



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة محمد خيضر - بسكرة -
كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير
قسم: العلوم التجارية



الموضوع

دور وسائل الدفع الإلكترونية في تعزيز ممارسة
التجارة الإلكترونية
دراسة حالة بنك الخليج - وكالة بسكرة -

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية
تخصص: تجارة دولية

الأستاذ المشرف:

← جيلح الصالح

إعداد الطالب:

← رحال سهيلة

...../2017	رقم التسجيل :
.....	تاريخ الإيداع

الموسم الجامعي: 2016-2017

قسم: العلوم التجارية

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دعاء

بسم الله الرحمن الرحيم

اللهم علمني أن أحب الناس كلهم كما أحب نفسي
وعلمي أن أحاسب نفسي قبل أن أحاسب الناس

اللهم علمني أن التسامح هو أكبر مراتب القوة
وأن الانتقام هو أول مراتب الضعف
يارب إني أعوذ بك من الغرور إذا نجحت
وأعوذ بك من اليأس إذا أخفقت

بل ذكركني أن اليأس هو تجربة تسبق النجاح
يارب أعطني التواضع فلا تأخذ اعتزازي بكرامتي
وإذا أسأت إلى الناس فامنحني شجاعة الاعتذار
وإذا أسأت إلى نفسي فامنحني شجاعة التوبة.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

{ قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ

أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ }

صدق الله العظيم

سورة البقرة آية (32)

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: « مَنْ سَلَكَ طَرِيقًا يَلْتَمِسُ فِيهِ عِلْمًا، سَهَّلَ اللَّهُ لَهُ طَرِيقًا إِلَى الْجَنَّةِ، وَإِنَّ الْمَلَائِكَةَ تَضَعُ أَجْنِحَتَهَا رِضًا لِطَالِبِ الْعِلْمِ ».

- رواه أبو داود و الترمذي -

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة آراء زبائن بنك الخليج(الجزائر) على مستوى وكالة بسكرة، حول امتلاكهم وتعاملهم بوسائل الدفع الإلكتروني، واستخدامها في خدمات التجارة الإلكترونية.

تكون مجتمع الدراسة المستهدف من زبائن بنك الخليج(الجزائر) على مستوى وكالة بسكرة، واستخدمت الطالبة طريقة العينة العشوائية البسيطة والتي بلغ حجمها (45) ، حيث تم توزيع إستبانة عليهم من خلال زيارة ميدانية، واسترد منها (43) إستبانة صالحة للمعالجة الإحصائية.

استخدم في التحليل الإحصائي للبيانات عدة أساليب منها: مقاييس الإحصاء الوصفي، معامل الثبات "ألفا كرونباخ"، تحليل الانحدار البسيط، تحليل التباين الأحادي(One Way Anova)

خلصت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

❖ وجود دور ذو دلالة إحصائية لوسائل الدفع الإلكتروني، التي يوفرها بنك الخليج(الجزائر: وكالة بسكرة) لزبائنه في تعزيز ممارستهم للتجارة الإلكترونية، عند مستوى معنوية أقل من 5%.

كذلك توصلنا إلى أنه:

❖ يوجد دور ذو دلالة إحصائية لبطاقة الصراف الآلي، التي يوفرها بنك الخليج لزبائنه، في تعزيز ممارستهم للتجارة الإلكترونية، عند مستوى معنوية $\alpha = 5\%$.

❖ لا يوجد دور ذو دلالة إحصائية لبطاقات الدفع المسبق، التي يوفرها بنك الخليج لزبائنه، في تعزيز ممارستهم للتجارة الإلكترونية، عند مستوى معنوية $\alpha = 5\%$.

❖ لا يوجد دور ذو دلالة إحصائية لبطاقة الائتمان، التي يوفرها بنك الخليج لزبائنه، في تعزيز ممارستهم للتجارة الإلكترونية، عند مستوى معنوية $\alpha = 5\%$.

❖ يوجد دور ذو دلالة إحصائية للتحويلات الإلكترونية للأموال، التي يوفرها بنك الخليج لزبائنه، في تعزيز ممارستهم للتجارة الإلكترونية، عند مستوى معنوية $\alpha = 5\%$.

خلصت الدراسة إلى العديد من الإقتراحات أهمها:

❖ لابد من إصلاح وتكييف البيئة التشريعية والقانونية المتعلقة بوسائل الدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية، وذلك بسن القوانين العقابية التي تخص الجرائم المرتكبة في مجال وسائل الدفع الإلكترونية والتجارة الإلكترونية؛

- ❖ وضع سياسة إعلامية وتسويقية من قبل بنك خليج الجزائر وكالة بسكرة، من شأنها إدخال ثقافة استخدام البطاقات لدى الزبائن، من أجل جعل أسلوب الدفع بالبطاقة من رغبات الزبائن التي يطالب بها التجار، وبالتالي دفع هؤلاء التجار إلى اعتماد هذا النمط تحت ضغط زبائنهم وتلبية لرغباتهم؛
 - ❖ على وكالة بنك خليج الجزائر في بسكرة تقديم إجراءات كافية لحماية حسابات العملاء بينك الخليج، مثل التشفير الإلكتروني أو التوقيع الإلكتروني؛
 - ❖ تخفيض مصاريف الحصول والتعامل بالبطاقات البنكية للوكالة في بنك الخليج، وخاصة بالنسبة للبطاقات الائتمانية التي تعاني من انخفاض المبلغ الذي توفره، أو الفوائد التي تتطلبها؛
 - ❖ العمل على إيجاد آليات ووسائل جديدة، واستخدام وتنويع الخدمات المصرفية الإلكترونية، بغرض المحافظة على العملاء وجذب عملاء جدد لبنك الخليج؛
 - ❖ يجب على الوكالة مراعاة توفر الضوابط اللازمة للرقابة على المعلومات، وذلك لتجنب المخاطر التي تنجم عن الدخول إلى شبكة المعلومات من قبل غير المرخصين بذلك، ومراجعة السياسات والإجراءات المرتبطة بها بشكل منتظم؛
 - ❖ لا بد من الاستعانة بالبحوث الجامعية التي تتناول هذا المجال، وذلك من أجل الاستفادة من تجارب الدول المتقدمة منها والسائرة في طريق النمو في مجال تحديث نظام الدفع وممارسة التجارة الإلكترونية، للإطلاع على المشاكل المحتملة الحدوث ومناقشتها لإيجاد الحلول لها.
- الكلمات المفتاحية: وسائل الدفع الإلكتروني، التجارة الإلكترونية، بنك الخليج بالجزائر (وكالة بسكرة)**

Abstract

This study aimed at identifying the views of Algerian Golf Bank(AGB) customers at the level of Biskra Agency, about their ownership and treatment of electronic payment methods, and their use in e-commerce services.

The study population was targeted by the customers of Gulf Bank (Algeria) at the level of Biskra Agency, and the student used the simple random sampling method (45), where a questionnaire was distributed to them through a field visit and retrieved (43) valid questionnaire for statistical processing.

Statistical analysis of the data was used in several methods, including descriptive statistical measures, alpha-cronbach stability, simple regression analysis, one way anova analysis.

The study concluded with several results:

- ❖ *A statistically significant role for Electronic payment methods provided by Golf Bank (Algeria: Biskra) to its customers in promoting their e-commerce at a level below 5%.*

We also concluded that:

- ❖ *There is a statistically significant role for the ATM card, provided by Gulf Bank to its customers, in enhancing their e-commerce practices at a significant level of $5\% = \alpha$.*
- ❖ *There is no statistically significant role for prepaid cards provided by Golf Bank to its customers in enhancing their e-commerce practices at a significant level of $5\% = \alpha$.*
- ❖ *There is no statistically significant role for the credit card provided by Golf Bank to its customers in enhancing their e-commerce practices at a significant level of $5\% = \alpha$.*
- ❖ *There is a statistically significant role for the electronic transfers of funds provided by Golf Bank to its customers in enhancing their e-commerce practices at a significant level of $5\% = \alpha$.*

Abstract

The study concluded with several suggestions:

- ❖ *The legislative and legal environment for electronic payment and e-commerce must be reformed and adapted through the enactment of punitive laws relating to crimes committed in electronic payment and electronic commerce;*
- ❖ *The establishment of an information and marketing policy by the Bank of the Gulf of Algeria, Biskra Agency, which will introduce the culture of using cards to customers, in order to make the payment method of the card of the wishes of customers demanded by traders, and thus push these traders to adopt this pattern under the pressure of their customers and to meet their wishes;*
- ❖ *The Bay of Algiers Agency in Biskra shall provide adequate procedures to protect GOLF Bank customer accounts, such as electronic encryption or electronic signature;*
- ❖ *Reducing the costs of obtaining and dealing with the Bank's bank cards at GOLF Bank, especially for credit cards that suffer from the decrease in the amount it provides or the benefits it requires;*
- ❖ *Work to find new mechanisms and means, and use and diversify electronic banking services, in order to maintain customers and attract new customers to GOLF Bank;*
- ❖ *The Agency must take into account the availability of controls for information control, in order to avoid risks resulting from unauthorized access to the information network and regularly review policies and procedures associated with it;*
- ❖ *It is necessary to use university research in this field, in order to benefit from the experiences of developed countries and in the way of growth in the field of modernization of the payment system and the practice of e-commerce, to see the potential problems and discuss the discussion of solutions to them.*

Keywords: *electronic payment methods, e-commerce, Algerian Golf Bank(AGB), (Biskra agency).*

الإهداء

إلى الشمعة التي إحتزقت لتضوء دربي و تجعل السعادة و الحب رمزا يحمله قلبي
إلى سر وجودي إلى من كانا رجائي في شدتي و عزائي
إلى كل من كرسوا حياتهما في سبيل سعادي، إلى من تعب كثيرا من أجل تعليمي و تربيتي

أمي وأبي

إلى من قاسموني كل شيء في هذه الحياة إخواني و أخواتي

ولا أنسى صديقاتي وأصدقائي

إلى كل من نسام قلبي فهم في قلبي

إلى الأساتذة الذين أحاطوني بالتوجيهات و قدموا لي يد العون لانجاز هذه المذكرة

إلى كل من ساعدني في دراستي سواء من قريب أو بعيد

إلى جميع من لم تحملهم مذكرتي فهم في ذاكرتي

الطالبة: رحال سهيلة

شكر و عرفان

قال تعالى: ﴿وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ﴾ سورة إبراهيم الآية (٧)

صدق الله العظيم

إن الحمد والشكر لله أولاً صاحب المنة والنعمة الذي وفقني في إنجاز هذا العمل راجية أن يتقبله مني قبولاً حسناً وينفعني وغيري به.

ثم بعد ذلك أتقدم بجزيل الشكر و الإمتنان و أسمى عبارات والتقدير و الثناء والإحترام إلى:

- ❖ أبي الذي أعانني في إنجاز هذا العمل ونصحتني وأسر على إكماله.
- ❖ إلى أستاذي الفاضل "جيلح صالح" على تفضله بالإشراف على هذا البحث و الذي كان مناراً بتوجيهاته و آرائه القيمة، وعلى كل ما يسره لي من جهد و توجيه ومادة علمية في سبيل إخراج هذا العمل إلى الصورة التي هو عليها.
- ❖ إلى أعضاء اللجنة الموقرة بتفضلهم للإطلاع و تقييم عملي المتواضع مما ساعد في إثرائه.
- ❖ إلى كل من ساعدني في إنجاز هذا العمل، فجزاهم الله خير جزاء.
- إلى كل هؤلاء أرقى معاني التقدير و الاحترام.

و أخيراً أتمنى التوفيق في إعداد هذا البحث

الصفحة	الموضوع
	بسملة
	دعاء
أ	آية قرآنية
ب-ج	الملخص
د-هـ	Résumé
و	الإهداء
ز	شكر و عرفان
ح-ي	الفهرس
ك-ل	قائمة الأشكال و الملاحق
م-ن	قائمة الجداول
11 - 2	مقدمة
الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية	
13	تمهيد الفصل الأول
20-14	المبحث الأول: ماهية وسائل الدفع الالكترونية
15 - 14	المطلب الأول: تعريف وسائل الدفع الالكترونية وخصائصها
18 - 16	المطلب الثاني: مزايا وعيوب وسائل الدفع الإلكتروني
19	المطلب الثالث: أطراف عملية الدفع الإلكتروني
20 - 19	المطلب الرابع: تقنيات الدفع الإلكتروني
47 - 20	المبحث الثاني: أدوات الدفع الإلكتروني
34 - 21	المطلب الأول: بطاقات الوفاء و الائتمان
39 - 34	المطلب الثاني: النقود الالكترونية
43 - 39	المطلب الثالث: الأوراق التجارية الإلكترونية
47-43	المطلب الرابع: التحويل الإلكتروني للأموال
62-47	المبحث الثالث : استخدام وسائل الدفع الالكترونية
50 - 47	المطلب الأول: مخاطر وسائل الدفع الإلكتروني
55 - 50	المطلب الثاني : وسائل الأمان في الدفع الإلكتروني
62-55	المطلب الثالث: المصارف الإلكترونية
63	خلاصة الفصل الأول

الفصل الثاني: التجارة الإلكترونية وعلاقتها بوسائل الدفع	
65	تمهيد الفصل الثاني
77 - 66	المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية
67 - 66	المطلب الأول: نشأة وتطور التجارة الإلكترونية
72 - 67	المطلب الثاني: تعريف التجارة الإلكترونية و خصائصها
74 - 72	المطلب الثالث: التمييز بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية
77 - 74	المطلب الرابع: أهمية التجارة الإلكترونية ومستوياتها
85 - 77	المبحث الثاني: ممارسة التجارة الإلكترونية
79 - 77	المطلب الأول: أركان التجارة الإلكترونية ومجالاتها
81 - 79	المطلب الثاني: أطراف التجارة الإلكترونية
83 - 82	المطلب الثالث: التحول نحو التجارة الإلكترونية
85 - 83	المطلب الرابع: مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية
106 - 85	المبحث الثالث: متطلبات التجارة الإلكترونية
98 - 85	المطلب الأول: البنية التحتية للتجارة الإلكترونية
103 - 98	المطلب الثاني: البنية التشريعية للتجارة الإلكترونية
104 - 103	المطلب الثالث: الموارد البشرية المؤهلة
106 - 104	المطلب الرابع: وسائل الدفع الإلكتروني
107	خلاصة الفصل الثاني
الفصل الثالث دراسة حالة بنك الخليج - وكالة بسكرة-	
109	تمهيد الفصل الثالث
121 - 110	المبحث الأول : تقديم بنك الخليج والوكالة البنكية ببسكرة
113 - 110	المطلب الأول: تقديم بنك الخليج الجزائر
116 - 114	المطلب الثاني : تعريف وكالة بنك خليج ببسكرة
121 - 116	المطلب الثالث: وسائل الدفع الإلكترونية في وكالة بنك خليج في بسكرة
133 - 121	المبحث الثاني:الإطار المنهجي للدراسة الميدانية
123 - 121	المطلب الأول : التعريف بأداة الدراسة الميدانية (الاستبانة)
127 - 123	المطلب الثاني : اختبار صدق وثبات أداة الدراسة (الإستبانة)
129 - 127	المطلب الثالث: تحليل عينة الدراسة
133 - 129	المطلب الرابع: تحليل البيانات العامة

147-133	المبحث الثالث: تحليل الإجابات واختبار الفرضيات
139-133	المطلب الأول: عرض نتائج تحليل المحور الأول (وسائل الدفع الإلكتروني)
141 -140	المطلب الثاني: عرض نتائج تحليل المحور الثاني (التجارة الإلكترونية)
147-141	المطلب الثالث: اختبار الفرضيات
148	خلاصة الفصل الثالث
154-150	الخاتمة
168-156	قائمة المراجع
187 -170	قائمة الملاحق

قائمة الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
01	النموذج المقترح البحث	6
02	نسبة استعمال الشبابيك والموزعات الآلية لسحب النقود في البلدان الأوروبية	24
03	نسبة استخدام مختلف وسائل الدفع في البلدان الأوروبية من حيث العدد والقيمة المالية	24
04	مصدرو البطاقات البنكية	29
05	أطراف التعامل بالبطاقة والعلاقة بينهم	30
06	آلية الدفع بالنقود الالكترونية	38
07	عملية التشفير وفك التشفير	53
08	عملية التشفير المتماثل بمفتاح واحد	53
09	التشفير بمفتاح عام (اللامتماثل)	54
10	صور المعاملات المصرفية الالكترونية	61
11	الفرق بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية	73
12	أهم الأطراف المتعاملة بالتجارة الالكترونية	81
13	الهيكل التنظيمي لبنك الخليج الجزائر	112
15	الهيكل التنظيمي لبنك خليج (وكالة بسكرة)	114

قائمة الملاحق

الصفحة	العنوان	الرقم
173 - 170	إستبانة البحث	01
174	بنك الخليج الجزائر	02
175	الصراف الذاتي	03
176	البنوك المنزلية	04
177-176	البنوك التليفونية	05
178	بطاقات الائتمان	06
181-179	بطاقة الفيزا مسبقة الدفع	07
181	بطاقة الفيزا الذهبية باللون الأصفر والفيزا الكلاسيكية	08
182	بطاقة الفيزا بلاتينيوم	09
183-182	فتح حساب و تفعيل ال: باي بل PayPal	10
183	بطاقة ماسترد كارد الذهبية	11
184-183	بطاقة ماسترد كارد مسبقة الدفع والكلاسيكية	12
185	بطاقة ساهلة	13
186-185	بطاقة BNP Paribas	14
187	قائمة محكمي إستبانة البحث	15

قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	تقدير تكلفة الخدمات عبر قنوات مختلفة	60
02	مداخل تعريف التجارة الإلكترونية	70
03	درجات مقياس ليكرت الخماسي	122
04	الحدود الدنيا والعليا لمقياس ليكرت	122
05	معاملات صدق المحور الأول (وسائل الدفع الإلكتروني) في الاستبانة	124
06	معاملات صدق المحور الثاني (التجارة الإلكترونية) في الاستبانة	125
07	معاملات ثبات الاستبانة	126
08	اختبار التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة	126
09	توزيع العينة حسب الجنس	127
10	توزيع العينة حسب السن	128
11	توزيع العينة حسب المؤهل التعليمي	128
12	توزيع العينة حسب الوظيفة	129
13	الشراء عبر الإنترنت	129
14	مستوى استخدام الإنترنت	130
15	عوائق التسوق عبر الإنترنت	130
16	أنواع البطاقات البنكية لدى الزبائن	131
17	استخدامات الزبائن للإنترنت	132
18	طرق الدفع المفضلة عند الشراء عبر الإنترنت	132
19	الأشياء التي يفضل الزبائن الحصول عليها في حالة الشراء عبر الإنترنت	133
20	إجابات أفراد العينة حول البعد الأول (بطاقة الصراف الآلي)	134
21	إجابات أفراد العينة حول البعد الثاني (بطاقة الدفع المسبق)	135
22	إجابات أفراد العينة حول البعد الثالث (البطاقة الائتمانية)	137
23	إجابات أفراد العينة حول البعد الرابع (التحويلات الإلكترونية)	138
24	إجابات أفراد العينة حول المتغير المستقل (وسائل الدفع الإلكتروني)	139

قائمة الجداول

140	إجابات أفراد العينة حول المتغير التابع (التجارة الإلكترونية)	25
142	تحليل التباين للإنحدار ANOVA	26
143	نتائج تحليل الإنحدار لدور وسائل الدفع الإلكتروني في التجارة الإلكترونية	27
144	نتائج تحليل الإنحدار لدور بطاقة الصراف الآلي في تعزيز ممارسة التجارة الإلكترونية	28
145	نتائج تحليل الإنحدار لدور بطاقات الدفع المسبق في ممارسة التجارة الإلكترونية	29
146	نتائج تحليل الإنحدار لدور بطاقة الإئتمان في تعزيز التجارة الإلكترونية	30
146	نتائج تحليل الإنحدار لدور بطاقات الدفع المسبق في تعزيز التجارة الإلكترونية	31

مقدمة

تميزت العقود الثلاثة الأخيرة بتغيرات جذرية في طريقة حياة الإنسان، وما تتضمنه من ممارسات نشاطات وعلاقات اجتماعية، ويعود ذلك بالدرجة الأولى تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وهذا بفعل تطور أجهزة الحاسوب وملحقاته كالفاكس والتلكس، وظهور الإنترنت وانتشارها بين عامة الناس، وهو ما جعل المعاملات المختلفة بين الناس تتسم بالسرعة والسهولة، حيث صارت الاتصالات تتم من أي مكان وبسرعة كبيرة، كما أن المعلومات يتم تبادلها بشكل فوري ودقة عالية، وقد استغل رواد الأعمال ظاهرة الإنترنت في مجال الأعمال، من خلال إنشاء مواقع للويب على شبكة الإنترنت، يعرضون فيها تشكيلة هائلة من المنتجات والخدمات للبيع أو التبادل، وقد عرف هذا النشاط التجاري بالتجارة الإلكترونية.

وقد شهدت التجارة الإلكترونية سواء في السلع أو الخدمات بأنواعها المختلفة، توسعا كبيرا ونموا متسارعا، رغم حداثتها، وهذا لما تتميز بها من انخفاض في التكاليف، سواء للمشتري أو البائع، حيث لا تتطلب التجارة الإلكترونية في من يمارسها إلا حاسوب وموقع للويب، كما أن المشتري يمكنه أن يطلب السلع والخدمات التي يرغب فيها من أي مكان وفي أي وقت، وبما أن التجارة الإلكترونية يمكنها أن تشمل كل المعاملات التجارية، من بيع وشراء للسلع والخدمات، فقد اعتبرها الاقتصاديون كمحرك جديد للتنمية الاقتصادية، وذلك كونها وسيلة فعالة وسريعة لإبرام الصفقات والعمليات التجارية المختلفة.

بما أن المعاملات التجارية مهما كان نوعها تتطلب التسوية النقدية لها، أي سداد المشتريات، فإن هذا يطرح إشكالية بالنسبة للمتعاملين في مجال التجارة الإلكترونية، إلا ابتكار وسائل جديدة للدفع تتناسب مع خصوصيات التجارة الإلكترونية، ساهم توسع التجارة الإلكترونية وجعلها أكثر أمانا وسهولة، حيث يتم الدفع من خلال من تحويلات الإلكترونية للنقود أو باستخدام بطاقات الدفع والإئتمان، وهذا لأن التجارة الإلكترونية لا تتطلب التقاء المتعاملين وجها لوجه.

وتلعب المصارف دورا محوريا في مجال التجارة الإلكترونية، حيث غالبا ما يتم سداد قيمة الصفقات من خلالها، وهذا من خلال مساهمتها في تقديم خدمات التحويل الإلكتروني للأموال، من خلال بطاقات الإئتمان والدفع، من حسابات المشترين إلى حسابات البائعين، وقد تطورت الأعمال المصرفية الإلكترونية خلال السنوات الأخيرة بشكل كبير، مما أثر على التجارة الإلكترونية، وأدى إلى زيادة حجمها وخاصة مع نشأة وتطور البنوك الإلكترونية، وهي بنوك افتراضية تنشئ لها مواقع إلكترونية على الإنترنت، لتقديم نفس خدمات البنك التقليدي من سحب ودفع وتحويل دون انتقال العميل إليها.

1. إشكالية الدراسة:

لقد قطعت الدول المتقدمة أشواط كبيرة في مجال التجارة الإلكترونية، وهو عكس الحال بالنسبة للدول النامية، التي لم تخطو إلا خطوات محتشمة في هذا القطاع، ومن بينها الجزائر التي تعرف التجارة الإلكترونية فيها حجما ضعيفا جدا، وهنا يتبادر لنا الإشكال حول أسباب هذا التأخر في اعتماد هذا النمط الجديد من

التجارة، والذي صار يعتبر أمرا روتينيا بالنسبة للمجتمعات والدول المتقدمة، والحديث فعليا بالنسبة للجزائر التي لم تقم بخوض غمار التجارة عبر الانترنت، باستخدام وسائل دفع حديثة بديلا عن وسائل التقليدية، إلا منذ سنوات قليلة، والمواقع التجارية الإلكترونية التي تنشط في هذا المجال تعد على الأصابع، بالرغم من أن ممارسة التجارة الإلكترونية باستخدام وسائل الدفع الإلكترونية، يعتبر استثمار فعليا وأداة اقتصادية عصرية، تزيد من حجم التجارة الإلكترونية.

إن تطوير وعصرنة المنظومة المصرفية الجزائرية، تطلب تحرير السوق المصرفي وانفتاحه على المنافسة، مما أدى إلى فتح العديد المصارف الدولية الكبرى لفروع لها في الجزائر، ومن هذه المصارف بنك الخليج الكويتي، الذي يمتلك خبرة كبيرة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مما جعله يوفر تشكيلة واسعة ومتنوعة من وسائل الدفع الإلكتروني، كي يستخدمونها في معاملاتهم المالية والتجارية، وهذا ما يدفعنا لإختيار ودراسة مساهمة وسائل الدفع التي يتيحها بنك الخليج(وكالة بسكرة) لزيائنه في تعزيز ممارستهم للتجارة الإلكترونية

ومن هنا تتجلى الإشكالية الرئيسية التالية :

ماهو دور وسائل الدفع الإلكترونية التي يوفرها بنك الخليج(الجزائر: وكالة بسكرة) لزيائنه، في تعزيز

ممارستهم للتجارة الإلكترونية؟

وتتفرع عن هذه الإشكالية مجموعة من الأسئلة الفرعية هي:

1. هل يوجد لبطاقة الصراف الآلي التي يوفرها بنك الخليج(الجزائر: وكالة بسكرة) لزيائنه، دور في تعزيز ممارستهم للتجارة الإلكترونية؟

2. هل يوجد لبطاقة الدفع المسبق التي يوفرها بنك الخليج(الجزائر: وكالة بسكرة) لزيائنه، دور في تعزيز ممارستهم للتجارة الإلكترونية؟

3. هل يوجد للبطاقات الإئتمانية التي يوفرها بنك الخليج(الجزائر: وكالة بسكرة) لزيائنه، دور في تعزيز ممارستهم للتجارة الإلكترونية؟

4. هل يوجد للتحويلات البنكية الإلكترونية التي يوفرها بنك الخليج (الجزائر: وكالة بسكرة) لزيائنه، دور في تعزيز ممارستهم للتجارة الإلكترونية؟

2. فرضيات الدراسة:

للإجابة عن هذه الإشكالية، وضعنا بعض الفرضية الرئيسية التالية:

❖ لا يوجد دور ذو دلالة إحصائية لوسائل الدفع الإلكتروني، التي يوفرها بنك الخليج(الجزائر: وكالة بسكرة) لزيائنه، دور في تعزيز ممارستهم للتجارة الإلكترونية، عند مستوى معنوية أقل من 5%.

وتندرج تحت هذه الفرضية الرئيسية، الفرضيات الفرعية التالية:

1. يوجد دور ذو دلالة إحصائية لبطاقة الصراف الآلي، التي يوفرها بنك الخليج(الجزائر: وكالة بسكرة) لزيائنه، دور في تعزيز ممارستهم للتجارة الإلكترونية، عند مستوى معنوية أقل من 5 %.
2. يوجد دور ذو دلالة إحصائية لبطاقة الدفع المسبق، التي يوفرها بنك الخليج(الجزائر: وكالة بسكرة) لزيائنه، دور في تعزيز ممارستهم للتجارة الإلكترونية، عند مستوى معنوية أقل من 5 %.
3. يوجد دور ذو دلالة إحصائية لبطاقات الائتمان، التي يوفرها بنك الخليج(الجزائر: وكالة بسكرة) لزيائنه، دور في تعزيز ممارستهم للتجارة الإلكترونية، عند مستوى معنوية أقل من 5%.
4. يوجد دور ذو دلالة إحصائية للتحويلات البنكية الإلكترونية، التي يوفرها بنك الخليج(الجزائر: وكالة بسكرة) لزيائنه، دور في تعزيز ممارستهم للتجارة الإلكترونية، عند مستوى معنوية أقل من 5%.

3. دوافع اختيار الموضوع :

- ❖ تعود بالدرجة الأولى إلى ميل الباحثة لمثل هذه الموضوعات، والرغبة في فهم التجارة الإلكترونية والتعمق فيها من الناحية النظرية والعملية.
- ❖ أهمية وجدة الموضوع بحد ذاته، نظرا لحدثة نظم التدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية في الجزائر، مما يجعلها مجالاً هاماً للدراسة الأكاديمية والممارسة العملية.
- ❖ محدودية الأبحاث في مجال التجارة الإلكترونية على مستوى الكلية، وخاصة الأبحاث التي تربط اتجارة الإلكترونية بوسائل الدفع الإلكتروني، ولهذا فالبحت يعد إضافة جديدة عساها تُثري المراجع في الموضوع.
- ❖ استمرار اعتماد الجزائر على ووسائل الدفع التقليدية وأساليب التجارة التقليدية، رغم أن التعامل بهما قد قطع شوطاً كبيراً في العديد من دول العالم.
- ❖ تعتبر وسيلة الدفع الإلكترونية العنصر الأساسي في تنظيم وتطوير اقتصاديات دول العالم، وذلك لاستخدامها في تسهيل المبادلات والمعاملات المالية والتجارية.

4. أهمية الدراسة:

- ❖ إن تطور نظام الدفع الإلكتروني يعتبر شرطاً ضرورياً لأي تقدم إقتصادي في أي بلد، حيث يسمح بسرعة المعاملات ودقتها، ويقلص التكاليف والأعباء، ويسمح بعقد الصفقات والمبادلات التجارية عن بعد.
- ❖ صارت وسائل الدفع التقليدية كالنقود والشيكات الورقية، لا تصلح في تسهيل المعاملات الحالية، التي يتم أغلبها عن بعد، كالصفقات التجارية الإلكترونية التي تبرم عبر شبكة الإنترنت، ومن هنا تظهر أهمية وسائل الدفع الإلكترونية في التسوية المالية لهذه الصفقات.
- ❖ يعد موضوع التجارة الإلكترونية من أكثر الموضوعات أهمية في عصر المعلومات، لما ينتج عنها مبادلات تجارية ومعاملات مالية، صارت جزءاً أساسياً من حياة الأفراد والمؤسسات والحكومات.

❖ لا زالت ممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر في مستوى بدائي، مقارنة حتى بالدول المجاورة، ويعود ذلك لعدة أسباب لعل أهمها تخلف وسائل الدفع الإلكتروني التي تتيحها المنظومة المالية والصرفية للمواطنين، مما يجعل فهم واختبار العلاقة بين متغيري البحث في جانبيها النظري والتطبيقي، ذات أهمية كبيرة، إذا أرادت الجزائر تطوير ممارسة التجارة الإلكترونية.

5. أهداف من الدراسة:

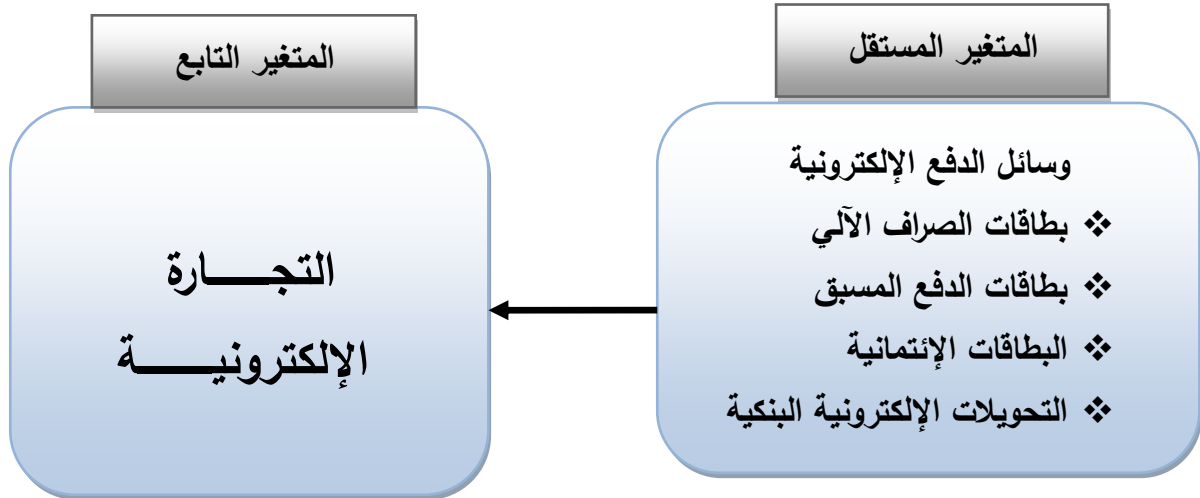
- إن الأهداف الأساسية من وراء معالجة هذا الموضوع، تتجلى في مايلي:
- ❖ استعراض المفاهيم النظرية لوسائل الدفع الإلكترونية وأنواعها ومتطلباتها، والتجارة الإلكترونية ومجالاتها وتاريخها والمتطلبات اللازمة لها وآثارها.
 - ❖ تسليط الضوء على واقع استخدام زبائن بنك الخليج (وكالة بسكرة) لوسائل الدفع الإلكترونية في معاملاتهم المالية والتجارية بشكل عام، والتجارة الإلكترونية بشكل خاص، والكشف عن أهم التحديات والعقبات التي تحول دون تطورها لديهم.
 - ❖ محاولة رصد وتقييم تجربة بنك الخليج (الجزائر) في مجال نظام الدفع الإلكتروني، وذلك لمعرفة الحدود التي بلغتها، وأهم العقاقيل التي تواجهها لإيجاد الحلول المناسبة.
 - ❖ تقييم العلاقة بين مستوى تطور وسائل الدفع ومستوى ممارسة التجارة الإلكترونية، من خلال اختبار تجربة بنك الخليج بالجزائر، نظرا لما يقدمه من خدمات إلكترونية مالية واسعة لزيائنه.
 - ❖ تحسيس بنك الخليج بضرورة تطوير خدماته بكيفية تتوافق ومتطلبات التجارة الإلكترونية، حفاظا على مركزه التنافسي وعملائه، لاسيما أن هذه التجارة تتمتع بمزايا لا تتوفر في التجارة العادية.

6. نموذج الدراسة:

- حسب الإشكالية والفرضيات سابقة الذكر، اشتملت الدراسة على نوعين من المتغيرات تتمثل في:
- ❖ **المتغير المستقل:** وسائل الدفع الإلكترونية ويتضمن الأبعاد الآتية: بطاقات الصراف الآلي، بطاقات الدفع المسبق، البطاقات الائتمانية، التحويلات الإلكترونية البنكية.
 - ❖ **المتغير التابع:** التجارة الإلكترونية.

وبناء على ما سبق، فنموذج متغيرات الدراسة يمكن تمثيله في الشكل التالي:

الشكل رقم (01): النموذج المقترح للدراسة



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على المراجع المستخدمة في الدراسة

7. وسائل جمع البيانات:

من بين الأدوات التي استخدمناها للقيام بهذا الدراسة، ما يلي:

1. المسح المكتبي: لغرض الوقوف على المراجع العربية والأجنبية التي تناولت متغيرات هذا الموضوع، وكذا المجالات والأبحاث السابقة والإنترنت؛
2. الاستبيان: تعتبر الوسيلة الأساسية لجمع المعلومات الميدانية في البحث، وهذا بغرض الوقوف على معرفة واقع توفير وسائل الدفع الإلكتروني للزبائن على مستوى البنك محل الدراسة، ومدى استخدامهم لهذه الوسائل في ممارسة التجارة الإلكترونية.
3. المقابلات الشخصية: لجمع البيانات والمعلومات التي تساعدنا على تحليل نتائج الاستبيان، وللحصول على توضيحات وتفسيرات إجابات الاستبانة.
4. الإحصاء: حتى تتمكن من تمثيل الأرقام بيانياً، لجأنا إلى استخدام الأشكال الإحصائية، بالاستعانة ببرمجيات خاصة بالميدان.

8. منهج الدراسة:

للإجابة على إشكالية بحثنا، واختبار الفرضيات، تمت الدراسة بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك من خلال وصف الظواهر المدروسة في جانبها النظري والتطبيقي، ومن خلال تحليل المعلومات التي تم جمعها من المراجع بمختلف أنواعها، ومن الدراسة الميدانية التي تم القيام بها على مستوى بنك الخليج (وكالة بسكرة) وزبائنه.

9. الدراسات السابقة:

أ. صراع كريمة، واقع وأفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة ماجستير في علوم التجارية، تخصص إستراتيجية، جامعة وهران، 2014.

تهدف الدراسة إلى إلقاء الضوء على التجارة الإلكترونية باعتبارها من المفاهيم الجديدة في عالم الاقتصاد، وأهم الطرق الدفع المستعملة لتسوية المعاملات التجارة الإلكترونية، والخطط التي تبنتها الجزائر لاعتماد هذه التجارة، وقد توصلت دراسة الباحثة إلى عدة نتائج أهمها:

- التجارة الإلكترونية هي عملية تبادل السلع والخدمات عبر شبكة الانترنت، وهي أيضا عملية تبادل السلع والخدمات بين المتعاملين الاقتصاديين، سواء أفراد أو شركات أو حكومات باستخدام الانترنت.
- غياب الثقافة الاقتصاد الرقمي اللاملموس، والاقتصاد الجزائري مازال اقتصاد تقليدي، والوسائل الإلكترونية مازلت في بداية استعمالها، والمستهلك الجزائري مزال يفضل التنقل من أجل إجراء عمليات البيع والشراء.
- لا تملك الجزائر البنية التحتية من أجل تبني التجارة الإلكترونية حاليا، وذلك لندرة امتلاك أجهزة الكمبيوتر والهاتف الثابت، بالإضافة إلى ضعف سرعة تدفق الانترنت، وهذا يعوق ازدهار التجارة الإلكترونية
- انعدام الإحصائيات حول التجارة الإلكترونية ناتج عن انعدام الجهات الرسمية المختصة بتنظيم وتنسيق وتعميم التجارة الإلكترونية، فمثلا وزارة التجارة التي تم الاتصال بها، ليس لديها أية معطيات حول هذا الموضوع.

ب. سمية ديمش، التجارة الإلكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر، مذكرة ماجستير في العلوم

الاقتصادية، تخصص تحليل واستشراف اقتصادي، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010-2011.

تهدف الدراسة لتسليط الضوء على التعرف على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وتبيين تأثيرها على المجال التجاري والتطرق إلى أشكال التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها، ومزاياها ووسائل الدفع التي يمكن اعتمادها في هذا النوع من المبادلات، ومعرفة واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، والكشف عن أهم التحديات والعقبات التي تحول دون تطورها، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- رغم تأخر الجزائر في مجال اختراق تكنولوجيا المعلومات وتبني التجارة الإلكترونية، إلا هناك مؤشرات على إمكانية تحسن القطاع، وأمل كبير في انطلاق التجارة الإلكترونية في حال تم العمل على توفير البيئة التقنية والتوعوية والتشريعية والتجارية المناسبة لتنمية هذه التجارة، خصوصا أن هناك الكثير من المؤسسات التي بدأت بالفعل تمارس بعض أعمالها عبر الانترنت.

• الانطلاق الحديث لبعض المبادرات المحترمة والمتواضعة لتطبيق التجارة الإلكترونية في الجزائر، من خلال بعض المواقع التجارية على الإنترنت مثل واد كنيس، قديلي، أشربلي...إلخ.

- ضعف واضح في المؤشرات غير المباشرة للتجارة الإلكترونية في الجزائر، والمتعلقة أساسا بالبنية التقنية للاتصالات والمعلومات، فرغم أن هذه البنية شهدت تطورات كبيرة خلال الفترة الأخيرة، لكنها مازالت دون المستوى المطلوب والكافي لتطبيق التجارة الإلكترونية، سواء من حيث معدلات الانتشار أو الجودة والتكاليف.

ج. لوصيف عمار، إستراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرين، مع الإشارة إلى التجربة الجزائرية مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تحليل والاستشراف الاقتصادي، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009.

تهدف الدراسة إلى تقييم دور نظام المدفوعات الجزائري الحالي في لوفاء بمتطلبات العملاء، وذلك في ظل الإصلاحات الاقتصادية والاجتماعية، ورصد مستقبل وسائل الدفع التقليدية، في ظل وجود وسائل الدفع الإلكترونية، وقد توصلت الدراسة إلى:

- ❖ تسبب ظهور وسائل الدفع الإلكترونية في انخفاض محسوس لاستخدام وسائل الدفع التقليدية، حيث سمح ذلك باختصار الوقت والتقليل من الإفراط في الإستخدام الورقي والبشري الذي كان مخصص لها، لكن ظهورها لم يؤدي إلى اختفاء وسائل الدفع التقليدية، وهذا يعود لسببين هما غياب ثقافة مصرفية في المجتمع الذي يتعامل كثيرا بالنقد، وهذا يعود إلى صغر الحملة الإعلامية المخصصة للتعريف بنظام الدفع الإلكتروني، وعدم الإقبال الواسع لاستخدام شبكة الانترنت، ومن جانب آخر لغياب التشريع القانوني الذي ينظم وسائل الدفع الإلكترونية.
- ❖ ظهور وسائل الدفع الإلكترونية شجع على قيام خدمات مصرفية إلكترونية، تتلاءم مع تطورات العصر من حيث السرعة والفعالية التي يوفرها لها.
- ❖ لم تعتبر وسائل الدفع الإلكترونية الحل المثالي والبديل للمشاكل المطروحة من قبل وسائل الدفع التقليدية، حيث خلقت هي الأخرى مشاكل جديدة التي تخص الجرائم الإلكترونية.

د. العاني إيمان، البنوك التجارية وتحديات التجارة الإلكترونية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص بنوك وتأمينات، جامعة منتوري، قسنطينة، السنة الجامعية: 2007/2006.

تهدف الدراسة إلى إبراز أهمية التجارة الإلكترونية في توسيع نطاق أعمال البنوك التجارية، لاسيما أنها توفر لها كما من الوسائل والتقنيات التي تساعد على تطوير أداءها وتحسين خدماتها المقدمة لعملائها، وإظهار الدور الذي يلعبه التسويق في تحقيق تأقلم البنوك مع البيئة الجديدة التي باتت التجارة الإلكترونية طرفا بارزا فيها وذلك من خلال استغلال الفرص وأيضاً تقادي المخاطر وتبيان دور البنوك التجارية باعتبارها وسيطا وطرفا فاعلا في التجارة الكترونية، خصوصا أن لها الفضل في استحداث نوع جديد من وسائل الدفع التي تعرف بوسائل الدفع الإلكترونية، وقد توصلت الدراسة إلى:

- ❖ لقد تحولت البنوك التجارية إلى تقديم خدمات حديثة ارتبطت بالتطورات التكنولوجية الجديدة التي كان لثورة المعلومات والاتصالات دورا بارزا فيها، وجاء هذا التحول كحتمية للحفاظ على مركزها التنافسي في بيئتها التي تميزت بظهور منافسين جدد لها.

- ❖ تعتبر التجارة الإلكترونية وسيلة فعالة لتوسيع نطاق الأسواق المحلية إلى أسواق عالمية وهي تساهم بكفاءة في تسويق السلع والخدمات على مستوى العالم وتتيح الفرصة أمام المنافسة الكاملة فيما بين الشركات على مستوى العالم، دون اعتبارات لحجمها.
- ❖ تعتبر الانترنت عاملا رئيسيا للدخول في التجارة الإلكترونية فهي بمثابة القناة الإلكترونية والسوق الإلكتروني الذي تتم من خلاله المعاملات والتبادلات التجارية، يعتمد انتشارها على توفر عناصر أساسية ممثلة بالحاسبات الآلية والهواتف الثابتة والمحمولة التي انطلقت بفضلها نمط التجارة الإلكترونية الجديد المتمثل بالتجارة المحمولة commerce-m .
- ❖ تحولت البنوك في الجزائر إلى اعتماد إصلاحات لأنظمة الدفع والتي تمخض عنها نظام التسويات الإجمالية الفورية كنظام لإجراء التسوية الفورية بين البنوك التجارية إلكترونيا . إن تحول النظام البنكي في الجزائر إلى استعمال هذا النظام هو خطوة أولى في تبني التقنيات الحديثة والتفكير في رفع أداء العمليات المنجزة بين البنوك وسرعة انجازها وحمايتها من مخاطر الغش والتزوير، وهو دليل استعدادها لتبني وسائل الدفع الإلكترونية التي تشكل أساسا يدعم قيام التجارة الإلكترونية.
- هـ. زايد مراد، عصرنة نظام الدفع في البنوك وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول: عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر - عرض تجارب دولية - المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي: 26-27 أبريل 2011.
- تهدف الدراسة إلى معالجة جانب البنوك الإلكترونية التي تعود الوجه الجديد للبنوك المعاصرة في الاقتصاد القائم على تكنولوجيا المعلومات والاتصال فعالج الباحث أساسيات التجارة الإلكترونية والبنوك الإلكترونية ومزاياها وشروط ومعوقات انتشارها في الجزائر لكي تمارس أعمالها التجارية الكترونيا أو عبر شبكة الانترنت. وقد توصلت الدراسة إلى:
- ❖ يهدف العمل المصرفي الإلكتروني إلى تطوير وسائل تقديم الخدمات المصرفية.
- ❖ رفع كفاءة أداء البنوك بما يتماشى مع التكنولوجيات الحديثة.
- ❖ تسعى الجزائر إلى تخفيض تكاليف العمليات المصرفية التي تتم عبر القنوات الإلكترونية لتدعيم العلاقات وزيادة ارتباط العملاء بهذا المصرف وهو ما يعزز من المكانة التنافسية له في سياق الأعمال التجارية الإلكترونية.
- و. علجية محمد، غزيل محمد مولود، ملامح التجارة الإلكترونية واعتماد أنظمة الدفع الإلكترونية في الجزائر مشاكلها وحلولها المقترحة، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول: عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر - عرض تجارب دولية - المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي: 26-27 أبريل 2011.

تهدف الدراسة إلى مدى استفادة قطاع التجارة والأعمال من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتسهيل الضوء على ملامح التجارة الالكترونية في الجزائر واهم المؤسسات الرائدة محتوى خدمات هذه المؤسسات ومشاكل التي تعانيها اقتراح الحلول المناسبة. وقد توصلت الدراسة إلى:

مضي شركة طيران الجزائر وبنوك الجزائر وبنك خليج الجزائر وعدة مؤسسات اخرى نحو الاستثمار في هذا المجال دليل جيد للمستقبل الزاهر للقطاع الذي هو ليس ببعيد المنال عن الجزائريين.

ك. فارس فضيل، وحمزة ضويفي، الأبعاد القانونية والضريبية للتجارة الالكترونية في ظل وسائل الدفع المعتمدة، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول: عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر - عرض تجارب دولية - المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي: 26-27 أبريل 2011.

تهدف الدراسة إلى آليات ووسائل تمويل التجارة الالكترونية وماهية التحديات القانونية والضريبية التي تواجهها وقد توصلت الدراسة إلى:

- ❖ الانترنت تمثل الوسط التي تعمل فيه التجارة الالكترونية وان هذه الأخيرة تعتبر من احد خدمات أو تطبيقات الانترنت وان التجارة الالكترونية تحتاج أو تتطلب إلى طرق تمويل ودفع الكتروني تتماشى مع طبيعتها كما أن تطور استخدام التجارة الالكترونية خلق عدة صعوبات قانونية وضريبية.
- ❖ تحديث الخدمات المصرفية الالكترونية.
- ❖ إعداد وصياغة التشريعات القانونية والمالية وتوحيدها بما يناسب مع طبيعة التجارة الالكترونية.
- ❖ توفير البنية التحتية للاتصالات والتجارة الالكترونية.

■ الفجوة البحثية:

رغم وجود عدة دراسات تتناول وسائل الدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية، فإن معظمها لا يربط الظاهرتين معاً، بل غالباً ما تركز كل دراسة على إحدى الظاهرتين، كما أن جل الدراسات السابقة تدرس وسائل الدفع والتجارة الإلكترونية على المستوى الكلي (الجزائر)، أما على المستوى الجزئي (البنك أو المؤسسة) فالدراسات نادرة، وهو ما حاولته الدراسة الحالية من خلال الربط بين متغيري البحث على مستوى وكالة بنكية، كما يتميز البحث باقتراح نموذج جديد لدراسة، من خلال استخدام بعض أشكال وسائل الدفع الإلكتروني كأبعاد في المتغير المستقل، وهو ما لم يتم حسب علمنا قبل ذلك.

11. هيكل الدراسة:

بناء على كل ما سبق قسمنا بحثنا إلى فصلين نظريين وفصل تطبيقي حيث أن:

- الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية:

وارتأينا دراسة ثلاثة مباحث في هذا الفصل، الأول يتمثل ماهية وسائل الدفع الإلكتروني، وفي المبحث الثاني نتطرق إلى دراسة أدوات الدفع الإلكتروني، أما في المبحث الثالث فيتطرق إلى استخدام وسائل الدفع الإلكتروني.

▪ الفصل الثاني: التجارة الإلكترونية وعلاقتها بوسائل الدفع:

وارتأينا دراسة ثلاثة مباحث: الأول يتمثل في ماهية التجارة الإلكترونية، وفي المبحث الثاني ممارسة التجارة الإلكترونية، أما في المبحث الثالث سنتطرق إلى متطلبات التجارة الإلكترونية.

▪ الفصل الثالث: دراسة حالة بنك الخليج - وكالة بسكرة -:

يخصص لدراسة الحالة من خلال تقديم بنك الخليج والوكالة البنكية ببسكرة في المبحث الأول، وتقديم منهجية الدراسة الميدانية في المبحث الثاني، أما المبحث الثالث فيخصص لتحليل الإجابات واختبار الفرضيات.

تمهيد الفصل الأول:

على مر العصور والأزمنة، لم تستقر النقود على شكل معين، فانقلبت من النقود السلعة إلى النقود المعدنية (الفضة والذهب) ثم الورقية (البنكنوت)، وصولاً إلى وسائل الدفع الكلاسيكية كالشيكات والسفتجة والسند الأمر والتحويلات البنكية.... الخ التي لقيت رواجاً آنذاك، ومع استمرار التطور بوتيرة متسارعة لأحجام وأعداد المعاملات المالية والتجارية، أضحت هذه الوسائل التقليدية تشكل عائقاً أمام هذا التنامي، وذلك بالنظر إلى محدوديتها من حيث سرعة إتمام العمليات التسوية، وارتفاع تكاليفها وبطء في حركة دورانها، وعدم مجاراتها لهذا المتقدم في النشاط.

لأن العالم دخل في سياق جديد يعرف بالرقمنة والمعلومات، والراجع إلى الطفرة التي حدثت في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال عن البعد، فكان لزاماً على البنوك والمؤسسات المالية أن تكون السباقاً نحو الاستفادة القصوى مما أتاحتها هذه التكنولوجيات الحديثة، بما يمكنها من توفير ميكانزمات جديدة لأساليب دفع وتطوير جودة خدماتها للارتقاء إلى مستوى التحديات التي تمكنها من الاستمرار في ظل عصر التجارة الإلكترونية والبنوك الإلكترونية.

بظهور الأنترنت والتجارة الإلكترونية أصبحت طرق الدفع التقليدية لا تتماشى مع الطبيعة هذه المعاملات الافتراضية، بحيث لم تستطع مجاراة عصر السرعة، لذا كان لزاماً استحدثت طرق ووسائل دفع تتلاءم مع هذه الطبيعة الافتراضية ذات طابع الإلكتروني التي تجمع بين السرعة والفعالية، التي تتطلبها كحد أدنى هذه البيئة التجارية الجديدة، على الضوء هذا فإننا سنقوم بتقسيم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث هم:

المبحث الأول: ماهية وسائل الدفع الإلكترونية.

المبحث الثاني: أدوات الدفع الإلكترونية.

المبحث الثالث: استخدام وسائل الدفع الإلكترونية.

المبحث الأول: ماهية وسائل الدفع الإلكترونية

شهدت العقود السابقة تطورا كبيرا في التجارة الإلكترونية واكبه تنوع في القوميات التجارية، وازدهار في النمو الاقتصادي الدولي، ولمواجهة أهم التحديات لم يكن أمام المصارف سوى العمل على إيجاد أنظمة الكترونية متكاملة ومتنوعة تركز على الانترنت كقاعدة أساسية لها، لتتمكن من خلالها من القيام على أكمل وجه، مما استدعى إيجاد وسائل دفع تكون بديلا للقود التقليدية ويمكن استخدامها في أي وقت وفي أي مكان في العالم كوسيلة لتسوية معاملات فيها بين مختلف الأطراف.

المطلب الأول: تعريف وسائل الدفع الإلكترونية وخصائصها

إن ظهور التجارة الإلكترونية أدى إلى بزوغ أساليب وفاء إلكترونية غطت العجز الذي ظهر على أساليب الوفاء التقليدية، وهو ما جعل البنوك في مختلف دول العالم تدرك بان التطوير وتحديث وسائل الدفع أولية وهذا الآن وسائل الدفع التقليدية لم تعد فعالة في عصر يتطلب السرعة في معالجة المعاملات والصفقات، ولقد سمح التطور التكنولوجي بخلق وسائل دفع إلكترونية غير مكلفة ومجردة من الطابع المادي سنتطرق في هذا المطلب إلى إعطاء تعريف لها في الفرع الأول تم التطرق إلى خصائص في الفرع الثاني.

الفرع الأول: تعريف وسائل الدفع الإلكترونية

أدى انتشار التجارة الإلكترونية إلى العمل على إيجاد وسيلة الدفع مقابل السلع والخدمات، لهذا استحدثت وسائل دفع جديدة ملائمة لمتطلبات هذه التجارة بما يشمل مفهومها من إجراءات وأنواع المعاملات التجارية.¹ أسندت العديد من التعاريف لوسائل الدفع الإلكترونية نذكر أهمها:

التعريف الأول: "عملية يتم من خلالها استبدال القيمة المالية بالبضاعة، أو الخدمات أو المعلومات، والتي تستخدم وسيطا لتسهيل عملية التبادل مثل البنك".²

التعريف الثاني: "الوسيلة التي تمكن صاحبها من القيام بعمليات الدفع المباشر عن بعد عبر الشيكات العمومية للاتصالات".³

¹ صدام الخمايسة، الحكومة الإلكترونية الطريق نحو الإصلاح الإداري، الطبعة الأولى، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص 71.
² صالح إلياس، مستقبل وسائل الدفع التقليدية في ظل وجود الوسائل الحديثة، مداخلة في الملتقى الدولي الرابع حول عصرنه نظام الدفع في البنوك التجارية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، 26-27/04/2011، ص9.
³ المادة (69) من أمر رقم 03-11 مؤرخ في 26 أوت سنة 2003 يتعلق بالنقد والقرض - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية - الجريدة الرسمية - العدد - 52 الصادرة بتاريخ 27 أوت - 2003 ص11.

التعريف الثالث: "مجموعة من الأدوات والتحويلات الإلكترونية التي تصدرها المصارف والمؤسسات المالية

كالوسيلة دفع وتتمثل في البطاقات البنكية والنقود الإلكترونية والشيكات الإلكترونية والبطاقات الذكية".¹

التعريف الرابع: يعرفها أيمن قديح على أنها "عملية تحويل الأموال في الأساس كثن من سلعة أو لخدمة بطريقة رقمية باستخدام أجهزة الكمبيوتر وإرسال البيانات عبر خذ تليفوني أو شبكة ما أو أي طريقة لإرسال البيانات".² مصطلح الدفع الإلكتروني مصطلح واسع يجمع بين طياته كل وسائل الدفع التي تستخدم فيها تكنولوجيا للوفاء، ومن خلال التعاريف السابقة يظهر لنا عديد من أسس لوسائل الدفع الإلكترونية:

1. العمليات التجارية التي تتم عبر المبادلات الإلكترونية.
 2. استخدام لكل قطاعات الاتصال عن بعد.
 3. وسائل الدفع الإلكترونية وسيلة تمكن صاحبها من القيام بعمليات الدفع المباشر.³
 4. الدفع الإلكتروني هو عملية دفع صدرت وعولجت بطريقة الكترونية.
 5. تعامل بوحدة رقمية الكترونية يتم انتقالها بطريقة معينة من حساب شخص إلى حساب شخص آخر.
 6. هي مجموعة من الأدوات والتحويلات الإلكترونية التي تصدره المصارف ومؤسسات لوسيلة الدفع، وتتمثل في بطاقات البنكية، بطاقات الوفاء والائتمان، النقود الإلكترونية.
 7. تحويل الأموال بين البنوك والعملاء.
 8. الدفع للشراء عن طريق الانترنت مقابل الحصول على السلع أو الخدمات.
- مهما كانت وسيلة الدفع الإلكتروني فلا بد من اشتراك خمسة أطراف لإتمام العملية وهؤلاء الأطراف هم: المشتري، التاجر أو البائع، المحرر، المنظم مؤسسة أو البيت التصفية التلقائية.⁴

الفرع الثاني: خصائص وسائل الدفع الإلكترونية

تتميز وسائل الدفع بالخصائص الآتية:

- ❖ يتسم الدفع الإلكتروني بالطبيعة الدولية، أي انه وسيلة مقبولة من جميع الدول، حيث يتم استخدامه لتسوية الحساب في المعاملات التي يتم عبر فضاء الكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم.⁵

¹ منصور الزين، وسائل وأنظمة الدفع والسداد الإلكتروني (عوامل الانتشار وشروط النجاح)، مداخلة في الملتقى الدولي الرابع حول عصريّة نظام الدفع

في البنوك التجارية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، 26-27 أفريل 2011، ص9.

² سلطان خديجة، إحلال وسائل الدفع التقليدية بالوسائل الإلكترونية (دراسة حالة البنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بسكرة)، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص مالية ونقود، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012-2013، ص19.

³ أحمد بوراس، السعيد بريكة، أعمال الصيرفة الإلكترونية، دار الكتاب الحديث، القاهرة، مصر، 2014، ص203.

⁴ خضر مصباح الطيطي، التجارة الإلكترونية (من منظور تقني وتجاري وإداري)، دار الحامد، عمان، الأردن، 2008، ص ص134-135.

⁵ أحمد بوراس، السعيد بريكة، نفس مرجع السابق، ص205.

❖ يستخدم هذا الأسلوب لتسوية المعاملات الإلكترونية عن بعد، حيث يتم إبرام العقد بين أطراف المتباعدة في المكان ويتم الدفع عبر شبكة الانترنت، وفقا لمعطيات الكترونية تسمح بالاتصال المباشر بين طرفي العقد ويتم الدفع الإلكتروني بأحد الأسلوبين: من خلال النقود المخصصة سلفا لهذا الغرض، بحيث يكون الثمن فيها مدفوعا مقدما، أو من خلال البطاقات البنكية العادية، حيث لا توجد مبالغ مخصصة مسبقا لهذا الغرض، بل إن المبالغ التي يتم السحب عليها، بهذه البطاقات القابلة للسحب عليها بوسائل أخرى كالشيك.¹

❖ يلزم تواجد نظام مصرفي معد لإتمام ذلك: أي توافر أجهزة تتولى إدارة هذه العمليات التي تتم عن بعد لتسهيل تعامل الأطراف وتوفير الثقة فيما بينهم يتم الدفع الإلكتروني من خلال نوعين من الشبكات:

النوع الأول: شبكة خاصة يقتصر الاتصال بها على أطراف التعاقد، ويقتصر ذلك وجود معاملات وعلاقة تجارية ومالية مسبقة بينهم.

النوع الثاني: شبكة عامة حيث يتم التعامل بين الأفراد لا توجد بينهم قبل ذلك روابط معينة.²

❖ تتطلب توفر أجهزة تتولى هذه العمليات التي تتم عن بعد لتسهيل التعامل أطراف وتوفير الثقة فيما بينهم.

❖ يتم الدفع الإلكتروني باستخدام النقود الإلكترونية، وهي وحدات نقدية عادية كل ما هنالك محفوظة بالشكل الإلكتروني ويتم الوفاء بها إلكترونيا.³

المطلب الثاني: مزايا وعيوب وسائل الدفع الإلكتروني

أولاً: مزايا وسائل الدفع الإلكتروني

بالنسبة لحاملها: تحقق وسائل الدفع الإلكتروني لحاملها مزايا عديدة أهمها:

- ❖ تتميز بسهولة ويسر الاستخدام، وتمنح لحاملها الأمان بدل حمل النقود الورقية وتفادي السرقة والضياع.
- ❖ تتيح له فرصة الحصول على الائتمان المجاني لفترة محددة، كما تمنح مستعملها المرونة الكافية لأجل اختيار أفضل المصادر لاقتناء حاجياته من السلع والخدمات، من أي مكان في العالم وفي أي وقت.⁴
- ❖ كذلك تمكنه من إتمام صفقاته فوراً بمجرد ذكر رقم البطاقة، وبالإضافة إلى ذلك فإن حاملي البطاقة الائتمانية وغيرها، هم الذين يستفيدون من الاقتراض من البنك أو الشركة المصدرة إلى أجل وهي عملية سهلة

¹ عمار لوصيف، إستراتيجيات نظام المدفوعات القرن الحادي والعشرين مع الإشارة إلى التجربة الجزائرية، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تحليل والاستشراف الاقتصادي، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009، ص43.

² أحمد بوراس، السعيد بركة، نفس مرجع السابق، ص205.

