

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قال تعالى:

" قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ
الْحَكِيمُ "

(البقرة: 32)

قول مأثور:

" تعلموا العلم فإن تعلمه لله خشية ، وطلبه عبادة ، ودراسته تسبيح ،
والبحث عنه جهاد ، وتعليمه من لا يعلمه صدقة وبذله إلى أهله
قربة " .

(الصحابي الجليل معاذ بن جبل رضي الله عنه)

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -

كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم الإقتصادية

مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة الماستر في العلوم الإقتصادية

تخصص: بنوك و مالية

بغنوان:

الصيرفة الإلكترونية كمدخل لبناء الإقتصاد

الرقمي في الجزائر

دراسة حالة البنك الخارجي الجزائري BEA - وكالة ورقلة -

من إعداد الطالبة: بن منصور فريدة

أمام اللجنة المكونة من :

نوقشت بتاريخ:

الأستاذ/..... رئيسا

الأستاذ/ قريشي محمد الصغير..... مشرفا

الأستاذ/..... مناقشا

السنة الجامعية: 2011/2010

شكر

على إثر إنهائنا لهذا العمل أتقدم بشكري وإمتناني للمولى عز وجل
مصدقًا لقوله " ولئن شكرتم لأزيدنكم ".

أتوجه بالشكر الجزيل للأستاذ المشرف " قريشي محمد الصغير "
على مجهوداته.

كما أتوجه بالشكر والتقدير إلى موظفي البنك الخارجي الجزائري –
وكالة ورقلة –.

كما لايفوتني أن أتقدم بالشكر إلى كافة عمال مكتبة كلية العلوم
الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.

ملخص:

يعد مفهوم الإقتصاد الرقمي من أحدث المفاهيم الاقتصادية التي لاقت اهتماماً كبيراً من قبل الباحثين في الآونة الأخيرة ، حيث أصبحت المعرفة والمعلومات من الأركان الأساسية للعملية الإنتاجية ، لاسيما ونحن ندخل القرن الحادي والعشرين الحافل بتكنولوجيا المعلومات والخدمات الإلكترونية والتي أفرزت كماً هائلاً من التطبيقات شملت جميع القطاعات الاقتصادية وكان في مقدمة المستفيدين القطاع المصرفي .

وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على هذا النوع من الإقتصاد وواقعه في الدول العربية وأهم التحديات التي تواجهه ، بالإضافة للصيرفة الإلكترونية باعتبارها أهم مفرزاته ، والتي أتاحت للمصارف خدمات متطورة إستطاعت من خلالها تخفيض التكاليف والسرعة في الأداء والفعالية ، كما لهذا البحث هدف آخر يتمثل في معرفة مدى تطبيق البنوك الجزائرية لهذه التقنية الجديدة من خلال دراسة تطبيقية على مستوى البنك الخارجي الجزائري (BEA)

الكلمات المفتاحية: الإقتصاد الرقمي ، الصيرفة الإلكترونية ، المقاصة الإلكترونية ، الشيك الإلكتروني .

Abstract:

The concept of digital economy is considered as one of the recent notions in economy, which has been given a considerable attention by the researchers. The knowledge and information represent a corner stone in the production process especially that we enter a twenty first century full of new technologies, knowledge and electronic services. This led to the appearance of many new applications covering most of the economic sectors. The banking sector is considered as one of the prominent benefiteres of that new revolutionary era of technology.

This study aims to identify this type of economy, put the light on its reality in the Arab world and the important challenges facing it. It would like as well to highlight the electronic banking as the most important output of the digital economy, which offered the banks developed services permitting them to reduce the costs, speed up the performance and increase the efficiency in their operations.

Besides, this study aims to evaluate the implementation of this new technology in the Algerian banking system through a practical study achieved on the level of The Algerian Exterior Bank (BEA).

Keywords: digital economy, electronic banking, electronic clearing,

electronic check

الفهرس

III.....	الإهداء.....
IV.....	الشكر.....
V.....	الملخص.....
VI.....	الفهرس.....
VII.....	قائمة الجداول.....
VIII.....	قائمة الأشكال.....
IX.....	قائمة الملاحق.....
أ.....	مقدمة.....

الفصل الأول : الإقتصاد الرقمي ، مظهره

01.....	تحياته.....
02.....	تمهي.....
03	المبحث الأول: مدخل للإقتصاد الرقمي.....
03	المطلب الأول : نشأة ومفهوم الإقتصاد الرقمي.....
05.....	المطلب الثاني : خصائص الإقتصاد الرقمي.....
08.....	المطلب الثالث: العناصر الداخلة في تشكيل الإقتصاد الرقمي.....

15	المبحث الثاني: تطبيقات الإقتصاد الرقمي.....
16	المطلب الأول: التجارة الإلكترونية.....
20	المطلب الثاني: التسويق الإلكتروني.....
23	المطلب الثالث : الإستثمار الإلكتروني.....
26	المبحث الثالث : الإقتصاد الرقمي في العالم العربي بين الواقع والتحديات.....
26	المطلب الأول : مدى جاهزية الدول العربية للإندماج في الإقتصاد.....
34	المطلب الثاني : عوائق إندماج الدول العربية في الإقتصاد الرقمي.....
35	المطلب الثالث :سبل إندماج إقتصاديات الدول العربية في الإقتصاد الرقمي.....
37	خاتمة الفصل.....
38	الفصل الثاني: الصيرفة الإلكترونية والنظام المصرفي الجزائري.....
39	تمهيد.....
40	المبحث الأول : الصيرفة الإلكترونية.....
40	المطلب الأول :نشأة ومفهوم الصيرفة الإلكترونية وتطورها عبر التاريخ.....
42	المطلب الثاني : خدمات الصيرفة الإلكترونية.....
45	المطلب الثالث : المصارف الإلكترونية.....

51.....	المبحث الثاني : أساليب الدفع الإلكتروني
52.....	المطلب الأول : مفهوم الدفع الإلكتروني
52	المطلب الثاني : وسائل وأنظمة الدفع الإلكتروني
73.....	المطلب الثالث :المخاطر التي تواجه البنوك في بيئة الإنترنت
78.....	المبحث الثالث : النظام المصرفي الجزائري والصيرفة الإلكترونية
	المطلب الأول :واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في النظام المصرفي الجزائري.....
79.	
85.....	المطلب الثاني : النظام النقدي الإلكتروني في الجزائر
	المطلب الثالث : أهمية العمل بالصيرفة الإلكترونية في النظام المصرفي الإلكتروني.....
90... ..	
92.....	خاتمة الفصل

الفصل الثالث :دراسة تطبيقية حول إستخدام الصيرفة الإلكترونية في البنك الخارجي

الجزائري BEA-وكالة ورقلة-..... 94.....

تمهيد..... 95.....

المبحث الأول :نظرة عامة حول البنك الخارجي الجزائري BEA..... 96.....

المطلب الأول : نشأة وتعريف البنك الخارجي الجزائري BEA..... 96.....

المطلب الثاني : مهام ووظائف البنك الخارجي الجزائري BEA..... 97.....

المطلب الثالث :الهيكل التنظيمي للبنك الخارجي الجزائري BEA..... 98.....

المبحث الثاني : مدى إستخدام بنك BEA-وكالة ورقلة- لخدمات وأنظمة الدفع

الإلكتروني..... 99

المطلب الأول: أنظمة ووسائل الدفع الإلكتروني المستخدمة في بنك BEA -وكالة ورقلة-

..... 99

المطلب الثاني : إثر إستخدام الصيرفة الإلكترونية على أداء بنك BEA -وكالة ورقلة-

..... 107

المطلب الثالث : مزايا وعيوب الصيرفة الإلكترونية بالنسبة للوكالة..... 108.....

المبحث الثالث : آفاق البنك الخارجي الجزائري حول تبني مشروع الصيرفة الإلكترونية وأهم

التحديات التي تواجهه 109

المطلب الأول : آفاق البنك الخارجي الجزائري-وكالة ورقلة- حول تبني مشروع الصيرفة

الإلكترونية..... 110

المطلب الثاني : التحديات التي تواجه الوكالة حول تبني مشروع الصيرفة

الإلكترونية..... 110

خاتمة الفصل..... 111

خاتمة..... 113

قائمة المراجع..... 117

قائمة الملاحق..... 124

شهد العالم عدة تغيرات وتحولات هامة في مختلف القطاعات ومن أهمها قطاع الإقتصاد ، الذي تأثر بصورة كبيرة فقد إنتقل من مفهومه التقليدي إلى مفهوم مختلف وهو ما يسمى بالإقتصاد الرقمي الذي يركز أساساً على المعرفة وتقنيات المعلومات التي حلت محل رأس المال ، وكذا إندماجه بموجة رقمية يعدّ الإنترنت من أبرز صورها .

ويعدّ الإقتصاد الرقمي توجهاً عالمياً حديثاً تسعى إلى تحقيقه الدول والمجتمعات من خلال الإستفادة من معطيات العصر والتحول من إقتصاد الصناعات إلى إقتصاد المعلومات ومن إنتاج البضائع إلى إنتاج المعلومات، وإيجاد إقتصاد رقمي يكون عموده الفقري شبكات الإتصالات والمعلومات، والاعتماد على قوة المعلومات والمعرفة ورأس المال البشري أكثر من الاعتماد على المواد الخام والثروات الطبيعية.

فقد ساهمت شبكة الإنترنت بنموها الهائل والذي تضاعف خلالها مستخدمو الشبكة خلال فترة وجيزة، في تحويل العالم إلى قرية كونية صغيرة، و تنامي دور الشبكة خلالها حتى أصبحت نواة الإقتصاد الرقمي.

وقد أتى هذا النوع من الإقتصاد بعناصر عديدة تحقق فوائد في جميع مجالات الحياة الداعمة للتنمية المستدامة ومن بينها : التجارة الإلكترونية ، التسويق الإلكتروني ، الإستثمار الإلكتروني ، والصيرفة الإلكترونية ، وغيرها من التطبيقات العديدة.

وقد استطاعت الصيرفة الإلكترونية والتي تشكل بدورها أحد إفرزات الإقتصاد الرقمي أن تفرض حضوراً متعاضماً الأهمية في هذا الوقت إلى جانب تقنية المعلومات التي ساهمت بشكل كبير في تطويرها ، وأضحت بذلك إتجاهاً حديثاً ومختلف عن الأعمال المصرفية التقليدية لما تحقّقه من مزايا عديدة .

ولمواكبة التطورات الاقتصادية العالمية، وتنمية المناخ الملائم للإستثمار، ولكي تكون هناك منافسة على المستوى العالمي وتكون الدول العربية على خارطة الإقتصاد الرقمي وعصر المعرفة والتكنولوجيا الحديثة قامت بدورها بتبني تلك المشاريع البارزة في مجال تكنولوجيا المعلومات على المستوى المحلي والإقليمي والتي تغذي بدورها متطلبات هذا الإقتصاد الجديد، وكذلك من أجل العمل على تضييق الفجوة الرقمية السائدة.

وفي هذا الصدد و نظراً لأهمية ما قدمته الصيرفة الإلكترونية للإقتصاد تعمل المصارف الجزائرية على تطوير أنظمتها المصرفية من خلال طرحها لعدة مشاريع وإصلاحات من شأنها عصرنه النظام المصرفي الجزائري والإرتقاء به لأعلى المستويات

ومن هنا يأتي هذا البحث لتسليط الضوء على هذا النوع الجديد من الإقتصاد ، ومعرفة مامدى إستعباه من طرف الدول العربية ومن بينها الجزائر ، وتسليط الضوء كذلك على الصيرفة الإلكترونية بإعتبارها أهم مفرزاته ، ومعرفة مدى إستجابة البنوك الجزائرية لها ، والذي سنحاول من خلاله الإجابة على الإشكالية الرئيسية التي يطرحها البحث.

I. إشكالية البحث:

بناءً على ما سبق ذكره ، يمكن صياغة إشكالية البحث التي سيتم معالجتها في هذا البحث كما يلي :

- مامدى مساهمة المعاملات المصرفية الإلكترونية في بناء الإقتصاد الرقمي في الجزائر؟

- وحتى يتيسر لنا السيطرة على جوانب الموضوع إرتقينا إلى تجزئة الإشكالية الرئيسية إلى الأسئلة الفرعية التالية:

- 1- ماذا يقصد بالإقتصاد الرقمي ؛ وهل توأكب الدول العربية هذه التطورات الحاصلة في الإقتصاد ؟.
- 2- فيما تتمثل الصيرفة الإلكترونية باعتبارها أهم أوجه هذا الإقتصاد ؟ وما خدماتها ؟ وما هي أهم قنوات التوزيع فيها ؟ وما هي المصارف الإلكترونية وماذا تقدم من خدمات تميزها عن المصارف العادية ؟.
- 3- ماهو واقع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر؟ وما مدى إستعداد القطاع المالي والمصرفي لهذا التغير في الجزائر؟

II. فرضيات البحث:

قصد تسهيل الإجابة على الإشكالية المطروحة والأسئلة الفرعية، سوف نضع بعض الفرضيات التي تكون منطلق دراستنا ويمكن حصرها فيما يلي:

- 1- يقصد بالإقتصاد الرقمي ذلك التطور الحاصل في قطاع المعلومات والاتصال والذي أثر بدوره على جميع القطاعات الأخرى ، والأعوان الإقتصاديين ؛ ويعتمد هذا الإقتصاد على مجموعة من الوسائل التكنولوجية وكذا المعلوماتية تسعى البلدان العربية ومن بينها الجزائر لتحقيقها .
- 2- تتمثل الصيرفة الإلكترونية في إتباع الأساليب الحديثة في النشاط المصرفي ؛ وكذا تسوية مختلف المعاملات بوسائل دفع حديثة وخدمات مميزة تخفف من الوقت والتكاليف .
- 3- إن تأخر الجزائر في مواكبة التطورات العالمية لاسيما في ميدان المعلومات والاتصال جعل إستعمال المصارف لهذه التكنولوجيا ضعيفاً مما أدى إلى ضعف في أداء الخدمات المصرفية ؛ ومن أجل مواكبة هذه التطورات تبنت إدارات المصارف الجزائرية إستراتيجيات مناسبة لمواجهة التحديات المتباينة ، في ظل الإنفتاح المالي والتحرير المصرفي

.III مبررات إختيار الموضوع:

هناك مبررات عديدة دفعتنا للإختيار الموضوع نذكر منها:

- الرغبة الذاتية في فهم المصطلحات حديثة النشأة ومنها البنكية وتكوين فكرة عامة عنها، والتي بدأ ذكرها يتكرر في الآونة الأخيرة : كالاقتصاد الرقمي ، البنوك الإلكترونية ، أساليب الدفع الحديثة وكيفية عملها ؛
- التعرف على أهم التطورات العالمية الحاصلة في قطاع الإقتصاد، وبالتحديد التي مست الصناعة البنكية الدولية .
- معرفة مامدى إستجابة البنوك الجزائرية لمثل هذه التغيرات الحاصلة وما هو إستعداد أنظمتها حيال ذلك.

.IV أهمية البحث:

تظهر أهمية هذا البحث بإعتبار إن العالم يشهد تبلور تحولات إقتصادية عميقة تقودها تكنولوجيا المعلومات والاتصال ،والتي أدت إلى بناء مجتمع المعلومات وتشبيد الإقتصاد الرقمي ،ونخص بالذكر " الصيرفة لإلكترونية "، إذ أن هذا التطور التكنولوجي أدى إلى إحداث نقلة مهمة في مجال وسائل الدفع، ومنها تظهر الأهمية البالغة للموضوع مما دفعنا إلى محاولة دراسة تجربة الجزائر في هذا المجال.

.V أهداف البحث:

ترمي هذه الدراسة بعد الإجابة على الإشكالية المطروحة آنفاً ، ومختلف التساؤلات السالفة الذكر إلى تحقيق جملة من الأهداف نذكر منها ما يلي :

- محاولة تسليط الضوء على الإقتصاد الرقمي وأهم تطبيقاته ، بإعتباره من المواضيع الحديثة ؛
- إبراز ماهي الصيرفة الإلكترونية ، بالإضافة إلى تسليط الضوء على المصارف الإلكترونية ؛
- إبراز أهمية إعتداد الصيرفة الإلكترونية في المصارف الجزائرية .

.VI حدود البحث:

تحدد دراستنا للموضوع من جانبين الزماني والمكاني :

- أ - الجانب المكاني: ويتمثل في الدراسة التطبيقية على مستوى البنك الخارجي الجزائري - وكالة ورقلة-
- ب - الجانب الزماني: إقتصرت دراستنا على السنوات من 2008 إلى 2010 .

.VII منهج البحث:

اقتضت طبيعة البحث التعامل مع عدة مناهج متكاملة ومتناسقة من أجل الإلمام بمحاور الدراسة فقد تم الإعتماد على:

- المنهج الوصفي في أغلب الدراسة ، إذ يتعلق بمختلف المفاهيم والتعاريف المقدمة في البحث؛
- المنهج التاريخي للإستعراض أهم التطورات التي مرّت بها الصيرفة الإلكترونية بما فيها البطاقات البنكية ؛
- بالإضافة إلى إستخدام منهج دراسة الحالة عن طريق زيارات ميدانية ، الذي إعتمدنا عليه في دراسة حالة البنك الخارجي الجزائري **BEA** - وكالة ورقلة - .

.VIII الدراسات السابقة:

حسب الإطلاع و في حدود ما توفر لدينا من معلومات و مراجع حول موضوع البحث هناك مجموعة من الدراسات و

البحوث العلمية التي تناولت موضوع الإقتصاد الرقمي ، والصيرفة الإلكترونية في الجزائر نذكر منها مايلي :

- - دراسة (رشيد بوعافية 2005) مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص: نقود مالية وبنوك في كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير بجامعة البليدة ، بعنوان: " الصيرفة الإلكترونية والنظام المصرفي الجزائري - الآفاق والتحديات -" ، وترمي هذه الدراسة إلى محاولة تسليط الضوء على التجارة الإلكترونية و الإقتصاد الرقمي وكذا المصارف الإلكترونية ؛ كما تهدف هذه الدراسة إلى محاولة إبراز وتقويم الإصلاحات المصرفية في الجزائر ؛ كما أبرز الباحث من خلال بحثه ضرورة إعتماد الصيرفة الإلكترونية في النظام المصرفي الجزائري ، وكيفية أدائها مستقبلا في الجزائر .
- - دراسة (جيلي لي أحمد مسري 2007) مقدمة لنيل درجة الماجستير في العلوم الإقتصادية بجامعة دمشق ، بعنوان : " نشأة وتطور النظام المصرفي في الجزائر - البطاقات والنقود الإلكترونية نموذجا " ، وهدف الباحث من خلاله إلى إبراز وتوضيح أهم المخططات والتحويلات التي مرّ بها النظام المصرفي الجزائري بإعتباره الركيزة الأساسية التي يقوم عليها الإقتصاد ؛ كما هدف إلى تكوين فكرة عامة حول الصيرفة الإلكترونية وذلك من خلال التطرق إلى : نشأتها ، تعريفها ، وسرد أنواعها ووسائلها الإلكترونية ومزايا ومشاكل هذا النمط من الصيرفة ؛ وفي الأخير تهدف هذه الدراسة من خلال هذا البحث إلى معرفة واقع هذا النوع من الصيرفة في الجزائر وما هي الجهود المبذولة في سبيل تطبيق هذا النوع من الصيرفة ؛ وما أثر هذه التجربة على المصارف الجزائرية والكشف عن التحديات التي تواجهها.
- - دراسة (عبد الرحيم وهيبية 2006) مقدمة لنيل درجة الماجستير في علوم التسيير ، فرع نقود ومالية ، جامعة الجزائر 2006 ، بعنوان "إحلال وسائل الدفع التقليدية بالإلكترونية " ، وتهدف الدراسة إلى التعرف على أهم الإصلاحات التي مرّ بها الجهاز المصرفي الجزائري ، كما تستعرض الدراسة أهم وسائل الدفع الحديثة التي جاءت بها الثورة التكنولوجية الحديثة وضرورة مواكبتها من قبل النظام المصرفي الجزائري لأجل السير في ركب التقدم ومواكبة التطورات والتغيرات التي تشهدها الصناعة البنكية .

.IX محتويات البحث:

محاولة لإمام بجوانب البحث ارتأينا أن نقسم الدراسة إلى ثلاثة فصول تتقدمهم مقدمة وتليهم خاتمة .
حيث تناولنا في الفصل الأول: الإقتصاد الرقمي ، مظاهره وتحدياته فتطرقنا إليه من خلال التعرض إلى نشأته ومفهومه ،وكذا أهم خصائصه ومكوناته ، وتطبيقاته ؛ وفي الأخير تناولنا واقع هذا النوع الجديد من الإقتصاد في عدد من الدول بما فيها الجزائر .

أما الفصل الثاني ، فقد خصصناه لدراسة الصيرفة الإلكترونية ، وذلك من خلال تقسيمه إلى ثلاث مباحث وتناولنا فيها على التوالي :عموميات حول الصيرفة الإلكترونية والبنوك الإلكترونية وتتضمن النشأة والتعريف ، وأهم الخدمات التي تقدمها ، إضافة إلى إستعراض أساليب الدفع الإلكتروني من خلال المبحث الثاني ؛ وأخيراً تطرقنا في المبحث الثالث إلى النظام المصرفي الجزائري ومدى تطبيقه لأساليب وأنظمة الصيرفة الإلكترونية باعتبارها أهم أوجه الإقتصاد الرقمي .
وبالنسبة للفصل الثالث فقمنا بدراسة تطبيقية حول مدى إستخدام الصيرفة الإلكترونية على مستوى البنك الخارجي الجزائري BEA - وكالة ورقلة- ، وقد تضمن هذا الفصل كذلك ثلاث مباحث تناولنا فيها: نظرة عامة حول البنك الخارجي الجزائري ؛ ومدى إستخدام هذا البنك لخدمات ووسائل وأنظمة الدفع الإلكتروني ؛ وأخيراً تطرقنا إلى آفاق البنك الخارجي الجزائري حول تبنى مشروع الصيرفة الإلكترونية ، وأهم التحديات التي تواجهه .

X. صعوبات البحث:

- أثناء إعدادنا لهذا البحث، و كغيرنا من الباحثين واجهتنا بعض الصعوبات نرى من الضروري ذكر بعضها:
- حداثة الموضوع خلقت جوا من غياب ترجمة عربية لكل المصطلحات التقنية التي تخص الموضوع؛
 - نقص المراجع الخاصة بموضوع الدراسة و خاصة الكتب و آن وجدت فهي قديمة، و نظرا للتطور السريع الذي تعرفه تكنولوجيا المعلومات و الاتصال بصفة عامة، و تكنولوجيا الإنترنت بصفة خاصة فإن المعلومات الواردة في هذه الكتب تصبح عديمة الفائدة؛
 - صعوبة إجراء الدراسات التطبيقية الخاصة بهذا الموضوع في الجزائر، بالنظر إلى التأخر الكبير الذي يشهده الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية؛
 - ثقافة الإنغلاق التي مازالت تنتهجها المؤسسات الجزائرية و رفضها التعاون مع الطلبة الباحثين بحجة سرية المعلومات.

تمهيد:

لقد طرأت تحولات كبيرة على المجتمع وعلى الإقتصاد ، بسبب ما شهده قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال من نمو وتكامل وتعقيد ، حيث أصبحت أجهزة الحاسوب والأدوات الإلكترونية قادرة على تحقيق الاتصال المباشر مع بعضها البعض بغض النظر عن تباعد المسافات بينها ، وهذا الاتصال والتواصل يتحقق عبر شبكات عالمية أهمها الشبكة الدولية للمعلومات الإنترنت.

وقد أدى الانفجار الواسع في النسيج الترابطي وتنامي استخدام الإنترنت لثورة رقمية عملت على إحداث تغيرات جوهرية في هيكل الإقتصاد وتفكيك النظم التقليدية ، وإرساء بنود نظام جديد هو الإقتصاد الرقمي أو اقتصاد الإنترنت أو الإقتصاد الجديد ، الذي نتجت عنه آثار ملموسة في مجالات عديدة كالإعمال التجارية، الإدارة العامة ، التعليم ، الصحة والزراعة وغيرها. فمن خلالها أصبح بإمكان الأفراد والمؤسسات الاتصال فيما بينهم من أجل إختيار المنتجات والخدمات الأنسب من خلال إجراء مقارنات الأسعار وإتخاذ قرار الشراء.

من خلال هذا الفصل سنحاول التعرف على مفهوم الإقتصاد الرقمي ، خصائصه وكذا العناصر الداخلة في تشكيله، وكذلك الإلمام بأهم تطبيقات الإقتصاد الرقمي ، وأخير سنتطرق في هذا الفصل إلى واقع الإقتصاد الرقمي في العالم العربي بالإشارة إلى حالة الجزائر.

وستتناول الموضوع من خلال المباحث التالية:

- ❖ المبحث الأول : مفاهيم عامة حول الإقتصاد الرقمي.
- ❖ المبحث الثاني: تطبيقات الإقتصاد الرقمي .
- ❖ المبحث الثالث : الإقتصاد الرقمي في العالم العربي، بين الواقع والتحديات.

المبحث الأول : مفاهيم عامة حول الإقتصاد الرقمي

إن الانتشار السريع في وسائط تكنولوجيا المعلومات و إستخدام الوسائط الإلكترونية وما أحدثه من تغير في أساليب حياة الإنسان أدى بشكل مباشر إلى تغيير في طرق ووسائل تنفيذ الأنشطة الاقتصاديّة ، أدى ذلك إلى ظهور نوع جديد في الإقتصاد وهو ما يطلق عليه "بالإقتصاد الرقمي " ، أو إقتصاد المعلومات ، وأعصر الإنترنت الذي يعبر عن رؤية مستقبلية لعالم تكون فيه المعلومات الركيزة الأساسية للإقتصاد.

المطلب الأول : نشأة ومفهوم الإقتصاد الرقمي

يعود ظهور هذا النوع من الإقتصاد إلى التطورات التي شهدتها الإقتصاد الجديد ، وهو تعبير برز مؤخرا ليفسر الظاهرة التي دخلت بالإقتصاد الأمريكي إلى دائرة الإنتاجية العالمية والنمو المتواصل ، بإعتبار هذا الإقتصاد أكبر إقتصاد في العالم.

وتمثل تكنولوجيا المعلومات والاتصال (Tic) المحرك الأساسي للإقتصاد الأمريكي الجديد والذي أصبح يشكل بشكل كبير إقتصاد رقمي تحكمه الإتصالات وشبكة الإنترنت Internet ، وقد شكلت (Tic) عاملا أساسيا في التحول الذي شهدته الإقتصاد الأمريكي خلال السنوات الأخيرة وحققت له عائدات ضخمة وساهمت في تحقيق زيادات معتبرة في الإنتاجية ، وتجدد الإشارة هنا أن العوامل الهيكلية المصاحبة لظاهرة الإقتصاد الجديد والتي تأتي في قمته الثورة التقنية المعلوماتية والتي رغم أنها بدأت كظاهرة أمريكية إلا أنها إنتقلت خلال فترة وجيزة وبدرجات متفاوتة إلى الدول المتقدمة الأخرى ، ولكنها لم تتضح بعد في الإقتصاديات النامية والناشئة ومنها الإقتصاديات العربية.¹

تعددت الآراء حول إيجاد تعريف موحد للإقتصاد الرقمي ، ولعل من أبرز ما كتب حول مفهومه مايلي :

- يقصد بالإقتصاد الرقمي " ذلك التفاعل والتكامل والتنسيق المستمر بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال (tic) من جهة ، وبين الإقتصاد القومي والقطاعي والدولي من جهة أخرى ، بما يحقق الشفافية والفورية لجميع المؤشرات الاقتصادية المساندة لجميع القرارات الاقتصادية والتجارية والمالية في الدولة خلال فترة ما "².

¹ - بوعافية رشيد ، " الصيرفة الإلكترونية والنظام المصرفي الجزائري " ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية ، تخصص نقود ومالية وبنوك ، جامعة البليدة ، 2005 ، ص 24 .

² - فريد النجار ، "الإقتصاد الرقمي" ، الطبعة الأولى ، الدار الجامعية ، مصر ، 2007 ص 25 .

وتلعب تكنولوجيا المعلومات والاتصال (tic) دورا استراتيجيا في زيادة معدلات النمو الاقتصادي و إصلاح الآليات الاقتصادية والتجارية والمالية، وبالتحديد تقوم تكنولوجيا المعلومات وأدواتها المختلفة مثل الشبكة الدولية للمعلومات Internet بتغيير أنماط الأداء الاقتصادي في المال والأعمال والتجارة والاستثمار من الشكل التقليدي إلى الشكل الفوري online بما يحقق تحسین المراكز التنافسية بعنصر الوقت أي المنافسة بالوقت.

- كما يعرف الإقتصاد الرقمي على أنه "ذلك الإقتصاد المرتبط بمفهوم مجتمع المعلومات الذي يعبر عن رؤية مستقبلية لعالم تكون فيه المعلومات الركيزة الأساسية للإقتصاد والعلاقات البشرية ككل متجسدة في بنية تحتية رقمية عالية كفاءة بتحقيق ذلك في شتى مجالات الحياة".³

- وهناك تعريف آخر للإقتصاد الرقمي على أنه ذلك الإقتصاد الذي يستند على التقنية المعلوماتية الرقمية ، ويوظف المعلومات والمعرفة في إدارته، بوصفها المورد الجديد للثورة، ومصدر إلهام للإبتكارات الجديدة.⁴

■ من خلال ما سبق ذكره نستخلص أن الإقتصاد الرقمي أو ما يسمى بالاققتصاد الإلكتروني Electronic Economy يبنى أساسا على التطور التكنولوجي والمعلوماتي الذي يزيد من فرص نمو وتطور المنتجات والخدمات خصوصا القابلة للتداول التجاري رقميا عبر الشبكات المعلوماتية ، يقوم على مجموعة من الركائز أهمها :

البيانات والمعلومات وتكنولوجيا ونظم المعلومات والتقدم في الاتصالات و الحواسيب Computers (من معدات وبرامج وغيرها).⁵

- ويساعد الاقتصاد الرقمي على:

* زيادة اندماج اقتصاد الدولة في الإقتصاد العالمي .

* زيادة فرص التجارة العالمية و الوصول إلى الأسواق العالمية.

* كما يحسن الاقتصاد الرقمي من العلاقات بين الموردين والمصدرين والمنافسين والمتعاملين والمستثمرين والبنوك وشركات التأمين والصناع والمنتجين والأجهزة الحكومية والجمارك والضرائب والمؤسسات الدولية وغيرها.

3- بوشول فائزة وآخرون، " واقع الإقتصاد الجديد في العالم العربي والجزائر" ، جامعة سطيف ، ص 121

4- حسن مظفر الرزو ، "مقومات الإقتصاد الرقمي ومدخل إلى إقتصاديات الإنترنت" ، مركز البحوث ، الرياض ، 2006 ، ص 13

5 - إبراهيم بختي ، "تنمية وتطوير المنتجات والقيمة المضافة في الإقتصاد الرقمي" ، المؤتمر العلمي الدولي الأول ، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة الجزائر 2002 ،

المطلب الثاني : خصائص الإقتصاد الرقمي

يعمل الإقتصاد الرقمي على نشر "مجتمع المعلومات والمعرفة" ، أو ما يطلق عليه إقتصاد المعرفة ، أو المجتمع الشبكي أو المجتمع اللاسلكي ، وهناك عدة تعاريف تخص مجتمع المعلومات والمعرفة فمنها ما يرى بأنه: "إحداث مجموعة من التغييرات الإستراتيجية في طبيعة المحيط الاقتصادي وتنظيمه ليصبح أكثر استجابة وانسجاما مع تحديات العولمة وتكنولوجيا المعلومات والاتصال ، والتنمية المستدامة بمفهومها الشمولي والتكاملي ، فالمجتمع المبني على إمتلاك زمام المعرفة وعلى المساهمة في خلقها وتعميقها وتطويرها ، يكون مؤهلا أكثر من غيره لسير في ركب التقدم ودخول عالم العولمة من أوسع أبوابها ، وعلى كافة الأصعدة - الإقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية والعلمية-"⁶.

- وهناك تعريف آخر لإقتصاد المعرفة بأنه نمط إقتصادي متطور قائم على الإستخدام الواسع النطاق للمعلوماتية وشبكات الإنترنت في مختلف أوجه النشاط. الإقتصادي، مرتكزا بقوة على المعرفة والإبداع والتطور التكنولوجي خاصة فيما يتعلق بتقنيات الإعلام والإتصال⁷

- أما التعريف الذي تبناه مؤتمر القمة العالمي لمجتمع المعلومات والمعرفة (جنيف 2003):

"هو المجتمع الذي يستطيع فيه كل فرد إستحداث المعلومات والمعارف والنفاز إليها وإستخدامها وتقاسمها بحيث يمكن الأفراد والمنتجات والشعوب من تسخير كامل إمكاناتهم في النهوض بتنميتهم المستدامة وتحسين نوعية حياتهم"⁸.

- ويساعد إنتشار مجتمع المعلومات والمعرفة على تشجيع بناء الحكومة الإلكترونية E.government ، والبنوك الإلكترونية E.Banking ، والتجارة الإلكترونية E.commerce ، والإدارة الإلكترونية E.Management ، وكذا الشركة المساهمة الإلكترونية E.corporation ، ويحتاج كل ذلك إلى التطوير المستمر في مؤشر مجتمع المعلومات والمعرفة عن طريق زيادة أعداد الحواسيب الإلكترونية ، وإستخداماتها في المعاملات والوظائف وزيادة عدد المشتركين في الشبكة الدولية للمعلومات Internet وتطوير إستخدام البرمجيات في إدارة الأنشطة الإقتصادية والتجارية والإنتاجية والمالية والتسويقية وإدارة الموارد البشرية والأ أنشطة التعليمية والتدريبية . وفيما يلي أهم خصائص وسمات الإقتصاد الرقمي:⁹

أ - سهولة الوصول إلى مصادر Access:

⁶ - هاشم الشمري، ناديا الليثي، "الإقتصاد المعرفي"، الطبعة الأولى ، دار الصفاء ، للنشر والتوزيع ، عمان، 2008 ، ص14

⁷ - هدى زوير خلف ، " إقتصاد المعرفي والتنمية البشرية (إطار ودراسة مقارنة في بلدان عربية مختارة)" ، مذكرة دكتوراه فلسفة في العلوم الإقتصادية ، جامعة الكوفة ، 2009 ، ص20

⁸ - إبراهيم بختي ، " مطبوعة مقياس تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة" ، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة ورقلة ، 2010/2011 ، ص 13

⁹ - فريد النجار ، نفس المرجع السابق ذكره، ص26-27-28-29

يعتمد نجاح ونمو الإقتصاد الرقمي على قدرة الأفراد والمؤسسات على المشاركة في شبكات المعلومات ومواقع الإنترنت المختلفة ، ويتطلب الإشتراك الفعال في تلك الشبكات وفي الإقتصاد الرقمي ضرورة توفر البنية التحتية ، مثل : شبكات الكهرباء ، وشبكات الهواتف ، وإنخفاض تكلفة ورسوم تلك الخدمات ، وتوفر الآلات والأجهزة والمعدات والمهارات والتعليم والتدريب وتوفر الموارد المالية وإستخدام الأموال الإلكترونية والبلاستيكية مثل : بطاقات الإئتمان الدائنة والمدنية.

ب - المنافسة وهيكل السوق في ظل الإقتصاد الرقمي:

يشمل الإقتصاد الرقمي تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتجارة الإلكترونية وخدمات التوصيل الإلكترونية والبرمجيات والمعلومات ، وهي تختلف باختلاف حجم المعاملات الإقتصادية والتخصص والموارد والقطاعات الإقتصادية ومكونات الناتج المحلي الإجمالي ، ويرى بعض الإقتصاديين أن مكونات الإقتصاد الرقمي تختلف باختلاف نطاق الإقتصاد وتأثير شبكات المعلومات والمعايير والسلع العامة وتكلفة المعاملات والصفقات ، ومن المعروف أن التكنولوجيات تتغير بصفة سريعة وتؤثر على منظومات الأعمال من حيث المصادر البديلة والمدخلات والعمليات والتشغيل والمخرجات والمنتجات والإستخدامات والتوزيع.

وتؤثر تكنولوجيا المعلومات على درجة المنافسة وأساليبها وتحسين المراكز التنافسية ، ويختلف هيكل السوق وفق درجة تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الإقتصاد الرقمي وذلك على المستويين المحلي والدولي ، ويجب أن تتكامل تكنولوجيا المعلومات والاتصال مع منظومات وقطاعات الإقتصاد المختلفة وخاصة في مجال التصنيع والزراعة والتعليم والتدريب والخدمات المالية والمصرفية والإستثمارية

ت - مستقبل الإقتصاد الكلي في ظل الإقتصاد الرقمي:

تلعب تكنولوجيا المعلومات والاتصال دورا أساسيا في زيادة معدلات النمو الإقتصادي وفي الإستثمارات الرأسمالية والتجارة الإلكترونية الداخلية والخارجية ، ويؤثر الإنترنت في أساليب أداء المعاملات التجارية وأساليب العمل .

ث الإقتصاد الرقمي يوفر المعلومات لاتخاذ القرارات:

يمكن التحكم في المعلومات با لإستخدام الفعّال للمعلومات وتوظيفها لخدمة القرارات والسياسات الإقتصادية ، وتساعد مهارات إدارة المعلومات في نجاح إتخاذ القرارات الإستثمارية بعيدة المدى بدقة ، ويوفر الإقتصاد الرقمي المعلومات عن طريق تعلم كيفية تحديد الإحتياجات المعلوماتية ثم إختيار المصادر المناسبة

للمعلومات الأساسية والهامة أي إدارة المصادر والوارد من المعلومات بطريقة أكثر كفاءة وتكون هذه المعلومات إما:

* معلومات إلكترونية : وتشمل البريد الإلكتروني والإنترنت والمواد المسجلة على أشرطة الفيديو والمعلومات الموجودة

على الأقراص الصلبة أو المرنة **CD-ROM**.

* معلومات المنطوقة: تتمثل في المكالمات الهاتفية والحوارات.

* معلومات مطبوعة: مثل التقارير والفاكسات.

- يوفر الإقتصاد الرقمي المعلومات المثالية من الحداثة و الكفاءة والأهمية والدقة وإمكانية التحقق من صحتها .

ج -آليات الإقتصاد الرقمي:

تأخذ المعلومات الإقتصادية أشكالاً مختلفة في الإقتصاد الرقمي ، فقد تكون في شكل كلمات أو أصوات أو أشكال توضيحية ، كلها قد تكون رقمية أو غير رقمية

ويقصد بالمعلومات "الأنالوج" **Analoguein Formation** تلك المعلومات الموجودة على أشرطة ممغنطة أو أفلام ، والتي لا يمكن تخزينها في الحواسيب الإلكترونية أو تحويلها ، في حين أن الأشرطة أو الديسكات الممغنطة المركزة **CD** تأخذ أشكالاً رقمية حيث يمكن تحويلها بين الحواسيب الإلكترونية ، وبالتحديد تم تحويل الأشرطة والوسائل التقليدية لتداول المعلومات إلى الأسلوب الرقمي والديسكات والفلوبي ديسك ، فيمكن تداول المعلومات الرقمية بين مراكز المعلومات والحواسيب الإلكترونية في حالة تدعيم تلك الحواسيب بالهواتف والأقمار الصناعية ، ومن المعروف أيضا إمكانية تخزين وإسترجاع المعلومات الرقمية ، بجانب إستخدام الكاميرات الإلكترونية الرقمية وأجهزة تصوير المستندات **Scanner** حتى الوصول إلى الإنترنت و **(www) - Word.Wide.Web**.

-إذن يعتبر الإقتصاد الرقمي محصلة التفاعل بين إتجاهات تقدم تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبين المنظومة الإقتصادية (الإقتصاد الكلي - الإقتصاد الجزئي وإقتصاد القطاعات النوعية في الصناعة والزراعة والتجارة والبنوك والمال والصحة والتعليم والعلاقات الإقتصادية الدولية والسياسات النقدية والسياسات المالية وغيرها)

* ويساعد الإقتصاد الرقمي في معرفة أثر الإقتصاد على المجتمع وتشخيص المشكلات الإقتصادية من حيث الأسباب والنتائج والمساهمة في إقتراح الحلول الإقتصادية المثالية والعلمية.

