جامعة يحي فارس بالمدية

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير

تخصص مالية وإدارة المخاطر

بعنوان :

البنوك الإلكترونية كآلية لتطوير التجارة الإلكترونية

دراسة حالة بنك الخليج الجزائر في شقه الإلكتروني

من إعداد الطالب: **إشراف الأستاذ:**

وليد مصطفى زواق **إلياس يحياوي**

نوقشت يوم 08 جوان 2017 الموافق لـ 13 رمضان 1438 هـ أمام اللجنة المكونة من:

د. مراد جبارة	**أستاذ محاضر ب**	**رئيسا**
د. إلياس يحياوي	**أستاذ محاضر ب**	**مشرفا**
أ. محمد أمين بلكحل	**أستاذ مساعد أ**	**ممتحنا**

السنة الجامعية 2016 / 2017

شكر

أحمد الله عز وجل على جميع نعمه

وأشكره جلّ وعلا على توفيقه وامتنانه

أتقدم بجزيل الشكر إلى الأستاذ إلياس يحياوي

على نصائحه القيمة وصبره وتوجيهاته البناءة أثناء إعداد مذكرتي

وأتقدم بأسمى عبارات العرفان إلى جميع الأساتذة على مدهم يد المساعدة

والأخذ بيد الطالب من ظلمة الجهل إلى نور العلم

وفي النهاية يسرني أن أشكر جميع من ساهم من قريب أو بعيد في إتمام هذا العمل

المتواضع، وإلى كل من مدّ لي يد العون خلال مسيرتي العلمية.

الإهداء

إلى من تملك جواز سفري للجنة

– والدتي الكريمة أطال الله في عمرها -

إلى قدوتي الدائمة في الحياة

– والدي الفاضل أطال الله في عمره -

إلى أخي وأختي حفظهما الله تعالى

إلى كل الأصدقاء وزملاء الدراسة

إلى كل باحث، وطالب علم يبتغي به وجه الله جلّ وعلا.

إليهم جميعا أهدي ثمرة جهدي،،،،

الفهرس

شكر

إهداء

الفهرس ..... I-IV

قائمة الجداول V

قائمة الأشكال VI

مقدمة ..... أ - ح

الفصل الأول: العمليات المصرفية في البنوك الإلكترونية

تمهيد 2

المبحث الأول: ماهية البنوك الإلكترونية 3

المطلب الأول: مفهوم البنوك الإلكترونية 3

الفرع الأول: التطور التاريخي للبنوك الإلكترونية 3

الفرع الثاني: تعريف البنوك الإلكترونية 5

المطلب الثاني: أنماط وخصائص البنوك الإلكترونية 7

الفرع الأول: أنماط البنوك الإلكترونية 7

الفرع الثاني: خصائص البنوك الإلكترونية 8

المطلب الثالث: متطلبات قيام البنوك الإلكترونية ومخاطرها 10

الفرع الأول: متطلبات قيام البنوك الإلكترونية 10

الفرع الثاني: مخاطر البنوك الإلكترونية 12

المبحث الثاني: وسائل الدفع الالكتروني 14

المطلب الأول: مفهوم النقود الإلكترونية 14

الفرع الأول: تعريف النقود الإلكترونية 14

الفرع الثاني: خصائص النقود الإلكترونية 16

الفرع الثالث: أنواع النقود الإلكترونية 17

المطلب الثاني: أشكال الصيرفة الإلكترونية 18

الفرع الأول: الصراف الآلي 18
الفرع الثاني: بطاقات الدفع الالكتروني 19
الفرع الثالث: المحفظة والشيكات الإلكترونية 20
المطلب الثالث: مزايا وعيوب وسائل الدفع الالكتروني 22
الفرع الأول: مزايا وسائل الدفع الالكتروني 22
الفرع الثاني: عيوب وسائل الدفع الالكتروني 22
المبحث الثالث: آلية عمل المصارف الإلكترونية 23
المطلب الأول: الودائع المصرفية الإلكترونية 23
الفرع الأول: إيداع النقود 23
الفرع الثاني: إيداع الصكوك 24
المطلب الثاني: الحسابات المصرفية الإلكترونية 25
الفرع الأول: الفارق بين العميل العابر والعميل الدائم من حيث آلية التعامل مع البنك 25
الفرع الثاني: الحساب البسيط (حساب الودائع النقدية) 25
الفرع الثالث: الحساب الجاري 26
الفرع الرابع: النقل أو التحويل من المصرف 27
المطلب الثالث: عمليات الائتمان الإلكترونية 28
الفرع الأول: القرض المصرفي الإلكتروني 28
الفرع الثاني: الكفالة المصرفية الإلكترونية 28
الفرع الثالث: الخصم الإلكتروني 29
الفرع الرابع: الاعتمادات المصرفية الإلكترونية 29
خلاصة الفصل الأول 31
الفصل الثاني: التجارة الإلكترونية وانعكاساتها على الاقتصاد الوطني
تمهيد 33
المبحث الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية 34
المطلب الأول: نشأة وتاريخ التجارة الإلكترونية 34
المطلب الثاني: تعريف وخصائص التجارة الإلكترونية 36
الفرع الأول: تعريف التجارة الإلكترونية 36
الفرع الثاني: خصائص التجارة الإلكترونية 37

المطلب الثالث: أنواع التجارة الإلكترونية 37
المبحث الثاني: قواعد التجارة الإلكترونية 39
المطلب الأول: متطلبات التجارة الإلكترونية 39
المطلب الثاني: التحديات القانونية للتجارة الإلكترونية 41
المطلب الثالث: مشكلات التجارة الإلكترونية 42
المبحث الثالث: انعكاسات التجارة الإلكترونية على الاقتصاد الوطني 44
المطلب الأول: آلية عقد صفقات التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت 45
الفرع الأول: مرحلة عرض المنتجات وإتمام عملية الشراء 45
الفرع الثاني: مرحلة تسديد ثمن البضائع 45
الفرع الثالث: مرحلة تسليم البضائع 45
المطلب الثاني: آثار التجارة الإلكترونية على الاقتصاد الوطني 48
الفرع الأول :الآثار الاقتصادية للتجارة الإلكترونية على مستوى المستهلكين 48
الفرع الثاني: الآثار الاقتصادية للتجارة الإلكترونية على مستوى قطاع الأعمال 49
الفرع الثالث: الآثار الاقتصادية للتجارة الإلكترونية على المستوى القومي 50
المطلب الثالث: مدى تأثير التجارة الإلكترونية على أهداف السياسة النقدية 51
الفرع الأول: التأثير على استقرار نظام المدفوعات والأسواق المالية 51
الفرع الثاني: التأثير على أهداف السياسة النقدية 51
خلاصة الفصل الثاني 54
الفصل الثالث: دور البنوك الإلكترونية في تطوير التجارة الإلكترونية (دراسة حالة بنك الخليج الجزائر في شقه الإلكتروني)
تمهيد 56
المبحث الأول: بطاقة تعريفية لبنك الخليج الجزائر 57
المطلب الأول: تقديم بنك الخليج الجزائر 57
أولا: التعريف بشركة مشاريع الكويت القابضة "Kipco" 57
ثانيا: المساهمون في بنك الخليج الجزائر 58
المطلب الثاني: نشأة وتعريف بنك الخليج الجزائر 60
أولا : نشأة بنك الخليج الجزائر 60
ثانيا : تعريف بنك الخليج الجزائر 60

المطلب الثالث: المنتجات الإلكترونية التي يقدمها بنك الخليج 61
أولا: خدمة الصراف الآلي 61
ثانيا: بطاقة الدفع " سهلة" 61
ثالثا : خدمة المحفظة الإلكترونية 61
رابعا : خدمة البطاقات الإلكترونية master card و visa card 63
خامسا: التحويل المصرفي 67
المبحث الثاني: محاكاة التجارة الإلكترونية بواسطة بنك الخليج الجزائر 70
المطلب الأول: شحن البطاقة وتعيين السلعة 70
المطلب الثاني: عملية الشراء والدفع الإلكتروني 71
المطلب الثالث: الحصول على السلعة 74
المبحث الثالث: الجوانب الاقتصادية للتجارة الإلكترونية 78
المطلب الأول: تحسين المزايا النسبية 78
المطلب الثاني: زيادة المزايا التنافسية 81
المطلب الثالث: التأثير على الاقتصاد الكلي 83
خلاصة الفصل الثالث 85
خاتمة 87
قائمة المراجع 93

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
(1-1)	تكلفة الحصول على الخدمة المصرفية	9

قائمة الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
(1-1)	نموذج لحافظة إلكترونية لبنك PayPal الإلكتروني	20
(2-1)	نموذج لشيك إلكتروني	21
(1-2)	مدى التأثير المتبادل بين التجارة الإلكترونية والأعمال المصرفية الإلكترونية	46
(1-3)	نسب مساهمي بنك الخليج الجزائر	59
(2-3)	نافذة الدخول إلى البنك الإلكتروني AGB	62
(3-3)	التحقق من الرقم السري	62
(4-3)	نموذج لمحفظة إلكترونية لبنك الخليج الجزائر	63
(5-3)	طريقة شحن حساب البطاقة لبنك الخليج الجزائر	65
(6-3)	طريقة تأكيد شحن حساب البطاقة لبنك الخليج الجزائر	65
(7-3)	إشعار إتمام عملية الشحن بسلام	66
(8-3)	إضافة بطاقة إلى حساب بايبال	66
(9-3)	إشعار عدم تفعيل خاصية التحويل من قبل البنك	67
(10-3)	سحب مبالغ مالية من بايبال إلى رصيد بطاقة بنك الخليج	68
(11-3)	كيفية تحويل الأموال من بطاقة الخليج إلى بطاقة نتلر	69
(12-3)	نمودج عن موقع إلكتروني يعرض منتجات للبيع	71
(13-3)	كتابة معلومات عنوان الشحن	72
(14-3)	تعين الكمية وطريقة الشحن	73
(15-3)	تسجيل معلومات البطاقة بغرض الدفع	73
(16-3)	إشعار بقبول الدفع	74
(17-3)	تأكيد وصول المنتج	74
(18-3)	تقييم المنتج مع الوصف	75
(19-3)	طريقة فتح طعن	76
(20-3)	إرجاع المنتج أو تعويض الخسائر	76
(21-3)	أسباب إرجاع المنتوج أو تعويض الخسائر	77

مقدمة

مقـــــدمـــــة

أدى انتشار استخدام الإنترنت على المستوى العالمي إلى تقليل المسافات، وزيادة سرعة الاتصال مع كافة جنسيات العالم دون أدنى عناء أو شقاء، ونتيجة ذلك أصبح هناك الكثير من المواقع على شبكة الإنترنت، التي تقوم بتقديم خدمات سواء مجانية أو بمقابل مادي أو بعرض منتجات لها أو للغير، بهدف البيع أو طلب منتجات معينة لشرائها، وأصبح هناك توسع في هذا المجال أدى إلى انتشار التجارة الإلكترونية بشكل موسع، سمح للأفراد بالقيام بعمليات البيع والشراء والكثير من العمليات التجارية من المنازل، حيث أصبحت التجارة الإلكترونية والتي توصف بالتجارة الدولية الإلكترونية تختصر المسافات والوقت بشكل لا مثيل له.

ومع زيادة عمليات التجارة الدولية الإلكترونية أصبح هناك حاجة لوجود نوعية جديدة من البنوك غير التقليدية، تستطيع التعامل مع هذا النوع الجديد من التجارة، ولا تتقيد بمكان معين أو بأوقات عمل معينة كالبنوك التقليدية، وعليه نشأت البنوك الإلكترونية التي أصبحت توفر وسائل دفع جديدة.

وبذلك شهدت الحركة المصرفية تطوراً كبيراً باستخدام وسائل دفع إلكترونية جديدة انتهجتها هذه البنوك، بحيث ظهر على الساحة ما يعرف "بالنقود الإلكترونية" أو الرقمية التي تمثل النقود المودعة والمتداولة بين البنوك الإلكترونية والتي تستعمل في تسوية المعاملات التجارية والحجوزات والاستفادة من الخدمات التي تقبل هذا النوع من النقود، وأيضا تبرئة الذمة تجاه المدينين والوفاء بمختلف الالتزامات.

وتسعى العديد من الدول إلى تعظيم دور التجارة الإلكترونية خصوصا في ظل المتغيرات العالمية والتحديات الجديدة ومن المتوقع أن يتعاظم دورها في المستقبل القريب نظرا للتأثير الاقتصادي لهذه التجارة على المستوى الكلي والجزئي، حيث يتوقع أن تكون التجارة الإلكترونية هي أسلوب التجارة السائد بين المنظمات والأفراد خلال هذا القرن في كافة أنحاء العالم.

إشكالية البحث

على ضوء ما سبق فإن التساؤل الجوهري الذي نحاول الإجابة عليه هو: **إلى أي مدى يمكن للبنوك الإلكترونية أن تساهم في تطوير التجارة الإلكترونية ؟**

وتتفرع هذه الإشكالية الأساسية إلى الأسئلة الفرعية التالية:

1. ما هو مفهوم البنوك الإلكترونية؟ وما هي طبيعة النقود التي تتعامل بها؟ وما هي مختلف العمليات المصرفية التي تقدمها؟
2. ما هو مفهوم التجارة الإلكترونية؟ وما هي انعكاساتها على الاقتصاد الوطني؟
3. كيف يتم الدفع الإلكتروني عن طريق البنك الإلكتروني "لبنك الخليج الجزائر" ؟ وكيف تقوم بذلك التجارة الإلكترونية؟

فرضيات البحث

للإجابة عن الأسئلة المطروحة في الإشكالية و التساؤلات الفرعية نعتمد الفرضيات التالية:

1. البنوك الإلكترونية هي مؤسسات مالية تقدم العمليات المصرفية بطريقة إلكترونية دون الذهاب إلى البنك، بحيث تتعامل بنقود إلكترونية مخزنة على وسيلة إلكترونية، وتقدم خدمات كثيرة كإيداع النقود ومنح القروض وغيرها.
2. التجارة الإلكترونية تعبر عن نشاط تجاري من خلال تداول السلع والخدمات باستخدام تكنولوجيا الاتصالات الحديثة "الإنترنت"، ولها انعكاسات على قطاع الأعمال والمستهلكين والمستوى الوطني.
3. يتم الدفع الإلكتروني عبر عدة مراحل أهمها الاشتراك لدى البنك ، ثم شراء النقد الإلكتروني وبعدها الدفع لتسوية المعاملات المالية أو التجارية.

تحديد إطار الدراسة

يمكن تحديد إطار الدراسة في العناصر التالية:

- الحدود المكانية: شملت الدراسة بنك الخليج الجزائر من خلال شقه الالكتروني وفعاليته في قيام التجارة الإلكترونية في الجزائر مع الإشارة أحيانا لبنوك أخرى بغرض المقارنة.

- الحدود الزمنية: بما أن موضوع الدراسة يهتم بتطور التجارة الإلكترونية في الجزائر وقدرة مساهمة البنوك الإلكترونية لقيامها، ومع اختلاف المدة الزمنية من عنصر لآخر حسب مقتضيات الدراسة إلا أنها امتدت عموما ابتداء من ظهور التجارة الإلكترونية في شكلها الحديث بداية من عام 1994 مرورا بتاريخ بداية مزاولة نشاط بنك الخليج الجزائر عام 2004 إلى غاية تطوره في شكله الإلكتروني حتى عام 2017.

أسباب اختيار الموضوع

يعود سبب اختيار هذا الموضوع للاعتبارات التالية:

- التطورات الحاصلة في النظام المصرفي العالمي والأرقام الخيالية التي حققتها التجارة الإلكترونية في مختلف دول العالم المتقدم.

- استمرار اعتماد أساليب التجارة التقليدية بدلا من الإلكترونية في الجزائر رغم أن التعامل بالتجارة الإلكترونية قطع شوطا كبيرا في العديد من دول العالم.

- السعي وراء تقريب الصورة الحقيقية والكاملة للطالب حول كيفية استخدام البنوك الإلكترونية ومحاكاة التجارة الإلكترونية تطبيقيا .

- الرغبة والميول الشخصي في دراسة هذا الموضوع، وكذا من خلال الاطلاع المستمر على مختلف البنوك الإلكترونية.

- قلة الدراسات التي تتناول موضوع البنوك الإلكترونية والتجارة الإلكترونية خاصة من الجانب التطبيقي وكيف تؤثر على الاقتصاد الوطني.

أهمية الدراسة

تأتي أهمية الموضوع من خلال أهمية عملية وعلمية معاً .فالأهمية العملية هي الارتباط بظاهرة بدأت تكثر وتنتشر في معظم الدول المتقدمة، فالتحول لتسوية المعاملات التجارية والتعاملات مع البنوك بصورة إلكترونية بدأ يظهر في معظم الدول والمعاملات التي تمر بين أفرادها بصورة أصبح من الصعوبة بمكان تجاهلها، نظراً لتأثير ذلك التجاهل السلبي على الاستقرار الاقتصادي والمالي داخل الدولة التي تفعل ذلك.

أما الأهمية العلمية فتكمن في تحليل الآلية التي تعمل بها المصارف الإلكترونية، والتي تؤثر من خلالها على تطور التجارة الإلكترونية، ومدى تأثير ذلك على الجوانب الاقتصادية.

كما تبرز أهمية هذا البحث على المستوى التطبيقي من خلال إنشاء حساب لدى بنك إلكتروني والقيام بمختلف العمليات المصرفية ومحاكاة التجارة الإلكترونية .

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة بالإضافة إلى توضيح مدى مساهمة البنوك الإلكترونية في تطوير التجارة الإلكترونية وانعكاساتها على الاقتصاد الوطني إلى ما يلي:

- تحليل مفهوم البنوك الإلكترونية وأهميتها في الوقت الحالي.
- البحث في مختلف العمليات المصرفية التي تقدمها البنوك الإلكترونية وفعاليتها في القيام بالتجارة الإلكترونية.
- استعراض مفهوم التجارة الإلكترونية وأنواعها ومجالاتها وتطورها وآثارها الاقتصادية؟
- تحديد ومعرفة علاقة البنوك الإلكترونية بتطور التجارة الإلكترونية ومدى تأثيرها على الاقتصاد الوطني.
- تقريب ممارسات العمليات المصرفية الإلكترونية والتجارة الإلكترونية إلى شريحة كبيرة من الأفراد في المجتمع .

الدراسات السابقة

في حدود علم الباحث، يمكن توضيح بعض الدراسات التي لها علاقة بموضوعنا كما يلي:

- ✓ سفيان فكارشة، "الأبعاد الاقتصادية والمالية للتجارة الإلكترونية (حالة الجزائر)" أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 3، 2014/2013.

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز الوظائف الأساسية للتجارة الإلكترونية في عمليات التبادل التجاري، وكذا إبراز مزايا التجارة الإلكترونية، والتعرف على الآثار الاقتصادية والمالية المترتبة عن ممارستها، وكيفية المعالجة الضريبية لها، وأهم معوقات تطبيقها في الجزائر.

وقد تناول الباحث من خلال المنهج الوصفي الجانب النظري من البحث، الذي يصف فيه التجارة الإلكترونية وما يحوم حولها من أدبيات، أين تم الاعتماد في جمع المعطيات والمعلومات المتعلقة بالموضوع من مصادر مختلفة ساهمت في إثراء الدراسة.

أما الجانب التطبيقي من الدراسة فتمثل في تحليل مختلف المعطيات والبيانات المتعلقة بالدراسة الميدانية القائمة على استبيان، من خلال استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية للوصول إلى نتائج البحث.

ومن أهم النتائج المتوصل إليها في بحثه أن التجارة الإلكترونية هي توليفة واسعة ومتنوعة من تطبيقات الأعمال على الشبكة، والتي تتطلب وجود بنية تحتية داعمة واستراتيجيات شاملة وإجراءات ومعايير عمل تقوم عليها تطبيقات التجارة الإلكترونية، وأن لهذه الأخيرة مجموعة هائلة من العوائق التي تحد من قيامها بشكل واسع في الجزائر لعدم جاهزية المصارف والشركات لتقبل هذا النوع من التجارة.

- ✓ بلقيدوم صباح، " أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة (NTIC) على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية" رسالة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة قسنطينة 2، 2013/2012.

تهدف هذه الدراسة إلى تقديم إطار نظري وعلمي منظم من خلال دراسة أهمية التسيير الاستراتيجي للمنظمات وأهمية استعمال تكنولوجيا نظم المعلومات والاتصالات وأثرها على المؤسسات الاقتصادية، ودراسة عملية الانتقال من الاقتصاد الصناعي إلى اقتصاد المعرفة.

وقد تناول الباحث من خلال المنهج الوصفي التحليلي الجانب النظري من الدراسة، فيما يتعلق بظهور الاقتصاد الجديد (الاقتصاد المعرفي) وأهمية التسيير الاستراتيجي للمنظمات، ودور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تمكين هذه الأخيرة من تحقيق مزايا تنافسية.

أما الجانب التطبيقي من الدراسة فتمثل في دراسة حالة وهي دراسة تقييميه لواقع تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على التسيير الإستراتيجي لمؤسسة اتصالات الجزائر (MOBILIS) لخدمات الهاتف النقال.

ومن أهم النتائج المتوصل إليها في بحثه أن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يمكن المؤسسات من الحصول على المعلومات الهامة عن حجم السوق وقوة المنافسين وتغير أذواق المستهلكين والخصائص الثقافية للمجتمع، وأن الوسائل التكنولوجية المستخدمة من طرف المؤسسات تؤدي إلى تفعيل الإدارة الإستراتيجية في رسم الاستراتيجيات المناسبة لقيام الاقتصاد الوطني.

- ✓ مسعود جماني، " أثر التجارة الإلكترونية على إنتاجية وتنافسية المؤسسة " دراسة استطلاعية لبعض الوكالات السياحية بمنطقة باتنة، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2008/2007.

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل ظاهرة التجارة الإلكترونية وعلاقتها بالتنافسية ودراسة واقع مؤسسات السياحة في منطقة باتنة إزاء هذه الظاهرة ومدى الاستفادة منها من خلال استعراض مفهوم التجارة الإلكترونية وأنواعها ومجالاتها وتطورها والمتطلبات اللازمة لها وآثارها الاقتصادية؛ ومعرفة علاقة التجارة الإلكترونية بالتنافسية؛ مع إبراز مدى استفادة مؤسسات السياحة من تطبيقات التجارة الإلكترونية.

كما توصل الباحث إلى أن التجارة الإلكترونية غيرت من طبيعة الأنشطة المختلفة ذات الصلة، مما أدى إلى استخدام أساليب جديدة مختلفة عما هو مستخدم بالصورة التقليدية، حيث ظهر سوقان الأول تقليدي والثاني إلكتروني، إلا أن الأمر لن يبقى على ما هو عليه لأن الكفة مرجحة باتجاه السوق الإلكتروني على حساب التقليدي وبالتالي فإن ضرورة النمو والبقاء تحتم على المؤسسات التكيف مع السوق الجديد من خلال التركيز على التجارة الإلكترونية وذلك بهدف تحسين الأداء والخدمات وتسهيل الاتصال بين المتعاملين لمواكبة التقدم.

- ✓ أيوب علندة، " إشكالية أمن العمليات المصرفية في البنوك الإلكترونية " دراسة حالة بنك ' نتلر ' الإلكتروني ، مذكرة ماستر في العلوم الاقتصادية، جامعة المسيلة، 2014/2013.

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل مفهوم البنوك الإلكترونية وأهميتها في الوقت الحالي ودراسة مختلف العمليات المصرفية التي تقدمها، بالإضافة إلى المخاطر التي تتعرض لها وكيفية حمايتها وتأمينها.

حيث قام الباحث بدراسة البنوك الإلكترونية من حيث نشأتها وأنماطها وخصائصها ومتطلبات قيامها، إضافة إلى مفهوم النقود الإلكترونية وأشكالها ومزاياها والطبيعة القانونية لها، كما قدم عرضا للعمليات المصرفية التي تقدمها البنوك الإلكترونية وطرق تأمينها من المخاطر والتحديات التي تواجهها.

كما توصل الباحث إلى أن البنوك الإلكترونية تساهم في تخفيض التكاليف التشغيلية وتقليل الرسوم الإضافية، كما أنها تسعى إلى توفير الوسائل الفنية والتقنية اللازمة لحماية زبائنها من خلال نظم الحماية والتشفير التي توفرها.

صعوبات الدراسة

تبعا لخصوصية الموضوع المتعلق بالبنوك الإلكترونية كآلية لتطوير التجارة الإلكترونية وانعكاساتها على الاقتصاد الوطني، وجدنا أمامنا بعض الصعوبات من أهمها ما يلي:

- صعوبة الحصول على المعلومات المرتبطة بالواقع الجزائري من حيث الإحصائيات الدقيقة لحجم استخدام البنوك الإلكترونية في الجزائر، وحجم الأموال المتداولة في التجارة الإلكترونية الصادرة من الجزائر لدراسة انعكاس ذلك على الاقتصاد الوطني الجزائري.

- غياب تام لإحصائيات رسمية صادرة من السلطات المعنية فيما يخص حجم التجارة الإلكترونية على المستوى الوطني في كل المواقع المتخصصة منها الديوان الوطني للإحصائيات والبنك المركزي ووزارة المالية والمديرية العامة للجمارك.

- غياب المعلومات الدقيقة المرتبطة بعدد الحسابات الإلكترونية وحجم الأموال المتداول عبرها في التقارير السنوية المنشورة عبر مواقع البنوك الإلكترونية المعتمدة في الجزائر مثل بنك الخليج الجزائر، وBNP PARIBAS.

- استحالة فتح حساب بالعملة الصعبة وربطه ببطاقة فيزا لبنك خليج الجزائر بوكالة ولاية المدية لعدم حصولها على اعتماد من البنك المركزي يؤهلها لإصدار بطاقتي ماستر كارد وفيزا كارد، وبذلك توجهنا إلى وكالة البليدة التي لم توفر لنا الاستقبال الجيد لعدم استعدادها للتعاون مع الجامعة الجزائرية تحت شعار سرية المعلومات.

- قلة الدراسات الأكاديمية المتخصصة التي تناولت موضوع ربط البنوك الإلكترونية بالتجارة الإلكترونية وكيف يؤثر ذلك على الاقتصاد الوطني، وخاصة منها الأطروحات و الرسائل التي تفتقد إليها الجامعة الجزائرية في حدود علم الباحث.

المنهج و الأدوات المستخدمة في الدراسة

من أجل تحقيق الهدف من الدراسة ونظرا لما تستدعيه طبيعة الموضوع، تم الاعتماد على المنهج الوصفي في دراسة الجوانب النظرية للبنوك الإلكترونية والتجارة الإلكترونية، وحين التعرض للمراحل التاريخية لهما، والمنهج الوصفي التحليلي في الجوانب المرتبطة بمحاكاة التجارة الإلكترونية عبر البنك الإلكتروني لبنك الخليج الجزائر.

خـطـة الدراسة

من أجل تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن التساؤلات المطروحة تم تقسيم البحث إلى ثلاثة فصول:

الفصل الأول: ماهية البنوك الإلكترونية وعملياتها المصرفية

سنتناول من خلال هذا الفصل مختلف الجوانب النظرية للبنوك الإلكترونية، وذلك من خلال دراسة ماهية هذه الأخيرة، ومتطلباتها ومخاطرها، وأهم وسائل الدفع الإلكتروني، وماهية الأموال المتداولة لديها، والعمليات المصرفية الإلكترونية التي تقدمها ومخاطرها.

الفصل الثاني: ماهية التجارة الإلكترونية وانعكاساتها على الاقتصاد الوطني

سنخصص هذا الفصل لدراسة التجارة الإلكترونية من حيث نشأتها ومفهومها وأشكالها، والتحديات القانونية لها ومشكلاتها، كما سنتناول من خلال هذا الفصل انعكاسات التجارة الإلكترونية على الاقتصاد الوطني ومدى تأثيرها على أهداف السياسة النقدية.

الفصل الثالث: دور البنوك الإلكترونية في تطوير التجارة الإلكترونية (دراسة حالة بنك الخليج الجزائر في شقه الإلكتروني)

من خلال هذا الفصل، سنحاول دراسة حالة بنك الخليج الجزائر في شقه الإلكتروني من خلال نظرة عامة حوله، والخدمات الإلكترونية التي يقدمها، وعرض آلية عمل الدفع الالكتروني من خلال بنك الخليج الجزائر ودورها في قيام التجارة الإلكترونية من خلال الشراء من موقع إلكتروني ومحاكاة التجارة الإلكترونية بذلك، ودراسة الآثار الاقتصادية لها.

الفصل الأول:

العمليات المصرفية في البنوك الإلكترونية

تمهيد:

إن التطورات التي حدثت في الاقتصاد العالمي على صعيد النظام المالي بمختلف أشكاله وفقا للتطورات التكنولوجية الهائلة الحاصلة في المجال، أدت إلى التوصل إلى نظم سداد وتعاقدات إلكترونية اختصرت النقود التقليدية في بطاقات بلاستيكية صغيرة أو مجموعة بيانات داخل جهاز الحاسوب، يمكن الوصول إليها عن طريق إدخال رقم سري.

إن تطور وسائل الدفع مر بالعديد من التغيرات بفضل التقدم التكنولوجي الذي أحدث تحولات كبيرة في نظم الدفع والسداد، والتي أصبحت قادرة على القيام بعمليات الشراء والوفاء بالقيم النقدية لمستحقيها دون نقد فوري، لأنها ميسرة ومضمونة من طرف البنوك التي أصبحت تسمح بإبرام صفقات عن بعد. وعليه تناولنا هذا الفصل في ثلاثة مباحث كما يلي:

- في المبحث الأول نتعرض لماهية البنوك الإلكترونية من حيث التطور التاريخي والمفهوم بالإضافة إلى أنماط وخصائص البنوك الإلكترونية وكذا متطلبات ومخاطر البنوك الإلكترونية.
- أما المبحث الثاني فيلقي الضوء على وسائل الدفع الإلكتروني من حيث مفهوم النقود الإلكترونية وخصائصها بالإضافة إلى أشكال الصيرفة الإلكترونية وكذا التطرق لمزايا وعيوب وسائل الدفع الالكتروني.
- وفي المبحث الثالث قمنا بتقديم عرض آلية عمل المصارف الإلكترونية من حيث الودائع والحسابات المصرفية الإلكترونية وكذا عمليات الائتمان الإلكترونية.

