

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية



مذكرة التخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

تخصص مالية وتجارة دولية

الشعبة : علوم تجارية

دور وسائل الدفع الإلكتروني في تفعيل التجارة الإلكترونية

مقدمة من طرف الطالبة:

بلبشير إسرائ

تحت إشراف الأستاذ : بن زيدان ياسين

أعضاء لجنة المناقشة :

| الصفة | الاسم و اللقب | الرتبة | عن الجامعة |
|--------|-------------------|-------------------|---------------|
| رئيسا | د. بوزيان العجال | أستاذ محاضر - أ - | جامعة مستغانم |
| مقررا | د. بن زيدان ياسين | أستاذ محاضر - أ - | جامعة مستغانم |
| مناقشا | د. ولد سعيد محمد | أستاذ محاضر - أ - | جامعة مستغانم |

السنة الجامعية: 2020/2021

شكرو وتقدير

الحمد لله رب العالمين وصلى الله على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين .. وبعد

الحمد لله أولا وأخيرا ونشكره على نعمته العظيمة ونحمده على فضله علينا لإتمام
الدراسة ، ونرجو الله أن ينتفع بها كل من يطلع عليها ، فإن قصرنا فمن أنفسنا واذ أصبنا
فمن الله .

ويسرني أن أتقدم بالشكر لكل من ساعدنا في إعداد هذا العمل ونخص بالذكر الأستاذ
المشرف " بن زيدان ياسين " بصفة خاصة وكافة أساتذة كلية العلوم الإقتصادية
، التجارية وعلوم التسيير عامة .

إهداء

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف المرسلين

أهدي هذا الجهد والعمل المتواضع إلى أغلى ما لدي في الوجود أمي وأبي ، حفظهما الله

إلى اخي محمد

وبإسم صلة الرحم أهديتها لكل عائلتي وإلى كل من يكن لي المحبة والإحترام

إلى كل من ساهم في إنجاح هذا العمل المتواضع

وفي الأخير أرجوا من الله تعالى أن يجعل عملنا هذا نفعا يستفيد منه جميع الطلبة المقبلين

على التخرج .

قائمة الجداول

والأشكال

قائمة الجداول :

| رقم الجدول | عنوان الجدول | الصفحة |
|------------|---|--------|
| (1-1) | أنواع التجارة الإلكترونية حسب معيار التقنية | 13 |
| (1-3) | عدد البطاقات الإلكترونية المتداولة في سنة 2016 في وكالت مستغانم | 54 |
| (2-3) | عدد البطاقات المتداولة لسنة 2017 لوكالات مستغانم | 55 |
| (3-3) | عدد البطاقات الإلكترونية المتداولة لسنة 2018 لوكالات مستغانم | 56 |
| (4-3) | البطاقات الإلكترونية الأكثر إستعمالا في الوكالات من 2016 إلى 2018 | 56 |

قائمة الأشكال :

| رقم الشكل | عنوان الشكل | الصفحة |
|-----------|---|--------|
| (1-1) | طريقة البيع المباشر و أثره في تخفيض التكلفة | 11 |
| (1-2) | أنواع البطاقات البنكية | 32 |
| (2-2) | دورة إستخدام النقود الإلكترونية و إجراءاتها | 34 |
| (3-2) | دورة إستخدام الشيك الإلكتروني في عمليات الدفع | 36 |
| (1-3) | الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة و التنمية الريفية لوكالة مستغانم | 49 |
| (2-3) | أعمدة بيانية تمثل نسبة التغيرات لبطاقات الدفع الإلكترونية خلال فترة (2016-2018) | 57 |

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الإهداء

الشكر

قائمة الجداول

قائمة الأشكال

فهرس المحتويات

مقدمة عامة

الفصل الأول : التجارة الإلكترونية

5.....تمهيد

6.....المبحث الأول : ماهية التجارة الإلكترونية

6.....المطلب الأول : تعريف التجارة الإلكترونية و نشأتها

8.....المطلب الثاني : خصائص و دوافع التجارة الإلكترونية

11.....المطلب الثالث : فوائد و أنواع التجارة الإلكترونية

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

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

16.....المطلب الثاني : معوقات التجارة الإلكترونية

18.....المطلب الثالث : مخاطر التجارة الإلكترونية

19.....المبحث الثالث : أمن التجارة الإلكترونية

19.....المطلب الأول : مفهوم أمن التجارة الإلكترونية

20.....المطلب الثاني : متطلبات أمن التجارة الإلكترونية

المطلب الثالث: التهديدات الأمنية التي تواجه التجارة الإلكترونية 21.....

خلاصة الفصل 23.....

الفصل الثاني : وسائل الدفع الإلكتروني

تمهيد..... 25.....

المبحث الأول : ماهية وسائل الدفع الإلكتروني 26.....

المطلب الأول : تعريف وسائل الدفع الإلكتروني و خصائصه 26.....

المطلب الثاني : أهمية وسائل الدفع الإلكتروني 27.....

المطلب الثالث: أطراف التعامل في وسائل الدفع الإلكتروني 29.....

المبحث الثاني: أنواع وسائل الدفع الإلكتروني 29.....

المطلب الأول : البطاقات البنكية و البطاقات الذكية 30.....

المطلب الثاني : النقود الإلكترونية و المحافظ الإلكترونية 33.....

المطلب الثالث : الشيكات الإلكترونية و التحويلات الإلكترونية للأموال 35.....

المبحث الثالث : مزايا و عيوب وسائل الدفع الإلكتروني و عوامل إنتشارها 38.....

المطلب الأول: مزايا وسائل الدفع الإلكتروني 38.....

المطلب الثاني: عيوب وسائل الدفع الإلكتروني 39.....

المطلب الثالث:العوامل المساعدة على إنتشار وسائل الدفع الإلكتروني 40.....

خلاصة الفصل 42.....

الفصل الثالث : دراسة ميدانية لبنك الفلاحة و التنمية الريفية

تمهيد..... 44.....

المبحث الأول : تقديم عام حول بنك الفلاحة و التنمية الريفية 45.....

- 45.....المطلب الأول : تعريف بنك بدر و مراحل تطوره
- 47.....المطلب الثاني : وظائف بنك بدر و أهدافه
- 48.....المطلب الثالث :الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة و التنمية الريفية
- 50.....المبحث الثاني : وسائل الدفع الإلكتروني وتأثيرها على بنك بدر وأهم الخدمات المقدمة من طرفه
- 50.....المطلب الأول : العوامل المساعدة على تعزيز وسائل الدفع الإلكتروني و تأثيرها على بنك بدر
- 51.....المطلب الثاني : أهمية اعتماد الخدمة البنكية الإلكترونية من طرف بنك بدر
- 51.....المطلب الثالث : قنوات و وسائل الدفع الإلكترونية المستخدمة لدى وكالة بدر مستغانم
- 54.....المبحث الثالث : تقييم الخدمات و المنتجات المصرفية الإلكترونية لدى وكالة بدر
- 54.....المطلب الأول : وسائل الدفع الإلكترونية المعتمدة من طرف وكالة بدر
- 56.....المطلب الثاني : تقييم البطاقات البنكية الأكثر إستعمالا في وكالة بدر
- 58.....المطلب الثالث : فوائد و عوامل نجاح الخدمة البنكية الإلكترونية لدى البنك
- 60.....خلاصة الفصل
- 62.....خاتمة عامة
- 66.....قائمة المراجع

الملخص

المقدمة العامة

مقدمة عامة :

إن التطور التكنولوجي الكبير الذي شهده الإنسان عبر المراحل الزمنية المختلفة أدى إلى إختلاف الحياة من مرحلة إلى مرحلة و أهم ما شهده العالم هو التطور التكنولوجي المعلوماتي خاصة في العشرة الأخيرة حيث أصبحت التقنيات الحديثة جزءا أساسيا في حياتنا لا يمكن الإستغناء عنه . و ذلك بالإعتماد على ما أنتجته التكنولوجيا و ثورة المعلومات من وسائل حديثة و متطورة أدت إلى الإستغناء عن بعض الخدمات التقليدية بخدمات إلكترونية إعتقادا على تقنية المعلومات و الإتصال .

تعتبر التجارة الإلكترونية من أبرز التغيرات التي شهدها العالم خلال العقود الأخيرة ، فبتطور تكنولوجيات الإعلام و الإتصال و عولمة الأنشطة التجارية و المالية أصبح إعتقاد المبادلات التجارية ضرورة لا بد منها خاصة في ظل تزايد حجم المبادلات في هذا المجال على المستوى العالمي ، هذا بفضل توفر الظروف الملائمة من إعتقاد البنوك و المؤسسات المالية لنظم الدفع الإلكترونية في عملياتها. و نظرا لكفاءة و سرعة العمليات التي تتم عبر الوسائط الإلكترونية أصبح من الضروري إعتقاد مختلف البنوك و المؤسسات الجزائرية على هذه التقنيات و الخدمات لمواكبة التطور التكنولوجي و الإستفادة من مختلف المزايا التي تتمتع بها التجارة الإلكترونية .

الإشكالية :

مما سبق تتجلى إشكالية البحث في التساؤل التالي :

- كيف تساهم وسائل الدفع الإلكتروني في تفعيل التجارة الإلكترونية ؟

و على ضوء هذه الإشكالية يمكن طرح التساؤلات الفرعية التالية :

- ✓ ماهي التحديات و العقبات الموجهة للتجارة الإلكترونية ؟
- ✓ ما هي المزايا التي تحققها مختلف وسائل الدفع الإلكترونية ؟
- ✓ ما مدى تطبيق وسائل الدفع الإلكترونية في البنوك الجزائرية ؟

فرضيات البحث :

للإجابة على هذه التساؤلات إرتأينا وضع بعض الفرضيات و هي كما يلي :

- ✓ تمثل تكنولوجيا الإتصالات و الانترنت البنية الأساسية و القاعدة لتحقيق التجارة الإلكترونية .

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

✓ تحديث وعصرنة نظام و وسائل الدفع مرتبط بثقافة ووعي المجتمع .

أهمية الموضوع :

تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية الموضوع الذي تطرقت إليه ، فهي تعالج ظاهرة وسائل الدفع الإلكترونية و مدى مساهمتها في إنتشار التجارة الإلكترونية ، حيث تعد هذه الأخيرة أحد سمات الإقتصاد القائم على المعرفة ، و من أبرز ما حققته الثورة التقنية و المعلوماتية في الإقتصاد المعاصر .

أهداف البحث :

- ✓ الوقوف على الآثار الإيجابية و السلبية للتجارة الإلكترونية .
- ✓ معرفة المستجدات و التطورات التي طرأت على وسائل الدفع .
- ✓ محاولة معرفة أهم العوامل المساعدة على نجاح و إنتشار وسائل الدفع الحديثة .

أسباب إختيار الموضوع:

- ✓ إنسجام الموضوع مع التخصص الذي نزاوله .
- ✓ التعرف على أنواع وسائل الدفع الإلكترونية و كيفية التعامل بها .
- ✓ الكشف عن أهمية هذه الوسائل و مزاياها .

المنهج المتبع :

من أجل الإلمام بالموضوع بكل جوانبه و للإجابة على إشكالية البحث و التساؤلات المطروحة و غيرها إتبعنا المنهج الوصفي في الجانب النظري، أما المنهج التحليلي الإعتدادي عليه في دراستنا الميدانية .

صعوبات البحث :

خلال فترة قيامنا بإعداد هذه الدراسة صادفتنا بعض الصعوبات و العراقيل منها عدم توفر المعلومات الكافية بخصوص هذا الموضوع ، وكذا صعوبة الحصول على معلومات الخاصة بالبنك كونها معلومات ووثائق داخلية خاصة بالبنك فقط .

هيكل البحث :

من أجل الإجابة على الإشكالية المطروحة و إختبار صحة الفرضيات إرتأينا إلى تقسيم البحث إلى ثلاثة فصول :

بالنسبة للفصل الأول تم التطرق فيه إلى التجارة الإلكترونية و هو بدوره ينقسم إلى ثلاثة مباحث ، حيث يتناول المبحث الأول ماهية التجارة الإلكترونية أما المبحث الثاني فيتناول النتائج الإيجابية و السلبية للتجارة الإلكترونية ، أما المبحث الثالث فتناولنا فيه أمن التجارة الإلكترونية .

الفصل الثاني فتم التطرق فيه إلى وسائل الدفع الإلكتروني ، وهو بدوره أيضا ينقسم إلى ثلاثة مباحث ، المبحث الأول يتناول ماهية وسائل الدفع الإلكتروني أما المبحث الثاني يتناول أنواع وسائل الدفع الإلكتروني ، و بالنسبة للمبحث الثالث فتناولنا فيه مزايا و عيوب وسائل الدفع الإلكتروني و عوامل إنتشارها .

أما الفصل الثالث فقد قمنا بإعادة دراسة لحالة ميدانية سابقة لبنك الفلاحة و التنمية الريفية لوكالة مستغانم و قد قمنا بتقسيمه أيضا إلى ثلاثة مباحث ، المبحث الأول تطرقنا فيه إلى تقديم عام حول بنك الفلاحة و التنمية الريفية أما بالنسبة للمبحث الثاني تطرقنا فيه إلى وسائل الدفع الإلكتروني و تأثيرها على بنك بدر و أهم الخدمات المقدمة من طرفه ، أما المبحث الثالث تطرقنا فيه إلى تقييم الخدمات و المنتجات المصرفية الإلكترونية لدى وكالة بدر .

الفصل الأول

تمهيد :

تعتبر التجارة الالكترونية واحدة من المصطلحات الجديدة في العالم الرقمي التي دخلت حياتنا كأفراد و مؤسسات و أصبحت تتداول في الاستخدام العادي، لتعبر عن العديد من الأنشطة الانسانية المرتبطة بثورة تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات أو الثورة الرقمية .

اذ مكنت التجارة الالكترونية من اجراء المعاملات التجارية و المالية بسهولة دون حواجز أو موانع حيث اختزلت المسافات و الأزمنة اللازمة للمعاملات ، اذ تتم عمليات البيع و الشراء و مخلف التحويلات المالية من أماكن متباعدة عبر مناطق مختلفة من العالم و يسر تام دون تحمل جهود و مخاطر مرتفعة .

حيث سنتعرف في فصلنا هذا على التجارة الالكترونية من خلال المباحث التالية و هي :

المبحث الأول : ماهية التجارة الالكترونية

المبحث الثاني: النتائج الاجابية و السلبية للتجارة الالكترونية

المبحث الثالث: أمن التجارة الالكترونية

المبحث الأول : ماهية التجارة الالكترونية

تمثل التجارة الالكترونية أهمية كبيرة في العلاقات الاقتصادية و المالية سواءا كان ذلك على المستوى الوطني أم الدولي، لذلك فهي تشكل عاملا محفزا للشركات المتعاملة معها كي تطور خدماتها التجارية بشكل مستمر، وفيما يلي سوف نتطرق الى مفهوم التجارة الالكترونية و نشأتها وخصائصها مع ذكر متطلباتها .

المطلب الأول : تعريف التجارة الالكترونية ونشأتها

من خلال هذا العنصر سوف نتعرف على التجارة الالكترونية و نشأتها

1. تعريف التجارة الالكترونية :

قبل أن نتعرض لتعريف التجارة الالكترونية يجب أن ننظر اليها من خلال تقسيم هذا التعبير الى مقطعين :

التجارة وهي تعني في مفهومها التقليدي ممارسة البيع و الشراء، وتشير كلمة التجارة الى هناك تبادلا للسلع و الخدمات باستخدام وسيط ما، ولقد شهد هذا الوسيط تطورا عبر مراحل زمنية عديدة و طويلة ، حتى وصلنا ألى النقود التي نعرفها الآن ، وهذا ما أصبح يعرف بالتجارة التقليدية ، ففي هذه التجارة يتم استخدام العقود و الفواتير الورقية و الطرق اليدوية في التسليم .

لكن اقتران كلمة تجارة بوصف الكترونية يعني أن أسلوب ممارسة النشاط قد تغير ، حيث أصبح يتم باستخدام وسائل الكترونية متعددة و متنوعة تشهد تطور بشكل دائم و مستمر من استخدام التلفون الى استخدام الانترنت و الهاتف المحمول ، و تعتبر الانترنت من أهم هذه الوسائل¹.

ومنه يمكن التعرف على التجارة الالكترونية من خلال عدة تعاريف منها :

التعريف الأول : التجارة الالكترونية هي تبادل سلع و خدمات عن طريق وسيط الكتروني².

التعريف الثاني: هي مجمل الخدمات التجارية التي تتعامل معها المؤسسات و الشركات و الأفراد ، المعتمدة على المعالجة الالكترونية للبيانات³.

التعريف الثالث : التجارة الالكترونية هي مصطلح مختصر لمجموعة مركبة من التكنولوجيات ، والبنى الأساسية ، و العمليات ، و المنتجات . و هي تجمع معا صناعات كاملة ، و تطبيقات ضيقة ، و منتجين و مستخدمين، ومعلومات متبادلة ، و نشاطا اقتصاديا داخل سوق عالمية تسمى الشبكة الدولية للمعلومات (الانترنت)¹.

¹ السيد أحمد عبد الخالق، التجارة الالكترونية و العولمة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الادارية، القاهرة مصر ، 2006، ص31.

² محمد صلاح سلام، العصر الرقمي و ثورة المعلومات، عين للدراسات و البحوث الانسانية و الاجتماعية للنشر ، الطبعة الأولى ، الهرم (مصر) ، 2002 ، ص2015.

³ ناصر دادي عدون، الجزائر والمنظمة العالمية للتجارة، دار المحمدية العامة، الجزائر ، 2003، ص94.

التعريف الرابع: عرفت التجارة الالكترونية بأنها: المعاملات التجارية التي تتم بواسطة المراسلات الالكترونية.

و حسب هذا التعريف فانها تشمل أي تعامل أو عقد أو اتفاق يتم ارساله و استقباله بوسيلة الكترونية ، سواء كانت هذه الوسيلة الالكترونية متمثلة في الفاكس أو الانترنت أو غيرها من الوسائل الالكترونية المتاحة في الوقت الحالي أو التي قد تتاح مستقبلا و تعتمد كوسيلة الكترونية للمراسلة²

التعريف الخامس: ورد تعريف التجارة الالكترونية في مشرعة الامم المتحدة على أنها البرمجة الأوتوماتيكية للعمليات التجارية و الصناعية و الادارية التي يتم قيدها بطريقة آلية دون أي تدخل انساني.³

التعريف السادس: هي استخدام الوسائل الالكترونية في انجاز كل أعمال و معاملات المنظمة مثل استخدام التبادل الالكتروني للبيانات (EDI) و البريد الالكتروني (E-mail) ، والتحويلات الالكترونية للأموال (EFT) و الفاكس ، و النشرات الالكترونية ، و أي وسيلة أخرى.⁴

و كتعريف شامل يمكننا القول عن التجارة الالكترونية أنها " تنفيذ كل العمليات التجارية من بيع و شراء للسلع و الخدمات و حتى الأفكار و تبادل المعلومات بوسائل الكترونية منها شبكة الانترنت".

2. نشأة التجارة الالكترونية

لم يكن ظهور التجارة الالكترونية فجأة بل كان نتيجة تعدد المراحل التي مرت بها ثورة المعلومات و الاتصالات خاصة بعد نمو استخدام شبكة الانترنت و تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في العالم .

فأول تطبيق لمفهوم التجارة الالكترونية ظهر في بداية السبعينات من القرن الماضي من خلال عمليات التحويل النقدي للأموال بطريقة الكترونية من منظمة الى أخرى ، ولكن هذا التطبيق كان مقتصرًا على الشركات الضخمة فقط بسبب تكلفته العالية، الى أ، توسع هذا المفهوم ليشمل عمليات نقل و ارسال الوثائق و تبادل البيانات الكترونيا ، و بعد التطور السريع و الهائل في الشبكات الحاسوبية و برمجيات التجارة الالكترونية و البروتوكولات بدأت تظهر التطبيقات الاخرى للتجارة الالكترونية مثل ارسال الاستثمارات الالكترونية، البريد الالكتروني، و وثائق الفاكس، الى جانب المشاركة في قاعدة البيانات الموزعة و ادارة سلسلة التوريد في اطار التعاون بين المنظمات و المزودين و الزبائن في اعداد التنبؤات بالطلب. كما أدت

¹ كاترين.ل.مان، ترجمة الشحات منصور، التجارة الالكترونية العالمية، مركز الأهرام للترجمة، و النشر، الطبعة الأولى، القاهرة، 2003، ص9

² عبد الفتاح بيومي الحجازي، مقدمة في التجارة الالكترونية العربية، دار الفكر الجامعي للنشر، الاسكندرية، 2004، ص23

³ عبد الفتاح بيومي الحجازي ، التجارة الالكترونية و حمايتها القانونية، دار الفكر الجامعي للنشر، الاسكندرية، 2004، ص23

• Electronic Data Interchange.

