

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير



قسم العلوم الاقتصادية

مذكرة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

الميدان: علوم اقتصادية، علوم التسيير وعلوم تجارية

الشعبة: علوم اقتصادية

التخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

بعنوان :

دور الصيرفة الإلكترونية في توسيع إستخدام التجارة الإلكترونية

حالة القرض الشعبي الجزائري - وكالة تقرت - خلال الفترة (2015-2017)

من إعداد الطالبة: سوفي حميدة

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 10/05/2018

أمام اللجنة المكونة من السادة :

.....جامعة قاصدي مرباح ورقلة.....مناقشا

الدكتور/ بن قانة إسماعيل

.....جامعة قاصدي مرباح ورقلة.....مشرفا

الدكتور / بوزيد السايح

.....جامعة قاصدي مرباح ورقلة.....رئيسا

الدكتور/ أحمد لعمى

السنة الجامعية 2017/2018

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير



قسم العلوم الاقتصادية

مذكرة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

الميدان: علوم اقتصادية، علوم التسيير وعلوم تجارية

الشعبة: علوم اقتصادية

التخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

بعنوان :

دور الصيرفة الإلكترونية في توسيع استخدامات التجارة الإلكترونية

دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - وكالة تقرت - خلال الفترة (2015-2017)

من إعداد الطالبة: سوفي حميدة

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ:/...../2018

أمام اللجنة المكونة من السادة :

..... جامعة قاصدي مرباح ورقلة مناقشا

الأستاذ(ة)

..... جامعة قاصدي مرباح ورقلة مشرفا

الدكتور / بوزيد السايح

..... جامعة قاصدي مرباح ورقلة رئيسا

الأستاذ(ة)

السنة الجامعية 2018/2017

الإهداء

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على خاتم الانبياء والمرسلين
اهدي هذا الجهد والعمل المتواضع الى اغلى ما عندي في الوجود الى من قال
فيهما عز وجل :

(وقضى ربك ان لا تعبدوا الا اياه وبالوالدين إحسانا) .

الى امي صاحبة القلب الحنون التي غمرتني بعطفها وحنانها وتعبت من اجل
راحتي وأعانتي بالصلوات والدعوات والتي سعت الى ان أصل إلى هذا
المستوي .

والى اعظم قدوة في حياتي الرجل الذي بعث في قلبي روح التحدي والمثابرة
ولم يخل عليا بتقديم معونته المادية والمعنوية وأنار لي طريق المستقبل ابي
الغالي حفظه الله .

والى اخوتي الاعزاء : وردة، ابتسام، امال، شهيناز .

والى الكتكوتين : نرجس ومؤيد والى ازواج اخوتي حفظهم الله اخوتي رضوان بن
درويش وصالح مسعودي

الى اعز صدقاتي والدين كانوا معي نعمه الاخوة وتقسمانا الفرح والخزن معا
:حنان، رفيقة، سامية، هاجر، هاجر .

واهدي تحياتي الى حنان، ام السعد، نهى، مونيا، ملاك .

وباسم صلة الرحم اهديها لكل عائلتي والى كل من يكن لي المحبة والاحترام .
الى كل من ساهم لإنجاح هذا العمل المتواضع وفي الاخير ارجو من الله تعالى
ان يجعل عملنا هذا نفعاً يستفيد منه جميع الطلبة المتربصين المقبلين على
التخرج .

حميدة

الشكر

بعد بسم الله الرحمن الرحيم والصلاة والسلام على اشرف المرسلين سيدنا محمد وعلى اله وصحابه اذكى الصلاة والتسليم .

لايسعنا في نهاية هذا العمل المتواضع الا ان نشكر الله ونحمده على توفيقه لنا فإن اصبنا فبفضله وان اخطانا فمن انفسنا .

ونتقدم بالشكر والعرفان للأستاذ الكريم بوزيد السايح الذي قبل الاشراف علينا ووضع هذا العمل على المسار الصحيح، وكانت له يد المساعدة الأولى في مشوارنا لانجاز هذه المذكرة .

كما لا ننسى ان نتقدم بوافر شكري وجزيل امتناننا الى كل القائمين على راس مديرية مؤسسة "القرض الشعبي الجزائري وكالة تقرت" الذين احاطونا بكامل الرعاية والمعاملة الطيبة ونخص بالذكر الاخـت سارة رحموني التي لم تبخل على بمعلوماتها طيلة فترة التريـص . كما اشكر المؤطرة بورنان نعيمة، كما لا يفوتنا ان نعطر ونزكي عبارات الشكر والصدق لكل الاساتذة الكرام وإدارة كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير بجامعة قاصدي مرباح ورقلة وكذا الاخوات والصدقات اللواتي كن سندا لنا بتقديم المساعدة عند الحاجة والعون الكثير منه واليسير ولو بالسؤال عن مصير هذا البحث .

وفي الاخير لايسعنا الا ان نقول لمن ساعدنا او نصحنا او وجهنا ولو برأي او بكلمة

جزاكم الله خيرا وبارك الله فيكم جميعا .

حميدة

الملخص :

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الصيرفة الإلكترونية، التي لجأت البنوك لها لتسهيل عصرنتها من أجل تحسين أداؤها وتطوير خدماتها إتجاه عملائها للوصول إلى أرقى النظم المصرفية وكسب رضا المتعاملين ، بما يتوافق وسلم التطور العالمي بدءاً من البنية التحتية لمنظومات شبكات الربط الواسعة وتوفير أفضل الخدمات للزبائن وتقديم أفضل العروض كما عرضت الدراسة أهم وسائل الدفع في التجارة الإلكترونية وأنواعها وكذلك المزايا والمخاطر التي تواجه الصيرفة الإلكترونية بفاعلية ، وقد إستخدمنا المنهج التحليلي الوصفي لتناسب مع طبيعة الدراسة لتحقيق أهدافها وتوصلنا إلى نتائج أهمها : أن دور الصيرفة الإلكترونية في توسع التجارة الإلكترونية في المصارف تعني ملائمة المصرف في أقل مدة وبأقل تكلفة ، وقدرة المصارف على جذب عملاء جدد إضافة إلى رفع حصتها السوقية من خلال التطورات الحاصلة في خدماتها وتوفير خدمات متميزة من بطاقات إئتمانية متطورة وأنظمة لدفع الإلكترونية تواكب التكنولوجيا تماشى مع التحديات الدولية .

الكلمات المفتاحية: الصيرفة الإلكترونية - التجارة الإلكترونية - البطاقات الإئتمانية - البنوك لإلكترونية - المصارف الآلي .

Abstract:

This study aims to identify the electronic money exchanging that most of banks use to facilitate its modernization, as well as to improve and to develop its performance and services in regards to its clients. Therefore, banks shall use all what goes along with international developement of tools, starting from the infrastructure of the world wide network systems so as to reach the highest banking systems. Moreover, this would lead to the satisfaction of the clients through providing them the best services and offers. Furthermore, we have presented the most important means which are used in the process of electronic trade payment, in addition to its advantages and disadvantages that effectively face the electronic money exchanging.

To conduct this study we adopted the descriptive analytic approach that goes in accordane with the nature of the study, aiming to achieve the desired goals. Finally we have got the following results:

The role of the electronic money exchanging in the expansion of the electronic trade is to fit the bank in the shortest period of time using the least coast, in addition to attracting new clients attentions' as well as raising the market share through the current developements and through providing premium services either by advanced credit cards or automated payment systems that go with the technology and the international challenges.

Key words:

Electronic money changing, electronic trade, credit cards, electronic banks, ATM (Automated Teller Machine

قائمة المحتويات

II	الإهداء
III	الشكر
IV	الملخص
V	قائمة المحتويات
VI	قائمة الجداول
VII	قائمة الأشكال
VIII	قائمة الملاحق
IX	قائمة الاختصارات والرموز
ب	المقدمة
الفصل الأول: الصيرفة الإلكترونية والتجارة الإلكترونية	
03	المبحث الأول: عموميات حول الصيرفة الإلكترونية
11	المبحث الثاني: مفاهيم عامة حول التجارة الإلكترونية
27	المبحث الثالث: الأدبيات التطبيقية
الفصل الثاني: الدراسة الميدانية لبنك القرض الشعبي الجزائري - وكالة تقرت-	
34	المبحث الأول: تقديم عام لبنك القرض الشعبي الجزائري
37	المبحث الثاني: واقع الصيرفة الإلكترونية لبنك القرض الشعبي الجزائري
54	الخاتمة
57	المراجع
61	الملاحق
70	الفهرس

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
08	المقارنة بين الخدمات المقدمة من طرف البنوك الإلكترونية بمختلف أنواعها	جدول 01-01
14	تعريف التجارة الإلكترونية	جدول 02-01
16	مقارنة بين الطريقة القديمة والجديدة لشراء سلعة ما	جدول 03-01
17	تصنيف المنتجات حسب ملاءمتها لنوع التجارة	جدول 04-01
38	إستعمالات بطاقة CIB في بنك القرض الشعبي الجزائري وكالة - تقرت -	جدول 01-02
41	إستعمالات بطاقة فيزا كارد في بنك القرض الشعبي الجزائري	جدول 02-02

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
05	الأطراف المشكلة للبنوك الإلكترونية	01-01
06	المكونات الأساسية للبنوك الإلكترونية	02-01
19	أشكال التجارة الإلكترونية	03-01
35	الميكمل التنظيمي لبنك القرض الشعبي الجزائري وكالة - تقرت -	01-02
38	بطاقة CIB الخاصة ببنك القرض الشعبي الجزائري	02-02
39	بطاقة CIB CARD CLASSIC الخاصة ببنك القرض الشعبي الجزائري	03-02
39	بطاقة CIB CARD GOLD الخاصة ببنك القرض الشعبي الجزائري	04-02
40	آلة الدفع الإلكترونية TP	05-02
42	بطاقة الدفع المسبق الخاصة ببنك القرض الشعبي الجزائري	06-02
43	بطاقة فيزا الدولية الكلاسيكية لبنك القرض الشعبي الجزائري	07-02
44	بطاقة فيزا الدولية الذهبية لبنك القرض الشعبي الجزائري	08-02

قائمة الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
61	طلب و عقد الانضمام إلى خدمة الدفع الالكتروني "e-CP@"	01
62	طلب بطاقة الدفع المسبق (الأمان)	02
63	طلب وعقد حامل بطاقة القرض الشعبي الجزائري -فيزا الدولية -	03
66	إستمارة فسخ الإنضمام إلى خدمة "الرسائل القصيرة لبطاقات ق ش ج"	04
67	عقد إشترك للخدمات البنكية الإلكترونية	05

قائمة الاختصارات والرموز

الترجمة	الدلالة	الأختصار والرمز
بنك القرض الشعبي الجزائري	Banque Credit Populaire d`Algérie	CPA
ماكينات الصراف الآلي	Automatic Teller Machine	ATM
منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية	Organisation de coopération de Développement Economique	OCDE
المنظمة العالمية للملكية الفكرية	Orgonisation Mondial de la properiete Intellectulle	OMPI
مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية	Conférence des Nation sunies sur le commerce Et le Développement	CNUCED
بطاقة السحب بين البنوك	Cart de débit interbancaire	CIB
بطاقة فيزا الدولية	Cart Internationl visa	VISA
آلة الدفع الإلكترونية	Machine de paiement électronique	TP



مقدمة

توطئة:

يعيش الإقتصاد اليوم ثورة تكنولوجية في مختلف القطاعات الاقتصادية خاصة في القطاع المالي والمصرفي، حيث أصبحت التكنولوجيا تشكل حجر الأساس بين المصارف. وعلى الرغم من الأهمية الكبيرة للإتصال المباشر ما بين البنك والعمل إلا أن الثورة التقنية وظهور الحاسوب وانتشار الإنترنت بشكل واسع ساعد على إبتكار وسائل وأساليب جديدة . حيث تعتبر الصناعة المصرفية من إحدى أهم مؤشرات النهضة الاقتصادية التي أرتقت بها المجتمعات البشرية عبر تطورها نظرا لإسهامها الواسع في توفير متطلبات الاستثمار والتنمية إذا يمكن قياس مستوى التقدم والتطور الإقتصادي لأي مجتمع أو دولة بمدى كفاءة وناجعة نظامه البنكي.

لذلك فقد استطاعت الصيرفة الإلكترونية والتي تشكل بدورها أحد طرق توسيع إستخدامات التجارة الإلكترونية أن تفرض حضورا متعظما الأهمية في هذا الوقت إلى جانب تقنية المعلومات التي ساهمت بشكل كبير في تطويرها وأضحت بذلك اتجاهها حديثا ومختلف عن الأعمال المصرفية التقليدية لما تحققة من مزايا عديدة .

ومع الانتقال إلى عصر المعرفة والمعلومات. ومع ظهور التجارة الإلكترونية، وفي ضوء الإستخدام الواسع لتكنولوجيا الإعلام والإتصال، عرفت الصناعة المصرفية نظم ووسائل جديدة حققت السرعة في الاستفادة القصوى مما تتيحه هذه التكنولوجيا الحديثة وتمثلت أساسا في الإستخدام الواسع لوسائل الدفع والسداد الإلكترونية الحديثة .

ونظرا لهذه التحولات الاقتصادية، فإن الجزائر سعت إلى تطوير خدمات وآليات عمل المصارف من أجل مواكبة هذه التطورات الحاصلة على تطبيقات التجارة الإلكترونية، كما أن مدى إقبال واستمرار العملاء في التعامل مع المصارف يعتمد على مدى قدرتها على تلبية متطلباتهم بشكل كبير، ولضمان تحقيق هذه الغاية من قبل المصارف لابد من تحقيق بغض مزايا للصيرفة الإلكترونية .

وعليه سوف نتطرق في هذا البحث الى طرح الإشكالية التالية :

ما الدور الذي يمكن ان تلعبه الصيرفة الإلكترونية في توسيع إستخدامات التجارة الإلكترونية ؟

ولإلمام بجوانب الموضوع يمكن تجزئة التساؤل الرئيسي إلى الأسئلة الفرعية التالية :

الأسئلة الفرعية :

1- ما هو مفهوم وآليات العمل المصرفي الإلكتروني ؟ ما حجم إستعمال الصيرفة الإلكترونية في البنك، وما هي أصنافها ؟

2- ماذا نعي بالتجارة الإلكترونية؟ وما هو دور وأهمية الإنترنت في التجارة الإلكترونية ؟

3- ما هي أهم متطلبات توسيع إستخدام التجارة الإلكترونية للبنك محل الدراسة؟

وكمحاولة أولية سنضع بعض الفرضيات للتساؤلات المطروحة :

الفرضيات :

1- العمل المصرفي الإلكتروني وهو كافة العمليات والنشاطات التي يتم عقدها وتنفيذها من قبل المصارف عن طريق الوسائل

الإلكترونية ؛

2- الصيرفة الإلكترونية عبارة عن إجراء العمليات المصرفية بطرق إلكترونية أي إستخدام تكنولوجيا الإعلام والإنصال في التعاملات مع المصارف وتصنف إلى: الموقع الإتصالي والموقع التبادلي والموقع التفاعلي ؛

3-التجارة الإلكترونية هي تنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات عبر شبكة الإنترنت ؛

4-أهم متطلبات توسيع إستخدامات التجارة الإلكترونية محل الدراسة هي: تزويد بتجهيزات وأنظمة تكنولوجية متطورة .

أسباب اختيار الموضوع : وتتمثل في :

• الأسباب الموضوعية :

-دينا مكبة الموضوع وحادثة؛

-يمثل اختيار العمل المصرفي الإلكتروني في توسيع التجارة الإلكترونية عن طريق أنظمة الدفع المتجددة والمتطورة؛

-التعرف على آخر ما توصلت إليه المصارف من تطورات ؛

-رغبة المتعاملين في توفير خدمات أكثر سرعة وأقل تكلفة .

• الأسباب الذاتية :

-أنه يتناسب مع تخصصي ؛

-الرغبة في الاطلاع على الأعمال التي تقدمها البنوك؛

-التعمق في الدراسة من خلال الجانب الميداني.

أهمية الدراسة :

تتمثل أهمية هذه الدراسة في توضيح عمل البنوك كغيرها من المؤسسات في ظل بيئة تتسم بالتغير وعدم التأكد والتطور المستمر في حاجات العملاء مما يجعل البنوك تتسابق في تقديم أحسن الخدمات وبأقل التكاليف بهدف تحديد شريحة أكبر من العملاء، من خلال تطبيق أدوات الصيرفة الإلكترونية وترجمة إحتياجات العملاء إلى خدمات مصرفية تحقق رضاهم مما يمكن البنك من توسيع التجارة الإلكترونية .

أهداف الدراسة :

-تسليط الضوء على أهمية تطبيق الصيرفة الإلكترونية في البنوك

-معرفة وفهم أهم متطلبات توسيع التجارة الإلكترونية في البنوك؛

حدود الدراسة :

تحدد دراستنا للموضوع من جانبين الزماني والمكاني :

أ-الجانب المكاني :ويتمثل في الدراسة التطبيقية على مستوى البنك القرض الشعبي الجزائري -وكالة تقرت-

ب-الجانب الزماني :إقتصرت دراستنا على السنوات من 2015 إلى 2017.

منهجية البحث:

قمنا بتقسيم الدراسة إلى فصلين؛ الفصل الأول تم الاعتماد على المنهج الوصفي بإستخدام الكتب والدراسات السابقة التي تناول الموضوع بشكل مباشر أما الفصل الثاني فهو عبارة عن زيارات ميدانية الذي اعتمدنا عليه في دراسة حالة بنك القرض الشعبي الجزائري CPA-وكالة تقرت-.

صعوبات البحث:

-تشعب الموضوع وتوسعه مما أوجد صعوبة التحكم فيه؛
-قلة المراجع المتخصصة في مجال الصيرفة الإلكترونية التي نادرا ما نجدها تذكر كعنصر.

هيكل البحث:

من أجل الإحاطة بجوانب الموضوع والإجابة على إشكالية الدراسة قسمنا البحث كما يلي :

أهتم الفصل الأول بالأدبيات النظرية والتطبيقية للدراسة فتم تقسيم لثلاثة مباحث الأول كان بعنوان "عموميات حول الصيرفة الإلكترونية" والثاني "مفاهيم عامة حول التجارة الإلكترونية"، أما المبحث الثالث كان بعنوان "الأدبيات التطبيقية" والتي تتعلق بموضوع دراستنا .

في حين تعرض الفصل الثاني إلى الدراسة التطبيقية التي تم تقسيمها إلى مبحثين المبحث الأول "تقديم عام لبنك القرض الشعبي الجزائري" والمبحث الثاني "واقع الصيرفة الإلكترونية في بنك القرض الشعبي الجزائري" وفي الأخير الخاتمة التي سيتم فيها استعراض ما توصلنا له من نتائج وتوصيات وأفاق الدراسة .

الفصل الأول

الصيرفة الإلكترونية والتجارة الإلكترونية

تمهيد:

إن البنوك الناجحة والتي تمتلك أكبر قدرة تنافسية هي التي تقدم خدماتها بنوعية وأداء مصرفي متميز معتمدا في ذلك على قاعدة معلوماتية وإطارات مؤهلة معرفيا وتتمتع بمهارات مميزة للتعامل مع العملاء كما أنها تتميز بالقدرة على إستخدام التكنولوجيا المتطور ولقد تطور مفهوم الصيرفة بشكل كبير في الآونة الأخيرة ودخلت الصيرفة الإلكترونية وأنظمة التحويل عبر الإنترنت والصراف الآلي وغيرها بحيث أصبح البعض يطلق على العمل المصرفي بالصناعة E-Banking المصرفية الإلكترونية وتتناول في هذا الفصل :

المبحث الأول:عموميات حول الصيرفة الإلكترونية .

المبحث الثاني: مفاهيم عامة حول التجارة الإلكترونية .

المبحث الثالث :-الأدبيات التطبيقية -الدراسات السابقة للموضوع-

المبحث الأول: عموميات حول الصيرفة الإلكترونية

نشأت الصيرفة الإلكترونية في بيئة التكنولوجيا المعاصرة ومرت بعدة تطورات محليا ودوليا، وستتناول في هذا المبحث للحدوث مختلف المفاهيم المتعلقة بالصيرفة الإلكترونية ومراحل تطورها بالإضافة الى التعرض الى مختلف الاطراف المشكلة لها .

المطلب الأول: مفهوم الصيرفة الإلكترونية

يشمل ثلاث فروع يتضمن الفرع الأول التعريف بالصيرفة الإلكترونية ومراحلها أما الفرع الثاني الأطراف المشكلة للصيرفة الإلكترونية وكذا الفرع الثالث أهمية الصيرفة الإلكترونية .

الفرع الأول: مفهوم الصيرفة الإلكترونية ومراحلها

أولا: مفهوم الصيرفة الإلكترونية :

تعددت وتنوعت تعاريف الصيرفة الإلكترونية من أهمها :

- هي كافة العمليات أو النشاطات التي يتم عقدها أو تنفيذها أو الترويج لها من قبل المصارف والمؤسسات المالية بواسطة الوسائل الإلكترونية أو الضوئية مثل الهاتف الحاسب والصراف الآلي والإنترنت والتلفزيون الرقمي وغيرها، وإلى جانب العمليات التي يقوم بها مصدر البطاقات الإلكترونية، وكافة المؤسسات التي تتعامل بالتحويلات النقدية إلكترونيا.¹
 - بأنها إستخدام التقنيات الحديثة كقناة لتقديم الخدمات المصرفية المبتكرة.²
 - أنها إجراء العمليات الإلكترونية والتي تعد الإنترنت من أهم أشكالها، وبذلك فهي بنوك افتراضية تنشئ لها مواقع إلكترونية على الإنترنت لتقديم نفس الخدمات موقع البنك من سحب ودفع وتحويل دون انتقال العميل إليها.
- وبناء على ما ورد في المفاهيم السابقة يمكن التوصل إلى مفهوم شامل حول البنوك الإلكترونية والتي ما هي إلا مؤسسات إلكترونية تعمل على نقل المنتجات والخدمات البنكية التقليدية والحديثة مباشرة إلى العملاء عبر شبكة الإنترنت وهي بذلك تمكنهم من الوصول إلى حساباتهم وإجراء العمليات والحصول على المعلومات دون الحاجة إلى التنقل بين فروع البنك.³

ثانيا: مراحل الصيرفة الإلكترونية :

سوف نتطرق الى أهم المراحل الصيرفة الإلكترونية :

الانتقال من العمل المصرفي التقليدي إلى العمل المصرفي الإلكتروني يتطلب عدة تغييرات في المصرف سواء على المستوى الداخلي أو الخارجي حيث يتخذ قرار الانتقال بعد إجراء دراسة سوقية متخصصة مع دراسة ظروف البنك المادية والمالية في تغطية

1- بن منصور فريد ، "الصيرفة الإلكترونية كمدخل لبناء الإقتصاد الرقمي في الجزائر" مذكرة ماستر ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة قاصدي مباح ، ورقلة ، 2011، ص:48.

2- طاهر لطفي ، جمبجي صلاح الدين ، "العمل المصرفي الإلكتروني ودوره في تعزيز وتطوير نظم الدفع الحديثة للتجارة الإلكترونية" مذكرة ماستر ، كلية العلوم الاقتصادية ، علوم تجارية وعلوم التسيير ، جامعة العربي تسي ، تبسة ، 2016، ص:7.

3 نفس المرجع السابق:ص:8.

تكاليف هذا التغيير كذلك العوامل المؤثرة في عملية الانتقال إلى العمل المصرفي الإلكتروني وما هي أهم اتجاهات التعامل مع البنوك على الإنترنت .

ويمكن تقسيم التطورات التي حدثت في مجال التطور التكنولوجي لقنوات الخدمات الإلكترونية إلى ثلاث مراحل كالتالي :

المرحلة الأولى بدأت بظهور ماكينات الصراف الآلي (ATM) وربطها بشبكة الهاتف العمومي (PSTN) هذا ما أدى إلى إجراء عمليات مصرفية عن بعد دون تدخل بشري مصرفي مباشر بحيث بدأت في بداية التسعينات وهي الآن من الوسائل المسلم بها لتسهيل وصول الزبون للمصرف على مدار 24 ساعة يوميا. وقد حققت هذه المرحلة العديد من الأهداف للبنوك أهمها:

خفض الضغط على الفروع وتحسين المنحة وتخفيض التكاليف وزيادة الأرباح .

المرحلة الثانية: وهي مرحلة ظهور التعامل بواسطة الإنترنت وبموجبها تم الانتقال من مرحلة البنوك التقليدية التي لها واقع مادي في فروع على أرض الواقع إلى وجود افتراضي على شبكة الإنترنت.

المرحلة الثالثة: وتتمحور هذه حول استخدام النقود الإلكترونية، وتغلغلها تنتهي النسبة المتبقية من القيود المستخدمة، والتي لا تقل عن 20% من حجم القيود المالية المتداولة والتي توفر على البنك موارد أخرى كفتح فروع وإستخدام نظام مصرفي للمعالجة المصرفية الخلفية (Back Office).

وتتجه لهذا التداول في المراحل الثلاث نجد أن البنوك تقدم خدماتها عبر الإنترنت بمختلف قنوات الأتصال المتاحة لها¹.

الفرع الثاني: الأطراف المشكّلة للصيرفة الإلكترونية

يعتبر البنك الإلكتروني مؤسسة إلكترونية مبنية بشكل كلي أو جزئى على عدة أطراف مشكّلة له للقيام بأعماله ويمكن إبرازها كما يلي²:

أولاً-المصارف التقليدية: وهي التي لم تتخط بعد عتبة المصارف الإلكترونية ولكنها على الأقل تمتلك موقعا لمعلوماتنا حيث يعطي الموقع معلومات مثل طبيعة الخدمات المقدمة، سعر الفائدة، أسعار الخدمات المقدمة، إضافة إلى معلومات عن مجموع الوكالات المنتمية للبنك.

ثانيا-المصارف ثنائية النشاط: وهي المصارف التي تقوم بعرض الخدمات بشكلها التقليدي، وأيضا بشكلها الإلكتروني حيث تهدف إلى غزو أسواق جديدة نتجه لعرضها كلا الخدمتين في وقت واحد.

ثالثا-المصارف الافتراضية: وتعتبر بنوك افتراضية بصفة كلية كونها تمتلك أي وكالة مصرفية، ونجد في هذه الفئة نوعين من المصارف، النوع الأول (start-up) والتي تقترح عبر الإنترنت خدمات مطابقة للخدمات التقليدية. أما بالنسبة للنوع الثاني فنجد ما يسمى بالمعاملين الخارجيين (Operateurs étrangers) أي تأسيس وكالات إلكترونية على الإنترنت خارج البلاد من أجل تقليص تكاليف وكالة فعلية .