المبحث الأول: ماهية البنوك الإلكترونية

إن تطور العمل الآلي في المصارف قد ساير عمليات التطور التكنولوجي بمراحله المتدرجة، وكان ظهور الصيرفة الإلكترونية نتيجة منطقية لثورة التكنولوجيات الجديدة في الإعلام والاتصال وعولمة الأسواق المالية والمصرفية.

المطلب الأول: مفهوم البنوك الإلكترونية

إن تحديد مفهوم دقيق للبنوك الإلكترونية يقتضي تناولها في قالبها التاريخي ثم أهم التعاريف لها.

الفرع الأول: التطور التاريخي للبنوك الإلكترونية

إن الأدبيات المتخصصة بالصيرفة الإلكترونية لم تحدد بدقة نشأة العمل المصرفي الالكتروني، إلا أنها رصدت بعض مظاهر التطور في الصيرفة الإلكترونية حسب التسلسل الزمني على النحو التالي:

أولا : إلى غاية نهاية العشرينات من القرن الماضي

شهدت هذه المرحلة ولادة الحاسب الآلي حيث اخترع أول جهاز حاسوب آلي الذي يمثل الجيل الأول من الحاسوب[1]، كما شهدت هذه المرحلة ولادة فكرة بطاقة الدفع في الولايات المتحدة الأمريكية حوالي سنة 1914 عندما أصدرت شركات البترول الأمريكية بطاقات معدنية لزبائنها لشراء ما يحتاجون إليه، وبهذا كانت النشأة الأولى للصيرفة الإلكترونية - النقود الإلكترونية – تمت في البيئة التجارية لا المصرفية، وكانت عبارة عن قطعة معدنية كرمز لعلاقة بين وحدة تجارية تسمى western union وعملائها الأكثر ثقة وتميزا، حيث مكنتهم من دفع مستحقاتهم من خلال تلك البطاقة، ثم صدرت بطاقة شركة التلغراف سنة 1915 وهي بطاقة معدنية عملت بها بعض الفنادق سنة 1917 وتبعتها شركات البترول سنة 1924[2].

ثانيا : من بداية الثلاثينات إلى نهاية الخمسينات

شهدت هذه المرحلة ميلاد أول بطاقة بلاستيكية Utap* سنة 1936 التي اعتبرت أول بطاقة ائتمانية حديثة، لكن قبولها كان محددا فقط بشراء تذاكر الطيران[3]، واتسع الاستخدام الحقيقي للبطاقات البلاستيكية على يد البنوك، حيث ظهرت بطاقات مصرفية سنة 1950 لبنك ناشيونال فرانكلين National Franklin بنيويورك عندما أصدرت بطاقة National Credit Card Club كما

[1] مزهر شعبان العاني، نظم المعلومات الإدارية: منظور تكنولوجي، ط 1، دار وائل، عمان، 2009، ص 88.
[2] عبد الهادي مسعودي، الأعمال المصرفية الإلكترونية: بنوك إلكترونية ونقود إلكترونية وبطاقات إلكترونية، دار اليازوري، عمان، 2016، ص13.
* Utap. United travel air plan.
[3] عبد الباسط وفا، سوق النقد الإلكترونية: الفرص – المخاطر – الآفاق، جامعة حلوان، مصر 2003، ص 4.

ظهرت في فرنسا سنة 1954 بطاقة دينرز كلوب Cartes du Diners وأخيرا بطاقة American Express سنة 1958[1].

ثالثا : في فترة الستينات

في هذه المرحلة كانت بداية انطلاق البنوك للأنشطة العالمية، وكان ذلك نتاج نمو التجارة العالمية والاهتمام بالتجارة الخارجية بشكل أساسي، وسميت هذه المرحلة بفترة المكننةAutomation Period في أنظمة العمل المصرفي، وهي مرحلة التحول من النظام اليدوي إلى النظام الآلي، وفي هذه الفترة ظهرت بطاقة Master Card و Visa كوسيلة دفع مصرفية للزبائن[2]، كما شهدت ميلاد الجيل الثاني من الحاسوب (1959- 1964)[3]، وشهدت استعمال الصراف الآلي سنة 1967 لدى مصرف barclays bank وهو صراف كهربائي اخترعه البريطاني dela rue واستخدم في العملات الصغيرة والإيصالات التي تحفظ بها آلة هذا الصراف[4]، وتمثل هذه المرحلة بداية الصيرفة الإلكترونية حيث حلت مشكلة الازدحام في المصارف عند سحب الرواتب وتوفير صرف النقود خارج أوقات الدوام الرسمي، كما تم استخدام أول بطاقة دفع في فرنسا سنة 1967 التي تم تجهيزها بشرائح مغناطيسية بعد أربع سنوات من ذلك لتسمح بإنجاز عدة خدمات مصرفية بواسطة الموزعات الآلية[5].

رابعا : في فترة السبعينات

تعد هذه المرحلة فترة التحرر المالي أين انتقلت الخدمات المصرفية عبر القارات والدول، ويرجع ذلك إلى ظهور نظم تحويل الأموال إلكترونيا[6] Electronic Funf Transfer حيث بدأ العمل بنظام مقاصة المدفوعات بين المصارف CHIPS[*] سنة 1970 في أمريكا وتطور نظام غرفة المقاصة الآلية ACH[**] للبنك الفيدرالي سنة 1974، كما شهدت هذه الفترة تأسيس جمعية الاتصالات العالمية بين البنوك SWIFT[***] سنة 1978 في بلجيكا، وهي أول المؤسسات المصرفية التي تقدم خدمات تسوية المدفوعات بين البنوك حول العالم[7]، كما تم تطوير الجيل الثالث من الحاسوب (1965-1970) وتم

---

[1] سميحة القيلوني، وسائل الدفع الحديثة، البطاقات البلاستيكية، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، منشورات الحلبي، الجزء الأول، بيروت، 2007، ص 60.

[2] أحمد بلقاسم مختار التواتي، معوقات تطوير الصيرفة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية، كلية العلوم المالية والمصرفية، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، عمان 2010، ص 12.

[3] عبد الهادي مسعودي، مرجع سابق، ص 15.

[4] نادر عبد العزيز شافي، المصارف والنقود الإلكترونية، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، 2007، ص 159.

[5] Emmanuel-Amaud Pateron et Robert Salmon, Les Nouvelles Technologies de l'Information et l'Entreprise, Economica, Paris, 1996, P59.

[6] توفيق سنبور، أدوات الدفع الإلكتروني: النقود الإلكترونية، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، منشورات الحلبي، الجزء الأول، بيروت، 2007، ص 124.

[*] CHIPS: Clearing House InterBank Payment System.

[**] ACH: Automated Clearing Houses.

[***] SWIFT: Society for WorldWide InterBank Financial Telecommunications.

[7] زهير بشنق، العمليات المالية المصرفية الإلكترونية، إتحاد المصارف العربية، بيروت، 2006، ص 60.

تأسيس أكبر اتحادين لتنظيم وإصدار بطاقات الدفع المصرفية حول العالم وهو جمعية الفيزا سنة 1986 وجمعية الماستر كارد 1979[1].

خامسا : في فترة الثمانينات

تميزت هذه المرحلة بنقل الخدمات المصرفية إلى بيوت الزبائن أو ما يسمى بالبنك المنزلي Home banking، كما تم تطوير الجيل الرابع للكمبيوتر (1971 – 2000)، وتم استخدام الهاتف الثابت في خدمات الاستفسار المصرفي سنة 1983 في بريطانيا، وإنشاء أول بنك ناطق (First Direct Bank) من قبل بنك HSBC في بريطانيا سنة 1989 والذي يقدم خدمات على مدى 24 ساعة طيلة أيام السنة[2].

سادسا : في فترة التسعينات

شهدت هذه الفترة أهم التطورات في مجال الصيرفة الإلكترونية أين تم تطوير الجيل الخامس للحاسوب وتطوير الحاسبات الشخصية، كما حدثت أهم التطورات في مجال الاتصالات والتكنوجيا وانتشار شبكة الإنترنت والهواتف النقالة بشكل واسع، كما شهدت ميلاد أول بنك إلكتروني سنة 1995 عبر الإنترنت وهو Net bank في أمريكا، وتم تطوير نظام الصفقات الإلكترونية الآمنة Seucre Electronic Transactions SET وانتشرت أنظمة تبادل البيانات إلكترونيا وأنظمة تسوية الشيكات الإلكترونية عبر الإنترنت، وتم اختراع البطاقة الذكية في فرنسا سنة 1993.

سابعا : في فترة بداية الألفية الثالثة حتى وقتنا الحاضر

في هذه المرحلة تم دمج الخدمة الإلكترونية مع شبكة الإنترنت وذلك بربط أجهزة الصراف الآلي والهواتف الخلوية مع الإنترنت، وظهور ما يعرف بالبنوك الجوالة أو الخلوية وانتشرت الوسائل الإلكترونية كالبطاقات البلاستيكية والذكية والمحفظة الإلكترونية وكذلك الشيكات الإلكترونية والنقود الإلكترونية، وأصبحت جل الخدمات تقدم عبر الوسائل الإلكترونية المختلفة[3].

الفرع الثاني: تعريف البنوك الإلكترونية

لقد تباينت تعاريف البنوك الإلكترونية وتعددت تبعا للتطور التكنولوجي وتطبيقاته في المصارف وبرز الاختلاف الواضح في ترجمة العديد من المصطلحات التي تطلق على البنوك المتطورة مثل البنوك الإلكترونية Electronic Banking أو بنوك الإنترنت Internet Banking أو البنوك الإلكترونية عن بعد Remote Electronic Banking، أو البنك المنزلي Home Banking أو البنك المباشر

[1] عبد الهادي مسعودي، مرجع سابق، ص 16.
[2] نفس المرجع، ص 16.
[3] أحمد بلقاسم مختار التواتي، مرجع سابق، ص 14.

Online Banking أو البنوك الخدمية الذاتية Self Service Banking أو بنوك الويب Web Banking[1]، ولعل أهم هذه التعاريف ما يلي:

التعريف الأول: هي قيام زبائن البنك بإدارة معاملاتهم وأعمالهم المصرفية، من المكتب أو المنزل أو في أي مكان آخر وفي أي وقت يريدونه عبر شبكة الاتصالات الإلكترونية أو الإنترنت[2].

التعريف الثاني: هو إجراء العمليات المصرفية بطرق إلكترونية، باستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة، سواء تعلق الأمر بالأعمال المصرفية التقليدية أو الجديدة وفي ظل هذا النمط لن يكون العميل مضطرا للتنقل إلى البنك إذا أمكنه القيام بالأعمال التي يريدها من بنكه من أي مكان وفي أي زمان[3].

التعريف الثالث : هي عبارة عن نظام قائم بذاته من خلال مواقع إلكترونية تقدم خدمات مصرفية ومالية وتجارية وإدارية شاملة، لها وجود مستقل على الشبكة الإلكترونية، قادرة على التعاقد وتقديم الخدمات المصرفية[4].

التعريف الرابع: هو النظام الذي يتيح للزبون الوصول إلى حساباته أو أية معلومات يريدها، والحصول على مختلف الخدمات والمنتجات المصرفية من خلال شبكة المعلومات، يرتبط بها جهاز الكمبيوتر الخاص به أو الوسائل الإلكترونية أو الرقمية أو الآلية الأخرى[5].

التعريف الخامس: هي ما يتاح للزبون من تعاملات عن طريق خط يوفره البنك، لإنجاز كافة المعاملات مع البنك دون أن يضطر للذهاب بنفسه لمقر العمل[6].

التعريف السادس: هو العمل الذي تكون فيه الإنترنت وسيلة الاتصال بين المصرف والزبون وبمساعدة نظم (Systemes) أخرى تمكن الزبون من الاستفادة من الخدمات والحصول على المنتجات المصرفية المختلفة بدون الحاجة للاتصال المباشر بموظفي البنك[7].

التعريف السابع: هي المصارف التي تعتمد على الركائز أو الوسائط الإلكترونية والعمل على مدار الساعة ، 24 ساعة يوميا وخلال 7 أيام في الأسبوع وبدون توقف وتوظيف كافة التطورات في مجال التكنولوجيا والاتصال لتقديم كافة الخدمات[8].

---

[1] يوسف حسن يوسف، البنوك الإلكترونية، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، 2012، ص 11.
[2] دريد كمال آل الشيب، إدارة البنوك المعاصرة، دار المسيرة، عمان، 2012، ص 68.
[3] وسيم محمد الحداد وآخرون، الخدمات المصرفية الإلكترونية، دار المسيرة، عمان، ط 1، 2012، ص 55.
[4] عبد الهادي مسعودي، مرجع سابق، ص 15.
[5] زهير بشنق، مرجع سابق، ص 40.
[6] منير الجنبيهي وممدوح الجنبيهي، البنوك الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006، ص 10.
[7] نادر الفرد قاحوش، العمل المصرفي عبر الإنترنت، الدار العربية للعلوم ومكتبة الرايد، عمان – بيروت، 2001، ص 32.
[8] ناظم محمد نوري الشمري وعبد الفتاح زهير، الصيرفة الإلكترونية، دار وائل، عمان، 2008، ص 25.

من التعاريف السابقة الذكر يمكن استخلاص التعريف التالي: "البنك الالكتروني هو بنك له وجود كامل على شبكة الإنترنت، ويحتوي موقعه على كافة البرمجيات اللازمة للأعمال المصرفية، حيث يتيح هذا البنك للعميل القيام بكافة الأعمال الخاصة بالبنك في أي مكان موجود به وفي أي وقت يشاء، وذلك بواسطة خط يوفره البنك يسمح له بإنجاز كافة معاملاته دون أن يضطر إلى الذهاب بنفسه إلى مقر البنك".

المطلب الثاني: أنماط وخصائص البنوك الإلكترونية

لا يمكن التطرق للبنوك الإلكترونية دون معرفة أنماطها وخصائصها التي تميزها عن غيرها، حيث سيتم إيجاز كل منها في هذا المطلب.

الفرع الأول: أنماط البنوك الإلكترونية

ليس كل موقع لبنك على شبكة الإنترنت يعني بنكا إلكترونيا، فوفقا للدراسات العالمية وتحديدا دراسات جهات الإشراف والرقابة الأمريكية والأوربية فإن هناك ثلاث صور أساسية للبنوك الإلكترونية على الإنترنت.

1. الموقع المعلوماتي Information

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

2. الموقع التفاعلي أو الاتصالي Communicative

بحيث يسمح الموقع بنوع ما من التبادل الاتصالي بين البنك وعملائه كالبريد الالكتروني وتعبئة طلبات أو نماذج على الخط أو تعديل معلومات القيود والحسابات[1].

3. الموقع التبادلي Transactional

من خلال هذا المستوى يمكن القول أن البنك يمارس خدماته وأنشطته في بيئة إلكترونية، كما يمكن للعميل القيام بمعظم معاملاته إلكترونيا من سداد قيمة الفواتير، وإدارة التدفقات النقدية، وإجراء كافة الخدمات الاستعلامية سواء داخل البنك أو خارجه[2].

[1] السعيد بريكة، نادية شبانة، البنوك الإلكترونية: الواقع والآفاق، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2016، ص 76-77.
[2] يوسف حسن يوسف، مرجع سابق، ص 14.

إن غالبية البنوك في العالم قد أنشأت بشكل أو بآخر مواقع معلوماتية تعد من قبيل المواد الدعائية، واتجهت معظم المواقع إلى استخدام بعض وسائل الاتصال التفاعلي مع الزبون، على عكس المواقع التبادلية التي لا تزال اتجاهات البنوك نحوها تخضع لاعتبارات عديدة، فهذه المواقع تعني قدرة الزبون على التعامل مع الخدمة المصرفية عن بعد ومن خلال الإنترنت، وأن البنوك الإلكترونية هي البنوك التي تقع في نطاق النمط الثالث من الأنماط المتقدمة[1].

الفرع الثاني: خصائص البنوك الإلكترونية

تنفرد البنوك الإلكترونية في تقديم خدمات متميزة عن غيرها من البنوك التقليدية تلبية لاحتياجات العميل المصرفي وهو ما يحقق للبنك مزايا عديدة عن غيره من البنوك المنافسة، وفيما يلي توضيح لمجالات تميز البنوك الإلكترونية[2]:

1. إمكانية الوصول إلى قاعدة أوسع من العملاء

تتميز البنوك الإلكترونية بقدرتها على الوصول إلى قاعدة عريضة من العملاء دون التقيد بمكان أو زمان معين، كما تتيح لهم إمكانية طلب الخدمة في أي وقت وعلى طول أيام الأسبوع وهو ما يوفر الراحة للعميل، إضافة إلى أن سرية المعاملات التي تميز هذه البنوك تزيد من ثقة العملاء فيها.

2. تقديم خدمات مصرفية كاملة وجديدة

تقدم البنوك الإلكترونية كافة الخدمات المصرفية التقليدية، وإلى جانبها خدمات أكثر تطورا عبر الإنترنت تميزها عن الأداء التقليدي مثل[3]:

- شكل بسيط من أشكال النشرات الإلكترونية الإعلانية عن الخدمات المصرفية.
- إمداد العملاء بطريقة التأكد من أرصدتهم لدى المصرف.
- تقديم طريقة دفع العملاء للكمبيالات المسحوبة عليهم إلكترونيا.
- كيفية إدارة المحافظ المالية من (أسهم وسندات) للعملاء.
- طريقة تحويل الأموال بين حسابات العملاء المختلفة.

[1] السعيد بريكة، نادية شبانة، مرجع سابق، ص 77.
[2] يوسف حسن يوسف، مرجع سابق، ص 15.
[3] نفس المرجع، ص 15.

3. خفض التكاليف

تمثل التكاليف أهم العوامل التي تقيد البنوك عند التفكير في افتتاح فرع جديد كتكاليف شراء الموقع (المبنى)، وتأثيثه وتكاليف التشغيل والصيانة... إلخ، وتعتبر تلك التكاليف معدومة نهائيا في جالة البنوك الإلكترونية لاختلاف طبيعتها، كونها لا تحتاج إلى مقار وتأثيث وعمالة كثيرة، وبهذا يعد تخفيض التكاليف أحد أهم المميزات التي تتميز بها البنوك الإلكترونية، وأظهرت إحدى الدراسات أن معدل تكلفة الخدمة في الولايات المتحدة الأمريكية يبلغ 1 $ في البنوك التقليدية، وتبلغ حوالي 25 سنتا في أجهزة الصراف الآلي، و 1 سنت في الإنترنت[1]، والجدول التالي يوضح تكلفة الحصول على الخدمة المصرفية عبر القنوات الإلكترونية.

الجدول رقم (1-1) : تكلفة الحصول على الخدمة المصرفية

القناة الإلكترونية	الإنترنت	الصراف الآلي	الهاتف	الفروع
التكلفة بالدولار	0.09	0.17	0.4	1.06

المصدر: ناظم محمد نوري الشمري وعبد الفتاح زهير، مرجع سابق، ص 40.

4. زيادة كفاءة البنوك الإلكترونية

لسرعة إنجاز الأعمال عن البنوك التقليدية أصبح سهلا على العميل الاتصال بالبنك عبر الإنترنت الذي يقوم بتنفيذ العمليات المصرفية اللازمة والتي تنتهي في أجزاء صغيرة من الدقيقة الواحدة بأداء صحيح وبكفاءة عالية مما لو انتقل العميل إلى مقر البنك وقابل أحد موظفي البنك الذين عادة ما يكونون منشغلون عنه[2].

5. تعميق الولاء

تعمل الإنترنت على زيادة فرص اتصال الزبون بمصرفه والحصول على خدماته ومنتجاته ضمن دائرة مكان وزمان أوسع، مما يعمل على توطيد العلاقة بين الزبون والمصرف وخلق نوع جديد من الولاء له، هذا ما يساعد على المنافسة والمحافظة على زبائنه الحاليين واستقطاب زبائن جدد[3].

[1] عبد الهادي مسعودي، مرجع سابق، ص 28.
[2] وسيم محمد الحداد وآخرون، مرجع سابق، ص 55.
[3] عبد الهادي مسعودي، مرجع سابق، ص 29.

6. خدمات البطاقة

توفر البنوك الإلكترونية خدمات متميزة لرجال الأعمال والعملاء ذي المستوى المرموق مثل خدمات سامبا الماسية والذهبية المقدمة لفئة محددة من العملاء على شكل بطاقات ائتمانية وبخصم خاص، ومن هذه البطاقات بطاقة سوني التي تمكن العميل من استخدامها في أكثر من 18 مليون من أكبر الأماكن، وتشمل على خدمات مجانية على مدار الساعة برقم خاص، خدمة مراكز الأعمال، الإعفاء من رسوم وعمولات الخدمات البنكية، بالإضافة إلى كثير من الخدمات الخاصة الأخرى.

وعموما تتيح البنوك الإلكترونية خيارات أوسع للمتعاملين بها وحرية أكثر في اختيار الخدمات ونوعيتها، إلا أن التحدي الأكبر يتمحور حول مدى فاعلية هذه الصيرفة في كسب ثقة العملاء فيها وهو ما يتطلب من المصرف توفير قاعدة من البيانات لتأدية الخدمات بكفاءة عالية[1].

المطلب الثالث : متطلبات ومخاطر البنوك الإلكترونية

نتعرض في هذا المطلب إلى متطلبات قيام البنوك الإلكترونية والمخاطر التي تعترضها كما يلي:

الفرع الأول: متطلبات قيام البنوك الإلكترونية

إن البنوك الإلكترونية لها العديد من المتطلبات حتى يتم إنشاؤها ويطلق عليها تسمية بنك إلكتروني، وهذه المتطلبات يمكن إيجازها في الآتي:

أولا: البنية التحتية التقنية[2]

يقف في مقدمة متطلبات البنوك الإلكترونية وبالعموم أية مشروعات تقنية، البنية التحتية التقنية، والبنى التحتية التقنية للبنوك الإلكترونية ليست ولا يمكن أن تكون معزولة عن بنى الاتصالات وتقنية المعلومات التحتية للدولة ومختلف القطاعات، ذلك أن البنوك الإلكترونية تحيا في بيئة الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية، والمتطلب الرئيسي لضمان أعمال إلكترونية ناجحة بل وضمان دخول آمن وسلس لعصر المعلومات.

كما أن فعالية وسلامة البنى للاتصالات تقوم على سلامة التنظيم الاستثماري ودقة المعايير وتواؤمها الدولية، وكفاءة وفعالية التنظيم القانوني لقطاع الاتصالات، وبقدر ما تسود معايير التعامل السليم مع هذه العناصر يتحقق توفير أهم دعامة للتجارة الإلكترونية، بل وللبناء القوي للتعامل مع عصر المعرفة.

والعنصر الثاني للبناء التحتي يتمثل بتقنية المعلومات من حيث الأجهزة والبرمجيات والحلول والكفاءات البشرية المدربة والوظائف الاحترافية، وهذه دعامة الوجود والاستمرارية والمنافسة، ولم يعد

---

[1] يوسف حسن يوسف، مرجع سابق، ص 17.
[2] وسيم محمد الحداد وآخرون، مرجع سابق، ص 71-72.

المال وحده المتطلب الرئيسي، بل استراتيجيات التوائم مع المتطلبات وسلامة البرامج والنظم المطبقة لضمان تعميم التقنية بصورة منظمة وفعالة، وضمان الاستخدام الأمثل والسليم للوسائل التقنية.

أما عن عناصر إستراتيجية البناء التحتي في حقل الاتصالات وتقنية المعلومات، فإنها تتمثل في تحديد أولويات وأغراض تطوير سوق الاتصالات في الدولة، ومواءمة هدف الدخول للأسواق العالمية مع احتياجات تطوير التقنية للشركات الخاصة، والسياسات التسويقية والخدمية والتنظيمية المتعين اعتمادها لضمان المنافسة في سوق الاتصالات.

وتوفر البنى التحتية العامة يبقى غير كاف دون مشاريع بناء تحتية خاصة بمنشآت المصرفية، وهو اتجاه تعمل عليه البنوك بجدية، ونكتفي في هذا المقام بالقول إن عنصر التميز هو إدراك مستقبل تطور التقنية وتوفير بنى وحلول برمجية تتيح مواصلة التعامل مع الآفاق الجديدة.

ثانيا: الكفاءات الأدائية المتفقة مع عصر التقنية

هذه الكفاءة القائمة على فهم احتياجات الأداء والتواصل التأهيلي والتدريبي، والأهم من ذلك أن تمتد كفاءة الأداء إلى كافة الوظائف الفنية والمالية والتسويقية والقانونية والاستشارية والإدارية المتصلة بالنشاط البنكي الالكتروني[1].

ثالثا: التطوير والاستمرارية والتفاعلية مع المستجدات

يتقدم عنصر (التطوير والاستمرارية والتنوعية) على العديد من عناصر متطلبات بناء البنوك الإلكترونية وتميزها، فالجمود وانتظار الآخرين لا يتفق مع التقاط فرص التميز، ويلاحظ الباحث العربي أن البنوك العربية لا تتجه نحو الريادة في اقتحام الجديد، إنها تنتظر أداء الآخرين، وربما يكون مبرر الخشية على أموال المساهمين واجتياز المخاطر، وهو أمر هام وضروري، لكنه ليس مانعا من الريادة، وبنفس القدر لا تعني الريادة في اقتحام الجديد والتسرع في التخطيط للتعامل مع الجديد وإعداد العدة، لكنها حتما تتطلب السرعة في إنجاز ذلك[2].

رابعا: التفاعل مع متغيرات الوسائل والاستراتيجيات الفنية والإدارية والمالية

التفاعلية لا تكون في التعامل مع الجديد فقط أو مع البنى التقنية فقط وإنما مع الأفكار والنظريات الحديثة في حقول الأداء الفني والتسويقي والمالي والخدمي، تلك الأفكار التي تأتي نتيجة تفكير إبداعي وليس نتيجة تفكير نمطي[3].

---

[1] يوسف حسن يوسف، مرجع سابق، ص 68.
[2] السعيد بريكة، نادية شبانة، مرجع سابق، ص 75-76.
[3] وسيم محمد الحداد وآخرون، مرجع سابق، ص 73.

خامسا: الرقابة التقييمية الحيادية

إن واحدا من عناصر النجاح الارتكاز على القادرين على التقييم الموضوعي، ومن هنا أقامت غالبية مواقع البنوك الإلكترونية جهات استشارية في تخصصات التقنية والتسويق والقانون والنشر الالكتروني لتقييم فعالية وأداء مواقعها. ويتعين أن نحذر من مصيدة الارتكاز إلى عدد زائري الموقع كمؤشر على النجاح، إذ يسود فهم عام أن كثرة زيارة الموقع دليل نجاح الموقع، لكنه ليس كذلك دائما وإن كان مؤشرا حقيقيا على سلامة وضع الموقع على محركات البحث وسلامة الخطط الدعائية والترويجية[1].

الفرع الثاني: مخاطر البنوك الإلكترونية

إن ممارسة البنوك لأعمالها الإلكترونية تواجه مخاطر يترتب عنها نتائج عكسية، كما تم تعريف الخطر في قاموس أكسفورد على أنه "فرصة أو احتمال حدوث الخسارة أو الهلاك أو الإصابة أو أي نتائج عكسية أخرى"[2] ويمكن تصنيفها كما يلي:

أولا: مخاطر التشغيل

تنشأ هذه الأخيرة من عدم التأمين الكافي للنظم مما يجعلها عرضة لعمليات الهاكرز[3] التي تمكن دخول القراصنة إلى مواقع العملاء وحساباتهم المصرفية عبر شبكة الإنترنت بواسطة التقنية الإجرامية العالية، ويقدمون على سحب مبالغ يصعب الكشف عنها في حينها.

ولهذا تلجأ المصارف الإلكترونية إلى اعتماد برامج حماية متطورة ومحكمة جدا لفترات زمنية محدودة حتى تظهر الوسائل المضادة لها، وتقوم باستحداث وتطوير وتغيير وسائل الأمان بصورة دورية، هذا بالإضافة إلى بعض المخاطر التقنية في الوسائل الإلكترونية،وأخطاء العملاء والموظفين القائمين بالعمليات المصرفية الإلكترونية[4].

1. عدم التأمين الكافي للنظم

تنشأ هذه المخاطر عن إمكانية اختراق غير المرخص لهم Unauthorized access لنظم حساب البنك بهدف التعرف على المعلومات الخاصة بالعملاء واستغلالها وأحيانا لسرقة أرقام البطاقات الائتمانية الخاصة بهم سواء تم ذلك من خارج البنك أو من العاملين به بما يستلزم توافر إجراءات كافية لكشف وإعاقة ذلك الاختراق.

[1] وسيم محمد الحداد وآخرون، مرجع سابق، ص 73.
[2] أحمد بوراس، السعيد بريكة، أعمال الصيرفة الإلكترونية: الأدوات والمخاطر، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2014، ص 269.
[3] منير الجنبيهي وممدوح الجنبيهي، مرجع سابق، ص 19.
[4] نادر عبد العزيز شافي، مرجع سابق، ص 67-68.

2. عدم ملائمة تصميم النظم أو إنجاز العمل أو أعمال الصيانة

وهي تنشأ من إخفاق النظم أو عدم كفاءتها (بطئ الأداء على سبيل المثال) لمواجهة متطلبات المستخدمين وعدم السرعة في حل هذه المشاكل وصيانة النظم وتحديثها دون أي انقطاع أو بطء وذلك سواء بالنسبة إلى البرمجيات التي يعمل بها البنك أو تلك النظم البرمجية التي يؤدي بها البنك عمله بالنسبة إلى عملائه.