• Electronic Funds Transfer

⁴ أحمد محمد غنيم ، التسويق و التجارة الالكترونية ، المكتبة العصرية للنشر و التوزيع، مصر، 2008، ص49.

الى زيادة الشركات المساهمة في هذه التطبيقات من المؤسسات المالية الى مصانع وبائعي التجزئة و المؤسسات الخدمية.¹

ومنذ عام 1955 أصبحت معظم الشركات الكبيرة و المتوسطة لها موقع الكتروني ، وفي عام 1999 امتدت التجارة الالكترونية من منظمات الأعمال للمستهلك لتشمل منظمات الأعمال لمنظمات الأعمال و في عام 2001 امتدت لتشمل منظمات الأعمال لموظفي هذه الشركات وظهرت مفاهيم جديدة مثل الحكومة الالكترونية و التعليم الالكتروني.²

ولقد ساعد في انتشار التجارة الالكترونية علميا ، سهولتها العملية و مرونتها في نقل المعلومات و عرض المنتجات و انجاز الصفقات، كما أنها أعطت للتجار المبتدئين و لصغار رجال الأعمال الفرصة الذهبية للبروز و تحقيق طموحاتهم ، حيث لم تعد ممارسة بعض أوجه النشاطات التجارية حكرا على الشركات الكبيرة فالأمر لا يستدعي سوى وجود جهاز حاسوب و من ثم تنظيم موقع افتراضي عليه و تسويقه و من ثم عرض المنتجات أو الخدمات و استقبال المتعاملين.³

المطلب الثاني: خصائص التجارة الالكترونية ودوافعها

للتجارة الالكترونية عدة خصائص تميزها و عدة دوافع التي سوف نتعرف عليها فيما يلي:

1. خصائص التجارة الالكترونية

تتميز التجارة الالكترونية بعدد من الخصائص التي تختلف فيها و تتميز عن التجارة التقليدية و يمكن أن نحدد هذه الخصائص فيما يلي:⁴

أ- اختفاء الوثائق الورقية في المعاملات التجارية:

تتميز المعاملات التجارية الالكترونية بعدم وجود أية وثائق ورقية متبادلة في اجراء المعاملات، اذ أن كافة الاجراءات و المراسلات بين طرفي المعاملات تتم الكترونيا دوت استخدام أي أوراق، وهو ما يتفق مع الغرض من التجارة الالكترونية و هو خلق مجتمع الأوراق اللاروقية، وبالتالي سوف تحل الدعائم الالكترونية محل الدعائم الورقية وهكذا تصبح الرسالة الالكترونية هي السند القانوني الوحيد المتاح لكلا الطرفين في حالة نشوء أي نزاع بينهما .

ب- عدم امكانية تحديد هوية المتعاقدين:

تتيح شبكة الانترنت للمنشآت التجارية ادارة معاملاتها التجارية بكفاءة من أي مكان في العالم، ذلك أن مقر المعلومات الخاص بالشركة يمكن أن يتواجد في أي مكان دون أن يؤثر ذلك على الأداء ، و

¹ محمد الطائي، التجارة الالكترونية، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2010، ص16.

² محمد نور صلاح الجداية، سناء جودت، التجارة الالكترونية، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2009، ص26

³ عامر محمود الكسواني، التجارة عبر الحاسوب، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، 2008، ص31.

⁴ خالد ممدوح ابراهيم، لوجيستيات التجارة الالكترونية، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، الاسكندرية، 2008، ص150- ص153.

لكن قد يترتب على هذا الانفصال المكاني بين أطراف التعاملات التجارية الالكترونية عدم معرفتهم بكافة المعلومات الأساسية عن بعضهم البعض كما هو الحال في التعاملات التجارية التقليدية .

ج- تسليم المنتجات الكترونيا :

أتاحة شبكة الأنترنت امكانية تسليم بعض المنتجات الكترونيا أي التسليم المعنوي للمنتجات، مثل برامج الحاسوب، التسجيلات الموسيقية، أفلام الفيديو، الكتب، الأبحاث و التقارير الالكترونية، الى جانب بعض الخدمات مثل الاستشارات الطبية أو الهندسية، وهو ما يخلق تحدياً أمام السلطات المختصة حيث لا يوجد حتى الآن أليات متفق عليها لاختراع المنتجات الرقمية للجمارك أو الضرائب اذ قد يستغل البائعون ذلك للتهرب من سداد الجمارك و الضرائب بعدم تسجيل هذه التعاملات في دفاتر المحاسبية الرسمية .

د- غياب العلاقة المباشرة بين الأطراف المتعاقدة :

تدور مساموات المفاوضات بين طرفي التعاقد في مجلس التعاقد لاتفاق على تفاصيل العقد المتوقع ابرامه بينهما (عقد البيع) و قد يأخذ ابرام العقد جلسة واحدة أو عدة جلسات لحين الانتهاء من الاتفاق على كل التفاصيل اللازمة. أما في التجارة الالكترونية فلا يكون هناك مجلس عقد بالمعنى التقليدي أو مفاوضات جارية على شروط التعاقد، لأن البائع يكون في مكان و المشتري قد يبعد عنه بألاف الأميال .

وقد يغيب العنصر البشري تماما وتقوم أجهزة الكمبيوتر بالتواصل فيما بينها و هو ما يعرف بالتعاقد بالوكيل الالكتروني .

هـ- وجود الوسيط الالكتروني:

الوسيط الالكتروني بين طرفي التعاقد هو جهاز الكمبيوتر و المتصل بشبكة الاتصالات الدولية التي تقوم بنقل التعبير عن الارادة الكترونيا لكل من الطرفين المتعاقدين في ذات اللحظة رغم انفصالهما مكانيا، وعادة ما تصل الرسالة الالكترونية في ذات اللحظة الى الطرف الأخر، الا اذا حدث عطل في الشبكة فقد لا تصل الرسالة أو تصل متأخرة أو يوجد بها غلط أو تحريف .

و- السرعة في انجاز الصفقات التجارية :

ساهمت التجارة الالكترونية بشكل فعال في اتمام العمليات التجارية بين الطرفين على وجه السرعة اذ تتم الصفقات التجارية دون الحاجة لانتقال الطرفين و التقائهما في مكان معين و في ذلك توفير للوقت و المال .

ز- التفاعل الجماعي بين عدة أطراف :

التفاعل الجماعي بمعنى أنه يستطيع أحد الأطراف المتعاملة ارسال رسالة الكترونية الى عدد لا نهائي من المستقبلين في نفس الوقت و دون الحاجة الى اعادة ارسالها في كل مرة و في هذا المجال توفر شبكة الانترنت امكانيات بلا حدود للتفاعل الجماعي بين فرد و مجموعة و هو شيء غير مسبوق في أي أداة تفاعلية سابقة.

2. دوافع التجارة الإلكترونية

التجارة الإلكترونية لم تظهر مرة واحدة و بشل واحد و تطورها سيكون مختلف حسب احتياجات قطاعات النشاطات المختلفة، لكن يوجد مع ذلك العديد من العوامل المشتركة الدافعة الى التجارة الإلكترونية و المتجاوزة لحدود المؤسسات و القطاعات، وهي¹:

أ- تسيير المعاملات التجارية :

التجارة الإلكترونية تسمح بتأدية جزء كبير من المراحل المختلفة الداخلة بصفة عادية في المعاملات التجارية بين البائع و المشتري ، فالشبكات تسمح بتدئة قسم كبير من الأثار الاقتصادية للزمن و المسافة، زيادة على ذلك المعاملات التجارية القائمة في محيط الكتروني تستطيع أن تشمل منتجات مادية و غير مادية على حد سواء، فالتجارة الإلكترونية واعدة فيما يخص تدئة التكاليف المتعلقة بكل أنواع المعاملات و الوفاء بهذا الوعد، في حقيقة الأمر ليس بالمشكل الإلكتروني البسيط، بل من هذا يجب أن تستجيب التجارة الإلكترونية الى مجموعة كبيرة من الشروط التكميلية لنقل علاقات السوق الحالية الى سوق الكتروني، و السماح بانشاء علاقات سوقية جديدة مما يستوجب تلاؤم أكثر في التشريعات و طرق جديدة في التسيير التنظيمي داخل المؤسسات، فضلا عن التخفيض المنتظر في تكاليف المعاملات التجارية، فان ضرورة التشكيل الفعال و الناجح بالنسبة للمؤسسات واحد من الاهتمامات الأساسية الدافعة للتجارة الإلكترونية.

ب- الفعالية التجارية :

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

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

ج- تطوير أسواق جديدة:

هناك العديد من المؤسسات ممن استخدمت العلاقات التجارية الإلكترونية تجاوبا مع التكنولوجيا الجديدة، وهناك مؤسسات أخرى اعتمدت تكنولوجيا الاعلام و الاتصال في اطار سياسة المحاكاة

¹ ابراهيم بختي، التجارة الإلكترونية، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، الجزائر، 2008، ص 45-46 .

لبعض منافسها المستخدمين لهذه التكنولوجيا المتطورة، بعد هذا و تدريجيا اعتمدت هذه المؤسسات موقفا أكثر فعالية و أكثر حركية لتطوير التجارة الالكترونية عن طريق ايجاد منافذ و أسواق تجارية جديدة خصوصا و قد أدركت هذه المؤسسات و فهمت كيفية تطبيق اتكنولوجيا الاعلام و الاتصال في اجراءاتها التجارية، من أجل تموقع استراتيجي لائق في هذه المنافذ الجديدة و هذا بدافع تطوير أسواق جديدة .

المطلب الثالث: فوائد التجارة الالكترونية وأنواعها

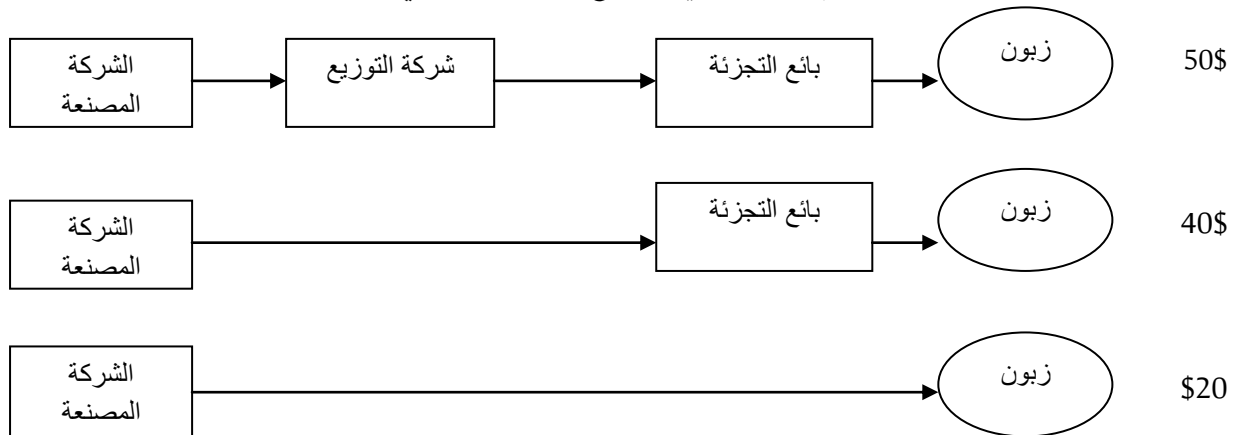
1. فوائد التجارة الالكترونية

للتجارة الالكترونية فوائد عديدة نذكر منها¹:

أ- تكلفة أقل :

ان جراء الأعمال التجارية عبر الانترنت تتم بتكلفة أقل بكثير من اجراءها بالطريقة التقليدية حيث هناك عملية ازالة الوسطاء و الشركات التجارية بين الزبون و الشركة المصنعة للمنتجات حيث يبين الشكل التالي (1-1) أن طريقة الشراء عبر الانترنت تقلل سعر الانتاج الى النصف تقريبا و هي تقلل بشكل كبير من مشاكل السوق و تضع شركات صغيرة جديدة أمام شركات عملاقة ضخمة .

الشكل رقم (1-1) : طريقة البيع المباشر و أثره في تخفيض التكلفة



المصدر : خضر مصباح الطيطي، مرجع سبق ذكره، ص 39 .

¹ خضر مصباح الطيطي، التجارة الالكترونية، دار حامد للنشر و التوزيع، عمان (الأردن)، 2008، ص 39-40.

ب- إقتصادية :

تعتبر التجارة الالكترونية إقتصادية عكس التجارة التقليدية بحيث لا تتطلب استئجار محلات أو تأمين أو استثمارات في البنية التحتية و كل ما هو مطلوب هو فكرة معينة و منتج أو خدمة مميزة و موقع ذو تصميم جذاب للبدء بالعمل التجاري .

ج- عائد أكبر :

التجارة الالكترونية تزيد من العائدات المالية للشركات لأنها توفر وقت و التكلفة و الجهد في اجراء الحركات و العمليات اليدوية و التي تحتاج الى موظفين أكثر و ادارة و حل هذا يتم في التجارة الالكترونية بشكل تلقائي عبر الانترنت .

د- خدمة أفضل للزبون :

التجارة الالكترونية حسنت كثيرا في خدمة الزبون و المعتمدة على وسائل عديدة تتمثل بالموقع و البريد الالكتروني و اجابات على أسئلة اعتيادية و التخاطب المباشر مع الزبائن عبر دردشة بالنص أو بالصوت و الصورة، ففي التجارة الالكترونية لا يحتاج الزبون أن يتصل هاتفيا و من ثم تحويله الى الموظف المعني و قد يكون هذا الموظف مشغولا مع زبون ثاني مما يؤدي الى ضياع الوقت و عدم رضا الزبون .

هـ- سرعة التسويق و مقارنة الأسعار :

ان التجارة الالكترونية تسهل على مل من الزبون و البائع عملية البحث عن المنتجات و مقارنة الأسعار و البحث عن أفضل المنتجات أو الخدمات ذوي جودة عالية بعكس التجارة التقليدية التي تحتاج الى عملية شاقة في البحث في الأسواق و مناقشة البائعين و غيرها .

و- العمل الجماعي :

ان التجارة الالكترونية نشطت العمل الجماعي و أبسط مثال على ذلك هو مشارك البيانات عبر الانترنت أو البريد الالكتروني و الذي سهل في وضع حلول سريعة لتبادل المعلومات و اتخد القرارات بشكل فعال .

ز- مشاركة المعلومات و الملائمة و تحسين الضبط و المراقبة و التحكم :

الأسواق الالكترونية تساعد على مشاركة البيانات و المعلومات بين مختلف الأطراف و سهلت عملية التسليم في الوقت المحدد، وهي أكثر ملائمة للزبون و البائع على حد السواء حيث يستطيع الزبون أن يقوم بعملية البيع أو الشراء في أي وقت و على مدار 24 ساعة في اليوم، و أيضا يستطيع الزبون أو البائع تحسين عملية التحكم بقرارته المالية عبر الانترنت بشكل سهل حيث يستطيع الحصول على الكثير من الخدمات .

2. أنواع التجارة الالكترونية

تنقسم التجارة الالكترونية حسب معيارين وهما كالتالي :

أ- معيار التقنية :¹

هناك عدة أشكال للتجارة الالكترونية اعتمادا على تقنية (المنتج، العملية، الوسيط و الوكيل). فالمنتج اما ملموس أو رقمي و الوكيل اكا أن يكون ملموس أو رقميا ، و أي عملية اما تكون ملموسة أو رقمية و نحصل على الجدول التالي:

جدول رقم (1-1) : أنواع التجارة الالكترونية حسب معيار التقنية

| نوع التجارة | العملية | الوكيل | الوسط | المنتج | نوع التقنية (ملموسة_رقمية) |
|-----------------------|---------|--------|-------|--------|-------------------------------|
| تجارة تقليدية بحتة | ملموسة | ملموس | ملموس | ملموس | |
| تجارة الكترونية بحتة | رقمية | رقمي | رقمي | رقمي | |
| تجارة الكترونية جزئية | رقمية | ملموس | ملموس | ملموس | |

المصدر : شافع لعيد عاشور، مرجع سبق ذكره، ص20.

فالتجارة الالكترونية بهذا المقياس تنقسم إلى ثلاثة أقسام، وهي:

- تجارة تقليدية بحتة : عندما يكون المنتج ملموس و الوسط ملموس و اوكيل و العملية ملموسين .
- تجارة الكترونية بحتة : عندما يكون المنتج رقمي والوسط رقمي و كذا الوكيل و العملية .
- تجارة الكترونية جزئية : و يكون فيها أحد العوامل رقمية و البقية ملموسة لأنها مزيج بين التجارة التقليدية البحتة و التجارة الالكترونية البحتة .

مثال :

- شراء كتاب من موقع Amazon.com هي تجارة الكترونية جزئية .
 - شراء برمجيات من Amazon.com هي تجارة الكترونية بحتة .
- ب- معيار طبيعة البائع و المشتري :

¹ شافع بلعيد عاشور، العولة التجارة والقانونية للتجارة الالكترونية، دار هومة للطباعة و النشر و التوزيع، الجزائر، 2006، ص20- ص21.

■ التجارة الالكترونية بين منشآت الأعمال (B2B):¹

تتم العملية التجارية بين الشركات (تجار الجملة و تجار التجزئة ، و الصدين، و الموردين) وفق نظام معين و نموذج محدد يتم الاتفاق و التوقيع عليه مسبقا .

■ التجارة الالكترونية بين منشآت الأعمال و المستهلكين (B2C):²

تشير الى التعاملات التجارة الالكترونية التي تتم بين منشآت الأعمال البائعة و المستهلكين (أفراد مشتريين)، و تعد أكثر أنواع التجارة الالكترونية شيوعا. و يحدث هذا النوع من التعامل عندما يقوم الفرد المشتري بزيارة موقع المنشأة البائعة على شبكة الأنترنت، و اجراء عمليات التسوق من خلال تصفح الصفحات الكترونية للموقع التي تحتوي البيانات و صور من منتجات المنشأة و أسعارها، و طرق السداد، يلي ذلك قيامه باقتناء المنتج المرغوب، بعد عمليات المقارنة و التقييم، ثم اصدار أمر الشراء للمنشأة.

■ التجارة الالكترونية بين منشآت الأعمال و الحكومة (B2G):³

وهي تغطي جميع التعاملات التي تتم بين منشآت الأعمال و الادارات الحطومية، مثال على ذلك عرض الاجراءات و اللوائح و نماذج المعاملات على الأنترنت. بحيث تستطيع الشركات الاطلاع عليها بطريقة الكترونية و أ، تقوم باجراء المعاملة الكترونيا دون الحاجة للتعامل مع مكتب حكومي .

■ التجارة الالكترونية بين المستهلكين و الحكومة (C2G):

بدأ هذا الشكل في الانتشار في الأونة الأخيرة في الكثيل من الدول ، و مثال على ذلك دفع الضرائب الكترونيا كم في ماليزيا ، واستخراج تراخيص القيادة كما في دبي .

■ التجارة الالكترونية بين المستهلكين (C2C):

و تتضمن بيع المستهلكين للمستهلكين مباشرة، حيث يقوم المستهلك في هذا النوع ببيع السلع و الخدمات و الخبرات مباشرة الى المستهلك باستخدام الانترنت . و يتم هذا النوع باستخدام الاعلانات الالكترونية الموجودة في المواقع على الانترنت لغرض بيع منزل أو سيارة.⁴

¹ أحمد المعاني و آخرون، قضايا ادارية معاصرة، دار وائل للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2011، ص 136 .

² طارق طه، التسويق بالانترنت و التجارة الالكترونية، دار الجامعة الجديدة، الطبعة الاولى، مصر، 2008، ص 383.

³ محمد الصيرفي، الادارة الالكترونية، دار الفكر الجامعي، الطبعة الاولى، الاسكندرية، 2006 ص 173-174 .

⁴ أحمد المعاني و آخرون، مرجع سبق ذكره، ص 136 .