* يؤثر الإقتصاد الرقمي في فروع الإقتصاد المختلفة بالربط بين النماذج الإقتصادية + البرمجيات + الإنترنت وذلك

لتحقيق الأمثلية " Optimization "

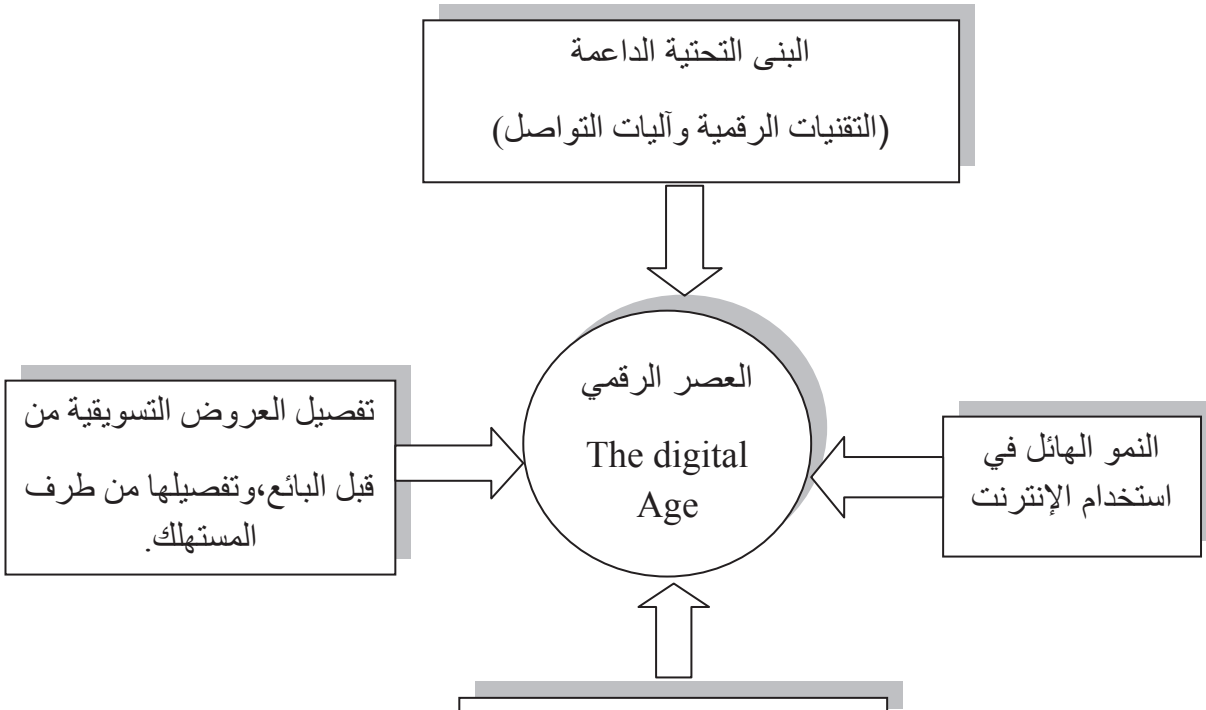
المطلب الثالث: العناصر الداخلة في تشكيل الإقتصاد الرقمي

هناك العديد من العناصر التي تؤثر في الإقتصاد الجديد والتي تلعب دورا حيويا في تشكيله من أمثلتها :

التكنولوجيا الحديثة ، والعملية ، وحركات حماية البيئة ، وغيرها وسوف نقوم بمناقشة أربع قوى رئيسية تؤثر في تحديد شكل العصر الرقمي الجديد :

- البنى التحتية الداعمة .
 - ظهور الإنترنت .
 - الأنواع أ و الأنماط الجديدة من الوسطاء .
 - تفصيل العروض التسويقية من قبل البائع
 - المستهلك Customerization .
- Customization وتفصيل العروض التسويقية من قبل

❖ الشكل (1.1) يوضح القوى التي تشكل العصر الرقمي الجديد :



المصدر: محمد عبد العظيم أبو النجا، التسويق المتقدم (التسويق العالمي - إدارة العلاقات مع العملاء-) ، ،الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية ، 2008 ، ص311

1. - البنى التحتية الداعمة :

تتمثل في التقنيات الرقمية وآليات التواصل **Digitalization and Connectivity** ، التي تستخدم في دعم عمليات وأنشطة الأعمال الإلكترونية وتبادلات التجارة الإلكترونية ، وهذه البنى التحتية تتضمن شبكات الإتصال الهاتفية السلكية واللاسلكية وخدمات الأقمار الصناعية ، والكيانات البرمجية **Software** ، وكذا الكيانات المادية **Hardware** ، والخدم ات التكميلية ، و العنصر البشري المدرب والمؤهل ، وتجدر الإشارة هنا أن العديد من الأنظمة والأجهزة مثل أجهزة الحاسب الآلي المحمول **Laptop Computer** ، وآليات تخزين المعلومات **Information Storage** أصبحت تنطوي على مكونات رقمية تقوم بتشغيل تلك الأنظمة والأجهزة وفقا للتقنية الجديدة .¹⁰

- ونستطيع أن نؤكد هنا على أن التقدم التكنولوجي المتنامي والمستمر قد أحدث نمو متزايد في أعداد الأجهزة والأنظمة التي تعمل وفقا لألية معلومات رقمية **Digital Information** ، والتي تأتي كخلايا ثنائية **Bits** من أصفارا وأرقام ، وقد سهل هذا من إمكانية تحويل الكتب والبيانات والأصوات والصور إلى تلك التيارات الرقمية الثنائية .

- ويتطلب تدفق تلك الخلايا الثنائية من جهاز إلى موقع إلى جهاز أو موقع آخر نوعا من الإتصال والتواصل ، والذي أمكن تحقيقه من خلال شبكات الإتصال .وبالفعل بدأ تنفيذ الكثير من الأعمال التي تجرى حاليا عبر تلك الشبكات التي نتحدث عنها كمايلي :

10- يوسف أحمد أبو فارة ، " التسويق الإلكتروني (عناصر المزيج التسويقي عبر الإنترنت)" ، الطبعة الأولى ، دار وائل للنشر والتوزيع ، الإسكندرية ، 2008 .

1-/ الإنترنت : Intranet :

تعتبر الإنترنت أكثر الأساليب إستخداما للإدارة الداخلية

للمؤسسة ، وهي شبكات تحقق التواصل بين الأفراد العاملين الموحدين داخل الشركة الواحدة

بعضهم البعض ، وكذلك تحقق التواصل بين العاملين وبين الشبكة الخاصة بالشركة.¹¹

1-/1- خصائص شبكة الإنترنت :

تتصف شبكة الإنترنت بالخصائص التالية :

1. تعد شبكة داخلية بمعنى التعامل يقتصر داخليا على موظفي المنظمة.

2. توظف بعض تقنيات الإنترنت في البريد الإلكتروني ، وبرامج التصفح web browsers ،

الحاسبات الخادمة Servers ، وإجراءات التعامل مع الشبكات Networks

Protocols ، وقواعد بيانات الإنترنت Databases .

3. تستهدف شبكة الإنترنت من توظيف تلك التقنيات وتوفير بيئة شبيهة بالإنترنت لدعم أنشطة

التجارة الإلكترونية داخل المنظمة.¹²

1-/2- تطبيقات الإنترنت :

يتم تقسيم تطبيقات الإنترنت إلى ثلاث أقسام:¹³

- أعمال عامة .
- مجالات التطبيقات.
- حلول خاصة بالصناعة.

1) - أعمال عامة: أهم الأعمال العامة التي تقدمها شبكة الإنترنت

- صفحات على الوب خاصة بالأفراد أو الأقسام أو المؤسسة.
- الوصول إلى قواعد البيانات المعتمدة على الوب.
- الاتصالات التفاعلية مثل : الدردشة و الإجتماعات الصوتية والفيديو.
- توزيع المستندات.
- التوصيل الهاتفي.
- التكامل مع الأعمال الإلكترونية.

11- محمد عبد العظيم ، نفس المرجع السابق ، ص 312

12- طارق طه ، "التسويق والتجارة الإلكترونية" ، الطبعة الثانية، دار منشأة المعارف للنشر والتوزيع، الإسكندرية ، 2005 ، ص 631

13- إبراهيم عبد السلام ، "التجارة والأعمال الإلكترونية" ، ماهي لخدمات الكمبيوتر، الإسكندرية ، بدون سنة ، ص 116-117-118-119

2 -مجالات التطبيق :يمكن تطبيق الإنترنت في المجالات الآتية :

- التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية .
- خدمات تقدم للعميل مثل حفظ معلومات تخص منتجاته .
- دعم المعلومات الإدارية .
- المؤسسات الوهمية.
- إدارة الوثائق.

3 - حلول الإنترنت الخاصة بالصناعة :

- خدمات مالية مثل: البنوك والسماسة وشركات التأمين وغيرها.
- تكنولوجيا المعلومات.
- التصنيع مثل: الكيماويات، السلع الغذائية، أدوية.
- البيع بالتجزئة .
- خدمات أخرى متنوعة مثل: التعليم ، البيئة، الصحة، الترفيه، النقل، الإتصال عن بعد....

2- /الإكسترنات : Extranet : هي الشبكة الناتجة عن ربط شبكتي إنترنت . وهي تلك الشبكات التي

تحقق التواصل بين مجموعة من الأطراف الخارجية مثل: مصادر التوريد، قنوات التوزيع، وغيرهم من الشركاء الخارجيين. فمثلا على سبيل المثال : عندما تستخدم شركة A تكنولوجيا الوب للإستخدام الداخلي فقط فتلك هي الإنترنت، أم عندما تعرض شركة A على شركة B الدخول إلى أماكن خاصة في الإنترنت الخاصة بها لتصنع طلبات الشراء وما شابه، فتلك هي الإكسترنات.¹⁴

- يمكن النظر لإكسترنات على أنها وسيلة للتبادل الإلكتروني للمعطيات، وقد توسع وانتشر عبر مجالات .

3- /الإنترنت : Internet: هي شبكة عالمية تعمل على ربط الشبكات المنتشرة عبر العالم ببعضها البعض، عن

طريق خطوط الهاتف أو الأقمار الصناعية، حيث تعود بداية هذه الشبكة إلى عام 1969 عندما طرحت وزارة الدفاع الأمريكي مشروعها الخاص بتبادل المعلومات مع مراكز البحث العلمي في مختلف أنحاء العالم، حيث كانت جامعة كاليفورنيا أول من ساعد في تطوير هذا المشروع ، وأطلقت عليه تسمية "Arpanet".¹⁵

¹⁴- جم سترن ، تعريب باسل الحاج قَدور ، أبو عمشه ، "خدمة الزبائن على الإنترنت"، الطبعة الأولى، مكتبة الكعبيان ، ، المملكة العربية السعودية ، 2003، ص411

¹⁵- أسمهان بن عامر ، "تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأثرها على الخدمات البنكية الإلكترونية"، مذكرة ماستر ، العلوم المالية والمحاسبية ، تخصص مالية المؤسسة ، جامعة ورقلة 2010/2009 ، ص33

- ويمكن تعريف شبكة الإنترنت على أنها : شبكات الحاسب الآلي التي تربط بين عدد هائل من مواقع الويب، والتي تعمل على تحقيق التواصل بين جميع المستخدمين على إختلاف أنواعهم حول العالم، ليس هذا فحسب بل يمكن إعتبرها أيضا مستودع ضخم لأنواع وكميات مذهلة من المعلومات.¹⁶

3-1- خدمات شبكة الإنترنت:

• **البريد الإلكتروني (e-mail):** وهو من أكثر الأنشطة الإلكترونية إستخداما حيث يستخدمه الأفراد العاديين والمتخصصين والشركات والمؤسسات على إختلاف نشاطاتها وحجمها ومدى تقدم تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في مؤسساتهم ، فنجد في الوقت الحالي الكثير منّا لديه عنوان بريد إلكتروني أو أكثر يرسل ويستقبل من خلاله العديد من الرسائل المختلفة ومن جميع أنحاء العالم.¹⁷

- وأهم ما يميز البريد الإلكتروني إمكانية إرسال الرسالة إلى أعداد كبيرة من العناوين بمنتهى السهولة وأقل تكلفة مقارنة بالهاتف والفاكس، كما يمكن إستخدامه من أي حاسوب في أي مكان من العالم ، كما أنه لا يتطلب أكثر من إمتلاك عنوان

• **الشبكة العنكبوتية العالمية للمعلومات: (word wide web):** واختصارها **www** وهي خدمة تسهل التصفح والبحث عن المعلومات وسيرها داخل الشبكة من خلال إمكانية الحصول عليها عن طريق نصوص بالإضافة إلى عناصر تفاعلية تتمثل في الصوت ، الصورة وأفلام وفيديو، وهي مبنية بطريقة يسهل الوصول إليها ، وتترابط مجموعة المعلومات التي تحتويها الشبكة بحسب موضوعاتها بواسطة الوصلات التشعبية والتي تسمح بالقيام بعملية أفقية عبر صفحاته.¹⁸

• **التبادل الإلكتروني للبيانات: (EDI)** : هو أسلوب لإرسال واستقبال البيانات عن طريق شبكات الحاسب الآلي بصورة تسمح بتشغيلها على برامج مستقبلية حتى يستفيد من نتائجها بعد معالجتها، ويتطلب إستخدام أسلوب تبادل البيانات إلكترونيا توفر بعض الأساليب والنماذج القياسية والبرامج الخاصة¹⁹.

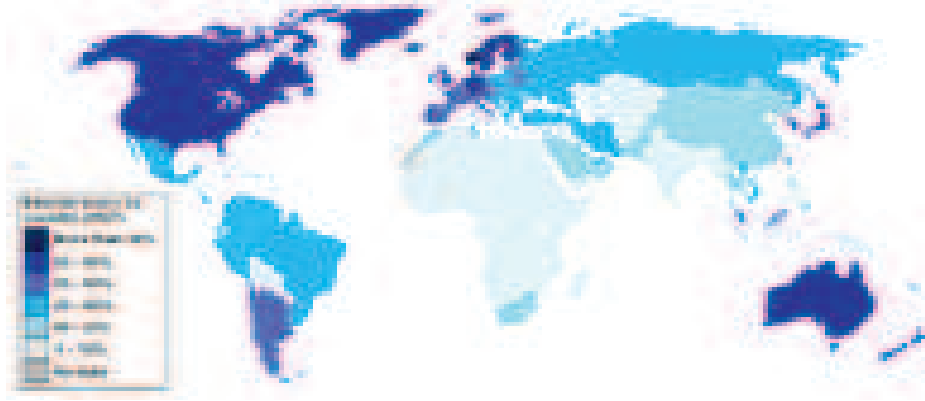
3-2- خصائص شبكة الإنترنت: ونذكر منها:²⁰

16- محمد عبد العظيم أبو النجا ، مرجع سبق ذكره ، ص 312
 17- إبراهيم عبد السلام، مرجع سبق ذكره ص5
 18- زينب شطبية ، "دور التسويق الإلكتروني في دعم الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية"، مذكرة ماجستير، علوم التسويق، تخصص تسويق ، جامعة ورقلة 2009 ، ص64
 19- إبراهيم عبد السلام، مرجع سبق ذكره، ص 6
 20- عمرو أبو اليمين عبد الغني ، " دور الإنترنت في تغيير الإستراتيجيات التسويقية وتوجه العملاء نحو السوق الإلكتروني " ، الملتقى الإداري الثالث : إدارة التغيير ومتطلبات التطوير في العمل الإداري ، جامعة القصيم ، السعودية ، 2005 . ص 08 .

- الإنترنت شبكة مفتوحة Open network وليست شبكة مغلقة كالتى تمتلكها شركات الإتصالات الهاتفية ؛
- الإنترنت وسيلة تفاعلية Interactive medium وليست مثل الوسائل الجماهيرية Mass medium كالتلفزيون أو الإذاعة والصحف ؛
- الإنترنت يجعل المستخدمين شركاء فاعلين في العمليات الإتصالية.

II- النمو الهائل في إستخدام الإنترنت:

يمكن إعتبار الإنترنت تلك الثورة التكنولوجية للألفية الجديدة والتي ساهمت في تمكين المستهلكين ومنظمات الأعمال من التواصل والإتصال بكل الأشكال والطرق الممكنة والمفضلة لهم ، وتشير الدراسات الحديثة إلى قيام الكثير من المستهلكين بإستخدام وتقييم المعلومات المنشورة على الإنترنت قبل إتخاذهم لقراراتهم الهامة كإختيار المدرسة أو الجامعة التي يدخلونها ، والسيارة التي سيقومون بشرائها وإيجاد الوظيفة التي يتطلعون إليها، وكذا إتخاذ قرارات الإستثمار الهامة.²¹



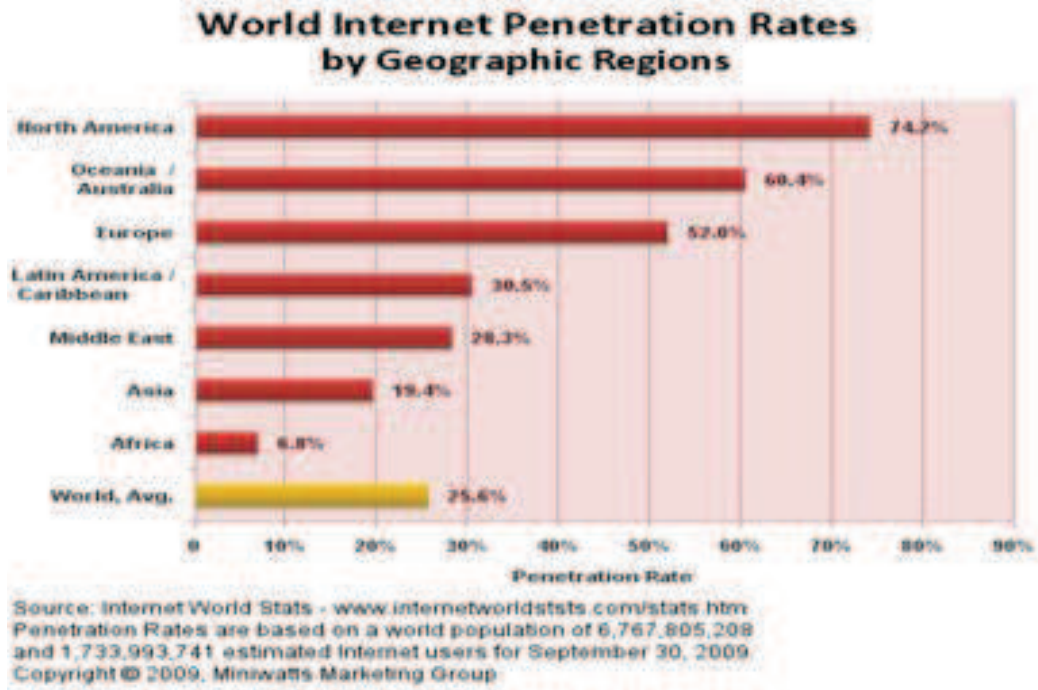
• تطورات إستخدام شبكة الإنترنت في العالم:

توسع إنتشار الإنترنت على نطاق واسع من العالم وبمختلف الفئات العمرية ، فقد أجريت إحصائيات حول إستخدام الإنترنت لمختلف بلدان الكرة الأرضية عبر موقع الإحصائيات الشهير (Internet world stas) وتقول أحدثها أن عدد مستخدمي الإنترنت لعام 2009 بلغ نحو 1.733.993.741 مستخدم في مختلف قارات العالم .

❖ الشكل رقم (1.2) يوضح إحصائيات حول عدد مستخدمي الإنترنت في مختلف قارات العالم لسنة

2009.

21 - محمد عبد العظيم أبو النجا ، مرجع سبق ذكره ، ص 314



المصدر: إحصائيات استخدام الإنترنت حسب آخر الإحصائيات ، متاحة على الربط
<http://crisfordz.forumalgerie.net/t105-topic> ، يوم الإطلاع 2011/05/16

III - الأنماط الجديدة من الوسطاء: New Types Intermediaries

ساهمت التقنيات التكنولوجية الحديثة في ظهور آلاف المنظمات الإعتبارية الموجودة على الإنترنت، والتي يطلق عليها "دوت كوم" dot-coms . وقد أدى النجاح الكبير لتلك النوعية من الشركات مثل **Amzon.com**، و **Yahoo.com** إلى التأثير بشكل واضح على العديد من الشركات الصناعية التقليدية ، وعلى الموزعين الموجودين في الأسواق الفعلية . فعلى سبيل المثال ، تأثرت شركة "كومباك" (Compaq) للكمبيوتر - والتي كانت كانت تعتمد في بيع أجهزة الحاسب الآلي الخاصة بها على موزعي وتجار التجزئة - بما قامت به شركة "دل" (Dell) ، والتي حققت نمو سريع من خلال إعتمادها على البيع الإلكتروني لمنتجاتها ومع ظهور تلك النوعية الجديدة من الوسطاء الموحدين على الإنترنت تم الإستغناء عن خدمات الموزعين التقليديين وهو ما يشار إليه بالنوع الجديد من الوسطاء في عمليات التوزيع .

- وأدى ظهور النمط الجديد من الوسطاء، وتلك الأشكال الجديدة من العلاقات إلى جعل الشركات المنتجة تقوم بإعادة تقييم الطريقة التي تخدم بها أسواقها.²²

IV- تفصيل العروض التسويقية من قبل البائع وتفضيلها من قبل المستهلك:

تعتبر الشركات الصناعية التي كانت تركز بشكل أساسي على تنمية منتجاتها، وعمليات الأعمال الخاصة بها المحور الذي دارت حوله شكل النظم الإقتصادية حيث وجهت إستثماراتها في بناء علامة تحصل من خلالها على مزايا تنمية العروض السوقية التي تقدمها، وكانت تتطلع من خلال فلسفة تنمية منتجاتها إلى تحقيق نمو في الطلب عليها ، والحصول على ميزة وفورات الحجم الكبير. ولتنفيذ تلك الفلسفة فقد إعتمدت هذه الشركات على وضع أنظمة توجيه ورقابة تعمل آليا دون إجراء إي تغييرات.

وعلى العكس نجد أن النظم الإقتصادية الجديدة يتم بنائها حول المعلومات المتعلقة بالأعمال، فالمعلومات أصبحت المصدر الرئيسي للحصول على مزايا التمايز ، ومن خلال التطور السريع للإنترنت وتقنيات التواصل إستطاعت الشركات أن تنمي قدراتها على تجميع المعلومات عن النواحي الفردية للمستهلكين والموردين والموزعين .

المبحث الثاني: تطبيقات الإقتصاد الرقمي

يتكون الإقتصاد الرقمي من مجموعة من المؤسسات الإلكترونية التي تمثل تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال (tic) ، وتحقق فوائد في جميع مناحي الحياة الداعمة للتنمية المستدامة في مجالات عديدة كالأعمال التجارية والإدارة العامة والتعليم والصحة والزراعة وغيرها، وهذه المؤسسات الإلكترونية تتشابه مع بعضها البعض من خلال شبكات المعلومات الداخلية والأخرى الدولية، ويعتبر البريد الإلكتروني ومواقع الإنترنت القاعدة العريضة لتحقيق التشابكات الإقتصادية بين المؤسسات لتنفيذ التجارة الإلكترونية، ويشمل الإقتصاد الرقمي أيضا تسويق العديد من المنتجات المصرفية وتقوم قنوات التوزيع الإلكترونية وهو ما يعرف بالبنوك الإلكترونية ، وقد ساعد توفر البنى الأساسية المتمثلة في إنتشار الأقمار الصناعية والإتصالات الدولية ومجموعة الحواسيب الشخصية والإشتراك في الإنترنت للشركات على ظهور الإستثمار الإلكتروني .

كما تقوم الشركات المساهمة الإلكترونية في الإقتصاد الرقمي بتصميم موقع على شبكة الإنترنت للتعريف بنشاطاتها وخططها وأسواقها وأهدافها لتحقيق الإتصال الفوري بالأسواق العالمية.

- من خلال ما سبق ذكره نجد أن للإقتصاد الرقمي عدة تطبيقات في العديد من مجالات الحياة سنحاول من خلال دراستنا إلقاء الضوء على أهمها كالتجارة الإلكترونية ، التسويق الإلكتروني، الإستثمار الإلكتروني ، أما فيما يخص البنوك الإلكترونية سنتطرق لها في الفصل الثاني .

المطلب الأول : التجارة الإلكترونية Electronic Commerce

تمثل التجارة الإلكترونية واحد من موضوعات ما يعرف بالإقتصاد الرقمي القائم على حقيقتين: التجارة الإلكترونية وتقنية المعلومات، فتقنية المعلومات أو صناعة المعلومات في عصر الحوسبة والاتصال هي التي خلقت الوجود الواقعي والحقيقي للتجارة الإلكترونية ، باعتبارها تعتمد على تقنية المعلومات والاتصال ومختلف الوسائل التقنية الأخرى لتنفيذ وإدارة النشاط التجاري.

1-/- تعريف التجارة الإلكترونية: هناك عدة تعاريف تخص البنوك الإلكترونية نذكر من أهمها:

- "التجارة الإلكترونية" : هي كل معاملة تجارية بين البائع والمشتري ساهمت فيها شبكة الإنترنت بصفة إجمالية أو جزئية، كالتزود بمعلومات تخص خدمة أو سلعة معينة لإقتنائها لاحقاً، ويتم التسديد إلكترونياً سواء، بصك ورقي عند التسليم، أو بطرق أخرى.²³

- تصف "التجارة الإلكترونية" عمليات بيع وشراء وتبادل المنتجات والخدمات والمعلومات من خلال الشبكات بما في ذلك شبكة الإنترنت بأسلوب مباشر (Online)²⁴

- تتمثل "التجارة الإلكترونية" في إستخدام الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تبادل السلع والخدمات والمعلومات، إذ يتم من خلال هذه التكنولوجيا الربط الفاعل بين البائع والمشتري وتبادل المنتجات والمعلومات وتحويل المعلومات.²⁵

- يمكن أن نخلص إلى تعريف يجمع بين التعاريف سالفة الذكر على النحو التالي: التجارة الإلكترونية "هي تنفيذ كل ما يتصل بعمليات بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات بإستخدام شبكة الإنترنت، بالإضافة إلى الشبكات التجارية العالمية الأخرى، ويشمل ذلك:
 1. عمليات توزيع وتسليم السلع ومتابعة الإجراءات.
 2. سداد ودفع الإلتزامات المالية .
 3. إبرام العقود وكذا عقد الصفقات.

23- عامر محمد محمود، " التجارة الإلكترونية"، الطبعة الأولى، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الأردن ، 2006 ص6

24- إبراهيم عبد السلام، مرجع سبق ذكره، ص7

25- عبد العزيز عبد الرحيم سليمان ، " التبادل التجاري (الأسس ، العولمة ، والتجارة الإلكترونية) " ، الطبعة الأولى ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، 2004 ، ص، 196 .

4. التفاوض والتفاعل بين المشتري والبائع.
5. علاقات العملاء التي تدعم عمليات البيع والشراء وخدمات ما بعد البيع
6. المعلومات عن السلع والبضائع والخدمات.
7. الترويج والإعلان عن المنتجات والخدمات.
8. الدعم الفني لسلع التي يشتريها الزبائن.
9. تبادل البيانات إلكترونياً بما في ذلك :
 - أ - التعاملات المصرفية
 - ب - الفواتير الإلكترونية
 - ت - الاستعلام عن السلع
 - ث - كتالوجات الأسعار

2-/- أشكال و أنواع التجارة الإلكترونية:

تتواجد التجارة الإلكترونية في مجالات لا حصر لها ، وهناك أشكال متعددة للتجارة الإلكترونية وأنواع مختلفة، نذكر منها مايلي :

1 -التجارة الإلكترونية بين وحدات الأعمال أو من الشركات إلى الشركات Business

B2B toBusiness : وهي تجارة تتم بين مؤسسات الأعمال أو الشركات ، باستخدام شبكة

الإتصالات وتكنولوجيا المعلومات لتقديم طلبات الشراء إلى مورديها وتسليم الفواتير والدفع.

- ويعد هذا النوع من أنواع التجارة الإلكترونية الأكثر شيوعاً في الوقت الحالي داخل الدول أو فيما بينها باستخدام الوثائق الإلكترونية.

2- التجارة الإلكترونية بين وحدات الأعمال أو الشركات لزبائن Business to Customer

B2C: وهي تمثل التبادل التجاري بين الشركات والأفراد وتشمل بيع المنتجات والخدمات .

- وقد توسع هذا الشكل كثيراً فتوفرت المراكز التجارية على الإنترنت لتقديم كل أنواع السلع والخدمات، وتسمح للمستهلك باستعراض السلع وتنفيذ عملية الشراء .

3- التجارة الإلكترونية بين وحدات الأعمال والإدارة المحلية الحكومية Business to Administration

B2A : تغطي جميع التحويلات مثل: دفع الضرائب والتعاملات بين الشركات وبين

هيئات الإدارة المحلية الحكومية ، حيث تقوم الحكومة بفرض الإجراءات واللوائح والرسوم ونماذج المعاملات على الإنترنت بحيث تستطيع الشركات الإطلاع عليها بطريقة إلكترونية، فتقوم بإجراء المعاملة إلكترونيا دون الحاجة للتعامل مع المكاتب العمومية .

4- التجارة الإلكترونية بين الزبائن والإدارة المحلية الحكومية Administration to Customer A2C: تتضمن العديد من الأنشطة مثل: دفع الضرائب، وإستخراج الأوراق والمستندات إلكترونيا.

3- مزاي وعيوب التجارة الإلكترونية:

تتسم التجارة الإلكترونية بصفات عديدة وخصائص متنوعة، وذلك من خلال ما تقدمه للمستهلكين والبائعين ؛ ولكن مثلما لديها فوائد و مزاي فهي لا تخلو من مخاطر وسلبيات وتحديات تواجهها على أكثر من صعيد ولعل من أهم هذه المزايا والعيوب مايلي:²⁶

أ - المزايا: تتمثل مميزات التجارة الإلكترونية في:

- **بالنسبة للأفراد:**
- إن نظام التجارة الإلكترونية يقدم خدمات متنوعة وجيدة بالنسبة للأفراد ، هذه الخدمات غير موجودة في عمليات الشراء في المتاجر العادية ، فالمشترى يستطيع رؤية مجموعات مختلفة من السلع مرتبة على شاشة الحاسوب الخاص بهم ، فيمكنهم طلب الأصناف التي يردونها مباشرة إما عن طريق مفتاح رقمي أو مجموعة البائعين الموجدين عبر الفضائيات ، فمثلا الملابس تعرض حسب المقاسات واللون والقماش فلا يحتاج الزبون إلى التنقل إلى المتاجر وبالتالي تخفيض الوقت والتكاليف.
- تمكن التجارة الإلكترونية الأفراد من التمتع بفرص الشراء لمدة 24 ساعة في اليوم وطوال العام ومن أي مكان.
- إتاحة عدد أكبر من الإختيارات للعملاء نظرا لإمكانهم إختيار بين عدة بائعين وبين منتجات كثيرة.
- حصول المستهلك على معلومات مفصلة في ثوان قليلة بدلا من أيام أو أسابيع.

■ **بالنسبة لشركات:**

- تمكن التجارة الإلكترونية الشركات من تقليل تكاليف التوزيع كنتيجة لسهولة الإتصال بالمستهلكين المرتبطين بشبكة الإنترنت ، وتقليل تكاليف التسويق نتيجة للإتصال المباشر بين الشركات والمستهلكين وتقليل الوقت نتيجة سهولة عملية البيع.

26- فريد النجار، " التجارة والأعمال الإلكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة "، الدار الجامعية للنشر والتوزيع ، الإسكندرية ، 2006 ، ص 93 .

- إمكانية الشركات من جمع معلومات عن الأسواق من خلال التعرف على عمليات الشراء التي يقوم بها المستهلك وتمكن كذلك التعرف على ما تقدمه الشركات المنافسة من منتجات من حيث الخصائص والمواصفات والأسعار.
- إن الإستمرار الدائم وعلى مدار الساعة لشبكة المعلومات وعدم وجود أوقات معينة لفتح وإغلاق الأبواب يمكن من إيجاد مستهلكين جدد وإختراق أسواق ومنافذ بيع جديدة.

ب - العيوب: هناك عيوب وسلبيات تتحدى التجارة الإلكترونية من بينها:

■ **بالنسبة للأفراد:**

- عدم تمكن المشتري من لمس أو تحسس البضاعة قبل طلبها
- الإنتظار ليوم أو عدة أيام قبل إستلام البضاعة.
- عدم إلمام بعض المستهلكين بتقنيات الحاسوب و الإتصالات أو التقنيات المتطورة التي تقوم عليها التجارة الإلكترونية.
- عدم ثقة بعض الأفراد في التبادل التجاري الإلكتروني وما يصاحبه من إجراءات التسجيل والتوثيق خاصة في دول العالم الثالث مما يعرقل من إزدهار التجارة الإلكترونية.

■ **بالنسبة لشركات:**

- صعوبة تكامل شبكة الإنترنت مع البرمجيات وقواعد البيانات المتوفرة.
- تواجد آلاف المواقع التجارية التي تنافس على بيع نفس المنتجات مما يؤثر على ربحية الشركات.
- مشاكل مواقع الإنترنت من قرصنة وتشويش قد يؤثر على نشاط الشركات.

المطلب الثاني : التسويق الإلكتروني Electronic Marketing

لقد ازدادت الأهمية الإستراتيجية للتسويق الإلكتروني (التسويق عبر الإنترنت) خاصة بعد إنتشار الإستخدامات التجارية للإنترنت ، وقد فتح التسويق الإلكتروني أفقا جديدة في عالم التسويق.

Individual

ويتيح التسويق الإلكتروني للمنظمة فرصة إستهداف المشتريين والمتسوقين والمستهلكين بصورة فردية

Electronic Marketing، ويتمتع التسويق الإلكتروني الفردي بأهمية ترويجية كبيرة ، إذ كلما تمكنت الإدارة

من مخاطبة المشتري بصورة شخصية وفردية أكثر ، كلما كانت قادرة على إستقطابه وجذبه إلى المنظمة بصورة أفضل.

1- مفهوم التسويق الإلكتروني:

يرتبط مفهوم التسويق الإلكتروني **e- Marketing** أو ما يسمى ب التسويق عبر الإنترنت **Internet Marketing** بظاهرة التجارة الإلكترونية **e-commerce**، فأنشطتهما موجهة بالدرجة الأولى لتعاملات التجارة الإلكترونية، وتستهدف عملائها من مستخدمي شبكة الإنترنت.

■ ويعد هذان المفهومان- التجارة الإلكترونية و التسويق الإلكتروني- من أحدث المفاهيم التسويقية في الفكر المعاصر، والتي تتبناه حاليا العديد من منظمات الأعمال المختلفة. ويمكن تعريف التسويق الإلكتروني بأنه:

- التسويق الإلكتروني هو استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق الأهداف التسويقية من خلال شبكات الإتصال المباشر وإتصالات الحاسب والوسائل التفاعلية الرقمية .²⁷
- يوفر التسويق الإلكتروني للمستهلك المعلومات والخدمات التي تتيح له القدر المناسب من المعرفة والتي تمكنه من إتخاذ قرار الشراء الصحيح ، وبذلك يمكن تعريف التسويق الإلكتروني على أنه " شكل من أشكال التبادل التجاري الذي يتم بين الشركات والمستهلكين وذلك من خلال وسائط إلكترونية ."²⁸

2- العوامل الضاغطة وراء تبني التسويق الإلكتروني : و يمكن تحديدها كالتالي :

1 -السوق : ويمثل العوامل التي يضمها متغير السوق في عملية الأسواق الحالية التي تعمل بها منظمات الأعمال، وشدة المنافسة العالمية، وهو ما أسهم بالتبعية في زيادة قوة المستهلكين. وجميع هذه العوامل تشكل عوامل ضغط.

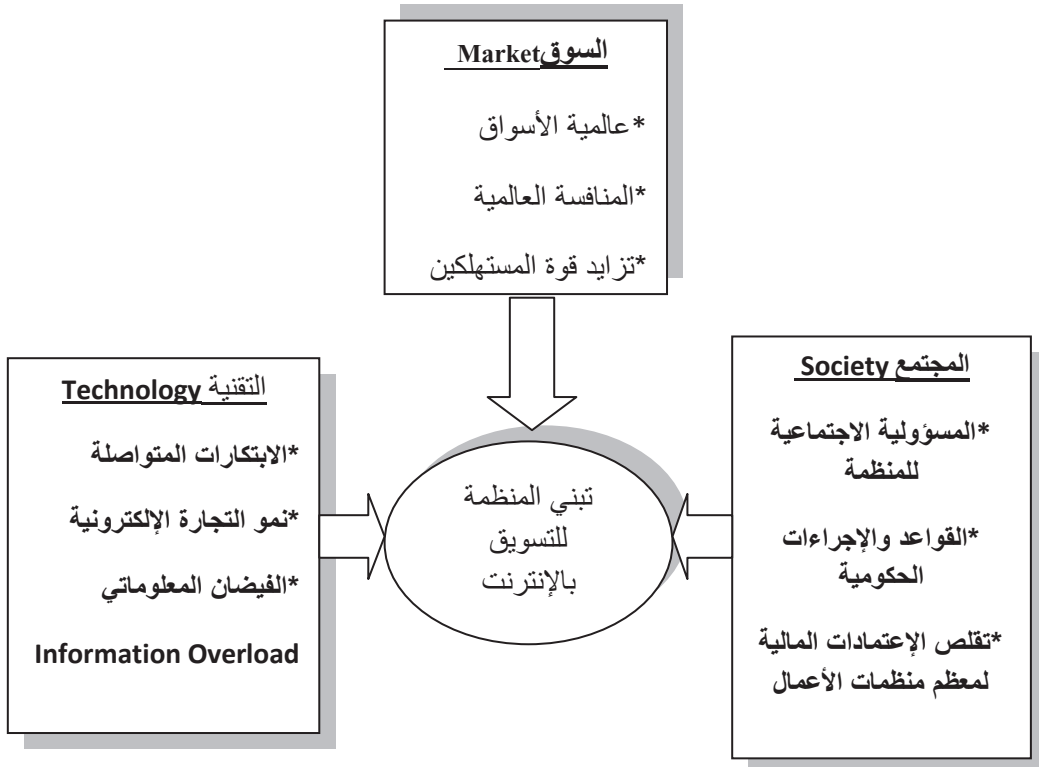
2 -المجتمع : **Society** ويضم المسؤولية الاجتماعية للمنظمة نحو البيئة التي تعمل بها، والقواعد والإجراءات الحكومية التي تضم إنشاء منافذ توزيع جديدة للمنظمة وهو ما يجعل التسويق الإلكتروني البديل المناسب، فضلا عن إتجاه معظم المنظمات حاليا لتقليص الإعتمادات المالية لمختلف أنشطتها، وبالتالي فإن الفاعلية التكاليفية لأنشطة التسويق بالإنترنت تجعله مدخلا ملائما.

27- محمد سمير أحمد، " التسويق الإلكتروني"، الطبعة الأولى، دار الميسرة للنشر والتوزيع، 2009، عمان، ص 132.

28- عماد أحمد إسماعيل النونو، " التسوق عبر الإنترنت -دوافع التبني أو الرفض - ، دراسة ميدانية"، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، تخصص : إدارة أعمال والتخطيط الإقتصادي ، جامعة الأزهر ، غزة ، 2007 ، ص 42 .

التقنية : Technology وتمثل في الابتكارات المتواصلة والنمو المستمر في عمليات التجارة الإلكترونية ، والفيضان المعلوماتي الذي يعمر الأفراد والمنظمات المختلفة نتيجة إستخدام الإنترنت ، ومنطقيا فهذه العوامل تشكل دعوة إيجابية للمنظمات لتبني وتكثيف أنشطة التسويق الإلكتروني.

❖ الشكل (3.1) يوضح العوامل الضاغطة وراء تبني التسويق الإلكتروني



المصدر: محمد عبد العظيم أبو النجا، التسويق المتقدم (التسويق العالمي - إدارة العلاقات مع العملاء-) ، ، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية ، 2008 ، ص 345

3- فرص وتحديات التسويق الإلكتروني:

تتمثل أهم الفرص والتحديات في التسويق الإلكتروني فيما يلي:

أ - الفرص:

يمكن تحديد أهم الفرص والمنافع التي يحققها التسويق الإلكتروني بإستخدام الإنترنت في ظل العولمة وبيئة

الأعمال المتغيرة فيما يلي:²⁹

- تحسين الخدمات المقدمة للمستهلك، وذلك من خلال الأدوات التفاعلية التي يوفرها الإنترنت
- تحسين الإتصالات مع المستهلكين ، والموردين ، والموزعين والعاملين.

29- محمد سمير أحمد، نفس المرجع السابق، ص 133.

- خفض التكاليف وذلك من خلال مواقع الإنترنت التي تسهل على المستهلك التعرف على الأسعار والمراكات، وإجراء عمليات الشراء في أي وقت خلال 24 ساعة.
- إن التسويق الإلكتروني متاح للمنشآت سواء الكبيرة أو الصغيرة دون قيود.
- الوصول السهل و السريع للمعلومات مقارنة بالبريد الإلكتروني والفاكس.
- الميزة التنافسية وذلك من التطورات الهائلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال المرتبطة بالتسويق الإلكتروني التي خلقت فرصا جديدة في دعم الإستراتيجيات المميزة وتحسين الوضع التنافسي للمؤسسات .

ب التحديات:

- يوفر التسويق الإلكتروني فرص كبيرة ومتنوعة في ظل الاتجاه نحو العولمة والتحول إلى الإقتصاد الرقمي ، إلا أنه يواجه بعض الصعوبات والتحديات التي تحد من إستخدامه والإستفادة منه ، ويمكن تحديد أهم هذه التحديات والتي تخص بالدرجة الأولى الدول النامية فيما يلي:³⁰
- غياب البنية التحتية الضرورية لقيام التسويق الإلكتروني ، كعدم توفر أجهزة الكمبيوتر لدى نسبة كبيرة من الأفراد، و عدم إنتشار الإنترنت بصورة كبيرة في الدول النامية.
- عدم تقبل عدد كبير من العملاء فكرة الشراء عبر الإنترنت لإحساسهم بالمخاطر المتعلقة بجودة السلع ورغبتهم في فحصها قبل الشراء.
- محدودية إستخدام البطاقات الإئتمانية في هذه الدول ، على الرغم من أن بطاقات الإئتمان هي أكثر الطرق إنشارا للدفع عبر الإنترنت .

المطلب الثالث : الإستثمار الإلكتروني

شهدت شركات الإستثمار الدولية مع بداية الثمانينات إستخدام الحواسيب الإلكترونية كأداة لإتخاذ القرارات المالية والإستثمارية فيما يخص التمويل و الإستثمار والبحث عن حلول مثالية وملائمة بين العائد والمخاطرة ، وبناء المحافظ الإستثمارية المالية .

ومع تطور الشبكة العالمية " الإنترنت " تطور الإستثمار الإلكتروني والذي مهد لظهور سمسرة الإنترنت وأتاحت الفرصة للحصول على مقدار هائل من المعلومات مما ساعد على الإستثمار دون الحاجة إلى الحصول على نصائح وإستثمارات سمسرة الأسواق المالية.

30- زينب شطيبة ، " دور التسويق الإلكتروني في دعم الميزة التنافسية في المؤسسة الإقتصادية "، نفس المرجع السابق ، ص 95 .

ومع الوقت أصبحت الشبكة أداة لإتمام العمليات حيث لم يقتصر الأمر على المصارف الكبرى وشركات السمسة الإلكترونية بل وصل حتى للمصارف التقليدية.

- وأمام هذا العرض سنتطرق للتعرف على الإستثمار الإلكتروني، وكيفية بناء محفظة الإستثمار الإلكترونية ، وأخيرا سنتعرف على مزايا وعيوب الإستثمار الإلكتروني.

1- مفهوم الإستثمار الإلكتروني :

يشير مفهوم الإستثمار الإلكتروني عن طريق الإنترنت (E-investing) إلى الإستفادة من

- إمكانيات الشبكة وما توفره من معلومات وآليات لإتخاذ قرارات الإستثمار في الأوراق المالية، ويمكن هذا النوع من الإستثمار الحصول على بيانات مالية بأقل تكلفة ممكنة والوصول إلى جميع أسواق المال العالمية.³¹
- ويمكن كذلك إعتبار الإستثمار الإلكتروني على أنه " ذلك الإستثمار الذي يعتمد على إستخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصال لتداول وتبادل المعلومات المالية والإستثمارية الإلكترونية فوراً مما يقلل من مخاطر الإستثمار ويزيد من الشفافية في المعلومات ،ويقلل من تكلفة ووقت الصفقات الإستثمارية ، كما تستخدم الإنترنت في التعرف على المؤشرات الإقتصادية والعالمية والمحلية فوراً وعلى مدى 24 ساعة ، ومن ثم يعتبر حال المستثمر الإلكتروني أفضل بكثير من المستثمر العادي ".³²

■ من خلال ماسبق ذكره نستخلص أن الإستثمار عبر شبكة الإنترنت يهدف إلى :

- *- بيع وشراء الأوراق المالية عبر شبكة الإنترنت ؛
- *- الإشتراك في مواقع الإستثمار الكبرى ، بهدف دراسة القطاعات المختلفة ؛
- *- إستغلال الفرص الإستثمارية من المواقع الإخبارية والتي لم تكن متاحة لصغار المستثمرين قبل ظهور شبكة الإنترنت ؛
- *- إختيار الأصول التي تتفق مع أهداف المستثمرين وإمكانياته المالية ؛
- *- بناء التحليلات اللازمة لمتابعة وتقييم الإستثمارات المختلفة ؛
- *- تقييم البدائل الإستثمارية المختلفة فيما بينها ، وإختيار الأحسن منها ، وذلك نظراً لتوفر المعلومات والبيانات عنها .