3. إساءة الاستخدام من قبل العملاء

ويرد ذلك نتيجة عدم إحاطة العملاء بإجراءات التأمين الوقائية، أو بسماحهم لعناصر إجرامية بالدخول إلى حسابات العملاء آخرين أو القيام بعمليات غسيل الأموال باستخدام معلوماتهم الشخصية أو قيامهم بعدم إتباع إجراءات التأمين الواجبة[1].

ثانيا: مخاطر السمعة

تنشأ في حالة عدم كفاءة أنظمة البنك أو منتجاته، مما يتسبب بردود أفعال سلبية واسعة، حيث يتسبب الإخلال بالاحتياطات الأمنية سواء بسبب الاعتداءات الداخلية أو الخارجية على نظام البنك في انتزاع ثقة العملاء في سلامة عمليات البنك. كما تبرز مخاطر السمعة في حال عدم تقديم الخدمات للعملاء حسب التوقعات أو عدم إعطائهم بيانات كافية عن كيفية استخدام المنتج أو خطوات حل المشاكل[2]، مما يستوجب توفير نظم الحماية الإلكترونية وتحديثها أولا بأول للعمل على الحفاظ على سمعة البنك والحفاظ على ما يحويه من أسرار خاصة بعملائه.

ثالثا: المخاطر القانونية

تقع هذه المخاطر في حالة انتهاك القوانين أو القواعد أو الضوابط المقررة خاصة تلك المتعلقة بمكافحة عمليات غسيل الأموال، أو نتيجة عدم التحديد الواضح للحقوق والالتزامات القانونية الناتجة عن العمليات المصرفية الإلكترونية، ومن ذلك عدم وضوح مدى توافر قواعد لحماية المستهلكين في بعض الدول أو لعدم المعرفة القانونية لبعض الاتفاقيات المبرمة باستخدام وسائل الوساطة الإلكترونية[3].

رابعا: مخاطر تبييض الأموال بواسطة العمليات الإلكترونية

لقد عرفت اللجنة الأوربية لغسل الأموال تعريفا لهذه العملية في دليلها الصادر عام 1990 بأنها "عملية تحويل الأموال المحصل عليها من أنشطة إجرامية بهدف إخفاء أو إنكار المصدر غير الشرعي والمحظور لهذه الأموال أو مساعدة أي شخص ارتكب جرما ليتجنب المسؤولية القانونية عن الاحتفاظ

[1] منير الجنبيهي وممدوح الجنبيهي، مرجع سابق، ص 20-21.
[2] أحمد بوراس، السعيد بريكة، مرجع سابق، ص 280.
[3] منير الجنبيهي وممدوح الجنبيهي، مرجع سابق، ص 22.

بمحصلات هذا الجرم"، وإذا كانت وسائل مكافحة تبييض (غسل) الأموال تتطور فإن أساليب القيام بعمليات التبييض تتطور هي الأخرى جراء التقدم التكنولوجي المذهل، ولاسيما العمليات العابرة لحدود الدول، والعمليات المصرفية المنفذة إلكترونيا، ومنها فتح الحسابات المصرفية باستخدام شبكة الإنترنت، وكذلك التحويل وسائر العمليات المصرفية الإلكترونية التي يمكن أن تنفذ مباشرة[1].

خامسا: المخاطر الأخرى

يرتبط أداء العمليات المصرفية الإلكترونية بالمخاطر الخاصة بالعمليات المصرفية التقليدية، ومن ذلك مخاطر الائتمان والسيولة وسعر العائد ومخاطر السوق مع احتمال زيادة حدتها، فعلى سبيل المثال فإن استخدام قنوات غير تقليدية للاتصال بالعملاء وامتداد نشاط منح الائتمان إلى عملاء عبر الحدود قد يزيد من احتمال إخفاق بعض العملاء في سداد التزاماتهم[2].

المبحث الثاني: وسائل الدفع الالكتروني

لقد شهدت الحركة المصرفية حديثا تطورا كبيرا، وكان من أحد شواهد هذا التطور السماح لعملاء البنوك بإجراء عمليات الشراء والبيع من خلال شبكة الاتصالات وذلك باستخدام وسائل الدفع الإلكترونية التي تنتجها هذه البنوك، ولم يقف التطور عند هذا الحد وإنما ظهرت على الساحة أيضا ما يعرف "بالنقود الإلكترونية" أو الرقمية، وهي الوسيلة الثانية بعد البطاقات البنكية حسب التسلسل الزمني.

وعلى الرغم من أن خدمة تحويل الأموال قد بدأت في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1918، وذلك عندما قامت بنوك الاحتياط الفدرالية بنقل النقود بواسطة التلغراف، فإن الاستعمال الواسع للنقود الإلكترونية لم يتم إلا في عام 1972عندما تأسست دار المقاصة الآلية.

المطلب الأول: مفهوم النقود الإلكترونية

إن تغير النقود من كونها نقودا ورقية أو معدنية ذات مقياس موحد، ومن حقيقة ملموسة ذات قيمة رسمية صادرة عن الحكومة المعنية إلى شكل إلكتروني جديد عبارة عن أرقام تمثل وحدات نقدية موجودة على موقع إلكتروني يعطي مفهوما جديدا للنقود الحديثة.

الفرع الأول: تعريف النقود الإلكترونية

توجد العديد من المصطلحات المختلفة التي تعبر عن مفهوم النقود الإلكترونية، فقد استخدم البعض اصطلاح النقود الرقمية أو العملة الرقمية، وبغض النظر عن المصطلحات المستخدمة فإن هذه التغيرات المختلفة تشير إلى مفهوم واحد وهو النقود الإلكترونية، والتي اختلف أيضا الفقهاء في وضع تعريف محدد لها.

[1] خالد ممدوح إبراهيم، فن التحقيق الجنائي في الجرائم الإلكترونية، ط 1، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2009، ص 453.
[2] منير الجنبيهي وممدوح الجنبيهي، مرجع سابق، ص 22-23.

وللوصول إلى المفهوم الصحيح للنقود الإلكترونية نقدم مجموعة من التعاريف منها:

1- عرفتها المفوضية الأوربية: "بأنها قيمة نقدية مخزنة بطريقة إلكترونية، على وسيلة إلكترونية كبطاقة أو ذاكرة كمبيوتر، ومقبولة كوسيلة دفع بواسطة متعهدين، غير المؤسسات التي أصدرتها، ويتم وضعها في متناول المستخدمين لاستعمالها كبديل عن العملات النقدية الورقية، وذلك بهدف إحداث تحويلات إلكترونية لمدفوعات ذات قيمة محددة"[1].

إلا أن هذا التعريف ليس مانعا وتعوزه الدقة حيث أنه لا يستبعد دخول وسائل الدفع الإلكترونية الأخرى (البطاقات البنكية)، وهي كما سنرى أمر مختلف عن النقود الإلكترونية.

2- كما عرفها البنك العالمي عام 1996 بأنها "قيمة نقدية في شكل وحدات ائتمانية، مخزنة بشكل إلكتروني أو على أداة إلكترونية يحوزها المستهلك"[2].

3- وعرفها البنك المركزي الأوربي عام 1998 على أنها مخزون إلكتروني لقيمة نقدية على وسيلة تقنية، يستخدم بصورة شائعة للقيام بمدفوعات لمتعهدين غير من أصدرها، دون الحاجة إلى وجدود حساب بنكي عند إجراء الصفقة، وتستخدم كأداة محمولة موضوعة مقدما"[3].

4- كما يمكن تعريف النقود الإلكترونية بأنها مجموعة من البروتوكولات والتوقيعات الرقمية التي تتيح للرسالة الإلكترونية أن تحل فعليا محل تبادل النقود التقليدية، وبعبارة أخرى فالنقود الإلكترونية أو الرقمية هي المكافئ الالكتروني للنقود التقليدية التي اعتدنا تداولها[4].

5- وبذلك نجد أن كل التعريفات السابقة تقاربت لتعطي تعريفا شاملا كما يلي: "إن النقود الإلكترونية عبارة عن نقود غير ملموسة تأخذ صورة وحدات إلكترونية تخزن في مكان آمن على الهارد ديسك لجهاز الكمبيوتر الخاص بالعميل يعرف باسم المحفظة الإلكترونية، ويمكن للعميل استخدام هذه المحفظة في القيام بعمليات البيع أو الشراء أو التحويل"، وعليه يمكن تجسيد النقد الالكتروني في صورتين[5]:

أ- حامل النقد الالكتروني Le porte monnaie électronique: يحتوي على احتياطي نقدي مخزن في البطاقة يسمح بإجراء الدفع للمشتريات الصغيرة.

ب- النقد الافتراضي La monnaie virtuelle: عبارة عن برنامج يسمح بإجراء الدفع عبر شبكة الإنترنت.

---

[1] زاهر عبد الرحيم عاطف، إدارة العمليات النقدية والمالية، دار الراية للنشر، الأردن، 2008 ، ص143 ، 144 .
[2] السيد متولي عبد القادر، اقتصاديات النقود والبنوك، دار الفكر ناشرون وموزعون، الأردن، 2010 ، ص 27.
[3] محمد سعيد أحمد إسماعيل، أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2009، ص 328.
[4] أيوب علندة،إشكالية أمن العمليات المصرفية في البنوك الإلكترونية (دراسة حالة بنك نتلر الالكتروني)، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر علوم اقتصادية، جامعة المسيلة، 2014/2013، ص 21.
[5] نادر عبد العزيز شافي، مرجع سابق، ص83 .

الفرع الثاني: خصائص النقود الإلكترونية

على ضوء التعاريف السابقة يمكن تحديد الخصائص التالية للنقود الإلكترونية:

1- قيمة نقدية: أي تشمل على وحدات نقدية لها قيمة مالية مثلا 100 دولار.

2- مخزنة على وسيلة إلكترونية: تعد هذه الصفة عنصرا مهما في تعريف النقود الإلكترونية، حيث يتم شحن القيمة النقدية بطريقة إلكترونية، على بطاقة بلاستيكية أو على قرص صلب للكمبيوتر الشخصي للمستهلك.

3- تحظى بقبول واسع من الغير: يعني هذا العنصر ضرورة أن تحظى النقود الإلكترونية بقبول واسع من الأشخاص والمؤسسات غير تلك التي قامت بإصدارها، فيتعين ألا يقتصر استعمال النقود على مجموعة معينة من الأفراد أو لمدة محددة من الزمن أو في نطاق إقليمي، ولكي تصير نقودا يتعين أن تحوز على ثقة الأفراد وقبولهم، باعتبارها أداة صالحة للدفع ووسيط للتبادل.

4- وسيلة للدفع لتحقيق أغراض مختلفة: يجب أن تكون هذه النقود صالحة للوفاء بالالتزامات كشراء السلع والخدمات، أو دفع الضرائب[1].

5- لا تخضع للحدود: يمكن تحويل النقود الإلكترونية من أي مكان إلى آخر في العالم وفي أي وقت كان، وذلك لاعتمادها على الإنترنت أو على الشبكات التي لا تعترف بالحدود الجغرافية، ولا تعترف بالحدود السياسية.

6- بسيطة وسهلة الاستخدام: تسهل النقود الإلكترونية التعاملات البنكية إلى حد كبير، فهي تغني عن ملء الاستمارات وإجراء الاستعلامات البنكية عبر الهاتف.

7- تسرع عمليات الدفع: تجري حركة التعاملات المالية ويتم تبادل معلومات التنسيق الخاصة بها فورا في الزمن الحقيقي دون الحاجة إلى أي وساطة مما يعني تسريع هذه العملية[2].

[1] أيوب علندة، مرجع سابق، ص21 .
[2] عامر إبراهيم قنديلجي، التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 198.

الفرع الثالث: أنواع النقود الإلكترونية

للنقود الإلكترونية عدة تقسيمات مقترحة وفقا للزاوية التي ينظر إليها، وفي هذا الصدد نجد التقسيمات التالية:

1- من حيث متابعتها والرقابة عليها: وهنا نفرق بين:

أ- النقود الإلكترونية المحددة Identified: ويميز هذا النوع من النقود إمكانية التعرف على الشخص الذي قام بسحب النقود من البنك، شأنها في ذلك شأن بطاقة الائتمان في عملية متابعة السحب وحركته من خلال النظام الالكتروني[1].

ب- البنوك الإلكترونية غير الاسمية (مغلقة الهوية) Anonyme: وهذا النوع من النقود يتم التعامل به دون معرفة هوية المتعامل، فهي كالأوراق النقدية في التعامل وليس لها علاقة بمن يتعامل بها، ولا يمكن التعرف على مستخدميها سواء انتقلت منهم أو إليهم[2].

2- من حيث أسلوب التعامل بها: وهنا نفرق بين:

أ- نقود إلكترونية عن طريق الشبكة Online e-money: هي نقود رقمية يتم في البداية سحبها من بنك أو مؤسسة مالية أخرى وتخزن في أداة معدنية داخلية Internl Hadware Device توضع في جهاز الحاسوب الشخصي، وتتداول هذه النقود عبر الإنترنت إلى المستفيد في ظل إجراءات تضمن لها التعامل قدرا كثيرا من السرية والأمان، وبالتالي هي نقود حقيقية وليست مادية، وتتطلب معظم هذه النقود المطروحة اتصال طرفي بالمصدر issuer للتوثق من سلامة النقود المتداولة[3].

ب- نقود إلكترونية خارج الشبكة Off line e-money: يتم التعامل بهذه النقود دون الحاجة للاتصال بالمصدر مباشرة، فهي تتخذ عادة صورة بطاقة يحوزها المستهلك، تحتوي على القيمة المختزنة بداخلها ومؤشر يظهر له التغيرات التي تطرأ على قيمتها المختزنة بعد إجراء كل تعامل نقدي، ويثير هذا النوع قدرا كبيرا من المشاكل خاصة فيما يتعلق بالأمان خاصة من مخاطر الصرف المزدوج Dauble Spending[4].

---

[1] جلال عايد الشورة، وسائل الدفع الالكتروني، دار الثقافة، عمان، 2008، ص 59.

[2] محمد إبراهيم محمود الشافع، الآثار النقدية والاقتصادية والمالية للنقود الإلكترونية مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة 12، 10 ماي 2003، المجلد الأول، دب، ص 136.

[3] أحمد جمال الدين موسى، النقود الإلكترونية وتأثيرها على دور المصارف المركزية في إدارة السياسة النقدية، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، منشورات الحلبي، الجزء الأول، بيروت، 2007، ص 154.

[4] محمد سعدو الجرف، أثر استخدام النقود على الطلب على السلع والخدمات، مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة 12، 10 ماي 2003، المجلد الأول، دبي، ص 197.

المطلب الثاني: أشكال الصيرفة الإلكترونية

إن التعاملات في البيئة الإلكترونية الحديثة تتيح للزبائن إجراء عملياتهم المصرفية من خلال الوسائل الإلكترونية كالصراف الآلي والبطاقات البنكية وكذلك المحافظ والشيكات الإلكترونية بواسطة النقود الإلكترونية.

الفرع الأول: الصراف الآلي

يمكن اكتشاف الصراف الآلي من خلال الخدمات التي يقدمها وفق التطورات الحاصلة في الصيرفة الإلكترونية مع شرح آلية عمله كما يلي:

أولا: آلة الصرف الآلي: ظهرت أجهزت الصراف الآلي في السبعينيات من القرن العشرين الماضي كبديل لموظفي الصرافة في الفروع المصرفية لتقليل عدد المعاملات داخل البنك، أما في الثمانينات من نفس القرن بدأ الاهتمام بتقليل التكاليف ومن ثم في تحقيق ميزة تنافسية، وتعتبر الصرافات الآلية أولى آلية تطور العمل المصرفي حيث تعتمد على وجود شبكة من الاتصالات تربط فرع البنك الواحد أو فروع كل البنوك في حالة قيامها بخدمة أي عميل من أي بنك، وقد تطور عمل هذه الأجهزة حيث أصبحت تقوم بالوصول إلى بيانات حسابات العملاء فوريا، والتي تقدم خدمات متقدمة في صرف المبالغ النقدية، لكن هذه الأجهزة لم تعد تقتصر على مجرد وسيلة للحصول على النقود، بل حاليا تقوم بوظائف متقدمة تمكن العملاء والموظفين من استلام رواتبهم وحقوق الضمان الاجتماعي، كما تسمح لهم بالوصول إلى حساباتهم الجارية وأصبحت حاليا تقدم مجموعة من الوظائف كالتعرف على رصيد الحساب والقيام بالسحب النقدي وإجراء تحويلات نقدية بين الحسابات وطلب دفتر الشيكات وسداد الفواتير[1].

ثانيا: آلية عمل الصراف الآلي: تقوم أجهزة الصراف الآلي بتوجيه قراءة المعلومات من بطاقة الزبون إلى المعالج المضيف، الذي يقوم بدوره بتوجيه الطلب إلى المؤسسة المالية الخاصة أو البنك الخاص بالزبون، فإذا كان يريد الحصول على نقود فيرسل الجهاز إشارات من شأنها تحويل الأموال إلكترونيا من الحساب البنكي للزبون بعد إدخال البطاقة المصرفية والرقم السري وفحصها والتأكد من هوية الزبون، وترسل المعلومات المشفرة عبر شبكة الربط الإلكترونية إلى الجهاز المحول "switch" الذي يخزن المعلومات والبيانات، وبمجرد تحول الأموال تتلقى آلة الصراف الآلي اعتماد بمنحه صلاحية صرف النقد، هذا ويمكن تنفيذ الاتصال والتحقق والاعتماد بعدة طرق حسب تكلفة وكفاءة البنية الأساسية[2].

---

[1] وسيم محمد الحداد وآخرون، مرجع سابق، ص 63.
[2] عبد الهادي مسعودي، مرجع سابق، ص13.

الفرع الثاني: بطاقات الدفع الالكتروني

تأخذ البطاقات البنكية التي تحوي النقود الإلكترونية أشكالا عديدة أهمها[1]:

1- البطاقات المصرفية الممغنطة

البطاقات المصرفية أو البطاقات البلاستيكية هي عبارة عن بطاقة مغناطيسية يستطيع حاملها استخدامها في شراء معظم احتياجاته أو دفع مقابل ما يحصل عليه من خدمات دون الحاجة لحمل مبالغ كبيرة قد تتعرض إلى مخاطر السرقة أو الضياع أو الإتلاف، وتنقسم البطاقات المصرفية إلى ثلاثة أنواع هي:

أ- بطاقات الدفع: تصدرها البنوك أو شركات التمويل الدولية بناء على وجود أرصدة فعلية للعميل في صورة حسابات جارية تقابل المسحوبات المتوقعة له.

ب- البطاقات الائتمانية: وهي البطاقات التي تصدرها البنوك في حدود مبالغ معينة تمكن حاملها من الشراء الفوري لاحتياجاته مع دفع آجل لقيمتها، مع احتساب فائدة مدينة على كشف الحساب بالقيمة التي تجاوزها العميل نهاية كل شهر.

ج- بطاقات الصرف الشهري: تختلف هذه البطاقات عن البطاقات الائتمانية كونها تسدد بالكامل من قبل العميل للمصرف خلال الشهر الذي تم فيه السحب، أي أن الائتمان في هذه البطاقة لا يتجاوز الشهر.

وتصدر البطاقات المصرفية من طرف مجموعة من المنظمات العالمية والمؤسسات المالية والتجارية نذكر منها:

أ- بطاقة فيزا الدولية Visa card internationale: تعد أكبر شركة دولية في إصدار البطاقات الائتمانية، يعود تاريخ إنشائها إلى عام 1958 عندما أصدر مصرف أمريكا البطاقات الزرقاء والبضاء والذهبية

ب ـ ماستر كارد Master card inernationale: هي ثاني أكبر شركة دولية في إصدار البطاقات الائتمانية، مقرها في الولايات المتحدة الأمريكية، بطاقاتها مقبولة لدى أكثر من 9 مليون محل تجار ي، استخدمت لتسوية معاملات بلغت أكثر من 200 مليون دولار.

ج- أمريكان إكسبرس American Express: هي من المؤسسات المالية الكبرى التي تصدر بطاقات ائتمانية مباشرة دون ترخيص إصدارها لأي مصرف، وأهم البطاقات الصادرة عنها إكسبرس الخضراء والذهبية والماسية.

د- مؤسسة ديتر كلوب Diter Club: من مؤسسات البطاقات الائتمانية الرائدة عالميا، رغم قلة حملة بطاقاتها إلا أنها حققت أرباحا وصلت إلى 16 مليون دولار، حيث أنها تصدر بطاقات متنوعة للشركات الكبرى ورجال الأعمال وأيضا كافة العملاء

[1] أيوب علندة، مرجع سابق، ص 25.

2- البطاقات الذكية

تماشيا مع التطورات التكنولوجية ظهرت البطاقات الذكية Smart Card، وهي عبارة عن بطاقة بلاستيكية تحتوي على خلية إلكترونية يتم عليها تخزين جميع البيانات الخاصة بحاملها مثل الاسم، العنوان، البنك المصدر، أسلوب الصرف، المبلغ الصروف وتاريخه، وتاريخ حياة العميل المصرفية.

إن هذا النوع من البطاقات الجديدة يسمح للعميل باختيار طريقة التعامل سواء كان ائتماني أو دفع فوري، وهو ما يجعلها بطاقة عالمية تستخدم على نطاق واسع في معظم الدول الأوربية والأمريكية، ومن أمثلة البطاقات الذكية بطاقة ماندكس "Mondex Card".

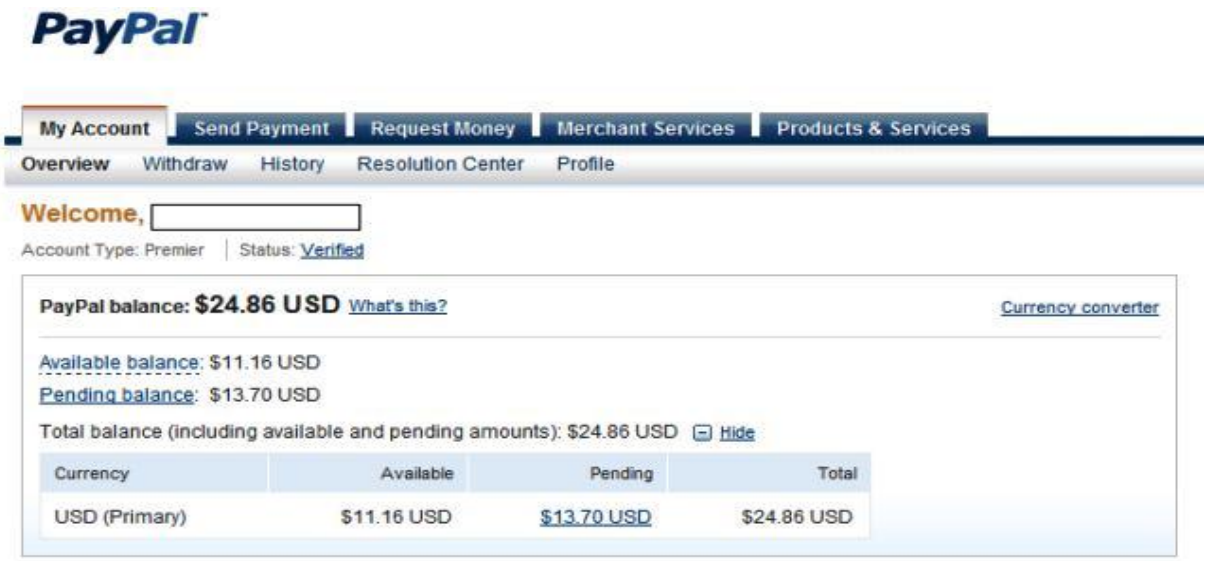
الفرع الثالث: المحفظة والشيكات الإلكترونية

نقدم المحفظة الإلكترونية والشيكات الإلكترونية كشكلين من أشكال الصيرفة الإلكترونية كما يلي:

1- المحفظة الإلكترونية (النقود البرمجية الإلكترونية)[1]

إن المحفظة الإلكترونية عبارة عن تطبيق إلكتروني يقوم على أساس وتنظيم آلية جميع الحركات المالية، وتحتوي تلك المحفظة على جميع بيانات المستخدم لتلك البطاقة بصيغة مشفرة Encrypted، ويتم تثبيتها على الكمبيوتر الشخصي أو تخزينها على أحد الأقراص المرنة، أو أي أداة يمكن عن طريقها حفظ تلك البيانات، وتعتبر حافظة النقود الإلكترونية إحدى طرق السداد النقدي، ويتم كنتيجة لتعدد زيارة العملاء لموقع الشركة على شبكة الإنترنت من أجل المساعدة على جذب الزائرين من خلال الاتصالات، ويتم استخدام هذا النوع من السداد بين الشكات العاملة على شبكة الإنترنت لغرض نقل المبالغ المسددة من شركة لأخرى، ونقدم في الشكل التالي نموذج لحافظة إلكترونية لبنك بايبال الإلكتروني.

الشكل رقم (1-1) : نموذج لحافظة إلكترونية لبنك PayPal الإلكتروني



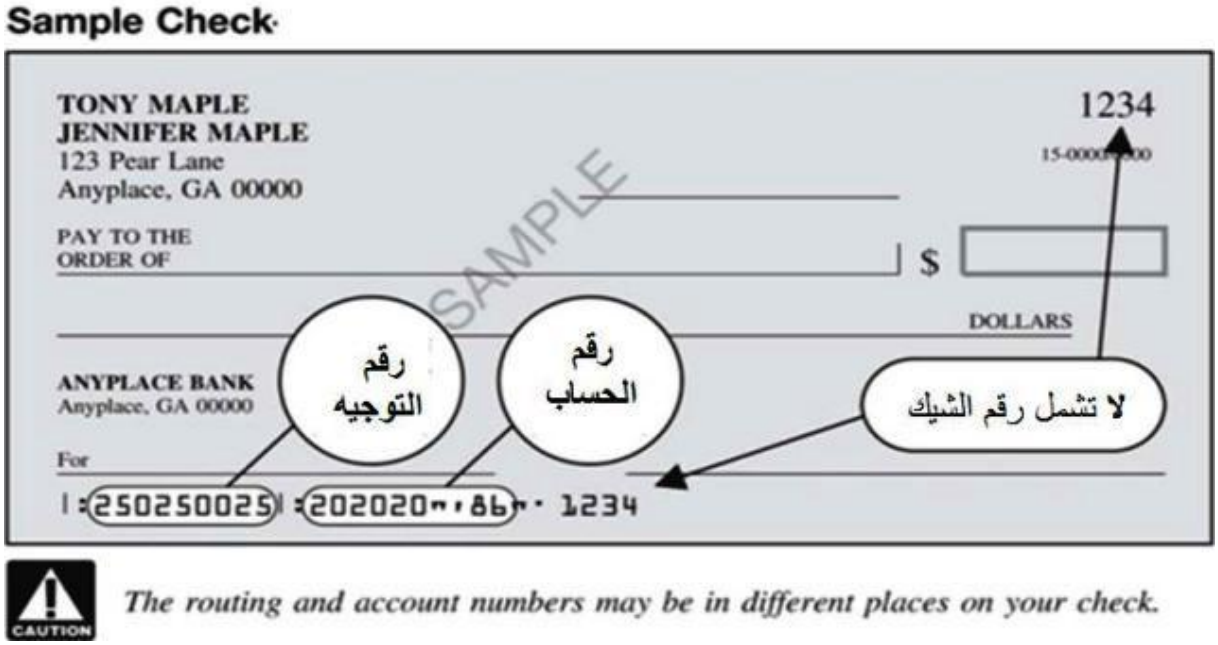
المصدر: أيوب علندة، مرجع سابق، ص 27.

[1] أيوب علندة، مرجع سابق، ص 27.

2- الشيكات الإلكترونية

الشيك الالكتروني هو المكافئ الالكتروني للشيكات الورقية التقليدية التي اعتدنا التعامل بها، وهو رسالة إلكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك (حامله) ليعتمده ويقدمه للبنك الذي يعمل عبر الإنترنت، ليقوم البنك أولا بتحويل قيمة الشيك المالية إلى حساب حامل الشيك، مع تحديد التوقيع الالكتروني لكل منهما وتسجيله في قاعدة البيانات لدى البنك الالكتروني، وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك وإعادته إلكترونيا إلى مستلم الشيك (حامله) ليكون دليلا على أنه قد تم صرف الشيك فعلا، ويمكن لمستلم الشيك أن يتأكد إلكترونيا من أنه قد تم بالفعل تحويل المبلغ لحسابه[1]، ومن البنوك التي تتبنى فكرة الشيكات الإلكترونية بنك بوسطن، سيتي بنك، وبعض البنوك الإلكترونية كبنك سكريل، وفي الشكل الموالي نقدم نموذجا لشيك إلكتروني[2].

الشكل رقم (1-2) : نموذج لشيك إلكتروني



المصدر: أيوب علندة، مرجع سابق، ص 29.

[1] عامر إبراهيم قنديلجي، مرجع سابق، ص 198.
[2] أيوب علندة، مرجع سابق، ص 28.

المطلب الثالث: مزايا وعيوب وسائل الدفع الالكتروني

يمكن تحديد مزايا وعيوب وسائل الدفع الالكتروني في الفرعين التاليين كما يلي:

الفرع الأول: مزايا وسائل الدفع الالكتروني

إن مزايا وسائل الدفع الالكتروني تكون بالنسبة لحاملها وللتاجر ولمصدرها كما يلي:

1- بالنسبة لحاملها: تحقق وسائل الدفع الالكتروني لحاملها مزايا عديدة أهمها سهولة ويسر الاستخدام، كما تمنحه الأمان بدل حمل النقود الورقية وتفادي السرقة والضياع، كما أن لحاملها فرصة الحصول على الائتمان المجاني لفترات محددة، كذلك تمكنه من إتمام صفقاته فوريا بمجرد ذكر رقم البطاقة.

