

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر - بسكرة -



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

مساهمة اعتماد وسائل الدفع الحديثة في التنمية التجارية الإلكترونية

دراسة حالة ترست بنك الجزائر-وكالة بسكرة

## الموضوع:

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية

تخصص: مالية وتجارة دولية

الأستاذ (ة) المشرف(ة)

- د/جوامع لبيبة

من إعداد الطالب (ة):

- بودرهم نسيم

- قاسم نعمت

## لجنة المناقشة

الجامعة	الصفة	الرتبة	أعضاء اللجنة
بسكرة	رئيسا	- أستاذ محاضر(أ)	- د/رايس عبد الحق
بسكرة	مقرا	- أستاذ محاضر(ب)	- د/جوامع لبيبة
بسكرة	مناقشا	- أستاذ محاضر(أ)	- د/حوحو فطوم

الموسم الجامعي: 2021-2022



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر - بسكرة -



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

مساهمة اعتماد وسائل الدفع الحديثة في التنمية التجارية الإلكترونية

دراسة حالة ترست بنك الجزائر-وكالة بسكرة

## الموضوع:

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية

تخصص: مالية وتجارة دولية

الأستاذ (ة) المشرف(ة)

- د/جوامع لبيبة

من إعداد الطالب (ة):

- بودرهم نسيم

- قاسم نعمت

## لجنة المناقشة

الجامعة	الصفة	الرتبة	أعضاء اللجنة
بسكرة	رئيسا	- أستاذ محاضر(أ)	- د/رايس عبد الحق
بسكرة	مقرا	- أستاذ محاضر(ب)	- د/جوامع لبيبة
بسكرة	مناقشا	- أستاذ محاضر(أ)	- د/حوحو فطوم

الموسم الجامعي: 2021-2022

## الشكر و العرفان

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم:

(أن أشكر الناس لله عز وجل أشكرهم للناس)

نتقدم بجزيل الشكر والعرفان للدكتورة "جوامع لبيبة" على مجهوداتها ونصائحها لإنجاز هذه المذكرة.

كما نتقدم بجزيل الشكر المسبق للجنة المناقشة على ما سيقدمونه من ملاحظات وتوجيهات والتي لن تزيد هذا العمل إلا إتقاناً وجمالاً.

كما نتقدم بالشكر إلى كافة موظفي بنك ترست ونخص بالذكر السيد "عثماني مرابو سهيل" و السيدة "فاطمة نسرين نوي" اللذان أكرمانا بإشرافهم وتوجيهاتهم القيمة واللذان لم يبخلا علينا بكل المعلومات.

ونشكر كل أساتذة كليتنا على دعمهم وتشجيعهم لنا، دون أن ننسى من مد لنا يد المساعدة من قريب أو بعيد.

## ملخص

إتسعت مجالات التجارة الإلكترونية فشملت جل مجالات التجارة من بيع وشراء معتمدة في ذلك على وسائل الدفع الإلكترونية التي سهلت عملية المبادلات بإختصارها للوقت والتكلفة، وقضت على مشكل نقص السيولة، وقللت مشكل التزوير، فأصبحت محركا للتنمية الإقتصادية، وهذا ما دفع البنوك إلى تبنيها وجعلها كنظام إلكتروني يساعدها في تفعيل وتحسين أدائها البنكي، حيث تم إختيار عينة من البنوك الجزائرية محل الدراسة (ترست بنك الجزائر-وكالة بسكرة) للفترة 2018-2022 وذلك لإبراز الأثر والدور الذي يلعبه عدد البطاقات الإلكترونية في تحسين أداء البنوك التجارية، ولتقييم هذا الأداء تم الإعتماد على رصد حجم إستخدام وسائل الدفع الإلكترونية والتحويلات الإلكترونية في البنك محل الدراسة، ومن أهم النتائج وجود علاقة طردية بين عدد البطاقات الإلكترونية والتحويلات المالية الإلكترونية في تنمية التجارة الإلكترونية.

## الكلمات المفتاحية

وسائل الدفع الإلكترونية، تجارة الإلكترونية، البطاقات الإلكترونية، التحويلات المالية الإلكترونية.

## **Abstract**

The Fields of électronic commerce have expanded to include all areas of commerce. Frome buying and selling, relying on electronic payment methods, which facilitated the of process exchanges by shortening time and cost, eliminated the problem of lack of liquidity and reducing the problem of counterfeing, thus becoming an engine of economic development, and this is what prompted the banks to adopt and make it as an electronic system it helps it to activate and improve its banking performance, as a sample of the Algerian banks under study (Trust Bank of Algeria-Biskra Agency) for the period 2018-2022 was selected in order to highlight the impact and rôle that the number of electronic cards play in improving the performance of commercial banks, and to evaluate this performance was relied on monitoring the volime of use of electronic payment methods and electronic transfers in the bank under study, and one of the most important results is the existence of a direct relationship between the number of electronic cards and electronic money transfers in the development of electronic commerce.

قائمة الأشكال:

رقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	نموذج الدراسة	ذ
02	أنواع التجارة الإلكترونية	25
03	المهيكل التنظيمي	37

قائمة الأشكال:

رقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	نموذج الدراسة	ذ
02	أنواع التجارة الإلكترونية	25
03	المهيكل التنظيمي	37

# المقدمة



يعد التقدم التكنولوجي من أهم التغيرات التي ساهمت في إحداث تحول جذري في أنماط العمل المصرفي في عصر العولمة، حيث إهتمت البنوك إهتماما كبيرا بتكثيف الإستفادة من حدث تقنيات المعلومات والإتصالات والحاسب الآلية تطويرها بكفاءة عالية بغية إبتكار خدمات مصرفية مستحدثة وتطوير أساليب تقديمها بما يكفل إنسياب الخدمات المصرفية من البنوك إلى العميل بدقة وسهولة ويسر، الأمر الذي يتلاءم مع متطلبات المعاصرة والمتزايدة لمختلف شرائح العملاء من ناحية، ويحقق للبنك نموا في حجم عملياته وأرباحه من ناحية أخرى.

لقد لجأت البنوك للإعتماد على وسائل الدفع الحديثة وذلك لتسهيل و إنعاش الكثير من الأمور والتعاملات المالية والشرائية والتجارية، فإن إصدار البنوك لوسائل الدفع الحديثة يؤدي إلى تحقيق الأمان للأفراد على أموالهم من فقدان والسرقة ويساعدهم على سهولة التنقل والسفر دون حمل النقود وأصبح إصدار البطاقات البنكية من إحدى الخدمات المصرفية المهمة نظرا لما تحققه للبنك من فوائد إقتصادية لذا من الضروري التعرف على الإلتزامات والعلاقة بين الأطراف المتعاملة بما دور البنوك في تسوية وإنتشار البطاقات على نطاق واسع، ولتحسين مستوى الخدمات المقدمة للزبون من حيث السرعة والدقة وتقليل التكاليف وأمام هذه التطورات نجد القطاع المصرفي الجزائري قد شهد تطور ملموسا في مجال السماح للزبائن بإجراء بعض الخدمات المصرفية الإلكترونية ومن المتوقع أن تنتشر هذه العمليات الإلكترونية بشكل سريع في سنوات القادمة.

وفي هذا العصر الرقمي الذي تنتشر فيه الإنترنت انتشر هائلا شاع مفهوم التجارة الإلكترونية التي تتيح العديد من المزايا، فقد جعلت هذا العالم مجرد قرية صغيرة وسوقا واحدا تتعادل فيه الفرص الممنوحة لكل الشركات على خلاف حجمها لاقتحام الأسواق العالمية والترويج لبضائع والسلع بكل يسر وسهولة متخطين كل الحدود وكذلك الحال بالنسبة للزبائن الذين أصبح بمقدورهم اقتناء احتياجاتهم نقرة زر واحدة دون الحاجة لمغادرة أماكنهم مستخدمين وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة . وعلى الرغم من تنامي حجم التجارة الإلكترونية عالميا إلى أن أصبحت تمثل المستقبل لقطاعات اقتصادية كبيرة خاصة فيما يتعلق بالخدمات والاتصالات، غير أن البلدان العربية لم تستطع الاستحواذ إلا على نسبة ضئيلة منها، إذ أنها لم تستطع استيعاب فكرة أهمية المعلومات والتجارة الإلكترونية إقتصاديا إلا في الآونة الأخيرة وفي ظل الأوضاع الإقتصادية التي تعيشها الدول العربية، أصبحت التجارة الإلكترونية بالنسبة لها ضرورة ملحة ومتطلبا تنمويا لزيادة إسهامها في التجارة الخارجية وكذلك تطوير قطاعاتها الإنتاجية المحلية والتسويقية وتوفير فرص واسعة لرفع نموها الاقتصادي وأنه من أجل أن تحقق البلدان العربية الإستفادة من التجارة الإلكترونية فإنه من الضروري أن تعمل على تذليل العقبات التي تواجه إستخدام هذه التكنولوجيا فيها وكذا توفير متطلباتها الضرورية من البنى التكنولوجية التحتية والتنظيمات المتعلقة بتطبيقها.

فالجزائر بإعتبارها تنتمي لهذه الدول ، تواجه بدورها نفس العراقيل في سعيها نحو إعتتماد التجارة الإلكترونية، فهي تدرك أنها متطلبا تنمويا لتطوير قطاعاتها الإنتاجية المحلية والتسويقية، وتوفير فرص واسعة لدفع نموها الاقتصادي ومساهمتها في التجارة الخارجية، وهذا ما يفرض عليها أن تسعى إلى تعظيم الاستفادة من هذه التجارة وتسريع عملية الانتقال نحوها من خلال تدليل العقبات التي تواجه تطبيقها، وتوفير كافة أسباب النجاح لها .

ومما سبق يمكننا طرح السؤال الرئيسي التالي:

**أولا: إشكالية الدراسة:**

**كيف تساهم وسائل الدفع الحديثة في تنمية التجارة الإلكترونية في الجزائر ؟**

ويمكن معالجة هذه الإشكالية، من خلال الإجابة عن التساؤلات الفرعية التي يمكن صياغتها على النحو التالي:

- ❖ ماهي وسائل الدفع الإلكترونية التي توفرها البنوك التجارية لتسوية المعاملات التجارية ؟
- ❖ ماذا نقصد بالتجارة الإلكترونية وما علاقتها بالبنوك الإلكترونية؟
- ❖ أين تظهر مساهمة بنك ترست الجزائر-وكالة بسكرة في رفع حظوظ الجزائر في التطور المستقبلي للتجارة الإلكترونية

؟

ثانيا : الدراسات سابقة:

1. باريش آسيا , 2013 , "وسائل الدفع الإلكترونية ومدى تطبيقها في الجزائر "مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم الإقتصادية، كلية العلوم الإقتصادية والتسيير قسم العلوم الإقتصادية تخصص مالية وبنوك, تهدف الدراسة إلى معرفة المستحقات والتطورات التي طرأت على نظام وسائل الدفع الإلكترونية، وكذا البحث عن أهم الأسباب التي أخرجت تحديث وعصرنة نظام الدفع في الجزائر مع معرفة ما مدى تطبيق وإستخدام هذه الوسائل في الجزائر.

- والإختلاف بين موضوعنا المتمثل في مساهمة اعتماد وسائل الدفع الحديثة في تنمية التجارة الإلكترونية في الجزائر يكمن في أن الهدف من دراستنا هو معرفة واقع تبني الإقتصاد الجزائري للتجارة الإلكترونية وماهي الخطط التي تتبناها الجزائر لإعتماد هذا النوع من التجارة.

## 2. العاني إيمان , 2007/2006 , "البنوك التجارية وتحديات التجارة الإلكترونية" رسالة الماجستير في العلوم

الإقتصادية وعلوم التسيير في جامعة قسنطينة. تهدف هذه الدراسة إلى إبراز أهمية التجارة الإلكترونية في توسيع نطاق أعمال البنوك التجارية لاسيما أنها توفر لها كما من وسائل والتقنيات التي تساعدها على تطوير أداءها وتحسين المقدمة لعملائها، وإظهار الدور الذي يلعبه التسويق في تحقيق تأقلم البنوك مع البيئة الجديدة التي باتت التجارة الإلكترونية طرفا بارزا فيها، وذلك من خلال إستغلال الفرص وأيضا تفادي المخاطر، وكذا تبيان دور البنوك التجارية بإعتبارها وسيطا وطرفا فاعلا في التجارة الإلكترونية، خصوصا أن لها الفضل في إستحداث نوع جديد من وسائل الدفع التي تعرف بوسائل الدفع الإلكترونية.

أما الإختلاف الحاصل بين موضوعنا مساهمة اعتماد وسائل ادفع الحديثة في تنمية التجارة الإلكترونية في الجزائر وموضوع البنوك التجارية وتحديات التجارة الإلكترونية هو إبراز ماهية وسائل الدفع الإلكترونية كيفية عمل الإلكترونية وكيفية العمل بها في البنوك.

## 3. دويني مختار 09-06-2021 "وسائل الدفع الإلكتروني ومدى مساهمتها في تطوير التجارة الإلكترونية

في الجزائر" -مجلة القانون العام الجزائري والمقارن، مخبر المرافق العمومية والتنمية -جامعة جيلاني ليايس - سيدي بلعباس. 192-203 صفحة الهدف من هذه الدراسة هو اضهار النجاح الكبير لهذا النوع من وسائل الدفع في الجزائر، وتنامي دوره كأداة لتطوير التجارة الإلكترونية فيها، اذ يسمح للمتعاملين الجزائريين بولوج الأسواق العالمية، والمشاركة في حركة وتحويل الأموال الكترونيا وبصفة آمنة.

ويكمن الهدف من الدراسة موضوع مساهمة اعتماد وسائل الدفع الحديثة في تنمية التجارة الإلكترونية في الجزائر في محاولة معرفة مدى إستجابة الجمهور الجزائري للتطورات الحاصلة في مجال نظام الدفع.

## 4. يوسف مزوق 2017/2016 , "واقع وسائل الدفع الحديثة في الجزائر" مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في

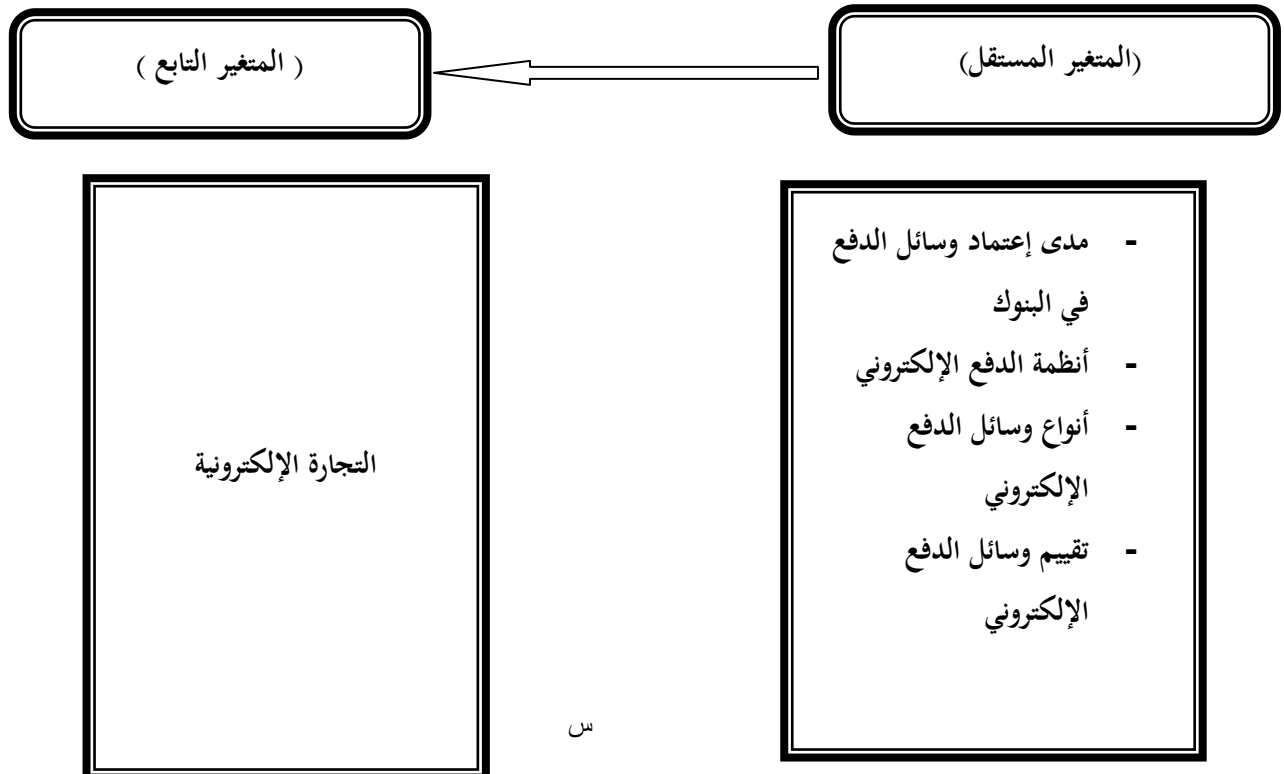
علوم الإقتصادية، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، تخصص بنوك مالية ونسيير المخاطر، جامعة د/الطاهر مولاي-سيده، ترمي هذه الدراسة إلى الوقوف على أنواع وسائل الدفع الإلكترونية وآليات عملها وإبراز التحديات المستقبلية التي يمكن

أن تواجه البنوك التجارية الجزائرية في ظل مجال نظام الدفع، وأيضاً الوقوف على طبيعة نظم الرقابة المصرفية على وسائل الدفع الإلكترونية ومدى ملائمتها للتطورات التقنية.

ونستنتج الاختلاف بين موضوع الدراسة مساهمة اعتماد وسائل الدفع الحديثة في تنمية التجارة الإلكترونية في الجزائر وموضوع واقع وسائل الدفع الحديثة في الجزائر هو الوقوف على أنواع وسائل الدفع الإلكترونية وآليات عملها.

### ثالثاً : فرضيات الدراسة

- وسائل الدفع الإلكترونية معتمدة : بطاقة ترست إفير ، ترست visa , بطاقات الدفع master Card Travel , بطاقة الأنترينك CIB ؛
  - التجارة الإلكترونية هي ظاهرة حديثة يصعب تحديدها جغرافياً والسياسي ، وهي تعنى بعملية تبادل المنتجات والخدمات من خلال شبكة إتصالات من ضمنها الإنترنت ؛
  - إمكانيات كبيرة متاحة للجزائر لتطوير التجارة الإلكترونية والإستفادة من مزاياها ، فيما لو تم اتخاذ الإجراءات المناسبة وتوفير المتطلبات اللازمة لإستخدامها وتوسيع إنتشارها ؛
- رابعاً : النموذج الفرضي للدراسة :



خامسا : التوضع الإستراتيجي ومنهجية الدراسة:

وإنطلاقا من طبيعة الدراسة والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها وهي التعرف على مساهمة اعتماد وسائل الدفع الحديثة في تنمية التجارة الإلكترونية فقد إستخدمنا المنهج الوصفي الذي يعبر عن الظاهرة محل البحث .

تم الإعتماد على المنهج الوصفي أو الوضعي بإعتباره المنهج الملائم للظاهرة محل البحث لأنه يقوم على وصف شامل ودقيق لمشكلة بحثنا وهي مساهمة اعتماد وسائل الدفع الحديثة في تنمية التجارة ومن ثم تجميع المعلومات بصفة مبدئية من خلال إستخدام مقابلة مع البنك ترست بيسكرة وتحليل المعلومات والبيانات والتوصل لإستنتاجات واضحة وتفسير العلاقة بين المتغيرات البحثية وفقا لنتائج المتوصل إليها بالنسبة لمصادر جمع المعلومات والبيانات في الجانب التطبيقي فقد كانت كما هي :

-البيانات الثانوية : الوثائق المتحصل عليها من البنك محل الدراسة وتم إستخدامها في التعريف به وأيضا توضيح الوسائل الدفع الإلكترونية للخدمات المصرفية المقدمة لزبائنه .

- البيانات الأولية : من أجل معرفة زبائن بنك ترست الذين يستخدمون وسائل الدفع الحديثة تم إستخدام المقابلة بإعتبار أنها الأكثر ملائمة لدراسة موضوع بحثنا .