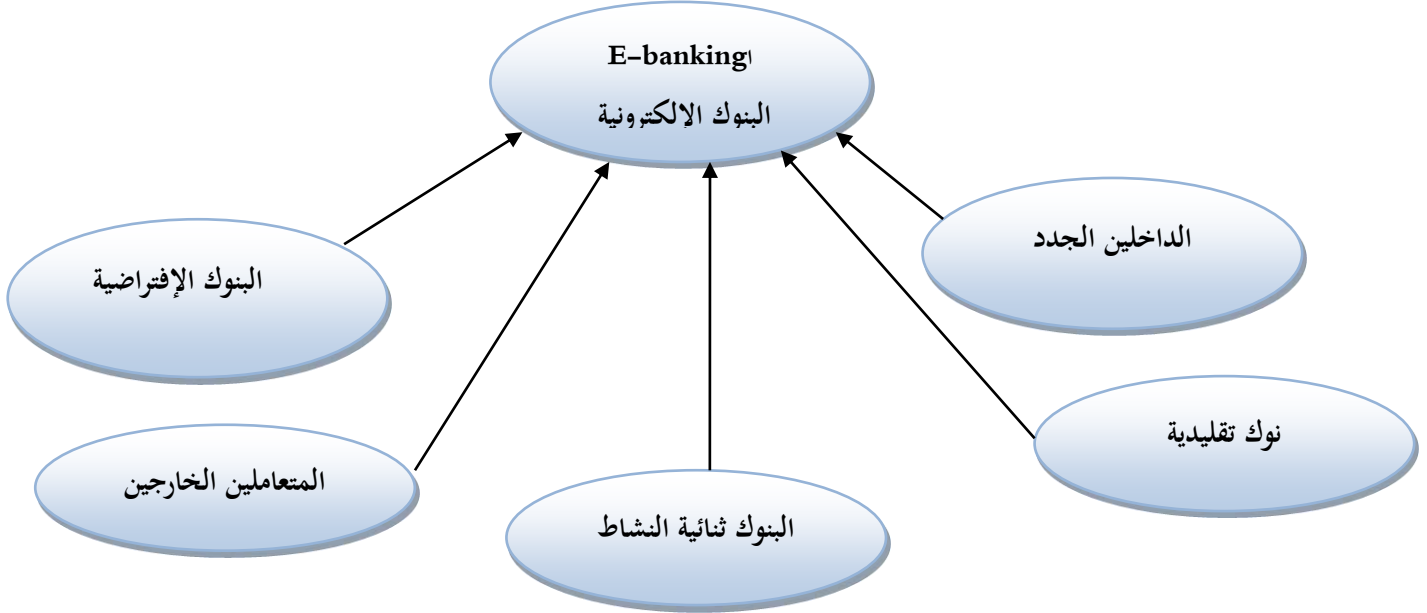
رابعا-الداخليين الجدد في العالم المالي: ويتمثلون بشكل خاص في شركات التأمين، وشركات التوزيع (مثلا في فرنسا نجد

1- طاهر لطفي، جميعي صلاح الدين، مرجع سبق ذكره، ص:9

2- بن عباد محمد سمير وآخرون، "التكنولوجيا الإلكترونية البنكية ضرورة او حتمية بالنسبة للمؤسسات المصرفية الجزائرية"، الملتقى الوطني الرابع حول تداعيات التجارة الإلكترونية، الجزائر، 2001، ص:20.

Casino,Auchan,Car four)، والتي تبحث عن تنوع مكثف لنشاطاتها من أجل زيادة المردودية. غير أن هذه الفئة تكتفي حاليا بخدمات محدودة مثل :حسابات الادخار وقروض الإستهلاك.¹

الشكل رقم (01-01) الأطراف المشكلة للبنوك الإلكترونية



المصدر من أعداد الطالبة اعتمادا على ما سبق

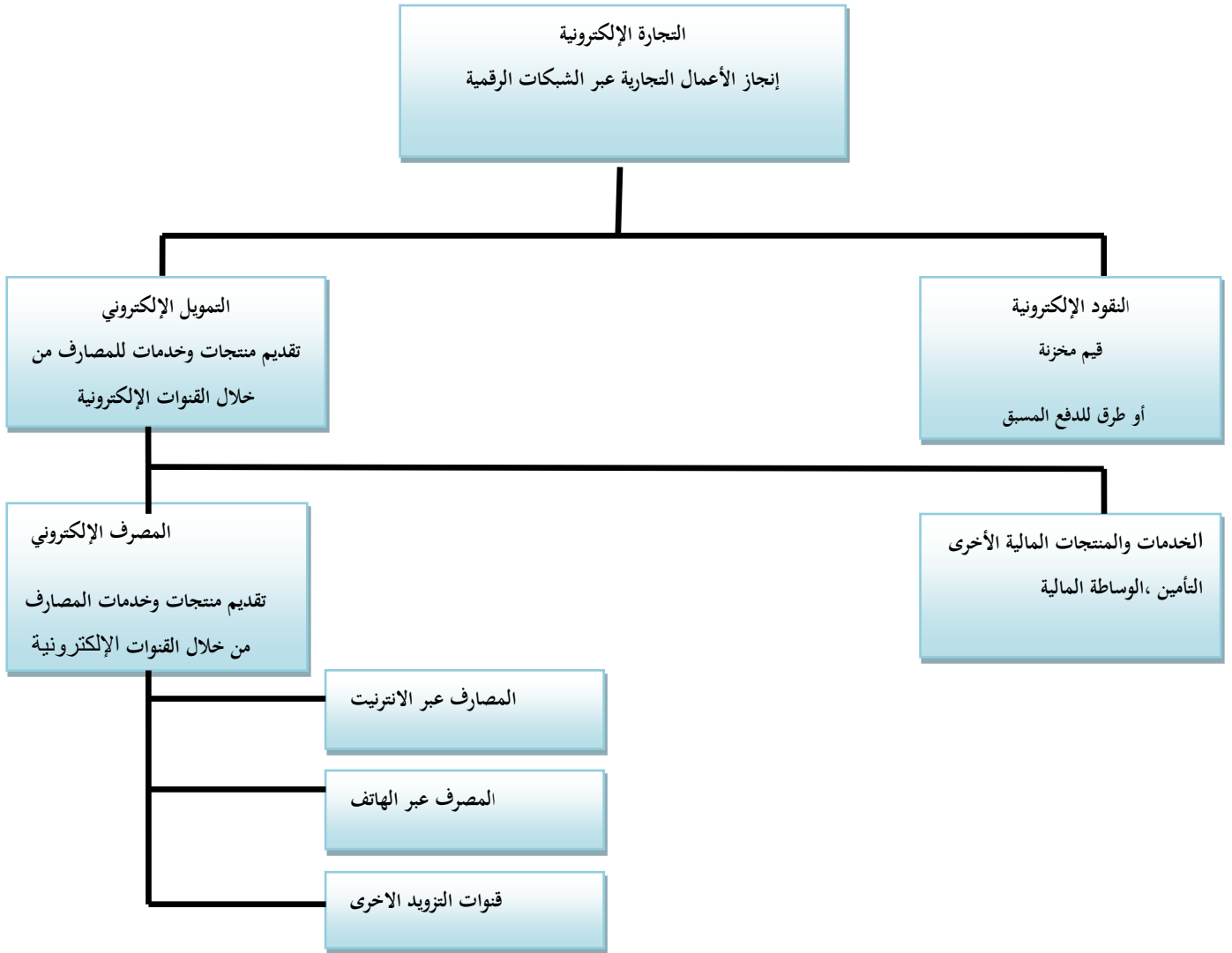
إن عوامل نجاح هذه الأطراف تتمثل في خلق أسم تجاري يسهل تطبيقه في أدهان العملاء كما تخصص البنوك الإلكترونية جزءا كبيرا من حجم انتشارها كتكاليف التسويق والاتصال، معتمدا في ذلك على الوعي الكافي للعملاء ومعرفتهم لمزايا البنوك الإلكترونية.²

والشكل التالي يبين المكونات الأساسية للبنوك الإلكترونية .

1- طاهر لطفي، جميعي صلاح الدين، مرجع سبق ذكره، ص: 11.

2- بن عباد سمير واخرون، مرجع سابق، ص: 12.

الشكل رقم (01-02): المكونات الأساسية للبنوك الإلكترونية



المصدر: صالح نصولي، وأندريا شايختر، تحديات المعاملات المصرفية الإلكترونية مجلة التمويل والتنمية، طرابلس، لبنان، العدد3،

سبتمبر 2002، ص48

المطلب الثاني عناصر العمل المصرفي الإلكتروني

إن نجاح المصارف يتوقف على اختيار منافذ توزيع لتقدم خدماته المصرفية بالشكل المناسب لكي تفي بحاجات ورغبات العميل وعادة ما تقوم المصارف بتوزيع خدماتها المصرفية من خلال عدة قنوات وتجدر الإشارة إلى أن هذه القنوات الإلكترونية تقدم من خلالها الخدمة المصرفية بشكل كامل من بداية اختيار الخدمة من قبل العميل مروراً بإجراءات وإتمامها وانتهاءً بشكل إلكتروني كامل وستعرض في هذا المبحث قنوات العمل المصرفي الإلكتروني الحديث.

الفرع الأول أهمية العمل المصرفي الإلكتروني

أن البنوك التقليدية تقدم جزءا من الحلول لمشكلات الزبون لكنها لا تقدم حولا شاملة أو تقدم حولا جزئية بكلفة عالية، فإذا علمنا أن التنافس في سوق العمل المصرفي على أشده وعنوانه الخدمة الشاملة والأسرع بالكلفة الأقل فهذا يعطى انطبعا بأن البنوك الإلكترونية تعتبر فرصة لتحقيق معدلات أفضل للمنافسة والبقاء في السوق وببساطة فإن الظن أن العمل المصرفي الإلكتروني مجرد إدارة لعمليات مصرفية وحسابات مالية ظن خاطئ لأن التقنية تتيح للزبون بذاته أن يدير مثل هذه الأعمال لذا فإن وجود البنوك الإلكترونية مرهون بقدرته على التحول موقع للمعلوماتية ومكان للحل المبني على المعلومات الصحيحة والشفافية كما أنه مؤسسة للمشورة ولفتح آفاق العمل كما أنه مكان لفرص الاستثمار وأدائها وهو أيضا مكان للإدارة المتميزة التي تلي حاجيات الزبون مهما اختلفت¹.

كما أن الاتجاه نحو الدفع النقدي الإلكتروني المصاحب لمواقع التجارة والأعمال الإلكترونية يقدم مبررا لإنشاء البنوك الإلكترونية فشركات التأمين النفط، الطيران الفنادق... إلخ، تتجه بخطى وأتقه نحو عمليات الدفع عبر الخط أو الدفع الإلكتروني وهي عمليات تستلزم وجود حسابات بنكية أو حسابات تحويل أو نحوها، وترك الساحة دون تواجدها يعنى دفع القطاعات المشار إليها إلى ممارسة أعمال مالية على الخط لسد إحتياجاتها التي لا يوفرها جهاز العمل المصرفي المتخصص.

الفرع الثاني: ملامح عمل المصارف الإلكترونية

وفقا للدراسات العالمية وتحديدًا دراسات جهات الإشراف والرقابة الأمريكية الأوروبية فإن هناك ثلاث صور أساسية للبنوك الإلكترونية على الإنترنت:

أولا- الموقع المعلوماتي (Informational):

وهو المستوى الأساسي للبنوك الإلكترونية أو ما يمكن تسميته بصورة الحد الأدنى من النشاط الإلكتروني المصرفي ومن خلاله فإن المصرف يقدم معلومات حول برامجه ومنتجاته المصرفية ضمن موقع إلكتروني خاص به². وينطوي هذا النوع من الخدمات على مخاطر متدنية نسبيا، بسبب عدم وجود قناة إتصال إلكترونية عبر الإنترنت يمكن لحدهم من الدخول إلى الشبكة وأنظمة المعلومات الداخلية للمصرف والعبث بها.

ثانيا- الموقع التفاعلي أو الإتصالي (Communicative):

بحيث يسمح الموقع بنوع ما من التبادل الإتصالي بين المصرف وعملاءه كإستخدام البريد الإلكتروني وتعبئة الطلبات أو النماذج على الخط أو تعديل معلومات القيود والحسابات³ وتقديم طلب الحصول على تسهيلات ائتمانية وغيرها، وينطوي هذا النوع من الخدمات على مخاطر أعلى.

1-نادية عبد الرحيم، "تطور الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الإقتصادي"، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة الجزائر 2011، ص: 3، 79.

2-منير الجنيبي ومدوح الجنيبي، "البنوك الإلكترونية"، دار الفكر الجامعي للنشر، الاسكندرية، مصر، د.ط، 2005، ص: 13-14.

3-صراع كريمة، "واقع وافاق التجارة الالكترونية في الجزائر"، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، المدرسة الدكتورالية للاقتصاد وإدارة الاعمال، وهران، 2014، ص: 85.

ثالثاً-الموقع التبادلي(Transnational):

وهذا هو المستوى الذي يمكن القول فيه أن المصرف يمارس خدماته وأنشطته في بيئة إلكترونية حيث تمكن هذه الصورة بالسماح للزبون للوصول إلى حساباته وإدارتها وإجراء الدفعات النقدية والوفاء بكثير خطورة على الإطلاق حيث يشكل تهديدا للمصرف من طرف قراصنة بنوك الإنترنت بالدخول إلى أنظمة المعلومات الداخلية للمصرف وتعطيلها أو سرقة أموالها.¹ عن غالبية البنوك في العالم قد أنشأت بشكل أو بآخر مواقع معلوماتية من قبيل المواقع الدعائية، واتجهت معظم المواقع إلى إستخدام بعض الوسائل الإتصالية التفاعلية مع الزبون على عكس المواقع التبادلية التي لا تزال اتجاهاً البنوك نحوها تخضع لاعتبارات عديدة، والشكل الموالي يوضح نسبة النماء للمواقع التبادلية حول العالم . ويوضح الجدول التالي أيضا أوجه المقارنة بين مختلف الخدمات التي تقدمها أصناف المصارف الإلكترونية.

الجدول رقم (01-01):أوجه المقارنة بين الخدمات المقدمة من طرف البنوك الإلكترونية بمختلف أنواعها.

أوجه المقارنة	الموقع المعلوماتي	الموقع التفاعلي	الموقع التبادلي
تقديم المعلومات	<ul style="list-style-type: none"> تقديم معلومات ترقية . توضيح كيفية الإتصال بالبنك . تقديم عروض وإعلانات خاصة . 	<ul style="list-style-type: none"> أمكانية تحميل التقارير الخاصة بالبنك. أمكانية تقديم طلبات العمل عبر الموقع. امكانية الدخول إلى مواقع أخرى عن طريق موقع البنك. 	<ul style="list-style-type: none"> أمكانية التسجيل الإنذارات. تأسيس منتديات خاصة بزبائن البنك.
إستخدام شبكة الإنترنت من أجل إثبات العلاقة بين البنك والزبون	<ul style="list-style-type: none"> إستخدام العميل للبريد الإلكتروني من أجل الإتصال بالبنك. 	<ul style="list-style-type: none"> إمكانية إستخدام تقنيات إتصال أخرى 	<ul style="list-style-type: none"> إستخدام تقنيات جديدة متطورة مثل تقنية: videoconference
إستخدام شبكة الإنترنت من أجل المبادلات	<ul style="list-style-type: none"> طلب فتح الحسابات . طلب الاستفادة من الخدمات التي يقدمها البنك. طلب البطاقات النقدية. الاستفسار عن معاملات الخاصة بالقروض والاستثمارات. 	<ul style="list-style-type: none"> أمكانية إطلاع الزبون على وضعيه حسابه. إمكانية إجراء التحويل من وإلى حساب الزبون. يمكن للزبون الإطلاع على بعض الخاصة بالبنك 	<ul style="list-style-type: none"> إستخدام النقود الإلكترونية كوسيلة لترقية التبادلات عبر شبكة الإنترنت

المصدر: البنوك الإلكترونية e-banking-ص:05الموقع الإلكتروني:

<http://www.arablaw.org/dozland/e-banking.doc>

المطلب الثالث: مزايا ومخاطر العمل المصرفي الإلكتروني

يكتسب العمل المصرفي الإلكتروني جملة من المزايا والمخاطر نوردتها فيما يلي:

الفرع الأول: مزايا العمل المصرفي الإلكتروني

تسمح الصيرفة الإلكترونية بتقديم خدمات حديثة تميزها عن الخدمات الصيرفية التقليدية، وهنا نستعرض أهم المميزات التي تتسم بها المصارف الإلكترونية ومن أهمها:

1- إمكانية الوصول إلى قاعدة أوسع من الزبائن :

تتميز الصيرفة الإلكترونية بقدرتها على الوصول إلى قاعدة عريضة من الزبائن ودون التقييد بمكان أو زمان معين، كما تتيح لهم إمكانية طلب الخدمة في أى وقت وطوال أيام الأسبوع وهو ما يوفر الراحة للزبون إضافة إلى سرية المتعاملين والتي تزيد من درجة ثقتهم في البنك.¹

2- تقديم خدمات مصرفية متكاملة وجديدة :

تتضمن الصيرفة الإلكترونية كافة الخدمات المصرفية التقليدية وإلى جانب خدمات أكثر تطوراً عبر الوسائل الحديثة مثل

- إصدار النشرات الإلكترونية الإعلانية عن الخدمات المصرفية ؛
- إعداد الزبائن بطريقة التأكد من أرصدهم لدى المصارف؛
- تقديم طريقة دفع الزبائن للكمبيالات المسحوبة عليهم إلكترونياً؛
- كيفية إدارة الحافظة المالية (من أسهم وسندات) للزبائن ؛
- تحرير العملاء من قيود الزمان والمكان ؛
- القدرة على الحصول على المعلومات المطلوبة عن طريق الإنترنت؛
- الحصول على نصائح مالية من المصرف سواء من خلال البريد الإلكتروني وبشكل مرئي من خلال الكاميرات؛
- طريقة تحويل الأموال بين حسابات الزبائن المختلفة.

3- خفض التكاليف:

أهم ما يميز الصيرفة الإلكترونية هو إن تكاليف تقديم الخدمة منخفضة مقارنة بأعمال الصيرفة التقليدية، ومن ثم فإن التكلفة وتحسين جودتها هو من عوامل جذب الزبون². فتبين نتائج المقارنة بين العمل المصرفي الإلكتروني والتقليدي بأن تكلفة تقديم الخدمات في القنوات الإلكترونية تقل بنحو ستة مرات عنها فالقنوات التقليدية للعمل المصرفي وأن نسبة التوفير في التعاملات المصرفية الإلكترونية تقدر بنحو 35% للمعاملات المصرفية عبر الإنترنت عنها في الأنماط التقليدية.

1- حميرة بريح، "دور الصيرفة الإلكترونية في تعزيز القدرات التنافسية للبنوك التجارية" مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، 2015، ص: 34.

2- مرجع سبق ذكره، ص: 35.

4-سرعة إنجاز الأعمال المصرفية:مع اتساع وسائل الحديثة وما أحدثته من سرعة في إنجاز الأعمال المصرفية أضحى سهلا على الزبون الإتصال بالمصرف وأن يقوم بتنفيذ الإجراءات التي تنتهي في أجزاء صغيرة من الدقيقة الواحدة بأداء صحيح وبكفاءة عالية دون عناء الثقل شخصيا لأداء نشاطه المطلوب. وعموما تتيح الصيرفة الإلكترونية خيارات أوسع للمتعاملين بها وحرية أكثر في اختبار الخدمات ونوعيتها .

الفرع الثاني: مخاطر العمل المصرفي الإلكتروني

ومن أهم المخاطر التي تنشأ من أعمال الصيرفة الإلكترونية الآتي:

1-المخاطر الإستراتيجية (Stratigic Risk):

وهي تلك المخاطر الناجمة عم عدم تبنى الإستراتيجيات المناسبة التي تأخذ في اعتبارها كيفية تحقيق الربح المناسب بين كل الخدمات المصرفية التقليدية والخدمات المصرفية الإلكترونية، وبما لا يعرض المصرف إلى المزيد من المخاطر ولا يؤثر على مركزه التنافسي وتأتي أهمية هذه المخاطر من حيث تأثيرها الكبير على مستقبل المصرف ومن حيث العناصر العديدة المكونة لها والتي تحتاج كل منها لضوابط وقائية تتوافق مع ظروف كل مصرف.

2-المخاطر التشغيلية (OPE rational Risk):

يمكن أن تتعرض أنظمة الصيرفة الإلكترونية إلى أخطاء أثناء التشغيل في حالة إذا كانت تلك الأنظمة غير متكاملة بالشكل المطلوب وذلك على النحو التالي:¹

➤ عدم التأمين الكافي للنظم (System Security) بحيث يمكن اختراق نظم حسابات المصرف (Access Unauthorized) بهدف التعرف على المعلومات الخاصة بالزبائن واستغلالها، سواء تم ذلك خارج المصرف أو من العاملين به، بما يستلزم توافر إجراءات كافية لكشف وإعاقة الاختراق.

➤ عدم ملائمة تصميم النظم (System Design)، أو إنجاز العمل (implémentation) أو أعمال الصيانة (Maintenance)، التي تنشأ من عدم كفاءة النظم لمواجهة متطلبات المستخدمين وعدم السرعة في حل هذه المشكلة وصيان النظم خاصة إذا ما زاد الاعتماد على جهات خارج المصرف لتقديم الدعم الفني في مجال البنية الأساسية للتكنولوجيا .

➤ إساءة الإستخدام من قبل الزبائن (Customer Misses of services):ويحدث ذلك نتجه عدم إحاطة العملاء بإجراءات التأمين الوقائية (Security precaution) أو سماحهم لعناصر إجرامية للدخول إلى حسابات عملاء آخرين، أو القيام بعمليات غسل الأموال بإستخدام معلوماتهم الشخصية، أو قيامهم بعد إتباع إجراءات التأمين الواجبة.

3-مخاطر السمعة (Réputation Risk):

وتنشأ مخاطر السمعة في حالة توافر رأى عام سلبي تجاه المصرف نتيجة عدم قدرته على تقديم خدماته المصرفية الإلكترونية وفق معايير الأمان والسرية والدقة مع الاستمرارية والاستجابة الفورية لإحتياجات ومتطلبات الزبائن، وهو أمر لا يمكن تجنبه سوى بتكليف اهتمام المصرف بتطوير رقابة ومتابعة معايير الأداء بالنسبة لنشاطات الصيرفة الإلكترونية .

1- طاهر لطفي، جميعي صلاح الدين، مرجع سبق ذكره، ص: 31.

4-المخاطر القانونية (Legal Risk):

تقع هذه المخاطر في حالة انتهاك القوانين أو القواعد أو الضوابط المقررة خاصة تلك المتعلقة بمعالجة غسل الأموال، أو نتجه عدم التحديد الواضح للحقوق والالتزامات القانونية الناتجة عن العمليات الإلكترونية ومن ذلك عدم وضوح مدى توافق قواعد لحماية المستهلكين في بعض الدول ولعدم المعرفة القانونية (Validity) لبعض الاتفاقيات المبرمة باستخدام وسائل الوساطة الإلكترونية.¹

المبحث الثاني: مفاهيم عامة حول التجارة الإلكترونية

تعد التجارة الإلكترونية من الظواهر الحديثة التي برزت على الساحة العالمية مؤخراً، والتي تمكنت في فترة وجيزة من الانتشار والنمو والتحول إلى أحد أهم معالم الإقتصاد الجديد. وسيتمحور هذا المبحث حول توضيح هذا المفهوم الحديث للمبادلات المعتمدة على وسيط إلكتروني مع التطرق لمختلف أشكالها، مروراً بأهم المميزات التي انفردت بها، والتي يجب اغتنامها للحاق بركب التطور التكنولوجي والأندماج في السوق العالمي مع ذكر أهم العيوب التي تعرقل تطورها .

المطلب الأول: ماهية التجارة الإلكترونية

مع تطور الأساليب التكنولوجية الحديثة والتوسع في إستخدامها من قبل الأفراد والمؤسسات والشركات بمختلف أحجامها وفي شتى مجالات الحياة، شاع مفهوم التجارة الإلكترونية وأصبح واحداً من التعبيرات الحديثة والتي أخذت بالدخول إلى حياتنا اليومية .

والتجارة الإلكترونية شأنها شأن أي ظاهرة جديدة تكون غامضة وغير مفهومة لدى الكثيرين بسبب حداثة أستعمال المصطلح ولذلك ظهرت العديد من التعريفات الهادفة إلى تحديد مفهوم التجارة الإلكترونية والتي عرضت من طرف باحثين وخبراء وهيئات علمية وسوف نحاول سرد بعضها قصد الوقوف على تعريف واضح وشامل لها.

الفرع الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية**1-تعريف عامة للتجارة الإلكترونية**

إن التجارة الإلكترونية عبارة عن مصطلح حديث صار كثير التداول في الأدبيات المعاصرة، وهو يعني ما يلي:
 أ-تمثل التجارة الإلكترونية شكلاً من أشكال التعامل التجاري الذي ينطوي على تعامل الأطراف بحيث يكون التبادل إلكترونياً بدلاً منه مادياً أو مادياً مباشراً.²

ويتضح لنا من خلال هذا التعريف أن التجارة الإلكترونية هي عملية تجارية سواء كان موضوعها سلعة أو خدمة أو أداء عمل، والمميز في هذه العملية التجارية هو وجود وسيط إلكتروني يساعد على غياب العلاقة المباشرة بين الأطراف.

1-منير الجنيبي وممدوح الجنيبي، مرجع سابق، ص: 163.

2-سعد غالب ياسين، بشير عباس العلاق، "الاعمال الإلكترونية"، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص: 209.

ب- التجارة الإلكترونية تعني أداء الأعمال من خلال شبكة الإنترنت أو البيع والشراء للسلع والخدمات من خلال صفحات الويب.¹

ولكن هذا التعريف هو تعريف جد ضيق بحيث يحد من التجارة الإلكترونية في عمليات تبادل السلع والخدمات عن طريق وسيلة إلكترونية أو وسيط إلكتروني .

ج- إن مفهوم التجارة الإلكترونية يشير إلى تسويق المنتجات عبر شبكة الإنترنت الدولية وتفرغ البرامج الإلكترونية دون الذهاب إلى المتجر أو إلى الشركة، وعلاوة على ذلك فإن التجارة الإلكترونية تشمل على الاتصالات بين مختلف الشركات على المستوى المحلي أو الدولي مما يسهل عملية التبادل التجاري ويزيد من حجمها.

ونلاحظ أن هذا التعريف ركز على سهولة التبادل التجاري فقط في ظل التجارة الإلكترونية، من خلال مساهمة الاتصالات في توفير الوقت وتقريب المسافات.²

د- التجارة الإلكترونية هي مجموعة عمليات البيع والشراء التي تتم عبر الإنترنت وتشمل هذه التجارة تبادل المعلومات وصفقات السلع الاستهلاكية وكذا خدمات المعلومات المالية والقانونية... الخ، وتستعمل هذه التجارة مجموعة من الوسائل لإتمام الصفقات مثل الفاكس، الهاتف، الإنترنت والشبكات المعلوماتية .

