقنيات بسيطة في بعض الأحيان اذا ما أدخلت لشبكة الانترنت ، الشيء الذي قد يؤثر على سمعة العميل ومستقبله المالي مما أدى العاملين في الميدان الالكتروني إلى ابتكار وسائل حديثة لحماية امن وسرية المراسلات والمعلومات عن طريق تشفيرها أولا وحماية المواقع الالكترونية والشبكات الداخلية من خلال جدران الحماية ثانيا .

أولا : التشفير (Cryptographie)

يعرف التشفير بأنه تغيير مظهر المعلومات بحيث يختفي معناها الحقيقي ، من خلال إخفائها عن كل من ليست له صفة للاطلاع عليها أو العبث بمحتوياتها بتغيير شكلها الى صورة لا يمكن فهمها إلا بعد إرجاعها إلى صورتها الأصلية ، وذلك لا يمكن أن يتم إلا باستخدام مفتاح معين لا يملكه إلا صاحب الحق في الاطلاع على المعلومات .

التشفير علم قديم وحديث في نفس الوقت ، فهو ولد منذ فترة طويلة وتطور بشكل كبير بعد استخدام الحاسب الآلي حتى وصل إلى شكله الحالي ، والتشفير يتخذ في مجال حماية المعلومات عدة أشكال يمكن أن نذكر منها أسلوب التشفير المتماثل أو أسلوب التشفير المتماثل أو أسلوب الرقم السري او التشفير الغير المتماثل أو المفتاح العام .

لأسلوب التشفير المتماثل فهو يقوم على تشفير الرسالة بالاعتماد على مفتاح واحد يستخدم كذلك في فك الشفرة ، وكلما ازداد طول المفتاح أي عدد الخانات (Bits) كلما أصبح أكثر مناعة ، إلا انه يؤخذ على هذا النوع انه غير كاف لتأكد من الشخصية ، فحصول شخص ما على المفتاح ليس دليلا كافيا على انه الشخص المقصود بالرسالة ، وحصول شخص غير معني على المفتاح يسمح له بفك شفرة الرسالة وخلق رسائل جديدة باستخدام هذا المفتاح .

تفاديا لذلك تم استخدام أسلوب التشفير بالمفتاح العام أو أسلوب التشفير غير المتماثل ، حيث يكون لدى كل المتعاملين مفتاحين احدهما سري (Privat) والأخر علني (Public) ، تتمثل طريقة عمل هذا النوع في قيام شخص بإعطاء مفتاحه العام إلى من يريد مراسلته حيث يستخدمه هذا الأخير في تشفير الرسالة أو

¹ محمود محمد أبو فروة ، مرجع سبق ذكره ، ص 90 - ص 93 .

المعلومات ولا يمكن فك هذه الشفرة والاطلاع على الرسالة إلا باستخدام المفتاح السري الذي لا يملكه إلا صاحب الشأن .

لذلك فإن ميزات هذا النوع جعلته أكثر طرق التشفير استخداماً ، مع انه بطيء بعض الشيء واستخدامه يستغرق وقتاً طويلاً في التشفير وفي فك الشفرة ، لذلك فقد يلجأ في بعض الأحيان الى استخدام الأسلوب الأول أي التشفير غير المتماثل في تشفير الرسالة أو المعلومات لأنه أسرع بكثير ، ثم يتم استخدام الأسلوب الثاني أي التشفير المتماثل لتشفير المفتاح السري المستخدم في تشفير الرسالة وفي فكها ، بالإضافة لذلك فإن استخدام هذا النوع من طرق الحماية لتشفير كلمات السر وهوية المستخدم يمكن من توفير حماية أكبر مما يوفرها استخدام كلمة سر غير مشفرة .

ثانياً : جدران الحماية (Firewall)¹

يقوم البنك بربط فروع المتعددة بشبكة واحدة بقصد تسهيل تبادل المعلومات والبيانات بين جميع الفروع وتسمى هذه الشبكة بالشبكة الداخلية الخاصة ، وإذا أراد البنك الدخول لشبكة الانترنت فإنه يربط شبكته الخاصة بالانترنت ، لكن ذلك يؤدي الى جعل موقع البنك عرضه للمقتحمين ، الشيء الذي دفع البنوك الى استخدام أنظمة خاصة لحماية الشبكة الداخلية وشبكة الانترنت ، هذا الحاجز يوصف على تسميته بجدار الحماية او الجدار الناري .

وجدار الحماية عبارة عن مجموعة من الأنظمة توفر وسيلة أمنية بين الانترنت وشبكة المؤسسة الداخلية حيث تجبر جميع عمليات الدخول الى الشبكة الداخلية والخروج منها للمرور عبر هذا الجدار الذي يتصدى لجميع محاولات تادخول للشبكة بدون صفة ، وبشكل عام فإن جدران الحماية تمنع دخول الاخطار القادمة من شبكة الانترنت الى الشبكة الداخلية الخاصة بالمؤسسة البنكية .

وفي النهاية لا بد من التأكد على ان جدران الحماية وتقنيات التشفير والتحقق من الشخصية والتي قمنا بدراستها أعلاه لا تكفي وحدها لحماية امن المعلومات بشكل كامل ، بل لا بد من استخدام تقنيات الامن الشامل التي تضم العديد من الأجهزة والنظم مثل وسائل امن الملفات ووسائل كشف الاقتحام وأجهزة الرقابة الداخلية والخارجية

ثالثاً : نظام المعاملات الالكترونية الامنة « SET » :

SET : هو عبارة عن بروتوكول طورته مجموعة كبيرة من الشركات العالمية للاتمان كفيزا (visa) وماستركارد (master card) ، ووظيفته الأساسية هي توفير الأمان لمدفوعات البطاقات المصرفية (الائتمانية) اثناء عبورها الانترنت بين حاملي البطاقات والتجار والبنوك .

ويستطيع هذا البروتوكول ضمان امن المعاملات المالية لبطاقات الائتمانية من خلال اصدار شهادات رقمية للمستهلكين والتجار تشهد بصحة هويتهم اثناء قيامهم بمعاملات التجارة الالكترونية .

ويتم الاحتفاظ بهذه الشهادة في برمجيات المحفظة الالكترونية ، والتي تحتوي بالإضافة الى شهادة set معلومات أخرى مثل رقم البطاقة الائتمانية ، وتاريخ انتهائها ، حيث يتم تخزين هذه المحفظة على كمبيوتر المستخدم ليتم استعمالها للقيام بعملية الدفع عبر الانترنت في أي وقت¹ .

¹ محمود محمد أبو فرة ، ص 93 / ص 94 .

ويدعى هذا البروتوكول الى تحقيق مجموعة من الأهداف تتمثل في :

- ❖ تأمين سرية المعلومات الخاصة بالدفع من خلال تقنية التشفير ،
- ❖ المعلومات المحولة تكون كاملة وغير قابلة لاي تغيير او نقصان بفضل استخدام التوقيع الالكتروني ،
- ❖ تحديد هوية صاحب البطاقة والتاجر ، فالشهادة الالكترونية تضيي الكثير من الشرعية والثوقية على الطرفين وتدل ان البنك قد تحقق من شخصيتهما ،²
- ❖ إرساء قواعد نظامية موحدة لاستخدام التعاملات والتوقيعات الالكترونية وتسهيل تطبيقها في القطاعين العام والخاص بواسطة سجلات الكترونية يعول عليها.³

¹ ط/ سمية ديمش ، التجارة الالكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري – قسنطينة – السنة الجامعية 2011/2010، ص91.