سادسا : تصميم البحث:

- 1- هدف الدراسة: إستكشافية حيث تهدف إلى :
- إبراز ماهية وسائل الدفع الإلكترونية كيفية عمل بها في البنوك
- الوقوف على أنواع وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر وآليات عملها
- محاولة معرفة مدى استجابة الجمهور الجزائري للتطورات الحاصلة في مجال نظام الدفع
- إلقاء الضوء على التجارة الإلكترونية باعتبارها من المفاهيم ذات أهمية في العالم الاقتصادي
- معرفة واقع تبني الإقتصاد الجزائري للتجارة الإلكترونية وماهي الخطط التي تتبناها الجزائر لإعتماد هذا النوع من

التجارة

- 2- نوع الدراسة: هي دراسة وصف وتحليل ، تحاول إختبار وجود علاقة بين المتغير المستقل وهو وسائل الدفع والمتغير التابع وهو التجارة الإلكترونية
- 3- مدى تدخل الباحث: دراسة الأحداث كما هي وإسقاطها على الأدوات المستخدمة و تتطلب حد أدنى من تدخل الباحث في بيئة العمل الطبيعية للبنك والزبائن .
- 4- التخطيط للدراسة: التخطيط لإجراء مقابلة مع المدير الوكالة و بما أننا في دراستنا نريد وجود علاقة بين المتغير المستقل وهو وسائل الدفع والمتغير التابع وهو تجارة الإلكترونية في بنك ترست وكالة بسكرة ، وبالتالي الدراسة الميدانية تتم في الظروف الطبيعية للمؤسسة دون تعديل في هذه الظروف وبالتالي فهي غير مخططة (حيث أن البحوث المخططة تجري في بيئة إصطناعية معدة مسبقا) .
- 5- وحدة التحليل (مجتمع الدراسة): وهي عينة من مزطفي بنك ترست على مستوى ولاية بسكرة
- 6- المدى الزمني: تمت الدراسة من خلال السنة الجامعية 2021-2022.

سابعاً :أهمية الدراسة:

يستند البحث أهميته باعتباره حول التجارة الإلكترونية من المواضيع الجديدة والهامة التي فتحت أبوابها واسعة أمام الأفراد والمنشأة الصغيرة والمتوسطة والكبيرة كمجال جيد للاستثمار ناهيك عن تزايد سرعة المعاملات المالية عبر الانترنت سواء بين الافراد أو المنظمات والتي يكون لها حتما أثر على الاقتصاد ككل. لذلك فإن مواكبة المستجدات الاقتصادية الحديثة والاندماج في الاقتصاد العالمي والانفتاح أمام الأسواق العالمية هو تحدي كبير يتطلب تطوير الطاقات الإنتاجية والإلمام الكافي بتقنيات التجارة الإلكترونية التي أصبحت تفرض وجودها كل يوم أكثر من الأخر.

نظرا للتغيرات الهيكلية التي مرت بها وسائل الدفع من تقليدية إلى حديثة من جهة واستعمال أغلبية الدول المتقدمة والدول المجاورة كتونس والمغرب لها من جهة أخرى جعل العمل بهذه الوسائل ذو أهمية كبيرة وذلك للنتائج التي حققتها في جميع المجالات وكانت بمثابة البديل الأمثل في تسريع وتسهيل العمليات المصرفية كل هذا جعلنا نتعرض لهذا الموضوع ومحاوله البحث فيه ضرورة حتمية لإظهار مدى نجاحها وفعاليتها.

ثامنا : خطة مختصرة للدراسة:

## الفصل الأول : مدخل إلى وسائل الدفع الإلكترونية والتجارة الإلكترونية .

يدرس الفصل الأول وسائل الدفع الإلكترونية من خلال أربع مباحث حيث نحاول في المبحث الأول تعرف على مكانة وسائل الدفع في البنك و في المبحث الثاني أنظمة الدفع الإلكتروني والمبحث الثالث أنواع وسائل الدفع الإلكترونية والمبحث الرابع تقييم وسائل الدفع الإلكتروني ويتناول الفصل الثاني مدخل إلى التجارة الإلكترونية والذي سينقسم الى ثلاث مباحث حيث سيدرس كل مبحث كل من مفهوم التجارة الإلكترونية والمجال التقني للتجارة الإلكترونية وانعكاسات التجارة الإلكترونية.

## الفصل الثالث :إعتماد وسائل الدفع الحديثة في تنمية التجارة الإلكترونية.

وهو مخصص لدراسة الميدانية حول مساهمة إعتماد وسائل الدفع الحديثة في تنمية التجارة الإلكترونية ، حيث تم تقسيمه إلى ثلاث مباحث هي : المبحث الأول متعلق بلمحة عن ترست بنك الجزائر أما المبحث الثاني سنتعرف على وسائل الدفع الحديثة بترست بنك والمبحث الثالث سيدرس تحليل وتفسير أسئلة المقابلة .

## الفصل الأول: مدخل إلى وسائل الدفع الإلكترونية



تمهيد :

تعتمد التجارة الإلكترونية على نظام الدفع الإلكتروني، الذي ظهر وتطور على حساب تراجع أساليب التقليدية للدفع التي تتناسب مع ما تقتضيه معاملات التجارة الإلكترونية. فمن بين وسائل الدفع الإلكتروني التحويل الإلكتروني للأموال، والشيكات الإلكترونية، وبطاقات الدفع الإلكتروني. حيث تتيح هذه الأخيرة للزبون إمكانية الدفع إلكترونياً عند إبرامه لعقود تجارية عبر الشبكة المعلوماتية، وإعتمدها المشرع الجزائري بغية دفع عجلة تطور التجارة الإلكترونية في الجزائر.

لقد اعتبر المشرع الجزائري وسيلة الدفع الإلكتروني كل وسيلة دفع مرخص بها طبقاً للتشريع المعمول به تمكن صاحبها من القيام بالدفع عن قرب أو عن بعد عبر منظومة إلكترونية.

من خلال ماتقدم سيتم التطرق إلى وسائل الدفع الإلكتروني التي حول المشرع الجزائري إستعمالها في ممارسة التجارة الإلكترونية، ثم تبيان فعالية مساهمتها في تطوير التجارة الإلكترونية.

## المبحث الأول: مدى اعتماد وسائل الدفع في البنوك

مع تزايد عمليات التجارة الإلكترونية أصبح الإحتياج كبير لنوعية جديدة من البنوك غير التقليدية تتجاوز نمط الأداء الإعتيادي ولا تتقيد بمكان معين أو وقت محدد. وكتيجة للنمو المتسارع لتكنولوجيا الإعلام والإتصال جاءت البنوك الإلكترونية التي ساهمت وبشكل فعال في تقديم خدمات متنوعة وبتكاليف منخفضة مختصرة الوقت والمكان.

"فالبنوك الإلكترونية بمعناها الواسع ليست مجرد فرع لبنك قائم يقدم خدمات مالية فحسب، بل موقعا ماليا تجاريا وإداريا وإستشاريا شاملا له وجود مستقل على الخط يتم التعاقد معه للقيام بخدمات أو تسوية المعاملات أو إتمام الصفقات على مواقع الإلكترونية . وهو ما يمثل أهم تحدي في ميدان البنوك الإلكترونية، وتظهر المنافسة قوية بين البنوك التجارية والمؤسسات المالية وبين المؤسسات الكبيرة والصغيرة، ووفقا لذلك سيقوم العملاء بالمقارنة بين خدمة البنوك وإختيار الأنسب منها". (مسعداوي، البنوك الإلكترونية، 2004، صفحة 228)

## المطلب الأول: تعريف البنوك الإلكترونية

لم تعد البنوك التجارية المؤسسات الوحيدة المخولة بتقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية، فاثارت التجارة الإلكترونية إهتمام منافسين جدد على تقديم هذه الخدمات وقد تجلّى السبيل اليسير إلى ذلك في إقامة بنوك إفتراضية لها وجود كامل على الأنترنت دون إرتباطها بمقرات وفروع حقيقية يحتوي موقعها كافة البرمجيات اللازمة للأعمال المصرفية.

يعتبر مصطلح البنوك الإلكترونية أو بنوك الأنترنت أو بنوك الويب أو بنوك المحمول تعبيرا متطورا وشاملا للمفاهيم التي ظهرت في مطلع التسعينات وهي بمعناها الحديث ليست مجرد فرع لبنك وإنما هي بنك مستقل بذاته يقدم كافة الخدمات التي يقدمها أي بنك تقليدي آخر. (الجنيهي و الجنيهي، 2004، صفحة 18)

إن تاريخ البنوك التجارية أو بنوك الأنترنت يعود لسنة 1995 حيث شهد أول ظهور للبنك على الشبكة وهو (NetBank). ويستخدم مصطلح البنوك الإلكترونية أو بنوك الأنترنت كتعبير شامل للمفاهيم التي ظهرت مع مطلع التسعينات كمفهوم الخدمات المالية عن بعد أو البنوك الإلكترونية عن بعد أو home banking أو online banking أو service banking. وكل هذه التعبيرات تتصل بقيام العملاء بإدارة الحسابات الخاصة بهم وإنجاز أعمالهم المتصلة بالبنك عن طريق المنزل أو

المكتب أو في أي مكان آخر وفي الوقت الذي يريده العميل دون الذهاب إلى البنك. لذلك فالبنوك الإلكترونية أو بنوك الإنترنت من أهم خصائصها الخدمة المالية في أي وقت ومن أي مكان. (مسعداوي، البنوك الإلكترونية، 2004، الصفحات 227-239)

وليس البنوك الإلكترونية وحدها من تستخدم شبكة الإنترنت في المعاملات بل البنوك العادية هي الأخرى تقدم خدمات مالية إلكترونية عن طريق هذه الشبكة مما أدى إلى ظهور خدمات مصرفية جديدة وتنامي المعاملات المصرفية الإلكترونية.

وبما أن البنوك الإلكترونية والمعاملات المصرفية الإلكترونية تتم عن طريق شبكة الإنترنت فمن الطبيعي أن يتم التعامل بوسائل الدفع الإلكترونية مما يشجع على إستعمال هذه الوسائل بالإضافة إلى الخدمات المصرفية الجديدة التي تستوجب التعامل بتلك الوسائل

### المطلب الثاني: الدفع الإلكتروني

شهدت وسائل الدفع الإلكتروني تطورا متسارعا وقياسيا لضمان إستمرارية تدفق السلع والخدمات بصورة انسيابية تحقق اليسر في التعاملات التجارية، كما تنوعت طرق التسوية ونظم الدفع الناتجة عنها، والتي تتلائم مع طبيعة التجارة الإلكترونية، حيث تستخدم فيها تكنولوجيا متقدمة للوفاء، يختفي فيها دور الورق تماما، من خلال الوسائط الإلكترونية، إذ يتم تداولها عبر وسائل إلكترونية.

هناك من وسائل الدفع الإلكترونية ما يعتبر فقط تمثيلا إلكترونيا لنظام الوفاء التقليدي الذي كان قائما من قبل ومستعملا على دعامة ورقية في التجارة التقليدية، أصبح مطورا بالشكل الذي يسمح له أن يتماشى وطبيعة التجارة الإلكترونية (الوسائل المطورة للدفع الإلكتروني). كما هناك منها ما يعبر عن وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة أو المستجدة، والتي لا يوجد ما يوازيها في نظام الوفاء التقليدي، وإنما إستحدثتها إفرزات التكنولوجيا الحديثة في المعاملات التجارية (الوسائل الحديثة للدفع الإلكتروني). (دويني ، وسائل الدفع الإلكتروني ومدى مساهمتها في تطور التجارة الإلكترونية في الجزائر، 2021، صفحة 194)

### المطلب الثالث: أنواع البنوك الإلكترونية

إن البنوك التي تنشأ على الأنترنت لا تدخل كلها ضمن مفهوم البنوك الإلكترونية. فحسب الدراسات العالمية وتحديدًا دراسات جهات الإشراف والرقابة الأمريكية والأوروبية فإن هناك ثلاثة صور أساسية للبنوك الإلكترونية على الأنترنت (قندوز و نورين ، 2007) نوضحها فيما يلي.

### الفرع الأول: الموقع المعلوماتي

وهو المستوى الأساسي للبنوك الإلكترونية أو ما يمكن تسميته بصورة الحد الأدنى من النشاط الإلكتروني المصرفي ومن خلاله فان البنك يقدم معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية.

### الفرع الثاني: الموقع التفاعلي أو الإتصالي

بحيث يسمح الموقع بنوع من التبادل الإتصالي بين البنك وعملائه كالبريد الإلكتروني وتعبئة طلبات أو نماذج على الخط أو تعديل معلومات القيود والحسابات.

### الفرع الثالث: الموقع التبادلي

هذا هو المستوى الذي يمكن القول أن البنك فيه يمارس خدماته وأشطته في بيئة الإلكترونية، حيث تشمل هذه الصورة السماح للزبون بالوصول إلى حساباته وإدارتها وإجراء الدفعات النقدية والوفاء بقيمة الفواتير وإجراء كافة الخدمات الإستعلامية وإجراء الحوالات بين حساباته داخل البنك أو مع جهات خارجية.

إن هذا النوع من البنوك يعني قدرة تحكم العميل بالكامل في حسابه من خلال الأنترنت مما يفتح الكثير من المشاكل المتعلقة بالموثوقية والأمان ومشاكل التزوير، مما يستدعي إجراءات احترازية قبل الخوض في تطبيق هذا النوع من البنوك.

وفي سبيل الدعاية أنشأت أغلبية بنوك العالم مواقع معلوماتية لبنوكها من أجل جذب وكسب عملائها، وهذا من خلال التواصل المباشر بينها وبينهم عبر الأنترنت. في حين تبقى في المواقع التبادلية إجاهات البنوك نحوها تخضع لعوامل وإعتبارات والتي تعني قدرة الزبون على إدارة حسابه بالكامل عبر الأنترنت وهذا ما لا شك فيه سوف يغير من أسس وقواعد إدارة البنوك بصفة جذرية.

وعليه فانه يجدر القول بان "البنوك الإلكترونية إنما هي البنوك التي تقع في نطاق النمط الثالث من الأنماط السالفة الذكر".

(شعبان و بوفليح، 2007)

و لتوضيح طريقة عمل هذه الأنماط من البنوك الإلكترونية، قمنا بتجميعها وإدراجها في الجدول رقم (1)

الموالي، في شكل مقارنة بين الخدمات المقدمة من قبل كل نمط.

الجدول رقم (1): مقارنة بين مختلف الخدمات التي يقدمها اصناف البنوك الالكترونية

الموقع التبادلي	الموقع التفاعلي	الموقع المعلوماتي	أوجه المقارنة
<p>-إمكانية التوجيه .</p> <p>-تأسيس منتديات خاصة بزبائن البنك.</p>	<p>-إمكانية تحميل التقارير الخاصة بالبنك.</p> <p>-إمكانية تقديم طلبات العمل عبر الموقع.</p> <p>-إمكانية الدخول إلى مواقع أخرى عن طريق موقع البنك.</p>	<p>-تقديم معلومات ترقية .</p> <p>-توضيح كيفية الإتصال بالبنك.</p> <p>-تقديم عروض و إعلانات خاصة.</p>	تقديم المعلومات
<p>-إستخدام تقنيات جد متطورة مثل تقنية: Videoconference</p>	<p>-إمكانية إستخدام تقنيات إتصال أخرى.</p>	<p>-إستخدام العميل للبريد الإلكتروني من أجل الإتصال بالبنك.</p>	إستخدام شبكة الأنترنت من أجل إثبات العلاقة بين البنك والزبون
<p>-إستخدام النقود الإلكترونية كوسيلة لترقية التبادلات عبر شبكة الإنترنت.</p>	<p>-إمكانية إطلاع الزبون على وضعية حسابه.</p> <p>-إمكانية إجراء تحويل من وإلى حساب الزبون.</p> <p>-يمكن للزبون الإطلاع على بعض المعلومات الخاصة بالبنك.</p>	<p>-طلب فتح الحسابات.</p> <p>-طلب الإستفادة من الخدمات التي يقدمها البنك.</p>	إستخدام شبكة الأنترنت من أجل المبادلات

المصدر: (شعبان و بوفليح، 2007)

## المبحث الثاني: أنظمة الدفع الإلكتروني

إن التطور الذي طرأ على تكنولوجيا الإعلام سمح بإستحداث وسائل جديدة تعد أكثر ملائمة لمتطلبات التجارة الإلكترونية بمفهومها الشامل والذي يتضمن إجراء كافة أنواع المعاملات التجارية بإستخدام الطرق الإلكترونية. كما أن عملية إدخال المعلومات في مجال وسائل الدفع أدى إلى تحول عميق في منظومة التبادل، فمع ظهور وتطور التجارة الإلكترونية أصبحت وسائل الدفع تمثل حجر الزاوية لتطور وإزدهار هذا النوع من التجارة.

## المطلب الأول: تعريف وسائل الدفع الإلكترونية

ظهرت أنظمة الدفع الإلكتروني كنتيجة للتطور التكنولوجي و كحل للمشاكل التي أفرزتها وسائل الدفع التقليدية، وبالفعل تمكنت هذه الأنظمة الحديثة في الإنتشار بسرعة فقد حققت مزايا لم تتمكن الأنظمة التقليدية تحقيقها.

و يقصد بالدفع الإلكتروني "على أنه عملية تحويل الأموال هي في الأساس ثمن لسلمة او خدمة بطريقة رقمية، أي بإستخدام أجهزة الكمبيوتر وإرسال البيانات عبر خط تلفوني أو شبكة ما أو أي طريقة لإرسال البيانات" (لوصيف، 2008/2007، صفحة 29).

وكذلك يقصد بالدفع الإلكتروني أنه "مجموعة الأدوات والتحويلات الإلكترونية التي تصدرها المصارف والمؤسسات كوسيلة دفع وتمثل في البطاقات البنكية والنقود الإلكترونية والشيكات الإلكترونية والبطاقات الذكية". (منصوري م.، 2003)

## المطلب الثاني: خصائص وسائل الدفع الإلكتروني

تمثل خصائص وسائل الدفع الإلكترونية فيما يلي:

- 1- يتسم الدفع الإلكتروني بالطبيعة الدولية أي أنه وسيلة مقبولة من جميع الدول حيث يتم إستخدامه لتسوية الحساب في المعاملات التي تتم عبر فضاء إلكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم.
- 2- يتم الدفع من خلال إستخدام النقود الإلكترونية وهي قيمة نقدية تتضمنها بطاقة بها ذاكرة رقمية او الذاكرة الرئيسية للمؤسسة التي تخيمن على إدارة عملية التبادل.

**3-** يستخدم هذا الأسلوب لتسوية المعاملات الإلكترونية عن بعد حيث يتم إبرام العقد بين أطراف متباعين مكانياً، ويتم عبر شبكة الأنترنت بتبادل المعلومات الإلكترونية بفضل وسائل الإتصال اللاسلكية، ويتم إعطاء أمر الدفع وفقاً لمعطيات إلكترونية تسمح بالإتصال المباشر بين طرفي العقد. (صلاح، 2017، صفحة 22)

### المطلب الثالث: أساليب الدفع الإلكتروني

الفرع الأول: من خلال نقود مخصصة سلفاً لهذا الغرض، الدفع عبر شبكة الأنترنت، وذلك بتبادل المعلومات الإلكترونية بفضل وسائل الإتصال اللاسلكية ومن ثمة فإن الدفع لا يتم إلا بعد الخصم من هذه النقود ولا يمكن تسوية المعاملات الأخرى عليها بغير هذه الطريقة ويشبه ذلك العقود التي يكون الثمن فيها مدفوعاً مقدماً.

الفرع الثاني: من خلال البطاقات البنكية العادية حيث لا يوجد مبالغ مخصصة مسبقاً لهذا الغرض، بل أن المبالغ التي يتم السحب عليها بهذه البطاقات قليلة. يتم السحب عليها بوسائل أخرى كالشيك لتسوية أية معاملات مالية، ولا بد أن تتوفر أجهزة تتولى إدارة هذه العمليات التي تتم عن بعد لتسهيل تعامل الأطراف وتوفير الثقة فيما بينهم. (لوصيف، 2008/2007، الصفحات 30-32)

ويتم الدفع الإلكتروني من خلال نوعين من الشبكات:

**1-** النوع الأول: شبكة خاصة يقتصر الإتصال بها على أطراف التعاقد ويفترض ذلك وجود معاملات وعلاقات تجارية ومالية مسبقة بينهم.