2- خطوات بناء محفظة الإستثمار الإلكتروني:

31- بوعافية رشيد ، " الصيرفة الإلكترونية والنظام المصرفي الجزائري " ، نفس المرجع السابق ، ص 57 .
32- فريد النجار ، " الإستثمار بالنظم الإلكترونية والاقتصاد الرقمي " ، مؤسسة شباب الجامعة للنشر والتوزيع ، الإسكندرية ، 2004 ، ص 300 .

يتم إختيار وتحديد محفظة الإستثمار الإلكتروني الفوري عن طريق تحديد الأوراق المالية ذات أعلى عوائد وأقل مخاطر ، بإستخدام قائمة مراجعة إدارة الإستثمار يوميا وأسبوعيا وشهريا ، وكل ربع سنة بالخطوات التالية:

33

الخطوة الأولى:

وتتمثل في الدخول لشبكة الإنترنت والضغط على الماوس على كلمة " portfolio " أي محفظة الإستثمار الإلكتروني لإحضار صفحة المحفظة والتي سوف توضح شكل المحفظة الجديدة - بإفتراض أن المحفظة تشمل 150 ورقة مالية تمثل 7 أنواع من محافظ الإستثمار ، نسجل عدد الأسهم والأسعار التي نوافق عليها ونلغي المحافظ الأخرى يؤدي ذلك إلى إختيار محفظة جديدة.

الخطوة الثانية:

يجب مراجعة المحفظة بشكل يومي بالضغط مرة أخرى على كلمة " portfolio "، ونحدد عائد المحفظة والرسم البياني والمؤشرات الخاصة بها (المستثمر في بورصة Nasdaq 15 دقيقة تأخير ، والمستثمر في بورصة نيويورك 20 دقيقة تأخير، أي يتم تحديث المحفظة كل دقيقتين).

الخطوة الثالثة:

تم المراجعة الأسبوعية لمحفظة الإستثمار الإلكتروني بالضغط على عمود " Analyst Rating " في صفحة المحفظة بالشاشة حيث تتحدد الأحداث الأولويات والترتيبات ، ثم نضغط على كلمة " Insider Trading " للوصول إلى صفحة " Trading "

الخطوة الرابعة:

تتمثل في إستخدام قائمة مراجعة إدارة الإستثمار الفوري كالتالي:

❖ الجدول (1.1) يوضح قائمة مراجعة إدارة الإستثمار الفوري:

المراجعة الفورية				النشاط
الربع سنوية	الشهرية	الأسبوعية	اليومية	
			X	- راجع تقارير أخبار البورصة
			X	- راجع الأهداف
			X	- راجع الخرائط والمؤشرات
		X		- راجع ظروف السوق
		X		- تحديث التداول
		X		- إجراء البحث عن أوراق
				مالبة أخرى

المصدر: فريد النجار ، " الإستثمار بالنظم الإلكترونية والاقتصاد الرقمي " ، مؤسسة شباب الجامعة ، الإسكندرية 2004 ، ص 308 .

3- مزايا و عيوب الإستثمار الإلكتروني: وتمثل في:

أ - المزايا : يمكن القول بأن الإستثمار عبر الإنترنت يشير في الواقع إلى مفهوم أكثر إتساعا من مجرد تداول الأوراق المالية عبر الإنترنت ، حيث أن الإستثمار الإلكتروني قد لا ينطوي على أي قيمة بيع وشراء فورية إنما يشمل المجالات التالية :

- الإستفادة من المعلومات والدراسات والأبحاث المرتبطة بالإستثمار والمتاحة عبر الإنترنت ، حيث يستطيع المستثمرين الحصول على التقارير السنوية للشركات و التقارير المحفوظة لدى هيئة الأسواق والأوراق المالية على مدار الساعة بالإضافة إلى معلومات أخرى عن بيانات كل قطاع من القطاعات وتوقعات الإيرادات وتوصيات الخبراء ، بالإضافة إلى المساعدة الخاصة بإدارة المحفظة الإستثمارية عبر الإنترنت ؛
- الإستفادة من خدمات سماسرة الإنترنت حيث يمكن الدخول في عمليات التداول عن طريق الإنترنت 24 ساعة في اليوم و 7 أيام في الأسبوع ، بالإضافة إلى إنخفاض تكلفة التعاملات
- ب - العيوب : رغم كل ما يحققه الإستثمار الإلكتروني من مزايا إلا أن هناك عدة مشاكل تعيقه ولعل من أهمها :
- تتطلب المعاملات الإلكترونية الخاصة بالإستثمارات نظم دفع إلكترونية مؤمنة وفعالة ، وذلك بإستخدام مختلف تقنيات التشفير والحماية ؛

- يتطلب الإستثمار عبر الإنترنت خبرة واسعة وكبيرة من طرف الأفراد، رغم أن هناك بعض بيوت السماسرة التي توفر وتقدم الخدمات الإستثمارية لكنها غير كافية ؛
- قد يواجه المستثمر بعض الأعطال الفنية في الإتصال بالشبكة خاصة مع تزايد الإقبال على مواقع السمسرة ؛
- زيادة حجم تكلفة الإستثمارات بطريقة غير مباشرة ؛
- تعقد عمليات التداول في معظم الحالات .

المبحث الثالث : الإقتصاد الرقمي في العالم العربي، بين الواقع والتحديات

يتجه الإقتصاد أكثر فأكثر نحو إقتصاد جديد مبني على المعرفة وتقنيات المعلومات، وتعتبر تكنولوجيا المعلومات والإتصال كأداة جديدة للإقتصاد ، وبفضل تطورات قطاع الإتصالات والمعلومات دخل الإقتصاد في تسييره وإدارته عصر الرقمية الذي مسا جميع الأعوان الإقتصادية وفي شتى مجالات الحياة ، وقد باشرت مختلف الدول العربية في بعض المبادرات متفاوتة الأهمية من أجل إنشاء بيئة تحتية رقمية مناسبة لسيير في ركب التقدم والتطور التكنولوجي.

المطلب الأول: مدى جاهزية الدول العربية للإندماج في الإقتصاد الرقمي

إن إندماج إقتصاد بلد ما في الإقتصاد العالمي يتوقف على مجموعة من الأسس الواجب توفرها في هذا الإقتصاد ، وفي نفس الوقت تعتبر مؤشرات من خلالها يمكن الحكم على مدى جاهزية الدول لدخول الإقتصاد الرقمي .

وفي هذا الصدد تحاول العديد من الدول العربية متابعة المستجدات العالمية في مجال تكنولوجيا المعلومات والإتصال وما تفرزه من متغيرات جديدة من خلال تطوير وتحديث اقتصادياتها لتواكب التطورات السريعة والمتلاحقة في تكنولوجيا المعلومات، وبدأت هذه الدول في الإعتماد على الأعمال الإلكترونية (E-Business)، والتجارة الإلكترونية والمصارف

الإلكترونية التي تعتبر من أهم سمات الإقتصاد الرقمي ، وفي مايلي سنتطرق لأهم هذه المؤشرات :

1-/- البنية التحتية للإتصالات والمعلوماتية والجهازية الرقمية : وتضم ³⁴

1-/-1- الإتصالات الهاتفية: بالنسبة لشبكة الإتصالات الهاتفية والتي تعتبر بوابة الدخول لعصر المعلومات ، فقد عملت الدول العربية على تطوير بنيتها التحتية للإتصالات ، وتضاعفت الكثافة الهاتفية وإستكملت عدة دول عربية تحويل شبكاتها إلى النظم الرقمية إلا أنها دون المستوى العالمي .

- فحسب إحصائيات سنة **2008** فقد بلغ عدد الخطوط في الدول العربية (**109** خط لكل **1000** نسمة) ، في حين تصل النسبة في الدول المتقدمة إلى **561** خطا.
- وحاليًا توجد أربعة مشاريع عالمية للإتصالات وتقنيات المعلومات تساهم فيها معظم الدول العربية لتطوير قطاع المعلومات والإتصالات ، وكمثال لهذه المشاريع مشروع " الكيبل " ويبلغ طوله **300000** كلم ، ويربط أكثر من **100** دولة منها **14** دولة عربية، إضافة إلى مشروع " أفريقيا " ومشروع " كيبيل الألياف الضوئية " .

2-/-1- تقانات الإتصال والجهازية الرقمية: وفي مجال تقنيات الإتصال فقد خطت الدول العربية خطوات لا بأس بها حيث أصبحت نسبة كبيرة من شبكات الإتصال تعمل بالطرق الرقمية .

- وتعد " مدينة دبي للإترنت " مثال على التطور الكبير الحاصل في مجال تقانات المعلومات والإتصال .
- ويعتبر توافر الحاسوب من المعايير الأساسية لقياس مدى وصول تقنيات المعلومات عبر الوسائط التقنية الجديدة ، فالإحصائيات تشير إلى نقص شديد في حالة الدول العربية حيث يبلغ المتوسط **13** حاسوب لكل **100** نسمة بينما يبلغ المتوسط العالمي **78.3** حاسوب لكل **1000** نسمة .
- وبالنسبة للإتصالات بالأقمار الإصطناعية فهناك القمر الصناعي " نايل سات " المخصص لأغراض الإعلام ، وقرينًا سيكون قمر صناعي آخر يعمل بالنظام الرقمي إلى جانب قمر " الشريا " المخصص للإتصالات ، وهذا سيحقق مجموعة من المزايا في مجال البحث المعلوماتي .
- في دراسة أعدت لصالح منتدى "دافوس" الإقتصادي الدولي حول تحديات تطور تكنولوجيا الإتصال والإعلام في العالم العربي ، تصنيف الدول العربية إلى ثلاث مجموعات حسب الجدول الموالي :

❖ الجدول (2.1) يوضح تصنيف الدول العربية حسب تطوّر تكنولوجيا المعلومات والإتصال .

مجموعة التطور السريع	مجموعة الدول الصاعدة	مجموعة الدول السائرة في طريق النمو
----------------------	----------------------	------------------------------------

³⁴ - كمال منصور ، عيسى خليفي ، " اندماج إقتصاديات البلدان العربية في إقتصاد المعرفة ، المقومات والعوائق "، مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا ، العدد (04) ، جامعة بسكرة ، ص 57-58 .

- الكويت.	- السعودية.	- المغرب.
- الإمارات العربية المتحدة	- الأردن.	- الجزائر.
	- مصر.	- سوريا.
	- لبنان.	- عمان.

1-3 عدد مستخدمي الإنترنت:

إن أهم مؤشرات قياس الوصول إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصال هو مؤشر "عدد مستخدمي الإنترنت"، والذي يعكس مدى جاهزية الدول للإقتصاد الرقمي ، والجدول الموالي يوضح عدد مستخدمي الإنترنت في مجموعة من الدول العربية.

❖ الجدول رقم (3.1) إحصائيات حول إستخدام الإنترنت في بعض الدول العربية لسنة 2010

الدولة	عدد المستخدمين	نسبة المستخدمين من عدد السكان
مصر	17.060.000	% 21.2
المغرب	10.422.50	% 33.0
السعودية	9.800.000	% 38.1
الجزائر	4.700.000	% 13.6
السودان	4.200.000	% 10.0
سوريا	3.935.000	% 17.7
الإمارات	3.777.900	% 75.9

تونس	3.600.000	34.0 %
لبنان	1.570.000	39.5 %
قطر	351.000	42.6 %
عمان	340.000	10.3 %
العراق	275.000	1.0 %
ليبيا	260.000	4.2 %
البحرين	250.000	34.8 %
مالي	100.000	0.8 %
النيجر	40.000	0.3 %
موريتانيا	30.00	1.0 %

المصدر: إحصائيات حول إستخدام الإنترنت دول العالم، متاحة على الربط <http://ar.wikipedia.org>، يوم الإطلاع

2011/05/18:

- أما إجمالي مستخدمي شبكة الإنترنت في الوطن العربي فقد بلغ حوالي 75 مليون مستخدم في نهاية 2010.

وأكدت الدراسات والإحصائيات أن العدد الحقيقي لمتصفح الإنترنت في الدول العربية سيتجاوز هذا العدد بكثير إذا تمت إضافة إستخدام الشبكة العنكبوتية عبر الهواتف النقالة في هذه المنطقة، فعلى سبيل المثال، في حين لا يتعدى معدل إنتشار الإنترنت في الجزائر حدود 15% فإن معدل تغلغل الهاتف النقال فيها يتجاوز 100%.³⁵

2/- توظيف المعلوماتية:

2/- البنوك العربية وتوظيف المعلوماتية: قامت البنوك المركزية العربية بوضع أسس لتشغيل البنوك وفق النظم الإلكترونية والدفع عبر الهاتف ، ولكن يلاحظ وجود مستوى منخفض في معدلات إنتشار بطاقات الإئتمان وأجهزة الصراف الآلي في المنطقة العربية.

و في ظل المنافسة الشديدة من قبل البنوك الدولية تشجعت البنوك العربية على تقديم العديد من الخدمات المصرفية

الإلكترونية مثل:

✓ - إدارة الحسابات الجارية.

³⁵ - " الإنترنت في الدول العربية" ، متاحة على الربط www.nuqudy.com ، يوم الإطلاع 2011/05/ 19.

- ✓ - تسديد الفواتير.
- ✓ - القروض الشخصية.
- ✓ - الصناديق الإستثمارية.
- ✓ - بطاقات الإئتمان.³⁶
- وتقدم السعودية والإمارات ولبنان والأردن أمثلة جيدة من حيث وجود العديد من البنوك لديها والتي تملك خدمات عبر الهاتف ، بداية من التسهيلات البنكية البسيطة إلى الدفع عن بعد .
- ففي ما يخص البطاقات الائتمانية فقد بلغ عددها حسب إحصائيات **2010** في السعودية **13** مليون بطاقة ، بينما في الإمارات فعددها **09** مليون بطاقة ، أما في البحرين فبلغ نحو **176** ألف بطاقة
- فيما تبلغ نسبة بطاقات الائتمان الإسلامية **1%** إلى جملة البطاقات المستخدمة في الأسواق الخليجية.³⁷
- أما فيما يخص عدد أجهزة الصراف الآلي في الدول العربية يمكن توضيحها من خلال الجدول.

❖ **الجدول (4.1) يوضح عدد أجهزة الصراف الآلي في بعض الدول العربية لسنة 2010:**

الدولة	السنة	عدد أجهزة ATM
السعودية	2010	11013
لبنان	2010	1207
الأردن	2010	1023
الكويت	2010	850
عمان	2010	500
البحرين	2010	400

³⁶- ثامر عدنان قدومي ، "العوامل المؤثرة في إنتشار الصيرفة الإلكترونية" ، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية ، العدد(02) ، جامعة الأردن ، 2008 ،ص301

³⁷- " معدلات إنتشار بطاقات الإئتمان في الدول العربية " ، متاحة على الرابط <http://www.amwal-mag.com> ، يوم الإطلاع 2011/05/19.

الإمارات	2010	246
----------	------	-----

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على:

- عدد أجهزة الصرف الآلي لدى البنوك السعودية، متاحة على الربط <http://www.ameinfo.com> يوم الإطلاع 20 2011/05/

- سوق البطاقات في لبنان ، متاحة على الربط ، <http://www.almustaqbal.com> يوم الإطلاع 2011/05/20.

- شبكة البحرين الإلكترونية للمعاملات المالية ، متاحة على الربط http://www.benefitco.com.bh/our-services_cw_ar.htm ، يوم 2011/05/20.

■ في حين يلاحظ في الدول العربية السائرة في طريق النمو كالمغرب والجزائر مازالت تعتمد في تعاملاتها على الشكل الورقي ، ويعود عدم إستفادة هذه الدول من الثورة الرقمية والنفاذ إلى أسواق جديدة وتسهيل التعاون البنكي التجاري إلى : التدريب المنخفض ومستويات الوعي الضعيفة.

■ على الرغم من أجهزة الصراف الآلي عرفت إنتشار ملحوظا في السنوات الأخيرة وازدادت درجة إستخدامها بشكل واضح في بعض من الدول العربية فهي لا تزال ضعيفة مقارنة مع الدول المتقدمة ، ولا يزال المجال مفتوحا أمام مزيد من التطور في السنوات المقبلة.

2-2 التجارة الإلكترونية في العالم العربي:

إن المتتبع للإقتصاد الجديد في الدول العربية يرى أن التجارة الإلكترونية في العالم العربي حققت نموا مرتفعا منذ سنة 1997 إلى غاية 2009 والجدول التالي يبين ذلك:

❖ الجدول (5.1) يوضح تزايد نمو التجارة الإلكترونية في العالم العربي من سنة 1997 إلى 2009

السنة	1997	2001	2003	2009
العائد	26مليار دولار	330مليار دولار	1000مليار دولار	5000مليار دولار

المصدر: <http://www.asbar.com>

- لقد حققت التجارة الإلكترونية العربية نموا مرتفعا إلا إنها تبقى ضعيفة مقارنة مع الدول المتقدمة، فقد وصل حجم التعاملات الإلكترونية في الدول العربية حوالي **0.7 %** من مجموع التعاملات العالمية، في حين تحقق الولايات المتحدة الأمريكية نسبة تتجاوز **58.1 %**.³⁸
 - فقد قامت الإمارات العربية المتحدة بتقديم خدمات مصرفية عبر الإنترنت ، كما شاع تأسيس متاجر إفتراضية على الشبكة أبرزها متاجر الملابس والحلويات ، وتعد مشروعات الأسواق الإلكترونية في دبي والكويت والسعودية والأردن أكثر مشروعات التجارة الإلكترونية طموحاً ويتوقع إن تحققت خطط تطويرها نماء جيداً في سوق التجارة الإلكترونية العربية.³⁹
 - إن إنتشار التجارة الإلكترونية مرتبط إلى حد بعيد بانتشار الإنترنت، وبالتالي فانتشار الكمبيوتر والهواتف في المنازل والمنشات والأجهزة الحكومية ييسر تبادل المعلومات مروراً بالخدمات والسلع، فبالرغم مما شهدته المنطقة العربية من زيادات كبيرة في عدد مستخدمي الإنترنت، إلا أن النصيب النسبي للمجموعة العربية ما زال ضئيلاً إذا ما قورن بعدد السكان
- 2- /3- النسبة للتسويق الإلكتروني في الدول العربية :

أن هذه البنية التحتية المتواجدة في الدول العربية مقارنة بالدول المتطورة تشكل بنية ما تزال في بداية الطريق الأمر الذي تنعكس آثاره على مستوى التسويق الإلكتروني ونموه، ففي استطلاع في الجزائر حول ما إذا كان المشاركون بالاستطلاع يعرفون موقع ويب للتسويق الإلكتروني كان الجواب **90.14 %** بأنهم لا يعرفون مقابل **9.86 %** وهذا ما يؤكد أن المتاجر الافتراضية في الجزائر كما هو في غالبية البلدان العربية لم ترق بعد إلى المستوى المطلوب في التسوق الإلكتروني.

ذلك أن أغلب المتاجر الإلكترونية العربية هي متاجر للعرض والإعلان فقط وبذلك هي تمارس عملية التسويق الإلكتروني بشكل غير كامل. أن دورة التجارة الإلكترونية لا تكتمل بالإعلان والعرض فقط إذ لا بد من، إتمام العملية حتى إيصال المنتج إلى المشتري في المكان والزمان المناسبين. وبسبب عدم وجود بنية لوجستية كاملة في البلدان العربية فإن أغلب المتاجر الإلكترونية تكتفي بتنفيذ نصف دورة التسويق الإلكتروني. وهو ما يطلق عليه البعض التسويق الإلكتروني الساكن.

ويقسم الباحثون المتاجر الإلكترونية العربية إلى ما يلي⁴⁰:

أ - متاجر تقوم بعمليات العرض والإعلان فقط.

ب- متاجر تمارس التسويق الإلكتروني الكامل من حيث العرض والبيع والتسوية المالية بواسطة البطاقات الائتمانية وهي

38- محمد كمال أبو عمشه، "التجارة الإلكترونية العربية... الآفاق والتحديات" ، متاحة على الربط <http://www.asbar.com> ، يوم 2011/05/19.

39- أوسير منور ، بن داو دية وهبية ، " التجارة الإلكترونية كأداة للتنافس في الأسواق العالمية - دراسة حالة الدول العربية- " ، الملتقى الدولي الرابع حول : المنافسة والإستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية ، جامعة الشلف ، ص 15

40- "التسويق الإلكتروني في البلدان العربية" ، متاحة على الربط <http://ok1313.yoo7.com/t11971-topic> ، يوم 2011 /08/18.

قليلة جداً؛

ت- متاجر تتيح للعملاء الاتصال معها بواسطة البريد الإلكتروني للتعرف على المنتجات وتتم عملية البيع والشراء والدفع والتحويل بطرق غير إلكترونية كالبريد العادي، وأغلب المتاجر العربية تقوم على هذا النمط؛

ث- متاجر إلكترونية انتقالية تقوم بعمليات البيع والشراء والاتفاق بواسطة شبكة الإنترنت غير أن عملية الدفع تتم عند التسليم وهذه المتاجر تسعى لتطوير خدماتها لتصبح متاجر إلكترونية كاملة من خلال توفير التجهيزات اللازمة وتحقيق الأمن المالي الكافي.

وعلى الرغم من التأخر النسبي للبلدان العربية غير أن بعض الشركات بدأت ببناء قاعدة للتجارة الإلكترونية في عدد من القطاعات مثل البتر وكيمائيات ، الغاز، المناجم، التعدين .

المطلب الثاني: عوائق إندماج الدول العربية في الإقتصاد الرقمي

تواجه إقتصاديات الدول العربية عدة صعوبات وتحديات عديدة نحو الإلتجاه لتبني الإقتصاد الجديد تسببت هذه الصعوبات في إحداث "فجوة رقمية" بينها وبين إقتصاديات الدول المتقدمة ، فقد أصبح تعبير الفجوة الرقمية شائعا ومنتشرا خلال السنوات القليلة الماضية، وهو تعبير يستخدم للدلالة على تلك الهوة التي أحدثتها ثورة المعلومات والإتصال والتي تقاس بدرجة توافر أسس المعرفة بمكونات الإقتصاد الرقمي⁴¹، ولهذا الفجوة الرقمية أسباب عديدة تمثلت في:⁴²

1. غياب البنية التحتية الداعمة لقيام مثل هذا النوع من الإقتصاد ، الذي يتطلب توفر التقنيات الرقمية وآليات التواصل من شبكات الإتصال الهاتفي السلكية واللاسلكية ، وخدمات الأقمار الصناعية ، ، والكيانات المادية التي تفتقر لها الدول العربية ، فهذا التحدي يعد من أكبر العوامل التي تواجه إقتصاديات الدول النامية.

41- بوعافية رشيد ، "النظام المصرفي الجزائري والصيرفة الإلكترونية" ، نفس المرجع السابق ، ص 33 .

42- بخني إبراهيم ، " مطبوعة مقياس تكنولوجيا المعلومات والإتصال " ، نفس المرجع السابق ، ص 05 .

- ✓ ولمواجهة هذا التحدي الكبير تسعى عدد من الدول العربية لتوفير التقنيات والأدوات اللازمة لقطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومن بينها المملكة العربية السعودية حيث بلغت قيمة سوق تكنولوجيا المعلومات في سنة 2010 ما قيمته 12.4 مليار سعودي وقطر فقد بلغت 2.1 مليار دولار أمريكي.⁴³
- ✓ أما الأردن فقد بلغت قيمة سوقها ما يقارب 2.2 مليار دولار أمريكي⁴⁴.
2. إنعدام الثقة في إجراء المعاملات الإلكترونية ، وكذا السداد بوسائل إلكترونية ، وعدم اعتماد التوقيع الإلكتروني والتصديق الإلكتروني للوثائق.
3. - ضعف الإلمام باللغة الإنجليزية في اغلب الدول النامية مما يعوق الاستفادة من كافة مواقع شبكة الاتصالات الدولية نظرا لان 80% من هذه المواقع تستخدم اللغة الإنجليزية.
4. ارتفاع تكلفة استخدام الإنترنت في الوقت الذي ينخفض فيه متوسط الدخل السنوي للفرد في العديد من الدول النامية .
5. ضعف الموارد البشرية وغياب الخبرات التكنولوجية اللازمة نتيجة إنتشار الأمية بنسب عالية ممثلة في الأمية الأبجدية ، علاوة على وجود أمية معلوماتية .
- ✓ فنجد أن مشكلة اللغة تشكل عائق أمام نجاح التجارة الإلكترونية والتسوق الإلكتروني، فالمواقع التي تستخدم اللغة العربية لا تمثل أكثر من 0.5% من مساحة الإستخدام على شبكة الإنترنت.
6. غياب الإطار التشريعي الذي ينظم ويحمي المعاملات الإلكترونية خاصة في ظل إنفتاح الأسواق والحفاظ على حقوق الملكية الفردية.
- ✓ فالدول العربية ومؤسساتها معنية بإرساء الحلول الشاملة أمام إفرزات عصر المعلومات ، ووضع إستراتيجية واضحة للتعامل مع متطلبات النظام الجديد.
7. ضعف الإنفاق العام على البنية المعلوماتية و إنصراف الجهود الحكومية نحو توفير الاحتياجات الأساسية من كهرباء ومياه وصحة وتعليم ... الخ، خاصة في المجتمعات الفقيرة.

43- قيمة سوق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في السعودية ، متاحة على الرابط <http://www.vb.se-te.com/threads/10310-12.4> ، يوم 2011/08/22.

44 - أخبار الأردن ، متاحة على الرابط <http://www.jordannews.com/jordan/5088.html> ، يوم الإطلاع 2011/08/22.

- من خلال دراسة واقع وتحديات عدد من الدول العربية يتضح أنها تعاني من " فجوة رقمية " متسعة رغم ما حققته من نموا متسارعا في مختلف إقتصادياتها، وبناءا على دراسة مؤشرات السابقة في هذه الدول ومقارنتها بالدول المتقدمة وكذا ببعضها البعض إتضح أنها تعاني من فجوة ذات ثلاث مستويات:
- المستوى الأول: وهو الفجوة الرقمية على النطاق العالمي بين الإقليم العربي وأقاليم العالم الأخرى.
- المستوى الثاني: فجوة رقمية على النطاق الإقليمي بين الدول العربية.
- المستوى الثالث: فيمثل تلك الفجوة على النطاق المحلي داخل كل بلد على حدا.

المطلب الثالث : سُبُل اندماج إقتصاديات الدول العربية في الإقتصاد الرقمي

لتتجاوز الدول العربية المعوقات والتحديات سابقة الذكر يتوجب عليها إتخاذ العديد من التدابير والإجراءات لتخرجها من دائرة التخلف والتأخر ونذكر منها:⁴⁵

- تكوين المسؤولين والسياسيين وتوعيتهم بأهمية وضرة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات والإتصال ؛
- إعطاء أهمية أكبر لرأس المال الفكري من أجل بناء مجتمع قائم على المعرفة، فكلما زادت قدرات العاملين المعرفية زادت قدراتهم الإبداعية وهو ما يمنح المؤسسات ميزة تنافسية؛
- الإهتمام بالتوعية المعرفية والتكنولوجية منذ الصغر ؛
- الإهتمام بالمبتكرين والنوابغ ومختلف الباحثين والعاملين في مجالات المعرفة، لأن الوضعية الإجتماعية والمادية الصعبة تجعلهم يهجرون إلى البلدان الغربية التي تستقطب العديد من الأدمغة والموارد البشرية؛
- توفير الإطار القانوني الملائم للبيئة المعرفية والإقتصادية الجديدة ؛
- تحديث النظام المصرفي وتفعيل دوره في تمويل المعرفة والبحث العلمي ؛
- تخفيض تكاليف إستعمال الأدوات التكنولوجية الحديثة وخاصة الإنترنت ، وتعميم إستخدامها من خلال توسيع شبكاتها
- تطوير القدرات في مجال اللغات الأجنبية وخاصة اللغة الإنجليزية ؛
- جذب وتشجيع الإستثمارات الأجنبية في التكنولوجيات الجديدة .

⁴⁵ - عبد الرحمان بن عنتر ، عبد الرزاق حميدي ، " إقتصاد المعرفة وتعزيز تنافسية المؤسسة - مع الإشارة لحالة الجزائر - " ، الملتقى الدولي الرابع حول : المنافسة والإستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية ، جامعة الشلف ، ص 18 .

خاتمة الفصل:

أدت ثورة الإتصالات والمعلومات في عصر التطورات المتلاحقة إلى ظهور تغيرات جوهرية في الإقتصاد، فظهر الإقتصاد الرقمي الذي يعتمد على تقنية المعلومات والإتصال وقد أفرز هذا الإقتصاد عدّة مصطلحات جديدة أهمها : البنوك الإلكترونية والتجارة الإلكترونية ، والتسويق و الإستثمار الإلكتروني... الخ.

وقد أصبح الإقتصاد الرقمي سمة من أهم سمات إقتصاديات الدول المتقدمة ، وقد بقيت الدول المتخلفة بعيدة عن هذا الواقع الجديد ومنها الدول العربية ، وظهر هناك تفاوت بين الدول المتقدمة والدول المتخلفة أو ما يسمى بالفجوة الرقمية حيث أصبحت إقتصاديات الدول تقاس في تطورها على مدى التوجه نحو رقمنة إقتصادها .

إن من بين الركائز الأساسية التي يقوم عليها الإقتصاد الرقمي هي المصارف من خلال ما تقدمه من خدمات مصرفية إلكترونية (الصيرفة الإلكترونية) لكافة الهياكل الأخرى ، وهذا ما سنراه في الفصل الثاني .

الفصل الثاني: الصيرفة الإلكترونية

والنظام المصرفي الجزائري

الفصل الثالث: دراسة تطبيقية حول إستخدام
الصيرفة الإلكترونية في البنك الخارجي الجزائري
BEA - وكالة ورقلة -

تمهيد:

تعتبر البنوك أهم الركائز التي يقوم عليها الإقتصاد الوطني لمختلف الدول ، نتيجة للدور الكبير الذي تقوم به في تعبئة المدخرات من الجمهور ووضعها رهن إشارة المشروعات و الإستثمارات للدولة وبالتالي فإن تلقي الودائع ومنح الإئتمان يشكل النشاط الرئيسي للبنوك إلا أنه لا يشكل النشاط الوحيد لها ، إذ تقوم كذلك بمجموعة أخرى من الوظائف المهدف منها توفير الوسائل الملائمة لتسهيل تعاملاتها مع عملائها ، ومن أجل جذب عدد أكبر منهم خاصة في ظل المنافسة الشديدة .

وقد شهدت العقود الأخيرة تطورات تكنولوجية كبيرة أحدثت تغيرات كبيرة في قطاعات النشاط الإقتصادي ، ولعل من أبرزها القطاع البنكي ، حيث شرعت مختلف البنوك بتكثيف الإستفادة من أحدث التقنيات الحديثة كتكنولوجيا المعلومات والإتصال ، والحواسيب الآلية وكذلك شبكة الإنترنت ، وتطويعها بكفاءة عالية بغية إبتكار خدمات مصرفية مستحدثة ، وتطوير أساليب تقديمها سعيا منها لمواكبة التطورات الحاصلة في هذا النوع من الصناعة .

وفي هذا الصدد عملت المصارف الجزائرية على عصرنه قطاعها المالي والمصرفي وتبني الصيرفة الإلكترونية في السنوات الأخيرة من خلال الجهود المبذولة في إدخال تكنولوجيا المعلومات والإتصال في النشاط المصرفي .

- وإستنادا على ما سبق ذكره سنحاول من خلال هذا الفصل التطرق إلى: نشأة ومفهوم الصيرفة الإلكترونية ، كما سنحاول التطرق إلى أهم الخدمات البنكية المقدمة من طرف الصيرفة الإلكترونية ، كما سنتعرض لأهم أنظمة ووسائل الدفع المستخدمة فيها ، والمخاطر التي تواجه العمليات المصرفية الإلكترونية ، وكيفية التعامل معها ، كما سنتطرق إلى واقع الصيرفة في النظام المصرفي الجزائري ، لذلك إرتقمنا أن تكون خطة الفصل كالتالي :

❖ المبحث الأول : الصيرفة الإلكترونية .

❖ المبحث الثاني: أساليب الدفع الإلكتروني .

❖ المبحث الثالث : النظام المصرفي الجزائري والصيرفة الإلكترونية .

المبحث الأول: الصيرفة الإلكترونية

أدى الانتشار المذهل و المتسارع في شبكة الإنترنت إلى تغيرات جوهرية في طبيعة عمل القطاع المصرفي والمالي، من خلال إمداده بآليات حديثة جعلته أكثر مرونة وديناميكية وسرعة في تقديم خدماته، فقد ظهرت الصيرفة الإلكترونية التي عملت على تحقيق الإستفادة القصوى من تكنولوجيا المعلومات والإتصال بغية تطوير نظم ووسائل تقديم الخدمات المصرفية، وإبتكار تطبيقات جديدة للخدمة المصرفية تتسم بالكفولة والسرعة في الأداء بما يتناسب والتطور المتسارع في الصناعة المصرفية.

المطلب الأول: نشأة و مفهوم الصيرفة الإلكترونية وتطورها عبر التاريخ

1/- نشأة الصيرفة الإلكترونية وتطورها عبر التاريخ:

- يرجع البعض ظهور الصيرفة الإلكترونية إلى السبعينات من القرن العشرين، عندما بدأت البنوك تعرض خدماتها عبر الهاتف للإطلاع على أرصدة وتحويل الأموال، وكذا تسديد الفواتير.
- وفي الثمانينات من نفس القرن ظهرت وسائل متطورة مثل: تلفزة الكابل، والحاسوب الشخصي يمكن إستخدامها في الصيرفة بالبيت، وبذلك حلت مشكلة محدودية الأنظمة الهاتفية.
 - وبعد التطور الكبير الذي عرفته تكنولوجيا المعلومات والإتصال وشبكة الإنترنت، وجدت البنوك الوسيلة المثلى لعرض العمليات المرتبطة بالحسابات المالية دون تحريك السيولة النقدية.
 - وفي سنة 1995 أنجزت "Netscape" أول برنامج يسمح بالدخول إلى مواقع الواب، وأصبحت الصيرفة عبر الخطوط ممكنة، ويعتبر خط "SFNB" أول بنك أمريكي عبر الخط في العالم.¹
 - وكان ظهور أول بنك إفتراضي في منتصف التسعينات في الولايات المتحدة الأمريكية، ليتلاحق بروز مصارف من نفس النمط، وبصورة متسارعة، في مناطق أخرى من العالم، خاصة وأن تسيير الزبون الافتراضي (client virtuel) أقل تكلفة من تسيير الزبون التقليدي²

¹ - تطار محمد منصف، "الصيرفة الإلكترونية والجهاز المصرفي الجزائري"، مجلة الباحث، العدد (02)، جامعة بسكرة، 2002، ص 07.

² - عبد الغني ريوح، نور الدين غردة، "تطبيق الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية بين الواقع والآفاق"، المؤتمر الدولي العلمي حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات الراهنة، جامعة ورقلة، 11-12-2008، ص03

2/- مفهوم الصيرفة الإلكترونية

شهد عالم الوساطة المالية تحولات نوعية غيرت من أهداف وإستراتيجيات العمل المصرفي ، وذلك بسبب الثورة التكنولوجية في الإعلام و الإتصال و عوامة الأسواق المالية والمصرفية ، والصيرفة الإلكترونية أو البنوك الإلكترونية مفهومان يؤديان نفس المعنى وهو تقديم خدمات مصرفية ذات جودة وكفاءة عالية.

*من خلال ما سبق ذكره يمكن تعريف الصيرفة الإلكترونية على أنها:

- "كافة الأنشطة والعمليات التي يتم عقدها أو تنفيذها أو الترويج لها بواسطة الوسائل الإلكترونية مثل الهاتف والحاسوب وأجهزة الصراف الآلي والإنترنت والتلفزيون الرقمي وغيرها ، وذلك من قبل المصارف أو المؤسسات التي تتعاطى التحويلات النقدية إلكترونيا."³

- ويقصد بها كذلك " إجراء العمليات المصرفية بشكل إلكتروني ومن أهم أشكاله شبكة الإنترنت، سواء تعلق الأمر بالسحب، أو الدفع ، أو الإئتمان ، أو غير ذلك ، ففي ظل هذا النمط من الصيرفة لا يكون العميل مضطرا للذهاب لمقر البنك إذ يمكنه القيام بمختلف معاملاته المصرفية من أي مكان أو في أي وقت يريد."⁴

- وهناك تعريف آخر لصيرفة الإلكترونية على أنها " مختلف المعاملات المالية بين المؤسسات المالية ، والأفراد والشركات التجارية والحكومية بطرق حديثة ، مستمدة من تكنولوجيا المعلومات والإتصال وكذا الابتكارات المتواصلة أدوتها لها لتحقيق ذلك "⁵.

- من خلال التعاريف السابقة نستخلص أن : الصيرفة الإلكترونية تمثل تقديم خدمات مصرفية متنوعة، بإستعمال تكنولوجيا المعلومات والإتصال ، وذلك بإستخدام أدوات إلكترونية مختلفة كأجهزة الصراف الآلي والهواتف النقالة والحواسيب الشخصية... وغيرها، والتي تمكن العملاء من الإستفادة منها في أي وقت ومكان وبسرعة فائقة وتكلفة أقل ودون أي عناء .

³ - ناظم محمد نوري الشمري ، عبد الفتاح زهير العبد اللات ، "الصيرفة الإلكترونية (الأدوات والتطبيقات ومعوقات التوسع)" ، الطبعة الأولى ، دار وائل لنشر والتوزيع ، الأردن ،

2008، ص28

⁴ - عبد الغني روج ، نور الدين ، نفس المرجع السابق ، ص 04

⁵ - مزريف عاشور ، معموري صورية ، "عصرنة القطاع المصرفي والمالي وواقع الخدمات البنكية الإلكترونية بالجزائر" ، المؤتمر الدولي العلمي حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات الراهنة ، 11-12-2008 ، ص03

المطلب الثاني: خدمات الصيرفة الإلكترونية

إن ظهور الصيرفة الإلكترونية وتطورها في فترة قصيرة إنجر عنه مجموعة من الإمتيازات ،ومن أهمها الخدمات التي تقدمها عبر القنوات التوزيعية الإلكترونية المختلفة مثل أجهزة الصراف الآلي والهواتف المصرفية وغيرها ، والتي من خلالها تتيح خدمات مصرفية للعميل بشكل كامل من بداية إختيار الخدمة من طرف العميل مروراً بإجراءات إتمامها وإنهاء أداؤها بشكل إلكتروني . وتتمثل أهم قنوات التوزيع الإلكتروني التي تقدم الخدمات المصرفية في:

أ - جهاز الصراف الآلي: "Automatic Teller Machine" (A.T.M)

وهو أكثر الخدمات الإلكترونية إنتشار ، وقد ظهرت أجهزة الصراف الآلي في الثمانينات كبديل لموظفي الصرافة في الفروع المصرفية وذلك بهدف تقليل المعاملات داخل البنك ، فهي تعتمد على وجود أجهزة مخصصة لزبائن من أجل قيامهم بمختلف المعاملات المالية آلياً دون اللجوء إلى مقر البنك ، وتعتمد هذه الأجهزة على شبكة من الإتصالات تربط فروع البنك الواحد في حالة قيامها بخدمة أي عميل من أي بنك .⁶

- ويمكن تعريف آلة الصراف الآلي على أنها " تلك الأجهزة التي يمكن نشرها بالأماكن المختلفة سواءا بالجدار أو بشكل مستقل ، وتكون متصلة بشبكة حاسب المصرف ، ويقوم العميل بإستخدام البطاقات البلاستيكية أوالبطاقات الذكية للحصول خدمات متنوعة كالسحب النقدي ، والإيداع النقدي وغيرها "⁷ .
ولقد أصبحت هذه الأجهزة ومنذ بدء تشغيلها من المستلزمات اليومية في تنفيذ العمليات المصرفية الحديثة للأفراد ،وتتيح لهم مجموعة من الخدمات كالسحب النقدي ؛ إيداع النقد ؛ إيداع الشيكات ؛ دفع الفواتير طلب كشف الحساب ... وغيرها من الخدمات .

ب - الصيرفة عبر الهاتف المحمول (الصيرفة المحمولة): " Mobile Banking "

⁶ - عبد الرحيم وهبية ، "إحلال وسائل الدفع التقليدية بالإلكترونية " ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير ، قسم علوم التسيير، فرع نقود ومالية ، جامعة الجزائر ، 2006 ، ص

50.

⁷ - ناظم محمد نوري الشمري ، " نفس المرجع السابق " ، ص 30.

إن إنتشار الهواتف النقالة أدى إلى تطور الخدمات التي يمكن أن تقدمها بسرعة فائقة ، خاصة منها المصرفية

والخدمات المصرفية التي تتاح من خلال الهاتف المحمول وتشبه الخدمات التي تقدم عبر الهاتف الثابت ، ولكنها تمتاز عنها بأنها تكون عبر بيانات ونص مكتوب ، فتقوم هذه القناة بتزويد الزبون بالخدمة المصرفية في أي مكان وفي أي وقت من خلال إستخدام العميل لرقمه السري الذي يتيح له الدخول إلى حسابه والإستفادة من الخدمات التالية :

الإستعلام عن الأرصدة ؛ الإطلاع على عروض المصارف الأخرى ؛ الإستشارات والنصائح بشأن القروض والتسهيلات ؛ تحويل الأرصدة من حساب إلى آخر ؛ الإستعلام عن أسعار العملات و الفوائد⁸

* ومنذ إنطلاق الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول جرى تطور مذهل وكبير في مجال توظيف وسائل و بروتوكولات الإتصال وتبادل المعلومات في البيئة المصرفية .

