

التجارة الالكترونية و تطوير وسائل الدفع للمؤسسات البنكية- دراسة حالة بنك الفلاحة و التنمية الريفية وكالة بسكرة نموذجاً-

د/ حياة بن سماعين

أ/ وسيلة السبتي

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة محمد خيضر- بسكرة
(الجزائر)

Résumé:

Le développement technologique rapide et le boom dans le domaine des technologies de l'information et de la communication nous oblige à développer notre réseau de services bancaires d'une façon à suivre le rythme de l'évolution mondial dans le domaine technologique et bancaire afin que nous puissions répondre aux exigences du commerce électronique et des moyens de paiement électronique.

الملخص:

إن التطور التكنولوجي السريع و الطفرة الحاصلة في مجال تكنولوجيا المعلومات و الاتصال يفرض علينا تطوير منظومتنا المصرفية لما يواكب التطور الحاصل عبر العالم تكنولوجيا و مصرفيا حتى نستطيع الوفاء بمتطلبات التجارة الالكترونية و وسائل السداد الالكتروني.

تمهيد:

تعتبر التجارة الالكترونية شكل من أشكال التبادل التجاري، و من أهم الأساليب للتعريف بالتقنيات الحديثة في مجال تبادل المعلومات التجارية، فظهور التكنولوجيا الجديدة و انتشار التجارة الالكترونية اثر على القطاع المصرفي الذي أصبح في وسط كل هذه التغيرات و التحولات ملزما بمسايرتها لتحقيق أهدافه الإستراتيجية و تطوير خدماته و تنويعها بشكل يلي احتياجات العملاء المتغيرة، و متابعة آخر المستجدات في عالم التكنولوجيا المصرفية، فقد شهدت الحركة المصرفية تطورا كبيرا و من احد شواهد هذا التطور هو السماح لعملاء البنوك بإجراء عمليات البيع و الشراء من خلال شبكة الانترنت باستخدام وسائل الدفع الالكتروني، حيث تتميز بيئة التجارة الالكترونية بالسرعة في المعاملات و مواكبة التطور خاصة في مجال العمليات المصرفية بصفة عامة و في مجالات استخدام وسائل الدفع الحديثة بصفة خاصة، حيث ظهرت بدائل أخرى للوفاء النقدي.

و عليه و من خلال هذا المدخل البسيط تتمحور إشكالية هذا البحث و المتمثلة في مدى كفاءة و فعالية نظم الدفع التي تطبقها البنوك لتحسين الخدمة المصرفية في ظل التجارة الالكترونية؟

و للإجابة على هذه الإشكالية ارتأينا التطرق إلى النقاط التالية:

أولا: ماهية التجارة الالكترونية.

ثانيا: نظم الدفع المعتمدة في التجارة الالكترونية.

ثالثا: اثر التجارة الالكترونية على نشاط البنوك و تحسين خدماتها - دراسة حالة بنك الفلاحة و التنمية الريفية BADR وكالة بسكرة.

أولا: ماهية التجارة الالكترونية.

تعد التجارة الالكترونية من المفاهيم الحديثة التي شاع استخدامها حديثا في العديد من الأنشطة الحياتية و المرتبطة بثورة تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات.

1- مفهوم التجارة الالكترونية:

و بالرغم انه لم يتم التوصل إلى تعريف واضح و دقيق إلا انه توجد عدة تعاريف لهذا المصطلح تختلف باختلاف الزاوية التي ينظر من خلالها للتجارة الالكترونية، و يمكن الاتفاق بين هذه التعاريف في تقسيم هذا المصطلح إلى قسمين هما:

التجارة: و هو ما يعبر عن نشاط اقتصادي يتم من خلاله تناول السلع و الخدمات و تحكمه عدة قواعد و نظم متفق عليها.