**2-** النوع الثاني: شبكة عامة حيث التعامل بواسطتها بين العديد من الأفراد الذين لا توجد بينهم قبل ذلك روابط معينة. (صراع، 2014، صفحة 59)

### المطلب الرابع: مقارنة بين أنظمة الدفع الإلكترونية وأنظمة الدفع التقليدية

نظراً للاختلاف الكبير بين العمليات التي تتم في أنظمة الدفع الإلكترونية وتلك التي تتم عبر الأنظمة التقليدية فإنه لا يمكن تطبيق النصوص والأحكام القانونية الموضوعية لتنظيم وحماية نظم الدفع التقليدية على طرائق ووسائل الدفع الإلكترونية الحديثة.

وبصدد المقارنة بين أنظمة الدفع الإلكترونية و أنظمة الدفع التقليدية، وبما أن النقود هي الوسيلة الأساسية في الدفع التقليدي، والبطاقات الإلكترونية هي الوسيلة الأكثر شهرة وإستعمالا في الدفع الإلكتروني سوف نحري مقارنة بينهما حيث نجد أن هناك أوجه تشابه وأوجه إختلاف بينهما.

#### الفرع الأول: أوجه التشابه

تمثل النقود وسيلة يسعى الأفراد لكسبها من أجل إستخدامها في الحصول على ما يرغبون من سلع وخدمات، حاضرة أو مستقبلية، وتمتع النقود بالقبول من قبل أفراد المجتمع وهذا يعني أن هناك وظائف للنقود، من بينها إستخدامها وسيط للمبادلات بمعنى تخلي حائز النقود عن كمية معينة من النقود مقابل حصوله على سلعة أو خدمة معينة يقدمها له الطرف الاخر.

وهذه الوظيفة للنقود تتشابه فيها مع وظيفة البطاقات الإلكترونية، لأن هذه الأخيرة تستخدم أيضا كوسيط في المبادلات يقدمها حاملها إلى بائع السلعة أو الخدمة ليحصل على تلك السلعة أو الخدمة محل المبادلة.

#### الفرع الثاني: أوجه الإختلاف

أما أوجه الإختلاف فهي تتمثل في:

- إن حائز النقود يتخلى عنها للبائع نهائيا مقابل السلعة أو الخدمة وبالتالي فإن للنقود قيمة نقدية ذاتية، ذلك لأن هذه القيمة تتمثل في أن البائع يستطيع إستخدامها مباشرة في الحصول على ما يحتاجه من سلع وخدمات، أما في بطاقات الدفع الإلكتروني فلا يتخلى المشتري عن البطاقة بصفة نهائية للبائع وليس لهذه البطافة قيمة نقدية ذاتية لأنها مجرد وسيلة يستطيع بواسطتها البائع الحصول على النقود مقابل السلع أو الخدمات التي يقدمها لحامل البطاقة في وقت لاحق وبعد أن يصدر فاتورة.
- من وظائف النقود تخزين القيمة بما يعني أنه يمكن لحائز النقود أن يدخرها ليستخدمها في الحصول على ما يحتاجه في أي وقت مستقبلا، ولا يتصور أن تكون هذه الوظائف ملائمة للبطاقات لأنها ليست أدوات تنوب عن النقود.
- إن النقود تتمتع بالقبول العام من جانب أفراد المجتمع إذ هي وسيلة لإبراء الذمة، وتستمد قواها بهذه الوظيفة من القانون الذي يلزم كل أفراد المجتمع بقبولها في معاملاتهم، وهذا إلتزام قانوني يميز النقود عن غيرها من وسائل المبادلات أو وسائل الدفع الأخرى. لذلك فإن بطاقات الدفع الإلكترونية لا تعد نقودا ولا تتمتع بالقبول الإلزامي بمقتضى القانون ، وهي تتمتع بالقبول الإختياري فإنها تتمتع لدى شريحة معينة من المجتمع بالقبول الإلزامي بقوة العقد وليس بقوة القانون، لأن البائع الذي يقدم الخدمة أو السلعة يمكنه قبول



البطاقة أولاً ذلك لأن القانون لا يفرض عليه قبولها كالتزام قانوني في حين لا يستطيع مقدم السلعة أو الخدمة عدم قبول النقود كمقابل لمحل عقد البيع، بذلك إذا كان المشتري قد أُلزم البائع بقبول ثمن للسلعة أو الخدمة فإنه لا يلزمه بقبول بطاقة الدفع الإلكتروني سداد لثمن السلعة أو الخدمة.

- إن وسائل الدفع الإلكترونية تختلف عن وسائل الدفع التقليدية في طبيعة كل منهما فالأولى تعتمد كلياً على الوسائل والوسائط الإلكترونية وأجهزة و آلات وبرامج كلها إلكترونية، في حين أن الثانية تعتمد أساساً على العنصر البشري في كل مراحل عمليات الدفع. (سفر، 2008)

## المبحث الثالث: أنواع وسائل الدفع الإلكترونية

أدى إتساع نطاق التجارة الإلكترونية إلى تطور النقود، وظهرت بشكل جديد يتناسب مع معاملات التجارة الإلكترونية. وعليه سنتناول فيما يلي أهم أنواع وسائل الدفع الإلكترونية المستخدمة في هذه المعاملات.

## المطلب الأول: البطاقات الإلكترونية

وتشمل كل من بطاقة الدفع التي من خلالها يتم تحويل مبلغ من حساب المشتري صاحب البطاقة إلى حساب البائع خلال يوم أو يومين، كما تستخدم في سحب النقود من الحساب. (لوصيف، 2008/2007، الصفحات 30-32)

وكذا بطاقة الصرف التي تقضي بتسديد قيمة المشتريات بمجرد إرسال الفاتورة، أما عن بطاقة الإنتمان فهي التي تسمح لحاملها بالحصول على قرض (طبي ح، 2019، صفحة 128) و هي مصنوعة من مادة يصعب العبث بها، حيث من خلالها تقدم تلك البطاقة للتاجر لتسديد ثمن مشترياته، حيث يقوم التاجر بتحصيل تلك القيمة من الجهة المصدرة التي تقوم بدورها باستيفاء تلك المبالغ من الحامل. (الشورة، 2008، صفحة 25)

## المطلب الثاني: البطاقة الذكية

البطاقة الذكية هي بطاقة بلاستيكية في حجم بطاقة الإتمان، تحتوي على شريط ممغنط يحمل شريحة (رقاقة) إلكترونية أو أكثر، فهي عبارة عن حسب إلى صغير الحجم مزود بذاكرة مصاحبة، تسمح بتخزين كمية كبيرة من المعلومات، تهتم بالتفاصيل المتناهية عن الحالة المالية للمالكها، الاسم والعنوان، إسم البنك، المبلغ المصروف وتاريخه كما يمكن لهذه الشريحة أن تقوم بإسترجاع البيانات ومعالجتها. يتم تحميل هذه البطاقة بقيمة معينة من حساب العميل لدى البنك من أحد خطوطه أو من ATM أو حتى الحاسب الشخصي الذي يكون مزودا بألة مجهزة لذلك.

يمكن التعامل في هذا النوع من البطاقات أما بشكل إئتماني أو بشكل الدفع الفوري، إتسعت مساحة إستخدامات البطاقات في كل من أوروبا وأسيا إنطلاقا من الثمانينات خاصة في مجال المحفظة الإلكترونية، تكاليف الرعاية الصحية، وخدمات النقل الداخلي لكن منذ 1994 إتجهت العديد من المصارف والشركات المالية إلا إستخدام هذه البطاقات وذلك لعدت أسباب نذكر من بينها: (صراع، 2014، صفحة 68)

-تناقص تكلفة البطاقة الذكية، حيث أصبحت تكلفة الوحدة الواحدة منها محدود (1-2.5\$).

-تعاضد إحنمالات التزوير التي ترافق إستعمال نظم البطاقات الإعتيادية.

-الإهتمام "بالتعامل عن بعد" عبر الهواتف، الحواسيب الشخصية.

-إهتمام شركات الإتصالات والحواسيب بهذه البطاقة وتحويلها إلى بطاقة متعددة الإستخدامات كتحويلها لبطاقة الهوية، أو بطاقة التأمين الصحية، ومثال على ذلك ما قامت به شركة Sun Micro Systems والتي طورت هذه البطاقة بشكل يسمح بإستخدامها عبر الأنترنت للتعريف بهويتهم والحصول على البريد الإلكتروني.

ومن الأمثلة عن هذا النوع من البطاقات الذكية بطاقة MONDEX .

ويكمن القول بأن البطاقات الذكية تنفرد عن البطاقات الإئتمانية وغيرها بالسماة التالية: (عبد الخالق ، 2006 ، الصفحات 183-184)

- 1- عبارة عن محفظة رقمية تضم قيمة رمزية تعبر عنها أرقام معينة توجد على شريحة البطاقة مقابل المحفظة العادية التي تحتوي على نقود ورقية من فئات وقيم معينة تعبر عنها أيضا الأرقام المدونة على كل ورقة من هذه الأوراق النقدية.
- 2- تقلل فرص التحايل والتلاعب من خلال تضمين البطاقة بيانات أكثر وأدق تحديدا عن العميل.
- 3- هذه البطاقة تجمع في بطاقة واحدة كل الدوار التي تستطيع أن تؤديها بطاقات الأئمان وبطاقات الحسم وبطاقات الصرف الأولى وكذلك بطاقات العادية مدفوعة القسمة مسبقا.
- 4- تمثل قيمة نقدية وهي تشبه النقود الورقية من حيث أنها لا تتطلب تسوية نهائية أو مقاصة.
- 5- يمكن إستخدامها في العالم الاحقيقي والعالم الافتراضي معا.
- 6- يمكن إعتبارها بطاقة شخصية أو بطاقة صحية أو يمكن إستخدامها لتأمين إجراءات التحويلات المالية داخل شبكة الأنترنت.

"لقد تطور حجم إستخدام البطاقات الذكية حيث بلغت لسنة 1996 أكثر من 1 مليون ياطقة في العالم ووصلت إلى حوالي 100 مليون ذكية في نهاية سنة 1997 وإرتفعت إلى 110 مليون بطاقة سنة 1998 وحوالي 95% من هذه البطاقات توجد في أوروبا، وفي سنة 2003 وصلت إلى 6 مليون بطاقة". (عبد الخالق .، 2002 ، صفحة 494)

المطلب الثالث: الشيكات والتحويلات الإلكترونية

يعرف الشيك على أنه محور ثلاثي الأطراف معالج إلكترونيا بشكل كلي أو جزئي، يتضمن أمرا من شخص يسمى الساحب إلى البنك المسحوب عليه بأن يدفع مبلغا من النقود لإذن شخص ثالث يسمى المستفيد. ولعل الشيك الإلكتروني هو أكثر الأوراق التجارية التي يمكن الإستفادة منها في مجال التقنيات الإلكترونية. (بنديق، 2007، صفحة 350)

أما عن التحويلات الإلكترونية للأموال فهي مجموعة القواعد والإجراءات المعتمدة في تحويل الأموال عبر بنوك إلكترونية مرخص لها بالقيام بهذه العملية ويتم إصدار أمر التحويل عن طريق حاسوب، ومن خصائصها ضمان الأمان وأكثر مصداقية للمتعاملين. (كاملة، 2009، صفحة 5)

تحديد إجراءات إستخدام الشيك الإلكتروني:

- 1- يفتح المشتري لدى جهة التخليص (بنك غالبا) حساب جاري للرصيد ويتم تحديد توقيع إلكتروني للمشتري وتسجيله في قاعدة بيانات جهة التخليص (بنك).
- 2- يقوم البائع بفتح حساب جار خاص به عند نفس جهة التخليص ثم يتم تحديد التوقيع الإلكتروني للبائع ويسجل في قاعدة بيانات جهة التخليص.
- 3- يختار المشتري المنتج الذي يود شرائها من البائع المشترك في نفس جهة التخليص ثم يتم تحديد السعر الكلي وأسلوب الدفع.
- 4- يحرر المشتري شيكا إلكترونيا الذي يكون مشفرا ثم يقوم بإرساله للبائع عن طريق البريد الإلكتروني.
- 5- يقوم البائع بإستلام الشيك الإلكتروني ثم يقوم بالتوقيع عليه التوقيع الإلكتروني المشفر كمستفيد ثم يرسله إلى الجهة التخليص.
- 6- تراجع جهة التخليص الشيك للتحقق من الرصيد والتوقيعات ثم تقوم بإخطار كلا من البائع والمشتري والبائع بتمام المعاملة المالية (خصم من رصيد المشتري وإضافته إلى رصيد البائع). (رافت ، 1999 ، صفحة 70)

## المبحث الرابع: تقييم وسائل الدفع الإلكتروني

من الجدير بالذكر أن أداة الدفع الإلكتروني قد ظهرت بالتزامن مع ظهور التجارة الإلكترونية، لذلك تعتبر ذات علاقة وثيقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، حتى أصبحت وسائل الدفع الإلكتروني أحد مكونات التجارة الإلكترونية والتي تكمل إجراءاتها الإلكترونية من بيع وشراء وعليه سنتناول مزايا وعيوب وعوامل نجاح وسائل الدفع الإلكتروني.

## المطلب الأول: مزايا وعيوب وسائل الدفع الإلكترونية

يترتب على استخدام وسائل الدفع الإلكترونية مجموعة من المزايا

## الفرع الأول: مزايا وسائل الدفع الإلكترونية

تتميز وسائل الدفع الإلكترونية بعدة مزايا وهي:

- تحقق وسائل الدفع الإلكتروني لحاملها مزايا عديدة أهمها سهولة ويسر الاستخدام، كما تمنحه الأمان بدل حمل النقود الورقية وتفادي السرقة والضياع، كما أن لحاملها فرصة الحصول على الائتمان المأجبي لفترة محددة، كذلك تمكنه من إتمام صفقاته فوراً بمجرد ذكر رقم البطاقة.
- تعد أقوى ضمان لحقوق البائع، تساهم في زيادة المبيعات كما أنها أزاحت عبء متابعة ديون الزبائن طالما أن العبء يقع على عاتق البنك والشركات المصدر.
- تعتبر الفوائد والرسوم والغرامات من الأرباح التي تحققها المصارف والمؤسسات المالية. (طبيبي ح.، 2019، صفحة

(130)

## الفرع الثاني: عيوب وسائل الدفع الإلكتروني

- بما أن لوسائل الدفع مزايا وإيجابيات فهي أيضاً لها بعض السلبيات التي تعييبها وهي:
- من المخاطر الناجمة عن استخدام هذه الوسائل زيادة الاقتراض والإنفاق بما يتجاوز القدرة المالية، وعدم سداد حامل البطاقة قيمتها في الوقت المحدد يترتب عنه وضع اسمه في القائمة السوداء.

- إن مجرد حدوث بعض المخالفات من جانب التاجر أو عدم إلتزامه بالشروط يجعل البنك يلغي التعامل معه ويضع إسمه في القائمة السوداء وهو ما يعني تكبد التاجر صعوبات جمة في نشاطه التجاري.

- أهم خطر يواجه مصدريها هو مدى سداد حاملي البطاقات للديون المستحقة عليهم وكذلك تحمّل البنك المصدر نفقات ضياعها. (طبي ح.، 2019، صفحة 131)

### المطلب الثاني: عوامل نجاح وسائل الدفع الإلكترونية

لابد من وسائل لجذب المستهلكين والتجار لإستخدام تقنية معينة في عملية الدفع الإلكتروني عبر الشبكات وخاصة الإنترنت، ومن العوامل التي تؤدي إلى إنتشار طريقة الدفع إلكترونيا بشكل واسع ما يلي:

#### الفرع الأول: الإستقلالية

حيث هناك العديد من الطرق التي تتطلب إعداد برامج خاصة من أجل إستخدام وتنفيذ عملية الدفع إلكترونيا من قبل التاجر والمستهلك تعتبر هذه الطرق التي تحتاج إلى إعداد برامج خاصة غير منتشرة بشكل واسع.

#### الفرع الثاني: التطابقية

إن من المهم في عملية الدفع الإلكتروني أن يتم تنفيذها من مختلف أنظمة التشغيل ومختلف أنواع الحاسبات تلك التي تتطلب أنظمة تشغيل معينة أو أجهزة معينة لتنفيذ عملية الدفع الإلكتروني تعتبر غير واسعة الإنتشار بين التجار والمستهلكين.

#### الفرع الثالث: الأمن والحماية

مدى الأمن في نقل البيانات وتنفيذ عملية الدفع مهمة جدا لقياس مدى فعالية عملية الدفع الإلكتروني، حيث أنه إذا كانت المخاطر للمشتري أو البائع عالية في عملية الدفع الإلكتروني فإن هذا يؤدي إلى عدم إنتشار هذه الطريقة بشكل واسع.

#### الفرع الرابع: الرسوم والتكلفة

حيث أنه كلما زادت العمولة المستخدمة لطريقة الدفع فإن ذلك يؤدي إلى عدم إنتشارها بشكل واسع، وأيضا الرسوم والعمولة التي يتم تحصيلها عند إستخدام طرق الدفع الإلكتروني تؤدي إلى عدم إستخدامها وخاصة في المشتريات البسيطة قليلة التكلفة.

الفرع الخامس: سهولة الإستخدام

إن طريقة بطاقة الإعتماد مستخدمة بشكل واسع وذلك لسهولة إستخدامها من قبل كل الأطراف.

الفرع السادس: مدى إنتشارها

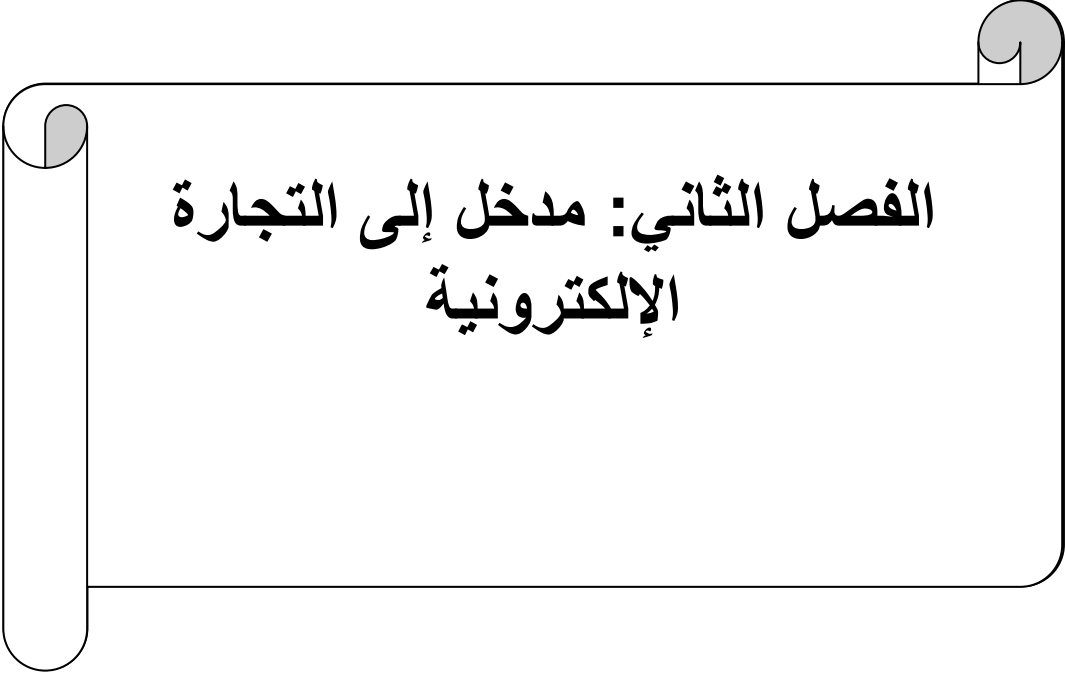
حتى تكون طريقة الدفع الإلكترونية ناجحة لابد من إستخدامها من قبل أعداد كبيرة من التجار والمستهلكين على حد

سواء. (طبيي ح.، 2019، الصفحات 131-132)

خلاصة

إن وسائل الدفع الإلكترونية هي الوسائل التي سهلت المعاملات الخاصة بتبادل السلع والخدمات وكذلك تسديد الديون، والتي خلفها تطور شبكة الإنترنت وكذا ظهور التجارة الإلكترونية، حيث أنها اختصرت الوقت وأنقصت التكلفة وحققّت مزايا عجزت وسائل الدفع التقليدية عن تحقيقها، إلا أنها خلقت مشاكل يصعب محاربتها لإرتكازها على عالم إلكتروني يفتقر للمادة الورقية مما يصعب عملية الإثبات.