³ السعيد بركة، فوزي الشوق، تحديات وسائل الدفع الإلكترونية (دراسة استطلاعية من وجهة نظر الموظفين بالوكالات البنكية لولاية أم البواقي)، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، العدد الثاني، جامعة أم البواقي، 2014، ص57.

⁴ قصاب سعاد، بودريالة فايزة، تقييم وسائل الدفع الإلكترونية والمخاطر، مداخلة في الملتقى العلمي الدولي حول عصريّة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، 26-27 أفريل، 2011، ص4.

بالنسبة إلى حاملي البطاقات وفي هذا فهي تمنح له ائتمان مجاني لفترات محددة كذلك فإن حاملها يمكن له أن يتم صفقة شراء فورية عن طريق الهاتف بمجرد ذكر رقمها، ومن المزايا الأخرى كذلك أن

❖ تمكن إعطاء حق استخدام بطاقة ائتمانية كبطاقة لإثبات الهوية عند السفر، الطوارئ... الخ.¹

❖ تمثل مظهر من مظاهر التقدم، فهي تعطي لحاملها مكانة اجتماعية، ووضع مميز ورضا نفسي وثقة الغير في معاملاته التي تتم باستخدامها.

بالنسبة للتاجر:

❖ تعد أقوى ضمان لحقوق البائع.

❖ يجنب التجار بالبطاقات احتفاظهم بمبالغ مالية كبيرة على مستوى محلاتهم، ويجنبهم تعرضهم للسرقة، كما يجنبهم التعامل أو قبول عملات قد تكون مزورة أو شبكات بدون رصيد.²

❖ التخلص من عبء متابعة ديون الزبائن.

❖ تساهم في زيادة المبيعات كما أنها أزاحت عبء متابعة ديون الزبائن طالما أن العبء يقع على عاتق البنك والشركات المصدرة.

❖ فضلا على ذلك قد يؤدي إلى زيادة المبيعات على أساس أن حاملها لا ينظر عادة إلى الإنفاق مثل الإنفاق بالنقود الورقية كما أن تجار التجزئة حققوا ميزة تخلصهم من اختلاسات الصندوق ومن هذا الجانب أيضا فإنها أزاحت عبئا كبيرا على البائعين المتمثل في متابعة ديون الزبائن حيث أصبح يقع على عاتق البنوك والشركات المصدرة.³

بالنسبة لمصدرها :

❖ تعتبر الفوائد والرسوم والغرامات من الأرباح التي تحققها المصارف والمؤسسات المالية، فقد حقق City Bank أرباح من حملة البطاقات الائتمانية عام 1991 بلغت 1مليون دولار.⁴

أما بالنسبة إلى المجتمع:

❖ فمن البديهي أن نقول إن البطاقات الدولية كفيذا وغيرها استثمارا ضخما للشركات التي تصدرها، ومن ثم أصبح بإمكان هذه الدول التي تختص هذه الشركات مقاسمة الأرباح، ومن ناحية أخرى فإن استخدام البطاقات

¹ نور الدين جليل، تطوير وسائل الدفع المصرفية في ظل التجارة الإلكترونية (حالة ال جزائر -2010-2005)، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية، جامعة الجزائر، 2010، ص 9.

² قصاب سعدية، بودريالة فايزة، نفس المرجع السابق، ص5.

³ عبد الهادي النجار، النقود المصرفية وآلية تداولها، بحث مقدم إلى المؤتمر العالمي السنوي لكلية الحقوق، جامعة بيروت، 2002، ص43.

⁴ عبد الهادي نجار، الصيرفة الإلكترونية وآلية تداولها، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، مداخلة مقدمة إلى المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق، جامعة بيروت. 2002، ص ص45-46.

الاتمائية وغيرها من أدوات الدفع الإلكترونية، قد خفضت نفقات البنك المركزي في طباعة النقود الورقية، إضافة إلى الشركات المصدرة اقتسمت مع البنك المركزي مسؤولية حماية التزوير والنقود، كما أنها تساعد البنوك التجارية على إعطاء أو تقديم قروض أكبر، وهو ما يعني كفاءة السياسة النقدية.

ثانياً: عيوب وسائل الدفع الإلكتروني

بالنسبة لحاملها :

❖ زيادة الاقتراض والإنفاق، بما يتجاوز القدرة المالية، كما أن عدم سداد حامل البطاقة قيمتها في الوقت المحدد، يترتب عنه وضع اسمه في القائمة السوداء¹.

❖ عدم وجود رأس مالي كافي لمواجهة السحب النقدي والاقتراض على البطاقات الائتمانية، الأمر الذي يشكل خطراً على سيولة البنوك التجارية.

❖ في المعاملات الإلكترونية، يمكن أن يكون من السهل التعدي على خصوصية المستهلكين، فحيث يمكننا أن نعيد إنشاء المعاملات والمشتريات والإنفاق والمقبوضات، يجب إعطاء الخصوصية قدراً كبيراً من الاهتمام، كما يجب أيضاً حماية الخصوصية من التنصت².

❖ تتطلب مسك السجلات وأدلة الشراء عند معاملات.

بالنسبة للتاجر :

❖ إن مجرد حدوث بعض المخالفات من جانبه أو عدم التزامه بالشروط، يجعل البنك يلغي التعامل معه ويضع اسمه في القائمة السوداء، وهو ما يعني تكبد التاجر صعوبات جمة في نشاطه التجاري.

❖ شركات خدمة بطاقة السداد تفرض على التجار رسوماً عن كل صفقة ورسوماً شهرية للمعالجة، وأي تاجر لا يقبل بطاقة السداد مقابل الشراء يحتمل أن يفقد مبيعات هامة بسببها³.

❖ أزدحت عبئاً كبيراً البائعين المتمثل في متابعة ديون الزبائن حيث أصبح يقع على عاتق البنوك والشركات المصدرة⁴.

بالنسبة لمصدرها:

¹ كازوها المهذبة، بحث حول وسائل الدفع الإلكتروني، متاح في الموقع الإلكتروني <http://www.startimes.com/?t=27478652>، تاريخ الإطلاع 6 فيفري 2017، الساعة 09: 01.

² طارق عبد العال حماد، التجارة الإلكترونية (المفاهيم-التجارب-التحديات)، دار الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2003، ص 150.

³ طارق عبد العال حماد، نفس المرجع السابق، ص 130.

⁴ www.c4arab.com، تم الإطلاع يوم : 2017/02/14، على الساعة 14.15.

❖ أهم خطر يواجه مصدريها هو مدى سداد حاملي البطاقات للديون المستحقة عليهم، وكذلك تحمل البنك المصدر نفقات ضياعها.

المطلب الثالث: أطراف عملية الدفع الإلكتروني

1. **المشتري:** وهو الطرف الذي يقوم بعملية الدفع الإلكترونية E-payment ثمناً لبضاعة أو خدمة قام بشرائها عبر الانترنت أو عبر الشبكات اللاسلكية.

2. **التاجر أو البائع:** وهو الطرف الذي يقوم بتسلم قيمة الدفع الإلكتروني E-payment ثمناً لبضاعة أو خدمة قام بتقديمها للمشتري.

3. **المحرر Issuer:** هو البنك أو المؤسسة المالية الذي قام بإصدار أداة الدفع الإلكتروني والتي تم استخدامها في عملية الدفع الإلكتروني.

4. **المنظم Regulator:** وهو عادة المؤسسات الحكومية والتي من خلال القانون يتم التحكم بعمليات الدفع الإلكتروني وضبطها.

5. **مؤسسة أو البيت التصفية التلقائية Automate clearing house:** وهي شبكة الكترونية تقوم بتحويل الأموال بين الحسابات البنكية للمشتري والبائع.

المطلب الرابع: تقنيات الدفع الإلكتروني

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

هنالك عدة تقنيات تسمح بتحديد أفضل طريقة دفع يمكن استخدامها في المصارف والشركات ومن أهم التقنيات الدفع المتبعة:

1. نظام الدفع الفوري (نقداً) عند الاستلام:

هو أن يقوم المشتري بسداد القيمة نقداً عند الاستلام، سواء تم الاستلام في مقر البائع أو مقر المشتري، وهذه الطريقة من الطرق الدفع التي تتبع سواء في التجارة التقليدية أو التجارة الإلكترونية، ولكنها في ظل التجارة الإلكترونية من الممكن يطلق عليها نظام التجارة الجزئية، حيث يتم إتباع الوسائل الإلكترونية بشكل جزئي في مرحلة التفاوض، أو البحث عن السلعة أو الخدمة أو طلب الخدمة.¹

¹ سامح عبد المطلب، عامر علاء، محمد سيد قنديل، التسويق الإلكتروني، الطبعة الأولى، دار الفكر، عمان، الأردن، 2012، ص 378.

يشمل هذا النظام بطاقات الدفع الفوري **Debit card**، التي ظهرت لتفتح المجال، أما شريحة من المستخدمين الذين لا يمكنهم الحصول على بطاقة ائتمانية، بسبب عدم أهليتهم ماليا، فيمكنهم السداد باستخدام البطاقات البلاستيكية.

2. نظام الدفع الإلكتروني المؤجل:

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

3. نظام الدفع الإلكتروني المسبق:

إن هذا النظام يسمح بالحصول على النقود مسبقا، وسداد ثمنها لكي يتمكن بعد ذلك العميل من اقتناء حاجياته، بحيث يقوم العميل بدفع النقود الحقيقية مقدما ليحصل على وحدات النقد الإلكتروني من البنك بالكمية التي يريدها، ويقوم بتخزينها سواء على الشريحة الإلكترونية للبطاقة الذكية أو القرص الصلب للكمبيوتر، ويشمل هذا النظام النقود الإلكترونية والبطاقات الذكية.¹

4. النظام البنكي الحديث للدفع:

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

المبحث الثاني: أدوات الدفع الإلكتروني.

إن التحولات التكنولوجية الحديثة في مجال الأجهزة والبرمجيات والاتصالات، أدت إلى فرض أشكال جديدة من المعاملات المرتبطة بالاقتصاد والمعلومات، ومن أبرز هذه الأشكال نجد التجارة الإلكترونية، وهي عبارة على تنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء وبيع السلع والخدمات والمعلومات، عبر شبكة الإنترنت والشبكات التجارية الأخرى، ومن خلال تبادل البيانات إلكترونيا، وكذا تعديها للحدود الزمنية والمكانية التي تفيد حركة المعاملات التجارية، ويعتبر العمل المصرفي الإلكتروني من الأمور التي أفرزها التطور التكنولوجي الهائل في مجال الاتصالات، حيث تم استحداث وسائل دفع جديدة تكون ملائمة لطبيعة ومتطلبات التجارة الإلكترونية،

¹ سمية ديمش، التجارة الإلكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تحليل واستشراف اقتصادي، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010-2011، ص 70.

وأصبح بإمكان العميل الاستفادة من الخدمات المصرفية، كسداد فواتير السلع والخدمات عن طريق الاتصال الهاتفي والإلكتروني.

سنحاول تتبع مجمل الأشكال التي عرفت وسائل الدفع للتجارة الإلكترونية، انطلاقاً من استخدام البطاقات البنكية أو ما يطلق عليها بالنقود البلاستيكية والبطاقات الذكية، وصولاً إلى ما يسمى بالنقود الرقمية الإلكترونية، والعمل على إبراز أهم الاختلافات بين وسائل الدفع الإلكترونية المستخدمة على ضوء ما سبق ذكره، سوف نتطرق بالتحليل لأهم وسائل الدفع التي عرفت التجارة الإلكترونية.

المطلب الأول: بطاقات الوفاء والائتمان.

تعد بطاقات الائتمان من أهم التطبيقات والخدمات المصرفية في السنوات الأخيرة، كما انتشر استخدامها انتشاراً واسعاً في جميع أنحاء العالم، وفرضت نفسها في التعاملات التجارية والاستهلاكية كإحدى وسائل الدفع المعاصرة.

ولا ريب أن بطاقة الائتمان هي اليوم في معاملات الناس أكثر منها في أي وقت مضى، إذ أصبحت من أهم المتطلبات التجارية والتسويقية والخدمية والترفيهية، وصار من الضروري التعرض إلى تكييفها الشرعي وحكم إصدارها واستلامها، وما يترتب على ذلك من التزامات مالية.¹

أولاً: تعريف بطاقة الائتمان

التعريف الأول: عرف المجتمع الفقهي لمنظمة المؤتمر الإسلامي في دورته السابعة بجدة بطاقة الائتمان فقال: "هي مستند يعطيه مصدره لشخص معين، بناءً على عقد بينهما يمكنه من شراء السلع والخدمات ممن يعتمد المستند، دون دفع الثمن حالاً لتضمينه التزام المصدر بالدفع، ومنها ما يمكن من سحب النقود من المصارف".²

التعريف الثاني: وعرفها كذلك البنك الأهلي المصري بأنها: "أداة مصرفية للوفاء بالالتزامات مقبولة على نطاق واسع محياً ودولياً لدي الأفراد والتجار والبنوك، كبديل للنقود لدفع قيمة السلع والخدمات المقدمة لحامل البطاقة المقابل توقيعه على إيصال بقيمة التزامه، الناشئ عن شرائه للسلعة أو الحصول على الخدمة، على أن يقوم التجار بتحصيل القيمة من البنك المصدر البطاقة عن طريق البنك الذي صرح له بقبول البطاقة كوسيلة دفع".³

¹ إبراهيم محمد شاشو، أسامة الحموي، بطاقة الائتمان حقيقتها وتكييفها الشرعي، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 27، العدد الثالث، 2011، ص 651.

² جلال عايد الشورة، وسائل الدفع الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار الثقافة، عمان، الأردن، 2008، ص 21.

³ وائل أنور بندق، الأوراق التجارية ووسائل الدفع الإلكترونية الحديثة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007، ص 40.

التعريف الثالث: "هي بطاقات تصدرها المصارف في حدود مبالغ معينة، وتستخدم هذه البطاقات كأداة ضمان، وتتميز بتوفير الوقت والجهد لحاملها، وتزيد من إيرادات البنك المصدر لها".¹

بناء على التعاريف السابقة، فإن بطاقة الائتمان هي بطاقة بلاستيكية صغيرة تستعمل في عمليات الشراء والدفع، وتقوم الشركات المزودة للبطاقات الائتمانية عادة، بوضع حد أعلى من النقود يمكن استخدامها في البطاقة، وتختلف بطاقة الائتمان عن بطاقة الدين، بأن كمية النقود المدفوعة لا يتم خصمها من الحساب البنكي مباشرة، وإنما من كمية النقود الدائنة من الشركة المزودة، ويتم دفع النقود مرة في الشهر، ويمكن للمستخدم أن يدفع كمية النقود المدينة كاملة أو على جزاء مع فائدة بنكية، في عام 1920، أصدرت بعض الشركات الأمريكية هذه البطاقات لتسهيل عملية الدفع.²

فالبطاقات الائتمانية وسيلة دفع حديثة تقديم مميزات أفضل من تلك التي تقدمها وسائل الدفع التقليدية، ولذلك انتشر استعمالها عبر مختلف دول العالم، وللبطاقات عدة مسميات، فهناك من يطلق عليها بالبطاقات البلاستيكية أو النقود البلاستيكية على أساس أنها تصنع من مادة البلاستيك، وهي بطاقات مدفوعة مسبقا تكون القيمة المالية مخزنة فيها بينما يسميها آخرون بطاقات الدفع الإلكترونية، وذلك لاعتمادها على الأجهزة الإلكترونية في الحصول على التفويض أو إجراء التسويات المالية، في حين يطلق عليها فريق ثالث بطاقة المعاملات المالية التي تمكن حملها من الحصول على النقدية والسلع و الخدمات أو أي شيء لها قيمة مالية.³ وتسمح بطاقات الائتمان بالقيام بعمليات مختلفة، تتلخص أساساً في⁴:

- ❖ اعتبارها وسيلة دفع غير معيقة وأمنة نسبياً.
 - ❖ أنها تمكن صاحبها من الحصول على قروض صغيرة.
 - ❖ تسمح له بسحب الأموال من حسابه عن طريق الموزعات الآلية.
 - ❖ تمكنه من الإطلاع على رصيد وتتبع دقيق لمصاريفه.
- وتقوم البنوك بإصدار هذه البطاقات بعد دراسة ائتمانية للعميل، وفي حدود المبلغ معين، وتحدد القيمة الائتمانية لهذه البطاقات وفقاً للاعتبارات الآتية:⁵
- ❖ متوسط الدخل الشهري أو السنوي لطالب البطاقة (دخل شهري، دخل السنوي).

¹ صدام الخمايسة، نفس مرجع السابق، ص 71.

² عامر إبراهيم قنديلجي، التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها، الطبعة الأولى، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2016، ص 190.

³ أحمد بوراس، سعيد بريكة، نفس المرجع السابق، ص 207.

⁴ طافر زهير، بوترفاس الهاشمي، واقع بطاقات الائتمان في الجزائر، مداخلة في المؤتمر العلمي الدولي الثاني حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 12-11 مارس، 2008، ص 6.

⁵ سامح عبد المطلب عامر، علاء محمد سيد قنديل، نفس المرجع السابق، ص - ص 380-381.

- ❖ المقومات المادية التي يمتلكها العميل أو طالب البطاقة (عقار، سيارة، أرصدة حسابات جارية).
- ❖ السيرة الذاتية البنكية للعميل.
- ❖ التزامات العميل الحياتية، ويتحدد ذلك بدراسة مجموعة من البيانات عن الطالب البطاقة مثل: (مكان السكن، عدد أفراد الأسرة، وأعمارهم، استهلاكات طالب البطاقة من فواتير).

ثانياً: نشأة وتطور بطاقات الائتمان:

1. نشأة بطاقات الائتمان

ظهرت أول شركة متخصصة في إصدار البطاقات في سنة 1949، وهي شركة داينرز كلوب Club Diners، وقد اقتصر في البداية على إصدار بطاقة خاصة برواد المطاعم، ثم ظهرت أمريكان اكسبرس (American Express) وكارت بلانش (Carte Blanch). وفي سنة 1951 م انتقلت عملية إصدار البطاقات إلى البنوك، حيث بدأ بنك فرانكلين في نيويورك (Franklin National Bank) بإصدار البطاقة، وفي نحو سنتين زاد عدد البنوك المصدرة للبطاقات في الولايات المتحدة عن 100 بنك¹.

وكانت القفزة الكبرى في عالم بطاقات الائتمان، عندما سمح بنك أمريكان American Bank للمصارف الأخرى ورخص لها بإصدار البطاقة الائتمانية، مما جعل هذه البطاقة تتحرر من إقليميتها لتنتشر عبر العالم، وصار أكثرها انتشاراً بطاقة Visa وبطاقة Master Card، وفي عام 1970، ظهرت فكرة بطاقة الائتمان بمفهومها الربوي، إذ تؤدي هذه البطاقة قرضاً بفائدة ثابتة على رصيد البطاقة، وانتشرت هذه البطاقة حتى تسابق الناس للحصول عليها، وتضخمت أرباح الشركات المصدرة لها.

وقد كان بداية استخدام هذه البطاقات في مصر عام 1974، عندما أصدر بنك العربي الإفريقي الدولي بطاقة ايجيبنت كارد، ثم بعد ذلك تم طرح بطاقات "فيزا كارد" و"ماستر كارد"، كما بدأ بنك قناة السويس في منح هذه البطاقات عام 1996.²

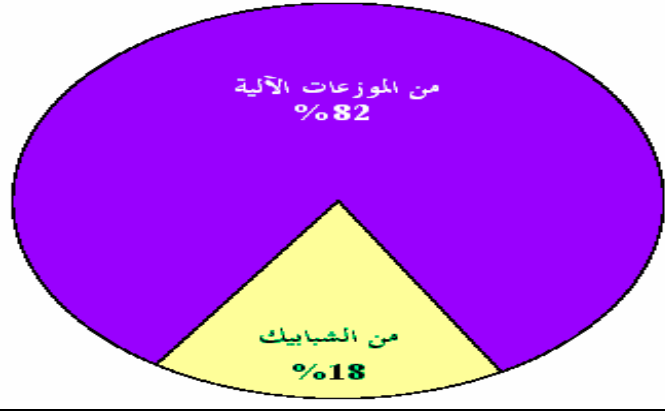
2. مدى انتشارها في العالم:

أصدرت منذ خمسينيات القرن الماضي ملايين بطاقات الائتمان والوفاء، ففي أوروبا مثلاً، يستعملها المستهلكون بكثافة والمنحنيات الآتية توضح ذلك:

¹ إبراهيم محمد شاشو، أسامة الحموي، نفس المرجع السابق، ص 256.

² وائل أنور بندق، نفس المرجع السابق، ص 42.

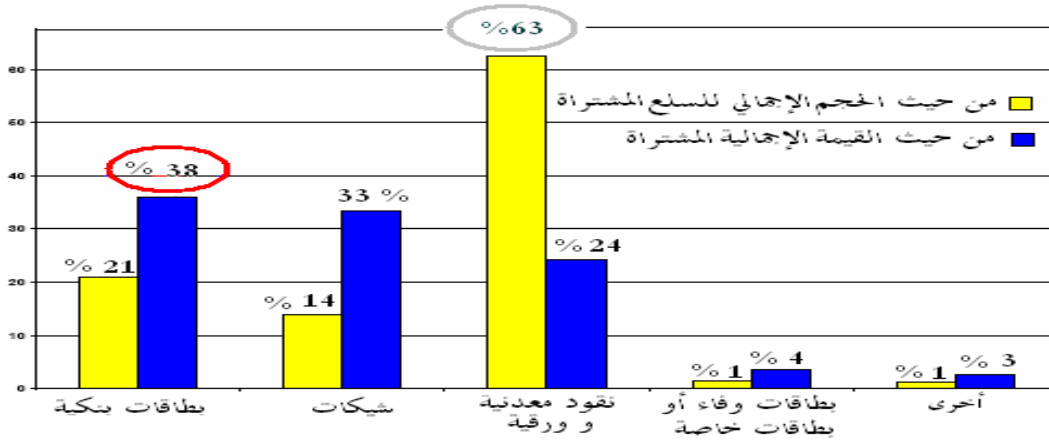
الشكل رقم (02): نسبة استعمال الشبابيك والموزعات الآلية لسحب النقود في البلدان الأوروبية



المصدر: طافر زهير، بوترفاس الهاشمي واقع بطاقات الائتمان في الجزائر، مداخلة في المؤتمر العلمي الدولي الثاني حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 11-12 مارس 2008، ص 6.

تظهر الدائرة النسبية أعلاه، مدى استعمال الأوروبيين لبطاقات الائتمان لسحب النقود من الموزعات الآلية "DAB"، ويتوضح أنهم يفضلونها عن الشبابيك، وهذا يعكس بالتأكيد فعالية ونجاعة الموزعات في أوروبا، بعبارة أخرى قد يعني هذا أن موزعات تشتغل بصفة عادية، ولا تعاني من تعطلات متكررة، قد تزيد من وتيرة إستعمال البطاقات الإلكترونية، وتشجع المستهلكين على اكتسابها¹.

الشكل رقم (03): نسبة استخدام مختلف وسائل الدفع في البلدان الأوروبية من حيث العدد والقيمة المالية



المصدر: طافر زهير، بوترفاس الهاشمي واقع بطاقات الائتمان في الجزائر، مداخلة في المؤتمر العلمي الدولي الثاني حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 11-12 مارس 2008، ص 6.

¹ طافر زهير، بوترفاس الهاشمي، نفس المرجع السابق، ص 7.

الأعمدة البيانية للمنحنى 2، فهي تعطي حجم المشتريات وقيمتها الإجمالية، المقتناة بوسائل دفع مختلفة، حيث تحتل النقود المعدنية والورقية المرتبة الأولى، فيما يخص إستعمالها لإقتناء المشتريات، من حيث الحجم (الكمية) بنسبة تساوي % 63 من الإجمالي؛ لكن بطاقات الائتمان تنصدر الريادة من حيث القيمة بنسبة تساوي %38، هذا قد يعني أن المستهلك الأوروبي يفضل الدفع بإستعمال بطاقات الائتمان، لإقتناء السلع التي تكون أسعارها مرتفعة، حتى وإن إضطر إلى تحمل ديون، لكنه يتجنب بالمقابل، العواقب التي قد تنجم عن تنقله بمبالغ كبيرة.

ثالثاً: خصائص بطاقات الائتمان:

- استناداً لما سبق، نستطيع القول بأن بطاقة الائتمان تحمل بعض المميزات والخصائص، التي تميزها عن غيرها من وسائل الدفع الأخرى، وهي كالآتي: ¹
- 1- **أداة ائتمان إلكترونية:** حيث يقوم البنك (مصدر البطاقة) بسداد قيمة ما يحصل عليه الحامل من سلع وخدمات، على أن يقوم الأخير بسدادها لاحقاً للمصدر على دفعات حسب الاتفاق، وتعد أداة إلكترونية لكونها ليس مجرد بطاقة ورقية أو بلاستيكية، وإنما تحتوي على شريط مغنط ورقاقة حاسوبية تخزن فيه المعلومات.
 - 2- **أداة وفاء وضمن:** فإنها أداة وفاء كونها تمكن حاملها من تقديمها للتجار كمقابل لثمن مشترياته، بدلاً من دفع الثمن نقداً، وأداة ضمان كونها توفر للتجار ضماناً، لاستيفاء ثمن مبيعاتهم مباشرةً في حساباتهم المصرفية دون عناء، وتعطي لهم الحماية سرقة من النقود أو إفسار المشتري.
 - 3- **لا تتيح هذه البطاقة تسهيلات ائتمانية متجددة لحاملها:** حيث يتعين عليه المبادرة بسداد ثمن مشترياته كاملة، خلال الفترة المحددة عند تسلمه الكشوف المرسله إليه من البنك.
 - 4- **أداة مصرفية متعددة الأطراف:** يستوجب التعامل بها ثلاثة أشخاص: مصدر البطاقة والحامل والتاجر، وكل طرف فيها يرتبط مع الآخر بعقد مستقل عن الآخرين، يرتب عليه التزامات وحقوق مستقلة عن تلك التي يرتبها العقد مع غيره، فالعقد الذي يبرمه مصدر البطاقة مع الحامل، مستقل عن العقد الذي يبرمه مع التاجر.
 - 5- **تحقق إيرادات وفائدة للجهة المصدرة لها:** تتمثل بالعمولة التي تحصل عليها من التاجر، مقابل التعجيل بسداد ثمن المشتريات، ومن العميل مقابل الائتمان الممنوح له أو من التأخر في السداد.
 - 6- **توفر لحاملها عنصر الأمان:** وذلك لعدم استخدامها من قبل الغير عند ضياعها أو سرقتها، لاحتوائها على صورة العميل أحياناً والرقم السري، الذي لا يعلمه إلا صاحبها.

¹ نهى خالد عيسى، بطاقة الائتمان الإلكترونية، مجلة المحقق الحلي للعلوم القانونية والسياسية، العدد 02، السنة 07، جامعة بابل، العراق، 2010، ص

رابعاً: أطراف بطاقة الائتمان

أطراف التعامل في بطاقة الائتمان هم بشكل عام على التوالي:

1- الطرف الأول (المركز العالمي للبطاقة):

كمؤسسة عالمية تتولى إنشاء البطاقة ورعايتها، والموافقة على عضوية المصارف في جميع أنحاء العالم للمشاركة في إصدارها، وتسوية المستحقات المالية بينهم، والقيام بدور المحكم لحل أي نزاعات تنشأ بين المتعاملين بالبطاقة¹، وتصدر البطاقات البنكية من طرف مجموعة من المنظمات العالمية والمؤسسات المالية والتجارية، نذكر منها:²

❖ فيزا **Visa internationale**: تعد أكبر شركة دولية في إصدار البطاقات الائتمانية، ويعود تاريخ

إنشائها إلى عام 1958، عندما أصدر بنك أمريكا البطاقات الزرقاء والبيضاء والذهبية.

أ- تعريف بطاقة الفيزا: هي بطاقة بلاستيكية وإلكترونية ترتبط مع الحسابات البنكية، وتساعد على استخدام المال المتوقّف في الحساب، مقابل خصم مبلغ مالي بسيط، لقاء الحصول على هذه الخدمة المصرفية، لذلك تعتبر بطاقة الفيزا من الأشياء التي لا يمكن الاستغناء عنها في البنوك، والتي تُستخدم في العديد من عمليات الشراء والبيع.

ب- أنواع بطاقات الفيزا:

تقسّم بطاقة الفيزا إلى العديد من الأنواع ومنها:³

■ بطاقة الفيزا الفضية: وهي ذات حدود ائتمانية (إقراض) منخفضة نسبياً، وتمنح للعملاء العاديين.

■ بطاقة الفيزا الذهبية: وهي ذات حدود ائتمانية (إقراض) عالية، وتمنح للعملاء ذوي الكفاءة المالية العالية.

■ بطاقة الفيزا إلكترونية: وتستخدم في أجهزة الصرف الآلي الدولية، أو الأجهزة القارئة للشريط المغناطيسي.

❖ ماستر كارد **Master card internationale**:

هي ثاني أكبر شركة دولية في إصدار البطاقات الائتمانية، مقرها في الولايات المتحدة الأمريكية، بطاقتها مقبولة لدى أكثر من 4.9 مليون محل تجاري، وتستخدم لتسوية معاملات بلغت أكثر من 200 مليون دولار.⁴

¹ أحمد بوراس، سعيد بريكة، نفس المرجع السابق، ص 208.

² مفتاح صالح، معارفي فريدة، بحث البنوك الإلكترونية، تخصص نقود ومالية، العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، دون سنة نشر، ص 9.

³ أحمد بوراس، سعيد بريكة، نفس مرجع السابق، ص 238.

⁴ أحمد بوراس، سعيد بريكة، نفس المرجع السابق، ص 238.

أ-تعريف بطاقة ماستر كارد: هي بطاقة عالمية تصدر بالتعاون مع مؤسسات اقتصادية مختلفة، وتوزع تحت العلامة التجارية "ماستر كارد"، التي تُعتبر واحدة من ثلاث علامات تجارية رئيسة للبطاقات المُعتمَدة حول العالم، ويتمّ التحكّم في الانتمان الممنوح لحاملي البطاقة عن طريق المؤسسة الماليّة التي تُصدر البطاقة، وليس شركة ماستر كارد.

ب-أنواع بطاقات ماستر كارد:

تُوفّر شركة ماستر كارد أنواعاً مختلفة من البطاقات، لتُغطّي احتياجات العملاء الأنسب لهم، حسب ظروفهم المُتفاوتة، وتُتمثل في الأنواع الآتية:

▪ **بطاقات ماستر كارد مُسبقة الدفع (Prepaid Cardd):** هي بطاقة تُوفّر فرصة إيداع النقود مُباشرة أو صرفها إلكترونياً، أو عن طريق أجهزة الصراف الآلي، وحتى عبر الهاتف، كما يُمكن إصدارها دون الحاجة لفتح حساب توفير أو إعطاء تقرير انتماني، وهي مُناسبة جداً للعملاء الذين لا يُفضّلون حمل النقود، إذ تُعتبر أكثر راحةً وأماناً.

▪ **بطاقات الخصم المباشر (Debit Card):** هي بطاقة ماستر كارد التي تعتمد الخصم المباشر من حساب العميل البنكي، أو دفتر شيكاته، دون الحاجة لإصدار فواتير، كما أنّها مقبولة في 33 مليون متجر حول العالم ومُتوفرة من خلال 1.9 مليون جهاز صراف آلي، ويُمكن استخدامها للسداد عبر الإنترنت، كما تُوفّر بطاقات خدمة الطوارئ على مدار الساعة في أكثر من 72 دولة حول العالم، إذ يُمكن للعميل الاستفسار أو التبليغ عن أيّ حالة عطل أو فقدان.

يجدر الذكر بأن بطاقات ماستر كارد الرّئيسة تُوفّر أنواع فرعيّة مُتنوّعة من البطاقات كذلك، حسب حاجة العميل والعرض الأنسب الذي يُناسبه.

❖ أمريكيان إكسبريس American Express:

هي من المؤسسات الماليّة الكبرى التي تصدر بطاقات ائتمانية مباشرة، دون ترخيص إصدارها لأيّ مصرف، وتصدر ثلاثة أنواع من البطاقات هي:¹

▪ **بطاقة أمريكيان إكسبريس الخضراء:** تمنح لعامة الناس.

▪ **بطاقة أمريكيان إكسبريس الذهبية:** تمنح للعملاء الذين يتمتعون بكفاءة مالية عالية، وتتميز بكون التسهيلات الممنوحة للعميل غير محدودة بسقف ائتماني معين.

¹ بطاقة الانتمان " أمريكيان إكسبريس": تعريفها، وأنواعها، وأحكامها، متاح على موقع: <https://islamqa.info/ar/106245>

تاريخ الاطلاع: 15 فيفري 2017، الساعة 09: 23.

▪ بطاقة أمريكيان إكسبريس الماسية: عن طريقها يتم استثناء حقوق التجار والمؤسسات، ولا تلزم جملة فتح بطاقتها فتح حساب لديها.

❖ ديتير كلوب Diter Club:

من مؤسسات البطاقات الائتمانية الرائدة عالميا، رغم صغر عدد حملة بطاقتها، إلا أنها حققت أرباح وصلت إلى 16 مليون دولار، تصدر بطاقات متنوعة مثل:

▪ بطاقات الصرف البنكي لكافة العملاء.

▪ بطاقات الأعمال التجارية لرجال الأعمال.

▪ بطاقات التعاون مع الشركات الكبرى مثل شركات الطيران.

❖ المؤسسات التجارية الكبيرة:

وهي البطاقات تصدرها المطاعم والمحلات التجارية والفنادق، من أجل تسهيل معاملات زبائننا، وتكون في حدود سقف ائتماني معين من أجل الشراء، والغرض من إصدار هذه البطاقات هو رغبة هذه المؤسسات كسب المزيد من الأرباح، كالتالي حققها مصدر البطاقات البنكية¹، وعلى خلاف وسائل الدفع التقليدية الأخرى، التي تقوم الدولة بإصدارها، والتي يكون التعامل بها إجباريا بين المتعاملين، تقوم المؤسسات المالية التي تصدر البطاقة الائتمانية، بضمانها وضمان تعاملاتها ولا يفرض ذلك على الناس.²

2- الطرف الثاني (التاجر):

وهو اصطلاح يطلق على الشركات والمؤسسات صاحبة السلع والمحلات البيع، ومراكز تقديم الخدمات للجمهور بالشكل عام، ويبرم اتفاق مع مصدر البطاقة لقبول البيع بالبطاقة، ومن ثم الرجوع على المصدر البطاقة بالثمن المستحق، ولا بد أن يقوم التاجر بإرسال قسائم المبيعات للجهة المصدرة، لتقوم بسداد قيمتها بعد أن يتم خصم العمولة المتفق عليها بين التاجر والمصدر³، وبما أن التاجر وافق على التعامل ضمن الطبيعة الشرائية للبطاقة، فإنه لا يحق له رفض البطاقة وطلب الثمن نقدا، ككن عليه التأكد من صلاحية البطاقة وتوقيع حاملها وغير ذلك، ولا يجوز للتاجر أن يجري أي عملية بيع قد تتجاوز الحد المسموح به، إلا بتفويض من المصدر.

¹ صراع كريمة، واقع وأفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص إستراتيجية، جامعة وهران، 2014، ص66.

² عذبة سامي، حميد الجادر، العلاقات التعاقدية المنبثقة عن استخدام بطاقة الائتمان، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في القانون، منشورة، تخصص القانون الخاص، كلية علوم القانون، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، عمان، الأردن، 2008، ص32.

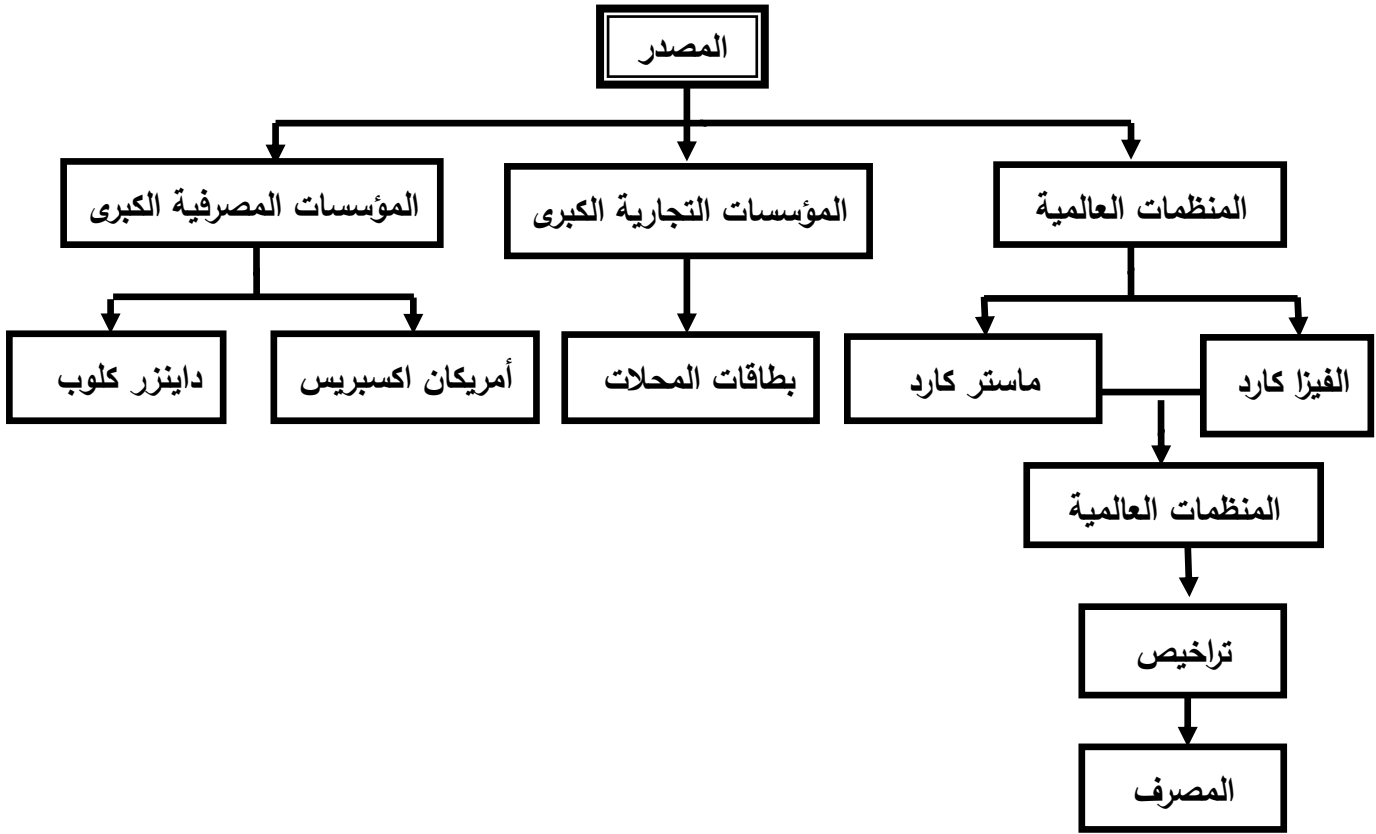
³ فتحي شوكت، مصطفى عرفات، بطاقات الائتمان في فقه الإسلامي، أطروحة دكتوراه، منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية بنابلس، فلسطين، 2007، ص55.

3- الطرف الثالث (مصدر البطاقة):

وهي المصارف المنتشرة في جميع أنحاء العالم، حيث تتعاقد مع مركز العالمي للبطاقة للاشتراك في العضوية إصدارها، ثم الاتفاق مع التجار المحليين لقبول البيع بموجبها، والترويج للبطاقة ثم الرجوع على المصدر بالثمن المستحق.

وتقوم المؤسسات المصرفية بإصدارها لشخص معين، وتتعهد بموجبها بدفع قيمة السلع والخدمات التي يحصل عليها حامل هذه البطاقة من التجار المتعاقدين مع الجهة المصدرة، مقابل التزام الحامل برد هذه المبالغ لمصدر البطاقة في آجال متفق عليها.¹

الشكل رقم (04): مصدر البطاقات البنكية



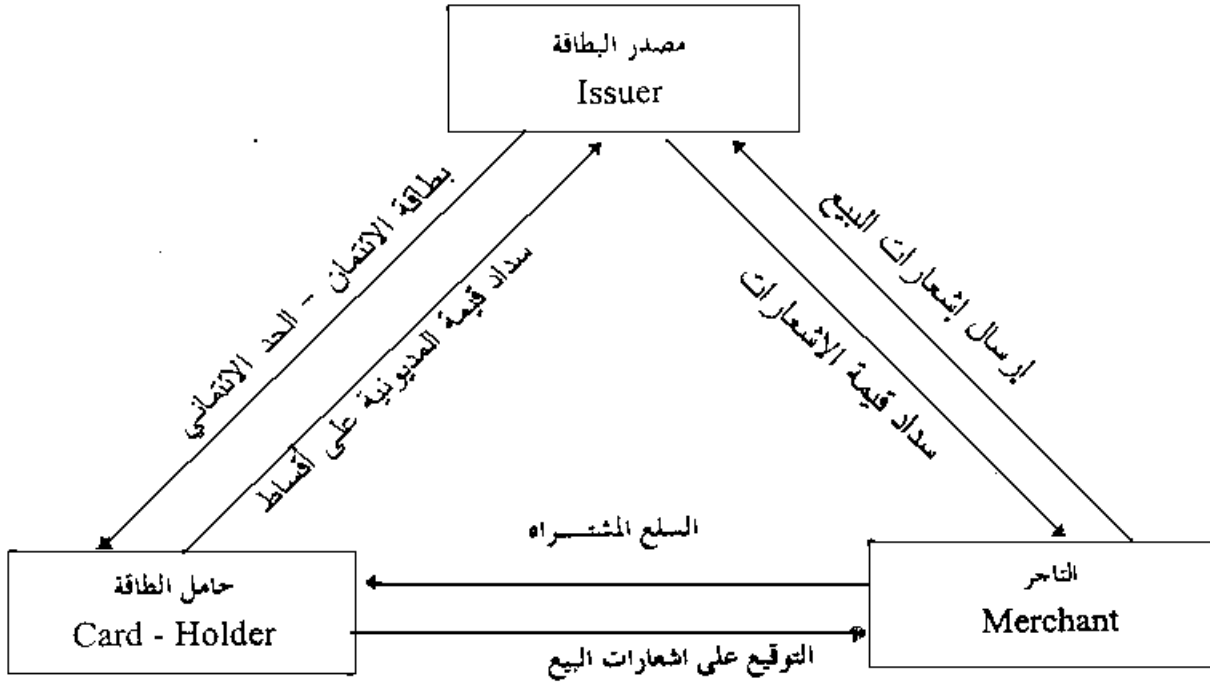
المصدر: إبراهيم بختي، التجارة الإلكترونية، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، 2008، ص 74.

4- الطرف الرابع (حملة البطاقات):

¹ نهى خالد عيسى، نفس المرجع السابق، ص 521.

وهم الأفراد الذي يوافق المصدر على طلبهم بالحصول على بطاقة لاستخدامها في حصول على السلع والخدمات من التجار، بمجرد تقديم البطاقة أو سحب نقود من آلات السحب النقدي أو المصارف، وفروعها المشتركة في عضوية البطاقة، ويدفع حامل البطاقة للمصدر المستحقات المترتبة عليه، وقد يتطلب الأمر الحصول على موافقة البنك لإجراءات الخاصة.¹

الشكل (05): أطراف التعامل بالبطاقة والعلاقة بينهم



المصدر: أحمد بوراس، السعيد بريكة، أعمال الصيرفة الإلكترونية، دار الكتاب الحديث، القاهرة، مصر، 2014، ص 209.

خامسا: أنواع البطاقات الائتمانية

انتشرت بطاقات الائتمان في العالم مع نمو التجارة الإلكترونية، مما أسهم بشكل ملحوظ في تطور حياة الناس وازدهارها وهناك عدة أنواع لها هي:

1- البطاقة الائتمانية أو البطاقة المصرفية Credit Card or Bank Card :

وهي كل بطاقة تسمح بسحب أو نقل الأموال، لا يمكن أن تصدر إلا من طرف هيئة قرض، مؤسسة مالية أو مصلحة مرخص لها وضع وإصدار البطاقة كالمصارف، الخزينة العامة، ومصلحة البريد²، وهي وسيلة

¹ أحمد بوراس، السعيد بريكة، نفس المرجع السابق، ص 208.

² ميهوب سماح، أثر التكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية (حالة نشاط بنك عن بعد)، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة، 2013، ص 89.

يمنح من خلالها المصدر كالمصرف واتحاد الائتمان ومؤسسة التمويل أو أية مؤسسة مالية أخرى، خط ائتمان دوار لحامل البطاقة، فالبطاقة هي في واقع الأمر قرض يستطيع المستهلك استعماله لشراء مستلزماته، ثم التسديد لاحقاً، فإذا كان غير راغب في تسديد جميع ما قام بإقراضه (شراؤه) في أي شهر، فإنه يسمح له بتدوير جزء أو كل المبلغ المقترض إلى الشهر التالي، ويترتب عليه في هذه الحالة دفع الفائدة على رصيد المدين (القائم).¹

2- بطاقة الحساب Charge Card:

تتيح بطاقة الحساب (أو بطاقة على الحساب) للمستهلك، الشراء على الحساب الآن والتسديد لاحقاً، فهي لا تتضمن خط ائتمان دوار، إذ يترتب على حاملها تسديد المبلغ كله، عندما يرسل المصدر القائمة (الفاتورة) له، كما لا يتحمل المستهلك جراء ذلك أية فوائد، من أهمها **American Express Green Card**.

3- البطاقة المدينة Debit Card:

هي بطاقة تصدرها المصارف، وتسمح بموجبها لحاملها تسديد مشترياتهم من خلال السحب على حساباتهم الجارية في المصرف مباشرة، أي أنه بدلاً من الاقتراض من مصدر البطاقات والتسديد لاحقاً، كما هو الحال في البطاقة الائتمانية، فإن العميل يحول الأموال العائدة له إلى البائع (التاجر) عند استعماله لهذه البطاقة، فإذا كانت "البطاقة المدينة على الخط"، فإن تحويل الأموال يتم عادة خلال اليوم نفسه الذي يتم فيه تنفيذ معاملات الشراء، أما إذا كانت "البطاقة المدينة خارج الخط"، فإن التحويل يتم خلال عدة أيام لاحقة.

4- بطاقة الصراف الآلي Automated Teller Machines ATM Bank Card:

بطاقة السحب الآلي هي بطاقة تخول حاملها إمكانية سحب مبالغ نقدية من حسابه المودع لدى البنك، بعد أقصى متفق عليه مع البنك، من خلال أجهزة خاصة تعمل على مدار 24 ساعة، لاسيما وأن كل جهاز أو صراف آلي لا يقبل إلا البطاقات الصادرة من البنك التابع له، حيث يقوم العميل بإدخال بطاقته في جهاز الصراف الآلي الذي يطلب منه إدخال رقمه السري **Identification Personal**، وعندما يكون الرقم صحيح يطلب الجهاز من الحامل تحديد المبلغ المطلوب سحبه، عن طريق لوحة مفاتيح الجهاز، وبعد صرف المبلغ يسترد الحامل بطاقته آلياً، ويسجل المبلغ في الجانب المدين من حساب الحامل مباشرة، الهدف من هذه البطاقة، هو رغبة البنوك في التسهيل على العملاء، وتوفيراً لاحتياجاتهم من النقود المودعة لدى البنك في فترات

¹ عامر إبراهيم قنديلجي، نفس مرجع السابق، ص 190.

غلقه، لذلك نجد أن البنوك تنشئ منافذ توزيع للنقود عن طريق هذه البطاقات في أماكن كثيرة، مثل المطارات ومحطات السكك الحديدية ومراكز التسوق.¹

وتعطي هذه البطاقة للمستهلك حق الدخول إلى مكائن الصرف الأتمتة، وإلى الشبكات المرتبطة بها العائدة للمصارف الأخرى، إذ يستطيع المستهلك عند استعماله لهذه البطاقة، إجراء العديد من المعاملات المصرفية النمطية أو المعيارية، مثل تحويل الأموال بين الحسابات المختلفة، والإيداع وسحب النقدية، بل وحتى تسديد بعض القوائم (الفواتير).²

5- البطاقة الائتمانية المضمونة Secured Credit Card :

بطاقة أساسية مضمونة "بودائع توفير ذات فوائد"، حيث تستعمل الأخيرة لضمان خط الائتمان الذي توفره البطاقة للمستهلك، وتتيح هذه البطاقة للأفراد غير المؤهلين للحصول على البطاقة الائتمانية التقليدية، بسبب افتقارهم إلى ماضٍ ائتماني معروف، أو لأنهم مدرجون في شريحة ائتمانية متدنية، بسبب المشكلات المالية السابقة، كما أنها تستعمل كأية بطاقة ائتمانية اعتيادية.

6- البطاقة الذكية Smart Card /chip card :

تعرف أيضا ببطاقات البرغوث، وقد ظهرت بعد المشاكل التي اعترت البطاقة الائتمانية، وخاصة عمليات السرقة، تم تصورها سنة 1974، أما استخدامها كان في 1981 من طرف شركة فيليبس، وما يميز هذه التقنية هو قدرتها على التخزين، من خلال احتوائها على شريحة إلكترونية أو معالج دقيق³، وينتشر استعمالها في أوروبا، ويتسع أكثر في الولايات المتحدة⁴.

أ- تعريف بطاقة الذكية:

وهي عبارة عن شريحة إلكترونية أو رقيقة، تتضمن معالجة للبيانات ووسيلة وذاكرة لتخزين المعلومات، وتتميز هذه البطاقة بموصفات أمان عالية، حيث يصعب استغلالها من قبل الآخرين، إذ لا يوجد لها رقم مطبوع ولا توقيع ظاهر، يمكن استغلاله في عمليات الاحتيال، وكذلك عدم وجود شريط مغنط خلف البطاقة، وقد استبدل عن كل ذلك، بشريحة إلكترونية صغيرة على يسار البطاقة، تحتوي كافة المعلومات حاملها المادية والشخصية، والتي لا يمكن الإطلاع عليها إلا بواسطة البنك المصدر لها، وتحتوي الشريحة على توقيع

¹ نهى خالد عيسى، نفس المرجع السابق، ص 531.

² عامر إبراهيم قنديلجي، نفس المرجع السابق، ص 191.

³ أحمد جمال الدين موسى، النقود الإلكترونية وتأثيرها على دور المصارف المركزية في إدارة السياسة النقدية، أعمال مؤتمر بعنوان الجديد في أعمال المصارف من الوجهة القانونية والاقتصادية-جديد في التقنيات المصرفية-الجزء الأول، منشورات حلب الحقوقية، بيروت، 2002، ص 127.

⁴ محمود سحنون، النظام المصرفي بين النقود الورقية والنقود الآلية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 04، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ماي 2003، ص 70.

الالكتروني لحامل البطاقة بطريقة التقنية الرقمية، مما يستحيل معه تزوير التوقيع، كما أنها تحتوي على رقم البطاقة الذي لا يمكن الاطلاع عليه كذلك بواسطة البنك المصدر، مما يصعب اقتناص الرقم أو استخدامه.¹

ب- مكونات البطاقة الذكية:

تتكون البطاقة الذكية من جزأين أساسيين: جسم البطاقة المكون من قطعة بلاستيكية، وشريحة المعالج المتكونة من حاسب آلي دقيق كعنصر ذكي (أي وحدة للمعالجة المركزية)، أجزاء إدخال وإخراج، ومصدر للتغذية، وكذا من ذاكرة مجزأة إلى ذاكرة للقراءة فقط، وذاكرة قابلة للبرمجة تحتوي على:²

- اسم صاحب البطاقة وعنوانه.
- البنك أو المؤسسة الائتمانية المصدرة لهذه البطاقة.
- طريقة الصرف.
- المبلغ المنصرف ونوع العمل والتاريخ.
- السيرة الذاتية المصرفية للعميل صاحب البطاقة.
- رصيد صاحب البطاقة وحدود الائتمان الممنوحة لصاحبها.

ج- خصائص البطاقة الذكية:

تتميز البطاقة الذكية بالخصائص التالية:

- تمثل قيمة نقدية وهي تشبه النقود الورقية، من حيث أنها لا تتطلب تسوية نهائية أو مقاصة؛
- يمكن اعتبارها بطاقة شخصية أو بطاقة صحية، أو يمكن استخدامها لتأمين إجراءات التحويلات المالية داخل شبكة الانترنت؛
- يمكن استخدامها بالمرّة في العالم الحقيقي والعالم الافتراضي معاً؛
- تجمع كل الأدوار التي تؤديها بطاقات الائتمان، وبطاقات الحسم وبطاقات الصراف الآلية، وكذلك البطاقات المدفوعة مقدماً؛
- تلعب دور النقود من مختلف الفئات، وهو ما يضيف عليها الكثير من المرونة؛
- سهولة التعامل بها والحصول عليها من منافذ الصرف الالكتروني أو المراكز التجارية للبيع.

د- البطاقة المدفوعة مسبقاً Prepaid Card

¹ فيصل بن عادل أبو خلف، الحماية الجنائية لبطاقات الائتمان، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص التشريع الجنائي الإسلامي، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2007، ص 37.

² سامح عبد المطلب عامر، علاء محمد سيد قنديل، نفس المرجع السابق، ص 379.

بطاقة ابتدائية سبقت استعمال البطاقة الذكية، فهي تقوم على أساس تثبيت مبلغ محدد، بحيث يمكن الدخول في البطاقة بذلك المبلغ، كما يجري التخفيض التدريجي لمبلغ البطاقة آلياً كلما تم استعمالها، ومن بين الأمثلة على هذه البطاقة الجاري تداولها حالياً، بطاقة النداءات الهاتفية، وبطاقات ركوب الجمهور بوسائل النقل الداخلي العام في المراكز الحضرية.

هـ- بطاقة الائتلاف أو الانتماء Affinity Card:

بطاقة مصممة خصيصاً لجذب جماعات محددة الانتماء لجمعيات أو روابط أو منظمات اجتماعية، ومقابل تشجيع الأعضاء لاقتناء هذا النوع من البطاقات، فإن الجمعية/الرابطة، تحصل على عمولة بنسبة مئوية من الدخل المتحقق من استعمال البطاقة.

و- بطاقة السماحات (المكافآت) / البطاقة ذات العلامة التجارية المزدوجة Rebare or Reward Card :

تمنح "بطاقة السماحات" للمستهلك مكافأة مقابل استعماله لها، في حين تمنح البطاقة ذات العلامة التجارية المزدوجة لحاملها نفس هذه السماحات، ولكنها تعرض من قبل المصدر بالتعاون مع مصنع أو منشأة تجزئة، يحقق المصدر من ذلك مزايا تخفيض تكاليف تسويق البطاقة وزيادة عدد حملتها، في حين تستفيد الجهة المتعاونة معه، من تثبيت اسمها على البطاقة كوسيلة للترويج.

المطلب الثاني: النقود الإلكترونية

إن تكنولوجيا الأرقام التي جاء بها التطور المتسارع في مجال الاتصالات والمعلومات، هيأت فرصاً كثيرة، ومتعددة للاقتصاد العالمي من خلال ربط الدول والأقاليم بعضها ببعض، كما أن التقارب الرقمي في الاتصالات والحاسبات والإعلام، واعتماد المستهلك على الخدمات الإلكترونية، قد أدى إلى خلق وتوحيد الكثير من المنتجات والخدمات الجديدة، وكذلك الإبداع في مجال التداول، ومن ذلك "النقود وأنظمة المدفوعات"، والنقود الإلكترونية هي نتاج لذلك التركيز الرقمي واستبدال الكونوني للنقد المتعارف عليه، وهي قابلة للخرن والتحويل وربما غير قابلة للتزوير، كما تستخدم كبديل للعملة التقليدية أو المصرفية لأجل إتمام المدفوعات، ولأكثر من ثلاثين عاماً سادت التحويلات الإلكترونية داخل الأقطار المستخدمة لها، كما جرت التسويات المالية بموجبها، ويلاحظ بأن الاقتصاديات المفتوحة، تتجه إلى تقليل الاعتماد على الأوراق والنقد في إجراء تحويلاتها ومدفوعاتها.

أولاً: تعريف النقود الإلكترونية

استخدمت الأدبيات الحديثة مصطلحات مختلفة للتعبير عن النقود الإلكترونية، فذهب البعض إلى إطلاق اصطلاح النقدية الإلكترونية (Ecash) أو النقود الرقمية (Digital money)، أما المصطلح الأكثر شيوعاً فهو النقود الإلكترونية (Electronique money).

وتتمثل النقود الإلكترونية في مجموعة من البروتوكولات والتواقيع الرقمية، التي تتيح للرسالة الإلكترونية أن تحل فعلياً محل تبادل العملات التقليدية، إذ أنها تعتبر المكافئ الإلكتروني للنقود التقليدية، ويشار عادة إلى الوحدة منها بالعملة الرقمية أو الإلكترونية، وتتأشأ العملات الرقمية بواسطة سماسة، فالعمل الذي يريد الحصول على عملة رقمية، يتصل بسماسر ليطلب منه كمية محددة ويدفع مقابلها نقوداً فعلية، وتشير النقود الإلكترونية إلى سلسلة الأرقام الإلكترونية التي تعبر عن قيم معينة، وتصدرها البنوك التقليدية أو البنوك الافتراضية لمودعيها، الذين يحصلون عليها في شكل نبضات (bits) كهرومغناطيسية، مخزنة على بطاقة ذكية، أو تحمل على القرص الصلب للحاسب الشخصي، في شكل وحدات عملات صغيرة القيمة، وهذا ما يمثل المحفظة الإلكترونية، بحيث يصبح لكل عملة رقمها الخاص، أو يكون لها علامة من البنك الذي أصدرها.¹

والنقد الإلكتروني يشكل مصطلحاً ذا مفهوم واسع ومرن، بحيث أنه يمثل حالة ديناميكية ترافق الابتكارات والتقدم العلمي والتكنولوجي، وهناك عدة تعاريف للنقود الإلكترونية نذكر أهمها:

التعريف الأول: "إحدى الوسائل الحديثة للتعامل التجاري عبر شبكة الإنترنت، وهي تشبه النقود التقليدية في معظم خصائصها، غير أنها عملة إلكترونية بدلاً من الورق أو المعدن".²

التعريف الثاني: "معالجة رقمية للمدفوعات عبر الانترنت، حيث تحل قيمة النقد محل السيولة النقدية، ويتم ذلك بالاستخدام الحوسبة والرقمية، بأشكالها المختلفة من الحواسيب وهواتف النقالة وكروت ذكية، أو أية وسيلة أخرى تحتوي على ذاكرة حاسوبية وقدرات تشفيرية".³

التعريف الثالث: قدمت المفوضية الأوروبية تعريف النقود الإلكترونية بأنها "قيمة نقدية مخزونة بطريقة إلكترونية على وسيلة إلكترونية كبطاقة أو ذاكرة كمبيوتر، ومقبولة كوسيلة للدفع بواسطة متعهدين غير المؤسسة

¹ العاني إيمان، البنوك التجارية وتحديات التجارة الإلكترونية، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص بنوك وتأمينات، جامعة منتوري قسنطينة، 2006، ص 185.

² حمود أحمد إبراهيم الشراوي: مفهوم الأعمال المصرفية الإلكترونية وأهم تطبيقاتها، بحث مقدم إلى مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون، غرفة التجارة والصناعة بدبي، 10-12 ماي 2003، ص 29.

³ بسام احمد الزمي، عبود سراج، دور النقود الإلكترونية في عمليات غسل الأموال، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 26، العدد الأول، دمشق، 2010، ص 547.

التي أصدرتها، ويتم وضعها في متناول المستخدمين، لاستعمالها كبديل عن العملات النقدية والورقية، وذلك بهدف إحداث تحويلات إلكترونية لمدفوعات ذات قيمة محددة.¹

التعريف الرابع: "عبارة عن وساطة دفع أو نظام يدير الدفع عبر التحويل معلومات محولة كهرومغناطيسياً".² ويمكن أن نخلص إلى إعطاء تعريف للنقود الإلكترونية بأنها: تمثل قيمة نقدية مدفوعة مقدماً ومخزنة على وسيلة إلكترونية، تستخدم كأداة للدفع لتحقيق أغراض مختلفة، وتحظى بقبول واسع من غير من قام بإصدارها.

وعلى ذلك يمكن تجسيد النقد الإلكتروني في صورتين:³

▪ **حامل النقد الإلكتروني Le porte monnaie électronique:** يحتوي على احتياطي نقدي مخزن في البطاقة يسمح بإجراء الدفع للمشتريات الصغيرة.

▪ **النقد الافتراضي La monnaie virtuelle:** عبارة عن برنامج يسمح بإجراء الدفع عبر شبكات الانترنت.