ت - خدمة الهاتف المصرفي: " Phone Banking "

تستخدم البنوك خدمة الهاتف المصرفي لتفادي صفوف العملاء في الإستفسار عن حساباتهم و مختلف الخدمات المصرفية الأخرى، وتتيح هذه الخدمة للعميل إجراء عمليات متعددة منها: الخدمات الإستعلامية ؛ تحويل المبالغ المالية من حساب إلى حساب آخر عبر الإنترنت ؛ طلب كشف الحساب ؛ شراء الأوراق المالية؛ متابعة سوق الأسهم .

تستمر هذه الخدمة يوميا ولمدة 24 ساعة ، وتعتمد على شبكة تربط فروع البنك الواحد ككل ؛

والإتصال بفروع البنك يكون برقم موحد بينهما.⁹

- وقد إستفاد البنوك وكذلك العملاء من هذه الخدمة ، فأصبحت هناك مراكز متخصصة للإتصال لخدمة العملاء ، مما يوفر عليها الكثير من الخدمات التي تستغرق منها ومن العميل وقتا كبيرا ، زيادة على الإقتصاد في التكلفة ؛ وتطورت هذه الخدمات لاسيما في الدول المتقدمة وأصبح العميل يشعر بخصوصيته مع البنك

⁸ - رشيد بوعافية ، " الصيرفة الإلكترونية والنظام المصرفي الجزائري " ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية ، فرع نقود ومالية ، جامعة البليدة ، 2005، ص73.

⁹ - عبد الرحيم وهبية ، نفس المرجع السابق ، ص 27.

الذي يتعامل معه ، فساعدت هذه المراكز على نمو علاقة خاصة بين العميل والمصرف ، وازدادت هذه الخدمات تطورا وذلك بإدخال البريد التلقائي لردّ على مكالمات العملاء.

ث - الصيرفة المنزلية: "Home Banking"

وتمثل تلك الخدمات المصرفية التي تتم من خلال الحاسوب الشخصي المتواجد بالمنزل ، أو مقر العمل أو في أي مكان آخر يتواجد به العميل ، ويتصل بحاسوب المصرف فيتمكن من خلاله العميل الحصول على خدمات تقريبا نفسها التي يحصل عليها من خلال الهاتف المحمول.¹⁰

ج الصيرفة عبر الإنترنت (بنوك الإنترنت): "Internet Banks"

تعد بنوك الإنترنت الأعم والأشمل والأيسر ، والأكثر أهمية في مجال قنوات توزيع الخدمات المصرفية الإلكترونية ، وذلك بفضل إتساع شبكة الإنترنت والزيادة اليومية لعدد مستخدميها.¹¹

- وتقدم بنوك الإنترنت جميع النشاطات المصرفية التي تقوم بها المصارف التقليدية مثل : الإطلاع على الرصيد ؛ تحويل الأموال تسديد الفواتير ، وغيره من النشاطات¹²

❖ كما تقدم خدمات أخرى متقدمة مثل :

✓ - عمليات الدفع الإلكتروني ؛

✓ - الإطلاع على صور الشيكات والفواتير؛

✓ - التأمين على الحياة وعلى الممتلكات الشخصية والتجارية؛

✓ - تجارة الأوراق المالية.

■ ومن خلال ماسبق نرى أن الصيرفة عبر الإنترنت توفر خدمات حديثة ومتنوعة للعميل ، وتتيح له الحصول عليها حيثما يريد ومتى يريد ذلك ، وهي بالتالي توفر له الراحة والأموال ، كما أن للزبون قدرة أوسع في إختيار البنك والخدمات المناسبة له نظرا لتوفر المعلومات ، وسهولة الحصول عليها.

ح خدمات نقاط البيع الإلكترونية: "Point of sale Services"

¹⁰ - عبد الرحيم الشحات ، " المخاطر المالية في نظم المدفوعات في التجارة الإلكترونية "، مجلة الباحث ، العدد (02) ، جامعة الملك عبد العزيز ، 2007 ، ص 50

¹¹ - ناظم محمد الشمري ، عبد الفتاح زهير العبد اللات ، نفس المرجع السابق ، ص 32.

¹² - تطار محمد منصف ، نفس المرجع السابق ذكره ، ص

وتشمل أنواع متعددة من الخدمات المالية للدفع الآلي في المحلات التجارية مثل :
ضمان الصكوك والدفع والقيد المباشر عن طريق التحويل الإلكتروني من حساب المشتري إلى حساب التاجر
بإستخدام بطاقة العميل والجهاز الموجود لدى التاجر.¹³

المطلب الثالث: المصارف الإلكترونية "Electronic Banking"

تمثل المصارف الإلكترونية أحد مواضيع الإقتصاد الرقمي القائم على الإستخدام الواسع
لتكنولوجيا الإعلام الإتصال ، فقد عرفت الصناعة البنكية تطبيق نظم ووسائل جديدة حققت السرعة
في الاستفادة القصوى لما تتيحه هذه التكنولوجيا الحديثة.

فالمصارف الإلكترونية ليست مجرد فرع لمصرف يقدم خدمات مالية بل موقع شامل له وجود
مستقل على الخط ، فإذا عجز المصرف عن أداء خدمة ما يلجأ عادة إلى المواقع المرتبطة التي يتم التعاقد
معها للقيام بخدمات عبر موقع المصرف نفسه.

✓ من خلال ماسبق ذكره سنتطرق إلى معالجة المصارف الإلكترونية بالتركيز على النقاط الأساسية
التالية:

- 1/- مفهوم ونشأة البنوك الإلكترونية.
- 2/- أصناف البنوك الإلكترونية .
- 3/- خدمات البنوك الإلكترونية.
- 4/- مزايا وعيوب البنوك الإلكترونية.

1/- مفهوم البنوك الإلكترونية وتطورها عبر التاريخ:

¹³ - نبيل ذنون حاسم ، "معيقات تطبيق الصيرفة الإلكترونية في القطاع المصرفي الحكومي " ، العدد (25) ، جامعة العراق ، 2010 ، ص 07.

1-1- نشأة البنوك الإلكترونية:

ظهرت البنوك الإلكترونية كنتيجة لتطور البنوك التقليدية التي كانت بداياتها هذه الأخيرة عبارة عن محلات مخصصة يقوم بواسطتها التجار بإيداع ما يملكونه من معادن نفيسة (ذهب، وفضة)، وكانوا يستلمون مقابل ذلك صكوكا تعبر عن ملكيتهم لتلك المعادن وأصبحت تلك الصكوك أداة لإنهاء معظم المعاملات المالية والتجارية التي وتعبر عن النقود.

ومن خلال التطورات والتغيرات الحاصلة في المجال المالي والمصرفي، تطورت تلك المحلات وأصبحت تسمى بالبنوك، والتي تقدم العديد من الخدمات المصرفية، وفي ظل التطور الهائل في تقنيات الحاسوب والاتصال التي حققت تبادلا سريعا وشاملا للمعلومات ظهرت "البنوك الإلكترونية" التي تعد أجيالها حديثا ومختلف عن البنوك التقليدية، فكانت في بدايتها تقدم خدمات إلى زبائنها بواسطة جهاز الصراف الآلي الذي يسمح للعميل بسحب مبالغ من رصيده لدى البنك، ثم تطور الأمر وأصبحت أجهزة الصراف الآلي تقدم كشف حساب للعميل برصيده في البنك وإيداع ما يريده من أموال في حسابه الخاص.¹⁴

1-2- مفهوم البنوك الإلكترونية:

- هناك العديد من المصطلحات التي تطلق على البنوك المتطورة مثل: بنوك الإنترنت

Banking Internet، أو البنوك الإلكترونية عن بعد Remote Banking، أو البنك المنزلي Home Banking، أو البنك على الخط Electronic Banking، وعلى إختلاف المصطلحات فجميعها تشير إلى قيام العميل بإدارة حساباته وإنجاز جميع أعماله المتصلة بالبنك عبر شبكة الإنترنت سواء كان في المنزل أو المكتب أو في أي مكان أو وقت يرغب فيه.¹⁵

¹⁴ - منير الجنيهي، ممدوح الجنيهي، "البنوك الإلكترونية"، الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، 2005 ص9

¹⁵ - يوسف مسعداوي، "البنوك الإلكترونية"، الملتقى الوطني حول "المنظومة الجزائرية والتحول الاقتصادي"، 14-15 ديسمبر 2004، جامعة الشلف

- ويقصد بها : " كذلك تلك البنوك ذات الهياكل التنظيمية الشبكية ، والتي تعتمد على شبكات الحاسب الآلي في الربط بين فروعها وأنشطتها المتنوعة والممتدة في أكثر من إقليم أو دولة".¹⁶

- و البنوك الإلكترونية ماهي إلا : " وسيلة إلكترونية لنقل المنتجات والخدمات البنكية التقليدية والحديثة مباشرة إلى العملاء عبر الإنترنت، وهي بذلك تمكنهم من الوصول لحساباتهم وإجراء العمليات والحصول على المعلومات دون الحاجة إلى التنقل لفروع البنوك".¹⁷

* من خلال ماسبق ذكره نخلص إلى أن أهم ما توفره الطريقة الحديثة في الاستفادة من الخدمات البنكية هو:

✓ اختصار الوقت والجهد والمال بالنسبة للعميل.

✓ خفض تكاليف العمل وزيادة أرباح البنك.

- وقد أدى ذلك إلى إستغناء معظم البنوك عن النظام الورقي مقابل استخدامها للنظام الإلكتروني للتعامل مع عملائها ومحاولة إبتكار وسائل دفع جديدة تتلاءم مع التطور التكنولوجي في مجال الأعمال الإلكترونية .

2/- أصناف البنوك الإلكترونية:

للبنوك الإلكترونية ثلاث صور أساسية على شبكة الإنترنت من خلالها يتمكن العميل من

الوصول إلى حساباته وإجراء مختلف معاملاته المصرفية دون لجوئه لمقر البنك، وتتمثل في:¹⁸

*أولاً: الموقع المعلوماتي **Informational**: من خلال هذا الموقع يقدم البنك معلومات حول

خدماته المصرفية ومنتجاته وكذا برامجه الخاصة به

*ثانياً : الموقع التفاعلي أو الإتصالي **Communicative** : في هذا الموقع يتم تبادل

المعلومات بين البنك وعملائه ويتم هذا التبادل عن طريق البريد الإلكتروني.

¹⁶- طارق طه ، " إدارة البنوك في بيئة العولمة والإنترنت " ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، 2007 ، ص 172 .

¹⁷- محمود محمد أبو فوه ، " الخدمات البنكية عبر الإنترنت " ، الأردن ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى 2009 ، ص 25

¹⁸- حجابة عبد الله ، " الاقتصاد المصرفي(البنوك الإلكترونية-البنوك التجارية-السياسة النقدية) " ، الإسكندرية ، مؤسسة شباب الجامعة للنشر ، 2008 ، ص 95

*ثالثا : الموقع التبادلي Transactional : يمكن القول أن البنك يمارس خدماته وأنشطته في

بيئة إلكترونية، حيث يستطيع العميل الوصول لحساباته وإدارتها وإجراء الدفعات النقدية والوفاء بقيمة الفواتير وإجراء الحوالات بين حساباته داخل البنك أو مع جهات خارجية.

3/- خدمات البنوك الإلكترونية:

و EDI

تستخدم البنوك الإلكترونية البريد الإلكتروني وبروتوكول التبادل الإلكتروني للبيانات (WWW)، والمشاركة في المعلومات وإرسال الرسائل الفورية في العمليات المصرفية المختلفة من أجل تقديم خدمات مصرفية حديثة من حيث السرعة والسهولة وهذا ما يجعلها تستقطب عدد أكبر من العملاء وبالتالي تحل محل البنوك التقليدية، ومن بين الخدمات التي تقدمها هذه البنوك ما يلي:¹⁹

- أ - توفير المعلومات الفورية للمتعاملين عن طريق قاعدة بيانات دعم المتعاملين ؛
- ب - بيع الخدمات المصرفية فوراً محل الخدمات التقليدية بنسبة 60% بالبنك؛
- ت - توفير مجتمع معلومات يحقق الشفافية والمعرفة ويقضي على الغش والسرقة؛
- ث - توفير معلومات للمستثمرين وللمقترضين والمودعين لتحسين القرارات وترشيدها؛
- ج - سهولة تبادل المعرفة المصرفية بين البنوك المحلية والدولية.

*من خلال ماسبق ذكره نستخلص أن البنوك الإلكترونية إستطاعت أن تحسن في العمليات المصرفية الإلكترونية وفي الخدمات والمنتجات المصرفية في نفس الوقت ، وقد أدى ذلك إلى :

- تقليل المخاطر التي تنجر وراء العمليات المصرفية.
- الإسراع في عمليات التسويات المالية.
- تحقيق رقابة مصرفية فعالة.

4/- مزايا وعيوب البنوك الإلكترونية:

¹⁹ - فريد راغب النجار ، "الإستثمار بالنظم الإلكترونية والاقتصاد الرقمي" ، الإسكندرية ، مؤسسة شباب الجامعة ، 2004 ، ص284-285

إن ظهور المصارف الإلكترونية كان إستجابة لمتطلبات البيئة الجديدة ، وفي ظل الإقتصاد الرقمي ، وإشتداد المنافسة بين المصارف ، غير أنه طرح عدة مخاطر مختلفة ومتنوعة مما فرض عدة تحديات للمصارف الإلكترونية.

أ-المزايا:

يحقق إستخدام المصارف الإلكترونية مجموعة كبيرة من المزايا والخدمات ، ويمكن تلخيصها

كالآتي:²⁰

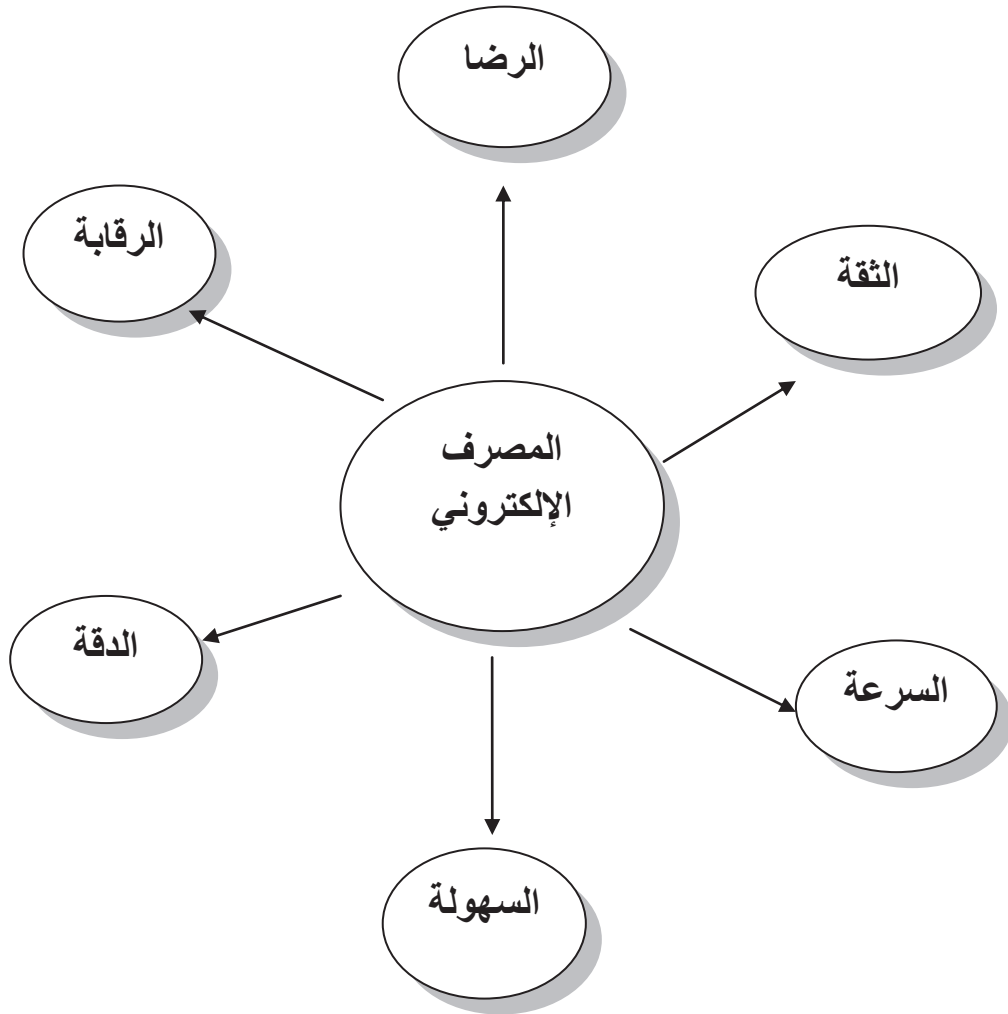
- ✓ - تحسين العلاقة بين المصرف والمتعاملين، حيث تكفل سرعة عمليات التحويل الإلكتروني وإنخفاض كلفتها تحقيق رضا العملاء وزيادة وتطوير ثقتهم في التعامل المصرفي؛
- ✓ - إعادة هندسة النظم المصرفية بما يوفر الدقة وتخفيض التكاليف؛
- ✓ - تطوير أساليب الرقابة على العمل المصرفي، ومراجعة عمليات معالجة البيانات لكافة مكونات نظام المعلومات الإلكتروني، العاملين والأجهزة والبرامج وقاعدة البيانات؛
- ✓ - تحسين المركز التنافسي للمصرف.
- ✓ - تحقيق عنصر السرعة في الإنجاز وتحسين التدفق النقدي، وموثوقية تلك التدفقات وسرعة تداول النقد في بيئة أساسها السرعة والدقة؛
- ✓ - إستخدام نظم متطورة في مجالات عمل المصرف وتقليل الأعمال الورقية ، ويتمثل ذلك في تقليل الإعتماد على النماذج الورقية والشيكات التقليدية وغيرها من المعاملات الورقية؛
- ✓ - توفير أمن المعلومات وسريتها للأطراف المختلفة.

فالمصارف الإلكترونية ماهي إلا عملية نقل الخدمات والأعمال المصرفية التقليدية من أرض الواقع إلى البيئة الافتراضية في الإنترنت والحواسيب والشبكات الإلكترونية ، وبالتأكيد فإن المصارف الإلكترونية لاتعني أن يتحول المصرف إلى حالة مطلقة من الأعمال الإلكترونية ويغلق أبوابه أمام

²⁰ - نبيل ذنون جاسم ، مثال مرهون مبارك ، "معيقات تطبيق الصيرفة الإلكترونية في القطاع المصرفي الحكومي" ، معهد الإدارة ، بغداد ، 2009/2008 ، ص 06 .

العمل الإداري والمصرفي الحقيقي ، ولكن الأمر يتعلق بتحويل الخدمات والعمليات المصرفية التي يجد أنها تمكنه من الإستفادة من "وفرات العمل الإلكتروني" ، والانتقال نحو الأداء الأفضل والمتميز.

❖ الشكل رقم (1.2) إنعكاس العمل الإلكتروني على الأداء المصرفي



المصدر: نبيل ذنون جاسم ، مثال مرهون مبارك ، " معيقات تطبيق الصيرفة الإلكترونية في القطاع المصرفي الحكومي " ، معهد الإدارة ، بغداد ، 2009/2008 ، ص 06 .

ب- العيوب:

رغم كل المزايا المذكورة سابقا ، إلا أن للمصارف الإلكترونية بما فيها تكنولوجيا المعلومات والإتصال مخاطر شأنها في ذلك أي تكنولوجيا جديدة لا بد أن يكون لها مخاطر تعتبر بمثابة العيوب والتحديات التي تعيقها، ويمكن إيجازها كالتالي :

- ✓ - إتساع الهوة بين المصرف والعميل ، مما يترتب عليه من عمليات إقتراض بدون ضمانات كافية؛
- ✓ - تعّرض المصارف لعمليات النصب والإحتيال، حيث أن الخدمة المصرفية عبر الإنترنت يكون من الصعب مراقبتها بصورة دقيقة؛
- ✓ - وهناك خطر كبير يهدد المصارف الإلكترونية ، ويمكن أن يؤثر على الإقتصاد القومي ككل ويتعلق بحجم السيولة في الإقتصاد ، من حيث أن المصارف الإلكترونية تمكن العميل من تحويل أمواله وبأي مبالغ يريد وذلك بضغطة على الحاسوب أو الهاتف خارج حدود دولته إلى دولة أخرى، أو العكس، وفي هذه الحالة يجعل دولته عرضة للتأثير بأزمات السيولة بالزيادة أو النقصان.²¹

المبحث الثاني: أساليب الدفع الإلكتروني

بناء على ما سبق ذكره سنحاول التطرق إلى مفهوم النقد الإلكتروني وأهم وسائل وأنظمة الدفع المتعامل بها كما سنوضح أهم مخاطر الصيرفة الإلكترونية التي تنجر عن إستخدام وسائل وأنظمة الدفع الإلكتروني.

²¹- رشيد بو عافية ، " الصيرفة الإلكترونية والجهاز المصرفي الجزائري " ، نفس المرجع السابق ، ص 117.

المطلب الأول: مفهوم الدفع الإلكتروني

إن إتساع نطاق المصارف الإلكترونية و التجارة الإلكترونية سمح بتضاؤل دور النقود الورقية والدفع التقليدي أمام إزدهار الدفع الإلكتروني ، حيث كانت النقود الوسيلة الرئيسية لتسوية المعاملات المالية وكان الدفع يتم بصورة سائلة أو بواسطة وسيلة بديلة كالشيك وغيرها من وسائل الدفع التقليدية ، لكن تلك الوسائل لا تصلح في تسهيل التعامل الذي يتم عن بعد في بيئة رقمية كالعقود الإلكترونية التي ترم عبر شبكة الإنترنت حيث تتوارى المعاملات الورقية ، ومن هنا تظهر أهمية إبتكار وسائل سداد تتفق مع طبيعة هذه البيئة الرقمية ، ولهذا يتم الدفع إلكترونياً.

- فيعرف الدفع الإلكتروني على أنه " عملية تحويل الأموال هي في الأساس ثمن سلعة أو خدمة بطريقة رقمية ، أي بإستخدام أجهزة الكمبيوتر ، وإرسال البيانات عبر خط هاتفي أو شبكة ما أو بأي طريقة إلكترونية أخرى لإرسال البيانات " ²²

المطلب الثاني : وسائل وأنظمة الدفع الإلكتروني

تعتبر وسائل الدفع الطريقة التي من خلالها يستطيع الفرد دفع أثمان السلع والخدمات التي يحصل عليها ، وقد تطورت وسائل الدفع على مَرَّ الزمان تبعاً لتطور الحياة الإقتصادية وظروف السوق ، فقد بدأت أول مرة بنظام المقايضة ثم بعد ذلك ظهرت النقود السلعية مثل الذهب والفضة ، وقد أثبت هذا النظام فشله ، وبدأ إستخدام النقود الورقية وتطورت بعد ذلك نتيجة التطورات التقنية في مجالات الحاسب الآلي وثورة المعلومات ، ونتيجة النمو السريع في إستخدام شبكة الإنترنت الدولية ، فظهرت من خلال هذه التطورات المتلاحقة البنوك الإلكترونية

²² - عبد الرحيم وهيبة ، " نفس المرجع السابق " ، ص 25

ومادامت بنوك جديدة وحديثة تعمل وفق طرق إلكترونية فإن التساؤل المطروح : كيف تسوى المعاملات الناشئة عن هذه البنوك ؟ وهل يكفي هذا الشكل الجديد من البنوك والخدمات المصرفية الجديدة بوسائل دفع تقليدية ، أم يقتضي الأمر وجود وسيلة متطورة تناسب التطور الذي حدث في هذه الخدمات وتوفر له الأمان الذي ينشده .؟

■ بناء على ماسبق ذكره سنتطرق إلى معالجة أهم وسائل الدفع المتمثلة في :

1 - البطاقات البنكية:

تعتبر البطاقات البنكية من أهم سمات العصر الرقمي الحديث حيث تحظى بالقبول العام والثقة في التداول ، وإتمام المعاملات على المستوى المحلي والدولي ، وقد تعددت المنظمات العالمية التي تشرف على إصدارها ، وتعتمد بطاقات الدفع الإلكتروني على نظام معلومات متكامل ، وتعد طريقة حديثة في طرق الدفع التي يتعامل بها الناس بصفتها تلقى قبولا دوليا .

ومن خلال ماسبق سنتناول في هذا المطلب دراسة البطاقات البنكية التي تعد من أهم وسائل الدفع الإلكتروني وستركز على النقاط التالية:

- أ - نشأة وتطور البطاقات البنكية ؛
- ب - مفهوم البطاقات البنكية؛
- ت - أصناف البطاقات البنكية؛
- ث - مزايا وعيوب البطاقات البنكية.

أ - نشأة وتطور البطاقات البنكية الإلكترونية:

شهد تطور الأنظمة النقدية والمصرفية منذ بداية القرن العشرين تغيرات متسارعة وحاسمة والتي أدت إلى رسم معالم نظام نقدي دولي جديد ، حيث ظهرت أدوات نقدية تدار وفق آليات وقواعد جديدة دعمها التطور الحاصل في مجال الإلكترونيات الدقيقة ، حيث أستخدم فيها جملة من الخدمات على رأسها بطاقات الدفع الإلكتروني ، ويعود الفضل إلى استخدام البطاقات البلاستيكية إلى شركات البترول الأمريكية ، وذلك في

سنة 1914، عندما قامت هذه الأخيرة بإصدار بطاقات معدنية لعمالها لإستعمالها في عملية الشراء وتسوية حسابات هذه المشتريات في نهاية كل مدة محددة.²³

- وفي سنة 1949 تم ميلاد بطاقة شركة (داينرزكلوب) وتعني (نادي الطاعمين) ، وكانت هذه البطاقة خطوة جديدة ؛ حيث لا تملك الشركة سلعا تبيعها للمشاركين معها في البطاقة ، وإنما غرضها الأساسي القيام بدور وسيط بين حامل البطاقة والتاجر.²⁴

- وفي عام 1958 كان الدخول الحقيقي للبنوك في مجال البطاقات حيث قام بنك (Bank of America) بإصدار بطاقته "Bank America Card" ، وعمم إصدارها لدى جميع فروعها المنتشرة على الساحل الغربي في الولايات المتحدة الأمريكية، وفي نفس السنة قام بنك (Chase Manhattan) بالسير على نفس المنهج ، وأعقب ذلك دخول العديد من بنوك الولايات المتحدة الأمريكية في هذا المجال ، إذ كانوا يقدمون خدمات إئتمانية مختلفة .

- وفي عام 1965 كانت هناك موجة عمل كبيرة لإنجاح نظام البطاقات ، وقد لعب بنك أمريكا في هذه الموجة الدور الكبير و الأهم ، حيث نجح هذه البنك بسرعة في تطوير بطاقة " America Bank Card " ، و استخدمها كأساس لطرح بطاقة الإئتمان على المستوى الوطني، وللغرض ذاته أنشأ شركة تابعة له أطلق عليها إسم " Bank America Service Corporation " ، والهدف منها خلق قاعدة عريضة للبنوك المصرح لها بإصدار البطاقة على مستوى الولايات المتحدة الأمريكية .

- أما في سنة 1967 أصدرت بطاقة أخرى بواسطة ثمانية بنوك أمريكية بطاقة "Master Charge".

- وفي عام 1979 أصبح يطلق على هذه البطاقات شبكتي: Master Card و Visa Card المعروفة حاليا.²⁵

²³- جيلا لي أحمد مسري ،"نشأة وتطور النظام المصرفي الجزائري" ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية ، جامعة دمشق ، 2007 ، ص74

²⁴- فتحي شوكت مصطفى عرفات ، "بطاقات الإئتمان البنكية في الفقه الإسلامي " ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الفقه والتشريع ، جامعة فلسطين ، 2007 ، ص07.

²⁵- عذبة سامي حميد الجادر ، "العلاقات التعاقدية المنبثقة عن إستخدام بطاقة الإئتمان " ، مذكرة ماجستير في القانون الخاص ، جامعة الأردن ، 2008 ، ص 12

- وبذلك تطورت البطاقات البنكية ، فأصبحت من أهم وسائل الدفع الإلكتروني بحيث تمثل أكثر من 35% من إجمالي وسائل الدفع الحديثة لما تمنحه من العديد من الإيجابيات كالسهولة والسرعة في الأداء ، كما أن خدماتها مضمونة بالنسبة للعميل ؛ كما أن لها منافع عديدة للبنوك تتمثل في تخفيض المصاريف والتكاليف.²⁶

ب - تعريف البطاقات البنكية:

- طرحت البطاقات البنكية باعتبارها ظاهرة حديثة الكثير من التساؤلات التي تتعلق بتعريفها وتحديد مفهومها ، ومما يزيد الأمر تعقيدا في هذا الشأن هو تعدد التعريفات الخاصة بها وإختلافها فيما بينها ، ضيقا ، وإتساعا أنسجاما مع الجانب الذي يتم تعريفها منه .
- ويلاحظ أن هناك الكثير من المصطلحات التي تطلق على هذه البطاقات ، وأكثرها شيوعا هو "بطاقات الإئتمان" ، إلا أن البعض يذهب إلى تسميتها بأسماء أخرى عديدة طبقا لمجال تخصصه ، ومثال تلك التسميات ، "بطاقات الدفع الإلكتروني ، أو البطاقات البلاستيكية ، أو بطاقات الإئتمان ، أو بطاقات الإعتماد".
 - ويرجع تسميتها ببطاقات الإئتمان لأنها بجانب كونها وسيلة دفع فإنها تعطي لحاملها إئتمانا قصير الأجل .
 - ويمكن تعريف بطاقات الإئتمان على أنها:
 - " بطاقات خاصة يصدرها المصرف لعميله ، تمكنه من الحصول على السلع والخدمات من محلات وأماكن معينة عند تقديمها لهذه البطاقة ، ومقابل توقيعه على إيصال بقيمة إلتزاماته ، على أن يقوم التاجر بتحصيل القيمة من المصرف المصدر للبطاقة الذي صرح له بقبول البطاقة كوسيلة دفع " .²⁷
 - وهناك تعريف آخر للبطاقات الإئتمانية على أنها: " أداة مصرفية للوفاء بالإلتزامات تحظى بالثقة والقبول الواسع على المستوى المحلي والدولي لدى البنوك والتجار والشركات والأفراد ، تقدم كبديل للنقود لدفع قيمة السلع والخدمات التي يحصل عليها حامل البطاقة مقابل توقيعه على إيصال بقيمة إلتزامه الناشئ عن مشترياته أوالخدمات التي يحصل عليها ، على أن يقوم التاجر بتحصيل القيمة من البنك الذي صرح له

²⁶ - Eric Taccone ,Optimiser La Réaction Avec Son Banquier ,Editeur Chiron , France , 2007 , P 83 .

²⁷ - عمر سليمان الأشقر ، "دراسة شرعية في البطاقات الإئتمانية " ، الطبعة الأولى ، دار النفائس للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2009 ، ص 20.

بقبول البطاقة كوسيلة دفع ، ويطلق على عمليتي التسوية بين المصارف الأطراف فيها إسم "نظام الدفع الإلكتروني" ²⁸

- وفي تعريف آخر: "هي بطاقة تؤدي وظيفتي الوفاء والإئتمان تصدرها مؤسسة مالية ، لشخص (طبيعي ، أو معنوي) ، فتتيح لحاملها إجراء سحب نقدي من البنوك ، أو الحصول على سلع وخدمات فور تقديمها ، مع إلتزامه بالسداد للبنك المصدر بالشروط والقواعد المحددة بالعقد المبرم بينهما " ²⁹.
- وكتعريف شامل يمكن إعتبار البطاقات البنكية " تلك البطاقات التي تصدرها المصارف لعملائها لإستخدامها في: ³⁰
- * تسوية جميع المستحقات من مشتريات وخدمات
- * الحصول على إئتمان .

■ من خلال التعاريف السابقة يمكننا أن نصل إلى تحديد أهم الخصائص التي تتميز بها البطاقة الإئتمانية ، وهي كالتالي : ³¹

- 1 بطاقة الإئتمان تقوم على وجود علاقة ثلاثية الأطراف: وهي علاقة المصدر(البنك) بحامل البطاقة ، وعلاقة حامل البطاقة بالتاجر ، وأخيرا علاقة التاجر بالمصدر(البنك) ، إذ أن إستخدام البطاقة الإئتمانية لايمكن أن يتم من غير وجود هؤلاء الأطراف الثلاثة.
- 2 بطاقة الإئتمان تمثل لحاملها الملاءة والثقة : فطالما أن بطاقة الإئتمان تتمتع بالقبول على نطاق واسع محليا ودوليا ولدى المتعاملين الإقتصاديين ، فإن هذا يعني أن حاملها يتمتع بملاءة وثقة في مجال المعاملات ، فالبنك يمثل إئتمان للعميل أمام المحلات التجارية وأصحاب الخدمات.
- 3 تعتبر البطاقة الإئتمانية أداة وفاء، والسبب أن حاملها يستطيع الوفاء بإلتزاماته تجاه التاجر أو صاحب الخدمة من خلال تقديمها ، دون الحاجة إلى حمل النقود ، فهي وسيلة فعالة للسداد ، ذلك لسهولة حملها وإستخدامها ، وكذا قبولها لدى أصحاب المحلات التجارية والخدمات.

²⁸- نادر إبراهيم السواح ، "النقود البلاستيكية وأثر المعاملات الإلكترونية على المراجعة الداخلية في البنوك " ، الدار الجامعية للنشر والتوزيع ، مصر ، 2005 ، ص 12 .
²⁹- نسرين دبة ، " تطوير أنظمة الدفع الإلكتروني في المعاملات البنكية الجزائرية " ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم المالية والمحاسبية ، تخصص مالية المؤسسة ، جامعة ورقلة ، 2009/ 2010 ص 12 .

³⁰ - LUC BERNET – ROLANDE, Principes de technique banquier, Edition DUNOD, paris 2002, p 54.

³¹ -Guillaume beaure daguées et stéhaïne thuilier , PAIEMENT NUMERIQUE SUR INTERNET , Thomson , France , 1997 ; P 116-117

4 تصدر هذه البطاقة مؤسسات مالية ، على خلاف وسائل الدفع التقليدية الأخرى التي تقوم الدولة بإصدارها .

5 تعد البطاقة الائتمانية من أهم الوسائل التي تدر إيرادات هائلة للبنوك : وتمثل هذه الإيرادات في رسوم الاشتراكات وتجديد البطاقة ، و العملات الخاصة باستخدامها ، كذا العملات المحصلة ن التجار مقابل خدمة تحصيل الإشعارات ، بالإضافة إلى نسبة الربح الحاصل من فرق العملات والفوائد التي تترتب في ذمة العملاء.

ت - أصناف البطاقات البنكية:

بدا واضحا أن الغرض الأساسي والمهدف الرئيسي من بطاقة الائتمان عند التطرق إلى تعريفها ، هو الوفاء وما يمنحه مصدر البطاقة لحاملها من إئتمان ؛ لذلك سميت بطاقة الائتمان ، فهي تستخدم في الوفاء بالديون أو الإلتزامات المالية التي مقابل سلع أو خدمات يحصل عليها حامل البطاقة. ومع ذلك فإن لبطاقة الائتمان أنواع عديدة تبعا لكيفية التعامل بها أو حسب المزايا التي تقدمها ويمكن حصرها في قسمين أساسيين:

1- التقسيم الأساسي للبطاقات البنكية .

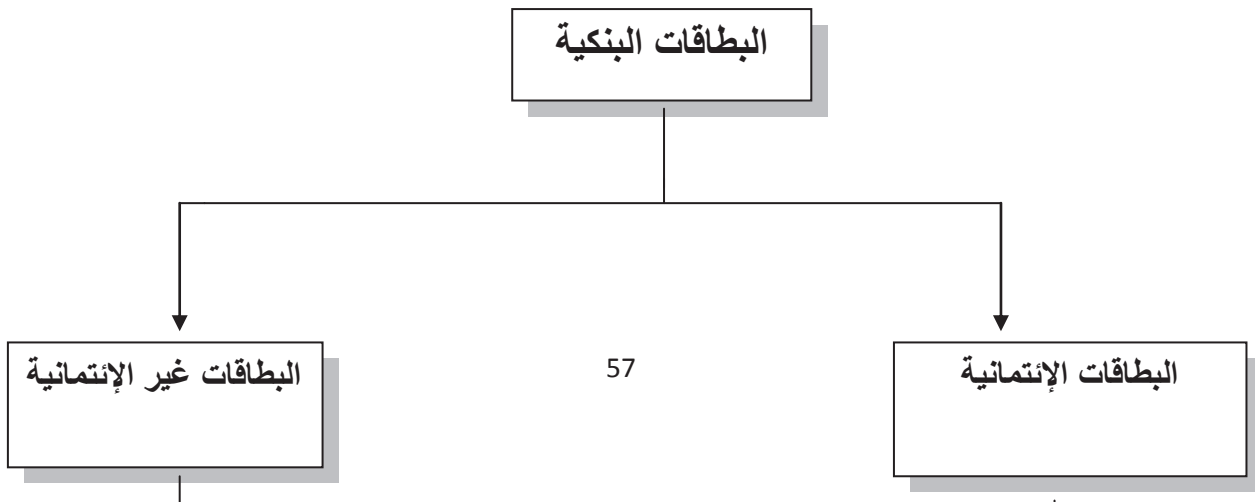
2- التقسيم الفرعي للبطاقات البنكية.

1- التقسيم الأساسي للبطاقات البنكية .

ويكون ذلك حسب العلاقة التعاقدية بين المصدر وحامل البطاقة ، وتقسم إلى نوعين : البطاقات

الائتمانية ، والبطاقات غير الائتمانية ، والشكل الموالي يوضح هذا التقسيم

❖ الشكل رقم (2.2) التقسيم الأساسي للبطاقات البنكية:



المصدر: نادر شعبان إبراهيم السواح، "النقود البلاستيكية وأثر المعاملات الإلكترونية على المراجعة في البنوك التجارية، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2006، ص، 26.

أ - البطاقات الائتمانية (القرضية):

وهي البطاقات التي تصدرها المصارف في حدود مبالغ معينة، وهي التي تتيح لحاملها الحصول على إئتمان فعلي، ومن أمثلتها: بطاقة الفيزا و الماستر كارد وأمريكان أكسپرس.³²

■ ويمكن تقسيم هذا النوع من البطاقات إلى قسمين وذلك إستنادا حسب أسلوب المحاسبة وتسديد الفاتورة إلى بطاقة الإئتمان المتجددة وأخرى غير متجددة.

³² - رأفت رضوان، "عالم التجارة الإلكترونية"، الطبعة الأولى، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 1999، ص 50.

1) - بطاقة الائتمان المتجددة: "Revolving Credit Card"

ويعد هذه النوع من البطاقات الأكثر إنتشارا في العالم ، كونها أداة قرض ووفاء معا وهي "عبارة عن قرض يستطيع المستهلك إستعماله كيفما شاء ، وله أن يؤخر سداد هذا القرض مقابل الدين الثابت بدمته ، فحامل هذه البطاقة غير مطالب بسداد القرض فورا ، بل خلال أجل معين يكون متفق عليه. " ³³

- وأشهر الأمثلة على هذا النوع من البطاقات : فيزا و ماستر كارد.

2) - بطاقة الخصم الشهري: "Charge Card"

وهي بطاقة تمكن حاملها من إستخدامها في عمليات الشراء المختلفة ، وتلقي خدمات في شتى أنحاء العالم ، إضافة إلى عمليات السحب النقدي من خلال الأجهزة التابعة للبنوك المصدرة في جميع دول العالم ، و يستخدم هذا النوع من البطاقات كأداة وفاء وإئتمان في فترة زمنية محددة ومتفق عليها من قبل البنك والعميل. ³⁴

- ومن البطاقات المشهورة لهذا النوع : أمريكان إكسبريس ، وديزاينر كلوب.

البطاقات غير الائتمانية:

وتستخدم هذه البطاقة كأداة وفاء فقط حيث يحصل حامل البطاقة على إحتياجه من السلع والخدمات والصرف النقدي فور تقديم البطاقة. ³⁵

وتكمن فائدة هذه البطاقة بكونها تمكن صاحبها الحصول على النقود والسلع والخدمات ببسر وسهولة، ودون التعرض لمخاطر حمل النقود، ويعد هذا النوع من البطاقات الأكثر إنتشارا في الدول النامية.

³³- فحي شوكت مصطفى عرفات ، "بطاقات الائتمان البنكية في الفقه الإسلامي" ، مرجع سبق ذكره ، ص 22.

³⁴- نادر شعبان إبراهيم السواح ، نفس المرجع السابق ' ص 20.

³⁵- نادر شعبان إبراهيم السواح ، " النقود البلاستيكية " ، مرجع سبق ذكره ، ص 20 .

- وهناك أنواع عديدة من البطاقات غير الإئتمانية نذكر منها:

- **بطاقة الصراف الآلي:** وهي عبارة عن أداة داخلية مكونة من بطاقة بلاستيكية تحتوي على شريط ممغنط ، يسجل عليها جميع بيانات الحساب الجاري بالإضافة إلى رقم سري يستخدم عند التعامل مع جهاز الصراف الآلي ، ومن مميزات هذه البطاقة أنها تصدر فقط لمن له رصيد لدى البنك ، ويتم الخصم فور إستخدامها.³⁶
- **بطاقة الشيك:** وتصدر هذه البطاقة لإبرازها مع الشيكات المضمونة التي تصدرها البنوك ، ويتم صرفها حال تقديمها مرفقة مع البطاقة ، وتستخدم هذه البطاقة لسحب النقود ولضمان الشيكات المستخدمة بدلا من النقود في عملية شراء السلع والخدمات.³⁷
- **بطاقة الدفع مقدما:** هي بطاقة تقوم على أساس تثبيت مبلغ ، كما يمكن الدخول في البطاقة بذلك المبلغ ، ليتم التخفيض التدريجي للمبلغ كلما تم استعمالها.³⁸
- **البطاقات المدينة:** هي بطاقات تعتمد على وجود أرصدة فعلية للعميل لدى البنك، في صورة حسابات جارية لمقابلة المسحوبات المتوقعة لحامل البطاقة ، حيث تسمح له بتسديد مشترياته ويتم السحب في البنك مباشرة على عكس البطاقة الإئتمانية.³⁹

2- التقسيم الفرعي للبطاقات الإئتمانية:

ويمكن تبويب التقسيمات الفرعية للبطاقات على حسب:

أ - **التقسيم حسب نوع الضمان المقدم من حامل البطاقة:** ويحتوي هذا التقسيم على ثلاث أنواع:⁴⁰

1- بطاقات تصدر بالضمان الشخصي:

³⁶ - فتحي شوكت مصطفى عرفات ، نفس المرجع السابق ، ص 15 .