الفصل الثاني: مدخل إلى التجارة  
الإلكترونية

تمهيد :

إن التجارة الإلكترونيّة تعتبر إحدى صور ثورة نظم المعلومات والاتصالات و إنتشار الإنترنت على وجه الخصوص التي وفرت وسائل مستحدثة في تبادل السلع والخدمات و تبادل البيانات بصورة لم تكن معروفة من قبل والتي تتميز بالسرعة والسهولة في الإستخدام وبعدها عن الصورة التقليديّة المعروفة في إجراء العمليات التجارية وتوثيقها.

ففي هذا العصر الرقمي الذي تنتشر فيه الإنترنت إنتشارا هائلا، شاع مفهوم التجارة الإلكترونيّة التي تعددت مفاهيمها حسب العديد من المنظمات و الهيئات العالميّة و الإقتصاديّين، كما تتعدد أنواعها وأهدافها العامّة، وقصد قيام التجارة الإلكترونيّة لأبد من توفر مبادئ و متطلبات أساسيّة، إضافة إلى أن لها آثار إقتصاديّة على مختلف أطراف التعامل وعلى الإقتصاد ككل حيث يهدف هذا الفصل إلى إبراز أهم المفاهيم و الجوانب النظرية والعملية المتعلقة بالتجارة الإلكترونيّة و نموها.

### المبحث الأول : مفهوم التجارة الإلكترونيّة

تمثل التجارة الإلكترونيّة أهمية كبيرة في العلاقات الإقتصاديّة والماليّة سواء كان ذلك على المستوى الوطني أم الدولي ، لذلك فهي تشكل عاملاً محفزاً للشركات المتعاملة معها كي تطور خدماتها التجاريّة بشكل مستمر ، وفيما يلي سوف نتطرق إلى مفهوم التجارة الإلكترونيّة ونشأتها وخصائصها .

### المطلب الأول: تعريف التجارة الإلكترونيّة

#### الفرع الأول: تعريف التجارة الإلكترونيّة

لقد تعددت تعارف التجارة الإلكترونيّة، حيث يتكون هذا مصطلح من كلمتين هما التجارة والإلكترونيّة.

#### أولاً: التجارة

تعبر عن نشاط تجاري من خلال تداول السلع والخدمات وفقاً لأسس وقواعد متفق عليها. (معيزي، 2011، الصفحات

26-27)

#### الفرع الثاني: الإلكترونيّة

والمقصود بها القيام بأداء النشاط الإقتصادي (التجاري) باستخدام تكنولوجيا الإتصالات الحديثة مثل شبكة الإنترنت.

(صدام و آخرون، 2006، صفحة 138)

#### الفرع الثالث: تعريف التجارة الإلكترونيّة

بأنها "عملية الإعلان والتعريف للبضائع والخدمات ثم تنفيذ عمليات عقد الصفقات وإبرام العقود ثم شراء والبيع لتلك البضائع و الخدمات وسداد القيمة الشرائية عبر شبكات الإتصال المختلفة سواء إنترنت أو غيرها من الشبكات التي تربط بين المشتري والبائع. (يحيى فائز، 2012، صفحة 19)

كما تعرفها منظمة التجارة العالمية على أنها مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات، بوسائل إلكترونيّة. (أحمد، 2009، صفحة 130) ويمكن القول ببساطة أنها إستخدام الإنترنت والشبكة العنكبوتية العالمية لتبادل العمليات بشقّي أشكالها بين الأعمال المختلفة، مع التركيز على إستخدام التكنولوجيا الرقمية في العمليات التجارية بين الشركات والأفراد (ظاهر ، القشي، 2003، الصفحات 56-57)، أو شراء وبيع السلع عبر شبكة إنترنت وشبكات التجارية العالمية. (أبو القاسم، 2000، صفحة 17)

#### المطلب الثاني: نشأة التجارة الإلكترونيّة

ظهر أول تطبيق لمفهوم التجارة الإلكترونيّة في بداية السبعينات من القرن الماضي من خلال تحويل الأرصدة النقدية إلكترونيّاً من منظمة إلى أخرى .

ولكن هذا التطبيق كان مقتصرًا على الشركات الضخمة فقط بسبب تكلفة العالية ، إلى أن توسع هذا المفهوم ليشمل عمليات نقل وإرسال الوثائق وتبادل البيانات إلكترونياً ، وبعد التطور السريع والهائل في الشبكات الحاسوبية وبرمجيات التجارة الإلكترونية ، والبروتوكولات بدأت تظهر التطبيقات الخرى للتجارة الإلكترونية مثل إرسال الإستثمارات الإلكترونية ، البريد الإلكتروني ، وثنائى الفاكس إلى جانب المشاركة في قاعد البيانات الموزعة وإدارة سلسلة التوريد في إطار التعاون بين المنظمات والمزودين والزبائن في إعداد التنبؤات بالطلب وقائم الجرد . كما أدت إلى زيادة الشركات المساهمة في هذه التطبيقات من المؤسسات المالية إلى مصانع وبائعي التجزئة والمؤسسات الخدمية .

ومنذ عام 1995 أصبحت معظم الشركات الكبيرة والمتوسطة لها موقع إلكتروني وظهرت تطبيقات جديدة للتجارة الإلكترونية ففي عام 1999 من منظمات الأعمال للمستهلك (B2C) لتشمل منظمات الأعمال لمنظمات الأعمال (B2B) وفي عام 2001 إمتدت لتشمل منظمات الأعمال لموظفي هذه الشركات (B2E) وظهرت مفاهيم جديدة مثل الحكومة الإلكترونية والتعليم الإلكتروني .

ولقد ساعد في إنتشار التجارة الإلكترونية عالمياً ، سهولتها العملية ومرونتها في نقل المعلومات وعرض المنتجات وإنجاز الصفقات ، كما أنها أعطت للتجار المبتدئين ولصغار رجال الأعمال الفرصة الذهبية للبروز وتحقيق طموحاتهم ، حيث لم يعد ممارسة بعض أوجه النشاطات التجارية حكراً على الشركات الكبيرة ، فالأمر لا يستدعى سوى وجود جهاز حاسوب ومن ثم تنظيم موقع إفتراضي عليه وتسويقه ومن ثم عرض المنتجات أو الخدمات وإستقبال المتعاملين .

### المطلب الثالث: خصائص التجارة الإلكترونية

إن التجارة الإلكترونية تختص بمجموعة من الخصائص ويمكن إبرازها فيما يلي :

#### الفرع الأول : الطابع العالمي للتجارة الإلكترونية (العيسوي، 2003، الصفحات 32-34)

إن أنشطة التجارة الإلكترونية تتميز بطابع عالمي فهي لاتعرف الحدود المكانية أو الجغرافية ، فأى نشاط تجاري يقدم سلعا أو خدمات على الإنترنت لا يعني بالضرورة الإنتقال إلى منطقة جغرافية بعينها . لإنشاء موقع تجاري على الإنترنت يمكن صاحب الشركة حتى ولو كانت ، إمكانية التغلغل إلى الأسواق ومستخدمي شبكة الأنترنت عبر العالم بكله . لكن ما يعيب هذه الخاصية أنه في حالة السلع أو الخدمات التي تسلم على الخط ، أى السلع غير المادية فإنه يصعب فرض الضرائب الجمركية عليها .

#### الفرع الثاني: الطابع المتداخل في التجارة الإلكترونية

إن الفوارق في توزيع الوسائل المادية بين المؤسسات سواء كانت هذه المؤسسات كبيرة أو صغيرة أصبحت في التجارة الإلكترونية أقل وضوح وحدة ، فأصبح بالإمكان تسليم السلع والخدمات بطريقتين التقليدية أو بطريقة الإلكترونية مباشرة على الأنترنت مثل الموسيقى والأقراص المدججة وأفلام الفيديو والأقراص التي تحتوي على برامج كمبيوتر أو المعلومات أو الدروس..... الخ ، وهذا ما يخلق صعوبة فرض ضريبة على المنتج إذا ما كان سلعة أو خدمة هذه الخاصية تلزم المؤسسات على إعادة هيكلة نفسها لمواجهة التغيرات الطارئة التي تفرضها ممارسة التجارة الإلكترونية .

#### الفرع الثالث : غياب التعامل الورقي في المعاملات التجارية الإلكترونية (خالد ممدوح، 2008، صفحة 153)

إنّما صفقة تجارية كاملة 'بدأ من التفاوض على الشراء والتعاقد ودفع قيمة البضاعة وإستلامها إلكترونيا يتم دون تبادل مستندات ورقية على الإطلاق(في حالة السلع قابلة لترقيم) . وهذا ما يدعم هذه التجارة الإلكترونية وهو خلق مجتمع اللأورقية . ومن هنا تظهر مشاكل في إثبات التعاملات والعقود وتوثيق الحقوق والإلتزامات ، وثبات صحة التوقيعات والحفاظ على الحقوق الملكية و الفكرية ، لذلك شرعت المنظمات دولية وحكومات متعددة في وضع قانون خاص بالتجارة الإلكترونية يسبغ الصفة القانونية على المحررات الإلكترونية و العقود الإلكترونية والتوقعات الإلكترونية والوفاء بالنقود الإلكترونية .

#### الفرع الرابع : عدم الكشف عن هوية المتعاملين (العساوي، 2003، صفحة 34)

إن تعاملات التجارة الإلكترونية تتم بين أطراف قد يفصل بينهما آلاف الأميال كما قد يختلف التوقيت الزمني بينهم وبالتالي غياب المعلومات الكافية على المتعاملين بين بعضهم البعض قد يخلق سلبيات كتقديم معلومات زائفة او تقديم بطاقات إئتمان مسروقة او إساءة استخدام المعلومات اثناء التعامل وهذا ما يثير مسألة الخصوصية وسرية المعلومات ، لكن التقدم الذي تشهده التكنولوجيا الحديثة ستوفر حتما الأمان والموثوقية والنزاهة والصدق في التعاملات التجارية عبر الانترنت .

#### الفرع الخامس : سرعة تغيير المفاهيم والأنشطة التجارية الإلكترونية

إن إتساع حجم نطاق التجارة الإلكترونية والتغيرات المتسارعة التي تتعرض لها أنشطتها ونظرا للإرتباط أنشطتها بوسائل الإتصال الإلكتروني ومجالات الاتصالات والمعلومات التي تعرف هي الاخرى تغيرات متسارعة يعرض التجارة الإلكترونية هي الأخرى للتغير المتسارع .

#### المطلب الرابع: أهمية التجارة الإلكترونية

يمكن القول أن التجارة الإلكترونية تعد من أهم إختراعات العصر و التي يمكن من خلالها تحقيق أرباح لم يكن من الممكن تحقيقها سابقا بالطرق التقليدية والسبب يعود إلى :

أولا : إنخفاض التكلفة حيث كانت عملية التسويق للمنتج مكلفة جدا في السابق؛

ثانيا : تعتبر وسيلة فعالة للقيام بعقد الصفقات بين المتعاملين عن طريق الإتصال الإلكتروني المباشر بينهم، 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%؛ (فلاق بولصنام، 2012، صفحة 4)

ثالثا : التحرر من القيود لأن الشركة كانت في السابق تحتاج إلى ترخيص معين والخضوع لقوانين عديدة وتكبّد تكلفة إنشاء فرع جديد أو توكيل الغير في دولة الأجنبية حتى تتمكن من بيع منتجاتها، أما الآن لم يعد أي من تلك الإجراءات ضروريا ؛ (عيساني عامر، 2014، صفحة 209)

#### المبحث الثاني : المجال التقني للتجارة الإلكترونية

#### المطلب الأول: أنواع التجارة الإلكترونية

حسب مصفوفة Coppel الموضحة التي توضح تطبيقات الانترنت في الأنشطة التجارية و تبادل المعلومات، فإن التجارة الإلكترونية يمكن أن يتسع مفهومها عبر الزمن ويمتد ليشمل الإمكانيات التالية:

أولاً : التعاملات فيما بين الأجهزة الحكومية بعضها مع البعض (G2G) كأن تؤجر وزارة ما ممتلكات خاصة بها لهيئة حكومية باستعمال أحد الوسائط الإلكترونية؛

ثانياً : التعاملات فيما بين الأجهزة الحكومية و المنشآت (G2B) و من أمثلتها ما يتعلق بالضرائب والأوضاع النقدية و المالية التي تنشرها الحكومة على الانترنت؛

ثالثاً :التعاملات فيما بين الأجهزة الحكومية و المستهلكين (G2C) كتقديم خدمات معينة للمستهلكين من طرف الحكومة على الشبكة؛

رابعاً : التعاملات فيما بين المنشآت و الأجهزة الحكومية (B2G) كأن تقدم المنشآت عروضها في المناقصات الحكومية من خلال شبكة الإنترنت؛

خامساً : التعاملات فيما بين المنشآت بعضها مع البعض (B2B) تتمثل في مختلف المبادلات التي تنشأ بين المنشآت و تتم عبر الإنترنت أو من خلال الوسائط الإلكترونية الأخرى؛

سادساً : التعاملات فيما بين المنشآت و المستهلكين (B2C) كقيام المنشآت بعرض مختلف منتجاتها للجمهور عبر الإنترنت؛

سابعاً : التعاملات فيما بين المستهلكين والحكومة (C2G) كقيام المستهلكين بدفع الرسوم لتلقاء خدمات معينة من خلال الإنترنت؛

ثامناً : التعاملات فيما بين المستهلكين و المنشآت (C2B) كالمشاركة في مزادات تقييمها المنشآت على الإنترنت؛

تاسعاً : التعاملات فيما بين المستهلكين أنفسهم (C2C) و خير دليل على ذلك المواقع التي أنشأتها شركة Bay.Com التي تمكن المستهلكين من تبادل عدد غير محدود من السلع و الخدمات.

#### الجدول (02)

#### تطبيقات الانترنت في أنشطة التجارة وتبادل المعلومات

مستهلك	منشأة	حكومة	
حكومة لمستهلك G2C	حكومة لمنشأة G2B	حكومة لحكومة G2G	حكومة
منشأة لمستهلك B2C	منشأة لمنشأة B2B	منشأة لحكومة B2G	منشأة
مستهلك بمستهلك C2C	مستهلك لمنشأة C2B	مستهلك لحكومة C2G	مستهلك

المصدر : د. إبراهيم العيسوي ، التجارة الإلكترونية ، المكتبة الأكاديمية ، مصر ، 2003 . ص 15 .

لكن الأنواع الأكثر شيوعاً لحد الآن تتمثل فيما يلي:

### الفرع الأول : التجارة الإلكترونية بين منشآت الأعمال (B2B)

يعتبر هذا النوع أساس التجارة الإلكترونية، فكما رأينا سابقاً فإن ظهورها يعود إلى التعاملات التجارية التي كانت تتم بين منشآت الأعمال الكبيرة من خلال التحويل الإلكتروني للأموال (EFT) والتبادل الإلكتروني للبيانات (EDI) وهي تتمثل في قيام المنشآت بالحصول على إحتياجاتها من بعضها البعض، كإرسال منشأة ما طلباتها من المواد الأولية لمورديها عبر شبكة الأنترنت، و قد يكون هذا داخل الدولة الواحدة أو بين مختلف الدول على إعتبار أن التجارة الإلكترونية عابرة للحدود، و هنا تلعب هذه التجارة دوراً مهماً بالنسبة للمنشآت التي تشترك في عملية إنتاجية واحدة و تكون موجودة في عدة دول أو ما يعرف بتدويل الإنتاج، إذ يمكنها أن تعتمد على مختلف الوسائط الإلكترونية للإتصال فيما بينها، و تحتل هذه التجارة النصيب الأكبر من التجارة الإلكترونية.

### الفرع الثاني : التجارة الإلكترونية بين منشآت الأعمال و المستهلكين (B2C)

و يطلق عليها أيضاً التجارة الإلكترونية بالتجزئة. لقد شهد هذا النوع نمواً و إتساعاً متسارعين منذ ظهور الوب (WWW) نتيجة التطورات التكنولوجية المتلاحقة و إنتشار الكمبيوتر الشخصي والهاتف المحمول، و يتمثل في قيام منشآت الأعمال بالترويج لأعمالها عبر الأنترنت و مختلف الوسائط الإلكترونية الأخرى لإستقطاب أكبر عدد ممكن من المستهلكين من خلال ما يعرف بالفهرس الإلكتروني و مراكز التسويق الافتراضية و غيرها.

و قد يشير هذا النوع من التجارة الإلكترونية إلى أحد الأمور التالية: (العلاق، 2003، صفحة 154)

- ال شراء بواسطة بيع بالمزاد العلني عبر الأنترنت؛
- التسوق في مخزن على الوب له أيضاً مخزن في عالم الخارجي خارج عالم الأنترنت؛
- زيارة موقع موجود على الوب فقط؛
- تحديد مكان وجود شيء ما لشرائه من خلال مجموعة الأخبار USENET GROUP ؛
- اختيار الشراء نتيجة لإعلان وصل إلى المستهلك بواسطة البريد الإلكتروني؛
- البحث عن شيء عبر الأنترنت ثم طلبه بواسطة البريد العادي أو بواسطة الهاتف.

### الفرع الثالث : التجارة الإلكترونية بين منشآت الأعمال و الحكومة (B2G)

و تتمثل خاصة في قيام منشآت الأعمال بتلبية طلبات الأجهزة الحكومية من السلع و الخدمات بالإعتماد على الوسائل الإلكترونية، و يشهد هذا النوع إهتماماً متزايداً خاصة مع ظهور ما يعرف بالحكومة الإلكترونية. ( E.GOVERNMENT )

### الفرع الرابع : التجارة الإلكترونية بين الحكومة و المستهلكين (G2C)

يحتل هذا النوع باهتمام الحكومات و الدوائر الحكومية المختلفة لتطوير ما تقدمه من خدمات للجماهير بتكلفة قليلة، سواء من حيث الحصول على المعلومات و البيانات، أو تلبية بعض المطالب، مثل خدمات المطارات، و استخراج رخص السيارات، و التراخيص لممارسة المهنة، بل حتى صرف الرواتب و المعاشات. (عبدالخالق، 2006، صفحة 48)

و في الأخير نشير إلى أن النوعين الأكثر رواجاً في الدول التي ظهرت و انتشرت فيها التجارة الإلكترونية هما:

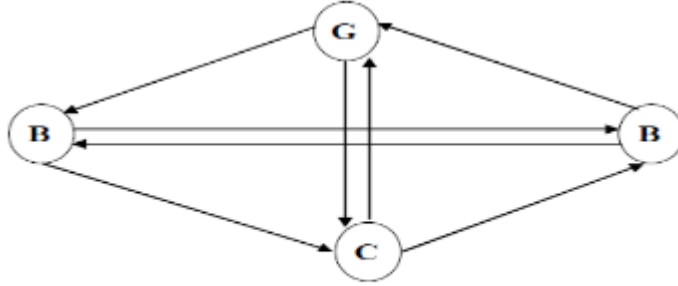
-التجارة الإلكترونية بين منشآت الأعمال (B2B) و تمثل هذه التعاملات حوالي 90% من حجم التجارة الإلكترونية. (ثابت

عبد الرحمن ادريس، 2005)

-التجارة الإلكترونيّة بين منشآت الأعمال و المستهلكين (B2C).

و يمكن أن نجمل مختلف أنواع التجارة الإلكترونيّة التي شرحناها سابقا و العلاقة التي تربط بين أطرافها في الشكل حيث تمثل الحروف (B, C, G) على التوالي الحكومة، المستهلك و المنشأة.

شكل رقم 01 : أنواع التجارة الإلكترونيّة



**المصدر:** أ.د. السيد أحمد عبد الخالق، مرجع سابق، ص 48

#### المطلب الثاني: إستخدامات التجارة الإلكترونيّة

تكمّن إستخدامات التجارة الإلكترونيّة فيما يلي : (محمد، 2008، الصفحات 33-34)

- التعاملات التجارية مثل عرض الكاتولوجات الإلكترونيّة للمنتجات .
- التوزيع مثل الأفلام والصور .
- النشر مثل المجالات والجرائد.
- التصميمات الهندسية .
- خدمات متخصصة.
- البنوك والتحويل.
- تجارة التجزئة .
- التجارة الدوليّة مثل معلومات عن التجارة والجمارك وقواعد الإستيراد والتصدير .