■ التجارة الالكترونية بين منشآت الأعمال وموظفيها (B2E):¹

و نذكر منها قيام بعض الشركات الكبيرة الحجم بتقديم خدمات للعاملين بالشركة من خلال الموقع الالكتروني الخاص بالشركة حيث تخصص الشركة مكان على الموقع الالكتروني الخاص بها للعاملين بها فقط مع تمتعهم ببعض المزايا كالتسهيلات .

المبحث الثاني: النتائج الاجابية والسلبية للتجارة الالكترونية

ان للتجارة الالكترونية مزايا و عيوب و مخاطر و معوقات مختلفة، و عند تحديد هذه الأخيرة ليس لغرض التأييد أو المعارضة لتطبيق النظام، و انما الانتباه المبكر لأية سلبيات محتملة قبل وقوعها، فضلا عن تعزيز الاجابيات التي تتيحها التجارة الالكترونية عند اعتمادها .

المطلب الأول : مزايا و عيوب التجارة الالكترونية

1. مزايا التجارة الالكترونية

ان تقدم التجارة الالكترونية من شأنه أ، يحقق مكاسب بالنسبة للأفراد و بالنسبة للمؤسسات، نلخصها فيما يلي:²

أ- المزايا بالنسبة للأفراد :

- توفير الوقت والجهد بحيث يستطيع المستهلك أن يبرم عقد الشراء من مكان اقامته دون الذهاب الى مكان المؤسسة التجارية، و يمكنه دفع ثمن الشيء المباع الكترونيا و هذا وفق سوق الكترونية تفتح بشكل دائم .
- حرية الاختيار بين المعروضات و المنتجات .
- خفض الأسعار و هذا لأن التسوق على الأنترنت يوفر الكثير من التكاليف المنفقة في التسوق العادي ، مما يصب في مصلحة الزبائن .
- نيل رضا المستخدم حيث توفر الأنترنت اتصالات تفاعلية مباشرة، مما يتيح للمؤسسات الموجودة في السوق الالكترونية الاستفادة من هذه الميزات للاجابة على اسفسارات الزبائن بسرعة مما يوفر خدمات أفضل للزبون ويستحوذ على رضاه .

¹ فريد النجار و آخرون، التجارة الالكترونية و الأعمال الالكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة، الدار الجامعية للنشر، الاسكندرية، 2006، ص100.

² ابراهيم بختي، مرجع سبق ذكره، ص67- ص70.

ب- المزايا بالنسبة للمؤسسات :

- تسويق أكثر فعالية من خلال اعتماد المؤسسات على الأنترنت في التسويق و هذا يتيح لها عرض منتجاتها و خدماتها في مختلف أنحاء العالم دون انقطاع طيلة ساعات اليوم و طيلة أيام السنة.
- توفير فرص أكبر للمؤسسات لجني الأرباح اضافة الى وصولها الى المزيد من الزبائن .
- تخفيض المصاريف للمؤسسات كعدم تنقلها الى السوق التقليدية لعرض منتجاتها، و عدم استخدامها لعدد كبير من الموظفين، و الانفاق الكبير على الأمور الترويجية .
- تواصل فعال مع الشركاء و العملاء مما يوفر فرصة جيدة للمؤسسات للاستفادة من البضائع و الخدمات المقدمة من المؤسسات الأخرى .

2. عيوب التجارة الالكترونية

بالرغم من المزايا التي تكسبها التجارة الالكترونية لمعتمديها، فهي رغم ذلك لا تخلو من العيوب و السلبيات، و سنذكر فيما يأتي بعض عيوب التجارة الالكترونية :

- فقدان متعة الشراء.
- فقدان فرصة تعلم مهارات البيع و الشراء و التعامل مع الآخرين.
- الاقبال على معاملات تجارية غير ضرورية نتيجة الاغراء الالكتروني .
- ضياع الوقت نتيجة التسوق الالكتروني و عدم الاحساس بالوقت .
- اختراق مواقع التجارة الالكترونية و اتلافها و تغيير وجهتها .
- هناك اعلانات و ترويج لسلع تافهة أو سلع قد تتعارض مع التقاليد ، الأداب و أخلاقيات الزبائن .

المطلب الثاني : معوقات التجارة الالكترونية

يمكن تصنيف معوقات التجارة الالكترونية على أنها نوعين أساسين¹:

أ- المعوقات التقنية :

تشمل المعوقات التقنية في :

¹ محمد نور صلاح الجداية، سناء جودت خلف، مرجع سبق ذكره، ص39-40.

- ❖ مازلت المواصفات المعيارية لمفهوم الجودة و السرية و الموثوقية غير محددة بصورة واضحة .
- ❖ شبكات الاتصالات مازلت غير كفؤة ، خاصة في مجالات شبكات الهواتف المحمولة .
- ❖ الأدوات لتطوير البرمجيات مازلت في مراحل التطوير .
- ❖ مازلت هناك صعوبة في برمجيات التجارة الالكترونية و تكاملها مع شبكة الانترنت بالاضافة لتطوير شبكات الحاسوب مما يؤدي أحيانا لزيادة الكلفة .
- ❖ الاشتراك في شبكة الانترنت في بعض الدول مازال مكلف و غير كفؤ .

ب- المعوقات غير التقنية :

تتلخص في المعوقات غير التقنية :

- ❖ حاجة المستهلك المستمرة للخصوصية و السرية في عمليات البيع و الشراء .
- ❖ ضعف ثقة المستهلك في التجارة الالكترونية بالبائع الافتراضي أي الذي لا يملك موقعا فيزيائيا.
- ❖ مازال لدى بعض الحكومات قوانين تمنع أو تقلل من فرص التعاون الدولي .
- ❖ هناك صعوبات لقياس مدى نجاح الاعلانات الالكترونية، و ذلك لعدم توفر طرق القياس المعيارية الالكترونية .
- ❖ يرفض بعض المستهلكون التغيير و التحول من التجارة التقليدية للتجارة الالكترونية ، و بعضهم يفضل لمس المنتج قبل الحصول عليه، كما أن بعض المستهلكين مازالوا يرفضون التحول للتعاملات اللاورقية و العقود الالكترونية .
- ❖ لاتزال طرق الخداع على شبكة الانترنت في تسارع مستمر .

وهناك من يصنف معوقات التجارة الالكترونية كالآتي:¹

- الجواجز القانونية : و نقصدها عدم مرونة أو وجود القوانين و اللوائح المنظمة للتجارة الالكترونية في الدولة و عدم ملائمتها لممارسة التجارة الالكترونية ، فتعديل القوانين يرتبط أساسا بإرادة الدولة و عزمها لتبني حلول لتجارة الالكترونية .
- الجواجز التقنية : ضعف الهيكلة التحتية للاتصالات في الدولة و عدم قدرتها على مواكبة متطلبات تقنيات المعلومات التي تشمل على الاتصالات و ما يرتبط بها من تجهيزات و برامج و أنظمة، و ذلك سوف يحد من أمن الشبكة المالية و يعيق سرعة نقل البيانات في الشبكة التجارية، و بالتالي الفشل في اقامة التجارة الالكترونية .

¹ ابراهيم بختي، مرجع سبق ذكره، ص57-59 .

- الحواجز الاقتصادية: و تتمثل أهم هذه الحواجز في عدم اكتمال المعلومات المتعلقة بالتجارة الخارجية لدى المؤسسة و نقص خبرتها أو عدم مراعاة متطلبات الأمان للعمليات التجارية للمؤسسة عبر الانترنت أو عدم مطابقة جودة منتجاتها للمواصفات العالمية .
- الحواجز الثقافية: و نقصد بها عدم نضج ثقافة الاستهلاك عن بعد، فغياب ثقافة التسوق الإلكتروني في عادات المجتمع بشكل كاف، هذا من جهة، و وجود فئات من المجتمع الراضية للتغيير من جهة أخرى يحول دون توسع حجم التجارة الإلكترونية .

لكن بالرغم من هذه العوائق فان التجارة الإلكترونية قد أصبحت حقيقة قائمة و أن افاقها و امكاناتها لا تقف عند حد .

المطلب الثالث : مخاطر التجارة الإلكترونية

مثلما للتجارة الإلكترونية فوائد و مزايا، فهي لا تخلو من مخاطر و صعوبات تواجهها، و من أهمها:¹

- زيادة نسبة التعاقدات الوهمية، و لذلك وضع بروتوكول لاتمام عملية الشراء و الدفع الكترونيا بطريقة آمنة و هو بروتوكول المعاملات الإلكترونية الامنة SET.
- عدم توفر امكانية معاينة السلعة بدقة قبل شرائها .
- لا يوجد تشخيص خاص بالمعاملات الإلكترونية .
- اجتراق شبكة الانترنت لمعرفة أدق الأسرار للحصول على المعلومات يهدد عملاء التجارة.

كم يمكن أن نقسم مخاطر التجارة الإلكترونية كالتالي:²

○ المخاطر القانونية للتعامل الإلكتروني في التجارة:

حيث يصطدم هذا التعامل بالنصوص التشريعية التي تمت صياغتها على أساس حريات التعامل باستخدام الورق و ضرورة التوقيع بوسائل بدائية كالختم و البصمة، ولهذا فان الانتقال من مرحلة التعامل الورقي الى التعامل الإلكتروني دون تهيئة بيئة قانونية بكوادرها البشرية لتحقيق المعاملات الإلكترونية و حماية الحقوق المتولدة من هذه التجارة و اثباتها لسوف يجرى في فراغ قانوني يهدد حقوق المتعاملين و يقلل فرص الاستفادة من استخدام التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال.

¹ سراح الدين محمد، التجارة الإلكترونية، المجموعة العربية للتدريب و النشر، الطبعة الأولى مصر، 2008، ص 29 .

² أحمد مخلوف، نور الدين حامد، دور التجارة الإلكترونية و علاقتها بالتجارة الخارجية و المعوقات الملازمة لها في الدول العربية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول: عصريّة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و اشكالية اعتماد التجالة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي بخميس مليانة، يومي 26-27 أفريل 2011 .

○ مخاطر التوثيق الالكتروني :

اذ تعتبر هذه المشكلة من التحديات الكبيرة للتجارة الالكترونية حيث يتطلب الأمر اثبات من الطرفين المتعاملين في عقد صفقة معينة هما نفسيهما بالفعل اللذان قاما بذلك عبر شبكة الانترنت.

○ مخاطر عدم القدرة على حماية العناوين على شبكة الانترنت :

حيث ينتج البعض أسماء و عناوين الشركات الكبرى .

○ مخاطر يمكن اكتشافها :

و المقصود بهذا أن الشركة و بوجود خبراء مختصين لديها قد تتمكن من اصطياد بعض الاختراقات في أنظمتها و التعامل معها .

○ مخاطر لا يمكن اكتشافها :

والمقصود هنا بأن بعض الاختراقات قد تتم دون سابق دراية بها، أما لحداتها أو جهل الشركة بها، اما لحداتها أو جهل الشركة بها، و النابعة من الأسباب التالية: فيروسات غير معروفة ، قرصنة انترنت ذوي خبرة عالية، التسارع التكنولوجي... الخ .

المبحث الثالث : أمن التجارة الالكترونية

ان عدم توفر الثقة في وسائل التجارة الالكترونية من خلال استخدام الانترنت ، قد يؤدي الى أن يقرر معظم رجال الأعمال و العملاء، أن يمتنعوا من استخدام الانترنت و العودة الى الطرق التقليدية للقيام بالأعمال و التبادلات التجارية، لذلك لا بد أن تكون بعض الاعتبارات الأمنية محققة. حتى لا يتخلى هؤلاء عن عمليات التجارة الالكترونية .

المطلب الأول : مفهوم أمن التجارة الالكترونية

يمكن تعريف أمن التجارة الالكترونية بأنه : {مجموعة الاجراءات و التدابير الوقائية التي تستخدم للمحافظة على المعلومات و التبادلات التجارية و سريتها، اذ أصبحت مشكلة حماية البيانات و المعلومات و الحفاظ عليها من السرقة أو التلاعب أو الاختراق موضع اهتمام العاملين و الباحثين}. وهذا يتطلب ضرورة

دراسة جميع المجالات الفنية و المادية و البشرية و القانونية التي تحمل في طياتها اجراءات حماية المعلومات و التبادلات التجارية و الحد من محاولات الانتهاك أو الاتلاف أو التعديل، و تشمل اجراءات و طرق حماية المعلومات قبل و خلال و بعد ادخالها على الحاسوب أو عند حفظها أو نسخها.¹

المطلب الثاني : متطلبات أمن التجارة الإلكترونية

يشير المختصون في أمن التجارة الإلكترونية الى وجود ستة أبعاد رئيسية لأمن التجارة الإلكترونية، و هي كالتالي:²

• التكاملية :

تشير الى القدرة على ضمان أن المعلومات المعروضة على الموقع الإلكتروني، و أن المعلومات المنقولة أو تلك المستلمة عبر الانترنت لم تبدل أو تعدل بأي طريقة من قبل أية جهة غير مخولة باجراء مثل هذا التبديل أو التعديل على تلك المعلومات .

• الاعتراف (عدم الإنكار) :

تشير الى القدرة على ضمان الأطراف المشتركة في تطبيقات التجارة الإلكترونية بالاعتراف بجميع الأنشطة التي تم تنفيذها من قبلهم على شبكة الانترنت و عدم انكار أي نشاط تحت أي ظرف من الظروف .

• تحديد الهوية :

تشير الى القدرة على تحديد هوية الشخص أو الجهة التي يتم التعامل معه / معها على شبكة الانترنت بشكل سليم بدون لبس أو غموض .

• الموثوقية :

تشير الى القدرة على ضمان أن الرسائل أو البيانات المنقولة عبر شبكات الانترنت غير متاحة و يتعذر الوصول اليها من قبل الجهات المخولة بالاطلاع أو الوصول اليها فقط، بالشكل الذي يطمئن الزبائن أنهم ينجزون المعاملات مع الموقع الصحيح و ليس الموقع الغير شرعي .

• الخصوصية :

¹ خيري مصطفى كتانة، التجارة الإلكترونية، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، الطبعة الأولى، عمان، 2009، ص96.

² محمد الطائي، مرجع سبق ذكره، ص153-ص154 .

تشير الى القدرة على التحكم باستخدام المعلومات من قبل الشخص نفسه دون غيره من خلال الاحتفاظ لسرية و أمن المعلومات و المعاملات .

• الاتاحية :

تشير الى القدرة على ضمان استمرارية موقع التجارة الالكترونية في نشاطاتها كما كان مستهدفا و مخططا له .

المطلب الثالث : التهديدات الأمنية التي تواجه التجارة الالكترونية

هناك ثلاثة نقاط معرضة للتهديد و هي الخادم server و الزبون customer وقناة الاتصال communication channel. و من أهم هذه التهديدات الأمنية التي تتعرض لها هذه النقاط ما يلي¹:

- البرمجيات الخبيثة : و من أشهرها الفيروسات، و هي برامج لها القدرة على أن تنسخ و تنشر نفسها الى ملفات أخرى، و الديدان شكل آخر لهذه البرمجيات، و لها القدرة على الانتقال من جهاز الى آخر عبر الشبكة، و من الأنواع الخطيرة أيضا أحصنة طروادة التي تظهر للمستخدم كأنها ملفات مفيدة لكنها تقوم بأفعال شريرة عند تشغيلها. و من البرامج الشريرة أيضا ما هو خاص بالأجهزة المحمولة و تكون مكتوبة بلغة البرمجة جافا Java و تحمل الى الزبون عند دخوله موقع الويب .
- القرصنة : يمكن أن نعرف مفهومين هامين و هما القرصان أي شخص الذي يحاول الوصول الى أنظمة الحاسوب، و المفهوم الثاني هو المخرب أي الشخص الذي يستفيد من المعلومات التي يقدمها القرصان للقيام بأفعال تخريبية عدائية .
- تزوير أو سرقة بطاقات الاعتماد : يمكن للقرصنة الوصول الى ملفات بطاقات الاعتماد و معلومات الزبائن الأخرى المخزنة على خدمات التاجر أو البائع ليجري فيما بعد استخدام هذه المعلومات المسروقة لإنشاء بطاقات اعتماد بهيئات و همية .
- الخداع : وذلك باستخدام عناوين بريد الكتروني مزيفة أو انتحال شخصية شخص آخر .
- هجوم رفض الخدمة : يقوم المهاجمون باغراق الموقع بالطلبات الغير مفيدة، من ثم يتوقف الموقع عن الخدمة و تصبح الشبكة في حالة اختناق .
- تأخير خدمة الموزع : من خلال اغراق عدد كبير من الحسابات المرتبطة مع بعضها في اطار الحسابات الموزعة بالرسائل على النحو الذي يؤدي الى تأخير خدمتها للزبائن .

¹ خيري مصطفى كنانة، مرجع سبق ذكره، ص98-ص99 .

- التجسس : وذلك باستخدام برامج للتجسس يراقب المعلومات المنتقلة عبر الشبكة، ثم سرقة المعلومات الهامة من أي مكان على الشبكة .

خلاصة الفصل الأول :

تعتبر التجارة الالكترونية القطاع الأسرع نموا في الاقتصاد العالمي، و قد أصبحت واقعا ملموسا في ظل البيئة الحالية، و من المتوقع أن يتعاظم دورها في المستقبل القريب نظرا لثأثيرها الفعال على بيئة الأعمال. وتستخدم التجارة الالكترونية أنماط مختلفة في عملها مثل الاتصال عبر الانترنت و التبادل الالكتروني بين الشركة و الزبائن، حيث أن صفة العالمية للتجارة الالكترونية ألغت الحدود أمام الأسواق التجارية، وحوّلت العالم الى سوق مفتوحة أمام المستهلك بغض النظر عن الموقع الجغرافي للبائع و المشتري .

و بالرغم من ذلك تواجه التجارة الالكترونية العديد من المخاطر و التهديدات التي تعيق طريقها .

الفصل الثاني

تمهيد :

لقد ظهرت وسائل الدفع الإلكترونية كنتيجة للتطور التكنولوجي، و كحل للمشاكل و العراقيل التي أفرزتها وسائل الدفع التقليدية، و بالفعل تمكنت الوسائل الحديثة من الانتشار بسرعة، و قد ساعد في ذلك المجهودات الكبيرة المبذولة من طرف البنوك لجذب عدد أكبر من العملاء و جعلهم يختبرون فعالية و مزايا هذه الوسائل حديثة النشأة .

و بمعرفة الناس للتجارة الإلكترونية و التعامل بها بات من المستحيل استعمال النقود العادية من نقود ورقية و معدنية ، في معاملاتهم التجارية، وبالتالي كان لابد من وجود وسائل تتماشى مع هذا النوع من التجارة .

و للتعرف على وسائل الدفع الإلكتروني قسمنا فصلنا هذا ال ثلاث مباحث كالآتي :

المبحث الأول : ماهية وسائل الدفع الإلكترونية .

المبحث الثاني : أنواع وسائل الدفع الإلكترونية .

المبحث الثالث : مزايا و عيوب وسائل الدفع الإلكتروني و عوامل نجاحها .

المبحث الأول: ماهية وسائل الدفع الالكترونية

شهدت الحركة المصرفية حديثا تطورا كبيرا ، حيث أصبح بإمكان العملاء اجراء عمليات البيع و الشراء من خلال شبكة الانترنت باستخدام وسائل الدفع الحديثة التي تنتجها البنوك فظهرت النقود الالكترونية أو الرقمية و الشيكات الالكترونية .

المطلب الأول : تعريف و خصائص وسائل الدفع الالكتروني

1. تعريف وسائل الدفع الالكتروني:

يمكن تعريف نظم الدفع الالكترونية على أنها : النظم التي تمكن المتعاملين بتطبيقات التجارة الالكترونية من التبادل المالي الكترونيا بدلا من استخدام النقود المعدنية أو الورقية أو الشيكات الورقية ، حيث يقوم البائعون عن طريق الانترنت بتوفير طرق سهلة و سريعة و آمنة للحصول على أثمان منتجاتهم من الزبائن¹.

ويعرف الدفع الالكتروني على أنه : عملية تحويل الأموال هي في الأساس ثمن لسلمة أو خدمة بطؤيقة رقمية أي بإستخدام أجهزة الكمبيوتر، و إرسال البيانات عبر خط تلفوني أو شبكة ما أو أي طريقة لأرسال البيانات².