2- بالنسبة للتاجر: تعد أقوى ضمان لحقوق البائع، تساهم في زيادة المبيعات كما أنها أزاحت عبء متابعة ديون الزبائن طالما أن العبء يقع على عاتق البنك والشركات المصدرة.

3- بالنسبة لمصدرها: تعتبر الفوائد والرسوم والغرامات من الأرباح التي تحققها المصارف والمؤسسات المالية، فقد حقق City Bank أرباحا من حملة البطاقات الائتمانية عام 1991 بلغت 1 بليون دولار[1].

الفرع الثاني: عيوب وسائل الدفع الالكتروني

إن عيوب وسائل الدفع الالكتروني تكون بالنسبة لحاملها وللتاجر ولمصدرها كما يلي:

1- بالنسبة لحاملها: 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.

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

3- بالنسبة لمصدرها: أهم خطر يواجه مصدريها هو مدى سداد حاملي البطاقات للديون المستحقة عليهم وكذلك تحمل البنك المصدر نفقات ضياعها[2].

[1] يوسف حسن يوسف، مرجع سابق، ص 27.
[2] نفس المرجع، ص 28.

المبحث الثالث: آلية عمل المصارف الإلكترونية

إن للطبيعة الإلكترونية أثر على نوعية الأعمال المصرفية لأنها ستزيد من كفاءة هذه الأعمال على أساس سهولة هذا التعامل وسرعة إنجاز الأعمال، وعلى ذلك فإنه يمكن للبنوك المستخدمة للنظام الإلكتروني إنجاز كافة العمليات المصرفية التى كانت تقدم في ظل النظام التقليدي ولكن مع تغيير فقط في آلية عملها.

المطلب الأول: الودائع المصرفية الإلكترونية

في البداية يجدر بنا الإشارة إلى أن الودائع المصرفية تنقسم إلى إيداع النقود، إيداع الصكوك، إيداع الأشياء الثمينة أو الشخصية، ولكن سيقتصر حديثنا على إيداع النقود والصكوك فقط لمحاولة إبراز كيفية تحويل هاتين العمليتين من الشكل التقليدي إلى الشكل الإلكتروني.

الفرع الأول: إيداع النقود

تعرف الوديعة النقدية المصرفية بأنها، "عقد يعطي البنك ملكية النقود المودعة والتصرف فيها بما يتفق ونشاطه مع التزامه برد مثلها للمودع طبقاً لشروط العقد."

ومع ذلك فإن التعامل الواقع على هذه النقود يعطى الوديعة مفهوم أوسع بحيث لا تقتصر على المبالغ التي يسلمها العميل للبنك، بل تتسع لتشمل كافة المبالغ التي يكون العميل منها دائناً للبنك، والمستحقة الدفع المقيدة في الجانب الدائن لحساب العميل لدى البنك.

وإذا كان لابد من تعريف النقود لأنها محل الحديث هنا فإن جميع التعاريف المقدمة في الفرع الأول من هذا المبحث قد تقاربت لتتلاقي عند نقطة واحدة وهي أن النقود الإلكترونية تمثل وسيلة الدفع النقدية وكذلك الإيداع المستخدمة إلكترونياً عبر شبكات الإنترنت كمخزون إلكتروني لقيمة نقدية يمكن استخدامها في تسوية المدفوعات.

وبالتالي فإن هذه النقود تتطلب تدخل أداتين رئيسيتين:

1- مستند أو صك أي بطاقة إلكترونية ذات قوام بلاستيكي، تحوى تياراً من المعلومات المشفرة المتنقلة ومصنوعة بمواصفات تضمن سلامة المعلومات المنطوية عليها.

ووحدات الدفع المبرمجة في هذه البطاقة تشتري إما مباشرة بواسطة نقود سائلة، لأجراء التخزين الإلكتروني لهذه القيمة النقدية لاستخدامها في تسوية المدفوعات لوحدات أخري غير تلك المصدرة للبطاقة (بطاقات الدفع المسبق)، أو من خلال دين يحمل على حساب بنكي (بطاقات الدفع اللاحق).

2- منفذ إلكتروني تستخدم فيه البطاقة لإنجاز عملية تسجيل إلكترونية لمعلومات مالية، سواء تمثلت في أحد منافذ التوزيع (الصراف الآلي) في البنوك أو غيرها من منافذ التوزيع الأخرى، أو بتدخل الكمبيوتر الشخصي المتصل بشبكة الإنترنت.

وبالتالي يمكن لأي شخص الدخول إلى الموقع الإلكتروني للبنك المعنى وطلب فتح حساب سواء كان ذلك البنك في بلده أو في بلد آخر وذلك إذا كان البنك المعنى يسمح بذلك[1].

وبذلك نكون متفقين مع آلية التعامل التقليدي الذي كان يجري على الوديعة النقدية المصرفية، ولكن كل ما في الأمر هو تغير وسيلة التعامل إلى وسيلة إلكترونية.

ويستطيع العميل التصرف في نقوده المودعة في حسابه بعدة طرق أما عن طريق السحب مباشرة من البنك أو عن طريق التحويل المصرفي، أو عن طريق النقل المصرفي[2]. وذلك يعد من صور الوديعة النقدية المصرفية أو يسمى بالوديعة لدى الطلب (الوديعة الجارية[3]. وذلك التعامل في النظام التقليدي يكون في حالة السحب المباشر بإصدار شيك أما في حالة النقل أو التحويل المصرفي عن طريق أوامر النقل أو التحويل المصرفي.

إن السحب المباشر يتم عن طريق الشيك الورقي ولذلك فإن التحول للنظام الإلكتروني يتطلب شبكات إلكترونية أسهل في التعامل وأقل تكلفة للوقت .والشيك الإلكتروني –Eelectronic Check – هو: المكافئ الإلكتروني للشيكات الورقية التقليدية كما تم تقديمه في المطلب الثاني.

الفرع الثاني: إيداع الصكوك

يتضمن عقد الوديعة المصرفية أيضا إيداع الصكوك، ومؤداه، أن الشخص قد يقوم بإيداع الصكوك لدى البنك بقصد حفظها من الضياع وتفويض البنك القيام بالعمليات التي يتطلبها الحفاظ على الحقوق الناشئة عنها، ويقوم البنك بكافة الأعمال اللازمة لتحقيق ذلك.

كان ذلك في ظل النظام التقليدي أما لو أردنا التحول إلى النظام الإلكتروني فإن إيداع هذه الصكوك سوف يكون بطريقة إلكترونية كما أن هذه الصكوك ستكون صكوك إلكترونية، وذلك يكون بنقل هذه الصكوك إلكترونيا للبنك عبر شبكة الإنترنت بعد تحريرها إلكترونياً، فالشيك الإلكتروني والكمبيالة الإلكترونية والسند لأمر الإلكتروني كل هذه الصكوك يتم تحريرها إلكترونياً من قبل المصدر لها وذلك بتحرير بياناتها بصورة إلكترونية وذلك عن طريق شريط ممغنط يصدر في كل منهم ثم ترسل إلى البنك الذي يريد المصدر التعامل معه في رسالة موثقة وآمنة، ليقوم البنك بإجراء عليها نفس ما يجري من فحص الصكوك الورقية ولكن بصورة إلكترونية للتأكد من صحتها[4].

---

[1] سعيد عبد الله الحامد، العمليات المصرفية الإلكترونية والإطار الإشرافي، بحث مقدم لمؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون، كلية الشريعة والقانون، جامعة الأمارات العربية المتحدة، دبي، 10-12 مايو 2003، ص239.

[2] فايز نعيم رضوان، القانون التجاري، دار النهضة العربية، ط 4، 2002 – 2003، ص392.

[3] على جمال الدين عوض، عمليات البنوك من الوجهة القانونية،دار النهضة العربية، 1969، ص18.

[4] شيماء جمال مجاهد، بحث بعنوان التأثير المتبادل بين الأعمال المصرفية الإلكترونية، كلية الحقوق، جامعة المنصورة، مصر 2009، متاح على الرابط http://www.aladalacenter.com/index.php/2012-10-31-17-26-38 تاريخ آخر اطلاع 10 ماي 2017 ، 22:34.

المطلب الثاني: الحسابات المصرفية الإلكترونية

في عرضنا لهذا النوع من الأعمال المصرفية فأننا سنأخذ نفس هيكل العرض الذي يعرض به النوع التقليدي من هذه الأعمال حتى يتسنى لنا معالجة ما يتاح لنا من جوانب في هذا الشأن وتحويلها إلى النظام الإلكتروني، وتأسيساً على ذلك فأننا سنتبع النهج التالي في العرض.

الفرع الأول: الفرق بين العميل العابر والعميل الدائم من حيث آلية التعامل مع البنك

يمكن التفرقة بين العميل العابر والعميل الدائم من حيث آلية التعامل مع البنك كما يلي:

في حالة العميل العابر: نجد أن المعاملات في هذه الحالة تسوى فوراً ونقداً دون حاجة إلى فتح حساب للعميل. وذلك كما هو الحال في حالة الوفاء بقيمة شيك أو شراء أو بيع الأوراق المالية أو دفع كوبونات الأوراق المالية المستحقة أو شراء أو بيع عمله أجنبية. كل هذه المعاملات ستتم عبر المجال الافتراضي أي من خلال شبكة الإنترنت وبطريقة إلكترونية من خلال وسائل إلكترونية بين العميل والبنك ولكن ما يجدر الإشارة إليه أنها تتم في اللحظة التي تسوى فيها المعاملة بين البنك والعميل بعكس العميل الآخر.

أما في حالة العميل الدائم: هو ذلك العميل الذي يقوم بعمليات متعددة ومتتابعة مع البنك من إيداع والحصول على اعتماد وغير ذلك، ويكون الحساب هو وسيلة تسوية المعاملات التى تقوم في العلاقة بين البنك والعميل بطريق القيد،حيث يكون هناك حساب مفتوح للعميل لدى البنك تقيد فيه المعاملات المتعددة[1].

الفرع الثاني: الحساب البسيط (حساب الودائع النقدية)

في هذا الشأن سنتحدث عن طريقة فتح الحساب، ثم بعد ذلك ستحدث عن طريقة تشغيله في النظام التقليدي ثم تحويله إلى النظام الإلكتروني.

1- فتح الحساب:

يوجد هذا الحساب بمجرد فتحه ويتم ذلك بمقتضي عقد يبرم بين البنك والعميل وهو عقد الحساب المصرفي. وسبب فتح هذا الحساب هو إيداع مبالغ نقدية لدى البنك بهدف تسوية العلاقات الناتجة عن هذه الوديعة النقدية. كان يتم فتح هذا الحساب في النظام التقليدي بمقتضي نموذج يقدمه البنك للعميل ليقوم بملئه، أو بدون ذلك النموذج، وكان في الحالة الأولي أن الحساب قد قام صراحة، وفي الحالة الثانية يكون قد قام ضمناً[2].

أما في النظام الإلكتروني فأنه سبق وأن ذكرنا أن فتح الحساب يتم بطريقة إلكترونية على موقع البنك على شبكة الإنترنت في أي وقت ومكانه، وذلك عن طريق أن البنوك التي تستخدم النظام الإلكتروني في

[1] شيماء جمال مجاهد، مرجع سابق.

[2] فايز نعيم، القانون التجاري، المرجع السابق، ص424.

إدارة أعمالها المصرفية عن بعد، نقوم بتزويد العميل بمجموعة من البرامج سواء كانت بمقابل أو بدون مقابل، ويقوم ذلك العميل بتحميل تلك البرامج على جهاز الكمبيوتر الخاصة به، ثم يقوم بإتمام معاملاته مع البنك عن بعد ويطلق على هذا النوع من البنوك، بنك الكومبيوتر الشخصي Personal Computer Bank وهو من أكثر أنواع البنوك المستخدمة للنظام الإلكتروني انتشاراً في العمل المصرفي. ويتم به عملية فتح الحساب وتشغيله سواء كان بإيداع النقود أو سحبها، ومن الجدير بالذكر أن النقود المقصودة هنا هي النقود الإلكترونية السابق الإشارة إليها في الفرع الأول.

2- تشغيل الحساب:

بعد أن يتم فتح الحساب بالطريقة السابقة يمكن تشغيله عن طريق قيد العمليات فيه من إيداع وسحب. وليس معنى ذلك أنه يشترط التشغيل الفعلي للحساب، بل يكفي أن يكون في إمكان العميل حق تشغيل الحساب قانوناً ونظرياً. وبعد ذلك يبدأ قيد العمليات التي تتم بين البنك والعميل. وقد يكون فتح الحساب مقترناً بإيداع مبلغ نقدي لدى البنك وقد لا يكون كذلك.

ويتضمن الحساب جانبين جانب المدين وتقيد فيه العمليات التي تتمثل ديناً على العميل وحقاً للبنك، وجانب الدائن وتقيد فيه العمليات التي تمثل ديناً على البنك وحقاً للعميل.

ويقوم العميل في النظام الإلكتروني بالاتصال بالبنك من أي مكان عن طريق الإنترنت، ويرد عليه البنك ممثلاً في جهاز الرد الآلي يستعلم من العميل عن أسمه والرقم السري P.I.N المخصص له من قبل البنك وبمجرد إدخال العميل لهذا الرقم يسمح للعميل بدخول البنك ويكون له بذلك أن يقوم بطلب كافة الخدمات التي يقدمها هذا البنك وإجراء كافة العمليات التى يرغب إجرائها على حسابه. ويتم العميل كل ذلك مستخدماً ما يسمى ببطاقات السحب الآلي ATM وتعطى هذه البطاقة لصاحبها إمكانية سحب مبالغ نقدية من حسابه بحد أقصي متفق عليه بالآلية السابقة.

وبالتالي يتمكن العميل من إتمام معاملاته مع البنك من خلال شبكة الإنترنت، في ثوان معدودة يجد العميل نفسه وقد أنهى ما يريد من معاملاتة مع البنك، فيستطيع من خلال شبكة الإنترنت أن يدير حساباته، ويصدر أوامره للبنك كما لو كان يتعامل مع البنك بصورته التقليدية وجهاً لوجه.

الفرع الثالث: الحساب الجاري

لن يختلف الحديث في شأن ذلك النوع من الحسابات عما سبق في الحسابات الأخرى فيما يتعلق بطريقة فتحه إلكترونياً وتعامل العميل فيه من خلال شبكة الإنترنت. فهو عبارة عن عقد يتم بين البنك والعميل يتفقا بمقتضاه أن يقيدا في الحساب مدفوعات متبادلة ومتداخلة الديون التي تنشأ عن العمليات بينهم وتتم تسوية واحدة لهذا الحساب عند قفله.

القاعدة العامة أن العميل يلجأ للبنك لأجراء عدة عمليات متعددة متنوعة، فقد يطلب العميل قرضاً من البنك، أو يبرم معه عقد فتح اعتماد بمبلغ معين، مع تكليف البنك بتحصيل أوراق العميل التجارية. ويفضل العميل إدراج جميع هذه العمليات في حساب واحد يطلق عليه الحساب الجاري.

ويتم إجراء هذه العمليات إلكترونيا بالآلية السابق الإشارة إليها، وبذلك يتحول الحساب الجاري إلى النظام الإلكتروني يتعامل العميل على حسابه باستخدام شبكة الإنترنت مستخدماً الرقم السري له كما سبق تفصيله.

الفرع الرابع: النقل أو التحويل من المصرف

يعتبر نظام التحويلات المالية الإلكترونية من أهم أعمال البنوك التي تعمل عبر الإنترنت، حيث يتيح هذا النظام نقل التحويلات المالية بطريقة إلكترونية آمنة من حساب بنكي إلى حساب بنكي آخر، بالإضافة لنقل المعلومات المتعلقة بهذه التحويلات. كل هذه العمليات تتم إلكترونياً عبر أجهزة الكمبيوتر.

وقد يتم استخدام هذا النظام في المعاملات التجارية باستخدام مايسمى ببطاقات الوفاء .Debit Cards حيث يقوم حامل البطاقة بالدفع من خلال تحويل المبلغ المراد الوفاء به إلى الطرف الآخر سواء كان ذلك يتم بطريقة مباشرة أو بطريقة غير مباشرة.

ومن أشكال التحويلات المالية الإلكترونية شكلين:

الأول : تبادل التحويلات المالية الإلكترونية المتعلقة ببطاقات الائتمان وتسوية حساباتها مع البنوك.

الثاني : دار المقاصة الآلية.

على الرغم من تعقد عمليات نقل الأموال عبر الشبكة بهذه الطريقة الأخيرة. إلا أن العديد من المؤسسات بدأت تعتمد عليها في تسوية أعمال التحويلات الائتمانية الإلكترونية وكذلك التحويلات المالية المتعلقة بأعمالها التي تبرمها عبر الشبكة. وقد ظهرت الأشكال المستخدمة لتلك الأنظمة في أوروبا.

وتتم هذه التحويلات الإلكترونية عبر الهواتف، وأجهزة الكمبيوتر، وأجهزة المودم عوضاً عن الأوراق. أما عن آلية عملها فهي أنه. بعد أن يقوم العميل بتوقيع نموذجا معتمدا واحداً لمنفعة الجهة المستفيدة يتيح هذا النموذج أن تقوم هذه الأخيرة باقتطاع القيمة المحددة من حساب العميل وفق ترتيب زمني معين، ويصلح هذا النموذج لأجراء أكثر من عملية تحويل. وفي الغالب يتعامل البنك والعميل مع وسطاءMediators وظيفتهم توفير البرمجيات اللازمة ويمكن إيجاد العديد منهم على الإنترنت. وتتم عملية التحويل كاملة عبر شبكة الإنترنت بوسائل إلكترونية أمنة مع التأكد من كفاية رصيد العميل الذي يقوم بعملية التحويل لتغطية المبلغ المحول، وصحة توقيعه وقد يتم تنفيذ التحويلات المالية عبر دار المقاصة الآلية ACH دون المرور بوسيط[1].

[1] شيماء جمال مجاهد، مرجع سابق.

المطلب الثالث: عمليات الائتمان الإلكترونية

من المتفق عليه أن البنوك تقوم بدور هامً في عمليات الائتمان وتتخذ هذه الأخيرة صوراً متعددة في الأنظمة التقليدية والإلكترونية للبنوك مثل القرض المصرفي والكفالة المصرفية والخصم وأيضاً الإعتمادات المصرفية.

الفرع الأول: القرض المصرفي الإلكتروني

وذلك هو العقد الذي بمقتضاه يقوم البنك بتسليم عميله المقترض مبلغاً من النقود على سبيل القرض أو يقيدها في الجانب الدائن لحسابه في البنك وقد يكون مضموناً بتأمينات أو معتمدا على الثقة في أمانة العميل على أن يقوم العميل بسداد مبلغ هذا القرض خلال مدة معينة.

يكافئ هذا النظام الورقي في النظام الإلكتروني ما يسمى ببطاقات الائتمان Credit cards ، وفيها يقوم البنك بتقديم ائتمان للعميل يسمح له بالوفاء بواسطة هذه البطاقة بالقيمة النقدية المطلوب الوفاء بها حتى ولو لم يكن له حساب في البنك أو كان له حساب ولكن لا يغطى القيمة النقدية المطلوبة، على أن يلتزم خلال مدة معينة يتم تحديدها بينه وبين مصدر البطاقة على سداد كافة المبالغ التي قام بدفعها مستخدماً هذه البطاقة، ويعتبر هذه الأخيرة أداة ائتمان ووفاء حقيقية، تحصل الجهة المصدرة لها على فوائدها مقابل توفير ذلك، ولكنها لا تمنح ذلك الائتمان إلا بعد الحصول على ضمانات عينية وشخصية.

أما عن أن القرض يكون في حدود نطاق مالي معين فإن العميل يقوم باستخدام بطاقة الائتمان في الحدود الائتمانية المتفق عليها مادام العميل منتظماً في سداد الفوائد المستحقة شهرياً، حيث أن هذه البطاقة يكون التسديد فيها على دفعات منتظمة أو غير منتظمة وما يجدر الإشارة إليه أن هذه البطاقات من أكثر أنواع البطاقات انتشاراً خاصة في الدول الصناعية.

الفرع الثاني: الكفالة المصرفية الإلكترونية

ومؤداها أن يتعهد البنك بالوفاء بدين العميل قبل الغير إذا لم يقوم العميل بذلك، مما يؤدي لزيادة الثقة والائتمان في العميل قبل الغير. ومصلحة البنك في ذلك هو الحصول على عموله لا تقل عن المستحقة في حالة الاعتماد أو القرض وتقوم هذه الكفالة على التضامن بين البنك والعميل. ذلك في النظام التقليدي. المكافئ لتلك العملية في النظام الإلكتروني هو ما يسمى ببطاقات ضمان الشيكات. وفي هذا النوع من البطاقات يضمن البنك مصدر البطاقة الوفاء بقيمة الشيكات التي يصدرها العميل حامل البطاقة حيث تحتوى البطاقة على أسم ذلك الأخير وتوقيعه ورقم حسابه والحد الأقصى الذي يلزم البنك بالوفاء به في كل شيك يحرره العميل. وعند كتابة الشيك يبرز العميل البطاقة للمستفيد والتوقيع أمامه على الشيك، ليضمن له بذلك وفاء البنك بقيمة الشيك وتكون هذه البطاقة بذلك نوع من أنواع الضمان والكفالة التي يمنحها البنك للعميل صادرة في شكل مستقل.

الفرع الثالث: الخصم الإلكتروني

خصم الأوراق التجارية بصفة عامة مؤاده: هو اتفاق بين البنك وخاصم الورقة التجارية على أن يقوم حامل الورقة التجارية باستيفاء قيمتها من البنك قبل حلول أجلها المتفق عليه، مع خصم مبلغ من قيمتها الاسمية يمثل فائدة مبلغ الورقة عن الفترة مابين تاريخ الخصم وتاريخ الاستحقاق. ويسمى هذا المبلغ بعد استنزاله سعر الخصم . وتنتقل بعد ذلك ملكية الورقة للبنك.

كان ذلك عن طريق التسليم يد بيد، ولكن في حالة الخصم الإلكتروني يكون عن طريق إرسال الكمبيالة الإلكترونية إلى البنك الذي سيتم التعامل معه عبر جهاز الكمبيوتر قبل موعد استحقاقها مقترنة بطلب الخصم، ثم يقوم البنك بالتوقيع إلكترونياً عليها بقبول الخصم، ثم تتم عميلة الخصم بالقواعد المنصوص عليها في القانون، ويتم التسديد عن طريق التحويل الإلكتروني، حيث يقيد قيمة الكمبيالة في الجانب الدائن لحساب المستفيد في البنك الذي يحدده ويتملك البنك الكمبيالة.

الفرع الرابع: الاعتمادات المصرفية الإلكترونية

وتنقسم هذه الاعتمادات إلى الاعتماد المصرفي البسيط والاعتماد المستندي وتفصيل كلاً منهما كما يلي:

1- الاعتماد المصرفي الإلكتروني البسيط

في النظام التقليدي فالاعتماد المصرفي البسيط هو عقد يلتزم البنك بمقتضاه بأن يضع تحت تصرف المستفيد وسائل دفع في حدود مبلغ معين، بحيث يكون من حق العميل سحب هذا المبلغ دفعة واحدة أو على دفعات متتالية خلال مدة معينة كما قد يتفق على الكيفية التي يستفيد بها العميل من الاعتماد، إما بقبض المبلغ نقداً، أو بسحب شيكات، أو كمبيالات عليه، أو بإصدار أوامر نقل مصرفي وسحب هذا المبلغ يكون مقابل عمولة للبنك وفوائد[1].

في النظام الإلكتروني فإن وسيلة التعاقد ستكون هي شبكة الإنترنت حيث يتم الإيجاب بوسيلة اتصال مسموعة أو مرئية أو مسموعة مرئية من خلال وسائل تكنولوجية متعددة بالتفاعل بين أطراف العقد[2].

ويتم وضع المبلغ بعد الاتفاق في الجانب الدائن لحساب المستفيد، ويتم سحب المبلغ بوسائل إلكترونية أيضاً سواء كان عن طريق ما يسمى بمحفظة النقود الإلكترونية أو الشيك الإلكتروني أو الكمبيالة الإلكترونية أو أوامر النقل المصرفي بصورتها الإلكترونية كما سبق الإشارة لوسيلة استخدامها خلال التفصيل السابق.

---

[1] شيماء جمال مجاهد، مرجع سابق.

[2] صالح جاد عبد الرحمن المنزلاوى، القانون الواجب التطبيق على عقود التجارة الإلكترونية، رسالة دكتوراه كلية الحقوق جامعة المنصورة، دار النهضة العربية، بدون سنة نشر، ص18.

2- الاعتماد المستندى الإلكتروني

عقد يتعهد بمقتضاه البنك بفتح اعتماد بناءاً على طلب أحد عملائه (ويسمى الأمر) لصالح شخص آخر (ويسمى المستفيد) بضمان مستندات تمثل بضاعة منقولة أو معدة للنقل .بحيث يلتزم البنك بدفع القيمة للمستفيد بمجرد تقديمه مستندات مطابقة لشروط الاعتماد.

إن الاعتماد المستندي أداة تمويل تستعمل ليس فقط في تمويل عمليات التجارة الخارجية بل والداخلية أيضاً عندما يكون حجم الاعتماد كبير.

وكان هذا الاعتماد يصدر بمناسبة تنفيذ عقد البيع بين الطرفين، فيشترط البائع على المشتري في عقد البيع أن يطلب من بنك بعينه أن يتعهد أمامه بدفع الثمن أو قبول الكمبيالة التي يقوم بسحبها عليه بالثمن متى سلمه المستندات الخاصة بتنفيذ عقد البيع والتي بها يتسلم المشتري البضاعة من الناقل البحري.

أما في ظل استخدام تقنية الحاسب الآلي في مجال المعاملات المصرفية، فأن المستورد يقوم بإرسال طلبه لإصدار الاعتماد المستندي عن طريق جهاز الكمبيوتر، وعندما يوافق البنك مصدر الاعتماد على طلب العميل فأنه يقوم بإرسال نص الاعتماد إليه عن طريق الكمبيوتر أيضاً، وقبل انتهاء الأجل المحدد في الأعتماد فإن المستفيد يقوم بإرسال كافة الفواتير المتعلقة بالشحن واللازمة للحصول على قيمة الاعتماد عن طريق الكمبيوتر أيضا، ويطلب من كافة الأطراف المشاركة في المعاملة بأن يقوموا بإصدار مستنداتهم المتعلقة بالعملية للبنك مصدر الاعتماد إلكترونياً أيضاً، ويتم فحص هذه الرسائل عند تعددها للتأكد من مطابقتها لشروط الاعتماد المستندى ويتم ذلك إلكترونيا أيضاً، فإذا وجد أن المستندات مطابقة لما جاء في شروط الاعتماد، فإن البنك يقوم بالدفع للمستفيد بصورة إلكترونية عن طريق التحويل الإلكتروني للمبالغ إلى حسابه وإجراء قيد عكسي في حساب العميل طالب فتح الاعتماد بذات الطريقة الإلكترونية، أما إذا لم يكن هناك تطابق بين المستندات المقدمة من المستفيد وبين ما هو مبين في شروط الاعتماد، فإن البنك يقوم بإخطار المستفيد بذلك بطريقة إلكترونية.

وبذلك تحولت الطريقة التي كان يتم بها الاعتماد المستندى من الصورة التقليدية إلى الصورة الإلكترونية ليكون الحاسب الآلي هو وسيلة التعامل بدلاً من التسليم باليد.

خلاصة الفصل الأول:

من خلال عرضنا لهذا الفصل تم الوقوف على مجموعة من المفاهيم الأساسية للبنوك الإلكترونية، وآلية عمل المصارف الإلكترونية بالاعتماد على وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة، وتم التوصل إلى النتائج التالية:

- إن البنك الإلكتروني يسمح للعميل الوصول إلى حساباته أو أية معلومات يريدها، والحصول على مختلف الخدمات والمنتجات المصرفية من خلال شبكة الإنترنت التي يرتبط بها جهاز الكمبيوتر الخاص به أو الوسائل الإلكترونية أو الرقمية

- إن تطور البنية التحتية التقنية للبنوك الإلكترونية التي أصبحت تسمح للعميل بالقيام بجميع العمليات البنكية من خلال جهاز الكمبيوتر الشخصي أو الهاتف النقال دون عناء الذهاب إلى مقر البنك مع سهولة الاستخدام وكفاءتها وسرعتها، بالإضافة إلى تكاليفها المنخفضة،

- رغم تعدد أشكال الصيرفة الإلكترونية إلا أنها تعتمد في أدائها على النقود الإلكترونية ذات الانسياب السهل المتصلة بشبكات الإنترنت، كافية بالوفاء بالالتزامات المترتبة على العميل.

- إن البنوك الإلكترونية ساهمت بشكل فعال في تطور أداء مهام البنوك التقليدية وإنجاز كافة عملياتها المصرفية بسرعة فائقة وكفاءة عالية ودقة متناهية.

كما أن استعمال وسائل الدفع الالكتروني يقدمنا إلى التجارة الإلكترونية التي هي نتاج تطور العمل المصرفي الالكتروني وهو موضوع الفصل الثاني.

الفصل الثاني:

التجارة الإلكترونية وانعكاساتها على الاقتصاد الوطني

تمهيد:

بعد دراسة مختلف العمليات المصرفية في البنوك الإلكترونية، سنتطرق في هذا الفصل إلى التجارة الإلكترونية في العصر الحالي ومدى استجابتها للتغيرات السريعة والغير متوقعة الاقتصادية منها، والاجتماعية والتكنولوجية والتنافسية، واتساع قاعدة الإنترنت والعولمة، ومن أجل أن تتمكن المنظمات من تحقيق النجاح والبقاء في هذه البيئة، يتوجب عليها اتخاذ خطوات مبتكرة، إضافة إلى إجراءاتها التقليدية، والاستعانة بأدوات تكنولوجيا المعلومات لتسهيل نشاطاتها وعملياتها.