² ط/ سمية ديمش ، التجارة الالكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر، مرجع سبق ذكره ص 91 .

³ <https://laws.boe.gov.sa>lawDetails>.

خلاصة الفصل :

من خلال دراستنا لهذا الفصل تناولنا العديد من المفاهيم التي لها علاقة بالخدمات البنكية الإلكترونية وتطويرها ومن خلال هذا الفصل نجد انالقطاع البنكي شهد تغيرات وتطورات من أهمها ظهور مايسمى بالبنوك الإلكترونية والتي صاحبها ظهور خدمات بنكية الكترونية تهدف هذه البنوك الى تطوير وسائل تقديم الخدمات ورفع كفاءة أدائها بما يتماشى والتكنولوجيات الحديثة، وكذلك تخفيض تكاليف العمليات البنكية ،وربح الوقت وتقليل الجهد هذا مايزيد من ربحية البنك وكذلك تعزيز مكانته التنافسية ، هذه المزايا التي تتمتع بها البنوك الإلكترونية .

تمهيد

إن الجزائر من البلدان فتحت الباب أمام البنوك الإسلامية التي تسعى لتحقيق مبادئ الشريعة الإسلامية في جميع أعمالها ونشاطاتها وعلاقاتها مع غيرها من الهيئات والسلطات لكن تطورها محتشم برغم من حاجة السوق المالية الجزائرية إلى صيغ التمويل الإسلامية تتماشى مع الثقافة الإسلامية والدوافع العقائدية التي تنفر من التعامل البنوك التقليدية وبالتالي بقاء كتلة نقدية معتبرة خارج عن نظام المصرفي الجزائري ومن خلال هذا الفصل سنحاول دراسة حالة البنك البركة لولاية مستغانم .

ومن خلاله تطرقنا الى مبحثين :

المبحث الأول : واقع الخدمات البنكية الالكترونية وتأثيرها على التجارة الالكترونية في الجزائر .

المبحث الثاني : دراسة حالة بنك البركة الجزائري بوكالة مستغانم .

المبحث الأول : واقع الخدمات البنكية الالكترونية وتأثيرها على التجارة الالكترونية في الجزائر .
المطلب الأول :تقديم بنك البركة الجزائري.

تأسس بنك البنك الجزائري في 01/03/1991 وتم افتتاحه رسميا في 20/05/1991، برأس مال قدره 500.000.000 دج وبدا نشاطه فعليا في 01/12/1991، وهو أول مؤسسة مصرفية تأسست على ضوء قانون النقد والقرض ،الذي صدر في 14/04/1991، وأول مؤسسة مصرفية يساهم في رأسمالها شركاء خواص وأجانب في نفس الوقت يتمثلون في مجموعة البركة السعودية عبر شركتها القابضة الكائن مقرها في البحرين ،إما الشريك الوطني فيتمثل في بنك الفلاحة والتنمية الريفية حيث يتقاسم هذان المساهمان ملكية البنك ،مناصف ،وهو بذلك أول مؤسسة مصرفية تعمل وفق أحكام الشريعة الإسلامية في الجزائر إذ يهدف البنك الى تغطية الاحتياجات الاقتصادية في ميدان الخدمات المصرفية وأعمال التمويل واستثمار المنظمة على أساس غير ربوي .ونتيجة لتعديل القانون الأساسي لبنك البركة الجزائري في 18/02/2006 تم رفع رأس مال البنك الى 2.5مليار دينار جزائري بنسبة 44 للبنك الفلاحة والتنمية الريفية ،26 لمجموعة البركة المصرفية .¹
1-هيكل المساهمين الرئيسيين:

الجدول رقم (05) : أدناه يبين آخر هيكل رأس مالي كما هو في 31/12/2017.

الاسم /المؤسسة	الوضع القانوني	الجنسية /التسجيل	نسبة مجموع رأس المال كما في 31/12/2017
مجموع البركة المصرفية	شركة	البحرين	55.90%
بنك الفلاحة والتنمية الريفية	شركة	الجزائر	44.10%

المطلب الثاني:مراحل بنك البركة الجزائري .

- 1991 تأسيس بنك البركة الجزائري.
- 1994 الاستقرار والتوازن المالي للبنك .
- 2000 المرتبة الأولى بين البنوك ذات الرأس المال الخاص.
- 2002 إعادة الانتشار في قطاعات جديدة في السوق بالخصوص المهنيين والأفراد .
- 2006 زيادة رأسمال البنك الى 2.5 مليار دينار جزائري .
- 2009 زيادة الثانية لرأسمال البنك الى 10 مليار دينار جزائري .
- 2012 تفعيل أول منظومة بنكية شاملة ومركزية متطابقة لمبادئ الشريعة الإسلامية .
- 2016 الريادة في مجال التمويل الاستهلاكي على مستوى القطر الجزائري .
- 2017 زيادة ثالثة لرأسمال البنك الى 15مليار دينار جزائري .

¹فلالي يوسف ،بن عمور عبد السميع ،دور صيغ التمويل في انشاء وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ،دراسة حالة بنك البركة وكالة غرداية ،مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر اكاديمي تخصص مالية المؤسسة ،كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير قسم العلوم التجارية ،السنة الجامعية 2017/2018،صفحة 44

- 2018 أحسن مصرف إسلامي في الجزائر للسنة السادسة على التوالي (Global Finance)، تصنيف مجلة
 - 2018 من بين أحسن وحدات مجموعة البركة المصرفية من حيث المردودية .
 - 2018 من أبرز البنوك على مستوى الساحة المصرفية الجزائرية .
- المطلب الثالث: أهداف ومهام بنك البركة .**
- الفرع الأول: أهداف بنك البركة¹:**
- يهدف بنك البركة الجزائري الى تغطية الاحتياجات الاقتصادية في مجالات المصرفية وأعمال التمويل والاستثمار على مبادئ الشريعة الإسلامية وتتمثل أهدافه في مايلي:
- تحقيق ربح حلال من خلال استقطاب المواد وتشغيلها وفق طرق إسلامية وبأفضل العوائد بما يتفق مع ظروف العصر، ويراعي القواعد الاستثمارية السليمة ؛
 - توفير التمويل اللازم لسد احتياجات القطاعات المختلفة لاسيما تلك القطاعات البعيدة عن الاستفادة من التسهيلات المصرفية التقليدية .
 - تطوير وسائل جلب الأموال والمدخرات وتوجيهها نحو المشاركة بأسلوب مصرفي غير تقليدي؛
 - القيام بكافة الأعمال الاستثمارية والتجارية مع دعم صغار المستثمرين والحرفيين ؛
 - تطوير أشكال التعاون مع المصارف المالية الإسلامية في كافة المجالات وخاصة في مجال تبادل المعلومات والخبرات ، تطوير آفاق الاستثمار ، وتقديم التمويل اللازم للمشروعات المتفق على جدواها الاقتصادية والاجتماعية .
- الفرع الثاني : مهام بنك البركة² :**
- يقوم بنك البركة بالعمليات التالية :
- 1/ في مجال الخدمات البنكية : يقدم البنك لعملائه خدمات بنكية مختلفة أهمها :
- ✓ قبول الودائع من الجماهير؛
 - ✓ فتح الحسابات النقدية ؛
 - ✓ دفع قيم صكوك ومقاصاتهم ؛
 - ✓ قبض الأوراق التجارية ؛
 - ✓ تحويل الأموال داخليا وخارجيا ؛
 - ✓ إصدار الكافلات البنكية .
- 2/ في مجال الخدمات الاجتماعية : تتمثل فيما يلي :
- ✓ تقديم القرض الحسن للغايات الانتجائية والاستهلاكية في مختلف المجالات والمساعدة على تمكين الحاصل على القرض ببدء حياته المستقلة او تحسين مستوى دخله او معيشته ؛