³⁷ - عذبة سامي حميد الجادر ، مرجع سبق ذكره ، ص 36 .

³⁸ - نسرين دبة ، "تطوير أنظمة الدفع الإلكتروني في المعاملات البنكية الجزائرية" ، مرجع سبق ذكره ، ص 16 .

³⁹ - عذبة سامي حميد الجادر ، " مرجع سابق " ، ص 37 .

⁴⁰ - نسرين دبة، " مرجع سبق ذكره " ، ص 17 .

وهي تلك البطاقات التي تصدر لكبار عملاء البنك ، والأشخاص المعروفين ، والشخصيات العامة ، والعمالين ذوي الدخول المرتفعة مثل: البنوك ، شركات البترول ، شركات الإستثمار ، شركات الطيران ، حيث أن قبول الضمان يعتمد على ثقة المصدر للبطاقة بالعميل وملاءته المالية وتاريخه المالي .

(2) - بطاقات تصدر بضمان عيني جزئي:

وهي تلك البطاقات التي تصدر للعملاء البنك القدامى وعملاء الإئتمان ، وهذا يتطلب أن يقوم العميل بتقديم ضمان يتمثل في صورة حساب جاري أو إستثماري للبنك يتم التحفظ عليه لدى البنك المصدر ، ويشترط أن لا تقل قيمة الضمان في حده الأدنى عن الحد الأعلى للبطاقة.

(3) - بطاقات تصدر بضمان عيني كامل:

ويصدر هذا النوع من البطاقات للعملاء الحاليين أو المرتقبين، وغير المعروفين بملاءتهم أو غير المدروسين إئتمانيا ، ويتطلب أن يوافق العميل على قيام البنك بالتحفظ على جزء من حساباته.

ب - التقسيم من حيث المزايا التي يتمتع بها حامل البطاقة:

تقوم البنوك بإصدار عدة أنواع من البطاقات تحمل مزايا مختلفة وعديدة يقدمها البنك (مصدر البطاقة) للعميل (حامل البطاقة) ، بهدف جذبه و الإحتفاظ به ، ومن بين هذه المزايا : التأمين ضد الحوادث والحصول على تأمين طبي ، أو ضمانات خاصة على البضائع المشتراة ، وعادة ما تسمى هذه البطاقات بأسماء المعادن الثمينة مثل:

(1) - البطاقات الفضية (Classic Cards): وتسمى كذلك بالبطاقة العادية ، وهي أكثر البطاقات

إستخداما في العالم ، لأنها تصدر بشروط ميسرة ومصاريف منخفضة تتناسب مع أغلب العملاء ، وتعتبر البطاقات الفضية وسيلة دفع وأداة إئتمان ، كما أنها تقدم كافة الخدمات المقررة كالسحب النقدي ، وشراء السلع والخدمات ، وخدمات التأمين ضد الحوادث والوفاة .⁴¹

(2) - البطاقات الذهبية (Cold Cards): تمنح هذه البطاقة إلى كبار العملاء المليونيين الذين تكون حدود

دخلهم أعلى من معدل الدخل القومي، ويمتازون بدرجة مخاطر منخفضة، وفي هذا النوع من البطاقات يتمتع

⁴¹ - عمر سليمان الأشقر ، "دراسة شرعية في البطاقات الإئتمانية" ، مرجع سابق الذكر ، ص 21 .

حاملها بسقف إئتماني أعلى من ذلك المتوفر في البطاقات العادية فهي تصدر بمبالغ أكبر من المبالغ التي تصدر بها البطاقات العادية ، وكذلك يعطي هذا النوع من البطاقات حامله وضع مميز وخدمات إضافية وسرعة إتمام العمليات الخاصة به.⁴²

3- البطاقات الماسية أو البلاينية (Platine Card): وهي بطاقة تصدر لكبار العملاء ذوي القدرات

المالية العالية ، وتميز بعدم وجود حدود إئتمانية وتعطي لحاملها نفس مزايا البطاقات الذهبية ، وتصدر هذه البطاقات عن طريق بعض المؤسسات المالية مثل : أميركان إكسبريس

- وهذا النوع لا يختلف عن النوع السابق إلا في الإشتراك السنوي الذي يتغير تبعا لمستوى البطاقة ، ويتمتع حاملها بإئتمان غير محدد بسقف معين.⁴³

أ - التقسيم على حسب جهة الإصدار:

ويوجد ثلاث أنواع من البطاقات حسب جهة الإصدار وهي:⁴⁴

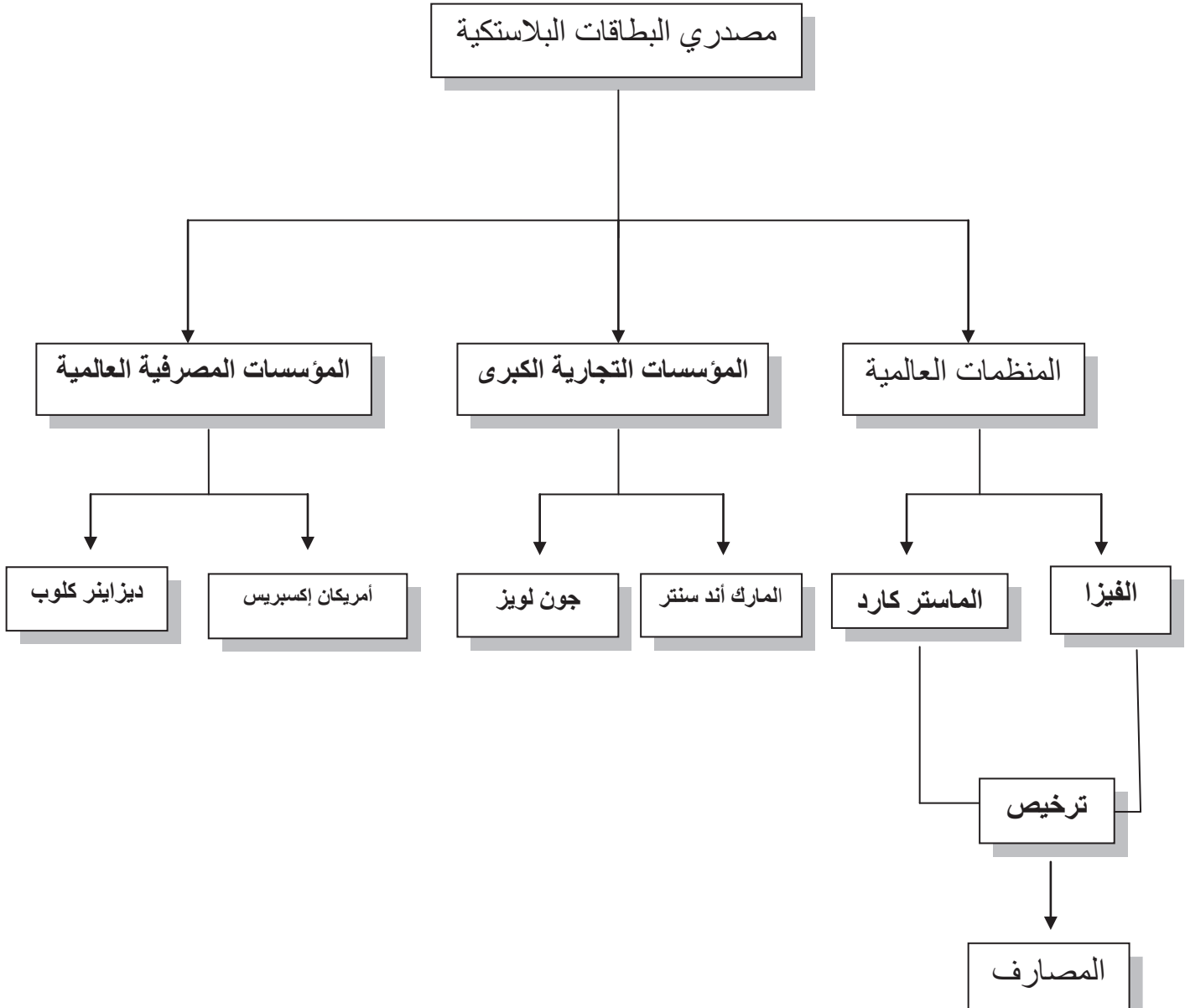
- 1- البطاقات الصادرة من خلال رعاية المنظمة العالمية: وذلك عن طريق التفويض للبنوك التجارية بإصدار البطاقة ، ومساعدتها على إدارة خدماتها ومن أمثلة هذه البطاقات "الفيزا والماستر كارد".
 - 2- البطاقات الصادرة عن المؤسسات المصرفية العالمية: حيث تشرف هذه المؤسسات على إصدار البطاقات وتشرف عليها، مع عدم منح التراخيص أو أي تفويضات للمؤسسات أو بنوك أخرى ومن أمثلتها بطاقة "الأمريكان إكسبريس".
 - 3- البطاقات الصادرة عن المؤسسات التجارية الكبرى : وهذا النوع من البطاقات تصدرها المحلات التجارية أو الفنادق أو المطاعم ، أو محطات البنزين ، من أشهرها: "مارك أند سينتر" و "جون لويز" ، وهي منتشرة في مختلف أنحاء إنجلترا.
- والشكل التالي يوضح تقسيمات البطاقات الإئتمانية حسب جهة الإصدار.

➤ الشكل رقم (3.2) أنواع البطاقات البلاستكية حسب جهة الإصدار

⁴² - نسرين دبة، مرجع سبق ذكره، ص17.

⁴³ - نادر شعبان إبراهيم السواح ، نفس المرجع السابق ، ص 23 .

⁴⁴ - فنجي شوكت مصطفى عرفات ، " بطاقات الإئتمان البنكية في الفقه الإسلامي " ، مرجع سبق ذكره ، ص 51 .



المصدر: نادر شعبان إبراهيم السواح ، " النقود البلاستيكية وأثر المعاملات الإلكترونية على المراجعة في البنوك

التجارية ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، 2006 ، ص 27 .

ت - التقسيم حسب النظم التكوينية الرئيسية: وتضم الأنواع الثلاثة التالية:

1- البطاقات الممغنطة: Magnetic Stripe Cards

وهي بطاقات تسمح لحاملها بشراء السلع والخدمات بالحد الأقصى الذي يحدد البنك وتسمى بالبطاقة الممغنطة لإحتوائها على شريط ممغنط يحتوي على رقم البطاقة والذي يمكن التعرف عليه بواسطة الوحدات الطرفية للحاسب الآلي للبنوك والقنوات التوزيعية الإلكترونية التي تتعامل معها.⁴⁵

(2) - البطاقات الرقائقية أو البطاقات الذكية: Chip Cards

وتعتبر واحد من آخر الإصدارات في عالم تكنولوجيا المعلومات والاتصال ، وهي تحتوي على شريحة إلكترونية مدمجة في بطاقة شبيهة في حجمها ببطاقة الدفع البلاستيكية الممغنطة

■ تحتوي هذه البطاقة على شريحة إلكترونية يمكنها تخزين الكثير من المعلومات مثل المعلومات الشخصية لحامل البطاقة (تاريخ الميلاد، العنوان ، الحسابات البنكية)، كما تعتمد على مجموعة من المعايير التي قد تحتوي على أرقام سرية ، كلمة السر ، مفاتيح عامة وخاصة (خوارزميات تشفير معقدة).

— وسميت بالبطاقة الذكية لأنها تحد من عمليات التزوير لما تحتويه من مواصفات وبيانات ظاهرة ومخفية، مثال: لو تمكن شخص من تعديل بيان من البيانات الظاهرة، فلن يتمكن من تعديل نفس البيان المخزن في الشريحة.⁴⁶

(3) - البطاقات البصرية: Optical Card

وتكون البطاقة البصرية إما بطاقة ممغنطة أو بطاقة ذكية ، ولكن تحتوي على صورة مجسمة ثلاثية الأبعاد لحامل البطاقة ، وهذا يزيد عنصر الأمان وخاصة لدى التجار والبنوك التي لا تملك آلات التوزيع الإلكترونية.⁴⁷

ث - مزايا وعيوب البطاقات البنكية :

بالرغم من توفر العديد من الإيجابيات في البطاقات البنكية وذلك لحدتها وسهولة التعامل بها إلا أنها تتميز في نفس الوقت ببعض العيوب تظهر عادة عند إستخدامها.

❖ - المزايا: تملك البطاقات البنكية العديد من المزايا التي تجعلها مصدر جاذبية ومحط إهتمام مختلف المتعاملين الإقتصاديين.

⁴⁵ - عبد الجبار الخنيص ، "الإستخدام غير المشروع لبطاقات الإئتمان الممغنطة من وجهة نظر القانون الجزئي" ، مجلة جامعة دمشق ، العدد (01) ، جامعة سوريا ، 2010 ، ص 74 .

⁴⁶ - نادر شعبان إبراهيم السواح ، "مرجع سبق ذكره" ، ص 24 .

⁴⁷ - عمر سليمان الأشقر ، "نفس المرجع السابق" ، ص 22 .

- وفيما يلي عرض لأهم مزايا البطاقات البنكية التي تمنح لحامل البطاقة، والتاجر وكذا المصرف:⁴⁸

1-/ بالنسبة لحامل البطاقة (العميل):

- تعتبر بطاقات الإئتمان أداة سهلة الإستخدام لسداد السلع الإستهلاكية والخدمات ، كبديل للشيكات والنقود ، إذ يسهل حملها ، كما أنها أكثر أمانا من النقود أو دفاتر الشيكات ؛
- إمكانية الشراء الفوري والدفع الآجل ؛
- يستطيع حامل البطاقة أن يسحب مبالغ نقدية من أي فرع من فروع المصارف الكبرى في العالم ؛
- أدى إنتشار إستخدام بطاقات الإئتمان في مختلف دول العالم إلى التسيير على المسافرين الذين يزورون أكثر من دولة من خلال أداة دفع واحدة ، بدلا من حمل العملات الأجنبية المختلفة ؛
- تجنب حامل البطاقة الإجراءات المطولة التي تتم عند الشراء الآجل من التجار أو عند الإحتياج لنقود المصرف .

2-/ بالنسبة للتاجر:

- زيادة الإيرادات من بين السلع والخدمات إلى حملة البطاقات الذين يكون لديهم حافز للشراء دون إنتظار تواجد النقود معهم ؛
- ضمان التاجر حصوله على ثمن بضاعته وتحويلها إلى حسابه بالمصرف المصدر؛
- الإستفادة من إدراج إسم المتجر في الدليل الذي يوزعه مصدر البطاقة على حملة البطاقات ووضع شعار البطاقة في مكان ظاهر بالمتجر ، مما يمثل إعلانا مجانيا للتاجر؛
- تعطي البطاقات الإئتمانية للمتجر الذي يتعامل بها ميزة تنافسية عن غيره من المتاجر الأخرى التي لا تتعامل بها.

3-/ للبنك المصدر:

⁴⁸ - زهير بشق ، " العمليات المالية المصرفية الإلكترونية " ، إتحاد المصارف العربية ، لبنان ، 2006 ، ص224.

- يمثل إصدار البطاقة الائتمانية للمصرف مصدرا جديدا للإيرادات المتأتية عن طريق تجديدات الإشتراك المحصلة من حملة البطاقات ، العملات المستقطعة من التجار ، فرق السعر في حالة السداد بالعملة الصعبة ؛

- إكتساب عملاء جدد للمصرف كالتجار الذين يقومون بفتح حسابات لهم في المصرف لتقيد مستحقاتهم وكذلك حملة البطاقات الذين يلجؤون لفتح حسابات لدى المصرف وإيداع مبالغ الضمان بها.

❖ - العيوب: هناك جانب سلبية عديدة لبطاقات الائتمان تختلف باختلاف أطراف البطاقة يمكن ترتيبها على النحو التالي:

1- بالنسبة لحامل البطاقة العميل :

- إرتفاع نسبة الفوائد على القروض الممنوحة من خلال البطاقة وخاصة عند التأخير ؛
- إن حامل البطاقة ملزم بسداد قيمة ما إشتري بها حتى لو كانت ضائعة أو مسروقة منه ؛
- يمكن أن يخسر حامل البطاقة قيمة مشتريات إشتراها عبر الإنترنت بسبب عملية نصب على موقع إلكتروني لتاجر أو مقدم الخدمة.

2- بالنسبة للتاجر:

- إن عدم تدقيق التاجر والتأكد من صلاحية البطاقة ومطابقته توقيعها أو عدم موافقة الجهة المصدرة على تجاوز العميل الحد الأقصى المسموح له بوقع العميل في خسارة مالية؛
- عجز البنوك عن الوفاء بديون مستخدمي البطاقات ولو لمدة قصيرة سيعرض أهم المحلات التجارية التي تقبل البطاقة للإفلاس ؛ ذلك أن المحلات التجارية تجري أعمال الشراء الخاصة بها وتسيير أمورها بناء على تسديدات الزبائن التي تصلها من البنوك ، فلو توقفت هذه ولو لمدة قصيرة فإن ذلك سيؤدي لنشوء مشكلة سيولة خطيرة توقف كثيرا من المنشآت الإقتصادية عندها.

3- بالنسبة للبنك المصدر:

- أدت السياسة المتراخية في إصدار البطاقات إلى زيادة الديون المدومة التي تغرمها الجهات المصدرة للبطاقات كل سنة ، وبما أن حملة البطاقات قد لا يستخدمونها لمدة طويلة ؛ فإن ذلك يجعل من البطاقات الراكدة سبب في زيادة تكاليف البنك؛
- يولد التعامل بالبطاقة خطرا على سيولة المصرف نظرا لكبر هذا التعامل ، كما أن حجم القروض المأخوذة من قبل حملة البطاقات يدعو المصرف إلى تخفيض استثمارته في المجالات الأخرى ، كذلك قد تسوء صورة المصرف أمام العملاء الذين يعتقدون أن استعمال البطاقات سبب من أسباب الغلاء.

2 - النقود الإلكترونية:

- تعتبر النقود الإلكترونية إحدى منجزات الثورة الرقمية التي نعيشها، فهي من أحدث الصناعات التي توصلت إليها أنظمة تسوية المبادلات التجارية، والتي تهدف إلى تسهيل الوسائط النقدية من جهة وتخفيض تكاليف الإنجاز من جهة ثانية ، وتوفير درجة عالية من الأمان للحقوق المالية ، وقد حظيت بقبول دولي سواء على مستوى الأشخاص أو المؤسسات المالية التي تتعامل بها ، بالإضافة إلى تماشيها مع طبيعة المعاملات الإلكترونية التي تتم عن بعد دون حضور المتعاقدين.
- بناء على ما تقدم وبالنظر للنقود الإلكترونية على أنها إحدى منتجات العصر الرقمي سنحاول التطرق إلى:

أ - تعريف النقود الإلكترونية:

- يمكن اعتبار النقود الإلكترونية شكلا من أشكال النقد الكتابي كونها تمكن حاملها الطلب من البنك الذي أصدرها تحويلها إلى نقد إئتماني أو إلى نمط آخر من النقد الكتابي كالشيك مثلا .
- فيمكن تعريف النقود الإلكترونية على أنها: " مجموع الأموال المحولة عبر طريق إلكتروني (سواء بين البنوك ، أو بين البنوك والأفراد) ؛ أو بتعبير آخر هي وحدات من القوة الشرائية تقبل الاستخدام والتحويل عبر سبل إلكترونية ، فالنقود الإلكترونية يمكن النظر إليها كما لو كانت إحلال إلكتروني محل

- النقود المعدنية والورقية للبنوك ؛ فهي تتبلور في شكل مجموعة من التقنيات المعلوماتية والمغناطيسية والإلكترونية التي تسمح بتبادل الأموال دون الحاجة لتدخل الأوراق".⁴⁹
- وهناك تعريف آخر للنقود الإلكترونية على أنها : " وسيلة دفع افتراضية تستخدم لسداد المبالغ أو تحويلها إلكترونياً ، وهي عبارة عن حامل إلكتروني (**Un Support électronique**)، ينطوي على قيمة تمثل حقاً لصاحبها على مصدر هذا النقد ، أي أن النقد الإلكتروني قائم على مبدأ "الدفع المسبق" (**Le Principe de prepayment**) ، وحتى يكتسب هذا الحامل الإلكتروني صفة النقدية يجب أن يحظى بالقبول كوسيلة دفع لدى المؤسسات ، فضلاً عن أداء وظائف النقد المعروفة".⁵⁰

ب - خصائص النقود الإلكترونية :

- تتمتع النقود الإلكترونية بمجموعة من الخصائص يمكن حصرها كالتالي:⁵¹
- تسمح النقود الإلكترونية بتحويل الأموال من شخص لآخر عن طريق التحويلات المالية الإلكترونية ؛
- تحتفظ النقود الإلكترونية بقيمتها المادية في صورة معلومات إلكترونية غير مرتبطة بأي حساب مصرفي ؛
- يمكن تقسيم النقود الإلكترونية إلى وحدات نقدية صغيرة وذلك لتسهيل إجراء المعاملات ذات القيم المحدودة ؛
- غالباً لا تشترط طرف ثالث لإظهار التبادل أو مراجعته أو تأكيده ؛
- يعتبر النقد الإلكتروني سهل الاستخدام مقارنة مع وسائل الدفع الأخرى بالإضافة لسهولة تخزينه وإستخراجه ؛
- تحقق النقود الإلكترونية الثقة في التعامل بحيث يصبح غير ممكناً للمتعامل بها إنكار قيامه بالدفع بعد إتمامه

ت - مكونات محفظة النقود الإلكترونية:

⁴⁹ - عبد الباسط وفا ، "سوق النقود الإلكترونية" ، دار هاني للطباعة والنشر ، حلوان ، 2004 ، ص 12 .
⁵⁰ - رحيم حسين ، هواري معراج ، " الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية "، ملتنقى المنظومة المصرفية والتحويلات الإقتصادية ، جامعة الشلف ، 2004 ، ص 320 .
⁵¹ - جيلا لي أحمد مسري ، "نشأة وتطور النظام المصرفي الجزائري" ، نفس المرجع السابق ، ص 97 .

تتكون محفظة النقود الإلكترونية من الناحية الفنية من بطاقة بلاستيكية مثبت عليها من الخلف كمبيوتر صغير مزود بذاكرة إلكترونية تسمح بتخزين معلومات ووحدات إلكترونية تصلح للوفاء بالديون قليلة القيمة سواء عند التاجر أو على شبكة الإنترنت.

وعند الرغبة في استعمال البطاقة يقوم العميل بتحميل البطاقة بعدد من الوحدات الإلكترونية ويكون التحميل أو الشحن من خلال أجهزة الصراف الآلي ، أو أجهزة خاصة أعدت خصيصا لشحن أو تحميل هذه البطاقات ، ويتطلب شحن هذه البطاقات إدخال رقم سري خاص بصاحب البطاقة كي تتعرف عليه الجهة المصدرة لهذه البطاقات .

وبإتمام عملية الشحن أوالتحميل ،يستطيع صاحب البطاقة أن يمررها في جهاز قارئ خاص لدى التاجر مثلما يحدث في بطاقات الوفاء والإئتمان ، ثم تخصم قيمة السلعة أو الخدمة مباشرة ، وتنقل القيمة في صورة وحدات إلكترونية إلى كمبيوتر التاجر دون الحاجة إلى توقيع أو تصديق من أحد .

■ من خلال ماسبق يتضح أن المحفظة الإلكترونية تقوم على أساس ثلاث دعائم أساسية :

- 1 -البطاقة المزودة بذاكرة إلكترونية تسمح بالتخزين والإستدعاء عند الإحتياج .
- 2 -الوحدات التي يتم شحنها على البطاقة وتسمى النقود الإلكترونية ، أو الوحدات الإلكترونية (Electronic Unites).
- 3 -شحن الوحدات على البطاقة بشكل مسبق لإستخدامها في عملية الدفع ويسمى الدفع المقدم أو الدفع المسبق (Le Principe de prepayment) .⁵²

ث- مشاكل وتحديات النقود الإلكترونية:

⁵²- شريف محمد غنام ، " محفظة النقود الإلكترونية " ، الدار الجامعية الجديدة للنشر والتوزيع ، الإسكندرية ، 2007 ، ص 14 .

يترتب عن إستعمال النقود الإلكترونية مشاكل وتحديات متنوعة تحد من إنتشارها وإزدهارها ، نلخصها كالتالي :⁵³

- أ - إرتكاب الأخطاء : عدم الدقة جراء بعض الأخطاء المرتكبة من قبل الموظفين في التعامل مع الفواتير ، ومع تكرار الأخطاء تفقد الثقة بين البنك والعميل ؛
- ب - إنقطاع الخدمات لأسباب فنية : تتوقف تعاملات البنوك الإلكترونية في حالة ما تم إنقطاع الخدمة لأسباب فنية ، مما يؤدي إلى ضجر العملاء وفقدان الثقة ؛
- ت - عدم وجود مستندات مصرفية للمراجعة : يسبب غياب المستندات المصرفية مشاكل للمراقبين والمراجعين من أجل التأكد من صحة المعاملات ، بإعتبار أن كل المعلومات محفوظة إلكترونياً ؛
- ث - خطر السيولة على البنك : وهذا لأن الإفراط في إستعمال البطاقة من طرف المتعاملين ، وبالتالي في إستعمالها مقابل قلة الإيداعات ، مع وجود صعوبة في رفع السعر الخاص من طرف البنك المركزي ، يصبح الفرق الموجود في العملة غير مؤثر ويؤدي ذلك إلى وقوع البنك في مشكلة السيولة ، خاصة في حالة عدم دفع المستحقات في وقتها ؛
- ج - المنافسة الشديدة الموجودة ما بين البنوك والمؤسسات المالية: تتنافس البنوك العارضة للبطاقات وكذا المواقع التي تعرض خدمات هذه البطاقات مما يؤدي إلى مشاكل الفيروسات الإلكترونية ؛
- ح - سرقة البطاقات أو ضياعها أو إستعمالها من قبل الغير ؛
- خ - إنعدام الوعي الإلكتروني لدى العملاء : إن الإلمام الإلكتروني لدى العملاء يعتبر من العوامل التي تحد من التعامل إلكترونياً ، حيث أن جزءاً لا يستهان به من العملاء ليسوا على دراية كافية بهذا المجال ؛

3 - الشيك الإلكتروني: "E- Checking"

⁵³ - جيلا لي أحمد مسري ، "نشأة وتطور النظام المصرفي الجزائري" ، نفس المرجع السابق ، ص 87 .

يعد الشيك الإلكتروني مظهر من مظاهر التطور التكنولوجي والتقني، فهو من أبرز أشكال النقود الإلكترونية وأهم وسائل الدفع الإلكتروني التي تتناسب مع الخصائص المميزة للمعاملات الإلكترونية ، فهو يحقق السرعة في إنجازها والثقة بين المتعاملين ، كما أنه يتفق مع عالميتها ، حيث يتم تداوله عبر الإنترنت . ويعتبر الشيك الإلكتروني مكافئاً للشيكات التقليدية الورقية ، وهناك من يتوقع أن تحل محلها.

■ من خلال ما تم ذكره سنتطرق إلى دراسة ما يلي:

أ - تعريف الشيك الإلكتروني:

- يمكننا تعريف الشيك الإلكتروني بأنه: "رسالة إلكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك (حامله) ليعتمده ويقدمه للمصرف الذي يعمل عبر الإنترنت أو شبكات الإتصال الأخرى ، ليقوم المصرف أولاً بتحويل قيمة الشيك النقدية إلى حساب الشيك وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك وإعادةه إلكترونياً على مستلم الشيك ليكون دليلاً على أنه تم صرف الشيك فعلاً ، كما يمكن لمستلم الشيك أن يتأكد إلكترونياً من أنه قد تم بالفعل تحويل المبلغ لحسابه ."⁵⁴

- و الشيك الإلكتروني هو "عبارة عن بيانات يرسلها المشتري إلى البائع عن طريق البريد الإلكتروني المؤمن، و تتضمن هذه البيانات التي يحتويها الشيك البنكي من تحديد مبلغ الشيك و اسم المستفيد و اسم من أصدر الشيك و توقيعه، و يكون هذا التوقيع عن طريق رموز خاصة"⁵⁵

ب - مزايا وعيوب الشيك الإلكتروني:

1-المزايا:

- يعدّ الشيك الإلكتروني وسيلة جديدة لمعالجة الكثير من المنازعات والمخاطر التي تحيط باستخدام الشيك المكتوب يدوياً والذي يعدّ أداة وفاء قلّت ثقة الناس في التعامل به لما يصاحبه من إمكانية عدم وجود رصيد لقيّمته أو عدم اشتماله لأحد العناصر الإلزامية الذي يجب أن يشتمل عليها ذلك الشيك المكتوب ، بينما نجد أن الشيك الإلكتروني وسيلة أكثر أماناً للقيام بعمليات البيع والشراء عبر شبكة الإنترنت حيث لا يحتاج المستخدم لذلك الشيك سوى إلى برنامج تصفح على الإنترنت ، وحساب بنكي ، وتوفير نماذج بيع ونماذج فواتير متوافقة مع خدمة الشيك الإلكتروني

⁵⁴ - حميد فوشيت ، حكيم بناولة ، " واقع وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر " ، الملتقى العلمي الدولي حول : عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر -عرض تجارب دولية - جامعة خميس مليانة .

⁵⁵ - عبد الرحيم وهيب ، "إحلال وسائل الدفع التقليدية بالإلكترونية " ، نفس المرجع السابق ، ص 41 .

- وعلى إعتبار أن الشيكات الإلكترونية أحد أشكال النقود الإلكترونية فهي تتفق مع ما تحتاجه المعاملات الإلكترونية من سرعة في الإنجاز فهي سهلة الاستخدام وبسيطة في إجراءاتها
- كما إن العمل بالشيكات الإلكترونية يعزز الثقة بين المتعاملين من خلال تضمين هذه الشيكات البيانات الأساسية التي تبعث إلى الاطمئنان لدى المتعاملين ذلك أن المصرف يقوم بالتحقق من البيانات المدونة في الشيك وبعد التأكد منها يقوم بعملية المقاصة (اقتطاع قيمة الشيك من حساب عميله إلى حساب المستفيد).

2-/- العيوب:

- إن الشيكات الإلكترونية تتناسب مع التطور الحاصل للنقود بالشكل الذي يواكب التطور الهائلها يواجه العديد من المخاطر لعل من أبرزها ضرورة إيجاد الصيغة المناسبة للتطور التكنولوجي والتقني لإمكانية استخدام هذه الشيكات ، ذلك أننا نجد العديد من الدول وبالأخص الدول النامية تفتقد البنية التحتية المناسبة لمسايرة هذا التطور فاستخدام الشيكات الإلكترونية يحتاج إلى أنظمة حاسوبية متطورة ذات تقنية عالية وثقافة معلوماتية عالية لدى المتعاملين بها وهذا ما لا نجده في العديد من الدول.
- قد تتعرض هذه الشيكات كأي رسالة بيانات إلى اختراقها والوصول إلى بياناتها الأمر الذي يؤدي إلى فقدان المتعاملين بهذه الشيكات إلى الحماية والأمن .

4 - المقاصة الإلكترونية والتحويل المالي الإلكتروني:

أدى التعامل المصرفي المالي عبر الإنترنت والوسائل التقنية الحديثة الأخرى كالصيرفة عبر المحمول ، أو الصيرفة المنزلية إلى إحداث ثورة تكنولوجية في هذا القطاع أسهمت في تحسين التدفق النقدي عبر إنجاز التحويلات المالية إلكترونيا وكذا المقاصة الإلكترونية والذي نتج عنه : سرعة تناقل النقد وإلى تقليل الأعمال الورقية ، والشيكات التقليدية .

أ - المقاصة الإلكترونية:

يمكن تعريف المقاصة الإلكترونية على أنها: " نظام لتسوية مدفوعات الشيكات إلكترونيا بين البنوك

بدلا من المدفوعات الورقية التي تتم في غرف المقاصة ، وتسجيل

المدفوعات الإلكترونية على شريط ممغنط " .⁵⁶

- وتقدم المقاصة الإلكترونية فوائد عديدة نذكر منها :⁵⁷

● تقليل مخاطر العمليات بالنسبة للشيكات المفقودة والمعادة أكثر من مرة.

⁵⁶ - نبيل ذنون حاسم ، مثال مرهون مبارك ، " معيقات تطبيق الصيرفة الإلكترونية في القطاع المصرفي الحكومي " ، مرجع سبق ذكره ص 08 .

⁵⁷ - " الآثار الاقتصادية للمقاصة الإلكترونية " ، ملتقى القاصة الإلكترونية وأبعادها الاقتصادية والتنموية ، عمان ، 2008

- إدارة أفضل للأموال ؛
- تعزيز وزيادة الثقة في التعامل بالشيكات ؛
- زيادة الدقة في تحصيل الشيكات لأن معظم بيانات الشيكات وصورها تسجل عن طريق قارئ مغناطيسي.

ب - التحويل المالي الإلكتروني:

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

- ويمكن تعريف نظام التحويلات المالية الإلكترونية " **EFT** ، **Electronic Funds Transfer** " على أنه: " عملية منح الصلاحية (**Permission**) لبنك ما ، من أجل القيام بحركات التحويلات المالية الدائنة والمدينة إلكترونيا من حساب بنكي إلى حساب بنكي آخر ؛ أي أن عملية التحويل تتم إلكترونيا عبر الهواتف أو أجهزة الكمبيوتر أو أجهزة المودم (**Modems**) بدلا من إستخدام الأوراق ، وتنفذ عمليات التحويل المالي عن طريق دار المقاصة الآلية ، وهي شبكة تعود ملكية تشغيلها إلى البنوك المشتركة بنظام التحويلات المالية الإلكترونية " ⁵⁸.

المطلب الثالث: المخاطر التي تواجه البنوك في بيئة الإنترنت

إن إستعمال الأنظمة المعلوماتية في القطاع المصرفي كان نقطة تحول بارزة ساهمت في تطوير وتوسيع هذا المجال إلا إنها تسببت في ظهور مخاطر عديدة تمخضت عنها جرائم عديدة لم نألّفها من قبل سميت " **بالجرائم المعلوماتية** " ، وتحتاج هذه المخاطر إلى أمن معلوماتي لحمايتها ، فمن خلال هذا المطلب سنتعرض لأهم هذه المخاطر وكذا متطلبات أمن المعلومات المصرفية في بيئة الإنترنت.

- أولا: أهم المخاطر المصاحبة للعمل المصرفي عبر الإنترنت.
- ثانيا: متطلبات ومعايير أمن المعلومات المصرفية في بيئة الإنترنت

⁵⁸ - زهير بشتق ، " العمليات المالية المصرفية الإلكترونية " ، نفس المرجع السابق ، ص 58.

● أولاً: أهم المخاطر المصاحبة للعمل المصرفي عبر الإنترنت.

1- الجرائم المعلوماتية المصرفية:

وتعترف جرائم الإنترنت بأنها تلك النوع من الجرائم التي تتطلب إلمامًا خاصًا بتقنيات الحاسب الآلي ونظم المعلومات لأجل إرتكابها.

● ونظرا لإعتماد البنوك بشكل كبير ومباشر على تقنيات المعلومات والاتصالات المتطورة في إدارة أعمالها ، فمن الطبيعي أن تتعرض هذه البنوك للإعتداءات وجرائم مصدرها التقنيات الحديثة المستعملة في ظل قلة التشريعات، ومن بينها :

أ - الإحتيال الإلكتروني: وهو سرقة المعلومات الشخصية عن طريق إنتحال شخصية ما ، أو مؤسسة موثوقة مثلا: تلقي رسالة بالبريد الإلكتروني من موظفي البنك الذي تتعامل معه أو شخص مقرب يطلب منك زيارة موقع إلكتروني لتحديث معلوماتك بسرعة ، وفي الأصل هذه الرسالة مرسله من جهة أخرى .⁵⁹

ب - جرائم بطاقات الإئتمان : وتتمثل في الإستخدام غير المشروع لبطاقات الإئتمان الممغنطة فقد يتم إستخدام بطاقات مزورة أو مسروقة للإستلاء على أموال أصحاب الحسابات أو إتقاط أرقامها السرية عند إستعمالها عبر شبكة الإنترنت .⁶⁰

ت - جرائم غسيل الأموال: شهدت هذه العمليات تطورا كبيرا في فنونها مدفوعة بالتزايد الكبير في حجم الأموال والمتحصلات الناتجة عن الأنشطة غير المشروعة ، إضافة إلى التطور الكبير في الوسائل التكنولوجية التي تستخدم في نقل الأموال وتحويلها عبر الحدود ومع تطور أنظمة التحويل المالي وإستخدام شبكات الحاسوب في الربط بين كافة الأسواق وسهولة نقل أموال كبيرة ، تزايدت عمليات غسيل الأموال إضافة إلى إنتشار التجارة الإلكترونية فقد تزايدت تبعا لذلك .⁶¹

ث - جريمة إتلاف برامج كمبيوتر البنك وبياناته: تستهدف هذه الجريمة التعرض لسلامة وأمن الأنظمة المعلوماتية وسرية البيانات والمعلومات التي تتضمنها من خلال التلف السريع الذي يلحق بها جراء فيروس

⁵⁹ - محمد زيدان ، محمد حمو ، " متطلبات أمن المعلومات المصرفية في بيئة الإنترنت "، المؤتمر السادس تحت عنوان البيئة المعلوماتية الآمنة، الرياض ، 7-8 أبريل 2010 .

⁶⁰ - عبد الجبار الخنيص ، "الإستخدام غير المشروع لبطاقات الإئتمان الممغنطة من وجهة نظر القانون الجزئي " ، نفس المرجع السابق ، ص 81 .

⁶¹ - بسام أحمد الزلي ، " دور النقود الإلكترونية في عمليات غسيل الأموال " ، مجلة دمشق ، العدد (01) ، سوريا 2010 ، ص ، 588 .

رقمي يتغلغل في النظام ويتسبب في إيقافه عن العمل ، والهدف من وراء هذه الجريمة تكبيد البنوك خسائر ضخمة والإضرار بسمعتها المهنية من خلال إشاعة جو من الخوف في نفوس عملائها وتعطيل سير أعمالها.⁶²

2- إنعكاسات الجرائم المعلوماتية على بنية المخاطر في البنوك:

أدت الصيرفة الإلكترونية التي تعتمد الإنترنت كقناة توزيع جديدة إلى إحداث تغيير في بنية مخاطر البنوك ، ونجم عنها تحديات جديدة أمام التحكم في هذه المخاطر وإدارتها ، نظرا للجرائم السابقة الذكر التي تمس نظم معلومات البنوك ، وهو الأمر الذي إنعكس على بنية المخاطر المصرفية وإستراتيجيات إدارتها ، وفيما يلي نورد بعض المخاطر التي تعترض عمل البنوك في بيئة الإنترنت .

أ - مخاطر السيولة:

وتُعرف بأنها المخاطر التي تؤثر على ربحية ورأسمال البنك جراء عدم المقدرة على الوفاء بالتزاماته عند إستحقاقها ، وتشمل مخاطر السيولة:

- عدم قدرة البنك على إدارة التغيرات الطارئة في تركيبة مصادر الأموال ؛
- عدم مقدرة البنك على التأقلم مع ظروف السوق وتغيراته المؤثرة على قدرته بتسييل بعض موجوداته بأقل خسائر ممكنة وتزويد الإنترنت (وسيلة الإتصال بين العميل والمصرف) من احتمالات تغير حجم الودائع لدى البنك باستمرار، الأمر الذي يتطلب من المصرف المتعامل عبر الإنترنت إيجاد نظام ملائم لإدارة الموجودات والمطلوبات والرقابة على وضع السيولة لديه بشكل دائم.⁶³

ب - المخاطر العلمية الإستراتيجية:

إن الصيرفة الإلكترونية التي تعتمد الإنترنت من أجل توفير المعلومات لعملائها وأيضاً تنفيذ العمليات التي يطلبونها معرضة أكثر لمخاطر القرصنة والإختراقات ، ولا شك أن التطورات السريعة في التكنولوجيا وإزدياد حدة المنافسة بين البنوك ذاتها وبين المؤسسات غير المصرفية وإختلاف طبيعة إستراتيجيات المواكبة ، قد تعرض البنوك إلى مخاطر كبيرة في حال عدم سلامة عمليات التخطيط والتنفيذ لإستراتيجية الصيرفة

⁶² - محمد زيدان ، محمد حمو ، نفس المرجع السابق

⁶³ - نادر ألفرد فاحوش ، " العمل المصرفي عبر الإنترنت " ، دار العربية للعلوم ، لبنان ، 2000 ، ص 115 .

الإلكترونية، ومن حيث الجوهر فإن إدارة البنوك بحاجة إلى درس متأن ومدى مساهمة إستراتيجية الإنترنت في الحفاظ على تنافسية المؤسسة ورجحيتها مع التأكد من عدم حصول زيادة غير مرغوبة بها في بنية المخاطر.⁶⁴

ت -المخاطر القانونية :

تنشأ المخاطر القانونية عندما لا يحترم البنك القواعد والتشريعات النافذة والأعراف المصرفية والتجارية ، أو عندما لا تكون هناك نظم قانونية واضحة ودقيقة بخصوص العمليات المصرفية الجديدة ، وينطبق ذلك على الأعمال المصرفية الإلكترونية في غياب التشريعات المواكبة.⁶⁵

ث -مخاطر تتعلق بسمعة البنك:

تتعلق هذه المخاطر بالتطورات غير الملائمة التي يمكن أن تتعرض لها البنوك في تقديم خدماتها من خلال قنوات التوزيع المصرفية، وهذا في غياب شبكة موثوق بها لدعم نشاطاتها وحمايتها في بيئة الإنترنت، حيث يمكن أن تتعرض سمعة البنوك لأضرار في حالة عدم توفير الخدمات المصرفية عبر الإنترنت وفق معايير الأمان والسرية والدقة و الإستمرارية والإستجابة الفورية لمتطلبات عملائها .⁶⁶

● ثانيا: متطلبات ومعايير أمن المعلومات المصرفية في بيئة الإنترنت :

يرجع الفضل في ظهور البنوك الإلكترونية وتطورها إلى التقدم التكنولوجي وثورة المعلومات ، فقد نشأة وانتشرت بفضل هذا التقدم ، ولكن هناك حقيقة لا يمكن إخفاؤها وهي أن التقدم نفسه قد يكون السبب الرئيسي وراء القضاء على هذه البنوك ، إذ لم توفر لعملائها وسائل الحماية والأمان ما يدفعهم للإستمرار التعامل معها ، وهو ما يستدعي إتخاذ جملة من المتطلبات للحفاظ على الإستمرارية، وتمثل متطلبات الأمان الرئيسية للبنوك في بيئة الإنترنت في :

1 اللوعي بمسائل الأمان لكافة مستويات الأداء الوظيفي، الحماية المادية للتجهيزات التقنية، الحماية التقنية الداخلية، الحماية التقنية من المخاطر الخارجية.