وانسجاما مع هذه التغيرات تحولت المنظمات إلى الاهتمام بمواردها المعرفية، وابتكار مقاييس جديدة لعمليات الأعمال التي تعكس خبراتها.

وللإحاطة بموضوع الفصل الثاني قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث كما يلي:

- في المبحث الأول سنحاول التعرف على مفهوم التجارة الإلكترونية من حيث نشأتها وتاريخها وتعريفاتها وخصائصها وأنواعها.
- أما في المبحث الثاني سنعرض قواعد التجارة الإلكترونية من حيث متطلباتها، والتحديات القانونية لها ومشاكلها.
- وفي المبحث الثالث سنلقي الضوء على انعكاسات التجارة الإلكترونية على الاقتصاد الوطني، من حيث آلية عقد صفقات التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت وآثارها على الاقتصاد الوطني، ومدى تحقيقها لأهداف السياسة النقدية .

المبحث الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية

أحدثت ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات قفزة نوعية في ابتكار أنجح الأساليب والطرق في الترويج للمنتجات والخدمات مما أنشأ نوعا جديدا من التجارة غير التقليدية استجابة للفرص المتاحة وفق هذه التغيرات السريعة والغير متوقعة في المجال الاجتماعي والتكنولوجي، وعليه يمكن تقديم مفهوم التجارة الإلكترونية من خلال المطالب الثلاث التالية:

المطلب الأول: نشأة وتاريخ التجارة الإلكترونية

نشير في بداية الأمر إلى أن ظهور التجارة الإلكترونية كان قبل ظهور شبكة الإنترنت الدولية بفترة طويلة، وانطلاقا من أبسط تعريف للتجارة الإلكترونية وهو أنها تتم عبر أي وسيط إلكتروني، فإن استخدام التلفون والفاكس في إجراء المعاملات التجارية يدخل ضمن مفهوم التجارة الإلكترونية. إلا أن بدايات التجارة الإلكترونية كانت من خلال شبكات الاتصال الخاصة بالكمبيوتر بتنسيق خاص بتقاسم البيانات الخاصة بالمشروعات التجارية وهو ما يعرف بتبادل البيانات الإلكترونية (EDI)، والذي يعد وسيلة لنقل البيانات بين الشركات عبر نظام مغلق، وقد استخدم هذا الأسلوب من النظم الخاصة بأوامر الشراء والتعامل مع بطاقات الائتمان والكثير من العمليات الأخرى خلال العقود الثلاث الماضية[1].

ومع ظهور وانتشار استخدام الإنترنت أصبحت التجارة الإلكترونية تشير إلى معنى جيد، والتي يعود الفضل في نشأتها (الإنترنت) إلى وزارة الدفاع الأمريكية، حيث في أوائل الستينات كانت معنية جدا بالآثار الممكنة للهجوم النووي من قبل الاتحاد السوفياتي (فترة الحرب الباردة)، وتحققت وزارة الدفاع الأمريكية أن أسلحة المستقبل ستحتاج إلى أجهزة كمبيوتر قوية للتنسيق والرقابة. لذا مول البحث في الجامعات والمعاهد الرائدة لإيجاد شبكة عالمية يمكنها أن تبقى في حالة تشغيل حتى لو تمردت أجزاء منها بواسطة عمل عسكري معادي. تعتبر شركات التليفون العالمية من النماذج المبكرة لأجهزة الكمبيوتر الشبكية، حيث كان ربط أجهزة الكمبيوتر بواسطة القناة المفردة والتي طورت فيما بعد وأصبح الربط بواسطة قنوات متعددة. في سنة 1969 استخدم الباحثون نموذج الربط هذا لتوصيل أربعة كمبيوترات لأربعة جامعات، مما مكن عددا من الأكاديميين أن يرتبطوا بهذه الشبكة وأن يساهموا في تطوير التكنولوجيا[2]، ومع تزايد استخدامات هذه الشبكة في المجال العسكري أو الأكاديمي، في سنة 1972 وضع أحد الباحثين برمجية تمكنه من إرسال واستقبال رسائل عبر الشبكة، وبهذا ولد البريد الالكتروني (E-Mail) الذي اتسع استخدامه بسرعة فائقة. كما ابتكر الباحثون برمجيات لاستعمالها

[1] عماد الحداد، التجارة الإلكترونية، دار الفاروق، القاهرة، 2003، ص 11.
[2] رايمند مكايود، جيورج شيل، نظم المعلومات الإدارية، دار المريخ للنشر، الرياض، 2006، ص 167.

على هذه الشبكة، وطورت تطبيقاتها من قبل مستخدميها في الوقت الذي كان استعمال هذه الشبكة مقتصرا على أعضاء المجتمعات البحثية والأكاديمية المستعملين لها. وفي أواخر الثمانينات ومع تزايد مستخدمي الكمبيوتر الشخصي وتعودهم على استخدام الكمبيوتر تم دمج تلك الشبكات البحثية والأكاديمية فيما نسميه الآن بالإنترنت. وفي سنة 1991 بدأ تنفيذ خطط خصخصة الإنترنت، وقد اكتملت خصخصة الإنترنت أساسيا في عام 1995 بعد تحويل تشغيل الوصلات الأساسية للإنترنت لمجموعة من الشركات الخاصة[1].

ويعود تاريخ ثورة التجارة الإلكترونية إلى سنة 1994، حيث قام أحد الشبان يبلغ عمره 29 عاما يدعى Jeff BEZOS ويعمل كمحلل مالي ومدير مالي. أخذه النمو السريع في مجال الإنترنت وتطلعه إلى طريقة الاستفادة المالية من هذه الأداة الجديدة إلى وضع قائمة ن عشرين منتجا يمكنها أن تجد سوقا رائعة على شبكة الإنترنت، وبعد قيامه بتحليل مكثف تأكد من أن الكتب جاءت في المرتبة الأولى لهذه القائمة. وقد بلغ رقم أعمال الشركة التي أسسها (Amazon.com) لبيع الكتب 2 مليون دولار في السنة، ومع النمو السريع لشركة Amazon، قرر Bezos خلق روابط مع شركات بيع الكتب الأخرى ليتقاسم معهم الحصة عن طريق مواقعهم. إضافة إلى هذا، ومع استمرار نمو الشركة وتوسعها بدأت بيع الأقراص المضغوطة الخاصة بالموسيقى والفيديو (DVD) وهذا في سنة 1998، وزيادة على ذلك قام Bezos بتشجيع زبائنه الأولين على تقديم مراجعات للكتب من خلال الانتقادات والتوصيات الودية. وبالتالي أصبحت شركة Amazon تمثل سلة منتجات استهلاكية متنوعة بما فيها الالكترونيات، البرمجيات، الفنون والأجهزة المنزلية. وبهذا صار Bezos وشركته Amazon واحدة من قصص النجاح الأولية والملموسة بدرجة كبيرة في مجال التجارة الإلكترونية[2].

[1] طارق عبد العال حماد، التجارة الإلكترونية: المفاهيم التجارب التحديات، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2005، ص 36-37.
[2] Layal Abu-Khadra, L'avenir de Commerce Electronique en Jordanie, Center Culturel Français d'Amman, Jordanie, 2006, p 20.

المطلب الثاني: تعريف وخصائص التجارة الإلكترونية

يمكن التطرق إلى تعريف وخصائص التجارة الإلكترونية في الفرعين التاليين كما يلي:

الفرع الأول: تعريف التجارة الإلكترونية

تعتبر التجارة الإلكترونية واحدة من التعابير المعاصرة، الحديثة، التي أخذت بالدخول إلى حياتنا اليومية. حتى أنها أصبحت تستخدم في العديد من الأنشطة الحياتية التي هي ذات ارتباط بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات[1].

وفي سبيل تحديد مفهوم التجارة الإلكترونية، سنقوم بعرض التعاريف التالية:

التعريف الأول: هي نظام يتيح عبر الإنترنت حركات بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات، كما يتيح أيضا الحركات الإلكترونية التي تدعم توليد العوائد، مثل عمليات تعزيز الطلب على تلك السلع والخدمات والمعلومات، فهي تتيح عبر الإنترنت عمليات دعم المبيعات وخدمة العملاء[2].

التعريف الثاني: يمكن تشبيه التجارة الإلكترونية بسوق إلكتروني يتواصل فيه البائعون (موردون أو شركات أو محلات) والوسطاء (السماسرة) والمشترون وتقدم فيه المنتجات والخدمات في صيغة افتراضية أو رقمية كما يدفع ثمنها بالنقود الإلكترونية[3].

التعريف الثالث: هي ممارسة تجارة السلع والخدمات بمساعدة أدوات الاتصال وغيرها من الوسائل ذات العلاقة بالاتصال[4].

التعريف الرابع: التجارة الإلكترونية هي عمليات الإعلان والتعريف بالسلع والخدمات ثم تنفيذ عمليات عقد الصفقات وإبرام العقود ثم الشراء والبيع لتلك السلع والخدمات ثم سداد القيمة الشرائية عبر شبكات الاتصال المختلفة سواء الإنترنت أو غيرها من الشبكات التي تربط المشتري بالبائع[5].

من خلال التعاريف السابقة يمكن تقديم تعريف شامل للتجارة الإلكترونية على أنها تنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات عبر شبكة الإنترنت والشبكات العالمية الأخرى[6].

---

[1] عامر إبراهيم قنديلجي، مرجع سابق، ص 29.
[2] هاني وجيه العطار، التجارة الإلكترونية، الأكاديميون للنشر والتوزيع،عمان، الأردن، 2016، ص15.
[3] محمد الصيرفي، التجارة الإلكترونية، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2009، ص 147.
[4] عابد بن عابد العبدلي، التجارة الإلكترونية في الدول الإسلامية: الواقع التحديات الآمال، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، 2005، ص6.
[5] رأفت عبد العزيز غنيم، دور جامعة الدول العربية في تنمية وتسيير التجارة الإلكترونية بين الدول العربية، جامعة الدول العربية، القاهرة، 2002، ص 3.
[6] رأفت رضوان، عالم التجارة الإلكترونية، المنظمة العالمية للتنمية الإدارية، القاهرة، 1999، ص16.

الفرع الثاني: خصائص التجارة الإلكترونية

وعلى ضوء التعاريف السابقة يمكن تقديم خصائص التجارة الإلكترونية كالآتي:

- التلاقي بين طرفي التجارة الإلكترونية يكون عن بعد، مع انعدام العلاقة المباشرة بينهما لأن التلاقي يتم من خلال شبكة الاتصالات.
- الاعتماد على ركائز إلكترونية في تنفيذ المعاملات، حيث أن كافة العمليات تتم بين طرفي المعاملة إلكترونيا دون أي وثائق ورقية متبادلة في أجزاء المعاملات
- التفاعل المتوازي في آن واحد بين أطراف المعاملات، حيث يمكن أن يجتمع عدد كبير من المشتركين في آن واحد على موقع واحد، أو إرسال شخص واحد نفس الرسالة أو الإعلان أو الطلب إلى عدة مستقبلين في آن واحد.
- إمكانية تنفيذ كل مكونات العملية التجارية، بما فيها تسليم السلع الغير مادية على الشبكة عكس وسائل الاتصال الأخرى التي تعجز عن القيام بالتسليم.
- إمكانية التأثير المباشر على أنظمة الحسابات بالشركة من خلال ما يسمى بالتبادل الالكتروني للبيانات والوثائق، مما يحقق انسياب البيانات والمعلومات بين الجهات المشتركة في العملية التجارية دون تدخل بشري وبأقل تكلفة[1].

المطلب الثالث: أنواع التجارة الإلكترونية

من المعروف أن التجارة الإلكترونية تقوم على علاقة بين طرفين أو جهتين وتعبر كل علاقة بينهما عن أنواع مختلفة للتجارة الإلكترونية، نقدم أهمها كما يلي:

أولا: تجارة إلكترونية من المستهلك إلى المستهلك C2C

ويقوم المستخدمون في هذا النوع من أنواع التجارة الإلكترونية بإقامة التعاملات الإلكترونية بينهم بصورة مباشرة، وتحدث عملية البيع والشراء في هذا النوع بين المستهلك ومستهلك آخر Customer to Costomer، دون الحاجة لوجود أي تدخل من منظمة أو جهة، ويرجع سبب انتشار هذا النوع من أنواع التجارة الإلكترونية إلى ما توفره بعض المواقع المختصة لمثل هذا النوع من التجارة من تسهيلات كبيرة للمستهلكين، ومن الأمثلة على هذا النوع موقع eBay.

[1] يوسف حسن يوسف، التجارة الإلكترونية وأبعادها القانونية الدولية، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، 2011، ص 15.

ثانيا: التجارة الإلكترونية بين الشركات والزبائن B2C

وهذا النوع من أنواع التجارة الإلكترونية نتعامل معه يوميا، وفيه تقوم الشركات بتقديم منتجاتها للمستهلكين إلكترونيا Business to Customer، وأكبر مثال لهذا النوع هو موقع Amazon والذي يقوم ببيع منتجاته من خلال بيع التجزئة للمستهلك، وهناك عدة مواقع أيضا خاصة ببيع منتجات الشركات للمستهلك مثل eBay Store .

ثالثا: التجارة الإلكترونية بين الشركات وبعضها B2B

يشغل هذا النوع من أنواع التجارة الإلكترونية أعلى التعاملات التي تجرى في مجال التجارة الإلكترونية، وقد أثبتت بعض الدراسات أن 85 % من تعاملات التجارة الإلكترونية تندرج تحت هذا النوع. يتم التبادل الالكتروني وتعاملات الأسواق الإلكترونية في هذا النوع بين شركة تجارية وأخرى Customer to Customer، ويكون الهدف من هذا التعامل بيع أو شراء السلع أو تنفيذ بعض الخدمات. ومثال هذا النوع هو قيام بعض الشركات الكبرى ببيع أجهزتها للشركات الأخرى من خلال نظام للمشتريات والطلبات الإلكترونية الخاصة بها.

رابعا: التجارة الإلكترونية بين مستهلك وشركة C2B

ويقدم صاحب المنشأة طلب أو إعلان في هذا النوع ثم يقوم المستهلكين بتوفير طلبات صاحب العمل Customer to Business ويحدث هذا النوع عندما يبيع المستهلك للشركات، ومن أمثلة المواقع التي تتبع هذا النوع: مواقع العمل عن بعد والبحث عن محترفين للإجابة عن الأسئلة، ويعد oDesk أحد أشهر المواقع في مجال التجارة الإلكترونية.

خامسا: الحكومة الإلكترونية G2C أو G2B

وتقوم الجهات الحكومية في هذا النوع بتقديم خدمات للشعب وهو ما يعرف بـ"من الحكومة إلى الشعب" Government to Customer أو تقديم خدماتها للتجار وهو ما يعرف بـ"من الحكومة إلى التاجر" Government to Business مثل العديد من الخدمات الإلكترونية التابعة لبرامج الحكومات الإلكترونية[1].

[1] محمد الفاتح محمود بشير المغربي، التجارة الإلكترونية، دار الجنان للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 43-44.

المبحث الثاني: قواعد التجارة الإلكترونية

تعد الجارة الإلكترونية وما تنطوي عليه من تطبيقات، ظاهرة حديثة كانت بداياتها في أوائل التسعينيات من القرن الماضي، ورغم تباين التعاريف المرتبطة بالتجارة الإلكترونية والمقاربات الأساسية النظرية لها، إلا أن الأدبيات الاقتصادية مازالت تطرح جملة من المفاهيم تحاول كل منها أن تصف وتحدد طبيعة التجارة الإلكترونية وما يتعلق بها من متطلبات قيامها ومشكلاتها والتحديات القانونية له، ويرجع اختلاف وتعدد هذه التعاريف إلى تعدد المكونات الأساسية الواجب توفرها لتنفيذ التجارة الإلكترونية، من حواسب آلية وتقنية الاتصالات ونظم المعلومات والبرمجيات وغيرها، لأن التجارة الإلكترونية تحكمها قواعد أوسع تتمثل في الاقتصاد الرقمي.

المطلب الأول: متطلبات التجارة الإلكترونية

يتطلب انتشار التجارة الإلكترونية في أي مجتمع توفر البيئة المناسبة لها وكذا المتطلبات اللازمة لتحقيقها، وفيما يلي سيتم عرض هذه المتطلبات وفق التقسيم التالي:

أولا: البنية التحتية الإلكترونية

يرتبط نمو التجارة الإلكترونية بتطور وانتشار تقنيات المعلومات الجديدة والبنية التحتية للاتصالات أي البنية الداعمة للتجارة الإلكترونية، والتي تتضمن شبكات الاتصال السلكي واللاسلكي والفاكس والهاتف والإنترنت والحاسبات الآلية وبرامج التطبيق والتشغيل وخدمات الدعم الفنية ورأس المال البشري، فهذه البنية التحتية توفر البيئة المناسبة للتجارة الإلكترونية وتساعد على انتشار استخدام الإنترنت الذي يعتبر القناة الإلكترونية أو السوق الالكتروني الذي من خلاله تتم المعاملات والمبادلات التجارية[1].

ثانيا: التشريعات والأنظمة للتجارة الإلكترونية

وتشمل التشريعات وقوانين التعاقد وأدلة التواقيع الإلكترونية التي تلاءم مع طبيعة التجارة عبر شبكة الإنترنت، والتي تتمثل في الإطار القانوني الذي يضمن استمرار التجارة الإلكترونية وحماية حقوق الأطراف المتعاملة فيها وفض النزاعات التجارية الإلكترونية سواء كانت في نفس الدولة أو في دول

[1] مسعود جماني، أثر التجارة الإلكترونية على إنتاجية وتنافسية المؤسسة: دراسة استطلاعية لبعض الوكالات السياحية بمنطقة باتنة، مذكرة ماجستير تخصص إدارة أعمال،جامعة الحاج لخضر باتنة، 2007-2008، ص 59.

مختلفة[1]. وبما أن إبرام العقد يتم على شبكة الإنترنت، فإنه من أولى المشكلات التي تثار في هذا الصدد مدى صحة هذه المحررات والعقود التي لا تتضمن توقيعا ماديا عليها من قبل أطرافها. وأمام هذا فإن قبول القضاء للتعاقدات الإلكترونية يتطلب إقرار أدلة العقود الإلكترونية، التواقيع الإلكترونية وموثوقيتها كبينة في المنازعات القضائية، ولقد عملت الدول المتقدمة على وضع قواعد وتشريعات تقضي بأن التوقيع الرقمي دليل إثبات، كما أجاز بعضها عمليات التشفير التي تكفل حماية التوقيع من الالتقاط غير المصرح به[2].

ثالثا: توفر الكوادر البشرية

يعتمد نجاح التجارة الإلكترونية في أي مجتمع على مدى توفر الكوادر البشرية المتخصصة في قطاع تقنية المعلومات، شبكات الاتصال، الإنترنت، والبرامج التطبيقية ذات العلاقة بالتجارة الإلكترونية[3]. واستعمال تكنولوجيا المعلومات، وعلى صيانة الأجهزة والمواقع، بما في ذلك تطوير مناهج التعليم لتزويد الطلاب بجرعات أكبر من المعلومات والتدريب في مجال المعلوماتية وتكنولوجياتها[4].

رابعا: الضرائب

انسجاما مع تحرير التجارة والخدمات المتعلقة بالأنشطة التقليدية، تتجه السياسات الحكومية إلى عدم إفرارية الضرائب على الأنشطة التجارية الإلكترونية، وهذا لصعوبة تتبع التسليم المادي للمنتجات الإلكترونية المباعة، إضافة إلى غياب آليات ضريبية وجمركية متعلقة بالتجارة الإلكترونية، ومع أنه كان الاهتمام في السابق مركزا على كافة الأوعية الضريبية والتي تخص التجارة التقليدية، إلا أنه لا توجد المرونة الكافية للتأقلم مع المستجدات العالمية وخصوصا التكنولوجية منها في معظم الدول مما يجعل الأنظمة الضريبية الآن غير مهيأة لاستقبال ومتابعة عمليات التجارة الإلكترونية سواء على المستوى الفني أو التكنولوجي[5].

[1] عابد بن عابد العبدلي، مرجع سابق، ص 13.
[2] لطيف زيود وآخرون، التحديات الضريبية للتجارة الإلكترونية العربية وإمكانية تطويرها، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، المجلد 29، العدد1، سورية، 2007، ص135.
[3] عابد بن عابد العبدلي، مرجع سابق، ص 14.
[4] إبراهيم العيسوي، التجارة الإليكترونية، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 2003، ص 74.
[5] لطيف زيود وآخرون، مرجع سابق، ص 8.

المطلب الثاني: التحديات القانونية للتجارة الإلكترونية

أثارت التجارة الإلكترونية جملة من التحديات والمشكلات القانونية التي تطلبت وتتطلب تنظيما قانونيا في جانب منها لعدم تعرض القوانين القائمة لتنظيمها أو تتطلب إعادة تقييم للقواعد القائمة لتتواءم مع الطبيعة الخاصة للتجارة الإلكترونية، وهذه التحديات القانونية هي[1]:

1. التعاقد بالطرق الإلكترونية: حيث تواجه التجارة الإلكترونية صعوبات من حيث اعتراف القوانين التقليدية بقانونية إبرام العقود بهذه الوسائل، ومسائل الإيجاب والقبول ومعيار إبرام العقد وطريقة التعبير عن الإرادة وما يتصل بذلك من مسائل تحديد زمان ومكان إبرام العقد.

2. البيانات: تثير التجارة الإلكترونية تحدي حجية وقانونية الدليل والبينة بصيغتها الرقمية. وفي إطارها يظهر الموضوع الأهم وهو التواقيع الرقمية ، ويرتبط به موضوع التشفير ويتصل بالإثبات مسألة الموقف القانوني من الرسائل الإلكترونية باعتبار أن عدم الاعتراف بقانونية هذا النمط من الرسائل يضعف إمكانية الاعتراف والتنظيم الكافي للتجارة الإلكترونية على نحو مكافئ للتنظيم القانوني لوثائق التجارة الورقية التقليدية. وهذه المشكلة تؤثر على تطبيق قوانين التجارة التقليدية في بيئة التجارة الإلكترونية على نحو يتسبب في إعاقة تطور التجارة الإلكترونية.

3.أنظمة الدفع الالكتروني والمال الالكتروني والبنوك الإلكترونية: تثير التجارة الإلكترونية تحديات في حقل الوفاء بالثمن ومقابل الخدمة، وتتصل هذه التحديات بمفهوم النقود الإلكترونية والحوالات الإلكترونية، وآليات الدفع النقدي الالكتروني وما يتصل بذلك من مسائل الاعتراف بهذه الوسائل وتحديد مسؤوليات الأطراف ذوي العلاقة.

4. المسؤولية القانونية للجهات الوسيطة في أنشطة التجارة الإلكترونية: مثل مسؤولية مزودي خدمة شبكة الإنترنت ومسؤولية الجهات القائمة بخدمة التسليم المادي، ومسؤولية جهات الإعلان ومسؤولية جهات التوثيق وإصدار الشهادات.

5. البنية التحتية: وتتعلق بالتنظيم القانوني لخدمات الاتصال وتزويد خدمة الإنترنت وجهات الإشراف على التجارة الإلكترونية في الدولة المزودة لحلولها وروابطها، وما يتصل بهذا التنظيم من معايير ومواصفات وقواعد قانونية ومسؤوليات قانونية.

[1] يونس عرب، الخصوصية وأمن المعلومات بواسطة الهاتف الخلوي، إتحاد المصارف العربية، عمان، 2001، ص 4-5.

6. حماية المستهلك وتنفيذ القانون: وذلك فيما يتعلق بنصوص التشريعات المتصلة بحقوق وحماية المستهلك أو الجمهور خاصة أن بعضها قد يفرض ويقيم معيقات على التجارة الإلكترونية.

7. الملكية الفكرية: تحديات حماية الملكية الفكرية في بيئة التجارة الإلكترونية وتحديدا حماية العلامات التجارية وأسماء النطاقات ومحتوى مواقع التجارة الإلكترونية من المواد المكتوبة والمرئية والمسموعة، إضافة إلى حماية برمجيات التجارة الإلكترونية ونظمها ومتطلبات أمن الشبكات من مختلف صور جرائم الكمبيوتر والإنترنت.

8. مسائل الخصوصية: وتتعلق بالحق في حماية البيانات الشخصية.

9. الضرائب: وتتعلق بالتنظيم القانوني لآليات وقواعد السياسة التشريعية الضريبية في بيئة التجارة الإلكترونية.

10. الجمارك والتعريفة: إن تنظيم مسائل التسليم المادي للمنتجات المباعة على الخط تتعلق بالتنظيم القانوني لآليات وقواعد السياسة التشريعية الضريبية والجمركية في بيئة التجارة الإلكترونية.

11. الاختصاص والولاية القضائية والقانون الواجب التطبيق: إن التجارة الإلكترونية باعتبارها تجارة بلا حدود تثير مشكلة الاختصاص القضائي بسبب حقيقة أن القوانين الداخلية ذات نطاق إقليمي محدد بحدود الدولة المعنية، ويتصل بالاختصاص مسألة تحديد القانون الواجب الانطباق على العقد ومشكلات تنازع القوانين إلى جانب مشكلات تنفيذ قرارات القضاء والتحكيم الأجنبية.

المطلب الثالث: مشكلات التجارة الإلكترونية

من أهم مشكلات التجارة الإلكترونية ما يلي[1]:

أولا: مشكلة النفقات الباهضة لحجم التجارة الإلكترونية

إن تأثر التجارة الإلكترونية بحجم مبلغ المبادلات التي تتم فيها، فإنها أيضا تتأثر بالرسوم أو الضرائب التي تفرضها على الشركات العاملة في قطاع التجارة الإلكترونية، فخوف من التأثير السلبي لأنشطة التجارة الإلكترونية تطالب بعض الحكومات بفرض هذه الضرائب بغية تحقيق المساواة مع الشركات التي لا تعمل في مجال التجارة الإلكترونية.

[1] هاني وجيه العطار، مرجع سابق، ص 44-48.

ثانيا: التكنولوجيا وانتقالها بين دول العالم

من أهم ما ميز نهاية القرن العشرين هو حدوث تقدم هائل في التكنولوجيا وبالأخص الحاسب الآلي والعلوم المرتبطة به، مما ترتب عنه تغير في النظم الإدارية والإنتاجية، وانعكس كل ذلك على التسويق الالكتروني أو التجارة الإلكترونية.

إن التقدم التكنولوجي وتفاوته من دولة لأخرى سوف يقسم دول العالم إلى مجموعة مصدرة للتكنولوجيا وأخرى مستوردة لها وسينعكس ذلك على التجارة الإلكترونية، حيث تصبح الدول المتقدمة تسوق إنتاجها المتقدم من صناعة وسلع استهلاكية وخدمات ونظم معلوماتية، ويكون دور بلدان العالم الثالث هو المستهلك في هذه التجارة، حيث يتلقى التكنولوجيا والسلع والخدمات من العالم المتقدم، وهذا يجعلنا نخلص إلى أن المفهوم العام للاقتصاد هو واحد، حيث أن هناك عرض وطلب سواء في اقتصاد أساسه التجارة التقليدية أم التجارة الإلكترونية، حيث الخلاف الجوهري بين النظامين هو نوعية السلع وآليات إجراء التعامل فقط.

ثالثا: مشكلات أداء الوفاء – بطاقات الائتمان (النقود الإلكترونية)

إن ظهور فكرة النقود الإلكترونية التي تتم أعمالها عن طريق بطاقات الدفع الالكتروني أو بطاقات الائتمان التي تحمل كل البيانات المتعلقة بصاحبها ليستعملها كأداة وفاء تقدم تسهيلات إلا أنها تترتب عنها مشاكل تتمثل فيما يلي:

- إساءة استخدام بطاقات الدفع الالكتروني من حامل البطاقة، كتقديم مستندات مرور للحصول على بطاقة ائتمان، أو كاستعمال البطاقة بعد نهاية مدة صلاحيتها أو استعمالها رغم إلغاء البنك لها.
- إساءة استعمال البطاقة من طرف الغير، كسرقة البطاقة واستعمالها أو سرقة الرقم السري الخاص بصاحب البطاقة واستخدامه.
- تلاعب التاجر في بطاقات الوفاء، كاستعماله بطاقات ليس لها أرصدة كافية للصرف، أو قبول بطاقات مزورة من العملاء.
- تلاعب موظفي البنك المصدر للبطاقة بالاتفاق مع حامل البطاقة أو التاجر أو غيرهما، كالسماح بتجاوز حد البطاقة في السحب أو تجاوز مدة الصلاحية.
- التلاعب في بطاقات الائتمان عن طريق شبكة الإنترنت باختراق خطوط الاتصالات العالمية أو الحصول على الأرقام السرية والمعلومات من المواقع إو إنشاء مواقع وهمية على أنها مواقع أصلية وبتلقي طلبات المعاملات الخاصة بالتجارة الإلكترونية، يتم الحصول عل المعلومات المتضمنة فيها.

رابعا: المستهلك وحمايته في التجارة الإلكترونية

لقد أصبح المستهلك في ظل الاقتصاد الحر وتحكم آليات السوق فيه عرضة للتلاعب بمصالحه ومحاولة غشه وخداعه، فقد يلجأ المنتج إلى التغاضي عن سلامة وأمن المستهلك بإيهامه بمزايا غير حقيقة في إنتاجه، ولذلك وجب حماية المستهلك والبحث عن الوسائل اللازمة لذلك.

إنه من المهم تقديم المواقع التي يمكن التسوق من خلالها وتقديم النصائح للمستهلك وتبصيره حتى لا يتضايق من تعامله على الشبكة، وحق المستهلك في الإعلام ضروري لحمايته ومساعدته في اتخاذ قرار بالتعاقد أو عدمه، وهو شرط يندرج ضمن عقود التجارة الإلكترونية.