وتعرف أنظمة الدفع الالكترونية أيضا أنها : هي أنظمة الدفع التي تتم الكترونيا بدلا من الورق (النقد و الشيكات) يستطيع الشخص أن يجلسب فواتيره الكترونيا أو يقوم بتحويل النقود الكترونيا عبر حسابه الخاص البنكي³.

2. خصائص وسائل الدفع الالكترونية :

ما زاد من أهمية وسائل الدفع الالكتروني الخصائص التي تميزها عن وسائل الدفع التقليدية و التي يمكن تلخيصها فيما يلي⁴:

- يتسم الدفع الإلكتروني بالطبيعة الدولية: أي أنه وسيلة مقبولة من جميع الدول، حيث يتم استخدامه لتسوية الحساب في المعاملات التي تتم عبر فضاء إلكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم.

¹ محمد الطائي مرجع سبق ذكره، ص 178 .

² لوصيف عمار، إستراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي و العشرين مع الإشارة الى تجربة الجزائرية، مذكرة ماجستير في العلوم الإقتصادية، جتمعة منتوري، قسنطينة، السنة الجامعية 2008/2009، ص 29 .

³ محمد نور صلاح الجداية، سناء جودت خلف، مرجع سبق ذكره، ص 231 .

⁴ صلاح الياس، وسائل الدفع التقليدية في ظل وجود الوسائل الحديثة، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائريو و إشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي بخميس مليانة، يومي 26-27 أبريل 2011 .

- يتم الدفع من خلال النقود الإلكترونية: وهي قيمة نقدية تتضمنها بطاقة بها ذاكرة رقمية أو الذاكرة الرئيسية للمؤسسة التي تهيمن على إدارة عملية التبادل.
- يستخدم هذا الأسلوب لتسوية المعاملات الإلكترونية عن بعد: حيث يتم إبرام العقد بين أطراف متباعين في المكان، ويتم الدفع عبر شبكة الانترنت، أي من خلال المسافات بتبادل المعلومات الإلكترونية بفضل وسائل الإتصال اللاسلكية، يتم إعطاء أمر الدفع وفقا لمعطيات الكترونية تسمح بالإتصال المباشر بين طرفي العقد.
- يتم الدفع الإلكتروني بأحد الأسلوبين:
 - أ- الأسلوب الأول: من خلال نقود مخصصة سلفا لهذا الغرض، و من ثم فإن الدفع لا يتم إلا بعد الخصم من هذه النقود، ولا يمكن تسوية المعاملات الأخرى بغير هذه الطريقة، ويشبه ذلك العقود التي يكون الثمن فيها مدفوعا مقدما.
 - ب- الأسلوب الثاني: من خلال البطاقات البنكية العادية، حيث لا يوجد مبالغ مخصصة مسبقا لهذا الغرض، بل إن المبالغ التي يتم السحب عليها بهذه البطاقات قابلة للسحب عليها بوسائل أخرى كالشيك لتسوية أي معاملات مالية.
- يلزم تواجد نظام مصرفي معد لإتمام ذلك: أي توافر أجهزة تتولى إدارة هذه العمليات التي تتم عن بعد لتسهيل تعامل الأطراف و توفير الثقة فيما بينهم.
- يتم الدفع الإلكتروني من خلال نوعين من الشبكات:
 - أ- النوع الأول: شبكة خاصة يقتصر الإتصال بها على أطراف التعاقد، و يفترض وجود معاملات و علاقات تجارية و مالية مسبقة بينهم.
 - ب- النوع الثاني: شبكة عامة، حيث يتم التعامل بين العديد من الأفراد لا توجد بينهم قبل ذلك روابط معينة.

المطلب الثاني: أهمية وسائل الدفع الإلكتروني

أهمية وسائل الدفع الإلكتروني¹.

تكمن أهمية وسائل الدفع الإلكتروني فيما يلي:

1. توسيع نطاق السوق: يرتبط نجاح التسويق الإلكتروني إرتباطا مباشرا بفكرة تنمية مبيعات المؤسسة، وذلك بالنظر إلى الدور الذي يلعبه ذلك التسويق في إيجاد فرص واسعة للدخول إلى الأسواق و الإفتتاح

¹ جلول بن قشوة، آلية الدفع الحديثة في المؤسسات المالية الجزائرية و مساهمتها في انتشار استعمال التسويق الإلكتروني، مجلة الأغواط، العدد 29، مارس 2017، ص 96-ص 97.

على سوق واسعة من المستهلكين في ضوء النمو المتسارع لنسبة مستخدمي الانترنت في العالم، ز من ناحية أخرى يسمح الدفع الإلكتروني بتوسيع دائرة السوق المحلي وكذلك النفاذ إلى الأسواق العالمية و خلق أسواق جديدة ، لأن الدفع الإلكتروني يجعل المعاملات المالية متاحة لأكثر عدد ممكن من المستهلكين كما يساعد الدفع الإلكتروني على توفير نظم معلومات تدعم اتخاذ القرارات التسويقية من خلال نظام تبادل المعلومات بدقة و بطريقة علمية تحقق القادرة على دراسة السوق.

2. تحقيق الميزة التنافسية :

إن اعتماد المصارف على نظام دفع إلكتروني بشكل كبير و متطور سيمكنها لا محالة من تطوير قدراتها التنافسية، و بفضلها ستحقق المصارف الكفاءة و تقديم الخدمات ذات جودة عالية و بتكاليف أقل و هذه العناصر تدعم و تحمي مركزها التنافسي

3. الدفع الإلكتروني والنتائج الأجمالية المحلي :

ان التفعيل الإلكتروني سيضمن القضاء على مشكلة الأوراق النقدية المزورة، و حماية الزبائن من عمليات السرقة و تعميم وسائل الدفع الحديثة سيقضي على أزمة السيولة النقدية التي يشهدها الإقتصاد الجزائري، كما سيقضي الدفع الإلكتروني على مشكلة الطوابير التي تشهدها العديد من المؤسسات الحكومية، كما ان اعتماد نظام الدفع الإلكتروني سيساهم في الأرتفاع المحلي بنقطة أو نقطتين على أقل تقدير كونه سيؤثر على سرعة دوران النقود ، و بالتالي تحريك عجلة النشاط الاقتصادي و يتضاعف الاستثمار ، كم أن تفعيل نظام الدفع الإلكتروني سيقضي على الأسواق الموازية و يتحول الإقتصاد الى إقتصاد حقيقي و منتج و مصدر فيرتفع سعر صرف العملة الوطنية و تنخفض الأسعار .

4. الدفع الإلكتروني يساهم في تطوير التجارة الإلكترونية :

يعتبر الدفع الإلكتروني عامل هام لتفعيل دور التجارة الإلكترونية و زيادة كفاءتها و يمكن أن نبرر ذلك من خلال النقاط التالية :

- سرعة أداء أطراف التبادل التجاري لمعاملاتهم التجاري و الوفاء بالتزاماتهم المالية بسرعة فائقة مهما كان بعد المسافة .
- تعرض الخدمات المالية و المصرفية على طول ساعات اليوم و خلال أيام الأسبوع و بهذا تتجاوز البنوك المصرفية الإلكترونية عامل الزمن عكس البنوك التقليدية .
- إمكانية القيام بأي عملية من البيت أو من أي مكان يتوفر على وسائل اتصال حديثة .

المطلب الثالث : أطراف التعامل بوسائل الدفع الإلكتروني

أطراف التعامل بأنظمة الدفع الإلكتروني :

تشارك أنظمة الدفع الإلكتروني في أنها وسيلة لإنتقال النقود من شخص إلى آخر، عبر شبكة الانترنت دون الحاجة للتفاعل وجها لوجه، و على الرغم من إختلاف هذه النظم تجد أنها تحتوي جميعها على أربعة عناصر¹

أ- المنظم (المركز العالمي للبطاقة) : هي مؤسسة عالمية تقوم بعملية إنشء البطاقة و تتولى رعايتها و تصدر تراخيص لجميع البنوك الموجودة في أنحاء العالم بالموافقة على دخولها في عضوية هذه البطاقات و هي تتولى تسوية العمليات المالية المستحقة جراء إستخدامها و يتم ذلك مقابل عمولة تتراوح عادة بين 1% -4 % من قيمة العملية يدفعها التاجر إضافة إلى الإشتراك السنوي.

ب- المصدر (المحرر) : هو البنك أو المؤسسة المالية الكبرى التي لها أدوار عدة، و منها التعاقد مع المركز العالمي للبطاقات من أجل حصولها على ترخيص يسمح لها بإصدار البطاقات من خلال دخولها في عضوية إصدار البطاقات، و التعاقد مع التجار المحليين من أجل قبول هذه البطاقات من عملائها لتسوية عملياتهم من شراء أو تقديم خدمات معينة بالإضافة إلى التعاقد مع عملائهم للتعامل بمثل هذه البطاقات في دفع ما يستحق عليهم للتاجر مقدم السلعة أو الخدمة و حصول التاجر على مقابل ما يقدمه إلى عملائه بإستخدام هذه البطاقة .

ج- التاجر: أن هذا الوصف يطلق على الشركات ، أو المؤسسات صاحبة السلع و محلات البيع و مراكز تقديم الخدمات للجمهور بشكل عام و يبرم إتفاق مع مصدر البطاقة لقبول البيع بالبطاقة و من ثم يرجع إلى مصدر البطاقة للحصول على ثمن هذه السلعة.

د- حامل البطاقة : هو الشخص أو الأشخاص الذين حصلوا على بطاقة بناء على طلب تم تقديمه للمصدر و وافق على منحهم إياها، لتمكينهم من الشراء بواسطتها أو الحصول على الخدمات و كذلك تمكينهم من السحب النقدي من الصراف الألي بإستخدام البطاقة الممنوحة لهم من المصدر.

البحث الثاني : أنواع وسائل الدفع الإلكتروني

نتيجة التطورات التي عرفتها التجارة الإلكترونية حولت أغلب وسائل الدفع الى وسائل دفع الكترونية ، كما أن التطور التكنولوجي قد سمح بخلق وسائل دفع الكترونية غير مكلفة و مجردة من المادة ، ز تتميز بالسرعة و الفعالية و ملائمة لمعالجة المعاملات و الصفقات التي تتطلب السرعة و الدقة في الأداء و من لبن أهم هذه الوسائل نجد البطاقات الإلكترونية، الننفود الإلكترونية ، المحفظة الالكترونية و الشيكات الإلكترونية .

¹ جلال عابدة الشورة، وسائل الدفع الإلكتروني ، دار الثقافة للنشر و التوزيع، مصر، 2008، ص ص 35-38.

المطلب الأول : البطاقات البنكية و البطاقات الذكية

1. البطاقات البنكية :

تعد البطاقات البنكية في وقتنا المعاصر من أهم وسائل الدفع وأكثرها استعمالاً و البديل العصري للنقود ، حيث يشيع استعمالها على نطاق واسع من العالم ، حيث بدأ أول ظهور لها في الولايات المتحدة الأمريكية في عام 1914 على يد شركات البترول التي أصدرت هذه البطاقات لعملائها لشراء ما يحتاجون له من منافذ التوزيع التابعة لها ، و تسوية الحساب في نهاية كل مدة زمنية، ثم تطورت هذه البطاقات و استخدمتها المحلات التجارية و الفنادق¹.

لقد أتاحت البطاقة لحاملها سهولة و سرعة في التعامل، كما هو الحال في شراء العملات الأجنبية و شراء السلع و الخدمات، ويمكن استخدام البطاقة كوسيلة للسحب من الأموال التي يودعها العملاء في البنوك، و ذلك بالسعي من خلال أجهزة الصرف الألي المستخدمة في علاقة البنك بعملائه، كما يمكن استخدام البطاقة كوسيلة للوفاء بئمن السلعة أو الخدمة ، ذلك أن البطاقة صارت مقبولة في المعاملات مع العديد من التجار.²

حيث تعرف البطاقات البنكية على أنها عبارة عن بطاقة مغناطيسية تصدرها البنوك و المؤسسات المالية، و التي تسمح لحاملها بتسديد ثمن المشتريات أو سحب الأموال من الماكينات الألكترونية.³

لقد تعددت أنواع و أشكال البطاقات البنكية و من أهمها :

1. البطاقة الإئتمانية credit card : هي إحدى بطاقات الدفع التي تستخدم كأداة وفاء و إئتمان في نفس الوقت ، فهي تتيح لحاملها الحصول على السلع و الخدمات فور تقديمها ، و الدفع الاجل لقيمة تلك السلع و الخدمات لبنك المصدر لتلك البطاقة .
- و بدورها البطاقات الإئتمانية تنقسم إلى نوعين⁴ :

- أ- البطاقة الإئتمانية المتجددة : تمنح لحاملها إمكانية تجديد الإئتمان ، وهذا سواء سدد ما عليه من ديون بالكامل خلال فترة السماح أو جزء منها و من أهمها :

¹ مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق ، الأوراق التجارية ووسائل الدفع الإلكتروني الحديثة، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية، 2005، ص303.

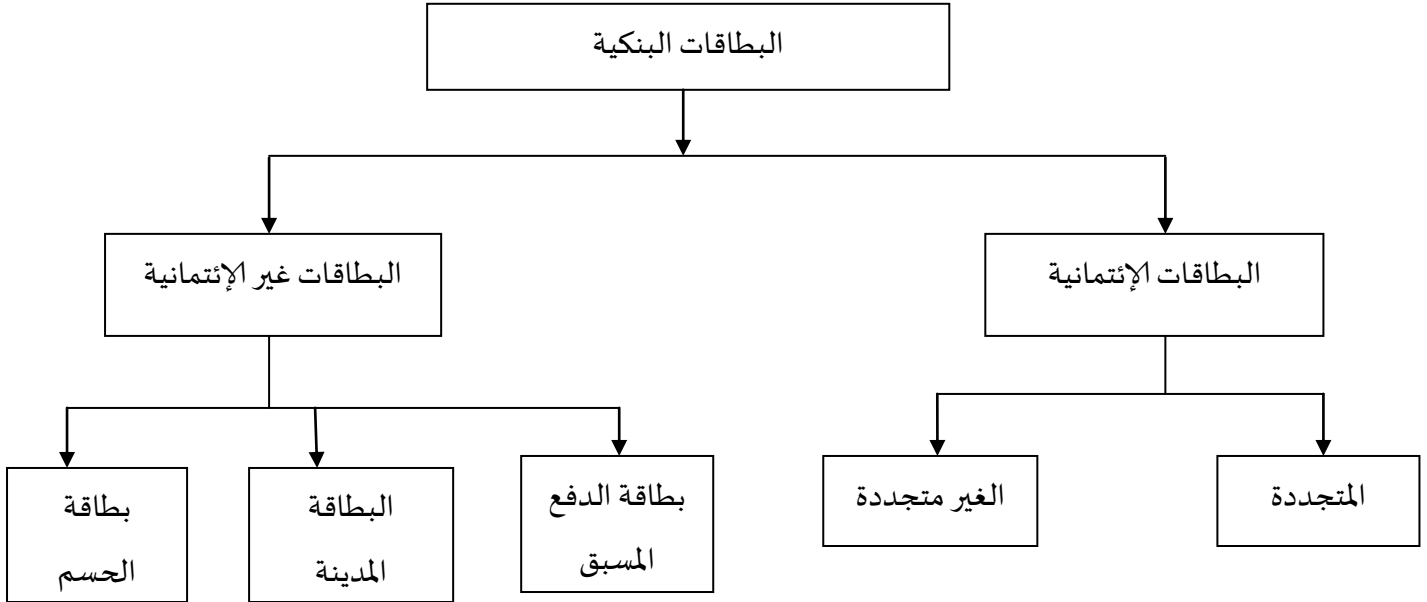
² محمد مدحت عزمي ، المعاملات التجارية الألكترونية، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 2009، ص 24 .

³ لوصيف عمار، مرجع سبق ذكره ، ص 39 .

⁴ د. أحمد عبد العليم العجمي، نظم الدفع الإلكتروني و إنعكاسها على سلطات البنك المركزي، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2013، ص26-ص29.

- بطاقة فيزا كارد: هي أكثر البطاقات الائتمانية إنتشارا على الإطلاق، وهي بطاقة متجددة و تتعامل مع ملايين المنشآت و المحلات التجارية و أجهزة الصراف الألي .
- بطاقة ماستر كارد: تأتي في المرتبة الثانية بعد بطاقة فيزا كارد من حيث درجة إنتشارها، ولها عدة أشكال من أهمها: ماستر كارد الذهبية و ماستر كارد الفضية
- بطاقة إنتمائية غير متجددة: تسمى بطاقات الصرف الشهري لأنها يجب على العميل أن يقوم بالسداد الكامل خلال نفس الشهر الذي تم فيه السحب . بمعنى أ، فترة الإئتمان التي تمنحها البطاقة لا تتجاوز الشهر، و من أبرزها:
- بطاقة أمريكان اكسبرس: هي بطاقة إئتمان ليس لها حد صرف، و يكون المبلغ الكلي المحمل على البطاقة مستحقا عند نهاية فترة السداد، أي ينبغي تسديد الإلتزامات المادية لهذه البطاقة خلال مدة السماح، و لا يجرى تجديد هذه البطاقة لمدة جديدة .
- 2. **البطاقة الغيرإئتمانية Débit Card:** و هي بطاقة لا تمنح لصاحبها بعملية الدفع أو التسوية لمستحقاته إلا إذا توفر فعليا على الأموال المفايلة لعملية التسوية وبالتالي فهي لا تمنح لصاحبها أي إئتمان أو قرض ،و تنقسم بدورها إلى :
 - **البطاقة المدينة:** و يتطلب هذا النوع من البطاقات وجود حساب بنكي جاري لصاحب البطاقة، حيث تتيح إستخدام البطاقة عملية التسوية أو الدفع من خلال تمكين المستفيد من سحب الأموال من حساب صاحب البطاقة الذي يفترض فيه أن يكون حسابه مدينا و في حالة العكس لا تتم عملية التسوية و تتطلب العملية رصيда كافيا و مغطيا للنفقات المجرات بواسطة البطاقة .
 - **بطاقة الدفع المسبق:** حيث يقوم صاحب البطاقة الإلكترونية بشحنها بمبلغ مالي و عند إتمام أي معاملة تجارية يتم سحب المقابل المالي من هذه البطاقة حتى ينتهي المبلغ المشحون أو المعبأ في البطاقة و لإعادة إستخدامها يجب إعادة شحنها و هكذا .
 - **بطاقة الحسم:** هي تلك البطاقة التي تصدرها البنوك أو الجهات الأخرى التي رخص لها القانون ذلك ، تستخدم من طرف صاحبها لخصم مبلغ من حسابه الجاري مباشرة لدفعه للتاجر، و يمكن الحصول عليها بعد فتح حساب لدى البنك بإصدار البطاقة للعميل و ربطها بحركة الحساب ، ولا يستطيع العميل استخدامها سواء في عمليات السحب النقدي من أجهزة الصراف الألي أو في عمليات الشراء من أجهزة نقاط البيع إلا إذا كان رصيда الحساب دائنا .

الشكل رقم (2-1) : أنواع البطاقات البنكية



المصدر : د. أحمد عبد العليم العجمي ، مرجع سبق ذكره ، ص 30.

II. البطاقات الذكية :

ظهرت هذه البطاقات تماشياً مع التطورات التكنولوجية ، و هي بطاقة بلاستيكية تحتوي على خلية إلكترونية يتم عليها تخزين جميع البيانات الخاصة بحاملها مثل الاسم ، العنوان ، المصرف المصدر ، أسلوب الصرف ، المبلغ المصروف و تاريخه ، و تاريخ حياة الزبون المصرفية.¹

إن هذا النوع من البطاقات الجديدة يسمح للعميل بإختيار طريقة التعامل سواء كان إئتماني أو دفع فوري ، و هو ما يجعلها بطاقة عالمية تستخدم على نطاق واسع في معظم الدول، و توفر هذه البطاقات لعملائها العديد من المزايا:²

- يمكن إستخدامها كبطاقة إئتمانية أو بطاقة خصم فوري طبقاً لرغبة العميل .
- سهولة إدارتها مصرفياً بحيث لا يمكن للعميل أن يستخدمها بقيمة أكثر من الرصيد المدون على الشريحة الإلكترونية للبطاقة .

¹ محمد الطائي، مرجع سبق ذكره ، ص 187 .

² يوسف حسن يوسف، البنوك الإلكترونية ، المركز القومي للإصدارات القانونية، الطبعة الأولى، القاهرة، 2012، ص 26.