#### المطلب الثالث: متطلبات تطبيق التجارة الإلكترونيّة .

يتطلب انتشار التجارة الإلكترونيّة في أي مجتمع كان البيئة الملائمة لذلك وتمثّل هذه المتطلبات فيما يلي :



### الفرع الأول: البنية التحتية الإلكترونية

وتتضمن شبكات الاتصال السلكي و اللاسلكي (الفاكس، الهاتف، الإنترنت الحواسيب الآلية، برامج التطبيقات و التشغيل، خدمات الدعم الفنية، رأس المال البشري....)، فهذه البنى التحتية تساعد على نمو التجارة الإلكترونية وتطويرها و من جهة ثانية تساعد على انتشار استخدام الإنترنت الذي يعتبر بدوره السوق الإلكتروني الذي من خلاله تتم المعاملات و المبادلات التجارية . (بشوش , كواش ، 2011، صفحة 7)

### الفرع الثاني : التشريعات و الأنظمة للتجارة الإلكترونية

تتمثل في الإطار القانوني الذي يضمن استمرار التجارة الإلكترونية و حماية حقوق الأطراف المتعاملة فيها و بإيجاد الأدوات القانونية التي تتناسب، و المعاملات الإلكترونية مثل وسائل التعاقد عبر شبكة الإنترنت أو البريد الإلكتروني و الشروط اللازمة لذلك و فض النزاعات التجارية الإلكترونية سواء كانت في داخل المجتمع أم كانت بين أطراف دول مختلفة . (مأمون مأمون، 2011، صفحة 21)

### الفرع الثالث: توفر الكوادر البشرية

و يمثل هذا الجانب أحد مقومات نجاح التجارة الإلكترونية في أي مجتمع، وتشمل هذه الكوادر البشرية المتخصصين في قطاع تقنية المعلومات و شبكات الاتصال و الإنترنت و البرامج التطبيقية ذات العلاقة بالتجارة عبر الإنترنت، و من ناحية أخرى التجارة الإلكترونية التجارة الإلكترونية ما يسمى بالاستعداد الإلكتروني أي المجتمع الإلكتروني القادر و الذي لديه الرغبة في استخدام و ممارسة التجارة عبر شبكة الإنترنت، و يرتفع معدل الاستعداد الإلكتروني لأي مجتمع من خلال تطوير نوعية الأنظمة التعليمية و توسيع دائرة الفرص لأفراد المجتمع للاستفادة منها حتى يصبح مجتمعا ذا معرفة و ثقافة تكنولوجية، بالإضافة إلى توفير الفرص للمؤسسات و المعاهد التعليمية و المدارس لأستخدم تقنية المعلومات و الاتصالات و تكييف المناهج التعليمية مع المعارف التقنية . (بوالقول بوزيان، 2012، صفحة 18)

### المطلب الرابع: مراحل تنفيذ التجارة الإلكترونية

تتم معاملات التجارة الإلكترونية من خلال المراحل التالية : (زايري طوباش، 2002، الصفحات 367-368)

### الفرع الأول: مرحلة العرض (إعطاء وعد)

يقوم المنتج أو البائع في هذه المرحلة بعرض سلعته أو الخدمة التي يستطيع إنتاجها و تسويقها حسب طلب المشتريين و الطلب في السوق في الداخل والخارج بناء على الدراسة السوقية، في الوقت الذي يروج فيه لسلعته من خلال وسائل الإعلان المختلفة بطريقة سهلة و واضحة و مفهومة للمستهلكين، محاولا إقناعهم و حثهم على شرائها و قد يستخدم المنتج أو البائع الوسائل الإلكترونية في عملية الإعلان و الترويج هذه.

### الفرع الثاني : مرحلة القبول

إذا توصل المتعاملون - مستهلك مع بائع أو بائع مع منتج أو منتج مع مورد مواد أولية- إلى إتفاق، يكون قد إلتقى العرض بالقبول و إنعقد العقد، و من ثم يصدر المشتري قراره بالشراء إلكترونيا من خلال وسائل تكفل الأمان و الحفاظ على السرية و كذلك المصادقية، فإذا ما تحقّق ذلك قد يصاحب الأمر بالشراء إصدار أمر بالدفع و ذلك بإستخدام وسائل الدفع الإلكترونيّة.

### الفرع الثالث : مرحلة التنفيذ

و تشمل هذه المرحلة تنفيذ بعض الالتزامات المتقابلة كقيام المنتج أو البائع بإعداد السلعة أو الخدمة و تهيئتها حتى تكون صالحة للتسليم أو التقديم بالشكل أو الأسلوب المتفق عليه من قبل المتعاقدين، بعد ذلك يقوم المشتري أو بنكه بتنفيذ الأمر بالدفع، و أخيرا يحصل المشتري على السلعة أو الخدمة موضوع الاتفاق، و يختلف تسليمها حسب طبيعتها إذا كانت سلعة مادية أو غير مادية (سيارة ، كتاب على الخط)، أو إذا كانت خدمة مباشرة أو تقدم عن بعد (فحوصات طبية، التعليم عن بعد).

المبحث الثالث: انعكاسات التجارة الإلكترونية

المطلب الأول: مزايا التجارة الإلكترونية

من أبرز مزايا التجارة الإلكترونية التي توضع أمام المؤسسة مهما كان حجمها، فرصة إستغلال هذا النمط من الأعمال لبلوغ أسواق قد لا تتيح التجارة التقليدية بلوغها و لإنشاء مشاريع برؤوس أموال صغيرة قد تتناسب فرص الإستثمار فيها منها: (بن عناية , حوسيني ، 2011، الصفحات 13-12)

1- إيجاد وسائل للتجارة توافق عصر المعلومات : في عصر المعلومات و الإتجاه نحو قضاء ساعات طويلة أمام الحاسبات و مواقع الإنترنت تعدو حاجة ملحة إلى توافق الأنماط التجارية مع سمات هذا العصر.

2- تلبية خيارات الزبون ببسر و سهولة: تمكن التجارة الإلكترونية المؤسسات من تفهم إحتياجات زبائنها وإتاحة خيارات التسوق أمامهم بشكل واسع، وهذا بذاته يحقق نسبة رضا عالية لدى الزبائن لا تتيحه وسائل التجارة التقليدية، فالزبون يمكنه معرفة الأصناف والأسعار وميزات كل صنف و المفاضلة وتقييم المنتج موضوع الشراء من حيث مدى تلبية لرغبته و خياراته.

3- تطوير الأداء التجاري والخدمي للمؤسسة: بما تتطلبه من بنى تحتية تقنية و إستراتيجيات إدارة مالية وتسويقية وإدارة علاقات و إتصال بالآخرين، تتيح الفرصة لتطوير أداء المؤسسات في مختلف الميادين، وهي تقدم خدمة كبرى للمؤسسات في ميدان تقييم واقعها و كفاءة موظفيها و سلامة بنيتها التحتية و برامج التأهيل الإداري.

4- الدخول إلى الأسواق العالمية وتحقيق عائد أعلى من الأنشطة التقليدية: إن الصفة العالمية لتجارة الإلكترونيات ألغت الحدود والقيود أمام دخول الأسواق التجارية، وبفضلها تحول العالم إلى سوق مفتوح أمام المستهلك بغض النظر عن الموقع الجغرافي للبائع أو المشتري، وإذا كانت إتفاقيات التجارة الدولية تسعى إلى تحرير التجارة في السلع و الخدمات، فإن التجارة الإلكترونية بطبيعتها تحقق هذا الهدف دون الحاجة إلى جولات توافق و مفاوضات. (مسعودة , خليفة ، 2011، صفحة 6)

المطلب الثاني: عيوب التجارة الإلكترونية

بالرغم من هذه المزايا التي تكسبها التجارة الإلكترونية لمعتمديها ، فهي رغم ذلك لا تخلو من العيوب والسلبيات ، وسندكر فيما يأتي بعض عيوب التجارة الإلكترونية: (بارش، 2012-2013، صفحة 16)

- فقدان متعة الشراء .
- فقدان فرصة مهارات البيع والشراء والتعامل مع الآخرين .
- الإقبال على معاملات تجارية غير ضرورية نتيجة الإغراء الإلكتروني .
- ضياع الوقت نتيجة التسوق الإلكتروني وعدم الإحساس بالوقت.
- إختراع مواقع التجارة الإلكترونية وإتلافها وتغيير واجهاتها .
- هناك إعلانات وترويج لسلع تافهة قد تتعارض مع التقاليد الآداب وأخلاقيات الزبائن .

المطلب الثالث: مخاطر التجارة الإلكترونية

ينطوي تطبيق التجارة الإلكترونية على العديد من المخاطر، التي لابد من تكثيف الجهود لتذليلها

### الفرع الأول: مشكلة حقوق الملكية الفكرية

إن الشركات الإلكترونية تستخدم تكتيكات وقدرات إقتصاد المعلومات الرقمية القائمة على التكلفة الصفرية (أو أقرب إلى ذلك) في إعادة إنتاج المنتج المعلوماتي الرقمي وبالتالي التوسع في النسخ المجانية كوسيلة في الترويج والتغلغل لخدمة الزبون (نجم، 2004، صفحة 59) فيؤدي نشر الأعمال والإبداعات الفنية على شبكة الإنترنت إلى إنتقالها بسرعة بدون الترخيص باستخدامها أو بيعها ويعني ذلك القفز على حقوق الملكية في البراءة وحق النشر والتعرض لخطر الانتهاكات والقرصنة.

### الفرع الثاني: تهديد أنظمة أمان الشركة

من بين التهديدات الخطيرة التي تواجه الشركة هي محاولة المخترقين التسلسل إلى قواعد معلومات هذه الشركة والعبث بمواردها (كما في شركة الأموال والمصارف). ويقوم غير المرخص لهم باختراق النظم الإلكترونية للشركة الإلكترونية بهدف التعرف على المعلومات الخاصة بالعملاء وإستغلالها، كما قد يقومون بزج الفيروسات مما قد يهدد بوقف البرمجيات الأساسية التي تسمح للشركة بالإتصال بعملائها والمتعاملين معهم , (الجنيبيهي الجنيبيهي، 2006، صفحة 18) مما قد ينعكس سلبا على القدرات الجوهرية للشركة.

### الفرع الثالث: عدم جدية التعاملات

تم التعاملات في التجارة الإلكترونية بين أطراف لا يعرفون بعضهم البعض، دون الحاجة إلى إتصال مباشر بينهم، وهو ما يخلق إحتمال عدم جدية هذه التعاملات من حيث بث معلومات غير صحيحة من طرف البائع أو الزبون، (بريش زيدان، 2004) فالتعاملات ما هي إلا بيانات إلكترونية يتم تبادلها بين الأطراف دون أن يكون هناك أي مجال للتحقق من صحتها أو من شخصية الأطراف.

فقد يحصل الزبون على سلعة أو خدمة غير مطابقة لتوقعاته أو مخالفة للمواصفات المعلن عنها من خلال الموقع الإلكتروني، كما قد لا تصل السلعة في الوقت المحدد؛ من جهة أخرى قد يتعرض البائع لعمليات نصب منظمة من قبل عملائه الذين يعطون معلومات غير صحيحة، وبالتالي يوافق هذا البائع على القيام بالعمل التجاري لصالحهم بمبالغ كبيرة على أساس تلك المعلومات الخاطئة. (الجنيبيهي الجنيبيهي، 2006، صفحة 17)

### الفرع الرابع: الأمان والخصوصية

من بين المواضيع التي تتركز عليها في التجارة الإلكترونية هي المشكلة المتعلقة بأمن تحويل المعطيات والخوف من التعرض لخطر القرصنة والتجسس الصناعي، وتظهر هذه المشاكل خاصة في مجال التعامل "B 2 C" حيث يكون من الصعب إقناع المستهلك بالتحول من التجارة الفيزيائية إلى التجارة الإلكترونية، وبأن التعاملات التي تتم على الشبكة وكذلك الخصوصية مأمونة إلى حد كبير وبأنه لن يتعرض لعمليات غش وخداع على شبكة الإنترنت.

### الفرع الخامس: تعرض المؤسسات إلى مجموعة من الضغوطات

أ - المنافسة القوية

فالتجارة الإلكترونية أعطت لعدد كبير جدا من الشركات على إختلاف أحجامها، حتى الصغيرة منها إمكانية المنافسة على نطاق عالمي، مما يشكل تهديدا كبيرا للشركة.

### ب- ضغط التكلفة

إن رغبة المؤسسات في ضمان الإستمرار ضمن المجتمع الإلكتروني، يفرض عليها ضرورة تقليل أسعارها وتخفيض تكاليفها وتحسين أدائها.

### ج- التغيرات المستمرة في السوق العالمي

تواجه الشركات تغيرات مستمرة وسريعة تفرضها الدول لجعل شركاتها أكثر تنافسية.

### د- الضغط التقني

إن التغيرات المتسارعة في الإتصالات وتكنولوجيا الإعلام، فرض عدة ضغوط على قطاع الأعمال الإلكترونية، المحيرة على مواكبة هذه التحولات التكنولوجية.

### هـ- الزبائن

الذين يطلبون المزيد وعلى الشركات تقديم المزيد من الخدمات والمنتجات من أجل إرضائهم.

### و- خطر المنافسة العالمية في السوق المحلي

لقد أزلت التجارة الإلكترونية الحدود والقيود الجغرافية أمام مختلف الأعمال، وبالتالي تحولت المنافسة إلى المستوى العالمي ووضعت الشركات أمام تحديات الجودة العالمية والسعر المنافس، فالمستهلك يستطيع المقارنة بين مختلف العروض المقدمة (أي انحياز التبادلات لصالح المشتري على حساب البائع)، مما يجعل الشركات تعاني من مشكلة عدم القدرة على تحقيق عوائد حقيقية وربحية فعلية , (نجم، 2004، صفحة 60) مع إمكانية فقدانها للكثير من المستهلكين التقليديين بسبب المنافسة الشرسة.

### ز- صعوبة التكامل بين الموقع المادي والموقع الإلكتروني للشركة: (نجم، 2004، صفحة 59)

فإلى جانب أن بعض الشركات ظلت إما مادية تقليدية أو رقمية، فإن البعض الآخر أخفق في الجمع بين الاثنين، وذلك لأن مثل هذا الجمع يتطلب جهودا كبيرة في إدارة الموقع الإلكتروني لصالح الأعمال التقليدية وجهودا كبيرة في توظيف قدرات الويب في التفاعل مع الموردين والزبائن لخفض التكاليف وتوسيع الأسواق لصالح الأعمال الإلكترونية. من خلال ما سبق يتضح أن للتجارة الإلكترونية العديد من الإيجابيات ، فهي تتيح للمستهلكين الذين يفضلون الاعتماد عليها في التسوق مزايا كثيرة، كما تمكن الشركات التي تتبناها كأداة تسويقية بتحقيق أرباح إضافية وزيادة في حجم مبيعاتها. وإذا كانت هذه المزايا الكثيرة للتجارة في السنوات القليلة القادمة فإن لها مآخذ ومخاطر جمة لا بد من الوقوف عندها من أجل استخلاص الدروس.

### خلاصة

التجارة الإلكترونيّة هي القطاع الأسرع نموًا في الاقتصاد العالمي ، وقد أصبحت واقعا ملموسا في ظل البيئّة الحاليّة ، ومن المتوقع ان يتعاظم دورها في المستقبل القريب نظرا لتأثيرها الفعال على بيئّة الأعمال . وتستخدم التجارة الإلكترونيّة أنماط مختلفة في عملها مثل الإتصال عبر الإنترنت والتبادل الإلكتروني بين الشريكات والتبادل الإلكتروني بين الشركة والزبائن ، حيث أن صفة العالمية للتجارة الإلكترونيّة ألغت الحدود أمام الأسواق التجاريّة ، حيث تحول العالم إلى سوق مفتوحة أمام المستهلك بغض النظر عن الموقع الجغرافي للبائع والمشتري .

وبالرغم من ذلك فالتجارة الإلكترونيّة تواجه بعض المخاطر والتهديدات الأمنية تعيق طريقها لذا فقد وضعت لها قوانين وتشريعات لحمايتها .

الفصل الثالث: مساهمة إعتماء وسائل الءفء  
الءءءة فف ءنمفة ءءارة الإلكءرونفة فف ءرسء  
بنك الءزائر-وكالة بسكرة

## تمهيد

سنحاول في هذا الفصل إسقاط ما تعرفنا عليه في الجانب النظري من مفاهيم حول البنوك الإلكترونية وما تقدمه من وسائل الدفع الحديثة لتسهيل وتنمية التجارة الإلكترونية، على الدراسة التطبيقية لأحد البنوك الناشطة في الجزائر من خلال دراسة مساهمة إعتتماد وسائل الدفع الحديثة في تنمية التجارة الإلكترونية بترست بنك الجزائر وكالة بسكرة، والذي يعتبر من البنوك التجارية الرائدة و المتخصصة في الصناعة المصرفية والتي تتمتع بالخبرة في تطبيق التكنولوجيا في تقديم خدماتها، وهذه الخبرة سمحت له بتنويع نشاطاته وتحقيق نجاح وسمعة جيدة، وتم إختياره كعينة من أجل الحصول على نتائج الدراسة. و سيكون ذلك من خلال دراسة المباحث التالية:

المبحث الأول: لمحة عن ترست بنك الجزائر

المبحث الثاني: وسائل الدفع الحديثة بترست بنك

المبحث الثالث: تحليل وتفسير اسئلة المقابلة



## المبحث الأول: لمحة عن ترست بنك الجزائر

يعد ترست بنك الجزائر من أهم البنوك الخاصة التي تنشط في الجزائر وهذا لكونه قادرا على جذب عدد كبير من الزبائن وهذا نظرا للخدمات الجيدة التي يقدمها، وعلى الرغم من قصر فترة عمله إلا انه حقق لنفسه مكانة جد هامة وسط القطاع المصرفي الجزائري.

## المطلب الأول: التعريف بترست بنك الجزائر

يعد ترست بنك الجزائر من أهم البنوك الخاصة التي تنشط محليا فرغم قصر فترة عملها إلا أنها إكتسبت مكانة هامة، ومن خلال مقابلتنا لمدير ترست بنك وكالة بسكرة تمكنا من الحصول على معلومات ساهمت في بناء هذا الفصل.

## الفرع الأول: تأسيس ترست بنك الجزائر

تم تأسيس ترست بنك في الجزائر بتاريخ 30 ديسمبر 2002 على أنه شركة مساهمة، برأس مال يبلغ حوالي 750 مليون دينار جزائري، فيما يمثل في وقتنا الحالي واحدا من أهم المؤسسات المصرفية الخاضعة للقانون الجزائري في البلاد، حيث يتميز بخدمة شريحة كبيرة من العملاء، من خلال توفير مجموعة واسعة ومتنوعة من الخدمات و المنتجات المصرفية، إلى جانب باقة شاملة من التسهيلات و الحلول المالية، لأمر الذي يجعله الشريك المصرفي المثالي للمتعاملين معه، نظرا إلى أنه يضمن تلبية كافة إحتياجاتهم ومتطلباتهم المالية والمصرفية.

## الفرع الثاني: مسيرة عمل ترست بنك الجزائر

يملك البنك خبرة كبيرة في القطاع المصرفي، حيث يحظى بتاريخ طويل وحافل بالتطورات والنجاحات، إذ حقق الكثير من الإنجازات والنشاطات، وخصوصا ما طرأ على رأس ماله من تزايد سريع، حيث بلغ عند التأسيس حوالي 750 مليون دينار، ثم إرتفع إلى 2.0 مليار دينار خلال عام 2006، بينما وصل عام 2009 إلى 10 مليار دينار، حيث تم رفعه تنفيذا للإجراءات الجديدة المطروحة من قبل مجلس القرض والنقد، وتلى ذلك إرتفاع وصل إلى 13 مليار دينار خلال عام 2012، أي ما يعادل 160.8 مليون دولار، وكل ذلك ساهم في أن يكون واحدا من أهم و أكبر المؤسسات المصرفية في القطاع، مع العلم أن ترست أجزيا للتأمين تعتبر من أهم المساهمين فيه، حيث تملك حصة تبلغ ما نسبته 14.40%، في حين تملك شركة جوردن إكسباريتيت القابضة للإستثمار ما نسبته 15%، والقطرية العامة للتأمين ما نسبته 8%، إلى جانب شركة ترست الدولية للتأمينات التي تملك نسبته 5%، وشركة ترست الجزائر للإستثمار التي تملك 37.6%، وهي بذلك تمثل أكبر حصة.

## المطلب الثاني: الهيكل الإداري لترست بنك الجزائر-وكالة بسكرة

1- مدير البنك

يعتبر مدير ترست بنك الجزائر هو المكلف الرئيسي بالإشراف وتسيير ومتابعة سير العمل على مستوى الوكالة بالإضافة إلى أهم وظيفة وهي الرقابة حيث يتكفل بما يلي:

- السهر على السير الجيد للعمل على مستوى الوكالة.
- إصدار الأوامر والتعليمات والتوجيهات.
- إصدار القرارات بمنح او عدم منح القروض.
- مراقبة الموظفين خلال أدائهم لعملهم.
- إمضاء على إتفاقيات القروض.