خامسا: اختراق مواقع التجارة الإلكترونية وإتلافها أو تدميرها

إن أهم ما توصلنا إليه عند تعريفنا للتجارة الإلكترونية هو أنها عبارة عن معلومات أو بيانات تنساب عبر وسائط معلوماتية عبر شبكات الاتصال، وإن الإشكال هنا هو أنه يمكن اختراق أو التلاعب في هذه المعلومات طالما أنه قد أمكن اختراق النظام المعلوماتي نفسه وذلك بطرق عديدة، لذلك ومن أهم ما يجب أن تتميز به التجارة الإلكترونية هو حماية التجارة عن طريق سرية المعلومات، وهذا لأن أغلب المعلومات المتعامل بها بصفة يومية يمكن حمايتها بنظم حماية عديدة، لكن الخطر الحقيقي هو أن أي عمل تجاري إذا سرقت معلوماته أو أفشيت سيشكل خطرا قد يؤثر سلبا، ولهذا من أكبر التهديدات التي تحيط بالتجارة الإلكترونية هو إفشاء سرية المعلومات.

المبحث الثالث: انعكاسات التجارة الإلكترونية على الاقتصاد الوطني

إن التطور الإلكتروني الذي لحق بالنظام المصرفي للبنوك وتأثر السياسة النقدية به، له عظيم الأثر على المعاملات الاقتصادية التي تتم في هذا النطاق، وعلى وجه الخصوص معاملات التجارة الإلكترونية، حيث أن التحول المصرفي للشكل الإلكتروني له آثاره على السياسة النقدية، ولن يظهر ذلك إلا في ظل اقتصاد يعتمد في تسوية أغلب معاملاته الاقتصادية على النقود الإلكترونية وتبادلها عبر الشبكة، فمن خلال ذلك قد تبلغ السياسة النقدية الأهداف المرجوة منها.

كما أن تقدم المعاملات المصرفية وتأمين تعاملاتها يكون له عظيم الأثر على انتعاش المبادلات الاقتصادية عبر شبكة الإنترنت. بالإضافة لذلك فإن أهداف السياسة النقدية تتحقق على وجه الخصوص من خلال الجوانب الاقتصادية للتجارة الإلكترونية.

المطلب الأول: آلية عقد صفقات التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت

هناك عدة مراحل يتم بها أتمام صفقات التجارة الإلكترونية، نعرضها كما يلي[1]:

الفرع الأول: مرحلة عرض المنتجات وإتمام عملية الشراء

يقوم المنتج أو البائع في هذه المرحلة بعرض السلعة أو الخدمة التي يستطيع إنتاجها وتسويقها، وفقاً للطلب في السوق في الداخل والخارج بناءً على دراسات السوق من خلال موقع يتخده على شبكة الإنترنت، وفي الوقت نفسه يقوم بالترويج لسلعته من خلال وسائل الأعلام المختلفة بطريقة سهلة وواضحة ومفهومة للمستهلكين محاولا أقناعهم بها وحثهم على شرائها وقد يستخدم المنتج أو البائع الوسائل الإلكترونية في عملية الإعلان والترويج.

الفرع الثاني: مرحلة تسديد ثمن البضائع

بعد اتفاق البائع والمشتري على إتمام الصفقة، يتم البدء في تنفيذ الإلتزام المقابل لتسليم البضائع وهو تسديد ثمنها حيث يتم تنفيذ الأمر بالدفع من قبل المشتري أو بنكه،وذلك باستخدام الدفع النقدى عند استلام البضائع، أو الدفع باستخدام بطاقات الائتمان أو البطاقات الذكية، أو الدفع باستخدام النقود الإلكترونية.(E-Money)

وأهم الوسائل المستخدمة في تسديد قيمة المشتريات التي تتم من خلال التجارة الإلكترونية:

أ- الدفع النقدي عند استلام البضائع (Cash Money).

ب- الدفع باستخدام بطاقات الائتمان (Credit Card) (CC).

جـ- الدفع عن طريق النقود الإلكترونية (e-Money).

الفرع الثالث: مرحلة تسليم البضائع

في حالة اتفاق المتعاملين (مستهلك أو منتج مع مورد مواد أولية أو منتج مع بائع) يكون قد ألتقي العرض بالطلب وتم القبول ويتم توقيع العقد، ومن ثم يصدر المشتري أمره بالشراء إلكترونيا من خلال وسائل تكفل الأمان والسرية والمصداقية،ثم يبدأ المنتج أو البائع في تدبير السلعة وإعدادها وتهيئتها لتكون صالحة للتسليم بالشكل والأسلوب المتفق عليه بين المتعاقدين.

---

[1] أبو الوفا فهمى شلش، الجوانب التطبيقية في "التجارة الإلكترونية " النشرة الاقتصادية، بنك مصر، السنة الثالثة والأربعون، العدد الأول، ص48-49.

وتنقسم البضائع المعروضة على الشبكة إلى ثلاثة أنواع من حيث التسليم وهي-:

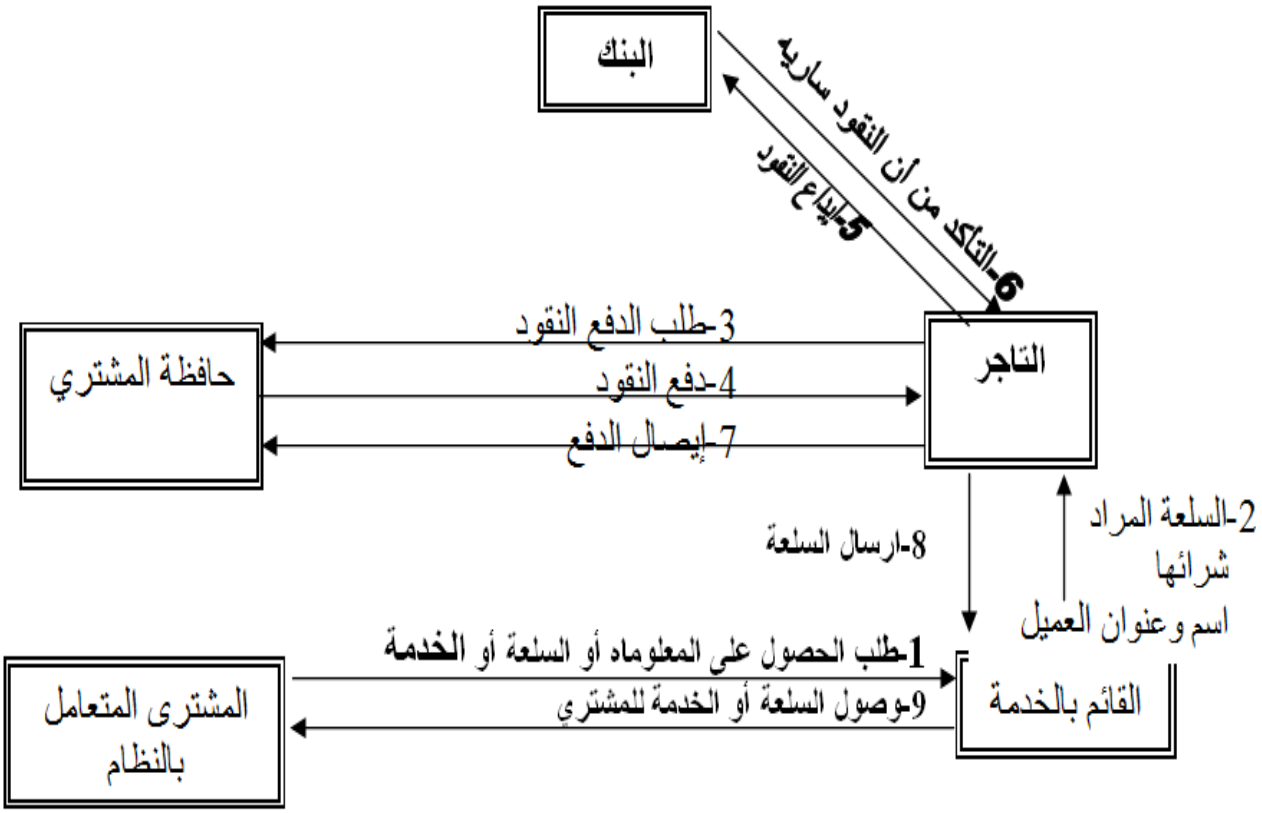
*بضائع إلكترونية يمكن استلامها فوراً من على الشبكة.

* بضائع يتم تسليمها من خلال شحنها إلى العميل.

* خدمات مثل حجز الفنادق والطائرات والاستشارات.

وكخلاصة لما سبق يمكن تقديم الشكل التالي وشرحه خطوة بخطوة لمراحل تنفيذ التجارة الإلكترونية

الشكل رقم (2-1) : مدى التأثير المتبادل بين التجارة الإلكترونية والأعمال المصرفية الإلكترونية



المصدر: إيهاب الدسوقي،الأبعاد الاقتصادية والمالية للتجارة الإلكترونية مع التطبيق على مصر،مجلة مصر المعاصرة، القاهرة، العدد 468/467، يوليو / أكتوبر 2002 السنة الثالثة والتسعون،ص 55.

يوضح الشكل السابق ما يلي:

1- لشراء سلعة أو خدمة يتم اختيار الكود الممثل لهذه السلعة وبعد ذلك يقوم القائم بالخدمة بالبدء أوتوماتيكيا في عمل برنامج لتوضيح كيفية تكوين محفظة للتاجر أو البائع.

وتشمل هذه الحافظة على معلومات كافية عن السلعة المطلوب شرائها وعنوان العميل أو أي معلومات أخرى.

2- يتم بعد ذلك تحديد تكلفة السلعة أو الخدمة المطلوب شرائها والاتصال بالبرنامج الذي يوضح حافظة المشتري وإبلاغه بالقيمة[1].

3- بعد أن يتم إخطار المشتري يكون عليه أن يرفض أو يقبل دفع القيمة وإذا وافق يتم دفع النقود اللازمة لإتمام عملية الدفع وإرسالها إلى التاجر.

4- يقوم التاجر بالتأكد من أن النقود المرسلة سارية وذلك من خلال تبادلها بنقود أخري بدون أن يذكر اسمه أو إيداعها في حسابه لدى البنك، ولضمان الكفاءة إذا تمت عملية المبادلة يجب أن يتم ذلك من خلال البنوك التي قامت بتقديم النقود. ويقوم البنك الذي قام بتقديم النقود بالتأكد من تسلسل أرقام النقود وذلك وفقا لقاعدة البيانات لديه وفي حالة عدم وجود رقم من الأرقام الموجودة في قاعدة البيانات تكون هذه النقود غير سارية وترفض كأساس للتعامل والعكس صحيح ويتم إلغاء الأرقام بعد التأكد من صحتها مباشرة وإلا تكون النقود عرضة للتعامل عدة مرات.وتكون في هذه الحالة سارية ويتم إعطاء التاجر نقودا جديدة بدلاً من النقود الأخرى أو تضاف لحسابه في البنك وتحدد الخطوات كالآتي[2]:

1- يتم تسليم التاجر مصادقة من البنك تؤكد ما إذا كانت النقود سارية أم لا.
2- يقوم التاجر بعد ذلك بتحرير إيصال عليه توقيع المشتري.
3- ترسل السلعة أو الخدمة بعد ذلك من التاجر إلى القائم بالخدمة الذي يقوم بدور الوسيط.
4- يقوم القائم بالخدمة الوسيط بين التاجر والمشتري بعد ذلك بإرسالها إلى المشتري.

وبناءً على ما سبق يؤدي التوسع في استخدام النقود الإلكترونية إلى زيادة تأثيرها على مستوى الطلب وتغير كمية النقد المتداولة خارج الجهاز المصرفي، وبالتالي إلى تغير مستويات الأسعار للسلع والخدمات.

ولذلك يتوقع أن تدرج النقود الإلكترونية ضمن مكونات كمية النقود. ويوفر الاعتماد على استخدام النقود الإلكترونية مزايا عديدة لعمليات التبادل التجاري من أهمها:

* سهولة تسوية الحسابات.
* تقلص حاجة الاحتفاظ بالنقود.
* انخفاض الحاجة إلى التردد على البنوك أو المرور بإجراءات تسليم وتسلم النقود[3].

[1] شيماء جمال مجاهد، مرجع سابق.
[2] إيهاب الدسوقي، المرجع السابق، ص 55.
[3] شيماء جمال مجاهد، مرجع سابق.

المطلب الثاني: آثار التجارة الإلكترونية على الاقتصاد الوطني

فيما يلي سيتم التطرق الى أهم الآثار الإيجابية المنتظرة من تطبيق التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت والتي أضحت القوة الدافعة للاقتصاد الجديد في ثلاث مجموعات رئيسية كالتالي:

الفرع الأول :الآثار الاقتصادية للتجارة الإلكترونية على مستوى المستهلكين

تساهم التجارة الإلكترونية في العديد من المزايا التي يمكن أن يستفيد منها المستهلكين بشكل كبير، ونذكر منها على سبيل المثال لا الحصر:

- سرعة وسهولة التسوق باستعمال شبكة الإنترنت في أي يوم أو في أي وقت وأي مكان، فأي مشترك في الإنترنت يستطيع أن يصبح مستهلكا عالميا[1]، وهو ما يمكن العملاء من التسوق بشكل واسع، وهذا بدوره يحقق نسبة رضا عالية لدى الزبائن مقارنة بما تتيحه التجارة التقليدية[2].
- تخلق التجارة الإلكترونية حافزا كبيرا لزيادة القدرة التنافسية، وتحفز المهتمين بالأبحاث لإيجاد وسائل وأساليب متطورة لاستخدام القسائم والشيكات الإلكترونية، إضافة إلى تحسين درجة التنافسية للموردين في مجال جودة المنتج للعملاء.
- انخفاض الأسعار وسرعة الحصول على المنتجات، حيث تعدد وتنوع المنتجات وزيادة مختلف أنواع المحلات تعمل على تزويد الزبائن بالمعلومات الكاملة عن المنتجات وذلك من خلال البحث على المنتج الأقل سعر والأفضل جودة، وهذا بمقارنة أسعار ونوعيات المنتجات بسهولة وسرعة فائقة مما يمكن المستهلك من الاختيار الأفضل، مقارنة بالتجارة التقليدية.
- سرعة وسهولة تبادل المعلومات بين المستهلكين، حيث تتيح الإنترنت إمكانية تبادل المعلومات والآراء وتجارب المستهلكين المتعلقة بالمنتجات والخدمات عبر مجتمعات إلكترونية مثل المنتديات وغيرها، مما يوفر البيانات والمعلومات لدى أفراد المجتمع عن المنتجات الاقتصادية، أي يرفع مستوى الثقافة والوعي الاستهلاكي، في حين قد يتعذر هذا أو يتطلب وقت وجهد أطول في عالم التجارة التقليدية.

---

[1] مبارك بوعشة، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة (NTIC) على التسيير الاستراتيجي لمؤسسات الاقتصادية، كية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة 2، السنة الجامعية: 2012-2013، ص 232.

[2] مسعود جماني، مرجع سابق، ص 62.

الفرع الثاني: الآثار الاقتصادية للتجارة الإلكترونية على مستوى قطاع الأعمال

تقدم التجارة الإلكترونية العديد من المزايا التي يمكن أن تستفيد منها الشركات بشكل كبير، ونذكر منها على سبيل المثال لا الحصر:

- توسيع نطاق التسوق، حيث تعمل التجارة الإلكترونية على توسيع دائرة السوق المحلي
- وكذلك النفاذ إلى الأسواق العالمية وخلق أسواق جديدة كان يتعذر إيجادها في ظل التجارة التقليدية، مما يتيح للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحضور في الأسواق المحلية والدولية الأمر الذي يمكن المستهلكين الاختيار من بين المنتجات المعروضة. من الفوائد المباشرة للتجارة الإلكترونية الدخول اليسير والفعال للأسواق المحلية والدولية لمؤسسات الأعمال، مما يمكن أي فرد أن يكون تاجر على الإنترنت وبتكاليف منخفضة[1].
- تخفيض التكاليف، حيث في هذا الصدد هناك العديد من الوفرات الممكن تحقيقها من وراء استخدام التجارة الإلكترونية، ويتمثل أهمها في تخفيض التكاليف الإدارية وإعادة تصحيح البيانات الخاطئة، انخفاض تكلفة العمالة المتعلقة بتشغيل البيانات، انخفاض تخفيض تكاليف الاتصال[2].
- تفعيل مفهوم المنافسة الكاملة في السوق :تعمل التجارة الإلكترونية على تقليص المسافات بين المنتجين والمستهلكين، أي تتيح التواجد الإلكتروني القريب بين البائع والمشتري مما يحسن مستوى ونوعية المنتج عن طريق خدمات ما قبل وبعد البيع وتوفر المعلومات عن طبيعة المنتجات وأسعارها ومنتجيها في الأسواق وكذلك الاستجابة السريعة لطلبات السوق الأمر الذي يؤدي إلى تحسين درجة التنافسية في الأسواق الإلكترونية.
- زيادة الاتجاه نحو التخصص في مجال الأعمال: مع نمو التجارة الإلكترونية ظهرت الشركات المتخصصة، والتي تتعامل في بعض المنتجات دون غيرها – تخصص بعض الشركات في صناعة لعب الأطفال -وبذلك يمكن تلبية رغبة أكبر قدر ممكن من رغبات واحتياجات العملاء.
- تحسين خدمة العملاء: تساهم التجارة الإلكترونية في تحسين خدمة العملاء من خلال سرعة الاستجابة لرغبات العملاء وسرعة الرد على استفساراتهم وتحسين العلاقات معهم[3].

---

[1] مسعود جماني، مرجع سابق، ص 62-63.

[2] أسامة ربيع أمين سليمان، معوقات إنتشار التجارة الإلكترونية في مجال التسويق :وثائق التأمين في سوق التأمين المصري، المؤتمر الدولي العشرون :صناعة الخدمات في الوطن العربي، مصر، جامعة المنصورة، 2004 ، ص 6.

[3] مسعود جماني، مرجع سابق، ص 64.

الفرع الثالث: الآثار الاقتصادية للتجارة الإلكترونية على المستوى الوطني

تتمثل أهم المكاسب التي تعود على المجتمع من خلال تطبيق التجارة الإلكترونية في[1]:

- دعم التجارة الخارجية: تمكن التجارة الإلكترونية من تسويق السلع والخدمات عالميًا وبتكلفة محدودة، وتمتاز بالقدرة على سرعة عقد وإنهاء الصفقات التجارية، إضافة إلى القدرة على تحليل الأسواق وبالتالي الاستجابة لتغير متطلبات المستهلكين، مما يوفر فرص زيادة معدلات الصادرات . ونشير إلي أن أثر التجارة الإلكترونية يظهر جليًا في تجارة الخدمات بين الدول، مما يؤدي بدوره إلى رفع درجة الانفتاح الاقتصادي.
- دعم التنمية الاقتصادية: تساهم التجارة الإلكترونية– بصفة خاصة في البلدان النامية في تحقيق التنمية الاقتصادية، وذلك من خلال زيادة فعالية إدارة المؤسسات خاصة المتوسطة والصغيرة منها التي تمثل المحور الأساسي في التنمية الاقتصادية (والتي تعاني من غياب الموارد الاقتصادية) اللازمة للوصول إلى الأسواق العالمية، إضافة إلى تحسين المستوى التكنولوجي ورفع مهارات العمالة وخفض التكاليف على اعتبار أن ذلك يعد أهم مقومات نجاح التجارة الإلكترونية.
- دعم التوظيف: تمكن التجارة الإلكترونية من إقامة مشاريع تجارية صغيرة ومتوسطة للأفراد وربطها بالأسواق العالمية بأقل تكاليف استثمارية، وبالتالي خلق فرص جديدة للتوظيف. خاصة إذا كان الأفراد متخصصون في تقديم خدمات على المستوى المحلي والعالمي دون الحاجة للانتقال، مما يفتح لهم المجال للانطلاق في الأعمال الحرة.
- دعم القطاعات التكنولوجية: يؤدي انتشار التجارة الإلكترونية على المستوى القومي إلى ظهور قطاعات متخصصة في تقنية المعلومات والاتصال من أجل دعم البنية التحتية للتجارة الإلكترونية ومع نموها وانتشار استخدامها تظهر فرص استثمارية لتوجيه رؤوس الأموال للعمل في تطوير وتحسين وتحديث البنية التحتية الإلكترونية، والاستثمار في الخدمات المصاحبة لها مما يؤدي إلى خلق وتوطين قطاعات تكنولوجية جديدة متقدمة تدعم الاقتصاد القومي.

[1] مسعود جماني، مرجع سابق، ص 65-66.

المطلب الثالث: مدى تأثير التجارة الإلكترونية على أهداف السياسة النقدية

يلاحظ أن للنقود الإلكترونية تأثير على نظام المدفوعات وذلك على التفصيل التالي:

الفرع الأول: التأثير على استقرار نظام المدفوعات والأسواق المالية

تؤثر النقود الإلكترونية بصورة مباشرة عل حسن سير نظام المدفوعات وعلى استقرار الأسواق المالية، وذلك تأسيساً على عدم خضوع النقود الإلكترونية لإشراف حصين من قبل السلطات العامة النقدية،قد يؤثر سلباً في الأجل الطويل على السير الحسن لنظام المدفوعات، وهذا بالتبعية يؤذى استقرار الأسواق المالية ومثل هذا الخطر يمكن أن ينتج عن عوامل متنوعة وعلى وجه الخصوص.

- الإدارة السيئة من قبل مصدري النقود الإلكترونية لتدفقات هذه النقود أو لأنشطة هذه التدفقات.
- إدخال نقود إلكترونية مزيفه أو استخدام النقود الإلكترونية المفقودة أو المسروقة.
- الإشكاليات الفنية التي قد تؤثر على الاستخدام السليم للنقود الإلكترونية كتلك الناتجة عن أخطاء البرمجيات.

وبصورة أوضح فإن هذا الأثر يندرج تحته كافة صور المخاطر المالية السابق الإشارة إليها أيضاً.

الفرع الثاني: التأثير على أهداف السياسة النقدية

باعتبار أن تنفيذ عمليات التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت وعمليات سداد قيمتها وتسوياتها المالية يتم إلكترونيا على مدار الـ24 ساعة، ومع إلغاء الحدود الفاصلة بين أسواق الدول المختلفة بدون تدخل السلطات النقدية، وكذلك مع زيادة قدرة الأفراد على تبادل السلع والخدمات عبر شبكة الإنترنت دون سيطرة أو رقابة فإن فاعلية أدوات السياسة النقدية قد تتراجع، من حيث ترشيد عمليات الائتمان وترشيد تمويل عمليات الاستيراد من سلعة معينة، وكذلك دعم قطاعات وأنشطة اقتصادية معينة وذلك لتراجع القدرة على السيطرة على عرض النقود داخل حدود الدولة الواحدة في ظل استخدام نقود إلكترونية تتولد وتتدفق بدون حدود زمنية أو مكانية[1].

كما أن تطور أدوات ووسائل الدفع من خلال التجارة الإلكترونية قد يوحى لبعض الشركات المتخصصة في مجال المعلومات بعرض خدماتها في مجال إصدار وإدارة هذه الأدوات ولكن غالبية القوانين المصرفية تحصر هذا النشاط فقط في المؤسسات المصرفية، وقد صدر عن المفوضية الأوروبية خلال عام 1997 اقتراح يهدف إلى السماح بأن تقوم مؤسسات أوروبية غير مصرفية

[1] أبو الوفا فهمى شلش، مرجع سابق، ص 63.

بإصدار عملات إلكترونية، إلا أنه تم تجميد هذا الاقتراح بفعل معارضة المصارف المركزية ومؤسسات النقد الأوروبية[1].

بالإضافة لذلك فإن البنوك تقدم لعملائها بطاقات إلكترونية متنوعة تستخدم في تأدية وظائف عديدة سبق التعرض لها تفصيلاً، كما تتجه العديد من المشروعات الكبرى إلى تبنى نظام إصدار نقود إلكترونية خاصة بها تحمل علامتها الخاصة، ولاشك أن البطاقات السابقة ذات تأثير واضح على السياسة النقدية بالنظر إلى أنها تتبلور في النهاية إما في شكل إحلال نقدي، أي إحلال شكل نقدي محل آخر، أو في شكل خلق نقود جديدة.

وتأسيساً على ما سبق فأنه يتوقع في حالة غياب الأشراف الحصين والصحيح على إصدار النقود الإلكترونية أن تقود إلى التأثير على استقرار نظام المدفوعات، فالأضرار باستقرار الائتمان خاصة والاستقرار الاقتصادي بوجه عام، يكون نتيجة للإفراط في إصدار النقود الإلكترونية أو التأثير على وظيفة النقود كوحدة للحساب (مقياس للقيم) أو تعديل شروط ممارسة السياسة النقدية. وذلك للأسباب الآتية:

1- حدوث إفراط في كمية النقود الإلكترونية المصدرة نتيجة انخفاض التكلفة الحدية لإنتاجها على تلك المرتبطة بالأشكال البنكية التقليدية (الشيكات)، إذا تبلور في شكل دائن ومدين في حساب البطاقة أو البرنامج المصمم على الكمبيوتر)، لهذا في حالة غياب ضغوط أخري على مصدري النقود الإلكترونية من المحتمل أن يكون لديهم ميل لزيادة حجم النقود الإلكترونية تعظيماً لمكاسبهم (كالإفراط في منح الائتمان لمستخدمي النقود الإلكترونية)، ويسمح التنافس بين مصدري النقود الإلكترونية بتأييد هذا الاتجاه على الأقل جزئياً، كما تزداد آفاق هذا الاحتمال في ظل الاقتصاديات التي تتميز بعدم وجود قيود وأوضاع لنشر المعلومات ودون التزام بتوقيت مالي لها، بل أن الاقتصاديات التي تتميز بقيود في نشر معلوماتها وبتوفير شبكات واسعة للتعامل، فإن نمو الكمية المصدرة من النقود الإلكترونية يعد ذا اعتبار هام لمصدريها للاستفادة من اقتصاديات الحجم وإنقاص التكاليف.

ويلاحظ أن انتشار محفظة النقود الإلكترونية، كأداة لتسوية المدفوعات الزهيدة القيمة،من المحتمل أن ينشئ ضغط إضافي على السيولة النقدية لدى البنوك،من خلال تضاعف حجم الحسابات الجارية وهو ما يؤثر على حجم السيولة لدى البنوك ومن ثم على حجم طلبها النقدي من البنك المركزي.

2- وقد يحدث تأثير على وظيفة النقود كوحدة للحساب (مقياس القيم)، فهذه الوظيفة الهامة، المشتقة من خاصية القبول العام للنقود، يتعين أن تتمتع بها كافة أشكال النقود، فإذا حدث شك في الملاءة المالية لمؤسسة إصدار النقود الإلكترونية سيحدث تفاوت،حال الرغبة في تحويل النقود الإلكترونية إلى نقود

[1] أبو الوفا فهمى شلش، مرجع سابق، ص 63.

بنكية، بين قيمة النقدين تحسم لصالح النقود الأخيرة، وفي هذه الحالة تصبح وظيفة النقود كوحدة للحساب محل شك.

3- كما يؤثر تطور النقود الإلكترونية على شروط ممارسة السياسة النقدية، بالنظر إلى تأثيرها على آليات هذه السياسة في عبورها إلى الاقتصاد الفعلي، لهذا يتعين أن توضع في الاعتبار حال حساب حجم الكتلة النقدية المصدرة، نظراً لقابلية تحويلها إلى نقود أخري (مركزية أو بنكية)، بالإضافة لذلك فإن سرعة انتشار هذه النقود في التعامل من الممكن أن تؤثر في حالة استبعاد آثارها على دقة قياس سرعة دوران النقود، وأخيراً قد يؤثر إصدار النقود الإلكترونية على حاجات البنوك من النقود لدى البنك المركزي، وبالتالي على حجم السيولة البنكية.

من الجدير بالذكر أن تلك المخاطر السالف ذكرها ليست هي فقط التي يمكن أن تواجه استخدام النظام الإلكتروني في مجال السياسة النقدية، أي أن ذكر تلك المخاطر كانت على سبيل المثال وليس الحصر بالإضافة لذلك فإن هذه المخاطر قد تتعرض لها المؤسسات التي تتعامل في نظام التجارة الإلكترونية ولذلك فأننا من خلال السياق التالي سنحاول وضع بعض الحلول لتلك المخاطر[1].

[1] شيماء جمال مجاهد، مرجع سابق.

خلاصة الفصل الثاني

على ضوء ما تم التعرض إليه في هذا الفصل والذي يخص التجارة الإلكترونية، وما تضمنه من استعراض وتحليل للجوانب المختلفة لهذه الظاهرة يمكن التوصل إلى أن هناك تنامي في الاهتمام بالتجارة الإلكترونية واتساع مجالات استخدامها لتشمل كافة مستويات التعاملات الاقتصادية، كما أن بروز ظاهرة التجارة الإلكترونية كأحد أهم التحديات في تاريخ البشرية واعتبارها أداة مهمة في تغيير أنماط الحياة الاقتصادية سواء على مستوى الأفراد أو المجتمعات أو الأمم. وعليه تم التوصل إلى النتائج التالية:

- إن الارتباط الوثيق بين البنوك الإلكترونية ونمو التجارة الإلكترونية وتطورها يمكن من انتقال السلع والخدمات من البائع إلى المشتري بمساعدة أدوات الاتصال والوسائل التكنولوجية الحديثة باعتبارها البنية التحتية اللازمة لقيام التجارة الإلكترونية،

- ضرورة الاعتماد على تنظيم قانوني من خلال سن تشريعات تحكم قيام التجارة الإلكترونية عن طريق شبكة الإنترنت ووسائل الاتصال لتتواءم مع الطبيعة الخاصة للتجارة الإلكترونية.

- إن مشاكل التجارة الإلكترونية يمكن أن تكون عارضا في حماية التجارة الإلكترونية بصفة عامة والمستهلك بصفة خاصة.