يضيف هذا التعريف إلى عمليات الشراء والبيع نشاطا آخر لا يقل أهمية وهو تبادل المعلومات والبيانات عبر الإنترنت سواء كانت هذه البيانات مطلوبة لإبرام صفقات البيع والشراء للسلع والخدمات المعروضة أو كانت هذه المعلومات والبيانات مطلوبة لذاتها ويتم الحصول عليها بمقابل .

ه- التجارة الإلكترونية تتضمن استخدام تكنولوجيا المعلومات لتعزيز الاتصالات والصفقات مع جميع الأطراف ذوى المصالح مع الشركة مثل العملاء، المورد، المؤسسات الحكومية، المؤسسات المالية، المديرين، الموظفين والجمهور.

ويتضح لنا من خلال هذا التعريف أن الهدف منه هو بسط التعريف ليشمل كافة الأوجه والصور للنشاط الإلكتروني للتجارة ما بين الشركة والأفراد والإدارة .

2- تعريف التجارة الإلكترونية حسب المنظمات العالمية :

أ- تعريف المنظمة العالمية للتجارة "OMC":

يعرف خبراء هذه المنظمة التجارة الإلكترونية على أنها: "مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج وتوزيع وترويج وبيع المنتجات من خلال شبكات، ومن الأمثلة الشائعة للسلع الموزعة إلكترونيا: الكتب، القطع الموسيقية .

تأخذ هذه المنظمة بتعريف واسع للتجارة الإلكترونية التي تشمل ثلاثة أنواع من العمليات التجارية:³

- عمليات الإعلان عن المنتج وعمليات البحث عنه؛
- عملية تقديم طلب الشراء وسداد ثمن المشتريات؛
- عملية تسليم المشتريات .

1- سمية ديمش، "التجارة الإلكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر"، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2011، ص: 34.

2- عبد القادر بربيش، محمد زيدان، "دور البنوك في تطوير التجارة الإلكترونية"، الملتقى الدولي حول التجارة الإلكترونية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة يومي 6-7 مارس 2004.

3- سمية ديمش، مرجع سبق ذكره، ص: 36.

ب-تعريف منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية "OCDE" Organisation de Coopération et**:Développement Economique**

يشير التعريف إلى أن: التجارة الإلكترونية تشمل جميع أشكال المعاملات والصفقات التجارية التي تتم من قبل الأفراد وهيئات ونقوم على أساس معالجة ونقل البيانات الرقمية على اختلاف أشكالها سواء كانت مكتوبة أم مرئية أو مسموعة.¹ لقد ركز هذا التعريف على طبيعة المتعاملين أفراد شركات (وطبيعة البيانات المتبادلة (صوت، صورة)، ولكنه غير صريح وواضح فيما يخص عملية التبادل نفسها وإجراءاتها، كما أشار هذا التعريف إلى مصطلح "بيانات رقمية" للدلالة على وجود وسيط إلكتروني يسهل التبادل .

ج-تعريف المنظمة العالمية للملكية الفكرية "OMPI" Organisation Mondiale de la Propriété**:Intellectuelle**

يشير التعريف إلى ان: التجارة الإلكترونية في شكلها الواسع تشمل كل الوسائل الإلكترونية المستخدمة لغرض التجارة.² إن المنظمة العالمية للملكية الفكرية على الرغم من اهتمامها بموضوع الحماية القانونية للعلامات التجارية وحقوق التأليف وبراءات الاختراع في مجال التجارة الإلكترونية، إلا أنها لم تقدم تعريفا للتجارة الإلكترونية، بل اهتمت بالوسائل المستخدمة في إبرام الصفقات التجارية .

د-تعريف مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية "CNUCED" Conférences des Nations Unies sur le**:Commerce Et le Développement**

يطلق مصطلح التجارة الإلكترونية على مجمل الخدمات التجارية التي تتعامل معها المجموعات (المؤسسات والأفراد) والمعتمدة على المعالجة الإلكترونية للبيانات (النصوص، الصوت والصورة).³ لقد ركز هذا التعريف على طبيعة البيانات والمعطيات المتبادلة والتي لا بد أن تكون إلكترونية . نخلص من التعريفات السابقة أن مصطلح التجارة الإلكترونية هو مفهوم مشتق نظرا لأنه يمكن اشتقاق أكثر من تعريف له حسب وجهة نظر أو الفكرة التي يتبناها المؤلف أو المنظمة، وعلى هذا الأساس يمكننا تصنيف التعريفات السابقة وفقا للمنظور الذي يتم به تناول تلك الظاهرة الرقمية كالتالي.⁴

1-معلومات مستوحاة من الموقع الإلكتروني لمنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية على الرابط www.oecd.org/publication

2-معلومات مستوحاة من الموقع الإلكتروني للمنظمة العالمية للملكية الفكرية على الرابط www.wipo.int.

3-معلومات مستوحاة من الموقع الإلكتروني لمؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية على الرابط www.unitad.org.

4--سمية ديمش ، مرجع سبق ذكره،ص:37

الجدول (01-02): مناظير تعريف التجارة الإلكترونية

التعريف	المنظور
التجارة الإلكترونية هي وسيلة من أجل إيصال المعلومات أو الخدمات أو المنتجات عبر خطوط الهاتف أو عبر شبكات الإنترنت أو عبر أي وسيلة تقنية .	الاتصالات
التجارة الإلكترونية هي عملية تطبيق التقنية الرقمية من أجل جعل المعاملات التجارية تجري بصورة تلقائية وسريعة .	الأعمال التجارية
التجارة الإلكترونية هي أداة موجهة لإشباع رغبات الشركات والمستهلكين والمدراء في خفض تكلفة الخدمات والإسراع بزمن تقديم هذه الخدمة والرفع من كفاءتها.	الخدمة
التجارة الإلكترونية هي أداة لتوفير وشراء المنتجات وتبادل المعلومات بصورة فورية أو لحظية من خلال شبكة الإنترنت .	الإنترنت
التجارة الإلكترونية هي ملتقى يجمع عناصر المجتمع (أفراد ومنظمات) للتعلم والتبادل والتعاون فيما بينهم.	المجتمع

المصدر: طارق طه، "التسويق والتجارة الإلكترونية، دار الكتب للنشر، القاهرة، مصر 2005، ص317.

بعد هذا العرض لأهم التعريفات الواردة بشأن التجارة الإلكترونية يمكننا إستنتاج ما يلي:

- إن الركيزة الأساسية للتجارة الإلكترونية تتجلى في فكرة النشاط التجاري، فهي أولا وقبل كل شئ تجارة، والشبكة الإلكترونية ما هي إلا وسيلة إتصالات ؛
- إعتداد التجارة الإلكترونية على تكنولوجيا المعلومات وشبكة الإتصالات وعلى رأسها شبكة الإنترنت لإتمام مختلف نشاطاتها وعملياتها ؛
- عدم إقتصار التجارة الإلكترونية على عمليات بيع وشراء السلع والخدمات فقط بل شمولها كل عمليات بيع وشراء المعلومات نفسها؛
- تشمل التجارة الإلكترونية لكل القيود الزمانية والمكانية المعرقة لحركة التعاملات التجارية وعدم بقائها حبيسة مكان أو بلد معين ؛
- تشمل التجارة الإلكترونية ثلاثة أنواع من المتعاملين: المؤسسات، الأفراد، الحكومة .

إنطلاقاً يتبين أنه ليس من السهولة تحديد مفهوم دقيق للتجارة الإلكترونية، ولكننا سوف نحاول إستنباط تعريف قد يرتقى إلى جملة التعريفات السابقة مفاده أن التجارة الإلكترونية هي :

"إستخدام الوسائل الإلكترونية المتطورة التي وفرتها ثورة المعلومات والاتصالات في إنجاز كافة المعاملات التجارية من بيع وشراء المنتجات وتبادل المعلومات بين البائعين والمشتريين وغيرها من العمليات المتصلة بعقد الصفقات وإقامة الروابط التجارية بدءاً من المعلومات ما قبل الشراء وإنتهاء بخدمات ما بعد البيع".

الفرع الثاني: التميز بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية

لكي يتضح أكثر فأكثر مفهوم التجارة الإلكترونية وإزالة الغموض واللبس حوله، لابد من التعرف على الفرق الجوهرى بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية .

فالتجارة الإلكترونية ليست نوعاً واحداً بل هناك أشكال ودرجات مختلفة منها، وتختلف هذه الأشكال تبعاً لدرجة تقنية المنتج وتقنية العملية وتقنية الوسيط، حيث أن كل سلعة يتم تسويقها في المعاملات التجارية أما أن تكون ملموسة أو رقمية وأي وسيط في العملية التجارية أما يكون ملموس أو رقمي، وكذلك أما أن تكون ملموسة أو رقمية¹، وعلى هذا الأساس يمكننا تقسيم التجارة إلى ثلاث أنواع:

1-تجارة إلكترونية بحتة(خالصة):

وتعني أن الزبون يزور موقعاً لشركة على الإنترنت، فعند اختياره للسلعة المناسبة يقوم بملاء إستمارة الطلب من خلال جهاز الكمبيوتر ويبعث بها إلى البائع ويسوي مدفوعاته النقدية إلكترونياً كما أن التسليم يكون فوراً عبر الإنترنت.

ففي هذه الحالة يكون الوسيط رقمي والسلعة رقمية والعملية رقمية، مثل حالة شراء برمجيات من موقع التجارة الإلكترونية :

- فالمنتج يتمثل في برمجيات الكمبيوتر ذات الطبيعة الرقمية أي التي لا يمكن لمسها باليد؛
- عملية الشراء أيضاً لم تتم من خلال زيارة الموقع المادي للشركة، وإنما من خلال موقعها على الويب؛
- الحصول على المنتج يتم من خلال إرسال الشركة لهذه البرمجيات عبر الإنترنت أو البريد الإلكتروني فيظهر في هذه الحالة الوسيط الإلكتروني.

2-تجارة تقليدية بحتة:

عندما يكون الوسيط ملموس والسلعة ملموسة وكذلك العملية ملموسة، مثل التوجه إلى المتجر لإقتناء الإحتياجات والمتطلبات كالمواد الغذائية والألبسة .

3-تجارة إلكترونية جزئية :

هي مزيج بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية، حيث أن أحد العوامل الثلاثة رقمي والباقي ملموس، مثل كتاب من موقع شركة على الإنترنت، أي أن العمليات تم إنجازها إلكترونياً(الطلب والتسديد)، بينما التسليم يكون مادياً أي بأسلوب التجارة التقليدية وهذا عن طريق إرسال الشركة للكتاب عبر البريد العادي.²

ومن خلال هذه الأنواع يتضح لنا بأن:

التجارة التقليدية تعني أن المشتري إلى المتجر لشراء إحتياجاته ومتطلباته، بينما التجارة الإلكترونية هي سوق إلكتروني يتواصل فيه البائعون والمشترون وتعرض المنتجات من سلع وخدمات في صيغة رقمية، وتسمى هذه العملية بالتبادل الإلكتروني والتي تختلف كثيراً عن عملية التبادل التقليدي المتعارف عليها. ويلخص الجدول التالي الفروق بين كلا النوعين .

1-أنور بسام، "التجارة الإلكترونية: كيف متى واين"، الموسوعة العربية للكمبيوتر والإنترنت على الخط online، متوفرة على الموقع www.c4arab.com.

2-سمية ديمش، مرجع سبق ذكره، ص: 40.

الجدول (01-03): مقارنة بين الطريقة القديمة والجديدة لشراء سلعة ما

تجارة إلكترونية	تجارة تقليدية	العملية
● صفحة web	● مجلات، ممثل تجاري، كتالوج	● البحث عن معلومات حول منتج معين
● بريد إلكتروني	● رسالة، وثيقة	● طلب منتج
● بريد إلكتروني	● رسالة، وثيقة	● التأكيد على طلبية
● كتالوج على الخط	● كتالوج	● مراقبة السعر.
● بريد إلكتروني	● هاتف، فاكس	● التأكد من توفير السلعة
● بريد إلكتروني	● وثيقة مطبوعة	● تسليم الطلبية
● بريد إلكتروني	● فاكس، بريد	● بعث الطلبية
● قاعدة بيانات على الخط web	● وثيقة مطبوعة، فاكس، هاتف	● التأكد من توفر السلعة في المخزن
● قاعدة بيانات على الخط	● وثيقة مطبوعة	● تخطيط التسليم
● إنترنت	● المورد	● تسلم السلعة
● بريد إلكتروني	● وثيقة مطبوعة	● تأكيد التسليم
● بريد إلكتروني	● بريد	● بعث فاتورة
● تحويل إلكتروني للأموال والبيانات	● بريد	● بعث التسوية المالية

المصدر زايري بلقاسم، طوباش علي، "طبيعة التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها المتعددة"، مجلة المستقبل العربي، يصدرها مركز دراسات

الوحدة العربية، السنة 25، العدد 288، لبنان، فيفري 2003، ص 72.

وبالتمعن في الجدول نلاحظ أن هناك بعض التشابه بين الطريقة القديمة والجديدة للشراء إلا أن طريقي الحصول على المعلومات وتحويلها تختلفان، فالتجارة التقليدية تستغرق وقتاً طويلاً لمعالجة الطلبية بسبب محاور الإتصال المختلفة على عكس التجارة الإلكترونية التي تختصر هذه المحاور وتكون فيها المعلومات ذات طبيعة رقمية .

وتتميز التجارة الإلكترونية عن التجارة التقليدية باختصار الدورة التجارية مما ينعكس على تخفيض تكلفة المنتج، حيث الغت التجارة الإلكترونية دور تجار الجملة والتجزئة والوكلاء وأصبحت عملية البيع تتم من المصنع إلى المستهلك مباشرة، وبالتالي تنخفض الأرباح التي كان يتحصل عليها هؤلاء الوسطاء نتيجة الجهود التي يبذلونها في شحن وتخزين وإعلان لتوصيل السلع للمستهلك .

إن معظم السلع التي يتم تسويقها عبر المعاملات الإلكترونية هي عبارة عن سلع غير مادية ورحلات ومنتجات معلوماتية، أما العقارات والمنتجات الغذائية سريعة التلف هي سلع ملائمة تماماً لأنشطة التجارة التقليدية، وهذا ما سيبينه الجدول التالي.

الجدول (01-04): تصنيف المنتجات حسب ملاءمتها لنوع التجارة

ملائمة تماما للتجارة التقليدية	ملائمة لمزيج من الإستراتيجيتين معا	ملائمة تماما للتجارة الإلكترونية
* شراء وبيع الملابس * الأغذية سريعة التلف * بيع المصوغات و الآثار عالية القيمة * بيع العقارات	* شراء وبيع السيارات * العمليات المصرفية الفورية online * شراء و بيع الإستثمارات و منتجات التأمين	* شراء وبيع الكتب و الشرائط و الإسطوانات المغنطة CD * تسليم فوري للبرامج * خدمات الحجز و السياحة و اللهو * توفير المعلومات و الخدمات القانونية

المصدر: طارق عبد العال حماد، "التجارة الإلكترونية : المفاهيم، التجارب، التحديات، الأبعاد التكنولوجية، المالية، التسويقية و

القانونية"، الدار الجامعية للطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، 2003، ص26.

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن السلع الملائمة للتجارة التقليدية هي السلع التي تتطلب معاينة شخصية من قبل الزبائن مثل المواد الغذائية و الآثار.

أما المنتجات التي تتطلب مهارات نمطية فهي الأكثر شيوعا في التجارة الإلكترونية مثل الكتب والشرائط والنوع الأخير من السلع التي تلائم كلا الإستراتيجيتين التقليدية والإلكترونية معا هي النمطية والتي تتطلب معاينة شخصيه مثل شراء السيارات، فالأشخاص يتحصلون علي معلومات عن السيارات (الخيارات، الأسعار، التوزيع) من موقع الويب و ليقموا بالشراء إلا بعد المعاينة الشخصية للسيارة.

المطلب الثاني: خصائص وأنواع التجارة لإلكترونية

تتمتع التجارة الإلكترونية بمجموعة من السمات أو الخصائص التي تجعلها متميزة عن التجارة التقليدية كما أنها تتطلب تواجد بيئة تنظيمية وتشريعية تختلف عن تلك التي تنظم في التجارة التقليدية، ومن هذه الخصائص سنلجأ الى ذكر الأهمية .

الفرع الأول: خصائص التجارة الإلكترونية

تختلف الخصائص باختلاف وجهات النظر سنذكر من أهم هذه الخصائص¹:

1-الطابع العالمي للتجارة الإلكترونية :

من خلال موقع تجاري على شبكة المعلومات الدولية تستطيع أي شركة أن تصل إلى أسواق ومستخدمي الشبكة عبر العالم كله، وكذلك إدارة المعاملات التجارية من خلال موقعها الأمر الذي سيحقق في النهاية إلى عوامة المنتجات .

2-تطوير وحدات الأعمال في إتجاه تكنولوجي :

يكون لتجارة الإلكترونية أثر كبير على الخطط معظم وحدات الأعمال، لتصبح هذه التكنولوجيا مألوفة لدى هذه الوحدات على نحو سريع من خلال تعلم وفهم تلك الوسائل التكنولوجية فهما كامل إلى جانب فهم قوتها لإعادة تشكيل علاقاتها مع العملاء.

1- عائشة عوني، هناء بوحمد، "دور التجارة الإلكترونية في تحسين نوعية الخدمة المصرفية"، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الوادي، 2016، ص: 12.

3- غياب المستندات الورقية في التجارة الإلكترونية :

خاصية أخرى تضاف للتجارة الإلكترونية حيث أنه بالإمكان أتمام صفقة تجارية كاملة بمختلف مراحلها بدءاً من التفاوض وحتى عملية التسليم من دون تبادل مستندات ورقية بحيث أيضاً تم وضع قانون يعطى صفة شرعية للمحركات والعقود الإلكترونية والوفاء بالبنود الإلكترونية لعدم الوقوع في مشاكل في عمليات التثبيت.

4- التعامل من دون التعرف على هوية المتعاملين :

سهلت هذه الخاصية على أن تكون هناك علاقة مباشرة بين البائع والمشتري على عكس ما كان يتم في العمليات التجارية التقليدية وعلى الرغم من هذه من هذه التسهيلات إلا أنه يوجد بعض المشاكل فيها، فلذا وجدت الكثير من الجهود من أجل الحفاظ على الخصوصية وتوفير الأمان والنزاهة في التعاملات التجارية من أبرزها نظام التشفير .

• خصائص أخرى نذكر منها¹:

- الإعلانات عن السلع والخدمات؛
- سداد الإلتزامات المالية ودفعها ؛
- الدعم الفني للسلع التي يكتنيها الزبون؛
- عقد صفقات وإبرام عقود ؛
- توفير معلومات عن السلع والخدمات؛
- تبادل البيانات إلكترونياً .

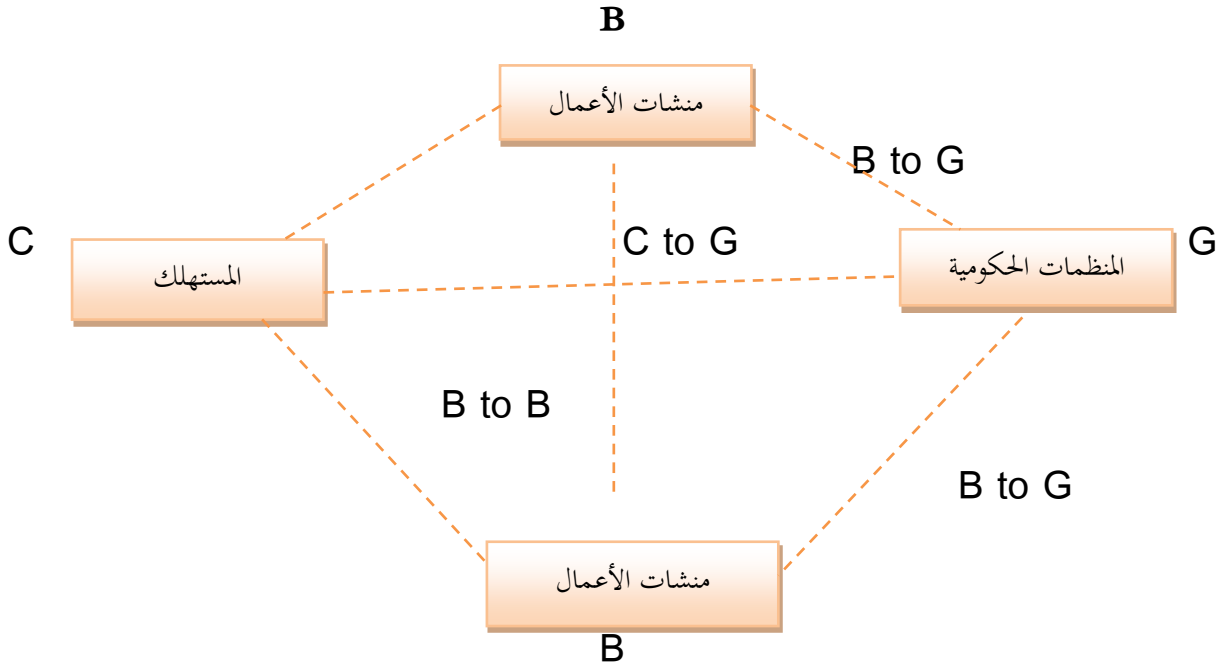
الفرع الثاني: أشكال (أنواع) التجارة الإلكترونية

ويمكن تصنيفها كما يلي:²

شهدت التجارة الإلكترونية ثورة كبيرة، تمثلت في تطوير وسائل الإتصالات وتكنولوجيا المعلومات وزيادة إستخدامها، ليس فقط بالنسبة للمشروعات، ولكن أيضاً على مستوى المستخدمين والمستهلكين في مجالي السلع والخدمات . حيث أن التجارة الإلكترونية هي مفهوم متعدد الأبعاد يمكن تطبيقه من خلال أكثر من شكل، وذلك كما هو موضح في الشكل التالي :

1- بن عنية جلول وحواسني يمينة، مداخلة بعنوان " مفاهيم الاساسية حول الانترنت والتجارة الإلكترونية "، ص.10
 2- خولة فروحات، "أثر التجارة الإلكترونية على تحسين نوعية الخدمة المصرفية"، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، ص.:12.

الشكل (01-03) أشكال التجارة الإلكترونية



المصدر: سعد غالب ياسين عباس العلاق، "الأعمال الإلكترونية"، مرجع سابق ذكره، ص 213.

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

أن التجارة الإلكترونية التي تربط بين المؤسسات والمستهلكين (الزبائن) والتي تدعى "تجارة التجزئة الإلكترونية" "electronic retailing" أو "التسوق الإلكتروني" "electronic shopping" تعبر عن العلاقة بين الشركات التي تقوم بعرض مختلف أنواع السلع والخدمات التي ترغب في تسويقها عبر الإنترنت والمستهلك الذي يستعرض السلع المتاحة ويقتني منها حاجياته لإشباع رغبته.

ويمر التسوق الإلكتروني بمجموعة من المراحل، فالمستهلك الذي يرغب في الحصول على سلعة ما يزور موقع الشركة العارضة لسلعها ويقوم بالبحث عن الجناح الخاص بنوع السلعة المطلوبة، ثم ينتقي الفئة المعينة داخل الجناح، فتظهر له على شاشة الحاسوب اللائحة النهائية، يختار منها السلعة بالمواصفات التي يريد، وفي أسفل الشاشة يضع ما يشاء من مشتريات في سلة البضائع ثم يقوم بضبط الكمية وسعرها النهائي¹، ويتم الدفع بطرق مختلفة أكثرها شيوعاً عن طريق استخدام بطاقات الائتمان، أو الشيكات الإلكترونية أو نقداً عند التسليم أو بأي طريقة أخرى أما حصول المستهلك على مشترياته فيكون بإحدى الطريقتين:

- توصيلها المباشر عبر الشبكة، إذا كانت من النوع القابل للتمييز الرقمي والنسخ عن بعد.
- إرسال البضائع والسلع المشتراة بواسطة مندوبي المبيعات أو البريد السريع "courrier express"، أو بواسطة شركات الشحن.

1- جوهر بن رجدة، "الإنترنت والتجارة الإلكترونية: حالة استيراد الكتاب جامعة سعد دحلب"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002، ص. 73.

تشهد التجارة الإلكترونية بالتجزئة تطورا واسعا بسبب إنتشار ما يمكن أن يطلق عليه ثقافة الإنترنت بين الأفراد في مختلف الدول، حيث لوحظ التقدم الكبير والتعاظم في تكنولوجيا المعلومات وإنتشار الحاسبات الشخصية والتكنولوجيا الخلوية في الهاتف المحمول، وحاسبات الجيب... الخ من جهة أولى، وإستخدام هذه الوسائل في إجراء المعاملات والإتصالات... من جهة ثانية، ومن جهة ثالثة أزداد هذا النوع من التعامل بسبب إدراك القائمين على المشروعات أهمية إستخدام الوسائل الإلكترونية في الإتصال بالعملاء، والمستهلكين وتوظيفها في هذا الإطار.¹

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

يقصد بها البيع والشراء بين الشركات سواء كانوا أطراف عملية تجاربه أو شركاء، أو في شكل تبادل بيانات إلكترونية EDI²، ومن الأمثلة على هذا النوع من التجارة الإلكترونية قيام الشركة بإستخدام شبكة الإتصالات للحصول على طلباتها من الموردين وإستلام الفواتير، وكذلك القيام بالسداد الإلكتروني .

ويمكننا أن نميز نوعين من التجارة الإلكترونية بين الشركات وهما :

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

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

مجال الرعاية الطبية .

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

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

تعتبر التجارة الإلكترونية بين وحدات الأعمال " B to B " من أكثر أنواع التجارة الإلكترونية شيوعا في الوقت الحالي كما أنها تعد أسلوب من أساليب التعامل الراسخة منذ عدة سنوات خلت، وليس هذا بغريب إذا عرفنا أن التجارة الإلكترونية بدأت أساسا بين المشروعات منذ سنوات فعلى مر عقود من الزمن كانت البنوك تستخدم تحويلات الأموال إلكترونيا Electronic Funds Transfers والتي تشمل عملية تبادل لمعلومات الحساب بطريقة إلكترونية عبر شبكات إتصال خاصة . كما ان أنشطة الأعمال كانت تقوم بشكل من التجارة الإلكترونية يعرف بإسم :تبادل البيانات إلكترونيا EDI على شبكات خاصة والمعرفة بإسم شبكات القيمة المضافة (Value Added Network) VAN وتعد هذه الشبكة منشأة مستقلة تعرض ربط الشركة بمورديها وزبائنهم مقابل رسم شهري ثابت، مما يسهل المعاملات ويخفض تكاليف إتمام المعاملات، غير أن هذا النوع من الشبكات كان يتطلب إستثمارات كبيرة وتكاليف باهظة (المشترك ملزم بشراء حاسب وبرمجيات وإنشاء وصلات شبكة مباشرة بإستخدام خطوط تليفون مستأجرة ودفع رسم عن كل صفقة)، مما جعل الكثير من الشركات الصغيرة غير قادرة على تحمل المشاركة في هذا النظام الذي بقي حكرا على الشركات العالمية . كما أن التطور السريع الذي شهدته شبكة الإنترنت دفع بالعديد

1- السيد احمد عبد الخالق، "التجارة الإلكترونية والعولمة"، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2006، ص.46

2- أمال بن غزال، "دور التجارة الإلكترونية في تحسين تنافسية المؤسسة"، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد

خيضر، بسكرة، 2013، ص:7.