ثانياً: خصائص النقود الإلكترونية

- ❖ إنها ثنائية الأبعاد، حيث يتم نقلها من المستهلك إلى التاجر، دون الحاجة لوجود طرف ثالث بينهما.
- ❖ النقود الإلكترونية قيمة نقدية مخزنة إلكترونياً، فهي عبارة عن بيانات مشفرة، توضع على رسائل إلكترونية في شكل بطاقات بلاستيكية أو على ذاكرة الكمبيوتر.⁴
- ❖ تكون في صورة وحدات عملات صغيرة القيمة، ولكل عملة رقم خاص أو علامة خاصة من البنك المصدر، وتعمل هذه العملات محل العملات محل العملات العادية، وتسمى TOKENS.⁵
- ❖ يجب أن تكون النقود الإلكترونية صالحة للوفاء بعدة التزامات، كإجراء السلع والخدمات أو دفع الضرائب والمستحقات...، ولا تقتصر مهمتها على غرض واحد، وإلا فلا يمكن وصفها بالنقود.
- ❖ يتم شحن قيمة النقود الإلكترونية بطريقة إلكترونية على بطاقة بلاستيكية أو القرص الصلب للكمبيوتر، ولأنه يتم سداد ثمنها مسبقاً للمؤسسات التي أصدرتها، فهي تسمى بطاقات سابقة الدفع.⁶
- ❖ سهولة الاستخدام نظراً إلى صغر حجمها وخفة وزنها، إلا أنها في نفس الوقت معرضة لأخطار عدة، كوقوع أخطاء بشرية وتكنولوجية

¹ العاني إيمان، نفس مرجع السابق، ص 186.

² أحمد بوراس، السعيد بركة، نفس المرجع السابق، ص 229.

³ فريد النجار، وليد النجار وآخرون، وسائل المدفوعات الإلكترونية، التجارة والأعمال الإلكترونية المتكاملة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006، ص 118.

⁴ بسام أحمد الزمي، عبود سراج، نفس المرجع السابق، ص 547.

⁵ صدام الخمايسة، نفس المرجع السابق، ص 72.

⁶ العاني إيمان، نفس مرجع السابق، ص 186.

❖ عدم اعتراف بعض المؤسسات المالية والتجارية بالنقود الإلكترونية، مع ما يصاحب ذلك من مخاطر، حيث يجد صاحبها صعوبة في استخدامها والاستفادة منها عندما يحتاج لذلك.

ثالثاً: أنواع النقود الإلكترونية

يوجد عدة أنواع من النقود الإلكترونية:

- 1- **النقود الإلكترونية الاسمية:** حيث تتضمن وحدة النقد الإلكتروني معلومات حول الهوية كل الأشخاص الذين تداولوها، وبذلك يتمكن البنك من تتبع أثر وحدة التي أصدرها.¹
 - 2- **النقود الإلكترونية غير الاسمية:** بحيث يتم تداول وحدة النقد، دون الإفصاح عن حاملها.
 - 3- **بطاقات ذات قيمة نقدية ضعيفة:** وهي بطاقات صالحة للوفاء بأثمان السلع والخدمات، التي لا تتجاوز قيمتها دولاراً واحداً فقط.
 - 4- **بطاقات ذات قيمة متوسطة:** هي تلك التي تزيد قيمتها عن دولار، ولكنها لا تتجاوز 100 دولار.
 - 5- **القرص الصلب:** يتم تخزين النقود على القرص الصلب للكمبيوتر الشخصي بواسطة خوارزميات، وهي تظهر في شكل برمجيات مختلفة، تسمح بتحويل القدرة الشرائية عبر الشبكات الإلكترونية، ويتم استخدام هذه النقود في تسوية المشتريات التي تتم عبر الإنترنت، على أن يتم خصم ثمنها في ذات الوقت من القيمة النقدية المخزنة على ذاكرة الحاسب الشخصي، يسمى هذا النوع بالنقود الإلكترونية البحتة أو النقود الشبكية.²
 - 6- **البطاقات مسبقة الدفع:** باستخدام هذه الوسيلة يتم تخزين القيمة النقدية على شريحة إلكترونية puce مثبتة على بطاقة بلاستيكية، وتكون على عدة أشكال من أمثلتها³: البطاقة الذكية المنتشرة في الولايات المتحدة الأمريكية؛ بطاقات دامونت سابقة الدفع المتداولة بصورة شائعة في الدنمرك؛ وبطاقات أبانت المنتشرة في فنلندا؛
 - 7- **الوسيلة المختلطة:** وهي تمزج بين الطريقتين السابقتين، حيث يتم بموجبها شحن القيمة النقدية الموجودة على بطاقة إلكترونية سابقة الدفع على ذاكرة الحاسب الآلي، الذي يقوم بقراءتها وبثها على شبكة الإنترنت إلى الكمبيوتر الشخصي لبائعي السلع والخدمات.
- رابعاً: آلية الدفع بواسطة النقود الإلكترونية

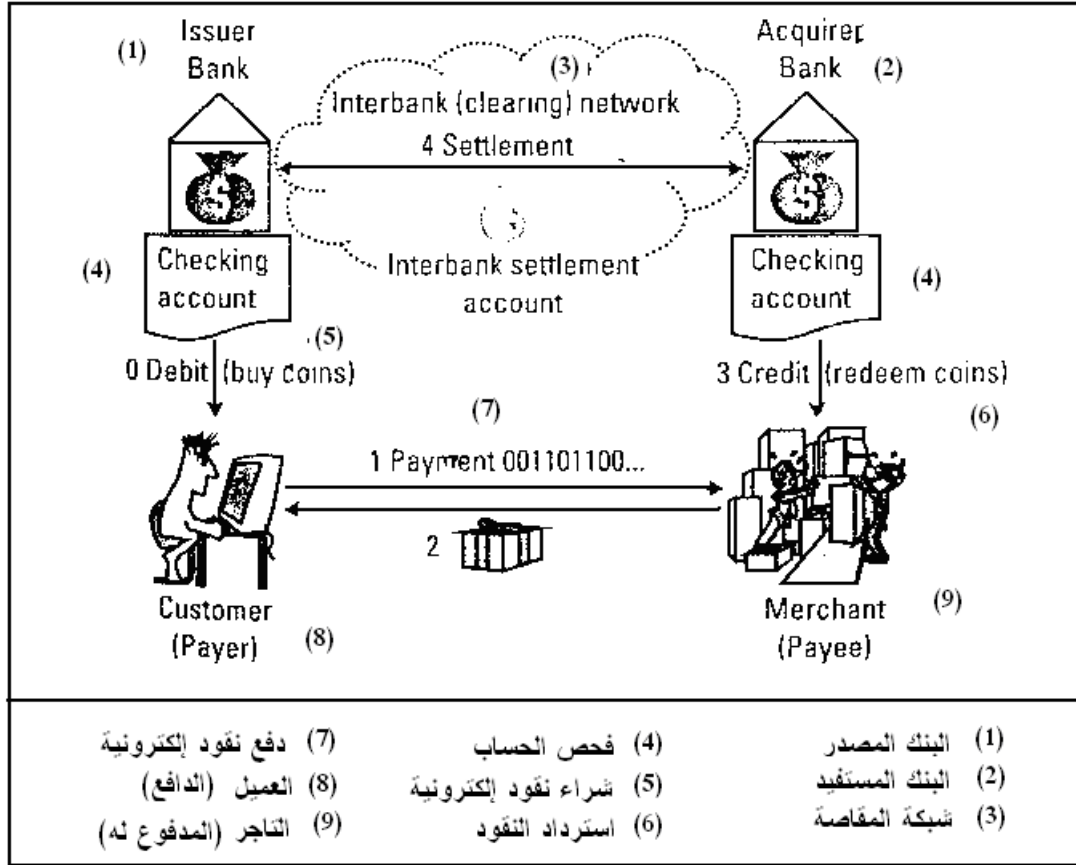
¹ احمد بوراس، السعيد بريكة، نفس المرجع السابق، ص 232.

² Cohen B.J. ; les enjeux de la monnaie électronique; problèmes économiques; hebdomadaire N°2766; juin 2002; p2.

³ العاني إيمان، نفس مرجع السابق، ص 186.

يتم استخدام النقود الإلكترونية لتسوية قيمة المبدلات في التجارة الإلكترونية بين الأطراف المتعاملين بها، وهم التاجر أو مقدم الخدمة على شبكة الانترنت والمستهلك، ويتم استعمالها كوسيلة للدفع وفق آلية، تتطلب تدخل البنوك التجارية كوسيط بين الطرفين، كما هي موضحة بالشكل التالي:

الشكل (06): آلية الدفع بالنقود الإلكترونية



المصدر: فاروق سيد حسين، التجارة الإلكترونية وتأمينها، الطبعة الأولى، دار هلا للنشر، الجيزة، 2001، ص 28.

يوضح الشكل (06) تعامل معتاد بالنقود الإلكترونية، وفي هذا المثال يمكن أن يكون البنك المصدر للنقود الإلكترونية هو نفسه الوسيط، ويشترط أن يكون للعميل والتاجر حساب جاري أو حساب شيكات، الذي يعتبر ضروريا كشكل عبور بين النقود الإلكترونية والنقود الفعلية، يكون حساب العميل عند حصوله على عملات رقمية مدينة (0)، عند قيام العميل بالشراء من تاجر يتعامل بالعملات الإلكترونية، فإنه يختار السلع أو الخدمات التي يرغب فيها، ويكون على علم بأسعارها، ثم يصدر أمره عن طريق الكمبيوتر الشخصي، ليدفع للتاجر قيمة مشترياته، باستخدام نفس العملات الإلكترونية المستخدمة، التي تم تسجيلها على حاسبه الآلي الخاص به (1)، وفي مقابل ذلك يحصل العميل على السلع أو الخدمات التي اشتراها (2)، حينها يرسل التاجر

طلب استرداد للبنك المستفيد(3)، ومن خلال البنك الوسيط يقوم البنك المستفيد باسترجاع العملات من البنك المصدر (4)، ويضع العملات في حساب التاجر بقيمة مكافئة للنقود الحقيقية.

المطلب الثالث: الأوراق التجارية الإلكترونية

أولاً: تعريف الأوراق التجارية الإلكترونية

لا يختلف تعريف الأوراق التجارية الإلكترونية عن مثيلتها التقليدية، سوى أنها يتم معالجتها إلكترونياً وعلى ذلك يمكن أن نعرفها:

التعريف الأول: "هو كل رسالة بيانات تتضمن معلومات تنشأ وتدمج، أو تخزن، أو ترسل، أو تستقبل، كلياً أو جزئياً بوسيلة إلكترونية، أو رقمية، أو ضوئية، أو بأية وسيلة أخرى مشابهة".¹

التعريف الثاني: "محررات معالجة إلكترونية بصورة كلية أو جزئية، تمثل حقا موضوعه مبلغ من النقود قابلة للتداول بالطرق التجارية، ومستحقة الدفع لدى الاطلاع أو بعد أجل قصير وتقوم مقام النقود في الوفاء".²

للأوراق التجارية الإلكترونية بهذا المعنى صورتان:

❖ **الأوراق التجارية الإلكترونية الرقمية:** وهي التي تصدر من البداية بصورة تقليدية على محرر ورقي، يتم معالجتها إلكترونياً وإدخال مضمونها على دعامة الإلكترونية، وهذا ما قصدناه عندما قلنا أن المعالجة الإلكترونية، قد تتم بصورة جزئية.

❖ **الأوراق التجارية الإلكترونية الممغنطة:** وهي التي يختفي فيها دور الورق تماماً، وتتم بشكل كلي من خلال الوسائط الإلكترونية، فتصدر من البداية على دعامة إلكترونية ممغنطة، وإذا حدث لها تداول يتم تداولها من خلال الوسائل الإلكترونية.

ثانياً: أنواع الأوراق التجارية الإلكترونية

هنالك أربعة أنواع للأوراق التجارية الإلكترونية وهي:

1- الشيك الإلكتروني:

أ. تعريف الشيك الإلكتروني

¹ بدر بن عبد الله الجعفري، الإثبات الإلكتروني في المنازعات التجارية، مداخلة في الملتقى الدولي لوسائل الإثبات الذي تنظمه الغرفة التجارية الصناعية بالأحساء، 2013، ص 31.

² وائل أنور بندق، نفس مرجع السابق، ص 25.

تحاول المؤسسات المالية تطوير كافة وسائل الدفع المعروفة، لتتناسب مع مقتضيات التجارة الإلكترونية، وفي هذا المجال فقد جرى تطوير استخدام الشيكات التقليدية، إلى نظام الشيكات الإلكترونية¹، وهناك عدة تعاريف للشيك الإلكتروني:

التعريف الأول: "محرر ثلاثي أطراف معالج الكترونياً بشكل كلي أو جزئي، يتضمن أمراً من شخص، يسمى الساحب، إلى بنك المسحوب عليه، بأن يدفع مبلغاً من النقود لإذن شخص ثالث، يسمى المستفيد"².

التعريف الثاني: "يعتبر الشيك الإلكتروني مكافئاً للشيك التقليدي، فهو محرر ثلاثي الأطراف، ولكن معالجته تتم بطريقة الكترونية، هذه المعالجة تكون إما جزئية أو كلية، فالمعالجة الجزئية تتجلى في كون الشيك يصدر في صورته العادية أو في شكله الورقي، إلا أن معالجته تتم الكترونياً، وذلك بإدخال مضمونه على دعامة الكترونية، أما المعالجة الإلكترونية ففيها يختفي دور الورق تماماً، وتتم العملية من خلال الوسائط الإلكترونية، أي يكون هنا الشيك صادراً منذ البداية في شكل الكتروني"³.

التعريف الثالث: "هو رسالة الكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها المصدر الشيك إلى مستلم الشيك ليعتمده ويقدمه للبنك الذي يعمل عبر الانترنت، ليقوم البنك أولاً بالتحويل قيمة الشيك المالية إلى حساب حامل الشيك، وبعد ذلك يقوم البنك بإلغاء الشيك وإعادته الكترونياً إلى مستلم الشيك ليكون دليلاً على أنه قد تم صرف الشيك فعلاً ويمكن لمستلم الشيك أن يتأكد الكترونياً من أنه قد تم بالفعل تحويل المبلغ لحسابه"⁴.

الشيك الإلكتروني هو المكافئ الإلكتروني للشيكات الورقية التقليدية التي اعتدنا التعامل بها، والشيك الإلكتروني هو رسالة إلكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك ليعتمده ويقدمه للبنك الذي يعمل عبر الانترنت بتحويل قيمة الشيك وإعادته إلكترونياً إلى مستلم الشيك ليكون دليل على أنه قد تم صرفه⁵.

ب. خصائص الشيكات الإلكترونية

تتميز الشيكات بمايلي:⁶

- 1 حديد نوفيل، أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على المؤسسة (التحول إلى استخدام نظم وأساليب التجارة الإلكترونية)، أطروحة دكتوراه دولة في علوم التسبير، جامعة الجزائر 3، 25 ديسمبر 2000، ص 8.
- 2 وقاد يوسف، نظام القانوني للدفع الإلكتروني، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص قانون التعاون الدولي، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011، ص 60.
- 3 وافي ميلود، واقع وأفاق البنوك الإلكترونية (دراسة حالة الجزائر)، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير العلوم الاقتصادية، تخصص نقود مالية وبنوك، جامعة تلمسان، 2003-2004، ص 121.
- 4 عامر إبراهيم قنديلجي، نفس مرجع السابق، ص 198.
- 5 نوال بن عمارة، مداخلته بعنوان وسائل الدفع الإلكترونية والأفاق والتحديات، جامعة ورقلة، ص 12.
- 6 أحمد بوراس، السعيد بريكة، نفس المرجع السابق، ص 221.

- ❖ تخضع الشيكات الإلكترونية إلى إطار القانوني نفسه المقرر في الشيكات الورقية.
- ❖ دفتر الشيكات الإلكتروني يحقق الوظائف نفسها التي يقوم بها الشيك العادي، بل ويعتبر أفضل، لأنه يوفر السرية ويعتبر أكثر أماناً.
- ❖ تقلص الشيكات الإلكترونية من تكلفة الإدارة والدفع، وتحل مشكلة التزويد والنقل والطبع والسرعة، وهذا لأن صرف الشيك يكون فوراً.
- ❖ يتم تزويد الزبون بالمعلومات من كشف الحساب، كما يساعد في تسريع عملية الدفع والمحاسبة التي يقوم بها الزبون.
- ❖ تخفيض تكاليف المصايف الإدارية، وزيادة كفاءة انجاز العمليات الحسابات والودائع، للتجار والمؤسسات المالية.

ج. نظم الشيكات الإلكترونية

وأهم نظامين يتم اعتمادهما حالياً للشيكات الإلكترونية هما:¹

- **نظام FSTC:** هو نظام معتمد من قبل إتحاد مالي (consortium) لمجموعة كبيرة من البنوك والهيئات المصرفية الأمريكية، وهو يوفر للمستهلك إمكانية الاختيار بين مجموعة من وسائل الدفع الإلكترونية، أهمها الشيك الإلكتروني القياسي chèque électronique standard، الشيك الإلكتروني المؤكد chèque électronique certifié، وآلات الصرف الذاتي (ATM)، وذلك باستعمال نفس دفتر الشيكات الإلكتروني، الذي يرصد كل المعاملات على مستوى نفس الحساب البنكي.
- **نظام CyberCash:** هو عبارة عن نظام دفع يعتمد على الشيكات الإلكترونية لشركة CyberCash الأمريكية، تتعامل به مجموعة من البنوك والمؤسسات التجارية المشتركة بهذا النظام، من سلبيات هذا النظام أنه لا يوفر للمستهلك إمكانية الاختيار بين مجموعة من وسائل الدفع الإلكترونية كالنظام الأول. وعملياً يتم التعامل بين المشتري والبائع بواسطة الشيك الإلكتروني على النحو التالي:
 - * يقوم المشتري بتحرير شيك إلكتروني ويقوم بتوقيعه بالتوقيع الإلكتروني، ثم يقوم بإرسال هذا الشيك بالبريد الإلكتروني المؤمن إلى البائع.
 - * يقوم البائع باستلام الشيك الإلكتروني الموقع من المشتري، ويقوم بالتوقيع عليه كمستفيد بتوقيعه الإلكتروني، ويقوم بإرساله إلى البنك.

¹ قدي عبد المجيد، حديد نوفيل، نفس المرجع السابق، ص 8.

* يقوم البنك بمراجعة الشيك، والتحقق من صحة الأرصدة والتوقعات، وبناء على ذلك، يقوم بإخطار كل من المشتري والبايع بتمام إجراء المعاملة المالية.

2- السفتجة الإلكترونية:

أ. تعريف السفتجة الإلكترونية:

التعريف: "محرر شكلي يضم ثلاثة الأطراف معالج الكترونيا بصورة كلية أو جزئية، يتضمن أمرا من الساحب إلى شخص آخر، يسمى المسحوب عليه، بأن يدفع مبلغ من النقود لشخص ثالث، يسمى المستفيد، لدى الاطلاع أو في تاريخ معين".¹

ب. أنواع السفتجة الإلكترونية:

تنقسم السفتجة الإلكترونية إلى نوعان:

▪ **السفتجة الإلكترونية الورقية** La lettre de change relève papier (papier) ويرمز لها بالرمز (L.C.R)، وفيها يختفي أي دور للورق، وتصدر من البداية على دعامة ممغنطة، والواقع أن هذا النوع هو الذي يمثل فيه الاستفادة من التقنيات الإلكترونية الحديثة.²

▪ **السفتجة الإلكترونية الممغنطة** La lettre de change relève magnétique: ويرمز لها اختصارا L.C.R magnétique، وفيها يختفي أي دور للورق، وتصدر من البداية على دعامة ممغنطة، والواقع أن هذا النوع هو الذي يمثل قمة الاستفادة الإلكترونية الحديثة.³

3- السند الأمر الإلكتروني:

أ. تعريف السند الأمر الإلكتروني:

"هو محرر شكلي ثنائي الأطراف، معالج الكترونيا بصورة الكلية أو جزئية، يتضمن تعهدا من محرره بدفع مبلغ من النقود في تاريخ معين، لأذن شخص آخر يسمى المستفيد".⁴

ولقد كانت الصورة التقليدية للسند الأمر الإلكتروني، تتمثل في أن يقوم المحرر بتحرير السند في صورة ورقية، ثم يسلمه بدوره إلى مصرفه، هذا الأخير يقوم بالنقل البيانات على الشريط الممغنط، ثم يحتفظ به لديه، وبعد ذلك يتم تناول الشريط الممغنط، الذي يتضمن بيانات السند من بنك المستفيد، إلى حاسب الآلي للمناقصة ثم إلى بنك محرر الملتمزم بالوفاء، وعن هذا الطريق يتم تحديد السندات، التي يتم الوفاء بها وغيرها، وإشعار

¹ وقاد يوسف، نفس مرجع السابق، ص 54.

² مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، الأوراق التجارية ووسائل الدفع الإلكترونية الحديثة، دار الفكر الجامعي، مصر، 2000، ص 35.

³ وائل أنور بندق، نفس مرجع السابق، ص 29.

⁴ وائل أنور بندق، نفس مرجع السابق، ص 34.

بنوك محرري السندات بذلك، والصورة الوحيدة التي وجدت لسند الأمر الإلكتروني هي الصورة الورقية، ولكن ذلك لا يمنع من صدور هذا السند في شكل ممغنط من البداية، بل وإلى صدره ليس في إطار التعامل مع البنوك فقط، وإنما في إطار المعاملات التجارية الإلكترونية بين التجار وبعضهم البعض.

المطلب الرابع: التحويل الإلكتروني للأموال

إن استخدام وسائل الدفع الإلكترونية في تسوية معاملات التجارة الإلكترونية، خصوصا تلك من أنواعها التي تكون على ارتباط بوجود حسابات بنكية، تتطلب إجراء تحويلات مالية بين الحسابات البنكية للمتعاملين، هذه التحويلات يجب أن تتسجم مع الطبيعة الإلكترونية للصفقات التجارية المنجزة بأخذها شكلا إلكترونيا.

1- ماهية نظام التحويلات الإلكترونية للأموال:

تعد التحويلات المالية واحدة من أهم العمليات المصرفية التي يقوم بها البنك، سواء كان بنكا تقليديا أو بنكا إلكترونيا، ويعد نظام التحويلات المالية الإلكترونية EFT، جزءا بالغ الأهمية من البنية التحتية لأعمال البنوك الإلكترونية، التي تعمل عبر الانترنت، يتيح هذا النظام نقل التحويلات المالية أو الدفعات المالية من حساب بنكي إلى آخر، وكذا المعلومات المتعلقة بها بطريقة الكترونية آمنة وسهلة.¹

أ- تعريف نظام التحويل الإلكتروني للأموال:

هو عملية منح الصلاحية لبنك ما، للقيام بحركات التحويلات المالية الدائنة والمدينة، من حساب بنكي إلى آخر، وتتخذ عمليات التحويل المالي عن طريق دار المقاصة الآلية، وهي شبكة تعود ملكيتها وأحقية تشغيلها إلى البنوك المشتركة، بنظام تحويل الأموال الإلكتروني.

ب- الكيفية التي يتم بها التحويل الإلكتروني للأموال:

1- تعريف المقاصة الإلكترونية:

هي عملية تبادل المعلومات والتي تشمل بيانات، صور، رموز، والشيكات بوسائل الكترونية، من مركز المقاصة الإلكترونية في البنك المركزي، تحديدا في الأرصد الناتجة عن هذه العملية في وقت محدد، لإتمام عملية المقاصة الإلكترونية هنالك حالتان:²

* الحالة الأولى وجود وسيط: يقوم العميل بالإرسال تحويل مالي عن طريق المودم إلى الوسيط، الذي يقوم بإرساله إلى دار المقاصة المالية الآلية التي ترسل نموذج التحويل المالي الإلكتروني إلى بنك العميل وفي حال عدم التغطية الرصيد للقيمة التحويل يتم إشعار الوسيط بذلك الذي يقوم بدوره بالإشعار العميل مع الوسيط بذلك

¹ العاني إيمان، نفس مرجع السابق، ص 224.

² أحمد بوراس، السعيد بريكة، نفس مرجع السابق، ص 244.

الذي يقوم بدوره بإشعار العميل، أما في حالة تغطية الرصيد لقيمة التحويل، فتتم عملية الاقتطاع وتحويلها إلى حساب مستفيد وقت السداد المحدد بالنموذج.

***الحالة الثانية عدم وجود وسيط:** في هذه الحالة يستلزم على التاجر أن يملك البرمجيات الخاصة، التي تسمح بإجراء هذه العملية، حيث تكون هذه البرمجيات مؤمنة بكلمة مرور خاصة بالتاجر، وعندما يقوم العميل باعتماد نموذج للدفع بشيك مصدق لصالح التاجر، الذي يقوم بإرسال الاعتماد إلى دار المقاصة الآلية، والتي بدورها ترسله إلى البنك لاقتطاع المبلغ من الحساب العميل، وتحويله إلى حساب التاجر، وعندها لا حاجة للتحقق من كفاية رصيد العميل، لأن الشيك المصدق يحقق ذلك.

2- أهداف المقاصة الإلكترونية:

- الانتقال من نظام المقاصة التقليدية إلى نظام المقاصة الإلكترونية للشيكات، وبالتالي التوقف عن تداول الشيكات الورقية لغاية النقص، عند مرحلة إيداعها في البنوك.
- تحصيل الشيكات في نفس اليوم، وزيادة الثقة بالشيكات كأداة وفاء.
- الحد ما أمكن من زيادة حجم الشيكات المعادة.

ج- مكونات النظام:

يتكون نظام التحويل الإلكتروني للأموال من أربع عناصر أساسية:

- ***أجهزة طرفية:** مهمتها إرسال واستقبال الرسائل والمعلومات، تطورت بعد من مجرد أداة لنقل البيانات إلى أجهزة كمبيوتر تعرف بالطرفيات الذكية؛
- ***أجهزة كمبيوتر:** تمر خلالها الرسائل والمعلومات، ويتم استخدامها في مراكز معالجة البيانات؛
- ***خطوط أو شبكات اتصال:** تعمل على ربط الطرفيات بأجهزة الكمبيوتر؛
- ***برامج الكمبيوتر:** ممثلة ببرامج متخصصة معدة خصيصا لتشغيل جهاز الكمبيوتر، حيث تمكن العميل من مباشرة تعاملاته المصرفية.

2- فوائد نظام التحويل الإلكتروني للأموال:

هناك فوائد عديدة لنظام التحويل المالي الإلكتروني يمكن إيجاز بعضها فيما يلي¹:

- ❖ تنظيم الدفعات الدفع دون أي ريبية في أماكن السداد في الوقت المحدد، مما يسمح بتحسين التدفق النقدي وسرعة تناقل النقد؛

¹ سراج الدين محمد، التجارة الإلكترونية دراسة تقنية وتطبيقية، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، 2009، ص-ص 95-96

❖ تيسير العمل، مما يرفع من كفاءة فعالية نظام العمل، ويقلل الأعمال الورقية التقليدية، وغيرها من المعاملات الورقية؛

❖ توفر السلامة والأمن في المعاملات، وهذا لأن الأجهزة الإلكترونية قليلة الأخطاء وبعيدة عن السلوكيات البشرية السيئة كالاختلاس والتلاعب في حسابات العملاء؛

❖ يسمح بتوفير المصاريف، لأن شبكة نظام المقاصة الآلية توفر كثيرا من تكاليف إدارة عمليات المقاصة؛

❖ زيادة رضا العملاء، حيث تكفل سرعة التعامل وانخفاض تكلفتها تحقيق رضا العملاء، وتوطيد ثقتهم في التعامل مع التاجر أو الشركة.

3- الشبكات الوطنية للتحويل الإلكتروني للمدفوعات المحلية:

لقد تطور نظام المدفوعات النقدية، بحيث أصبح يتم إلكترونيا باستخدام نظام التحويل الإلكتروني للأموال، وحتى تتحقق الاستفادة من هذا النظام، لابد أن يعرف المحول بيانات كاملة عن المحول إليه رقمه، البنك الذي سيتلقى التحويل، الفرع المفتوح لديه الحساب، والرقم المستخدم، حتى يصبح من الممكن إضافة المبلغ المحول إلى الحساب الصحيح.¹

*خدمات المقاصة المصرفية الآلية :

ظهر نظام المقاصة المصرفية الآلية في إطار سلسلة التطور السريع للإلكترونيات سنة 1971 حيث قامت بنوك المقاصة في المملكة المتحدة بتأسيس شركة لمباشرة تنفيذ عمليات المدفوعات بين البنوك على أساس إلكتروني أطلق عليها اسم "خدمات المقاصة المصرفية الآلية"²، ويعتبر هذا النظام الإلكتروني للتحويلات مستقلا عن وحدة المعالجة الإلكترونية (أي خارج الخط) حيث لا ترسل التعليمات مباشرة من البنك إلى الكمبيوتر المركزي. يستفيد من خدمات هذا النظام العملاء الذين لديهم مدفوعات متكررة كسداد الأجور، المرتبات الشهرية، المعاشات وأية تحويلات نقدية أخرى، كما تستفيد منها بعض الشركات مثل شركات التأمين لتحصيل أقساط التأمين، وقد لوحظ أن البنوك المشاركة في نظام خدمات المقاصة المصرفية الآلية قد حققت وفرا كبيرا حيث قدرت أن تكلفة المدفوعات التي تتم من خلال هذا النظام الآلي تقل 3 أضعاف عن تكلفة معالجة المدفوعات التي تتم بواسطة الشيكات.

¹ عانى إيمان، نفس مرجع السابق، 225.

² مدحت صادق، تقنيات مصرفية، دارغريب للطباعة والنشر، القاهرة، 2001، ص 314.

*غرفة المقاصة الآلية لنظم المدفوعات :

تأسس نظام CHAPS Clearing House Automated Payment System وبدأ العمل به في 9 فيفري 1994 باتفاق من بنوك المقاصة البريطانية وبنك إنجلترا على تطوير نظام الكتروني للمدفوعات تشارك جميعها فيه، حيث يمكن لعميل البنك أن يجري أي تحويل يريده ويتلقى ما يرد إليه من تحويلات شريطة أن يملك اتصالا مع جهاز الكمبيوتر بالبنك، هذا ما يجعل ما يجعل النظام مختلفا عن سابقه بكونه نظاما إلكترونيا متصلا بوحدة المعالجة المركزية.

إضافة إلى كون CHAPS نظاما لإجراء التسويات بين البنوك، يقوم أيضا بتنفيذ تعليمات التحويل الثنائية بين البنوك لاستلامها في نفس اليوم، كل بنك يستخدم هذا النظام يمكنه إجراء مدفوعات فورية لبنوك أخرى، حيث تفيد الفروق في نهاية اليوم في حسابات البنوك المفتوحة لدى بنك إنجلترا (البنك المركزي) ، وتغطي خدمات هذا النظام جميع البنوك وفروعها في المملكة المتحدة.

وتقوم نظام "غرفة المقاصة الآلية لنظم المدفوعات" بإجراء تحويلات يبلغ حدها الأدنى 10000 جنيه إسترليني ومن المتوقع أن ينخفض هذا الحد مستقبلا.

4-التحويل الآلي للمدفوعات الدولية بواسطة شبكة" سويفت":¹

شبكة سويفت Swift والتي هي عبارة عن شبكة إتصالات متطورة ومتقدمة جدا، تعمل على ربط البنوك ببعضها البعض عبر شبكة إتصالات منظمة ومحكمة توفر للإتصال السهولة والسرعة والأمان وهي اختصار لـ: The society for worldwide international bank financial telecommunications، ويهدف هذا النظام إلى تقديم أحدث الوسائل العلمية في مجال ربط وتبادل الرسائل والمعلومات، بين جميع أسواق المال من خلال البنوك المسؤولة عن تنفيذ ذلك بمختلف الدول، وبذلك يتمكن المشترك من مقابلة احتياجات العملاء الأجانب والمحليين أيضا.

*أهم مزايا نظام سويفت:

يمكن استخدام الشبكة من نقل الرسائل بسرعة فائقة، إذ لا يتعدى الوقت المستغرق عدة ثوان دون أخطاء وبأقل تكلفة، بفعل النماذج الخاصة المستعملة والرموز الشفوية الخاصة بكل من البنك المرسل والمرسل إليه، مما يضمن سلامة التحويلات، كما أن النظام متاح على مدار الساعة، ويلتزم كل بنك عضو بتلقي الرسائل مدة سبع ساعات يوميا، خلال مواعيد العمل الرسمية ومن أهم المزايا:

¹ عبد الغني ريوح، نور الدين غردة، تطبيق أنظمة الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية بين الواقع والأفاق، مداخلة في المؤتمر الدولي العلمي حول التطورات النظام المصرفي الجزائري في ظل إصلاح، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 11-12 مارس، 2008، ص 7 .

- السهولة في الاتصالات حيث يعمل هذا النظام على مدار 24 ساعة، والمرونة في استخدام النظام لعمليات متنوعة مع استيعابه للمجالات المختلفة، مع الدقة المتناهية في المعلومات المرسله.
- السرية المطلقة للبيانات والعمليات المصرفية، علما بأنه يتضمن برنامجا للأرقام السرية، والسرعة الفائقة في إيصال الرسائل المتبادلة.
- يمكن حفظ البيانات في ذاكرة الجهاز مما يسهل عمليات التدقيق إضافة إلى إمكانية سحب كشوفات يومية بالعمليات المنجزة.
- يستخدم النظام لغة عملية موحدة ومفهومة لجميع الأطراف التي تستخدمه.

وتجدر الإشارة إلى أن المقر الرئيسي لشبكة سويفت العالمية يقع في بلجيكا، وحسب آخر إحصائية صادرة عنها، فقد تجاوز عدد المؤسسات المالية والبنوك المشاركة فيها الـ 7650 مشتركا، وذلك حتى نهاية شهر أوت 2004، موزعين على أكثر من 200 دولة حول العالم، وبناء على هذا النمو الكبير، قامت الشركة بإجراء تخفيض على أسعار الرسائل المتبادلة عبر الشاركن، إلى ما يزيد عن 70% وذلك خلال العشر سنوات الأخيرة.

المبحث الثالث: استخدام وسائل الدفع الإلكتروني

شهدت تقنية المصارف تقدماً ملموساً في الآونة الأخيرة، وذلك في مجال السماح لعملائها بإجراء عملياتهم المصرفية من خلال شبكة الاتصال الالكترونية، ومع التطور المذهل الذي شهدته حياتنا المعاصرة على جميع الأصعدة، لاسيما على الصعيد التقني ظهرت تقنيات جديدة لم تكن معروفة من قبل، قدمت خدمات مهمة للإنسان، فيسرت عليه التعامل لاسيما على الصعيد المالي، ولكن رغم أهمية هذه التقنيات وفائدتها، إلا أنها لم تترك لتمارس دورها الإيجابي الذي وجدت من أجله، بل أفرزت بعض المساوئ والمخاطر.

المطلب الأول: مخاطر وسائل الدفع الإلكتروني

لقد سمح التطور التكنولوجي بإبداع وسائل دفع إلكترونية، والتي تولدت عن تطور شبكة الإنترنت وبرزت التجارة الإلكترونية، مما سمحت هذه الوسائل باختصار الوقت والتكلفة، وتحقيق مزايا لم تتمكن وسائل الدفع التقليدية من تحقيقها، ولكن هذا لا يعني أنها تخلو من العيوب وعدة مخاطر، تهدد المعاملات التجارية الالكترونية، ومن مخاطر وسائل الدفع الالكترونية:¹

1- قرصنة البيانات:

¹ قصاب سعاد، بوردبالة فايزة، نفس المرجع السابق، ص 6.

تتشكل القرصنة في العقود التي تتم في الانترنت الهاجس الأكبر، لاسيما بالنسبة للعمليات النقدية، فقد يتم الحصول على بيانات شخص بطريقة غير شرعية ومن دون علمه، ليتم استعمالها للحصول على بطاقات بنكية عبر الانترنت، خاصة إذا كانت الهيئات لا تتخذ إجراءات أمنية كافية للتصدي لهذا المشكل، كما قد يقدم الموظفون في البنوك الالكترونية على جرائم الاحتيال، من خلال تمكنهم من الحصول على الأرقام السرية والشفرات، وكل المعلومات الخاصة بحسابات الزبائن، ومن ثم القيام بسحبها أو التلاعب بها، مما يكلف البنك خسائر مادية ومعنوية كبيرة، ناجمة عن تعويض زبائنه من جهة، وعن تحمله لتكاليف إضافية لأجل إعادة إصلاح وضبط بيانات زبائنه.

2- غسيل الأموال في ظل وسائل الدفع الإلكترونية:

إن ظاهرة غسيل الأموال ليست لصيقة بالضرورة بظهور وسائل الدفع الالكترونية، فالظاهرة كانت موجودة قبل ظهور هذه الوسائل الحديثة، لكن ظهور وانتشار التجارة الالكترونية واستعمال وسائل الدفع الحديثة في الدول، فسح المجال لإيجاد سيل جديدة أصبحت من خلالها، تتم عمليات تبييض الأموال الكترونيا بسهولة وارتياح كبيرين، إذ لا تتطلب سوى الدقائق أو ثواني لأجل الإسراع في إخفاء هذه العمليات الإجرامية، حيث يمكن لحامل البطاقة البنكية، أن يسحب مبالغ مالية كبيرة من الصراف الآلي ببلد أجنبي، ثم يقوم البنك الذي سحب منه الأموال، بطلب تحويلها من البنك مصدر البطاقة، ليتم تحويل المبالغ، وبذلك يكون الزبون قد تهرب من دفع رسوم التحويل، بالإضافة إلى تمكنه من غسل أمواله، كما تمكن وسيلة التحويل الالكتروني من تبييض الأموال بطريقة حديثة وسهلة، بإبداعها في حسابات متعددة بالبنوك، ثم تحويلها الكترونيا إلى عدة فروع في دول مختلفة.

بالإضافة إلى ما سبق، هناك مشكل آخر يتمثل في صعوبة تحصيل الضرائب والرسوم على المعاملات الالكترونية، سواء تعلقت بالأموال أو بالخدمات التي تقوم بها البنوك الالكترونية، التي تنشط على أكثر من دولة، مما يطرح مشكل الدولة الأحق بفرض الضريبة على أرباحها ونشاطاتها، فطبيعة النشاط على مستوى الانترنت، جعل من الصعب ربط المعاملة بمنطقة جغرافية محددة، كما أن الطبيعة العابرة للحدود الخاصة بالمعاملات بأشكالها التي تتم عبر الانترنت، تساهم بقدر كبير في تفشي ظاهرة التهرب الضريبي، وأمام أساليب الدفع الالكتروني، ازدادت صعوبة تحديد مكان المستفيد من الخدمة أو مكان تقديمها.

3- مخاطر تنظيمية:

تخص مدى انتشار النقود الإلكترونية وإمكانية أن تحل محل النقود التقليدية، فتأثير ذلك على دور البنوك المركزية من ناحية إدارتها للسياسة النقدية والتحكم في الكتلة النقدية، كهدف أساسي للسياسة النقدية، لن يكون سهلاً في ظل انتشار تداول عدة أشكال من النقود الإلكترونية الصادرة عن مؤسسات بنكية ولغير بنكية، وهذا ما يثير مخاوف مشروعة واحتمالات بتقليل أو قد تصل إلى زوال احتكار البنوك المركزية لوظيفة الإصدار النقدي.

4- مخاطر بطاقات الائتمان:

رغم المزايا العديدة والفوائد الجمة الاستخدامات بطاقات الائتمان، إلا أن الأمر لا يكاد يخلو من تعرض حاملها لسوء استغلالها وحالات من التلاعب، لاسيما في ظل انتشار التطور التقني والتكنولوجي، الذي صاحبه ظهور عمليات لتزوير البطاقات أو سرقتها، أو التحايل لمعرفة الأرقام السرية، وهذا بعرض الاستعلام على أسرار الغير، ويمكن التعرض لهذه المخاطر في العناصر الآتي ذكرها:¹

■ قد يستعملها صاحبها لأجل ارتكاب مخالفات، للحصول على أموال بأي وسيلة، وإن كانت مخالفة للعقد المبرم بينه وبين بنكه، كأن يستعملها بعد انتهاء مدتها، أو قيام البنك بإلغائها أو تجاوز حد السحب المحدد لها، بالتواطؤ مع الموظف بالبنك أو مع التاجر.

■ أدت السياسة المترخية في إصدار البطاقات إلى زيادة الديون المعدومة التي تغرمها الجهات المصدرة للبطاقات كل سنة، وبما أن حملة البطاقات قد لا يستخدمونها لمدة طويلة فإن ذلك يجعل من البطاقات الراكدة باباً جديداً لزيادة تكاليف البنك.²

■ قد يقوم صاحب البطاقة باستغلال خدمات نقاط البيع الإلكترونية في إيداع شيكات بدون رصيد، حيث تضاف قيمة هذا الشيك إلى الحساب الأصلي للزبون، ثم يسارع هذا الأخير لتحصيل قيم هذه الشيكات من النقطة البيع الإلكترونية، قبل تمام المقاصة بين البنوك.

■ كما قد يقوم الزبون صاحب البطاقة بالتواطؤ مع الغير، ويتركها له لاستعمالها في السحب وتزوير توقيعها، ثم يقوم بالاعتراض على العمليات السحب، والطعن بالتزوير، حتى لا يتم اقتطاع المبلغ المسحوب من حسابه.

■ خطر السيولة لدى البنوك بالنظر إلى الإفراط في حجم التعامل بالبطاقات من طرف زبائنها، وكذا تنامي حجم الديون المعدومة، بسبب عدم القدرة حاملي البطاقات على الوفاء بمستحققاتها، فكبر حجم القروض المجانية

¹ قصاب سعدة، بودريالة فايضة، نفس المرجع السابق، ص7.

² فتحي شوكت مصطفى عرفات، بطاقات الائتمان البنكية في الفقه الإسلامي، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة لمتطلبات درجة الماجستير في الفقه والتشريع، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2007، ص35.

لحملة البطاقات، يستوجب على البنك الاحتفاظ بسيولة أكبر لأجل مواجهتها بالحجم والوقت المناسبين، وهذا ما قد يؤدي إلى التراجع في ربحية البنك.

■ الاستعمال السيئ للبطاقات من قبل الغير، وذلك في حالة السرقة أو ضياع البطاقة أو الرقم السري الخاص بها، أو يقدم الغير على استبدال البيانات لبطاقات مسروقة.... الخ.

5- غياب الأريضية القانونية والرقابية على عمليات الدفع الإلكترونية:

تحدث هذه المخاطر نظر لعدم وضوح التشريعات القانونية المتعلقة بالعمليات المصرفية الإلكترونية، على سبيل المثال عدم توافر قواعد لحماية العملاء في بعض الدول، أو غياب المعرفة القانونية لبعض الاتفاقيات المبرمة باستخدام وسائل الوساطة الإلكترونية.¹

6- مخاطر التشغيل:

ويندرج تحت هذا البند جميع المخاطر التي لا يمكن تصنيفها ضمن البندين السابقين، وتشمل على سبيل المثال لا الحصر: مخاطر العمليات، مخاطر فشل النظم وبرامج الميكنة، مخاطر فقدان الكوادر البشرية الجيدة، مخاطر التقاضي، مخاطر الاختلاس، ومخاطر تبييض الأموال.²

7- مخاطر السمعة:

تنشأ مخاطر السمعة في حالة توافر رأى عام سلبي تجاه البنك، الأمر الذي قد يمتد إلى التأثير على بنوك أخرى، نتيجة عدم مقدرة البنك على إدارة نظمه بكفاءة أو حدوث إختراق مؤثر لها.³

المطلب الثاني: وسائل الأمان في الدفع الإلكتروني

أولاً-التوقيع الإلكتروني:

هو عبارة عن شهادة رقمية تأخذ شكل ملف رقمي صغير، تصدر عن أحد الهيئات المتخصصة والمستقلة ومعترف بها من الحكومة، وفي هذا الملف يتم تخزين اسم العميل، وبعض المعلومات المهمة الأخرى، مثل رقم التسلسل وتاريخ انتهاء الشهادة ومصدرها، وهي تحتوي عند تسليمها على مفتاحين (المفتاح العام

¹ معطى الله خير الدين، بوقوم محمد، المعلوماتية والجهاز البنكي حتمية تطوير الخدمات المصرفية، مداخلة في ملتقى المنظومة المصرفية والتحولات الاقتصادية واقع وتحديات، جامعة قلمة، ص50.

²مقالة ل: مكرم صادر، أمين عام جمعية مصارف لبنان، تحديث القطاع المصرفي السوري "اتجاهات التحديث وقواعده" متاح في الموقع الإلكتروني http://www.mafhoum.com/syr/articles_01/sader/sader.zip، تاريخ الاطلاع 19 فيفري 2017، الساعة 09: 03.

³ صالح نصولي، اندريا شاختر تحديات المعاملات المصرفية الإلكترونية، مجلة التمويل والتنمية، سبتمبر 2002، ص.50

والمفتاح الخاص)، ويعتبر المفتاح الخاص هو توقيع العميل الإلكتروني، الذي يميزه عن بقية الناس، أما المفتاح العام فيتم نشره في الدليل وهو متاح للعامة من الناس¹.

والتوقيع الإلكتروني طريقة لتوقيع الوثائق الإلكترونية، ولمساعدة مستقبل الرسالة من التحقق من مصدر الرسالة ومن هوية المرسل، بالإضافة إلى التحقق من أن محتوى الرسالة، لم يجري عليه أي تغيير أثناء إرسالها بعد توقيع المرسل عليها، حيث أن تقنية التوقيع الإلكتروني تمنع المرسل من إنكار توقيعه أو جحوده من إرسال الرسالة، فالتوقيع الإلكتروني ليس صورة عن التوقيع التقليدي، وإنما هو عبارة عن تأشير على الوثيقة، باستخدام المفتاح الخاص من قبل المرسل، ويتم التحقق منه باستخدام المفتاح العام من قبل مستقبل الرسالة².

1. آلية عمل التوقيع الإلكتروني

تمر عملية التوقيع الإلكتروني بمرحلتين، مثلما هو الشأن في التوقيع التقليدي³:

*المرحلة الأولى:

التوقيع الإلكتروني يحقق الموثوقية للمستند المرسل، ويقوم كذلك بالتحقق من هوية الشخص مرسل الرسالة، وحماية هوية المرسل من السرقة، فعند إرسال مستند موقعاً بالتوقيع الإلكتروني باستخدام برمجيات خاصة بذلك، فإن محتوى المستند (البيانات)، تتحول على شكل أرقام، وذلك هو نتائج دالة تسمى بالدالة رياضية بحتة.

*المرحلة الثانية:

يمر المستند من خلال دالة التوقيع (Function Signing)، ويتم ذلك بواسطة المفتاح الخاص Key Private، الذي يكون بحوزة المرسل فقط (مرسل الرسالة)، أي صاحب التوقيع الإلكتروني الذي يستخدمه من خلال كلمة مرور أو رقم خاص بالمرسل، وهنا يقوم المفتاح الخاص بتشفير نتائج دالة hash، ويقوم المفتاح العام Key Public بفك تشفيرها، وهذه العملية تسمى بالبصمة التوقيع الإلكترونية fingerprint digital

مما سبق يتضح أن الرسالة النهائية التي تكون جاهزة للإرسال تتكون من: المستند، نتائج دالة ال hash، ودالة التوقيع بواسطة المفتاح الخاص، هذه المكونات مجتمعة تُنشئ التوقيع الإلكتروني، مع العلم أن التوقيع الإلكتروني لا يقوم بتشفير الرسالة، ولكن يمكن استخدام نفس تقنية التشفير المستخدمة في التوقيع الإلكتروني في تشفير الرسالة نفسها، ويقوم مستلم الرسالة باستخدام المفتاح العام الذي بحوزته، ويكون معروفاً

¹ غازي أبو عرابي، فياض القضاة، حجية التوقيع الإلكتروني، دراسة في التشريع الأردني، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 20، العدد الأول، 2003، ص 169.

² صلاح عبد الحكيم المصري، متطلبات استخدام التوقيع الإلكتروني في إدارة مراكز تكنولوجيا المعلومات في الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال، الجامعة الإسلامية، غزة، 2007، ص 18.

³ نفس مرجع، ص 18-19.

للجميع، والذي يكون الخوارزمية الخاصة به في التوقيع الإلكتروني، وفي نتائج دالة الـ hash، حيث أن برمجية التوقيع الإلكتروني تختبر فيما إذا كان التوقيع الإلكتروني، قد تم إنشاؤه باستخدام المفتاح الخاص أو لا، والذي يقابله المفتاح العام الذي بحوزة مستقبل الرسالة، الذي يعمل على التحقق من هوية المرسل، ومن أن الرسالة مرسله فعلاً من الشخص المقصود.

ثانياً-التشفير الإلكتروني:

إذا تم تبادل معلومات بين طرفين في شكل نص واضح، فبإمكان أي شخص قراءة هذا النص وتغيير محتواه واستغلاله، ولتفادي أخطار قرصنة المعلومات، يتم اللجوء إلى تقنية تصبح بمقتضاها المعلومات المرسله غير قابلة للفهم من قبل الغير، وهذه التقنية يطلق عليها التشفير.

1- مفهوم التشفير:

التشفير هو آلية تغيير محتوى المعاملة أو الرسالة من شكلها المفهوم إلى شكل غير مفهوم، وربما غير مقروء، وذلك باستخدام رقم برنامج يطلق عليه " مفتاح التشفير"¹، وهي عملية تحويل المعلومات التي تكون بشكل نص بسيط عند التخزين على وسائط التخزين المختلفة أو عند نقلها على شبكات نص مجرد (plaintext)، بحيث تصبح غير مقروءة لأحد، باستثناء من يملك معرفة خاصة أو مفتاح خاص، لإعادة تحويل النص المشفر إلى نص مقروء، عملية الفك هذه تتم عن طريق ما يدعى مفتاح التشفير، ونتيجة لعملية التشفير تصبح المعلومات مشفرة وغير متاحة لأي أحد لأغراض سرية، ويطلق على طرق التشفير اسم خوارزميات التشفير، ويتم من خلال إحدى الطريقتين التاليتين:²

- **تغيير الموضع:** أي عن طريق تغيير تتابع الحروف بمساعدة خوارزميات؛
 - **إجراءات الإحلال (الاستبدال):** حيث يتم تعويض الحروف الأصلية بأخرى مأخوذة من قائمة.
- الشكل التالي يوضح عمليتي التشفير وفك التشفير على التتابع في مخطط واحد:

¹ عز الدين كامل أمين مصطفى، "الصيرفة الإلكترونية"، مجلة المصرفي، العدد 26، متاح على الموقع:

www.Bankofsudan.org/arabic/period/masrafi/vol_26/ebanking.htm. تاريخ الزيارة: 2017/02/26، الساعة 09:44.

² Dictionnaire de l'informatique et de l'Internet, édition DATA BECKER, 2000, p168.

الشكل رقم (07): عملية التشفير وفك التشفير



المصدر: صلاح الهادي غبيق، التشفير وفك التشفير، مجلة العلوم الاقتصادية والسياسية، العدد الثاني، كلية التجارة والاقتصاد، جامعة المرقب، زليتن، 2013، ص 515.

2- أساليب التشفير :

يتم تشفير البيانات والمعلومات التي يتم تداولها عند القيام بمعاملات التجارة الإلكترونية، من خلال ثلاثة أساليب أساسية متمثلة في: ¹

أ- استخدام المفتاح بمفتاح واحد (التشفير المتماثل أو الإتفاقي):

يتم فيه استخدام نفس المفتاح من أجل القيام بإجراءات التشفير، وكذا القيام بإجراءات فك التشفير (Décryptage)، مثلما يبدو من الشكل التالي:

الشكل رقم (08): عملية التشفير المتماثل بمفتاح واحد



المصدر: صلاح الهادي غبيق، التشفير وفك التشفير، مجلة العلوم الاقتصادية والسياسية، العدد الثاني، كلية التجارة والاقتصاد، جامعة المرقب، زليتن، 2013، ص 517.

طبقاً لهذا الأسلوب، يقوم المرسل بتشفير المعاملة عن طريق استخدام مفتاح خاص (سري)، ويرسلها إلى المرسل إليه عبر وسائل الاتصال العادية، ويتفق كل من المرسل والمستقبل في البداية على مفتاح التشفير الذي سيتم استخدامه، والذي يمكن أن يحوي حروفاً كبيرة (pass phrase) على عبارة المرور، وصغيرة ورموزاً أخرى، بعد ذلك تحول برمجيات التشفير عبارة المرور إلى عدد ثنائي، ويتم إضافة رموز أخرى لزيادة طولها، ويشكّل العدد الثنائي الناتج مفتاح تشفير الرسالة، بعد استقبال الرسالة المشفرة، يستخدم المستقبل عبارة المرور

¹ العاني إيمان، نفس مرجع السابق، ص 107.

نفسها من أجل فك شيفرة النص الذي (binary key) المشفّر، إذ تترجم البرمجيات مرة أخرى، عبارة المرور لتشكيل المفتاح الثنائي.

يتولى إعادة تحويل النص المشفّر إلى شكله الأصلي المفهوم، يتسم هذا الأسلوب بالسهولة والبساطة في تشفير المعاملات والرسائل، كما أنه لا يحتاج لوقت طويل لفك الشفرة، ويؤخذ عليه أنه عرضة لخطر معرفة المفتاح الخاص الذي يسمح بحل تشفير البيانات المتبادلة.

ب. عملية التشفير بمفتاحين (استخدام المفتاح العام):

تمخض نظام التشفير بمفتاح عام عن الأعمال التي قام بها الباحثين ويتقيلد ديفي Whitfield Diffie ومارتان هيلمان Martin Hellman من جامعة ستانفورد، بعد ابتكارهما في مجال التشفير باستخدام المفتاح المعلن، وعلم التوقيع الرقمي سنة 1976، ووضع حيز التطبيق في مخابر شركة حيز RSA¹، لكن مع ذلك فإن وصف هذا الأسلوب بنظام التشفير بمفتاح عام هو مبالغ فيه، فليس بالضرورة أن يكون أن هذا المفتاح معروفا من قبل الجميع، إنما يتم إعطاؤه إلى بعض المتعاملين الذين تقتضي الضرورة التعامل معهم على شبكة الانترنت.

يتعين في هذا الأسلوب استخدام مفتاحين، الفتح الأول يعرف بالمفتاح العام، وهو معروف من قبل الجميع، ويستخدم فقط في تشفير الرسالة، والمفتاح الثاني والذي يعرف بالمفتاح الخاص، وهو على العكس تماما من المفتاح الأول، لا يكون معروفا إلا للشخص بذاته ويستخدم في فك شفرة الرسالة أو المعاملة، مثلما يظهره الشكل التالي:

الشكل رقم (09): التشفير بمفتاح عام (اللامتائل)



المصدر: صلاح الهادي غبيق، **التشفير وفك التشفير**، مجلة العلوم الاقتصادية والسياسية، العدد

الثاني، كلية التجارة والاقتصاد، جامعة المرقب، زليتن، ليبيا، 2013، ص 519.

¹ **RSA Security**: شركة أمريكية للأبحاث والابتكاري في مجال أمن المعاملات والتجارة الإلكترونية، تأسست سنة 1996 من طرف Ronald Rivest، Adi Shamir ET Leonard Adleman، واسمها مكون من الحروف لثلاث الأولى لألقاب مؤسسيها.

ج. البصمة الإلكترونية:

رغم أن التشفير يمنع المتطفلين من الإطلاع على محتويات الرسالة، إلا إنه لا يمنع المخربين من العبث بها، أي أن التشفير لا يضمن سلامة الرسالة من هنا ظهرت الحاجة إلى البصمة الإلكترونية، وهي بصمة رقمية يتم اشتقاقها وفقا لخوارزميات معينة، تطبق هذه الخوارزميات حسابات رياضية على الرسالة، لتوليد بصمة (سلسلة صغيرة) تمثل ملفا كاملا، أو رسالة (سلسلة كبيرة)، وتدعى البيانات الناتجة عن ذلك البصمة الإلكترونية.

وتتكون البصمة الإلكترونية من بيانات لها طول ثابت، يتراوح عادة بين 128 و160 بايت، تؤخذ من الرسالة المحولة ذات الطول المتغير، وتستطيع هذه البصمة تمييز الرسالة الأصلية والتعرف عليها بدقة، حتى إن أي تغيير في الرسالة سيفضي إلى بصمة مختلفة تماما، ومن غير الممكن اشتقاق البصمة الإلكترونية ذاتها من رسالتين مختلفتين، وتتميز البصمات الإلكترونية عن بعضها بحسب المفاتيح الخاصة التي أنشأتها، ولا يمكن فك شفرتها إلا باستخدام المفتاح العام العائد إليها.

المطلب الثالث: المصارف الإلكترونية

شهد العالم ثورة مصرفية حقيقية تمثلت في التوسع الهائل في ميدان التكنولوجيا المصرفية، نتج عن التوسع مظاهر انتشار المصارف الإلكترونية، التي تعتبر حديثة مقارنة بالمصارف التقليدية، لما تحققه من مزايا عديدة.

أولاً: تعريف المصارف الإلكترونية

تختلف التسميات حول مفهوم المصارف الإلكترونية، ولكنها تصب في مفهوم واحد هو المصارف التي تعمل عن طريق شبكة المعلومات الدولية (الانترنت)، ويطلق عليها عدة مسميات مثل المصارف الإلكترونية، مصارف الانترنت، المصارف الإلكترونية عن بعد، المصرف المنزلي، المصرف على الخط، المصارف الخدمية الذاتية أو مصارف الويب، وعلى اختلاف المسميات فجميعها تشير إلى قيام العميل بإدارة حساباته أو انجاز أعماله المتصلة بالمصرف عبر شبكة الانترنت، سواء كان في المنزل أو المكتب وفي أي مكان وفي أي وقت يرغبه، ويعبر عنها "بالخدمة المالية عن بعد".¹

والمقصود بالصيرفة الإلكترونية هو إجراء العمليات المصرفية بطرق إلكترونية، أي باستخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال الجديدة، سواء تعلق الأمر بالسحب أو بالدفع أو بالائتمان أو بالتحويل أو

¹ علي قابوسة، المصارف الإلكترونية (الفرص والتحديات حالة الجزائر)، مداخلة في المؤتمر العلمي المغربي الأول حول المعلوماتية والقانون، أكاديمية الدراسات العليا (طرابلس)، ليبيا، الفترة من 28 إلى 29 أكتوبر، 2009، ص01.

بالتعامل في الأوراق المالية أو غير ذلك من أعمال المصارف، وفي ظل هذا النمط من الصيرفة لا يكون العميل مضطرا للتنقل إلى البنك، إذ يمكنه القيام ببعض العمليات مع مصرفه وهو في منزله أو في مكتبه، وهو ما يعني تجاوز بعدي المكان والزمان¹.

التعريف السابق للبنوك الإلكترونية يعني أنه يمكن للعميل أن يتصل بالمصرف مباشرة بالاشتراك العام، عبر شبكة المعلومات الدولية وإجراءاته لمختلف التعاملات، على أساس أن يزود المصرف جهاز الحاسوب الشخصي للزبون بحزمة البرمجيات الشخصية.

إن عمليات المصارف الإلكترونية هي إجراءات الكترونية تتم عبر شبكة المعلومات الدولية، ومن أهم أشكالها المصارف الافتراضية، التي تولدت لها مواقع الكترونية على الشبكة، من أجل تقديم نفس الخدمات المصرفية التقليدية، مثل السحب والدفع والتحويل دون انتقال الزبون إليها.

ثانيا: التطور التاريخي للمصارف الإلكترونية

تعود نشأة المصارف الإلكترونية إلى بداية الثمانينات مع ظهور النقد الإلكتروني، أما استخدام البطاقات فكان مع بداية القرن الماضي في فرنسا على شكل بطاقات كرتونية، تستخدم في الهاتف العمومي، وبطاقات معدنية تستعمل على مستوى البريد في الولايات المتحدة الأمريكية، وفي عام 1958 أصدرت American Express أول بطاقة بلاستيكية لتنتشر على نطاق واسع، ثم قامت بعدها ثمانية مصارف بإصدار بطاقة Bank Americard عام 1968، لتتحول إلى شبكة Visa العالمية، كما تم إصدار في نفس العام البطاقة الزرقاء "Carte Bleue" من طرف ستة مصارف فرنسية، وفي عام 1986 قامت اتصالات فرنسا FranceTelecom بتزويد الهواتف العمومية بأجهزة قارئة للبطاقات الذاكرة (Cartes à mémoire)، لتصبح عام 1992، كل البطاقات المصرفية بطاقات برغوثة (Cartes à puce)، تحمل بيانات شخصية لحاملها، وخلال منتصف التسعينات ظهر أول مصرف إلكتروني في الولايات المتحدة الأمريكية².

ويميز بين نوعين من المصارف، كلاهما يستخدم تقنية الصيرفة الإلكترونية، المصارف الافتراضية (مصارف الأنترنت)، التي تحقق أرباحا تصل إلى ستة أضعاف المصرف العادي، والمصارف الأرضية ويقصد بها المصارف التي تقدم خدمات تقليدية وخدمات الصيرفة الإلكترونية.

¹ عبد الغني روج، نور الدين غردة، مداخلة بعنوان تطبيق أنظمة الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية بين الواقع والأفاق، مداخلة في المؤتمر الدولي

العلمي حول: إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 11-12 مارس 2008، ص 4.

² رحيم حسين، هواري معراج، الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية، مداخلة مقدمة إلى ملتقى المنظومة المصرفية والتحويلات الاقتصادية-واقع وتحديات -، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، يومي 14-15 ديسمبر 2004، ص 317.

ويعود انتشار المصارف الإلكترونية إلى سببين أساسيين، أولهما تزايد حركية التدفقات النقدية والمالية في مجال التجارة، وآخرهما تطور المنظمة الإعلامية للاتصال التكنولوجي¹.