الالكترونية: و هو نوع من التوظيف لمجال أداء النشاط الأول (التجارة) و يقصد بها استخدام نشاط تجاري باستخدام وسائط الكترونية و التي تدخل الانترنت كواحدة منها.¹

و مع ذلك توجد عدة تعاريف للتجارة الالكترونية نذكر منها:

تعريف وزارة الصناعة التجارة الفرنسية: " التجارة الالكترونية تشمل جميع المبادلات الالكترونية ذات العلاقات بين النشاطات التجارية فهي تعني بذلك العلاقات بين المؤسسات، العلاقات بين المؤسسات و الإدارات، المبادلات بين المؤسسات و المستهلكين، التجارة الالكترونية تعطي في نفس الوقت تبادل المعلومات و التعاملات الخاصة بالمنتجات و التجهيزات أو السلع الاستهلاكية و الخدمات وسائل و طرق الاتصال المستعملة."²

تعريف منظمة التجارة العالمية:

" التجارة الالكترونية مجموعة متكاملة من عمليات عقدا الصفقات "³

تعريف منظمة التعاون و التنمية الاقتصادية OCDE

مصطلح التجارة الالكترونية يدل بصفة عامة على جميع أشكال التعاملات ذات الصلة بالنشاطات التجارية التي تجمع الأفراد و المنظمات معتمدة على المعالجة و النقل الالكتروني للمعطيات خاصة النصوص الأصوات الصور، و يدل كذلك على الآثار التي يمكن أن يحدثها التبادل الالكتروني للمعلومات التجارية في المؤسسات و الإجراءات التي تسهل و

التجارة الالكترونية و تطوير وسائل الدفع للمؤسسات البنكية - دراسة حالة بنك الفلاحة

تحيط بالنشاطات كتنسيق المنظمات، المفاوضات التجارية و العقود، الأطر القانونية و التنظيمية التسويات فيما يخص التسديدات و الجباية...⁴

و من خلال جملة هذه التعاريف يمكن أن نتوصل إلى أن التجارة الالكترونية هي تنفيذ كل ما يتصل بعملية بيع أو شراء البضائع و الخدمات عبر شبكة الانترنت، سواء تم التسديد الكترونيا أو بصك ورقي أو نقدا عند التسليم أو بطريقة أخرى.

و من خلال هذه التعاريف المقدمة نستنتج مجموعة من خصائص التجارة الالكترونية تتمثل في.

2- خصائص التجارة الالكترونية:

هناك عدة خصائص للتجارة الالكترونية و هي:

* طبقت التجارة الالكترونية تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في إنتاج و توزيع السلع و الخدمات على المستوى العالمي فهي تهدف إلى خلق محيط تجاري جديد في وسط الكتروني متجاوزة الوساطة بين المنتج و المستهلك.⁵

* عدم وجود علاقة مباشرة بين أطراف العملية التجارية.⁶

* يتم إجراء و تنفيذ المعاملات التجارية و التبادل و التفاعل بين المتعاملين الكترونيا دون استخدام الوثائق الورقية.

* يمكن أن يتم بيع و شراء السلع غير المادية مباشرة و من خلال شبكة الاتصالات و بهذا تكون التجارة الالكترونية الوحيدة و الرائدة في هذا المجال.

* تعتبر تجارة كونية لا تعرف الحدود و لا توجد في كل مكان.

* تتميز بالسرعة الفائقة في إتمام عملياتها أي سرعة التعاقد و سرعة التسليم بالنسبة لكثير من الصفقات و فق نظام Just In Time.⁷