¹ ط/ بلقوميدي عائشة ، دور البنوك الإسلامية في تفعيل الادخار دراسة حالة بنك البركة ، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر تخصص اقتصاد نقدي وبنكي ، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم ، السنة الجامعية 2018/2019 ، ص 45 .

² ط/ بلقوميدي عائشة ، دور البنوك الإسلامية في تفعيل الادخار دراسة حالة بنك البركة ، مرجع سبق ذكره ، ص45/46 .

✓ إنشاء إدارة الصناديق المخصصة لمختلف الغايات الاجتماعية المعتمدة .

3/ في مجال الاستثمار : هو نشاط بنكي حيث يقوم بنك البركة بالعبء قرض استثمار أموال عملائه في مشاريع معينة ويقوم البنك بتحقيق هذه المشاريع مقابل الحصول على أرباح معينة .

4/ في مجال التمويل : يقوم بنك البركة الجزائري بتمويل مختلف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة منها والكبيرة وكذلك الأفراد من الصناعيين والحرفيين والتجار والمستوردين والمصدرين والمقاولين وغيرهم وذلك حسب احتياجاتهم المالية ويقدم لهم كذلك إرشادات والنصائح التي تلزمهم المنبثقة عن خبرته في تلك المجالات وتختلف صيغ التمويل البنك التي يستعملها وهي تتشارك في كونها تعتمد على طرق إسلامية منها التمويل بالمراجحة ، الاستصناع ، التاجير ، البيع بالسلم¹.

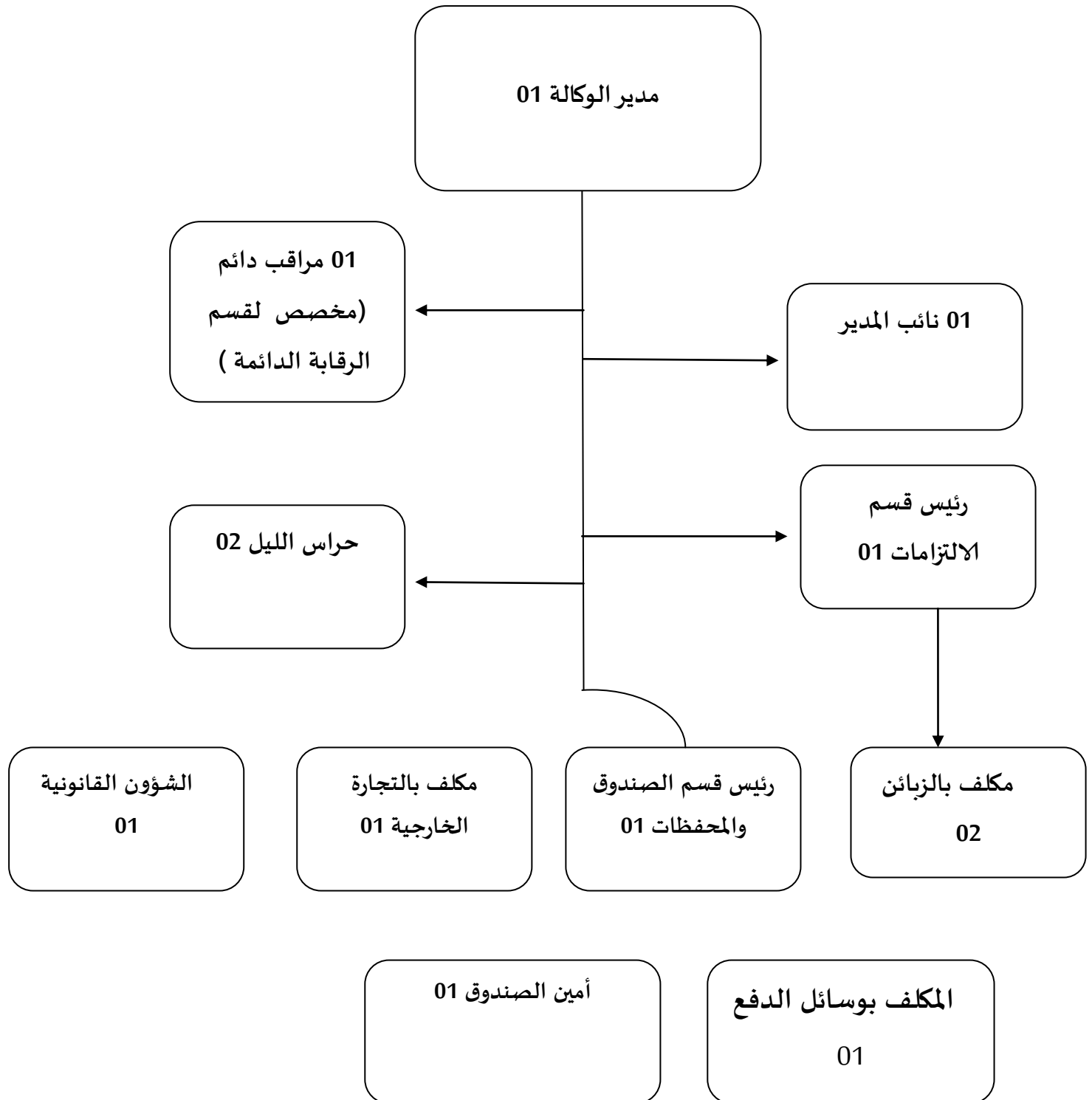
المطلب الرابع : تعريف بنك البركة لوكالة مستغانم² :

هو مؤسسة مصرفية تم فتحها في 08 مارس 2015 مقرها بالقرب من المحطة البرية القديمة والمجلس القضائي لولاية مسغانم، تتكون من 13 موظف .

¹ ط/ كردود أسماء، المنتجات البنكية الإسلامية ودورها في تحسين تنافسية البنوك ، مذكرة مقدمة للنيل شهادة ماستر تخصص مالية تامينات تسيير المخاطر، السنة الجامعية 2015/2016 ، ص 98-99

² معلومات مقدمة من طرف البنك .