ثالثاً: أصناف المصارف الإلكترونية

أشارت عدة دراسات أن هناك ثلاثة أصناف أساسية للمصارف على شبكة المعلومات الدولية، تتمثل هذه الأصناف في:

1- الموقع المعلوماتي:

يمثل المستوى الأساسي والحد الأدنى للنشاط الإلكتروني المصرفي، ويسمح هذا الموقع للمصرف بتقديم معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية.

2- الموقع الاتصالي:

يتيح هذا الموقع عملية التبادل الاتصالي بين المصرف والعملاء، مثل البريد الإلكتروني، تعبئة طلبات أو نماذج على الخط، تعديل معلومات القيود والحسابات، والاستفسارات.

3- الموقع التبادلي:

ويمكن من خلاله أن يمارس المصرف نشاطاته في بيئة إلكترونية، كما يمكن للعميل القيام بمعظم معاملته إلكترونياً من سداد قيمة الفواتير، وإدارة التدفقات النقدية، وإجراء كافة الخدمات الاستعلامية، سواء داخل المصرف أو خارجه.

رابعاً: فوائد المصارف الإلكترونية

إن قيام المصارف بتسوية أنشطتها وخدماتها المالية عبر شبكة المعلومات الدولية، يحقق فوائد كثيرة من منها:²

- تخفيض النفقات التي يتحملها المصرف، يجعل تكلفة إنشاء موقع للمصرف عبر شبكة المعلومات الدولية، لا تقارن بتكلفة إنشاء فرع جديد للمصرف، وما يتطلبه من مباني وأجهزة وكفاءة إدارية، إضافة إلى أن تسويق المصرف لخدماته من موقعه على شبكة المعلومات الدولية، يساعده على امتلاك ميزة تنافسية، تعزز من مكانته التنافسية، وتؤهله إلى مستوى المعاملات التجارية العالمية.

¹ على قابوسة، نفس مرجع السابق، ص 2.

² على قابوسة، نفس مرجع السابق، ص 6.

- إن توجه المصارف العالمية نحو شبكة المعلومات الدولية، وما تتميز به من قدرات تنافسية، يلزم المصارف الصغيرة ضرورة الارتقاء إلى مستوى هذه التحديات، ووفقا لذلك سيقوم العملاء بالمقارنة بين خدمات المصارف لاختيار الأنسب، وبذلك تكون شبكة المعلومات الدولية عامل منافسة قوي في جذب العملاء.
 - تساهم شبكة المعلومات الدولية في التعريف بالمصارف والترويج للخدمات المصرفية بشكل إعلامي وهو ما يساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة.
 - إن الصيرفة الإلكترونية تؤدي إلى تسهيل التعامل بين المصارف، وبناء علاقات مباشرة، وتوفير المزيد من فرص العمل والاستثمار، وهو ما يساعد على النجاح والبقاء في السوق المصرفية.
 - استخدام شبكة المعلومات الدولية تساهم في تعزيز رأس المال الفكري وتطوير تكنولوجيا المعلومات، والاستفادة من الابتكارات الجديدة التي يكون لها انعكاس على أعمال المصارف.¹
- ولنجاح الصيرفة الإلكترونية، لابد من وضع تطبيقات قياسية تسمح بالربط بين مختلف الجهات والعالم ككل، ووضع إستراتيجية على مستوى المصرف المركزي، ثم اعداد خطة لتدريب الموارد البشرية التي تعمل على تنظيم الإداري بين الأطراف المتعاقدة.

خامسا: مهام المصارف الإلكترونية

1- التحويل الإلكتروني للأموال:

تعمل المصارف الإلكترونية داخل شبكة المعلومات الدولية، عن طريق المشاركة في شبكة حواسيب تتولى التداول الإلكتروني لمجموعة من القيود المحاسبية، التي تتم بين الدائن والمدين في مختلف المصارف، ويهدف نظام التحويل الإلكتروني للأموال إلى تسهيل وتعجيل المدفوعات وتسويتها بين المصارف، وهذا ما ينتج عنه تقديم خدمات أفضل للزبائن، كما يتيح للمصارف إمكانية التسوية الفورية للأموال عبر حساباتها الجارية في المصارف المركزية... الخ.

2- خدمة البطاقات:

تقدم المصارف الإلكترونية خدمات متميزة للزبائن ذوي المستوى المرموق، مثل خدمات سامبا الماسية والذهبية المقدمة لفئة محددة من الزبائن على شكل بطاقات ائتمانية وبخصم خاص، ومن هذه البطاقات بطاقة

¹ يدو محمد، قاشي خالد، إستراتيجية إدارة المخاطر المصرفية الإلكترونية، مداخلة في الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أبريل 2011، ص4.

سوني التي تمكن العميل من استخدامها في أكثر من 20 مليون من أكبر الأماكن، وتشتمل على خدمات مجانية على مدار الساعة برقم خاص.¹

3- النظام المصرفي المباشر مع الزبون:

بدأت مجموعة من المصارف العالمية الكبرى في تطبيق النظم المصرفية المباشرة مع الزبائن من الحاسب الآلي المتواجد في المنزل أو المكتب، ومن خلال هذه الخدمة يستطيع الزبون أن يتمكن من القيام بالعمليات الروتينية مثل تحويل الأموال من حساب إلى آخر.

4- الهاتف المنزلي:

أنشئت هذه الخدمة مع تطور الخدمات المصرفية في العالم، وهذه الخدمة أي الهاتف المصرفي يؤدي إلى تقادي طوابير الزبائن في الاستفسار عن بعض الخدمات المصرفية، وتستمر هذه الخدمة 24 ساعة يوميا، وهناك أشكال لهذه الخدمة ظهرت في بعض الدول:²

في أمريكا بدأت هذه الخدمة مع مصرف ميدلاند، الذي يقوم بتوفير الخدمة تحت اسم الحساب الأول المباشر، حيث يتم الاتصال بالمصرف عن طريق رقم سري خاص، ويمكن الزبون من تحويل الأموال أو الأوامر بالدفع لصالح دائنيه.

في بريطانيا دخلت هذه الخدمة 1985، وكانت تعمل بواسطة شاشة متوفرة لدى العميل في المنزل، حيث يتصل مباشرة مع المصرف، مما تمكنه من معرفة كل المعلومات التي هو في حاجة إليه، أما في 1987، فتتم إضافة خدمة الصوت أي محادثة بين الزبون والمصرف مباشرة، من خلال الحاسب الآلي الخاص بالزبون.

وتعتبر تكلفة العمل المصرفي على الانترنت منخفضة بنسبة كبيرة، مقارنة بالقنوات التقليدية، وهو ما يوضحه الجدول التالي:

¹حسن شحادة الحسين، العمليات المصرفية الإلكترونية، مداخلة في المؤتمر العلمي السنوي منشور على الإنترنت حول الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق، جامعة بيروت العربية، 2002، ص: 206.

²على قابوسة، نفس المرجع السابق، ص4.

الجدول رقم (01): تقدير تكلفة الخدمات عبر قنوات مختلفة

تقدير التكلفة	قناة تقديم الخدمة
295+ وحدة	خدمة عبر فرع المصرف
56+ وحدة	خدمة من خلال مراكز الاتصال الهاتفي
4+ وحدة	خدمة من خلال الانترنت
1+ وحدة	خدمة من خلال الصرافات الآلية

المصدر: عز الدين كامل أمين مصطفى، الصيرفة الإلكترونية، مجلة المصرفي، العدد 26، ديسمبر 2002، البنك المركزي السوداني، الخرطوم، المقالة متاحة على الموقع الإلكتروني:

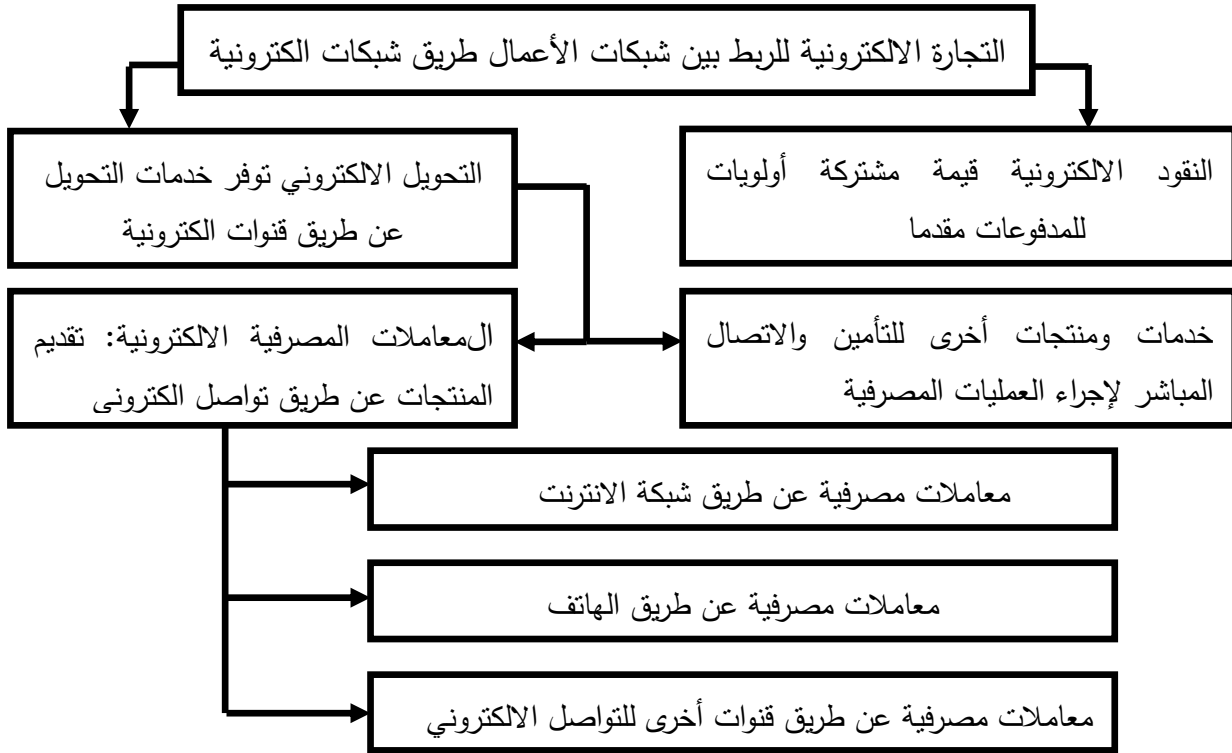
http://www.cbos.gov.sd/arabic/period...masrafi_26.htm

وعموماً تتيح المصارف الإلكترونية مجال أوسع للمتعاملين في اختيار الخدمة المصرفية الإلكترونية، مقارنة بالمصارف التقليدية، ومن ثم فإن تقليل التكلفة وتحسين جودتها هي من عوامل جذب العميل، وهو ما يشير إليه الجدول السابق، حيث أن تكلفة تقديم الخدمة عبر فرع المصرف التقليدي تصل إلى 295 وحدة، في حين تقل عنها إذا قدمت خلال شبكة المعلومات الدولية بأربعة وحدات فقط.

5- المقاصة الإلكترونية:

تأسست خدمات المقاصة الإلكترونية "Banker Automated Clearing Services" عام 1960، ويتم من خلالها تحويل النقود من حسابات العملاء إلى حسابات أشخاص أو هيئات أخرى في أي فرع، ولأي مصرف في دولة أخرى، كدفع المرتبات الشهرية من حساب صاحب العمل إلى حساب الموظفين، أو دفع المعاشات الشهرية من حساب هيئة التأمين والمعاشات إلى المستفيدين، أو دفع التزامات دورية من حساب العميل إلى مصلحة الكهرباء والغاز، كما يتم تسوية المدفوعات المصرفية عن طريق نظام التسوية الإجمالية بالوقت الحقيقي (Real Time Settlement System (RTGS)، ضمن خدمات المقاصة الإلكترونية، ويتيح هذا النظام بطريقة إلكترونية آمنة نقل وتحويل مبالغ مالية من حساب بنكي إلى آخر بسهولة، حيث تتم المدفوعات في نفس اليوم، وبنفس قيمة اليوم دون إلغاء أو تأخير.

الشكل رقم (10) : صور المعاملات المصرفية الإلكترونية



المصدر: علي القابوسة، المصارف الإلكترونية (الفرص والتحديات حالة الجزائر)، مداخلة في المؤتمر العلمي المغاربي الأول حول المعلوماتية والقانون، أكاديمية الدراسات العليا (طرابلس)، ليبيا، الفترة من 28 إلى 29 أكتوبر، 2009، ص 05.

سادسا: مخاطر المصرفية الإلكترونية

في ممارسة المصارف لأعمالها الإلكترونية تواجه مخاطر يترتب عنها خسائر مالية، ويمكن تصنيف هذه المخاطر ضمن مجموعات، تتمثل في:¹

- **المخاطر التقنية:** تحدث هذه المخاطر من احتمال الخسارة الناتجة عن خلل في شمولية النظام، أو من أخطاء العملاء، أو من برنامج إلكتروني غير ملائم للصيرفة والأموال الإلكترونية؛
- **مخاطر الاحتيال:** وتتمثل في تقليد برامج الحواسيب الإلكترونية، أو تزوير معلومات مطابقة للبرامج الإلكترونية، أو تعديل بعض المعلومات بخصوص الأموال الإلكترونية؛

¹ أحمد عبد الخالق، البنوك والتجارة الإلكترونية، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، أعمال المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق بجامعة بيروت العربية، الجزء الثاني، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ص 260.

▪ **مخاطر ناتجة عن سوء عمل النظام الإلكتروني:** قد ينشأ الخطر من سوء استخدام هذا النظام، أو سوء مراقبة البرامج في حد ذاتها؛

▪ **مخاطر قانونية:** تحدث عندما لا يحترم البنك القواعد القانونية والتشريعات المنصوص عليها، أو عندما لا تكون هناك نظم قانونية واضحة ودقيقة بخصوص عمليات مصرفية جديدة، وتبرز أهم التحديات القانونية متمثلة في تحدي قبول القانون للتعاقدات الإلكترونية، حجيتها في الإثبات، أمن المعلومات، وسائل الدفع، التحديات الضريبية، إثبات الشخصية، التوقيع الإلكتروني، أنظمة الدفع النقدي، المال الرقمي أو الإلكتروني، سرية المعلومات، أمن المعلومات من مخاطر إجرام التقنية العالية، خصوصية العميل، المسؤولية عن الأخطاء والمخاطر، حجية المراسلات الإلكترونية، مسائل الملكية الفكرية لبرمجيات وقواعد معلومات البنك أو المستخدمة من موقع البنك أو المرتبطة بها، علاقات وتعاقدات البنك مع الجهات المزودة للتقنية أو المورد لخدماتها أو مع المواقع الحليفة، ومشاريع الاندماج والمشاركة والتعاون المعلوماتية؛¹

▪ **مخاطر فجائية:** مثل هذه المخاطر تؤدي إلى مشاكل في السيولة، وفي سياسة القروض المصرفية، حيث أن فشل المشاركين في نظام نقل الأموال الإلكترونية أو في سوق الأوراق المالية بشكل عام، في تنفيذ التزامات الدفع والتسديد، يؤدي غالبا إلى توتر قدرة مشارك أو مشاركين آخرين للقيام بدورهم في تنفيذ التزاماتهم في موعدها، وهذا ما يؤدي إلى توتر العلاقات وزعزعة الاستقرار المالي في السوق؛

▪ **مخاطر تكنولوجية:** ترتبط المخاطر بالتغيرات التكنولوجية السريعة، حيث أن عدم إلمام موظفي البنوك بالاستخدام الأمثل للتكنولوجيا الحديثة، يؤدي إلى القصور في أداء العمليات الإلكترونية بشكل صحيح.

¹ شول شهرة، مدوخ ماجدة، **الصيرفة الإلكترونية: ماهيتها-مخاطرها- حمايتها**، مداخلة في ملتقى إلى المنظومة المصرفية في الألفية الثالثة: منافسة، مخاطر، تقنيات، جامعة جيجل، الجزائر، يومي 06-07 جوان 2005، ص15.

خلاصة الفصل الأول:

مع مرور الزمن ابتكرت البنوك وسائل دفع متعددة، فظهرت السفتجة التي تعتبر عنصر أساسي في التجارة والسند لأمر والشيكات التي تعتبر أهم هذه الوسائل نظرا للاستعمال الكبير لها، لكن الوتيرة السريعة التي تعتمد عليها المبادلات التجارية كشفت عن نقائص لهذه الوسائل، ولعل أبرزها ارتفاع تكاليف معالجتها، فأصبحت هذه الوسائل التقليدية عبئا ثقيلا على البنوك، لاعتمادها بدرجة كبيرة على الاستخدام الورقي والبشري، واستنزافها للوقت. حققت مزايا لم تتمكن التقليدية من تحقيقها، حيث جردت الوسائل التقليدية من طابعها المادي أو الورقي والاعتماد على الإلكترونيات، وخفضت التكاليف وقللت من معاناة العملاء وأعطت للوقت قيمته.

من أهم ملامح العصر الحديث استخدام الحواسيب الآلية الانترنت والتوسع من الحدود الإقليمية إلى الحدود العالمية، حيث أفرز التطور وسائل دفع الكترونية كبديل عن تلك التقليدية، كما شجع على قيام خدمات مصرفية الكترونية، ووسع الآفاق أمام التجارة الإلكترونية، وفتح المجال لظهور سوق خاص بها، يتضمن شركات عملاقة حققت أرباحا طائلة، وهذا بفعل التخصص في هذه الوسائل حديثة النشأة.

تمهيد الفصل الثاني:

إن التطور المذهل في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في أواخر القرن العشرين ومطلع القرن الحادي والعشرين، أدى إلى تغيير أنماط السلوك الاجتماعي، وصور النشاط الاقتصادي، وأصبحت وسائل الاتصالات قادرة على نقل المعلومات والخدمات والأموال والسلع ليل نهار، شاع مفهوم التجارة الإلكترونية التي تتيح العديد من المزايا، فبالنسبة لرجال الأعمال أصبح من الممكن تجنب مشقة السفر للقاء شركائهم وعملائهم، وأصبح بمقدورهم الحد من الوقت والمال للترويج لبضائعهم وعرضها في الأسواق.

أما بالنسبة للزبائن فليس عليهم التنقل كثيراً للحصول على ما يريدونه، أو الوقوف في طابور طويل، أو حتى استخدام النقود التقليدية، إذ يكفي اقتناء جهاز كمبيوتر، وبرنامج مستعرض للإنترنت، واشتراك بالإنترنت. ولا تقتصر التجارة الإلكترونية (E-Commerce)، كما يظن البعض على عمليات بيع وشراء السلع والخدمات عبر الإنترنت، إذ إن التجارة الإلكترونية- منذ انطلاقتها-، كانت تتضمن دائماً معالجة حركات البيع والشراء وإرسال التحويلات المالية عبر شبكة الإنترنت، ولكن التجارة الإلكترونية في حقيقة الأمر تتطوي على ما هو أكثر من ذلك بكثير، فقد توسعت حتى أصبحت تشمل عمليات بيع وشراء المعلومات نفسها جنباً إلى جنب مع السلع والخدمات، ولا تقف التجارة الإلكترونية عند هذا الحد، إذ إن الآفاق التي تفتحها التجارة الإلكترونية أمام الشركات والمؤسسات والأفراد لا تقف عند حد.

لمعالجة متغير التجارة الإلكترونية ومساهمة وسائل الدفع في تطويرها، قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى

ثلاثة مباحث هي:

المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية.

المبحث الثاني: ممارسة التجارة الإلكترونية.

المبحث الثالث: متطلبات التجارة الإلكترونية.

المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية

يعود ظهور التجارة الإلكترونية إلى ثلاثة عقود مضت من القرن الماضي، تعتمد هذه التجارة على نظام معلوماتي أدواته كلها إلكترونية تتمثل في الحاسب الآلي وملحقاته كشبكة الانترنت، الهاتف والفاكس والتلكس إلى غيرها من التقنيات، التي تلعب دوراً مؤثراً في نشاط التجارة، حتى سداد مقابل الوفاء في هذه التجارة، فإنه يتم بطريقة إلكترونية، وذلك عن طريق التحويلات الإلكترونية للنقود أو التسوق بطاقات الدفع والإئتمان، وتشمل التجارة الإلكترونية كل المعاملات التجارية، من بيع وشراء للسلع والخدمات، وقد اعتبرها المحللين الإقتصاديين بأنها محرك جديد للتنمية الاقتصادية، وذلك كونها وسيلة فعالة وسريعة لإبرام الصفقات والمنتجات والخدمات وترويجها.

المطلب الأول: نشأة وتطور التجارة الإلكترونية

تعد التجارة الإلكترونية من الظواهر الحديثة التي برزت على الساحة العالمية مؤخراً، والتي تمكنت في فترة وجيزة من الانتشار والنمو والتحول إلى أحد أهم معالم الاقتصاد الجديد، وفي حقيقة الأمر يعتبر مصطلح التجارة الإلكترونية من المصطلحات الحديثة جداً في عالم المال والأعمال، ولم يأخذ هذا المصطلح وهذا النوع من النشاط المرتبط به في التواجد والانتشار على نطاق ملموس إلا في عام 1996 وذلك عقب تحويل الإشراف على شبكة الشبكات الإلكترونية المعروفة بالإنترنت من الهيئة القومية للعلوم في الولايات المتحدة إلى القطاع الخاص اعتباراً من أبريل 1995 م.¹

فمنذ ذلك التاريخ صارت الإمكانية متاحة لتقديم الخدمات المالية والتجارية وغيرها من الخدمات وأخذت الشبكة العالمية في التوسع بمعدلات سريعة بعد أن كانت شبكة محدودة من حيث السعة وعدد الحاسبات المتصلة وعدد المستخدمين لها، ومع ذلك ينبغي ملاحظة أن إتمام بعض الأعمال التجارية عبر وسائط إلكترونية ليس أمراً جديداً، حيث مارست البنوك والبورصات وشركات الطيران وغيرها من النشاط منذ وقت ليس بالقصير، وذلك عبر عديد من شبكات الاتصال الخاصة بالإنترنت ولكن الآن أصبح هناك العديد من التطبيقات المعتمدة على الإنترنت. فإلى وقت قريب كان النشاط الغالب على التجارة الاقتصادية هو تبادل الصفقات بين الشركات وبعضها البعض باستخدام الشبكات الخاصة أما الآن فقد توسعت التجارة الاقتصادية

¹ محمد تقوروت، واقع و آفاق التجارة الإلكترونية في الوطن العربي، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية، جامعة الشلف، 2004-2005، ص20.

حتى أصبحت شركة معقدة من الأنشطة التجارية التي لم تتم على نطاق عالمي بين عدد كبير من المشاركين سواء كانوا أشخاصا أو شركات أو هيئات عالمية كما تزايد حجم التجارة الاقتصادية بشكل كبير وحقت معدلات نمو غاية في الارتفاع حتى أصبحت تشكل نسبة يعتد بها من حجم المبادلات سواء المحلية أو الدولية.¹

وقد ظهر مصطلح التجارة الإلكترونية مع انتشار الإنترنت في بداية التسعينات من القرن العشرين، وقد مر التطور التاريخي للتجارة الإلكترونية عبر حقتين زمنيتين أساسيتين نوجزهما فيما يلي:²

1- التجارة الإلكترونية حقبة أولى: وتشير إلى الحقبة الزمنية الممتدة من عام 1995 وحتى عام 2000، وهي التي شهدت نموا متفجرا في التعاملات الإلكترونية والمعتمدة أو الموجهة بالتقنية، حيث كان التركيز منظمات الأعمال منصبا بصف أساسية على نمو العائد من تلك التعاملات، وذلك من خلال تبني استراتيجيات تعتمد على التواجد الإلكتروني الفوري الخاص، في غياب ملموس للتشريعات الحكومية المختلفة والمنظمة للأعمال الإلكترونية.

2- التجارة الإلكترونية حقبة ثانية: وتتمثل في الحقبة الزمنية التي بدأت من عام 2001 وحتى وقتنا هذا، حيث شهدت تحولات في نمط التعاملات، من خلال التوجه بالأعمال، وصار تركيز منظمات الأعمال منصبا على تنمية الأرباح، ومن خلال تبني إستراتيجيات مختلطة، أي تعتمد على التواجد المادي في السوق، والتواجد الإلكتروني على شبكة الإنترنت، في ظل تشريعات حكومية منظمة للأعمال الإلكترونية.

المطلب الثاني: تعريف التجارة الإلكترونية وخصائصها

لقد شهدت شبكة الإنترنت انتشارا هائلا، مما جعل مفهوم التجارة الإلكترونية يشيع ويتوسع ليشمل عمليات أوسع من البيع والشراء، حيث أن الآفاق التي تفتحتها التجارة الإلكترونية أمام الشركات والمؤسسات والأفراد لا تتوقف عند حد معين، والسبب من وراء ازدهارها هو اعتماد تلك المؤسسات على تكنولوجيا متطورة.

الفرع الأول: تعريف التجارة الإلكترونية

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

التعريف الأول: "يتكون تعبير التجارة الإلكترونية من كلمة التجارة (commerce)، التي تعبر عن نشاط اقتصادي يتم من خلاله تداول السلع والخدمات بين المؤسسات والحكومات والأفراد، وتحكمه قواعد ونظم متفق

¹ عمار لوصيف، نفس مرجع السابق، ص15.

² طارق طه، التسويق والتجارة الإلكترونية، الطبعة الثانية، دار المعارف، الإسكندرية، 2005، ص327.

عليها، وكلمة الإلكترونية (électronique)، وهي توصيف مجال أداء النشاط التجاري باستخدام الوسائط والأساليب الإلكترونية، التي من بينها شبكة الانترنت¹.

التعريف الثاني: عرفت المنظمة التجارة العالمية التجارة الإلكترونية بأنها: "عبارة عن عملية إنتاج وترويج وبيع وتوزيع المنتجات من خلال شبكة اتصال"².

التعريف الثالث: "هي تنفيذ وإدارة الأنشطة التجارية المتعلقة بالسلع والخدمات، بواسطة تحويل المعطيات عبر شبكة الانترنت أو الأنظمة التكنولوجية المشابهة"³.

التعريف الرابع: هي مزيج من التكنولوجيا المعاصرة من جهة والخدمات المطلوب تقديمها من جهة أخرى، وذلك من أجل الإسراع بأداء نشاط التبادل التجاري وتأمين آلية مناسبة لتبادل المعلومات في كل من:⁴

- ❖ داخل المؤسسة أي مؤسسة الأعمال المعنية.
- ❖ أو بين مؤسسات الأعمال المختلفة.
- ❖ أو بين المؤسسات الأعمال من جهة والعملاء من جهة أخرى أي أنها عمليات بيع والشراء أو بعبارات أدق هي عمليات إنتاج ترويج وبيع وتوزيع منتجات بواسطة شبكة اتصالات مناسبة.

ويمكن القول إن التعاريف أعلاه، تتفق من حيث المضمون في أن التجارة الإلكترونية هي عملية بيع وشراء السلع والخدمات عبر الانترنت، وهي تتخذ أنماط مختلفة، كعرض البضائع والخدمات عبر الانترنت، التسويق الإلكتروني، تسهيل وتسيير تدفق المعلومات والاتصالات، والتعاون ما بين الشركات، وما بين الأجزاء المختلفة لشركة واحدة، وإجراء عمليات الدفع النقدي بالبطاقات المالية، وغيرها من وسائل الدفع، وقد ألغت التجارة الإلكترونية الحدود والقيود أمام الأسواق التجارية، وبفضلها تحول العالم إلى سوق مفتوح أمام المستهلك، بغض النظر عن الموقع الجغرافي للبائع أو المشتري.⁵

¹ هبايش فوزية، دور التجارة الإلكترونية في تفعيل مناطق التجارة الحرة (حالة منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى)، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص مالية واقتصاد دولي، جامعة حسبية بن بوعلي بالشلف، 2011-2012، ص 17.

² خالد ممدوح إبراهيم، إيرام العقد الإلكتروني، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر، الإسكندرية، 2007، ص 43.

³ محمود حسين الوادي، بلال محمود الوادي، المعرفة والإدارة الإلكترونية وتطبيقاتها المعاصرة، الطبعة الأولى، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 17.

⁴ عامر إبراهيم، التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها، نفس مرجع السابق، ص 30.

⁵ خديجة جمعة الزويني، دور التجارة الإلكترونية في تخفيض التكاليف دراسة تطبيقية في الشركة العامة لتجارة السيارات والمكانن، مجلة الإدارة والاقتصاد العدد السابع والستون، العراق، 2007، ص 51.

التجارة الإلكترونية هي نظام يتيح عبر الإنترنت حركات بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات، ويمكن تشبيه التجارة الإلكترونية بسوق إلكتروني، يتواصل فيه (البائعون، موردون، أو شركات، أو محلات الوسطاء، السماسرة والمشترون)، وتقدم فيه المنتجات والخدمات في صورة افتراضية أو رقمية، كما يدفع ثمنها بالنقود الإلكترونية ويمتد المفهوم الشائع للتجارة الإلكترونية بشكل عام إلى ثلاثة أنواع من الأنشطة:¹

- **الأول:** خدمات ربط أو دخول الإنترنت، وما تتضمنه خدمات الربط من خدمات ذات محتوى تقني، ومثالها الواضح الخدمات المقدمة من مزودي خدمات الإنترنت ISP-internet services providers.
- **الثاني:** التسليم أو التوزيع التقني للخدمات، أي تقديم الخدمات المالية، الاستشارية، والطبية، إضافة لشراء الكتب الإلكترونية والأغاني والأفلام من خلال تحميلها من الإنترنت.
- **الثالث:** استعمال الإنترنت كواسطة أو وسيلة لتوزيع الخدمات وتوزيع البضائع والخدمات المسلمة بطريقة غير تقنية (التسليم مادي عادي).

وتشمل جميع أشكال التعاملات التجارية التي تتم إلكترونياً عبر شبكة المعلومات الدولية، وتشمل التجارة الخارجية والداخلية، ويمكن للتجارة الإلكترونية أن تقوم بوظائف جديدة في عمليات التبادل التجاري، من بينها الإعلان والتسويق والمفاوضات وتسوية المدفوعات والحسابات، وفتح امتيازات والترخيص وإعطاء أوامر بالبيع والشراء والتبادل لبعض السلع والخدمات.²

التجارة الإلكترونية هي صفقات تجارية تنجز من خلال الشبكات المفتوحة، تتم عن طريق وسائط إلكترونية، وهذه الوسائط تتمثل في أدوات متعددة بعضها معروف من قبل واستخدم منذ زمن طويل مثل: التلفون، التلفزيون، الفاكس، وبعضها أكثر حداثة وتطوراً، وعموماً هناك ست أدوات رئيسية تعتمد عليها التجارة الإلكترونية، تتمثل في نظم الدفع والتحويل الإلكتروني، أجهزة الإرسال الإلكتروني، والإنترنت.³

وهي نظام يُتيح عبر الإنترنت حركات بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات، كما يُتيح أيضاً الحركات الإلكترونية التي تدعم توليد العوائد مثل عمليات تعزيز الطلب على تلك السلع والخدمات والمعلومات، حيث إن التجارة الإلكترونية تُتيح عبر الإنترنت عمليات دعم المبيعات وخدمة العملاء. ويمكن تشبيه التجارة الإلكترونية

¹ محمد محمود الخالدي، التكنولوجيا الإلكترونية، دار كنوز المعرفة، عمان، 2006، ص111.

² أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية والعولمة، الطبعة الثانية، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2008، ص33.

³ علي قاسم حسن العبيدي، جاسم عيدان براك المعموري، جليل كاظم مدلول العارضي، اثر استخدام التجارة الإلكترونية في تخفيض التكاليف التسويقية دراسة تطبيقية في شركة زين للاتصالات، مجلة بابل للعلوم الإنسانية، المجلد 19، العدد الأول، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة كربلاء، 2011، ص20.

بسوق إلكتروني يتواصل فيه البائعون (موردون، أو شركات، أو محلات) والوسطاء (السماسرة) والمشترون، وتُقدّم فيه المنتجات والخدمات في صيغة افتراضية أو رقمية، كما يُدفع ثمنها بالنقود الإلكترونية.

وبالتالي يوصف مفهوم التجارة الإلكترونية بأنه مفهوم مشتق، نظرا لأنه يمكن اشتقاق أكثر من تعريف له وفقا للمنظور الذي يتم به تداول تلك الظاهرة الرقمية على النحو التالي:

الجدول رقم (02): مداخل تعريف التجارة الإلكترونية.

التعريف	المنظور
التجارة الإلكترونية وهي تسليم السلع والخدمات والمعلومات وسداد الكتروني بواسطة شبكات الحاسبات الآلية وشبكة الانترنت.	الاتصالات
هي إحدى التطبيقات التقنية الرقمية في مجال التعامل أو التعاملات الأعمال.	الأعمال
التجارة الإلكترونية هي أداة موجهة الإشباع رغبت المنظمات والأفراد والجهات الحكومية في خفض تكلفة الخدمات المقدمة للمستفيدين والإسراع بزمن تقديم الخدمة إليهم وتحسين جودة المنتج.	الخدمة
التجارة الإلكترونية هي أداة توفير وشراء المنتجات وتبادل المعلومات بصورة فورية أو لحظية خلال شبكة الانترنت.	الأداء
التجارة الإلكترونية هي إطار للتعاون المشترك بين المنظمات البائعة والمشتريّة.	التعاون
التجارة الإلكترونية هي ملتقى يجمع العناصر المجتمع للتعلم والتبادل والتعاون فيما بينهم.	المجتمع

المصدر: مداحي محمد، التجارة الإلكترونية وواقع استخدامها على المستوى الدولي والعربي، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر عرض تجارب دولية، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، 26-27 أبريل 2011، ص4.

وتتميز تقنية التجارة الإلكترونية بعدة مميزات وهي¹:

❖ **الوجود الواسع:** أن التجارة الإلكترونية متواجدة في كل مكان وفي كل الأوقات، فيمكن الشخص الشراء والبيع من أي موقع، و24/سا/24 سا.

¹ عدوكة لخضر، دحو بن عبيزة، التجارة الإلكترونية وأثارها على الاقتصاد، مداخلة في الملتقى الدولي العلمي الرابع حول :عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر بالاستفادة من تجارب الدول المتقدمة، المركز الجامعي بخميس مليانة، الجزائر، 27 - 26 أبريل 2011، ص130.

- ❖ **التداول العالمي:** تمكن التجارة الإلكترونية المتعاملين من خلالها، تخطي حدود الدولة الوصول إلى أي مكان بالعالم.
- ❖ **معايير عالمية لشبكة الانترنت:** من خلال هذه المعايير، يتم تعاملات تجارية بشكل موحد بين دول العالم.
- ❖ **موارد معلوماتية غنية:** تزود التجارة الإلكترونية المستهلك بمعلومات كثيرة، بواسطة استخدام الشركات لجميع وسائط التكنولوجيا الرقمية.
- ❖ **التواصل:** تعد التجارة الإلكترونية آلية تواصل ذات فعالية عالية جدا، وسيلة اتصال ذات اتجاهين بين العميل والتاجر.
- ❖ **كثافة المعلومات:** إن شبكة الانترنت جعلت المعلومات بكميات ضخمة، وذات نوعية ممتازة وحديثة، وتتوسع وتتجدد بشكل هائل.
- ❖ **الاستهداف الشخصي:** تمكن التجارة الإلكترونية استهداف فئة معينة من الأفراد، من خلال تعديل الإعلانات عبر الشبكة لتسويق سلعة ما.

الفرع الثاني: خصائص التجارة الإلكترونية

وتتسم التجارة الإلكترونية بالعديد من الخصائص التي تميزها عن التجارة التقليدية، والتي تتمثل في العناصر التالية:

1. الاعتماد الكبير على تكنولوجيا المعلومات، سواء كان بالنسبة للحاسبات الإلكترونية وتطبيقاتها أو الاتصالات على مختلف أنواعها.
2. وسيلة سهلة وبسيطة حيث يمكن استخدامها لكل الأفراد وكل الشركات، بالإضافة إلى السهولة والسرعة للاتصالات عبر الانترنت.¹
3. تساعد التجارة الإلكترونية على إمكانية إتمام الصفقات التجارية، دون حاجة إلى انتقال الطرفين والتفاهم في مكان معين، وإن لم يتم إتمام الصفقة فيكفي أن يتم التعريف بها تعريفا كاملا، وذلك من خلال أجهزة الحاسب الآلي، وبذلك يتوفر الكثير من الجهد والوقت والمال.
4. انخفاض المساحات المخصصة للمكاتب لإدارة العمليات التجارية، نظرا لانحصار التعامل الورقي والاعتماد على الوسائط الإلكترونية والمغناطيسية والضوئية في تخزين وتبادل البيانات.

¹ سراج الدين محمد، التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، المجموعة العربية للنشر والتدريب، 2009، ص23.

5. أن عملية التبادل التجاري الإلكتروني تتم بأعلى درجة من الكفاءة وبأكثر فعالية وبأقل تكلفة ممكنة، كونها تعتمد التبادل الإلكتروني للبيانات (Electronic Data Interchange (EDT)، والمستندات كإرسال الحوالات المالية والقوانين والكمبيالات والنظم المعلوماتية الأخرى.¹
6. الشفافية والوضوح في كافة المعاملات التي تجريها المؤسسة التجارية، مع الأخذ بعين الاعتبار ضرورة استخدام تقنيات المعلومات وإيصالها لكافة المستويات التي تطلبها، وتقديمها وتعريفها للغير أثناء عملية البحث.
7. سرعة وسهولة تنفيذ ومعالجة العمليات التجارية، وهذا بفعل السهولة التي يمكن بها تغيير المستندات الرقمية وتصديرها أو إلغاؤها دون آثار جانبية.²
8. إجراء العمليات التجارية الإلكترونية، مثل طلب السلع والخدمات وإتمام عمليات الشراء والبيع والدعم الفني لما بعد عمليات البيع وخدمات العملاء، إضافة إلى دعم خدمات الاتصالات وإجراء عمليات تدريب الكوادر البشرية والتوظيف.³
9. ارتكاز عمليات الشركة التجارية يتمحور حول كسب العميل، من خلال بناء منظومة تكفل التعامل الذكي معه، لتلبية متطلباته وإشباع رغباته من أجل المحافظة عليه.

المطلب الثالث: التمييز بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية

قصد فهم أفضل وأدق التجارة الإلكترونية، يجب المقارنة بينها وبين التجارة التقليدية، التي لا تستخدم الوسائط الإلكترونية، وهذا يتطلب تحديد معايير للمقارنة بينهما، وبما أن التجارة عموماً تشمل كافة الفعاليات المتعلقة بشراء أو بيع البضائع أو الخدمات، وتتوزع هذه الفعاليات ضمن مجموعة من العناصر، لذا فإن أفضل طريقة للمقارنة بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية، هي تحديد أوجه الاختلافات بينهما من خلال العناصر التالية:

- 1- **التسويق:** وهو الفعاليات المتعلقة بالوصول إلى الزبائن الفعليين والمحتملين، لتزويدهم بالمعلومات عن الشركة والعلامة التجارية والمنتجات أو الخدمات.

¹ إبراهيم محمد درويش، المعالجة الضريبية للصفقات الإلكترونية، بحث مقدم إلى مؤتمر المناخ المالي والاستثماري، كلية الاقتصاد للعلوم الإدارية، جامعة اليرموك، أربد، الأردن، 31 تشرين 2002، ص 6.

² علاء عبد الرزاق محمد السالمي، حسين علاء عبد الرزاق السالمي، شيكات الإدارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر عمان، 2005، ص 231.

³ محمد إبراهيم عبد الرحيم، الاقتصاد الصناعي والتجارة الإلكترونية، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2007، ص 152.

2- المبيعات: وهي الفعاليات المتعلقة بمعاملة المبيعات الفعلية، بما في ذلك المعاملة نفسها، أي عملية التبادل وجعل الخدمة أو السلعة في متناول المشتري.

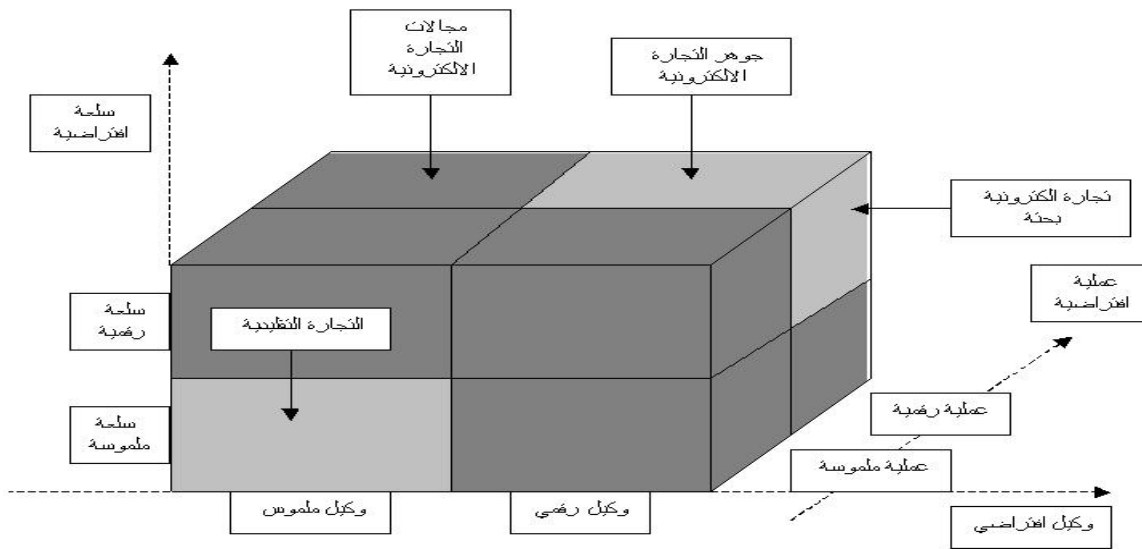
3- الدفع: وهو الفعاليات والإجراءات المتعلقة بتنفيذ المشتري لالتزاماته في عملية البيع، وهبتم ذلك بطريقة تقليدية أم إلكترونية.

4- تلبية الطلبات: وهي الفعاليات المتعلقة بتنفيذ البائع لالتزاماته في عملية البيع، من خلال إرسال البضاعة أو توفير الخدمة في الوقت والمكان المتفق عيه.

5- خدمة العميل: وهي فعاليات المتابعة بعد تلبية الطلبات، من أجل حل المشاكل والتساؤلات، وتتعلق أيضاً بعملية دعم ما قبل البيع، والتساؤلات العامة وغير ذلك.

إن أي سلعة إما أن تكون ملموسة أو رقمية، وأي وكيل إما أن يكون ملموس أو رقمي، وأي عملية إما تكون ملموسة أو رقمية، وبناء على ذلك، لدينا شكل مكعب يحوي 8 مكعبات مقسومة ما بين الأجزاء الثلاثة.

الشكل رقم(11): الفرق بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية.



المصدر: حامدي محمد، واقع التجارة الإلكترونية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2008-2009، ص 90-93 .

من خلال الشكل السابق، يتبين لنا أن التجارة تكون على ثلاثة أشكال متباينة هي¹ : تجارة تقليدية بحتة، تجارة إلكترونية بحتة، وتجارة إلكترونية جزئية، وعندما يكون الوكيل ملموس، والسلعة ملموسة، والعملية ملموسة، فإن نوع التجارة سيكون التجارة التقليدية البحتة، وعندما يكون الوكيل رقمي، والسلعة رقمية، والعملية رقمية، فإن نوع التجارة سيكون التجارة الإلكترونية البحتة، وإذا كان أحد العوامل الثلاثة فقط رقمي، والبقية ملموسة، فإنه سيكون هناك مزيج ما بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية، ونطلق على هذا المزيج التجارة الإلكترونية الجزئية.²

من التحليل السابق نستنتج أن هناك الفرق بين التجارة الإلكترونية والتجارة التقليدية، كما نستطيع القول بأنهما لا يختلفان في العناصر المتعلقة بشراء أو بيع السلع والخدمات، ولكن يختلفان في كيفية تنفيذ تلك العناصر، فكلنا يعمل بالتجارة التقليدية، التجارة التي يتداولها كل فرد أو تاجر أو هيئة أو شركة أو مؤسسة في حياتنا اليومية، وكلنا يعلم بأن التجارة التقليدية متعبة ومرهقة ومكلفة، فمصاريها كثيرة كالإيجار الديكورات مصاريف الماء الكهرباء والنظافة ومكاتب وأوراق، ورواتب الموظفين والمصاريف الإدارية، ومصاريف التسويق الباهظة، والذي عادة ما يكون تسويق محلي، أي على مستوى المدينة التي تتواجد فيها المؤسسة أو على مستوى الدولة، أما التجارة الإلكترونية فتتبع أسلوباً غير تقليدي في الوصول إلى الزبائن، غير أن طريقة ونوع التسويق فيها يكون على المستوى العالمي، وهي أيضاً تحقق عائدات ضخمة، يقابلها انخفاض في تكاليف مقارنة بالتجارة التقليدية، فالتجارة الإلكترونية تتم من خلال سوق لربط الزبائن بالتجارة، يتمثل في شبكة الإنترنت، كما يمكن للشركات من خلال التجارة الإلكترونية، القيام بإدارة أفضل لعمليات الشراء والتوريد والبيع والنقل والتأمين، والدفع غالباً ما يكون إلكترونياً، عبر بطاقات الائتمان والتحويل البنكي والشبكات الإلكترونية.

المطلب الرابع: أهمية التجارة الإلكترونية ومستوياتها

إن من أبرز المؤشرات على تزايد أهمية التجارة الإلكترونية، ما شهدته السنوات الماضية من زيادة مضطردة في حجم ومعدلات نموها، حيث وقد مكنت شبكة الإنترنت الأفراد والمؤسسات الكبيرة والصغيرة على

¹ بسام نور، **التجارة الإلكترونية كيف، متى وأين؟** الموسوعة العربية للكمبيوتر، قسم الدورات التعليمية، متاح على الموقع: www.C4arab.com، تاريخ الزيارة: 20/03/2017، الساعة 12:22.

² نيب ناصيف، **التجارة الإلكترونية بين النظرية والتطبيق**، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الثاني لكلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة العلوم التطبيقية، عمان، الأردن، في الفترة 26-27 أبريل 2006، ص6.

حد سواء، من الاستفادة من تقنيات التجارة الإلكترونية وممارستها بمستويات مختلفة.¹

الفرع الاول: أهمية التجارة الإلكترونية

رغم حداثة التجارة الإلكترونية، إلا أنها عرفت نموا هائلا ومتسارعا في الدول المتقدمة، كما أنها صارت تغطي كل أصناف السلع والخدمات، ويعود ذلك لما تتوفر عليه من مزايا، من أهمها:

❖ **إيجاد وسيلة للتجارة توافق عصر المعلومات:** تمكنت التجارة الإلكترونية من خلق أنماط مستحدثة في هذا المجال، وذلك في وجود حاجة ملحة إلى توافق الأنماط التجارية مع سمات هذا العصر وسلوكياته، وتبعاً لذلك حدث تغيير شامل في طريقة أداء الخدمة وعرض المنتج وتحقيق العرض الشامل لخيارات التسوق.

❖ **الدخول إلى الأسواق العالمية وتحقيق عائد أعلى من الأنشطة التقليدية:** تلغي الصفة العالمية للتجارة الإلكترونية الحدود والقيود أمام دخول الأسواق التجارية، وتحول العالم إلى سوق مفتوح أمام المستهلك بغض النظر عن الموقع الجغرافي للبائع أو المشتري، وإذا كانت اتفاقيات التجارة الدولية (جات، جاتس، تريس)، تسعى إلى تحرير التجارة في البضائع والخدمات، فإن التجارة الإلكترونية بطبيعتها تحقق هذا الهدف دون الحاجة إلى مفاوضات، ومن هذا المنطلق فإن التجارة الإلكترونية تستدعي جهداً دولياً جماعياً لتنظيمها ابتداءً، لأنها بطبيعتها لا تعترف بالحدود والقيود القائمة وتتطلب عدم تقييدها بأية قيود.²

❖ **تطوير الأداء التجاري والخدمي:** تتطلب التجارة الإلكترونية بنية تحتية تقنية، واستراتيجيات إدارة مالية وتسويقية، وإدارة علاقات واتصال بالآخرين، تتيح الفرصة لتطوير أداء المؤسسات في مختلف الميادين، وهي تقدم خدمة كبرى للمؤسسات في ميدان تقييم واقعها وكفاءة موظفيها، وسلامة وفعاليتها بنيتهما التحتية، وبرامج التأهيل الإداري.

❖ **تلبية خيارات المشتري ببسر وسهولة:** تُمكن التجارة الإلكترونية الشركات من تفهم احتياجات عملائها، وإتاحة خيارات التسوق أمامهم بشكل واسع، وهذا بذاته يحقق نسبة إرضاء عالية لدى الزبائن، لا تتحده وسائل التجارة التقليدية، فالمشتري على إطلاع تام بالأصناف والأسعار والمزايا لكافة الأصناف.

❖

¹ صغير موح مريم، سردون مهدي، إشكالية الاعتراف بالإيرادات في المحاسبة الدولية في ظل التجارة الإلكترونية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية التجارة الإلكترونية في الجزائر، معهد العلوم الاقتصادية والتسيير، المركز الجامعي خميس مليانة، 26-27 أبريل 2011، ص - ص 6-7.

² ممي الزهراني، التجارة الإلكترونية وأثرها على الحصيلة الجمركية لواردات جمهورية مصر العربية ودول أخرى، بحث مقدم كجزء من متطلبات الحصول على درجة البكالوريوس في الاقتصاد، جامعة الملك سعود، السعودية، 2013، ص 11.

❖ **توفر في النفقات الإدارية ونفقات الاتصال وغيرها:** حيث تعتبر بديلاً عن تخصيص جزء كبير من رأس المال في إقامة علاقات مستمرة بين البائعين والمشتريين، كما أنها تسمح بإتمام عملية التوزيع رأساً للمستهلك وترشيد القرارات التي يتخذها كل من البائعين والمشتريين، بما تتميز به من تدفق المعلومات بينهم في الوقت المناسب وبطريقة منسقة ودقيقة، مما يسمح بسهولة المقارنة بين المنتجات سواء من ناحية الأسعار أو الجودة أو طريق الدفع.

❖ **سهولة إجراء عمليات البيع والشراء بشكل مرن وسريع:** فبمجرد الدخول على موقع الويب للبائع يمكن من خلال النقر على البضاعة، وتحويل قيمتها إلكترونياً، تتم الصفقة بشكل سريع.¹

❖ **وسيلة فعالة للقيام بعقد الصفقات بين المتعاملين عن طريق الاتصال الإلكتروني المباشر:** وبذلك فهي تستغني عن المستندات الورقية، وما تستلزمه من نفقات، كما أنها توفر نفقات الإدارية وغيرها، حيث تبلغ نسبة الوفرة في ذلك ما لا يقل عن 80%.²

❖ **خفض قيمة إنشاء وتداول وتوزيع وتخزين الوثائق:** وهذا نظراً لعدم الحاجة إلى المكاتبات والمراسلات والأعمال الورقية.

❖ **خفض تكلفة الاحتفاظ بالمخزون وتكاليف التخزين:** وهذا لأن المنتج يمكن توفيره عند وصول الطلب، وحتى كميات المخزون تكون في أدنى مستوى لها.

❖ **تخفيض المصاريف وتوفير الجهد:** وهذا لعدم الحاجة للانتقال أو تلاقي الأطراف، مما يؤدي لخفض الأسعار، مما ينعكس إيجاباً على الكميات المباعة والأرباح.³

❖ **التسوق عبر شبكة الانترنت في أي وقت من اليوم، وعلى مدار العام تقريباً، وفي أي مكان في العالم.**

❖ **سهولة الاتصال ونقل البيانات والمعلومات بشكل سهل، باعتبار أن الموقع التجاري على الأنترنت هو في نفس الوقت مكاناً لعرض السلع ولتقديم الطلبات والشروط.**

❖ **أعطت التجارة الإلكترونية للمستهلك الفرصة للمشاركة في المزادات، والحصول على منتجات والخدمات بأقل الأسعار، حيث حولت عالمه من العالم المحلي المحصور إلى عالم أوسع بكل خياراته.**

¹ محمد محمود إبراهيم، نفس المرجع السابق، ص 155.

² على فلاق، محمد بولصنام، آثار التجارة الإلكترونية على الاقتصاد، مداخلة في الملتقى العلمي الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية، خميس مليانة، 13-14 مارس 2012، ص 4.

³ عبد الرزاق عمر جاجان الزايد، قانون التجارة الإلكترونية، منشورات جامعة الملك عبد العزيز، السعودية، 2010، ص 10.

الفرع الثاني: مستويات التجارة الإلكترونية

تتعدد مستويات التجارة الإلكترونية، طبقاً لدرجة تنفيذ الأنشطة الفرعية المرتبطة بأداء المعاملات التجارية، وهناك مستويين أساسيين للتجارة الإلكترونية هما:¹

1. المستوى البسيط: وهي المعاملات البسيطة العادية التي تتم بين أطرافها، ويشمل الترويج والدعاية للسلع والمنتجات والخدمات، وهذا قبل البيع، كما تشمل أيضاً التوزيع الإلكتروني للبضائع والسلع الغير مادية، بالإضافة إلى تبادل الأعمال والتحويلات البسيطة.

2. المستوى المتقدم: يتضمن هذا المستوى من التجارة، استخدام الوسائل الرقمية أو الإلكترونية في الدفع، بالإضافة إلى توزيع السلع على المستوى الدولي.

المبحث الثاني: ممارسة التجارة الإلكترونية

تعتمد التجارة الإلكترونية على وسائل متعددة، بعضها كان معروفاً من قبل واستخدم منذ زمن، مثل التلفون والتلفزيون والفاكس، وبعضها أكثر حداثة وتطوراً مثل أجهزة الحاسب الآلي، والشبائك الإلكترونية وشبكة الإنترنت، وكل هذه الأدوات الحديثة ظهرت بفضل الثورة التكنولوجية الهائلة التي حدثت في السنوات الأخيرة، فبفضل هذه الأدوات المتعددة، أصبحت توجد معاملات تجارية متطورة وحديثة.

المطلب الأول: أركان التجارة الإلكترونية ومجالاتها

إن فهم التطبيق العملي للتجارة الإلكترونية، يتطلب التطرق إلى العناصر المطلوبة لممارسة التجارة الإلكترونية، وكذا مختلف أنواع السلع والخدمات التي تداولها في هذا النوع من التجارة.

الفرع الأول: أركان التجارة الإلكترونية

إن التجارة الإلكترونية هي من العقود التجارية، التي لا يمكن أن تتم إلا بوجود أركان للعقد، وهي تصنف عادة إلى ثلاث عناصر هي:

أولاً - طرفا العقد (المتعاقدان)

تتطلب التجارة الإلكترونية لقيامها، مثلها مثل التجارة التقليدية، طرفين للتبادل هما:

1. الطرف الأول (البائع): وهو المأذون له في التصرف بالسلعة بصفة أصلية أو عن طريق الوكالة، حيث يقوم بعرض السلع ومواصفاتها على موقعه الإلكتروني، مع بيان السعر المطلوب لهذه السلعة، ويتم إبرام العقد

¹ كمال رزيق، فطوم معمر، بدر الدين الطالب، التجارة الإلكترونية كمحرك للاقتصاد الافتراضي، مداخلة في الملتقى العلمي الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على اقتصاديات الدولية، جامعة البلدة، الجزائر، 13-14 مارس 2012، ص12.

الإلكتروني بدون التواجد المادي لأطرافه، فالسمة الأساسية للتعاقد الإلكتروني، أنه يتم بين عاقدين لا يجمعهما مجلس عقد حقيقي، حيث يتم التعاقد عن بعد بوسائل اتصال تكنولوجية.¹

2. الطرف الثاني (المشتري): وهو من يؤول إليه تمليك السلعة، وهو عبارة عن الطرف الثاني في التجارة الإلكترونية، حيث يقوم بالتجوال في المواقع لاختيار السلعة التي يرغب في الحصول عليها.

ثانياً: صيغة العقد (الرضا)

يشكل الرضا أصلاً من أصول التعاقد، وهو أمر خفي ليس بالإمكان الاطلاع عليه، ولكن بمجرد عرض السلعة على الموقع الإلكتروني من طرف البائع، ودخول المشتري على الموقع وتسجيله طلب السلعة، يكون ذلك دليلاً قوياً قيام الصفقة، ولا يبقى إلا الدفع إلكترونياً، وانتظار إرسال السلعة.

إن عدم التقابل وجهاً لوجه عند إبرام العقد أو الصفقة، وعدم رؤية السلعة ومعاينتها، يؤثر سلباً على ركن التراضي في العقد، كما يقضي على فرصة بناء علاقات إنسانية قوية بين الطرفين، كما يفتح أبواب الشك والتلاعب.

ثالثاً: محل العقد (السلعة أو الخدمة)

وهي ما يقع عليه التبادل في التجارة الإلكترونية، وهي قائمة طويلة من السلع والخدمات، مما يجعلنا نتناولها بشيء من التفصيل في الفرع التالي:

الفرع الثاني: مجالات التجارة الإلكترونية

لقد توسعت مجالات التجارة الإلكترونية حتى غطت كل البضائع والخدمات بمختلف أنواعها، حتى أنه لا ينبادر شيء في الذهن، إلا ويوجد على مواقع التجارة الإلكترونية.

1. بيع البضائع: وهي تشمل بيع جميع السلع، وعروض التجارة، من كتب وسيارات وغيرها، حيث يتم البحث عن السلعة المراد شرائها، ومعرفة سعرها، ويتم تداول هذا السلعة عبر شبكة الانترنت دون تأثير للحدود الجغرافية عليه، وتتم عملية الدفع بطريقة الكترونية، ويتم التسليم بالطرق التقليدية.

2. بيع الخدمات: وهي تشمل ما يلي:

أ. التصميمات الهندسية: حيث من الممكن الاشتراك في تصميم منتج جديد بدون التواجد في المكان نفسه من خلال مجموعة عمل، مثل قيام شركة فورد للسيارات بتكوين فريق عمل لتصميم محرك جديد، يعمل أعضائه في عدة مواقع جغرافية مختلفة.

¹ خالد ممدوح إبراهيم، المرجع السابق، ص53.

ب. توزيع البرامج: تقدم التجارة الإلكترونية خدمة توزيع البرامج، والصور، والأفلام، والشرائط، حيث تتم عملية الدفع والتسليم الكترونياً، ويمكن شراء برنامج جاهز من شركة ميكروسوفت وتحميله مباشرة على جهاز الحاسب للتعديل، كما يمكن شراء فيلم الحاصل على جائزة الأوسكار أو شراء مجلة أو جريدة أو كارت أو صورة أو معلومة.¹

3. سداد الالتزامات المادية: لا تعتبر الأعمال المصرفية عبر الإنترنت نوعاً من التجارة الإلكترونية بحد ذاتها، لكنها خدمة ملازمة لهذا النوع من التجارة، لكي تصبح العملية متكاملة، لهذا سمح بإجراء التعاملات المالية من دفع أثمان السلع عن طريق الدفع الإلكتروني، كالشيكات الإلكترونية، أو بطاقات الصرف البنكي، فهي عملية رئيسية لتأمين إجراءات التجارة الإلكترونية، وتقوم البنوك بتقديم الخدمة الإلكترونية، والتي تشمل الاستعلام عن الحساب، ومتابعة أسعار السلع، وكذلك تسديد الالتزامات، مثل فاتورة الهاتف، والضرائب، وكذلك دفع أثمان السلع عن طريق الشيكات الإلكترونية، أو بطاقات الصرف البنكي.²

4. المعلومات عن السلع والخدمات والبضائع: توفر التجارة الإلكترونية لزوار المواقع الإلكترونية المختلفة المعلومات الكافية عن السلع والخدمات، حيث يستطيع الزائر التعرف على السلعة، من خلال كتالوج يتضمن جميع البيانات، والمعلومات الدقيقة بكل التفاصيل الخاصة باسم وبلد المنتج، ووصف السلعة، ونوعها، مع بيان كيفية استخدامها، وسعرها، ونسب الخصم، ومصارييف النقل، والشحن ورسوم الجمرک، والتأمين، وطرق التسليم، وكيفية تسوية المعاملة المالية.

المطلب الثاني: أطراف التجارة الإلكترونية

هناك العديد من الأطراف والمستخدمين للتجارة الإلكترونية عند تطبيقها، متمثلة بشكل تعاملات ومن أهم تلك التعاملات هي ما يلي:

1. التعاملات بين وحدة أعمال (شركة) ووحدة أعمال أخرى (BUSINESS TO BUSINESS B2B):

يتم هذا النوع من التعاملات ما بين وحدات الأعمال (الشركات) بعضها البعض، إذ تقوم إحدى الشركات باستخدام تكنولوجيا المعلومات وشبكات الاتصال، للحصول على طلبات الشراء من المجهزين من الشركات الأخرى، والقيام بعملية الدفع، ويعد هذا النوع من التعاملات من أقدم أنواع التعاملات وأكثرها شيوعاً.³

¹ عصام الدين أمين أبو عقلة، التسويق المفاهيم الاستراتيجية، مؤسسة حورس الدولية، الإسكندرية، 2002، ص 32.

² عبد المنعم راضي، فرج عزت، اقتصاديات النقود والبنوك، البيان للطباعة والنشر، الإسكندرية، 2001، ص 32.