من المؤسسات إلى هجرة التطبيقات التجارية القائمة على الشبكات الخاصة، والتحول إلى إستعمال تكنولوجيا الإنترنت وتبنى أدواتها في إجراء معاملاتها التجارية.¹

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

3- التجارة الإلكترونية بين المشروعات والإدارة المحلية "الحكومية" *B to B* : Business to government :

وهي تغطي كافة التعاملات بين الشركات والمنظمات الحكومية، حيث تقوم الحكومة بعرض الإجراءات واللوائح والرسوم ونماذج المعاملات على الإنترنت بحيث تستطيع الشركات أن تطلع عليها بطريقة إلكترونية، وأن تقوم بإجراء المعاملة إلكترونياً دون الحاجة للتعامل مع مكتب حكومي، ومثال ذلك²: قيام الشركات بتسوية ضرائبها عبر الإنترنت، وكذلك قيام الحكومة بنشرها تفاصيل مشترياتها عبر الإنترنت ما يمكن الشركات من الإستجابة لها إلكترونياً .

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

حيث أن الحكومة الإلكترونية عدة فوائد منها:³

أ-رفع مستوى الكفاءة الإدارية وترشيد التكاليف :

فبتبسيط الأنظمة والإجراءات يؤدي إلى تحسين مستوى الأداء، وزيادة الكفاءة في تنفيذ الأعمال الحكومية، مع إمكانية نقل المعلومات بدقة وإنسيابية بين الإدارات الحكومية، وتقليل الإزدواجية في إدخال البيانات ومنه ربح الوقت .

ب-تحسين جودة الخدمات :

من خلال رفع مستوى الخدمات الحكومية وإمكانية الحصول على هذه الخدمات بسهولة عبر أجهزة الحاسب الآلي وعدم الحاجة إلى المراجعة .

ج-نمو الأعمال التجارية :

حيث ستتاح الفرصة للنشر والإعلان عبر شبكة الإنترنت عن المناقصات الحكومية وفرص التعاقد لتنفيذ مشاريع مع القطاعات الحكومية المختلفة .

4-التجارة الإلكترونية بين المستهلك والمنظمات الحكومية (C to G) :Customer to government :

ويقصد بها كافة المعاملات التي تجمع بين المستهلك والحكومة، حيث أن الحكومة تسعى إلى تطوير ما تقدمه من خدمات للجماهير، سواء من حيث الحصول على المعلومات والبيانات، أو تلبية.

بعض المطالب وبتكلفة قليلة، وخير مثال على ذلك :إستخراج رخص السيارات والتراخيص للممارسة المهنة وصرف الرواتب والمعاشات، سداد الضرائب والفواتير إلكترونياً، وكذلك خدمات المطارات

1-مزغيش جمال، "التجارة الإلكترونية على شبكة الانترنت"،دراسة حالة توجه المؤسسات الجزائرية نحو التجارة الإلكترونية"،مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002،ص.59

2-سعد غالب ياسين، بشير عباس العلاق مرجع سبق ذكره،ص.216

3-شوقي ناجي جواد واخرون، "الأبعاد المستقبلية للحكومة الإلكترونية في الأردن: متطلبات النجاح"،المجلة الأردنية في إدارة الأعمال المجلد3،العدد3،مطبعة الجامعة الأردنية،الأردن،2007،ص.285

ويلحظ أن هذا النوع من التجارة الإلكترونية يمر بمرحلة الطفولة المبكرة، إلا أنه يتوقع توسعها وإنتشارها بسرعة مع بدء استخدام الحكومات لعملياتها الخاصة لتعزيز الوعي بأهمية التجارة الإلكترونية وضمان إزدهارها.

5- التجارة الإلكترونية غير الربحية Non-Business electronic commerce:

يهتم بهذا النوع من التجارة المؤسسات الدينية والإجتماعية والجمعيات الخيرية والتي تكون غايتها إنسانية، وتركز على خدمة المجتمع العام أو شرائح محددة، وتحول هذه المنظمات غير الهادفة للربح نشاطها عبر الشبكة بغرض تخفيض التكاليف الإدارية، أو تحسين صورة المنظمة، أو كنوع من أنواع مواكبة التطورات التكنولوجية .

المطلب الثالث: آليات ووسائل الدفع في التجارة الإلكترونية

أن التجارة الإلكترونية مثلها مثل التجارة العادية تسير وفق آليات وضوابط لتحقيق تبادل إلكتروني متوازن وضمان حقوق كل من البائع والمشتري، فالبايع يستعمل وسائل وأليات كالإشهار والترويج تحقق له أكبر المبيعات والأرباح، كما أن المشتري يجب عليه التسديد مقابل إستلام البضائع بإستعمال أدوات دفع حديثة تتماشى مع عصر الإنترنت والتعاملات الرقمية. إلا أنه من نتائج التعاملات عبر الإنترنت ظهور وسائل غش وإحتيال تتجاوز حدود الدول، وتعرض المعلومات المتنقلة عبر الشبكة إلى التصنت والتخريب، إلا أنه بفضل التكنولوجيا الحديثة تم تطوير مجموعة من البرامج والتقنيات التي تساهم في التخلص من مشكلة سرية وأمن المعاملات الإلكترونية وتزرع الثقة في نفوس الناس وتشجعهم على الشراء عبر الإنترنت .

الفرع الأول: أطراف التجارة الإلكترونية

التجارة الإلكترونية هي أحد أشكال التعامل الذي يجري إلكترونيا بين ثلاث أطراف أساسية لا يتصلون ماديا فيما بينهم، ويمر أبرام أي صفقة من صفقات التجارة الإلكترونية بين هاته الأطراف بمجموعة من المراحل بدءا بعرض المنتجات وإنتهاء بتسليمها .

إن الأطراف الثلاثة للتجارة الإلكترونية هي نفسها أطراف التجارة التقليدية والمتمثلة في المستهلك والبائع والبنك .

1-المستهلك :

يمكننا تعريف المستهلك بأنه "الشخص الذي يلتحق بشبكة الشبكات ويسبح في فضاء الإنترنت، ويطفو من وقت لآخر على الويب بقصد الحصول على المعلومات المتعلقة بالسلع والخدمات" أي أن المستهلك هو الشخص الذي يتجول في الإنترنت ويوزر مختلف مواقع الويب التجارية بحثا عن السلع والخدمات التي تشيع حاجياته، بمعنى آخر المستهلك هو كل من يتعاقد إلكترونيا بقصد إشباع رغباته ومن خلال هذا التعريف يمكن تحديد أربع خصائص للمستهلك، هي :

أ-مستهلكون عرضيون: وهم الأشخاص الذين يزورون موقع الشركة بين الحين والآخر، لكن بشكل غير منتظم، فقد يزورون الموقع مرة واحدة فقط .

1-سمية ديمش، مرجع سبق ذكره،ص:64.

ب- **مستهلكون منتظمون**: وهم من يسعون إلى تلبية حاجياتهم بشكل متكرر ومنتظم، فقد يزورون الموقع التجاري مثلا كل نهاية أسبوع .

ج- **مستهلكون دائمون**: وهم الأشخاص الذين يحرون في شبكة الإنترنت بشكل يومي أي يدخلون كل يوم لموقع الشركة على الويب بهدف معرفة آخر التطورات والتحسينات في هذه المنتجات.¹

2- البائع التاجر

هو من يقوم بإنشاء موقع على شبكة الإنترنت ويتخذة كواجهة أو نافذة لعرض منتجاته والتعريف بها وتسويقها، حيث يساهم هذا الموقع في تعزيز التفاعل بين البائع والمشتري، ويستطيع البائع من خلال هذا الموقع تقديم معلومات تفصيلية عن السلعة (صورها، تكاليفها، طريقة دفع الثمن ...) وتلقى العروض حول هذه السلعة.

ويعتبر إستخدام الإنترنت لعرض وبيع المنتجات أحدث نوع من الدعاية، فهو يساعد على جلب أكبر عدد ممكن من المستهلكين من خلال إمكانية وصول الموقع إلى عدد لا نهائي من العملاء .

ولكي يتمكن البائع من النجاح في إدارة موقعه وتحقيق أرباح من تجارته الإلكترونية، لابد أن يتجنب مجموعة من النقاط التي تؤدي إلى عدم فعالية ونجاح موقعه، من بينها :

- عدم توفر معلومات مفصلة وكافية حول المنتجات والخدمات.
- المنتجات المعروضة لا تتماشى مع رغبات المستهلكين .
- أسعار المنتجات جد مرتفعة .
- تصميم سيئ وغير جذاب للموقع .

3- البنك :

كسائر القطاعات شهد قطاع البنوك في الفترة الاخيرة بعض التحولات من خلال توظيف التقنيات الحديثة وإستخدام الشبكة العالمية لإتمام أعمالها بالكامل والتوجه إلى ما يعرف ب: **البنوك الإلكترونية** وهناك العديد من المصطلحات التي تستخدم للإشارة إلى هذه البنوك، من بينها البنوك الافتراضية، بنوك الإنترنت، البنك المنزلي، بنك الويب البنك على الخط .

ويمكننا تعريف البنوك الإلكترونية أنها "منافذ إلكترونية (آلات الصرف الآلي، بنك منزلي) تقدم خدمات مصرفية متنوعة دون توقف (24 ساعة) وبدون عمالة بشرية"²، بمعنى أن البنوك الإلكترونية هي البنوك التي قامت بإنشاء مواقع لها على شبكة الشبكات، ليس بغرض الإعلان عنها وإنما بغية إيجاد الطرق التي تمكنها من تقديم الخدمات المصرفية لمعاملتها بدل الانتقال شخصيا إلى البنك وإجراء لقاء مباشر لإتمام المعاملة. فالبنوك الإلكترونية تفتح المجال أمام المتعاملين لإنجاز كافة العمليات المصرفية المتكاملة في أي وقت ومن أي مكان (من المنزل، المكتب أو أي مكان آخر) وفي أقصر وقت ممكن .

وتلعب البنوك الإلكترونية دورا جوهريا في تسير معاملات التجارة الإلكترونية من خلال توفيرها للوسائل اللازمة لتسوية المدفوعات بين الطرفين، فلكي تتم أي صفقة إلكترونية لابد من إمتلاك كل من البائع والمشتري لحساب في أحد البنوك، حيث أن عملية الدفع والقبض تكون بين بنك المصدر (المشتري) وبنك المستفيد (البائع).

¹ - نفس المرجع السابق، ص: 65.

² - بريش عبد القادر، زيدان محمد، مرجع سبق ذكره.

وتوفر البنوك الإلكترونية تشكيلة متنوعة من الخدمات من بينها :

- أ- خدمة معرفة الرصيد: هي أبسط الخدمات التي توفرها المصارف من خلال دخول المستخدم إلى حسابه المصرفي عن طريق كلمة مرور خاصة يزوده المصرف بها. وبهذا يتم تفادي الطوابير الطويلة للعملاء للإستفسار عن حساباتهم .
- ب- خدمة سداد المدفوعات والفواتير نيابة عن المتعامل :حيث تفتح المؤسسات المعنية بفواتير الماء، الكهرباء والهاتف حسابات لدى البنك، يقوم المتعاملين بإيداع قيمة الفواتير فيها .
- ج- خدمة البطاقات الائتمانية :حيث تقوم البنوك بمنح بطاقات بنكية للمتعاملين لتسوية مدفوعاتهم، بعد أن تتعرف على ظروفهم وتتأكد من قدرتهم على تغطية الإئتمان في الوقت المحدد، ويتم ذلك مقابل رسم شهري .
- د- خدمة التحويل الإلكتروني للأموال :حيث تهدف هذه الخدمة إلى تسهيل وتسريع المدفوعات عبر العالم من خلال شبكة تضم عددا كبيرا من المصارف المستولة عن تداول الأموال.
- هـ- خدمة أجهزة الصراف الآلي :وتمكن هذه الخدمة المتعاملين من القيام بمختلف عمليات السحب والإيداع من وحدات حاسوب طرفية منتشرة في أماكن متعددة، وهذا بعد إدخال بطاقة خاصة ورقم خاص بالعميل .

الفرع الثاني: وسائل الدفع الإلكترونية

على ضوء التغيرات العالمية التي شهدتها عصرنا الحالي ومع تطور الأساليب التكنولوجية الحديثة المستخدمة في كافة مجالات حياتنا، إتسع نطاق التجارة الإلكترونية وإستحدثت وسائلها، حيث تطورت النقود وظهرت بشكل جديد مناسب تماما لمعاملات التجارة الإلكترونية وأخذت الأساليب التقليدية للدفع تتراجع أمام نمو وإنتشار النظام الإلكتروني للدفع .

وتصنف وسائل الدفع الإلكتروني بالإعتماد على توقيت الدفع ضمن ثلاثة أنظمة للدفع إلكترونيا :

أولا: نظام الدفع الإلكتروني المسبق :

إن هذا النظام يسمح بالحصول على النقود مسبقا وسداد ثمنها لكي يتمكن بعد ذلك العميل من اقتناء حاجياته، بحيث يقوم العميل بدفع النقود الحقيقية مقدما ليحصل على وحدات النقد الإلكتروني من البنك بالكمية التي يريدتها ويقوم بتخزينها سواء على الشريحة الإلكترونية للبطاقة الذكية أو القرص الصلب للكمبيوتر .ويشمل هذا النظام النقود الإلكترونية والبطاقات الذكية :

1-النقود الإلكترونية :

لقد شهدت السنوات الأخيرة إنتشار جد كبير لإستخدام البطاقات الائتمانية في تسوية المدفوعات الإلكترونية، إلا أن الكثير منهم شعروا بعدم الراحة لإستخدامها نظرا للمشاكل العديدة التي تنجم عنها مما أدى إلى ظهور عملة نقدية غير مادية تتماشى تماما مع المشتريات عبر الإنترنت يطلق عليها إسم :النقود الرقمية digital money، النقود الإلكترونية e-cash، النقود الإلكترونية Electronic money.

-تعريفها :

يمكننا تعريف النقود الإلكترونية أنها "مجموعة من البروتوكولات والتوافق الرقمية التي تتيح للرسالة الإلكترونية أن تحل فعليا محل تبادل العملات التقليدية، فالنقود الرقمية هي المكافئ الإلكتروني للنقود التقليدية التي إعتدنا تناولها"¹ وتولى مهمة إصدار النقود الإلكترونية البنوك التقليدية أو البنوك الافتراضية، ولكن ليست في صورة قطع نقدية ملموسة، وإنما في شكل مكونة من سلسلة متتالية من أرقام سرية من 0 إلى 1 بحيث تكون كل قطعة مميزة ووحيدة (أي غير قابلة للتكرار)، وعلى عكس النقود التقليدية فإن النقود الرقمية نستطيع إرسالها عبر الإنترنت أي نقلها إلكترونيا من كمبيوتر المدين إلى كمبيوتر الدائن .

2-البطاقات الذكية "smart card":

تعتبر البطاقات الذكية أحدث البطاقات المنتجة على مستوى العالم، حيث تستخدم فيها تكنولوجيا متطورة ساهمت في الحد من مشاكل السرقة التي تتعرض لها البطاقات البلاستيكية الأخرى كالبطاقة الائتمانية .

أ-تعريف البطاقات الذكية :

هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية بحجم بطاقة الائتمان، يثبت عليها شريط ممغنط عليه رقم كودي يحمل شريحة (رقيقة) إلكترونية مزودة بذاكرة مصاحبة، حيث تكون قادرة على أن تخزن وتسترجع وتعالج جميع البيانات² الشخصية لحاملها .

ثانيا :نظام الدفع الإلكتروني الفوري:

يوحى نظام الدفع الإلكتروني الفوري من تسمية قيمة المشتريات لحظة إنجاز الصفقة دون أي تأجيل لتسوية المدفوعات . ويشمل هذا النظام بطاقات الدفع الفوري Débit card، التي ظهرت لتفتح المجال أمام شريحة من المستخدمين الذين لا يمكنهم الحصول على بطاقة إئتمانية (بسبب عدم أهليتهم ماليا) أن يتمكنوا من السداد باستخدام البطاقات البلاستيكية .

1-تعريف بطاقة الدفع الفوري Debit card:

إن بطاقة الخصم الفوري أو بطاقة السحب المباشر هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية يتم بموجبها خصم ثمن المشتريات من رصيد صاحب البطاقة مباشرة بعد التحقق من صحة رقم البطاقة، وبالتالي تحول القيمة المالية من حساب صاحب البطاقة إلى حساب التاجر مباشرة دون تأجيل، ودون أن يقوم البنك بالسداد نيابة عن العميل، حيث تتميز هذه البطاقة بعدم تضمينها إئتمانا بل أنها تعتمد على وجود أرصدة فعلية لدى البنك وكل ما يحدث عند الشراء هو خصم قيمة الصفقة من حساب العميل في البنك خلال يوم أو إثنين.

ثالثا:نظام الدفع الإلكتروني المؤجل :

في نظام الدفع الإلكتروني المؤجل يتم الشراء الفوري والدفع لأجل، بمعنى عند إقتناء السلعة أو الخدمة لا يسدد المستهلك ثمنها في الحين بل يحصل عليها والدفع يتم فيما بعد من طرف البنك وينطوي ضمن هذا النظام كل من البطاقة الائتمانية والشيك الإلكتروني :

1-إبراهيم بخي، "دور الانترنت وتطبيقاته في مجال التسويق -دراسة حالة الجزائر -"، اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2002، ص.115،

2-السيد احمد عبد الخالق، مرجع سبق ذكره، ص.182

1-البطاقة الائتمانية :

هي البطاقات البلاستيكية التي تصدرها المؤسسات المالية أو المصرفية في حدود مبالغ معينة وتستخدم هذه البطاقات كضمان، ولذا لا يمنحها البنك إلا بعد القيام بدراسة دقيقة ومعقدة لملاءة العميل وموقفه المالي، وهذا بغرض تجنب المخاطر الناجمة عن عدم قدرة العميل على سداد ديونه .

وكما يبين إسمها فإن البطاقة الائتمانية تتمثل في منح البنك لقرض أو إئتمان *credit* لحاملها بغية مساعدته على إلتقاء حاجياته، ويتولى البنك السداد نيابة عنه، ليقوم العميل فيما بعد بتسديد هذا القرض خلال مدة متفق عليها (عادة شهر) .
وتحمل البطاقات الائتمانية مجموعة من البيانات والمتمثلة في :إسم حاملها وعنوانه ورقم حسابه، تاريخ إصدار البطاقة وتاريخ نهاية صلاحيتها، إسم الهيئة المصدرة لها (عادة ما تكون فيزا *visa* أو ماستر كارد *master card*)، وكذلك إسم البنك .

2-الشيك الإلكتروني :

الشيك الإلكتروني هو رسالة إلكترونية مؤمنة وموثقة تحمل إلتزاما قانونيا بالدفع هو ذات الإلتزام في الشيكات الورقية، أي أنه وثيقة إلكترونية تحل محل الشيكات الورقية ولكن بشكل وتنسيق إلكتروني حيث يتم إرسال هذه الرسالة عبر البريد الإلكتروني المؤمن من مصدر الشيك الى حامله، هذا الأخير الذي يحصل على مستحقائه بعد تقديم الشيك للبنك الذي يعمل عبر الأنترنت.
ويحمل الشيك الإلكتروني نفس البيانات والمعلومات الموجودة في الشيك الورقي والمتمثلة في ¹:رقم الشيك، إسم مصدر الشيك، رقم حساب الدافع وإسم البنك، إسم المستفيد القيمة التي ستدفع وحدة العملة المستعملة، تاريخ الصلاحية، التوقيع الإلكتروني للدافع، التظهير الإلكتروني للشيك .

3-المحفظة الإلكترونية :

قد تكون المحفظة الإلكترونية عبارة عن بطاقة بلاستيكية ممغنطة (مزودة بشريحة حوسية) يمكن تثبيتها على الكمبيوتر الشخصي أو تكون قرصا مرنا يمكن إدخاله في فتحة القرص المرن في الكمبيوتر الشخصي ليتم نقل القيمة المالية منه وآلية عبر الإنترنت ².

فالمحفظة الإلكترونية هي برنامج يمكن تحميله بسهولة، يستخدم لتخزين المعلومات الخاصة بالشحن والفواتير وأسماء المستهلكين والعنوان الدقيق، كما تتضمن حافظة النقود الإلكترونية أسماء وأرقام البطاقات الائتمانية والنقد الرقمي المستخدم في الشراء عبر الانترنت والشهادات الرقمية المشفرة (التي تساعد على التعرف بأن مستخدم المحفظة هو فعلا المالك الأصلي لها) .

رابعا :النظام البنكي الحديث للدفع :

تماشيا مع التقدم التقني المذهل، طورت الكثير من المصارف التقليدية والإلكترونية باقة متنوعة من الخدمات المعاصرة التي يمكن تلخيصها في الهاتف المصرفي والأنترنت المصرفي، أوامر الدفع المصرفية وخدمات المقاصة الإلكترونية .

1- احمد محمد غنيم، "الإدارة الالكترونية: افاق الحاضر وتطلعات المستقبل"، المكتبة العربية، المنصورة، مصر، 2004، ص.310

2- منير محمد الجنيبي، ممدوح محمد الجنيبي، مرجع سبق ذكره، ص53.

1-الهاتف المصرفي phone bank:

هي نظام يعمل 24/24 ساعة و7/7 أيام وخلال أيام العطل، وقد أنشأ هذا النظام البنوك بغية تمكين عملائها من الحصول على توضيحات وإستفسارات خاصة عن حساباتهم عن طريق الإتصال بهذه المصارف وإستخدام رقم سري خاص بكل عميل، كما تمكنهم من سحب بعض المبالغ من هذه الحسابات وتحويلها لسداد بعض الإلتزامات كالكمبيالات والفواتير، فضلا عن إمكانية الحصول على قرض .

2-الإنترنت المصرفي (البنك على الخط) home banking:

يمكن للعميل في هذا النظام أن يصل للفرع الإلكتروني للبنك بطرق سهلة وبالتالي يحصل على الخدمات المصرفية التي يحتاجها عبر الإنترنت وهو جالس في منزله ويتحاور مع موظف البنك، دون الذهاب شخصا إلى هذا البنك .
فبدلا من توسع البنوك في إنشاء مقار عقارية جديدة لها، فإنها إتجهت نحو إنشاء موقع على شبكة الإنترنت .

3-أوامر الدفع المصرفية الإلكترونية وخدمات المقاصة الإلكترونية :

في الماضي كان العميل يصدر أوامر الدفع لشخص ما بطريقة يدوية، أما الآن فأصبحت تتم في بعض المصارف من خلال نظام "خدمات المقاصة الإلكترونية المصرفية "Banker s Automated Clearing Service"، وتسمح هذه الخدمة بتحويل النقود من حساب العميل إلى حسابات الأفراد آخرين أو منظمات أخرى في أي فرع لأي مصرف في الدولة .وتتولى خدمات المقاصة الآلية مؤسسة تقوم بتنفيذ عمليات المدفوعات والتحويلات النقدية بين البنوك المختلفة أو بين فروع البنك الواحد على أساس إلكتروني .

وفي الوقت الذي نجد الأنواع العديدة لوسائل الدفع الإلكترونية والتي تساهم في تطوير وتسهيل التجارة الإلكترونية، نجد من جانب آخر مشكلة أمن المعاملات والتي تعرقل نمو هذه التجارة ولهذا لا بد من اللجوء إلى وسائل تضمن أمن المعلومات المتدفقة عبر الإنترنت.

المبحث الثالث :الدراسات السابقة**المطلب الأول:الدراسات باللغة العربية**

الدراسة الأولى :دراسة لطفى طاهر ، صلاح الدين جمعي ، "بعنوان :العمل المصرفي الإلكتروني ودوره في تعزيز وتطوير نظم الدفع الحديثة للتجارة الإلكترونية "،رسالة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير تخصص:تمويل مصرفي، جامعة العربي تبسي، تبسة، سنة 2016،توصلت في هذه الدراسة أن العمل المصرفي الإلكتروني يطبق تقنيات ووسائل حديثة لأنظمة الدفع الإلكتروني وهو ما أثر إيجابا على دورة التجارة الإلكترونية من خلال تحسين المعاملات والصفقات بأسرع وقت وأقل تكلفة وأقل مخاطرة وعليه فقد كان لزاما على الجزائر ضرورة تطوير نظامها المصرفي وخاصة في مجال التجارة الإلكترونية وأنظمة الدفع الخاصة بها وذلك من خلال وضع إصلاحات وتشريعات للمنظومة المصرفية في البنوك الجزائرية.

الدراسة الثانية :دراسة سميرة بريح، "بعنوان :دور الصيرفة الإلكترونية في تعزيز القدرات التنافسية للبنوك التجارية "،رسالة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير تخصص :بنوك جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي سنة 2015،تهدف في

هذه الدراسة أن الصيرفة الإلكترونية سلاحا تنافسيا فعالا لتحقيق رضا العملاء وبقاء نمو البنك لذلك جودة الخدمة البنكية يتم الوصول إليها من خلال تقديم خدمة للعميل بمواصفات معينة وهو ما تحققه الصيرفة الإلكترونية من خلال الوصول لتحقيق رضا العميل .

وتحقق الصيرفة الإلكترونية للبنوك، الوقت، والراحة، مما يساعدهم على تعزيز القدرة التنافسية .

الدراسة الثالثة: دراسة صارة بالساكر، "بعنوان: التجارة الإلكترونية وأفاق تطورها في البلدان العربية"، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير تخصص: تجارة دوليه جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، سنة 2015، تهدف هذه الدراسة للمستوي المطلوب في تطبيق التجارة حيث لا يزال اعتماد هذه التجارة في مراحلها الاولى رغم الإجراءات العديدة في جميع الميادين من أجل تدعيم إستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بغية الوصول لركب قطار النمو واللحاق بالدول السارية إلى التقدم التكنولوجي وتبني التجارة الإلكترونية وهذا يتطلب مجموعة من المقومات وإحداث تغييرات جذرية في مختلف المجالات لإزالة العقبات المعرقة لإنطلاق هذه التجارة في البلدان العربية .