حيث يعتبر مدير الوكالة هو المسؤول على تحقيق أهداف المسطرة من الإدارة العامة والسير الجيد للعمل وكذلك تشجيع الموظفين ودفعهم إلى تحقيق أهداف البنك وهو أيضا المسؤول عن الأخطاء التي يرتكبها هو أو أحد موظفيه وكذلك هو المسؤول عن تصحيح هذه الأخطاء.

## 2- نائب المدير

وهو المكلف بمساعدة المدير على أداء مهامه ومساعدته على تحقيق أهداف الفرع والمحافظة على سير الجيد للعمل وحلول محله في حالة غيابه.

## 3- مصلحة الصندوق

تتمثل وظيفة هذه المصلحة في:

- إيداع الأموال.
- سحب الأموال.
- إستقبال الودائع.
- إصدار أذونات الخزينة.

## 4- مصلحة مشرف تجاري ومشرف العمليات

وهي مصلحة مكلف بالإشراف على:

- مصلحة مندوب العمليات.
- مصلحة مستشار الزبائن.
- ضمان صحة إنجاز العمليات على مستوى مصلحة الصندوق.

## 5- مصلحة مستشار الزبائن

وهي مصلحة مكلفة بتسيير القروض ومن مهامها ما يلي:

- إستقبال الزبائن.
  - تقديم النصائح للزبائن.
  - شرح القروض المقدمة من طرف البنك.
  - دراسة ملفات القروض.
  - تقديم القروض.
  - جمع المعلومات عن الزبائن.
- 6- مصلحة مندوب مكتب العمليات**

وهي مصلحة مكلفة بالعمليات التالية:

- إصدار دفاتر الشيكات.
  - إيداع الشيكات.
  - تحويلات لصالح الزبائن.
  - إجراءات عملية المقاصة.
  - تحصيل الأوراق التجارية.
- 7- مصلحة مندوب أداري**

وهي مصلحة مكلفة بكل ما هو إداري ومن مهامها ما يلي:

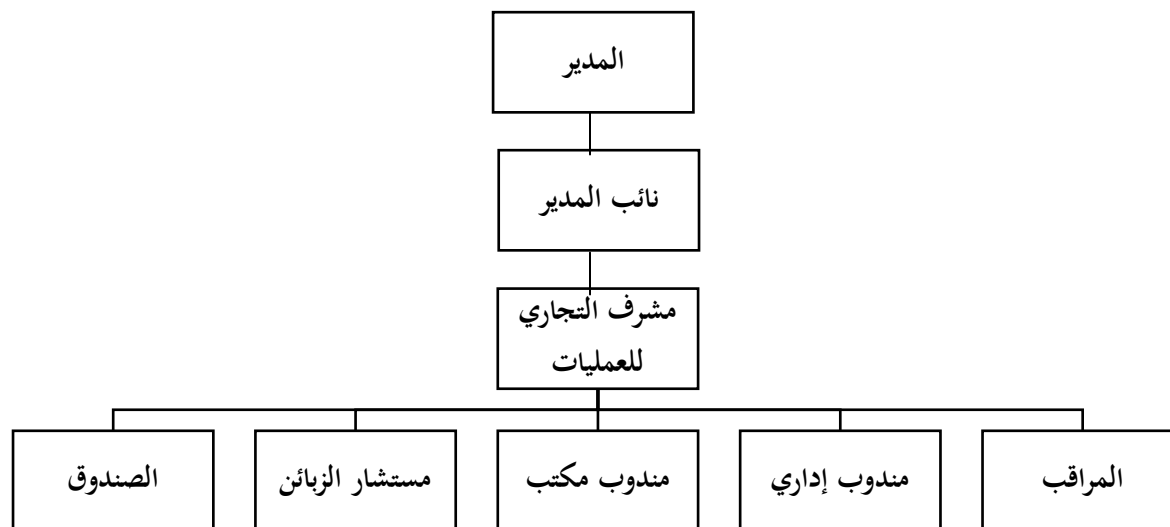
- الإمضاء على البريد.
- ضمان سير البريد (إستلام، إرسال، تسجيل)
- تسجيل إتفاقيات في إطار إقتناء القروض في مصلحة الضرائب.
- تحقق في إطار إذا كان الزبون ممنوع من إصدار الشيكات.
- مهام أخرى يكلف بها من طرف مدير الوكالة.

**8- المراقب**

وهو مسؤول عن مراقبة نشاط البنك، اي مراقبة سير العمل على مستوى كل مصلحة من المصالح، وإذا ما كانت كل مصلحة تتبع شروط العمل المتبعة في البنك.

• الهيكل التنظيمي للبنك

الشكل(4): الهيكل التنظيمي لترست بنك الجزائر-وكالة بسكر



المصدر: من إعداد الطلبة بناء على معلومات مقدمة من طرف مدير البنك.

**المطلب الثالث: الخدمات الممنوحة من ترست بنك الجزائر**

يتم تقديم باقة متكاملة ومتنوعة من الخدمات والمنتجات المصرفية من قبل ترست بنك، إلى جانب العديد من الحلول التمويلية والإستثمارية، حيث يعمل على تطويرها بصورة تتناسب مع حاجة كل عميل على حدى، لذا نجدها مصنفة لخدمات مصرفية موجهة للأفراد، وأخرى موجهة للشركات، الأمر الذي يضمن تلبية متطلبات كافة المتعاملين معه على مستوى عالي من الجودة والكفاءة، وعلى ذلك نشير فيما يلي إلى مجموعة من أهمها على النحو التالي:

**الفرع الأول: الخدمات الممنوحة للأفراد**

يقدم البنك عدد واسع من الخدمات و المنتجات المصرفية الموجهة للعملاء الأفراد لديه، والتي تتسم بالعديد من الخصائص التي من شأنها أن تساعدهم في إدارة امواهم وتنظيمها، بالإضافة إلى المساهمة في تحقيق آمالهم وأهدافهم، وبدء مشاريعهم الصغيرة، بحيث تشمل على عدة خيارات من الحسابات التي يمكن فتحها لديه، بما في ذلك الحساب الجاري، وحساب التوفير، وحساب توفير

بلس، وحساب العملة الفردي، وحساب CEDAC (Compte Etranger en Dinars Algérien Convertis) ، مع العلم أن كلا منها تتميز بعدد مختلف من السمات، إذ يتم الإختيار فيما بينها وفقا لحاجة العميل، كما أنه يقدم أمام العملاء فرصة فتح حساب القسيمة النقدية، والودائع لأجل، وحساب التوفير التشاركي الإستثماري.

إضافة إلى ما سبق، نشير إلى أنه يعمل على توفير مجموعة مختلفة من البطاقات، والتي تتميز كل منها بالعديد من الميزات التي يمكن الإستفادة منها، بما في ذلك بطاقة (Carte Inter Bancaire) TRUST CIB، وبطاقة الإنترنت، وبطاقة التوفير والتوفير التساهمي، وبطاقات فيزا بدون إتصال، والبطاقات السهلة، وبطاقة إئتمان ماستر، ناهيك عن العدد الكبير من القروض التي من شأنها ان تلعب دور فعال في مساعدة الأفراد على تأمين إحتياجاتهم، بحيث تشمل على كل من قرض عقاري متوسط و طويل الأجل، وقرض حيازة، وقرض بناء أو شراء السيارات و/أو التمديد، وقرض جاهز للتكيف، إلى جانب توفير برنامج تمويل راحتي.

#### الفرع الثاني: الخدمات الممنوحة للشركات

يقوم البنك على تصميم وإطلاق حزمة متنوعة من الخدمات والمنتجات و الحلول المصرفية الموجهة للشركات، بما يشمل ذلك على مجموعة مختلفة من أنواع الحسابات المميزة، والتي تتمثل بكل من الحساب الجاري، وحساب العملة، وحسابات CEDAC التي تتضمن بدورها على حساب وديعة بالدينار القابل للتحويل، وحسابات INR (Intérieur Non Résident) التي تشمل على حساب وديعة تحت الطلب بالدينار، إلى جانب توفير حساب جانب إيصالي نقدي أو قسيمة نقدية، والمزيد غير ذلك من خدمات تمويل الأعمال، بما في ذلك تمويل دور التشغيل، وتسهيلات السحب على المكشوف، و ودائع العطاء، و ودائع الأداء، و الودائع المرتجعة مقدما، و الودائع الجمركية، وإئتمان الشركة، والمصادقات، وخصم الفاتورة التجارية.

إضافة إلى ما سبق، نشير إلى أن ترست بنك يقدم أيضا مجموعة من وسائل الدفع في الخارج للشركات، وتتمثل بكل من الإعتداد المستندي، والضمان البنكي، إلى جانب الكثير من الخدمات الأخرى، مثل: دفاتر الشيكات، وإدارة المحفظة، والتحويلات المالية.

### المبحث الثاني: وسائل الدفع الحديثة بترست بنك الجزائر

من خلال مقابلتنا مع مستشارة الزبائن لترست بنك وكالة بسكرة توصلنا إلى أن البنك يعتمد على مجموعة من وسائل الدفع الإلكترونية المعتمدة في التجارة الإلكترونية لتسهيل تعاملات التجارة الإلكترونية ومختلف خدمات الأنترنت نذكرها فيما يلي.

#### المطلب الأول: خدمات البنك عبر شبكة الانترنت

يسعى البنك دائما إلى البحث عن حلول مبتكرة من شأنها أن تساعد العملاء في تلبية إحتياجاتهم المصرفية، وإنطلاقا من هذا المبدأ عمل على توفير باقة من الخدمات الخاصة به بشكل إلكتروني، بحيث بات بإمكان العميل الوصول إلى الخدمة المصرفية التي يريد بكل سهولة وسرعة، عبر شبكة الأنترنت، الأمر الذي يوفر الكثير من الوقت والجهد، بالإضافة إلى أنها متاحة للإستخدام طوال أيام الأسبوع خلال أي وقت، ونشير فيما يلي إلى بعض الأمور التي يمكن إجرائها بهذه الطريقة، وما تتميز به على النحو التالي:

#### الفرع الأول: التحركات المصرفية

- 1- الإطلاع على رصيد الحساب الخاص بالعميل.
- 2- الحصول على كشف حساب إلكتروني، للتحميل بصيغ CSV وPDF و Excel.
- 3- معرفة نسب الفائدة الادخارية.
- 4- التواصل مع البنك عبر الرسائل.
- 5- الحصول على خطابات الإعتماد والضمانات.
- 6- الإطلاع على أسعار الصرف التجارية للعملاء المختلفة.

#### الفرع الثاني: الميزات

- 1- سهولة وسرعة الإستخدام.
- 2- إمكانية الوصول إلى الحساب الخاص بالعميل بشكل فوري.
- 3- تتميز بدرجة عالية من السرية والأمان، تضمن المحافظة على معلومات وبيانات العميل وحسابه.
- 4- متاحة للإستخدام على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع.

#### المطلب الثاني: وسائل الدفع الإلكترونية المعتمدة في ترست بنك

تعتمد ترست بنك على مجموع من وسائل الدفع الإلكترونية في تسوية معاملاتها وهي:

#### الفرع الأول: بطاقة Trust Affaire (ترست افير)

هي بطاقة بنكية للسحب والدفع، مخصصة للعملاء المهنيين والشركات، تسمح البطاقة لحاملها تغطية نفقات مختلفة من

بينها:

1- دفع الفواتير (الماء، الكهرباء، الغاز، إتصالات الجزائر).

2- الضرائب.

3- نفقات السفر...

ومن مزايا بطاقة **Trust Affaire** (ترست أفير) نذكر ما يلي:

1- ضمان تعزيز الأمن (بطاقة ذات شريحة).

2- توفير الوقت (تسمح البطاقة بإجراء عمليات الدفع في نقاط البيع المتوفرة فيها آلة السحب، أو السحب من أجهزة الصراف الآلي، أو من خلال بنك زميل).

3- الدفع عبر الأنترنت لصالح المتاجر الإلكترونية المصرح بها.

4- تسهيل إدارة الميزانية عن طريق منح بطاقات المغطاة.

5- تسمح بتتبع المعاملات التي تتم بواسطة البطاقات الملغاة من خلال كشف الحساب الجاري لشركة.

الفرع الثاني: بطاقة ترست visa

تمكن بطاقة ترست visa العملاء من التحصل على أموالهم بالعملة الصعبة في أي وقت كان ويتواجهه في أي مكان في العالم وتنقسم الى ثلاث أقسام:

1- بطاقة Trust Visa Platinum (ترست visa البلاطينية)

هي بطاقة مرموقة، تهدف إلى إرضاء توقعات الزبائن وتلبية طلباتهم بتوفير مجموعة من العروض والخدمات الشخصية وهي مصممة خصيصا تحت الطلب. وتوفر هذه البطاقة الخدمات والمزايا التالية:

أ- خدمة التأمين (تقديم الضمان) المقدمة من طرف visa العالمية لحاملي البطاقة البلاطينية تسمح بالتمديد لغاية سنتين من ضمان الصانع أو الموزع للمنتجات التي تم شراؤها بهذه البطاقة.

ب- خدمة ثانية للتأمين (حماية الشراء) المقدمة من طرف visa العالمية المقدمة لحاملي بطاقة visa البلاطينية تشمل المنتجات التي تم شراؤها ببطاقة visa البلاطينية ضد الضياع أو السرقة أو التلف العرضي لمدة 30 يوما بعد الشراء.

ت- حرية كبيرة للإستخدام مع تسقيف جد مريح لعمليات السحب والدفع.

ث- تضع تحت تصرف العميل مصلحة للإستعمالات والإرشادات.

- ج- تخفيضات إستثنائية على المحلات والفنادق الفاخرة.
- 2- بطاقة Trust Visa Classic (ترست visa الكلاسيكية)
- أ- تمكن مالكيها من التحضير لسفره عبر الإنترنت وأن يدفع جميع نفقاته.
- ب- تسمح للعميل بأن يدفع مستحقات مشترياته عن طريق محطات الدفع الإلكترونية فيزا.
- ت- تسمح للعميل بسحب الأموال من الخارج بكل سهولة.
- 3- بطاقة ترست visa
- أ- قيام مالكيها بتسديد عبر الإنترنت بمنتهى الأمان.
- ب- إن بطاقة ترست visa مزودة بجهاز التحقق من قبل visa الذي يضمن لصاحبها أمن أمثل من المعاملات عبر الإنترنت.
- ت- يمكن لصاحب البطاقة منتسديد مشترياته عبر الإنترنت بكل أمان وتكون العملية مباشرة من بيته.
- ث- بفضل ترست visa، يمكن لحامل البطاقة من تسديد كل مقتنياته في أكثر من 24 مليون متجر يحمل شعار visa في جميع أنحاء العالم.
- ج- بطاقة ترست visa تمكن حاملها من سحب أمواله في أكثر من 20 مليون موزع آلي، يحمل شعار visa في العالم.

#### الفرع الثالث: بطاقات الدفع MasterCard Travel

- بطاقة الدفع المسبق MasterCard Travel هي بطاقة بنكية دولية للسحب وللدفع، تشحن بالعملة الصعبة اليورو وقد تصل الى 1500 أورو. وظيفتها بسيطة تسمح لحاملها بشحن بطاقاته بالمبلغ المراد حتى 1500 أورو ثم يستعملها:
- أ- الدفع لدى التجار والمؤسسات الحاملة لشعار MasterCard
- ب- الدفع عن طريق الإنترنت بكل أمان مع نظام 3D Secure
- ت- السحب من كل من جهاز الـ GAB (Guichet Automatique de Banque) أي الشباك الآلي للبنك وجهاز الـ DAB (Distributeur DAB Automatique de Billets) أي الصراف الآلي للنقود، و يحمل كلاهما لشعار MasterCard
- ومنمزايا بطاقة الدفع نذكر ما يلي:
- أ- مراقبة العميل لميزانيه (لا يمكن للعميل إنفاق أكثر من المبلغ المعبأ في البطاقة، في حدود 1500 أورو خلال مدة 30 يوما.
- ب- يكون الشراء عن بعد أكثر أمان (مع الرمز 3D Secure يتمتع العميل بالأمان التام لدفع عبر الإنترنت)
- ت- التعبئة وإعادة التعبئة (بطاقة الدفع المسبق MasterCard Travel معبئة من مصرف العملة الصعبة اليورو الخاص المودع في واحدة من وكالات ترست بنك. تكون التعبئة إبتدائية على الأقل 300 أورو.
- ث- تمكن العميل من إختيار طريقة تعبئة البطاقة المناسبة له.
- ج- وكالة توطين العميل: يمكن تحويل من حساب العملة الصعبة الخاص بالعميل نحو حساب التعبئة.



- ح- خدمة فوري تعبئة حسابي: يمكن للعميل بعث رسالة قصيرة للرقم 0561647177 مع ادخال رمز السري حسابي 999 والمبلغ المراد تعبئته.
- خ- يمكن للعميل إعادة تعبئة المبلغ المرغوب فيه إنطلاقا من 10 يورو إلى 1500 يورو على الأكثر.
- د- إستعمالات البطاقة في السحب أو الدفع محدودة بالمبلغ المتوفر في البطاقة ولا يمكن للعميل أن يتجاوز 1500 يورو خلال مدة 30 يوم.(نوي، 2022)

#### الفرع الرابع: بطاقة (CIB) Carte Inter-Bancaire Trust

بفضل الدخل الدائم على الحساب المفتوح للأفراد والموظفون والتجار المهنيون مع وكالات ترست بنك يمكن الإستفادة من مجموعة من بطاقات الدفع TRUST CIB لأفضل طريقة للسحب/الدفع.

أولا- الخدمات:

- أ- الدفع مقابل المشتريات والخدمات على محطات الدفع الإلكترونية (TPE) Terminal de Paiement Electronique، المثبتة لدى التجار الذين يقبلون شبكة CIB.
- ب- دفع الفواتير والخدمات عبر الإنترنت على المواقع الإلكترونية للتجار المعتمدين بإستخدام رمز إلكتروني سري ليتم إسترداده من الوكالة إرساله للبنك.
- ت- إجراء عمليات سحب من جميع أجهزة الصراف الآلي GAB أو ماكينات الصرف الآلي GAB بين البنوك والتي تحمل شعار CIB.

ثانيا- مزايا CIB

- أ- سهل الإستخدام
- ب- تتيح إجراء عمليات السحب 7 أيام في الأسبوع و24 ساعة في اليوم على شبكة الخدمات المصرفية بين البنوك بالكامل CIB.
- ت- ضمان الأمان المعزز (بطاقة الشحن).
- ث- توفير الوقت
- ج- حدود السحب/الدفع الأسبوعية،

TRUST GOLD 200.000 / TRUST CLASSIQUE 100.000 مرة في الأسبوع.(نوي، 2022).

المطلب الثالث: التطبيق الإلكتروني لترست بنك الجزائر

قام ترست بنك على تصميم وإطلاق ميزة تقديم الخدمات المصرفية بشكل رقمي للعملاء، من خلال تطبيق رسمي خاص به، يمكن تحميله وتثبيته بكل سهولة وسرعة على الهواتف الذكية، حيث جاءت هذه الميزة كواحدة من الحلول المبتكرة التي أخذها بعين الإعتبار، نظرا إلى ماتوفره من وقت وجهد على العملاء حاجتهم، إذ بات بإمكانهم إجراء عدد كبير من العمليات والحركات المصرفية بكل سهولة وسرعة من مكائهم، ودون الحاجة إلى التوجه شخصيا إلى أحد فروعهم، أو التقييد بالحدود المكانية والزمانية، فهي ميزة متاحة لإستخدام على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع، وعلى ذلك نشير فيما يلي إلى مجموعة من أهم الأمور التي يمكن القيام بها بهذه الطريقة على النحو التالي: إستعراض المعاملات المصرفية الخاصة بالعميل وفقا لنوع البطاقة.