المطلب الخامس: الهيكل التنظيمي بنك البركة (وكالة مستغانم)
الشكل رقم (04) : الهيكل التنظيمي لبنك البركة لوكالة مستغانم



مصدر:معلومات مقدمة من طرف البنك .

شرح الهيكل التنظيمي لوكالة بنك البركة :

- مدير الوكالة : وهو المسؤول عن الفرع ونتائجه حيث يكون تحت سلطة مدير الشبكة .
- نائب المدير : ويكون خاضع لسلطة المدير ويقوم مقامه عند غيابه ، تتمثل مهامه الأساسية في تحقيق نشاطات وأهداف الفرع .
- مراقب دائم (مخصص لقسم الرقابة الدائمة) : مراقب العمليات اليومية الخاصة بالصندوق ،تجارة الخارجية .
- يراقب السجلات المختلفة ببطاقة الدفع الالكترونية (CIB)والرقم السري لكل بطاقة (Les Cod).
- رئيس قسم الالتزامات :مكلف تمويل المؤسسات .
- حراسة الليل : وهم عمال تابعون للبنك، يسهرون على امن الوكالة .
- مكلف بالزبائن: تتكفل هذه المصلحة بفتح وغلق حسابات الزبائن.
- رئيس الصندوق والمحفظات:تقوم هذه المصلحة بتنفيذ النظام المحاسبي الذي يطابق القواعد المعتمدة في تسيير البنك.
- مكلف بالتجارة الخارجية: تقوم بتسيير المعاملات التجارية التي تخضع إلى القانون الدولي العام لتجارة الدولية انطلاقا من التنظيمات والأعراف المعمول بها والمستنبطة من غرفة التجارة الدولية بحيث لا تتناقش مع القانون التجاري الجزائري .
- الشؤون القانونية :تقوم بتشكيل مرجع وثائقي في مجال التشريع والتنظيم والقانون المصرفي كما تقوم بالتكفل بملفات المشكوك فيها أو المنازعات ، مع القيام بكافة الإجراءات القانونية من اجل الدفاع عن مصالح المؤسسة .
- المكلف بوسائل الدفع :مكلف بالشيكات وفتح الحساب .
- أمين الصندوق : يقوم باحتساب الأموال التي تقوم الشركات على تلقيها وإنفاقها واستثمارها ، ومن أهم مهامه تسجيل الذمم المدينة والدائنة ، أعداد التقارير، إعداد الميزانية وتقديم التوصيات¹.

¹معلومات مقدمة من طرف البنك

المبحث الثاني : دراسة حالة بنك البركة الجزائري لوكالة مستغانم .

المطلب الأول : إحصائيات عن مستخدمي الانترنت في الجزائر ما بين 2020 / 2021 :

- يحوز 42.8٪ ممن يفوق سنهم 15 سنة على حساب بإحدى المؤسسات المالية ، و 3.2٪ على البطاقة الائتمانية (5.1٪ ذكور و 1.3٪ إناث) ويقوم 4.6٪ بعمليات الشراء عبر ألتنت . خلال 2021 .
- 26.35 مليون مستخدم للانترنت في يناير 2020 ، مما بلغ عدد مستخدميها 41.8 مليون خلال ثلاثي الثالث من سنة 2020 .
- بلغت الانترنت في الجزائر 59.6٪ خلال يناير 2021 من مجموع سكان والذي بلغ 44.23 مليون .
- تسجيل حوالي 3 مليون مستخدم جديد لمواقع التواصل الاجتماعي أي بزيادة 13.6٪ خلال سنة واحدة . بلغ عدد مستخدمي المواقع التواصل الاجتماعي في الوقت الراهن 25 مليون أي بنسبة 56.6٪ من عدد السكان الإجمالي .
- احتلت الجزائر المرتبة 102 عالميا من أصل 176 دولة في التجارة الالكترونية في 2017 انظر الملحق رقم (01) . أصبحت اليوم تحتل المرتبة 80 عالميا أي بنسبة 22 مرتبة وهذا التطور راجع الى الحجر المنزلي الذي كان سببه كوفيد -19 .

المطلب الثاني : بنك البركة عبر الانترنت :

لقد خاضت بعض البنوك في الجزائر عالم الصيرفة الالكترونية كضرورة حتمية أوجبها ظروف السوق ، فقامت بعرض خدماتها التقليدية عبر الانترنت ووفرت خدمة البنك الالكتروني عن بعد لتلبية احتياجات العملاء ومن بين البنوك بنك البركة الذي تبنى هذا العمل .
الفرع الأول : عرض الصفحة الرئيسية لبنك البركة :¹

الشكل رقم (05) : الصفحة الرئيسية لبنك البركة



Source : <https://www.albaraka-bank.com>

¹ <https://www.albaraka-bank.com> ؛ 13-06-2021/ 20 :20

تقوم الصفحة الرئيسية لموقع بنك البركة على الانترنت لاستقبال العملاء ، تحتوي على عدة صفحات ثانوية ، يمكن الدخول لكل منها على حدا من خلال الخيارات الموجودة في اعلي الصفحة :

- ✓ Accueil الاستقبال ؛
- ✓ Carte législatif الإطار التشريعي ؛
- ✓ Taux de change سعر الصرف ؛
- ✓ FAQ أسئلة وأجوبة ؛
- ✓ Accès mail الدخول للبريد الالكتروني ؛
- ✓ Contacte الاتصال ؛
- ✓ Plan du site مخطط الموقع .
- كما يحتوي على خيارات أخرى تتمثل في :
- ✓ Présentation تقديم البنك ؛
- ✓ Réseaux الشبكات ؛
- ✓ Produits المنتجات ؛
- ✓ Info albaraka معلومات عن البنك ؛
- ✓ Actualités اخبار البنك .

كما تعرض الصفحة أيضا لوحات اشهارية واهم المعارض التي قام بها البنك وكل الاخبار الجديدة عن البنك ؛ مع إمكانية الدخول لخدمة E-Banking لفتح حساب جاري بنكي .

الفرع الثاني:الخدمات الالكترونية المقدمة من طرف بنك البركة بوكالة مستغانم.

يقدم بنك البركة مجموعة من البطاقات البنكية كبطاقة CIBبطاقة ما بين البنوك بنوعها الكلاسيكية والذهبية .

1-بطاقة بين البنوك CIB :

وهي عبارة عن بطاقة سحب ودفع بين البنوك التي تعمل داخل التراب الوطني ، يتم التعامل بها بالعملية المحلية الوطنية وهي كما قلنا نوعان الكلاسيكية تمنح لأصحاب الأعمال محدودة الدخل والموظفين الذين يتراوح دخلهم بين 18000دج و70000دج ، إما الذهبية فتمنح للتجار والأشخاص الذين يفوق دخلهم 80000دج .