الدراسة الرابعة: دراسة سمية ديمش، "بعنوان "التجارة الإلكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر"، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير تخصص: تحليل وإستشراف إقتصادي، جامعة منتوري، قسنطينة، سنة 2011، توصلت في هذه الدراسة الى أن التجارة الإلكترونية عدة تصورات مختلفة لتعاضد دور التكنولوجيا والسعي إلى الإستفادة القصوى من فوائدها وممارسة نمط حديث من المبادلات يعرف بالتجارة الإلكترونية، والتي برزت كأسلوب حديث لعرض السلع والخدمات وعقد الصفقات إلكترونيا. وقد إستطاعت هذه التجارة أن تنشر بصورة كبيرة في وقت قصير، وتزايدت أهميتها وحظيت بقبول عام، كما أخذت مكانتها الدولية في العلاقات التجارية الدولية بأسرع مما كان متوقعا .

الدراسة الخامسة: دراسة فريدة بن منصور "بعنوان: "الصيرفة الإلكترونية كمدخل لبناء الاقتصاد الرقمي في الجزائر"، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير تخصص: بنوك ومالية، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة، سنة 2011، وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على هذا النوع من الإقتصاد وواقعه في الدول العربية وأهم التحديات التي تواجهه، بالإضافة للصيرفة الإلكترونية بإعتبارها أهم مفرزاته، والتي أتاحت للمصارف خدمات متطورة إستطاعت من خلالها تخفيض التكاليف والسرعة في الأداء والفعالية .

الدراسة السادسة: دراسة خوله فرحات، "بعنوان: "أثر التجارة الإلكترونية على تحسين نوعية الخدمة المصرفية"، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص: إدارة أعمال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، سنة 2008، تهدف هذه الدراسة ان الإندماج ضمن الإقتصاد الجديد يدفع بالبنوك إلى تقديم خدمات ومنتجات جديدة من ترسيخ فكرة جديدة، عميل وفي وتدعيما للمركز التنافسي على المستوى المحلي والدولي، ومن النتائج المتوصل إليها أن تطور التجارة الإلكترونية يتحتم وجود بنية تحتية ضرورية ونقصها بالمنظومة المصرفية، والتي مازالت بعيدة عن المستوى العالمي الذي بدأ يتحدث عن الجيل الثاني للتجارة الإلكترونية .

الدراسة السابعة: ابراهيم بختي، "بعنوان: دور الأنترنت وتطبيقاته في مجال التسويق"، رسالة دكتوراء، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، سنة 2002، حيث توصلت هذه الدراسة إلى أن التجارة الإلكترونية توفر على مستوى الوظيفة التسويقية إمكانية مقارنة الأسعار، عرض السلع على مستوى عالمي واسع باستخدام سياسات إشهارية وترويجية جديدة على الإنترنت تضمن التفاعل وتساهم في بناء نظام معلومات قوي يساعد في وضع السياسة التسويقية وإستراتيجية المؤسسة .

المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية

✓ -Anguelov, C., Hilgert, M. and Hogarth" U.S. consumers and electronic banking: 1995-2003" Federal Reserve Bulletin, 90 (1).13-16.J2004.

حيث أجريت الدراسة على عملاء البنوك الأمريكية لإثبات التوسع وقبول الصيرفة الإلكترونية باستخدام الوسائل المختلفة مثل الصراف الآلي وبنوك الإنترنت بالاعتماد على الميزات الشخصية للعميل العمر الدخل المتغيرات الديموغرافية وعوامل أخرى مثل سهولة الاستخدام. توصلت الدراسة إلى أن العملاء من ذوي الدخل المرتفع و فئة الشباب والأفراد ذوي التحصيل العلمي الأكثر استخداماً للصيرفة الإلكترونية فضلاً عن عاملي السرية والأمان كانا من أكثر معوقات الصيرفة الإلكترونية. لقد أوصت الدراسة بضرورة قيام الفيدرالي الأمريكي بإصدار سندات إيداع ليتم الاكتتاب بها إلكترونياً.

✓ Akinci, S., Aksoy, S. and Atigan "Adoption of internet banking among sophisticated consumer segment in advanced developing country", The International Journal of Bank Marketing, Vol. 22, No. 3, pp. 212–232.E2004.

تم في هذه الدراسة الاعتماد على دراسة ميدانية لعينة من أعضاء هيئة التدريس في مؤسسات التعليم العالي في تركيا ومن النتائج التي توصل لها الباحثون أن مستخدمي الإنترنت يفضلون الصيرفة عبر الإنترنت على استخدام ال ATM وغير المستخدمين يفضلون ال ATM ويلبها الفروع التقليدية أما بالنسبة للخدمة المصرفية عبر الهاتف فكانت الأقل أفضلية. توصلت الدراسة إلى عدد من التوصيات منها: ضرورة التركيز على طبقة المتعلمين من قبل المؤسسات المالية على إعتبار أنه هذه الشريحة تستخدم الحاسوب والإنترنت كما على المصارف القيام بتطوير برامج تسويقية لتعريف العملاء بخدماتهم وجذبهم لها.

✓ Wang,W.Yi-Shun,W.Yu-Min,L.and Tang,Tzung-I"Determinants of users acceptance of internet banking :an empirical Study "International journal of service Industry Management .vol.14,No.5.I2003.

قام الباحثون في هذه الدراسة في تايوان من خلال إعتقاد نموذج قبول التكنولوجيا مع الأخذ بعين الإعتبار القدرة الذاتية للمستخدم في التعامل مع الإنترنت في تنفيذ الخدمات المصرفية .إستنتجت الدراسة أن القدرة الذاتية كانت من أهم العوامل المؤثرة على قبول التعامل بالصيرفة الإلكترونية فضلاً عن سهولة الإستخدام والمنفعة والمصداقية .لذلك يجب على السلطات وإدارات المصارف تشجيع الزبائن من خلال التوعية وعمل الدورات الثقافية لزيادة الوعي والأهلية للتعامل مع الإنترنت لتنفيذ العمليات إلكترونياً .

✓ Kolodinsky,j.and Hogarth, "the adoption of electronic banking technology by American" Consumer Interest Annual ,47,2001

أجريت الدراسة على عملاء البنوك الأمريكية لتبني خدمات إلكترونية مثل: البنك الناطق، بنك الإنترنت، الدفع الإلكتروني والتحويل الإلكترونية. وتوصلت الدراسة الى أن الذكور يفضلون وسائل الدفع الإلكتروني والبنوك الإلكترونية أما الإناث فيفضلون البنك الناطق، كما أن للمتغيرات: الجنس والدخل والحالة الإجتماعية والجنس والتعليم دورا مهما في تبني تكنولوجيا الصيرفة الإلكترونية، كما أن أهم معوقات الصيرفة الإلكترونية صعوبة الاجراءات وعدم معرفة المزايا نتيجة إستخدام الصيرفة الإلكترونية .

المطلب الثالث: مقارنة بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية

بعد عرض الدراسات وجدنا أن هناك اوجه التشابه وأوجه الاختلاف في بعض الجوانب بين هذه الدراسات ودراستنا أهمها :
من ناحية الهدف: هناك تشارك معها في الهدف فالنسبة لدراسة الأولى والثانية والسابعة هو تحقيق الصيرفة الإلكترونية من خلال تحقيق رضا الزبون، أما الدراسات الباقية الثالثة والرابعة والخامسة والسادسة والثامنة والتاسعة اشتركت في إتساع إستخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصالات وظهور شبكة الإنترنت، وتهدف كل هذه الدراسات مع الدراسة الحالية هو البحث عن التجارة الإلكترونية في البنوك ودور الصيرفة الإلكترونية فيها .

أما بالنسبة للحالة المدروسة: هناك من قام على دراسة واحدة في بنك ليعالج التجارة الإلكترونية، وهناك من قام بدراسة مقارنة بين البنوك لمعرفة الدور الذي تلعبه الصيرفة الإلكترونية في التجارة الإلكترونية .

بالنسبة لطريقة المعالجة: يمكن القول أن كل الدراسات قامت بالإطلاع على جميع أنظمة المعلومات ووسائل الدفع الإلكترونية فيها.

مع أن هناك إختلاف بين الدراسات فمنه نستنتج: يجب أن ندرس في البنوك دور الصيرفة الإلكترونية المتعلق بالدراسة (في توسيع التجارة الإلكترونية). من طرف البنك محل الدراسة، وسنقوم بزيارة ميدانية على مستوى الوكالة لبنك القرض الشعبي الجزائري، بحيث تكمن أهمية وميزة هذه الدراسة في أنها دراسة حالة البنك، حيث من خلال الدراسة نجد أن توسيع التجارة الإلكترونية من خلال الخدمات المقدمة للعملاء، أما في الدراسات السابقة يوجد إختلاف من ناحية الدراسة للموضوع ونتائج المتوصل إليها .

خلاصة الفصل الأول :

من خلال دراستنا لهذا الفصل تم الوصول بأن الساحة البنكية شهدت توسعا كبيرا في التكنولوجيا البنكية والتي من أبرز مظاهرها إنتشار البنوك الإلكترونية التي تعد اتجاهها حديثا ومختلفا عن البنوك التقليدية لما تحققه .

فالعمل المصرفي الإلكتروني يتجاوز بدوره الوظائف التقليدية ويهدف إلى تطوير وسائل تقديم الخدمات البنكية ورفع كفاءة أداءها بما يتماشى والتكنولوجيات الحديثة وعلى هذا الأساس تمهد البنوك إلى تخفيض تكاليف العمليات البنكية التي تتم عبر قنوات إلكترونية لتدعيم العلاقات وزيادة إرتباط العملاء بها وهو ما يعزز البنية التحتية في سياق التعاملات الدولية مع هذا، هناك عيوب عديدة للعمليات البنكية الإلكترونية مثل المخاطر الناجمة عن أمن المعلومات والتي يجب وضع قوانين إحترازية ووسائل للحد منها .

**الفصل الثاني: الدراسة الميدانية لبنك
القرض الشعبي الجزائري-وكالة تقرت -**

تمهيد:

في إطار المتابعة الميدانية لموضوع الدراسة، والتي تمت بوكالة تقرت بنك القرض الشعبي الجزائري، التي تم تخصيصها لدراسة التجارة الإلكترونية ودور الصيرفة الإلكترونية في توسيع إستخداماتها لمواكبة متطلبات العصر وتلبية لرغبات الزبائن، وعليه تم عرض أهم الخدمات التي يقدمه بنك القرض الشعبي الجزائري والأهداف التي يسعى لتحقيقها لزيادة توسيع التجارة الإلكترونية بناء على متطلبات الصيرفة الإلكترونية وذلك من خلال تقديم بعض الملاحق التي تزود الدراسة المعني الحقيقي والصحيح لها .
ومنه قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين :

المبحث الأول: تقديم عام لبنك القرض الشعبي الجزائري .

المبحث الثاني: واقع الصيرفة الإلكترونية في بنك القرض الشعبي الجزائري.

المبحث الأول: تقديم عام لبنك القرض الشعبي الجزائري

سنحاول من خلال هذا المبحث التعرف على بنك القرض الشعبي الجزائري من خلال إعطاء نبذة عن البنك.

المطلب الأول: نشأة بنك القرض الشعبي الجزائري

يتضمن هذا المطلب فرعين يشمل الفرع الأول على نشأة بنك القرض الشعبي الجزائري إضافة على الفرع الثاني يكمن في مهام بنك القرض الشعبي الجزائري .

الفرع الأول: نشأة ومهام بنك القرض الشعبي الجزائري

• نشأة البنك

أنشأت المديرية العامة بالجزائر في ديسمبر سنة 1967 من أصل مؤسستين أحدهما مصرية والأخرى فرنسية وقد أسست المديرية العامة للقرض الشعبي الجزائري برأس مال 21.600.000.000 دج وإلى ان أصبح يقدر ب:48.000.000.000دج.

• تعريف بوكالة تقرت

أنشأت وكالة القرض الشعبي الجزائري بتقرت في سنة 1988 تحت الرقم الإستدلالي 167 ومقرها الأول كان في ساحة الحرية بتقرت وبعدها ساحة هواري بومدين مند مارس 2000 وحاليا تم نقلها إلى حي سيدي عبد السلام ديسمبر 2013 وذلك الإستراتيجية الهامة، وتشرف وكالة تقرت على عمل 14 مستخدما. الوكالة هي عبارة عن مؤسسة اقتصادية مالية وهي تابعة لمديرية الإستغلال مجموعة غرداية وهذه الأخيرة هي مجموعة تابعة للمديرية العامة بالجزائر التي مقرها الإجتماعي 2 شارع عميروش الجزائر العاصمة.¹

الفرع الثاني: مهام بنك القرض الشعبي الجزائري

يتم المناخ الجديد الذي شاهده الساحة المصرفية المحلية والعالمية على بنك القرض الشعبي الجزائري أن يلعب دورا أكثر ديناميكية وأكثر فعالية في تمويل الإقتصاد الوطني من جهة وتدعيم مركزه التنافسي في ظل المتغيرات الراهنة من جهة أخرى، بذلك أصبح لزاما على القائمين على البنك وضع إستراتيجية أكثر فعالية لمواجهة التحديات التي تفرضها البيئة المصرفية أمام كل هذه الأوضاع وجب على المؤولين إعادة النظر في أساليب التنظيم تقنيات تسيير التي يتبعها البنك والعمل على ترقية منتجاته المصرفية من أجل أرضاء الزبائن والإستجابة لإنشغالهم، ووفقا للقوانين والقواعد المعمول بها في مجال المصرفي، البنك مكلف بالعمل على المهام التالية :

1- معالجة جميع العمليات الخاصة بالقرض والصرف والصندوق ؛

¹<http://du-Nniv-Ouar->

- 2-فتح حسابات لكل شخص طالب لها واستقبال الودائع ؛
- 3-تحميد ضمانات متصلة بحجم القروض المشاركة في جميع الإدخارات ؛
- 4-تأمين الترتيبات الخاصة بمنع القروض وجلب الودائع ؛
- 5-تطوير الموارد والتعاملات المصرفية وكذلك العمل على خلق خدمات مصرفية جديدة مع تطوير المنتجات والخدمات القائمة ؛
- 6-تنمية موارد وإستخدامات البنك عن طريق ترقية عمليتي الإدخار والإستثمار ؛
- 7-تطوير شبكته ومعاملاته النقدية وتطوير قدرات تحليل المخاطر وتقسيم السوق المصرفية والتقرب أكثر من ذوي المهن الحرة (تجار ومؤسسات صغيرة ومتوسطة).¹

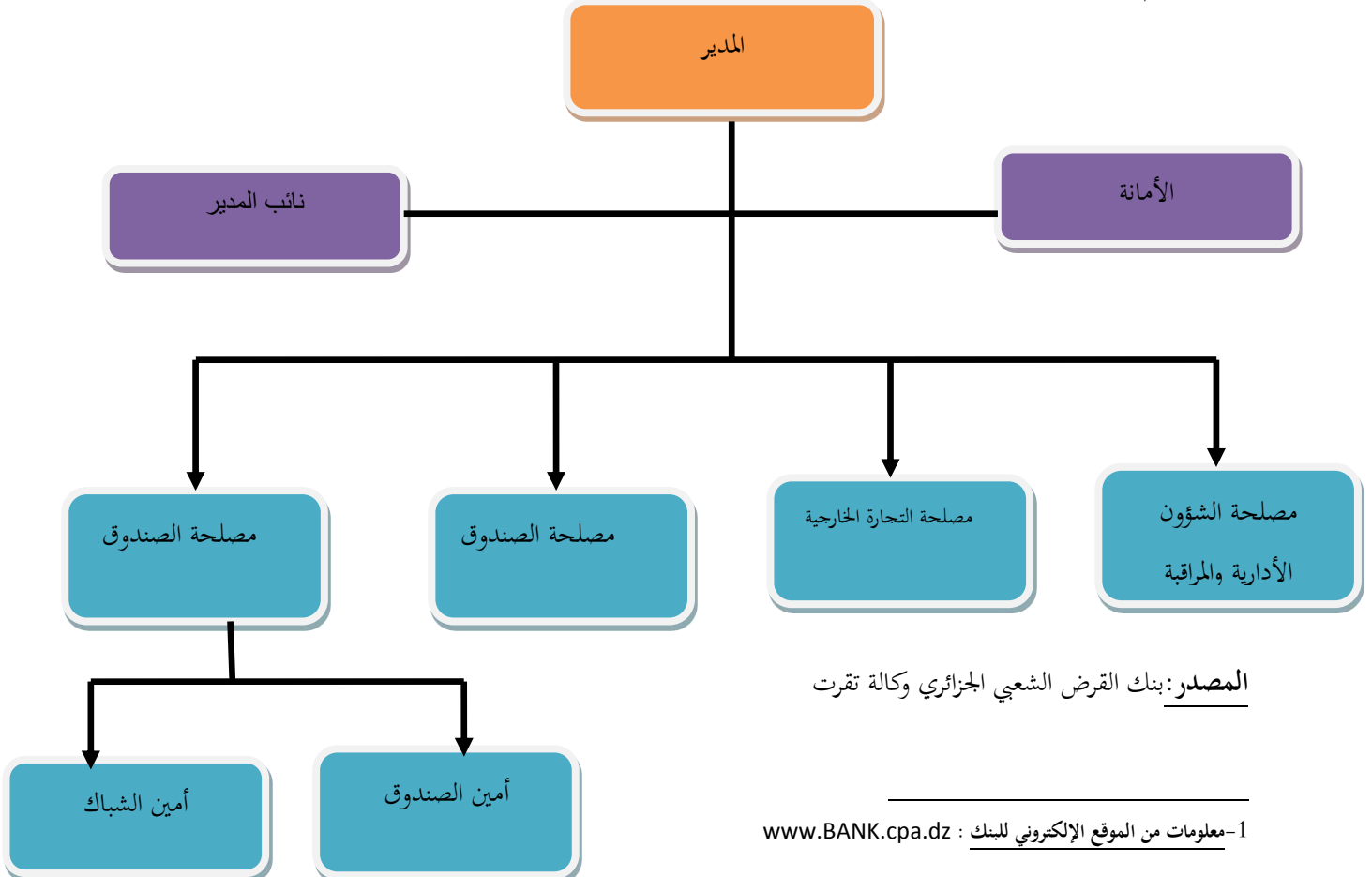
المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لبنك القرض الشعبي الجزائري وأهدافه

ويتضمن هذا المطلب فرعين الفرع الأول هو الهيكل التنظيمي لبنك القرض الشعبي الجزائري والفرع الثاني أهداف بنك القرض الشعبي الجزائري .

الفرع الأول: الهيكل التنظيمي لبنك القرض الشعبي الجزائري:

بما أن دراسة التطبيقية كانت في وكالة تقرت، فإن سوف نتعرض بالتفصيل الهيكل التنظيمي لهذه الوكالة.

الشكل رقم (01-02): يمثل الهيكل التنظيمي لبنك القرض الشعبي الجزائري وكالة -تقرت-



المصدر: بنك القرض الشعبي الجزائري وكالة تقرت

1-معلومات من الموقع الإلكتروني للبنك : www.BANK.cpa.dz

حسب الهيكل التنظيمي نبرز مايلي :

1-مصلحة الإدارة :

❖ المدير :

يمثل الوكالة وهو المسؤول الأول عن التسيير يعين من طرف المدير العام بإقتراح من المديرية الجهوية أو مجموعة الأستغلال بواسطة الشهادة العليا في فروع الإقتصاد أو المالية ومن ذوي الخبرة في المؤسسة، ومن مهامه :

التمثيل على مستوى المحلي كذلك تنظيم ومتابعة ومراقبة وإنعاش عمل الوكالة بصفة يومية والسهر على ترقية نوعية المهام المقدمة من طرف الوكالة، ومراقبة فتح الحسابات للزبائن وأستقبالهم، وضمان إلامن وأحترام أجل العمليات اليومية، وتوجيه ومتابعة مهام مصالح الوكالة وأتخاذ الإجراءات والقرارات .

❖ نائب المدير :

يقوم بنفس مهام المدير في حالة غيابه، عن طريق التوكيل من طرف المديرية الجهوية، ويقوم بالتنسيق بين جميع المصالح ومدير الوكالة، كما يقوم بالتأشير على فتح الحسابات ومراقبتها، وتسوية الحسابات في الشكل القانوني، ومتابعة حسابات القروض ومراقبتها، والتكفل بكل مصلحة في حالة غياب العون القائم عليها .

❖ الأمانة (السكرتارية) :

وهي المصدر الأساسي الذي يؤدي إلى نجاح جميع المصالح الموجودة بالوكالة لأن جميع أعمال الوكالة تعتمد أولا وأخيرا عليها إذن فهي مركز العمل، يتمثل دورها في السهر على البريد الوارد والصادر وتحرير المراسلات وأستقبال المكالمات الهاتفية والرّد عليها وتوزيعها إلى مصالح الوكالة المطلوبة وتسجيل وضبط اللقاءات والمواعيد المهنية للإدارة الوكالة .

2-مصلحة الصندوق (المحفظة) :تتكون من عدة موظفين :

❖ رئيس مصلحة الصندوق :

ودوره الأشراف على المصلحة ومراقبة سير عملها، كما يقوم بعمليات المقاصة .

❖ أمين الصندوق :

يمنح النقود للمتعاملين، وهو مكلف بكل العمليات الخاصة بتسليم وإستلام النقود لعملاء البنك.

❖ أمين الشباك :

وهذا الأخير يقوم بعمليات أذخال لكل الصندوق والأوراق المالية و السندات لأمر في جهاز الحاسب الآلي ليربحتها داخل الوحدة المركزية بنظام المعلوماتية المعمول به في البنك . وذلك من أجل زيادة أو نقصان الرصيد في الحسابات الجارية .

3-مصلحة المراقبة والشؤون الإدارية :يشرف عليها رئيس مصلحة المراقبة والشؤون الإدارية ويقوم بعمليات المراقبة لجميع

العمليات الإدارية البنكية ويسهر على صحة المعلومات المبرمجة، وهذا بوجود دليل كتابي مثلا صك أو وصل أو سند لأمر .

4-مصلحة العمليات الخارجية (التجارة الخارجية) :ويشرف عليها رئيس مصلحة العمليات الخارجية، وهي تعمل تحت رقابة

المدير .

5-مصلحة القروض :ويشرف عليها رئيس مصلحة القروض، ومكلف بالدراسات، ويعمل تحت رقابة المدير .¹

الفرع الثاني :أهداف القرض الشعبي الجزائري

عند مقابلة التي أجريتها في الوكالة تم إبلاغي ببعض الأهداف التي تسعى الوكالة لتحقيقها في المستقبل ونذكر منها مايلي :

- 1-يسعى لعدم وجود أوراق لتعامل، بتعامله مع الوكالات عبر البريد الإلكتروني ؛
- 2-وصول لإستخدام عمليات بين الوكالات في وقت واحد؛
- 3-تحسين إجراءات السحب وتحويل في أن واحد؛
- 4-تحسين الخدمات الإلكترونية وتطويرها؛
- 5-يهدف أيضا لجذب الزبائن وعمل براحة للعملاء والمتعاملين ؛
- 6-بما أن التجارة الالكترونية توفر السهولة والسرعة في الآن الواحد فيعمل على البنية التحتية للبنك ؛
- 7-يعمل على توفير أنظمة للأمن مواقع إلكترونية من القرصنة .

المبحث الثاني :واقع الصيرفة الإلكترونية في بنك القرض الشعبي الجزائري

بغية تحقيق البنك لأهدافه يجب عليه تقديم أحسن الخدمات ونظرا للتطور التكنولوجي في المجال المصرفي فإن على البنك مواكبة التطورات التكنولوجية خاصة مع ظهور الصيرفة الإلكترونية، وعليه فهو يقدم الخدمات المصرفية الإلكترونية .

المطلب الأول :وسائل الدفع الالكترونية في بنك القرض الشعبي الجزائري

إستخدم بنك القرض الشعبي الجزائري مجموعة من الوسائل الإلكترونية التي تساعده على عمليات السحب والإيداع والتحويل التي سيتم ذكرها كما يلي:

الفرع الأول :بطاقة السحب بين البنوك (CIB):

دخلت لتعامل سنة 2000 بحيث تلقت القبول العام في وقتها، فعمل البنك على وضع إستراتيجية تجعل لهته الخدمة تدخل حيز التعامل، بإجبار الزبائن عند طلبهم لفتح حساب بنكي لدى القرض الشعبي الجزائري أن يقتنوا هذه الخدمة بدلا من فتح حساب تقليدي وخاصة فئة المتقاعدين، تصلح هذه البطاقة لذي مختلف البنوك الأخرى من خلال رمزها المتمثل في تعددية البنوك والرمز الخاص لبنك القرض الشعبي الجزائري (البنك المودعة)،تحتوي هذه البطاقة على وحدة معالجة تسمى أجماعا بطاقة ذكية التي تمنح العمليات البنكية أكثر امان .²

¹- نفس المرجع السابق .

²-سارة رحومني المكلف بالدراسات ، بطاقات السحب-تقرت:2018/02/27،(مقابلة شخصية)

الشكل رقم (02-02): يمثل بطاقة CIB الخاصة لبنك القرض الشعبي الجزائري .



المصدر: بنك القرض الشعبي الجزائري وكالة تقرت

الجدول رقم (01-02): استعمال بطاقة CIB في بنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة تقرت .

السنوات	2015	2016	2017
عدد المتعاملين ببطاقة السحب بين البنوك	16	32	81

المصدر: من أعداد الطالبة حسب المعطيات المقدمة

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن هناك تزايد في إستعمالات البطاقة بالنسبة للبطاقة CIB لنسبة لسنة 2015 كانت عددها 16 بطاقة وفي سنة 2016 إزداد أستعمالها ليصل إلى 32 بطاقة مستعملة من مختلف المتعاملين ونظرا للمميزات هذه البطاقة كثر الطلب عليها حيث وصل عدد البطاقات الممنوحة سنة 2017 إلى 81 بطاقة وهذا دليل على قبولها من طرف المتعاملين .

1- أصناف البطاقات: البطاقتان لهما نفس الشكل لكن بلون مختلف :بطاقة GOLD هي بلون ذهبي في حين أن البطاقة الكلاسيكية ذات لون أزرق.

أ-البطاقة الكلاسيكية :

-تعرض خدمات الدفع والسحب ما بين البنوك ؛

-تعرض هذه البطاقة على الزبائن حسب المعايير الموضوعية من طرف البنك .