³ عكاب احمد محمد العبادي، الضريبة على الدخل الناجم عن التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 32.

2. **التعاملات بين وحدة أعمال (شركة) والزبائن (BUSINESS TO CUSTOMER B2C):**

يتم هذا النوع من التعاملات بين العميل لشراء منتجات والخدمات عن طريق الويب، من خلال مراكز التسوق على انترنت، وهي تقدم كافة أنواع السلع والخدمات، ويستخدم هذا الشكل من قبل المؤسسة التجارية للوصول إلى أسواق جديدة.¹

3. **التعاملات بين الأجهزة الحكومية ووحدة الأعمال (GOVERNMENT TO BUSINESS G2B):**

ينال هذا النوع من التجارة تركيزاً واهتماماً متزايداً من قبل مختلف الحكومات، حيث يحرص الكثير منها إجراء تطوير وتحديث في أداء الدوائر الأعمال المختلفة التابعة لها، وذلك بازدياد الاعتماد على الوسائل الإلكترونية في الحصول على السلع والخدمات، التي تنتجها أو تقدمها دوائر قطاعات الأعمال في إطار ما يعرف بالحكومة الإلكترونية.²

4. **التعاملات بين الأجهزة الحكومية مع بعضها (GOVERNMENT TO GOVERNMENT)**

(G2G):

هذا النوع من التعاملات تبادل البيانات والمعلومات ما بين الأجهزة الحكومية بعضها البعض، والتنسيق فيما بينها، وتشمل أيضاً الجانب التجاري من خلال قيام بعض الأجهزة الحكومية بعرض موجوداتها للبيع إلى أجهزة حكومية أخرى عن طريق التجارة الإلكترونية.³

5. **التعاملات بين وحدة الأعمال (شركة) وأجهزة حكومية (BUSINESS TO GOVERNMENT)**

(B2G):

ويتضمن هذا النوع من التعاملات قيام الشركات باستعراض تفاصيل أعمالها والموارد المستخدمة ومخرجاتها والموازنة النقدية لها إلكترونياً، لتسهيل الاطلاع عليها من قبل الأجهزة الحكومية مثل هيئة الضرائب أو قيام الشركات ببيع أو تقديم الخدمات إلى الأجهزة الحكومية، كما تستخدم الحكومة الانترنت في إرسال المعلومات إلى الشركات واستقبالها منهم، كالمعلومات الخاصة بالضرائب والجمارك والأوضاع النقدية وغيرها.⁴

¹ Francis Merlin, **B2B stratégie de communication**, deuxième tirage, Edition d organisation, paris France, 2001, p25.

² أحمد عبد الخالق، نفس مرجع السابق، ص 44.

³ علي قاسم حسن العبيدي، جاسم عيدان براك المعموري، جليل كاظم مدلول العارضي، **إثر استخدام التجارة الإلكترونية في تخفيض التكاليف التسويقية دراسة تطبيقية في شركة زين للاتصالات**، مجلة جامعة بابل، العلوم الإنسانية، المجلد 19، العدد الاول، 2011، ص5.

⁴ بن غزال أمال، **دور التجارة الإلكترونية في تحسين تنافسية المؤسسة دراسة حالة مؤسسة صناعة الكوابل - فرع جنرال كابل - بسكرة**، مذكرة كجزء من متطلبات الحصول على شهادة الماستر في العلوم التجارية، التجارة الدولية، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة 2012 - 2013، ص9.

6. التعاملات بين الزبائن مع بعضهم (CUSTOMER TO CUSTOMER C2C):

يتم هذا النوع من التعاملات عندما يقوم أحد الأفراد ببيع سلعة أو تقديم خدمة إلى أفراد آخرين، ومن الأمثلة على ذلك عندما يقوم شخص معين بوضع إعلانات في موقعة على الانترنت من أجل بيع الأغراض الشخصية أو تقديم الخبرات، وكذلك المزادات التي توضع على الانترنت.

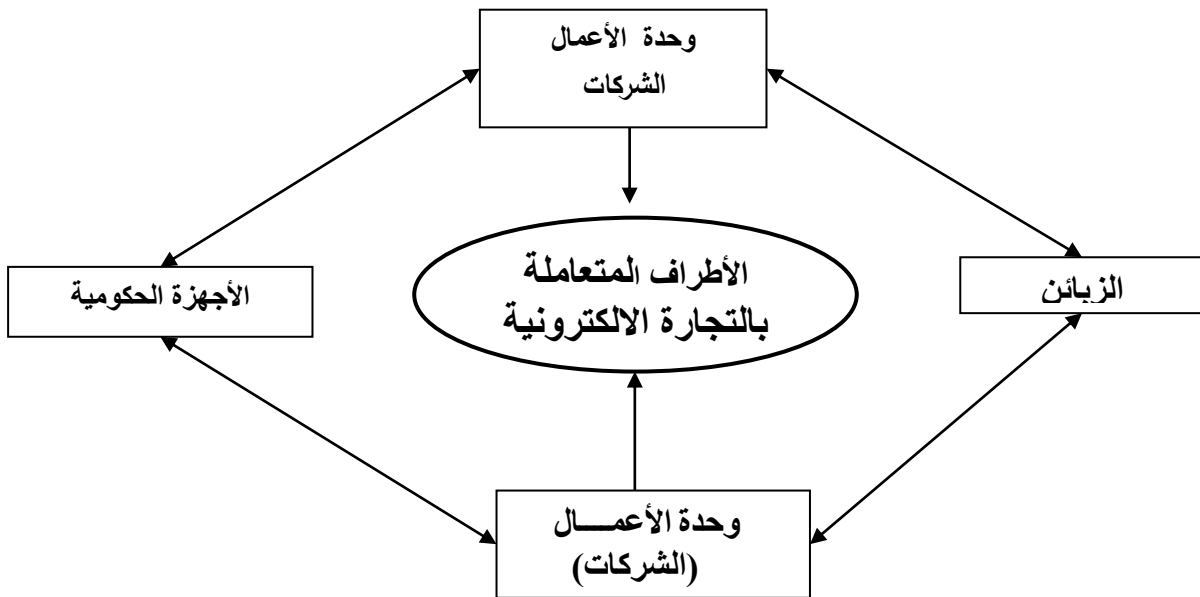
7. التعاملات بين الزبائن ووحدة الأعمال (الشركات) (CUSTOMER TO BUSINESS C2B):

يتضمن هذا النوع من التعاملات الأفراد الذين يبيعون المنتجات والخدمات للشركات، خاصة بعد أن أتاحت الإنترنت للأفراد ممارسة الأعمال التجارية الإلكترونية، كأن يقوم فرد بتصوير حادثة وإرسالها بشكل فوري لصحيفة أو محطة تلفزيونية.

8. التعاملات بين الزبائن والأجهزة الحكومية (CUSTOMER TO GOVERNMENT C2G):

بدأ هذا النوع من التعاملات يتوسع ويتطور في الفترة الأخيرة، ويتضمن هذا النوع أنشطة عديدة مثل دفع الضرائب من قبل الأفراد ورسوم المعاملات الكترونياً، دون ان يقوم الزبون بمراجعة الدوائر الحكومية الخاصة بذلك.¹

الشكل رقم (12): أهم الأطراف المتعاملة بالتجارة الإلكترونية



المصدر: علي قاسم حسن العبيدي، جاسم عيدان براك المعموري، جليل كاظم مدلول العارضي، إثر استخدام التجارة الإلكترونية في تخفيض التكاليف التسويقية دراسة تطبيقية في شركة زين للاتصالات، مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية، المجلد 19، العدد الأول، العراق، 2011، ص6.

¹فضيل راجح، التجارة الإلكترونية (المفاهيم الأشكال والمزايا)، مداخلة في الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أبريل 2011، ص10.

المطلب الثالث: التحول نحو التجارة الإلكترونية

كي تتمكن المؤسسات من التحول لممارسة التجارة الإلكترونية، هنالك عدة مراحل يجب أن تمر بها، وهي كالتالي:

1. مرحلة الاولى: استخدام البريد الإلكتروني

تقوم مؤسسات الأعمال بالدخول إلى عالم التجارة الإلكترونية في بادئ الأمر من خلال مفهومه الأولي، وذلك بالحصول على عنوان بريد إلكتروني خاص بها، فهناك العديد من المواقع الرئيسية على شبكة الأنترنت، التي تتيح عناوين البريد الإلكتروني مجانا، وبهذا لا تتكلف المؤسسة أي أعباء مالية، وبعد إنشاء عنوان إلكتروني للمؤسسة، تقوم باستخدامه للبريد الإلكتروني في مراسلتها ومراسلات العاملين بها، أو إرسال رسائل إلى شركات أخرى.¹

2. مرحلة الثانية: الإشتراك في الأنترنت

إن قيام الشركة باستخدام البريد الإلكتروني بكفاءة ويسر، يتطلب منها ضرورة وجود خط الأنترنت بالشركة، ويتم ذلك بناء على التوسع في التعاملات من خلال البريد الإلكتروني، بصورة تحد معها الشركة أهمية وضرورة أن يكون خط الأنترنت داخلها ومع دخول الأنترنت إلى الشركة، وتساعد على انتشار استخدام الأنترنت الذي يعتبر القناة الإلكترونية أو السوق الإلكتروني، الذي من خلاله تتم المعاملات والمبادلات التجارية²، وتبدأ أولى خطوات الاستخدام الفعلي لمبادئ التجارة الإلكترونية، حيث تتحول الشركة تباعا في مراسلاتها إلى البريد الإلكتروني، وتحقق وفرا كبيرا في التكلفة مع انفتاح كبير على العالم، الذي يتم التراسل معه والتحول إلى أساليب التراسل المتوازي التي أشرنا إليه سابقا.

3. مرحلة الثالثة: إنشاء صفحات معلومات عن الشركة على الشبكة

هذه المرحلة تعني التواجد الفعلي للشركة من خلال إنشاء صفحات بسيطة للمعلومات، عن الشركة على شبكة الأنترنت، وذلك عن طريق العاملين في الشركة المخصصين لهذا العمل، أو من خلال شركات متخصصة في إنشاء الصفحات على شبكة الأنترنت.

4. مرحلة الرابعة: إنشاء مقر معلومات للشركة على الأنترنت

¹ أحمد عبد الله العوضي، العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد السادس، جامعة قسنطينة2، الجزائر، 2010، ص 175.

² هبايش فوزية، نفس المرجع السابق، ص31.

إن نمو استخدام الأنترنت في المؤسسة، يدفعها إلى التفكير في الصعود إلى مستوى أعلى في الإستخدام، وذلك بإنشاء مقر للمعلومات للشركة على شبكة الأنترنت، مما يحقق التفاعل بين الشركة وعملائها واستخدام نظام فعالن يساهم في جعل المعلومات قادرة على إشباع حاجات المستخدمين، بأكبر قدر ممكن والحصول على الميزات التنافسية.¹

5. مرحلة الخامسة: إنشاء مقر معلومات للشركة للتجارة الإلكترونية

إن مقر معلومات التجارة الإلكترونية للشركة، يمكنها من إجراء كافة العمليات التجارية مع عملائها على مستويات مختلفة، وذلك بتضمين المقر بكتالوجات وقوائم الأصناف والأسعار، ونماذج طلبيات الشراء، وأساليب السداد والتحويلات المالية، وكل هذا يقتضي إضافة مكونات الأمن والحماية، وأيضا الإرتباط المالي لأسلوب السداد.²

6. مرحلة السادسة: مقر التجارة الإلكترونية للشركة

من خلال ربط مقر المعلومات بالنظم الداخلية للمؤسسة، وتحقيق الإرتباط الكامل بين الشركة وعملائها على مستوى نظم المعلومات الداخلية، يتحقق تكامل كافة عمليات التجارة الإلكترونية.

المطلب الرابع: مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية

نتناول في هذا المطلب إيجابيات وسلبيات ممارسة التجارة الإلكترونية، أي الفرص التي تمنحها لمتعاملينا، والمخاطر التي قد يتعرضون لها، عند ممارسة التجارة الإلكترونية.

أولاً: مزايا التجارة الإلكترونية

رغم حداثة التجارة الإلكترونية، فإنها عرفت ومازلت تعرف توسعا وانتشارا كبيرا، وهذا لما تتوفر عليها من مزايا، تجعل الأعمال التجارية أكثر سهولة، ومن هذه المزايا:³

1. إيجاد أنماط الحديثة حديثة للأعمال الإلكترونية: إن التأثير التجارة الإلكترونية على عوالم التجارة، لم ينحصر بزيادة الدخل من الأنشطة التجارية، بل امتد إلى إيجاد أنماط مستحدثة من وسائل إدارة النشاط التجاري، كالبيع بالوسائل الإلكترونية والتجارة بين قطاعات العالمية، وكلا المادتين أمكن إحداث التغيير شامل في الطريقة أداء الخدمة وعرض المنتج، وتحقيق العرض الشامل لحيازة التسويق.

¹ سلوى محمد الشرفا، دور إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات في تحقيق المزايا التنافسية في المصارف العاملة في قطاع غزة، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال، الجامعة الإسلامية، غزة 2008، ص 64.

² أحمد عبد الله العوضي، نفس مرجع السابق، ص 175.

³ محمود حسين الوادي، بلال محمود الوادي، نفس مرجع السابق، ص 21-22.

2. زيادة أسواق التجارة: إن الصفة العالمية للتجارة الإلكترونية ألغت الحدود والقيود أمام الدخول الأسواق التجارية، وبعضها تحول إلى عالم سوق مفتوح أمام المستهلك بغض النظر عن الواقع الجغرافي.
3. تطوير معايير المنافسة الايجابية: إن التجارة الإلكترونية سوق منافس حقيقي القادر على تقديم الخدمة الأمثل، وعرض المنتج الأجود بالسعر الأفضل لان خيارات السوق مفتوحة أمام المستهلك وسهلة المنال.
4. إتاحة الخيارات التسويق الشامل: تمكن التجارة الإلكترونية المؤسسات من تفهم احتياجات عملائها، وإتاحة خيارات التسويق أمامها بشكل واسع، وهذا بذاته يحقق نسبة رضاء عالية لدى.
5. تعزيز اللجوء لتقنيات الدفع تدعيم جهود التعامل السليم مع تقنيات الأعمال المالية والمصرفية: إن البنوك والمؤسسات المالية، اتجهت منذ الثمانيات إلى إدخال التقنيات المصرفية بين الأعمال والخدمات البنكية، وتعمل جاهدة لمواكبة التطور في هذا الميدان البطاقات المالية البنوك الناطقة الخدمات المصرفية على الخط، وهذا يتطلب التخطيط والإدارة الإستراتيجية الدقيقة لتسويق المنتجات، وخدمات هذه المؤسسات على انترنت، ومحاولة تحقيق المزيد من الأرباح.

ثانيا: عيوب التجارة الإلكترونية

- رغم الإيجابيات التي تتحقق من ممارسة التجارة الإلكترونية لأطرافها وللاقتصاد القومي، إلا أنها تعاني من عيوب عديدة لعل أهمها:
1. زيادة نسبة التعاقدات الوهمية، ولذلك وضع بروتوكول لإتمام عملية الشراء، والدفع الكترونيا بطريقة آمنة، وهو بروتوكول المعاملات الإلكترونية الآمنة.
 2. عدم توفر إمكانية معاينة السلعة بدقة قبل شرائها، إنما يطلع المشتري على خصائص السلعة من الموقع الإلكتروني، ويمكنها مشاهدتها بالصورة والفيديو، ويقرأ معلومات عن صفاتها.
 3. اختراق شبكة الانترنت لمعرفة الأسرار للحصول على معلومات عن العقود المبرمة، وهو ما يهدد عملاء التجارة الإلكترونية.
 4. عدم معاينة السلعة من قبل المشتري، فاطلاع المشتري على السلعة، يدفع الغرر وينفي الخصومة المتوقعة.¹
 5. استيراد سلع ممنوعة الاستعمال في أسواق محلية، لأن الحكومات تجد صعوبة في فرض الرقابة على أسواق التجارة الإلكترونية، لأنه لا يوجد لا مكان مادي ملموس.²

¹ سراج الدين محمد، نفس المرجع السابق، ص 29.

² صراع كريمة، نفس مرجع السابق، ص 26.

6. انخفاض مستوى الدخل الفردي في الدول النامية، يجعل من الصعب على الأفراد دفع الاشتراك في الانترنت، ودفع مصاريف إرسال واستلام السلع، وكذا رسوم الدفع الإلكتروني.

7. الافتقار إلى الأطر القانونية والتنظيمية المناسبة، حيث تتطلب التجارة الإلكترونية تشريعات تناسب خصوصياتها، خاصة وأن ممارسات التجارة الإلكترونية وجرائمها تتميز بالتطور السريع، مما يجعل القوانين في البلدان النامية عاجزة عن مجاراتها.

8. عدم وجود وعي لما يمكن أن توفره تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والتجارة الإلكترونية من فرص جديدة لممارسة الأعمال، والافتقار إلى ثقافة مؤسسات أعمال منفتحة على التغيير والشفافية.¹

المبحث الثالث: متطلبات التجارة الإلكترونية

يرتبط نمو التجارة الإلكترونية بتطور وانتشار تقنيات المعلومات الجديدة، والبنية التحتية للاتصالات أي البنية الداعمة للتجارة الإلكترونية، وتعتبر التجارة الإلكترونية حقلا جديدا وشاملا، يتضمن مجموعة واسعة من العلوم التقنية والإدارية، التي تطورت بسرعة هائلة تبعا لتطور دعائمها من الاقتصاد المبني على المعرفة وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، اللذان يمثلان الدعامة الأساسية لها.²

المطلب الأول: البنية التحتية للتجارة الإلكترونية

تعد البنية التحتية المكون الرئيسي لتجارة الإلكترونية، فلا يمكن قيام تجارة الكترونية بدونها، حيث تتمثل أهم عناصر البنية التحتية فيما يلي:
أولا-شبكة الانترنت:

لقد كان ظهور التجارة الإلكترونية نتيجة لاستخدام الإنترنت في مجال الأعمال، وبالتالي تعتبر أساس الأعمال التجارية الإلكترونية.

1. تعريف الانترنت:

الإنترنت Internet هي كلمة تم تركيبها من مقطعين هما: Net مأخوذة من كلمة Networks وتعني الشبكات، أما Inter فهي مأخوذة من كلمة Interconnected وتعني المترابطة، ومنه فكلمة الإنترنت تعني الشبكات المترابطة، أو شبكة الشبكات، وهي تشير إلى شبكة حاسوبية عملاقة تعمل على ربط الأنشطة

¹ فضيل رايح، نفس مرجع السابق، ص 15.

² محمد نور برهان، عز الدين خطاب، التجارة الإلكترونية، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة، مصر، 2015، ص11.

الحاسوبية لمختلف قطاعات النشاط البشري كالمؤسسات الدولية، الوطنية والأفراد في حلقات متكاملة من شبكات الحواسيب المتكاملة.¹

ومن أجل فهم الإنترنت يجب توضيح الاختلاف بينها وبين مفهومين هما: الأنترانت Intranet، والإكسترانت Extranet.

الإنترانت هي: شبكة خاصة لمؤسسة تمكن المستخدمين الموجودين فيها فقط، من الاستفادة من خدمات الشبكة، ولا تسمح لأي مستخدم من خارج المؤسسة أو الشركة من الاستفادة من خدمات هذه الشبكة، والإنترانت هي في الواقع نسخة مصغرة من شبكة الإنترنت، تعمل داخل مؤسسة يستطيع العاملون في هذه المؤسسة وحدهم، الوصول إلى المعلومات الموجودة فيها².

من التعريف السابق يتضح أن الإنترنت هي الشبكة التي من خلالها تبادل المعلومات والملفات على مستوى شركة أو هيئة، أي أنه شبكة داخلية Lan، وقد يستطيع المستعمل الولوج إلى شبكة الأنترانت الخاصة بالشركة، وقد لا يصل"، رغم أنه مرتبط بالإنترنت.

الإكسترانت: هي شبكة في شبكة الإنترنت لمؤسسة ما، يسمح باستغلالها مع شركائها التجاريين، من موردين، موزعين وعملاء، أي أنها شبكة متاحة لمجموعة منتقاة من الأطراف داخل وخارج المؤسسة، بهدف تيسير مع المتعاملين التجاريين للمؤسسة، فهي تسمح بإبقاء المؤسسة والموردين والعملاء على علم دائم بالأحداث ذات الإهتمام والمصالح المشتركة، كما تساعد في تقوية العلاقة مع الموردين والموزعين، وإنجاز الصفقات بسرعة ومرونة³.

من التعريف السابق نجد أن الإكسترانت هي شبكة جزئية من شبكة الإنترنت، لكنها خاصة فقط بمؤسسة ما، حيث يسمح لها بالتواصل وإجراء معاملات مع شركائها التجاريين من موردين، موزعين وعملاء، مع عدم تمكن أطراف أخرى من الوصول لمعلومات وبيانات المؤسسة.

¹ حسين العلمي، دور الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق التنمية المستدامة دراسة مقارنة بين ماليزيا تونس والجزائر، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في الاقتصاد الدولي والتنمية المستدامة، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2012-2013، ص 31.

² سلوى محمد الشرف، دور إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات في تحقيق المزايا التنافسية في المصارف العاملة في قطاع غزة، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات الحصول على شهادة الماجستير، الجامعة الإسلامية، عمارة الدراسات العليا، غزة، 2008، ص 64.

³ عبد المجيد ميلاد، المعلوماتية وشبكات الإتصال الحديثة، بدون دار نشر، بدون سنة نشر، ص ص 24-25، من الموقع الإلكتروني:

<https://drive.google.com/file/d/0B9x5L29xpeaaZXIJZUxhcmc2Z1E/view>، تاريخ الزيارة: 2017/03/20، الساعة 09:08.

يمكننا أن نستنتج أن الإنترنت هي شبكة داخلية للعاملين في المؤسسة، والإكسترنات هي شبكة خارجية للمتعاملين مع المؤسسة، أما الإنترنت فهي شبكة عالمية مفتوحة للجمهور، وبالتالي فهي شبكة الشبكات، والإنترنت والإكسترنات مجرد شبكات جزئية من الإنترنت.

2. خصائص الإنترنت

وتتميز الإنترنت بخصائص فريدة تميزها عن باقي شبكات الحاسوب الأخرى، ويمكن أن نذكر أبرز هذه الخصائص فيما يلي :

❖ **الإنترنت شبكة الشبكات:** فالإنترنت هي شبكة واسعة النطاق، تضم بداخلها مجموعة من شبكات الحواسيب سواء العامة أو الخاصة؛

❖ **سهولة الاستخدام:** تعد خاصية سهولة الاستخدام أحد أهم عوامل تفضيل مستخدمي الإنترنت وزيادة إقبال الجماهير لهذه الشبكة، حيث لا تتطلب الإفادة من الشبكة بذل جهد جسدي وعقلي كبير، لفهم أو استيعاب ما تتوفر من مواد، خاصة مع استخدام بعض البرمجيات، التي تسهم في تسهيل الموضوعات المعقدة، مثل الوسائط المتعددة وغيرها، وتشمل سهولة الاستخدام جوانب كثيرة، من أهمها سهولة الحصول على المعلومات، إلى جانب تفعيل الشبكة لعملية الاتصال الشخصي بين الجماهير، الأمر الذي هيا الاتصال بين عدد كبير من الأشخاص، وتبادل الرسائل فيما بينهم، في وقت كان من الصعب حدوث ذلك قبل ظهور هذه التقنية، ولتدعيم هذه السمة، فقد عملت بعض مؤسسات البرمجيات على إنتاج برامج تمكّن من استخدام الإنترنت بسهولة، حتى لذوي الاحتياجات الخاصة، بحيث بات من السهل أمام الفئات المختلفة الدخول إلى البريد الإلكتروني، والمواقع المختلفة على الشبكة، والاستفادة من معطياتها الحديثة ومتابعة الأخبار والتطورات الأخيرة.¹

❖ **سرعة الحصول على المعلومات:** توصف الإنترنت بالطريق الإلكتروني السريع للمعلومات، أو طريق المعلومات فائقة السرعة، نتيجة التقنيات المتوفرة فيها، والتي مكّنت العالم أجمع من الوصول إلى المعلومات المتاحة على الشبكة في الوقت نفسه، وفي كل يوم تظهر من البرامج والنظم الاتصالية ما يزيد من سرعة تناول المعلومات عبر الشبكة، مثل تقنية حزمة الإنترنت فائقة السرعة.

❖ **الإنترنت مستخدموها مجهولون:** نظرا لأن شبكة الإنترنت شبكة دولية، يتعامل معها مستخدمون من مختلف دول العالم، وبالتالي فهم مجهولون لبعضهم البعض؛

1 لمين علوطي، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على إدارة الموارد البشرية في المؤسسة، أطروحة دكتوراه العلوم في علوم التسيير، فرع إدارة الأعمال، جامعة الجزائر، الجزائر، 2007-2008، ص33.

❖ الإنترنت ذات قدرات غير محدودة: ويعني ذلك أن أداء شبكة الإنترنت لا ينخفض بزيادة عدد مستخدميها، فهذا العدد لا يمكن التحكم به.

3. خدمات الإنترنت:

توفر شبكة الإنترنت تشكيلة واسعة من الخدمات، وهذه الخدمات تتزايد تنوعا وتطورا من حيث السرعة والجودة والتكلفة، ومن أهم هذه الخدمات:

أ. خدمة البريد الإلكتروني:

يعد البريد الإلكتروني من أول الخدمات التي تم تطويرها على الإنترنت، وبالرغم أن الهدف الأصلي لوجود شبكة تربط المواقع البعيدة عن بعضها البعض¹، والبريد الإلكتروني "يعد من الإستخدامات الشائعة التي توفر إمكانية الاتصال بالملايين من البشر حول العالم"².

كما تسمح هذه الخدمة بإرسال و استقبال رسائل الإلكترونية من وإلى جميع المشتركين في الشبكة عبر العالم، على مستوى التجاري، ويمكن الاستخدام البريد الإلكتروني في طلب معلومات حول المنتج معين أو طلب فواتير شكلية أو إرسال طلبيات للموردين أو إغائها، كما يمكن للبريد الإلكتروني من نقل الرسائل في كلا الاتجاهين، بل وحتى الوثائق والصور وكذلك اللوحات الإشهارية للتسويق والنماذج التصميمية، عن طريق الإرفاق Attachment، ويشترط أن تكون محمولة في شكل ملفات رقمية، وعند وصولها يمكن للمستلم أن يطبعها بشكلها وألوانها الأصلية، مما يجعل البريد الإلكتروني متميز عن الفاكس شكلا وتكلفة³.

ب. خدمة الشبكة العنكبوتية العالمية للمعلومات (WWW) (Word Wide Web):

وتسمى أيضا بالنسيج العالمي الواسع، ويطلق عليها خدمة الويب، فهي من أكثر الخدمات استخداما في الإنترنت، ويمكن من خلالها الإبحار في مختلف المواقع على شبكة الإنترنت، وتصفح ما بها من صفحات عن طريق وسائط متعددة، قد تكون مكتوبة أو مرسومة أو بالصوت أو بالصورة، كما تعد هذه الخدمة وسيلة من وسائل الترويج والدعاية والإعلان على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي⁴.

¹ بهاء شاهين، الإنترنت و العولمة، الطبعة الأولى، عالم الكتب، القاهرة، 1999، ص 42.

² محمد عبد حسين آل فرج الطائي، الموسوعة الكاملة في نظم المعلومات الإدارية الحاسوبية، الطبعة الأولى، دار الزهران، عمان، 2002، ص 231.

³ إبراهيم بختي، التجارة الإلكترونية مفاهيم و استراتيجيات التطبيق في المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008، ص- ص 27-28.

⁴ أمينة رباعي، التجارة الإلكترونية والآفاق تطورها في البلدان العربية، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص النقود والمالية، جامعة الجزائر، الجزائر، 2004-2005، ص8.

ج. خدمة منتديات النقاش **forums de discussion**: تسمح هذه الخدمة للمستخدمين فيها بالتعبير عن آرائهم حول موضوع معين يطرح للنقاش، ويستخدم البريد الإلكتروني للإدلاء بالآراء، وغالبا ما تخضع هذه المجموعات إلى إدارة شخص واحد، يعمل على إدارة المناقشات وتوجيهها واستبعاد ما لا يناسب منها، وتستعمل بعض المؤسسات هذه النوادي لطرح نقاشات، خاصة بمنتجاتها لمعرفة ردود فعل المستهلكين وآرائهم الشخصية.¹

د. خدمة الاستعمالات **Gopher**: تفيد في خدمات كثيرة كتنقل الملفات والمشاركة في القوائم البريدية، حيث يفهرس المعلومات الموجودة على الشبكة.

هـ. خدمة المجموعات الإخبارية **News groups**: وتعرف المجموعات الإخبارية بأنها وسيلة للنقاش مع الأشخاص ذوي الاهتمامات المشتركة، ويتم ذلك من خلال وضع موضوع محدد للنقاش من قبل مدير المجموعة، ليقوم الأشخاص المهتمين بهذا الموضوع بتدعيمه بآراء ووجهات نظر مختلفة.

و. خدمة الأرشيف الإلكتروني **Archive**: والتي تمكننا من البحث عن ملفات معينة، قد تكون مفقودة في البرامج المستخدمة في حاسب مستخدم.

ز. خدمة بروتوكول نقل الملفات **FTP**: وهو بروتوكول يستعمل لنقل الملفات عبر شبكة الإنترنت، كتحميل بعض الملفات من جهاز خادم بعيد، ويستعمل مسيرو المواقع الإلكترونية المعروفة بالواب ماستر **webmasters**، هذا البروتوكول لإرسال التحديثات اللازمة إلى الأجهزة الخادمة التي يشرفون على تسييرها.

4. مزايا الانترنت:

تتوافر الإنترنت على مزايا كثيرة، مما جعلها أداة لا غنى عنها في السنوات الأخيرة، سواء في المجال العلمي والتعليمي، الترفيهي، والتجاري، ومن هذه المزايا:

أ. الاقتصاد في تكاليف الحوسبة: يعمل جهاز المزود أو الخادم على تقليل الحاجة إلى وجود نسخ متعددة من البرامج وقواعد البيانات وتسمح هذه البنية بخدمة تنزيل الملفات والتطبيقات بسهولة، ويسر كما يمكن للمنظمة أن تستغني عن الكثير من المطبوعات والنماذج الورقية، التي تقدم الانترنت حلولاً إلكترونية لها، مثل دليل الهاتف وطلبات الصيانة وخدمات الإدارية المتعددة.

¹نور الدين شارف، التسويق الإلكتروني ودوره في زيادة القدرة التنافسية (دراسة حالة مؤسسة جواب فرع الاتصالات الجزائر)، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في التسويق، جامعة سعد حلب، البليدة، 2007، ص 24.

ب. توفير الوقت والسرعة: يخفض استخدام الانترنت كثيرا من الوقت الضائع بين إدارات وأقسام المنظمة الواحدة، كما يؤمن وسيلة ضمان لدقة سير الاتصالات، وعدم تكرارها وتؤمن الانترنت الدقة السرعة، وتوفير الوقت بالاختصار، يمكن اعتبار انترنت إحدى دعائم بناء نظام إدارة الجودة الشاملة في المنظمة.

ج. الاستقلالية والمرونة: تسمح الانترنت بإمكانية النفاذ إلى موارد المعلومات عن طريق تطبيق واحد هو المستعرض، ومن منصات عمل مختلفة تمكن هذه الخاصة المستفيدين من الولوج إلى محتويات الجهاز الخادم، بغض النظر عن منصة العمل التي يعملون عليها، إضافة إلى نشر المعلومات عن طريق موقع الداخلي، يتم في الوقت الحقيقي، ولا يحتاج أي عمليات إعداد مسبقة.¹

د. توفير خدمات الانترنت: تقدم شبكة الانترنت جميع خدمات الانترنت وتقنيات الويب لمستخدميها، ومن هذه الخدمات نذكر مثلا:

- ❖ خدمة البريد الإلكتروني e-mail.
- ❖ خدمة الحوار في الوقت الحقيقي real-time chatting service.
- ❖ تقنية الملفات الإلكترونية المحمولة portable électronique document ped.
- ❖ خدمة نقل الأخبار network news-nntp.
- ❖ خدمة مؤتمرات الفيديو Vidéo Conférence.

5. دور الانترنت في التجارة الإلكترونية

تتسم التجارة الإلكترونية المعتمدة على شبكة الانترنت بعدة سمات وهي:²

- عدم وجود علاقة مباشرة بين طرفي العملية التجارية، حيث يتم التلاقي من خلال شبكة الانترنت، وبالرغم من أن هذه النموذج ليس جديداً، حيث شهدت التجارة الاستخدام المكثف لوسائل الاتصال (تلفزيون، فاكس، مراسلات...)، إلا أن ما يميز هذا الأسلوب هو وجود درجة عالية من التفاعلية، وبغض النظر عن وجود طرفي التفاعل في الوقت نفسه على الشبكة الإلكترونية.
- التفاعل المتوازي، أو بمعنى آخر أمكانية التفاعل مع أكثر من مصدر في الوقت نفسه، حيث يستطيع أحد أطراف المعاملة إرسال رسالة الإلكترونية إلى عدد غير معروف من المستعملين في نفس الوقت، ودون الحاجة لإعادة إرسالها في كل مرة.

¹ سعد غالب ياسين، بشير عباس العلق، نفس المرجع السابق، ص 59.

² بن علي بلعزوز، هودة عبو، التجارة الإلكترونية عبر الانترنت، مداخلة في الملتقى الدولي العلمي حول عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية التجارة الإلكترونية في الجزائر بالاستفادة من تجارب الدول المتقدمة، المركز الجامعي بخميس مليانة، الجزائر، 26-27 أبريل 2011، ص 119.

- إمكانية هائلة للتفاعل الجماعي، فمن خلالها يمكن عقد ملتقيات وندوات بين المشتركين، دون أن يعرف بعضهم البعض.
- توفر التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت إمكانية تسليم السلع الغير مادية، ودفع مستحقاتها عبر الإنترنت استخدام مختلف وسائل الدفع الإلكترونية المتاحة.
- إمكانية الاستفادة من مزايا التبادل الإلكتروني لوثائق بأقل تكلفة وأعلى كفاءة.

ثانياً: الحاسب الآلي

إن الإنترنت تبقى بدون معنى في غياب أجهزة الحاسوب ولولحقتها، مما يجعلها ضرورية للتجارة الإلكترونية.

1. تعريف الحاسب الآلي:

الحاسب الآلي آلة الكترونية ذات سرعة عالية جدا ودقة متناهية يمكنها قبول البيانات وتخزينها ومعالجتها للوصول إلى النتائج المطلوبة.¹

وهي أجهزة الكترونية قادرة على معالجة البيانات، وذلك من خلال استقبال البيانات وتخزينها واسترجاعها آلياً، وإجراء العمليات الحسابية والمنطقية عليها، وهدف عملية معالجة البيانات إلى استخلاص النتائج التي يحتاجها متخذي القرار أو مستخدم البيانات، ذلك من خلال إتباع مجموعة تفصيلية من الأوامر والتعليمات المكتوبة بلغة حزم البرامج.²

وتتميز الحاسبات الآلية بسرعة تنفيذ التعليمات وبقدرتها التخزينية العالية وبارتفاع معدلات إنتاجيتها بصورة هائلة وبكفاءتها العالية في نقل المعلومات، ودقة النتائج والمخرجات.

2. مكونات الحاسب الآلي:

أ. وحدة المعالجة المركزية CPU: (أو المعالج المركزي)، وهي عبارة عن مجموعة من المسارات الإلكترونية، وتمثل أهم جزء في نظام الحاسوب، فهي المكان الذي تتم فيه معظم عمليات المعالجة الأساسية في الجهاز،

¹ خليفة بن صالح بن خليفة المسعود، المتطلبات البشرية والمادية لتطبيق الإدارة الإلكترونية في المدارس الحكومية من وجهة نظر مديري المدارس ووكلائها بمحافظة الرس، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في الإدارة التربوية والتخطيط، جامعة أم القرى، السعودية، 2007، ص39.

² بلقيثوم صباح، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة على التسير الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية، أطروحة دكتوراه علوم في علوم التسير، جامعة قسنطينة 2، 2012-2013، ص140.

وتتكون من وحدة المنطق والحساب، التي تقوم بالعمليات الحسابية والمنطقية، ووحدة السيطرة التي تأخذ الأوامر من الذاكرة وتترجمها وتنفذها، وتستدعي وحدة المنطق والحساب عند الضرورة.¹

ب. **الذاكرة المركزية:** وتعد ضرورية لتخزين البيانات والبرامج، التي يفترض معالجتها من قبل ذاكرة وحدة المعالجة المركزية، وتتكون من عدة أقسام منها ذاكرة التعامل العشوائي (RAM)، ذاكرة القراءة فقط (ROM)، والذاكرة المؤقتة (Cash).

ج. **وحدات إدخال:** تستخدم وحدات الإدخال لتغذية الحاسب الآلي بالبيانات على اختلاف صورها، ومنها لوحة المفاتيح والمساحات الضوئية والكاميرات الرقمية والفارة.

د. **وحدات المعالجة:** تعتبر أهم شريحة داخل الحاسب الآلي، لكونها تقوم بمعالجة الأوامر وتنفيذ العمليات الحسابية والمنطقية التي تصلها من قبل المستخدمين على هيئة تعليمات للبرنامج.

هـ. **وحدات التخزين:** وتنقسم إلى نوعين كما يلي:

* **ذاكرة رئيسية:** تتميز بسرعتها الكبيرة في توفير أماكن تخزين المعلومات للمعالج، وذلك لكونها مبنية بالكامل من دوائر كهربائية، لذا فإنها تكون عادة أعلى نسبيًا في السعر مقارنة بالذاكرة الثانوية، وأقل في حجم تخزينها للمعلومات، كما تتصف بفقدانها للبيانات والمعلومات عند انقطاع التيار الكهربائي.

* **ذاكرة الثانوية:** وتتصف بقدرتها التخزينية الكبيرة مقارنة بالذاكرة الرئيسية، بالإضافة لاحتفاظها بالبيانات عند انقطاع التيار الكهربائي عنها، ومن أمثلة الذاكرة الثانوية الأقراص الممغنطة ولأشرطة الممغنطة والأقراص الصلبة والأقراص الضوئية، كما تتصف ببطئها النسبي في نقل البيانات مقارنة بالذاكرة الرئيسية، وذلك لكونها ترتبط في حركتها بأجهزة ميكانيكية.

و. **وحدات الإخراج:** وحدات إخراج تستخدم هذه الوحدات لإظهار البيانات والمعلومات للمستخدمين، ومن أمثلتها شاشات العرض والطابعات والسماعات الصوتية والرسومات.

3. خصائص الحاسب الآلي:

يتميز الحاسوب بعدة خصائص يمكن تحديدها كما يلي:²

أ. **جهاز يعمل بطريقة أوتوماتيكية:** أي أن العمليات المطلوبة تتم آليا من دون تدخل الإنسان؛

¹Solange Ghernaouti – Héli, Arnaud Dufour, **De l'ordinateur à la société de l'information**, presses universitaires de France, 2^{ème} édition, Paris, 2001, p 31.

² إيمان فاضل السامرائي، هيثم محمد الزغبى، **نظم المعلومات الإدارية**، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004، ص ص 123 - 125.

ب. جهاز مبرمج: أي أنه ينفذ خطوات وتعليمات محددة يقدمها له الإنسان في صورة برامج أو تعليمات لأداء عمل محدد؛

ج. جهاز يعمل بطريقة رقمية: ويقصد بذلك أن الحاسوب يتعامل مع الثنائية الرقمية (الصفير-الواحد)، وتمثل مجاميع الأرقام بحروف وأرقام ورمو، تسمى محارف (caractères)؛

د. معالجة البيانات: إن البيانات تعالج بطريقة تعتمد على برنامج خاص مخزن في ذاكرة الحاسوب، وما زالت أجهزة المعالجة تتطور بشكل سريع ومذهل؛

هـ. التخزين: للحاسوب قدرة فائقة على تخزين البيانات والمعلومات والبرامج داخل ذاكرته، إما بصورة مؤقتة أو بصورة دائمة.

ثالثاً-شبكات الحاسوب:

1. تعريف:

يمكن تعريف شبكة الحاسب الآلي، بأنها مجموعة من أجهزة الحاسب والأجهزة المحيطة، تتصل ببعضها البعض وفق نظام اتصال معين، يسمح للمستخدمين التشارك في استخدام الموارد (Resources)، مثل الطابعات، والموديم، ومحركات الأقراص، مجموعة من الحواسيب المرتبطة مع بعضها البعض بطريقة معينة تساعد على تبادل البيانات فيما بينها، ويحتاج إنشاء الشبكة عدة عناصر هامة منها¹:

- الحواسيب والروابط، والتي تتمثل في خطوط هاتفية وخطوط التوصيل .
- أجهزة المستفيد وأجهزة الخدمة.
- المكونات البرمجية: مثل الاتصال المشتركة (ICP/IP).
- مسيري الشبكة من تقنيون ومهندسون.
- منتجو الخدمات وهم الأشخاص من مختلف المنظمات التجارية يوفرون الخدمات عبر الشبكة.
- مستعملو الخدمات: وهو الأشخاص الذين يستفيدون من الخدمات المعروضة.

2. أنواع الشبكات:

أ. شبكات المنطقة المحلية LAN:

هي الشبكات التي يمكن أن تؤمن وصل مجموعة من الحواسيب الشخصية في شركة أو مؤسسة أو مكتب أو مبنى أو عدة مباني متجاورة، أو بشكل عام وصل الحواسيب الموضوع على مساحة صغيرة نسبياً، من أجل الاستخدام المشترك للمعلومات.

¹ عدنان عواد الشوابكة، دور نظم وتكنولوجيا المعلومات في اتخاذ القرارات الإدارية دار اليازوردي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص210.

ب. شبكات المنطقة الواسعة WAN:

تستخدم لربط مجموعة من الحواسيب والأجهزة مع بعضها، لتغطية مساحات جغرافية واسعة، وتشمل أنواع مختلفة من وسائط الاتصال والشبكات المحلية، ومن تطبيقاتها لربط فروع الشركة معينة مع المركز الرئيسي، ومن مميزات مايلي:¹

❖ تغطي مساحة جغرافية واسعة، مما يجعلها تسمح بربط شركات متباعدة، حتى من عدة قرات، مما يجعلها مفضلة لدى الشركات الكبرى.

❖ البنية التحتية لها معقدة وتحتاج إلى كلفة عالية، حيث أنها تستخدم أجهزة وبرامج متنوعة جدا، وذات تكنولوجيا عالية.

❖ لها قدرة في المشاركة بالمؤتمرات عن بعد، وهذا لأنها تستخدم الوسائط المتعددة في نقل وتبادل البيانات والمعلومات.

ج. شبكات القيمة المضافة van:

هي عبارة عن شبكات خاصة متعددة المسار متخصصة بالبيانات فقط، وتدار من قبل طرف ثالث، وتقدم هذه الشبكات وفورات اقتصادية من حيث تكاليف خدمة ادارة الشبكة، لأنها تستخدم من قبل عدة شركات، وتؤسس شبكة القيمة المضافة من قبل شركة تتولى مهمة ادارتها.²

د. وسائط نقل البيانات:

تنتقل المعلومات بين الحواسيب على الشبكة، من خلال وسائط وقد تكون وسائط سلكية أو وسائط

لاسلكية:³

هـ. الوسائط السلكية **wired media**: وهي أسلاك وكابلات معدنية تصل بين الحواسيب على الشبكة، حيث تنتقل المعلومات عبر هذه الأسلاك على شكل نبضات كهربائية، ومن الأمثلة على هذه الوسائط:

▪ **الوسائط المجدولة Twisted pairs**: يتكون الكيبل من أربعة أزواج من الأسلاك وكل زوج يكون مجدولا ومنفصلا عن الزوج الآخر مثل أسلاك الهاتف وتحتاج إلى مودم.

▪ **الأسلاك المحورية coaxial cables**: يتكون الكيبل من سلك منفرد في محور الكيبل تحيط به شبكة رقيقة من الأسلاك المتصلة ويشبه الكيبل ما نستخدمه لوصول التلفاز بجهاز الفيديو.

¹ مزهر شعبان العاني، شوقي ناجي جواد، العملية الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، الطبعة الأولى، إثناء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 202.
² بشير عباس العلق، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتطبيقاتها في مجال التجارة النقالية، المنظمة العربية للتنمية الادارية، عمان، الاردن، 2007، ص19.

³ أكاديمية الفيصل العالمية، أساسيات تكنولوجيا المعلومات، دار زمزم للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2007، ص19.

■ الألياف الضوئية **fiber optic cables**: يتكون الكيبل من حزمة من الخيوط الدقيقة الزجاجية ويستخدم في شبكات الموسعة لما يتميز به من سرعة نقل الهائلة.

■ الوسائط اللاسلكية **Wireless media**: تستعمل عندما يعتذر ربط الحواسيب بشبكات سلكية وتنتقل المعلومات بين الحواسيب الشبكة على شكل إشارات لاسلكية، باستخدام موجات الراديو، وموجات الميكروويف وعبر الأقمار الصناعية.

رابعا- البرامج والبرمجيات:

تتمثل في مجموع الأوامر والتعليمات التي تستخدم لتشغيل الحاسب الآلي، والاستفادة من إمكانياته والمختلفة، وفقا لإجراءات وقواعد التسيير في المؤسسة، بما يتلاءم مع الاحتياجات المنشودة لاستغلال المعلومات.¹

يعرفها **Szymanski etal** بأنها "الإرشادات المكتوبة بلغة برمجة الحاسوب، والتي توجه عمليات الحاسوب وتجعل المكونات المادية للحاسوب تنجز الأعمال".²

ويشمل مصطلح البرمجيات مواقع الويب والبرامج وألعاب الفيديو وغيرها من البرامج والتطبيقات، التي يتم برمجتها (أي كتابة الكود الخاص بها)، باستخدام لغات البرمجة، مثل لغة C و ++C... الخ.

1. أنواع البرامج:

أ. برامج التطبيقات: مثل برامج معالجة الكلمات والنصوص، التي تؤدي بعض المهام المطلوبة لمستخدمي الحاسب.

ب. برنامج ثابت: برنامج صغير يتحكم في الأجهزة الإلكترونية، وهذا البرنامج يكون مخزناً على شرائح ذاكرة مبرمجة إلكترونياً، ومثبتة على اللوحة الرئيسية (اللوحة الأم) أو أنواع أخرى من حاملات المكونات المادية المتكاملة للأجهزة.

ج. البرامج الوسيطة: عبارة عن برامج تتحكم في النظم الموزعة، وتعمل على التنسيق فيما بينها.

د. برامج النظم: مثل نظم التشغيل التي تشترك مع مكونات الحاسب المادية في تقديم الخدمات اللازمة لبرامج التطبيقات.

هـ. اختبار البرامج: عبارة عن مجال مستقل يهتم بالبرمجة وتطوير البرامج، وتوجد عدة طرق لاختبار المنتج والتأكد من جودته، قبل طرحه للاستخدام من قبل فرد أو مجموعة.

¹ خليفة بن صالح بن خليفة المسعود، نفس مرجع السابق، ص 92 .

² لونيس نادية، إثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تفعيل الأعمال التجارية للمؤسسات دراسة حالة التذاكر الإلكترونية في مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص إدارة الأعمال، جامعة الجزائر 3، 2010-2011، ص 38.

و. **فحص البرمجيات:** مصطلح شامل يتضمن جميع البرامج المساعدة والبرامج التطبيقية التي تعمل معًا لاختبار أية حزمة برمجية، ولكن ليس ذلك بالضرورة؛ حيث إنها يمكن أن تستخدم أيضًا في أغراض تشغيلية أخرى وبالتالي، فإن عملية الاختبار ليست عملية توصيف أو ضبط، ولكنها مجرد بيئة عمل لبرامج التطبيقات أو مجموعات فرعية منها.

خامسا الخدمات اللوجيستية:

تعتبر واحدة من أهم حلول التجارة الإلكترونية التي تم تقديمها للمستخدم لبيح إمكانية التجارة عبر الإنترنت بكل سهولة وبسر وتحكم تام، وهي مناولة البضائع من نقطة الإنتاج إلى نقطة الاستهلاك أو الاستعمال، وذلك بغرض إرضاء المستهلك وتحقيق احتياجاته وهي خدمات تتكفل بها شركات عالمية مثل DHL، Fedex، Aramex، UBS، و TNT¹، ومن بين الخدمات والبنية اللوجيستية التي تتطلبها التجارة الإلكترونية نذكر:

1-أرضيات الإمداد أو المراكز اللوجيستية Plate- forme logistique:

هي مكان يتم فيه استقبال البضائع من أجل إعادة إرسالها فوراً، أو بعد وقت قصير (من ساعات إلى يومين)، وبالتالي فهي تختلف عن المخازن والمستودعات التي تهدف إلى تخزين البضائع حتى استعمالها أو بيعها².

وهي منطقة تتم فيها ممارسة الأنشطة المتخصصة في الخدمات اللوجستية، حيث ينتظم فيها ينظم تدفق السلع والمعلومات، وتكون موقع مهياً بالمرافق المعدات والاتصالات الخاصة، إضافة لشبكات البنية التحتية (الطرق، السكة الحديد، المطارات..)³.

وتتميز أرضيات الإمداد أنها محطات طارئة للبضائع أو الطرود، حيث كلما كانت الفترة الممتدة بين وصولها ومغادرتها أقصر، كان ذلك دليلاً على فعالية وكفاءة أرضية الإمداد، ولتحقيق ذلك، تستعمل على مستوى أرضيات الإمداد نظام التشفير Code Bar لمراقبة البضائع والطرود.

2. نظام الرقابة بـ Code Bar:

ونظام الكودبار هو يعتبر من أهم الطرق مستخدمة في ترميز السلع على المستوى الدولي، وتتمثل مهمته في إعطاء رمز متفق عليه دولياً، لتسهيل الوصول إلى صنف من المنتجات عند الحاجة إليه، ويتم استخدامه بتمرير جهاز كاشف Scanner على السلع بمجرد دخولها إلى المخازن، حيث يستطيع قراءة نوع

1 ثابت عبد الرحمن إدريس، **مقدمة في إدارة الأعمال اللوجيستية**، الإمداد والتوزيع المادي، الدار الجامعية الإسكندرية، 2006، ص 20 .

2 Yves Pimor, Michel Fender, **LOGISTIQUE**, Production, Distribution, Soutien, 5^e édition, Dunod, Paris, 2008.P 202.

3 Farès Boubaker, **Les plateformes logistiques en Algérie : Rôle et impacts**, le premier colloque international sur les ports maghrébins: Entre Volonté et Réalité, L'Institut Supérieur Maritime de Bou-Ismaïl, Algérie.2 -3 février 2010.

السلعة وسعرها ومواصفاتها، ثم يقوم بإرسال تلك المعلومات إلى الحاسوب لتخزينها، وهو ما يجعل إدارة المخازن على علم بالأنواع والكميات التي دخلت أو خرجت من المخازن، والكميات الموجودة في المخازن¹.

وتستخدم أراضيات عادة الإمداد شركات النقل الجوي للطرود، مثل: DHL , UBS, Fedex ، كما تستخدمها شركات التجارة الإلكترونية مثل Amazon ، Dell، فبمجرد وصول عربات الطرود إلى أرضية الإمداد، يتم تفكيكها dégroupage فوراً، ثم إعادة تجميعها groupage في حاويات مخصصة لذلك، أو يتم لفها وحزمها في رزم massification، بحيث تكون الطرود الموجه لنفس العميل أو المنطقة معاً، ليتم شحنها فوراً على الشاحنات أو الطائرات إلى وجهتها النهائية. وبمجرد الوصول تبدأ عملية التفكيك والتوزيع على أصحابها.

3- خدمات النقل في التجارة الإلكترونية

تتطلب التجارة الإلكترونية تحسين مستوى خدمات النقل لتسهيل حركة البضائع والطرود، مما يجعل من عملية النقل مسألة حيوية لنجاح التجارة الإلكترونية، ويشترط في النقل حتى يساهم في تعزيز مجال التجارة الإلكترونية ما يلي:²

أ. **الإنظام والموثوقية:** يشير إلى مدى الثقة في القدرة وسيلة النقل على تحقيق الانتظام في عملية التوصيل، حيث أن وسائل النقل يتأثر أداؤها بعوامل خارجية مثل أحوال الطقس، الحوادث المرورية، الزحام.. إلخ، ويؤثر عامل الإنظام مستويات المخزون المطلوبة، إضافة إلى تأثيره على مستوى الخدمة المقدمة للعملاء.

ب. **الأمان:** كي يسمح بوصول البضائع والطرود بنفس الحالة التي تم إرسالها بها، حتى وإن كانت مواد سريعة التلف كالمواد الغذائية أو كائنات حية.

ج. **انخفاض التكلفة:** رغم ارتفاع تكاليف النقل الجوي، يفضل استخدامه في نقل الطرود للمسافات البعيدة، حيث يمكن الاستفادة من اقتصاديات الحجم في تخفيض تكلفة نقل الطرود.

د. **السرعة:** تختلف وسائل النقل من حيث قدرتها على تحقيق الربط السريع بين المتعاملين في التجارة الإلكترونية، لذا تتم مقارنة الفترة اللازمة للنقل من الباب إلى الباب، حتى ولو كان الأمر متعلق باستخدام أكثر من وسيلة نقل معاً، لقد استطاعت شركات النقل الجوي مثل فيديكس، بالاستعانة بأسطول من العربات، توفير الخدمة من الباب إلى الباب، والتوصيل في اليوم الموالي للطرود، مما يحقق رضا العملاء بفعل التحكم في قيود الزمن والمكان.

هـ. **تغطية السوق:** في ظل نظام النقل من الباب إلى الباب يجب أن تكون وسائل النقل قادرة على تحريك البضائع من وإلى العملاء أينما كانوا.

¹ نور الهدى بوهنالة، **دور الإمداد في تحسين تنافسية المؤسسة**، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة باتنة، 2008-2009، ص88.

² ثابت عبد الرحمن إدريس، **مقدمة في إدارة الأعمال اللوجستية (الإمداد والتوزيع المادي)**، الدار الجامعية الإسكندرية، مصر، 2006، ص 266.

4- استخدام نظم تحديد المواقع العالمي GPS :Global Positioning system

تعتمد بعض نظم النقل الذكية على تكنولوجيا GPS المصممة من طرف الولايات المتحدة الأمريكية، حيث يتم قياس المسافة ما بين مستعمل GPS، وبعض الأقمار الصناعية المعروفة، من أجل تحديد موقع وسيلة النقل، بحوالي عشرات الأمتار عن طريق الخرائط الرقمية، ويقوم النظام بالتحديث الآلي لموقع وسيلة النقل كل 60 ثانية، وإرسال البيانات إلى أنظمة تتبع على مدار الأربع والعشرين ساعة، وتكتمل نظم النقل الذكية STI المتحصل عليها من خلال GPS، مع المعطيات على المركبات وإشارات المرور، كما يستخدم النظام شبكة الاتصالات اللاسلكية (GPRS) General Packet Radio Service، لنقل البيانات بين وسائل النقل ومركز مراقبة الأسطول.¹

المطلب الثاني: البنية التشريعية للتجارة الإلكترونية

إن المعاملات الإلكترونية التي ينجزها الافراد، تسهم في بروز مجموعة من المسائل التي تلعب دور أساسي في إقامة الثقة في التجارة الإلكترونية، لجعلها أداة مقبولة وكشكل للمعاملات التجارية، فالنجاح التجارة الإلكترونية يفرض على دولة القيام بوضع تشريعات واللوائح التنظيمية المناسبة، التي تعمل على حماية مصالح أطراف التبادل، وتضمن السير الحسن للتجارة الإلكترونية، وتعزز ثقة المستخدمين للفضاءات الإلكترونية.²

اولا: التحديات القانونية للتجارة الإلكترونية.

تشير أنشطة التجارة الإلكترونية والعلاقات القانونية الناشئة في بيئتها، العديد من التحديات للنظم القانونية القائمة، تتمحور في مجملها حول أثر استخدام الوسائل الإلكترونية في تنفيذ الأنشطة التجارية، وفي البعد الجغرافي بين البائع والشاري، لكن التحديات القانونية في مجال التجارة الإلكترونية من نوع B2C، تظل أعقد بكثير من تحديات التجارة الإلكترونية من نوع B2B، ويعود ذلك لعلاقات الشراكة والمصالح المتفاعلين

¹ سامية لحول، صليحة مفاوسي، زكرياء عقاري، دور نظم المعلومات التسويقية في إنتاج المعرفة بمؤسسات النقل الجماعي، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، عدد 01، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، ديسمبر 2015، ص ص 30-31.

² محرز نوردين، صيد مريم، مداخلة بعنوان نظام الدفع الإلكتروني ودوره في تفعيل التجارة الإلكترونية مع الإشارة لحالة الجزائر، مداخلة في الملتقى الدولي العلمي حول :عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر عرض تجارب الدولية، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر يومي:26-27 أبريل 2011، ص13.

الشركات، وعموماً يمكن تصنيف المسائل والمشكلات القانونية الراهنة في حقل التجارة الإلكترونية في الجوانب التالية:¹

- ❖ عقود التجارة الإلكترونية وقانونية وسائل التعاقد، وأدلة التوقيع الإلكترونية، وينتج ذلك عن إبرام العقود عن بعد وتوقيعها باستخدام الوسائل الإلكترونية.
- ❖ موثوقية التجارة الإلكترونية وتحديات إثبات الشخصية، ومسؤولية الطرف الثالث (مقدم خدمة الإنترنت)، وينتج ذلك من عرض السلع والخدمات على مواقع الويب بشكل افتراضي، مما قد يطرح تساؤلات حول توفر السلع والخدمات، وحتى وجود الشركات بشكل حقيقي، كما تنتج من عدم الوثوق من هوية الشاري، وصحة طلب الشراء، حيث يقدم إلكترونياً عبر الشبكة، وعن مسؤولية مقدم خدمة الإنترنت حول صحة المعلومات المتبادلة.
- ❖ الخصوصية المرتبطة بحماية البيانات المرتبطة بالحياة الشخصية، وسرية العلاقات التجارية، وخطورة تفتيش النظم وملاحقة المعلومات.
- ❖ الضرائب على أنشطة التجارة الإلكترونية، وعلى السلع المباعة بهذه الطريقة، وتتجه السياسات الحكومية عموماً إلى عدم إقرار أي ضرائب على أنشطة التجارة الإلكترونية.

ثانياً: قانون الأونسيترال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية

قامت العديد من الحكومات والتكتلات الاقتصادية والمنظمات الدولية، بوضع تشريعات خاصة بتنظيم التجارة الإلكترونية، ومن أهم هذه التشريعات القانون النموذجي أو اتفاقية الأمم المتحدة، الخاصة بالتجارة الإلكترونية والتوقيع الإلكتروني، وهو ما يعرف بقانون الأونسيترال UNCITRAL، أو القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية The United Nations Commission on International Trade Law، وقد صدر هذا القانون مع دليل تشريعي له، بقرار الجمعية العامة للأمم المتحدة، رقم 162/51 في 16 ديسمبر 1996.

1- تعريف قانون الأونسيترال النموذجي

يعرف القانون النموذجي على أنه مجموعة من الإجراءات والمبادئ الأساسية، الموجهة نحو تنظيم التعاملات التجارية ذات الطبيعة الإلكترونية، وتيسير استخدام التقنيات العصرية في مختلف الظروف لأغراض تدويل المعاملات التجارية الإلكترونية، ويتميز بمجموعة من القواعد المتوازنة والمتميزة، والتي يوصى بتشريعاتها

¹ مصطفى يوسف كافي، النقود والبنوك الإلكترونية في ظل التقنيات الحديثة، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر، سوريا، دمشق، 2011، ص 245.

كمجموعة واحدة من القوانين، ولكن تبعا للحوال في كل دولة من الدول المشرعة، ويمكن تنفيذ القانون النموذجي بطرق مختلفة، إما كقانون واحد قائم بذاته، وإما كنصوص تشريعية مجتزأة.¹

2- محتوى قانون الأونسيترال النموذجي

ينقسم قانون الأونسيترال النموذجي إلى جزأين، الجزء الأول يتناول التجارة الإلكترونية عموما، أما الجزء الثاني فهو عبارة مواد عن التجارة الإلكترونية في مجالات معينة، وإن كان اقتصر في الجزء الثاني على نقل البضائع في مجال التجارة الإلكترونية، وترك باقي جوانب التجارة الإلكترونية للمستقبل، وفيما يلي عرض لمواد هذا القانون حسب مواضيعها:

أ. أساسيات التجارة الإلكترونية: وتشمل مجموعة من المفاهيم والقواعد التمهيدية للتجارة الإلكترونية، ومن أهمها ما يلي:²

- نطاق تطبيق القانون (المادة 01): يطبق هذا القانون على أي نوع من المعلومات، يكون في شكل رسالة بيانات مستخدمة في سياق أنشطة تجارية.
 - تعريف المصطلحات المستخدمة في بنود القانون (المادة 02): لأغراض هذا القانون رسالة البيانات والمعلومات، وتبادل المعلومات والمنشئ والمرسل إليه، والوسيط والنظام المعلومات.
 - مصادر واساليب تفسير القانون (المادة 03): يولي الاعتبار في تفسير هذا القانون لمصدره الدولي، لضرورة تشجيع توحيد تطبيقه، وتوفر حسن النية في المسائل المتعلقة بالأمور التي ينظمها هذا القانون، ولا يكون قاطعا صراحة في شأنها، حيث تسوى وفقا للمبادئ العامة التي يقوم عليها هذا القانون.
 - التغيير بالاتفاق (المادة 04): في العلاقة بين الأطراف المشتركة في إنشاء رسائل البيانات أو إرسالها أو إستلامها أو تخزينها أو تجهيزها على أي وجه آخر، ويجوز تغيير أحكام الفصل الثالث بالاتفاق.
- ب. الاشتراطات القانونية على رسائل البيانات:

وهو ما تتضمنه المواد من 05 إلى 10، وتتضمن الاعتراف القانوني برسائل البيانات، اشتراط الكتابة في رسالة البيانات، توقيع رسالة البيانات، الاحتفاظ بأصل رسالة البيانات، قبول رسائل البيانات وحجبتها، كيفية الإثبات، الاحتفاظ برسائل البيانات، وإبلاغ رسالة البيانات.³

¹ نصر الدين سمار، الياس بن ساسي، مداخلة بعنوان: محاولة تأهيل النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في الجزائر، مداخلة في الملتقى الدولي حول التجارة الإلكترونية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2011، ص3.