الشكل رقم (06) : بطاقة CIB الكلاسيكية و الذهبية



الذهبية



الكلاسيكية

تحمل هذه البطاقة رمزا سريا يقدم بشكل شخصي لصاحبها فقط من قبل البنك ، وعلى العميل توخي الحذر في معاملاته كي لا يخطئ في الرقم السري لان ثلاث محاولات خاطئة تعني سحب البطاقة من طرف الجهاز وحجزها لدى البنك وهذا بهدف تجنب السرقة ، وضمان لأموال العملاء* .
كم ذكرنا سابقا فالبطاقة البنكية CIB تسمح لصاحبها بالقيام بعمليات السحب والدفع معا وذلك على النحو التالي :

أ- عمليات السحب :

- ✓ تتم عمليات سحب السيولة النقدية عن طريق أجهزة خاصة يوفرها البنك على مستوى الجدران الخارجية للوكالات مثل ¹DAB و ²GAB وهي أكشاك تعمل على مدار 24 ساعة ؛
- ✓ عمليات السحب تتم في حدود المبالغ المتوفرة والمسموح بها من قبل البنك ؛
- ✓ على صاحب الحساب امتلاك الرصيد الكافي الذي يغطي عمليات السحب ؛

ب- عمليات الدفع :

- ✓ بطاقة CIB هي بطاقة تسمح أيضا بدفع ثمن المشتريات من السلع والخدمات في حدود السقف المسموح به ؛
 - ✓ يشترط في عملية الدفع ان يكون التاجر منخرطا في الشبكة النقدية ما بين البنوك ؛
- ومن مزايا بطاقة CIB لدينا :

¹DAB: Distributeur Automatique Bancaire

²GAB : Guichet Automatique Bancaire

- بطاقة CIB متوفرة بنسخة الكلاسيكية والذهبية ؛
 - حل شامل :سحب نقدي من الصرافات الالية ،تسديد مشترياتكم والدفع الالكتروني عبر الانترنت ؛
 - توفير دائم للسيولة 24/24 ساعة و7/7 أيام عبر كل التراب الوطني ؛
 - الاستفادة من شبكة واسعة من الصرافات الالية الحاملة لشعار CIB لاجراء عمليات سحب النقود وتسديد المشتريات ؛
 - عمليات سحب وودفع امنة.
- وفيما يلي يقدم لنا بنك البركة لوكالة مستغانم الاحصائيات التالية لبطاقة CIB :

جدول رقم (06) : احصائيات بطاقة CIB لوكالة بنك البركة بمستغانم

CIB Totale	Active		Annellè
1125	882		270
	classic	Gould	
	782	100	

المصدر: معلومات مقدمة من طرف البنك

2- خدمات E-Banking :

تعد خدمة البنك الالكتروني من أهم الخدمات التي يقدمها بنك البركة ، ويمكن التعرف عليها أكثر فيما يلي :

2-1- مفهومها :

هي عبارة عن الخدمات البنكية عن بعد، يتم توفيرها من قبل بنك البركة ويسمح للعملاء الاستفادة من الخدمات البنكية مثل : فحص الحسابات ، الأرصدة والمحركات المالية هذه الخدمة بسيطة وسهلة الوصول إليها ، ومتوفرة على الانترنت (24/24 ساعة) لتجنب العملاء عناء الانتقال الى الوكالة وريح الوقت وبالتالي يمكنهم من أجهزة الكمبيوتر المختصة بهم وفي بيئة آمنة تماما تنفيذ العديد من الخدمات البنكية والاستشارات المالية .

3- خدمة تحويل الأموال عن طريق وسائل الدفع الالية ؛

4- المصرف عن بعد : albaraka Net & albaraka App.dz ؛

5- خدمة الرسائل القصيرة SMS banking ؛

6- أجهزة الدفع الالكتروني (TPE) : هو احد وسائل الدفع الالكتروني التي تمكن التاجر من تقاضي ثمن المبيعات 24/24 سا وعلى مدار اسبوع باستخدام البطاقة البنكية CIB ذهبية كانت او كلاسيكية¹



الشكل رقم (07) : جهاز TPE

من أهم المزايا التي يضمنها جهاز الدفع الالكتروني :

- ❖ الدفع بالبطاقة مضمون ومؤمن من طرف البنك ؛
- ❖ توفير الخدمة 24/24 ساعة وعلى مدار الأسبوع ؛
- ❖ استخدام بالبطاقة للدفع مجاني معفى من أي تكاليف .

شروط الحصول على جهاز الدفع الالكتروني TPE :

- ❖ توفير الجهاز على حساب بنك البركة ؛
- ❖ توقيع عقد مع البنك لقبول الدفع بالبطاقة البنكية CIB .

¹ https://slideplayer.fr/slide_13-06-2021/21:49 .

الصراف الآلي (DAB) :¹ هو جهاز إلكتروني يسمح بالقيام ، وبصفة آلية ، بمختلف العمليات الاعتيادية التي يتم إجراؤها على مستوى الشبائيك بالبنوك .

الشكل رقم (08) : جهاز DAB



تعتمد خدمة الصرافات الآلية على وجود شبكة من الاتصالات ، تربط بفروع البنك الواحد أو فروع المصارف كلها والضرورة من ذلك هي الحاجة للوصول الى بيانات حسابات العملاء فوراً . ومع مرور الزمن تطور عمل الصرافات الآلية الإلكترونية حيث أصبحت تقدم خدمات متقدمة بالإضافة إلى خدماتها الأصلية من صرف المبالغ النقدية ، كما تطور دورها لتقوم بدفع الفواتير للمؤسسات الخدمية وتسديد الرسوم جمركية ، بدخول البطاقات الذكية يمكن العميل شحن بطاقته مقدمة الدفع من الصراف ليقوم باستخدامها لدفع التزاماته في نقاط دفع متعددة ، وتقوم كذلك بالتعرف على رصيد الحساب ، سحب نقدي من الحساب ، إجراء تحويلات نقدية بين الحسابات ، إجراء اداعات نقدية الخ . ويتميز الصراف الآلي بالخدمات الآتية :

- سرية المعاملات حيث لا يستطيع العميل التعامل مع النظام إلا من خلال الرقم السري الخاص به .
- سهولة وسرعة التعامل مع الآلة حلا لمشاكل الانتظار والأزدحام .
- إمكانية تحويل المبالغ من حساب العميل مسموح التعامل بها من خلال النظام .

¹ ط / بوسكران مجيد ، تطور وسائل الدفع الإلكترونية في البنوك الجزائرية ، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في القانون تخصص قانون الأعمال ، جامعة تيزي وزو ، السنة الجامعية 2018/2019 ، ص 15 .

خلاصة الفصل :

رغم كون التجارة الالكترونية لايزال حديثا وغير محدد بدقة ، إلا انه في ظل الثورة التكنولوجية وانفتاح الأسواق العالمية ، أصبح من القناعات الراسخة ان التجارة الالكترونية تشكل وسيلة رئيسية لدعم قدرة الاقتصاد على الاندماج في الاقتصاد المعرفي ، وان انتشار هذه التجارة الالكترونية في الجزائر يتطلب العديد من المقومات الكفيلة بإقامة البنية التمكينية لزرع نواة هذه التجارة .