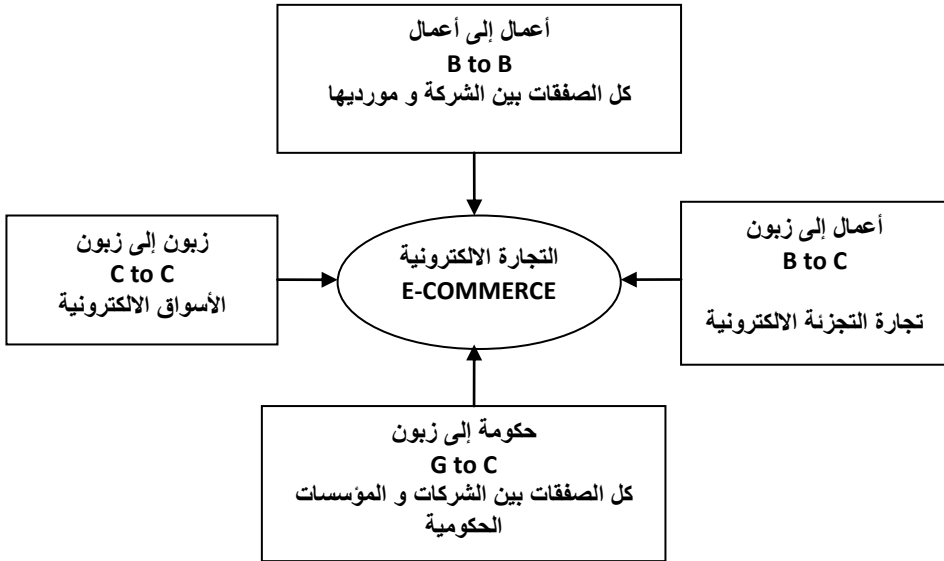
و انطلاقا من هذه الخصائص يمكننا أن نتساءل عن الإشكالات التي تتم من خلالها هذه التجارة الالكترونية و ما هي مستوياتها.

3- أشكال التجارة الالكترونية و مستوياتها:

3-1- أشكال التجارة الالكترونية:

تتواجد التجارة الالكترونية في مجالات لا حصر لها، و هناك أشكال متعددة للتجارة الالكترونية يمكن تطبيقها من خلال أكثر من شكل كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل رقم: (01): أنماط التجارة الالكترونية.



المصدر: نجم عبود نجم، الإدارة الالكترونية الإستراتيجية و الوظائف و المشكلات، دار المريخ للنشر و التوزيع، المملكة العربية السعودية، 2004، ص 42.

للصفقات أعمال إلى أعمال: (B to B) Business to

Business

يقصد بها تعاملات التجارة الالكترونية بين الوحدات التجارية و بعضها البعض⁸، و هنا يتم الاستغناء عن العنصر البشري و تعتبر تكنولوجيا التبادل الالكتروني للمعلومات الرئيسية التي تدعم الاتصالات بين شركة و أخرى .

للصفقات زبون إلى زبون (C to C) Costumer to Costumer

التجارة الالكترونية و تطوير وسائل الدفع للمؤسسات البنكية - دراسة حالة بنك الفلاحة

في هذا النوع يبيع الزبون إلى الزبون في صورة مباشرة و يقدمون الخدمات إلى أفراد آخرين و مثال على ذلك المزادات القائمة على الويب.⁹

للصفات أعمال إلى زبون (B to C) Business to Costumer

يطلق عليها أيضا اسم التسويق الالكتروني أو تجارة التجزئة الالكترونية لان الصفقة تتم مع المستهلك مباشرة¹⁰ حيث تقوم الشركات أو المراكز التجارية الكبرى بعرض كافة منتجاتها على مواقعها في شبكة الانترنت و تلقى أوامر الشراء و إرسال الفواتير و تحصيل المدفوعات.¹¹

للصفات أعمال إلى حكومة (B to G) Business to

Government

تقوم الحكومة بعرض الإجراءات و اللوازم و الرسوم و نماذج المعاملات على الانترنت بحيث تستطيع مؤسسة الأعمال أن تطلع عليها من خلال وسائل الاتصال الالكترونية، و أن تقوم بإجراء المعاملات الالكترونية من غير أن يكون هناك تعامل مع مكاتب المؤسسات، الدوائر الحكومية، هذا و تقوم الحكومة الآن بالعمل على ما يسمى بالحكومة الالكترونية لإتمام المعاملات الكترونيا.

و هناك أشكال أخرى للتجارة الالكترونية منها صفقات أعمال إلى عاملين، صفقات الحكومة إلى العاملين، التجارة الالكترونية بين المستهلكين التجارة الالكترونية غير الربحية.