² لجنة الامم المتحدة للقانون التجاري الدولي، القانون النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية، من الموقع الإلكتروني:

https://www.uncitral.org/pdf/arabic/texts/electcom/ml-ecomm-a_ebook.pdf تاريخ الزيارة: 2017/03/22، الساعة 50:

.22

³ نصر الدين سمار، الياس بن ساسي، نفس مرجع السابق، ص3.

ج. صحة العقود الإلكترونية:

تتضمن المواد من 11 إلى 15، وتتضمن تكوين العقود الإلكترونية، إقرار الأطراف برسائل البيانات، إسناد رسائل البيانات، الإقرار بالاستلام، زمان ومكان إرسال واستلام رسائل البيانات.

د. التجارة الإلكترونية في مجالات متعددة:

وذلك في المادتين 16 و 17، حيث خص القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية مجالات معينة بنصوص قانونية، وهما الأفعال المتصلة بنقل البضائع ومستندات النقل.

3- أهمية قانون الأونسيترال النموذجي:

لقد كانت بداية هذه اللجنة ببحث الإطار القانوني للمعاملات الدولية الإلكترونية، حيث أشار التقرير إلى بعض المسائل القانونية، التي يثيرها معالجة المعلومات والبيانات إلكترونياً في مجال الدولية، وأهمها اشتراط الكتابة والتوثيق سنداً للشحن.¹

وباستحداث هذا الوضع القانوني بموجب قانون الأونسيترال النموذجي، قامت كل الدول بإصدار تشريعاتها الوطنية، التي بموجبها تم منح القوة القانونية للمستندات الإلكترونية، التي تتم التجارة والصيرفة الإلكترونية عبرها، وهذا الوضع منح القوة الدافعة للصيرفة الإلكترونية، التي فتحت العمل المصرفي لآفاق بعيدة، استفاد منها الاقتصاد والتجارة والمجتمع، ومن هذا الفتح القانوني الهام، تم توفير البيئة القانونية السليمة التي توفر الجو الملائم لنمو وحياء التجارة الإلكترونية بكافة أشكالها، بين كل أطراف العالم وأركانها المختلفة، وهكذا القانون يتطور للملائمة مع عصر التكنولوجيا، بل ليقود بعث الحياة فيها لفائدة الجميع.

وتشمل التشريعات قوانين التعاقد وأدلة التوقيعات الإلكترونية، التي تتلاءم مع طبيعة التجارة عبر شبكة الإنترنت، والتي تتمثل في الإطار القانوني الذي يضمن استمرار التجارة الإلكترونية، وحماية حقوق الأطراف المتعاملة فيها، وفض النزاعات التجارية الإلكترونية، سواء كانت في نفس الدولة أو في دول مختلفة.²

إن هذا القانون النموذجي هو أول نص تشريعي يعتمد المبادئ الأساسية لعدم التمييز والحياد التكنولوجي والتكافؤ الوظيفي، التي يراها الكثيرون أسس قانون التجارة الإلكترونية الحديث، ويكفل مبدأ عدم التمييز ألا يُنكر الأثر القانوني لأي وثيقة، أو تُنفي صحتها أو قابليتها للإنفاذ، لمجرد كونها في شكل إلكتروني، أما مبدأ الحياد التكنولوجي فيلزم باعتماد أحكام محايدة بشأن التكنولوجيا المستخدمة، وفي ضوء التقدم التكنولوجي السريع، فإن

¹ أمير فرج يوسف، عالمية التجارة الإلكترونية وعقودها وأساليب مكافحة الغش التجاري الإلكتروني، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2009، ص 151.

² عابد بن عابد العبدلي، التجارة الإلكترونية في الدول الإسلامية: الواقع، التحديات، الآمال، مقدمة للمؤتمر العالمي الثالث للاقتصاد الإسلامي، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، 2005، ص 13.

القواعد المحايدة تهدف إلى استيعاب ما يطرأ من تطورات في المستقبل، ل دون الاضطلاع بمزيد من الأعمال التشريعية، ويحدّد مبدأ التكافؤ الوظيفي معايير يمكن بموجبها، اعتبار الخطابات الإلكترونية مكافئة للخطابات الورقية، ويبين المبدأ بوجه خاص المتطلّبات المحدّدة التي ينبغي أن تستوفيهما الخطابات الإلكترونية، لكي تحقّق ذات المقاصد والوظائف، التي تسعى إلى بلوغها في النظام الورقي التقليدي.

وقد تم العمل على توفير أمن المعلومات من خلال التشريعات الدولية، ونقصد بها مجموعة القواعد التي يطبقها الأشخاص لدى التعامل مع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وتتصل بشؤون الدخول إلى المعلومات والعمل على نظمها وإدارتها، وتهدف إستراتيجية أمن المعلومات إلى تعريف المستخدمين بالتزاماتهم وواجباتهم المطلوبة، لحماية نظم الكمبيوتر والشبكات وكذا حماية المعلومات، وتتعلق إستراتيجية أمن المعلومات من تحديد أغراض الحماية، والتي تتمثل في:¹

- **السرية Confidentiality:** وتعني التأكد من أن المعلومات لا تكشف ولا يطلع عليها من قبل أشخاص غير مخولين بذلك؛
- **التكاملية وسلامة المحتوى Integrity:** وتعني التأكد من أن محتوى المعلومات صحيح ولم يتم تعديله أو العبث به؛
- **استمرارية توفر المعلومات أو الخدمة Availability:** وتعني التأكد من استمرار عمل النظام المعلوماتي واستمرار القدرة على التفاعل مع المعلومات.

2- أهداف قانون الأونسيترال النموذجي:

- تتعدد أهداف القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية، وتختلف باختلاف الزمان و المكان، إلا أن هناك أهداف أساسية، نعددها في النقاط التالية:²
- ❖ تقديم مجموعة من القواعد المقبولة دولياً، بشأن كيفية إزالة عدد من العقبات القانونية، وكيفية تهيئة بيئة قانونية أكثر أماناً لما أصبح يعرف الآن بظاهرة التجارة الإلكترونية.
 - ❖ إتاحة أو تيسير استعمال أسلوب التجارة الإلكترونية وتوفير معاملة متساوية لمستعملي المستندات الورقية ومستعملي المعلومات الحاسوبية.

¹ أحمد سيد الكردي، أمن المعلومات: ماهيتها وعناصرها واستراتيجيتها، ص1، دراسة متوفرة على الموقع الإلكتروني التالي:

http://www.arablaw.org/download/Information_Security.doc، تاريخ الزيارة: 2017/03/20، الساعة 10: 54.

² نصر الدين سمار، الياس بن ساسي، نفس مرجع السابق، ص4.

- ❖ التصدي لقصور أو بطلان عدد من التشريعات المنظمة لوسائل الاتصال وتخزن المعلومات، حيث تفرض التشريعات القائمة قيودا على استعمال وسائل الاتصال الحديثة، وذلك على سبيل المثال بالنص على استعمال المستندات المكتوبة أو الموقعة أو الأصلية.
- ❖ يساعد القانون النموذجي على تدارك المساوئ الناجمة عما يطرحه قصور التشريعات على الصعيد الوطني من عقبات أمام التجارة الدولية، التي يرتبط قدر كبير منها باستعمال تقنيات الاتصال المعاصر.

المطلب الثالث: الموارد البشرية المؤهلة

يعد العنصر البشري عصب التنمية الاقتصادية والاجتماعية بصفة عامة، ويلعب الدور الرئيس في تنمية وتطوير التجارة الإلكترونية بصفة خاصة، إذا هي نوع من الأعمال الشبكية المرتبط ببعضها البعض، والتي تشهد تطورا وسباقا تنافسيا شديدا.¹

ومن ثم يمكن القول إن التجارة الإلكترونية نشاط كثيف المعرفة، ويلعب العنصر البشري في إدارة وممارسة التجارة الإلكترونية دورا مهما للغاية، ولذا يعد نقص الكوادر البشرية من أهم العقبات التي تقف في طريق نمو التجارة الإلكترونية، ومن أهم جوانب احتياجات العنصر البشري، وجود خبراء لتصميم المواقع وتحليل البيانات وإعداد نظم الدفع الإلكتروني، ومن ناحية أخرى تتطلب تجارة الإلكترونية ما يسمى بالاستعداد الإلكتروني، أي المجتمع القادر والذي لديه الرغبة في استخدام وممارسة التجارة عبر شبكة الانترنت.²

سنقوم فيما يلي بالإلقاء الضوء على عاملي التعليم والتدريب، وكذلك دور الإدارة الإلكترونية في تطوير التجارة الإلكترونية:

1. التعليم والتدريب:

يعد تعليم وتدريب المتخصصين والمرتبطين بالتجارة الإلكترونية، من أهم أسس وضع إستراتيجية لهذه التجارة في الدول التي نهضت فيها هذه التجارة، ويحتاج هذا كله في نهاية الأمر إلى مجتمع معرفة متعلم ومدرك لأهمية التجارة الإلكترونية، وما يمكن أن تحققه من مكاسب تعود عليه، ولعل إدراك الكثير من حكومات الدول المتقدمة والمؤسسات المدنية والتجارية فيها، لأهمية ثقافة الانترنت، هو الذي دفعها إلى محاولة تعميم الحاسب الآلي وخطوط الإنترنت، ولذلك لنشر ثقافة الانترنت وإحداث تطور نوعي في هيكل وتركيبه العنصر البشري في المجتمع، حيث سيتم خلق الحاجة إلى ذوي الياقات البيضاء، من الذين تتوافر لديهم المهارات

¹ أحمد عبد الخالق، نفس المرجع السابق، ص 79.

² عامر إبراهيم قنديلجي، نفس المرجع السابق، ص 54.

والقدرات العلمية في مجال الحاسبات والاتصالات والانترنت، سواء بالجانب الصلب أو الناعم فيها أو بكيفية الإدارة والتشغيل والتحليل، أي ستزداد الحاجة إلى وجود مدرسين متعلمين ومدرّبين، وإلى وجود مهندسين وفنيين ذوي خبرة جيدة في هذا المجال، وإلى كل من تتوفر لديه الخبرة والمهارة ويرتبط في عمله بهذا القطاع الجديد.¹

2. تطوير الإدارة الإلكترونية:

هي استخدام الحاسب والانترنت في تبادل المعلومات والبيانات، وإنهاء التعاملات الورقية، وإدخال تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات في مختلف الهيئات والإدارات الحكومية، وتقديم بعض الخدمات وإجراء الاتصالات، ومن خلالها وهنا يدرك الجميع ماذا تعني هذه التكنولوجيا، وأن تعلمها والاستفادة منها واستخدامها هو أمر حتمي، ليس فقط على الجانب العاملين لدى دوائر الإدارات الحكومية، بل والمستفيدين من هذه الخدمات، والذين قد يكونون من العاملين لدى الجهات عامة أو خاصة.

ومن أهم العوامل التي تؤثر على جانب الإدارة في هذا المجال:

❖ الشفافية الذاتية ومواجهة مع النفس، لخلق ما يعرف بالاستعداد الشخصي للتعلم واكتساب المعرفة حول أساسيات التجارة الإلكترونية، من خلال برامج التعليم المستمر أو برامج تدريبية، أو ما يتاح من معلومات في هذا المجال.

❖ يجب أن تتاح الفرصة في مجال الإدارة للشباب المدرك لأهمية دور التجارة الإلكترونية، وهو ما يستلزم إضافة مرونة على القواعد واللوائح الخاصة بالترقيات والتقلات.

❖ التدريب المستمر والمتطور للمديرين، كما يجب أن ينتقل هؤلاء خبراتهم ومعارفهم إلى دوائر الإدارات التي تليهم في الدرجات، ونشر ثقافة الانترنت والمعاملات الإلكترونية.

ويعتمد نجاح التجارة الإلكترونية في أي مجتمع، على مدى توفر الكوادر البشرية المتخصصة في قطاع تقنية المعلومات، شبكات الاتصال، الإنترنت، والبرامج التطبيقية ذات العلاقة بالتجارة الإلكترونية، كما تتطلب ارتفاع مؤشر الاستعداد الإلكتروني، أي المجتمع الذي لديه القدرة والرغبة في ممارسة التجارة الإلكترونية، والذي يتأتى من خلال تطوير نوعية الأنظمة التعليمية، التي تعطي للمجتمع معرفة وثقافة تكنولوجية .

المطلب الرابع: وسائل الدفع الإلكتروني

تتميز التجارة الإلكترونية بخاصية أساسية، هي عدم النقاء البائع والمشتري، فالصفقات تتم عن طريق شبكات، وتعتمد البيع عن بعد، وأحياناً عبر الحدود الدولية، حيث تتعاقد أطراف العملية دون لقاء في مكان واحد، وبالتالي كما لا يسلم البائع للمشتري السلعة أو يقدم له الخدمة عبر اللقاء المباشر، فإن المشتري سيدفع

¹ أحمد عبد الخالق، نفس المرجع السابق، ص 82.

سعر المنتج أو الخدمة كذلك، من دون الالتقاء بالبائع، ويكون من خلال النقود الإلكترونية، باستخدام وسائل الدفع الإلكتروني، التي تعتبر كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل الأموال مهما يكن الأسلوب التقني المستعمل، وتتدخل البنوك الإلكترونية في الدفع الكترونياً.

لقد أضحت وسائل الدفع الإلكترونية بالنسبة لها ضرورة ملحة ومتطلباً تنموياً لزيادة إسهامها في التجارة الإلكترونية وكذلك تطوير قطاعات الإنتاجية المحلية والتسويقية وتوفير فرص واسعة لرفع نموها الاقتصادي و التجارة الإلكترونية هي التي تتم باستخدام التقنيات التي وفرتها ثورة المعلومات والاتصالات وشبكة الإنترنت عبر التبادل الإلكتروني لبيانات متجاوزة الزمان والمكان وتغطي قطاعات عديدة، وتضع قواعد جديدة لعمليات البيع والتسجيل والتسليم¹، وهي مجموعة متكاملة من عمليات الصفقات وتأسيس الروابط وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات والخدمات بوسائل إلكترونية²

وتقدم البنوك الإلكترونية حلولاً متكاملة وشاملة للعملاء، تنطوي على أكثر من خدمة وبتكلفة أقل من البنوك التقليدية وبسرعة فائقة، وقد ساعد التطور في نظام الدفع النقدي الإلكتروني المصاحب لمواقع التجارة والأعمال، على قدرة البنوك الإلكترونية على المنافسة والتميز، وقد ساهمت البنوك الإلكترونية في رواج التجارة الإلكترونية، بفضل وسائل الدفع التي توفرها للمتعاملين، وبذلك فهي بنوك افتراضية، تنشئ لها مواقع إلكترونية على الانترنت، لتقديم نفس خدمات البنك التقليدية، من سحب ودفع وتحويل دون انتقال العميل إليه، والبنك الإلكتروني يشير إلى النظام الذي يتيح للزبون الوصول إلى حساباته أو أية معلومات يريدها، والحصول على مختلف الخدمات والمنتجات المصرفية، من خلال شبكة معلومات يرتبط بها جهاز الحاسوب الخاص به، أو أية وسيلة أخرى.

لقد لعبت البنوك الإلكترونية أو بنوك الانترنت، دوراً كبيراً في زيادة حجم التجارة الإلكترونية، نظراً للتسهيلات التي تقدمها للمتعاملين في مجال تسوية المعاملات، إذ يمكن لرجل الأعمال عقد الصفقات ودفع مستحقات تلك الصفقات، عن طريق هذه البنوك، دون السفر وتحمل المشاق، وفي سرعة قياسية، مقارنة مع الصفقات العادية، وأي مشكلات في الدفع الإلكتروني، ستؤخر صفقات التجارة الإلكترونية، وقد تلغيتها وتزيد من تكاليفها، كما أن تطور نظام الدفع الإلكتروني، سينعكس إيجاباً على توسع وانتشار التجارة الإلكترونية والثقة

¹ بريس عبد القادر زيدان محمد بنوك الإلكترونية في تطوير التجارة الإلكترونية، مداخلة في الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، 2006، ص 2.

² بوفليح نبيل فرج شعبان، البنوك الإلكترونية كمدخل لزيادة تنافسية البنوك العربية، مداخلة في الملتقى الدولي حول المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، 27-28 نوفمبر 2007، ص 4.

فيها، فلا تجارة الكترونية بدون دفع الكتروني، ولا دفع الكتروني بدون وسائل دفع الكتروني، ولا وسائل دفع الكتروني بدون بنوك الكترونية.

خلاصة الفصل الثاني

لقد صارت التجارة الإلكترونية في وقتنا الحالي، محركا فعالا لتنشيط العمل التجاري بين الأطراف المختلفة المتعاملة فيها، سواء كانوا أفراد، مؤسسات أو إدارات، وهذا لما تمنحه من إنفتاح لخلق أسواق كبيرة، تعرض فيها منتجات وخدمات المؤسسات الصغيرة والكبيرة، حيث هي فرصة للراغبين في البحث عن أساليب أنجح لتحقيق أكبر الأرباح عن طريق قنوات الترويج والبحث عن زبائن وأسواق جديدة، وهذا بالإعتماد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وعلى رأسها شبكة الإنترنت والإعتماد على نظم ووسائل الدفع الإلكترونية الحديثة.

لقد استطاعت التجارة الإلكترونية خلق أسواق للسلع والخدمات الخاصة بها، إضافة لأساليب جديدة في التسويق والترويج الإلكتروني، كما سهلت التعامل بين كل المتعاملين الاقتصاديين من زبائن وموردين، وخاصة المؤسسات الكبرى التي يتمدد نشاطها في كل أنحاء العالم، كما أعطت الفرصة للشركات الصغيرة في تحقيق ميزة تنافسية عالمية، دون الحاجة إلى تكبد تكاليف كبيرة، فامتلاك جهاز كمبيوتر، واشتراك في بنك له نظام دفع متطور، يمكن الأفراد من ممارسة التجارة الإلكترونية شراء أو بيعا، دون أن يكلفهم أموالا ضخمة أو جهدا كبيرا.

تمهيد الفصل الثالث:

لتكون دراستنا رؤية واضحة حول متاولناه في موضوع وسائل الدفع الالكترونية والتجارة الالكترونية، بجانب النظري، كان لابد من دراسة ميدانية لوكالة بنكية حتى نستطيع مطابقة دراسة النظرية مع واقع تلك الوكالة.

ولهذا الغرض قمنا بالدراسة الميدانية لوكالة بنك الخليج في بسكرة، وسنحاول في هذا الجزء تسليط الضوء على أهم وسائل الدفع الالكترونية، التي يستخدمها البنك ويمنحها للزبائن، لتقديم خدماته بنكية إلكترونية، تواكب تغيرات وتطورات المحيط الجديد، وهذا بالسعي لإبتكار أنظمة وخدمات جديدة تتناسب مع تطلعات زبائننا، الذين أصبحوا يطمحون للاشتراك في بنك، له نظام دفع متطور، يمكن الأشخاص من الوصول إلى ما كان يكلفهم سابقا أموالا وجهدا كبيرا.

وسنحاول من خلال هذا الفصل تطرق إلى:

المبحث الأول: تقديم بنك الخليج والوكالة البنكية ببسكرة.

المبحث الثاني: تقديم منهجية الدراسة الميدانية.

المبحث الثالث: تحليل الإجابات واختبار الفرضيات.

المبحث الأول: تقديم بنك الخليج والوكالة البنكية ببسكرة

يعد بنك الخليج الجزائر أحد أهم البنوك الخاصة في الجزائر، وأحدث البنوك الأجنبية الرائدة، بفضل أساليب عمله الجيدة والحديثة، المدعومة بتكنولوجيا والمعلومات الرقمية، للحصول على درجة عالية من رضا وثقة المتعاملين.



المطلب الأول: تقديم بنك الخليج الجزائر

بما أن وكالة بسكرة التي سنجري فيها الدراسة الميدانية، هي فرع من بنك الخليج الجزائر، فإن معرفتها تتطلب التطرق لنشأة وتنظيم البنك الذي تنتمي إليه، وهو بنك الخليج الجزائر، وهو ما سنقوم به في هذا المطلب.

1. نشأة وتطور بنك الخليج الجزائر:

بنك الخليج الجزائر (Algerian Golf Bank (AGB)، هو بنك تجاري (بنك ودائع) تابع ومملوك لـ: "شركة مشاريع الكويتية (Kuwait Projects company (KIPCO)، والتي تعد من أبرز مجموعات المال والأعمال في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، وقد أنشئت عام 1975، وهي شركة قابضة خاصة، حيث تملك حصص في أكثر من 60 شركة، وبأصول خاضعة للإدارة تزيد 19 مليار دولار (جويلية 2010)، وهو ما جعلها تدرج ضمن سوق الكويت للأوراق المالية، وهي تمارس أنشطة متنوعة في 21 بلدا، وخصوصا في العالم العربي، ويعمل فيها أكثر من 7000 موظف في أنحاء العالم، وتهتم بصناعة الخدمات المالية والإعلامية والتكنولوجيا بشكل خاص، كما تملك شركة مشاريع الكويت استثمارات مباشرة وغير مباشرة في قطاعات الصحة، السياحة، الصناعة، والعقار. (الملحق رقم 02)

وقد تأسس بنك الخليج الجزائر في 15 ديسمبر 2003، بموجب القانون التجاري الجزائري برأس مال قدره 10 مليار دينار جزائري، مقره الاجتماعي في الجزائر العاصمة، بدأ عمله بـ 29 فرعا سنة 2004، ثم توسع ليغطي المدن الرئيسية في الجزائر، حيث وصل عدد فروعها حاليا إلى 63 فرعا، وفي 2009، تم تحديد استراتيجية جديدة للبنك، حيث ركزت على خمسة مجالات، وهي إدارة الجودة شاملة، توسيع شبكة البنك، توسيع المنتجات والخدمات المالية، بالإضافة فتح سوق أسهم.

ويقدر رأسمال بنك الخليج الجزائر بـ 10 مليار دج، موزع على ثلاث بنوك ذات سمعة عالمية في

المجال البنكي هي:

▪ 60% من طرف بنك برقان Burgan Bank: وهو فرع من مجموعة KIPCO، وهو بنك تجاري كويتي، له فروع منتشرة في الشرق الأوسط.

▪ 30% من طرف البنك التونسي الدولي Tunis International Bank : تأسس سنة 1982، وهو أول بنك تونسي أنشئ في الخارج، يوفر مجموعة متكاملة من الخدمات المالية التجارية والاستثمارية، للحكومات والشركات والأفراد، بما في ذلك الصرف الأجنبي، تمويل التجارة الخارجية

▪ 10% من طرف البنك الأردني الكويتي Jordan Kuwait Bank : صار فرع من بنك برقان سنة 2008، وهو بنك تجاري، نشاطاته منتشرة في الأردن بشكل خاص.

ويقوم البنك بتقديم المنتجات والخدمات البنكية التقليدية، وتلك التي تتوافق مع الشريعة الإسلامية، وهي ميزة سمحت للبنك بالتوسع في السوق البنكية الجزائرية، كما أنه منذ تأسيسه يستثمر في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، كي يتمكن عملاء البنك من أداء العمليات المالية بسرعة وكفاءة.

2. الهيكل التنظيمي لبنك الخليج الجزائر

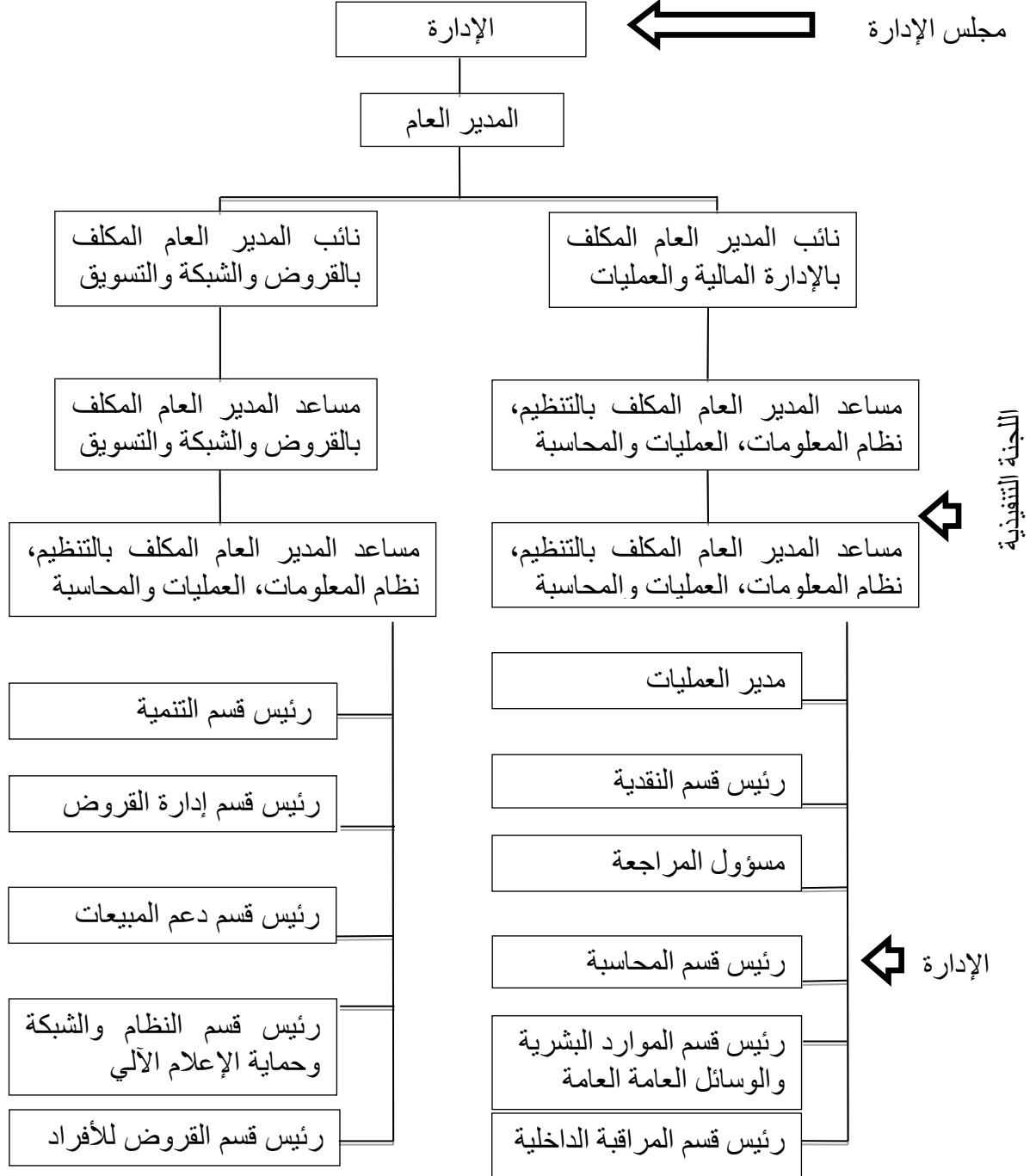
يتكون بنك الخليج الجزائر من:

أ. مجلس الإدارة: يضم رئيس مجلس الإدارة، وهو الرجل الأول في البنك، وصاحب القرار النهائي لمجموعة الأعمال KIPCO ، يساعده نائب الرئيس وثلاثة أعضاء، ومنه فإن مجلس إدارة البنك يتكون من خمسة أعضاء.

ب. اللجنة التنفيذية: وهي الجهة الممثلة لمجموعة KIPCO في الجزائر، وتتكون من المدير العام، وهو صاحب السلطة العليا للبنك داخل البلاد، يأتي بعده نائبان إثنان، الأول مكلف بالإدارة المالية والعمليات، والثاني مكلف بالتنظيم ونظام المعلومات والعمليات المحاسبية.

ج. الإدارة: تتمثل في المصالح والأجهزة التي تقوم بتسيير البنك، وتتكون من عدة أقسام، ويأتي على رأس هذه الأقسام مساعدان إثنان للمدير العام، الأول مكلف بالقروض، والثاني مكلف بالتنظيم ونظام المعلومات والعمليات والمحاسبة، وهما يشرفان على رؤساء الأقسام، وكل رئيس قسم مكلف بالمهام المخول له حسب القسم الذي يشرف عليه، كما في المخطط التنظيمي التالي:

الشكل رقم (13): الهيكل التنظيمي لبنك الخليج الجزائر



المصدر: الوثائق الداخلية للوكالة

3. خصائص ومميزات بنك الخليج

- أ. **خصائص البنك:** يتمتع بنك الخليج الجزائر بجملة من الخصائص، نوجزها فيما يلي:
 - **بنك مؤسسات:** بإعتباره مصرف تجاريا، يعطي كامل الحق بإجراء جميع العمليات المصرفية على الصعيدين الوطني والدولي، وتتمثل هذه العمليات في تقديم القروض للشركات، مهما كان نوعها وحجمها؛
 - **بنك أفراد:** يفتح بنك الخليج الجزائر أبوابه للأفراد لتقديم المنتجات والخدمات المالية، سواء كانت فتح الحسابات الجارية، حسابات الودائع، أو تقديم القروض الاستهلاكية؛
 - **بنك خدمات:** يوفر البنك لعملائه من الشركات والأفراد الحلول الأكثر حداثة من حيث السرعة والأمان، فمنذ تأسيسه في السوق الجزائرية، والبنك رائد في مجالات علوم الكمبيوتر وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والتي مكنته من إتمام جميع عملياته كفاءة لعملائه، مثل سويفت SWIFT، المعاملات المصرفية الإلكترونية بين الوكالات... الخ؛
 - **بنك ذو شبكة بنكية واسعة:** التوسع المستمر لبنك الخليج الجزائر، جعله يتربع على شبكة واسعة في التراب الجزائري رغم عدم قدمه في الساحة المالية للجزائر.

ب. مميزات بنك الخليج

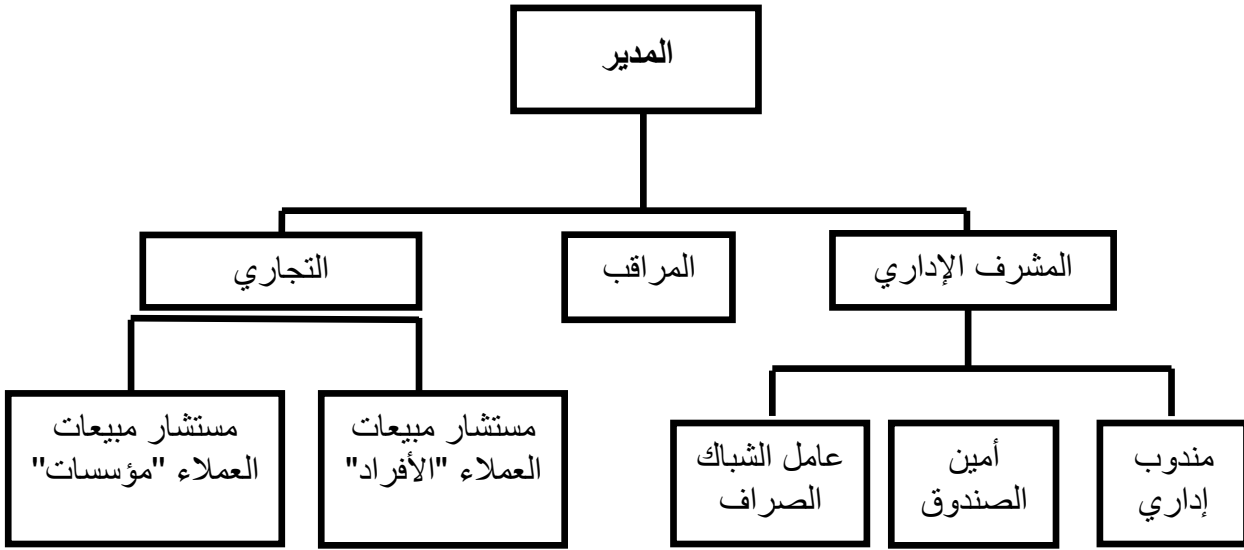
- مهارات مالية عالية، فهو يتميز بالسرعة في القيام بالعمليات البنكية والمعاملات المختلفة في أوقات قياسية.
- شبكة واسعة وملائمة في جميع أنحاء العالم، مما يسمح للعملاء بالقيام بالعديد من المعاملات المالية والتجارية على المستوى الدولي.
- تقديم المشورة، حيث يمتلك البنك خبرة دولية في مجال الخدمات المالية، التي تستند على تكنولوجيا المعلومات الحديثة.
- العمل على تطوير منتجات وخدمات مالية جديدة، وذلك من خلال منتجات أخرى تكون ذات ميزة خاصة عن باقي المنتجات المقدمة من قبل البنوك الأخرى، مثل البطاقات الإلكترونية بمختلف أنواعها، وعمليات الصيرفة الإسلامية.
- توسيع الشبكة المحلية، حيث يسعى بنك الخليج الجزائر إلى زيادة عدد وكالته في أرجاء الوطن، وذلك لتوسيع الخدمات وزيادة العملاء، خاصة وأن كسب مكانة في السوق، يتطلب التواجد بقوة وفي كل مكان، ولذلك نلاحظ تطورا ملحوظا في زيادة شبكات البنك في الجزائر منذ 2003 إلى يومنا هذا.
- يلتزم بنك الخليج الجزائر بالتزاما راسخا، لضمان أعلى معايير الجودة في كل أعماله المصرفية، وخاصة في مجال استخدام التقنيات الحديثة في تقديم الخدمات المصرفية.

▪ السعي إلى تعظيم قيمة أصوله المالية من جهة، وتلبية جميع احتياجات العملاء في مجال الخدمات البنكية

المطلب الثاني: تعريف وكالة بنك خليج ببسكرة

أنشئت وكالة بسكرة في 03 جوان 2010، وتقع في حي السايحي-طريق تقرت-بسكرة، تبلغ مساحتها 350م²، وهي مجهزة بكل وسائل والتقنيات الحديثة، ويبلغ عدد موظفي الوكالة 10 موظفين، كلهم إطارات، ويتم العمل بالوكالة من الساعة 08:30 باحا، إلى الساعة 15:00 مساء.

الشكل رقم (14): الهيكل التنظيمي لبنك خليج (وكالة بسكرة)



المصدر: الوثائق الداخلية للوكالة

1- مدير الوكالة:

ويعتبر الممثل الرئيسي للبنك على مستوى الوكالة، وهو المسؤول عن توفير التنظيم الإداري والتشغيلي للوكالة وتنميتها التجارية، مع الاهتمام المستمر بإدارة الجودة والمخاطر، وتحقيق الأهداف الإستراتيجية والمالية التي حددها إدارة البنك، وضمان الشفافية الاقتصادية، وإدارة ميزانية الوكالة، كما أن من مهامه السهر على مراقبة نظامية الحسابات في الوكالة، والتأكد من سير العمليات الإدارية والتشغيلية، وإجرائها في إطار القانون، مع التكفل بمهمة إدارة موظفي الوكالة والإشراف عليهم.

2- المسؤول التجاري:

من المهام الرئيسية للمسؤول التجاري هي الإشراف على فريق المبيعات وتنشيطهم، من أجل مساعدته في تحقيق أهداف العمل النوعية والكمية، التي تتعلق بالوكالة كما أنه يشرف على تسيير محافظ العملاء وضمان إدارتها، مع تزويد العملاء بجميع المنتجات التي يقدمها البنك، واحترام تطبيق القرارات الائتمانية ومراقبة فتح الحسابات، والإشراف على العمليات ذات الطبيعة الإدارية، والإشراف أيضا على تحليل الملفات والقروض الممنوحة المؤسسات والأفراد، والتنسيق مع المشرف الإداري لضمان سلاسة العمل، وتطبيقه بشكل يتوافق مع

قوانين العمل واللوائح والتنظيمات، بالإضافة إلى وضع ضمانات لجميع المنتجات المسوقة من طرف الوكالة لعملائها، والكثير من المهام الأخرى التي يقوم بها في إطار تحقيق الجودة وإدارة المخاطر.

3- المراقب:

مهمة المراقب الأساسية هي ضمان وحسن الرقابة على جميع المعاملات، التي تقوم بها الوكالة في سياق إدارة المخاطر التشغيلية، والتحقق من العمل اليومي الجاري للشباك والصندوق للزبائن من أفراد ومؤسسات، ومراقبة العمليات ذات الطابع الإداري، والتدقيق في الحاسبات الإدارية والقانونية، والقيام بالمراجعة الداخلية ومراقبة الحسابات وصحة المعلومات لتأكد انسجامها مع القوانين.

4- المشرف الإداري:

وهو المشرف على أمين الصندوق وعمال الشبايك والأعوان، من أجل تحقيق أهداف الوكالة، ومن مهامه تقديم الخدمة للعملاء في إطار تحقيق الجودة وإدارة المخاطر، والتأكد المستمر من سير العمل في جو ايجابي يعمل على تحقيق الأهداف، والتحقق من تنفيذ العمليات المصرفية الجارية في الشباك للزبائن من أفراد والمؤسسات، ومعالجة شكاوي العملاء، كما يقوم بتشغيل وإيقاف اظام الحاسوب، وضمان إدارة الأرشيف، والتحقق من صحة العمليات التي يقوم بها مستشاري مبيعات العملاء من الأفراد والمؤسسات، وضمان حسن مسك الدفاتر والسجلات للوكالة، بالإضافة إلى ضمان الالتزام بالوثائق القانونية الصادرة والواردة.

5- مستشار مبيعات العملاء المؤسسات:

من مهامه إدارة محفظة العملاء والمؤسسات، وتجهيز العمل من مجموعة المنتجات التي يقدمها البنك، وإدارة حسابات العملاء (فتح، تغيير، أو غلق)، وفقا للقرارات التنظيمية، وتنفيذ كل العمليات الجارية اليومية لزيائن المؤسسات برعاية خاصة، وتسيير الكفالات والضمان الاحتياطي، وإدارة قروض الاستثمار، وتنفيذ عمليات التجارة الخارجية، ومعالجة المعاملات مع دول الأجنبية.

6- مستشار مبيعات العملاء الأفراد:

ويقوم بنفس عمليات مستشار مبيعات العملاء للمؤسسات، ولكن لصالح الأفراد، كتسيير حسابات العملاء من الأفراد (فتح، غلق، أو تغيير)، وتسيير القروض الموجهة للأفراد، وتجميع وتحليل سجلات القروض.

7- المندوب الإداري:

لدى المندوب الإداري مجموعة من المهام الرئيسية، كتوفير ضمان إجراء عمليات back office، مع احترام القوانين المعمول بها في البنك في إطار الجودة والدقة، كما يقوم بإدارة الحسابات والحفاظ على ملفات العملاء، وتسيير دفاتر الصكوك والتصريح بالشيكات غير المدفوعة، وتجهيز المعاملات على الفواتير والشيكات والتحويلاتوفقا للإجراءات، وإدارة السندات الإذنية وجميع الأوراق التجارية.

8- أمين الصندوق:

وهو مسؤول عن الصندوق عن ضمان بشكل مستمر عمليات الصندوق من عملاء وحسن سيرها احتراماً للممارسات والإجراءات السرية المفعول بها في البنك كما يسهر على ضمان تسوية الحسابات.

9- عامل الشباك:

يعمل عامل الشباك الصراف على ضمان السير الحسن بشكل مستمر لمختلف العمليات البنكية، مع احترام الإجراءات المعمول بها في البنك، كما يعمل على ضمان تسوية الحسابات، والمحافظة على سجل الصندوق، وضمان السرية التامة للمعاملات، كما يجري نيابة عن العملاء بجميع ومختلف العمليات الإدارية، كالسحب والتحويل، صرف الشيكات، إصدار الشيكات البنكية، خصم الشيكات... الخ، بالإضافة إلى تنفيذ عدة مهام أخرى ضرورية لحسن سير العمل ووضع استعراض دوري لأنشطة وتقديم الاقتراحات.

المطلب الثالث: وسائل الدفع الالكترونية في وكالة بنك خليج في بسكرة

1- آلات الصرف الذاتي: Automated teller machines

ويعتمد مفهوم هذه الآلات على وجود إتصال بين الحاسب الرئيسي للبنك وآلة الصرف بحيث يمكن إستقبال بيانات العميل (رقم التعريف الخاص بالعميل، رقم حسابه، رمز الخدمة، إلخ) بمجرد قيام العميل بإدخال البطاقة في الآلة لتقوم الآلة بعد ذلك بإعطاء إستجابات فورية تتمثل في الخدمات المصرفية المطلوبة كالسحب النقدي، الإيداع النقدي، إيداع الشيكات، كشف الحساب، بيان الأرصدة، كما أضيفت إليها مؤخراً العديد من الخدمات الأخرى المتطورة مثل تحويل الأموال إلكترونياً، وإتمام هذه الأعمال يزود العميل برقم سري للدخول به على الآلة، ثم تستجيب الآلة للطلب إذا إستخدمت حسب التعليمات بشكل صحيح وفي حالة تكرار الخطأ في إدخال الرقم السري أكثر من مرة أو طلب حركة غير مصرح بها لحامل البطاقة فإنه عادة ما تقوم الآلة بإبتلاع البطاقة. (الملحق رقم 03)

2- البنوك المنزلية Home Banks:

وهي إستخدام الحاسب الآلي الشخصي للعميل، وربطه مع نظام الحاسب الآلي بالبنك، والذي أصبح يعرف فيما بعد بإسم البنوك المنزلية، وهي خدمة من الخدمات المصرفية عبر الانترنت، يقوم بها مختلف الأفراد سواء كانوا أحرار أو مهنيين، وهو يعتمد على فكرة تحويل البيانات من حاسب العميل إلى حاسب البنك والعكس، وذلك من إشارات رقمية إلى موجات أو إشارات ضوئية (تتاظيرية)، بواسطة أجهزة التحويل الخاصة بالحاسب (Modems)، لتمر عبر وسائط إتصال متعددة إلى الحاسب الشخصي بمنازل العملاء، ومن أمثلة وسائل الإتصال المستخدمة، الأسلاك المحورية، والموجات الهوائية، الأقمار الإصطناعية، الخطوط الهاتفية. (الملحق رقم 04)

وتقوم اللجنة المصرفية بطلب الاشتراك الخاص بالعميل عن بعد، حيث تطلب منه إدخال اسم العميل الرقم السري، لتأكد اشتراكه في الموقع الخطي الخاص بالوكالة: biskra@agb.dz، وبمجرد إنتهاء العميل من عملية الاشتراك، يصبح عضوا لدى وكالة الدفع، وإن كان يرغب في إلغاء الاشتراك، لا بد من إخبار البنك،

- واستنادا إلى ذلك، يعمل الحاسب الشخصي للعميل، كمحطة طرفية لاستقبال الخدمات، وذلك من خلال خدمة AGB online، فبمجرد نقرة يتمكن للعميل من:
- متابعة حسابه عبر الانترنت، والقيام بجميع العمليات من خلال جهاز الكمبيوتر، 24 / 24 ساعة، 7/7 أيام، وبالقدر الذي يشاء.
 - نشر الوضعية الاجتماعية لحسابه، وتحميل الكشوف لتطورات حسابه على شكل PDF أو Excel، وطباعة كشوف الحساب ترسل عبر فاكس.
 - الاستماع إلى الرسائل الصوتية، وإجراء عمليات التشاور عبر الانترنت
 - استقبال بيان بالشيكات المحصلة، والاطلاع على مبلغ ميزان الحسابات (كشوفات)، وطلب دفتر الشيكات من الوكالة،
 - إرسال التعليمات الصادرة من العميل للبنك مثل تجديد الودائع، وربط وودائع جديدة، كسر الوديعة، التحويل من حساب إلى آخر، طلب دفتر شيكات، حيث يحصل العميل على المعلومات بواسطة شاشة المعلومات، عندما يقوم بإرسال تعليماته إلى حاسوب المصرف، للإطلاع على حساباته أو التحويل أو دفع الفوائد.

3- البنوك التليفونية Call Center

- يتم إجراء العمليات من خلال تشغيل مراكز الإتصالات، وخدمة العملاء بواسطة التليفون، فباستخدام رقم سري خاص Pin Number واسم المستخدم، يتمكن العميل من الإستعلام والتأكد من رصيده وتحركات الحساب و الخصم من الحساب عبر الهاتف، وعرض أرصدة العملاء والتبنيه للرصيد، إن كان مدينا أو دائنا، وكذلك التغيرات في قيمة الأسهم. (الملحق رقم 05)
- كما أن إرسال رسائل قصيرة (SMS)، تتيح بصورة دورية الإطلاع على الرصيد والحصول على معلومات عن المعاملات التي أجريت على الحسابات، وذلك من خلال الخدمة الجديدة التي تقدمها الوكالة، التي تتيح معرفة الرصيد برسالة نصية فارغة، أو حصول على وضعية الحساب بإرسال 50 إلى رقم 0555888888.

4- بطاقة الائتمان المصرفية Credit-Card:

- وهي بطاقات بلاستيكية تمنحها وكالة بنك الخليج الجزائر لعملائها، لتصرف بحرية في المال الخاص، ويتم إستخدامها من قبل عملاء البنك لأغراض الشراء ثم التسديد لاحقاً، مع السماح له بتأجيل سداد الرصيد المدين لفترة معينة مقابل فائدة، وقد كانت ولادة هذه البطاقات إستجابة طبيعية لطلبات المستهلكين المتنامية، للإستفادة من نظم المدفوعات المتقدمة، التي تؤمن لهم السرعة وسهولة الإستعمال والحماية لأموالهم، بالإضافة إلى تمكينهم من الدخول إلى نظم المعلومات المالية اللازمة لهم، ودفع ثمن مشترياتهم على شبكة الإنترنت، ومن أهم أنواع البطاقات المستخدمة في وكالة بنك الخليج بسكرة في هذا المجال: (الملحق رقم 06)

أ. بطاقة فيزا:

وهي بطاقة اسمية ووسيلة دفع فورية، تمكن العملاء من سحب ودفع بمقدار العملة الصعبة المتوفرة في الحساب، وهي صالحة لمدة سنتين، بدءاً استخدامها في جانفي 2011، تسمح بسحب الأموال في الخارج عبر أجهزة DAB الحاملة لعلامة VISA، مما يمكن العملاء من تسديد ثمن المشتريات، ومن أنواعها:

1. فيزا مسبقة الدفع **VISA Prépáyée**: تتميز بالتوافر الفوري، إعادة مبسطة، إزالة ودفع مبلغ مشحونة. (الملحق رقم 07)

2. فيزا الذهبية **VISA Gold**: وهي بطاقة موجهة للأشخاص في القطاع التجاري، وللحصول عليها، يجب يفتح حساب باليورو أو الدولار، وملاً استمارة يمضي عليها المصرف، مع التزام بالبنود المذكورة في البطاقة. (الملحق رقم 08)

3. فيزا كلاسيكية **VISA Classique**: وهي بطاقة تخص أصحاب المهن الحرة، وللحصول عليها، يجب فتح حساب بالعملة الأجنبية.

ب. بطاقة الفيزا بلاتينيوم:

وسيلة مريحة موثوقة وآمنة لعمليات الشراء في الخارج، من خلال محطة الدفع الإلكترونية عبر الانترنت، أو من خلال السحب النقدي على أجهزة الصراف الآلي، وهذا عبر القارات الخمس، وهي بطاقة متاحة لكل من يملك حساب بالعملة الصعبة، مع حد ادني للرصيد قيمته 10000 يورو. (الملحق رقم 09) وتستخدم حسب الرصيد المتوفر في الحساب، أما التكاليف الخاصة بفيزا بلاتينيوم فهي كالتالي:

❖ إصدار البطاقة 15000 دج.

❖ إعادة إصدار البطاقة 15000 دج.

❖ إعادة إصدار الرمز السري 1000 دج.

❖ بطاقة الطوارئ قيمة معادلة 250 دولار.

أما مميزاتها فهي تتمثل في:

▪ يتم فتح حساب بعملة الدينار الجزائري، يحمل رصيد قدره مليون سنتيم 10000.000 دج، وبعد فتح الحساب يعطي الموظف للعميل ورقة بها كافة المعلومات المتعلقة بالحساب، ومن ضمنهم رقم الحساب.

▪ يمكن إستخدامها داخل وخارج الوطن.

▪ بطاقة الفيزا بلاتينيوم مخصصة من طرف بنك **AGB** من أجل الشراء من النت، يمكن السحب منها، ولا يمكن شحنها.

▪ تفعيل الباي بال لاستقبال المبالغ المالية، وهي بطاقة الوحيدة الحصرية لبنك الخليج الجزائر من بين بطاقات الائتمان في الجزائر، التي تسمح بفتح حساب، وتفعيل الباي بل **PayPal**، هو موقع ويب تجاري يسمح

للمستخدم بتحويل المال، عبر الإنترنت والبريد الإلكتروني لعناوين مختلفة، كما يمكن للمستخدم إرسال المال المرسل إليه إلى الآخرين، أو تحويله لحساب في المصرف، وعند إضافة معلومات بطاقتك في حسابك الشخصي في **البي بل PayPal**، سيتم خصم من البطاقة ما بين 0.99 دولار إلى 4.99 دولار، وبعد التفعيل بـ 30 يوم، سيتم إرجاع مبلغ التفعيل إلى البطاقة اتوماتيكيا، وعند تفعيل الحساب عن طريق الكرت فيزا بلاتينيوم، فإن بنك الخليج الجزائر سيقوم بإرسال كود التفعيل. (الملحق رقم 10)

ج. الماسترد كارد الذهبية:

هي بطاقة شخصية صالحة لمدة سنتين، الشحن الأقصى للبطاقة 5000 دولار أمريكي، ويمكن فتح الحساب بالدينار وبالدولار الأمريكي، وهي بطاقة للسحب والدفع بالعملة الصعبة في الخارج. (الملحق رقم 11) ولها ثلاثة أنواع:

- ❖ ماستر كارد المدفوعة مسبقا.
- ❖ ماستر كارد كلاسيك (شخصية).
- ❖ ماستر كارد الذهبية (شخصية).

أما التكاليف المتعلقة ببطاقة الماستر كارد الذهبية هي كما يلي: إصدارها بـ 6000 دج؛ وإعادة إصدار البطاقة بـ 3000 دج؛ أما إعادة شحنها فيكلف 3000 دج.

د. الماسترد كارد مسبقة الدفع:

هي بطاقة غير شخصية صالحة لمدة 3 سنوات، وبالإمكان الاستفادة من بطاقة ماستر كارد الدفع المسبق، بمجرد فتح حساب دينار وحساب الدولار الأمريكي، ويمكن دفع المصاريف على المعاملات عن طريق الدفع بالدولار الأمريكي، أو الدفع بعملة أخرى. (الملحق رقم 12)

أما التكاليف المتعلقة ببطاقة الماستر كارد مسبقة الدفع فهي كما يلي: إصدار البطاقة بـ 2000 دج، وإعادة الشحن بـ 1000 دج، أما إعادة إصدار الرمز السري فبـ 1000 دج، ومصاريف الاعتراض تبلغ 500 دج.

هـ. الماستر كارد الكلاسيكية:

هي بطاقة شخصية صالحة لمدة سنتين، والشحن الأقصى لها 3000 دولار أمريكي، وتسلم البطاقة بعد 20 يوم من طلبها، شرط فتح حساب بدينار. (الملحق رقم 12)

أما التكاليف المتعلقة ببطاقة الماستر كارد الكلاسيكية فهي كما يلي: إصدار البطاقة بـ 4000 دج، وتجديد البطاقة بـ 2000 دج.

و. بطاقة الدفع اليومية ساهلة Sahla:

هي بطاقة للسحب والدفع آمنة، ولأجل غير محدود، مرنة وسهلة الاستعمال، ويكون الدفع من خلال ماكينات الدفع الإلكتروني TPE، وهي بطاقة صالحة على كافة التراب الوطني، وماكينات السحب الحاملة لإشارة CIB، وخدماتها متوفرة 7 أيام/7، و24 ساعة/24. (الملحق رقم 13)

ويتم الحصول على ساهلة إذا كان الشخص عميلا حاليا لبنك AGB، وهنا يكون الطلب مباشر لبطاقة ساهلة من المستشار، أما العميل الجديد لبنك AGB، فالحصول على بطاقة ساهلة، يكون فور فتح حساب لدى أي فرع في AGB.

❖ خريطة الساهلة IPC من بنك الخليج الجزائر:

تمكن من جعل عمليات الشراء على الإنترنت سهلة

❖ كيفية الوصول إلى هذه الخدمة

1. إدخال PIN الخاص بزبون محددة لمعاملات التجارة الإلكترونية مع مستشار عميل وهذا الرمز مطلوب للتحقق من صحة مشتريات.

2. القيام بتوصيل وصلات من شركاء بنك الخليج وإتباع الخطوات التي تظهر على المواقع. سوف يقوم مستشار العميل بالإرسال قائمة المواقع الشريكة ويمكنك الوصول إلى هذه الخدمات على الروابط من شركاء بنك الخليج:

1. www.ooredoo.dz

2. www.epay.dz

3. www.icosnet.com

❖ كيفية دفع ثمن مشتريات:

1. تأكد من شراء الخاصة بالزبون على الموقع باستخدام PIN الخاص به (التجارة الإلكترونية) ورمز CVV (بطاقة تحقق قيمة) وهو رمز الأمان الذي يتكون من 3 أرقام الأخيرة على ظهر البطاقة السهلة IPC، في مساحة التوقيع. ويوفر حماية معززة خلال المعاملات عبر الإنترنت.

2. سيتم خصم مبلغ مشتريات الزبون مباشرة من حسابه بدينار AGB الخاص به.

3. سيتم إرسال إيصال المعاملة الخاصة به عن طريق موقع التاجر على شبكة الإنترنت.

❖ البطاقة البنكية المشتركة بين AGB و Ooredoo:

تم إنشاء بطاقة الكترونية هي بطاقة دفع عبر الإنترنت للمنتجات والخدمات بين مُتعامل للهاتف النقال و مؤسسة مصرفية، تعتبر الأولى من نوعها في الجزائر من خلال توقيع عقد شراكة الجديدة بين شركة الاتصالات Ooredoo وبنك الخليج الجزائر AGB أطلقت الـ "e-paiement" لشراء الرصيد للمكالمات على الانترنت عبر حساب بنكي ببطاقة للدفع بين البنوك، بين يُمكن للزبائن الحائزين على بطاقة الدفع بين البنوك CIB carte من خلال تعبئة بنقرة واحدة عبر قسم خاص مكرس لـ Estorm شحن الأجهزة الإلكترونية خط هاتفي لـ Ooredoo على موقع www.ooredoo.dz بمبلغ 200 دج. (الملحق رقم 15)

تسمح هذه الشراكة في مرحلتها الثانية من تسويق التعبئة الالكترونية Storm على آلات الصرف الأوتوماتيكية (DAB)، سامحة بذلك للزبائن من ولوج أوسع لهذه الخدمة عبر كامل التراب الوطني.

تُمثل هذه المبادرة قاعدة متينة لتطوير الدفع على الانترنت و توسيعه في إطار التعاون بين القطاعات لشركاء آخرين و توفير فرص جديدة لإطلاق البنك الإلكتروني e-banking والتجارة الإلكترونية e-commerce من خلال هذه الشراكة الفريدة، يُؤكد Ooredoo وبنك AGB على التزامهما في تعميم لدى الزبائن الجزائريين استعمال أساليب جديدة حديثة وسهلة وعملية لدفع و شراء المنتجات و الخدمات هذه الشراكة سوف تفتح المرحلة الثانية من العاصفة تسويق الشحن الإلكترونية على أجهزة الصراف الآلي (الصراف الآلي) وتوفير قدر أكبر من الوصول إلى هذه الخدمة للعملاء في جميع أنحاء الجزائر. عند إطلاق هذا الحل المبتكر لأعلى الإلكترونية، تقدم للعملاء من حاملي بطاقات البنوك الفرصة للاستفادة من التغذية الإلكترونية وتنص هذه المبادرة أساسا متينا لتطوير الدفع عبر الانترنت وتوسيع كجزء من تضافر الجهود بين القطاعات مع شركاء آخرين وتوفر فرصا جديدة لإطلاق الأعمال المصرفية الإلكترونية والتجارة الإلكترونية.

ز. خدمة Self banking AGB

وهذه الخدمة هي الأول من نوعها في الجزائر، حيث يمكن للعميل بعد حصوله على بطاقة CIB، معرفة ما بحسابه البنكي، إيداع طلب دفاتر الصكوك والبطاقات المصرفية، سحب وإيداع المبالغ التي يريد، وهي خدمة متوفرة 7 أيام/ 24 ساعة، تتميز بالسرعة والرفاهية والأمان.

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة الميدانية

يتضمن هذا المبحث الإجراءات المنهجية للدراسة، وسنتناول فيه كل من التعريف بأداة الدراسة الميدانية (الاستبانة)، إعدادها واستخدامها.

المطلب الأول: التعريف بأداة الدراسة الميدانية (الاستبانة)

تتمثل أدوات الدراسة الميدانية في تلك الوسائل التي يستخدمها الباحث في جمع البيانات والمعلومات عن متغيرات البحث للوصول إلى الأهداف والإجابة على تساؤلاته، ولقد تم الاعتماد على الاستبيان بشكل أساسي، إذ يعتبر أحد وسائل البحث العلمي المستعملة على نطاق واسع من أجل الحصول على بيانات أو معلومات تتعلق بأحوال الناس أو ميولهم أو اتجاهاتهم، وتأتي أهمية الاستبيان كأحد أدوات جمع المعلومات، بالرغم مما يتعرض له من انتقادات، فهو اقتصادي في الجهد والوقت، إذا ما قورن بالمقابلة والملاحظة، لذا رأينا المناسب لدراستنا، وهذا لصعوبة الحصول على المعلومات عن طريق المقابلة الشخصية أو الملاحظة، ووجدناه الأداة الأكثر ملاءمة لتحقيق أهداف الدراسة.

1- هدف الاستبيان:

يعتبر الاستبيان من أنسب الطرق لجمع المعلومات عن آراء زبائن بنك الخليج (الجزائر) على مستوى وكالة بسكرة، حول امتلاكهم وتعاملهم بوسائل الدفع الإلكتروني، واستخدامها في خدمات التجارة الإلكترونية، وهو ما يسمح بقياس الدور الذي تقوم به وسائل الدفع الإلكتروني في تعزيز التجارة الإلكترونية. (الملحق رقم 01)

2- محاور الاستبيان

نظرا لطبيعة الموضوع، وللمتغيرات التي يتطرق إليها، فقد جاء الاستبيان في شكله النهائي متكون من أربعة محاور وهي:

أ. القسم الأول (البيانات الشخصية): وهو يهدف إلى تبيان بعض الخصائص الشخصية والوظيفية للزبائن في وكالة بنك الخليج بولاية بسكرة، والمتمثلة في (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، الوظيفة).

ب. القسم الثاني (البيانات العامة): يهدف إلى الحصول على معلومات عامة حول ممارسة التجارة الإلكترونية واستخدام وسائل الدفع لدى الزبائن، من خلال 06 أسئلة متعددة الخيارات.

ت. المحور الأول (وسائل الدفع الإلكتروني): ويشمل هذا المحور على (24) عبارة قياس، موزعة على أربعة أبعاد هي: (06) عبارات لبطاقات الصراف الآلي، (06) عبارات للبطاقات الدفع المسبق، (06) عبارات للبطاقة الائتمانية، و(06) عبارات للتحويلات الإلكترونية البنكية للأموال.

ج. المحور الثاني (التجارة الإلكترونية): ويتضمن هذا المحور (10) عبارة قياس، وهي تغطي درجة ممارسة التجارة الإلكترونية من طرف الزبائن، والأسباب التي تشجعهم أو تعوقهم عن ممارسة التجارة الإلكترونية.