- كما تم التأكيد على الأثر الإيجابي للتجارة الإلكترونية على الاقتصاد بكافة قطاعاته سواء على مستوى قطاعات الأعمال أو القطاع الاستهلاكي أو الاقتصاد القومي إلا أنه يؤثر على استقرار نظام المدفوعات والأسواق المالية.

الفصل الثالث:

دور البنوك الإلكترونية في تطوير التجارة الإلكترونية (دراسة حالة بنك الخليج الجزائر في شقه الإلكتروني)

تمهيد:

إن تكنولوجيا الدفع الالكتروني تتطور بشكل مستمر، وتقدم بذلك العديد من المميزات التي يتميز بها التحويل الفوري للأموال قصد إتمام عمليات الدفع بشكل آمن مجسدة بذلك قيام التجارة الإلكترونية وانتقال السلع والخدمات من خلال شبكة الإنترنت التي تعتبر عمود التجارة الإلكترونية التي كان لها تأثير على اقتصاديات الدول.

سنتطرق في هذا الفصل إلى تعريف بنك الخليج واستهداف خدماته ومنتجاته الإلكترونية، وبعدها محاكاة التجارة الإلكترونية من خلال استعمال بطاقة بنك الخليج الجزائر في مواقع التسوق الإلكتروني وتتبع مراحله عن طريق شحن البطاقة ثم الدفع الالكتروني، وبعدها استلام السلعة، وبعدها نتطرق لتأثير هذه التجارة على الاقتصاد الوطني

وللإحاطة بموضوع الفصل الثالث قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث كما يلي:

- في المبحث الأول سنحاول التعرف على بنك الخليج الجزائر من حيث ملكيته ونشأته وتعريفه والخدمات المصرفية الإلكترونية التي يقدمها.
- أما في المبحث الثاني سنعرض محاكاة مراحل التسوق الالكتروني وقيام التجارة الإلكترونية بذلك بواسطة بطاقة الدفع لبنك الخليج الجزائر

وفي المبحث الثالث سنلقي الضوء على الجوانب الاقتصادية للتجارة الإلكترونية من خلال تحسين المزايا النسبية وزيادة المزايا التنافسية، وكيفية التأثير على الاقتصاد الكلي.

المبحث الأول: بطاقة تعريفية لبنك الخليج الجزائر

إن التغيرات التكنولوجية تشهد تطورا هائلا خاصة منها تكنولوجيا المعلومات والاتصال ، فلقد أصبحت السوق المصرفية الجزائرية في هذا المجال تتسم بالأهمية و المنافسة الشديدة والحيوية ، حيث جلبت العديد من المؤسسات المالية التي تقدم خدمات مطورة وحديثة أثرت في السلوكيات المصرفية للأفراد.

المطلب الأول: تقديم بنك الخليج الجزائر

يعتبر بنك الخليج الجزائر فرعا من شركة مشاريع الكويت القابضة "Kipko"، وأنشئ بمساهمة ثلاثة بنوك بأقساط مالية مختلفة، ويمكن بنك الخليج الجزائر كما يلي:

أولا: التعريف بشركة مشاريع الكويت القابضة "Kipco"

أنشأت شركة مشاريع الكويت القابضة "Kipco" في عام 1975، وهي مجمع كويتي خاص، وهي أحد الشركات القابضة في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، مع أصول خاضعة للإدارة بأكثر من 19 مليار دولار[1].

وتمتد أنشطة شركة المشاريع عبر منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، من المحيط الأطلسي إلى بحر العرب، وتعتبر إحدى أكبر الشركات القابضة على مستوى المنطقة وتمتلك حصص مُلكية رئيسية في قطاعات الخدمات المالية والإعلام والصناعة والعقار. تضم مجموعة شركة المشاريع أكثر من 60 شركة في 24 بلداً ويعمل فيها أكثر من 12 ألف موظفا.

تتركز أنشطة شركة المشاريع على قطاعي الخدمات المالية والإعلام، وتشمل شركات مجموعة شركة المشاريع في قطاع الخدمات المالية مجموعة بنك برقان التي تعتبر إحدى أكبر المجموعات المصرفية في المنطقة ولها عمليات في الجزائر، العراق، الأردن، الكويت، مالطا، تونس وتركيا. كما تمتلك شركة المشاريع حصة الأغلبية في مجموعة الخليج للتأمين وهي إحدى أكبر مجموعات التأمين في المنطقة ولها عمليات في البحرين، مصر، العراق، لبنان، الكويت، دولة الإمارات العربية المتحدة، السعودية وسوريا.

أما في قطاع الإعلام فإن الشركة تملك حصة الأغلبية في OSN وهي الشركة الرائدة في مجال تقديم خدمات التلفزة الفضائية المدفوعة. وتقدم OSN برامج الترفيه باللغات العربية والإنجليزية والفلبينية باستخدام أحدث التقنيات في مجال البث التلفزيوني .

وتلعب شركة مشاريع الكويت باعتبارها إحدى الشركات الرائدة في الكويت دوراً رئيسياً في عملية التنمية وتؤمن بأهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات. وقد حددت الشركة ثلاث قضايا رئيسية في مجال

[1] Le Rapport annuel 2009, p 2

التنمية هي التعليم، تطوير كوادر الشباب والصحة. وقد قامت الشركة بتنظيم مجموعة من المبادرات لدعم المجتمع في هذه المجالات[1].

إن طموحات المجموعة لا تقتصر على أن تظهر في المرتبة الأولى للمستثمرين في المنطقة بل تسعى إلى تعزيز المساهمة الفعالة في تحقيق الازدهار الاقتصادي للبلدان التي تمارس فيها نشاطاتها، مع الحفاظ على مفهوم احترام عادات وثقافات شعوب تلك البلدان[2].

ثانيا: المساهمون في بنك الخليج الجزائر

أنشأ بنك الخليج الجزائر بمساهمة ثلاثة بنوك أخرى وهي بنك برقان وبنك تونس العالمي والبنك الأردني الكويتي، ويمكن التطرق لكل بنك منهم كما يلي[3]:

1- بنك برقان (Burgan BANK)

هو فرع من مجموعة شركة مشاريع الكويت القابضة "Kipco"، وهو بنك تجاري كويتي له عدة فروع منتشرة بشكل خاص في منطقة الشرق الأوسط، تأسس هذا البنك عام 1977 وقد اكتسب دورا بالغ الأهمية في القطاع الخاص وقطاع الأعمال من خلال طرحه منتجات مبتكرة وتكنولوجيا متقدمة، وكذلك شبكة توزيع واسعة.

وتشمل فروعها بنك الخليج الجزائر في الجزائر "Gulf Bank Algeria" ، وبنك بغداد في العراق "Bank of Baghdâd"، والبنك الأردني الكويتي في الأردن "Jordan Koweït Bank".

إن نتائج البنك مستمرة في النمو الكبير لرأس المال واستثمارات كبيرة متنوعة، شبكتها تضم 21 وكالة وأكثر من 120 جهاز صراف آلي، ويملك حصة 60 % في بنك الخليج الجزائر.

2- بنك تونس العالمي (Tunis International Bank)

تأسس هذا البنك في عام 1982، وهو أول بنك خاص في الخارج، أنشئ في تونس وهو يوفر مجموعة متكاملة من الخدمات المالية للشركات الدولية والمؤسسات المالية والحكومات والأفراد بما في ذلك عمليات الصرف الأجنبي والسوق النقدية في كل العملات القابلة للتحويل، وتمويل التجارة الدولية والخدمات الشخصية، وكذلك العمليات المصرفية التجارية والاستثمارية وبطاقات الدفع (Internationales visas et American Express...).

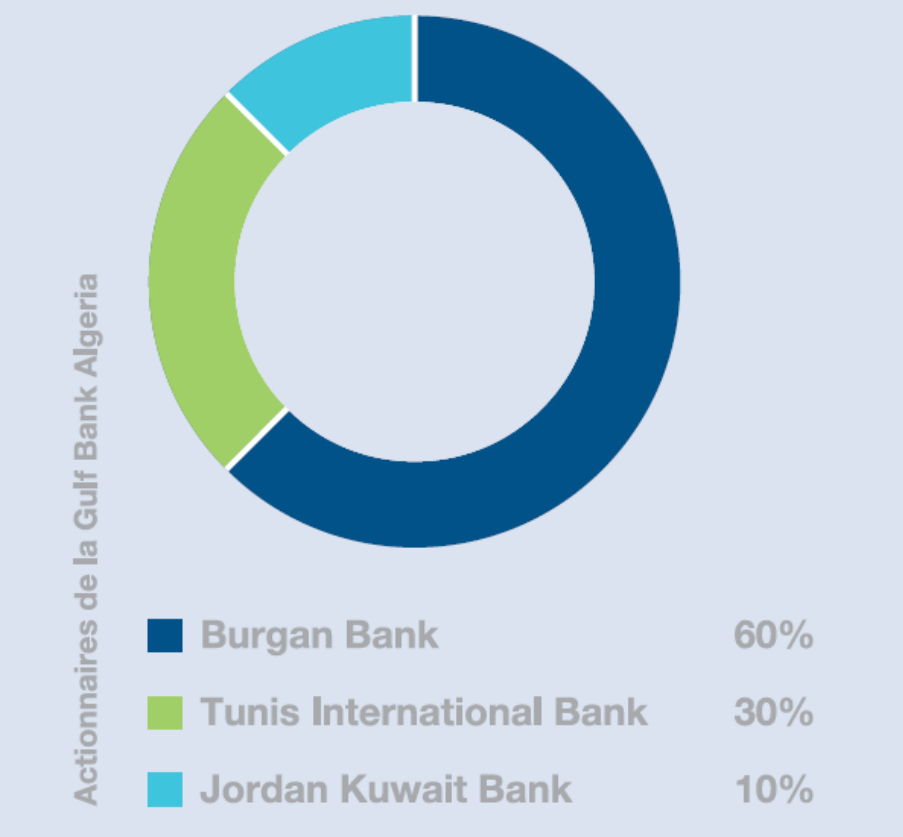
[1] Le site web: http://www.kipco.com/ar/KIPCO/About-KIPCO# consulter le 27 mai 2017 a 11:06
[2] Le Rapport annuel 2009, p 3
[3] Le Rapport annuel 2009, p 2

ولديه مكتب تمثيلي في طرابلس ويملك البنك حصة 30 % في بنك الخليج الجزائر، والمساهم الرئيسي في بنك تونس العالمي "TIB" هو بنك الخليج المتحد United Gulf Bank بحصة 86 % من رأس المال.

3- البنك الأردني الكويتي (Jordan Kuweit Bank)

تأسس البنك الأردني الكويتي في عام 1976، وهو يعمل بنجاح في النظام البنكي الأردني وهو بنك تجاري يوفر لعملائه مجموعة متنوعة من المنتجات والخدمات البنكية، موزعة عبر شبكة مكونة من 48 وكالة في الأردن واثنين آخرين في فلسطين وقبرص، ويشارك بحصة قدرها 10 % في رأس مال بنك الخليج الجزائر، وفي شهر ماي من سنة 2008 أصبح البنك الأردني الكويتي (JKB) فرعا من بنك Burgan بقيمة 51.10 %.

الشكل رقم (3-1) : نسب مساهمي بنك الخليج الجزائر



المصدر: Le Rapport annuel 2009, p 1

المطلب الثاني: نشأة وتعريف بنك الخليج الجزائر

يمكن التطرق إلى نشأة وتعريف بنك الخليج الجزائر كما يلي:

أولا : نشأة بنك الخليج الجزائر

تأسس بنك الخليج الجزائر في 15 ديسمبر 2003 في شكل شركة ذات أسهم وتمت الموافقة عليه كبنك تجاري بموجب القرار رقم 03/03 الخاص ببنك الجزائر المؤرخ في 15 ديسمبر 2003[1] برأس مال قدره 10 مليار دينار جزائري، تملكها ثلاث بنوك ذات سمعة دولية مرموقة وهي بنك برقان Burgan Bank بقيمة 60 %، وبنك تونس العالمي Tunis International Bank بقيمة 30 %، و 10 % من البنك الأردني الكويتي Jordan Kuweit Bank ، وهي بنوك تنتمي إلى مجموعة مشاريع الكويت القابضة.

ثانيا : تعريف بنك الخليج الجزائر

إن بنك الخليج الجزائر بنك تجاري بدأ بمزاولة عمله في شهر مارس من سنة 2004، وهو يمارس عمله حتى الآن في بيئة اقتصادية وبنكية مليئة بالتغيرات والتقلبات، وقد ربط البنك مهمته الأساسية في المساهمة في التنمية الاقتصادية والمالية للجزائر، وذلك بتقديم مجموعة واسعة ومتطورة من المنتجات والخدمات المالية والحلول الأكثر حداثة من حيث السرعة والتنفيذ للمنشآت والشركات وكذا الأفراد.

ومنذ تأسيسه في السوق الجزائرية يسعى بنك الخليج الجزائر إلى الاستثمار في مجالات تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي تمكنه من إتمام جميع عملياته بسرعة وكفاءة أكبر، وتلبية لطلبات جميع عملائه يقدم البنك الخدمات المصرفية التقليدية وكذلك تلك التي تتوافق مع مبادئ الشريعة الإسلامية، وبذلك نجد أن البنك على استعداد أن يقدم مجموعة مبتكرة من المنتجات والخدمات المالية حسب الطلب مساهمة بذلك في إثراء الحياة الجزائرية[2].

ومع التوسع المستمر أصبح لبنك الخليج الجزائر شبكة فروع منتشرة في جميع أنحاء البلاد، حيث في 31 ديسمبر 2015 أصبح لدى بنك الخليج الجزائر شبكة مكونة من 58 وكالة موزعة عبر كافة التراب الوطني منها ثلاث وكالات أوتوماتيكية، علما أنه في 2015 تم فتح 12 وكالة جدية تتضمن وكالة أوتوماتيكية واحدة[3]، في حين أصبح لدى البنك شبكة مكونة من 63 وكالة منها 6 وكالات أوتوماتيكية نهاية ديسمبر 2016، وذلك لتكون أقرب لعملائها في جميع أنحاء البلاد[4].

---

[1] ETATS FINANCIERS 2015, p 14
[2] Le site web: https://www.agb.dz/article-view-6.html consulter le 27 mai 2017 a 12:42
[3] ETATS FINANCIERS 2015, p 14
[4] Le site web: https://www.agb.dz/article-view-1.html consulter le 27 mai 2017 a 14:48

المطلب الثالث: المنتجات الإلكترونية التي يقدمها بنك الخليج

يقدم بنك الخليج الجزائر مجموعة متنوعة من الخدمات تتمثل في خدمة الصراف الآلي وخدمة المحفظة الإلكترونية وخدمة البطاقات الإلكترونية وخدمة التحويل المصرفي كما يلي:

أولا: خدمة الصراف الآلي

إن خدمة الصراف الآلي متواجدة في كل فروع البنك 63 عبر كل التراب الوطني، متاحة للعملاء 24/24 ساعة و7/7 أيام تقدم عددا من العمليات المصرفية منها التعرف على رصيد الحساب وسحب مبالغ نقدية، وتسديد الفواتير[1]، كما أنها تتميز بقبول بطاقات الائتمان ذات العلامة ماستر كارد وماسترو كارد وفيزا كارد، إلا أنها لا تجري عمليات الدفع والسحب من بطاقات الائتمان بالعملة الصعبة وإنما بالدينار الجزائري مقابل تحويل القيمة المسحوبة أو المدفوعة من البطاقة بما يقابلها بالعملة الصعبة بناء على سعر صرف العملة الأجنبية مقابل الدينار الجزائري.

ثانيا: بطاقة الدفع " سهلة"[2]

هي بطاقة مصرفية ممغنطة يصدرها البنك تلقائيا للعميل بمجرد فتح حساب عادي -حساب شيك- لديه، وهي وسيلة للسحب والدفع بطريقة فعالة ومريحة وآمنة، وتسمح بإجراء العمليات على حسابك في أي وقت في حدود الأموال الموجودة برصيد الحساب.

تتميز البطاقة بأن ليس لها سقف محدد، وسهلة الاستخدام، وموثوقة وآمنة، وتوفر الأموال 7/7 و24/24 ساعة، ويمكن استعمالها للسحب من جميع أجهزة الصراف الآلي التي تحمل الشعار CIB الموجودة في جميع أنحاء التراب الوطني، كما يمكن استعمالها للدفع والوفاء بالالتزامات وتسديد الفواتير في ظل خدمة الدفع الالكتروني التي دخلت حيز التنفيذ بدءا من 04 أكتوبر 2016 من حيث التشريعات القانونية إلا أنها لم تطبق فعليا لحد الآن.

ثالثا : خدمة المحفظة الإلكترونية

تعرف المحفظة الإلكترونية على أنها حساب بنكي متكامل، وخاضع للتراخيص البنكية للدولة التي يوجد بها مقره، ويقدم كامل التعاملات التي يقدمها أي بنك آخر ولكن بتسهيلات أكبر، نظرا لتركيز بنيته التحتية على التعامل من خلال الإنترنت فقط، وأهم خاصية تميز المحفظة الإلكترونية لبنك الخليج الجزائر أنها تمكن العميل من التسوق الإلكتروني بكل أمان ، وهي توضح كشف العميل من شحن للحساب ومصاريف خرجت من الحساب (إلا أن البنك لا يقدم هذه الخدمة حاليا ويكتفي بإرسال رسالة

[1] https://www.agb.dz/article-view-128.html consulter le 27 mai 2017 a 15:01
[2] https://www.agb.dz/article-view-111.html consulter le 27 mai 2017 a 15:07

نصية إلى هاتف المتعامل يخبره فيها عن أي عملية حدثت في الحساب، ولكن يمكن للعميل طلب كشف عمليات الحساب من مقر البنك).

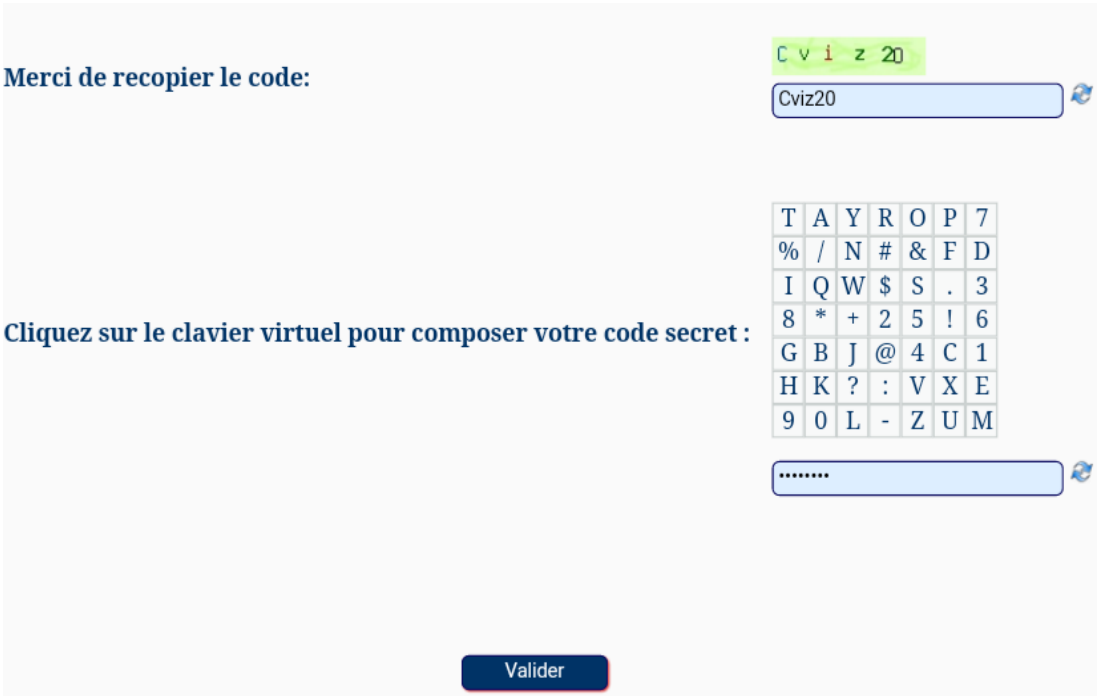
1 – الدخول إلى المحفظة الإلكترونية لبنك الخليج يكون من خلال نافذة AGB ONLINE المتواجدة على موقع البنك على الإنترنت، ويكون بإدخال "كود" يعطيه البنك للعميل عند فتح الحساب له.

الشكل رقم (3-2) : نافذة الدخول إلى البنك الإلكتروني AGB



المصدر: www.agb.dz

2 - عند الدخول، يطلب البنك إدخال الرقم السري الخاص بالحساب ، وذلك لزيادة درجة الأمان التي يوفرها البنك للعميل. الشكل رقم (3-3) : التحقق من الرقم السري



المصدر: www.agb.dz

3 – تظهر المحفظة الإلكترونية التابعة لبنك الخليج ثلاثة حسابات مختلفة، الأول بالدينار الجزائري ، والثاني بالعملة الصعبة (دولار في حالة ماستر كارد وأورو في حالة فيزا كارد)، وأما الثالث فيعبر عن رصيد البطاقة كما هو موضح في الصورة.

الشكل رقم (3-4) : نموذج لمحفظة إلكترونية لبنك الخليج الجزائر



المصدر: www.agb.dz

رابعا : خدمة البطاقات الإلكترونية master card و visa card

لطلب البطاقة الإلكترونية لبنك خليج الجزائر mastercard أو visa card يجب فتح ثلاثة حسابات مرتبطة مع بعضها، الأول وهو فتح حساب عادي بالعملة الوطنية (الدينار الجزائري) برصيد أولي لا يقل عن 15 000 دج، والثاني هو فتح حساب بالعملة الأجنبية EURO/USD حسب نوع البطاقة المراد طلبها من البنك برصيد أول لا يقل عن 50 أورو أو دولار، فإذا كانت بطاقة ماستر كارد فإن الحساب بالعملة الأجنبية يكون بعملة الدولار، أما إذا كانت بطاقة فيزا كارد فإن الحساب يكون بعمل الأورو، أما الحساب الثالث فهو حساب البطاقة.

1- الوثائق المطلوبة لطلب فتح حساب بالعملة الوطنية، وحساب بالعملة الأجنبية، وحساب توفير

- شهادة ميلاد ، وبطاقة إقامة ونسخة عن الهوية الوطنية.
- بالنسبة للأجراء : شهادة عمل وكشف الراتب للشهر الأخير.
- بالنسبة للتجار : نسخة من السجل التجاري.

- نسخة عن أول صفحة من جواز السفر + 3 صور + رقم هاتف + إيميل.

- مبلغ مالي يقدر بـ 15000 دج و 50 أورو / دولار من أجل فتح الحسابات.

للإشارة فإن مدة صلاحية البطاقة تكون لسنتين وتكلفتها 2000 دج بالنسبة للبطاقة المسبوقة الدفع و3000 دج للأنواع الأخرى وتقتطع من حساب الدينار.

2- أنواع البطاقات المقدمة من بنك الخليج

يقدم بنك الخليج الجزائر أربعة أنواع من بطاقات الماستر كارد أو الفيزا كارد كما يلي:

أ - بطاقة الدفع المسبق prepayee

المعاملات المالية تتراوح فيه ما بين 100 و 1.000 أورو أو دولار ، أي أن البطاقة لا يمكن شحنها بمبلغ أقل من 100 أورو/دولار ولا أكبر من 1.000 دولار / أورو، وهي بطاقة لا تحمل اسم صاحبها، وتسلم على الفور، ويمكن التحصل على عقد ملكية باسم صاحبها.

ب ـ البطاقة الكلاسيكية

المعاملات المالية تكون فيه بأكثر من 3.000 أورو أو دولار ، أي أن البطاقة لا يمكن شحنها بمبلغ أقل من 3.000 أورو/دولار، وهي بطاقة تحمل اسم صاحبها، وتسلم بعد 25 يوما بعد الطلب.

ج ـ البطاقة الذهبية

المعاملات المالية تكون فيه بأكثر من 5.000 أورو أو دولار ، أي أن البطاقة لا يمكن شحنها بمبلغ أقل من 5.000 أورو/دولار، وهي بطاقة تحمل اسم صاحبها، وتسلم بعد 25 يوما بعد الطلب.

د ـ بطاقة بلاتينيوم

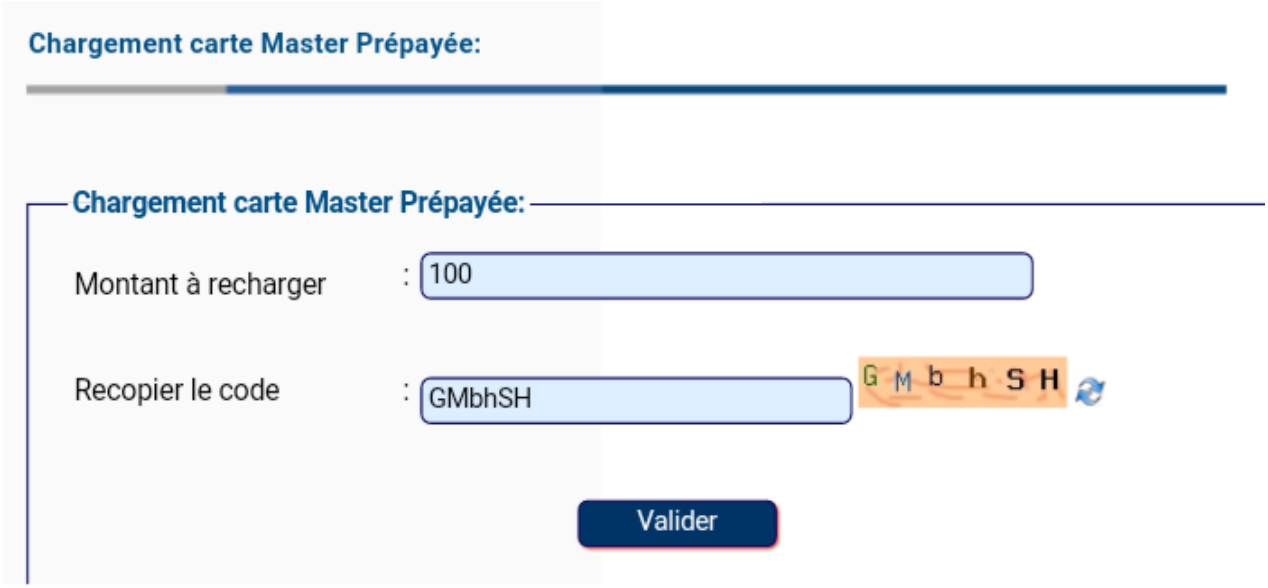
المعاملات المالية تكون فيه بأكثر من 10.000 أورو أو دولار ، أي أن البطاقة لا يمكن شحنها بمبلغ أقل من 10.000 أورو/دولار، وهي بطاقة تحمل اسم صاحبها، وتسلم بعد 25 يوما بعد الطلب.

3 - طريقة شحن البطاقة

إن شحن البطاقة يكون عن طريق شحن حساب العملة الصعبة لدى البنك مع اقتطاع 1000 دج من الحساب المفتوح بالعملة الوطنية عن كل عملية شحن، ومن ثم تحويل رصيد حساب العملة الصعبة إلى رصيد البطاقة ، ويمكن متابعة رصيد البطاقة عن طريق المحفظة الإلكترونية التي يوفرها البنك.

1- لشحن البطاقة من رصيد العملة الصعبة يجب أن يكون المبلغ الموجود في حساب العملة الصعبة يغطي الرصيد الذي نريد شحنه إلى البطاقة ، ويكون كالآتي:

الشكل رقم (3-5) : طريقة شحن حساب البطاقة لبنك الخليج الجزائر



المصدر: www.agb.dz

2- تأكيد شحن البطاقة كخطوة تأمينية وبذلك ينتقل الرصيد من حساب العملة الصعبة إلى حساب البطاقة

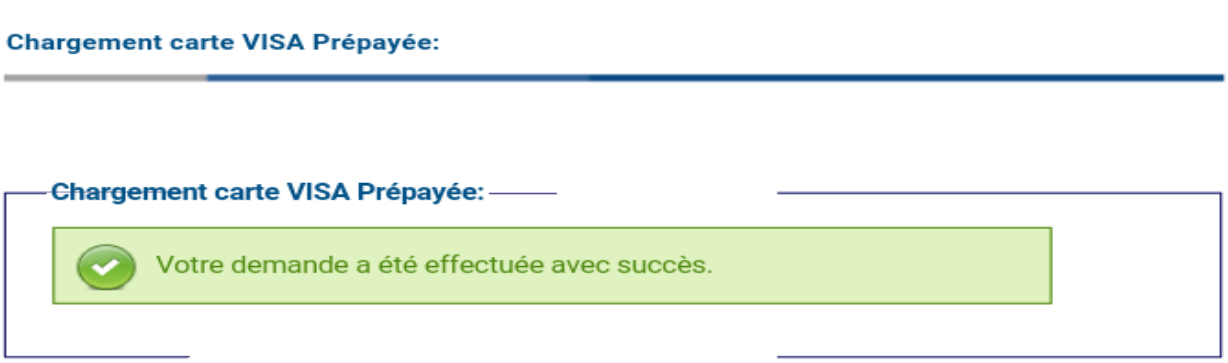
الشكل رقم (3-6) : طريقة تأكيد شحن حساب البطاقة لبنك الخليج الجزائر



المصدر: www.agb.dz

3- عند الانتهاء من عملية الشحن يعطيك البنك إشعارا بإتمام العملية بنجاح.