- أمان الإستخدام لوجود ضوابط أمنية محكمة في هذا النوع من البطاقات ذات الذاكرة الإلكترونية.
- إمكانية التحويل من رصيد البطاقة إلى رصيد بطاقة أخرى من خلال آلات الصرف الذاتي أو أجهزة التلفون العادي أو المحمول .
- يمكن للعميل السحب من رصيد حسابه الجاري بالبنك و إضافة القيمة إلى رصيد البطاقة من خلال آلات الصرف الذاتي أو أجهزة التلفون المحمول .

المطلب الثاني : النقود والمحافظ الإلكترونية

ظهرت أيضا ما يسمى بالنقود الإلكترونية و المحافظ الإلكترونية كنوع من وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة التي سنتعرف عليها فيما يلي :

1. النقود الإلكترونية :

تعرف النقود الإلكترونية بمجموعة من البروتوكولات و التوافق الرقمية التي تتيح للرسالة الإلكترونية أن تحل فعليا محل تبادل العملات التقليدية ، بعبارة أخرى هي المكافئ الإلكتروني للنقود التقليدية التي إعدنا تداولها غير أن هذه النقود تتميز عن التقليدية بمجموعة من الخصائص أهمها إنخفاض تكلفة تداولها كون تحويل النقود الإلكترونية عبر الانترنت أو الشبكات الأخرى أرخص بكثير من إستخدام الأنظمة البنكية التقليدية كما أنها لا تخضع للحدود حيث يمكن تحويل النقود الإلكترونية من أي مكان إلى مكان آخر في العالم.¹

وعرفت كذلك على أنها : قيمة نقدية مخزنة على وسيلة إلكترونية مدفوعة مقدما و غير مرتبطة بحساب بنكي ، و تحظى بالقبول الواسع ، و تستعمل كأداة للدفع لتحقيق أغراض مختلفة.²

• خصائص النقود الإلكترونية :

للنقود الإلكترونية عدة مزايا أهمها:³

- تكلفة تداولها زهيدة : تحويل النقود الإلكترونية أي الرقمية عبر الانترنت أو الشبكات الأخرى أرخص بكثير من إستخدام الأنظمة البنكية التقليدية .

¹ السيد أحمد عبد الخالق، مرجع سبق ذكره ، ص182.

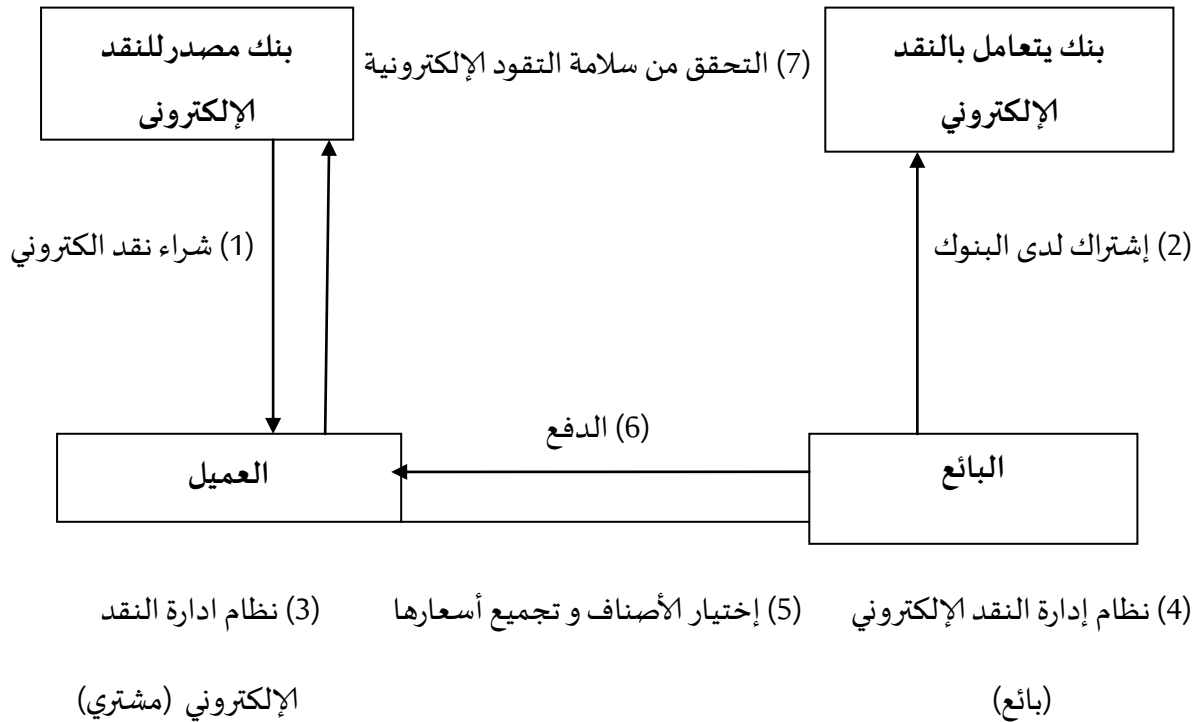
² <http://www.alukah.net/sharia/0/103305> ، 25/03/2021 ، 10 :53

³ منير محمد الجنبيني، ممدوح محمد الجنبيني، الشركات الإلكترونية، دار الفكر الجامعي للنشر، الإسكندرية، 2005، ص70 .

- لا تخضع للحدود : يمكن تحويل النقود الإلكترونية من أي مكان إلى آخر في العالم وفي أي وقت كان ، وذلك لإعتمادها على الانترنت أو على الشبكات التي لا تعترف بالحدود الجغرافية ولا السياسية .
- بسيطة وسهلة الإستخدام : تسهل النقود الإلكترونية التعاملات البنكية إلى حد كبير فهي تغني من ملء الإستمارات و إجراء الإستعمالات البنكية عبر الهاتف .
- تسرع عمليات الدفع : تجري حركة التعاملات المالية و يتم تبادل معلومات التنسيق الخاصة بها فوراً في الزمن الحقيقي دون الحاجة إلى أي وساطة مما يعني تسريع العملية على العكس مما لو كانت تتم بالطرق التقليدية .
- تشجيع عمليات الدفع الأمانة : تستخدم البنوك التي تتعامل بالنقود الإلكترونية أجهزة خاصة تدعم بروتوكول الحركات المالية الأمانة (SET(Secure Electronic Transactions) . كما تستخدم مستعرضات لشبكة الويب تدعم بروتوكول الطبقات الأمانة SSL(Secure Socket Layer) .

هذا و تتكون دورة إجراءات النقود الإلكترونية و إستخدامها من أربع خطوات إجرائية سابقة على عملية الشراء و أربع خطوات أخرى خاصة بعملية الشراء وذلك حسبما يتضح من الشكل التالي :

الشكل رقم (2-2) : دورة إستخدام النقود الإلكترونية وإجراءاتها



المصدر : السيد أحمد عبد الخالق، مرجع سبق ذكره ص 160.

.II. المحافظ الإلكترونية :

هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية ممغنطة مزودة بشريحة حوسبية، يمكن تثبيتها على الكمبيوتر الشخصي بحيث يتم نقل القيمة المالية منه أو إليه عبر الانترنت باستخدام برامج معينة¹.

أ- خصائص المحفظة الإلكترونية :

- سهولة الإستعمال (تقليل الحاجة لنقل القطع النقدية الصغيرة)
- تقليل خطر السرقة (في حالة إحتواء المحفظة الإلكترونية على رمز سري)
- إمكانية إجراء مدفوعات دون ضرورة إمتلاك حساب بنكي .
- سهولة الدفع من خلال عدة عملات دون القيام بعمليات الصرف (في حالة المحفظة الإلكترونية متعددة العملات الصعبة) .

المطلب الثالث : الشيكات الإلكترونية والتحويلات الإلكترونية

في هذا المطلب سنتعرف على الشيكات الإلكترونية و التحويلات الإلكترونية .

I. الشيكات الإلكترونية :

هو محرر ثلاثي الأطراف معالج إلكتروني بشكل كلي أو جزئي يتضمن أمرا من شخص يسمى الساحب الى المسحوب عليه (البنك) بأن يدفع مبلغا من النقود لإذن شخص ثالث يسمى المستفيد .

حيث تستخدم هذه الطريقة للدفعات المالية الكبيرة ، إذ تشابه هذه الشيكات الورقية التقليدية من حيث إتمادها على فكرة وجود وسيط (‘ استخدام طرف ثالث معتمد من جهات حكومية كقناة إتصال مالية بين البائع و المشتري) لإتمام عملية التخليص و المتمثل في جهة التخليص (البنك) الذي يشترك لديه البائع و المشتري من خلال الحصول على هذه الشيكات في صورة نماذج إلكترونية مقابل فتح حساب جاري بالرصيد الخاص بهما مع تحديد التوقيع الإلكتروني لكل منهما و تجليه في قاعدة البيانات لدى البنك الإلكتروني يتضمن التبادل الامن بين الطرفين².

أ- خصائص الشيكات الإلكترونية

تتميز الشيكات الإلكترونية بما يلي :³

¹ إبراهيم بختي، مرجع سبق ذكره، ص72.

² محمد الطائي مرجع سبق ذكره، ص189.

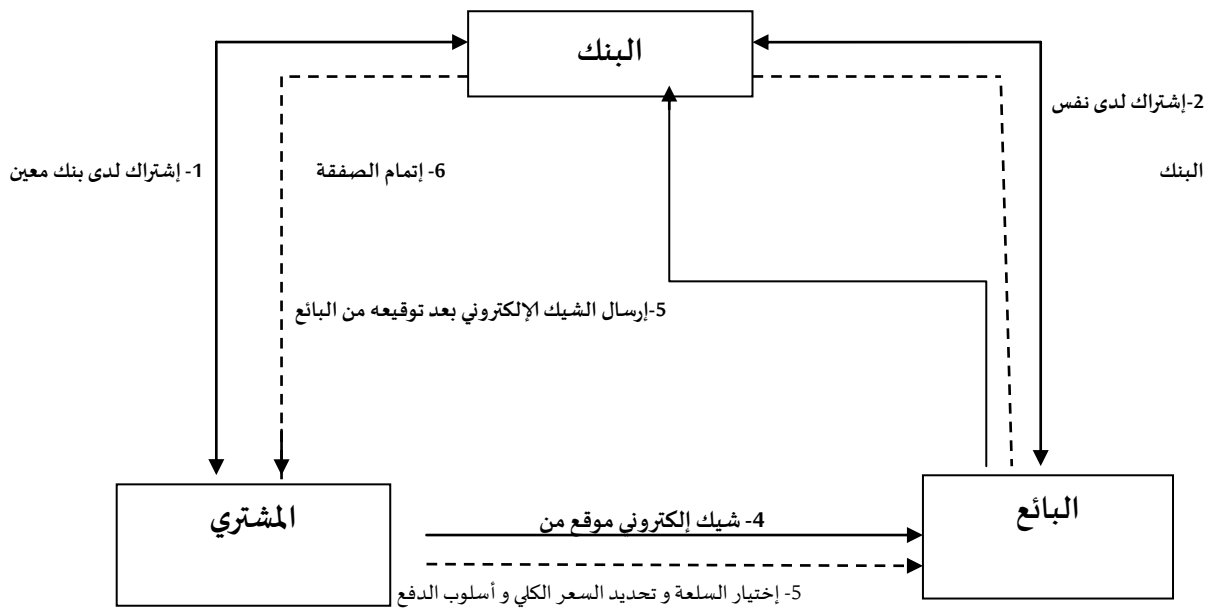
³ محمد الصيرفي، مرجع سبق ذكره ، ص470.

- يوفر التعامل بالشيكات الإلكترونية حوالي 05% من رسوم التشغيل بالمقارنة مع بطاقات الإئتمان مما يساهم في تخفيض النفقات التي يتحملها المتعاملون بهذه الشيكات.
 - تصرف الشيكات الإلكترونية في دفع الصفقات الإلكترونية بجميع أنواعها سواء كانت إدارية أو تجارية بطريقة آمنة عبر البريد الإلكتروني .
 - تسوية المدفوعات من خلال الشبكات الإلكترونية في 48 ساعة فقط مقارنة مع الشيكات العادية التي ينم تسويتها في وقت أطول .
- ب- إجراءات استخدام الشيك الإلكتروني :

عندما يقوم المشتري بدفع قيمة المشتريات فإنه يقوم بتحرير شيك إلكتروني بقيمة ما تم شرائه لصالح البائع و يوقعه بنموذج توقيعه الإلكتروني و يرسله عبر البريد الإلكتروني إلى البائع الذي يقوم بدوره بالتوقيع على نفس الشيك بنموذج توقيعه الإلكتروني ثم يعيد البائع إرساله إلى البنك المشترك عن طريق البريد الإلكتروني و الذي يقوم بدوره بالتحقق من التوقيعات الإلكترونية و بصماتها بما هو مخزن لديه من التوقيعات الإلكترونية لكل من البائع و المشتري و في حالة تأكده من صحة التوقيعات يقوم البنك بتحويل المبلغ من الحساب الجاري للمشتري إلى الحساب الجاري للبائع¹.

و فيما يلي نموذج يوضح دورة استخدام الشيك الإلكتروني في عمليات الدفع :

الشكل رقم (2-3) : دورة استخدام الشيك الإلكتروني في عمليات الدفع



المصدر: محمد الصيرفي، مرجع سبق ذكره ، ص 471.

¹ محمد الصيرفي، مرجع سبق ذكره ، ص 470.

.II التحويل الإلكتروني

يعد التحويل المالي الإلكتروني جزءا بالغ الأهمية للبنية التحتية لأعمال البنوك الإلكترونية التي تعمل عبر الإنترنت، زيتيح هذا النظام بطريقة إلكترونية آمنة، نقل التحويلات أو الدفعات النقدية من حساب بنكي لأخر إضافة إلى نقل المعلومات المتعلقة بهذه التحويلات .

ويمكن تعريف نظام التحويلات المالية الإلكترونية "EFT" ، Electronic Funds Transfer على أنه عملية منح الصلاحية (permission) لبنك ما ، من أجل القيام بحركات التحويلات المالية الدائنة و المدينة إلكترونيا من حساب بنكي إلى حساب بنكي آخر، أي أن عملية التحويل تتم إلكترونيا عبر الهواتف أو أجهزة المودم بدلا من استخدام الأوراق، و تنفذ عمليات التحويل المالي عن طريق دار المقاصة الآلية، وهي شبكة تعود ملكية تشغيلها إلى البنوك المشتركة بنظام التحويلات المالية الإلكترونية .

ويمكن تعريفه أيضا على أنه : عملية منح صلاحية لبنك ما للقيام بحركات التحويلات المالية الدائنة و المدينة إلكترونيا من حساب بنكي إلى حساب بنكي آخر أي أن عملية التحويل تتم إلكترونيا عوضا عن استخدام الأوراق.¹

• الكيفية التي يتم بها التحويل الإلكتروني للأموال :

يقوم العميل بتوقيع نموذج معتمد واحد لصالح الجهة المستفيدة، و الذي يتيح إقطاع القيمة المحددة من حساب العميل وفق ترتيب زمني معين، حيث تتم عملية التحويل الإلكتروني للأموال بأسلوبين، فإما أن يتعامل البنك و العميل مع وسيط يقوم بتوفير البرمجيات اللازمة لذلك و يمكن إيجاد العديد منهم على الإنترنت، يقوم الوسيط هنا بتجميع التحويلات الواردة إليه و إرسالها إلى دار المقاصة الآلية، التي ترسل بدورها نموذج التحويل الإلكتروني للأموال لى بنك العميل ليقوم بإقطاع قيمة التحويل من رصيد العميل و تحويلها إلى حساب المستفيد .

أما إذا رغب المستفيد (التاجر) تنفيذ التحويلات المالية عبر دار المقاصة الآلية دون المرور بوسيط فعندها يتوجب على التاجر نفسه أن يشتري البرمجيات الخاصة التي تسمح بإجراء هذه العملية و تكون هذه البرمجيات مؤمنة بكلمة مرور خاصة بالتاجر و في هذه الحالة يقوم العميل بإعتماد نموذج الدفع مرفقا بشيك مصدق لصالح التاجر الذي يرسل الإعتماد إلى دار المقاصة، هذه الأخيرة تحوله بدورها إلى البنك لإقطاع المبلغ من حساب العميل في الوقت المحدد له و إضافته إلى حساب التاجر .

¹ منير محمد الجنيبي، ممدوح محمد الجنيبي، النقود الإلكترونية، دار الفكر الجامعي للنشر، الإسكندرية، 2005، ص15.

المبحث الثالث : مزايا وعيوب وسائل الدفع الإلكتروني وعوامل انتشارها .

يترتب على استخدام وسائل الدفع الإلكتروني مجموعة من المزايا تقابلها مجموعة من العيوب وهناك العديد من العوامل التي تؤدي إلى إنتشار وسائل الدفع الإلكترونية .

المطلب الأول: مزايا وسائل الدفع الإلكترونية

تتميز وسائل الدفع الإلكترونية بعدة مزايا :

أ- بالنسبة لحاملها :

- توفر بطاقات الإئتمان العديد من المزايا التي تمنحها لحاملها و من أهمها¹ :
- توفر حد كبير من الأمان إذا تم مقارنتها مع النقود الورقية .
- سهولة و يسر إستخدامها .
- إستعمالها يحد من التعامل بالفواتير .
- تمنح حاملها إئتمانا لفترة من الزمن و مخاطر سرقتها تقل عن النقود الورقية .
- السماح لحاملها من الإقتراض لأجل سواء كان من البنك أ، من الشركة المصدرة .

ب- بالنسبة لمصدر البطاقة :

يجني مصدر البطاقة عدة مزايا منها :

- الأرباح تكون مرتفعة، بالإضافة إلى الرسوم العضوية و تجديد الرسوم المفروضة على السحب النقدي، كما قد يفرض مصدر البطاقة بعض الغرامات و الفوائد نتيجة لما قد يرتكبه حامل البطاقة ، و منها غرامات التأخير في السداد و غرامات فقدان البطاقة .
- إجبار المحلات التجارية على فتح حسابات لدى البنك لأن التاجر مضطر لذلك حتى تتحول الأموال لحسابه و بذلك تزداد سيولة البنك حيث لا تخرج الأموال منه و ترجع إليه كوديعة².

ج- بالنسبة للتاجر:

ثتمثل مزاياه في³ :

- تعد أقوى ضمان لحقوق البائع .
- تساهم في زيادة المبيعات .

¹ محمد الطائي، مرجع سبق ذكره ،ص 185

² محمود سحنون، النظام المصرفي بين النقود المصرفية و النقود الألية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، العدد الرابع، 2003، ص68.

³ محمد الطائي مرجع سبق ذكره ص186.

- نقل عبء متابعة ديون الزبائن إلى عائق البنك و الشركات المصدرة .
- د- بالنسبة للإقتصاد : من البديهي أن نقول أ، البطاقات الدولية أصبحت إستثمارا ضخما للشركات التي تصدرها و أصبح بإمكان الدول التي تحتضن هذه الشركات أقسام الأرباح الضخمة التي تدرها هذه الشركات، ومن ناحية أخرى فإن إستخدام البطاقات الائتمانية قد خفض نفقات البنك المركزي في طباعة النقود الورقية إلى جانب آخر، فإن مراقبة التزوير إنتقلت إلى الشركات المصدرة لهذه البطاقات ومنه إنقسمت مسؤولية الحماية و المراقبة معه فضلا عن ذلك إستخدام هذه البطاقات يقلل من التسرب النقدي خارج النظام البنكي مما يعني أن السلطات تستطيع التحكم في المتغيرات النقدية و قدرة البنوك التجارية على تقديم قروض أكبر و هو ما يعني كفاءة السياسة النقدية التوسعية.¹

المطلب الثاني : عيوب وسائل الدفع الإلكتروني

- تتمثل عيوب وسائل الدفع الإلكتروني في الآتي²:
- أ- بالنسبة لحاملها : من المخاطر الناجمة عن إستخدام هذه الوسال رغبة حامل هذه البطاقة لزيادة الإقتراض و الإنفاق بما يفوق مقدرتة المالية و إن كانت الفائدة مرتفعة، إلا أنه يقدم على ذلك مما يجعله غير قادر على سداد ما أنفقه زيادة لأنها تفوق مقدرتة المالية، وكذلك الفوائد التي ينشئها القرض و إرتفاع نسبتها يولد أكبر عيوب بطاقات الإئتمان مما يجعل الأسرة تحت وطأة هذه الديون الكبيرة و بالتالي فعلى حامل البطاقة الإلتزام لسداد ما تم شرائه عن طريق إستخدام هذه البطاقة حتى لو سرقت منه .
- ب- بالنسبة للتاجر : يحقق التاجر الذي يقبل بالبطاقات حدا كبيرا من الأمان و حماية قوية للحصول على حقوقه من الشركات المصدرة لهذه البطاقات ، و في الوقت نفسه لا يملك البنك حق الرجوع للتاجر إذا تأخر حامل البطاقة في السداد، بالإضافة إلى استخدام بطاقة الإئتمان قد ينشط التجارة و يعمل على إرتفاع نسبة البيع عند التاجر و ذلك لأن حامل البطاقة لا يشعر بما أنفقه من خلال البطاقة على العكس ما قد يشعر به عندما يشتري السلع بالنقود الورقية، كما أن هذه الطريقة قد وفرت ميزة كبيرة لتجار التجزئة و تحميه من السرقات التي تحدث أحيانا من قبل موظفي المحاسبة لديهم .