ورغم كل الجهود المبذولة للتفاعل مع التغيرات التكنولوجية وتوفير متطلبات قيام التجارة الالكترونية ، إلا انه حسب تحليلنا لاحظنا ان هناك تأخر في مجال البنية التحتية للاتصالات لاسيما الانترنت ، مما حال دون توسع التجارة الالكترونية الجزائرية ، بالإضافة إلى العديد من العراقيل والعقوبات التي تعترض نمو هذه التجارة .

كما أن بنك البركة يسعى ككل البنوك الجزائرية الى تقديم مجموعة حديثة ومتنوعة ومتطورة من الخدمات والمنتجات البنكية والتي تهدف الى اشباع الحاجيات ورغبات جميع العملاء ، باعلى جودة وبالسعر المناسب في الوقت المحدد للاستفادة من الخدمة المطلوبة مع اختيار قنوات التوزيع المناسبة التي تضمن وصول الخدمات إلى كل أرجاء الولاية ، ويمكن لأي شخص الحصول على الخدمات البنكية الالكترونية بعد أثبات شرعيته بتشكيل : (رقم التعريف المقدم له من طرف البنك ، كلمة السر الشخصية) ، وبهذا تعمل على توسيع خدماتها البنكية وزيادة قدرتها التنافسية ، وأخر منتج لبنك البركة التطبيق الجديد الذي انطلق عليه اسم " جاد " .

خاتمة عامة :

تواجه الجزائر العديد من العوائق التي تحد من انتشار التجارة الالكترونية في حدودها ، إلا أنها وعلى الرغم من ذلك ومع التطورات الكبيرة التي حدثت في التكنولوجيا والعالم ، وأكدت على انا وجودها في البلد احد أهم مصادر الدخل ، وبالتالي أصبحت واقعا لامفر منه ، ومتطلبا أساسيا لتطوير كافة القطاعات الإنتاجية في البلد ، والسعي للنهوض في المستوى الاقتصادي له ، الأمر الذي يقوده للمشاركة في التجارات الخارجية ، كل ذلك يدعو الدولة الى إزالة كافة العراقيل التي تحد من انتشار التجارة الالكترونية ، وتشجيع العمل من خلالها ، وتوفير كافة سبل النجاح التي تساعد على ظهورها بصورة صحيحة المناسبة ، ومن أهمها البنية التكنولوجية التحتية ، واطلاق القوانين والتشريعات المتعلقة فيها.

ان التطورات التكنولوجية الحاصلة على مستوى خدمات المنظومة المصرفية أدت إلى ظهور ما يسمى الخدمات المصرفية الالكترونية والتي تعبر عن تلك الخدمات المصرفية التقليدية أو المتطورة والتي تقدم بطريقة الالكترونية عبر شبكة الانترنت ، او الخدمات عبر الخط ، وتتواجد في العديد من المجالات ولها أهداف وأهمية بالغة ، كالاقتصاد في الوقت والتكاليف ، هي وسيلة لإتاحة طلبات العملاء وكذا دعم التجارة الالكترونية والاقتصاد الوطني ، وبالرغم من الجهود التي يبذلها النظام المصرفي الجزائري ، إلا انه لم يرقى إلى مستوى تحديات المرجوة وأمال المنتظرة ، فهو لا يزال يعاني من نقص في تقديم خدمات المصرفية الالكترونية ، حيث ينحصر نطاق تعاملها على البطاقات البنكية مثل: CIB ؛ TPE ؛ E-banking والتي أثرت على التجارة الالكترونية .

ولا يستطيع ان ينكر أي شخص في الوقت الحالي مدى نجاح التجارة الالكترونية وانتشارها بشكل واسع جدا وذلك بفضل التطور التكنولوجي الذي نشهده وبفضل وجود طرق الدفع الالكترونية المتعددة وتسهيلات عملية شحن المنتجات من أي مكان في العالم وكذلك سبل التسويق الالكتروني السهلة التي يمكن استخدامها مثل التسويق بالمحتوى وكذلك التسويق عبر البريد الالكتروني وغيرهم من الطرق . وبالفعل يتزايد نمو التجارة الالكترونية بشكل لا يصدق يوما عن يوم ، بالإضافة أيضا الى إمكانية وسهولة الوصول الى جميع الأدوات التي قد تحتاجها للبدء في أي عمل تجاري أكثر من أي وقت مضى ، وكذلك الأشخاص الذين يمكنهم شراء منتجاتك .

جدير بالذكر أن مجال التجارة الالكترونية بشكل عام ارتفع في العام الماضي سنة 2020 بسبب انتشار فيروس كورونا واعتماد الجميع على التسوق من الانترنت لما له من أمان أكثر من الدفع كاش واضطرار الخروج من البيت لشراء الاحتياجات المنزلية وابتسط دليل على ذلك هو ارتفاع عائدات موقع أمازون بشكل كبير جدا في العام الماضي .

ولكن مع هذه الإمكانيات المتوفرة للبدء في أعمال التجارة على الانترنت تأتي الكثير من التحديات ، كما ان هناك الكثير من الأشياء التي يجب أن تفعلها ضمان نجاحك في هذا المجال .

نتائج البحث :

- ✓ يملك بنك البركة بنكا الكترونيا ويوفر بعض الخدمات البنكية لجميع عملائه ؛
- ✓ لاتتوفر بطاقة فيزا في بنك البركة رغم اساسياتها؛

- ✓ لا يعتمد البنك على وسائل الترويج كالأعلان في المذياع والدعاية وكذا الملصقات ولهذا لا يوجد عدد كافي من العملاء لاقتناء الخدمات البنكية الالكترونية بسبب نقص الوعي الثقافي لدى الأفراد بضرورة استخدام التجارة الالكترونية .
- ✓ استطاع البنك أن يوزع خدمة البطاقة البنكية ، بتوفير لأجهزة TPE على مستوى الصيدليات والمحلات التجارية الكبرة ولكن بنسبة قليلة جدا.

التوصيات :

يجب على البنوك استعمال التسويق البنكي الالكتروني.