و يؤدي تنفيذ الأنشطة الفرعية ذات الارتباط المباشر بأداء المعاملات التجارية إلى تحديد مستويات التجارة الالكترونية.

3-2- مستويات التجارة الالكترونية:

و نميز بين التجارة الالكترونية ذات المستوى البسيط و التجارة الالكترونية ذات المستوى المتقدم.

3-2-1- التجارة الالكترونية ذات المستوى البسيط:

يتم في هذا المستوى الترويج للسلع و الخدمات إضافة إلى الإعلان و الدعاية، حيث تحتوي هذه الأخيرة في مضمونها على خدمات قبل و بعد عملية البيع و التي تتطلب درجة متقدمة من التبادلات التجارية مما يدفع بالمؤسسات إلى البحث عن وسائل جديدة لتحسين نوعية الخدمات المقدمة و المطلوبة منها قبل البيع و بعده، و تتضمن التجارة الالكترونية ذات المستوى البسيط عملية التوزيع الالكترونية للسلع و الخدمات خصوصا غير المادية منها إضافة إلى التحويلات البسيطة للأموال.

3-2-2- التجارة الالكترونية ذات المستوى المتقدم:

يركز هذا النوع في مضمونه على عمليات و إجراءات الدفع التي تتم عبر الانترنت و التي تعتبر عملية تحتاج إلى توعية كبيرة من قبل المتعاملين على هذا المستوى بالإضافة إلى الحيلة و الحذر عند التعامل.¹²

4- مزايا التجارة الالكترونية:

للتجارة الالكترونية مزايا على المستهلكين و على الشركات.

4-1- مزايا التجارة الالكترونية بالنسبة للشركات.

*إن اعتماد الشركات على الانترنت في التسويق يتيح لها عرض منتجاتها و خدماتها في مختلف أنحاء العالم طوال اليوم و بلا انقطاع مما يوفر للشركة فرصة أكبر لجني الأرباح.
*تعتبر عملية إعداد و صيانة المواقع الالكترونية أقل تكلفة من بناء أسواق أو تركيب تجهيزات باهظة الثمن.

*تواصل فعال مع الشركاء و العملاء دون وجود حدود أو حواجز.

*إمكانية السداد الالكتروني و هو الوضع الطبيعي على شبكة الانترنت.

4-2- مزايا التجارة الالكترونية بالنسبة للعملاء.

*توفير الجهد و الوقت.

التجارة الالكترونية و تطوير وسائل الدفع للمؤسسات البنكية - دراسة حالة بنك الفلاحة

* حرية الاختيار و توفير فرص رائعة لزيارة اكبر عدد من المحلات التجارية في زمن قياسي مع معرفة كل المعلومات اللازمة عن المنتج .

* انخفاض الأسعار حيث يوجد العديد من الشركات المتنافسة التي تبيع بأسعار اقل بالمقارنة مع المحلات أو التجارة التقليدية.

* خدمة مواقع التجارة الالكترونية و خدمة شبكة الانترنت بدون توقف 24 على 24 ساعة و 7 على 7 أيام.

* السداد الالكتروني الآمن باستخدام احد وسائل الدفع الالكتروني.

* خدمة ما بعد البيع الكترونيا و التي تتوفر في معظم مواقع التجارة الالكترونية.¹³

و يمكن إيجاز هذه المزايا من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (01): مزايا التجارة الالكترونية بالنسبة للشركات و العملاء.

الشركات	العملاء
1- اتساع حجم السوق	1- إتاحة الفرص للاختيار بين منتجات كثيرة
2- تحسين المزايا التنافسية	2- تحسين جودة المنتجات
3- التصنيع بحجم ضخم	3- تقديم منتجات وفقا لرغبات العميل
4- اختصار الدورة التجارية للأعمال	4- تلبية سريعة للاحتياجات
5- حفظ تكلفة المنتج	5- خفض أسعار المنتجات
6- إيجاد فرص عمل جديدة	6- تقديم خدمات و منتجات جديدة

المصدر: مثلة احمد قنديل، مرجع سابق، ص 23.