- 1- عرض التحركات المصرفية حسب التاريخ.
- 2- الحصول على كشف حساب الكتروني بصيغة PDF.
- 3- التبليغ عن البطاقة في حال فقدانها.
- 4- إجراء التحويلات المالية فيحساب العميل لدى البنك.
- 5- إجراء التحويلات المالية الى حسابات الأخرين لدى البنك.
- 6- معرفة أسعار صرف العملات.
- 7- تحديد أقرب فرع أو جهاز صراف آلي للبنك من موقع العميل الجغرافي.
- 8- التواصل مع خدمة العملاء لدى البنك.
- 9- تقديم طلب الحصول على دفتر الشيكات.(القصاص ، 2022)

### المبحث الثالث: تحليل وتفسير أسئلة المقابلة

بعد إجراء المقابلة مع مدير ترست بنك وكالة بسكرة و مستشارة الزبائن، التي تم خلالها طرح العديد من الأسئلة المفتوحة والمغلقة، توصلنا إلى إجابات وضحت لنا إلى حد بعيد بعض الجوانب المرتبطة بمساهمة إعتداد وسائل الدفع الحديثة في تنمية التجارة الإلكترونية.

#### المطلب الاول: رصد لحجم إستخدم وسائل الدفع الإلكترونية والتحويلات الإلكترونية في ترست بنك-وكالة بسكرة

من خلال ما تطرقنا له في المقابلة مع مدير ترست بنك الجزائر وكالة بسكرة تبين أنه يوجد تطور في إستخدم الدفع الإلكتروني في التجارة الإلكترونية والتحويلات المالية الإلكترونية في البنك، حيث بلغت نسبة العملاء الذين يفضلون الدفع الإلكتروني إلى أكثر من 20% من العملاء خلال الأربع سنوات الأخيرة منذ افتتاح الوكالة بينما كانت في البداية لا تتجاوز نسبة الـ 5% قبل تعليمة وزارة التجارة التي سهلت المعاملات التجارية الإلكترونية والدفع الإلكتروني كما أكد لنا المدير أنها في زيادة مستمرة.

أما بالنسبة للتحويلات المالية الإلكترونية في عمليات الإستيراد فقد شهدت هي أيضا تطورا في السنوات الأربع الأخيرة حيث بلغت بالنسبة للبنك حوالي 1.000.000 عملية في السنة بينما في الوكالة بلغت حوالي 50.000 عملية في السنة.

#### جدول رقم (3) يوضح تطور حجم المعاملات بال LC (الإعتداد المستندي - Lettre de Crédit) في ترست بنك وكالة بسكرة للفترة 2018-2022

السنوات	2018	2019	2020	2021	2022
حجم المعاملات LC	0	4	3	2	2

المصدر: فاطمة نسرین نوي (مستشارة الزبائن) ترست بنك وكالة بسكرة 8-6-2022 مقابلة شخصية

- وفقا لمعطيات المتحصل عليها من مستشارة الزبائن ترست بنك الجزائر وكالة بسكرة لموجودة في الملحق رقم (1) الذي يمثل جدول المعاملات المالية الإلكترونية لأحد العملاء، تمكنا من خلالها معرفة حجم العمليات المالية الإلكترونية لزبائن للبنك (عمليات الدفع الإلكتروني) نجد أن هذا العميل قد دفع إلكترونيا مبلغ (398348.89) في تاريخ (2022/04/19) في عملية واحدة ويحدث أن ترتيب هذه العملية هو (99990001) عملية من بداية جانفي إلى تاريخ العملية فقط. هذا إن دل على شيء فإنه يدل على العدد الكبير للعمليات المالية التي تتم عبر هذا البنك إلكترونيا.

• ومن خلال الملحق (2) الذي يعبر عن حجم التحويلات الإلكترونية لأحد عملاء ترست بنك الجزائر وكالة بسكرة لاحظنا أن هذا العميل يعتمد كثيرا على جهاز الدفع الإلكتروني TPE الذي هو عبارة عن جهاز إلكتروني يتم تنصيبه في نقاط البيع كما أنه يعد بمثابة عامل تجاري يسمح بقبول عمليات الدفع المالي ومعالجتها بشكل آمن، نجد أن هذا العميل قد دفع إلكترونيا مبلغ (13.16 دج) في (2022/01/03) ونجد أن ترتيب هذه العملية (531384) عملية وهو حجم كبير في ترتيب عمليات التحويل الإلكتروني نظرا على أن تاريخ العملية في بداية جانفي، وفي يوم (2022/03/01) دفع العميل إلكترونيا مبلغ (15,69 دج) ونجد أن ترتيب هذه العمية كان (647107) عملية، ومنه نلاحظ الحجم الهائل في إرتفاع حجم التحويلات الإلكترونية رغم قصر الفترة، وفي تاريخ (2022/03/16) دفع العميل إلكترونيا مبلغ (361.25 دج) ونجد أن ترتيب هذه العملية (682399) عملية.

ومن خلال رصدنا لحجم التحويلات الإلكترونية الحادثة في الأشهر الأخيرة لترست بنك الجزائر وكالة بسكرة نلاحظ أن هذا البنك يعتمد على كثيرا على عمليات الدفع الإلكترونية وبالتالي لديه دور كبير في تنمية التجارة الإلكترونية.

#### المطلب الثاني: دور وسائل الدفع الإلكترونية في التجارة الإلكترونية

لا يمكن لأي تجارة محلية أو دولية أن تصل إلى المستوى المطلوب، إلا بتوافر شرط وجود المقابل الذي يضمن تبادل السلع والخدمات بشكل سريع وآمن. والمقصود هنا هو وجود وسائل الدفع المختلفة، من نقود، أو أوراق تجارية كالشيكات مثلا.

ولما ظهرت التجارة الإلكترونية، وزاد إنتشارها مع مرور الزمن، وإزدهرت على المستوى المحلي والدولي، فظهر معها عجز وسائل الدفع التقليدية على مواكبة هذا النوع من التجارة، الذي من المفروض أن يعتمد أساسا على دعائم تقنية إلكترونية. فكان لابد من التفكير في إيجاد البدائل المناسبة.

كل هذه الأسباب أدت إلى التفكير والبحث عن بدائل لوسائل الدفع التقليدية التي تسمح بتسوية المعاملات التجارية التي تتم في مجال التجارة الإلكترونية، وهكذا تم التوصل إلى إيجاد بدائل تتماشى مع طبيعة هذا النوع من التجارة، وقد تمثلت هذه البدائل في وسائل الدفع الإلكترونية. و انطلاقا من إجابات مدير البنك على أسئلتنا خلال المقابلة إستطعنا لمس تطور حجم المعاملات التجارية الإلكترونية التي يقوم بها زبائن البنك منذ بداية نشاطه في ولاية بسكرة معتمدين في ذلك على ما يوفره من وسائل دفع إلكترونية متطورة تواكب تلك المستعملة على النطاق العالمي مثل بطاقات الدفع الإلكتروني وخدمات الإعتقاد المستندي الإلكتروني والتحويلات الإلكترونية.. أين وجد هؤلاء الزبائن إستجابة من مورديهم ومتعاملهم في الخارج لمواصلة معاملاتهم التجارية بشكل أسهل وأضمن من خلال توفر هذه الأدوات. الأمر الذي يثبت لنا العلاقة الطردية التي تربط وسائل الدفع الإلكتروني بالتجارة الإلكترونية فكلما سعت البنوك في توفير وسائل دفع أحدث كلما ساهم ذلك في تسهيل المعاملات التجارية الإلكترونية وبالتالي زيادة حجمها وتنميتها على النطاق المحلي و العالمي.

ومن خلال دراستنا للملاحق (1-2) لاحظنا أن التجارة الإلكترونية في ترست بنك الجزائر وكالة بسكرة قد عرفت تطورا هاما في أسلوب عمله في الآونة الأخيرة لتطبيقه نظم وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة حيث وصلت نسبة العملاء الذين يتعاملون بها إلى 20%، التي تعددت و تنوعت حسب الغرض من إستعمالها والتي أصبح يتعامل بها البنك وبالتالي سرعت من وتيرة التجارة الإلكترونية بشكل فعال حيث وصل عدد التحويلات الإلكترونية في أربعة أشهر التالية إلى حوالي 1.000.000 معاملة إلكترونية (من جانفي إلى أفريل) وبتكاليف منخفضة مختصرة للوقت.

إن نجاح وسائل الدفع الإلكترونية رافقه عدت تطورات نتيجة التطور التكنولوجي لدى البنوك وأهم هذه التطورات ظهور البنوك الإلكترونية التي رأينا أنها من بين أهم العوامل التي ساعدت على نجاح المعاملات التجارية الإلكترونية فما هي إلا وسيلة لنقل المنتجات والخدمات البنكية التقليدية والحديثة مباشرة إلى العملاء عبر شبكة الأنترنت، وهي بذلك تمكنهم من الوصول إلى حساباتهم وإجراء العمليات والحصول على المعلومات دون الحاجة إلى التنقل بين الفروع.

وقد ساهمت هذه البنوك في عدة منافع كإختفاء الوثائق الورقية للمعاملات حيث أن كافة المعاملات بين طرفي التجارة الإلكترونية تتم إلكترونيا.

### المطلب الثالث: إجراءات البنك لتطوير وسائل الدفع الحديثة لتنمية التجارة الإلكترونية

من خلال مقابلتنا مع المكلف بالزبائن (فاطمة نسرين نوي) تطرقنا إلى بعض الإجراءات التي يعمل بها البنك للوقوف على تطوير وسائل الدفع الحديثة لديه وتوعية العملاء لإستخدامها لتنمية التجارة الإلكترونية نذكر منها:

- وضع خطط وبرامج تكوينية حول توعية العملاء على الإستخدام الأمثل لوسائل الدفع الإلكترونية وذلك لتدريبهم على إستخدام أحدث النظم البنكية.
- وضع سياسة إعلامية وتسويقية من قبل البنك، لتوعية العملاء بثقافة إستخدام البطاقات الإلكترونية، والعمل على ضغط التجار إلى إعتقاد هذا النمط.
- وضع آليات لمواجهة التحديات التي تعيق إنتشار وتطور التجارة الإلكترونية في البنك.
- تقديم خدمات وتسهيلات للعملاء أفضل من البنوك المنافسة.
- البحث عن منتجات جديدة عن طريق التعرف على خدمات البنوك المنافسة وتوفير خدمات مماثلة وتحسينها أو دراسة عيبتها لتفاديها.
- البحث عن منتجات جديدة عن طريق التعرف على خدمات البنوك العالمية في الخارج ومحاولة تطبيقها لكسب أكبر عدد ممكن من الزبائن.

خلاصة الفصل:

تمكنا من خلال هذا الفصل من التعرف على مدى مساهمة إعتتماد وسائل الدفع الحديثة في تنمية التجارة الإلكترونية بترست بنك-وكالة بسكرة، أين تعرفنا على نشأة المؤسسة وهيكلها التنظيمي ومختلف خدماتها، كما توصلنا بالدرجة الأولى بأهمية إعتتماد وسائل الدفع الحديثة وكان ذلك من خلال المقابلة المباشرة، حيث توصلنا إلى أن وسائل الدفع الحديثة تحتل مكانة هامة في المؤسسة وتعتمد على تطبيق التكنولوجيا بشكل كبير وأنها ذات تقنية تمكنها من تسهيل وظائفها ومهامها.



الخاتمة

## الخاتمة

### تمهيد:

شهد نظام الدفع على مستوى جميع مكوناته حركية تتجلى من خلال التكيف التدريجي وربما البطيء للسياسة الجديدة، والمجهودات المحسوسة التي تقوم بها السلطات المعنية للرفعي إلى مستوى المطلوب. وقد صاحب تطور أنظمة الدفع عدة تغيرات منذ نشأتها، إمتدت هذه التطورات إلى الجهاز المصرفي الذي إستغلها كبداية فتحت المجال الواسع لإبتكار أنظمة دفع إلكترونية، وهو ما جعل مختلف دول العالم تدرك بأن تطوير وتحديث وسائل الدفع هو من الأولويات لأنها أصبحت مدركة بأن وسائل الدفع التقليدية لم تعد فعالة في عصر يتطلب السرعة في معالجة المعاملات والصفقات، حيث سمح التطور التكنولوجي بإخلاق وسائل دفع إلكترونية غير مكلفة وبمجردة من المادة. وبالتالي فالعصرنة وتطور وسائل الدفع الإلكتروني ضرورة حتمية لا بد من إعادة النظر فيها في الإقتصاد الجزائري، بإعطاء أهمية كبيرة له لتطوير نظام الدفع في الجزائر الذي يتطلب إستخدام أليات حديثة ذو تكنولوجيا عالية بما تتلاءم مع التطورات العالمية. ما يمكن أن يقال في الأخير، هو أن الدولة الجزائرية قطعت أشواطاً كبيرة في مجال التجارة الإلكترونية، وبذلت جهوداً معتبرة لتطويرها وتسهيل التعامل بها وتوسيع نطاقها، لتمكين المتعاملين من إمتيازاتها. ذلك ما يثبت إعتقاد مؤسساتها المصرفية لنظام الدفع الإلكتروني، وإخلاق وسائله وعلى رأسها بطاقات الدفع البنكية، التي تعد دعامة لإنتشار وتطور الإقتصاد الرقمي، والذي يعتمد على مثل هذه التقنيات الحديثة، وبالأخص في مجال التجارة الإلكترونية، بغية تعظيم الإستفادة من الإستخدامات التجارية لشبكة المعلوماتية.

### أولاً: نتائج إختبار الفرضيات

#### الفرضية الأولى

بالنسبة للفرضية الأولى فقد تم إثبات صحتها حيث وجدنا أن البنوك التجارية تعتمد على بطاقات الدفع الفوري، وبطاقات VISA، وبطاقة MasterCard.

#### الفرضية الثانية

بالنسبة للفرضية الثانية فقد تم إثبات صحتها حيث وجدنا أن التجارة الإلكترونية عبارة عن منهج حديث للأعمال يعتمد على تكنولوجيا الإعلام والإتصال خاصة الأنترنت، لإنجاز كافة العمليات المتصلة يعقد الصفقات بين أطراف متعددة، سواء كانوا مؤسسات أو هيئات حكومية أو أفراد، حيث تحدد تصنيفات هذه التجارة بناء على العلاقة بين هؤلاء الأطراف.

#### الفرضية الثالثة

بالنسبة للفرضية الثالثة فقد تم إثبات صحتها حيث وجدنا أن البنوك تعتمد كثيراً على إستخدام وسائل الدفع الإلكترونية والعمل على تطويرها وبالتالي لها دور كبير في تنمية التجارة الإلكترونية في الجزائر.

### ثانياً: نتائج الدراسة:

تنقسم نتائج هذا البحث حسب الدراسات النظرية والتطبيقية إلى:



## الخاتمة

### أ- نتائج الدراسة النظرية

من خلال معالجتنا لموضوع دور وسائل الدفع الإلكترونية في تحسين أداء البنوك التجارية، وذلك لما له من أهمية في تقييم أداء البنوك، نستطيع أن نقدم أهم النتائج المتوصل إليها:

- توجد علاقة طردية بين المتغير التابع المتمثل في وسائل الدفع الإلكترونية والمتغير المستقل المتمثل في التجارة الإلكترونية.
- إن استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في البنوك يسرع من وتيرة المعاملات البنكية، وإنجاز مختلف الصفقات بكثير من الدقة والسرعة والأمان.
- تساهم وسائل الدفع الإلكترونية في أداء البنوك التجارية وذلك من خلال الزيادة في ربحية البنك وتخفيض التكاليف.
- من أهم العوامل المساعدة في تنمية التجارة الإلكترونية هو اعتماد وسائل الدفع الحديثة التي تعتبر من أهم العناصر والأساليب التي تسعى البنوك إلى توجه إليها وتطويرها بهدف جعل التجارة الإلكترونية أكثر رواجاً.

### ب - نتائج الدراسة التطبيقية

- تعتمد مؤسسة ترست بنك الجزائر وكالة بسكرة على وسائل دفع حديثة تمكنها من بناء صورة مميزة لها وكسب ولاء زبائنها وتحقيق أهدافها.
- يوجد أثر في اعتماد وسائل الدفع الحديثة في تطور تفعيل التجارة الإلكترونية لدى البنك ويظهر ذلك من خلال تزايد حجم التحويلات الإلكترونية ضمن عمليات الإستيراد.
- إن تطوير الخدمات البنكية الحديثة كان له أثر إيجابي على النشاط الإقتصادي من خلال السرعة في تقديم الخدمة والأمان مما أدى إلى ترقية الخدمات البنكية إلى المستوى العالمي.
- إن البطاقات البنكية لم تلقى النجاح المنتظر، ويتجسد هذا على أرضية الواقع بالعدد القليل من المستعملين لهذه البطاقة.

### ثالثاً: إقتراحات و توصيات:

كحصولنا لما خرجت به هذه الدراسة نقدم جملة من التوصيات والإقتراحات بهدف المساهمة في الرفع من عوائد وأداء البنوك ونحمل هذه التوصيات في:

- 1- من الضروري أن يقوم ترست بنك الجزائر بتنوع في البطاقات البنكية الإلكترونية للزيادة من وتيرة العوائد المحصلة.
- 2- على البنك مواكبة التطورات الحاصلة التي يشهدها العالم والإهتمام أكثر بالتقنيات التكنولوجية الحديثة من حيث الصيانة.
- 3- محاولة دمج إطارات متخصصة و متمكنة في العمل البنكي.

### رابعاً: آفاق الدراسة:

## الخاتمة

---

من خلال دراستنا للموضوع نقترح بعض أفاق الدراسة نذكر منها ما يلي:

- 1- إجراء مقارنة بين البنوك المحلية بإستخدام مؤشرات تقييم الأداء.
- 2- إجراء مقارنة بين البنوك المحلية بإستخدام مؤشرات العائد والمخاطر.
- 3- إستخدام الطرق والأساليب الإحصائية في تقييم أداء البنوك.