قائمة المصادر والمراجع

الكتب :

- 1*د/ حسن يوسف، التجارة الالكترونية وأبعادها القانونية الدولية، الطبعة الأولى ، المركز القومي الاصدار القانوني 54ش علي عبد اللطيف الشيخ ريحانا عابدين ،السنة 2011 ، القاهرة .
- 2*د/ناصر خليل، التجارة والتسويق الالكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، الاردن _عمان ، الطبعة الاولى 2009 .
- 3*الدكتور ابراهيم عبد الرحيم،الاقتصاد الصناعي والتجارة الالكترونية ، الناشر مؤسسة شباب الجامعة الاسكندرية مصر الطبعة 2007 .
- 4*د.محمود جاسم الصميدعي ،د.ردينة عثمان يوسف ،التسويق الالكترونية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الاولى 2012-1433، عمان .
- 5*الدكتور ربحي مصطفى عليان، استاذ ادارة المكتبات والمعلومات كلية التخطيط والادارة ، جامعة البلقاء الطبيعية الثانية2018/1439، دار صفاء النسرة والتوزيع عمان.
- 6*دكتور محمد الصريفي ،التجارة الالكترونية ، الناشر مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع 1133ش طيبة-سبورتنج-الاسكندرية ، مصر، الطبعة الاولى2005 .
- 7*/سراج الدين محمد،التجارة الالكترونية، الناشر المجموعة العربية للتدريب والنشر، الطبعة الاولى ، 8أ شارع احمد فخري مدينة نصر القاهرة مصر ، 2008 .
- 8*أ/مصطفى يوسف كافي ،الحكومة الالكترونية في ظل الثورة العلمية التكنولوجية المعاصرة ،سنة 2009، داررسلان للطباعة والنشر والتوزيع ،سوريا دمشق جرمان .
- 9*د/خالد ممدوح ابراهيم ،عقود التجارة الإلكترونية، طبعة 2020 دار الفكر الجامعي ،الاسكندرية مصر .
- 10*د/مصطفى يوسف كافي ،النقود والبنوك الالكترونية في ظل التقنيات ،السنة2013 .
- 11*د/ وسيم محمد الحداد والآخرين ، الخدمات المصرفية الالكترونية ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، الطبعة الاولى2012 .
- 12*د/يوسف حسن يوسف، البنوك الالكترونية ، المركز القومي للاصدارات القانونية القاهرة ، الطبعة الأولى 2012 .
- 13*د/عامر إبراهيم قنديلجي ، التجارة الالكترونية وتطبيقاتها ، دار الميرة للنشر والتوزيع ، الطبعة 2015 .
- 14*د/ محمود محمد أبو فروة ، الخدمات البنكية الالكترونية عبر الانترنت ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى و الطبعة الثانية 2009 / 2012 .

المذكرات :

- 1*ط / مسعود جماني ، اثر التجارة الالكترونية على النمو الاقتصادي وإمكانية استفادة الجزائر من التجربة الفرنسية ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم التجارية تخصص إدارة اعمال ، جامعة باتنة 1-الحاج لخضر ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير قسم العلوم التجارية 2018/2019 .

- *2 شهرزاد عبيدي ،الانترنت والتجارة الالكترونية ودورها في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ،أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم تجارية تخصص تسويق ، جامعة حاج لخضر باتنة ،السنة الجامعية 2016/2015 .
- *3 ط/ كامش محمد ياسين،خلادي محمد امين ، التجارة الالكترونية،دراسة حالة الا جزائر ، مذكرة لنيل شهادة الماستر سنة 2016/2015،
- *4 ط/ طالبة رتيبة عداد، واقع التجارة الالكترونية،سنة 2012/2011قسم علوم التسيير تخصص مالي وتسيير المخاطرة مشكلة مقدمة لنيل شهادة الماستر اكاديبي في علوم التسيير دراسة مقارنة لبعض دول شمال افريقيا .
- *5 ط/صارة بالساكر ، التجارة الالكترونية وافاق تطوره ا في البلدان العربية دراسة حالة الجزائر ، مذكرة مقدمة لشهادة ماستر تخصص تجارة دولية ، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي ، السنة الجامعية 2015/2014 .
- *6 ط/عميري صونية "التجارة الإلكترونية في الجزائر وسبل تفعيلها من (1990 الى غاية2014)،مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم السياسية والعلاقات الدولية تخصص سياسات عامة وإدارة محلية ، جامعة مولود معمري تيزي وزو كلية الحقوق والعلوم السياسية قسم العلوم السياسية2017_2018 .
- *7 ط/ صراع كريمة،"واقع وافاق التجارة الالكترونية في الجزائر"،مذكرة مقدمة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في العلوم التجارية تخصص استراتيجية،جامعة وهران،2013_2014 .
- *9 ط/ قشام اسماعيل ،"التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ،دراسة حالة بعض المؤسسات*، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه علوم تخصص علوم اقتصادية ،جامعة عمارثلي جيب الاغواط ،2014/2015
- *10 ط/معمري حسينة ، اليات تطوير خدمات القطاع البنكي في ظل اقتصاد المعرفة ، مذكرة ماستر في العلوم الاقتصادية تخصص اقتصاد نقدي وبنكي ، جامعة ام البواقي ، السنة 2018 / 2019 .
- *11 ط/ رقان نعيمة و مهادي نعيمة ، محددات الطلب على الخدمات المصرفية الالكترونية في الجزائر ، شهادة ماستر شعبة العلوم الاقتصادية تخصص اقتصاد نقدي وبنكي ، جامعة مستغانم ، السنة الجامعية 2019 / 2020 .
- *12 ط/ بن صالح مجدة ، العوامل المؤثرة على ثقة العملاء في الخدمات المصرفية الالكترونية –دراسة حالة بنوك الجزائر – أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه ، شعبة علوم التسيير ، جامعة 8 ماي 1945 قالمة ، السنة الجامعية 2020 / 2021 .
- *13 ط/ نور الدين ايمان ، تطوير الخدمات في القطاع المصرفي ، مذكرة ماجستير في علوم التسيير ، جامعة بسكرة ، السنة 2011 / 2012 .
- *14 ط/عبد الفتاح دقاشي والآخرين، مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة ماستر في العلوم الاقتصادية تخصص اقتصاد نقدي وبنكي ، مساهمة الخدمات المصرفية الالكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية في البنوك العمومية الجزائرية ، السنة الجامعية 2017 / 2018 .

- 15* ط/ مريم نابي ، الخدمات البنكية الالكترونية واثرها على تحسين أداء الإدارة البنكية ، كلية الحقوق والعلوم السياسية بجامعة مولود معمري – تيزي وزو - .
- 16* ط /نايب حبيب ، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات لنيل شهادة ماستر في العلوم الاقتصادية تخصص اقتصاد نقدي وبنكي ، واقع ووسائل الدفع الالكترونية البنك الجزائر ، السنة الجامعية 2019/2018 .
- 17* ط/ اطرش لبني ، الخدمات البنكية الالكترونية ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في القانون الخاص تخصص قانون خاص للاعمال ، جامعة محمد الصديق بن يحيى –جيجل -، السنة الجامعية 2014/ 2015 .
- 18* ط/ سمية ديمش ، التجارة الالكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري –قسنطينة – السنة الجامعية 2010/2011.
- 19* ط/ فلالي يوسف ،بن عمور عبد السميع ،دور صيغ التمويل في انشاء وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ،دراسة حالة بنك البركة وكالة غرداية ،مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر اكايمي تخصص مالية المؤسسة ،كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير قسم العلوم التجارية ،السنة الجامعية 2017/2018 .
- 20* ط/ بلقوميدي عائشة ، دور البنوك الإسلامية في تفعيل الادخار، مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة ماستر تخصص اقتصاد نقدي وبنكي ، جامعة عبد الحميد بن باديس – مستغانم - ،السنة الجامعية 2018-2019 .
- 21* ط/ كردود أسماء، المنتجات البنكية الإسلامية ودورها في تحسين تنافسية البنوك ، مذكرة مقدمة للنيل شهادة ماستر تخصص مالية تامينات تسيير المخاطر، السنة الجامعية 2015/2016 .
- 22* ط/ مهبوب سماح ، الاتجاهات الحديثة للخدمات المصرفية ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في البنوك والتامينات شعبة العلوم الاقتصادية فرع بنوك وتامينات ، جامعة منتوري –قسنطينة - السنة الجامعية 2004/2005 .
- 23* عيشوش عبدو ، تسويق الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية، مكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص تسويق ، جامعة الحاج لخضر باتنة ، السنة الجامعية 2008/2009 .
- 24* ط/ نسرين راجع ، فعالية تسويق الخدمات المصرفية الحديثة في ترقية تنافسية البنوك التجارية ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر تخصص بنوك وأسواق مالية ، جامعة عبد الحميد بن باديس جامعة مستغانم ، السنة الجامعية 2016/2017 .
- 25* ط / بوسكران مجيد ، تطور وسائل الدفع الالكترونية في البنوك الجزائرية ، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في القانون تخصص قانون الاعمال ، جامعة تيزي وزو ، السنة الجامعية 2018/2019 .
- 26* ط/ العاني إيمان ، "البنوك الالكترونية وتحديات التجارة الالكترونية " ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير ، جامعة منتوري –قسنطينة ، قسم العلوم الاقتصادية ،تخصص بنوك وتأمينات ، -س 2006/2007.