¹ عبد الهادي النجار، بطاقات الإئتمان و العمليات المصرفية الإلكترونية ، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية و الإقتصادية، الجزء الأول، لبنان، 2002، ص47 .

² جلال عابدة الشورة، مرجع سبق ذكره ، ص 98-ص112.

إلا أنه بمجرد حدوث بعض المخالفات من جانب التاجر أو عدم إلتزامه بالشروط يجعل البنك أو المؤسسة المصدرة لهذه البطاقات إلغاء التعامل معه و تضع إسمه في القائمة السوداء، و هو ما يترتب على ذلك صعوبات في ممارسة نشاطه التجاري.

ج- بالنسبة لمصدرها : تتمثل أهم العيوب المرتبطة بمصدر البطاقة فيما يلي :

- إزدیاد حاملي بطاقات الإئتمان و أخذهم فترة طويلة من الزمن لتسديد الديون المترتبة عليهم يؤدي إلى إرتفاع نسبة الديون لدى مصدر البطاقة .
- عدم القدرة على توفير السيولة الكافية لتغطية إحتياجات السحي النقدي و الإقتراض على بطاقات الإئتمان مما يولد مخاطر سيولة البنك .
- في حالة ضياع البطاقة أو سرقتها أو الإحتيال أو التزوير فإن مصدر البطاقة هو الذي يتحمل النفقات.

المطلب الثالث : العوامل المساعدة على إنتشار وسائل الدفع الإلكتروني

لقد ساعد على تطور وسائل الدفع و تحولها من الشكل التقليدي إلى الشكل الإلكتروني مجموعة من العوامل أهمها :

1. تراجع فعالية وسائل الدفع التقليدية :

بالرغم من الإمتيازات التي تتميز بها وسائل الدفع التقليدية من حيث تسهيل المعاملات إلى أن هذه الأخيرة تتضمن العديد من النقائص و التي نذكر منها¹ :

- إنعدام الملائمة فالحاجة إلى الوجود الشخصي لكلا الطرفين يقيد الحرية المعاملاتية .
- عدم إجراء المدفوعات في الوقت الحقيقي، حيث أن المدفوعات التقليدية لا تتم في الوقت الحقيقي، و يتوقف التأخير في التحقق الفعلي على نوعية السداد فالمدفوعات بالشيكات مثلا تستغرق ما يصل إلى أسبوع .
- إنعدام الأمن فالتوقيعات يمكن أن تزور و الشيكات و الكمبيالات و السندات لأمر يمكن أن تسرق أو تضيع و التاجر يمكن أن يلجأ للغش و الإحتيال بمختلف أشكاله.
- إرتفاع تكلفة المدفوعات حيث أن كل معاملة تكلف مبلغا ثابتا من المال، و بالنسبة للمدفوعات الصغيرة تغطي بالكاد تكاليف المصرفيات، فالبنوك مثلا من جهتها تعاني من إرتفاع تكاليف معالجة الشيكات ذات المبالغ الصغيرة نظرا لتعددتها، بالإضافة إلى تكاليف عملية المقاصة .

¹ طارق عبد العال حمادة، التجارة الإلكترونية و المالية و التسويقية و القانونية، الدار الجامعية، مصر الطبعة الثانية، 2008، ص 145-146.

2. تطور تكنولوجيا المعلومات :

أصبح استخدام التكنولوجيا الحديثة عنصرا أساسيا في عمل البنوك خاصة في ظل تزايد المنافسة في الصناعة البنكية وإشتمادها محليا وعالميا، وهو ما دفع بضرورة تحسين الخدمات البنكية واستخدام خدمات الدفع الإلكترونية.¹

3. ظهور شبكات الانترنت:

تعتبر شبكة الانترنت أكبر شركة حواسيب في العالم تتشكل من مجموعة من الشبكات الجزئية تجرى فيها المعلومات من وإلى أي مكان في العالم بحرية تامة، وهي مرتبطة ببعضها البعض من خلال مجموعة من التجهيزات المعلوماتية، تسمح بتمرير المعلومات بطريقة سهلة إقتصادية من وإلى أي مكان على وجه الكرة الأرضية.²

4. ظهور البنوك الإلكترونية وخدمات مصرفية جديدة :

هي تلك البنوك والمؤسسات المالية القائمة على الركائز الإلكترونية من خلال توظيف التطورات الحديثة في مجال تكنولوجيا المعلومات والإتصال لتقديم كافة الخدمات البنكية للعملاء بأمان وأقل تكلفة وأسرع وقت وأقل جهد.³

5. الإستفادة من وسائل الأمان عبر شبكة الانترنت:

تتميز وسائل الدفع الإلكترونية عن الوسائل التقليدية بالإستفادة من وسائل الأمان المبتكرة حديثا لإستعمالها عبر شبكة الانترنت وخاصة لإضفاء الثقة على المعاملات المصرفية والتجارية التي تتم عبر هذه الشبكة والعتي تكون وسائل الدفع الإلكترونية طرفا فيها و قد كان إنتشار التجارة الإلكترونية سببا كافيا لإبتكار مثل هذه الوسائل كاتوقيع الإلكتروني والتشفير والتأمين.⁴

¹ د هارون العشي، فايزة بوراس، وسائل الدفع الإلكتروني ودورها في تحسين الأداء البنكي في ظل تحديات التنمية المستدامة، مجلة الإقتصاد والتنمية البشرية، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة باتنة1، المجلد9، العدد5، 2018، ص176.

² سمية عبابسة، وسائل الدفع الإلكتروني في النظام البنكي الجزائري- الواقع والمعوقات والأفاق المستقبلية- مجلة العلوم الإنسانية، أم البواقي، العدد السادس، 2016، ص350.

³ سمية عبابسة، مرجع سبق ذكره، ص350.

⁴ هارون العشي، فايزة بوراس، مرجع سبق ذكره، ص177.

خلاصة الفصل الثاني :

بالرغم من تعدد أنظمة الدفع إلا أنها لها دائما الهدف نفسه وهو إتاحة الفرصة لتحويل الأموال من حساب في بنك إلى حساب في بنك آخر لأغراض متعددة، ظهرت أنظمة الدفع الإلكتروني مع ظهور التجارة الإلكترونية ، إذ أصبحت أنظمة الدفع التقليدية غير مجدية في هذا النوع من التجارة الذي يتطلب إلى وسائل أكثر تطورا و حداثة المثلثة في وسائل الدفع الإلكترونية التي إتخذت عدة أشكال وهي : البطاقات البنكية ، البطاقات الذكية، الشيكات الإلكترونية ، التحويلات الإلكترونية، النقود الإلكترونية و المحافظ الإلكترونية ، و كل من هذه الوسائل يؤدي دورا مهما في تسريع و تأدية الخدمة للأفراد بكل أمن و سلامة

الفصل الثالث

تمهيد :

تلعب العمليات المصرفية الإلكترونية دون شك دورا كبيرا في تحسين الخدمات و المنتجات التي تقدمها المؤسسات المالية لعملائها، و ذلك بتوفير خدماتها المعينة التي من بينها وسائل الدفع الإلكترونية ، من خلال هذا الفصل سنقوم بتوضيح أهم وسائل الدفع الإلكترونية المتاحة حاليا في بنك الفلاحة و التنمية الريفية ، و من أجل هذا قمنا بتقسيم الفصل إلى ثلاثة مباحث كالتالي :

المبحث الأول : تقديم عام حول بنك الفلاحة و التنمية الريفية .

المبحث الثاني : وسائل الدفع الإلكتروني و تأثيرها على بنك بدر و أهم الخدمات المقدمة من طرفه

المبحث الثالث : تقييم الخدمات و المنتجات المصرفية الإلكترونية لدى وكالة بدر.

المبحث الأول : تقديم عام حول بنك الفلاحة و التنمية الريفية

تم إنشاء بنك الفلاحة و التنمية الريفية (BADR) و الذي نتج عن إعادة هيكلة البنك الوطني الجزائري بمقتضى المرسوم رقم 106/82 الصادر في 11 جمادى الأولى 1402 هـ الموافق ل 13 مارس 1982 حيث إعتبر أنذاك وسيلة من الوسائل الرامية إلى المشاركة في تنمية القطاع الزراعي و ترقية الريف.

المطلب الأول : تعريف بنك الفلاحة و التنمية الريفية و مراحل تطوره

1. التعريف بنك الفلاحة و التنمية الريفية BADR :

بنك الفلاحة و التنمية الريفية مؤسسة مالية وطنية تتمتع بالشخصية المدنية و الاستقلال المالي و يعد تاجرا في علاقاته مع الغير ، اعتبر بنك الفلاحة عند إنشائه وسيلة من وسائل سياسة الحكومة الهادفة إلى المشاركة في تنمية القطاع الفلاحي و ترقية المناطق الريفية، إذ فهو بنك متخصص مهمته تمويل القطاع الفلاحي و الأنشطة المختلفة و الك بقصد تطوير الريف و تطوير الإنتاج الغذائي (النباتي و الحيواني) على الصعيد الوطني.¹

هو مؤسسة عمومية ذات طابع مالي و تجاري موضوع تحت وصاية وزارة المالية، ملتزم بتنفيذ جميع العمليات البنكية و يمنح السلفيات و القروض بجميع أشكالها و من مميزاته أنه في ان واحد بنك الودائع (يقبل الودائع الجارية أو لأجل و يقرض الأموال بأجال مختلفة)، و بنك تنمية (يمنح قروضا متوسطة و طويلة الأجل تستهدف تكوين أو تجديد رأس المال الثابت)، و هو يعطي امتيازاً للمهن الحرة ، الفلاحية و الريفية بمنحها قروضا بشروط أسهل أي سعر فائدة اقل و ضمانات اقل مما يفعله مع غيرها .

يسير البنك مدير عام متواجد بمقره بمدينة الجزائر العاصمة و يشرف عليه مجلس الإدارة يمثل فئة العمال الأجراء، الإدارات ، المديرات و المستخدمين .

كما يتشكل البنك من 41 مديرية جهوية في مجتمعات جهوية للإستغلال و 322 وكالة و هي وحدات إنتاج محلية للإستغلال موزعة على التراب الوطني .

2. مراحل تطور بنك الفلاحة و التنمية الريفية :

لقد مر البن بثلاث مراحل أساسية و هي :

¹ نايب حبيب، واقع وسائل الدفع الإلكترونية البنكية في الجزائر، مذكرة ماستر إكاديمي فب العلوم الإقتصادية ، تخصص إقتصاد نقدي و بنكي ، جامعة مستغانم، 2018-2019 ، ص 59.

أ- مرحلة ما بين (1982-1990) : تم تأسيس بنك الفلاحة و التنمية الريفية تبعا لإعادة هيكلة البنك الوطني الجزائري، حيث إنطلق برأس مال قدره مليار دينار جزائري، و 140 وكالة متنازل عنها من طرف البنك الوطني الجزائري BNA.

وخلال السنوات الأولى من نشأته سعى البنك إلى فرض وجوده ضمن المجال الريفي بفتح العديد من الوكالات في المناطق الريفية و هذا طبق لمبدأ تخصص البنوك حيث كان كل بنك عمومي يختص بإحدى القطاعات الحيوية العامة.

ب- مرحلة ما بين (1991-1999) : بعد صدولا قانون النقد و القرض و الذي منح إستقلالية أكبر للبنوك ألغي نظام التخصص للبنوك و أصبح بنك الفلاحة و التنمية الريفية كغيره من البنوك يباشر مهامه المختلفة المتمثلة في منح القروض و تشجيع عملية الإدخار بنوعها بفائدة و بدون فائدة ، كما وسع آفاقه إلى مجالات أخرى من النشاط الإقتصادي خاصة قطاع المؤسسات الإقتصادية الصغيرة و المتوسطة و المصغرة، و عليه يمكننا تعريف بنك الفلاحة و التنمية الريفية بأنه بنك تجاري يمكنه جمع الودائع سواء كانت جارية أو لأجل، ويمثل أيضا بنك تنمية بإعتباره يمنح القروض سواء كانت متوسطة أو طويلة الأجل ، و هدفها تكوين رأس المال الثابت .

ج- مرحلة ما بين : (2000-2002) : تميزت هذه المرحلة بوجود التدخل الفعلي للبنوك العمومية لبعث نفس جديدة في مجال الإستثمارات و جعل نشاطها و مستوى مردودها يساير قواعد إقتصاد السوق ، وفي إطار تمويل الإقتصاد ضمن التوجهات الجديدة للجزائر عمل بنك الفلاحة و التنمية الريفية على تغيير سياسته الإقراضية حيث رفع إلى حد كبير حجم القروض لفائدة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و المصغرة في جميع الميادين و في نفس الوقت طور مستوى أدائه مساهمة للتحويلات الإقتصادية و الإجتماعية العميقة و إستجابة لتطلعات العملاء المستثمرين .

3. مكانة بنك الفلاحة و التنمية الريفية في المحيط المصرفي الجزائري :

يحتل بنك الفلاحة و التنمية الريفية موقعا متميزا ضمن الهيكل المصرفي الجزائري فهو يعتبر كأكبر بنك تجاري في البلد نظرا لما يشهده من تحولات هيكلية و عملية هامة منذ نشأته والتي يمكن إيجازها فيما يلي:¹

- يتمتع بنك الفلاحة و التنمية الريفية منذ نشأته في 1982 بكافة الصلاحيات و الوظائف المتعارف عليها عالميا .

¹ ناشف فاطمة، وسائل الدفع الإلكتروني في البنوك ز المؤسسات المالية الجزائرية، مذكرة ماستر أكاديمي في العلوم الإقتصادية، تخصص إقتصاد نقدي و بنكي، جامعة مستغانم، 2017-2018 ص 75.

- يمتاز بكثافة شبكته و أهمية تشكيلته البشرية ، حيث صنّف من طرف مجلة قاموس البنوك في سنة 2001 في المركز الأول في ترتيب البنوك الجزائرية و هو بنك يحتل المركز 688 في الترتيب العالمي من بين 4100 بنك مصنف، كما صنّف سنة 2002 في المراتب العشرة الأوائل للبنوك الإفريقية .
- يعمل في كافة القطاعات الإقتصادية ، كما يمول كافة المؤسسات على إختلاف نشاطها و طبيعتها القانونية ..
- إستعمال عمليات الإعلام الألي في جميع عمليات التجارة الخارجية .
- تمثل التجارة الخارجية 30 % من حجم معاملاته ..
- القيام بالعمليات البنكية في الوقت الحقيقي و عن بعد .
- تعميم إستعمال الإعلام الألي على كل الشبكة بفضل برمجيات خاصة ملك للبنك مصممة من طرف مهندسي المؤسسة .

المطلب الثاني : وظائف وأهداف بنك الفلاحة و التنمية الريفية

1. وظائف بنك الفلاحة و التنمية الريفية

يمكن تلخيص أهم مهام البنك فيما يلي¹ :

أ- وضع سياسة إتصال فعالة لتحقيق الأهداف المخططة من خلال :

- العمل على مواجهة مخاطر الصرف على القروض الخارجية بصفة عقلانية .
- تطوير مستوى فئة الموظفين و إعطاء الأولوية لحاملي الشهادات .
- إعطاء الدعم الإعلامي.

ب- عرض المنتجات و الخدمات الجديدة من خلال :

- تصفية المشاكل المالية .
- أخذ الضمانات الملائمة و تطبيقها ميدانيا .
- تمويل التجارة الخارجية .
- تمويل المشاريع الداخلية في إطار تشغيل الشباب .

ج- تطبيق الخطط و البرامج الداخلية وفق سياية الحكومة و هذال :

- تطوير الموارد و العمل على رفعها و تحسين تكاليفها .
- الإستعمال الرشيد للإمكانيات التي تمنحها السوق المالية .

¹ نايب حبيب، مرجع سبق ذكره، ص60 .

- مساهمة التطور الحاصل في عالم المهنة المصرفية و تقنياتها .

2. أهداف بنك الفلاحة و التنمية الريفية

تتمثل أهدافه الرئيسية فيما يلي :

- تكوين الموظفين و العمل على رفع قدراتهم و كفاءاتهم .
- توسيع الأراضي الزراعية و تحسين جودة الخدمات .
- إعادة تنظيم الجهاز الفلاحي بتطوير و تعميم إستعمال الإعلام الألي .
- إشراك الزراعة في التراكم الوطني و تنمية نصيبها في مجال الإنتاج الوطني .
- إستقطاب أكبر عدد ممكن من الزبائن و تقديم أرقى الخدمات إليهم .
- فتح المزيد من الوكالات على المستوى الوطني لكسب مكانة إستراتيجية ضمن الجهاز المصرفي الجزائري .
- توسيع إدخال الإعلام الألي و كل وسائل التكنولوجيا الحديثة .

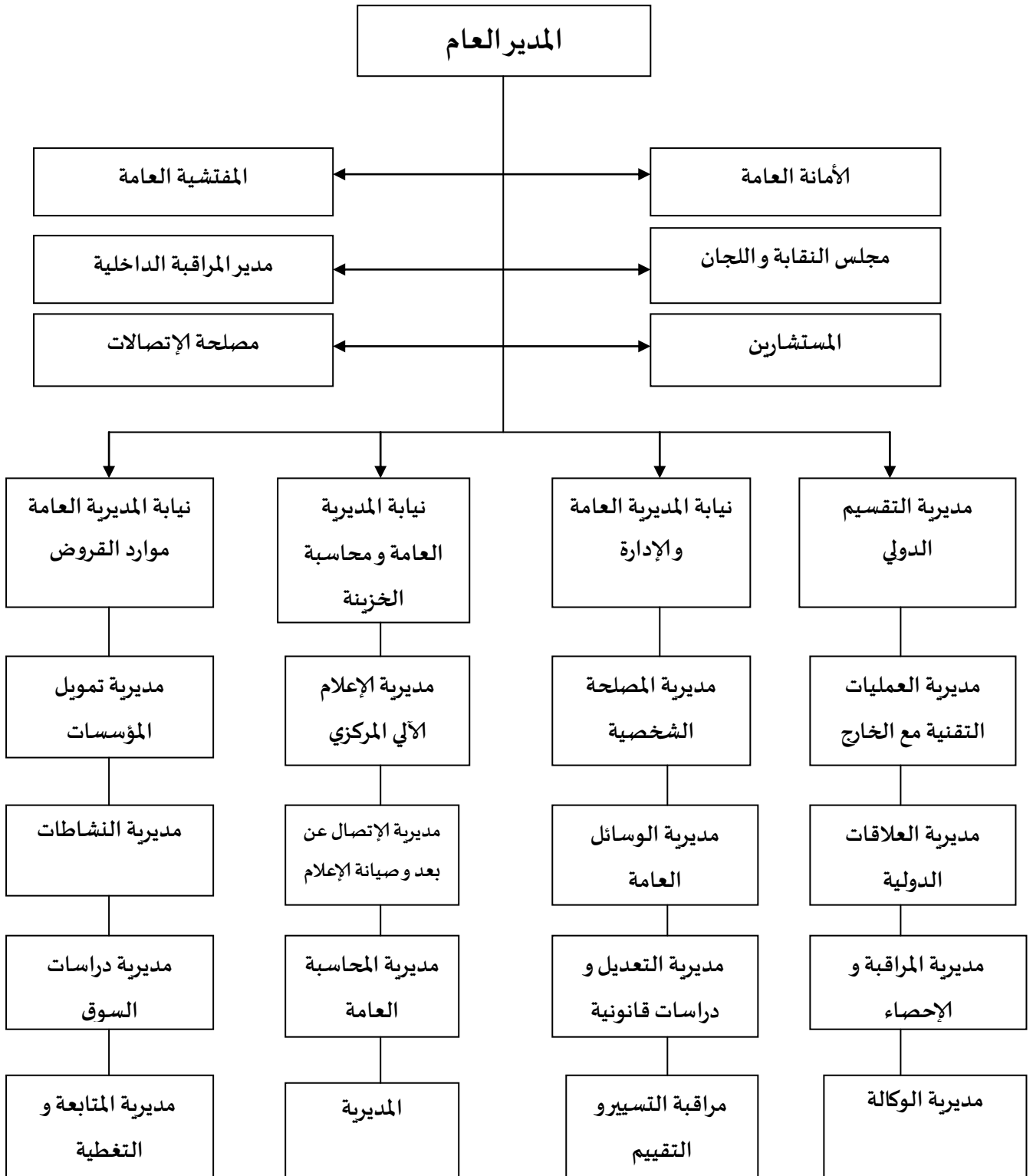
المطلب الثالث : الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة و التنمية الريفية

يخضع بنك الفلاحة و التنمية الريفية للنظامين المركزية و اللامركزية، فالأول تمثله المديرية المركزية الموجودة تحت إدارة الرئيس المدير العام بمساعدة مديرين مركزيين بالإضافة إلى أقسام تضم كل منها عدة مديريات تحت سلطة رئيس القسم ، و مهمتها الإشراف على مختلف العمليات البنكية .