الشكل رقم (02-03): يمثل بطاقة CIB CARD CLASSIC الخاصة ببنك القرض الشعبي الجزائري



المصدر: بنك القرض الشعبي الجزائري وكالة تقرت

ب- بطاقة GOLD:

تعرض أيضا على الزبائن حسب المعايير الموضوعية من طرف البنك بغض النظر عن كونها بطاقة دفع وسحب؛

هذه البطاقة تقدم وظائف إضافية وأسقف سحب ودفع أكثر أهمية.

الشكل رقم (02-04): يمثل بطاقة CIB CARD GOLD الخاصة ببنك القرض الشعبي الجزائري



المصدر: بنك القرض الشعبي الجزائري وكالة تقرت

2- مميزات بطاقة ما بين البنوك CIB :

- تسوية عمليات الشراء والخدمات من خلال آلات الدفع الإلكترونية (TPE)،الموضوعة لدى التجار المتعاقدين ؛
- القيام بعمليات سحب لدى الموزع الآلي للأوراق النقدية (DAB)المتصل بالشبكة النقدية بين البنوك CIB على مستوى التراب الوطني ؛

- تسمح بإجراء عمليات السحب والدفع 7 أيام على 7 أيام وعلى مدى 24 ساعة ؛
- توفير ضمان وأمان أكثر (بطاقة ذكية)؛
- ربح الوقت، سهولة الإستعمال.

الشكل رقم (02-05): يمثل آلة الدفع الإلكترونية TP



المصدر : بنك القرض الشعبي الجزائري وكالة تقرت

3- كيفية إستعمال البطاقة :

- القيام بتقديم البطاقة على مستوى الشباك ؛
- التاجر يدخل مبلغ المقتنيات ؛
- إدخال البطاقة على مستوى محطة الدفع الآلي ؛
- إدخال الرقم السري على مستوى محطة الدفع الآلي ؛
- وفي الأخير يسلم التاجر البطاقة والتذكرة .

4-صلاحية البطاقة :

- تبلغ مدة صلاحية البطاقة خمس (05)سنوات تجديدها يكون بطريقة آلية، إلا في حالة الإلغاء من طرف البنك ؛
- السقف الأسبوعي تم تبديله بسقف شهري حدد بثلاثين ألف (30.000)دج للبطاقات الكلاسيكية وثمانون ألف (80.000) للبطاقات GOLD؛
- عملية الإطلاع على الرصيد يكون مجانا ؛
- يتم إستبدال البطاقة في حالة السرقة ,الضياع والإتلاف مع تجديد الرقم السري حسب طلب الزبون الموجه إلى وكالته.
- وسنوضح في(الملحق رقم 01)شروط وطلب بطاقة السحب بين البنوك (CIB).

الفرع الثاني: فيزا كارد VISA CARD :

هي وسيلة سحب ودفعة الكتروني تسمح بإجراء العمليات بالعملة الصعبة على الموزعات الآلية للأموال ونقاط البيع الإلكترونية وعلى شبكة الإنترنت في جميع دول العالم وهي تصدر إلى أي زبون مهتم لديه حساب جاري في بنك القرض الشعبي الجزائري ومجوزته العملة الصعبة .

حيث بدأ التعامل بها في بنك القرض الشعبي الجزائري وكالة تقرت في سنة 2013،وتلقت قبول عام في أول ظهور لها بالوكالة وهذا يرجع لثقافة الأفراد، وقدرت نسبة التعامل بها4% .

الجدول رقم (02-02):إستعمالات بطاقة فيزا كارد في بنك القرض الشعبي الجزائري .

السنوات	2015	2016	2017
عدد المتعاملين بالفيزا كارد	11	19	20

المصدر: من إعداد الطالبة حسب المعطيات المقدمة لها

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن هناك تزايد في إستعمالات بطاقة فيزا كارد فالنسبة لسنة 2015 كانت عددها 11 بطاقة وفي سنة 2016 أزداد استعمالها ليصل إلى 19 بطاقة مستعملة من مختلف المتعاملين ونظرا لمميزات هذه البطاقة كثر الطلب عليها ليصل إلى 20 بطاقة سنة 2017 وهذا دليل على قبولها .

1-أنواع بطاقة فيزا كارد :

هناك نوعان من بطاقات فيزا الخاصة ببنك القرض الشعبي الجزائري:

🚩 -بطاقة فيزا الدولية لبنك القرض الشعبي الجزائري "الدفعة المسبق"

وهي بطاقة إلى اي زبون، لديه حساب جاري بالعملة الصعبة في شبائيك بنك القرض الشعبي الجزائري، وهي مدعومة بحساب بالعملة الصعبة في خزانة الوكالة خلال يوم طلب المقدم من طرف المعني بالأمر.

الشكل رقم (02-06): يمثل بطاقة الدفعة المسبق الخاصة ببنك القرض الشعبي الجزائري.



المصدر: بنك القرض الشعبي الجزائري وكالة تقرت

أ-مميزات بطاقة فيزا .

-بطاقة الدفعة المسبق تعمل على أساس التحميل التي يقوم به حاملها ؛

-المبلغ المحدد لتحميل البطاقة الواحدة هو 1500 يورو يوميا؛

-تسمح بطاقة الدفعة المسبق لحاملها القيام بعمليات الدفع والسحب على الموزعات الآلية للأموال ونقاط البيع الإلكترونية

24/24 ساعة و7/7 أيام على جميع شبكة فيزا الدولية ؛

-كما تستعمل بطاقة فيزا للدفع المسبق على شبكة الإنترنت؛

-البطاقة صالحة لمدة (02) سنتين ؛ .

-تخصم مبالغ المعاملات باليورو على الحساب الموقوف باليورو الموافق للرصيد المتوفر في البطاقة ؛

-البطاقة ليست مرفقة بتأمين مجاني على حياة الزبون ؛

- يتم تحميل وتحديد البطاقة بناء على طلب الزبون. (انظرا الملحق رقم 02).

🇩🇪 -بطاقة فيزا الدولية الكلاسيكية لبنك القرض الشعبي الجزائري .

هي ذات اللون الازرق رأسمها 1500 يورو عند سحب النقود من يكون الخصم على حسب المبلغ المسحوب ولا يفوق نسبه 2% منه.

الشكل رقم (02-07):يمثل بطاقة فيزا الدولية الكلاسيكية لبنك القرض الشعبي الجزائري.



المصدر :بنك القرض الشعبي الجزائري وكالة تقرت

ب-مميزاتها :

- وجود رصيد بالعملة الصعبة يقدر ب1500 يورو ؛
- الخصم في هذه البطاقة يكون بالعملة الصعبة ؛
- التأمين يدفع عليه .(أنظر الملحق رقم 03).

📌 بطاقة فيزا الدولية الذهبية لبنك القرض الشعبي الجزائري .

يتم إصدار بطاقة فيزا الدولية الذهبية إلى أي زبون صاحب حساب بالعملة الصعبة مفتوح في دفاتر بنك القرض الشعبي الجزائري .

الشكل رقم : (02-08): يمثل بطاقة فيزا الدولية الذهبية لبنك القرض الشعبي الجزائري .



المصدر: بنك القرض الشعبي الجزائري وكالة تقرت

أ-مميزاتها:

- تعمل على أساس توفر حساب الزبون ؛
- إيداع مبلغ 5000 يورو عن طريق البطاقة لضمان تسوية المعاملات الصادرة من قبل الزبون على حسابه بالعملة الصعبة ؛
- إدارة هذه الودائع (ودائع وإرجاع) تعود على مدير الوكالة باعتباره المسؤول الشخصي والحصري على ذلك ؛
- يجب أن لا يتجاوز الحد الأقصى للعمليات 700 يورو في اليوم ؛
- يجب أن يكون لدى الزبون حساب بالعملة الصعبة ؛
- البطاقة صالحة لمدة (02) سنتين ؛
- تخصم مبالغ المعاملات من حساب الزبون بالعملة الصعبة ؛
- البطاقة غير مرفقة بتأمين مجاني على حياة والسفر للزبون ؛
- يكون تجديد البطاقة تلقائيا كلما إنتهت صلاحيتها .

📌 شروط طلب البطاقة على مستوى الوكالة :

-يجب أن يكون هناك حساب جاري بالعملة الصعبة ويجب أن يكون سليم من حوادث الإستعمال حظر أو حجز دفتر الشيكات ؛

-توفر الأهلية القانونية ؛

-يجب أن يكون حساب جاري غير متابع من قبل مصلحة تحصيل الديون .

أ-شروط طلب بطاقة الدفع المسبق بصفة خاصة :

-يجب على الزبائن الذين ليس لديهم حساب في الوكالة عند التوقيع على إستمارة طلب البطاقة، دفع ما يلي :

-بالعملة الصعبة، المبلغ المساوي عند تحميل البطاقة ؛

-بالعملة الصعبة، المبلغ الذي يمثل تكلفة تخصيص البطاقة .

ب-شروط طلب البطاقة الذهبية :

يجب على الزبائن الراغبين في شراء البطاقة الذهبية، عند توقيع على إستمارة طلب البطاقة ما يلي :

-وجود رصيد بالعملة الصعبة 50 بالمائة من ثمن البطاقة، ويتم إكمالها عند إصدار البطاقة ؛

-إيداع بالعملة الصعبة، أثناء مدة صلاحية البطاقة، والتي سوف تستخدم فقط عند غياب الرصيد (غير المدفوعة) فإن رصيد

الودائع يرد إلى الزبون عند نهاية صلاحية البطاقة في حالة التجديد، يتم إتباع نفس الإجراءات¹.

الفرع الثالث: الصيرفة الهاتفية :

حيث تم تطوير الخدمة لجلب المشتركين حيث تسمح لهم: يتلقى رسائل نصية قصيرة على هواتفهم عند الإستعلام عن أرصدة حساباتهم .

-التنبيه عند تجاوز السحب على المكشوف المصرح به .

-التنبيه عند تغيرات أسعار الأسهم .

-الإتصالات ومختلف المعلومات الأخرى (توفير دفتر الشيكات في الوكالة...).

وهذه المعلومات يمكن للزبون أيضا أن يتلقاها على البريد الإلكتروني الخاص به .(أنظر الملحق رقم 04).

المطلب الثاني: أنظمة تحويل المبالغ إلكترونيا

الفرع الأول: نظام تحويل مبالغ مالية كبيرة ARTS:

1-التعريف بنظام ARTS:

نظام ARTS "الجزائرية للتسوية في الوقت الحقيقي" كما هو الحال بالنسبة لنظام الدفع الذي هو جزء من التحديث، بدأ

العمل بنظام ARTS في 08 فيفري 2006 بحيث ينطبق نظام ARTS على عمليات التحويل بالدينار فقط لتسهيل

عمليات المقاصة الإلكترونية ويستعمل نظام ARTS من قبل شبكة بنك القرض الشعبي الجزائري عامة .

2-فوائد نظام تحويل مبالغ كبيرة :

-تنفيذ التحويلات في فترة لا تتجاوز خمسة أيام، تأمين العمليات .

-بالنسبة للزبائن ينحصر الأمر في التحويل المقوم بالدينار طبقا للشروط التالية :

أ-إذا كان المبلغ المحول أكبر من أو يساوي واحد مليون دينار، فإن العملية تمر بالضرورة عبر النظام؛

ب-إذا كان المبلغ المحول أقل من واحد مليون دينار، يمكن للزبون (بمحض إرادته) جعل العملية تمر عبر هذا النظام وفي هذه الحالة

يقال على التحويل أنه عاجل .

¹ - نفس المرجع السابق.

الفرع الثاني: نظام E-BANKING:

بدأت خدمة البنك الإلكتروني في بنك القرض الشعبي الجزائري في 2009 حيث لقي النظام قبول عام من طرف المتعاملين، ولكن حسب ما وردته لنا نائب المدير أنه يوجد بعض من مستخدميها مرتاحين بهذه الخدمة وناجحة معهم. (أنظر الملحق رقم 05).

الفرع الثالث: خدمات إلكترونية أخرى نذكر منها :

1-التجارة الخارجية عبر الإنترنت :

بدأ التعامل بها في 2016 حسب المعلومات المقدمة لنا فهي حديثة الاستخدام رغم أنها أحدثت تغير ايجابي في تسير عمليات التجارة الخارجية .

2-المقاصة الإلكترونية :

بدأ التعامل بها في بنك القرض الشعبي الجزائري لوكالة تقرت في سنة 2005 وهي ناجحة لما توفره من سهولة وتوفير وقت وجهد، باعتبار المقاصة الإلكترونية عناصر المحافظة البنكية بالبنك، سيتم التطرق إليها ولكن بالطريقة الإلكترونية حيث لم تعد كما كانت عليه سابقا وتتم في CPA عموما بواسطة :

-الماسح الضوئي (قارئ الشيكات الإلكترونية)؛

-أجهزة كومبيوتر أي حواسيب مزودة متخصصة .

وتتكون من مرحلتين هما :

أ-مرحلة الذهاب :أي إنطلاق المقاصة الإلكترونية بدءا من الوكالة المصرفية التي تتلقى عدد من الشيكات الموجهة لتقديمها لنظام المقاصة الإلكتروني حيث يأتي العميل بالشيك الإلكتروني ثم يقوم الموظف بإدخاله في الماسح الضوئي حيث تتم عملية تصوير الشيك من الجهة الخلفية والأمامية وقراءة الأرقام الموجودة في المساحة البيضاء بالشيك الإلكتروني (تحتوي هذه الأخيرة على 20 رقم لكل دلالة معينة)، كالبنك، صاحب الشيك ...،هذه المرحلة السابقة (المسح الرقمي للشيك)عن طريق الوحدة الرقمية، وبعد التأكد من ان جميع المعلومات صحيحة يتم ظهور وصل إستلام معناه أن العملية تمت، حيث يتم من الساعة 9:30 إلى غاية 11:30 جميع الشيكات ومسحها رقميا .

بعد 11:30 يتم إرسال المعلومات إلى الوكالة المركزية CPA بالجزائر العاصمة، حيث تحول البيانات الموجودة على الشيكات بصورة آلية بواسطة وحدة (EXCHANGER) حيث تتم عملية تحويل البيانات بواسطة الخادم المركزي لمقر البنك، وهذا للعمليات البنكية (داخل البنك نفسه) بواسطة CPI(عبر الخادم المركزي لمقر البنك)للعمليات المشتركة ما بين البنوك وفي كل الحالات تقوم وحدة (EXCHANGER)آليا بنقل العمليات المتولدة إلى مستويين :

- من المخطط الإلكترونية للوكالة نحو النظام المركزي الخاص بالبنك (شبكة داخلية أو مشتركة)؛

- من النظام المركزي في البنك نحو قاعدة UAP(شبكة مشتركة)؛

- وتتم عملية إرسال بيانات الشيكات إلى المركز المالي بالجزائر تتم عملية المعالجة والتوزيع على الفروع وتحديد السيولة الفعلية .

ب-مرحلة الإياب: أي عودة المقاصة الإلكترونية وهي بمثابة معالجة معاكسة لمرحلة الذهاب وتتم على مستويين :

-تحويل البيانات القادمة من CPI إبتداء من قاعدة نحو النظام المركزي التابع للبنك .

-تحويل البيانات إبتداء من النظام المركزي الخاص بالبنك نحو وحدات عمليات التحويل الإلكتروني الموجودة في الوكالات (وصول المعلومات إلى البنوك التي ستقوم بالدفع).

وعليه فإن المقاصة الإلكترونية في نحو ثلاث أيام: مرحلة الذهاب تم مرحلة معالجة البيانات وتصنيفها حسب الفروع تم مرحلة الإياب.¹

المطلب الثالث: آفاق وتحديات الجزائر نحو تعميم نظام الدفع الإلكتروني في تطبيق التجارة الإلكترونية

الفرع الأول: آفاق ومحاولات الجزائر لتطوير نظم الدفع الإلكتروني للإرتقاء بالتجارة الإلكترونية

إن إمكانية قيام التجارة الإلكترونية في الجزائر مرهونة بتوفير مقومات إنعائها وإنتشارها، ولعل من أهم مايجب عمله في هذا المجال هو:

1- توفير البنية التحتية الداعمة للتجارة الإلكترونية وعقد الصفقات التجارية على الإنترنت المكونة أساسا من شبكات الإتصال السلكي واللاسلكي وأجهزة الإتصالات المختلفة والحواسب الآلية والبرامج التطبيقية والتشغيل، وكل هذا بتوفير القطاعات المنتجة لتكنولوجيا المعلومات والإتصالات .

2- وضع الإطار القانوني والتنظيمي الضروري لقيام التجارة الإلكترونية الذي يضمن إستمرارها وحماية حقوق الأطراف المتعاملة بها الذي يضم :

● تحديد وتفصيل العلاقات التعاقدية الناشئة في بيئة التجارة الإلكترونية وتحديد أطراف العلاقة في العقود الإلكترونية وتحديد شروطها ؛

● فض النزاعات التجارية الإلكترونية التي قد تنشأ سواء كانت داخلية أو مع أطراف خارجية؛

● تحديد التشريعات المتعلقة بقضايا حقوق الملكية الفكرية، الجرائم الإلكترونية والتعامل بالتوقيعات الإلكترونية .

3-دعم الإستعداد الإلكتروني ببحث المجتمع القادر الذي لديه رغبة في إستخدام وممارسة التجارة الإلكترونية، ورفع معدل هذا الإستخدام من خلال :

● تطوير الأنظمة التعليمية وتوسيع دائرة الفرص لأفراد المجتمع للإستفادة من التكنولوجيا المتاحة ؛

● توفير الفرص للمؤسسات التجارية لإستخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصالات، والإهتمام بالقيام بدورات تدريبية للإطارات على إستخدام التقنيات المتطورة لإدماجها في العمليات التجارية ؛

● تعميم إستخدام الإنترنت بالنسبة للأفراد والمؤسسات لأغراض المعاملات التجارية .

¹- نعيمة بورنان نائب المدير، خدمات إلكترونية -تقرت: 2018/03/06(مقابلة شخصية)

4- تطوير النظام المصرفي بما يتناسب مع بيئة التجارة الإلكترونية من خلال :

- إدخال التقنيات الإلكترونية العالية في النشاط البنكي والتدريب على إستعمالها سواء تعلق الأمر بالعمليات التي تتم ما بين البنوك أو عند تقديم الخدمات إلى العملاء؛
- تحسيس عملاء البنوك بفائدة إستخدام التقنيات الحديثة المتطورة في سرعة إنجاز عملياتهم المصرفية وتوفيرها على الإقبال على إستعمالها مثل: الموزعات الآلية ؛
- تطوير وسائل الدفع الإلكترونية التي تعتبر أول خطوة في تبني التجارة الإلكترونية وعملا أساسيا لقيامها؛
- إدخال الانترنت ضمن إهتمامات البنوك والبدء بإنشاء مواقع إلكترونية عبر هذه الشبكة تكون من قبيل الوسائل الإعلانية للبنوك التجارية ولخدماتها كمرحلة أولى للتحويل إلى تقديم الخدمات الإتصالية أو التفاعلية عبر الإنترنت .

الفرع الثاني: تأثير الصيرفة الإلكترونية على النظام الإقتصادي والمصرفي الجزائري

1- تأثير الصيرفة الإلكترونية على النظام الإقتصادي

تعمل الصيرفة الإلكترونية على زيادة تحسين الإدارة وإقتصاد الوقت والتكلفة والإستفادة من خدمات بجودة عالية وتكلفة وجهد أقل، حيث إن تبني نظام الصيرفة الإلكترونية في الجزائر سيؤدي إلى حدوث العديد من التغيرات الإيجابية على الإقتصاد بصفة عامة والنظام المصرفي الجزائري وذلك من خلال:

➤ محاربة الإقتصاد الموازي :

لقد فرض تأخر وسائل الدفع في المنظومة المصرفية الجزائرية على المتعاملين التجاريين التعامل خارج الدائرة المصرفية، هذا التعامل قد ساعد على تداول النقود خارج هذا الإطار الذي ساهم بدوره في بروز ظاهرة الإقتصاد الموازي (غير الرسمي) وتفشي ثقافة الإكتناز كلها عوامل ساعدت على إرتفاع السوق الموازية، وهذا الأمر أصبح يهدد الإقتصاد الوطني الذي مازال هشاً، وبالتالي فإن إعتقاد الصيرفة الإلكترونية وإقامة أنظمة دفع الإلكترونية .

سوف يسهل دخول النقود المتداولة في السوق الموازي إلى دائرة السوق المصرفية وبالتالي المساهمة في التخفيف من حدة الإقتصاد غير الرسمي والسوق الموازية بالأخص في ظل توفير بيئة مناسبة لذلك.¹

1-فاطمة الزهراء بن يحي، "دور نظام الدفع الالكتروني في تفعيل التجارة الالكترونية"، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير ،جامعة قاصدي مرياح، ورقلة، 2016،

➤ إيجاد وتطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر :

إن أساس ظهور وتطوير التجارة الإلكترونية يعود في الاصل إلى مدى إنتشار إستخدام وسائل الدفع الإلكترونية وفعالية الصيرفة الإلكترونية، ولا أحد تخفى عليه أهمية التجارة الإلكترونية وبالتالي على الجزائر تدعيم الصيرفة ووسائل الدفع الإلكترونية وسط مناسب لهذا النوع من التجارة .

➤ إعطاء دفع للحكم الإلكتروني في الجزائر :

لقد أصبحت فكرة إنشاء الحكومة الإلكترونية أمرا لا بد منه في ظل إنفتاح الجزائر على الاقتصاد العالمي وتشجيعها للإستثمارات الأجنبية وتزايد المطالب الشعبية بضرورة تخفيف الأعباء البيروقراطية، وهذا المشروع يتطلب توفير بنية أساسية للانطلاق أحد دعائمها هي الصيرفة الإلكترونية .

➤ بناء الإقتصاد الرقمي في الجزائر :

إن تبني نظام الصيرفة الإلكترونية يكون القاعدة نحو الإنطلاق في مشاريع رقمية أخرى، تنقل الإقتصاد الوطني نحو إقتصاد رقمي.

2-تأثير الصيرفة الإلكترونية على النظام المصرفي الجزائري :

إن اعتماد الصيرفة الإلكترونية في النظام المصرفي الجزائري سوف يتيح للنظام دخول العصرنة من أبوابها الواسعة سواء تعلق الأمر بالبنوك التجارية أو بنك الجزائر أو المؤسسات المالية الأخرى، وهي تمنح عدة إمتيازات مثل :

- تخفيض النفقات التي تتحملها المصارف في أداء الخدمات وإنشاء فروع جديدة في مناطق مختلفة، خاصة أن الجزائر مساحتها واسعة والتواجد على الإنترنت قادر على التكفل بالوصول إلى عدد كبير من الزبائن وتقديم خدمات جيدة ومتنوعة وبتكلفة أقل، إضافة إلى إمكانية تسويق خدماتها المصرفية، فضلا عن التعاملات بين المصارف والمبادلات الإلكترونية¹.
- إن إستخدام الإنترنت في المصارف الجزائرية يشكل نافذة إعلامية لتعزيز الشفافية وذلك من خلال التعريف بهذه المصارف وترويج لخدماتها والإعلام بالنشرة وتطورات المؤشرات المالية لوضعها تحت تصرف الباحثين وسائر الأطراف الأخرى المعنية بالأمر.
- تساهم ثورة الإتصالات والمعلومات في الشؤون الحياة اليومية وذلك بتحسين وتسهيل معيشة العائلات والأفراد بترقيتها للأفضل وتطوير المجتمع بتمكينه من وسائل جديدة.
- تفعيل دور بورصة القيم المنقولة بالجزائر من خلال إقامة سوق مالية إلكترونية وإقامة أنظمة دفع الإلكتروني تساهم في تطوير أدائها وترقيتها.
- مواكبة المصارف الجزائرية للتطورات العالمية في ميدان الخدمات المصرفية الإلكترونية وهي تستعد للإندماج في الإقتصاد العالمي وتبحث عن جلب الإستثمار الأجنبي .

1-بوغافية رشيد "،الصيرفة الإلكترونية والنظام المصرفي الجزائري" ،مذكرة مقدمة ضمن متطلبات شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية ،جامعة البليدة، 2005

الفرع الثالث: عوائق اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر :

تواجه الجزائر كغيرها من الدول العربية جملة من العوائق لإنشاء تجارة الكترونية تضاهي نظيرتها في الدول المتقدمة وفي الآتي

اهم المعوقات التي تواجهها الجزائر :

1-العقبات التقنية والتكنولوجية :

● ضعف البنية التحتية للإتصالات في الجزائر وعدم مواكبتها لتطورات التقنية العالمية التي تشتمل على الإتصالات وما يرتبط بها من برامج وتجهيزات وأنظمة سوف يحد من أمن الشبكة المالية ويعيق سرعة نقل البيانات في الشبكة التجارية مما يسبب فشلا في إقامة التجارة الإلكترونية فرغم الجهود التي تبذلها الجزائر لتعزيز البنية التحتية لإتصالاتها إلى أنها مازالت متأخرة في هذا المجال فأصبحنا اليوم نسمع عن خدمات الإنترنت الجيل الرابع والخامس إلا أن الجزائر تجد صعوبة حتى في إدخال خدمات الجيل الثالث، فالجزائر تحتل الرتبة 176 فيما يخص سعة الإنترنت والتي تقدر واحد ميغا بايت ونصف، وهذا على الصعيد العالمي وحسب المعايير فإنه أربعة ميغا بايت حسب البعض وعشرة حسب البعض الآخر هي العتبة التي إبتداء منها يمكن القول سعة إنترنت كبيرة ففي الدول المتقدمة تصل إلى أضعاف سعة الإنترنت في الجزائر ففي لوكسمبورغ تصل إلى 41.41 واليابان 49 أما المغرب في المرتبة 98 بسعة 3.85 ميغا بيت أما تونس ب 2.33ميغابيت بمرتبة 141 عالميا .

● ضعف الثقافة التقنية والوعي التكنولوجي بين أفراد المجتمع الجزائري: إن الثقافة وعرفت أسس التجارة الإلكترونية أداة ضرورية لإنتشارها وتطورها لا سيما بين المؤسسات التجارية والقطاعات الإنتاجية ويعد نوعية ومستوى التعليم في أي بلد وسيلة همة في نشر الثقافة والإستخدام الإلكتروني، "ف12.3% هي نسبة العائلات المجهزة بالحاسوب لسنة 2008" إضافة فلا زالت عقلية المستهلك الجزائري متأخرة في مجال التجارة الإلكترونية وهذا راجع لعدم إهتمام الدولة والمؤسسات التجارية نشر ثقافة التجارة عبر الإنترنت كتجارة من نوع جديد تتيح للمستهلك العديد من المزايا والفرص إضافة عدم تخصيص الإستثمارات موجهة للإشهارات والإعلانات لدعم هذه التجارة، فعقلية الجزائريين دائما مترجمة في كل المواضيع الجديدة ويلزمها الوقت من أجل التكيف والإنصهار في مجتمع المعلومات كباقي الدول .