*27 ط/ زين يونس ، اثر التجارة الالكترونية على المراجعة الداخلية في المصارف - حالة الجزائر -، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه ، جامعة الجزائر، قسم العلوم التجارية تخصص محاسبة ، السنة 2014/2013 ، ص 95/94

*28 ط/ عطا الله عمر ، تكنولوجيا شبكة الانترنت والتجارة الالكترونية وتأثيرها على تطوير أنظمة المعلومات المحاسبية"دراسة حالة الجزائر_، أطروحة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة دكتوراه ، جامعة الحاج لخضر باتنة ، فرع علوم التسيير،شعبة محاسبة ، 2016 / 2017 .

المجالات :

*1 مج / مستي امال،التجارة الالكترونية في الجزائر ، ا لبحوث والدراسات القانونية والسياسية ،العدد 13

*2 مج/ بوعافية الرشيد ، سبتمبر 2014 ، دور النقود الالكترونية في تطوير التجارة الإلكترونية ، الجزائرية للاقتصاد والمالية ، المركز الجامعي بتبازة ،العدد 02 .

*3مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية .واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة2018/2000،صراع كريمة طالبة دكتوراة جامعة وهران ،أ.د كربالي بغداد استاذ دكتور جامعة وهران ،المجلد 12،العدد:01(2019)، تاريخ النشر 2019/06/14.

*4 عرابية راجح ، دور تكنولوجيا الخدمات المصرفية في عصرنة الجهاز المصرفي الجزائري ، جامعة شلف ، الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية – العدد 8- .

الملتقيات والمؤتمرات :

*1 ملتقى دولي الاتجاهات الحديثة للتجارة الدولية والتحديات التنمية المستدامة نحو الرؤى مستقبلية واعدة للدول النامية 03/2/ديسمبر 2019،عنوان مساهمة التجارة الإلكترونية في تطوير الخدمات المصرفية الإلكترونية للبنوك الجزائرية /دراسة استطلاعية لعينة من الوكالات البنكية في ولاية بسكرة خالد فراح ،زاوي صورية جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي جاميعة محمد خيضر بسكرة.

*2 ملتقى الدولي الاتجاهات الحديثة للتجارة الدولية وتحديات التنمية المستدامة نحو رؤى مستقبلية واعدة للدول النامية 03/02/ديسمبر 2019،التجارة الالكترونية بين التطبيق والمأمول ،دراسة حالة الجزائر،فاطمة بوخاري ،محمد سعيداني ،جامعة سيدي بلعباس ،جامعة تلمسان.

*3 مفتاح صالح ، ومعارفي فريدة ، مناخ استثماري واعمال مصرفية الكترونية والذي نظمته جامعة فيلا دليفيا ، كلية العلوم الإدارية والمالية ، عمان – الارن ، 4-5 /يوليو / 2007 .

المنتديات :

*1 منتدى موجهة لادارة الاعمال ، البنوك الالكترونية ، د- مفتاح صالح الأستاذ المحاضر – جامعة بسكرة الجزائر ، / معارفي فريدة – أستاذة باحثة – جامعة بسكرة الجزائر ، الاحد 3 أكتوبر 2010، 2:17 ، 2021/5/8 ، 19:23 .

المحاضرات :

*1 / حوالف عبد الصمد ، محاضرات في وسائل الدفع البنكية ، موجهة لطلبة ماستر2 تخصص قانون الاعمال

المواقع الالكترونية :

- 1* Htps://mawdoo3.com,91:20,7/05/2021.
- .2*https://www.vapulus.com,3/03/2021,11:39
- 02 h. :3*www.muhtawa.com,09/05/2021 , 00
- 4* https://www.asjp.cerist.dz>article.24/05/2021 .18: 37 .
- 5*<https://slideplayer.fr/slide .13-06-2021/21:49>

الملخص :

نظرا لتركيز التجارة الالكترونية على بيع السلع والخدمات على شبكة الانترنت وبسبب زيادة عمليات البيع والشراء فكان لابد من تبادل الأموال للدفع والشراء عبر الانترنت مما أدى الى احتياج كبير لنوعية جديدة من وسائل الدفع وأنواع المصارف غير التقليدية لانتهاء إجراءات العمليات التجارية بسرعة اكبر ، ونتيجة للتطور التكنولوجي في وسائل الاتصال والاعمال التجارية الالكترونية جاءت البنوك الالكترونية التي ساهمت في خدمة وازدهار المجال التجاري بشكل ملحوظ بتقديم خدمات متنوعة بتكاليف منخفضة واختصارا للوقت والجهد .

ومع تزايد العمليات التجارية والتبادل المالي كان لابد من الية تحكم نشاط البنوك الالكترونية بطرق الكترونية أيضا هذه الالية تهدف الى وجود مصداقية وإتاحة معلومات كافية لتفادي حدوث أي مخاطر محتملة .

الكلمات المفتاحية : التجارة الالكترونية ، الخدمات البنكية الالكترونية ، وسائل الدفع ، الانترنت .

Summary :

The focus of e-commerce on the sale of seven services on the Internet and because of the increase in the process of selling and buying, it was necessary to exchange money payment and drink over the Internet, which led to a great need for new awareness of the means of payment and types of non-traditional expenses because it is the procedures of commercial currencies more quickly and as a result of the technological development in the means of communication and electronic business came the electronic banks that contributed to the service and prosperity of the business field significantly by providing various services at low costs In short, time and effort

As business operations and financial exchange increased, electronic banking activity had to be controlled today by electronic methods, which are also high in order to have credibility and provide sufficient information to avoid any potential risks.

Keywords: e-commerce, electronic banking services, payment methods, internet.