2 الأمان الفاعل هو المرتكز على الإحتياجات المدروسة التي تتضمن الملائمة والموازنة بين محل الحماية ومصدر الخطر وأداء النظام والتكلفة .

⁶⁴ - زهير بشناق ، نفس المرجع السابق ، ص 74 .

⁶⁵ - نادر ألفرد قاحوش ، نفس المرجع السابق ، ص 118.

⁶⁶ - زهير بشناق ، المرجع سبق ذكره، ص 60 .

- 3 تمثّل بيانات البنوك أموالاً رقمية وحقوقاً مالية وعناصر رئيسية في الإئتمان ، ومنه فالمطلوب هو وضع إستراتيجية شاملة لأمن معلومات تتناول نظام البنك وموقعه الافتراضي.
- 4 المراقبة الإلكترونية والتي تركز على الأساليب التكنولوجية للمراقبة على المخاطر وفحص البنوك في بيئة هيكلية تتسم بالإنفتاح.
- 5 إن أهم إستراتيجيات أمن المعلومات هو توفير الكفاءات التقنية القادرة على كشف وملاحقة والإختراقات وضمان وجود فريق تدخّل سريع يدرك ما يقوم به .
- 6 أمن نظام التحويلات المالية الإلكترونية " EFT " ، حيث يوجد وسيلتين أساسيتين لتأمين المعاملات المالية والمصرفية الإلكترونية وهما :
- أ - الأمن البرمجي : ويعتمد هذا النوع من الأمن على تشفير المعلومات البنكية عن طريق برنامج خاص يعمل على تشفير المعلومات الخاصة بإتمام عمليات الشراء ، بحيث لا يمكن قراءتها في حالة التعرّض لها ، ومن أمثلة هذه البرامج بروتوكول الطبقات الأمنية ، وهو بروتوكول تابع لشركة " Netsca Pecmmunication Corp " ، ويسمح بمعرفة هوية البائعين ، بل وقد يربك المشتري نفسه الذي يتعين عليه إرسال رقم بطاقته للبائع على الخط.
- ب - الأمن العتادي : ويتم هذا النوع من الأمن بإستعمال البطاقات الذكية الخاصة بالمستهلك هذه البرامج المستخدمة لتحقيق الأمن العتادي نجد بروتوكول الحركات المالية الآمنة ، والذي يسمح لشركتي **Visa** و **Master Card** بمعرفة أطراف التبادل من خلال التوقيعات الرقمية.
- 7 التوقيع الإلكتروني : وهو شهادة رقمية تستخدم في إرسال أي وثيقة أو عقد تجاري أو تعهد أو إقرار ، وهو مكون من أحرف أو أرقام أو صور أو صوت أو نظام معالجة إلكتروني ، ويتم اللجوء إلى التوقيع الإلكتروني لرفع من مستوى الأمن وخصوصية المتعاملين عبر شبكة الإنترنت.⁶⁷

⁶⁷ - محمد زيدان ، محمد حمو ، " متطلبات أمن المعلومات المصرفية في بيئة الإنترنت " ، نفس المرجع السابق ،

المبحث الثالث: النظام المصرفي الجزائري والصيرفة الإلكترونية

منذ أكثر من عشر سنوات شرعت الجزائر، في إطار إصلاحات اقتصادية شاملة، في إصلاح منظومتها المالية والمصرفية، إستعدادا للتحويل نحو اقتصاد السوق وتحضيرا للاندماج في الاقتصاد العالمي. وفي هذا المجال تم إصدار العديد من التشريعات أبرزها القانون رقم 06-88 والقانون رقم 90-10 المعدل والمتمم بالأمر 11/03، فضلا عن تعليمات وتنظيمات بنك الجزائر المتعددة .

وخلال الخمس سنوات الأخيرة كثر الحديث عن عصنة المصارف، كجزء من هذه الإصلاحات. وفي هذا الإطار تم اقتراح العديد من الأفكار والمشاريع، غير أن ما ينتظر منها أكثر بكثير مما تحقق فعلا. ولعل من أهم هذه المشاريع "الصيرفة الإلكترونية".

ومشروع الصيرفة الإلكترونية وإمكانية اعتمادها في النظام المصرفي الجزائري يتطلب دراسة واقع مختلف القطاعات ومدى إستعدادها لتدعيم هذا المشروع.

ومن خلال هذا المبحث سنعالج واقع تكنولوجيا المعلومات والإتصال ومدى إستخدامها في النظام المصرفي الجزائري، كما سنتطرق إلى النظام النقدي الإلكتروني في الجزائر.

المطلب الأول : واقع تكنولوجيا المعلومات والإتصال في النظام المصرفي الجزائري

في ظل الإتجاه الدولي المتسارع نحو نشر تطبيقات الصيرفة الإلكترونية في كافة المعاملات المالية والمصرفية عرف قطاع تكنولوجيا المعلومات والإتصال في الجزائر تأخرا كبيرا ، إلا أنه في السنوات الأخيرة ومع بداية التخصصية ، والتحرير وعصنة القطاعات بدأ قطاع تكنولوجيا المعلومات والإتصال يتطور تطورا ملحوظا وبارزا لاسيما في مجال الهاتف النقال وشبكة الإنترنت.

I. واقع تكنولوجيا المعلومات والإتصال في الجزائر:

شهد قطاع البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال في العقد الأخير، نقلة نوعية سواء من حيث القوانين والإجراءات المتخذة أو من جانب الأغلفة المالية المخصصة للنهوض بالقطاع، لا سيما من خلال تجسيد مشروع الجزائر الإلكترونية وتعميم استعمال تكنولوجيات الاتصال.

1) - لمحة عن بنية قطاع الإتصالات في الجزائر:

عرف قطاع البريد وتكنولوجيا المعلومات والإتصال تأخرًا كبيرًا ، وتعتبر الخطوة الأولى للنهوض به في إصدار قانون جديد لقطاع الإتصالات وهو القانون رقم (3) لسنة 2000 ، والذي جاء لإنهاء إحتكار الدولة لنشاطات البريد والإتصالات ، ووضع حد فاصل بين نشاطي التنظيم وإستغلال أو إدارة الشبكات⁶⁸ ، ومع صدور هذا القانون تم إنشاء " سلطة ضبط البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية" ، في إطار تحرير سوق البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية⁶⁹ ثم قامت السلطات بإعادة هيكلة قطاع البريد والإتصالات سنة ، حيث فصل قطاع البريد عن قطاع الإتصالات سنة 2001 وأصبح هناك كيانين مختلفين هما بريد الجزائر "Poste d'Algérie" ، وإتصالات الجزائر "Algérie Télécoms" ، وفي نفس السنة وتحديداً في 2001/07/11 عرف قطاع الهاتف النقال الجزائري دخول أول متعامل أجنبي تحت الإسم التجاري جيزي "Dgezzy" ، وحصل على رخصة الشبكة في سنة 2002 ليكون هذا الأخير مؤشرا على إنهاء إحتكار الدولة على إستغلال شبكة الهاتف النقال، وبعدها تلتها الجزائرية للإتصالات بإطلاق شركتها الحاملة للعلامة التجارية موبيلس "Mobilis" ، وذلك في 2003/08/03 ، وفي نفس السنة وتحديداً في 2003/12/20 منح رخصة جديدة للهاتف النقال لمتعامل جديد والمتمثل في الشركة الوطنية الكويتية والتي حملت العلامة التجارية نجمة "Nedgma"⁷⁰

⁶⁸ - جيلالي أحمد مسري ، "نشأة وتطور النظام المصرفي الجزائري" ، نفس المرجع السابق ، ص 131 .

⁶⁹ - " سلطة ضبط البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية " www.arpt.dz ، يوم الإطلاع 2011/05/27

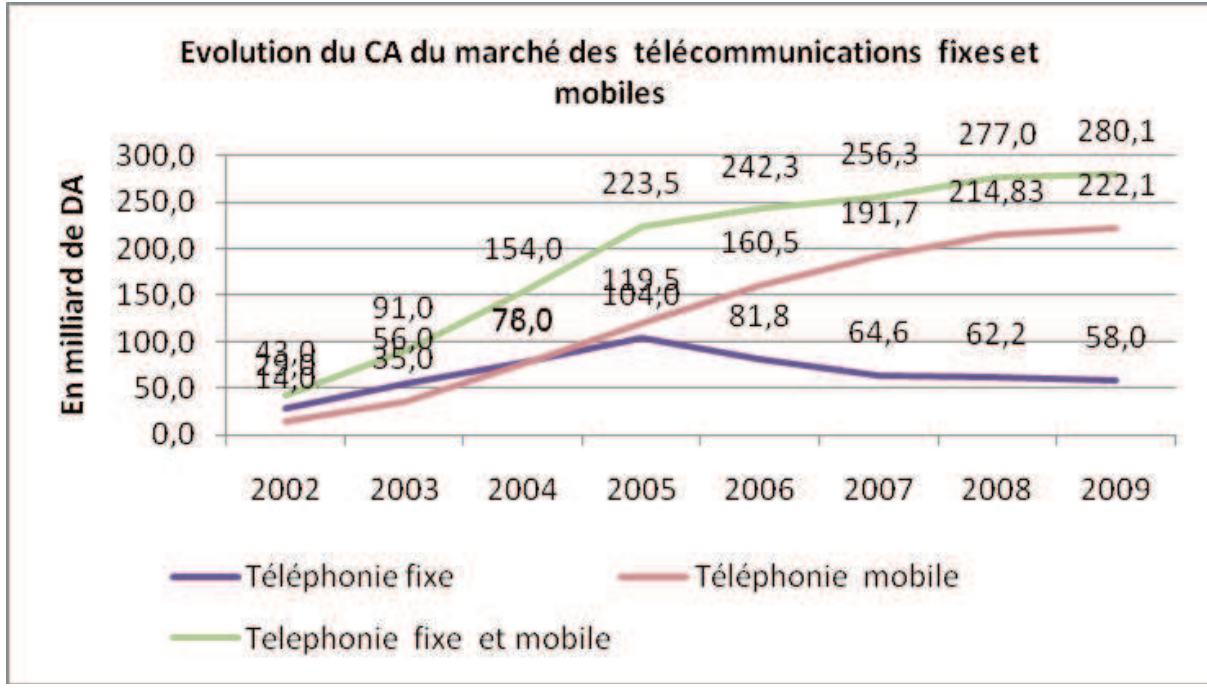
⁷⁰ - قويني سعاد ، " الملامح التنظيمية والإستراتيجيات التنافسية لمتعاملي صناعة الهاتف النقال الجزائري " ، الملتقى الدولي حول المنافسة والإستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية ، جامعة بسكرة ، 2009 ، ص 01.

❖ الجدول رقم (1.2) تطور في أرقام أعمال الإتصالات السلكية واللاسلكية :

2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	رقم الأعمال بالمليارد. ج
58.0	62.20	64.6	81.8	104.0	78	56	29	الهاتف الثابت
222.1	214.83	191.7	160.5	119.4	76	35	14	الهاتف المحمول
280.1	277	256.3	242.3	223.4	154	91	43	المجموع

Source : Rapport Annuel 2009 de L'artpt, Autorité de Régations de la poste et des télécommunications. P 37.

❖ الشكل رقم (4.2) يوضح منحنى تطور في أرقام أعمال الإتصالات السلكية واللاسلكية:



Source : Rapport Annuel 2009 de L'artpt, Autorité de Régations de la poste et des télécommunications. P 38.

إذا نظرنا إلى أرقام أعمال الهاتف الثابت في الجزائر نلاحظ ارتفاعها من سنة 2002 إلى غاية 2004 مقارنة بأرقام أعمال الهاتف المحمول نظرا لقلّة مستخدميه والإعتماد الكبير على شبكة الهاتف الثابت ، وإبتدأنا من سنة 2005 نلاحظ ارتفاعا ملحوظا في رقم أعمال الهاتف المحمول إلى غاية 2009 ويبقى في إرتفاع مستمر، ويرجع السبب الرئيسي وراء ذلك النقلة النوعية في مجال الهاتف المحمول والتطور الذي عرفه عدد مستخدمي هذه الشبكات المختلفة التي شهدتها قطاع الإتصالات في الجزائر.

- وأكدت إحصائيات عن سلطة ضبط البريد والمواصلات أن عدد المشتركين في شبكة اتصالات الجزائر "موبيليس" قد تراجع لينتقل من (10.079.500) مليون مشترك سنة 2009 إلى (9.446.774) مليون في 2010 ما يمثل حصة سوق تقدر بـ 28.8 بالمائة، وبلغ عدد المشتركين في شبكة الوطنية "تيليكوم الجزائر" 8.245.998 مليون مشترك سنة 2010 مسجلا ارتفاعا مقارنة بسنة 2009 (8.032.682) أي حصة 25.2 بالمائة، كما انخفضت نسبة ولوج الهاتف النقال سنة 2010 بـ 90.30 مقارنة بسنة 2009 (91.68%). وأوضح السيد مجاهد أنه تم إحصاء أكثر من 3 ملايين

مشترك في الهاتف الثابت في شهر فيفري 2011 مضيفا أن عدد المشتركين في الجمع العمومي "اتصالات الجزائر" الوحيد في السوق الجزائرية بلغ 2.537.000 مشترك في الهاتف الثابت السلكي و553.300 في الهاتف الثابت اللاسلكي⁷¹.

أ — الإنترنت في الجزائر:

دخلت خدمة الإنترنت إلى الجزائر عام 1993 عن طريق مركز البحث للمعلومات العلمية والتقنية (Cerist) وهو مركز للأبحاث تابع للدولة الجزائرية، في عام 1998 صدر المرسوم الوزاري رقم (265) الذي بموجبه أنهى احتكار خدمة الإنترنت من الدولة وسمح للشركات الخاصة بتقديم هذه الخدمة، وفي عام 1998 ظهرت أولى شركات التزويد الخاصة وارتفعت أعداد الشركات التي تزود الزبائن إلى 18 شركة بحلول شهر مارس عام 2000، وتشير الإحصائيات أن مجموع مستخدمي الإنترنت في الجزائر بلغ 1.9 مليون شخص حتى نهاية عام 2005. من أبرز شركات التزويد بالإنترنت شركة (إيباد Eepad)، لكن في ماي 2008 بقرار من وزارة البريد وتكنولوجيا الإتصال والإعلام خفض سعر الاشتراك إلى النصف لدى أكبر شركات التزويد بالإنترنت التابعة لدولة الجزائرية وهي اتصالات الجزائر عرف عدد المشتركين ارتفاعا ملحوظا.⁷²

- وتعرف الجزائر حاليًا فترة من النمو المتسارع في عدد مستخدمي الإنترنت خاصة مع إزدياد الوعي بأهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال (TIC)، وفي هذا الصدد صدر مشروع "أسرتك Ousratic"، الذي يهدف إلى تعميم أجهزة الحواسيب المصغرة وخدمة الإنترنت في المنازل الجزائرية، العائلات المهتمة بهذا المشروع وذلك من خلال إقتناء قرض بنكي ابتداء من 3600 دينار جزائري للشهر، من أجل شراء حاسوب مكتبي Micro-ordinateur وإشتراك إنترنت ADSL⁷³.*

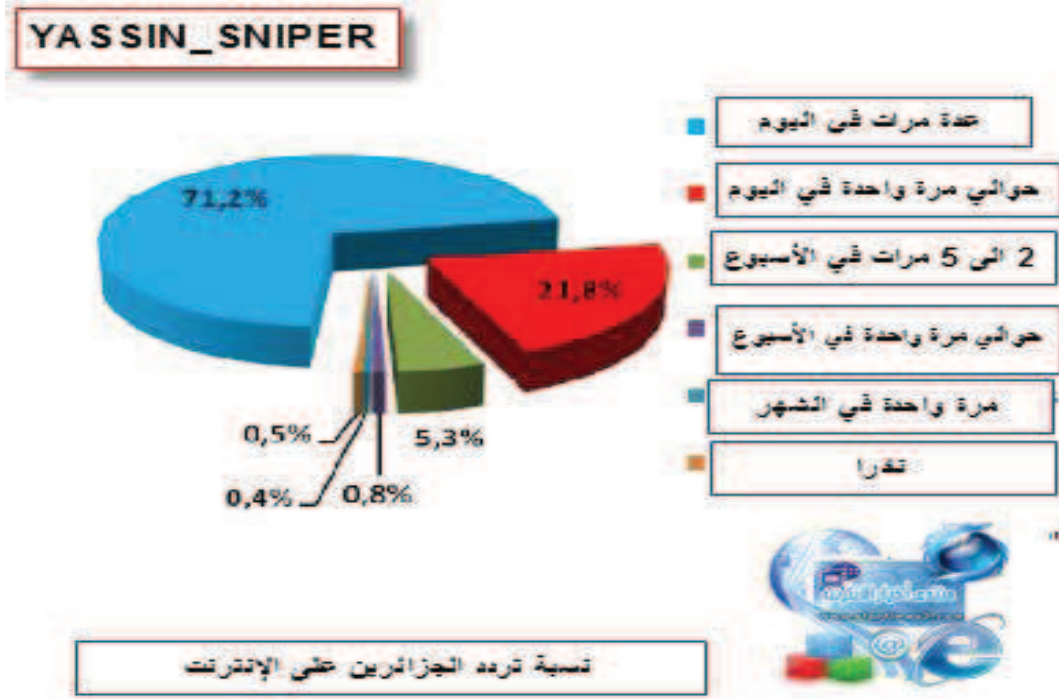
⁷¹ - إحصائيات عن سلطة ضبط البريد والمواصلات <http://www.djazair.com/search>، يوم الإطلاع 28/05/2011.

⁷² - "الإنترنت في الجزائر"، يوم الإطلاع: 28/05/2011، متاحة على الرابط <http://ar.wikipedia.org/>

*- ADSL: كلمة ADSL هي اختصار لعبارة Asymétrique Digital Subscriber Line أو خط المشترك الرقمي الذي يوفر خدمة الإنترنت فائقة السرعة، وهي خدمة مريحة صممت خصيصا لشرحية كبيرة من مستخدمي الشبكة التي تتضمن مستخدمي الشركات الذين يحتاجون إلى اتصال فائق السرعة بالإنترنت على مدار 24 الساعة، و من خلال هذه الخدمة يمكن استخدام تطبيقات متعددة على الشبكة بشكل أسرع، منها البث المرئي المباشر والخدمات الصوتية عبر الإنترنت، خدمات البريد الإلكتروني، والعديد من وسائل الإتصال الآتية،.

- وحسب آخر الإحصائيات قَدَّر عدد مستخدمي الإنترنت في الجزائر سنة 2009 حوالي: 4.5 مليون جزائري، أي ما يعادل 12.8 % من نسبة عدد السكان، وفي سنة 2010 وصل عدد المستخدمين إلى ما يقارب 4.7 مليون مشترك ويعادلها 13.60 % من نسبة عدد السكان.⁷⁴

❖ الشكل رقم (5.2) يوضح نسبة تردد الجزائريين على الإنترنت:



المصدر: " تقرير سنوي عن استخدام الإنترنت في الجزائر 2009 "، يوم الإطلاع: 2011/05/28، متاحة على الرابط

<http://www.startimes.com>

ب - مدى استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في النظام المصرفي الجزائري:

إن واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في النظام المصرفي الجزائري لا يختلف كثيراً على ما هو عليه في الجزائر عموماً ، إلا أنه يجب تناول هذه النقطة لأهميتها البالغة في اعتماد الصيرفة الإلكترونية داخل الجهاز المصرفي .

⁷⁴ - " تقرير سنوي عن استخدام الإنترنت في الجزائر 2009 "، يوم الإطلاع: 2011/05/28، متاحة على الرابط

<http://www.startimes.com>

- بالنسبة لشبكة الإتصالات: فنلاحظ غياب شبكات محلية تربط مختلف الهيئات المالية وتنسق العمل بينهما ، إن هذه الحالة تفرض إيجاد حلول جديدة من شأنها تقديم خدمات أحسن وأسرع ، وفي هذا الصدد باشرت بعض المؤسسات بتطوير شبكات إلكترونية للدفع والتسديد ،منتشرة في نقاط محدودة من التراب الوطني ، لكن عدم القدرة على التحكم فيها وتسييرها ، جعل بعضها تتوقف عن تقديم خدماتها ، لكن مع الطلب المتزايد على هذه الخدمات مثل التسديد والدفع والمعاملات المالية شجع بعض المؤسسات على مواصلة تقديمها ، مثل بطاقة الدفع المقدم لخدمات الهاتف وبطاقة السحب من الصرافات الآلية لمؤسسة البريد والمواصلات ، البطاقات البنكية للسحب والدفع (**BDL** ، **BEA, CNEP CPA**) ، وقد إستعمل بنك الفلاحة والتنمية الريفية **BADR** سنة 1991 شبكة سويفت "SWIFT" (وهو نظام إتصال متطور يتميز بالسرعة والدقة والسرية والأمان في التحويل الآلي للأموال) ، فيعد بنك **BADR** من رواد المؤسسات المصرفية في الجزائر لإمتلاكه شبكة إتصال تغطي تقريبا جلّ ولايات الوطن وهي مخصصة للتحويل المالي المباشر بين وكالاتها ، تعتبر البطاقات المالية المتوفرة حاليًا في المؤسسات والبنوك غير كافية للتعامل على المستوى الدولي ، لذلك بادرت الجزائر بإنجاز مشروع شبكة ما بين البنوك المتخصصة " **RIS** " ، وقد جاء كثمره إتفاق بين وزارة المالية ووزارة البريد والمواصلات ، ليسمح بربط جميع البنوك ببعضها البعض ، من أجل إنشاء وسائل دفع جديدة وجعل الإتصال بين البنوك يتم في زمن حقيقي.⁷⁵

- أما شبكة الإنترنت: يمكن إعتبار مواقع المصارف الجزائرية في شبكة الإنترنت أنها :

- 1 **بالنسبة لبنك الجزائر:** لبنك الجزائر موقع إلكتروني على شبكة الإنترنت ، له مهمة إعلامية بحتة ، وهولا يقدم الخدمات المعلوماتية الإلكترونية ولا يخضع للتجديد إلا نادرًا .
- 2 **أما المصارف الجزائرية:** فجميعها لديها مواقع إلكترونية على شبكة الإنترنت وهي مواقع تعرض مجموعة من المعلومات عن كل مؤسسة مصرفية ولا تقدم خدمات عبر الشبكة - وقد قامت مؤسسة بريد الجزائر بوضع شبكة وطنية وربطها بالإنترنت ، فمن خلالها يتمكن العملاء الذين يملكون حسابات بريدية جارية " **CCP** " ، بتقديم طلبات بطاقات تحمل أرقام سرية و تسمح لهم بالدخول مباشرة إلى حساباتهم انطلاقاً من الموزعات الآلية التابعة لبريد الجزائر أو من الموزعات أو

⁷⁵ - إبراهيم بختي ، " الإنترنت في الجزائر " ، مجلة الباحث ، العدد (01) ، جامعة ورقلة ، 2002 ، ص 33 .

- الشبائيك الآلية الأخرى المرتبطة بنظام الشبكة النقدية ما بين البنوك، كما تسمح بإجراء عدد من العمليات البنكية كالتحويل من حساب إلى آخر، دفع الفواتير أو المشتريات، طلب دفتر الشيكات.. الخ.⁷⁶
- الهاتف المصرفي في البنوك الجزائرية: لا تستعمل المصارف الجزائرية الهاتف المصرفي سواء كان ثابت أو هاتف نقال لأداء الخدمات المصرفية ، رغم أن قطاع الهاتف لاسيما النقال شهد تطورًا ملحوظًا في الجزائر من خلال تحريره ودخول عدة شركات وطنية وأجنبية للإستثمار في الجزائر.⁷⁷

المطلب الثاني: النظام النقدي الإلكتروني في الجزائر

أ - واقع النظام النقدي الإلكتروني في الجزائر:

قامت البنوك الجزائرية بتبني فكرة النظام النقدي الإلكتروني تماشياً والمتغيرات المستجدة على الساحة المصرفية ، و محاولة منها تدارك التأخر الحاصل في المجال المصرفي ، ولهذا السبب قامت بمجموعة من الإجراءات الضرورية وكان من أهمها إنشاء شركة تالية الصفقات البنكية والنقدية المشتركة "SATIM" ، والتي بدورها قامت بإنشاء الشبكة النقدية ما بين البنوك "RMI" ، لتسوية المعاملات ما بين البنوك ، بالإضافة إلى مشروع البطاقة البنكية المشتركة "CIB" ، والبطاقات البنكية الدولية "VISA" وكذلك قامت المصارف الجزائرية بإحداث نظام تسوية المدفوعات "ARTS" ، وكذا تفعيل نظام للمقاصة المسافية ما بين البنوك "ATCI"

- وفيما يلي سنستعرض أهم هذه الإجراءات:

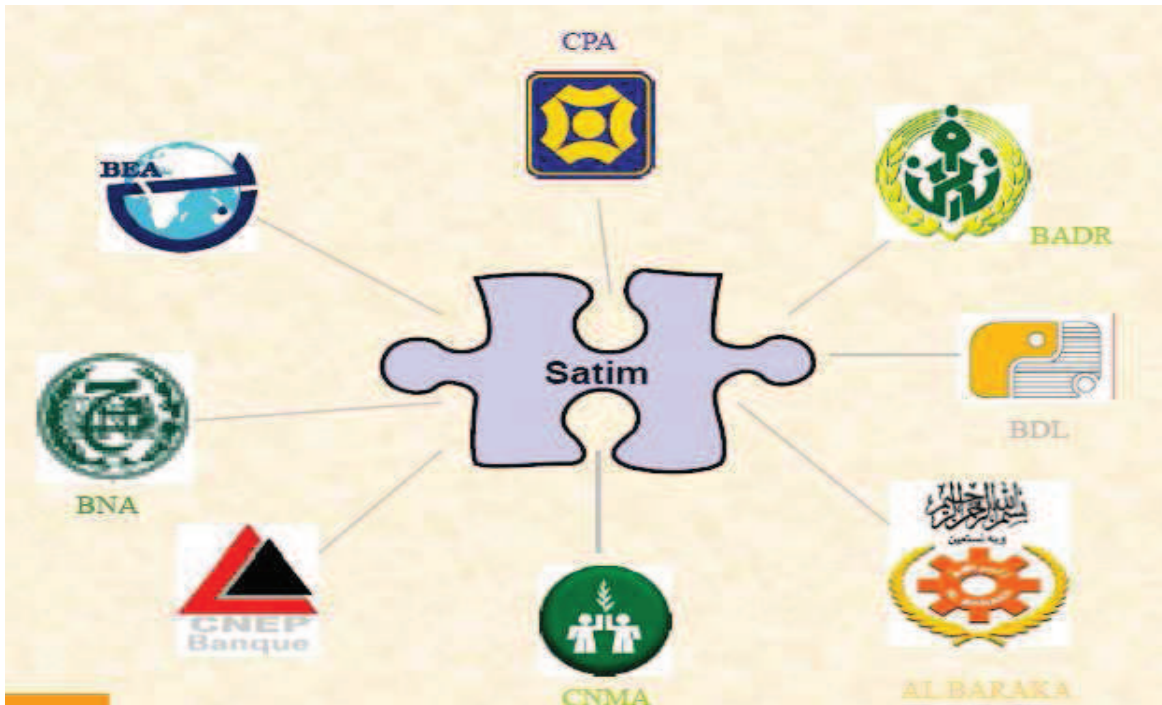
1/- شركة تالية الصفقات البنكية والنقدية المشتركة "SATIM":

⁷⁶ - عبد الرحيم وهيب ، "إحلال وسائل الدفع التقليدية بالإلكترونية" ، نفس المرجع السابق ، ص 97 .

⁷⁷ - جيلالي أحمد مسري ، "نشأة وتطور النظام المصرفي الجزائري" ، نفس المرجع السابق ، ص 190 .

وهي شركة تابعة لثمانية (8) بنوك جزائرية (AL CPA , BNA, BEA, BDL , BARKA, BADR, CNEP, CNMA) ، تأسست في 25 مارس 1995 على ضوء القانون رقم 95/103 ، وهي مسؤولة عن تشغيل نظم المدفوعات بين البنوك في الجزائر للبطاقات ، كما تعمل على تطوير البرامج وتحديث المصارف وتعزيزها لاسيما بوسائل الدفع عن طريق البطاقة ، وتشكل SATIM مع سبع (7) بنوك عمومية ، وتسعة (9) خاصة ، وبنوك الجزائر شبكة الدفع الإلكتروني⁷⁸ .

➤ الشكل رقم (6.2) يوضح البنوك المساهمة في رأسمال شركة SATIM:



Source : Newal Benkritly , Le Système de Paiement par carte en Algérie , Séminaire de Tunis , rencontre sur la carte bancaire au Maghreb , 08et09 février 2007.

2/- الشبكة النقدية ما بين البنوك "RMI":

في سنة 1996 قامت شركة SATIM⁷⁹ بإحداث مشروع لإيجاد حل للنقد بين البنوك RMI⁸⁰ ، وأول مرحلة من هذا المشروع تمثلت في إعداد شبكة نقدية إلكترونية بين البنوك في الجزائر والتي

⁷⁸ - بن الشيخ سهام ، " التطورات العالمية في العمل المصرفي وأثارها على النظام المصرفي الجزائري " ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم المالية والمحاسبية ، تخصص : مالية المؤسسة ، جامعة ورقلة ، 2010/2009 ، ص 97 .

*- SATIM : Société D'automatisation Des Transaction Interbancaire Et Monétique.

- تضمنت حضيرة الموزعات الآلية النقدية **DAB*****⁸¹ ، تتوزع على كامل الشبكات البنكية والبريدية التي تستعمل شبكة الإتصالات **DZ.PAC** (شبكة إرسال المعطيات)
- وتهدف شركة **SATIM** من خلال إنشاء الشبكة النقدية الإلكترونية المشتركة، ووضع نظام مشترك بين البنوك للسحب بواسطة الموزعات الآلية إلى تحقيق هدفين أساسيين :
- عمل وتطوير نظام بنكي مشترك للنقديات الإلكترونية ؛
- وحدة المعايير والتنظيمات المتعلقة بالبطاقة .

3/- البطاقة المصرفية بين البنوك " Carte CIB "

تم إنشائها من طرف شركة **SATIM** سنة 1998، في البداية كانت كبطاقة سحب فقط ، وفي 2005 أصبحت أداة سحب ودفع ، وهي بطاقة رقمية مزودة بشريحة لتخزين المعلومات والتي تتضمن تحويل الأموال بأمان ، وتكون هذه البطاقة موصولة بالشبكة النقدية مابين ، وهي وسيلة فمن خلالها يتمكن العميل من تسوية المشتريات والخدمات على أجهزة الدفع الإلكتروني **TPE** المركبة على مستوى المحلات التجارية التي تقبلها ، كما تمكن هذه البطاقة السحب من أي جهاز صراف آلي متصل بالشبكة الإلكترونية بين البنوك في كامل التراب الوطني ، وهناك نوعين من بطاقة **CIB** التي تصدرها البنوك الجزائرية :⁸²

أ - البطاقة الكلاسيكية: توفر عملية الدفع والسحب مابين البنوك ، وتمنح للزبائن وفق معايير تكون محددة لدى البنك .

ب - البطاقة الذهبية : وهي الأخرى تمنح وفق معايير تكون محددة لدى البنك، ولكن هذه البطاقة بالإضافة إلى العمليات السابقة ، تمنح لحاملها إئتمان أكبر وسقف سحب ، وسرعة في إجراء التحويلات .

- وتشير إحصائيات قامت بها سلطة ضبط البريد والمواصلات إلى وجود ما لا يقل عن 680 جهاز تصريف آلي عبر المحافظات الجزائرية الـ48، بينما تحصى نحو ثلاثمائة موزع آلي للمصارف تتركز غالبيتها في المدن الجزائرية الكبرى، ويشار إليها بلافتات منيرة على مستوى وكالات الـ17 بنكا. وإذا كانت السلطات

** - RMI : Réseau Monétique Interbancaire.

***تجدر الإشارة بأن الموزعات الآلية للنقود "DAB" يسمح بعملية سحب النقود وفق سقف معين، أما الشبايك الآلية للنقود "GAB" بالإضافة لعملية سحب النقود فهو يسمح بتقديم خدمات أخرى كإمكانية التحويل من حساب إلى آخر، التعرف على الرصيد... الخ.

⁸² - Banque De Développement Local, **Paiement Electronique**, Consulté le: 02/05/2010, à partir de site d'internet : <http://www.bdl.dz/carte.html> .

تباهى بتكريسها التحويلات الإلكترونية عبر البطاقات المغناطيسية، إلا أنّ الخبير "سمير عودية" يجزم بعدم صحة ذلك، ويؤكد أنّ النظام المالي المحلي لا يزال تقليدياً، مركّزاً على الأعطال والاختلالات التي تطبع النظام المحلي للتصريف الآلي، وافتقاد عديد الأجهزة المتوزعة على مراكز البريد والبنوك، للسيولة اللازمة. على طرف نقيض، يشدّد "الحاج علوان" المدير العام للشركة الجزائرية لتألية العمليات المصرفية، على أنّ واقع منظومة التصريف الآلي في الجزائر ليس بالسوء الذي يحاول البعض التسويق له، كاشفاً عن بلوغ وتيرة النشاط النقدي في الجزائر عبر هذه الأجهزة، معدل ثلاثة آلاف عملية إلكترونية مالية في اليوم، و يرتفع إلى الضعف في الأعياد والمناسبات. ويذكر علوان أنّ هناك حالياً نحو ثمانمائة تاجر لهم صلات بالشبكة المذكورة، منهم حوالي 350 تاجراً متوفراً على جهاز الدفع الإلكتروني، مشيراً إلى رغبة مؤسسته في تركيب مئات الأجهزة الإضافية لسحب الأموال في غضون الفترة القادمة، بهدف تكريس الدفع الإلكتروني⁸³.

4- البطاقات البنكية الدولية :

يعدّ القرض الشعبي الجزائري CPA البنك العمومي الوحيد على المستوى الوطني الذي يصدر بطاقة VISA الدولية ، وهي بطاقة للسحب والدفع تُمنح للعملاء ذوي الحسابات بالعملة الصعبة ، صالحة على المستويين المحلي والدولي⁸⁴.

5- النظام الجزائري للتسوية الفورية "ARTS" :

ويعرّف على أنه نظام تسوية ما بين البنوك لأوامر الدفع الضخمة عن طريق التحويل البنكي أو البريدي ، كما يعرّف كذلك على أنه نظام تسوية المبالغ الضخمة الإستعمالية ويهدف إلى :

- تخفيض التكاليف الإجمالية للمدفوعات ؛
- تقوية العلاقات بين المصارف ؛

⁸³ - أجهزة الصراف الآلي في الجزائر <http://www.algeriatimes.net/algerianews7410.html> ، يوم 2011/06/09 .

⁸⁴ - سليمان ناصر ، " النظام المصرفي الجزائري وتحديات العولمة " ، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الإقتصادية - واقع وتحديات - ، جامعة حسنية بن بوعلي ، الشلف ، يومي 14 و 15 ديسمبر 2004. ص 03 .

- تلبية مختلف إحتياجات العملاء ، وذلك بإستخدام نظام دفع إلكتروني.⁸⁵

■ خلال سنة 2008 سجل نظام "ARTS" 195175 عملية تسوية سجلت محاسبيا على دفاتر بنك الجزائر (176900 في سنة 2007) ، تمثل مبلغ كليا يساوي 607138 مليار دينار (313373 مليار دولار في 2007) ، وفي نفس السنة بلغت تسوية الأرصدة الصافية متعددة الأطراف عن طريق المقاصة اليدوية 0.11% فقط مقابل 0.85% بالنسبة للمقاصة الإلكترونية.⁸⁶

6- نظام المقاصة الإلكترونية للمدفوعات الخاصة بالجمهور العريض "ATCI":

دخل نظام المقاصة الإلكترونية ATCI في الإنتاج في ماي 2006، ويسمح هذا النظام بتبادل كل وسائل الدفع الخاصة بالجمهور العريض (شيكات ، أوراق تجارية ، تحويلات ، إقتطاعات آلية ، عمليات على البطاقات) ، ويسير نظام ATCI من طرف مركز المقاصة بين المصارف "CPI" ، ويهدف هذا النظام إلى جعل مختلف عمليات التحويل تتم بشكل أوتوماتيكي ، وريح الوقت والتكاليف وذلك بالانتقال من الصفة المادية إلى غير المادية .

- لا يقبل هذا النظام إلا التحويلات التي تقل قيمتها الإسمية عن مليون (1) دينار ، ويجب أن تنفذ أوامر التحويل التي تفوق أو تساوي هذا المبلغ ضمن نظام التسوية الإجمالية الفورية للمبالغ الكبيرة والدفع المستعجل⁸⁷ .

■ يعتبر التطور المسجل في سنة 2008، على أساس الحجم والقيمة، هاما، فقد أنجز نظام ATCI 9.320 مليون عملية دفع مقابل 6.926 مليون عملية دفع في 2007 ، بمبلغ يساوي 7188.255 مليار دينار (5452.188 مليار دينار في 2007) ، وهو ما يعادل زيادة بالحجم بنسبة 34.6% و 31.18% على أساس القيمة⁸⁸ .

ب - أفاق النظام النقدي الإلكتروني في الجزائر:

⁸⁵ - التقرير السنوي 2008 ، " التطور الإقتصاد والنقدي للجزائر " ، بنك الجزائر ، ص 152 .

⁸⁶ - التقرير السنوي 2008 ، نفس المرجع السابق ، ص 153 .

⁸⁷ - المادة الثانية من الأمر رقم 05-06 المتضمن قانون المالية لسنة 2006 ، " الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية " ، العدد 26 ، 23 أفريل 2006.

⁸⁸ - التقرير السنوي 2008 ، نفس المرجع السابق ، ص 156 .

تتجسد أفاق النظام النقدي الإلكتروني في الجزائر بما يطلق عليه "مشروع الجزائر الإلكترونية

بحلول 2013"،

المطلب الثالث : أهمية العمل بالصيرفة الإلكترونية في الجزائر

إن تبني نظام الصيرفة الإلكترونية في الجزائر سيؤدي إلى حدوث العديد من التغيرات الإيجابية على الإقتصاد بصفة عامة و النظام المصرفي الجزائري وذلك من خلال :

أ - تأثير الصيرفة الإلكترونية على الإقتصاد الجزائري:

إن مرور الإقتصاد الجزائري بفترة إنتقالية نحو إقتصاد السوق جعله مستعدا لتبني كل الوسائل التي تؤدي به إلى الإستقرار ، و بصدد الحديث عن الصيرفة الإلكترونية ، فماذا ستضيف هذه الصيرفة الإلكترونية ؟ و هل يمكن أن تكون كمدخل لبناء الإقتصاد الرقمي في الجزائر ؟

1/- بناء الإقتصاد الرقمي في الجزائر : إن تبني نظام الصيرفة الإلكترونية يكون القاعدة نحو الإنطلاق في مشاريع رقمية أخرى ، تنقل الإقتصاد الوطني نحو إقتصاد رقمي يقوم أساسا على التقنية المعلوماتية الرقمية ، ويوظف المعلومات والمعرفة في إدارته، بوصفها المورد الجديد للثورة، ومصدر إلهام للإبتكارات الجديدة ، وبذلك تساهم الصيرفة الإلكترونية بشكل كبير في تبني هذا النوع من الإقتصاد.

2/- 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 والذي ساهم في بروز ظاهرة الإقتصاد الموازي^{89*} و تفشي ثقافة الإكتناز، كلها عوامل ساعدت على إرتفاع السوق الموازية ، وهذا الأمر أصبح يهدد الإقتصاد الوطني الذي مازال هشاً ، و بالتالي فإن إعتقاد الصيرفة الإلكترونية و إقامة أنظمة دفع إلكترونية سوف يسهل دخول النقود المتداولة في السوق الموازي إلى دائرة السوق المصرفية و بالتالي المساهمة في التخفيف من حدة الإقتصاد غير الرسمي .

*- "الإقتصاد الموازي" : هو مجموعة من النشاطات غير الشرعية التي تُمارس على هامش الإقتصاد الرسمي من طرف أفراد و جماعات محترفة ، للبحث عن الربح السهل و التهرب من الضرائب و من المراقبة .

3/- تطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر: إن أساس ظهور التجارة الإلكترونية يعود في الأصل إلى مدى إنتشار استخدام وسائل الدفع الإلكترونية و الصيرفة الإلكترونية ، و بالتالي على الجزائر تدعيم الصيرفة و وسائل الدفع الإلكترونية لإيجاد وسط مناسب لهذه التجارة .

ب تأثير الصيرفة الإلكترونية على النظام المصرفي الجزائري :

إن اعتماد الصيرفة الإلكترونية في النظام المصرفي الجزائري سوف يتيح للنظام :

- 1/- مواكبة المصارف الجزائرية للتطورات العالمية:** خاصة في ميدان الخدمات المصرفية الإلكترونية ، علمًا أنها تستعد للإندماج في الإقتصاد العالمي و تبحث عن جلب الإستثمار الأجنبي .
- 2/- تخفيض التكاليف:** من خلال تخفيض النفقات التي تتحملها المصارف في أداء الخدمات و إنشاء فروع جديدة في مناطق مختلفة ، خاصة أن الجزائر مساحتها واسعة و التواجد على الإنترنت قادر على التكفل بالوصول إلى عدد كبير من الزبائن و تقديم خدمات جيدة و متنوعة و بتكلفة أقل ، إضافة إلى إمكانية تسويق خدماتها المصرفية ،فضلا عن التعاملات بين المصارف و المبادلات الإلكترونية .
- 3/- تعزيز الشفافية:** إن استخدام الانترنت في المصارف الجزائرية يشكل نافذة إعلامية لتعزيز الشفافية و ذلك من خلال التعريف بهذه المصارف و ترويج لخدماتها و الإعلام عن تطورات المؤشرات المالية لوضعها تحت تصرف الباحثين و سائر الأطراف الأخرى المعنية بالأمر .
- 4/- تفعيل دور بورصة القيم المنقولة بالجزائر:** من خلال إقامة سوق مالية إلكترونية و إقامة أنظمة دفع إلكتروني تساهم في تطور أدائها و ترفيتها .

خاتمة الفصل:

أدى النمو المتسارع لوسائل الدفع الحديثة وتكنولوجيا المعلومات والإتصال إلى آثار كبيرة على المصارف ، إما من ناحية أشكال هذه المصارف أو تسويق خدماتها ، لذا أصبح من الضروري تطوير الأساليب المصرفية لكي لا تبقى المصارف بعيدة عن المتغيرات الجديدة في ظل نمو الأسواق والمصارف الشاملة والتكتلات الإقتصادية.