● نقص الكفاءات المؤهلة والإطارات المتخصصة في تقنية المعلومات وتطبيقات التجارة الإلكترونية فالتجارة الإلكترونية تتطلب يد عاملة مؤهلة في مجالات تطوير مواقع الويب وتشغيل الأنظمة الإلكترونية والمتخصصين في أمن الشبكات والمتخصصين في تصميم مواقع التجارة الإلكترونية وأنظمة الدفع الإلكترونية .

2-عقبات تجارية :

إن التحول من بيئة التجارة التقليدية إلى بيئة التجارة الإلكترونية والذي يتطلب تبادل الأعمال والأنشطة التجارية بوسائل رقمية يمثل تحديا حقيقيا أمام المؤسسات والمشروعات التجارية في الجزائر حيث تفتقر غالبيتها قابلية التحول الجذري إلى مؤسسات إلكترونية¹ فأغلب المؤسسات الجزائرية مرتبطة إرتباطا وثيقا منذ نشأتها بأنماط التجارة التقليدية، وعدم إستيعابها بشكل كاف مفهوم الأعمال الإلكترونية سوف يحول إتمادها التجارة الإلكترونية الذي يتطلب أولا قناعة كافية بأهمية وفائدة التجارة عبر

1-صارة بالسائر، "التجارة الإلكترونية وافاق تطورها في البلدان العربية"، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، 2015، ص:53.

الإنترنت ومن ثم تبني خطط وإستراتيجيات للتحويل إلى التجارة الإلكترونية . كذلك نقص خبرات المؤسسات الجزائرية في مجال التجارة الإلكترونية يحول دون ذلك فمفهوم التجارة الإلكترونية لا يزال غامضا عند العديد من المؤسسات الجزائرية، فهذه المؤسسات تفضل أن تقوم بالإعلان عن منتوجاتها عن طريق اللافتات الإشهارية وبوسائل أخرى دون أن تستغل الإنترنت لتسويق وبيع منتجاتها .

3-عقبات قانونية تشريعية :

رغم أن الجزائر سنت قواعد قانونية تمس بشكل أو آخر بعض الجوانب في التجارة الإلكترونية كقانون الجريمة الإلكترونية وبعض القوانين كما سبق وذكرنا إلا أنه لم تسن الجزائر الحد الآن قواعد قانونية مباشرة خاصة بالتجارة الإلكترونية نفسها أو حتى قانون الدفع الإلكتروني وبهذا أعتبره شخصيا من أكبر المعوقات التي تحول دون تطور وإزدهار التجارة الإلكترونية فكيف ينبغي للمؤسسات والأفراد التعامل قوانين تنظيم الدفع في هذه التجارة دون وجود قانون خاص يحمي هذا النوع من المعاملات .

4-عقبات مصرفية :

تطور نظام الدفع الإلكتروني والصيرفة الإلكترونية شرط أساسي لنجاح التجارة الإلكترونية، فرغم الجهود المبذولة في القطاع المصرفي الجزائري لا تزال بعيدة عن المستوى المطلوب فعدد حاملي البطاقات البنكية لم يتجاوز المليون في مجتمع يبلغ عدد سكانه 37 مليون، ولا زالت البطاقات البنكية لا تسمح بالشراء عبر الإنترنت رغم التصريحات الحكومية إلا أنها تبقى حبرا على ورق لذلك وعدد الصرافات الآلية يبقى ضئيلا على المستوى الوطني ومن أجل تطور هذا النظام الإلكتروني يلزم بذل العديد من الجهود لتحديث هذا النظام الإلكتروني يلزم بذل العديد من الجهود لتحديث هذا النظام وكسب ثقة المتعاملين وذلك من خلال تحسين نوعية الخدمات البنكية .

5-عقبات أمنية :

رغم توفر برامج الأمن والحماية لنظم المعلومات والتجارة الإلكترونية كالتشفير والشهادات الرقمية والجدران النارية... إلا أنها لا تخلو التجارة الإلكترونية من عمليات الإحتيال والإبتزاز وقرصنة الحسابات وغسيل الأموال والسلع المقلدة هذا ما يزيد من تخوف المستهلك والمؤسسة على حد سواء في الجزائر كما باقي الدول لهذا تبقى مشاكل الأمن من العوائق والمسائل الشائكة التي لا بد أن يحول إليها إهتماما كبير من أجل كسب الثقة في مجتمع التعاملات الإلكترونية .

6-عقبات تنظيمية :

إن إنعدام التنظيم وسوء الإدارة يؤدي إلى عدم تنفيذ المشاريع المبرمجة في الآجال المحددة رغم تخصيص مبالغ ضخمة فمثلا كانت الحكومة قد خصصت غلafa ماليا قدر بنصف مليار دولار وقت إطلاق مشروع "اسرتيك 1" في حين لم يستفيد من الكمبيوتر عبر النسختين الأولى والثانية للمشروع. في حين أن التنفيذ كان سيئا كما لم يتم تلبية جميع الشروط اللازمة لنجاحها حيث أن البنوك لم تكن جاهزة وإتصالات الجزائر لم توفر الإنترنت والربط وفق ما تم الإتفاق عليه، كما أن الشركات تصنيع الحواسيب لم تكن متوفرة والمواطنون لم يكن لديهم إستعداد للتكنولوجيات .

خلاصة الفصل الثاني :

من خلال دراسة حالة بنك القرض الشعبي الجزائري CPA لوكالة تقرت تبين لنا أن تطبيقات خدمات الصيرفة الإلكترونية مطبقة نسبيا، حيث توجد وسائل دفع إلكترونية مطبقة وأخرى لا تزال لم يتعامل بها بعد.

وذلك راجع إلى:

-عدم إستجابة الزبائن لهذه الخدمات ؛

-لازالت بعض الخدمات غير موجودة في بنك القرض الشعبي الجزائري لعدم توفر البنية تحتية جيدة، فلبدا من تقوية البنية التحتية للجهاز المصرفي وذلك بزيادة الإنفاق الإستثماري في مجال تكنولوجيا المعلومات، والتوسع في إستخدام شبكة الإنترنت لتقديم تشكيلة متنوعة من الخدمات الحديثة للعملاء بكفاءة أعلى وتكلفة أقل ؛

-عدم توفر أنظمة للمنح الخدمات الإلكترونية التي بها سيتم جذب ثقة المتعاملين؛

-عدم وجود رقابة متخصصة للبنك تحرص على المتابعة الدورية للبنك، بحيث تعمل اللجنة الرقابة على عدم تعرض البنك

المخاطر الناتجة عن إنتهاك القوانين التي تضبط عمل البنك خاصة المتعلقة بمكافحة غسيل الأموال ؛

-غياب الثقافة المصرفية لدى موظفي البنوك؛

-ضعف إستخدام التكنولوجيا الحديثة بالبنوك الجزائرية .

الخاتمة

خاتمة :

تناول هذا الموضوع دور الصيرفة الإلكترونية في توسيع إستخدامات التجارة الإلكترونية خلال الفترة الممتدة من 2015 إلى 2017، فأصبح إذن العمل المصرفي إلكتروني يتجاوز الوظائف التقليدية ويهدف إلى تطوير وسائل تقديم الخدمات المصرفية، فالتطورات الحاصلة على مستوى البنوك وخدماتها الإلكترونية على مستوى العالمي وتزايد مستوي المنافسة في هذا القطاع حتم على المصارف في الجزائر مواكبة هذه التطورات وتقديم خدمات مصرفية عبر الإنترنت ذات جودة، من خلال التركيز على أهم متطلباتها لإرضاء الزبائن، خاصة في ظل الإصلاحات البنكية التي تشهدها الجزائر، فكل هذه الحركية والتطور الحاصل في مجال المصارف والخدمات المصرفية كان لا بد أن يلقي أثاره على النشاط الإقتصادي لإرتباطها الوثيق ببعضها البعض .

ومن هنا يجب معرفة دور الصيرفة الإلكترونية في توسيع إستخدامات التجارة الإلكترونية وبالتالي تم تناول هذا الموضوع في فصلين معززين بخاتمة عامة تتضمن ملخصا شاملا لهذه الفصلين، وإختبار الفرضيات تم نتائج الدراسة تليها التوصيات وأخيرا أفاق الدراسة

إختبار الفرضيات :

بعد دراسة موضوع البحث ومحاولة الإحاطة ببعض جوانبه، يمكننا إجراء إختبار لفرضياته كالتالي:

الفرضية الاولى : ومفادها هذه الفرضية حول كون العمل المصرفي هو كافة العمليات والنشاطات التي يتم عقدها وتنفيذها من قبل المصارف عن طريق الوسائل الإلكترونية وهي فرضية صحيحة، حيث يتفاعل العمل المصرفي الإلكتروني بدرجة كبيرة من الوسائل الإلكترونية الحديثة.

الفرضية الثانية : تتمحور حول الصيرفة الإلكترونية: وتتمثل في إجراء العمليات المصرفية بطرق تكنولوجية حديثة في ظل إستخدام الإنترنت حيث تعد هذه افخيرة من أهم أشكالها، أي انها عبارة عن بنوك إفتراضية تنشئ لها مواقع إلكترونية على الإنترنت، وتصنف إلى الموقع المعلوماتي والموقع الإتصالي والموقع التبادلي . وهو ما يؤكد صحة الفرضية الثانية .

الفرضية الثالثة : التجارة الإلكترونية هي منهج حديث للإعمال يعتمد على تكنولوجيا الإعلام والإتصال خاصة الإنترنت لإنجاز كافة العمليات المتعلقة بعقد الصفقات بين الأطراف وتعد الإنترنت ركيزة أساسية للتجارة الإلكترونية فهي تساعد على الإمتداد الإقليمي إلى مختلف القارات لأكبر قدر من العملاء في أقل وقت وتكلفة .

الفرضية الرابعة : يهتم بنك القرض الشعبي الجزائري -وكالة تقرت - بتوسيع إستخدامات التجارة الإلكترونية عن طريق التفاعل المستمر مع التطورات الحاصلة بتقديمه لبعض الخدمات الإلكترونية وسعيه لتقديم خدمات أخرى في المستقبل وهذا راجع للتقبل ونجاح الخدمات الإلكترونية لما تقدمه من مزايا عديدة.

نتائج الدراسة :

- أن توجيه العناية بالتكنولوجيا لبنك مثل بنك القرض الشعبي الجزائري وكذا كافة البنوك التجارية العمومية أمر لا مناص منه، خصوصا لحيوية البيئة التي تعمل بها، حيث لا بد من تنشيط الصيرفة الإلكترونية بما جعلها من أولى الأولويات لكسب رهانات الوقت المعاصر ومواجهة تحدياته ؛

- تعد الصيرفة الإلكترونية سلاحا تنافسا فعالا لتحقيق رضا العملاء وبقاء نمو البنك ؛
- جودة الخدمة البنكية يتم الوصول إليها من خلال تقديم الخدمة للعميل بمواصفات معينة وهو ما تحققه الصيرفة الإلكترونية من خلال الوصول لتحقيق رضا العميل ؛
- تحول أعمال مصرفية للبنوك بصورة إلكترونية أدى إلى ظهور نوع جديد من المعاملات وهي معاملات الصيرفة الإلكترونية ؛
- تحقق الصيرفة الإلكترونية للبنوك: التكلفة، الوقت والراحة. مما يساعد البنك على تعزيز القدرة التنافسية .

اقتراحات الدراسة :

- على ضوء نتائج الدراسة تطرح هذه التوصيات للبنك محل الدراسة :
- ضرورة الإسراع في تزويد البنك بأدوات ووسائل تكنولوجية أكثر حداثة ؛
- تطوير وإستحداث بطاقات بنكية أخرى مختلف في إستخداماتها عن البطاقات البنكية الأخرى؛
- السماح بإرسال الأموال عن طريق البطاقات البنكية فيزا كارد وماستر كارد للأشخاص الطبيعيين ولتنحصر هذه العملية فقط على الأشخاص المعنويين ؛
- تأهيل وتدريب الكوادر البشرية بإعتبار أن الكوادر البشرية عنصر فعال لتوسيع التجارة الإلكترونية وتقديمها بما فيها العمال والمتعاملين ؛
- إن أكبر تحدي تواجهه البنوك المصدرة لنقد الإلكتروني هو ضرورة في التجديد طرق ووسائل الدفع، والأخذ بعين الإعتبار أمان الزبائن .

أفاق الدراسة :

- أقتصرت هذه الدراسة على بيان الأثر الإيجابي للصيرفة الإلكترونية على توسع إستخدامات التجارة الإلكترونية من خلال الإستفادة من المزايا التكنولوجية الحديثة للمصارف، لكن في المقابل هناك غيوب للصيرفة الإلكترونية، ومن هنا يمكن إبراز أفاق هذه الدراسة كما يلي:
- قرصنة بطاقات البنوك الإلكترونية عن طريق اختراق معلومات الزبائن في مواقع تجارية أخرى ؛
- تزوير البطاقات البنكية وذلك عن طريق تعبئة معلومات في البطاقات إلكترونية فارغة ؛
- إنتشار ظاهرة غسيل الأموال في ظل العولة المالية التي إنتشرت عنها الصيرفة الإلكترونية .

قائمة المراجع

قائمة المراجع :

المراجع باللغة العربية :

الكتب :

- 1- أحمد محمد غنيم، "الإدارة الإلكترونية: أفاق الحاضر وتطلعات المستقبل"، المكتبة المصرية، المنصورة، مصر، 2004.
- 2- السيد أحمد عبد الخالق، "التجارة الإلكترونية والعولمة"، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2006.
- 3- سعد غالب ياسين، بشير عباس العلاق، "الأعمال الإلكترونية"، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2006.
- 4- طارق طه، "التسويق والتجارة الإلكترونية"، دار الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2005.
- 5- طارق عبد العال حماد، "التجارة الإلكترونية: المفاهيم، التجارب، التحديات، الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية"، الدار الجامعية للطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، 2003.
- 6- منير محمد الجنيهي، ممدوح محمد الجنيهي، "البنوك الإلكترونية"، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2005.

مذكرات وأطروحات :

- 1- إبراهيم بختي، "دور الإنترنت وتطبيقاته في مجال التسويق -دراسة حالة الجزائر -" أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2002.
- 2- أمال بن غزال، "دور التجارة الإلكترونية في تحسين تنافسية المؤسسة": دراسة حالة مؤسسة صناعة الكوابل -فرع جنرال -بسكرة، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2013.
- 3- فريدة بن منصور، "الصيرفة الإلكترونية كمدخل لبناء الإقتصاد الرقمي في الجزائر": دراسة حالة البنك الخارجي الجزائري **BEA** -وكالة تقرت-، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2011.
- 4- جوهر بن رجدال، "الإنترنت والتجارة الإلكترونية: حالة إستيراد الكتاب جامعة سعد دحلب"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002.
- 5- حوله فروحات، "أثر التجارة الإلكترونية على تحسين نوعية الخدمة المصرفية": دراسة حالة البنك الإلكتروني، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2008.
- 6- رشيد بوعافية "الصيرفة الإلكترونية والنظام المصرفي الجزائري"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، فرع نقود ومالية، جامعة البليدة، 2005.
- 7- سميرة بريح، "دور الصيرفة الإلكترونية في تعزيز القدرات التنافسية للبنوك التجارية": دراسة مقارنة بين بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة- تقرت - وبنك القرض الشعبي الجزائري -وكالة الوادي، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، 2015.

- 8-سمية ديمش، "التجارة الإلكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر"، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2011.
- 9-صارة بالساكر، "التجارة الإلكترونية وآفاق تطورها في البلدان العربية" دراسة حالة الجزائر، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، 2015.
- 10-صراع كريمة، "واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر"، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، المدرسة الدكتورالية للإقتصاد وإدارة الأعمال، وهران، 2014.
- 11-لطفى طاهر، صلاح الدين جمعي، "العمل المصرفي الإلكتروني ودوره في تعزيز وتطوير نظم الدفع الحديثة للتجارة الإلكترونية" :دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية **BADR**، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي تبسي، تبسه، 2016.
- 12-عائشة عوني، هناء بوحمد، "دور التجارة الإلكترونية في تحسين نوعية الخدمة المصرفية" :دراسة حالة بنك التنمية المحلية **BDL** -وكالة الوادي-، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الوادي، 2016.
- 13-فاطمة الزهراء بن يحي، "دور نظام الدفع افلكتروني في تفعيل التجارة الإلكترونية :دراسة حالة بنك القرض الشعبي الجزائري **CPA**"، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2016.
- 14-جمال مزغيش، "التجارة الإلكترونية علي شبكة الإنترنت، دراسة حالة توجه المؤسسات الجزائرية نحو التجارة الإلكترونية"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002.
- 15-نادية عبد الرحيم، "تطور الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي"، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر .، 2011.
- ملتقيات ومدخلات :**
- 1-بن عباد محمد سمير وآخرون، "التكنولوجيا الإلكترونية البنكية ضرورة أو حتمية بالنسبة للمؤسسات المصرفية الجزائرية"، الملتقى الوطني الرابع حول تداعيات التجارة الإلكترونية، الجزائر، 2001.
- 2-عبد القادر بربيش، محمد زيدان، "دور البنوك في تطوير التجارة الإلكترونية"، الملتقى الدولي حول التجارة الإلكترونية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2004.
- 3-بن عنية جلول وحواسني يمينة، "مداخلة بعنوان مفاهيم الأساسية حول الإنترنت والتجارة الإلكترونية"، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصره نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، عرض تجارب دولية .
- مجلات ودوريات :**
- 1-زايري بلقاسم، طوباش علي، "طبيعة التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها المتعددة"، مجلة المستقبل العربي، يصدرها مركز دراسات الوحدة العربية، السنة 25، العدد 288، لبنان، فيفري 2003.

2- شوقي ناجي حواد وآخرون، "الأبعاد المستقبلية للحكومة الإلكترونية في الأردن: متطلبات النجاح"، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 3، العدد 3، مطبعة الجامعة الأردنية، الأردن، 2007.

3- صالح نصولي وأندريا شايختر، "تحديات المعاملات المصرفية الإلكترونية"، مجلة التمويل والتنمية العدد الثالث، سبتمبر 2002.

مقابلات :

1- سارة رحموني، مكلف بالدراسات، "بطاقات السحب" - تقرت: 2018/2/27، مقابلة شخصية.

2- نعيمة بورنان، نائب المدير، "خدمات إلكترونية" - تقرت: 2018/03/06، مقابلة شخصية.

المواقع الإلكترونية :

1- أنور بسام، "التجارة الإلكترونية: كيف متى وأين"، الموسوعة العربية للكمبيوتر والإنترنت على الخط online، متوفرة على الموقع www.c4arab.com.

2- <http://www.arablaw.org/dozland/e-banking.doc>

3- معلومات مستوحاة من الموقع الإلكتروني لمنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية على الرابط:

www.oecd.org/publication

4- معلومات مستوحاة من الموقع الإلكتروني للمنظمة العالمية للملكية الفكرية على الرابط www.wipo.int.

5- معلومات مستوحاة من الموقع الإلكتروني لمؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية على الرابط www.unitad.org.

6. <http://du-Nniv-Ouar>

7- معلومات من الموقع الإلكتروني للبنك : www.BANK.cpa.dz

الملاحق

الملحق رقم 02 : طلب بطاقة الدفع المسبق (الأمان)

ملحق
2القرض الشعبي الجزائري
Crédit Populaire d'AlgérieFormulaire de chargement de la carte CPA / VISA
« EL AMANE CARTE PREPAYEE »Groupe d'Exploitation : Code
Agence CodeType d'opération : « Chargement » « Rechargement »

Je soussigné(e) ;

Informations du titulaire du compte :Nom et Prénom(s) : Mme/Melle/Mr.....
Passeport N° :
Adresse :
N° de la carte (quatre dernières positions) : 4587 59xx xxx
Compte Devise N° : Devise.....
N° du téléphone portable :
E-mail :

- ✓ Sollicite, le Crédit Populaire d'Algérie à procéder au chargement de la carte « EL AMANE CARTE PREPAYEE » citée ci-dessous, par le débit de mon compte susvisé, dans le respect des conditions d'utilisation en vigueur ;
- ✓ M'engage, à maintenir dans mon compte un solde couvrant tous les frais afférents à la carte « EL AMANE CARTE PREPAYEE », conformément aux Conditions Générales de Banque.

Informations du porteur de la carte :Nom et Prénom(s) : Mme/Melle/Mr.....
Passeport N° :
Adresse :
N° de la carte (quatre dernières positions) : 4587 59xx xxxx
N° du téléphone portable :
E-mail :

Montant du chargement en chiffres : Devise (4)

Montant en lettres :

N° de la carte à charger (quatre dernières positions) :

Fait-le A

Signature du Titulaire du compte (5)

- * (1) Le Formulaire de Chargement et Rechargement de la carte « EL AMANE CARTE PREPAYEE » est établi en deux (02) exemplaires. Le Formulaire N°01, est conservé dans le dossier client et le Formulaire N°02 est remis au client.
- * (2) Le Chargement comporte le montant de Chargement, les commissions sur le Chargement et la quoté de la carte.
- * (3) Le Rechargement comporte le montant de Rechargement et la commission sur le Rechargement.
- * (4) Le montant de chargement est limité à 5 000 \$, le montant maximum que doit comporter une carte prépayée est de 9 000 \$.
- * (5) A faire précéder de la mention « Je et approuvé ».

FCHE/ELAMANE/2014

Une Banque à votre écouteEntreprise Publique Economique, Société par action au capital de 48.000.000.000DA
Siège Sociale : 02Boulevard Colonel Amirouche-Alger-16000-RC N° : 99B00092 92-NIF/099916 000 92 92 34
Tél (023) 50 32 62 à 63 - 50 32 65 - 50 32 67 à 69- 50 32 79- 50 35 78- 50 36 25- FAX (023) 50 32 64 - 50 32 95
Site internet: www.cpa-banq.dz IBAN(International bank account number) :DZ0043wif:CPALDZALXXX

الملحق رقم 03: طلب وعقد حامل بطاقة ق. ش. ج - فيزا الدولية -



القرض الشعبي الجزائري
CREDIT POPULAIRE D'ALGERIE

طلب 03

DEMANDE DE LA CARTE INTERNATIONALE - CPA/VISA

Groupe d'Exploitation : Code : Première Demande
Agence : Numéro demande : Demande de renouvellement

M. Mme. Melle.

Nom (en majuscule) :
Prénom : Né (e) le : à :
Adresse : Tél. :
Passport n° : Délivré à : Le :
Employeur et Adresse : Tél. :
Profession : Poste occupé : Ancienneté :

N° Compte Devises : Date ouverture : Nat Monnaie
Montant avoir : au :
N° Compte Dinars : Date ouverture : M^t avoir : au :

- Quel montant comptez-vous maintenir dans votre compte Devises (contre-valeur DA) ?
200 000 à 300 000 DA 300 000 à 1 000 000 DA + de 1 000 000 DA

- Quel montant comptez-vous maintenir dans votre compte Dinars ?
20 000 à 100 000 DA 100 000 à 300 000 DA 300 000 à 1 000 000 DA
+ de 1 000 000 DA

Les montants retenus en Devises et en Dinars devront être maintenus dans vos comptes pendant toute la période de la Carte et 03 mois après.

- Combien d'opérations comptez-vous effectuer annuellement avec la Carte ?
1 à 10 opérations 10 à 20 opérations + de 20 opérations

- Dans quelle tranche se situe votre revenu net ?
20 000 à 30 000 DA 30 000 à 50 000 DA + de 50 000 DA

Je demande à être titulaire de la Carte Internationale CPA/VISA et m'engage à respecter les informations que j'ai mentionné ci-dessus.

Je reconnais avoir pris connaissance de toutes les clauses portées au dos de la présente demande, j'y souscris sans réserves.

Je reconnais en outre le droit discrétionnaire au CPA d'effectuer l'enquête d'usage, d'étudier ma demande et le cas échéant de ne pas donner suite à la présente demande sans indiquer les raisons de sa décision.

Fait à le
Signature du demandeur

Signature du Directeur d'Agence

القرض الشعبي الجزائري
Crédit Populaire d'Algérie



عقد حامل
بطاقة ق.ش.ج - فيزا الدولية -
الوكالةالرمز.....

- 1 إنشاء
2 تبديل

ضع علامة (x) في الإطار المناسب

التاريخ
يوم شهر سنة

نوع البطاقة المطلوبة

- الكلاسيكية الذهبية

- السيدة الأتمة السيد

اللقب: _____
الاسم: _____
العنوان الشخصي: _____
جواز السفر رقم: _____
صاحب الحساب رقم: _____
البريد الإلكتروني: _____
رقم الهاتف النقال: _____

أنا الممضى. أتقدم إلى القرض الشعبي الجزائري بطلب الحصول على بطاقة ق.ش.ج. فيزا الدولية

- باسم حامل البطاقة الآتي ذكره باسمي

- تعيين حامل البطاقة السيد الأتمة السيدة

اللقب: _____
الاسم: _____
العنوان الشخصي: _____
صاحب الحساب رقم: _____
جواز السفر رقم: _____
البريد الإلكتروني: _____
رقم الهاتف النقال: _____

أنا الطالب، صاحب الحساب، الممضى أسفله، أعترف أنني اطّعت على الشروط العامة لبطاقة ق.ش.ج. فيزا الدولية -
الواردة على ظهر التعهد و أصرح بالانضمام إليها بدون تحفظ و أطلب تسليم بطاقة و أتعهد ب:
-إبقاء في حسابي مبلغا ذات قيمة مساوية ل:
-السماح للبنك بالخصم من حسابي بالعملة الصعبة المبالغ الموافقة للعمليات المنفذة بموجب هذه البطاقة بإضافة التكاليف و
المصاريف المحددة قانونا.
-السماح للبنك الخصم من حسابي بالعملة الصعبة مبلغ الاشتراك السنوي و كافة التكاليف الأخرى المحددة في الشروط
العامة للبنك

تاريخ و إمضاء صاحب الحساب (1)	إمضاء حامل البطاقة (2)	إمضاءات معتمدة من قبل البنك
-------------------------------	------------------------	-----------------------------

- (1) ينبغي إسباق الإمضاء بعبارة "قرأ و صدقت عليه"
(2) ينبغي إسباق الإمضاء بعبارة "قرأ و صدقت عليه".

الشروط العامة لبطاقة "فيزا الدولية"

- 4.4 لا يقبل أي احتجاج من طرف الحامل، بعد انقضاء أجل 30 يوم ابتداء من تاريخ المعاملة المحتج عليها.
5.4 يجب على صاحب الحساب أن يطلع على حسابه، بأي وسيلة، تناسبه.
6.4 توفى العمليات التي يجريها حامل البطاقة في حدود السقف الذي يسمح به البنك و الرصيد الكافي في الحساب.