ثانيا: نظم الدفع المعتمدة في التجارة الالكترونية.

لقد ظهرت بدائل متعددة للوفاء النقدي، منها ما هو تقليدي كالأوراق التجارية و منها ما هو آلي بدون استخدام للنقود الورقية و هو ما يطلق عليه مصطلح وسائل الدفع الالكتروني و التي تأخذ أشكالا متعددة.

1-نظم الدفع الالكتروني:

1-1 الدفع نقدا عند الاستلام:

اعتمد هذا الأسلوب في بداية ظهور التجارة الالكترونية، و قد سميت هذه الفترة بالمرحلة البدائية للتجارة الالكترونية حيث كان الموقع التجاري يظهر كل المعلومات الخاصة بالسلع المعروضة للبيع و ما كان على الزبون إلا اختيار السلع المراد اقتناؤها مباشرة عن طريق الانترنت، أما تسديد قيمة السلع المشتراة فكان يتم نقدا عند الاستلام.

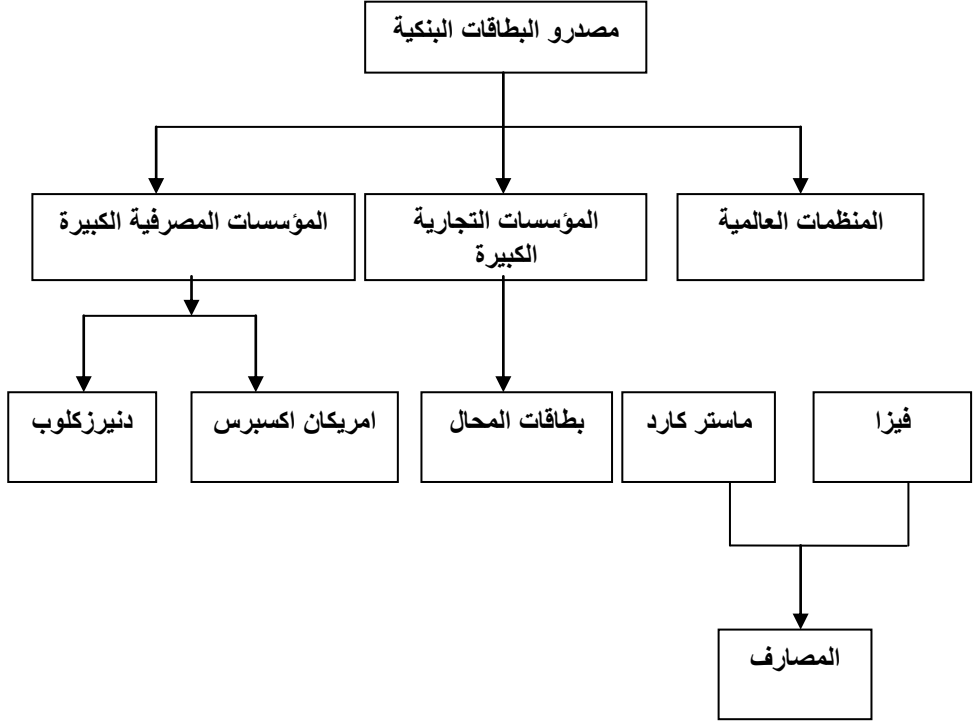
و تجدر الإشارة هنا إلى انه لا يمكن اعتبار هذا الأسلوب من أساليب الدفع الالكتروني

1-2-الدفع باستخدام البطاقات البنكية:

البطاقات البنكية أو بطاقات المعاملات المالية تمكن حاملها من الحصول على نقود سلع خدمات أو أي شيء آخر له قيمة مالية، و تنقسم هذه البطاقة إلى قسمين: البطاقات غير الائتمانية التي لها ميزة التقسيط و انتشارها ضئيل و البطاقات الائتمانية أو البطاقات الدائنة التي تتيح لحاملها الحصول على ائتمان.14

و يمكن توضيح مصدري هذه البطاقات من خلال المخطط التالي:

شكل رقم (02): مصدر البطاقات البنكية.