أما اللامركزية فتتنثل في فروع البنك الممتدة عبر التراب الوطني ، تقوم بالإشراف و العمل على التسيير الحسن عبر النطاق المحدد لها، أما الوكالات فهي الخلية القاعدية لنشاطات البنك و هذا التوزيع الشامل لفروع التنمية الريفية عبر مختلف مناطق الوطن ، و الغرض منه هو تحقيق تنمية شاملة أيضا و تقديم خدمات مختلفة من إقراض و غيرها لجميع المواطنين¹.

¹ نايب حبيب ، مرجع سبق ذكره ، ص 61.

الشكل رقم (3-1): الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة و التنمية الريفية لوكالة مستغانم



المصدر : نايب حبيب ، مرجع سبق ذكره ص 62.

المبحث الثاني : وسائل الدفع الإلكتروني وتأثيرها على بنك بدر وأهم الخدمات المقدمة من طرفه

ساهم في اعتماد الخدمة البنكية من طرف البنوك الجزائرية عدة عوامل ساعدت على تعزيز خدماتها و سمحت لها من دخول العصرنة من أبوابها الواسعة بصفة عامة و منحت لها العديد من الإمتيازات .

المطلب الأول : العوامل المساعدة على تعزيز وسائل الدفع الإلكتروني وتأثيرها على بنك بدر

1. العوامل المساعدة على تعزيز وسائل الدفع الإلكتروني

هناك مجموعة من العوامل التي تعتبر بمثابة قواعد للعدا الإلكتروني و التي تتمثل في :¹

- وضع خطط للبدأ في إدخال وسائل الدفع الإلكترونية مع وضع إستراتيجية على مستوى البنك المركزي .
- وضع تنظيمات قياسية تسمح بالربط بين مختلف الجهات .
- قيام علاقات مباشرة بين المشتري و الزبون .
- وجود شبكة عريضة تضم كل الجهات ذات الصلة و ترتبط بالانترنت وفقا لأسس قياسية .
- إختصار المسافات الجغرافية و رفع الحواجز التقليدية .
- إن إستعمال الانترنت في البنوك يشكل نافذة إعلامية لتعزيز الشفافية ، و ذلك من خلال التعريف بهذه البنوك و توزيع خدماتها و الإعلام بنشأة البنك و تطوره و مؤشراتته المالية و وضعها تحت تصرف الباحثين و الدارسين .

2. تأثير وسائل الدفع الإلكتروني على بنك بدر

يكمن تأثير وسائل الدفع الإلكترونية على بنك بدر في ما يلي :

- اعتماد وسائل الدفع الإلكترونية في البنوك يمنحها تطورات و إمتيازات عديدة سواء تعلق الأمر بالبنوك بصفة عامة أو ببنك بدر بصفة خاصة .
- تقديم خدمات جديدة و متنوعة و بأقل تكلفة .
- تخفيض النفقات التي تتحملها البنوك على أداء الخدمات الإلكترونية و إنشاء فروع جديدة في مناطق مختلفة ، كما أن التواجد على الانترنت قادر على التكفل بعدد كبير من الزبائن .
- إمكانية تسويق خدماتها البنكية فضلا عن التعاملات بين البنوك و المبادلات الإلكترونية .

¹ نايب حبيب ، مرجع سبق ذكره ، ص 63

المطلب الثاني : أهمية اعتماد الخدمة البنكية الإلكترونية من طرف بنك بدر

تتمثل أهمية اعتماد الخدمة البنكية الإلكترونية من طرف بنك بدر في :¹

- إن قيام البنك بتسوية أنشطته و خدماته البنكية إلكترونيا يؤدي إلى تخفيض النفقات التي تتحملها في أداء خدماتها و يوفر إنشاء فروع جديدة للبنوك في مناطق عديدة ، و لأن مثلا إنشاء موقع بنكي على شبكة الانترنت لا تقارن تكلفته بتكلفة إنشاء فروع للبنوك بما يحتاجه من مباني و أجهزة و عمالة مدربة و مستندات و صيانة، حيث يمكن من خلال البنك الإلكتروني تسويق مختلف خدماتها البنكية فضلا عن إجراء التعاوانات البنكية، و التبادل الإلكتروني في مدة وجيزة .
- إن دخول البنوك شبكة الانترنت وما تملكه من قدرات على المنافسة يلزم ضرورة دخول البنوك هذه الخدمة لمواجهة تحديات السوق البنكية الدولية ، بحيث يجب في هذه الحالة تكييف المنظومة البنكية خدماتها وفقا لما يجري حاليا في الأسواق البنكية .
- الجوائز بمساحتها الكبيرة لا تستطيع فتح فروع في كل المناطق و بالتالي اعتماد الخدمة الإلكترونية البنكية في النظام البنكي الجزائري يؤدي إلى إختصار المساحة و تقليل تكلفة إنشاء فروع جديدة .
- إن إستعمال شبكة الانترنت في البنوك نافذة إعلامية لتعزيز الشفافية و ذلك من خلال الترويج بخدماتها و الإعلام بالنشر و التطورات و المؤشرات المالية بوضعها تحت تصرف الباحثين و الدارسين و سائر الأطراف الأخرى المعنية بالأمر .
- المساهمة في جذب الإستثمار لاسيما الإستثمار الأجنبي المباشر ، من خلال توفير الخدمة البنكية الإلكترونية 24 ساعة 24 ساعة و 7 أيام على 7 أيام، لكن هذا لا يعني أن اعتماد الخدمة الإلكترونية ليس لها سلبيات بل هناك الكثير منها مثلا مخاطر القرصنة، تكلفة الصيانة للبنية التحتية، و أم و سرية التعاملات البنكية

المطلب الثالث : قنوات و وسائل الدفع الإلكترونية المستخدمة لدى وكالة بدر مستغانم

أصبحت وسائل الدفع الحديثة من أهم الوسائل المستعملة لدى البنوك ، و وكالة مستغانم تعتمد على عدة وسائل دفع بنكية إلكترونية حديثة تتمثل في :²

¹ناشف فاطمة ، مرجع سبق ذكره ص 76 .

² نايب حبيب ، مرجع سبق ذكره ص 65 .

- بطاقة السحب البنكية (CBR) :

هي بطاقة ممغنطة تأخذ اللون الأخضر ، تسمح هذه الأخيرة بالقيام بعمليات السحب في أقل وقت ممكن وبكل أمان ، حيث لا يمكن لاسحب بها إلا من موزعات الوكالة ، كما يتم الحصول عليها عن طريق إبرام عقد بين الزبون و الوكالة و عدد من المتعاملين بها لدى الوكالة .

- البطاقة المشتركة بين المصارف (CIB) Carte Interbancaire :

هي بطاقة سحب و دفع بين المصارف تسمح لحاملها بتسديد المشتريات من السلع و الخدمات من مختلف المحلات التجارية و كذا عبر الانترنت، و القيام بسحوبات نقدية من الوكالات التابعة لبنك الفلاحة و التنمية الريفية 24 ساعة على 24 و 7 أيام على 7 ، و من الموزعات الآلية المشاركة فيها، تحتوي بطاقة CIB على معلومات عديدة منها : إسم البنك ، رمزه ، رمز شركة SATIM (هي شركة النقد الآلي و العلاقات التلقائية عبر البنوك التي من مهامها إقامة و تسيير الأرضية التقنية و التنظيمية للسلسلة النقدية الرقمية ومرافقة البنوك في تطوير الخدمة النقدية الآلية و كذا شخصنة الدفاتر و بطاقات الدفع و السحب للسيولة المالية .)، كما تحتوي البطاقة أيضا على مجموعة من الأرقام عددها 15 رقما تتوسط البطاقة و تختلف من عميل إلى آخر ، ترتمز من اليمين إلى اليسار .

هناك نوعين من هذه البطاقة :

- بطاقة CIB الكلاسيكية و هي زرقاء اللون تمنح للعميل العادي (لديه رصيد شهري) .
- بطاقة CIB الذهبية و هي بطاقة صفراء اللون تمنح للتجار المقاولين اللذين لا يملكون رصيد محدد من طرف البنك .

- البطاقة الذهبية (GOLD) :

إستخدمت هذه البطاقة في أواخر 2008 و هي خاصة فقط بالتجار اللذين يملكون رصيد محدد من طرف البنك، و ما يميزها أنها تسمح بسحب المبالغ الكبيرة .

- بطاقة بدرتوفير (TAWFIR) :

هي بطاقة حديثة الإستعمال تمنح لعملاء البنك اللذين يملكون رصدين، رصيد شهري و رصيد إداري، تمكنهم من السحب عن طريق الموزعات الآلية دون الحاجة إلى التنفل إلى وكالات البنك ، كما تسمح

لصاحبها بتحويل الأموال من رصيده إلى الدفتر من خلال الموزع الألي ، دون أن يكون مضطرا لسحب الأموال و نقلها للوكالة و ذلك من أجل تقريب الوكالة من الزبون أكثر و منح الأخير حرية أكثر .

• البطاقة البنكية الدولية :¹

إقترحت بطاقة الدولية ماستر كارد من طرف بنك بدر مؤخرا، هي بطاقة تتيح للعملاء إمكانية التعامل بالعملة الصعبة بكل ثقة و أمان وذلك على مدار 24 ساعة على 24 و 7 أيام على 7 ، تنقسم هذه البطاقة إلى نوعين :

- بطاقة كلاسيكية .
- بطاقة تيتانيوم .

تسمح هذه البطاقة لحاملها بإجراء عمليات السحب من الموزعات الألية "DAB" و الشبائيك الألية "GAB" في الخارج التي تحمل شعار ماستر كارد، و كذا تسديد المشتريات من سلع و خدمات من خلال البطاقات البنكية لأجهزة الدفع الإلكتروني "TPE" التي تحمل شعار ماستر كارد ، أيضا القيام بعمليات الدفع في المواقع الإلكترونية المؤمنة التي تحمل شعار البطاقة .

تتمثل إمتيازات البطاقة في :

- التحكم في النفقات الخاصة بحساب حامل البطاقة ، مما يسمح له بتسيير دقيق لميزانيته و بدون مخاطر
- الولوج :
- قبول عالمي عبر عدة ملايين من نقاط البيع .
- تغطية واسعة لأجهزة الصراف الألي عبر كافة أنحاء العالم .
- الإنفتاح على التجارة الإلكترونية : عبر الانترنت أو من خلال أحد التطبيقات .
- ولوج دائم و أمان إلى أموال حاملها في الخارج على مدار 24 ساعة / 24 ساعة و خلال 7 أيام / 7 أيام
- الأمان

• الموزع الألي للأوراق النقدية (DAB) :²

¹البطاقة -الدولية/ <https://badrbanque.dz/az> 2021/4/28 16:30

² نايب حبيب ، مرجع سبق ذكره، ص 66

هو آلة أوتوماتيكية تسمح للزبون صاحب البطاقة الإلكترونية بسحب مبلغ من المال دون اللجوء إلى الوكالة البنكية بحيث يمكن سحب هذا المبلغ من أي جهاز موجود على مستوى القطر الوطني، و أغلب البنوك تمتلك أجهزة التوزيع الألي للأوراق النقدية ، كما تمتلك موزع ألي وحيد موجود على مستوى الوكالة .

• نهائي نقطة البيع الإلكتروني (TPV):

هي عبارة عن آلات صغيرة الحجم مرتبطة بالنظام البنكي يتم وضعها في نقاط البيع لدى الفضاءات التجارية الكبرى حيث تسمح للعميل باستخدام بطاقة (CIB الذهبية و بطاقة CIB الكلاسيكية و بطاقة توفير .) و هي تقنية مستخدمة لدى وكالة بدر مستغانم .

المبحث الثاني : تقييم الخدمات و المنتجات المصرفية الإلكترونية لدى وكالة بدر

من خلال هذا المبحث سنتطراً إلى دراسة إحصائية سابقة متمثلة في تقييم الخدمات الإلكترونية المقدمة و المتداولة في البنك .

المطلب الأول : وسائل الدفع الإلكترونية المعتمدة من طرف وكالة بدر .

1. عدد البطاقات الإلكترونية المتداولة لسنة 2016¹

الجدول رقم (3 – 1) : عدد البطاقات الإلكترونية المتداولة في سنة 2016 في وكالات مستغانم

| عدد البطاقات | وكالة مستغانم | وكالة سيدي لخضر | وكالة عين تادلوس | وكالة بوقبراط | وكالة ماسرى | المجموع |
|--------------|---------------|-----------------|------------------|---------------|-------------|---------|
| TAWFIR | 5539 | 3574 | 509 | 341 | 643 | 10606 |
| CBRI | 11104 | 4897 | 184 | 443 | 853 | 17481 |
| CIB | 295 | 239 | 325 | 285 | 0 | 1144 |
| المجموع | 16938 | 8710 | 1018 | 1069 | 1496 | 29231 |

المصدر : ناشف فاطمة ، مرجع سبق ذكره، ص80 .

¹ ناشف فاطمة ، مرجع سبق ذكره، ص80 .

من خلال الأرقام المبينة في الجدول نلاحظ أن وكالة مستغانم تحتل المرتبة الأولى من حيث اعتماد زبائنها على الوسائل الإلكترونية على عكس باقي الوكالات مما يدل على أن المؤسسات الجزائرية و الأفراد يفضلون التعامل بالوسائل التقليدية نتيجة لنقص أو غياب للثقافة المصرفية .

2. عدد البطاقات الإلكترونية المتداولة في البنك لسنة 2017¹ :

الجدول رقم (2-3) : عدد البطاقات المتداولة لسنة 2017 لوكالات مستغانم

| عدد البطاقات | وكالة مستغانم | وكالة سيدي لخضر | وكالة عين تادلس | وكالة بوقيراط | وكالة ماسرى | المجموع |
|--------------|---------------|-----------------|-----------------|---------------|-------------|---------|
| TAWFIR | 4856 | 4183 | 530 | 485 | 743 | 10797 |
| CBRI | 21143 | 4966 | 245 | 446 | 957 | 18757 |
| CIB | 316 | 145 | 426 | 356 | 20 | 1363 |
| المجموع | 17315 | 9394 | 1201 | 1287 | 1720 | 30917 |

المصدر : نايب حبيب ، مرجع سبق ذكره، ص 67.

نلاحظ من خلال تحليل الجدول أن بطاقات CBRI احتلت المرتبة الأولى للبطاقات الأكثر إستعمالا في جميع وكالات بدر مستغانم لسنة 2017 حيث بلغت 18757 بطاقة ، أما بطاقة CIB كانت البطاقة الأقل إستعمالا ب 1363 ، و بلغ المجموع الكلي للبطاقات 30917 بطاقة

- و من خلال الأرقام المبينة في الجدول ومقارنة مع السنة السابقة (2016) نلاحظ زيادة في عدد المتعاملين ببطاقات الدفع الإلكتروني مما يدل على ثقتهم و رضاهم بما تقدمه هذه الوكالة من خدمات و هذا ما يحفز الوكالة على المحافظة عليهم و إستقطاب زبائن جدد .

¹ نايب حبيب ، مرجع سبق ذكره، ص 67.

3. عدد البطاقات البنكية المتداولة في البنك لسنة 2018¹:

الجدول رقم (3 - 3) : عدد البطاقات الإلكترونية المتداولة لسنة 2018 لوكالات مستغانم

| عدد البطاقات | وكالة مستغانم | وكالة سيدي لخضر | وكالة عين تادلس | وكالة بوقيراط | وكالة ماسرى | المجموع |
|--------------|---------------|-----------------|-----------------|---------------|-------------|---------|
| TAWFIR | 4956 | 4250 | 560 | 490 | 765 | 11021 |
| CBRI | 13152 | 4970 | 258 | 459 | 970 | 19809 |
| CIB | 320 | 255 | 530 | 366 | 40 | 1511 |
| المجموع | 18428 | 9475 | 1348 | 1315 | 1775 | 32341 |

المصدر : نايب حبيب، مرجع سبق ذكره، ص 67.

- نلاحظ من خلال الجدول أن في سنة 2018 شهدت الوكالات زيادة في عدد المتعاملين ببطاقات الدفع مما يدل على تقبلهم و رغبتهم في التجديد و التغيير .

المطلب الثاني : تقييم البطاقات البنكية الأكثر إستعمالا في وكالة بدر

- تقييم عدد البطاقات الإلكترونية الأكثر إستعمالا في الوكالات من 2016 إلى 2018

الجدول رقم (3-3) : البطاقات الإلكترونية الأكثر إستعمالا في الوكالات من 2016 إلى 2018

| السنة | 2016 | 2017 | 2018 | النوع |
|------------------------------|-------|-------|-------|-------|
| السارية المفعول | 29231 | 30917 | 32341 | |
| البطاقات المخزنة لدى الوكالة | 2242 | 1540 | 1170 | |
| البطاقات المجددة | 1270 | 1580 | 1680 | |

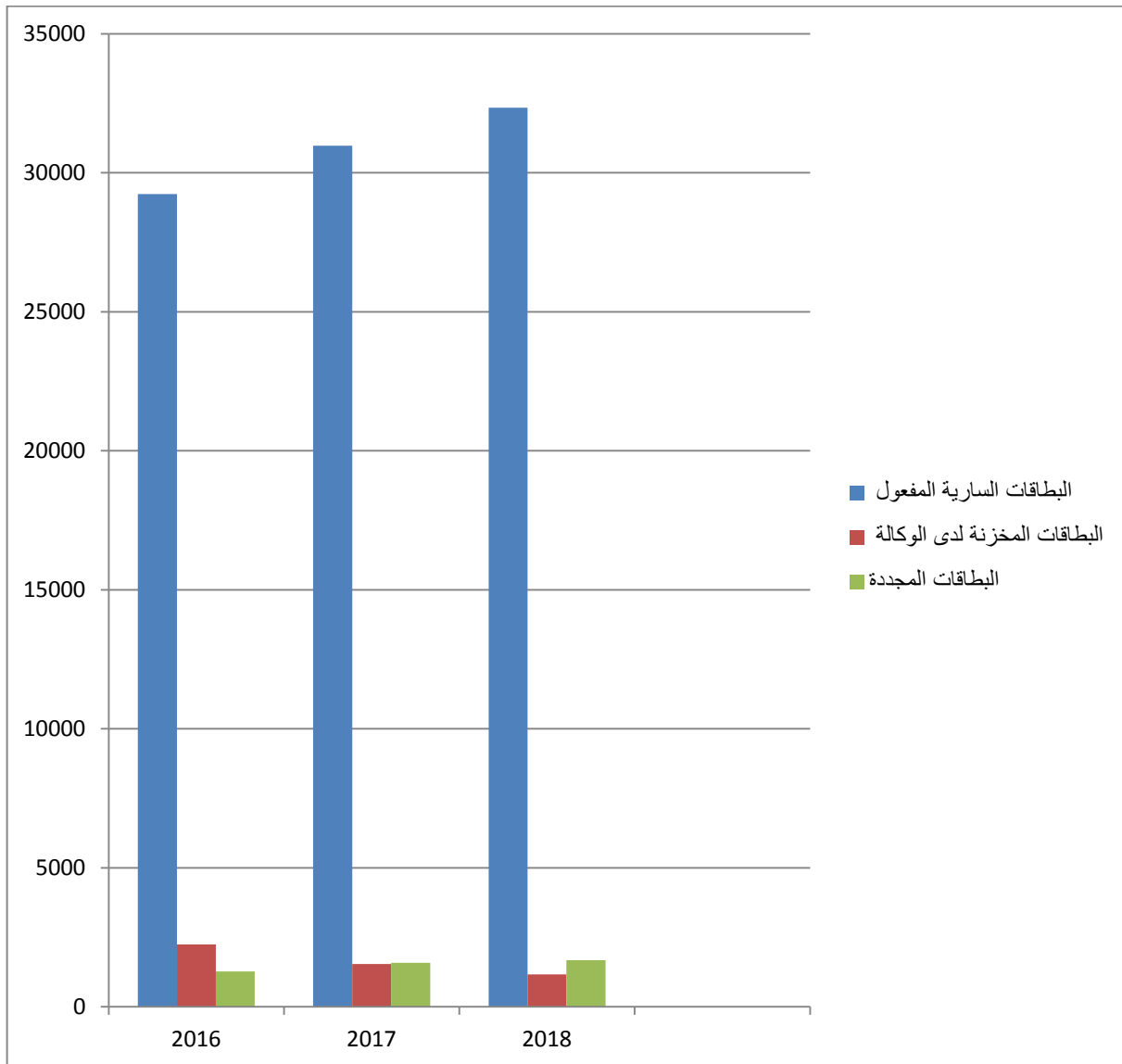
المصدر : نايب حبيب، مرجع سبق ذكره، ص 68

¹ نايب حبيب، مرجع سبق ذكره، ص 68.