وبالتالي وجب على البنوك حتى لا تخرج من المنافسة العالمية، مسايرة التطورات الحاصلة في مجال المعاملات المالية الإلكترونية ، وذلك بتبنيها الصيرفة الإلكترونية التي جاءت بوسائل إلكترونية متطورة كالبطاقات البنكية ، النقود الإلكترونية ، وكذا الشيكات الإلكترونية.... الخ.

غير أن وسائل الدفع تختلف من جهاز مصرفي إلى آخر حسب تطور الدول فهناك دول تطورت وسائل الدفع فيها ، في حين لا يزال بعضها يتخبط في متاهة التعاملات الورقية ، وتعتبر الجزائر من بين الدول السائرة في تحديث جهازها المصرفي وتطويره.

و نظرا لأهمية ما قدمته الصيرفة الإلكترونية للإقتصاد و نظرا لمحاولة الجزائر النهوض بإقتصادها من حالة الركود المزمنة و تسريع و تنشيط حركته رأّت الجزائر ضرورة تطوير نظامها المصرفي و مواكبة كل ما هو جديد ، فبادرت بإصلاحات عديدة لتهيئته إلى هذا الحدث لكن لم يكتب لها النجاح لحد الآن حيث كل إصلاح جاء بأفكار معظمها لم ترى النور بسبب التماطل في تطبيق القوانين و إحترامها و بسبب الفساد و سوء التسيير.

تمهيد:

إن أهمية إصلاح المنظومة المصرفية الجزائرية التي مازالت تتخبط في مصاعب ومتاهات البرامج الإصلاحية المتعددة، والتي معظمها كان يعتمد على عصرنة النظام و إعتماذ الصيرفة الإلكترونية على وجه الخصوص لم يبلغ ذروته القصوى ، أي لا بد من الإهتمام بالعمل المصرفي الإلكتروني بإعتماذ وسائل دفع إلكترونية حديثة تساهم في تفعيل النشاط الإقتصادي .

ومن هذا المنطلق سوف نقوم في هذا الجزء بإسقاط واقع الصيرفة الإلكترونية التي أشرنا إليها سابقًا ، من خلال هذه الدراسة التطبيقية التي قمنا بها في البنك الخارجي الجزائري BEA -وكالة ورقلة- ، وقد جاءت هذه الدراسة في شكل أسئلة وإستفسارات لمعرفة مدى تطبيقها في هذا البنك في ظل التطورات الحاصلة في هذا القطاع ، وعلى هذا الأساس سنتناول الموضوع من خلال المباحث الثلاثة التالية:

- المبحث الأول: نظرة عامة حول البنك الخارجي الجزائري BEA.
- المبحث الثاني: مدى إستخدام بنك BEA لخدمات ووسائل وأنظمة الدفع الإلكترونية .
- المبحث الثالث: أفاق البنك الخارجي الجزائري حول تبني مشروع الصيرفة الإلكترونية ، وأهم التحديات التي تواجهه.

المبحث الأول: نظرة عامة حول البنك الخارجي الجزائري BEA

بذلت السلطات الجزائرية بعد الإستقلال مباشرة كل ما في وسعها لإستعادة مجمل حقوق سيادتها في ذلك حقها في إصدار النقود وإنشاء عملة وطنية ، فباشرت بإنشاء نظام بنكي جزائري سواء عن طريق تأمين الفروع البنكية الأجنبية أو عن طريق تأسيس بنوك جديدة لتحقيق تلك الأهداف المسطرة للتمويل ، وبالتالي تم إنشاء البنك الخارجي الجزائري. فمن خلال هذا المبحث سنتطرق إلى تعريف ونشأة البنك الخارجي الجزائري ووكالة ورقلة، وكذا أهم المهام والوظائف التي يقوم به هذا البنك ، والهيكلة التنظيمي له.

المطلب الأول: نشأة وتعريف البنك الخارجي الجزائري BEA

أنشأ البنك الخارجي الجزائري في 01 أكتوبر 1967 برأسمال قدره 20 مليون دينار جزائري ، وقد مرّ بعدة مراحل خلال تطوره ، فلعب دور التسهيل (تقديم القروض) ، والتنمية في مجال التخطيط الوطني والعلاقات الإقتصادية والمالية بين الجزائر والدول الأخرى ، وتمثل دوره الأساسي في القيام بكل العمليات البنكية بين المؤسسات الصناعية الكبرى والمؤسسات الأجنبية . وخلال الثمانينات وبفضل تطبيق القانون 88-02 المؤرخ في 12 جانفي 1988 والذي يتعلق بإستقلالية المؤسسة ، عرف بنك الجزائر الخارجي تغيرات جديدة ، وهو يعتبر من البنوك الأولى التي تحولت إلى مؤسسات مستقلة ضمن مرسوم 88-61 في 12 جانفي 1988.

هو مؤسسة حكومية تم إنشاؤها في فترة الاستقلال بعد تأمين البنوك الأجنبية بموجب المرسوم رقم 204/67 الصادر في 01 أكتوبر 1967، و يعتبر بنك ودائع مملوكة للدولة ويخضع للقانون التجاري ، مقره الرئيسي في الجزائر العاصمة، كانت مهمته عند إنشائه تمويل التجارة الخارجية أما حاليا فيقوم بعدة اختصاصات كمنح الإعتمادات عن الإستيرادات و إعطاء ضمانات للمصدرين الجزائريين لتسهيل مهامهم.¹

- و من أهم خصائصه:

1 - الطاهر لطرش، " تقنيات البنوك "، الطبعة السادسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.

تمويل الاستثمارات على المستوى الخارجي و المحلي، منح أنواع مختلفة من القروض (القروض الاستثمارية، الاستهلاكية، قروض تشغيل الشباب، إتمادات مستندية... الخ. ويقوم كذلك بتسهيل العلاقات الإقتصادية مع مختلف دول العالم .

- أما بالنسبة لوكالة ورقلة :

فهي وكالة تابعة للمديرية الجهوية للجنوب تم إنشاؤها سنة 1979 وهي مؤسسة مصرفية ذات طابع تجاري تعمل على المساهمة في سير الاقتصاد الوطني، و من أهدافها جمع الأموال عن طريق فتح الحسابات الفردية و الجماعية و عن طريق الفوائد من القروض المقدمة للزبائن، من الخدمات التي تقدمها ما يلي:

- سحب و إيداع النقود؛
 - فتح الحسابات للعملاء؛
 - يمنح إتمادات و ضمانات للمصدرين والمستوردين المحليين؛
 - استلام طلبات القروض و الملفات المرتبطة بها؛
 - إيداع و استلام الصكوك البنكية...
- تقوم كذلك بمهام متعددة كعناية و تحليل تسيير ملفات قروض الخواص و المؤسسات الصغيرة و الكبيرة، معالجة عمليات الزبائن إداريا و محاسبيا سواء بالدينار أو بالعملة الأجنبية.

▪ و تهدف هذه الوكالة إلى:

- تطوير عمليات التجارة الخارجية من خلال تمويل مختلف عملياتها.
- تسيير حسابات الشركات الوطنية المحروقاتية منها (سونطراك).
- تكوين علاقات عديدة مع البنوك والهيئات العالمية مثل: صندوق النقد الدولي.

المطلب الثاني: مهام ووظائف البنك الخارجي الجزائري BEA

1- المهام: نذكر منها

- تنمية العلاقات التجارية بين المتعاملين الخواص و القطاع العام.
- دراسة القروض البنكية الممنوحة للعملاء وإخضاعها لشروط المديرية في حالة القروض ذات المبالغ المرتفعة .
- إستقبال مختلف الإيداعات .
- تمويل المشاريع الإقتصادية الكبرى.
- تقديم خدمات لزبائن المؤسسات العمومية وكذا الزبائن الخواص في إطار العمل.
- تمويل عمليات الإستيراد والتصدير مع الهيئات وشبكات البنك.

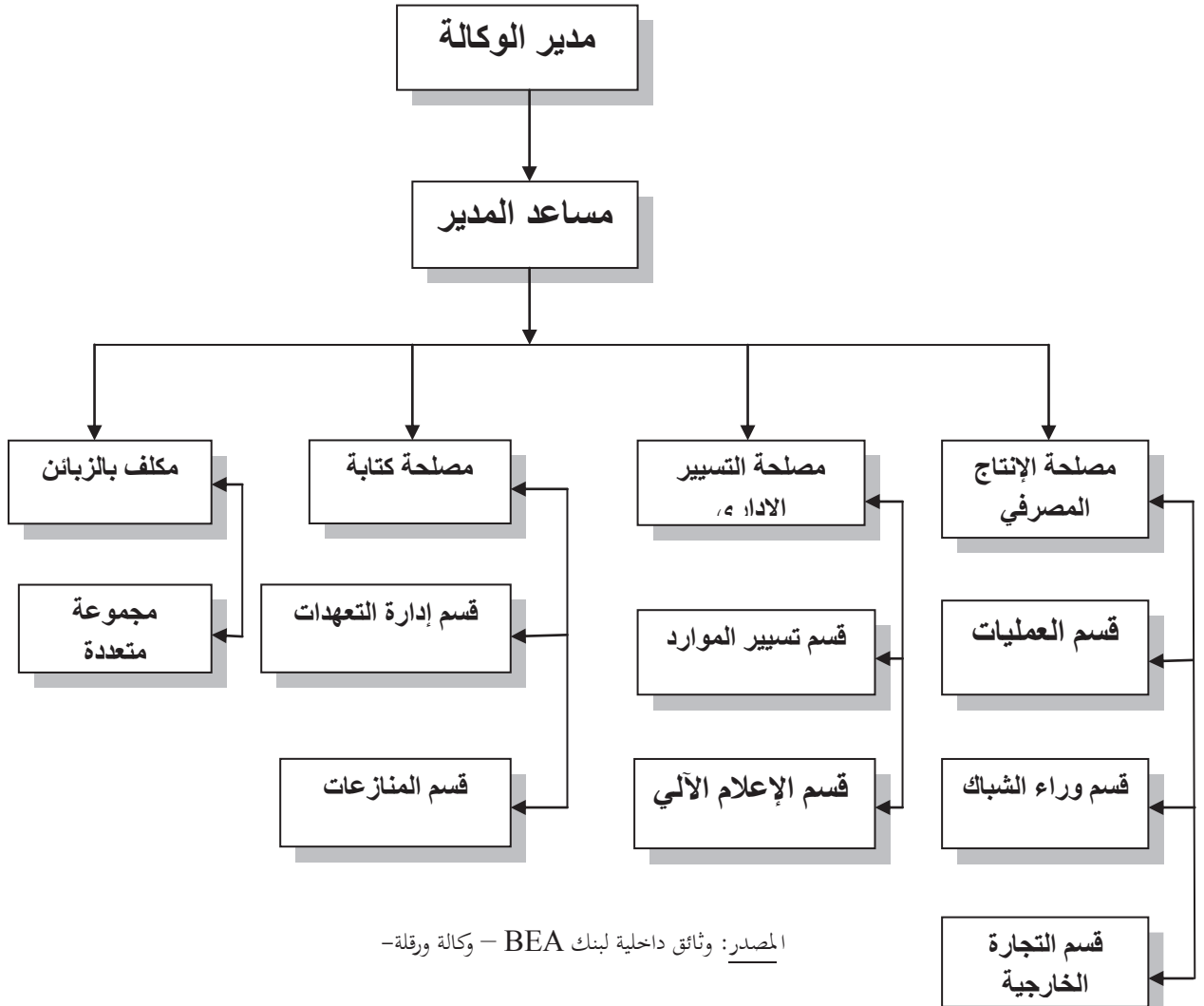
2- الوظائف: وتتمثل في

- تسهيل وتطوير العلاقات الإقتصادية بين الجزائر والدول الأخرى.

- تدخل بضمانه الإحتياطي وضمان الوفاء أو حتى بإتفاقيات القرض مع المرسلين الأجانب لترقية الصفقات التجارية مع الدول الأخرى .
- إعادة تسيير المخازن العمومية أو القيام بشراء وكراء عمليات عقارية غير متصلة بنشاط الشركة أو إتخاذ إجراءات إجتماعية لصالح مستفيديها.
- ينشئ ويضع تحت تصرف المؤسسات المهتمة مصلحة خدمة مركزية للمعلومات التجارية في الخارج ومصلحة ترقية العمليات مع الخارج.

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي للبنك الخارجي الجزائري BEA

❖ الشكل (1.3) يوضح الهيكل التنظيمي للبنك الخارجي الجزائري BEA



المصدر: وثائق داخلية لبنك BEA - وكالة ورقلة-

المبحث الثاني : مدى إستخدام الصيرفة الإلكترونية في بنك - BEA - وكالة ورقلة

تسعى الجزائر لمسايرة متطلبات العصر بصفة تدريجية ، هذا من جهة ومن جهة أخرى فالصيرفة الإلكترونية هي نظام حديث على البنوك، وأهم وسيلة فيها هي إستخدام الكمبيوتر وشبكة الإنترنت .

ويعدّ البنك الخارجي الجزائري من البنوك الجزائرية التي مارست الصيرفة الإلكترونية ، وذلك عن طريق إدخال تقنيات من شأنها مواكبة التطورات الحاصلة .

ومن خلال إجراء دراسة على مستوى البنك الخارجي الجزائري - وكالة ورقلة - سحّلنا نسبة إستخدام ضعيفة في هذا البنك ، فهي تنحصر أساسًا في : أجهزة الصراف الآلي وبطاقات السحب والدفع ؛ التحويلات المالية البنكية ؛ المقاصة الإلكترونية ، وتشرف على كل منها المؤسسة الوطنية المالية الإلكترونية "SATIM" ، وأما عن تعاملها عبر الإنترنت فهو محصور في موقع إعلامي فقط .

المطلب الأول : أنظمة ووسائل الدفع الإلكتروني المستخدمة في بنك BEA - وكالة ورقلة - .

من خلال الدراسة التي قمنا بها لمعرفة خدمات الصيرفة الإلكترونية المقدمة من طرف BEA- وكالة ورقلة - وجدنا أنها تعاني من تأخر ملحوظ في تقديم مثل هذه الخدمات فهي تنحصر فقط في ²:

1/- الصيرفة الإلكترونية من خلال أجهزة الصراف الآلي:

تعتبر هذه الخدمة آلية من آليات إتمام العمل المصرفي، فهي تعتمد على وجود أجهزة طرحت للزبائن لتلبية حاجياتهم آليًا دون الإتصال بالبنك مباشرة ، وهناك نوعين من الأجهزة :

- الموزعات الآلية النقدية **DAB** .
- الشبايك الآلية البنكية **GAB** .

■ وبالنسبة لبنك BEA - وكالة ورقلة- وجدنا أنها تستخدم الشبايك الآلية البنكية **GAB** فقط ، والذي يسمح بعملية سحب النقود وفق سقف معين، إضافة إلى تقديم خدمات أخرى كإمكانية التحويل من حساب إلى آخر، التعرف على

² - مقابلة مع :نائب مدير BEA -وكالة ورقلة-

الرصيد...الخ ، حيث بدأ إستخدامها سنة 2003 ، ويتم تغذيته بالنقديات اللازمة خاصة أيام العطل والإجازات الرسمية على أن تكون هذه النقديات جيدة ومقرزة في أربعة طوابق بما يسمح بأداء الخدمة على أكمل وجه .

■ أما البطاقات المتعامل بها في الوكالة فهي:

- بطاقات دولية: وهي بطاقات إئتمانية ، تستخدم في الخارج وتعرف ب: **Master carte**.
- بطاقات محلية: وهي بطاقات غير إئتمانية ، يطلق عليها **la carte de retre** بمعنى بطاقة السحب ، وتمثل بطاقات السحب المستخدمة في الوكالة في :

● البطاقة **CIB** كلاسيك :

ويطلق عليها كذلك إسم البطاقات الزرقاء ، وهي بطاقات دفع بين البنوك ، تستطيع من خلالها إجراء عملية السحب من الموزعات الآلية النقدية والشبايك الآلية البنكية لدى بنوك ومؤسسات مالية أخرى ، وفق سقف لا يتجاوز 5000 دج ، مع عمولة تقدر ب 25 دج ، وكذلك نستطيع إستعمالها في تلخيص خدمات أو مشتريات عن طريق جهاز **TPE** (جهاز الدفع الإلكتروني) .

● البطاقة **CIB** غولد (**GOLD**):

ظهرت البطاقة البنكية الذهبية في 2009 ، وتمنح هذه البطاقات لأصحاب الدخول المرتفعة والتجار ، أي أصحاب الملائة المالية ، سقف السحب ما بين 60000 دج-70000 دج ، وفق إشتراك سنوي يقدر ب 1200 دج
➤ - شروط الحصول على البطاقة:

1 - بالنسبة للحصول على البطاقة المحلية يشترط مايلي:

- ملأ طلب البطاقة من طرف العميل.

❖ الملحق رقم (01) يمثل طلب البطاقة **CIB**

- يجب أن يكون للعميل حساب جاري، أو حساب صكي لدى البنك.

- أن يكون للعميل رصيد لا يقل عن 5000 دج.

- أن تكون مدة تعامله مع البنك لا تقل عن 03 أشهر.

2 - أما بالنسبة للحصول على البطاقة الدولية يشترط مايلي:

الفصل الثالث: دراسة تطبيقية حول إستخدام الصيرفة الإلكترونية في البنك الخارجي الجزائري
BEA - وكالة ورقلة-

- وللحصول على البطاقة الدولية يشترط نفس الشروط المطلوبة في البطاقة المحلية إلا أن الإختلاف يكون في مبلغ الرصيد وهو **1000000** أورو.

وتتم عملية السحب وفق الخطوات التالية :

أولاً: إدخال البطاقة في الشق المخصص للصراف الآلي، وذلك بإتباع التعليمات الواردة على الشاشة ؛

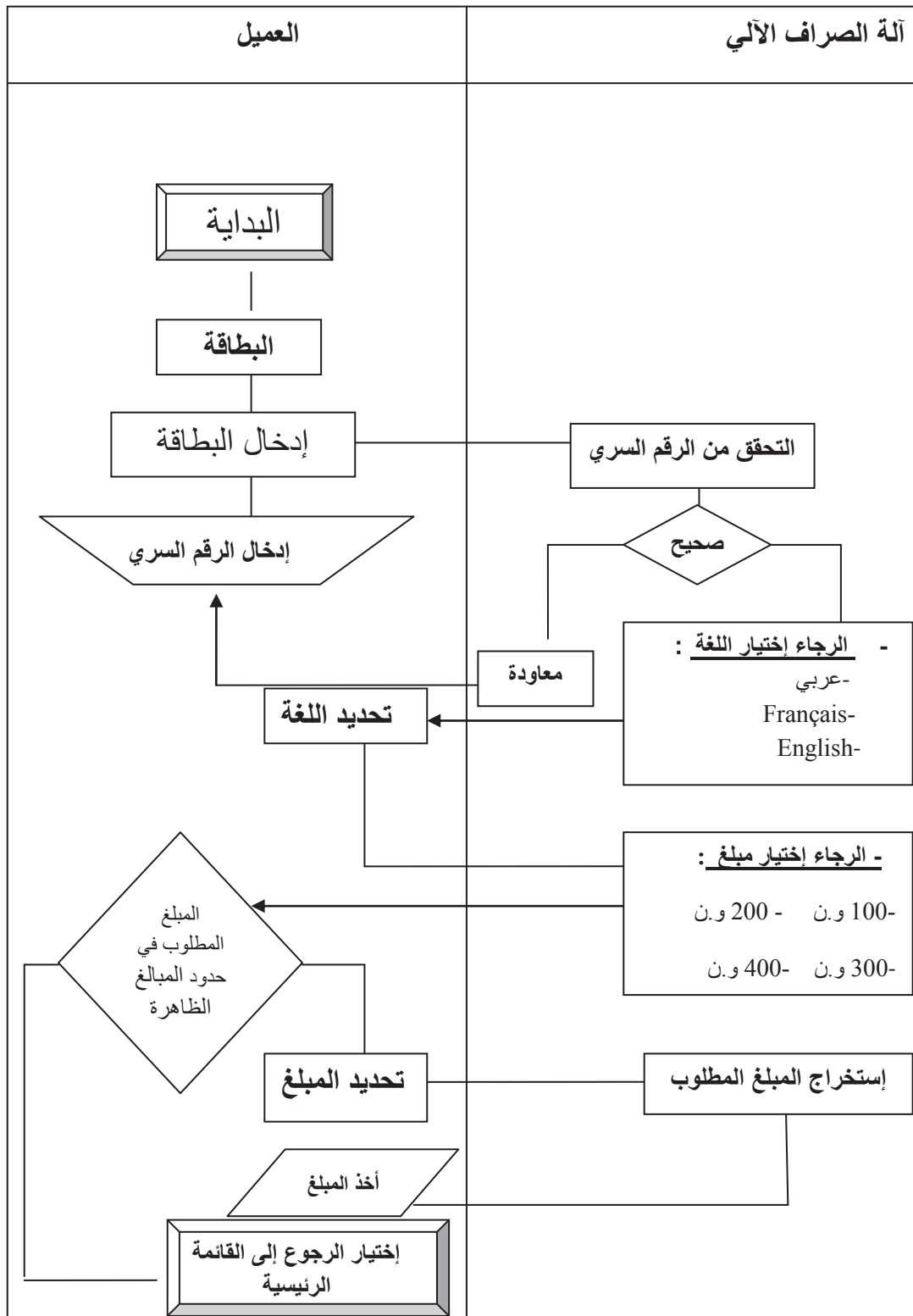
ثانياً: يطلب منك تحديد اللغة المراد التعامل بها (فرنسية، إنجليزية...) ؛

ثالثاً: وبعدها يطلب منك إدخال الرقم السري الخاص ببطاقتك ؛

رابعاً: يطلب منك المبلغ المراد سحبه ؛

خامساً: وبعد ذلك تطلب منك نوعية وحدات النقود .

❖ الشكل (2.3) يوضح خطوات عملية السحب من جهاز الصراف الآلي



المصدر: نادر إبراهيم السواح ، " النقود البلاستيكية وأثر المعاملات الإلكترونية على المراجعة الداخلية في البنوك " ، الدار الجامعية للنشر والتوزيع ، مصر ، 2005 ، ص 18 .

➤ أما عملية الدفع والإئتمان تتم بالشكل التالي :

- يمكن حصر أطراف التعامل في البطاقة في :

- ✓ - المنظمة العالمية التي ترعى البطاقة (فيزا أو ماستر كارد)؛
- ✓ - البنك المصدر للبطاقة ؛
- ✓ - حامل البطاقة؛
- ✓ - التاجر أو الشركة التي ترعى البطاقة؛
- ✓ - بنك التاجر (البنك الذي يتعامل معه التاجر) .

- ويتم التعامل بين الأطراف بالخطوات التالية:

- 1 - تبرم إتفاقية بين المنظمة التي ترعى البطاقة والبنك يخول بموجبها بإصدار البطاقات للعملاء؛
 - 2 - يصدر البنك بطاقة للعميل وفق حدود إئتمانية تبعا لوضعه المالي ؛
 - 3 - نفترض أن هذا العميل إستخدم بطاقته للشراء ، أو الحصول على خدمة على أن يكون التاجر مقدم السلعة أو الخدمة متعاقد مع نفس المنظمة ، فإذا حصل العميل على السلعة فإن التاجر يطلب منه البطاقة ويتأكد من مدة صلاحيتها وبياناتها ، ثم يجر له إشعارات البيع ويطلب منه الإمضاء عليها ، ويتأكد من تطابق الإمضاءين (البطاقة والإشعارات) ؛
 - 4 - يقوم التاجر بإرسال شعارات البيع إلى بنكه ، وبدوره يقوم البنك بتسديد قيمة الإشعارات للتاجر مخضوم منها عمولة متفق عليها بينهما ؛
 - 5 - يقوم بنك التاجر بإرسال جميع العمليات المالية المختصة للعملاء إلى المنظمة وهي بدورها ترسلها إلى البنك المصدر للبطاقة والقيام بعمليات المقاصة ليتم تحصيل مبلغ الإشعارات من البنك المصدر إلى بنك التاجر؛
 - 6 - يقوم بنك المصدر للبطاقة بخضم المبلغ من حساب عميله مع إحتساب عمولة على المشتريات وبطبيعة الحال يكون العميل متحصل على إئتمان بسقف محدد .
- - وتسمح البطاقات البنكية بتقديم مجموعة من المميزات تتمثل في :

✓ المميزات التي تقدمها البطاقات للبنك المصدر لها:

- تعتبر البطاقات البنكية وسيلة سهلة ودقيقة في تسوية المعاملات بين البنوك ؛
- تقلل وتجنب من الصفوف الطويلة نتيجة إستخدام الصراف الآلي ، وبذلك تقلل الضغط على البنوك ؛

- تمثل مصدر مريح من خلال ما يحصل عليه البنك من عمولات؛
- تزيد البطاقات البنكية من حجم العائدات قياسًا إلى أعبائه .

✓ الميزة التي تقدمها البطاقات البنكية لحاملها:

- توفير عنصر الأمان: حيث أنها تجنب العميل حمل النقود ومخاطر السرقة؛
- المرونة: تكسب صاحبها مرونة الحصول على حاجاته من سيولة نقدية و سلع وخدمات في أي مكان من التراب الوطني
- تمثل البطاقات البنكية مظهر من مظاهر التقدم التكنولوجي ، فهي تكسب حاملها مكانة مميزة في المجتمع .

✓ المميزات التي تقدمها للتاجر:

- تقلل البطاقات البنكية من المخاطر: فقبولها من قبل التاجر يجنب تواجد النقود في محلاتهم مما يجنبهم قبض أموال مزورة أو مسروقة ؛
- زيادة المبيعات : تعمل البطاقات البنكية على زيادة المبيعات ، فهي تشجع حاملها على زيادة الإستهلاك .

2- التحويلات المالية البنكية :

تم عملية التحويل المالي من حساب إلى حساب (دائن، مدين) ، عن طريق ملئ إستمارة تدعى ب: "أمر بالتحويل" ، وتحتوي هذه الإستمارة مجموعة من المعلومات تخص المانح للآمر وجزء يخص المستفيد ، وخانة متعلقة بالمبلغ ، ولا بد أن يكون هذا الأمر صادر من صاحب الحساب في البنك إلى مدير البنك بتحويل هذا المبلغ ، وبعدها يتم التحويل المالي من حساب إلى حساب ، ويشترط في التحويلات المالية أن لا يتجاوز المبلغ المحول **1.000.000.00 دج** ، وعند هذه العملية يكون هناك ثلاث نسخ (نسخة للعميل، ونسخة للوكالة ، نسخة للمديرية) .

من خلال دراستنا على مستوى البنك الخارجي الجزائري - وكالة ورقلة - وجدنا أن الأمر بالتحويل إلكترونياً لا يستخدم على مستوى الوكالة لحد الآن ، فما زال يتم عن طريق الأمر بملء الإستمارة السابقة فقط .

❖ يمثل الملحق رقم (04) "أمر بالتحويل" **ORDE DE VIREMENT** مقدمة من طرف الوكالة.

3- المقاصة الإلكترونية:

تمثل هذه العملية في معالجة العمليات إلكترونياً، حيث ظهرت هذه التقنية لكي لا تصبح البنوك غارقة في كتلة هائلة من الأشغال التكرارية الباهظة ، ومنه فإن آلية المقاصة الإلكترونية بإمكانها حل هذه المشاكل والإستجابة إلى متطلبات البنوك ومتطلبات الزبائن في آن واحد ، فهي بطبيعة الحال نظام له علاقة بنظام الإعلام الآلي عن بعد **tele (informatique)** تستخدمه البنوك فيما بينها ، وتكمن خاصيته أنه يحسب عند نهاية كل مرحلة تبادل الأرصدة الصافية التي تسمى "أرصدة التسديد" (**SOLDES REGLEME.**) .

حيث أن عمليات إرسال البيانات التي تقوم بها شبكة الإتصالات الجزائرية **DZ- PAK** بنقل المعلومات بسرعة عن طريق خط النقل **X25** ، التي تؤمن مستوى عالٍ من الأمان لمختلف العمليات البنكية حيث تشرف على 4 ولايات : منطقة الوسط الجزائري العاصمة ، منطقة الشرق قسنطينة ، منطقة الغرب وهران ، ومنطقة الجنوب ورقلة .

وعند قيامنا بالدراسة التطبيقية حول إستخدام المقاصة الإلكترونية في البنك الخارجي الجزائري **BEA** - وكالة ورقلة

- وجدنا أنها بدأت العمل بهذه التقنية في أواخر **2007** ، عن طريق الشبكة الداخلية التي تربط البنك بالبنوك الأخرى وتشرف على هذه الشبكة مصلحة الصندوق ، وتتطلب المقاصة الإلكترونية :

- جهاز الكمبيوتر ؛

- جهاز **SCANER** (قارئ الشيكات) .

تم عملية المقاصة بنفس الطريقة التقليدية لكن بشكل إلكتروني ، حيث يتم تغيير الشيكات من الشيك العادي إلى الشيك

الرقمي **LE CHEAUE NUMRIQUE** ، فيتم إرسال الشيكات عبر شبكة الإنترنت بعدها يتم فرز المخالصات

في غرفة المقاصة على مستوى البنك المركزي ليتم إرسالها بعد ذلك إلى **DMP** المسؤولة عن توزيع الشيكات كل لبنكه وخلال

زمن أقصاه 4 أيام

❖ الملحق رقم(05): الشيك الرقمي المرسل من قبل BEA للمقاصة .

❖ الملحق (06): الشيك الرقمي الخاص بإرجاع قائمة المقاصة بين البنوك.

الشيكات الالكترونية التي لا تتجاوز قيمتها **50000** دج تصل للوكالة في شكل جدول يحوي بيانات الشيك العادي

فقط أما تلك التي تتجاوز قيمتها **50000** دج فتصل للبنك رسالة إلكترونية بها المعلومات الموجودة على الشيك مدرجة في

جدول مع الصورة الخاصة به.

➤ مثال:

كان يجب على بنك CPA أن يتحصل من بنك BEA على شيكات مبلغها: **5.000.000 دج**، وأن يتحصل بنك BEA على شيكات بمبلغ **2.000.000 دج** من بنك CPA ، ففي السابق تتم المقاصة العادية بإجتماع ممثلي البنكين DMP ل: (BEA، CPA) في غرف المقاصة الخاصة المتواجدة على مستوى البنك المركزي الجزائري الذي يلعب دور المنظم والرقيب ، ويتم تبادل الشيكات فيما بينهم ، وكانت العملية تستغرق أشهراً لإتمامها ، ولكن في نظام الدفع الآلي تكون العملية الإلكترونية بتبادل الشيكات ويسوي بنك BEA العملية بتحويل مبلغ **2.000.000 دج** لبنك CPA ، وتكون العملية الإلكترونية لفائدة بنك CPA.

وترسل إلى نظام تسيير الحسابات التسديد المفتوح لدى البنك المركزي لتدوينها في حسابات البنوك ، والمركز المسؤول في الجزائر هو مركز المقاصة المسبقة مابين البنوك الموجودة على مستوى الجزائر العاصمة بإشراف البنك المركزي الجزائري ، الذي يعتبر المتعامل التقني لنظام المقاصة الآلية الجزائري ، وهو مسير عملية الدفع المرسله في هذا النظام ، حيث وفرت الوقت بتخفيضه بنسبة **90 %** تقريباً ، حيث أصبحت تحدث خلال أيام قليلة تتراوح من **03-04** أيام بالنسبة لكل من الأمر بالتحويل والشيكات ، أما بالنسبة للبطاقة البنكية فإن المقاصة الإلكترونية فيها تتم خلال مدة **24** سا .

➤ المميزات التي تقدمها المقاصة الإلكترونية:

- تقليص آجال المعالجة، فيتم قبول أو رفض العملية في أجل أقصاه **04** أيام على عكس السابق التي كانت تتطلب شهور لإتمامها؛

- إعادة الثقة للزبائن في وسائل الدفع خاصة الشيكات ؛

- مواجهة ومحاربة تبييض الأموال في الجزائر.

المطلب الثاني: أثر إستخدام الصيرفة الإلكترونية على أداء بنك BEA - وكالة ورقلة -

الفصل الثالث: دراسة تطبيقية حول إستخدام الصيرفة الإلكترونية في البنك الخارجي الجزائري BEA - وكالة ورقلة-

بدأ بنك **BEA** - وكالة ورقلة - بإستخدام الصيرفة الإلكترونية و ذلك بعد تبني الجزائر نظام الصيرفة الإلكترونية للإلتحاق بالدول المعاصرة(عصرنة المصارف) ، وذلك عن طريق الشبكة المحلية في ماي 2007، وذلك نظراً لما توفره هذه التقنية من السرعة في الإنجاز و التوفير في الوقت ، إذ أن الخدمات التقليدية تتطلب الكثير من التكاليف : كأجور العمال نظراً للعدد الكبير الذي يتطلبه إنجاز و تقديم هذه الخدمات ، وكذا مصاريف النقل ، أما بالنسبة للصيرفة الإلكترونية فالتكاليف فيها منخفضة من حيث مصاريف العمال لأنها لا تتطلب الكثير من العمال فيكفيها عامل واحد يقدم جميع الخدمات و من جهة أخرى تكاليف المعدات و الأدوات المستعملة في هذه التقنية أقل فمثلا : يمكن إستعمال طابعة واحدة بمجموعة من الحواسيب كما أنه من ناحية المخاطر فالصيرفة الإلكترونية خدماتها أقل عرضة للمخاطر نظرا لشدة الرقابة عليها فقد تحدث فقط نتيجة خطأ من قبل العامل المسؤول في البيانات أو حدوث عطل في النظام الرئيسي لكن سرعان ما يتم إصلاحه، أما الخدمات التقليدية عرضة للضياع و السرقة و التزوير و غيرها.³

فمن خلال ما قمنا به من دراسة تطبيقية حول أثر إستخدام الصيرفة الإلكترونية على الوكالة ، توصلنا أن الصيرفة الإلكترونية ساعدت هذه الوكالة على:

- ✓ - تحسين أدائها باقتصاد الوقت و التكلفة؛
- ✓ - الإستفادة من الخدمات بجودة عالية و بتكلفة و جهد أقل بالتالي كسب عدد كبير من الزبائن الجدد و التنوع في الخدمات و التقليل من صفوف العملاء .
- ويمكن أن نلمس آثار الصيرفة الإلكترونية على أداء البنك في الجدول التالي :

❖ الجدول رقم (1.3) يمثل عدد العمليات على الشبكات عن طريق المقاصة الإلكترونية من 2008 إلى 2010

³-مقابلة مع مدير بنك BEA

السنوات	2008	2009	2010
عدد العمليات على الشيكات	609067252863,23	716991831640,11	922922630719,67

المصدر: وثائق داخلية مقدمة من طرف الوكالة

- وقد أثر ذلك على أداء الوكالة بشكل إيجابي ، مما أدى لرفع أرباح هذا البنك .

المطلب الثالث : مزايا و عيوب الصيرفة الإلكترونية بالنسبة للوكالة .

مقارنتها بنظيرتها التقليدية للصيرفة الإلكترونية عدة إيجابيات كما أنها لها سلبيات على مستوى وكالة ورقلة وتمثل في ⁴:

1 - الإيجابيات: ونذكر منها

- ضمان الشيكات؛
- تقليل التكاليف؛
- تقليل صفوف الزبائن؛
- السرعة في الأداء؛
- كسب عملاء جدد؛
- توفير الوقت؛
- يتم تقديم الخدمات على مدار الساعة 24/24؛
- زيادة الإيرادات نتيجة زيادة حجم المعاملات...

2 - السلبيات: ومن أهمها

- تعطل النظام المركزي يؤدي إلى توقف العمل و تعطل أداء الخدمات في وقتها؛

⁴ - مقابلة مع مدير بنك BEA

- عدم ثقة العملاء في هذا النظام .

المبحث الثالث : آفاق وتحديات تبني مشروع الصيرفة الإلكترونية على مستوى -BEA- وكالة ورقلة

أما التطور المذهل لتكنولوجيات الإعلام والاتصال وما توفره من فرص للعمل المالي والمصرفي ، وأمام التأخر الذي سجلته البنوك الجزائرية - ومن بينها البنك الخارجي الجزائري BEA وكالة ورقلة - ، وأمام التحولات الأخرى مثل : العولمة المالية ، وتقلص القيود الرقابية والتنظيمية على النشاط المالي والمصرفي ، وكذا تراجع الوساطة المالية نتيجة قوة وتعدد وتكامل الأسواق المالية ، فإن البنوك الجزائرية مجبرة على وضع إستراتيجية ، وتبنى مشروعات تقمها بسرعة في الصيرفة الإلكترونية والتي تعتبر أهم مظاهر الإقتصاد الرقمي الذي يقوم أساسًا على المعلومات .

كما يبقى دور الدولة ضروري ومهم لتهيئة المحيط المناسب وجعل إقحام الجزائر بسرعة في هذه التكنولوجيات أولوية وطنية.

وأمام كل الجهود المبذولة والمشاريع والخطط المستقبلية التي تُبذل و تطمح البنوك الجزائرية لتحقيقها في القريب العاجل ، إلا أنه هناك العديد من التحديات والصعوبات التي تواجه هذه البنوك وتحويل دون تحقيق ذلك .

وحسب تصريحات أدلى بها مدير البنك الخارجي الجزائري BEA - وكالة ورقلة- حول آفاق تبني مشروع الصيرفة الإلكترونية على مستوى الوكالة ، وأهم التحديات المصاحبة لها ما يلي :⁵

المطلب الأول: آفاق البنك الخارجي الجزائري BEA - وكالة ورقلة- حول تبني مشروع الصيرفة الإلكترونية .

⁵ مقابلة مع مدير بنك BEA-وكالة ورقلة-

يسعى البنك الخارجي الجزائري - وكالة ورقلة - إلى تطبيق مشروع الصيرفة الإلكترونية من خلال تحديث وسائل الدفع الإلكتروني وتقديم خدمات حديثة مثل :

- خدمات عن طريق الرسائل النصية للهاتف النقال SMS. لتعرف على الرصيد وأخر العمليات فيه.
- خدمات الهاتف المصرفي التي تسمح كذلك بالتعرف على الرصيد والتحويل من حساب إلى حساب آخر إضافة إلى معرفة عروض البنك .

المطلب الثاني : التحديات التي تواجه الوكالة حول تطبيق مشروع الصيرفة الإلكترونية

على الرغم من الجهود المبذولة من طرف البنك لنقل العديد من التقنيات المصرفية الحديثة والإستفادة من التكنولوجيات الحديثة التي جاءت بها الثورة الرقمية ، إلا أن هناك العديد من التحديات والصعوبات يمكن إدراجها كالأتي :

- 1) - ضعف البنية التحتية اللازمة لإقامة مثل هذه المشاريع (كالنقص في الشبكة العالمية للمعلومات Internet ، وكذلك نقصها وضعفها ما بين البنوك) ؛
 - 2) - نقص التشريعات الضرورية لتسهيل إنتشار الأعمال الإلكترونية ، وخصوصًا المتعلقة بالصيرفة الإلكترونية ؛
 - 3) - عدم ثقة الزبون بوسائل الدفع الحديثة كالبطاقات الإئتمانية ، فمازالت المفاهيم التقليدية مرسخة (النقود الورقية هي وسيلة الدفع الرئيسية والأكثر أمانا بالنسبة له) ؛
 - 4) - غياب البحث والتطوير لتوظيف هذه التقنية ؛
 - 5) - ضعف التكوين القاعدي للأطر البشرية ذات الكفاءة ، بالرغم من توفر الكفاءات والموارد البشرية اللازمة ، إلا أنها تعاني من قلة مرد وديتها وضعف فاعليتها وإنعدام روح المبادرة والإبداع فيها .
- ويرجع كذلك عدم إقبال الأفراد على التعامل المصرفي عبر الإنترنت أيضا إلى نقص الإعلام والإتصال ، فالشعب الجزائري عموما لا يملك ثقافة تكنولوجية متطورة ، فهو يفضل دائما التعامل الشخصي مع البنك .

خاتمة الفصل:

أهمية النظام المصرفي الذي يعتبر عجلة الإقتصاد بما يقوم به من عمليات التمويل و الدعم و تنشيط و تفعيل العمليات الإقتصادية ، و تسهيل عملية إندماج الإقتصاد في الإقتصاد العالمي و ذلك بمواكبة كل تطور يشهده و الإستفادة من كل ما يقترحه من حلول أهمها الصيرفة الإلكترونية

فالنسبة للبنوك الجزائرية فلا يزل مفهوم الصيرفة الإلكترونية غائبا عنها وذلك لأن المنظومة المصرفية الجزائرية مازالت تتخبط في المشاكل و متاهات البرامج الإصلاحية المتعددة التي جزء كبير منها يعتمد على عصنة النظام و إعتماذ الصيرفة الإلكترونية على وجه الخصوص .

فمن خلال دراستنا التطبيقية على مستوى البنك الخارجي الجزائري -وكالة ورقلة- فوجدنا أنها لحد الآن لم تطبق فيه التكنولوجيات الحديثة التي عرفناها بالصيرفة الإلكترونية ماعدا خدمات : الصيرفة عبر أجهزة الصراف الآلي ، القاصة الإلكترونية ، و بطاقات السحب .