المصدر: إبراهيم بخي ، مرجع سابق، ص 74.

1-3- الدفع باستخدام الشيكات الالكترونية:

الشيك الالكتروني هو رسالة الكترونية موثقة و مؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك (حامله) ليعتمده و يقدمه إلى البنك الذي يعمل عبر الانترنت ليقوم البنك أولاً بتحويل قيمة الشيك المالية إلى حساب حامل الشيك و بعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك و إعادته الكترونياً إلى مستلم الشيك (حامله) ليكون دليلاً على انه قد تم صرف الشيك فعلاً و يمكن لمستلم الشيك أن يتأكد من انه قد تم بالفعل تحويل المبلغ لحسابه.¹⁵

و يتم التعامل بالشيك الالكتروني بين المشتري و البائع على النحو التالي:

1- يقوم المشتري بتحرير شيك الكتروني و يقوم بتوقيعه الكترونياً ثم يقوم بإرساله بالبريد الالكتروني المؤمن إلى البائع.

و التنمية الريغية وحالة بسكرة نموذجا _____ د: حياة بن سمامين أ: وسيلة السبتي

2- يقوم البائع باستلام الشيك الالكتروني و يقوم بالتوقيع عليه كمستفيد ثم يقوم بإرساله إلى البنك.

3- يقوم البنك بمراجعة الشيك و التحقق من صحة الأرصدة و التوقيعات و بناء على ذلك يقوم بإخطار كل من المشتري و البائع بإتمام إجراء المعاملات و إتمامها.

1-4- النقود الالكترونية:

تعرف هذه النقود على أنها: " تلك البطاقات التي تتم فيها عملية التداول النقدي من خلال المعلومات المخزنة عليها و الدخول بها على الآلات المعدة لذلك " و من أشهر هذه البطاقات:

* بطاقة الائتمان CREDIT CARDS

* بطاقة الدفع الفوري DEBIT CARDS

* بطاقة الدفع المؤجل أو بطاقة اعتماد النفقات CHARGE CARDS

* بطاقة التحويل الالكتروني EFTPOS CARDS

* بطاقة الصرف الآلي ATM CARDS

* بطاقة ضمان الشيكات CHEQUE CARDS

لقد شهد العالم منذ أوائل السبعينات من القرن الماضي دخول أنواع جديدة من البطاقات البلاستيكية النشاط النقدي و المصرفي و زاد من ضرورتها تطور العلاقات التجارية الدولية و تحسين وسائل الدفع الآلي و شمولية حركة رؤوس الأموال و سرعتها و من أهم هذه البطاقات برأينا بطاقة الائتمان و البطاقات الذكية.¹⁶

2- مزايا و عيوب و سائل الدفع الالكتروني:

لوسائل الدفع الحديثة مزايا و عيوب نحدددها كمايلي:

2-1- المزايا:

يمكن إجمال هذه المزايا في النقاط التالية:

*سهولة و يسر الاستخدام بالنسبة لحاملها.

*إمكانية الحصول على القرض من الجهة المصدرة للبطاقة بالنسبة لحاملها.

*تتمتع بدرجة عالية من الأمان و في حالة ضياعها على حاملها إبلاغ البنك لاستبدالها ببطاقة تحمل رقما جديدا.

*إزالة عبء عن التجار عن متابعة الديون.

*أدت إلى توسيع قاعدة الأفراد المتعاملين مع البنوك بفضل ما توفره من خدمات مصرفية كالتحويل بين الحسابات إيقاف صرف الشيكات... الخ

*تحقيق البنك ربحية في الآجال الطويلة.

*تتيح الأنظمة الالكترونية تغطية واسعة الانتشار حيث تصل الخدمة للعميل في أي مكان.

2-2- العيوب:

يمكن أن ينجم عن استخدام وسائل الدفع الحديثة عيوب تتمثل في:

*زيادة الاقتراض أو زيادة الإنفاق من طرف حاملها .