- يبين الجدول السابق تغيرات في عدد البطاقات الإلكترونية خلال فترة (2016-2018)، و هذا التغيير راجع إما إلى غلق حسابات الزبائن أو إلى إنتهاء مدة صلاحية هذه البطاقات مما ينتج عليه تجديدها .

و يمكن توضيح هذه التغيرات في الشكل الموالي :

الشكل (3 - 2) : أعمدة بيانية تمثل نسبة التغيرات لبطاقات الدفع الإلكترونية خلال فترة (2016-2018)



المصدر : بناء على معطيات الجدول رقم 3 .

من خلال الشكل أعلاه يتضح أن :

- ✓ عدد البطاقات السارية المفعول خلال الفترة (2016 – 2017) قد تغيرت من 29231 إلى 30917 لتصبح 32314 في بداية 2018 و منه نستنتج أنها في تزايد مستمر هذا التغير راجع إلى أن هذه البطاقات لم تنتهي مدة صلاحيتها ، ويسمح التصرف فيها إلى غاية إنتهاء فترة صلاحيتها المحددة .
- ✓ عدد البطاقات التي في المخزن خلال سنة 2016 قدرت ب 2242 لتشهد إنخفاض في سنة 2017 لتصبح 1540 و مازلت في إنخفاض بحيث قدرت في بداية 2018 ب 1170 .
- ✓ عدد البطاقات المتجددة خلال سنة 2016 كان يعادل 1270 ليشهد إرتفاعا محسوس في 2017 وصل إلى 1580 تم تجديدها لإنهاء مدة صلاحيتها لترتفع في سنة 2018 إلى 1680 .

المطلب الثالث : فوائد وعوامل نجاح الخدمة البنكية الإلكترونية .

1. فوائد الخدمة الإلكترونية :

- إن قيام البنوك بتسوية أنشطتها و خدمتها المالية عبر الانترنت يحقق فوائد منها¹ :
 - تخفيض النفقات التي يتحملها البنك يجعل تكلفة إنشاء موقع البنك على الانترنت لا تقارن بتكلفة إنشاء فرع جديد للبنك، و ما يتطلبه من مباني و أجهزة و كفاءات إدارية.
 - إن الخدمة البنكية الإلكترونية تؤدي إلى تسير التعاملات بين المصارف و بناء علاقات مباشرة و توفير المزيد من فرص العمل و الإستثمار و هو يساعد على النجاح و البقاء في السوق البنكية .
 - إستخدام الانترنت يساهم في تعزيز رأس المال الفكري و يساهم في تطوير تكنولوجيا المعلومات و الإستفادة من الإبتكارات الجديدة التي يكون لها إنعكاس على أعمال البنوك .
2. عوامل نجاح الخدمة البنكية الإلكترونية داخل بدر:

- من أجل تبني نظام متطور في بلادنا لأي بنك إلكتروني فعال يجب :
 - العمل على تكوين إطارات متخصصة في ميدان تكنولوجيا نقل المعلومات .
 - التعريف للمستهلك بإمميزات البنك الإلكتروني و هذا من خلال الإشهار عن طريق الأيام الدراسية في هذا المجال و غيرها .
 - العمل على تطوير و تنظيم العمل البنكي فيما يتعلق خصوصا بتحويل رؤوس الأموال الافتراضية .

¹ نايب حبيب، مرجع سبق ذكره، ص 69.

- تحسين أنظمة الإتصال و التحويل .
- العمل على خلق شبكة عبر الانترنت بين البنوك لتسهيل تسيير البنوك .
- تحسين فعالية التجهيزات ضد أي عجز طارئ .

إن تطبيق الخدمة الإلكترونية يبقى شيء صعب الوصول إليه، في الواقع هذه الخدمة الجديدة في البنك تتطلب وسائل مهمة لإنجاحها ، خصوصا منها البشرية و المالية .

خلاصة الفصل الثالث :

لقد حاولنا من خلال هذا الفصل معرفة أهم الخدمات البنكية , اهم وسائل الدفع الإلكترونية المقدمة لدى وكالة بنك الفلاحة و التنمية الريفية بمستغانم ، ومن خلال هذه الدراسة السابقة يمكن القول أنه بالرغم من التطورات التي يشهدها البنك إلى أن إستخدام وسائل الدفع الإلكتروني لا يزال في تبطؤ نسبي رغم الجهود المبذولة ، و من أجل تحقيق إرسال شامل لوسائل الدفع الحديثة وأنظمتها لابد من تدريب الإطارات المصرفية على إستخدام أحدث النظم البنكية، و الرفع من كفاءة العاملين بإعطاء الأولوية لأصحاب التخصصات في العمل المصرفي ، و رفع العقوبات ذات الطابع الثقافي و التقني و الأمني لا سيما في شأن الخدمات المصرفية .

الخاتمة العامة

خاتمة عامة :

إن تطور تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات أدى إلى ظهور إقتصاد رقمي قائم على إنتاج المعرفة و مرونة و سرعة تبادل المعلومات دون إعتبار للحواجز الزمانية و المكانية و بأقل تكاليف، فأصبحت المعاملات التجارية بين الأفراد و المؤسسات تؤدي بطريقة آلية و هذا ما يعرف بالتجارة الإلكترونية، التي ظهرت لتسيير المعاملات و الصفقات التجارية بكل سرعة و أمان، هنا ظهرت أيضا ما يسمى بوسائل الدفع الإلكترونية لتحل محل وسائل الدفع التقليدية التي أصبحت لا تفي بالغرض.

لقد تطورت وسائل الدفع الإلكتروني على المستوى الدولي بشكل كبير، حيث أنها لم تعد تقتصر على بطاقات الإئتمان فقط بل توسعت لتشمل وسائل دفع إلكترونية دولية أخرى مثل الشيك الإلكتروني، ونظام التحويلات المالية الإلكترونية، و لقد ساهمت هذه الوسائل في التقريب بين البائعين و المشترين من مختلف الدول، كما ساهمت في زيادة نمو حجم التجارة الإلكترونية و ذلك من خلال إستخدام بطاقات الإئتمان في دفع قيمة البطاعة عبر الانترنت.

إن عصرنة و تطور نظام الدفع الإلكتروني ضرورة لا بد من إعادة النظر فيها في الإقتصاد الجزائري، وذلك بإعطاء أهمية كبيرة لها حتى يتسنى توسيع التجارة الإلكترونية التي تتطلب إستخدام آليات حديثة ذات تكنولوجيا عالية. فبالرغم من وجود نية تطوير النظام المصرفي الجزائري، لم تكن جهوداته فعالة و لم تصل إلى نتائج التي كان مرجوا تحقيقها فمعظم البنوك الجزائرية لا تزال تتعامل بنظم دفع تقليدية، و إن وجدت النظم الإلكترونية يكون التعامل بها محدود و يرجع هذا إلى ضعف الجهاز المصرفي الجزائري في حماية هذا النوع من التعاملات و إلى عامل الثقة و الإمان بالنسبة للمواطن الجزائري.

إختبار الفرضيات :

- التجارة الإلكترونية هي وليدة تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات لأنها وفرت لها البنية التقنية اللازمة لقيامها ، كما وفرت لها التقنيات التي تحمي التعامل بها ، فالتجارة الإلكترونية لا يمكنها أن تقوم في بلد ما إلا إذا توفر في هذا الأخير البنى التحتية الإلكترونية و أنظمة و تشريعات خاصة بالتجارة الإلكترونية و هذا ما يتبث صحة الفرضية الأولى .
- وسائل الدفع الإلكتروني تسمح بمعالجة كم هائل من المعاملات بسرعة فائقة و بأقل جهد و وقت و تكلفة ، كما أن ظهورها أيضا ساهم في القضاء على الكثير من المشاكل التي تأثر على الإقتصاد الوطني، كالقضاء على مشكل نقص السيولة ، والتقليل إلى حد كبير من مشكل تزوير العملات النقدية و ذلك بإستعمال النقود الإلكترونية و تحقيقها للسرعة و الأمان في المعاملات التجارية و هذا ما يتبث صحة الفرضية الثانية .
- تحديث و عصرنه نظام وسائل الدفع ليس مرتبط بثقافة المجتمع فحسب بل هو مرتبط أيضا بجدية القائمين على تحديث نظام الدفع ، و راجع كذلك إلى عدم توفر اليد المؤهلة لخلق و تشغيل الأعمال و التجارة الإلكترونية، وقد يرجع هذا أيضا لعدم فتح الدولة للمواقع و الفضاءات المعروفة بأهمية و مزايا توظيف التكنولوجيات الحديثة ، و منه فإن الفرضية الثالثة خاطئة .

النتائج :

ولقد توصلنا من خلال دراستنا إلى النتائج التالية :

- ظهور وسائل الدفع الإلكتروني شجع على قيام خدمات مصرفية جديدة و وسع الافاق أمام التجارة الإلكترونية
- أنظمة الدفع الإلكتروني ماهي إلا مجموعة من الوسائل الإلكترونية التي تساهم في تطوير المعاملات البنكية و تسريع التحول نحو التجارة الإلكترونية قبتطورها تتطور و تزدهر التجارة الإلكترونية .
- تساهم وسائل الدفع الإلكتروني في الإنفتاح على التجارة الإلكترونية .
- تعتبر البطاقات البنكية أحد أهم وسائل الدفع الحديثة .
- تلعب البنوك دورا رئيسيا في خدمة التجارة الإلكترونية من خلال إستحداث وسائل دفع جديدة و تحويل الأموال إلكترونيا بين أطراف العلاقة بينها .

التوصيات والإقتراحات :

- ضرورة تطوير قطاع البريد و تكنولوجيا الإعلام و الإتصال .
- لابد من زيادة الإنفاق في مجال التكنولوجيات الحديثة، والتوسع أكثر فأكثر في شبكة الانترنت و زيادة سرعة تدفقها .
- العمل على إيجاد أليات ووسائل جديدة و إستخدام و تنوع الخدمات المصرفية الإلكترونية لغرض المحافظة على العملاء و جذب عملاء جدد .
- القيام بحملات إعلامية حول البطاقات البنكية و نشر الثقافة النقدية لدى أفراد المجتمع حول تكنولوجيا ووسائل الدفع .
- يجب أن تحظى وسائل الدفع الإلكترونية بالإهتمام اللزم من قبل السلطات العامة بشكل أفضل يلبي إحتياجات و رغبات الجميع عن طريق تدعيمها .
- تحديث نظم الدفع و التسوية في البنوك الجزائرية، و الإسراع في تعميم و تشجيع التعامل بوسائل الدفع الإلكترونية كبطاقة السحب و بطاقات الإئتمان .
- وضع سياسة إعلامية و تسويقية من قبل البنوك ، من شأنها إدخال ثقافة إستخدام البطاقات لدى المستهلكين من أجل جعل أسلوب الدفع بالبطاقة من رغبات الزبائن التي يطالب بها التجار ، و بالتالي دفع هؤلاء التجار إلى إعتماد هذا النمط تحت ضغط زبائنهم و تلبية لرغباتهم .

المراجع

❖ الكتب :

1. إبراهيم بختي، التجارة الإلكترونية، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، الجزائر، 2008.
2. أحمد المعاني و آخرون، قضايا إدارية معاصرة، دار وائل للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2011.
3. أحمد عبد العليم العجمي، نظم الدفع الإلكتروني إنعكاسها على سلطات البنك المركزي، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2013.
4. أحمد محمد غنيم، التسويق و التجارة الإلكترونية، المكتبة العصرية للنشر و التوزيع، مصر، 2008.
5. جلال عايده الشورة، وسائل الدفع الإلكتروني، دار الثقافة للنشر و التوزيع، مصر 2008.
6. خالد ممدوح إبراهيم، لوجيستيات التجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، الإسكندرية، 2008.
7. خضر مصباح الطيطي، التجارة الإلكترونية، دار حامد للنشر و التوزيع، عمان (الأردن)، 2008.
8. خيرى مصطفى كتانة، التجارة الإلكترونية، دار المسيرة للنشر و التوزيع للطباعة، الطبعة الأولى، عمان، 2009.
9. السيد أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية و العولمة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2006.
10. شافع بلعيد عاشور، العولمة و التجارة القانونية للتجارة الإلكترونية، دار هومة للطباعة و النشر و التوزيع، الجزائر، 2006.
11. طارق طه، التسويق بالانترنت و التجارة الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، الطبعة الأولى، مصر، 2008.
12. طارق عبد العال حمادة، التجارة الإلكترونية و المالية و التسويقية و القانونية، الدار الجامعية، مصر، الطبعة الثانية، 2008.
13. عامر محمود الكسواني، التجارة عبر الحاسوب، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، 2008.
14. عبد الفتاح بيومي الحجازي، مقدمة في التجارة الإلكترونية العربية، دار الفكر الجامعي للنشر، الإسكندرية، 2004.
15. عبد الفتاح بيومي الحجازي، التجارة الإلكترونية و حمايتها القانونية، دار الفكر الجامعي للنشر، الإسكندرية، 2004.

16. عبد الهادي النجار، بطاقات الإئتمان و العمليات المصرفية الإلكترونية، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية و الاقتصادية، الجزء الأول، لبنان، 2002.
17. فريد النجار و آخرون، التجارة الإلكترونية و الأعمال الإلكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة، الدار الجامعية للنشر، الإسكندرية، 2006.
18. كاترين.ل.مان، ترجمة الشحات منصور، التجارة الإلكترونية العالمية، مركز الأهرام للترجمة و النشر، الطبعة الأولى، القاهرة، 2003.
19. محمد الصيرفي، الإدارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، الإسكندرية، 2006.
20. محمد الطائي، التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2010.
21. محمد صلاح سلام، العصر الرقمي و ثورة المعلومات، عين للدراسات و البحوث الإنسانية و الإجتماعية للنشر، الطبعة الأولى، الهرم (مصر)، 2002.
22. محمد مدحت عزمي، المعاملات التجارية الإلكترونية، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية، 2009.
23. محمد نور صلاح الجداية، سناء جودت، التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2009.
24. مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، الأوراق التجارية و وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2005.
25. منير محمد الجنبهي، ممدوح محمد الجنبهي، الشركات الإلكترونية، دار الفكر الجامعي للنشر، الإسكندرية، 2005.
26. منير محمد الجنبهي، ممدوح محمد الجنبهي، النقود الإلكترونية، دار الفكر الجامعي للنشر، الإسكندرية، 2005.
27. ناصر دادي عدون، الجزائر و المنظمة العالمية للتجارة، دار المحمدية العامة، الجزائر، 2003.
28. يوسف حسن يوسف، البنوك الإلكترونية، المركز القومي للإصدارات القانونية، الطبعة الأولى، القاهرة، 2012.

❖ المذكرات :

1. لوصيف عمار، إستراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي و العشرين مع الإشارة إلى تجربة الجزائرية، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009/2008.
2. ناشف فاطمة، وسائل الدفع الإلكتروني في البنوك و المؤسسات المالية الجزائرية، مذكرة ماستر أكاديمي في العلوم الاقتصادية، تخصص إقتصاد نقدي و بنكي، جامعة مستغانم، 2018/2017.
3. نايب حبيب، واقع وسائل الدفع الإلكترونية البنكية في الجزائر، مذكرة ماستر أكاديمي في العلوم الاقتصادية، تخصص إقتصاد نقدي و بنكي، جامعة مستغانم، 2019/2018.

❖ الملتقيات :

1. أحمد مخلوف، نور الدين حامد، دور التجارة الإلكترونية وعلاقتها بالتجارة الخارجية و المعوقات الملازمة لها في الدول العربية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول: عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي بخميس مليانة، يومي 26-27 أبريل 2011.
2. صلاح إلياس، وسائل الدفع التقليدية في ظل وجود الوسائل الحديثة، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي بخميس مليانة، يومي 26-27 أبريل 2011.

❖ المجالات :

1. جلول بن قشوة، آلية الدفع الحديثة في المؤسسات المالية الجزائرية و مساهمتها في إنتشار إستعمال التسويق الإلكتروني، مجلة الأغواط، العدد 29، مارس 2017.
 2. د.هارون العشي، فائزة بوراس، وسائل الدفع الإلكتروني دورها في تحسين الإداء البنكي في ظل تحديات التنمية المستدامة، مجلة الإقتصاد و التنمية البشرية، كلية العلوم الإقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة باتنة 1، المجلد 9، العدد 5، 2018.
 3. سمية عابسة، وسائل الدفع الإلكتروني في النظام البنكي الجزائري – الواقع و المعوقات و الأفاق المستقبلية- مجلة العلوم الإنسانية، أم البواقي، العدد السادس، 2016.
 4. محمود سحنون، النظام المصرفي بين النقود المصرفية و النقود الآلية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، العدد الرابع، 2003.
- ❖ مواقع على الانترنت :

<http://www.alukah.net/sharia/0/103305> 25 /03/2021 10 :53

<https://banquebadr.dz/az> 28/4/2021 16 :30

الملخص :

إتسعت مجالات التجارة الإلكترونية فشملت جل مجالات التجارة من بيع و شراء معتمدة في ذلك على وسائل الدفع الإلكترونية التي سهلت عملية المبادلات بإختصارها للوقت و التكلفة ، و قضت على مشكل نقص السيولة، و قللت مشكل التزوير، فأصبحت محركا للتنمية الإقتصادية، و رغم تفوق الجزائر في تحديث أنظمة الدفع، إلا أن عدم إمتلاكها لليد المؤهلة لخلق و تشغيل الأعمال و التجارة الإلكترونية جعلها تتخلف عن الركب ، لذا لا بد من مواجهة التحديات التي تعيق إنتشار و تطور وسائل الدفع في الجزائر.

الكلمات المفتاحية:

وسائل الدفع، التجارة الإلكترونية، النقود الإلكترونية، البطاقات الإلكترونية، التحويلات الإلكترونية، شبكة الانترنت.

Abstarct :

The areas of electronic commerce have expanded to include the sale and purchase of electronic means of payment , which has facilitated the exchange process in a shorter time and cost, eliminated the problem of lack of liquidity and reduced the problem flasification, has become an engine of economic development, despite the superiority of Algeria in the modernization of payment systems , the lack of skilldlabor for the creation and operation of businesses and e-commerce delays them. It is the refore necessary to meet the challenges that hinder the dissemination and development of electronic payment methods in Algeria

Keywords :

Payment methods , e-commerce, e-money , e-cards, wire transfers , Internet