3- درجات القياس المستخدمة

تم الاعتماد في قياس متغيرات الدراسة التطبيقية على سلم رنيسيس ليكرت - Rensis Likert - الخماسي، وتم إعطاء أوزان أو درجات لمقياس الدراسة كما يلي:

الجدول رقم (03): درجات مقياس ليكرت الخماسي

مستوى الموافقة	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
الدرجة	1	2	3	4	5

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مراجع سابقة

4- طريقة تحديد الإتجاهات (حسب قيم المتوسط المرجح) مقياس -Renée Decarte-

بعد أن تم ضبط الحدود الدنيا والعليا للمقياس يهدف الحصول على المتوسط المرجح، وذلك من خلال حساب المدى عن طريق الفرق بين أكبر وأصغر وزن ($4 = 1 - 5$)، ومن ثم حساب المدى المتوسط بقسمة المدى على عدد درجات المقياس ($0.8 = 5/4$)، نحصل على طول الدرجة الواحدة في المقياس وهي 0.8، يتم بعدها إضافة هذه القيمة إلى الدرجة الدنيا للمقياس (تساوي 1)، لنحصل بعدا على الحدود الدنيا والعليا لكل درجة، كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (04): الحدود الدنيا والعليا لمقياس ليكرت

مستوى الموافقة	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
الدرجة	1.79 - 1.00	2.59 - 1.80	3.39 - 2.60	4.19 - 3.40	5.00 - 4.20

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مراجع سابقة

5- الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل الاستبيان:

كانت الدراسة تهدف إلى الكشف عن الدور الذي تساهم به وسائل الدفع الإلكتروني، التي يوفرها بنك الخليج (وكالة بسكرة)، في تعزيز ممارسة التجارة الإلكترونية من طرف الزبائن، وهو ما أضفى عليها طابع التحليل الكمي، وعملية تحليل البيانات الخاصة بمتغيرات الدراسة واختبار فرضياتها، تحتاج إلى استخدام بعض أدوات الإحصاء الوصفي والاستدلالي، وذلك بالاستعانة البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية SPSS في نسخته التاسعة عشر، وقد تمثلت هذه الأساليب في:

أ- أدوات الإحصاء الوصفي:

تمثلت في التكرارات والنسب المئوية لمعرفة عدد أفراد أي متغير أو نسبتها في المجموع، بالإضافة إلى المتوسط الحسابي لمعرفة لأي فئة على سلم ليكرت تنتمي إجابات أفراد العينة عن كل عبارة، كما استخدم الانحراف المعياري لمعرفة تشتت الإجابات عن متوسطها الحسابي، ولمعرفة مدى اتباع متغيرات الدراسة للقانون الطبيعي، تم استخدام معاملات الالتواء والتقلطح، معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة، ومعامل الارتباط لبيرسون لقياس صدق أداة الدراسة، وعلاقة الارتباط بين المتغيرات المستقلة (وسائل الدفع الإلكتروني) والمتغير التابع (التجارة الإلكترونية).

ب- أدوات الإحصاء الاستدلالي:

تم استخدام تحليل التباين للإنحدار، للتحقق من صلاحية نموذج الدراسة: العلاقة الخطية بين وسائل الدفع الإلكتروني، وممارسة التجارة الإلكترونية، كما استخدم معامل الانحدار البسيط لاختبار صحة وقوة العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع، بالإضافة لاختبار صحة كل فرضية فرعية على حدي.

المطلب الثاني: اختبار صدق وثبات أداة الدراسة (الاستبانة)

تعتبر المصدقية والثبات من أهم الموضوعات التي تهتم الباحثين من حيث تأثيرها البالغ في أهمية نتائج البحث وقدرته على تعميم النتائج، وترتبط المصدقية والثبات بالأدوات المستخدمة في البحث، ومدى قدرتها على قياس المراد قياسه، ومدى دقة القراءات المأخوذة من تلك الأدوات، ولتفصيل ذلك نوضح فيما يلي المقصود منه، قبل محاولة وتطبيقها على دراستنا:

أولاً: اختبار صدق الاستبانة

يقصد بصدق الاختبار أن يقيس فعلاً ما وضع لأجل قياسه، وليس شيئاً آخر، وسنعمد على نوعين من الصدق وهما: الصدق الظاهري الذي يقصد به أن يتضمن الاختبار فقرات على صلة بالمتغير المراد قياسه، وأن يكون مضمون الاختبار متفق مع الغرض منه، وأن تكون العبارات والمفردات واضحة وموضوعية، والصدق البنائي أو صدق المحك، والذي يقصد به اتساق عبارات الاستبانة مع المتغيرات التي أعدت لقياسها.

1- الصدق الظاهري:

بعد الإنتهاء من تصميم الاستبانة في صورتها الأولية بمفرداتها، عباراتها، بنودها ومحاورها، وذلك بالاعتماد على دراسات سابقة ثبت صدقها، وبما يتناسب مع أهداف الدراسة، قمنا بعرضها على مجموعة من الأساتذة المحكمين، من كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، بجامعة محمد خيضر بسكرة، بهدف التأكد من وضوح صياغة العبارات، وتصحيح العبارات غير الملائمة، وقد تم تطوير الاستبانة بناء على نصائح وتوجيهات المحكمين، حيث تم تعديل بعض الصياغات، لتظهر الاستبانة في صورتها النهائية، ويوجد في الملاحق قائمة الأساتذة المحكمين.

2- الصدق البنائي (صدق المحك):

يتم التأكد من الصدق البنائي من خلال حساب معامل الارتباط لبيرسون بين كل بعد والمحور الذي تنتمي إليه، وهو وسائل الدفع الإلكتروني، كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (05): معاملات صدق المحور الأول (وسائل الدفع الإلكتروني) في الاستبانة

رقم	البعد في المحور المستقل	معامل الارتباط بيرسون	قيمة Sig
1	بطاقات الصراف الآلي	.523*	.001
2	بطاقات الدفع المسبق	.712**	.000
3	البطاقات الإئتمانية	.614**	.000
4	التحويلات البنكية الإلكترونية	.414*	.008

** ارتباط عند مستوى دلالة 0.01 فأقل، * ارتباط عند مستوى دلالة 0.05 فأقل.

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

يتضح من الجدول السابق أن معظم معاملات الارتباط بين كل عبارة والبعد الذي تنتمي إليه، وبين كل بعد والمحور الأول، موجبة وذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 فأقل، مما يدل على اتساق العبارات مع محورها، وبالتالي يتحقق الاتساق الداخلي للاستبانة.

الجدول رقم (06): معاملات صدق المحور الثاني (التجارة الإلكترونية) في الاستبانة

الرقم	العبرة	معامل الارتباط بيرسون	قيمة Sig
25	أعتقد أن القيام بالشراء عن طريق الانترنت فكرة إيجابية.	0.832**	0.000
26	يمكنني إجراءات عمليات الشراء عبر الانترنت ببساطة وسهولة.	0.812**	0.000
27	التسوق عبر الانترنت يوفر تنوعاً أكبر في المنتجات ويوفر منتجات غير موجودة في الأسواق المحلية.	0.731**	0.000
28	عند الشراء الخدمات أو السلع من الإنترنت لا أخشى التعرض للنصب والاحتيال.	0.951**	0.000
29	عند الشراء من الانترنت لا أتخوف من عدم الحصول على الخدمة أو السلعة بعد دفع ثمنها.	0.957**	0.000
30	تستطيع دفع فواتير الكهرباء والهاتف وغيرها من الخدمات في البنك إلكترونياً وعن بعد.	0.886**	0.000
31	أعتقد أن التسوق عبر الانترنت مريح ويقلل وقت التسوق بشكل عام.	0.882**	0.000
32	تكلفة الشراء من الإنترنت أقل من تكلفة الشراء التقليدية.	0.562**	0.000
33	يمكنك الحجز بسهولة بواسطة الإنترنت في شركات الخطوط الجوية وفي الفنادق باستعمال البطات البنكية.	0.837**	0.000
34	لا أتخوف من رداءة الخدمات والسلع عند الحصول عليها عن طريق الإنترنت.	0.350**	0.027
II	المتغير التابع (التجارة الإلكترونية)	0.011**	0.945

** ارتباط عند مستوى دلالة 0.01 فأقل. * ارتباط عند مستوى دلالة 0.05 فأقل.

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

يتضح كذلك من الجدول السابق أن معظم معاملات الارتباط بين كل عبارة والمحور الذي تنتمي إليه (التجارة الإلكترونية)، موجبة وذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.01 فأقل، مما يدل على اتساق العبارات مع محورها، وبالتالي يتحقق الاتساق الداخلي للاستبانة.

ثانياً: اختبار ثبات الاستبانة

هو مدى التطابق والاستقرار الذي تقدمه النتائج التي نحصل عليها، من تطبيق ذلك الاختبار عدة مرات على نفس العينة، وفي ظل نفس الظروف بعد فترة، ويقاس بمعامل -Alpha Cronbach-، وقيمه لهذه الدراسة مبيّنة في الجدول التالي:

الجدول رقم (07): معاملات ثبات الاستبانة

المتغيرات	عدد العبارات	α - Cronbach	معامل الصدق
بطاقات الصراف الآلي	06	.614	.779
بطاقات الدفع المسبق	06	.668	.829
البطاقات الإنتمائية	06	.631	.828
التحويلات البنكية الإلكترونية	06	.698	.871
المتغير المستقل: وسائل الدفع الإلكتروني	24	.622	.789
المتغير التابع: التجارة الإلكترونية	10	.932	.891
الاستبانة ككل	34	.760	.871

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

يتضح من الجدول السابق أن معامل الثبات α - Cronbach أكبر من 0.6، وهذا يعني أن جميع محاور الدراسة، والاستبانة ككل ذات درجة مرتفعة من الثبات، لذا يمكن الاعتماد عليها في الدراسة الميدانية، كما أن الجذر التربيعي لألفا كرونباخ، والذي يقيس الصدق البنائي، هو أيضا موجب وكبير (أكبر من 0.6 في كل المحاور)، مما يؤكد مرة أخرى الصدق البنائي للاستبانة.

ثالثا: اختبار التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة

يهدف هذا الاختبار لمعرفة ما إذا كانت بيانات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي أم لا، وذلك من خلال حساب معامل الإلتواء (Skewness) ومعامل التفلطح (Kurtosis) للمتغيرات المستقلة والتابعة، ومن المعلوم أن البيانات تقترب من التوزيع الطبيعي، كلما كان معامل الإلتواء Skewness لجميع المتغيرات يقع في المجال $[-3, +3]$ ، ومعامل التفلطح Kurtosis يقع في المجال $[-1, +1]$ ، والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (08): اختبار التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة

المتغيرات	معامل الإلتواء	معامل التفلطح
بطاقات الصراف الآلي	.536	.550
بطاقات الدفع المسبق	.045	(.311)
البطاقات الإنتمائية	.548	(.547)
التحويلات البنكية الإلكترونية	.341	(.960)
المتغير المستقل: وسائل الدفع الإلكتروني	(.503)	(.953)
المتغير التابع: التجارة الإلكترونية	(.193)	(.936)

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

يتضح من الجدول السابق أن معامل الإلتواء (Skewness) قريب من الصفر، وأن معامل التفلطح (Kurtosis) محصور بين 1- و 1+، مما يدل على أن متغيرات الدراسة (وسائل الدفع الإلكتروني، التجارة الإلكترونية)، تتبع بشكل كبير التوزيع الطبيعي، وهو ما يسمح بإجراء تحليل الإنحدار، من أجل ضمان وثوق نتائجه.

المطلب الثالث: تحليل عينة الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في مجموعة الكاملة من الناس أو الأحداث أو الأشياء التي يهتم الباحث بدراستها، وهو في بحثنا يتمثل في جميع زبائن بنك الخليج (الجزائر)، وكالة بسكرة، أي الأفراد الطبيعيين الذين لديهم حساب بنكي في بنك الخليج (وكالة بسكرة)، أي كان نوع الحساب البنكي.

أما عينة الدراسة فشملت توزيع (45) استمارة في الفترة الممتدة من 11 إلى 12 أبريل 2017، وقد استرجع منها 43 استمارة، 03 منها ألغيت، بسبب عدم إكمال الإجابة على الأسئلة الواردة فيها، أما الباقي أي (40) استمارة، فكانت صالحة للتحليل الإحصائي.

وقد تم اختيار طريقة التسليم اليدوي في توزيع استمارات الإستبانة على الزبائن الحاضرين في الوكالة التابعة للبنك بمدينة بسكرة، والسبب في اختيار طريقة التسليم اليدوي، هو توضيح المغزى من الاستبانة، والتأكد من فهم الزبائن لها، ومعرفتهم لطريقة ملئها، وكذلك إشعارهم وتحسيسهم بأهمية دقة إجاباتهم في صحة الدراسة. وقد تم اختيار نوع العينة العشوائية البسيطة في اختيار أفراد العينة، وهي عينة قائمة على الصدفة، وهي أبسط أنواع العينات، حيث لكل فرد فرصة متساوية لاختياره ضمن العينة.

قبل تحليل متغيرات الدراسة واختبار الفرضيات، يجب تحديد خصائص أفراد العينة، لما لذلك من أهمية في فهم إجابات العاملين على الاستبانة، وفيما يلي تحليل المحور الأول من الاستبانة، وذلك بتوزيع أفراد العينة حسب مجموعة المتغيرات الشخصية والوظيفية:

1- حسب الجنس:

يهدف السؤال عن الجنس إلى التعرف على طبيعة زبائن بنك الخليج (وكالة بسكرة)، وأي الفئات (ذكور، إناث) استطاع جذبها للتعامل معه.

الجدول رقم (09): توزيع العينة حسب الجنس

الجنس	ذكر	أنثى	المجموع
التكرار	34	06	40
النسبة %	85	15	100

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

نلاحظ من الجدول أن أغلبية العينة من الذكور، وهذا أمر طبيعي، نظرا لطبيعة سكان المنطقة، حيث يتركز النشاط المالي والتجاري لدى فئة الذكور.

2- حسب السن:

يهدف التعرف على السن في العينة المدروسة للتعرف على الفئة العمرية التي تتعامل مع بنك الخليج (وكالة بسكرة)، مما يعطينا إشارة لنوعية الزبائن وأهدافهم والخدمات التي يرغبون في الحصول عليها من البنك.

الجدول رقم (10): توزيع العينة حسب السن

السن	أقل من 30	من 30 إلى 39	من 40 إلى 49	50 فأكثر	المجموع
التكرار	11	17	09	3	40
النسبة%	27.50	42.50	22.50	07.50	100

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

نلاحظ من الجدول أن النسبة الأكبر من الزبائن في العينة، هي من فئة الشباب الأقل من 40 سنة، أي بنسبة 70%، وهذا يعود إلى حداثة الوكالة البنكية على مستوى الولاية، وبالتالي لديه قدرة على جذب الشباب، وخاصة من يرغبون في استخدام المعاملات المالية الإلكترونية، بفعل معرفة أكثرهم بالتكنولوجيات الحديثة لمعلومات والاتصالات، وخاصة في مجال استخدام البطاقات عن بعد بواسطة شبكة الإنترنت، كما أن فئة كبار السن غالبا ما تربطهم علاقات قديمة مع البنوك الأخرى وخاصة البنوك العمومية، ولا يرغبون في تغييرها، والتحول إلى بنوك أجنبية.

3- حسب المؤهل التعليمي:

يعتبر المؤهل التعليمي عنصرا هاما في التحكم واستخدام وسائل الدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية، حيث يتطلب كلاهما مستوى معرفي وتقني للمتعاملين في هاتين الوسيلتين.

الجدول رقم (11): توزيع العينة حسب المؤهل التعليمي

المؤهل	أقل من ثانوي	ثانوي	جامعي	المجموع
التكرار	03	07	30	40
النسبة%	7.50	17.50	75.00	100

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

نلاحظ من الجدول أن المستوى التعليمي مرتفع، حيث لا يتعدى عدد الزبائن ذوي المستوى الابتدائي والمتوسط نسبة 7.50%، بينما نسبة 75% من ذوي المستوى الجامعي، مما يدل على ارتفاع المستوى التعليمي لعينة الدراسة، مما يساعد على فهمهم وتفهمهم للدراسة وموضوعها، كما أنه الفئة التي تكون تمارس أعمال ووظائف تتطلب المعاملات البنكية الإلكترونية.

4- حسب الوظيفة:

الجدول رقم (12): توزيع العينة حسب الوظيفة

الوظيفة	طالب	أعمال حرة	موظف مؤسسة خاصة	موظف إدارة عامة	المجموع
التكرار	05	10	16	09	40
النسبة%	12.50	25.00	40.00	22.50	100

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

نلاحظ من الجدول أن أكبر نسبة تتركز في موظفي المؤسسات الخاصة بـ 40%، ثم الأعمال التجارية الحرة بـ 25%، حيث يحتاج هؤلاء لاستخدام المعاملات البنكية في نشاطاتهم، وخاصة في مجال تحويلات الأموال، والسحب والدفع بشكل مستمر للوفاء بصفقاتهم، كما تحتل فئة الموظفين العموميين نسبة معتبرة بـ 22.50%، مما يدل على قدرة بنك الخليج على جذب الموظفين، وخاصة في مجال استخدام الصراف الآلي لسحب الأجر الوظيفي.

المطلب الرابع: تحليل البيانات العامة

يهدف المطلب لتقييم وتفسير إجابات أفراد العينة حول الأسئلة المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، واستعمال وسائل الدفع الإلكتروني في هذا النوع من الأنشطة التجارية الحديثة.

1. شراء الزبائن للسلع والخدمات عبر الإنترنت:

يهدف السؤال إلى التعرف على ممارسة التجارة الإلكترونية من خلال الحصول على السلع والخدمات عبر الإنترنت، ومن خلال التسوق عبر الإنترنت للإطلاع على مواقع التجارة الإلكترونية، والإطلاع على المنتجات المعروضة، وبالتالي السعر لشرائها.

الجدول رقم (13): الشراء عبر الإنترنت

الجنس	نعم	لا	المجموع
التكرار	27	13	40
النسبة%	67.50	32.50	100

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

يتبين أن أغلبية العينة من الزبائن لدى الوكالة البنكية في مدينة بسكرة، التابعة لبنك الخليج، فرع الجزائر، يستخدمون شبكة الإنترنت للقيام بمعاملات تجارية، من خلال الحصول على السلع والخدمات، مما يعطينا فكرة عن استخدامهم للدفع الإلكتروني من جهة، وممارستهم للتجارة الإلكترونية.

2. مستوى استخدام الزبائن للإنترنت:

يهدف السؤال للتعرف على درجة استخدام الزبائن في العينة للإنترنت، مما يعتبر مؤشر على اندماجهم وعلاقتهم بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة، وهي البنية التحتية التي تتطلبها ممارسة التجارة الإلكترونية.

الجدول رقم (14): مستوى استخدام الإنترنت

استخدام الإنترنت	أكثر من مرة في اليوم	أكثر من مرة في الأسبوع	مرة في الأسبوع	نادرًا	المجموع
التكرار	05	15	11	08	40
النسبة%	12.50	37.50	27.50	20.00	100

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

يتبين من الجدول أن مستوى استخدام الإنترنت جد مرتفع من طرف أفراد العينة، حيث أن 50% منهم يستخدمون الإنترنت على الأقل مرة في اليوم، من خلال الإشتراك عبر الهاتف النقال، أو الإشتراك المنزلي، أو استخدام مقاهي الإنترنت، التي تنتشر بشكل كبير في المدينة، مما يتيح لهم إمكانية استخدام المعاملات المصرفية الإلكترونية من الإطلاع على الرصيد وتحويل الأموال وسداد الفواتير وغيرها من الأنشطة التي تدخل ضمن التجارة الإلكترونية، مما يدل على توافر البنية التحتية للتجارة الإلكترونية (الإنترنت) للزبائن.

3. عوائق التسوق عبر الإنترنت لدى الزبائن

يهدف السؤال للتعرف على المشاكل التي تواجه أفراد العينة عند رغبتهم أو محاولتهم ممارسة التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت، للحصول على السلع والخدمات عن بعد.

جدول رقم (15): عوائق التسوق عبر الإنترنت

النسبة%	التكرار	عوائق التسوق عبر الإنترنت
52.50	21	ضعف وسائل الدفع الإلكتروني
47.50	19	عدم ثقة في الشراء من الإنترنت
40.00	16	قلة مواقع تجارة إنترنت في الجزائر
35.00	14	غياب التشريعات القانونية والتنظيمية
27.50	11	قلة الخبرة في التجارة الإلكترونية
22.50	09	سعر الإشتراك في الإنترنت مرتفع
07.50	03	ضعف شبكة الإنترنت

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

يتبين من الجدول أن عوائق التجارة الإلكترونية في الجزائر متعددة ومتنوعة، ويأتي على رأسها ضعف وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر بـ 52.50%، وهو ما جعلنا نختار بنك الخليج (الجزائر)، الذي يعرف باستخدامه الكثيف لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات بكثافة في تقديم خدماتها المصرفية، من خلال الإنترنت والصراف الآلي، كما أنه يوفر تشكيلة متنوعة وواسعة من وسائل الدفع الإلكتروني (البطاقات بأنواعها المختلفة، التحويلات الإلكترونية للأموال، ... إلخ).

أما في المرتبة الثانية فتأتي عدم الثقة في التجارة الإلكترونية، حيث لا يلتقي البائع والمشتري وجها لوجه، كما أن المشتري لا يعرف البائع، ويخاف من دفعه الأموال، مع عدم حصوله على السلعة، وأو أن عدم الثقة في شراء الخدمات عبر الإنترنت يبقى قليل، لأن الزبون يحصل عليها فوراً، بمجرد الدفع الإلكتروني، مثلما هو الحال في سداد فواتير الهاتف.

كما تشكل قلة مواقع التجارة الإلكترونية المحلية مشكلة أمام الزبائن لممارسة التجارة الإلكترونية حسب 40% من العينة، خاصة في مجال السلع، فنمو هذه المواقع يبقى ضعيف رغم التقدم الذي حصل في السنوات الأخيرة، وهذا لضعف الإطار القانوني الذي يحمي البائع والمشتري بشكل خاص حسب 35% من أفراد العينة. ويشير 27.50% من أفراد العينة قلة الخبرة الكافية في التجارة عبر الإنترنت تشكل سبباً لترددهم وممارستهم للسوق عبر الإنترنت بشكل ضيق ومحدود، مما يتطلب جهوداً للتدريب على التجارة عبر الإنترنت في الجزائر، وتبقى مسألة ارتفاع سعر الإشتراك في الإنترنت مشكلة لبعض الزبائن بنسبة 22.50%، ولو أن ذلك يبقى نسبي باعتبار أن نسبة معتبرة من المجتمع لديها اشتراك عبر الإنترنت، سواء من البيت أو النقال، كما يمكن استخدام مقاهي الإنترنت لوقت بسيط لإجراء المعاملات الإلكترونية.

4. أنواع البطاقات البنكية لدى الزبائن (أكثر من إجابة):

يهدف هذا السؤال لتعرف على أنواع البطاقات البنكية التي يمتلكها زبائن بنك الخليج (وكالة بسكرة بالجزائر)، وهو ما يسمح لنا بالتعرف على أكثر البطاقات التي يفضل الزبائن التعامل بها.

الجدول (16): أنواع البطاقات البنكية لدى الزبائن

نوع البطاقة	بطاقة الصراف	بطاقة الدفع المسبق	بطاقة إئتمانية	بطاقة ذكية
التكرار	37	08	15	00
النسبة%	97.50	20.00	37.50	00

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

يتبين من الجدول أن معظم أفراد العينة، صرحوا أنهم يمتلكون بطاقات الصراف الآلي، التي يستخدمونها بشكل أساسي في سحب النقود، كما يمكنهم استخدام بطاقة الصراف في سداد معاملاتهم المالية، من خلال التحويل إلى حسابات المتعاملين معهم، وهذا يدل على جهود بنك الخليج (الجزائر) في توفير وسائل الدفع السحب الإلكتروني للأموال، وتأتي في المرتبة الثانية امتلاك العينة لبطاقات الإئتمان بنسبة 37.50%، وهذا بفعل جهود بنك الخليج في توفير تشكيلة واسعة ومتنوعة من بطاقات الإئتمان الدولية كالفيزا كارد والماستر كارد، كي يستعملها زبائن البنك في المعاملات التجارية الإلكترونية الدولية بشكل خاص، إلا أن الملفت للانتباه هو عدم امتلاك أفراد العينة للبطاقات الذكية، رغم أنه متاح على مستوى بنك الخليج (الجزائر)، ويعود ذلك لأنها مازالت في بدايتها، كما أن البنك تجربته جديدة في المنطقة.

5. أسباب استخدام الإنترنت من طرف الزبائن (أكثر من إجابة)

الجدول (17): استخدامات الزبائن للإنترنت

نوع البطاقة	هواية وتسلية	تعليم ودراسة	سداد فواتير	التجارة والأعمال
التكرار	07	19	17	09
النسبة%	17.50	47.50	42.50	22.50

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

يتضح من إجابات أفراد العينة أن أكثرهم (47.50%)، يستخدمون الإنترنت في التعلم والإطلاع لزيادة مداركهم الثقافية والعلمية والمعرفية، كما يستخدمها (42.50%) منهم، بشكل رئيسي في سداد الفواتير المتعلقة بهاتف بشكل رئيسي ودفع الإشتراك عبر الإنترنت، وغيرها من الأنشطة الخدمية الأخرى، أما في مجال التجارة والأعمال، فرغم أن النسبة غير مرتفعة كما أن نسبة 22.5% من زبائن بنك الخليج (وكالة بسكرة)، تستخدم الإنترنت في أعمالها التجارية، ون شراء وبيع عبر الإنترنت، أو إطلاع على المنتجات المعروضة والأسعار المطلوبة على مواقع التجارة الإلكترونية للمؤسسات، وتبقى هذه النسبة معتبرة، لأن العينة تشمل كذلك موظفين في المؤسسات والإدارات.

6. طرق الدفع المفضلة عند الشراء عبر الإنترنت

يهدف السؤال للتعرف على أساليب الدفع التي يستخدمها زبائن بنك الخليج بشكل واسع، سواء كانت وسائل الدفع التقليدية، مثل الدفع نقدا أو التدفع عند الاستلام، أو وسائل الدفع الإلكترونية بمختلف أنواعها، من بطاقات وتحويلات إلكترونية.

الجدول (18): طرق الدفع المفضلة عند الشراء عبر الإنترنت

نوع البطاقة	بطاقة الإئتمان	البطاقة مسبقة الدفع	تحويل بنكي	الدفع نقدا	عند الاستلام	باي بال	المجموع
التكرار	07	00	09	13	07	04	40
النسبة%	17.50	00	22.50	32.50	17.50	10.00	100

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

يتبين من الجدول السابق، أن 32.50% من أفراد العينة يفضلون الدفع نقدا عند ممارستهم التسوق عبر الإنترنت، وهذا لعدم ثقتهم في وسائل الدفع الإلكتروني، كما عبر 17.50% من العينة، أنهم يفضلون الدفع بعد الحصول على السلعة أو الخدمة، مما يدل على عدم ثقتهم في التجارية عبر الإنترنت، أما 22.50% من العينة فيفضلون التحويلات البنكية، بسبب بساطتها وثقتهم في بنك الخليج (الجزائر)، أما ما يلفت الانتباه فهي وجود نسبة من زبائن بنك الخليج، لديه الرغبة والقدرة على استعمال بطاقات الإئتمان التي يتيحها لهم البنك، حيث أنه يتيح لهم تشكيلة واسعة من البطاقات الإئتمانية ذات الطبيعة الدولية.

7. الأشياء التي تفضل الحصول عليها في حالة الشراء عبر الإنترنت

يهدف هذا السؤال لتحديد المجالات التي يفضلها في التجارة الإلكترونية: الخدمات أو السلع، مما يعطينا فكرة عن مجالات استعمال زبائن بنك الخليج لوسائل الدفع الإلكتروني.

الجدول(19): الأشياء التي يفضل الزبائن الحصول عليها في حالة الشراء عبر الإنترنت

سلع/ خدمات	فواتير	نقل وسياحة	تأمين	سلع	برامج كمبيوتر
التكرار	21	15	07	04	06
النسبة %	52.50	37.50	17.50	10.00	15.00

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

يتضح من الجدول السابق نجد أن ممارسات التجارة الإلكترونية تتركز في سداد الفواتير، وخاصة فواتير الهاتف عن بعد، بنسبة 52.50% من أفراد العينة، تليها في الرتبة الثانية الحجز في خدمات النقل، خاصة في النقل الجوي والحجز في الفنادق بمعدل 37.50% من أفراد العينة، أما بالنسبة للسلع الملموسة فإن أفراد العينة لا يمارسون التجارة الإلكترونية فيها إلا بنسبة محدودة 15% وهذا كله يدل على محدودية ممارسة التجارة الإلكترونية لدى زبائن بنك الخليج (وكالة بسكرة)، وأن وسائل الدفع التي يوفرها لهم البنك لا يستعملونها بشكل كبير في مجال التجارة الإلكترونية، وهذا لوجود عوائق أخرى رغم توافر وسائل الدفع على مستوى البنك.

المبحث الثالث: تحليل الإجابات واختبار الفرضيات

لمعرفة استخدام أفراد العينة لوسائل الدفع التي تتيحها وكالة بنك الخليج ببسكرة لهم، وكذا تقييمهم لهذه الوسائل، وللإجابة على تساؤلات الدراسة واختبار الفرضيات، سنقوم بتحليل وتفسير النتائج التي توصلت إليها الدراسة، وذلك بعرض تحليل نتائج محور وسائل الدفع الإلكتروني بأبعاده الأربعة في المطلب الأول، ثم عرض تحليل نتائج محور التجارة الإلكترونية في المطلب الثاني، وأخيرا اختبار صدق الفرضيات في المطلب الثالث.

المطلب الأول: عرض نتائج تحليل المحور الأول (وسائل الدفع الإلكتروني)

يتضمن هذا المطلب نتائج دراسة المتغير المستقل (وسائل الدفع الإلكتروني)، وذلك من خلال تحليل عبارات هذا المحور بأبعاده بواسطة الأساليب الإحصائية.

1- عرض اتجاهات أفراد العينة حول البعد الأول لوسائل الدفع الإلكتروني (بطاقة الصراف الآلي):

الجدول التالي يمثل ملخص لإجابات أفراد العينة على فقرات بعد بطاقة الصراف الآلي، والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري لهذه الإجابات.

الجدول رقم (20): إجابات أفراد العينة حول البعد الأول (بطاقة الصراف الآلي)

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه العام	ترتيب عبارات
01	تتوافر النقود على مستوى أجهزة الصراف الآلي التابعة لبنك الخليج بشكل دائم.	55.4	504.	موافق تماما	1
02	تستطيع بسهولة استخدام بطاقة الصراف الآلي في سداد الفواتير والمشتريات.	88.1	791.	غير موافق	5
03	يمكن الاستعلام عن رصيد البطاقة من جميع أجهزة الصراف الآلي على مدار 24 ساعة يوميا.	82.3	259.1	موافق	4
04	لا توجد كثافة كبيرة على استخدام أجهزة الصراف الآلي الخاصة ببنك الخليج.	1.43	501.	غير موافق تماما	6
05	لا يرتكب الصراف الآلي أخطاء في خصم المبالغ التي يتم سحبها.	4.02	862.	موافق	2
06	لا تعاني أجهزة الصراف الآلي من أي الإنقطاعات المتكررة في شبكة الاتصال.	3.87	757.	موافق	3
1	بطاقة الصراف الآلي	3.27	389.	محايد	/

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من الجدول السابق، أن بطاقات الصراف الآلي التي يوفرها بنك الخليج للزبائن، حققت متوسط حسابي 3.15، وبالتالي حصلت على درجة محايد، هو ما يدل على بعض المشكلات التي يعاني من منها الزبائن على مستوى بطاقات وأجهزة الصراف الآلي، كما أن الانحراف المعياري 0.387 يعتبر جد منخفض (أقل من 1)، مما يدل على توافق أفراد العينة في موقفهم من بطاقة الصراف الآلي التي يوفرها لهم بنك الخليج. وقد جاءت عبارة توافر النقود على مستوى الصراف الآلي بمتوسط 4.55 في الرتبة الأولى، ودرجة موافق تماما، مما يدل على إنضباط واهتمام إدارة وكالة بنك الخليج بتغذية الصراف الآلي بالنقود بشكل مستمر، مما يحقق رضا العملاء، حيث يتمكنون من سحب نقودهم 24/24 ساعة، وهو موقف عام للزبائن بدليل انخفاض الانحراف المعياري للإجابات، حيث بلغ 0.504 فقط.

كما جاءت عبارة عدم ارتكاب جهاز الصراف الآلي للأخطاء في الرتبة الثانية بمتوسط 4.02، ودرجة موافق، مما يدل على سلامة الأنظمة المعلوماتية والبرمجيات التي يستخدمها بنك الخليج في إدارة عمليات وحسابات الزبائن، وهذا يعود لخبرة البنك ومسايرته لتطور تكنولوجيات المعلومات والاتصالات، كما أن شبكة

الإتصال على مستوى أجهزة الصراف الآلي لا تعاني من الإنقطاعات، بدليل رضا الزبائن خدمة الشبكة، حيث حصلت عبارة عدم انقطاع الشبكة على متوسط حسابي 3.87 ودرجة موافق.

وقد أعرب الزبائن في العينة عن معاناتهم من كثافة استخدام أجهزة الصراف، مما يجبرهم على الانتظار، وسحب نقودهم واستعمال بطاقتهم أمام الأنظار، ما يشكله من مخاطر بفعل احتمال اطلاع الآخرين على العمليات التي يجرونها والأموال التي يسحبونها، حيث حصلت عبارة قلة الكثافة أمام أجهزة الصراف على الرتبة السادسة بمتوسط 1.43، ودرجة غير موافق تماما، وهذه المعاناة يتفق عليها أكثر الزبائن في العينة، بدليل انخفاض الإنحراف المعياري إلى 0.501.

وقد حلت عبارة سهلة استخدام بطاقة الصراف في دفع الفواتير والمشتريات في الرتبة الخامسة بمتوسط 1.88، ودرجة غير موافق، مما يدل على قلة خبرة الزبائن في استعمال بطاقة الصراف الآلي في أي معاملات مالية وتجارية باستثناء سحب النقود والإطلاع على الرصيد.

2- عرض اتجاهات أفراد العينة حول البعد الثاني لوسائل الدفع الإلكتروني (بطاقة الدفع المسبق):

الجدول التالي يمثل ملخص لإجابات أفراد العينة على فقرات بعد بطاقة الدفع المسبق، والمتوسط الحسابي والإنحراف المعياري لهذه الإجابات.

الجدول رقم (21): إجابات أفراد العينة حول البعد الثاني (بطاقة الدفع المسبق)

الرقم	العبـارات	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	الإتجاه العام	ترتيب العبارات
07	تعتبر بطاقات الدفع المسبق أفضل وأكثر أمانا من حمل النقود عند السفر.	2,60	1,128	محايد	5
08	يمكن إعادة تعبئة بطاقات الدفع المسبق بمنتهى السهولة في أي وقت، وبأي مبالغ من خلال ماكينات الصراف الآلي.	4,13	,723	موافق	3
09	يمكن الحصول الفوري على بطاقات الدفع المسبق بمجرد التقدم بطلب لدى البنك.	4,20	,823	موافق تماما	1
10	تلبى بطاقات الدفع المسبق الإلكترونية احتياجاتكم في السحب والإيداع.	3,05	1,197	محايد	4
11	مدة صلاحية بطاقات الدفع المسبق مقبولة وكافية.	1,85	,802	غير موافق	6
12	لا تجدون أية صعوبات في استخدام بطاقات الدفع المسبق في تعاملاتكم المالية والتجارية.	4,20	,687	موافق تماما	1

	بطاقة الدفع المسبق	43,3	,348	محايد	/
--	--------------------	------	------	-------	---

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول السابق يتبين أن بطاقات الدفع المسبق حصلت على متوسط حسابي 3.34 ودرجة محايد، مما يدل على رضا ضعيف الزبائن في بنك الخليج (وكالة بسكرة) على بطاقة الدفع المسبق والخدمات التي توفرها لهم، كما أن الإنحراف المعياري المنخفض جدا 0.348، يدل على تقارب وتوافق إجابات من يمتلكون هذه البطاقة، سواء من حيث الحصول عليها أو استعمالها.

وقد جاءت عبارتا الحصول الفوري على البطاقة وسهولة استخدامها في المعاملات المالية والتجارية في الرتبة الأولى بمعدل 4.20، ودرجة موافق تماما بما يشير إلي إلى جدية بنك الخليج في توفير البطاقات بشكل سريع للزبائن، حيث تقتضي المعاملات المالية والتجارية الفورية في الوقت الحاضر، وهو ما جعل بنك الخليج يستجيب لحاجات الزبائن، فجودة الخدمات البنكية تعتبر أهم المزايا التنافسية التي يمتلكها بنك الخليج، خاصة وأن له سمعة وانتشار دولي.

وقد جاءت عبارة سهولة تعبئة بطاقات الدفع المسبق من خلال جهاز الصراف الآلي، في الرتبة الثالثة بمتوسط 4.13 ودرجة موافق، وهذا باتفاق كبير من أفراد العينة، حي يبلغ الإنحراف المعياري 0.721، وهو إنحراف أقل من الواحد، مما يدل على خبرة زبائن بنك الخليج ببسكرة، بتقنيات تعبئة بطاقات الدفع المسبق على مستوى الصراف الآلي.

كما اعتبرت نسبة كبيرة من زبائن بنك الخليج أن حمل البطاقات هو أقل أمانا من حمل النقود، حيث حلت العبارة رقم 07 في الرتبة الخامسة، بمتوسط 2.60 ودرجة محايد، مما يدل على عدم ثقتهم في وسائل الدفع الإلكتروني، إلا أن هذا الرأي يبقى نسبي لتشتت وتباعد آراء أفراد العينة، بدلي الإنحراف المعياري الكبير في الإجابات، حيث بلغ 1.112 وهي نسبة مرتفعة.

عرض اتجاهات أفراد العينة حول البعد الثالث لوسائل الدفع المسبق (البطاقة الائتمانية):

الجدول التالي يمثل ملخص لإجابات أفراد العينة على فقرات بعد البطاقة الائتمانية، والمتوسط الحسابي والإنحراف المعياري لهذه الإجابات.

الجدول رقم (22): إجابات أفراد العينة حول البعد الثالث (البطاقة الائتمانية)

الرقم	العبارات	متوسط حسابي	انحراف معياري	إتجاه عام	ترتيب العبارات
13	تعتبر مصاريف الحصول والتعامل بالبطاقات الائتمانية التي يوفرها بنك الخليج مقبولة.	1.92	,730	غير موافق	5
14	مستوى الثقة والأمان في التعامل بالبطاقات الائتمانية في بنك الخليج عالية.	4,23	,423	موافق تماما	3
15	المبالغ التي تتوفر في بطاقات الإئتمان لبنك الخليج كافية لممارسة نشاطاتكم المالية والتجارية.	2.12	,966	غير موافق	4
16	تحمي بطاقات البنكية الائتمانية لبنك الخليج معلوماتكم السرية	4,50	,506	موافق تماما	1
17	استخدام البطاقة الائتمانية في عمليات الدفع، يحمي صاحبها من الوقوع في فخ الديون المبالغ فيها.	1.52	,506	غير موافق تماما	6
18	تكشف البطاقة الائتمانية لبنك الخليج عن هوية الشخص الحقيقية، وبالتالي تحد من عمليات التزوير.	4,30	,464	موافق تماما	2
III	البطاقة الائتمانية	3.10	,343	محايد	/

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS.

من الجدول السابق يتضح أن بعد البطاقات الائتمانية حصل على متوسط 3.10، مما يدل توافق متوسط المستوى لزبائن بنك الخليج على البطاقات الائتمانية التي يوفرها لهم، بدليل وجود انحراف معياري ضئيل للإجابات، حيث يقدر بـ 0.343 فقط.

أما من حيث العبارات، فإن العبارة رقم (16)، والمتعلقة بسرية المعلومات الشخصية والمالية، والتي تتيحها البطاقات الائتمانية لبنك الخليج جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط 4.50، ودرجة موافق تماما، مما يدل جودة وكفاءة وتنافسية البطاقات الائتمانية التي يوفرها بنك الخليج لزبائنه، مقارنة مع البنوك الأخرى، بدليل أن العبارة رقم (18) المتعلقة بالحماية من التزوير، حلت في المرتبة الثانية بمتوسط 4.30، ودرجة موافق تماما، حيث أن سرية المعلومات، وصعوبة تزوير البطاقات عند فقدانها أو سرقتها، يعتبر مصدر تخوف كل الزبائن.

أما من حيث الصعوبات والمشكلات التي يعاني منها المتعاملين بالبطاقات الائتمانية على قلتهم، فهي إرتفاع تكاليف البطاقات الائتمانية، والتي تشمل تكلفة الحصول على البطاقة والفوائد المدفوعة، بدليل أن عبارة مقبولية تكاليف البطاقات جاءت في الرتبة الخامسة بمتوسط 1.92 ودرجة غير موافق، وبانحراف معياري ضعيف 0.73، مما يدل على عدم رضا الزبائن في بنك الخليج عن الفوائد التي يتقاضاها عن كل بطاقة إئتمانية.

وقد جاءت عبارة حماية بطاقات الإئتمان لزبائن بنك الخليج من الوقوع في تراكم الديون في الرتبة الأخيرة، بمتوسط 1.52 ودرجة غير موافق تماما، مما يدل على تخوف زبائن البن من الإفراط في استخدام البطاقات الإئتمانية، خاصة وأن سهولة الحصول عليها تدفع الشخص للإفراط في الشراء متناسيا قدرته على السداد.

3- عرض اتجاهات أفراد العينة حول البعد الرابع لوسائل الدفع الإلكتروني (التحويلات الإلكترونية):

الجدول التالي يمثل ملخص لإجابات أفراد العينة على فقرات بعد التحويلات الإلكترونية، والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري لهذه الإجابات.

الجدول رقم (23): إجابات أفراد العينة حول البعد الرابع (التحويلات الإلكترونية)

الرقم	العبارة	متوسط حسابي	انحراف معياري	إتجاه عام	ترتيب العبارات
23	تفضل التسليم الإلكتروني للنقود للمتعاملين معك، بدل التسليم اليدوي لها.	1.87	,474	غير موافق	6
24	يقوم البنك بعمليات التحويل المالي الإلكتروني بشكل سليم وسريع.	3,65	1,167	موافق	4
25	يمكنك تحويل الأموال من حسابك البنكي إلى حساب آخر من خلال الارتباط بالإنترنت من أي مكان.	4,45	,504	موافق تماما	1
26	يوفر البنك خدمة التحويل الإلكتروني للأموال من وإلى خارج الجزائر.	4,20	,405	موافق تماما	2
27	تكلفة التحويل الإلكتروني للأموال منخفضة في بنك الخليج.	4,03	,733	موافق	3
28	توجد إجراءات كافية لحماية حسابات عملاء بنك الخليج، مثل التشفير الإلكتروني أو التوقيع الإلكتروني.	3,30	1,043	موافق	5
VI	التحويلات الإلكترونية	583,	,388	موافق	/

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS.

يتبين من الجدول السابق أن التحويلات الإلكترونية للأموال في بنك الخليج (وكالة بسكرة)، حصل على متوسط 3.58 ودرجة موافق، مما يدل على أن الزبائن في العينة راضون بشكل عام، عن خدمات تحويل الأموال التي يوفرها لهم بنك الخليج، بدليل انخفاض الانحراف المعياري إلى 0.388 وهي نسبة أقل من الواحد، مما يدل على توافق آرائهم.

وجاءت عبارة إمكانية تحويل الأموال من أي مكان وزمان في الرتبة الأولى بمتوسط 4.45 وبدرجة موافق تماما، مما يدل بسهولة التحويلات، إذ يكفي الإتصال بالإنترنت، كما أن التحويلات المالية لا تقتصر على الجزائر فقط فهي متاحة وبسهولة نحو الخارج، لذا حلت العبارة رقم(26)، والمتعلقة بالتحويلات الخارجية بالرتبة الثانية بمتوسط 4.20، وبدرجة موافق، وتعتبر هذه الخدمة هامة جدا في مجال التجارة الإلكترونية، إذ تتيح لزبائن بنك الخليج شراء السلع والخدمات من الخارج، والدفع من خلال التحويل البنكي.

إن كل المزايا السابقة التي يوفرها بنك الخليج للزبائن في مجال تحويل الأموال داخليا وخارجيا، لم تمنع أفراد العينة من تفضيل الدفع يد بيد للأموال، حيث حصلت عبارة تفضيل التحويل الإلكتروني على التسليم اليدوي على الرتبة الأخيرة بمتوسط 1.87 ودرجة موافق، مما يدل على ترسخ ثقافة التعامل بالنقود في المجتمع الجزائري بدل التعامل من خلال البنوك.

4- عرض اتجاهات أفراد العينة حول محور وسائل الدفع الإلكتروني

الجدول التالي يمثل ملخص لأبعاد وسائل الدفع الإلكتروني الأربعة، وهو يسمح باستنتاج الحكم الإجمالي لأفراد العينة على تقييم أفراد العينة لوسائل الدفع الإلكتروني التي يوفرها لهم بنك الخليج (وكالة بسكرة) الجدول رقم (24): إجابات أفراد العينة حول المتغير المستقل (وسائل الدفع الإلكتروني)

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه العام	ترتيب العبارات
01	بطاقة الصراف الآلي	3.27	,389	محايد	3
02	بطاقة الدفع المسبق	3.34	,348	محايد	2
03	البطاقة الائتمانية	3.10	,343	محايد	4
04	التحويلات البنكية الإلكترونية	3.58	,388	موافق	1
1	وسائل الدفع الإلكتروني	3.32	0.369	محايد	/

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من خلال الجدول أن متغير وسائل الدفع الإلكتروني كمتغير مستقل بأبعاده الأربعة (بطاقة الصراف الآلي، بطاقة الدفع المسبق، البطاقة الائتمانية، التحويلات البنكية الإلكترونية للأموال)، حيث بلغ متوسطها الإجمالي 3.32 وانحرافها المعياري 0.369، والملاحظ هنا أن قيمة هذا المتوسط تنتمي إلى المجال [2.60-3.39] حسب مقياس ليكرت الخماسي المستخدم، وعليه فإن متغير وسائل الدفع الإلكتروني اتسم بدرجة الحياد، فيما يتعلق برضا الزبائن عن هذه الوسائل التي يتيحها لهم بنك الخليج، وقدرتهم واستفادتهم منها في حياتهم العملية ومعاملاتهم المالية والتجارية.

المطلب الثاني: عرض نتائج تحليل المحور الثاني (التجارة الإلكترونية)

يتضمن هذا المطلب نتائج دراسة المتغير التابع (التجارة الإلكترونية)، وذلك من خلال تحليل عبارات هذا المحور بأبعاده بواسطة الأساليب الإحصائية.

الجدول رقم (25): إجابات أفراد العينة حول المتغير التابع (التجارة الإلكترونية)

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الإنتاج العام	ترتيب العبارات
II	التجارة الإلكترونية	3.14	985,	محايد	/
25	أعتقد أن القيام بالشراء عن طريق الانترنت فكرة إيجابية.	3,68	1,141	موافق	04
26	يمكنني إجراءات عمليات الشراء عبر الانترنت ببساطة وسهولة.	2.00	847,	غير موافق	10
27	التسوق عبر الانترنت يوفر تنوعاً أكبر في المنتجات ويوفر منتجات غير موجودة في الأسواق المحلية.	4,20	687,	موافق تماماً	03
28	عند الشراء الخدمات أو السلع من الإنترنت لا أخشى التعرض للنصب والاحتيال.	5,22	506,	محايد	08
29	عند الشراء من الانترنت لا أتخوف من عدم الحصول على الخدمة أو السلعة بعد دفع ثمنها.	4,32	501,	محايد	09
30	تستطيع دفع فواتير الكهرباء والهاتف وغيرها من الخدمات في البنك إلكترونياً وعن بعد.	4,58	501,	موافق تماماً	02
31	أعتقد أن التسوق عبر الانترنت مريح ويقلل وقت التسوق بشكل عام.	3,45	986,	موافق	06
32	تكلفة الشراء من الإنترنت أقل من تكلفة الشراء التقليدية.	3,53	1,012	موافق	05
33	يمكنك الحجز بسهولة بواسطة الإنترنت في شركات الخطوط الجوية وفي الفنادق باستعمال البطات البنكية.	4,68	474,	موافق تماماً	01
34	أتخوف من رداءة الخدمات والسلع عند الحصول عليها عن طريق الإنترنت.	43,3	847,	موافق	07

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من الجدول السابق، أن المحور التابع (التجارة الإلكترونية) حقق متوسط حسابي 3.14، وبالتالي حصل على درجة محايد، مما يدل على أن عينة الزبائن يعبرون عن رغبة متوسطة في ممارسة التجارة الإلكترونية، أو التسوق والشراء من خلال الإنترنت، باعتبار أن لها مزايا عيوب مقارنة بالتجارة التقليدية، كما يعو ذلك للمشاكل والصعوبات التي يواجهها الأفراد في ممارسة التجارة الإلكترونية، والتي سيتم تناولها في

الفقرات التالية، وهذا الرأي يوجد عليه توافق كبير لدى العينة، بدليل إنخفاض الإنحراف المعياري في إجاباتهم، إذ بلغ 0.985 فقط، وهي أقل من 1 صحيح.

وقد أتت العبارة المتعلقة بسهولة الحجز في النقل والفنادق في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 4.68 ودرجة موافق تماما، ثم في المرتبة الثانية سداد الفواتير المتعلقة بالكهرباء والهاتف بمتوسط 4.58، ودرجة موافق تماما، وهو ما يدل على لجوء الزبائن إلى استعمال التجارة الإلكترونية للخدمات بكثافة على حساب السلع، وهذا لما تتعرض به الأخيرة من مخاطر، مثل ضعف مواقع تجارة السلع عبر الإنترنت، ومشاكل الدفع الإلكتروني فيها. كما يوافق أفراد العينة على إيجابية ممارسة الشراء والتسوق عبر الإنترنت، رغم كل صعوباته ومشاكله، وذلك بمتوسط 3.68، ويعود ذلك للمزايا التي تتيحها التجارة الإلكترونية، حيث يوافق الزبائن بشكل تام وبمتوسط 4.20، على أن الإنترنت تتيح تشكيلة واسعة من المنتجات في الأسواق البعيدة، قد لا تتواجد في الأسواق المحلية القريبة.

أما عن صعوبات التسوق عبر الإنترنت، فيعتبر الزبائن أن السبب الرئيس لترددهم في ممارسة هذا النشاط، عدم تمكنهم من إجراءات الشراء الإلكتروني، خاصة وأنه مجال حديث في بلادنا، حيث حصلت فقرة بساطة وسهولة إجراءات التسوق الإلكتروني على متوسط 2.00، ودرجة غير موافق تماما، مما يدل على أن مشكلة التجارة الإلكترونية في الجزائر تتعلق بتعلمها والتدريب عليها في المجتمع.

والسبب التالي الذي يعاني منه الأفراد عند ممارسة التجارة عبر الإنترنت، هو احتمال عدم وصول السلعة أو الخدمة بعد دفع ثمنها، حيث حققت عبارة الحصول على السلعة أو الخدمة على معدل 2.43، ودرجة محايد، وهو ما يدفعهم لعدم المخاطرة بالتجارة الإلكترونية، رغم مزاياها التي يعترفون بها.

أما من حيث الإنحراف المعياري، فحلت عبارة الإنترنت إيجابية فكرة الشراء عن طريق في المرتبة الأولى، بإنحراف 1.114، مما يدخل على اختلاف وتعارض آراء أفراد العينة حول إيجابيات أو سلبيات التجارة الإلكترونية، وهو أمر يتعلق بتجاربهم في هذا المجال التي يحكمون على ممارسة التجارة الإلكترونية بناء عليها.

المطلب الثالث: اختبار الفرضيات

بعد عرض وتحليل إجابات أفراد العينة على العبارات الواردة في الأقسام الثلاثة للاستبانة، والمتعلقة بالبيانات الشخصية، البيانات العامة، وعبارات القياس المتعلقة بمحوري وسائل الدفع الإلكترونية والتجارة الإلكترونية، يأتي هذا المطلب للإجابة على الفرضية الرئيسية والفرضيات الفرعية لها، وذلك بالاعتماد على البيانات التي تم تحليلها ومعالجتها إحصائياً، ببرنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية.

1- اختبار صلاحية النموذج:

قبل اختبار الفرضية الرئيسية والفرضيات الفرعية، يجب التأكد من صلاحية النموذج المستخدم في الاختبار، أي أن هناك علاقة خطية بين مستوى وسائل الدفع التي يوفرها بنك الخليج (وكالة بسكرة) للعملاء، وممارستهم للتجارة الإلكترونية، بعبارة آخر يمكن التعبير عن هذه العلاقة بالمعادلة الرياضية:

$$Y = a X + b + \varepsilon$$

حيث: X يمثل وسائل الدفع الإلكتروني، Y يمثل التجارة الإلكترونية a معامل الانحدار، و b ثابت. كما يمكن التعبير عن العلاقة وفق صيغة الانحدار الخطي المتعدد بالمعادلة التالية:

$$Y = a_1 X_1 + a_2 X_2 + a_3 X_3 + a_4 X_4 + b + \varepsilon$$

حيث: X_i ($i=1...4$) يمثل الأبعاد الأربعة للمتغير المستقل (وسائل الدفع الإلكتروني).

$$a_i \text{ (} i=1...4 \text{) تمثل معاملات الانحدار للمتغيرات } X_i \text{ (} i=1...4 \text{)}$$

سنقوم باختبار صلاحية النموذج المقترح باستخدام تحليل التباين للانحدار، ونتأجه موضحة في الجدول

التالي:

الجدول رقم (26): تحليل التباين للانحدار ANOVA

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²	قيمة F المحسوبة	مستوى دلالة F
الانحدار	1.891	1	1.891	0,366	0,134	5,881	,021
الخطأ	12,198	38	,321				
المجموع	14.089	39					

* ذات دلالة إحصائية عند 5%. المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS.

من الجدول نلاحظ أن قيمة F المحسوبة تساوي 5.881، وهي أكبر من قيمة F الجدولية، والتي تساوي $F = 4.10$ ($1, 38$)، أي أن F المحسوبة تقع في مجال الرفض، كما أن F المحسوبة كانت ذات مستوى دلالة 0.021، وهي أقل من مستوى الدلالة المطلوب 0.05، وهذا ما يثبت صلاحية النموذج المقترح لاختبار الفرضية الرئيسية، وهو ما يسمح لنا باختبار صحة هذه الفرضية في العنصر الموالي.

2- اختبار الفرضية الرئيسية الأولى:

من أجل اختبار الفرضية الرئيسية الصفرية، التي تنص على:

لا يوجد دور ذو دلالة إحصائية لوسائل الدفع التي يوفرها بنك الخليج (وكالة بسكرة) لزيائهم، في تعزيز

التجارة الإلكترونية لديهم، عند مستوى معنوية $\alpha = 5\%$

نلجأ إلى أسلوب الانحدار البسيط، وذلك لتحديد العلاقة بين المتغير المستقل (وسائل الدفع الإلكترونية)، والمتغير التابع (التجارة الإلكترونية)، وهذا بحساب معامل الارتباط ومعامل الانحدار، وهو ما يوضحه الجدول

الموالي:

الجدول رقم (27): نتائج تحليل الانحدار لدور وسائل الدفع الإلكتروني في التجارة الإلكترونية

المتغير المستقل X	الثابت	معامل الانحدار B	قيمة T المحسوبة	مستوى دلالة T	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²
وسائل الدفع الإلكتروني	0.272	0.406	2,413	0,021*	0,336	0,134

*ذات دلالة إحصائية عند 5%. المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من الجدول السابق أن معامل الانحدار ذو قيمة موجبة، وهو ما يدل على أن هناك علاقة طردية موجبة بين وسائل الدفع الإلكتروني في بنك الخليج (وكالة بسكرة) وتعزيز ممارسة التجارة الإلكترونية لدى الزبائن، أي أنه كلما قام بنك الخليج بتوفير تشكيلة واسعة من وسائل الدفع الإلكتروني، مع جودة وتنوع الخدمات المالية التي تقدمها هذه الوسائل، ساهم ذلك في تعزيز الرغبة والقدرة لدى زبائنه في ممارسة التجارة الإلكترونية، إلا أن درجة الارتباط بين المتغيرين تظل ضعيفة ما، حيث يقدر معامل الارتباط الخطي بينهما بـ 0.336 فقط، وهذا يوضح الدور المحدود الذي وسائل الدفع الإلكتروني في بنك الخليج في ممارسة الزبائن للتجارة الإلكترونية. كما يؤكد ذلك، قيمة T المحسوبة التي تساوي 2.413، وهي أكبر من قيمة T الجدولية، والتي تساوي 1.960 عند مستوى معنوية 5%، ودرجة حرية 40-1 = 39، مما يعني أن T ذو دلالة عند مستوى معنوية 5%، كما أن مستوى دلالة 0.021 أقل من 0.05.

أما معامل التحديد الذي يساوي 0.134، فيدل على أن 13.40% من التباين الكلي الحاصل في تعزيز ممارسة التجارة الإلكترونية، يفسر بوسائل الدفع الإلكتروني التي يوفرها بنك الخليج للزبائن. من خلال ما سبق نرفض الفرضية الصفرية، ونقبل الفرضية البديلة والتي تنص على أنه: يوجد دور ذو دلالة إحصائية لوسائل الدفع الإلكتروني في بنك الخليج (وكالة بسكرة)، في تعزيز التجارة الإلكترونية لدى الزبائن، عند مستوى معنوية 5% = α.

يمكن صياغة العلاقة الرياضية بين المتغير المستقل وسائل الدفع الإلكتروني X، والمتغير التابع تعزيز التجارة الإلكترونية Y، لدى الزبائن في بنك الخليج كما يلي:

$$Y = 0,406 X + 0.272$$

3- اختبار الفرضيات الفرعية للفرضية الرئيسية الأولى:

بعد اختبار صحة الفرضية الرئيسية، سنقوم باختبار الفرضيات الفرعية لها، وذلك باستخدام الانحدار الخطي البسيط من خلال حساب معامل الانحدار ومعامل الارتباط بين كل بعد في محور وسائل الدفع الإلكتروني، وبين محور التجارة الإلكترونية.

أ- اختبار الفرضية الفرعية الأولى:

تنص الفرضية الصفرية على: لا يوجد دور ذو دلالة إحصائية لبطاقة الصراف الآلي التي يوفرها بنك الخليج(الجزائر): وكالة بسكرة، في تعزيز ممارسة التجارة الإلكترونية من قبل الزبائن، عند مستوى معنوية 5% $\alpha =$ ، ولاختبارها نستخدم الإنحدار الخطي البسيط كما في الجدول التالي:

الجدول رقم (28): نتائج تحليل الإنحدار لدور بطاقة الصراف الآلي في تعزيز ممارسة التجارة الإلكترونية

المتغير المستقل X_1	معامل الإنحدار B	قيمة T المحسوبة	مستوى دلالة T	معامل الإرتباط R	معامل التحديد R^2
بطاقة الصراف الآلي	0.256	2.426	0.02*	0.366	0.134

* ذات دلالة إحصائية عند 5%. المصدر: من إعداد الطالب بناء على مخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من الجدول السابق أن قيمة T المحسوبة التي تساوي 2.426، وهي أكبر من قيمة T الجدولية، والتي تساوي 1.960، عند مستوى معنوية 5% $\alpha =$ ، ودرجة حرية 40 - 1 = 39، مما يعني أن T ذو دلالة عند مستوى معنوية 5%، وما يؤكد ذلك أن مستوى الدلالة 0.02 أقل من 0.05، مما يؤكد صحة الفرضية الفرعية البديلة الأولى.

كما نلاحظ من الجدول أنه توجد علاقة ارتباط طردية موجبة بين بطاقة الصراف الآلي وتعزيز ممارسة التجارة الإلكترونية لدى زبائن بنك الخليج، من خلال امكانية استخدامها في سداد الفواتير بمختلف أنواعها، إضافة لاستعمالها في سحب النقود، حيث يقدر معامل الإرتباط بـ 0.366، وذات دلالة معنوية عند 5%، كما أن معامل الإنحدار الخطي 0.256 موجب، أي أنه كلما أتاحت بطاقات الصراف الآلي لزبائن بنك الخليج(الجزائر)، ارتفعت قدرتهم على ممارسة التجارة الإلكترونية، من خلال دفع فواتير مختلف الخدمات وتحويل الأموال طوال اليوم، كما أن الإطلاع على الرصيد وسحب وتحويل النقود من جهاز الصراف الآلي، يعتبر من ممارسات التجارة الإلكترونية بالنسبة للبنك وعملائه، لأنهم يحصلون على خدمة، ويدفعون ثمنها إلكترونياً.

إلا أن بعد بطاقة الصراف الآلي لا يفسر إلا 13.40% فقط من التباين الحاصل في تعزيز ممارسة التجارة الإلكترونية لدى زبائن بنك الخليج(الجزائر)، حيث يقدر معامل التحديد بـ 0.1340، وهي نسبة ضعيفة، مما يدل على الدور الضعيف لبطاقة الصراف الآلي في ممارسة التجارة الإلكترونية لدى الزبائن.