1 قائمة الجداول:

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
	قائمة مراجعة إدارة الإستثمار الفوري .	1-1
	تصنيف الدول العربية من حيث تطور تكنولوجيا المعلومات والإتصال.	2-1
	إحصائيات حول إستخدام الإنترنت في بعض الدول العربية لسنة 2010.	3-1
	عدد أجهزة الصراف الآلي في بعض الدول العربية لسنة 2010.	4-1
	تزايد نمو التجارة الإلكترونية في العالم العربي من سنة 1997 إلى 2009.	5-1
	تطور في أرقام أعمال الإتصالات السلكية واللاسلكية في الجزائر من 2002 إلى غاية 2009.	1-2
	عدد العمليات على الشيكات عن طريق المقاصة الإلكترونية من 2008 إلى 2010.	1-3

2- قائمة الأشكال:

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
	القوى التي تشكل الإقتصاد الرقمي الجديد .	1-1
	إحصائيات حول عدد مستخدمي الإنترنت في مختلف قارات العالم لسنة 2009 .	2-1
	العوامل الضاغطة وراء تبني التسويق الإلكتروني.	3-1
	إنعكاس العمل الإلكتروني على الأداء المصرفي.	1-2
	التقسيم الأساسي للبطاقات البنكية.	2-2
	أنواع البطاقات البلاستيكية حسب جهة الإصدار	3-2
	منحنى تطور في أرقام أعمال الإتصالات السلكية واللاسلكية في الجزائر من 2002 إلى غاية 2009.	4-2
	نسبة تردد الجزائريين على الانترنت لسنة 2009.	5-2
	البنوك المساهمة في رأسمال شركة SATIM.	6-2
	الهيكل التنظيمي للبنك الخارجي الجزائري BEA.	1-3
	خطوات عملية السحب من جهاز الصراف الآلي.	2-3

3 - قائمة الملاحق :

رقم الملحق	عنوان الملحق
1	طلب البطاقة CIB .
2	بطاقة الدفع CIB الخاصة بالبنك الجزائر الخارجي .
3	تذكرة لسحب بالبطاقة CIB الخاصة بالبنك الجزائر الخارجي
4	أمر تحويل الخاصة بالبنك الجزائر الخارجي
5	الشيك الرقمي المرسل من قبل BEA للمقاصة
6	الشيك الرقمي الخاص بإرجاع قائمة المقاصة بين البنوك

لقد أصبح العالم يعيش فترة من التحوّلات الجذرية التي أسهمت في تغيير كل المفاهيم و الأساليب و الهياكل الإدارية التقليدية ، و أوجدت مناخا و أوضاعا إقتصادية و سياسية و تكنولوجية مختلفة تماما عما كان سائدا في بضع سنوات ، و لعل من أهم المجالات تأثر بمهذ التحوّلات هو الإقتصاد حيث باتت المعرفة أو المعلومات هي مادته الخام و ركيزته بعد أن كانت الأرض و رأس المال فُعرف بإقتصاد الرقمي ، ثم جاءت موجة الرقمية لتجتاح هذا الإقتصاد و تحوّل هذه المعرفة و المعلومات إلى أرقام يفهمها الحاسوب الذي هو الأداة و التقنية المسيطرة في هذا الإقتصاد إذ لم نقل في العالم .

وقد جاء لإقتصاد الرقمي بمفاهيم جديدة و أسس و أنظمة جديدة كانت نتيجة إستخدام تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات و هي التجارة الإلكترونية و الأعمال الإلكترونية التي إستلزمت ضرورة تطور القطاع المالي و خاصة النظام المصرفي و تطبيق المعلوماتية في مجال البنوك أو ما أصطلح عليه بالصيرفة الإلكترونية ، التي قدمت للإقتصاد بصفة خاصة دعما قويا و ساهمت في زيادة تطوره و حركته .

وقد أصبح هذا الإقتصاد سمة من سمات إقتصاديات الدول المتقدمة ، حيث أصبحت إقتصاديات الدول تقاس في تطوراتها على مدى التوجه نحو رقمنة إقتصادها ، وقد بقيت الدول المتخلفة بعيدة عن هذا الواقع الجديد ومنها الدول العربية ، وظهر هناك تفاوت بين الدول المتقدمة و الدول المتخلفة أو ما يسمى بالفجوة الرقمية التي نجدها في الواقع حتى بين الدول العربية ، ففيما يخص حالة الجزائر ففي الواقع إنها بعيدة حتى على الدول العربية في مجال إدماج التكنولوجيات الحديثة للإعلام و الإتصال .

ومع تزايد نمو الإقتصاد الرقمي و الإنتشار الواسع لشبكة الإنترنت و آثارها على البنوك و نشاطاتها ، أدى ذلك لوجود أنظمة دفع إلكترونية و وسائل حديثة تتلاءم مع متطلبات هذا الإقتصاد الجديد .

أما عن واقع الصيرفة الإلكترونية في النظام المصرفي الجزائري فمازال في مرحلة أولية من خلال إدخال بطاقات السحب ؛ و إدخال بعض التكنولوجيات الحديثة في القطاع المصرفي ، إلا أنها رغم ذلك تحاول بمجهودها المستمرة النهوض بإقتصادها الوطني من خلال تبني بعض المشاريع المتعلقة بتطوير البنية التحتية لقطاع تكنولوجيا المعلومات و الإتصال و التوجه نحو الإقتصاد الرقمي .

أن اعتماد الصيرفة الإلكترونية بما يتطلبه من بيئة مناسبة يساهم في بناء الإقتصاد الرقمي في الجزائر ، فضلا عن محاربة الإقتصاد غير الرسمي من خلال إدخال النقود المتداولة فيه إلى الدائرة المصرفية .

I. نتائج البحث:

لقد أفضت هذه الدراسة الخروج بجملة من النتائج نوردتها فيما يلي:

- 1 - أدت ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى ظهور إقتصاد جديد هو "الإقتصاد الرقمي"؛
- 2 - تعد المعرفة وتقنيات المعلومات أساس قيام الإقتصاد الرقمي؛
- 3 - الإقتصاد الرقمي إستلزم إستعمال الإنترنت؛
- 4 - البنوك الإلكترونية و الإستثمار الإلكتروني، والتجارة والتسويق الإلكتروني مفاهيم حديثة أتى بها الإقتصاد الرقمي؛
- 5 - تعاني الدول العربية من تأخر ملحوظ في مجال مجتمع المعلومات؛
- 6 - الصيرفة الإلكترونية هي إستعمال أو تقديم الخدمات المالية بوسائل الإلكترونية؛
- 7 - لصيرفة الإلكترونية فوائد عديدة قدمتها للإقتصاد من سرعة و أمان و تطور؛
- 8 - إن إعتقاد الصيرفة الإلكترونية يتطلب وجود بيئة إلكترونية تركز على تكنولوجيا المعلومات والاتصال؛
- 9 - إن تبني مشروع الصيرفة الإلكترونية سوف يساهم في تحديث وتطوير النظام المصرفي الجزائري، ويجعله يواكب التطورات العالمية الحاصلة؛
- 10 - تساهم الصيرفة الإلكترونية في بناء الإقتصاد الرقمي وتطوره .

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

الفرضية الأولى: ومفادها أن الإقتصاد الرقمي ذلك التطور الحاصل في قطاع المعلومات والإتصال والذي أثر بدوره على جميع القطاعات الأخرى ، والأعوان الإقتصاديين ؛ ويعتمد هذا الإقتصاد على مجموعة من الوسائل التكنولوجية وكذا المعلوماتية تسعى البلدان العربية ومن بينها الجزائر لتحقيقها.

- وقد تحققت هذه الفرضية من خلال دراستنا لهذا النوع الجديد من الإقتصاد ، فالإقتصاد الرقمي نتج عن ذلك التطور الحاصل في قطاع المعلومات والإتصال وبالتالي فهو يتطلب صناعة المعلومات والأعمال الإلكترونية ، وقد فرض دخول الإقتصاد إلى عالم الرقمية تقسيم بين إقتصاد رقمي متطور وأخر متخلف تقليدي الذي يسود مختلف الدول العربية التي تعاني بدورها من فجوة رقمية والتي تحولت لمشكلة كبيرة وأثرت على جميع القطاعات الإقتصادية .

الفرضية الثانية: والتي تنص على أن الصيرفة الإلكترونية هي إتباع الأساليب الحديثة في النشاط المصرفي ؛ وكذا تسوية مختلف المعاملات بوسائل دفع حديثة وخدمات مميزة تخفض من الوقت والتكاليف.

- هذه الفرضية صحيحة وقد تم التأكد من صحتها من خلال دراستنا في الفصل الثاني لموضوع الصيرفة الإلكترونية التي كانت في بدايتها مجرد خدمات إلكترونية تقدم في المصارف التقليدية بواسطة جهاز الكمبيوتر ، ولكن مع الثورة التقنية التي شهدتها العالم الإنتشار الواسع في شبكة الإنترنت تحولت هذه المصارف تقدم خدمات في بيئة إفتراضية دون حاجة العميل للإتصال المباشر بالمصرف ، وهو ما يميزها عن المصارف العادية.

الفرضية الثالثة: وتنص على إن تأخر الجزائر في مواكبة التطورات العالمية لاسيما في ميدان المعلومات والإتصال جعل إستعمال المصارف لهذه التكنولوجيا ضعيفاً مما أدى إلى ضعف في أداء الخدمات المصرفية ؛ ومن أجل مواكبة هذه التطورات تبنت إدارات المصارف الجزائرية إستراتيجيات مناسبة لمواجهة التحديات المتباينة ، في ظل الإنفتاح المالي والتحرير المصرفي.

- هذه الفرضية صحيحة إلى حد بعيد حيث أن هناك علاقة كبيرة بين التأخر الملحوظ الذي يشهده النظام المصرفي الجزائري وعدم مواكبته لتطورات العالمية التي مست مختلف القطاعات ومن بينها تكنولوجيا المعلومات والإتصال، وفيما يخص الجهود الجزائرية المبذولة لعصرنة القطاع المصرفي فمن خلال دراستنا لواقع المنظومة المصرفية الجزائرية وجدنا أنها تسعى للتحديث خلال المشاريع والخطط المستقبلية الموضوعة ولعل من أهمها مشروع الجزائر الإلكترونية المنتظر تجسيده في 2013.

- من خلال إختبار الفرضيات الثلاثة نستنتج أن الصيرفة الإلكترونية تساهم في بناء الإقتصاد الرقمي الذي يقوم أساسا على التقنية المعلوماتية الرقمية ، ويوظف المعلومات والمعرفة في إدارته، بوصفها المورد الجديد للثورة، ومصدر إلهام للإبتكارات الجديدة

- العمل على تقوية البنية التحتية لبناء الإقتصاد الرقمي و ذلك بزيادة الإنفاق الاستثماري في مجال تكنولوجيا المعلومات، و التوسع في استخدام شبكة الانترنت؛
- إن الإندماج في الإقتصاد الجديد يقتضي السرعة في التنفيذ، و مع الأسف نرى أن مشاريع التطوير معظمها لم ترى النور بسبب التماطل في تطبيق القوانين و الفساد و سوء التسيير؛
- تحديث وعصرنة النظام المصرفي الجزائري بإدخال التكنولوجيا المتطورة وتشجيع استخدامها في البنوك الجزائرية، ورسكلة المستخدمين وزيادة مهاراتهم وكفاءتهم في استغلال هذه التكنولوجيات من أجل ربح الوقت وتقليل التكاليف وتقديم خدمة ذات جودة للعميل؛
- تربط عصرنة المصارف فضلا عن تطوير قاعدة التكنولوجيا الجديدة في الإعلام و الإتصال، بالتكوين و التدريب المستمرين للقوى العاملة و التحديد في التجهيزات و المنتجات و هو ما يقتضي تخصيص موازنات مناسبة لذلك، بل و إستحداث وظيفة البحث و تطوير هذه المؤسسات؛
- إصدار القوانين والتشريعات التي تنظم وتضمن عمليات الصيرفة الإلكترونية؛
- نشر ثقافة مالية ومصرفية من خلال الوسائل الإعلامية المتنوعة داخل المجتمع؛
- تعدد الشبكة المصرفية لمصرف الواحد أو ما بين المصارف، مدخلا أوليا لعملية العصرنة و هو ما يظل غالبا لحد الآن
- ينبغي أن ندرك أن وضعية الجزائر المالية حالياً فرصة قد لا تعوض وينبغي إستغلالها في إنجاز مشروع الصيرفة الإلكترونية على سبيل الأولوية .

IV. أفاق البحث:

نشير في الأخير إلى أن هذا الموضوع لا يقف عند هذا الحد، بل هناك إشكاليات أخرى لم تتناولها الدراسة، فتعتبر آفاقا مفتوحة لأبحاث لاحقة نذكر منها:

- مستقبل اليد العاملة في ظل إستخدام الصيرفة الإلكترونية.
- تقييم التجربة الجزائرية في ميدان المقاصة الإلكترونية .
- أثر الصيرفة الإلكترونية على الأداء التجاري.
- آفاق البنوك الافتراضية في الجزائر.

قائمة الملاحق

CONDITIONS GÉNÉRALES

Article 1 - Objet de la convention :

Le présent contrat a pour objet de déterminer l'ensemble des conditions de fonctionnement et d'utilisation de la carte de retrait CIB par son porteur.

Article 2 - Objet de la carte CIB :

2.1. La carte de retrait CIB permet à son titulaire d'effectuer sur le territoire algérien, des retraits d'espèces auprès des appareils de distribution automatisés de billets de banques adhérents au Réseau Monétique Interbancaire.

2.2. Outre les possibilités décrites ci-dessus, la carte CIB permet, le cas échéant, d'avoir accès à des services et des privilèges régis par des dispositions spécifiques.

Article 3 - Délivrance de la carte :

La carte CIB est délivrée par la BEA, sous réserve d'acceptation de la demande, à ses clients titulaires d'un compte ouvert à leur mandataire d'après habitude. Elle est rigoureusement personnelle, son titulaire devant y apposer sa signature dès réception.

Article 4 - Code confidentiel :

Un code personnel est communiqué confidentiellement par la BEA sous pli fermé à chaque titulaire de carte CIB.

Ce code est indispensable à l'utilisation des guichets automatiques de billets de banque (GAB) lorsque de façon quelconque opération ne puisse être effectuée sans mise en œuvre de ce moyen d'accès.

Il doit donc être tenu absolument secret par le titulaire de la carte et être communiqué à aucun autre personne.

La composition de trois codes trois successifs assurés la capture de la carte sur les appareils automatiques.

Article 5 - Utilisation de la carte :

5.1 La carte CIB permet de retirer (en un ou plusieurs retraits) sur les guichets automatiques BEA, partie ou totalité du montant plafonné hebdomadaire qui lui est rattaché.

5.2 La carte peut être utilisée pour des retraits d'espèces à partir d'autres appareils bancaires situés dans la limite d'un plafond fixé par la BEA et la banque gestionnaire du guichet automatique.

5.3 Le titulaire de la carte doit préalablement à chaque retrait et sous sa responsabilité, s'assurer de l'existence au compte d'un solde suffisant et disponible et le maintenir jusqu'au débit correspondant.

5.4 Une carte retenue dans un GAB peut être récupérée par son titulaire le lendemain ou au lendemain de sa capture au guichet où son solde l'appartient, après accord du centre d'opérations du Réseau Monétique Interbancaire. Passé cet délai, la carte est retournée à l'agence BEA tenant le compte sur lequel fonctionne la carte.

5.5 Les montants enregistrés par les GAB ainsi que les frais de traitement sont portés dans les débits habituels propres aux retraits d'espèces au débit du compte concerné sans obligation d'insérer le numéro de la carte ou le nom du porteur, notamment lorsque plusieurs cartes fonctionnent sur le même compte.

Article 6 - Dispositions spécifiques aux appareils automatiques :

Les enregistrements des appareils automatiques ou leurs reproductions sur un support électronique constituent la preuve des opérations effectuées au moyen de la carte et la justification de leur imputation au compte sur lequel fonctionne la carte.

Article 7 - Recevabilité des oppositions :

Seules sont recevables par la BEA les oppositions expressément motivées par la perte ou le vol de la carte, ou la suspension de la carte par un membre de la famille du titulaire de la carte.

Article 8 - Modalités des oppositions :

8.1 Le titulaire de la carte et/ou du compte doit immédiatement déclarer la perte ou le vol de sa carte ou la suspension de sa carte par un membre de sa famille.

- au centre d'opposition SATIM ouvert 24h/24 et 7 jours par semaine en appelant les numéros suivants : (02) NN - NN - NN (Alger), en précisant dans la mesure du possible le numéro de la carte et date d'échéance.

- La BEA, notamment par téléphone, téléc ou déclaration écrite remise sur place.

En cas de vol de la carte, le titulaire doit également se présenter aux autorités de police ou de gendarmes, le récépissé de la déclaration devant être remis au guichet tenant le compte.

8.2 Toute opposition qui n'a pas fait l'objet d'une déclaration signée par le titulaire doit être confirmée sans délai par lettre remise ou expédiée sous pli recommandé au guichet tenant le compte sur lequel fonctionne la carte.

En cas de contestation, l'opposition sera réputée avoir été affirmée à la date de réception de la dite lettre par la BEA.

8.3 La BEA ne saurait être tenue pour responsable des conséquences d'une opposition par téléphone, téléc ou télégramme, qui n'aurait pas été faite par le titulaire de la carte et/ou du compte.

Article 9 - Responsabilité du titulaire de la carte CIB :

9.1 Principe :

Le titulaire de la carte est responsable de l'utilisation et de la conservation de celle-ci.

9.2 Effets d'une opposition :

Dès réception d'une opposition faite dans les conditions prévues à l'article 8 et à l'exception des opérations faites par lui, la responsabilité du titulaire de la carte est :

- Dérogée pour toutes les opérations effectuées après l'opposition.

- Engagée intégralement pour les autres opérations antérieures, en cas de :

* Faute, imprudence ou opposition tardive.

* Utilisation par un membre de la famille du titulaire de la carte.

La BEA se réserve la possibilité de rechercher la responsabilité du titulaire en cas de faute ou imprudence dans la sauvegarde de la carte ou du code confidentiel, même après déclaration de perte ou de vol.

Article 10 - Responsabilité du titulaire du compte :

Tant que le titulaire du compte, lorsqu'il ne s'agit pas titulaire de la carte, agit solidairement et individuellement tenu des conséquences financières résultant de la responsabilité du titulaire de carte au titre de sa conservation et de son utilisation, jusqu'à :

- radiation de la carte à sa banque et, au plus tard, jusqu'à leur expiration de validité, en cas de révocation par le titulaire du compte du mandat donné au titulaire de la carte ou de clôture du compte.

- Or déduction de la convention de compte collectif à la condition que celle-ci ait été notifiée aux les intéressés.

Article 11 - Durée de la validité, Renouvellement, Retrait de la carte :

11.1. La carte comporte une durée de validité dont l'échéance est portée sur la carte elle-même.

11.2. A la date d'échéance, elle fait l'objet d'un renouvellement automatique, sans que le porteur ait à solliciter par son titulaire ou le titulaire du compte auquel elle s'applique, au moins deux mois avant cette date.

11.3. La carte reste la propriété de la BEA qui a le droit de la retirer à tout moment, sans que le porteur ait à solliciter. La décision de retrait est notifiée dans tous les cas au titulaire du compte titulaire de la carte. Le titulaire de la carte s'oblige en conséquence, à la recevoir à la première demande et s'expose à des sanctions en cas de non-réception de la carte par simple lettre, il continue à faire usage.

11.4. Le titulaire du compte sur lequel fonctionne une ou plusieurs cartes entraîne l'obligation de les recevoir. Il en va de même en cas de dénaturation de la convention de compte collectif, l'arrêt du compte ne pourra intervenir au plus tôt un mois après notification des cartes.

Article 12 - Conservation des documents ou informations relatifs aux opérations du délit de réclamation :

12.1. Le porteur de la carte a la possibilité de déposer une réclamation, si possible en présentant le ticket de l'opération litigieuse et cela dans un délai maximum d'un mois après la date d'achèvement du relevé du compte où figure l'opération contestée. Les deux parties conviennent d'apporter les meilleurs soins à leurs informations respectives aux conditions de l'émission de l'opération.

12.2. Les informations ou documents, ou leur reproduction, que la BEA détient et qui sont relatifs aux opérations visées dans le présent contrat sont conservés pendant un an, ils seront perdus 45 jours au plus après la demande du client.

La BEA s'oblige à faire diligence auprès de tout correspondant afin que celui-ci lui communique les pièces qu'il pourra obtenir et qui ont trait à l'opération contestée.

En cas de réclamation justifiée, la situation du compte sera restaurée.

Article 13 - Communication de renseignements à des tiers :

13.1. La BEA se réserve le droit de communiquer à des tiers les informations concernant le porteur et le(s) titulaire(s) de compte sur lequel fonctionne la carte, et ces d'informations abstraites ou frauduleuses de celle-ci.

13.2. Le porteur et le titulaire du compte autorisent la BEA à communiquer aux institutions financières et d'une manière générale à tous les organismes intervenant à la fabrication et au fonctionnement de la carte, les informations relatives au traitement des opérations effectuées au moyen de la carte.

Article 14 - Coût de la carte et tarification :

14.1. La carte est délivrée moyennant le paiement d'une cotisation annuelle, cette cotisation est prélevée d'office sur le compte auquel la carte s'applique à l'expiration des cas suivants :

- Avis contestés au renouvellement de la carte dans les conditions prévues à l'article 11.2.

- Non-retrait de la carte par le porteur auprès du guichet.

Près de décaissement, des frais de fabrication et de gestion peuvent être prélevés d'office.

14.2. La destruction d'une carte ou le rachat du code confidentiel en tout d'année sera facturé d'un montant équivalent au coût de la carte.

14.3. Des commissions à l'opération seront appliquées, notamment :

- un tarif forfaitaire par transaction effectuée par le porteur,

- une commission interbancaire fixe,

- des frais de mise en opposition.

Le porteur ou le titulaire du compte peuvent obtenir auprès de toutes les agences BEA la communication des tarifs pratiqués.

Article 15 - Sanctions :

Tout usage abusif ou frauduleux de la carte est passible des sanctions prévues par la loi. Tous frais et dépenses de recouvrement forcé des opérations sont à la charge solidairement du porteur et du titulaire du compte auquel elle s'applique.

Le montant des opérations qui n'aura pu être débité au compte sera mis en demeure préalable, d'être validés à partir de la date de vol, et tout des intérêts débiteurs en vigueur.

Article 16 - Modification des conditions du contrat :

La BEA se réserve le droit d'apporter des modifications aux conditions du présent contrat qui seront portés à la connaissance du titulaire de compte ou du porteur notamment lors du renouvellement de la carte.

Ces modifications sont applicables :

- Un mois après leur notification à la carte, en cours de validité, d'est pas restituée à la BEA avant expiration de ce délai.

- Immédiatement lorsqu'elles sont exigées par le porteur au moment du renouvellement.

Article 17 - Radiation du contrat :

Le porteur d'une part et la BEA d'autre part peuvent à tout moment sans justification, ni préavis, sous réserve du déblocage des opérations en cours, mettre fin au présent contrat sans qu'il soit nécessaire d'accomplir une autre formalité que l'envoi d'une L.R avec A.R.

Dans le cas où, après radiation du contrat, il se révélerait des emplois, ceux-ci sont à la charge du porteur.

Article 18 - Attribution des compétences :

Tous litiges pouvant survenir à l'occasion ou de l'interprétation du présent contrat seront soumis au tribunal du lieu de l'agence où se trouve le compte sur lequel la carte CIB est délivrée.



الملحق (2) : بطاقة الدفع CIB الخاصة ببنك الجزائر الخارجي

SUPERVISOR KEY ON
 2010-10-24 15:07:11

 SUPERVISOR LOGGED ON
 2010-10-24 15:07:11
 11:00 ACCESS: 0
 PRINT NOTE TOTALS 2010-10-24 15:07:11
 RETAINED CARDS 00000
 ENVELOPES DEPOSITED 00000
 ENVELOPE SERIAL NO. 00000
 TRANSACTION COUNT 00000
 RESPONSES
 N ID LOCKED DISPENSED REMAINING
 1 3 00000 00000 00000
 2 2 00000 00000 00000
 3 3 00000 00000 00000
 4 1 01128 00000 01128
 NUMBER OF WITHDRAWALS 00000
 DIVERT OPERATIONS 00000
 DUMP OPERATIONS 00000
 LAST LOWERED 2010-10-24 14:55:55
 2010-10-24 15:13:07
 MCR MCC SIMULATION NBO 8.1.0 2008-12-15
 2010-10-24 15:13:07 PWF01
 POWER FAILURE
 #7791*1*0000
 2010-10-24 15:13:08 ALM45
 FRONT OPEN, DOOR OPEN
 #7791*1*000000011111
 2010-10-24 15:13:08 LOM43
 (US) ON-THE
 2010-10-24 15:13:10 ALM16
 SUPERVISOR KEY OFF
 #7791*1*0000

 SUPERVISOR LOGGED ON
 2010-10-24 15:14:06
 11:00 ACCESS: 0
 SUPERVISOR LOGGED OFF
 2010-10-24 15:14:06

 CARD COUNTS 2010-10-24 15:14:06
 CARDS INSERTED 90
 CARDS RETAINED 0
 READ ERRORS 0
 WRITE ERRORS 0
 LENGTH ERRORS 0
 COUNTS RESET
 2010-10-24 15:14:06 ALM45
 SUPERVISOR KEY OFF
 #7791*1*0000

الملحق (3) : تذكرة سحب بالبطاقة CIB الخاصة ببنك الجزائر الخارجي

BEA
بنك الجزائر الخارجي  **Banque Extérieure d'Algérie**
ORDRE DE VIREMENT

AGENCE :
DONNEUR D'ORDRE :
NOM ET PRENOM (S) :
ADRESSE :

PAR LE DEBIT DE MON (NOTRE) COMPTE :
RIB N°

--	--	--	--

--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--

Codé Banque Codé Agence N° de Compte Clé RIB
VEUILLEZ VIRER LA SOMME DE :

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

 ,

--	--

 DA
En Lettre :

EN FAVEUR DE :
NOM ET PRENOM (S) :
ADRESSE :

RIB N°

--	--	--	--

--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--

Codé Banque Codé Agence N° de Compte Clé RIB
AGENCE : BANQUE :

ACCUSE DE RECEPTION DE L'AGENCE	SIGNATURE DU DONNEUR D'ORDRE (CACHET DE LA SOCIETE & QUALITE DU SIGNATAIRE) DATE <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>						

REF. B.E.A. 195 BII BEA - Algérie

NB : L'ORDRE DE VIREMENT DOIT ETRE ETABLI EN 3 EXEMPLAIRES 1

الملحق (4) : أمر التحويل الخاص ببنك الجزائر الخارجي

Reçu de Bordereau de Remise de Chèques			
		Agence de dépôt :	00200032 BEA
		Réf. fol :	010020003220110524001
		Réf. remise :	bul0030NUM0000200032012011052400000004
N° compte bénéficiaire :	0140030185	Date & heure de saisie :	24/05/2011 10:01:44
Nom bénéficiaire :	0785072	N° séquence remise :	1
Nombre de chèques :	2	Devise :	DZD
Montant total de la remise :	263 250,00		
N° de chèque tiré	C.I.B. tiré	N° de compte tiré	Montant tiré
1382844	0140030185	0140030185	231 120,00
0785072	0050018898	0050018898	32 130,00

Cachet et visa agence

La présent reçu n'est délivré que pour preuve du dépôt d'une remise auprès d'une agence

24/05/2011
Page : 1

الملحق (5) : الشيك الرقمي المرسل من قبل BEA للمقاصة



J.E.A. --

Page : 1 / 23

Liste des retours compensation Inter Bancaire

du : 24/05/2011 au : 24/05/2011 Date d'impression : 24/05/2011 14:44

Devises : DZD

Agence Tirée :

Banque Remettante : B.N.A.

Agence Remettante : 00100811

No Inst	Rib Tiro	Rib Bénéficiaire	RIO	D.Saisie	D.Trait.	D.Regimnt	Montant
1000410	002 00032	001 00811	0010Z06230420110524003110322405110002	24/05/2011	24/05/2011	28/05/2011	316 922,20

TOTAL Agence : 316 922,20

Nombre Inst : 1

TOTAL Banque : 316 922,20

Nombre General Inst : 1

الملحق (6) : الشيك الرقمي الخاص بإرجاع

قائمة المقاصة بين البنوك

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية:

I. الكتب:

- 1 - إبراهيم عبد السلام ، "التجارة والأعمال الإلكترونية" ، ماهي لخدمات الكمبيوتر ، الإسكندرية ، بدون سنة .
- 2 - إبراهيم بختي ، "مطبوعة مقياس تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة" ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة ورقلة ، 2011/2010
- 3 - الطاهر لطرش، "تقنيات البنوك" ، الطبعة السادسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.
- 4 - جم سترن ، تعريب باسل الحاج قَدور ، أبو عمشه ، "خدمة الزبائن على الإنترنت" ، الطبعة الأولى، مكتبة الكعبان ، المملكة العربية السعودية ، 2003.
- 5 - حسن مظفر الرزو ، "مقومات الإقتصاد الرقمي ومدخل إلى إقتصاديات الإنترنت" ، مركز البحوث ، الرياض ، 2006 .
- 6 - خبابة عبد الله ، "الإقتصاد المصرفي(البنوك الإلكترونية-البنوك التجارية-السياسة النقدية)" ، الإسكندرية ، مؤسسة شباب الجامعة للنشر ، 2008 .
- 7 - رأفت رضوان، "عالم التجارة الإلكترونية"، الطبعة الأولى، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 1999.
- 8 - شريف محمد غنام، "محفظة النقود الإلكترونية" ، الدار الجامعية الجديدة للنشر والتوزيع ، الإسكندرية ، 2007.
- 9 - طارق طه ، " إدارة البنوك في بيئة العولمة والإنترنت " ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، 2007 .
- 10 - طارق طه ، "التسويق والتجارة الإلكترونية" ، الطبعة الثانية، دار منشأة المعارف للنشر والتوزيع، الإسكندرية ، 2005 .
- 11 - عامر محمد محمود، " التجارة الإلكترونية" ، الطبعة الأولى ، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الأردن ، 2006 .
- 12 - عبد العزيز عبد الرحيم سليمان ، " التبادل التجاري (الأسس ، العولمة ، والتجارة الإلكترونية)" ، الطبعة الأولى ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، 2004 .
- 13 - عبد الباسط وفا ، "سوق النقود الإلكترونية" ، دار هاني للطباعة والنشر ، حلوان ، 2004 .
- 14 - فريد النجار ، " الإستثمار بالنظم الإلكترونية والاقتصاد الرقمي " ، مؤسسة شباب الجامعة للنشر والتوزيع ، الإسكندرية ، 2004 .
- 15 - فريد النجار ، "الإقتصاد الرقمي"، الطبعة الأولى ، الدار الجامعية ، مصر، 2007 .
- 16 - فريد النجار، " التجارة والأعمال الإلكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة" ، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2006.
- 17 - عمر سليمان الأشقر ، "دراسة شرعية في البطاقات الائتمانية" ، الطبعة الأولى ، دار النفائس للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2009 .
- 18 - محمد عبد العظيم أبو النجا، "التسويق المتقدم، التسويق العالمي- إدارة العلاقات مع العملاء- " ، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية ، 2008 .

- 19 - محمد سمير أحمد، "التسويق الإلكتروني"، الطبعة الأولى، دار الميسرة للنشر والتوزيع، 2009، عمان.
- 20 - ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبد اللات، "الصيرفة الإلكترونية (الأدوات والتطبيقات ومعيقات التوسع)"، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
- 21 - منير الجنيهي، ممدوح الجنيهي، "البنوك الإلكترونية"، الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، 2005.
- 22 - محمود محمد أبو فروه، "الخدمات البنكية عبر الإنترنت"، الأردن، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى 2009.
- 23 - نادر ألفرد قاحوش، "العمل المصرفي عبر الإنترنت"، دار العربية للعلوم، لبنان، 2000.
- 24 - نادر إبراهيم السواح، "النقود البلاستيكية وأثر المعاملات الإلكترونية على المراجعة الداخلية في البنوك"، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، مصر، 2005.
- 25 - هاشم الشمري، ناديا الليثي، "الإقتصاد المعرفي"، الطبعة الأولى، دار الصفاء، للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
- 26 - يوسف أحمد أبو فارة، "التسويق الإلكتروني (عناصر المزيج التسويقي عبر الإنترنت)"، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2008.

II. الرسائل الجامعية:

- 1 - أسهمان بن عامر، "تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأثرها على الخدمات البنكية الإلكترونية"، مذكرة ماستر، العلوم المالية والمحاسبية، تخصص مالية المؤسسة، جامعة ورقلة 2010/2009.
- 2 - بن الشيخ سهام، "التطورات العالمية في العمل المصرفي وأثارها على النظام المصرفي الجزائري"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم المالية والمحاسبية، تخصص: مالية المؤسسة، جامعة ورقلة، 2010/2009.
- 3 - بوعافية رشيد، "الصيرفة الإلكترونية والنظام المصرفي الجزائري"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية وبنوك، جامعة البليدة، 2005.
- 4 - جيلالي أحمد مسري، "نشأة وتطور النظام المصرفي الجزائري"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة دمشق، 2007.
- 5 - عبد الرحيم وهيبة، "إحلال وسائل الدفع التقليدية بالإلكترونية"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، قسم علوم التسيير، فرع نقود ومالية، جامعة الجزائر، 2006.
- 6 - عماد أحمد إسماعيل النونو، "التسويق عبر الإنترنت - دوافع التبنّي أو الرفض -"، دراسة ميدانية، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص: إدارة أعمال والتخطيط الاقتصادي، جامعة الأزهر، غزة، 2007.
- 7 - زينب شطبية، "دور التسويق الإلكتروني في دعم الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية"، مذكرة ماجستير، علوم التسيير، تخصص تسويق، جامعة ورقلة 2009.
- 8 - عذبة سامي حميد الجادر، "العلاقات التعاقدية المنبثقة عن استخدام بطاقة الإنتمان"، مذكرة ماجستير في القانون الخاص، جامعة الأردن، 2008.
- 9 - فتحى شوكت مصطفى عرفات، "بطاقات الإنتمان البنكية في الفقه الإسلامي"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الفقه والتشريع، جامعة فلسطين، 2007.

- 10 - نسرين دبة ، " تطوير أنظمة الدفع الإلكتروني في المعاملات البنكية الجزائرية " ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم المالية والمحاسبية ، تخصص مالية المؤسسة ، جامعة ورقلة ، 2009/2010 .
- 11 - هدى زوير مخلف ، " لإقتصاد المعرفي والتنمية البشرية (إطار ودراسة مقارنة في بلدان عربية مختارة)" ، أطروحة دكتوراه فلسفة في العلوم الاقتصادية ، جامعة الكوفة ، 2009.

III. الملتقيات والمؤتمرات:

- 1 - أوسرير منور ، بن داو دية وهيبة ، " التجارة الإلكترونية كأداة للتنافس في الأسواق العالمية - دراسة حالة الدول العربية- " ، الملتقى الدولي الرابع حول : المنافسة والإستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية ، جامعة بسكرة ، 2009.
- 2 - إبراهيم بختي ، " تنمية وتطوير المنتجات والقيمة المضافة في الإقتصاد الرقمي " ، المؤتمر العلمي الدولي الأول ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة الجزائر 2002.
- 3 - بوشول فائزة وآخرون ، " واقع الإقتصاد الجديد في العالم العربي والجزائر " ، جامعة سطيف .
- 4 - حميد فشتيت ، حكيم بناولة ، " واقع وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر " ، الملتقى العلمي الدولي حول : عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر - عرض تجارب دولية - جامعة خميس مليانة ، يومي 26-27 أبريل 2011.
- 5 - سليمان ناصر ، " النظام المصرفي الجزائري وتحديات العولمة " ، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي - واقع وتحديات - ، جامعة حسيبة بن بوعلي ، الشلف ، يومي 14 و 15 ديسمبر 2004.
- 6 - رحيم حسين ، هواري معراج ، " الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية " ، ملتقى المنظومة المصرفية والتحول الاقتصادي ، جامعة الشلف ، 2004 .
- 7 - قوفي سعاد ، " الملامح التنظيمية والإستراتيجيات التنافسية لمتعاملي صناعة الهاتف النقال الجزائري " ، الملتقى الدولي حول المنافسة والإستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية ، جامعة بسكرة ، 2009 .
- 8 - عبد الرحمان بن عنتر ، عبد الرزاق حميدي ، " إقتصاد المعرفة وتعزيز تنافسية المؤسسة - مع الإشارة لحالة الجزائر - " ، الملتقى الدولي الرابع حول : المنافسة والإستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية ، جامعة بسكرة 2009.
- 9 - عبد الغني ربوح ، نور الدين غردة ، " تطبيق الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية بين الواقع والآفاق " ، المؤتمر الدولي العلمي حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات الراهنة ، جامعة ورقلة ، 11-12-2008 .
- 10 - عمرو أبو اليمين عبد الغني ، " دور الإنترنت في تغيير الإستراتيجيات التسويقية وتوجه العملاء نحو السوق الإلكتروني " ، الملتقى الإداري الثالث : إدارة التغيير ومتطلبات التطوير في العمل الإداري ، جامعة القصيم ، السعودية ، 2005 .
- 11 - محمد زيدان ، محمد حمو ، " متطلبات أمن المعلومات المصرفية في بيئة الإنترنت " ، المؤتمر السادس تحت عنوان البيئة المعلوماتية الآمنة، الرياض ، 7-8 أبريل 2010 .
- 12 - مزريف عاشور ، معموري صورية ، " عصرنة القطاع المصرفي والمالي وواقع الخدمات البنكية الإلكترونية بالجزائر " ، المؤتمر الدولي العلمي حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات الراهنة ، 11-12-2008 .
- 13 - يوسف مسعداوي ، " البنوك الإلكترونية " ، الملتقى الوطني حول "المنظومة الجزائرية والتحول الاقتصادي " ، 14-15 ديسمبر 2004، جامعة الشلف .

14 نبيل ذنون جاسم ، مثال مرهون مبارك ، "معيقات تطبيق الصيرفة الإلكترونية في القطاع المصرفي الحكومي" ، معهد الإدارة ، بغداد ، 2009/2008 .

.IV .المقالات المنشورة في المجلات:

- 1 - إبراهيم بختي ، " الإنترنت في الجزائر " ، مجلة الباحث ، العدد (01) ، جامعة ورقلة ، 2002 .
- 2 - بسام أحمد الزلمي ، " دور النقود الإلكترونية في عمليات غسل الأموال " ، مجلة دمشق ، العدد (01) ، سوريا 2010 .
- 3 - تطار محمد منصف ، "الصيرفة الإلكترونية والجهاز المصرفي الجزائري" ، مجلة الباحث ، العدد (02) ، جامعة بسكرة ، 2002 .
- 4 - ثائر عدنان قدومي ، "العوامل المؤثرة في إنتشار الصيرفة الإلكترونية" ، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية ، العدد(02) ، جامعة الأردن ، 2008 .
- 5 - عبد الجبار الحنيص ، "الإستخدام غير المشروع لبطاقات الإئتمان الممغنطة من وجهة نظر القانون الجزئي" ، مجلة جامعة دمشق ، العدد (01) ، جامعة سوريا ، 2010 .
- 6 - عبد الرحيم الشحات ، " المخاطر المالية في نظم المدفوعات في التجارة الإلكترونية " ، مجلة الباحث ، العدد (02) ، جامعة الملك عبد العزيز ، 2007 .
- 7 - كمال منصور ، عيسى خليفي ، " إندماج إقتصاديات البلدان العربية في إقتصاد المعرفة ، المقومات والعوائق " ، مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا ، العدد (04) ، جامعة بسكرة .
- 8 - نبيل ذنون حاسم ، "معيقات تطبيق الصيرفة الإلكترونية في القطاع المصرفي الحكومي" ، مجلة الباحث ، العدد (25) ، جامعة العراق ، 2010 .

.V.النصوص القانونية والتنظيمية:

- 1 - المادة الثانية من الأمر رقم 05-06 المتضمن قانون المالية لسنة 2006 ، " الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية " ، العدد 26 ، 23 أبريل 2006 .

.VI .التقارير السنوية:

- 1 - التقرير السنوي 2008 ، " التطور الإقتصاد والنقدي للجزائر " ، بنك الجزائر

ثانيا: المراجع الأجنبية

I. الكتب:

- 1- Eric Taccone, Optimiser **La Réaction Avec Son Banquier**, Editeur Chiron, France, 2007.
- 2- Guillaume beaure daguées et stéhaïne thuilier , **PAIEMENT NUMERIQUE SUR INTERNET** , Thomson , France , .1997.
- 3- LUC BERNET – ROLANDE, Principes de technique banquier, Edition DUNOD, paris 2002.

II. أوراق عمل:

- Newal Benkritly , Le Système de Paiement par carte en Algérie , Séminaire de Tunis , rencontre sur la carte bancaire au Maghreb , 08et09 février 2007.

III. التقارير السنوية:

- Rapport Annuel 2009 de L'artpt, Autorité de Régations de la poste et des télécommunications.

ثالثا: المواقع الإلكترونية

1 - أجهزة الصراف الآلي في الجزائر

<http://www.algeriatimes.net/algerianews7410.html> ، يوم 2011/06/09 .

2- أخبار الأردن ، متاحة على الربط <http://www.jordanews.com/jordan/5088.html> ، يوم الإطلاع 2011/08/22. إحصائيات إستخدام الإنترنت حسب أخر الإحصائيات ، متاحة على الربط <http://crisfordz.forumalgerie.net/t105-topic> ، يوم الإطلاع 2011/05/16

3- إحصائيات حول إستخدام الإنترنت دول العالم، متاحة على الربط <http://ar.wikipedia.org> ، يوم الإطلاع: 2011/05/18 .

4 إحصائيات عن سلطة ضبط البريد والمواصلات <http://www.djazairess.com/search> ، يوم الإطلاع 2011/05/ 28.

5- الإنترنت في الدول العربية، متاحة على الربط www.nuqudy.com ، يوم الإطلاع 19 2011/05/

6 -"التسويق الإلكتروني في البلدان العربية"، متاحة على الربط،

<http://ok1313.yoo7.com/t11971-topic> ، يوم 2011 /08/18.

7 - " تقرير سنوي عن إستخدام الإنترنت في الجزائر 2009 " ، يوم الإطلاع: 2011/05/28، متاحة على الربط <http://www.startimes.com>

- 8 - سوق البطاقات في لبنان ، متاحة على الربط ، <http://www.almustaqbal.com> _ يوم الإطلاع 2011/05/20.
- 9 - " سلطة ضبط البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية " www.arpt.dz ، يوم الإطلاع 2011/05/27.
- 10 - شبكة البحرين الإلكترونية للمعاملات المالية ، متاحة على الربط http://www.benefitco.com.bh/our-services_cw_ar.htm ، يوم 2011/05/20.
- 11 - عدد أجهزة الصرف الآلي لدى البنوك السعودية، متاحة على الربط <http://www.ameinfo.com> يوم الإطلاع 2011/05/20 .
- 12 - قيمة سوق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في السعودية ، متاحة على الربط <http://www.vb.se-te.com/threads/10310-12.4> ، يوم 2011/08/22
- 13 - معدلات إنتشار بطاقات الإنتمان في الدول العربية ، متاحة على الربط <http://www.amwal-mag.com> ، يوم الإطلاع 2011/05/19.
- 14-- محمد كمال أبو عمشه، "التجارة الإلكترونية العربية... الآفاق والتحديات" ، متاحة على الربط <http://www.asbar.com> ، يوم 2011/05/19.

Banque De Développement Local, **Paiement Electronique**, -15
Consulté le: 02/05/2010, à partir de site d'internet : <http://www.bdl.dz/carte.html>