المادة الخامسة: المسؤوليات

- 1.5 **مسؤولية البنك**
لا يحمل البنك أي مسؤولية في حالة الاستعمال التديسلي للبطاقة.
2.5 **مسؤولية حامل البطاقة**
1.2.5 يجب على حامل البطاقة قبل كل سحب و/أو دفع وتحت مسؤوليته أن يتأكد من وجود رصيد كاف ومتوفر في حسابه إلى حين الخصم المقابل.
2.2.5 حامل البطاقة مسؤول عن استعمال البطاقة و الاحتفاظ بها و رمزها السري.
3.5 **مسؤولية صاحب الحساب**
صاحب الحساب مسؤول بالتكافل والتضامن مع حامل البطاقة عن العواقب المالية المترتبة عن الاحتفاظ والاستعمال للبطاقة ، و ذلك إلى غاية إرجاعها للبنك و الإنتهاء الكلي لكافة العمليات التي تم إجراؤها على البطاقة.

المادة السادسة: المعارضة

- 1.6 لا يقبل القرض الشعبي الجزائري إلا المعارضة المرفوعة صراحة في حالة الضياع أو السرقة أو الاستعمال التديسلي للبطاقة.
2.6 في هذه الحالات، على صاحب البطاقة أن يقوم فوراً وبإية وسيلة بوضع البطاقة تحت المعارضة و أن يؤكد ذلك في أقرب أجل برسالة مضمونة موجهة إلى الوكالة.
3.6 يحفظ البنك بحق وضع البطاقة تحت المعارضة.
4.6 العمليات التي أجريت قبل المعارضة، تقع على عاتق صاحب الحساب. العمليات التي أجريت بعد المعارضة تنفذ في الحساب و لا يمكن الاحتجاج بها أمام القرض الشعبي الجزائري.

المادة السابعة: العقوبات

- إن كل استعمال تصفي أو تديسلي تطبق عليه العقوبات المنصوص عليها في القوانين السارية المفعول.
يتحمل صاحب الحساب البنكي الذي صدرت بموجبه البطاقة كل التكاليف ومصاريف الاسترداد الجبري للمبالغ المستحقة.

المادة الثامنة: تعديل شروط العقد

- يحفظ البنك بحق تعديل شروط هذا العقد التي تبلغ لحامل البطاقة. تعد هذه التعديلات ملزمة على الحامل إذا استعملت البطاقة بعد تاريخ هذا التبليغ و إذا لم يتم استرجاعها للبنك في الشهر الموالي لتاريخ تبليغ الشروط الجديدة العقد.

المادة التاسعة: تسوية النزاعات

- كل نزاع ينشأ بين حامل البطاقة و البنك بمناسبة تنفيذ و/أو تفسير هذا العقد و لم يتم تسويته بالطرق الودية في أجل (30 يوماً من تاريخ حدوثه، يرفع إلى المحكمة الجزائية المختصة إقليمياً.

المادة الأولى: موضوع البطاقة

- إن بطاقة القرض الشعبي الجزائري - فيزا الدولية - هي بطاقة دولية للسحب والدفع تخول لصاحبها:
1.1 داخل التراب الوطني:

تسديد قيمة المشتريات من السلع والخدمات لدى المحلات الموضوعة تحت الرقابة الجمركية المتواجدة داخل التراب الوطني (المعنة بلافتات عن انخراطها في شبكة فيزا الدولية).

- 2.1 في الخارج:
تسديد قيمة المشتريات من البضائع والخدمات لدى التجار المعلنين بلافتات عن انخراطهم في شبكة فيزا الدولية،
- القيام بسحوبات نقدية أمام شبانك البنوك و الموزعات الأوتوماتيكية للأوراق النقدية المنخرطة في شبكة فيزا الدولية وذلك في حدود السقف الذي يسمح به القرض الشعبي الجزائري.

المادة الثانية: تسليم البطاقة و الرمز السري

- 1.2 عند قبول الطلب، تسلّم البطاقة من طرف البنك لصاحب حساب معباً بالعملة الصعبة أو لكل حامل معين اسماً من طرفه.
2.2 تكون البطاقة شخصية بحتة و لا يجوز استعمالها إلا من صاحبها شخصياً و يجب أن يوقع عليها فور استلامها.
3.2 يمنح بطريقة سرية رمز شخصي لكل حامل بطاقة.
4.2 هذا الرمز السري ضروري لاستعمال البطاقة. فيجب أن يحفظ بسرية تامة من طرف حاملها.
5.2 في حالة نسيان الرمز السري فعلى حامل البطاقة أن يقدم طلب جديد لبطاقة جديدة.

المادة الثالثة: مدة صلاحية البطاقة - تجديدها - سحبها

- 1.3 تسلّم البطاقة لمدة سنتين قابلة للتجديد ضمنياً. على كل حامل بطاقة لا يرغب في تجديدها انخراطه أن يعلم البنك كتابياً وذلك قبل انتهاء مدة صلاحية البطاقة بشهرين على الأقل.
2.3 تبقى البطاقة ملك للقرض الشعبي الجزائري الذي يحفظ بحق استرجاعها في أي وقت أو عدم تجديدها دون تقديم سبب لذلك. ونتيجة لذلك يلتزم صاحب البطاقة أن يرجعها للبنك بعد تبليغه بسحبها بواسطة رسالة بسيطة.
3.3 يمكن للبنك أو حامل البطاقة و/أو صاحب الحساب إنهاء هذا العقد دون إشعار مسبق أو تبرير، لا يؤدي فسخ العقد إلى استرجاع مبلغ الإشتراك السنوي (قيمة البطاقة) والذي يبقى حفا مكتسباً للبنك.
4.3 يترتب عن علق الحساب الذي تجري عليه عمليات البطاقة فسخ هذا العقد و إرجاع البطاقة من قبل الحامل.

المادة الرابعة: شروط استعمال البطاقة

- 1.4 إن حامل البطاقة مسؤول عن الاحتفاظ بها و استعمالها.
2.4 تعتبر البطاقة وسيلة دفع لدى التجار المنخرطين ويجب أن لا تستعمل إلا لغرض تسديد المشتريات من السلع والخدمات و لا يمكن في أي حال من الأحوال استعمال البطاقة كوسيلة دفع في المعاملات التجارية.
3.4 يجب على حامل البطاقة الاحتفاظ بكل وصل إلى غاية نهاية المعاملة.

الملحق رقم 04: إستمارة فسخ الإنظام إلى خدمة الرسائل القصيرة لبطاقات ق.ش.ج



الملحق رقم 04

استمارة فسخ الإنضمام إلى خدمة "الرسائل القصيرة لبطاقات ق ش ج"

مجموعة الاستغلال.....الرمز.....
الوكالة.....الرمز.....
رقم العقد.....
رقم التنظيم.....

نوع البطاقة:

- بطاقة ق ش ج/ ما بين البنوك الذهبية
- بطاقة ق ش ج/ فيزا الدولية الكلاسيكية
- بطاقة ق ش ج/ فيزا الدولية الذهبية
- بطاقة "الأمان البطاقة المسبقة الدفع"

أنا الممضي (ة):

- السيد
- الأنسة
- السيدة

معلومات خاصة بصاحب الحساب :

اللقب و الاسم:.....
جواز السفر رقم:.....الصادر بتاريخ.....
العنوان.....
رقم البطاقة (الستة رتب الأخيرة):.....
رقم الهاتف المحمول:.....
البريد الإلكتروني:.....

✓ التمس من القرض الشعبي الجزائري فسخ خدمة الرسائل القصيرة لبطاقة ق ش ج التي انضمت إليها
يوم / / تحت رقم.....

معلومات خاصة بحامل البطاقة :

اللقب و الاسم:.....
جواز السفر رقم:.....الصادر بتاريخ.....
العنوان.....
رقم البطاقة (الستة رتب الأخيرة):.....
رقم الهاتف المحمول:.....
البريد الإلكتروني:.....

تاريخ وإمضاء صاحب الحساب(2)	إمضاء حامل البطاقة(2)	إمضاءات مرخص بها من قبل البنك
------------------------------------	------------------------------	--------------------------------------

(1) إيشارة فسخ الإنضمام إلى خدمة الرسائل القصيرة لبطاقة ق ش ج تصدر بإمضاء العميل (1) فقط
ملف القرض و الإنضمام رقم القرض إلى القرض
(2) يعني: حتى الإمضاء بخمسة أرقام و حروف فقط

FRSMS/2014

بنك في الإصغاء إليكم

Entreprise Publique Economique, Société par action au capital de 48.000.000.000DA
Siège Sociale : 02 Boulevard Colonel Amirouche - Alger - 16000 - RC N° : 99B00092 92 - NIF/099916 000 92 92 34
Tél (023) 50 32 62 à 63 - 50 32 65 - 50 32 67 à 69 - 50 32 79 - 50 32 79 - 50 35 78 - 50 36 25 - FAX (023) 50 32 64 - 50 32 95
Site internet : www.cpa-banq.dz IBAN (International bank account number): DZ0045wift: CPALDZALXXX

الملحق رقم 05 : عقد إشتراك للخدمات البنكية الإلكترونية



القرض الشعبي الجزائري
Crédit Populaire d'Algérie

الملحق رقم 05

استمارة فسخ الانضمام إلى خدمة "الرسائل القصيرة لبطاقات ق ش ج"

مجموعة الاستغلال..... الرمز.....
الوكالة..... الرمز.....
رقم العقد.....
رقم التنظيم

نوع البطاقة:

- بطاقة ق ش ج/ ما بين البنوك الذهبية
- بطاقة ق ش ج/ فيزا الدولية الكلاسيكية
- بطاقة ق ش ج/ فيزا الدولية الذهبية
- بطاقة "الأمان البطاقة المسبقة الدفع"

أنا الممضي (ة):

- السيد
- الأنسة
- السيدة

معلومات خاصة بصاحب الحساب :

اللقب و الاسم:.....
جواز السفر رقم:..... الصادر بتاريخ.....
العنوان.....
رقم البطاقة (الستة رتب الأخيرة):.....
رقم الهاتف المحمول:.....
البريد الإلكتروني:.....

✓ التمس من القرض الشعبي الجزائري فسخ خدمة الرسائل القصيرة لبطاقة ق ش ج التي انضمت إليها
يوم / / تحت رقم.....

معلومات خاصة بحامل البطاقة :

اللقب و الاسم:.....
جواز السفر رقم:..... الصادر بتاريخ.....
العنوان.....
رقم البطاقة (الستة رتب الأخيرة):.....
رقم الهاتف المحمول:.....
البريد الإلكتروني:.....

تاريخ وإمضاء صاحب الحساب(2)	إمضاء حامل البطاقة(2)	إمضاءات مرخص بها من قبل البنك

(1) إشترار فسخ الانضمام إلى خدمة الرسائل القصيرة لبطاقة ق ش ج يتم بموجب الإمتياز رقم (1) ملحق رقم 05
ملف القرض و الإنشاء رقم (التمويل إلى القرضين)
(2) يعني: حتى الإمتضاء بخاتمة القرض و موافق عليه

FRSMS/2014

بنك في الإصغاء إليكم

Entreprise Publique Economique, Société par action au capital de 48.000.000.000DA
Siège Sociale : 02Boulevard Colonel Amirouche-Alger-16000-RC N° :99B00092 92-NIF/099916 000 92 92 34
Tél (023)50 32 62 à 63 -50 32 65 -50 32 67 à69-50 32 79-50 32 79-50 35 78-50 36 25-FAX (023) 50 32 64 -50 32 95
Site internet : www.cpa-banq.dz IBAN (International bank account number):DZ0045wift: CPALDZALXXX

الشروط العامة للخدمات البنكية الإلكترونية

للتجار والأشخاص المعنوية

1. الخدمات البنكية الإلكترونية

أن تطلب المعلومات المتعلقة بهذه الشروط تخرج إلى الشؤون البنكية التي تستمد أسماها من العقد المتصلة أو الشروط العامة للبنك. يحق للبنك أن يغير في أي وقت مستوى الخدمات المقدمة.

2. المتصل للخدمات البنكية الإلكترونية

1.2 يتم الدخول لتصفح الآيون السمي "مستعمل بنك إلكتروني" للخدمات البنكية الإلكترونية عن طريق الآيونيت أو عبر الهاتف النقال أو اللابتوب.

2.2 يمكن لأي شخص الحصول على الخدمات البنكية الإلكترونية بعد إثبات هويته بتشكيل رقم التعريف الممثل له من البنك - كلمة السر الشخصية - 1.3.2 ويتم مستعمل البنك الإلكتروني فوراً عند حصوله على كلمة السر الأولية بتفويض بصفاة منتظمة.

4.2 يعيد الشخص الذي تم التعرف عليه من البنك من خلال شبكة شرعيته، أنه مرخص له بالدخول إلى الخدمات البنكية الإلكترونية وبالتالي يمكن للبنك أن يسمح له بذلك في إطار العملية البنكية في العديد من الجوانب التي لا تحقق

5.2 يعتبر البنك أن كل التحفظات والأوامر والاتصالات التي تسلمه عن طريق البنك الإلكتروني مرخصة لمستعمل البنك الإلكتروني.

3. الإقتطاع

3.1 يتم تسديد مصاريف الإشتراك كل ثلاثة أشهر في بداية كل ثلاثي إقتطاع من حساب الفوترة المحدد من طرف الآيون والمبين في عقد الإشتراك.

2.3 حددت التسعيرة الخاصة بكل خدمة في الشروط البنكية العامة للبنك تبين هذه التسعيرات للآيون عند إسناده على عقد الإشتراك.

3.3 كل تغيير في التسعيرة أو في كيفية إقتطاع مصاريف الإشتراك في الخدمات البنكية يبلغ إلى الآيون بكافة الطرق.

4.3 تطبق مصاريف الإشتراك للخدمات البنكية إبتداء من تاريخ الإنهاء على عقد الإشتراك أو تجديده.

4. واجبات البضفة لمستعمل البنك الإلكتروني

1.4 يتوجب مستعمل البنك الإلكتروني والحفاظ على سرية كلمة السر وتجنب استعمالها لتتصلي من طرف أشخاص غير مرخصين لإيجوز الحفاظ على كلمة السر خاصة بعد تغيرها ، بشكل كتابي وتحمل مستعمل البنك الإلكتروني كل الأخطار الناتجة عن الإستهلاك - بما في ذلك المفرد - البنكية الشخصية و كذا بيانات الأشخاص التي تم شرحها.

2.4 إذا ظهر أي شذو يخطئ من خلاله أن يكون أي شخص غير مرخص قد تعرف على كلمة السر الخاصة بالآيون أو الشخص المرخص له يجب التبليغ الفوري لكلمة السر.

3.4 يجب على مستعمل البنك الإلكتروني أن يتحقق بنفسه من صحة وصحة المعلومات التي يرسلها، وهذا إلى غاية حصوله على التأكيد من جهاز البنك الإلكتروني تحت مسؤوليته الكاملة.

4.4 يجب على مستعمل البنك الإلكتروني أن يظل لحد أقصى من المتطلبات التي تهدد سلامة المعلومات الخاصة عن استعماله للآيونيت، بإجازه إلى إبطاله الشخصية الخاصة بالبنك، خاصة برامج مضادة للفيروسات.

5. تحديد المسؤولية

1.5 تعبير المعلومات الخاصة بالمعلومات والإذاع (كصفحة حسابات، وكذا المعلومات الأخرى الممكن الحصول عليها (نسبة العملة الصعبة) على سبيل المثال و مؤقتة ولا يمكن أن تحمل محل المعلومات الواردة في كشوفات الحساب المقدمة من البنك.

2.5 لا يتحمل البنك أية مسؤولية تتعلق بآلات الإقتطاع لمستعمل البنك الإلكتروني والجهود التي تبذلها للخدمات البنكية الإلكترونية.

3.5 تستعمل شبكة الآيونيت المتوفرة في الخدمات البنكية الإلكترونية، لا يتحمل البنك الصغار التي قد تتجرب عن استعمال هذه الشبكة ، وهذا يرتبط بتطبيق كذلك على كل Software حصل عليه عن طريق هذه الشبكة (CD-ROM أو نظير...) أو عن التفتح التي يمكن أن تستخدم بعد أو لتساءم نقل Software عبر الآيونيت.

4.5 في حالة ما إذا اكتشف البنك أن خطراً ما يتعلق بالصيانة ، له الحق أن يوقف في مصالح الآيون، الخدمات البنكية الإلكترونية حتى حصول المشاكل.

5.5 يستفيد البنك مسؤوليته عن تحسين النتائج عن التخططات، لتتوقف أو التأخر بصفاة خاصة في معالجة المعلومات، إلا إذا ظهر خطأ جسيماً.

6.5 تتخلى مسؤولية البنك تجاه ريوه في حالة التضرر الناتجة عن عدم احترام الآيون إتباعه لتتأخر، وكذا في حالة الخسائر الغير متوقعة، كقتطاع القائمة أو الخدمة للآيون.

6. تجسيد (توثيق)

1.6 يمكن لمستعمل البنك الإلكتروني أن يحدد الصور التي الخدمات البنكية الإلكترونية لتتطلب الأشخاص المشتركين، لإتباع طلب التجديد إلا في أوقات الإقتطاع الاعتيادي للشبكة، ويجب أن تبسج مباشرة بتأكيده كتابي موجه إلى البنك مع عدم الوسول.

2.6 لا يرفع التجديد أو التوكيف إلا بإبلاغ كتابي من الآيون إلى البنك، يحق للبنك أن يخصم نفقات التجديد من الآيون.

7. توجيهات خاصة بالبنوك 1.7: تهيئ الوكالة الممتوحة من الآيون للأشخاص الشرعيين والمنظمة للخدمات البنكية الإلكترونية مارية المغرول إلى غاية فتح مكتوب (يرسل إلى البنك عن طريق رسالة موصى عليها أو فاكس)

2.7: إن إنشاء الآيون لإستضافات الشخص الشرعي على الوثائق الرسمية المعمول بها والموجدة لدى البنك لا تتجرب عنه حكماً إبتدائي حتى في استعمال الخدمات البنكية الإلكترونية يمكن طلب الصريح الصريح هو ضروري.

8. المستعمل البنكي

1.8 يعرض مستعمل البنك الإلكتروني أن يبرر البنكي يخص فقط المعلومات الموجودة في الجوازات.

2.8 الآيونيت

يتم مستعمل البنك الإلكتروني أن المعلومات المرسله من البنك الإلكتروني تسري عبر شبكة الآيونيت التي هي متصلة بشكل دائم مع الآيونيت.

يكن المعلومات الموجودة في البنك الإلكتروني أن تعتمد، بدون أية مراقبة، المحدود حتى وإن كان المرسل والموسد له موجود في الجوازات.

لو أرسلت مجموعة المعلومات بصيغة رموز يبقى المرسل والمرسل إليه مدروين، ويمكن الغير أن يتعرف بوجود الآيون في ذلك البنك.

9. حماية البنك الإلكتروني

1.9: عدم صمود الآيونيت نظراً لإستعمال صيغة الرموز في البنك الإلكتروني، يستعمل أي شخص غير مسموح له أن يطلع على المعلومات الواردة للآيونيت، لكن بالنظر إلى التطور المستمر لتقنية الإعلام الآلي، والتطورات في مجال الرموز يتمتع تحقيق حماية مطابقة سواء من طرف الآيون أو من طرف البنوك. بشكل حساب مستعمل البنك الإلكتروني، جزءاً مكتملاً لجهاز البنك الإلكتروني، هذا الأخير الموجود خارج حمية البنك وبالتالي يمكن أن يضلل بعض الفئات على الجهاز.

2.9 مخططات الآيون

على الآيون أن يتعرف أيضاً على المخططات الخاصة بالبنوك - معرفة غير كافية للجهاز، وعوامل الأولية والحماية ناقصة (مثل حماية غير كافية لحفظ المعلومات في الضموم، إرسال الفهرس من طرف الغير مسموح له يؤدي إلى سهولة العبور، كذلك خطر الفيروس الذي يمكن أن يعم كل الجهاز خاصة عند الإتصال بالعمام الخارجي سواء عن طريق شبكات الإعلام الآلي الآيونيت أو طريق (CD ROM) ذلك من الضروري أن على الآيون الإتطلاع المسبق على وسائل الحماية المتوفرة.

لا يمكن استعمال إعادة تشكيل منفذ في الآيونيت بواسطة جهاز (Server Provider) هذا يعني أن لهذا الجهاز إمكانية تحديد متى ومع من تستعمل الآيون. لا يمكن استعمال كفاكس أنه خلال استعمال الآيونيت، يمكن للآيون أن يتصل إلى حساب الآيون بدون أن يتحقق هذا الأمر. لا يمكن ضمان الأمان والخصوصية الآيونيت. يمكن أن تحدث بعض التخططات، كالحفاظ في الآيون، جيوب تقنية، تتبع الشبكة، تدخل غير قانوني في عاد الشبكة، توقف غير منتظر للآيون الآيونيت من طرف الغير وكذا تعمل أو خال في جهاز Server.

10. أحكام قانونية خارجية

يتم مستعمل البنك الإلكتروني أن يستعمل البنك الإلكتروني من بلد خارجي، يمكن أن يتشكل مخالفة القوانين المعمول بها في البلد.

على الآيون أن يتخذ ذلك لدى البنوك المختصة في هذه الحالة المتحدثة بتسديد البنك مسؤوليته.

2.10: يتم زبون البنك الإلكتروني أنه يمكن أن توجد قيود لعليات التسديد والإستداد خاصة فيما يتعلق بحساب الرمز، ويمكن أن يخلصها عند استعمال البنوك الإلكتروني من الخارج.

11. تعديل العقد ومحيط الخدمات

يحق للبنك أن يعدل، في أي وقت، الأحكام والشروط البنكية الإلكترونية، ويعلن الآيون ووكلائه الضرورية بكل الوسائل المنطوية في حالة عدم ورود اعتراض كتابي في أجل شهر بعد الإعتناء، بتغيير التغيرات محقق عليها.

12. التجديد والفسخ

إن عقد الإشتراك للخدمات البنكية مدني بحد ضمني، ويمكن أن يفسخ من طرف الآيون عن طريق إعلان البنك برسالة موصى عليها شهر قبل إنهاء مدة العقد في حالة فتح العقد لا تستمر للآيون المتصريف المتحصلة من البنك.

13. تخططات الأحكام القانونية

الأحكام القانونية المحتملة للآيون، إنشاء تسديد واستعمال البنوك الإلكتروني تستعمل عند تحويلها حين التنفيذ كذلك في الاتصالات الحالية.

14. السبيلان الجزائي

إن بطلان أو عدم شرعية إحدى أو بعض نصوص هذه الأحكام لا تمنع إطلاقاً بصحة الأفعال الأخرى للعقد.

15. تسوية النزاعات

تخضع كل خلافات الآيون للبنك لتتقن الجزائي، ويخضع كل نزاع في حالة عدم تسويته وتجاه إلى المحاكم الجزائرية المختصة.

الفهرس

II.....	الإهداء
III.....	الشكر
IV.....	الملخص
V.....	قائمة المحتويات
VI.....	قائمة الجداول
VII.....	قائمة الأشكال
VIII.....	قائمة الملاحق
ب.....	توطئة:

الفصل الأول: الصيرفة الإلكترونية والتجارة الإلكترونية

2.....	تمهيد:
3.....	المبحث الأول: عموميات حول الصيرفة الإلكترونية.
3.....	المطلب الأول: مفهوم الصيرفة الإلكترونية.
3.....	الفرع الأول: مفهوم الصيرفة الإلكترونية ومراحلها.
3.....	أولاً: مفهوم الصيرفة الإلكترونية :
4.....	الفرع الثاني: الأطراف المشكلة للصيرفة الإلكترونية.
6.....	المطلب الثاني: عناصر العمل المصرفي الإلكتروني.
7.....	الفرع الأول: أهمية العمل المصرفي الإلكتروني.
7.....	الفرع الثاني: ملامح عمل المصارف الإلكترونية.
9.....	المطلب الثالث: مزايا ومخاطر العمل المصرفي الإلكتروني.
9.....	الفرع الأول: مزايا العمل المصرفي الإلكتروني.
10.....	الفرع الثاني: مخاطر العمل المصرفي الإلكتروني.

11.....	المبحث الثاني: مفاهيم عامة حول التجارة الإلكترونية.
11.....	المطلب الأول: ماهية التجارة الإلكترونية.
11.....	الفرع الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية.
18.....	الفرع الثاني: أشكال (أنواع) التجارة الإلكترونية.
22.....	المطلب الثالث: آليات ووسائل الدفع في التجارة الإلكترونية.
22.....	الفرع الأول: أطراف التجارة الإلكترونية.
24.....	الفرع الثاني: وسائل الدفع الإلكترونية.
27.....	المبحث الثالث: الدراسات السابقة.
27.....	المطلب الأول: الدراسات العربية.
29.....	المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية.
30.....	المطلب الثالث: مقارنة بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية.
31.....	خلاصة الفصل الأول:

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية لبنك القرض الشعبي الجزائري-تقرت

33.....	تمهيد:
34.....	المبحث الأول: تقديم عام لبنك القرض الشعبي الجزائري.
34.....	المطلب الأول: نشأة بنك القرض الشعبي الجزائري.
34.....	الفرع الأول: نشأة ومهام بنك القرض الشعبي الجزائري.
34.....	الفرع الثاني: مهام بنك القرض الشعبي الجزائري.
35.....	المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لبنك القرض الشعبي الجزائري واهدافه.
35.....	الفرع الأول: الهيكل التنظيمي لبنك القرض الشعبي الجزائري:
37.....	المبحث الثاني: واقع الصيرفة الإلكترونية في بنك القرض الشعبي الجزائري.
37.....	المطلب الأول: وسائل الدفع الإلكترونية في بنك القرض الشعبي الجزائري.
37.....	الفرع الأول: بطاقة السحب بين البنوك (CIB):
41.....	الفرع الثاني: فيزا كارد VISA CARD:

45.....	الفرع الثالث :الصيرفة الهاتفية :
45.....	المطلب الثاني :أنظمة تحويل المبالغ إلكترونيا
45.....	الفرع الأول: نظام تحويل مبالغ مالية كبيرة ARTS:
46.....	الفرع الثاني :نظام E-BANKING:
46.....	الفرع الثالث: خدمات إلكترونية أخرى نذكر منها :
47.....	المطلب الثالث: آفاق وتحديات الجزائر نحو تعميم نظام الدفع اإلكتروني في تطبيق التجارة الإلكترونية.....
47.....	الفرع الأول :آفاق ومحاولات الجزائر لتطوير نظم الدفع الإلكتروني للإرتقاء بالتجارة الإلكترونية.....
48.....	الفرع الثاني: تأثير الصيرفة الإلكترونية على النظام الإقتصادي والمصرفي الجزائري.....
50.....	الفرع الثالث :عوائق إعتتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر :
52.....	خلاصة الفصل الثاني :
54.....	خاتمة :
57.....	قائمة المراجع :
61.....	الملاحق.....