مما سبق يمكننا أن نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة، والتي تنص على أنه: يوجد دور ذو دلالة إحصائية لبطاقات الصراف الآلي التي يوفرها بنك الخليج للزبائن، في تدعيم ممارستهم للتجارة الإلكترونية، عند مستوى معنوية 5% $\alpha =$.
ب- اختبار الفرضية الفرعية الثانية:

تنص الفرضية الصفرية على: لا يوجد دور ذو دلالة إحصائية لبطاقات الدفع المسبق التي يوفرها بنك الخليج لزيائنه، في تعزيز ممارستهم للتجارة الإلكترونية، عند متوى معنوية $\alpha = 5\%$ ، ولاختبارها نستخدم الإنحدار الخطي كما في الجدول التالي:

الجدول رقم (29): نتائج تحليل الإنحدار لدور بطاقات الدفع المسبق في ممارسة التجارة الإلكترونية

المتغير المستقل X_2	معامل الإنحدار B	قيمة T المحسوبة	مستوى دلالة T	معامل الإرتباط R	معامل التحديد R^2
بطاقة الدفع المسبق	0.106	1.713	0.095	0.268	0.072

* ذات دلالة إحصائية عند 5%. المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من الجدول السابق أن قيمة T المحسوبة التي تساوي 1.713، وهي أكبر من قيمة T الجدولية، والتي تساوي 1.960، عند مستوى معنوية $\alpha = 5\%$ ، ودرجة حرية 39 = 40 - 1، مما يعني أن T ليس ذو دلالة عند مستوى معنوية 5%، وما يؤكد ذلك أن مستوى الدلالة 0.095 أكبر من مستوى الدلالة المطلوب، وهو في دراستنا 0.05، مما يؤكد صحة الفرضية الفرعية الصفرية الثانية، أي عدم وجود دور لبطاقة الدفع المسبق في بنك الخليج في تعزيز ممارسته التجارة الإلكترونية من طرف الزبائن.

ومن الجدول السابق يتضح كذلك أنه توجد علاقة ارتباط موجبة بين بطاقة الدفع المسبق، التي يوفرها بنك الخليج للزبائن، وبين تعزيز ممارستهم للتجارة الإلكترونية، حيث يقدر معامل الإرتباط ب 0.268، وهو مقدار موجب، كما أن معامل الإنحدار موجب 0.106، مما يدل أنه بامتلاك الزبائن لبطاقات الدفع المسبق أكثر، فإن ذلك سيعزز ممارستهم للتجارة الإلكترونية، شرط توافر باقي متطلبات التجارة الإلكترونية، إلا أنه مع ذلك، فإن بطاقة الدفع المسبق لا تساهم في تفسير إلا 7.20%، من التباين في ممارسة الزبائن للتجارة الإلكترونية، حيث بلغ معامل التحديد 0.072 فقط.

مما سبق يمكننا أن نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية الصفرية التي تنص على: لا يوجد دور ذو دلالة إحصائية لبطاقات الدفع المسبق التي يوفرها بنك الخليج للزبائن، في تعزيز ممارستهم للتجارة الإلكترونية، عند مستوى معنوية $\alpha = 5\%$.
اختبار الفرضية الفرعية الثالثة:

تنص الفرضية الصفرية على: لا يوجد دور ذو دلالة إحصائية للبطاقات الائتمانية التي يوفرها بنك الخليج لزيائنه، في تعزيز ممارستهم للتجارة الإلكترونية، عند مستوى معنوية $\alpha = 5\%$ ، ولاختبارها نستخدم الإنحدار الخطي كما في الجدول التالي:

الجدول رقم (30): نتائج تحليل الانحدار لدور بطاقة الإئتمان في تعزيز التجارة الإلكترونية

المتغير المستقل X ₃	معامل الانحدار B	قيمة T المحسوبة	مستوى دلالة T	معامل الإرتباط R	معامل التحديد R ²
البطاقة الائتمانية	0.082	1.145	0.146	0.243	0.055

** ذات دلالة إحصائية عند 5%. المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من الجدول السابق أن قيمة T المحسوبة التي تساوي 1.145، وهي أصغر من قيمة T الجدولية، والتي تساوي 1.960، عند مستوى معنوية $\alpha = 5\%$ ، ودرجة حرية 39 = 40 - 1، مما يعني أن T ليس ذو دلالة عند مستوى معنوية 5%، وما يؤكد ذلك أن مستوى الدلالة 0.146 أكبر من مستوى الدلالة المفترض وهو 0.05، مما يؤكد صحة الفرضية الفرعية الصفرية الثانية.

كذلك من الجدول يتضح أنه توجد علاقة طردية موجبة بين بطاقات الإئتمان التي يمتلكها الزبائن، وتعزيز ممارستهم للتجارة الإلكترونية، ويدل على ذلك معامل الإرتباط الموجب 0.243، كما أن معامل الانحدار الخطي 0.082 الموجب، يدل على أنه بتزايد تحسن خدمات البطاقات الائتمانية التي يوفرها بنك الخليج لزبائنه، فستعزز ممارستهم أكثر للتجارة الإلكترونية، وما يؤكد ذلك هو معامل الإرتباط الموجب 24.30% بين بطاقات الإئتمان وممارسة التجارة الإلكترونية من طرف الزبائن، لكن امتلاك بطاقات الإئتمان والرضا عنها من طرف الزبائن لا يفسر إلا 5.5% من تعزيز ممارستهم للتجارة الإلكترونية، بدليل أن معامل التحديد يساوي 0.055 فقط، وهي نسبة جد ضعيفة، توضح الإستعمال المحدود لبطاقات الإئتمان من طرف زبائن البنك رغم توافرها. مما سبق يمكننا أن نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على: يوجد دور ذو دلالة إحصائية للبطاقات الائتمانية التي يوفرها بنك الخليج لزبائنه في تعزيز ممارستهم للتجارة الإلكترونية، عند مستوى معنوية $\alpha = 5\%$.

د- اختبار الفرضية الفرعية الرابعة:

تنص الفرضية الصفرية على: لا يوجد دور ذو دلالة إحصائية للتحويلات البنكية الإلكترونية للأموال، التي يوفرها بنك الخليج لزبائنه، في تعزيز ممارستهم للتجارة الإلكترونية، عند متوى معنوية $\alpha = 5\%$ ، ولاختبارها نستخدم الانحدار الخطي كما في الجدول التالي:

الجدول رقم (31): نتائج تحليل الانحدار لدور بطاقات الدفع المسبق في تعزيز التجارة الإلكترونية

المتغير المستقل X ₄	معامل الانحدار Beta	قيمة T المحسوبة	مستوى دلالة T	معامل الإرتباط R	معامل التحديد R ²
التحويلات الإلكترونية للأموال	0.129	2.416	0.021*	0.365	0.133

** ذات دلالة إحصائية عند 5%. المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من الجدول السابق أن قيمة T المحسوبة التي تساوي 2.416، وهي أكبر من قيمة T الجدولية، والتي تساوي 1.960، عند مستوى معنوية $\alpha = 5\%$ ، ودرجة حرية 40 - 1 = 39، مما يعني أن T ذو دلالة عند مستوى معنوية 5%، وما يؤكد ذلك أن مستوى دلالة T يساوي 0.021، وهو أصغر من مستوى الدلالة المطلوب في الدراسة وهو 0.05، مما يؤكد صحة الفرضية الفرعية البديلة الرابعة، أي أن التحويلات البنكية للأموال في بنك الخليج لها دور في تدعيم ممارسة التجارة الإلكترونية من طرف الزبائن.

كما يتضح من الجدول أن هناك علاقة طردية موجبة بين التحويلات الإلكترونية للأموال في بنك الخليج وتعزيز ممارسة الزبائن للتجارة الإلكترونية، حيث يأخذ معامل الإنحدار قيمة موجبة 0.0129، كما أن معامل الارتباط لبيرسون 0.365 موجب، وهو أكبر من كل معاملات الارتباط بين التجارة الإلكترونية وأبعاد وسائل الدفع الإلكتروني، ما يبين الدور الذي تلعبه تحويل الأموال بين البنوك في التجارة الإلكترونية.

كما أن متغير التحويلات الإلكترونية للأموال من طرف الزبائن في بنك الخليج، لا يفسر إلا 13.30% من التباين في مستوى تعزيز التجارة الإلكترونية لديهم، والباقي يعود لعوامل أخرى، حيث يبلغ معامل التحديد 0.133، وهي نسبة ضئيلة، تبين أن متطلبات التجارة الإلكترونية التي تم تناولها في الجانب النظري مثل الإنترنت، الخدمات اللوجيستية، التشريعات والقوانين الإلكترونية هي كلها عوامل هامة وجد ضرورية للممارسة التجارة الإلكترونية.

مما سبق يمكننا أن نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنص على: يوجد دور ذو دلالة إحصائية للتحويلات الإلكترونية للأموال، التي يوفرها بنك الخليج لزبائنه، في تعزيز ممارستهم للتجارة الإلكترونية، عند مستوى معنوية $\alpha = 5\%$.

وكخلاصة من تحليل الفرضيات نستنتج أن خدمات بطاقة الصراف الآلي والتحويلات البنكية الإلكترونية للأموال التي يوفرها بنك الخليج (وكالة بسكرة) لزبائنه، تساهم بتعزيز ممارستهم للتجارة الإلكترونية ولو أنها مساهمة ضعيفة، على عكس بطاقات الدفع المسبق والبطاقات الائتمانية، حيث يعود ذلك لغياب أجهزة استعمالها على مستوى المراكز والمحلات التجارية، كما أن تكاليفها مرتفعة، خاصة بطاقات الائتمان التي تتطلب دفع فوائد ربوية تتعارض مع معتقدات المجتمع.

خلاصة الفصل الثالث

تم التطرق في هذا الفصل إلى دراسة ميدانية والتي تمت في وكالة بنك الخليج بسكرة والتي كان الهدف منها التعرف على دور وسائل الدفع الإلكترونية في تعزيز التجارة الإلكترونية، إضافة إلى واقع تطبيق وسائل الدفع وكيف بإمكانها المساهمة في تدعيم التجارة الإلكترونية في الوكالة محل الدراسة، وتمت هذه من وضع فرضيات تمت مناقشتها وتحليلها باستخدام برنامج **spss** وبعد التأكد من مدى صدق وثبات الأداة المستخدمة في هذه الدراسة.

وبعد القيام بعملية التحليل باستعمال برنامج **spss** من خلال استخراج نتائج الخاصة بالبيانات العامة لوكالة بنك الخليج -بسكرة- التي كانت محل الدراسة، وتوصلت النتائج في الأخير بأنه يوجد دور ذو دلالة إحصائية لوسائل الدفع الإلكتروني على مستوى بنك الخليج الجزائر، في تعزيز التجارة الإلكترونية في الجزائر عند مستوى معنوية أقل من $\alpha = 5\%$.

الخاتمة

يعتبر نظام الدفع أساس أي اقتصاد، وذلك بتواجده في مركز النشاطات الاقتصادية، ووسيلة الدفع هي تلك الوسيلة المقبولة اجتماعيا، من أجل تسهيل المعاملات الخاصة بتبادل السلع والخدمات، وكذلك تسديد الديون، ولقد سمح التطور التكنولوجي بإبداع وسائل دفع إلكترونية، والتي تولدت عن تطور شبكة الإنترنت وبروز التجارة الإلكترونية، مما سمحت هذه الوسائل باختصار الوقت والتكلفة، وتحقيق مزايا لم تتمكن وسائل الدفع التقليدية من تحقيقها، ولكن هذا لا يعني أنها تخلو من العيوب، فقد حملت في طياتها عدة مخاطر تهدد المعاملات التجارية الإلكترونية، خاصة الجرائم الإلكترونية وجرائم البطاقات البنكية.

لقد ظهر إلى الوجود ما يسمى بوسائل الدفع الإلكترونية غير المكلفة والمجردة من المادة، لكن من جهة أخرى فإن العمل المتناسق لوسائل الدفع الإلكترونية حديثة النشأة، يتطلب تنظيما قانونيا ودرجة أمان عالية، فبدورها اتخذت أشكالا متعددة منها: البطاقات البنكية، الشيكات الإلكترونية، النقود الإلكترونية والمحافظ الإلكترونية، حيث تمكنت من الحد من بعض العراقيل والمشاكل في وسائل التقليدية، لكن بالمقابل لم تكن وسائل الدفع الإلكترونية مثالية.

لذلك فأمام نظام الدفع في الجزائر الكثير من الأعمال، والخطوات الواجب إتباعها لإعادة الاعتبار لوسائل الدفع التقليدية أولا، وإدخال ثقافة وسائل الدفع الإلكترونية ثانيا، حتى تتخلص من الطابع النقدي الذي يميز هذا المجتمع، والقيام بمزيد من الدراسات في هذا المجال، أخذا بعين الاعتبار تجربة الدول المتقدمة، من أجل تجنب المشاكل التي تتخبط فيها، مما يساعدها على ممارسة التجارة الإلكترونية.

ولدراسة دور وسائل الدفع الإلكترونية في تعزيز ممارسة التجارة الإلكترونية، وقع إختيارنا على وكالة بنك الخليج الجزائر لولاية بسكرة، ومن خلال إستخدام الإستبانة كوسيلة لجمع البيانات بعد تحليلها بواسطة SPSS، تمكنا من إختبار الفرضيات والحصول على نتائج حول الموضوع، وهو ما مكننا من تقديم بعض التوصيات لتحسين مساهمة وسائل الدفع في التجارة الإلكترونية .

1 - نتائج اختبار الفرضيات:

أظهرت النتائج المتحصل عليها من الدراسة التطبيقية، في وكالة بنك الخليج الجزائر (ولاية بسكرة) ما يلي:

- أ. الفرضية الرئيسية: يوجد دور ذو دلالة إحصائية لوسائل الدفع الإلكتروني، التي يوفرها بنك الخليج(الجزائر: وكالة بسكرة) لزيائنه، دور في تعزيز ممارستهم للتجارة الإلكترونية، عند مستوى معنوية أقل من 5%.
- ب. الفرضية الفرعية الأولى: يوجد دور ذو دلالة إحصائية لبطاقة الصراف الآلي، التي يوفرها بنك الخليج لزيائنه، في تعزيز ممارستهم للتجارة الإلكترونية، عند مستوى معنوية $\alpha = 5\%$.

- ج. الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد دور ذو دلالة إحصائية لبطاقات الدفع المسبق، التي يوفرها بنك الخليج لزبائنه، في تعزيز ممارستهم للتجارة الإلكترونية، عند مستوى معنوية $\alpha = 5\%$.
- د. الفرضية الفرعية الثالثة: لا يوجد دور ذو دلالة إحصائية لبطاقة الائتمان، التي يوفرها بنك الخليج لزبائنه، في تعزيز ممارستهم للتجارة الإلكترونية، عند مستوى معنوية $\alpha = 5\%$.
- هـ. الفرضية الفرعية الرابعة: يوجد دور ذو دلالة إحصائية للتحويلات الإلكترونية للأموال، التي يوفرها بنك الخليج لزبائنه، في تعزيز ممارستهم للتجارة الإلكترونية، عند مستوى معنوية $\alpha = 5\%$.

2- النتائج النظرية:

- فيما يخص النقائص التي واجهتها وسائل الدفع التقليدية، فقد تم التغلب عليها بواسطة تحديث نظام الدفع، الذي أصبح يستخدم أجهزة وشبكات متطورة، من خلال الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات والاتصالاتن وعلى رأسها أجهزة الحاسوب وشبكة الإنترنت؛
- أصبحت الوسائل التقليدية عبئا ثقيلًا على البنوك، لاعتمادها بدرجة كبيرة على الاستخدام الورقي والبشري، واستنزافها للوقت، في المقابل حققت وسائل الدفع الإلكترونية مزايا لم تتمكن التقليدية من تحقيقها، حيث جردت الوسائل التقليدية من طابعها المادي أو الورقي والاعتماد على الإلكترونيات، وخفضت التكاليف وقللت من معاناة العملاء وأعطت للوقت قيمته؛
- تطور وسائل دفع الكترونية كبديل عن تلك التقليدية، شجع على قيام خدمات مصرفية الكترونية، ووسع الآفاق أمام التجارة الإلكترونية، وفتح المجال لظهور سوق خاص بها، يتضمن شركات عملاقة حققت أرباحا طائلة، وهذا بفعل التخصص في هذه الوسائل حديثة النشأة؛
- التجارة الإلكترونية تمكن الأفراد من إجراء عمليات الدفع النقدي بالبطاقات المالية بمختلف أنواعها، وبغيرها من وسائل الدفع الإلكترونية؛
- ألغت التجارة الإلكترونية الحدود والقيود أمام الأسواق التجارية، وبفضلها تحول العالم إلى سوق مفتوح أمام المستهلك، بغض النظر عن الموقع الجغرافي للبائع أو المشتري؛
- تساعد التجارة الإلكترونية على إمكانية إتمام الصفقات التجارية، دون حاجة إلى انتقال الطرفين والتقاءهما في مكان معين، وإن لم يتم إتمام الصفقة فيكفي أن يتم التعريف بها تعريفا كاملا، وذلك من خلال أجهزة الحاسب الآلي، وبذلك يتوفر الكثير من الجهد والوقت والمال؛
- تطور نظام الدفع الإلكتروني، سينعكس إيجابا على توسع وانتشار التجارة الإلكترونية والثقة فيها، فلا تجارة الكترونية بدون دفع الكتروني، ولا دفع الكتروني بدون وسائل دفع الكتروني، ولا وسائل دفع الكتروني بدون بنوك الكترونية،
- ساهمت البنوك الإلكترونية في رواج التجارة الإلكترونية، بفضل وسائل الدفع الإلكترونية التي توفرها للمتعاملين، كما أنه بدورها تمارس التجارة الإلكترونية من خلال الخدمات عن بعد عبر الإنترنت التي توفرها لمتعاملينا.

3- النتائج الميدانية:

- ❖ لاحظا سعي بنك الخليج الجزائر لتقديم خدماته بنكية إلكترونية، تواكب تغيرات وتطورات المحيط الإقتصادي والمالي الجديد في الجزائر والعالم، وهذا باستخدامه لأنظمة وخدمات إلكترونية جديدة تتناسب مع تطلعات زبائنه، الذين أصبحوا يطمحون للاشتراك في هذا البنك، نظرا لتنوع وسائل الدفع الإلكترونية التي يمنحها لزبائنه.
- ❖ يستخدم الزبائن لدى الوكالة البنكية في مدينة بسكرة، التابعة لبنك الخليج، فرع الجزائر، شبكة الإنترنت للقيام بمعاملات تجارية، من خلال الحصول على السلع والخدمات، مما يعطينا فكرة عن استخدامهم للدفع الإلكتروني من جهة، وممارستهم للتجارة الإلكترونية.
- ❖ توافر البنية التحتية للتجارة الإلكترونية (الإنترنت) للزبائن، وذلك لان مستوى استخدام الإنترنت جد مرتفع، مما يتيح لهم إمكانية استخدام المعاملات المصرفية الإلكترونية، من الإطلاع على الرصيد وتحويل الأموال وسداد الفواتير، وغيرها من الأنشطة التي تدخل ضمن التجارة الإلكترونية، وإن كان هناك ضعف شديد في مجال التجارة الإلكترونية للسلع لديهم.
- ❖ عوائق التجارة الإلكترونية في الجزائر متعددة ومتنوعة، ويأتي على رأسها ضعف وسائل الدفع الإلكتروني وهو ما جعلنا نختار بنك الخليج (الجزائر)، الذي يعرف باستخدامه الكثيف لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تقديم خدماته المصرفية، من خلال الإنترنت والصراف الآلي، كما أنه يوفر تشكيلة متنوعة وواسعة من وسائل الدفع الإلكتروني (البطاقات بأنواعها المختلفة، التحويلات الإلكترونية للأموال، ... إلخ).
- ❖ تشكل قلة مواقع التجارة الإلكترونية المحلية، مشكلة أمام الزبائن لممارسة التجارة الإلكترونية، خاصة في مجال السلع، فمؤ هذه المواقع يبقى ضعيف، رغم التقدم الذي حصل في السنوات الأخيرة، وهذا لضعف الإطار القانوني الذي يحمي البائع والمشتري؛
- ❖ من بين أساليب الدفع التي يستخدمها زبائن بنك الخليج بشكل واسع، بطاقات الصراف الآلي، التي يستخدمونها بشكل أساسي في سحب النقود، كما يمكنهم استخدام بطاقة الصراف في سداد معاملاتهم المالية، من خلال التحويل إلى حسابات المتعاملن معهم، وهذا يدل على جهود بنك الخليج (الجزائر) في توفير وسائل الدفع السحب الإلكتروني للأموال؛
- ❖ خدمات بطاقة الصراف الآلي والتحويلات البنكية الإلكترونية للأموال التي يوفرها بنك الخليج (وكالة بسكرة) لزبائنه، تساهم بتعزيز ممارستهم للتجارة الإلكترونية ولو أنها مساهمة ضعيفة، على عكس بطاقات الدفع المسبق والبطاقات الائتمانية؛
- ❖ هناك رغبة متوسطة في ممارسة في التجارة الإلكترونية من طرف زبائن، أو التسوق والشراء من خلال الإنترنت، باعتبار أن لها عدة مزايا وعيوب في نفس الوقت مقارنة بالتجارة التقليدية، كما يعود ذلك للمشاكل والصعوبات التي يواجهها الأفراد في ممارسة التجارة الإلكترونية؛
- ❖ إن البطاقات البنكية التي يوفرها بنك الخليج لزبائنه لم تلقى النجاح المنتظر، ويتجسد هذا على أرضية الواقع بالعدد القليل من المستعملين لهذه البطاقات؛

❖ يعتبر زبائن بنك الخليج أن مخاطر وسائل الدفع الإلكترونية تبقى عالية، رغم الجهود التي يبذلها البنك لتعزيز الثقة فيها، وتنتج عن قلة خبرة الزبائن في ممارسة التجارة الإلكترونية باستخدام وسائل الدفع الإلكترونية، بالإضافة لتخوفهم من اختراق حساباتهم الإلكترونية، أو عدم وضوح السلع التي يشترونها عبر الإنترنت رغم دفع ثمنها إلكترونياً؛

❖ إن البيئة الاجتماعية والثقافية في الجزائر، تشكل تحدياً لبنك الخليج من أجل إقناع العملاء، بجدوى استخدام البطاقة البنكية في معاملاتهم المالية والتجارية، مما يتطلب ضرورة إدخال ثقافة بنكية جديدة، من خلال تبني بنك الخليج لإستراتيجية تسويقية فعالة؛

❖ إن ضعف الدعاية والإعلان بخصوص البطاقات البنكية، واقتصار ذلك على المطبوعات والملصقات التي توضع داخل مقرات وكالات بنك الخليج، لا تسمح بإيصال الرسالة إلى عدد كبير من الأفراد في المجتمع، بمزايا وسائل الدفع التي يوفرها.

❖ تعاني المنظومة القانونية في الجزائر من فراغ في مجال التشريعات المتعلقة بوسائل الدفع الإلكترونية، وهو ما يرفع من مخاطر التعامل بوسائل الدفع الإلكتروني، وممارسة التجارة الإلكترونية، سواء بالنسبة للبائع أو المشتري؛

❖ عدم اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، يعتبر أكبر عائق لنجاح وسائل الدفع الإلكترونية، ويعود ذلك لعدم وجود مواقع كثيرة وكبيرة وموثوقة في مجال تجارة السلع بمختلف أنواعها؛

❖ عدم امتلاك المتعاملين الاقتصاديين الجزائريين الثقافة والثقة في المعاملات الإلكترونية، وقد يرجع ذلك لعدم فتح الدولة لمواقع والفضاءات التي تعرفهم بأهمية ومزايا توظيف تكنولوجيات الحديثة في عالم الأعمال.

التوصيات:

بناءً على النتائج المتحصل عليها من خلال هذه الدراسة، يمكن تقديم بعض التوصيات التي نراها مناسبة المتمثلة في العناصر التالية:

❖ لابد من إصلاح وتكييف البيئة التشريعية والقانونية المتعلقة بوسائل الدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية، وذلك بسن القوانين العقابية التي تخص الجرائم المرتكبة في مجال وسائل الدفع الإلكترونية والتجارة الإلكترونية؛

❖ وضع سياسة إعلامية وتسويقية من قبل بنك خليج الجزائر وكالة بسكرة، من شأنها إدخال ثقافة استخدام البطاقات لدى الزبائن، من أجل جعل أسلوب الدفع بالبطاقة من رغبات الزبائن التي يطالب بها التجار، وبالتالي دفع هؤلاء التجار إلى اعتماد هذا النمط تحت ضغط زبائنهم وتلبية لرغباتهم؛

❖ على وكالة بنك خليج الجزائر في بسكرة تقديم إجراءات كافية لحماية حسابات العملاء ببنك الخليج، مثل التشفير الإلكتروني أو التوقيع الإلكتروني؛

❖ تخفيض مصاريف الحصول والتعامل بالبطاقات البنكية للوكالة في بنك الخليج، وخاصة بالنسبة للبطاقات الإئتمانية التي تعاني من انخفاض المبلغ الذي توفره، أو الفوائد التي تتطلبها؛

لعمل على إيجاد آليات ووسائل جديدة، واستخدام وتنويع الخدمات المصرفية الإلكترونية، بغرض المحافظة على العملاء وجذب عملاء جدد لبنك الخليج؛

يجب على الوكالة مراعاة توفر الضوابط اللازمة للرقابة على المعلومات، وذلك لتجنب المخاطر التي تنجم عن الدخول إلى شبكة المعلومات من قبل غير المرخصين بذلك، ومراجعة السياسات والإجراءات المرتبطة بها بشكل منتظم؛

لا بد من الاستعانة بالبحوث الجامعية التي تتناول هذا المجال، وذلك من أجل الاستفادة من تجارب الدول المتقدمة منها والسائرة في طريق النمو في مجال تحديث نظام الدفع وممارسة التجارة الإلكترونية، للإطلاع على المشاكل المحتملة الحدوث ومناقشتها لإيجاد الحلول لها.

❖ قائمة الكتب باللغة العربية:

أولاً: الكتب

1. إبراهيم بختي، التجارة الالكترونية مفاهيم و إستراتيجيات التطبيق في المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008.
2. إبراهيم بختي، التجارة الالكترونية، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، 2008.
3. أحمد بوراس، السعيد بريكة، أعمال الصيرفة الالكترونية، دار الكتاب الحديث، القاهرة، مصر، 2014.
4. أكاديمية الفيصل العالمية، أساسيات تكنولوجيا المعلومات، دار زمزم للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007.
5. أمير فرج يوسف، عالمية التجارة الالكترونية وعقودها وأساليب مكافحة الغش التجاري الالكتروني، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2009.
6. إيمان فاضل السامرائي، هيثم محمد الزغيبي، نظم المعلومات الإدارية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004.
7. بشير عباس العلق، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتطبيقاتها في مجال التجارة النقالة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، عمان، الأردن، 2007.
8. بهاء شاهين، الإنترنت و العولمة، الطبعة الأولى، عالم الكتب، القاهرة، 1999.
9. ثابت عبد الرحمن إدريس، مقدمة في إدارة الأعمال اللوجستية (الإمداد والتوزيع المادي)، الدار الجامعية الإسكندرية، مصر، 2006 .
10. جلال عايد الشورة، وسائل الدفع الالكترونية، الطبعة الأولى، دار الثقافة، عمان، الأردن، 2008.
11. حسين الوادي، بلال محمود الوادي، المعرفة والإدارة الالكترونية وتطبيقاتها المعاصرة، الطبعة الأولى، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
12. خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الالكتروني، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر، الإسكندرية، 2007.
13. خضر مصباح الطيطي، التجارة الالكترونية (من منظور تقني وتجاري وإداري)، دار الحامد، عمان، الأردن، 2008.

14. سامح عبد المطلب، عامر علاء، محمد سيد قنديل، التسويق الالكتروني، الطبعة الأولى، دار الفكر، عمان، الأردن، 2012.
15. سراج الدين محمد، التجارة الالكترونية دراسة تكنولوجية و تطبيقية، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، 2009.
16. صدام الخمايسة، الحكومة الالكترونية الطريق نحو الإصلاح الإداري، الطبعة الأولى، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
17. طارق طه، التسويق والتجارة الإلكترونية، الطبعة الثانية، دار المعارف، الإسكندرية، 2005.
18. طارق عبد العال حماد، التجارة الالكترونية (المفاهيم-التجارب-التحديات) ، دار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2003.
19. عامر إبراهيم قنديلجي، التجارة الالكترونية وتطبيقاتها، الطبعة الأولى، دار المسيرة ، عمان، الأردن، 2016.
20. عبد المنعم راضي، فرج عزت، اقتصاديات النقود والبنوك، البيان للطباعة والنشر، الإسكندرية، 2001.
21. عدنان عواد الشوابكة، دور نظم وتكنولوجيا المعلومات في اتخاذ القرارات الادارية ، دار اليازوردي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011.
22. عصام الدين أمين أبو عقلة، التسويق المفاهيم الاستراتيجية، مؤسسة حورس الدولية، الإسكندرية، 2002.
23. عكاب احمد محمد العبادي، الضريبة على الدخل الناجم عن التجارة الالكترونية، الطبعة الأولى، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
24. علاء عبد الرزاق محمد السالمي، حسين علاء عبد الرزاق السالمي، شبكات الإدارة الالكترونية، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر عمان، 2005.
25. فاروق سيد حسين، التجارة الالكترونية وتأمينها، الطبعة الأولى، دار هلا للنشر، الجيزة، 2001.
26. فريد النجار، وليد النجار وآخرون، وسائل المدفوعات الالكترونية، التجارة والأعمال الالكترونية المتكاملة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006.
27. محمد إبراهيم عبد الرحيم، الاقتصاد الصناعي والتجارة الالكترونية، مؤسسة شباب الجامعية، الإسكندرية، 2007.
28. محمد عبد حسين آل فرج الطائي، الموسوعة الكاملة في نظم المعلومات الإدارية الحاسوبية، الطبعة الأولى، دار الزهران، عمان، 2002.
29. محمد محمود الخالدي، التكنولوجيا الالكترونية، دار كنوز المعرفة، عمان، 2006.

30. محمد نور برهان، عز الدين خطاب، التجارة الإلكترونية، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة ، مصر، 2015.
31. مدحت صادق، تقنيات مصرفية، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة، 2001 .
32. مزهر شعبان العاني، شوقي ناجي جواد، العملية الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، الطبعة الأولى، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
33. مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، الأوراق التجارية و وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة، دار الفكر الجامعي، مصر، 2000.
34. مصطفى يوسف كافي، النقود والبنوك الإلكترونية في ظل التقنيات الحديثة، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر، سوريا، دمشق، 2011.
35. وائل أنور بندق، الأوراق التجارية ووسائل الدفع الإلكترونية الحديثة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007.

ثانيا:المجالات والدوريات

1. إبراهيم محمد شاشو، أسامة الحموي، بطاقة الائتمان حقيقتها وتكيفها الشرعي، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 27، العدد الثالث، 2011.
2. أحمد عبد الله العوضي، العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد السادس، جامعة قسنطينة2، الجزائر، 2010.
3. بسام احمد الزمي، عبود سراج، دور النقود الإلكترونية في عمليات غسل الأموال، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد26، العدد الأول، دمشق، 2010.
4. خديجة جمعة الزويني، دور التجارة الإلكترونية في تخفيض التكاليف دراسة تطبيقية في الشركة العامة لتجارة السيارات والمكائن، مجلة الإدارة والاقتصاد العدد السابع والستون، العراق، 2007.
5. سامية لحول، صليحة مقاوسي، زكرياء عقاري، دور نظم المعلومات التسويقية في إنتاج المعرفة بمؤسسات النقل الجماعي، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، عدد 01، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، ديسمبر 2015.
6. السعيد بريكة، فوزي الشوق، تحديات وسائل الدفع الإلكترونية(دراسة استطلاعية من وجهة نظر الموظفين بالوكالات البنكية لولاية أم البواقي)، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، العدد الثاني، جامعة أم البواقي، 2014.
7. صالح نصولي، أندريا شاختر تحديات المعاملات المصرفية الإلكترونية، مجلة التمويل والتنمية، سبتمبر 2002.

8. صلاح الهادي غبيق، التشفير وفك التشفير، مجلة العلوم الاقتصادية والسياسية، العدد الثاني، كلية التجارة والاقتصاد، جامعة المرقب، زليتن، ليبيا، 2013.
9. علي قاسم حسن العبيدي، جاسم عيدان براك المعموري، جليل كاظم مدلول العارضي، أثر استخدام التجارة الالكترونية في تخفيض التكاليف التسويقية دراسة تطبيقية في شركة زين للاتصالات، مجلة جامعة بابل، العلوم الإنسانية، المجلد 19، العدد الأول، 2011.
10. غازي أبو عرابي، فياض القضاة، حجية التوقيع الإلكتروني، دراسة في التشريع الأردني، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 20، العدد الأول، 2003.
11. قاسم حسن العبيدي، جاسم عيدان براك المعموري، جليل كاظم مدلول العارضي، أثر استخدام التجارة الالكترونية في تخفيض التكاليف التسويقية دراسة تطبيقية في شركة زين للاتصالات، مجلة بابل للعلوم الإنسانية، المجلد 19، العدد الأول، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة كربلاء، 2011.
12. محمود سحنون، النظام المصرفي بين النقود الورقية والنقود الآلية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 04، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ماي 2003.
13. نهى خالد عيسى، بطاقة الائتمان الإلكترونية، مجلة المحقق الحلي للعلوم القانونية والسياسية، العدد 02، السنة 07، جامعة بابل، العراق، 2010.

ثالثا: الرسائل الجامعية

1. أمينة رباعي، التجارة الإلكترونية والآفاق تطورها في البلدان العربية، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص النقود والمالية، جامعة الجزائر، الجزائر، 2004-2005.
2. بلقيثوم صباح، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية، أطروحة دكتوراه علوم في علوم التسيير، جامعة قسنطينة 2، 2012-2013.
3. بن غزال أمال، دور التجارة الإلكترونية في تحسين تنافسية المؤسسة دراسة حالة مؤسسة صناعة الكوابل - فرع جنرال كابل - بسكرة، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات الحصول على شهادة الماستر في العلوم التجارية، التجارة الدولية، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012 - 2013.
4. حامدي محمد، واقع التجارة الإلكترونية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2008-2009.

5. حديد نوفيل، أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على المؤسسة (التحول إلى استخدام نظم وأساليب التجارة الإلكترونية)، أطروحة دكتوراه دولة في علوم التسيير، جامعة الجزائر3، 25 ديسمبر 2000.
6. حسين العلمي، دور الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق التنمية المستدامة دراسة مقارنة بين ماليزيا تونس والجزائر، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في الاقتصاد الدولي والتنمية المستدامة، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2012-2013.
7. خليفة بن صالح بن خليفة المسعود، المتطلبات البشرية والمادية لتطبيق الإدارة الإلكترونية في المدارس الحكومية من وجهة نظر مديري المدارس ووكلائها بمحافظة الرس، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في الإدارة التربوية والتخطيط، جامعة أم القرى، السعودية، 2007.
8. سلطاني خديجة، إحلال وسائل الدفع التقليدية بالوسائل الإلكترونية (دراسة حالة البنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بسكرة) ، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص مالية ونقود، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012-2013.
9. سلوى محمد الشرف، دور إدارة المعرفة و تكنولوجيا المعلومات في تحقيق المزايا التنافسية في المصارف العاملة في قطاع غزة، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات الحصول على شهادة الماجستير، الجامعة الإسلامية، عمارة الدراسات العليا ،غزة، 2008.
10. سلوى محمد الشرفا، دور إدارة المعرفة و تكنولوجيا المعلومات في تحقيق المزايا التنافسية في المصارف العاملة في قطاع غزة، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال، الجامعة الإسلامية، غزة، 2008.
11. سمية ديمش، التجارة الإلكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تحليل واستشراف اقتصادي، جامعة منتوري، قسنطينة ، 2010-2011.
12. صراع كريمة، واقع وأفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص إستراتيجية، جامعة وهران، 2014.
13. صلاح عبد الحكيم المصري، متطلبات استخدام التوقيع الإلكتروني في إدارة مراكز تكنولوجيا المعلومات في الجامعات الفلسطينية في قطاع غزة، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال، الجامعة الإسلامية، غزة، 2007.

14. العاني إيمان، البنوك التجارية وتحديات التجارة الإلكترونية، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص بنوك وأمنيات ، جامعة منتوري قسنطينة، 2006.
15. عبد الرزاق عمر جاجان الزايد، قانون التجارة الإلكترونية، منشورات جامعة الملك عبد العزيز، السعودية، 2010.
16. عذبة سامي، حميد الجادر، العلاقات التعاقدية المنبثقة عن استخدام بطاقة الائتمان، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في القانون، منشورة، تخصص القانون الخاص، كلية علوم القانون، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، عمان، الأردن، 2008.
17. عمار لوصيف، إستراتيجيات نظام المدفوعات القرن الحادي والعشرين مع الإشارة إلى التجربة الجزائرية، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تحليل و الاستشراف الاقتصادي، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009.
18. فتحي شوكت مصطفى عرفات، بطاقات الائتمان البنكية في الفقه الإسلامي، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة لمتطلبات درجة الماجستير في الفقه والتشريع، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2007.
19. فتحي شوكت، مصطفى عرفات، بطاقات الائتمان في فقه الإسلامي، أطروحة دكتوراه، منشورة، كلية الدراسات عليا، جامعة النجاح الوطنية بنابلس، فلسطين، 2007.
20. فيصل بن عادل أبو خلف، الحماية الجنائية لبطاقات الائتمان، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص التشريع الجنائي الإسلامي، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2007.
21. لمين علوطي، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على إدارة الموارد البشرية في المؤسسة، أطروحة دكتوراه العلوم في علوم التسيير، فرع إدارة الأعمال، جامعة الجزائر، الجزائر، 2007-2008.
22. لونيس نادية، اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تفعيل الأعمال التجارية للمؤسسات دراسة حالة التذاكر الإلكترونية في مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص إدارة الأعمال، جامعة الجزائر3، 2010-2011.
23. محمد تقرورت، واقع و آفاق التجارة الإلكترونية في الوطن العربي، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية، جامعة الشلف، 2004-2005.

24. مفتاح صالح، معارفي فريدة، بحث البنوك الإلكترونية، تخصص نقود ومالية، العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر، دون سنة نشر، بسكرة.
25. مي الزهراني، التجارة الإلكترونية وأثرها على الحصيلة الجمركية لواردات جمهورية مصر العربية ودول أخرى، بحث مقدم كجزء من متطلبات الحصول على درجة البكالوريوس في الاقتصاد، جامعة الملك سعود، السعودية، 2013.
26. ميهوب سماح، أثر التكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية (حالة نشاط بنك عن بعد)، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية العلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة، 2013.
27. نور الدين جليد، تطوير وسائل الدفع المصرفية في ظل التجارة الإلكترونية (حالة الجزائر-2010-2005)، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية، جامعة الجزائر، 2010.
28. نور الدين شارف، التسويق الإلكتروني ودوره في زيادة القدرة التنافسية (دراسة حالة مؤسسة جواب فرع الاتصالات الجزائرية)، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في التسويق، جامعة سعد حلب، البليدة، 2007.
29. نور الهدى بوهنتالة، دور الإمداد في تحسين تنافسية المؤسسة، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة باتنة، 2008-2009.
30. هبايش فوزية، دور التجارة الإلكترونية في تفعيل مناطق التجارة الحرة (حالة منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى)، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص مالية واقتصاد دولي، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، 2011-2012.
31. وافي ميلود، واقع وأفاق البنوك الإلكترونية (دراسة حالة الجزائر)، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير العلوم الاقتصادية، تخصص نقود مالية وبنوك، جامعة تلمسان، 2003-2004.
32. وقاد يوسف، نظام القانوني للدفع الإلكتروني، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص قانون التعاون الدولي، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011.

رابعا: الملتقيات و الندوات و المؤتمرات

1. إبراهيم محمد درويش، المعالجة الضريبية للصفقات الالكترونية، بحث مقدم إلى مؤتمر المناخ المالي والاستثماري، كلية الاقتصاد للعلوم الإدارية، جامعة اليرموك، أريد، الأردن، 31 تشرين 2002.
2. أحمد جمال الدين موسى، النفود الالكترونية وتأثيرها على دور المصارف المركزية في إدارة السياسة النقدية، أعمال مؤتمر بعنوان الجديد في أعمال المصارف من الوجهة القانونية والاقتصادية-جديد في التقنيات المصرفية- الجزء الأول، منشورات حلب الحقوقية، بيروت، 2002.
3. أحمد عبد الخالق، البنوك والتجارة الالكترونية، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية و الاقتصادية، أعمال المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق بجامعة بيروت العربية، الجزء الثاني، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت.
4. بدر بن عبد الله الجعفري، الإثبات الإلكتروني في المنازعات التجارية، مداخلة في الملتقى الدولي لوسائل الإثبات الذي تنظمه الغرفة التجارية الصناعية بالأحساء، 2013.
5. بريش عبد القادر، زيدان محمد دور البنوك الإلكترونية في تطوير التجارة الإلكترونية، مداخلة في الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، 2006.
6. بن علي بلعوز، هودة عبو، التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت، مداخلة في الملتقى الدولي العلمي حول عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية التجارة الإلكترونية في الجزائر بالاستفادة من تجارب الدول المتقدمة، المركز الجامعي بخميس مليانة، الجزائر، 26-27 أفريل 2011.
7. بوفليح نبيل، فرج شعبان، البنوك الإلكترونية كمدخل لزيادة تنافسية البنوك العربية، مداخلة في الملتقى الدولي حول المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهماتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، 27-28 نوفمبر 2007.
8. حسن شحاذة الحسين، العمليات المصرفية الإلكترونية، مداخلة في المؤتمر العلمي السنوي منشور على الإنترنت حول الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق، جامعة بيروت العربية، 2002.
9. حمود أحمد إبراهيم الشراوي: مفهوم الأعمال المصرفية الإلكترونية وأهم تطبيقاتها، بحث مقدم إلى مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون، غرفة التجارة والصناعة بدبي، 10-12 ماي 2003.

10. ذيب ناصيف، التجارة الالكترونية بين النظرية والتطبيق، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الثاني لكلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة العلوم التطبيقية ، عمان، الأردن، في الفترة 26 -27 أبريل 2006.
11. رحيم حسين، هواري معراج، الصيرفة الالكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية ، مداخلة مقدمة إلى ملتقى المنظومة المصرفية والتحول الاقتصادي- واقع وتحديات -، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، يومي 14-15 ديسمبر 2004.
12. شول شهرة، مدوخ ماجدة، الصيرفة الالكترونية: ماهيتها - مخاطرها - حمايتها، مداخلة في ملتقى إلى المنظومة المصرفية في الألفية الثالثة: منافسة، مخاطر، تقنيات، جامعة جيجل، الجزائر، يومي 06-07 جوان 2005.
13. صالح إلياس، مستقبل وسائل الدفع التقليدية في ظل وجود الوسائل الحديثة، مداخلة الملتقى الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك التجارية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، 26-27/04/2011.
14. صغير موح مريم، سردون مهدية، إشكالية الاعتراف بالإيرادات في المحاسبة الدولية في ظل التجارة الإلكترونية ، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية التجارة الإلكترونية في الجزائر، معهد العلوم الاقتصادية والتسيير، المركز الجامعي خميس مليانة، 26-27 أبريل 2011.
15. طافر زهير، بوترفاس الهاشمي، واقع بطاقات الائتمان في الجزائر، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الدولي الثاني حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة ، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 12-11 مارس، 2008.
16. عابد بن عابد العبدلي، التجارة الالكترونية في الدول الإسلامية: الواقع، التحديات، الآمال، مقدمة للمؤتمر العالمي الثالث للاقتصاد الإسلامي، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، 2005.
17. عبد الغني ريوح، نور الدين غردة، تطبيق أنظمة الصيرفة الالكترونية في البنوك الجزائرية بين الواقع والأفاق، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي العلمي حول التطورات النظام المصرفي الجزائري في ظل إصلاح، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 11-12 مارس، 2008.
18. عبد الهادي النجار، النقود المصرفية وآلية تداولها، بحث مقدم إلى المؤتمر العالمي السنوي لكلية الحقوق، جامعة بيروت، 2002.

19. عبد الهادي نجار، الصيرفة الالكترونية وآلية تداولها، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق ، جامعة بيروت. 2002.
20. عدوكة لخضر، دحو بن عبيزة، التجارة الالكترونية وأثارها على الاقتصاد، مداخلة في الملتقى الدولي العلمي الرابع حول :عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر بالاستفادة من تجارب الدول المتقدمة، المركز الجامعي بخميس مليانة، الجزائر، 27 - 26 أبريل 2011.
21. على فلاق، محمد بولصنام، آثار التجارة الإلكترونية على الاقتصاد، مداخلة في الملتقى العلمي الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية، خميس مليانة، 13-14 مارس 2012 .
22. علي القابوسة، المصارف الالكترونية (الفرص والتحديات حالة الجزائر)، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي المغاربي الأول حول المعلوماتية والقانون، أكاديمية الدراسات العليا (طرابلس)، ليبيا، الفترة من 28 إلى 29 أكتوبر، 2009.
23. علي قابوسة، المصارف الالكترونية (الفرص والتحديات حالة الجزائر)، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي المغاربي الأول حول المعلوماتية والقانون، أكاديمية الدراسات العليا (طرابلس)، ليبيا، الفترة من 28 إلى 29 أكتوبر، 2009.
24. فضيل رابح، التجارة الالكترونية (المفاهيم الأشكال والمزايا) ، مداخلة في الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أبريل 2011.
25. قصاب سعاد، بودريالة فايزة، تقييم وسائل الدفع الالكترونية المزايا والمخاطر، مداخلة في الملتقى العلمي الدولي حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، 26-27 أبريل، 2011.
26. كمال رزيق، فطوم معمر، بدر الدين الطالب، التجارة الالكترونية كمحرك للاقتصاد الافتراضي، مداخلة في الملتقى العلمي الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على اقتصاديات الدولية، جامعة البليدة، الجزائر، 13-14 مارس 2012.
27. محرز نوردين، صيد مريم، مداخلة بعنوان نظام الدفع الإلكتروني ودوره في تفعيل التجارة الالكترونية مع الإشارة لحالة الجزائر، مداخلة في الملتقى الدولي العلمي حول :عصرنة نظام الدفع

- في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر عرض تجارب الدولية، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر يومي:26-27 أفريل 2011.
28. مداحي محمد، التجارة الالكترونية وواقع استخدامها على المستوى الدولي والعربي، مداخلة في الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر عرض تجارب دولية، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، 26-27 أفريل 2011.
29. معطى الله خير الدين، بوقوم محمد، المعلوماتية والجهاز البنكي حتمية تطوير الخدمات المصرفية، مداخلة في ملتقى المنظومة المصرفية والتحويلات الاقتصادية واقع وتحديات، جامعة قالمة.
30. منصورى الزين، وسائل وأنظمة الدفع والسداد الإلكتروني (عوامل الانتشار وشروط النجاح)، مداخلة في الملتقى الدولي الرابع حول عصرنه نظام الدفع في البنوك التجارية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، 26-27 أفريل 2011.
31. نصر الدين سمار، الياس بن ساسي، مداخلة بعنوان: محاولة تأهيل النظام القانوني للتجارة الإلكترونية في الجزائر، مداخلة في الملتقى الدولي حول التجارة الإلكترونية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2011.
32. نوال بن عمارة، مداخلة بعنوان وسائل الدفع الإلكترونية الأفاق و التحديات، جامعة ورقلة.
33. يدو محمد، قاشي خالد، استراتيجية ادارة المخاطر المصرفية الإلكترونية ، مداخلة في الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أفريل 2011.

خامسا: القوانين

1. المادة (69) من أمر رقم 03-11 مؤرخ في 26 أوت سنة 2003 يتعلق بالنقد و القرض - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية - الجريدة الرسمية - العدد - 52 الصادرة بتاريخ 27 أوت - 2003 .

سادسا:المواقع الإلكترونية

1. كازوها المهذبة، بحث حول وسائل الدفع الإلكتروني، متاح في الموقع الإلكتروني <http://www.startimes.com/?t=27478652>

2. [www.c4 arab. Com](http://www.c4arab.com)
3. بطاقة الائتمان " أمريكيان إكسبريس " : تعريفها، وأنواعها، وأحكامها،
<https://islamqa.info/ar/106245>
4. مكرم صادر، أمين عام جمعية مصارف لبنان، تحديث القطاع المصرفي السوري "اتجاهات التحديث وقواعد "ده"
[.http://www.mafhoum.com/syr/articles_01/sader/sader.zip](http://www.mafhoum.com/syr/articles_01/sader/sader.zip)
5. عبد المجيد ميلاد، المعلوماتية وشبكات الإتصال الحديثة،
<https://drive.google.com/file/d/0B9x5L29xpeaaZXIJZUxhcmc2Z1E/view>
6. بسام نور، التجارة الإلكترونية كيف، متى وأين؟ الموسوعة العربية للكمبيوتر، قسم الدورات التعليمية: www.C4arab.com
7. عز الدين كامل أمين مصطفى، "الصيرفة الإلكترونية"
www.Bankofsudan.org/arabic/period/masrafi/vol_26/ebanking.htm ,
8. لجنة الامم المتحدة للقانون التجاري الدولي، القانون النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية،
https://www.uncitral.org/pdf/arabic/texts/electcom/ml-ecomm-a_ebook.pdf
9. أحمد سيد الكردي، أمن المعلومات: ماهيتها وعناصرها وإستراتيجيتها،
http://www.arablaw.org/download/Information_Security.doc

❖ قائمة المراجع الأجنبية:

1. Cohen B.J.; **les enjeux de la monnaie électronique; problèmes économiques**; hebdomadaire N°2766; juin 2002.
2. **Dictionnaire de l'informatique et de l'Internet**, édition DATA BECKER, 2000.
3. Francis Merlin, **B2B stratégie de communication**, deuxième tirage, Edition d organisation, paris France, 2001.
4. Solange Ghernaouti – Héli, Arnaud Dufour, **De l'ordinateur à la société de l'information**, presses universitaires de France, 2^{eme} édition, Paris

5. Yves Pimor, Michel Fender, LOGISTIQUE, Production, Distribution, Soutien, 5^e édition, Dunod, Paris, 2008.
6. Farès Boubaker, Les plateformes logistiques en Algérie : Rôle et impacts, le premier colloque international sur les ports maghrébins: Entre Volonté et Réalité, L'Institut Supérieur Maritime de Bou-Ismaïl, Algérie.2 –3 février 2010.

الملحق رقم 02: بنك الخليج الجزائر



Service client
7J/7
de 8h30 à 00h
A votre écoute au :

Appel local
3304

Appel international
+213 (0) 21 984 904

ComEx Online AGB

PRÉ-DOMICILIATION PAR WEB OBLIGATOIRE À PARTIR DU 15/03/2016

Renseignez-vous auprès de votre conseiller



En application des décisions des pouvoirs publics et de la Banque d'Algérie, Gulf Bank Algeria vous informe que toute opération de domiciliation de facture d'importation ou d'exportation devra désormais faire l'objet de pré domiciliation électronique.

A cet effet, un nouveau service a été mis en place, afin de vous permettre de transmettre vos demandes de domiciliation sur notre site web : www.agb.dz grâce à votre compte AGB Online.

Notez bien que les originaux devront être déposés au niveau de votre agence. Le cachet de domiciliation ne peut être apposé sur votre facture originale sans présentation du dossier original complet.

N'hésitez pas à consulter votre conseiller clientèle en agence pour toute autre information ou nous contacter sur avotreecoute@agb.dz ou au 021 984 907.

بنك الخليج الجزائر
Gulf Bank Algeria
Member of the KIPCO Group
Simplifions la banque
www.agb.dz

AGB ONLINE



لاطلاع على حساباتك مجاناً...
بنقرة واحقلا
Pour connaître votre situation bancaire,
gratuitement... d'un simple clic!

**C'est facile!
سهل!**

بنك الخليج الجزائر
Gulf Bank Algeria
Member of the KIPCO Group

Paiement ONLINE AGB

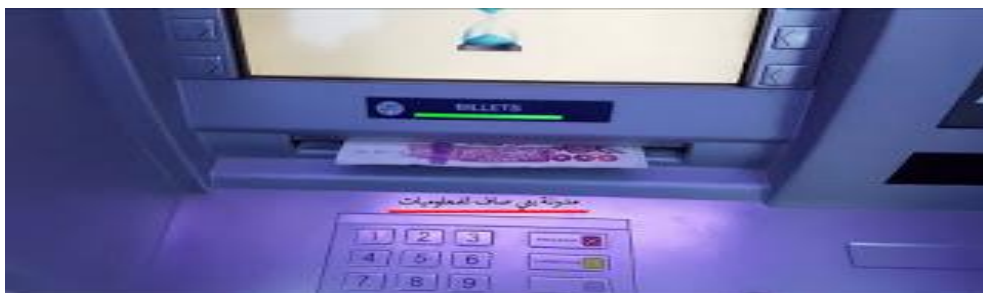
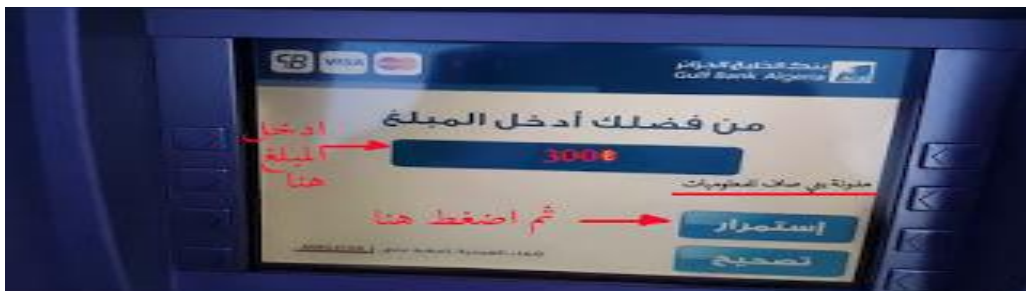
Payer vos achats en ligne,
désormais c'est possible.

تسديد مشترياتكم عبر الإنترنت.
ممكن الآن



بنك الخليج الجزائر
Gulf Bank Algeria
Member of the KIPCO Group
Simplifions la banque
www.ag-bank.com

الملحق رقم 03: الصراف الذاتي



الملحق رقم 04: البنوك المنزلية



الملحق رقم 05: البنوك التليفونية





الملحق رقم 06: بطاقات الائتمان



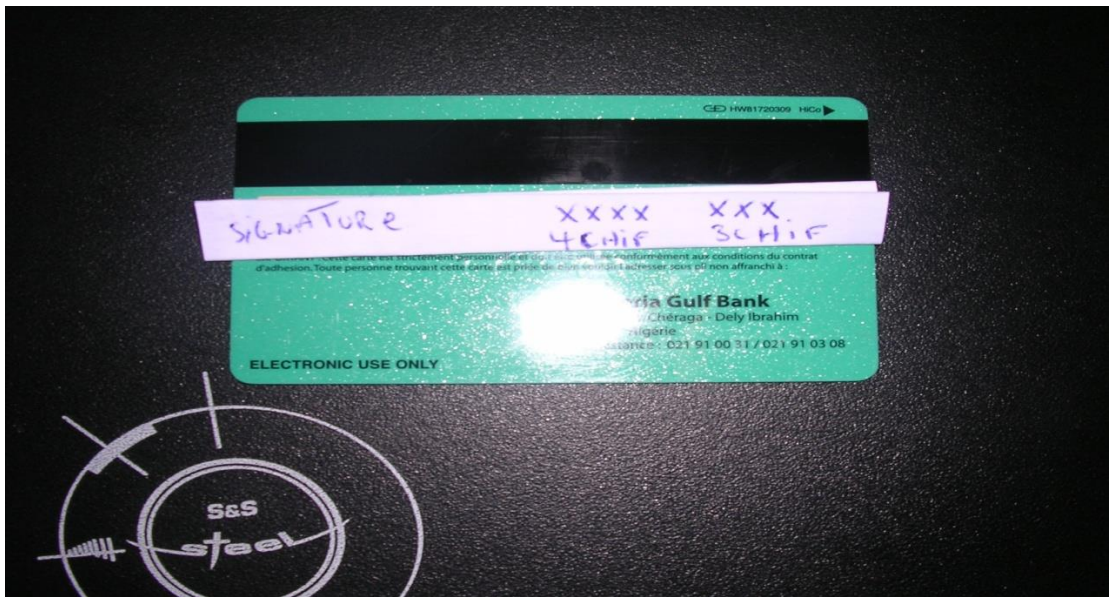
AGB Une carte pour chacun de vos besoins 24h/24
7j/7

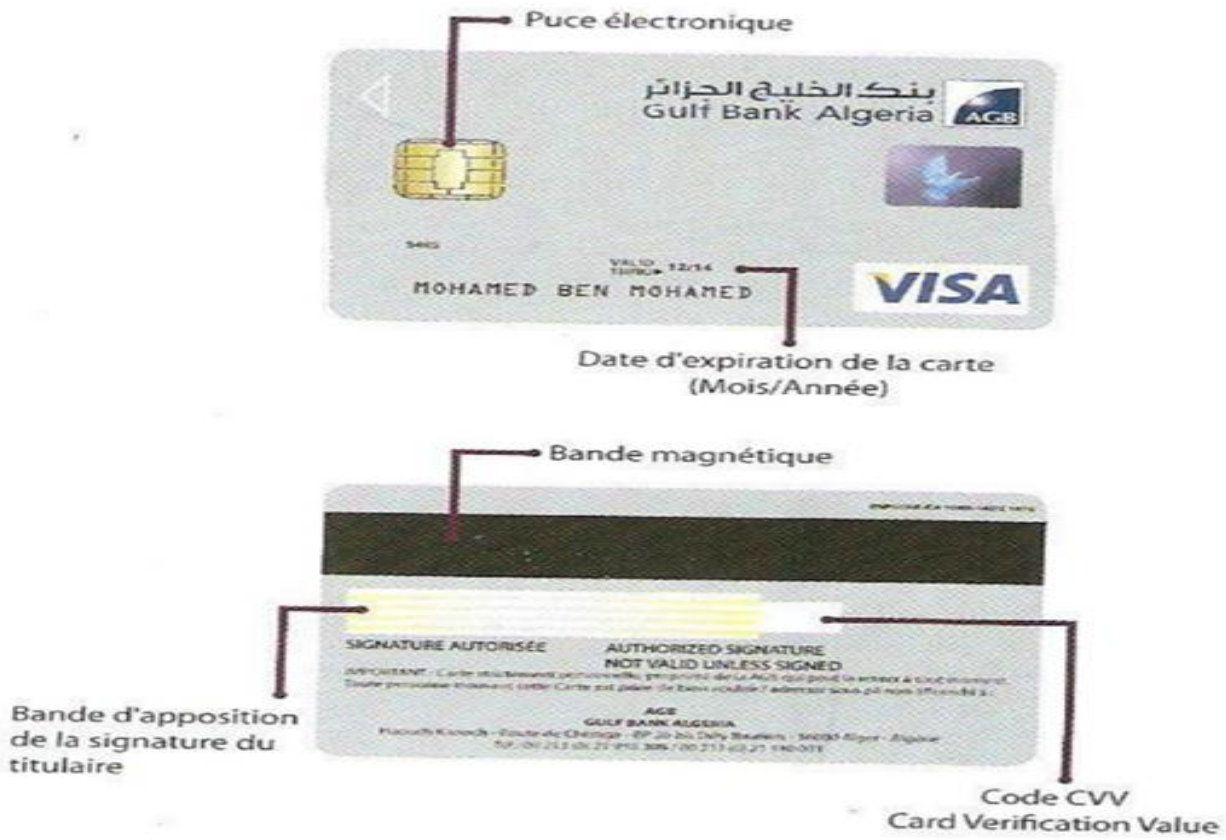
بنك الخليج الجزائر
Gulf Bank Algeria
Member of the KIPCO Group
www.ag-bank.com

The image shows the same four credit cards as above, but now they are part of a larger advertisement. The cards are arranged in a fan shape. Above the cards, the text reads "AGB Une carte pour chacun de vos besoins 24h/24 7j/7". Below the cards, there is a dark blue banner containing the bank's name in Arabic and English, its logo, and the website address "www.ag-bank.com".

الملحق رقم 07: بطاقة الفيزا مسبقة الدفع







الملحق رقم 08: بطاقة الفيزا الذهبية باللون الأصفر والفيزا الكلاسيكية



الملحق رقم 09: بطاقة الفيزا بلاينيوم



الملحق رقم 10: فتح حساب و تفعيل البي بل PayPal



PayPal™

PayPal

My Account	Send Payment	Request Money	Merchant Services	
Overview	Withdraw	History	Resolution Center	Profile

Welcome, Abdelghani

Account Type: [Personal](#) | [Upgrade](#) | Status: [Verified](#)

PayPal balance: **\$5.85 USD** [What's this?](#)

Sample summary of financial activity from your card issuer

Date	Description	Amount
01/06/2009	PP * (1234) CODE	-\$1.95

1234

Sample PayPal code

الملحق رقم 11: بطاقة ماسترد كارد الذهبية



الملحق رقم 12: بطاقة ماسترد كارد مسبقة الدفع والكلاسيكية





الملحق رقم 13: بطاقة ساهل



الملحق رقم 14: بطاقة BNP Paribas



الملحق رقم 15: البطاقة البنكية المشتركة بين AGB و Ooredoo



الله

بالحق

ته