# الفهرس

## فهرس المحتويات

### فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
	الشكر والعرفان.
	الملخص.
	.Abstract
	قائمة الجداول.
	قائمة الأشكال.
	<b>المقدمة</b>
د	تمهيد
ذ	إشكاليات الدراسة
ذ	الدراسات السابقة
ز	نموذج وفرضيات الدراسة
س	التموضع الإستمولوجي ومنهجية الدراسة
س	تصميم البحث
ش	أهمية الدراسة
ش	خطة مختصرة للبحث
	<b>الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الإلكترونية</b>
02	تمهيد
03	المبحث الأول: مدى اعتماد وسائل الدفع في البنوك
03	المطلب الأول: تعريف البنوك الإلكترونية
04	المطلب الثاني: الدفع الإلكتروني
04	المطلب الثالث: أنواع البنوك الإلكترونية
05	الفرع الأول: الموقع المعلوماتي
05	الفرع الثاني: الموقع التفاعلي أو الإتصالي
05	الفرع الثالث: الموقع التبادلي
07	المبحث الثاني: أنظمة الدفع الإلكتروني
07	المطلب الأول: تعريف وسائل الدفع الإلكترونية
07	المطلب الثاني: خصائص وسائل الدفع الإلكتروني
08	المطلب الثالث: أساليب الدفع الإلكتروني

## فهرس المحتويات

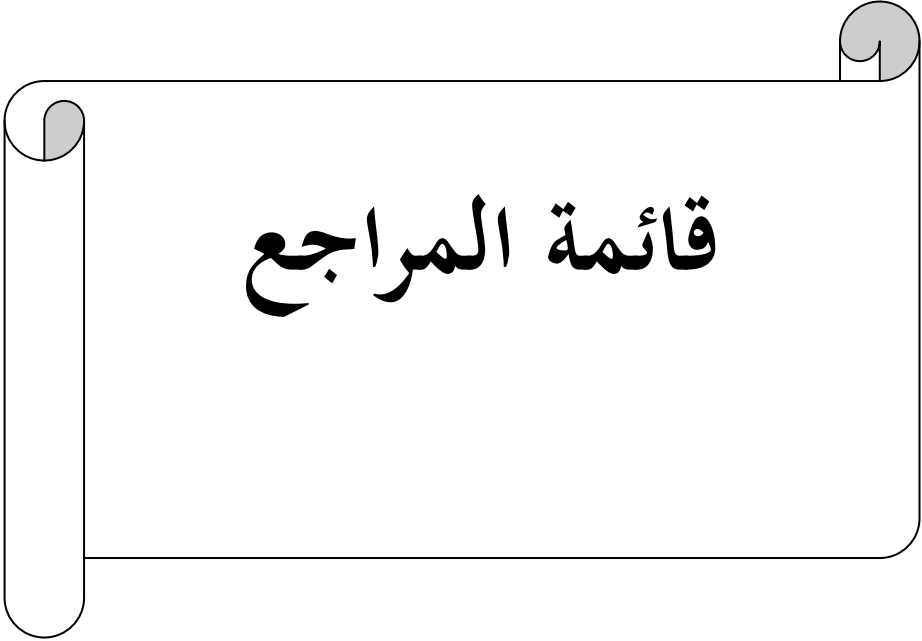
09	المطلب الرابع: مقارنة بين أنظمة الدفع الإلكترونية وأنظمة الدفع التقليدية
09	الفرع الأول: أوجه التشابه
09	الفرع الثاني: أوجه الاختلاف
11	<b>المبحث الثالث: أنواع وسائل الدفع الإلكترونية</b>
11	المطلب الأول: البطاقات الإلكترونية
11	المطلب الثاني: البطاقة الذكية
13	المطلب الثالث: الشيكات والتحويلات الإلكترونية
14	<b>المبحث الرابع: تقييم وسائل الدفع الإلكتروني</b>
14	المطلب الأول: مزايا وعيوب وسائل الدفع الإلكترونية
15	المطلب الثاني: عوامل نجاح وسائل الدفع الإلكترونية
15	الفرع الأول: الإستقلالية
15	الفرع الثاني: التطابقية
15	الفرع الثالث: الأمن والحماية
15	الفرع الرابع: الرسوم والتكلفة
16	الفرع الخامس: سهولة الإستخدام
16	الفرع السادس: مدى إنتشارها
17	<b>الخلاصة</b>
	<b>الفصل الثاني: مدخل إلى التجارة الإلكترونية</b>
19	<b>تمهيد</b>
20	<b>المبحث الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية</b>
20	الفصل الأول: تعريف التجارة الإلكترونية
20	الفرع الأول: التجارة
20	الفرع الثاني: الإلكترونية
20	الفرع الثالث: تعريف التجارة الإلكترونية
21	المطلب الثاني: نشأة التجارة الإلكترونية
21	المطلب الثالث: خصائص التجارة الإلكترونية
21	الفرع الأول: الطابع العالمي للتجارة الإلكترونية
21	الفرع الثاني: الطابع المتداخل في التجارة الإلكترونية
22	الفرع الثالث: غياب التعامل الورقي في التعاملات التجارية الإلكترونية
22	الفرع الرابع: عدم الكشف عن هوية المتعاملين

## فهرس المحتويات

22	الفرع الخامس: سرعة تغيير المفاهيم والأنشطة التجارية الإلكترونية
22	المطلب الرابع: أهمية التجارة الإلكترونية
23	المبحث الثاني: المجال التقني للتجارة الإلكترونية
23	المطلب الأول: أنواع التجارة الإلكترونية
24	الفرع الأول: التجارة الإلكترونية بين منشآت الأعمال
24	الفرع الثاني: التجارة الإلكترونية بين منشآت الأعمال والمستهلكين
25	الفرع الثالث: التجارة الإلكترونية بين منشآت الأعمال والحكومة
25	الفرع الرابع: التجارة الإلكترونية بين الحكومة والمستهلكين
26	المطلب الثاني: إستخدامات التجارة الإلكترونية
26	المطلب الثالث: متطلبات تطبيق التجارة الإلكترونية
26	الفرع الأول: البنية التحتية الإلكترونية
26	الفرع الثاني: التشريعات والأنظمة للتجارة الإلكترونية
26	الفرع الثالث: توفر الكوادر البشرية
27	المطلب الرابع: مواحل تنفيذ التجارة الإلكترونية
27	الفرع الأول: مرحلة الغرض
27	الفرع الثاني: مرحلة القبول
27	الفرع الثالث: مرحلة التنفيذ
28	المبحث الثالث: إنعكاسات التجارة الإلكترونية
28	المطلب الأول: مزايا التجارة الإلكترونية
28	المطلب الثاني: عيوب التجارة الإلكترونية
29	المطلب الثالث: مخاطر التجارة الإلكترونية
29	الفرع الأول: مشكلة حقوق الملكية الفكرية
29	الفرع الثاني: تحديد أنظمة أمان الشركة
29	الفرع الثالث: عدم جدية التعاملات
29	الفرع الرابع: الأمان والخصوصية
29	الفرع الخامس: تعرض المؤسسات إلى مجموعة من الضغوطات
31	خلاصة
	الفصل الثالث: مساهمة إعتماء وسائل الدفع الحديثة في تنمية التجارة الإلكترونية في ترست بنك الجزائر-وكالة بسكرة
33	تمهيد

## فهرس المحتويات

34	المبحث الأول: لمحة عن ترست بنك الجزائر
34	المطلب الأول: التعريف بترست بنك الجزائر
34	الفرع الأول: تأسيس ترست بنك الجزائر
34	الفرع الثاني: مسيرة عمل ترست بنك الجزائر
35	المطلب الثاني: الهيكل الإداري والتنظيمي لترست بنك الجزائر-وكالة بسكرة
37	المطلب الثالث: الخدمات الممنوحة من ترست بنك الجزائر
37	الفرع الأول: الخدمات الممنوحة للأفراد
38	الفرع الثاني: الخدمات الممنوحة للشركات
39	المبحث الثاني: وسائل الدفع الحديثة بترست بنك الجزائر
39	المطلب الأول: خدمات البنك عبر شبكة الإنترنت
39	الفرع الأول: التحركات المصرفية
39	الفرع الثاني: الميزات
40	المطلب الثالث: وسائل الدفع الإلكترونية المعتمدة في ترست بنك
40	الفرع الأول: بطاقة Trust Affaire
40	الفرع الثاني: بطاقة Trust Visa
41	الفرع الثالث: بطاقة MasterCard Travel
42	الفرع الرابع: بطاقة Carte Inter-Bancaire
43	المطلب الثالث: التطبيق الإلكتروني لترست بنك الجزائر
44	المبحث الثالث: تحليل وتفسير أسئلة المقابلة
44	المطلب الأول: رصد لحجم إستخدام وسائل الدفع الإلكترونية والتحويلات الإلكترونية في ترست بنك-وكالة بسكرة
45	المطلب الثاني: دور وسائل الدفع الإلكترونية في التجارة الإلكترونية
46	المطلب الثالث: إجراءات البنك لتطوير وسائل الدفع الحديثة لتنمية التجارة الإلكترونية
47	خلاصة الفصل
49	الخاتمة
53	فهرس المحتويات
58	قائمة المراجع
	الملاحق



# قائمة المراجع



## قائمة المراجع

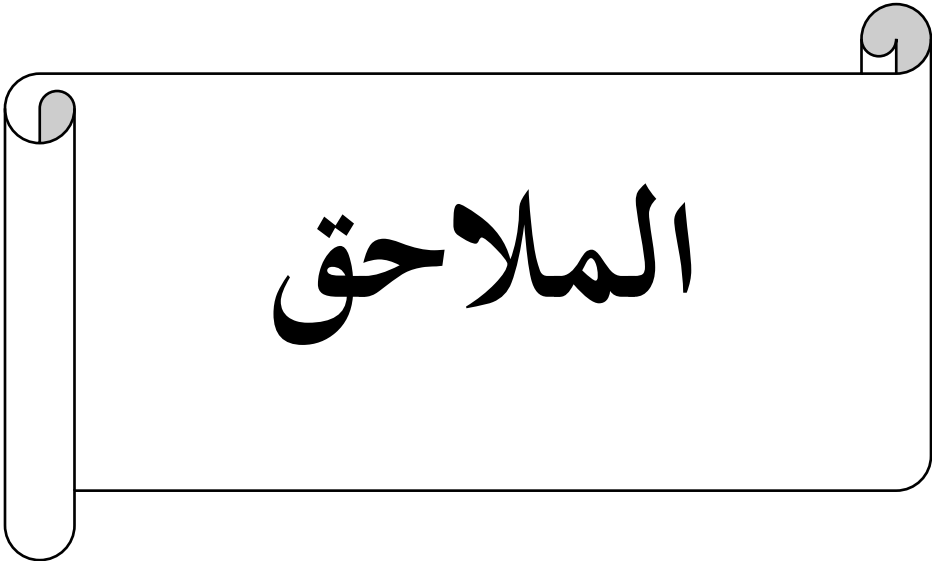
- أولاً : قائمة المراجع باللغة العربية
- ❖ الكتب
- 1 إبراهيم العيسوي ، التجارة الالكترونية ، ط 1 ، المكتبة الاكاديمية القاهرة ، 2003.
- 2 احمد سفر، *انظمة الدفع الالكتروني، الطبعة الأولى* ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، 2008 .
- 3 احمد عبد الخالق السيد، *البنوك والتجارة الالكترونية*، لبنان ، 2002 .
- 4 بشير عباس العلق ، *تطبيقات الانترنت في التسويق* ، دار المناهج ، الأردن ، 2003 .
- 5 ثابت عبد الرحمن إدريس ، د. جمال الدين محمد المرسي ، *التسويق المعاصر* ، الدار الجامعية ، مصر ، 2005 .
- 6 جلال عايد الشورة، *وسائل الدفع الالكتروني*، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2008 .
- 7 خالد ممدوح إبراهيم ، *لوجيستيات التجارة الالكترونية* ، ط 1 ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، 2008 .
- 8 رضوان رافت ، *عالم التجارة الالكترونية* ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، القاهرة ، 1999 .
- 9 سراج الدين محمد ، *التجارة الالكترونية* ، المجموعة العربية للتدريب والنشر ، الطبعة الأولى ، مصر 2008 .
- 10 سيد احمد عبد الخالق ، *البنوك والتجارة الالكترونية* ، لبنان ، 2002 .
- 11 سيد احمد عبد الخالق، *التجارة الالكترونية والعمولة* ، المنظمة العالمية للتنمية الإدارية ، القاهرة ، مصر ، 2006 .
- 12 محمد احمد أبو القاسم ، *التسويق عبر الانترنت* ، الطبعة الأولى ، دار الأمين للطبع ونشر وتوزيع ، سنة 2000 ، ص 17 .
- 13 محمد حسين منصور، *المسؤولية الالكترونية* ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الإسكندرية 2003 .
- 14 محمد سمير أحمد ، *التسويق الإلكتروني* ، الطبعة الأولى ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، سنة 2009 ، ص 130 .
- 15 ممدوح محمد الجنيهي ، منير محمد الجنيهي ، *البنوك الالكترونية* ، دار الفكر الجامعي الإسكندرية ، مصر 2004 .
- 16 ممدوح محمد الجنيهي، و منير محمد الجنيهي، *البنوك الالكترونية* ، دار الفكر الجامعي . الإسكندرية، مصر 2004 .
- 17 منير محمد الجنيهي ، محمود محمد الجنيهي ، *الشركات الالكترونية* ، دار الفكر الجامعي الإسكندرية ، مصر 2006 .
- 18 نجم عبود نجم ، *الإدارة الالكترونية الاستراتيجية والوظائف والمشكلات* ، دار المريخ ، الرياض ، المملكة العربية السعودية ، 2004 ، ص 59 .
- ❖ الأطروحات والرسائل الجامعية :
- 1 إسلام مأمون ، حسن مأمون المعوقات التي تحد من نجاح التجارة الالكترونية في مصر ، رسالة ماجستير في إدارة الاعمال ، الاكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي ، سنة 2011 ، ص 21 .

## قائمة المراجع

- 2- بارش آسيا ، وسائل الدفع الالكترونية ومدى تطبيقها في الجزائر في أم البواقي ، رسالة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية ، سنة 2013 ، ص 16 .
- 3- الزين منصور، وسائل الدفع والسداد الالكتروني عوامل الانتشار وشروط النجاح، *عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية واشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر* ، 26-27 افريل، 2011 .
- 4- ظاهر شاهر يوسف القشي ، مدى فاعلية نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق الأمان والتوكيدية والموثوقية في ظل التجارة الالكترونية ، أطروحة الدكتوراه في جامعة عمان العربية للدراسات العليا ، سنة 2003 ، ص 56- 57 .
- 5- ندى فائز يحي ، العوامل المحددة لتبني التجارة الالكترونية في الوطن العربي ، رسالة ماجستير علوم اقتصادية تخصص نقود ومالية ، جامعة حسينية بن بوعلوي شلف ، 2005 .
- ❖ **المجلات**
- 1- حرية طيبي ، وسائل الدفع الالكترونية ودورها في تفعيل التجارة الالكترونية، *مجلة القانون والتنمية المحلية*، 2019 ، 127..
- 2- صدام محمد محمود الخالي وآخرون ، أثر التجارة الإلكترونية على جودة المعلومات المحاسبية ، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية ، المجلد 2 ، العدد 3 ، سنة 2006 ، ص 138 .
- 3- صلاح الياس ، وسائل الدفع التقليدية في ظل وجود الوسائل الحديثة ، *عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية* ، 26-27 افريل 2017 ، ص 22 .
- 4- عيساني عامر ، سلاي بوكر، دور التجارة الالكترونية التنمية المستدامة ، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة العدد الخاص بالمؤتمر العلمي المشترك ، سنة 2014 ، جامعة باتنة ، ص 209 .
- 5- مختار دويبي ، وسائل الدفع الالكتروني ومدى مساهمتها في تطوير التجارة الالكترونية في الجزائر ، القانون العام الجزائري والمقارن 2021 .
- ❖ **الملتقيات والمحاضرات**
- 1- بشوش كريمة ، كواش زهيمه ، شبكة الانترنت والتجارة الالكترونية ، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية التجارة الالكترونية في الجزائر ، معهد العلوم الاقتصادية والتسيير ، المركز الجامعي خميس مليانة ، 26-27 افريل 2011 .
- 2- بن عناية جلول ، حوسيني يمينة ، مفاهيم الأساسية حول الأنترنت والتجارة الإلكترونية الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية واشكالية التجارة الالكترونية في الجزائر ، معهد العلوم الاقتصادية والتسيير المركز الجامعي خميس مليانة ، 26-27 افريل 2011 ، 12-13 .
- 3- بوالقول هارون ، بوزيان رحمان جمال ، الأنترنت البنية التحتية للتجارة الإلكترونية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية التجارة الالكترونية في الجزائر، معهد العلوم الاقتصادية والتسيير المركز الجامعي خميس مليانة ، 13-14 مارس 2012 ص 18 .
- 4- الحبيب بن باير، محمد عبد العزيز بن كاملة الملتقى الدولي الرابع حول عصرنة وسائل الدفع. *مدخل لتطوير الاداء والفعالية المصرفية للبنوك الجزائرية*، 26-27 افريل 2009 صفحة 5.
- 5- زايري بلفاسم ، طوباش علي ، طبيعة التجارة الالكترونية وتطبيقاتها المتعددة الملتقى الثاني لجامعة الويتونة حول "تكنولوجيا المعلومات ودورها في التنمية الاقتصادية"، الأردن ، 6-8 ماي 2002 ، ص 367- 368 .
- 6- شعبان فرج ، بوفليح نبيل ، البنوك الالكترونية كمدخل لزيادة تنافسية البنوك العربية المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ، جامعة حسينية بن بوعلوي الشلف ، 2007 .
- 7- عبد القادر بريش ، محمد زيدان ، دور البنوك في تطوير التجارة الالكترونية ، الملتقى الدولي حول التجارة الالكترونية ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، يومي 6-7 مارس 2004 .

## قائمة المراجع

- 8- عبد الكرم قندوز ، نورين بومدين ، ملتقى الصيرفة الالكترونية في المؤسسات المصرفية كمدخل لبناء الاقتصاد الرقمي في الجزائر المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ، جامعة حسبية بن بوعلي الشلف 2007 .
- 9- علي فلاق ، محمد بولصنام ، آثار التجارة الالكترونية على الاقتصاد ، الملتقى العلمي الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكساته على الاقتصاديات الدولية ، خميس مليانة ، 13-14 مارس 2012، ص 4 .
- 10- مسعود كسرى ، خليدة محمد بلكبير ، إشكالية الإستمرارية وتطوير الميزة التنافسية للتجارة الالكترونية في البيئة العربية ، الملتقى العلمي الرابع حول عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية التجارة الالكترونية في الجزائر ، معهد العلوم الاقتصادية والتسيير ، المركز الجامعي خميس مليانة 26-27 افريل 2011 ، ص 6 .
- 11- معيزي قويدر ، التجارة الإلكترونية منافعها ومعوقاتهما زمتطلبات نجاحها ، الملتقى العلمي الدولي حول عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية التجارة الإلكترونية في الجزائر ، معهد العلوم الاقتصادية والتسيير ، المركز الجامعي خميس مليانة ، 26-27 افريل 2011، ص 2.
- 12- يوسف مسعداوي، البنوك الالكترونية، الملتقى الوطني الاول حول المنظومة المصرفية الجزائرية واقع وتحديات جامعة حسبية بن بوعلي ، 14-15 ديسمبر، 2004 ، ص 228 .
- 13- ❖ تقرير
- 1- كريمة صراع ، واقع وافاق التجارة الالكترونية في الجزائر، الجامعة الدكتورالية للاقتصاد وادارة الاعمال، وهران , 2014 .
- 2- لوصيف عمار , إستراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرون مع الاشارة للتجربة الجزائرية ، كلية العلوم الاقتصادية قسنطينة ، الجزائر 2007-2008 .
- 3- مصطفى كمال طه/وائل انور بندق ، الأوراق التجارية ووسائل الدفع الإلكترونية الحديثة ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، 2007 .



الملاحق

## الملحق رقم (1)

GENCE	Date transaction	Code Client	Sous compte	Monnaie	Référence	Date Valeur	Débit	Crédit	SOLDE	Libele Opération
607	03/01/2022	66946	0	4	531384	03/01/2022	13.16	0.00	4413.05	PAIEMENT SUR TPE/ INTERNET CARTE VISA 531384 9999 Sales Draft/4121/20211231/UBER *TRIP HELP.UBER.CO GB/531384 /
607	03/01/2022	66946	0	4	531365	03/01/2022	8.84	0.00	4404.21	PAIEMENT SUR TPE/ INTERNET CARTE VISA 531365 9999 Sales Draft/4121/20211231/UBER *TRIP HELP.UBER.CO GB/531365 /
607	03/01/2022	66946	0	4	531365	03/01/2022	0.61	0.00	4403.60	COMMISSION SUR TPE/ INTERNET 531365 9999 Pur Advance Fee-(Int.)(Eur)/4121/20211231/UBER *TRIP HELP.UBER.CO GB/531365 /
607	01/03/2022	66946	0	4	647107	01/03/2022	15.69	0.00	4387.91	PAIEMENT SUR TPE/ INTERNET CARTE VISA 647107 9999 Sales Draft/4121/20220227/UBER *TRIP HELP.UBER.CO GB/647107 /
607	01/03/2022	66946	0	4	647107	01/03/2022	0.70	0.00	4387.21	COMMISSION SUR TPE/ INTERNET 647107 9999 Pur Advance Fee-(Int.)(Eur)/4121/20220227/UBER *TRIP HELP.UBER.CO GB/647107 /
607	09/03/2022	66946	0	4	0	08/03/2022	2000.00	0.00	2387.21	RETRAIT EN ESPECES VOUS-MEME /
607	09/03/2022	66946	0	4	0	10/03/2022	0.00	2000.00	4387.21	VERSEMENT ESPECES VOUS-MEME /
607	15/03/2022	66946	0	4	678491	15/03/2022	79.99	0.00	4307.22	PAIEMENT SUR TPE/ INTERNET CARTE VISA 678491 9999 Sales Draft/4121/20220312/UBER *TRIP HELP.UBER.CO GB/678491 /
607	15/03/2022	66946	0	4	678491	15/03/2022	1.50	0.00	4305.72	COMMISSION SUR TPE/ INTERNET 678491 9999 Pur Advance Fee-(Int.)(Eur)/4121/20220312/UBER *TRIP HELP.UBER.CO GB/678491 /
607	16/03/2022	66946	0	4	682399	16/03/2022	361.25	0.00	3944.47	PAIEMENT SUR TPE/ INTERNET CARTE VISA 682399 9999 Sales Draft/7011/20220314/Hotel at Booking.com Amsterdam NL/682399 /

الملحق رقم (2)

Solde de départ : 100 342 793.18 DZD

AGENCE	Date transaction	Code Client	Sous compte	Monnaie	Référence	Date Valeur	Débit	Crédit	SOLDE	Libelle Opération
607	19/04/2022	57742	0	1	99990001	19/04/2022	398348.89	0.00	99944444.29	PAIEMENT SUR TPE/ INTERNET 99990001 9999 CACOBATPH BISKRA HUSSEIN DEY R0160Z /