*حامل البطاقة ملزم بسداد ما اشترى منها أو سرقت قبل الإبلاغ عن ذلك .

*خضوع التاجر شروط متعددة من طرف البنوك التجارية .

ثالثا: اثر التجارة الالكترونية على نشاط البنوك دراسة حالة بنك الكتروني.

لقد سعت الجزائر دائما لتطوير منظومتها المصرفية و خاصة عصرنتها وفق النماذج العالمية، و كان لها ذلك فقد ادخل القرض الشعبي الجزائري العمل ببطاقات الدفع الالكتروني منذ سنة 1997 في إطار الشبكة العالمية فيزا و ماستر كارڊ و لكن على المستوى الخارجي فقد تم إصدار البطاقات الممغنطة سنة 2000 من طرف وزارة البريد و المواصلات و قد تم

تطوير هذه البطاقة عدة مرات من مجرد بطاقة دفع مغلقة إلى بطاقة دفع برغوثية تعمل مباشرة من حساب العميل، فتحوّلت إلى بطاقة تحمل بداخلها شريحة الكترونية و هي في مجال الخدمة 24/24 ساعة و 7/7 أيام أي بدون توقف بالإضافة إلى بطاقة السحب البنكية من الصرافات الآلية مثل بطاقات القرض الشعبي الجزائري بنك الجزائر الخارجي الصندوق الوطني للتوفير و الاحتياط بنك الفلاحة و التنمية الريفية الذي قطع أشواطاً متقدمة مقارنة بالبنوك الأخرى في مجال تكنولوجيا الاتصال بدليل امتلاكه لشبكة اتصال تدمج كل ولايات الوطن مخصصة للتحويلات المالية بين وكلائه و التي أعلن عنها في 21-09-2004 لذلك ستنطرق إلى الخدمات المصرفية و وسائل الدفع الالكترونية المعتمدة من طرف بنك الفلاحة و التنمية الريفية.

أولاً: تقديم بنك الفلاحة و التنمية الريفية وكالة بسكرة.

إن الهدف من إنشاء بنك الفلاحة و التنمية الريفية هو تطوير قطاع الفلاحة و إمداده بالتمويل اللازم فمُنذ تاريخ 05 ماي 2005 أصبح بنك الفلاحة و التنمية الريفية متخصصاً في مجال الفلاحة و التنمية الريفية بعد أن كان يمول كل القطاعات الاقتصادية.

ثانياً: أساليب الدفع الالكترونية في بنك الفلاحة و التنمية الريفية.

رغم الاستعمال الواسع الذي يشهده العالم لوسائل الدفع الالكترونية إلا أن هذا الاستعمال لا يزال في بداياته بالنسبة لبنك الفلاحة و التنمية الريفية الذي لا يزال يستعمل و سائل الدفع التقليدية إلا أن البنك يشهد إقبال عملائه على استخدام البطاقات البنكية فقد ادخل بنك الفلاحة و التنمية الريفية البطاقات البلاستيكية سنة 2005 التي كانت تتميز في بدايتها بأنها خاصة فقط بالبنك فلا يستطيع العميل أن يستخدمها لدى بنك آخر أو في صراف آلي غير الصراف الآلي الخاص بالبنك و بعد 1 أكتوبر 2007 أصبح من الممكن استعمال هذه البطاقات بين البنوك جميعها.

يصدر بنك الفلاحة و التنمية الريفية (CIB) CARTE INTER BANCAIRE

و تعرف هذه البطاقة على أنها بطاقة سحب تتميز بإمكانية استخدامها من طرف حاملها في

التجارة الالكترونية و تطوير وسائل الدفع للمؤسسات البنكية - دراسة حالة بنك الفلاحة

أي صراف آلي متواجد في أي بنك آخر من البنوك الجزائرية و تنقسم هذه البطاقة بدورها إلى قسمين هما البطاقة الزرقاء و البطاقة الذهبية حيث:

-البطاقة الزرقاء BLUE CARD : و هي عبارة عن بطاقة الكترونية تمنح للعملاء العاديين غير التجار و يمكن لصاحبها سحب مبلغ لا يتعدى 12000 د ج

-البطاقة الذهبية GOLD CARD: هي بطاقة الكترونية تمنح للتجار و الأطباء و الصيادلة... الخ و يمكن لصاحبها سحب مبلغ لا يتجاوز 30000 د ج

تستخدم البطاقات البنكية في بنك الفلاحة و التنمية الريفية في عمليتي السحب و الإيداع و تسديد الديون الناشئة من عملية الشراء للسلع و البضائع من المحلات التجارية التي لديها جهاز **TERMINAL PAIEMENT ELECTRONIC (TPE)** و هو عبارة عن جهاز يستخدمه أصحاب المحلات التجارية في عملية بيع البضائع.

إن هذه الخدمات الالكترونية التي يقدمها بنك الفلاحة و التنمية الريفية تحسن من مستواه الكترونيا و تكنولوجيا و تدخله باب المنافسة في جذب عملاء جدد و يشجع هذا على تسريع و إدخال خدمات التجارة الالكترونية في هذا البنك التي تقوم بالدرجة الأولى على وسائل الدفع الالكترونية.

خاتمة:

أصبحت التجارة الالكترونية في وقتنا الحالي محرك فعال لتنشيط العمل التجاري بين الأطراف المختلفة و في الجزائر فانه يتوجب على المنظومة المصرفية ترقية و تحسين و سائل الدفع بما يدعم تطور و نجاح التجارة الالكترونية.

الهوامش:

1- أمين فرج يوسف، عالمية التجارة الالكترونية و عقودها و أساليب مكافحة الغش التجاري الالكتروني، المكتب الجامعي، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2009، ص 36.

2- إبراهيم بختي، التجارة الالكترونية، ديوان المطبوعات الجامعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص 40.

3- محمد احمد أبو القاسم، التسويق عبر الانترنت، دار العلوم العربية، الأردن، ص 17.

- 4- إبراهيم بختي، مرجع سابق، ص 40.
- 5- إبراهيم بختي، مرجع سابق، ص 42.
- 6- هلمة احمد قنديل ، التجارة الالكترونية المرشد للمدير العصري رؤية تسويقية، قناة السويس، القاهرة، 2004، ص 19.
- 7- عبد الرحمان توفيق، التسويق الالكتروني، مركز الخبرات المهنية، القاهرة، 2007، ص 9.
- 8- السيد احمد عبد الخالق، التجارة الالكترونية و العولمة ، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2008، ص 36.
- 9- فريد النجار و آخرون، التجارة و الأعمال الالكترونية المتكاملة مجتمع المعرفة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006، ص 98.
- 10- نجم عبود نجم، الإدارة الالكترونية الإستراتيجية و الوظائف و المشكلات، دار المريخ للنشر، المملكة العربية السعودية، 2004، ص 40.
- 11- طارق عبد العال حماد، التجارة الالكترونية مفاهيم تجارب تحديات الأبعاد التكنولوجية و المالية و التطبيقية و القانونية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2002، ص 10.
- 12- محمد عبد العظيم، التسويق الالكتروني، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2008، ص 46.
- 13- هلمة احمد قنديل، مرجع سابق، ص 28.
- 14- فريد النجار و آخرون، مرجع سابق، ص 94.
- 15- إبراهيم بختي، مرجع سابق، ص 73.
- 16- دانييل زيلوكس، ترجمة هاني مهدي الجمل، المرشد الأساسي في التجارة الالكترونية، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2002، ص 124.
- 17- محمود سحنون، الاقتصاد النقدي و المصرفي، دار بهاء الدين للنشر و التوزيع، قسنطينة ، الجزائر، 2003، ص ص 20-21.

المواقع الالكترونية: يمكن للاستزادة في الموضوع زيارة المواقع التالية:

Staysawa.wordpress.com
Dvd4arab.maktoob.com
Sondico.maktoobblog.com
Ecommercetechnology.org