الشكل رقم (3-7) : إشعار إتمام عملية الشحن بسلام

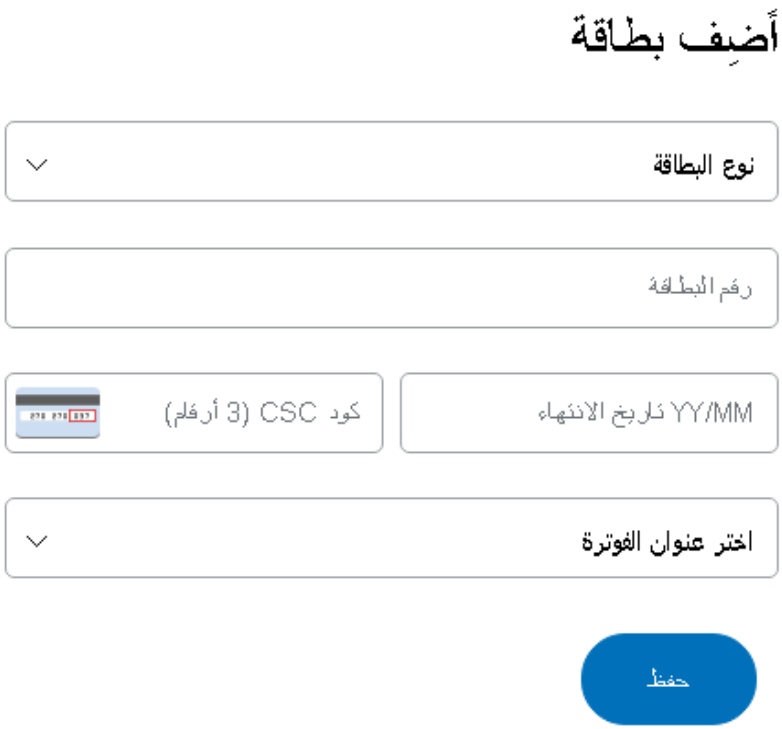


المصدر: www.agb.dz

4 - طريقة تفعيل بطاقة الفيزا مع البايبال

عند طلب التفعيل يقتطع منك البايبال 1.95 دولار أو 1.49 أورو ويكون التفعيل بعد 48 ساعة عند وصول الكود، ومن مميزات ربط البطاقة ببايبال هو درجة الأمان العالية التي يوفرها هذا الأخير، حيث يمكنك من التسوق الإلكتروني بواسطة إيميل البايبال فقط دون الكشف عن هويتك وأرقام البطاقة في كل عملية شراء أو دفع للأموال عن طريق البطاقة، وتكون عملية الربط كالتالي:

الشكل رقم (3-8) : إضافة بطاقة إلى حساب بايبال



المصدر: www.paypal.com

5 - مزايا بطاقات الدفع لبنك الخليج

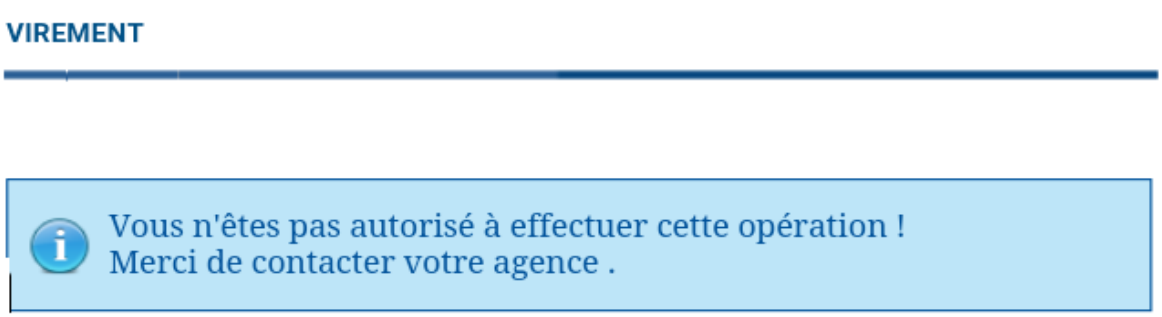
- تعتبر وسيلة مضمونة، عملية وآمنة.
- التحقق من الأرصدة 7/7 ، و 24/24.
- يمكن استعمالها في جميع أنحاء العالم.
- تمكن من عمليات الشراء عبر الإنترنت.
- البطاقات محمية برقم سري لا يعلمه إلا صاحبها.

خامسا: التحويل المصرفي

1- التحويل الداخلي

إن خدمة التحويل المصرفي من رصيد محفظة إلكترونية لبنك الخليج الجزائر لمحفظة أخرى لنفس البنك (وهي بذلك انتقال الأموال من رصيد بطاقة لأخرى) قيد التنفيذ وليست مفعلة حاليا.

الشكل رقم (3-9) : إشعار عدم تفعيل خاصية التحويل من قبل البنك



المصدر: www.agb.dz

2- التحويل الخارجي

أ- التحويل من بنك بايبال إلى بنك الخليج

إن التحويل من بنك بايبال إلى محفظة بنك الخليج الجزائر يكون بطريقة سهلة بعد تفعيل الحساب مع بنك بايبال كما هو موضح في الصورة أدناه، ويمكن ملاحظة رقم بطاقة بنك الخليج أنه قد تم إدراجها تلقائيا في الخانة الخاصة بالبطاقة المستقبلة للأموال، للإشارة فإن ضريبة التحويل هي مجانية في رأس كل بداية شهر، أما في غير ذلك فضريبة التحويل تكون 5 دولار مع أن التحويل يستغرق زمنا يقدر بحوالي 48 إلى 72 ساعة.

الشكل رقم (3-10) : سحب مبالغ مالية من بايبال إلى رصيد بطاقة بنك الخليج



المصدر: www.paypal.com

ب – التحويل من بنك الخليج إلى بنك نتلر

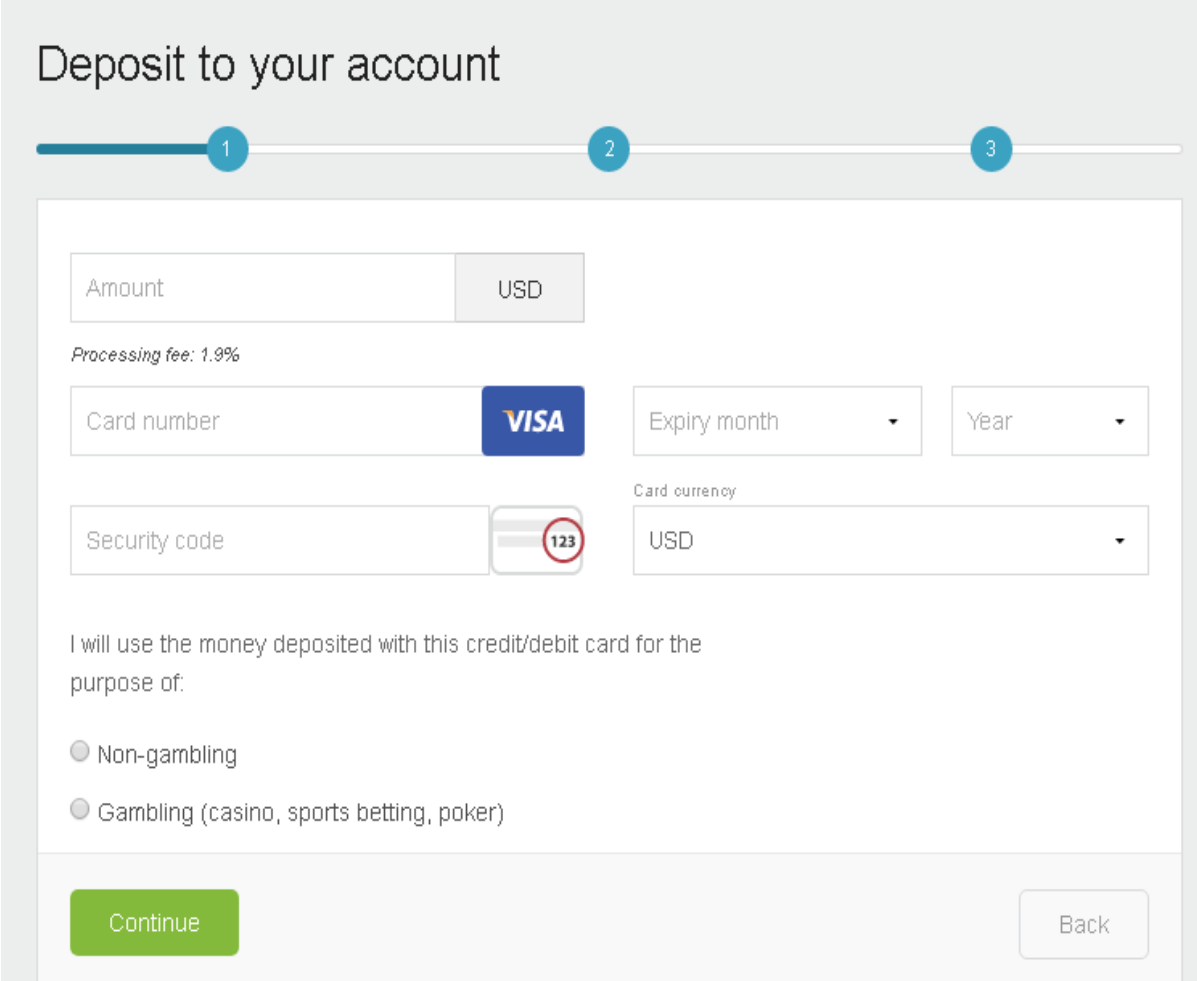
كما يمكن تحويل الرصيد من بنك الخليج الجزائر إلى بنوك إلكترونية أخرى بكل سهولة عند تفعيلها مع بعضها البعض مثل التحويل إلى بنك نتلر مع ملئ الخانات التالية:

- قيمة المبلغ المراد تحويله.
- أرقام بطاقة بنك الخليج.
- شهر وسنة نهاية صلاحية البطاقة.
- الرقم السري الموجود خلف البطاقة.
- تعيين عملة البطاقة.

مع الإجابة عن سؤال: هل أن الأموال هي موجهة للاستخدام في مجال القمار أو لا؟

علما أن عملية التحويل من كارت فيزا تكون تكلفتها 1.9% ، أما في حالة ماستر كارد فقيمتها 2.5%.

الشكل رقم (3-11) : كيفية تحويل الأموال من بطاقة الخليج إلى بطاقة نتلر



المصدر: www.neteller.com

ملاحظة

يجب احترام سقف البطاقة عند التحويل، فمثلا بطاقة بنك الخليج الجزائر المسبقة الدفع لها سقف لا يتجاوز 1.000 دولار خلال العملية الواحدة، وعليه لا يمكن تحويل أكثر من 1.000 دولار إلى بنك نتلر أو أي بنك آخر، وينطبق هذا المبدأ أيضا عند تحويل الأموال من بنك بايبال إلى بنك الخليج.

المبحث الثاني: محاكاة التجارة الإلكترونية بواسطة بنك الخليج الجزائر

إن تقديم البنوك المعاصرة لخدمات جديدة ومتطورة مكنت من قيام التجارة الإلكترونية في الجزائر، وعلى هذا الأساس نقدم محاكاة للتجارة الإلكترونية عبر بنك الخليج الجزائر كما يلي:

المطلب الأول: شحن البطاقة وتعيين السلعة

نأخذ مثلا الشراء من أحد المتاجر الإلكترونية لنرى كيفية الدفع بواسطة النقود الإلكترونية وكيف تقوم بذلك التجارة الإلكترونية، حيث يمكن التطرق إلى عملية شحن البطاقة وتعيين السلعة وهي العملية السابقة لعملية الشراء كما يلي :

أ .يقوم المشتري باقتناء النقود الإلكترونية من أحد البنوك المصدرة بالقدر الكافي لاحتياجاتها.

ب .يجب على البائع أن يشترك في أحد البنوك التي تتعامل في النقد الالكتروني، وهذه البنوك تعمل عبر شبكة الإنترنت[1].

ج . قيام المشتري بتصفح مقر البائع على شبكة الإنترنت واختيار السلع والتعرف على أسعارها ونوعيتها واتخاذ قرار الشراء.

ويمكن تطبيق الخطوات السابقة كما يلي من خلال بنك الخليج والموقع الإلكتورني aliexpress

أولا: شحن بطاقة الخليج الجزائر

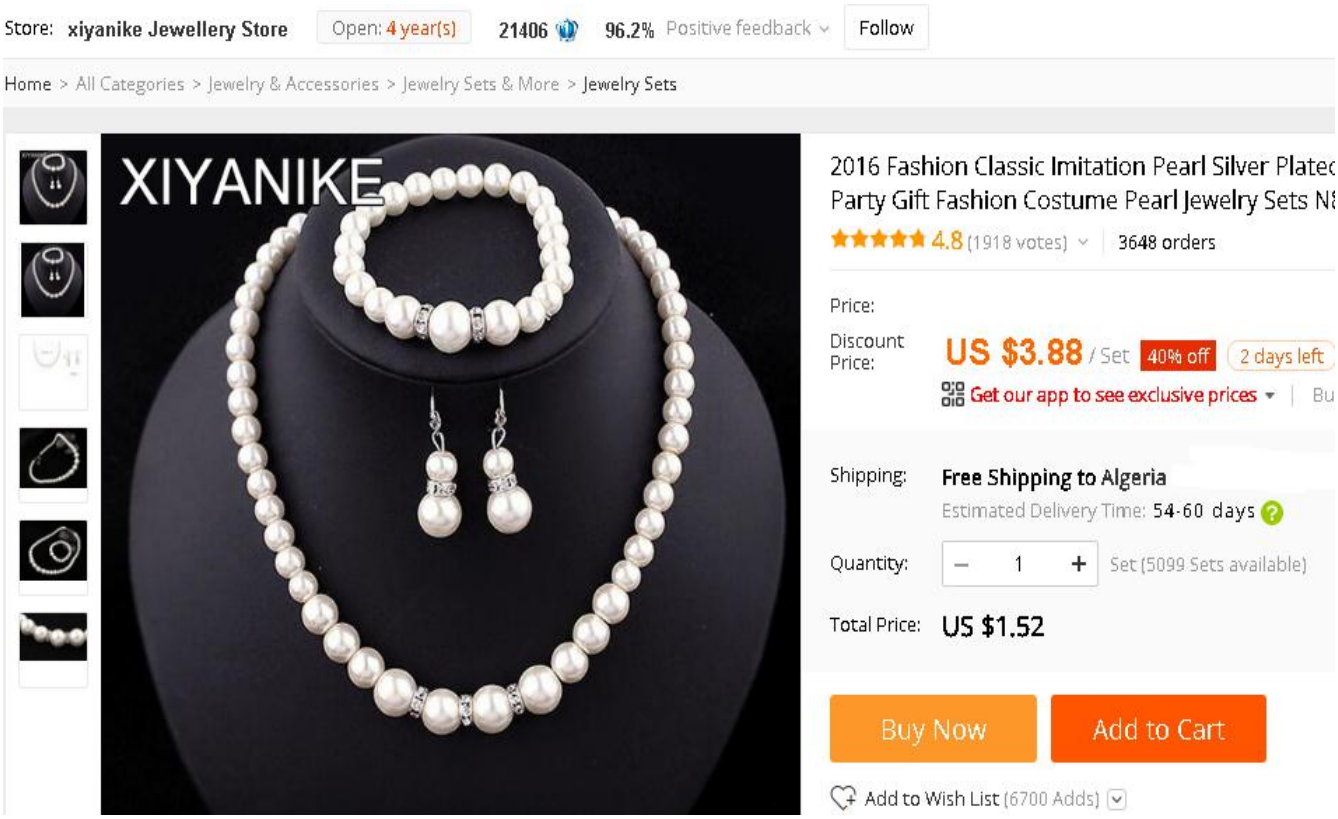
إن شحن البطاقة يكون عن طريق شحن حساب العملة الصعبة لدى بنك الخليج الجزائر، ومن ثم تحويل رصيد حساب العملة الصعبة إلى رصيد البطاقة كما تم توضيح ذلك سابقا، وبذلك يكون رصيد البطاقة مشحونا بالنقود الإلكترونية والتي تسمح بذلك بتسوية مختلف المعاملات الإلكترونية والوفاء بالالتزامات المترتبة على العميل.

ثانيا: تعيين السلعة المراد شراؤها

يمكن تعيين السلعة المراد شراؤها من خلال المواقع الإلكترونية التي توفر خدمة التسوق الإلكتروني، مثل موقع أمازون وموقع ebay وموقع علي بابا ... والعديد من المواقع العالمية الأخرى التي يمكن التسوق من خلالها. وسنحاول التسوق عبر موقع aliexpress باختيار منتج متمثل في عقد وقلادة.

[1] رأفت رضوان، مرجع سابق، ص77.

الشكل رقم (3-12) : نموذج عن موقع إلكتروني يعرض منتجات للبيع



المصدر: www.aliexpress.com

كما نلاحظ من خلال الموقع فإن سعر المنتج هو 3.88 دولار ويمكن شحنه إلى الجزائر مجانا، كما يمكننا ملاحظة معلومات عن البائع وهي أنه قد باع 21406 منتج ونسبة النجاح ووصول المنتج إلى المشترين بلغت 96.2 % وعليه يمكن القول بأن البائع موثوق وعلى درجة من الاحترافية.

المطلب الثاني: عملية الشراء والدفع الإلكتروني

بعد الخطوات المتعلقة بعمليات إدارة النقود الإلكترونية تأتي الخطوات المتعلقة بعملية الشراء وتبدأ : باتخاذ قرار الدفع من خلال النقود الإلكترونية، بالقيمة المطلوبة فيقوم البرنامج الإداري للنقود بما يلي[1]:

أ . اختيار الرصيد بإمكانية السماح بالسداد أو عدمه.

ب . إذا كان الرصيد يسمح بالسداد فيقوم البرنامج باختيار وحدات النقد التي سيقوم الدفع بها، حيث يتم تحديد هذه الوحدات بالقيم الخاصة لكل وحدة في كشف خاص لإرساله إلى البائع عن طريق البنك المصدر.

[1] رأفت رضوان، مرجع سابق، ص 78.

ج . يتلقى البنك كشف الدفع للمشتري، ويتأكد من صحة النقود الإلكترونية بطرق التأكد المختلفة (صحة الأرقام الخاصة بوحدات النقد الإلكتروني)، ويتم إرسال وحدات النقد الإلكتروني للبائع.

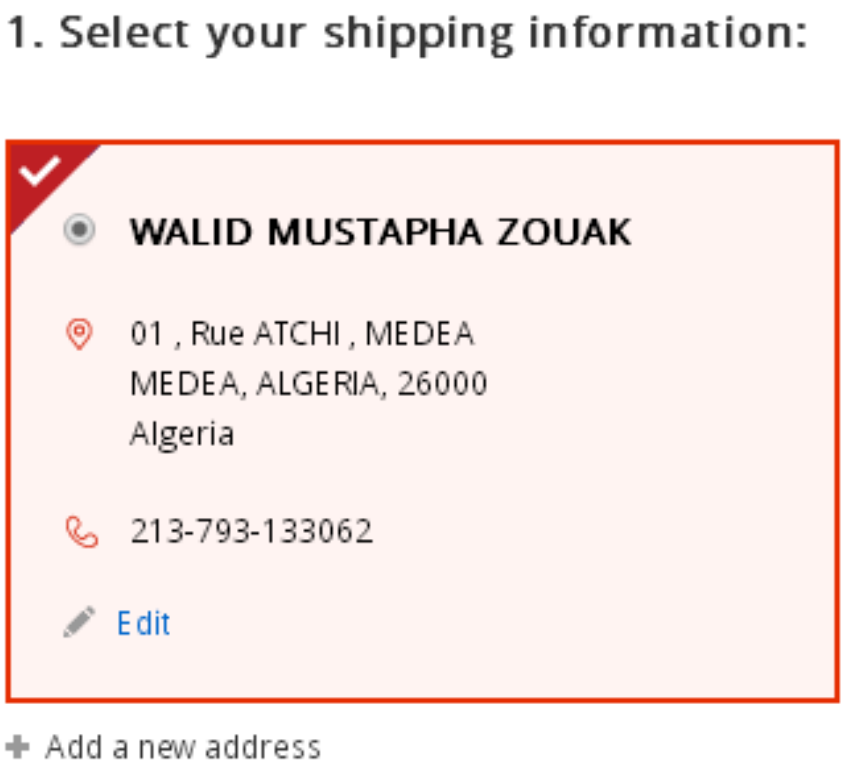
د . يتلقى برنامج إدارة النقود الإلكترونية للبائع كشف العملات الإلكترونية الموقعة من البنك، ويقوم بإضافة وحدات النقد الجديدة بأرقامها وعلامات التأمين الخاصة بها إلى خزينة البائع الرقمية.

هـ . يقوم برنامج إدارة النقود الإلكترونية للبائع بإخبار المشتري بتمام عملية السداد، ثم يقوم نظام النقود الإلكترونية للمشتري بمحو هذه الوحدات المخصصة لهذا الكشف من مخصصات المشتري بصورة نهائية.

ويمكن تطبيق الخطوات السابقة لعملية الشراء كما يلي:

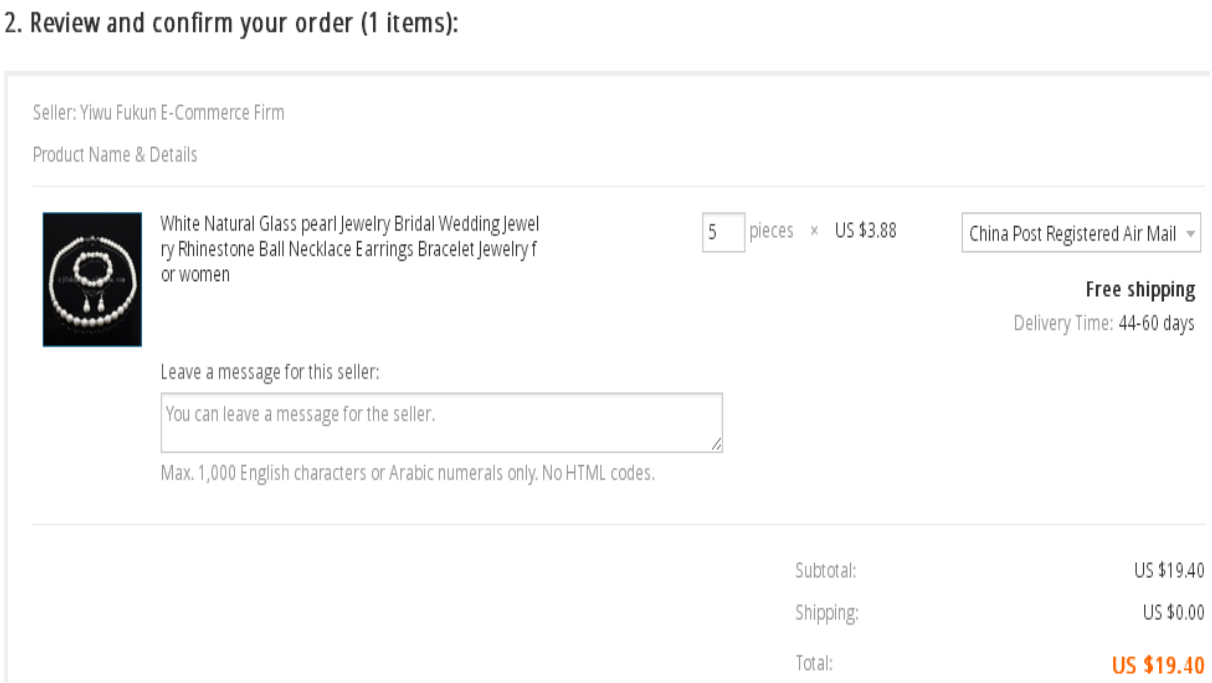
عند قبول الشراء يطلب البنك من المشتري عنوان المنزل وتحديد الكمية وطريقة الشحن ومعلومات بطاقة الدفع كما يلي:

الشكل رقم (3-13) : كتابة معلومات عنوان الشحن



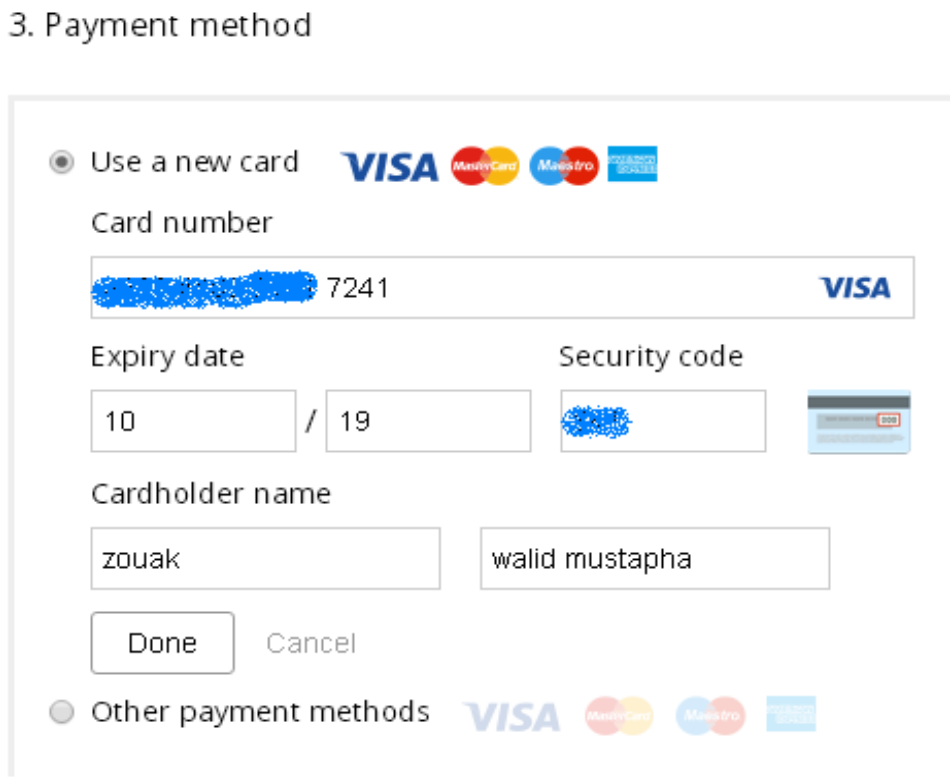
المصدر: www.aliexpress.com

الشكل رقم (3-14) : تعين الكمية وطريقة الشحن



المصدر: www.aliexpress.com

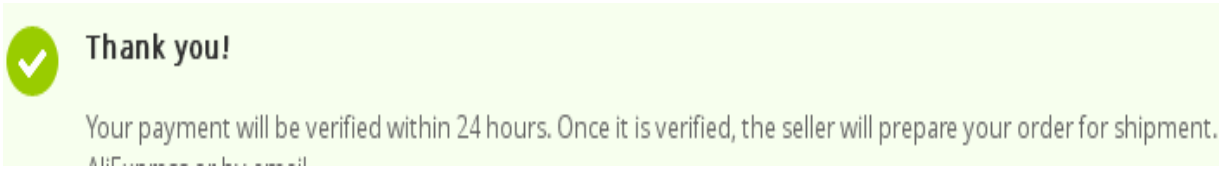
الشكل رقم (3-15) : تسجيل معلومات البطاقة بغرض الدفع



المصدر: www.aliexpress.com

وعند تنفيذ الدفع يقدم لك الموقع شعارا بتلقي معلومات الدفع مع تنفيذ الدفع الفعلي وتحويل الوحدات النقدية من البطاقة إلى حساب الموقع في غضون 24 ساعة قادمة للتأكد من بيانات الحساب

الشكل رقم (3-16) : إشعار بقبول الدفع

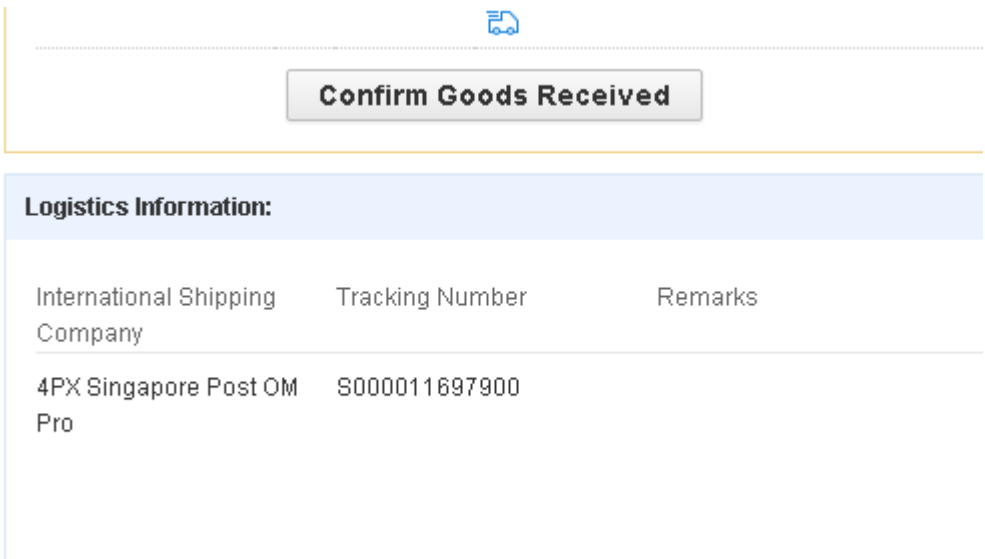


المصدر: www.aliexpress.com

المطلب الثالث: الحصول على السلعة

بمجرد الموافقة على قبول الدفع الالكتروني وقبول الوحدات النقدية الإلكترونية من قبل البائع فإنه سيقوم بشحن السلعة في غضون يوم أو يومين أو أكثر، وعند الشحن مباشرة يقدم البائع للمشتري رقم التتبع الخاص بالسلعة Tracking Number، والذي يستطيع المشتري من خلاله تحديد موقع سلعته وموقعها عبر مختلف وسائل الشحن وفي أي منطقة في العالم ، وهذا رقم التتبع تعطيه شركة الشحن للبائع والتي تم ممن خلالها شحن السلعة إلى بلد المشتري، وهو نوع من الأمان للمشتري ليطمئن على تواجد سلعته في الطريق الصحيح إلى منزله، كما يقدم الموقع فترة احتمالية وصول المنتج إلى عنوان المشتري مقدرة بـ 60 يوما قابلة للتمديد.

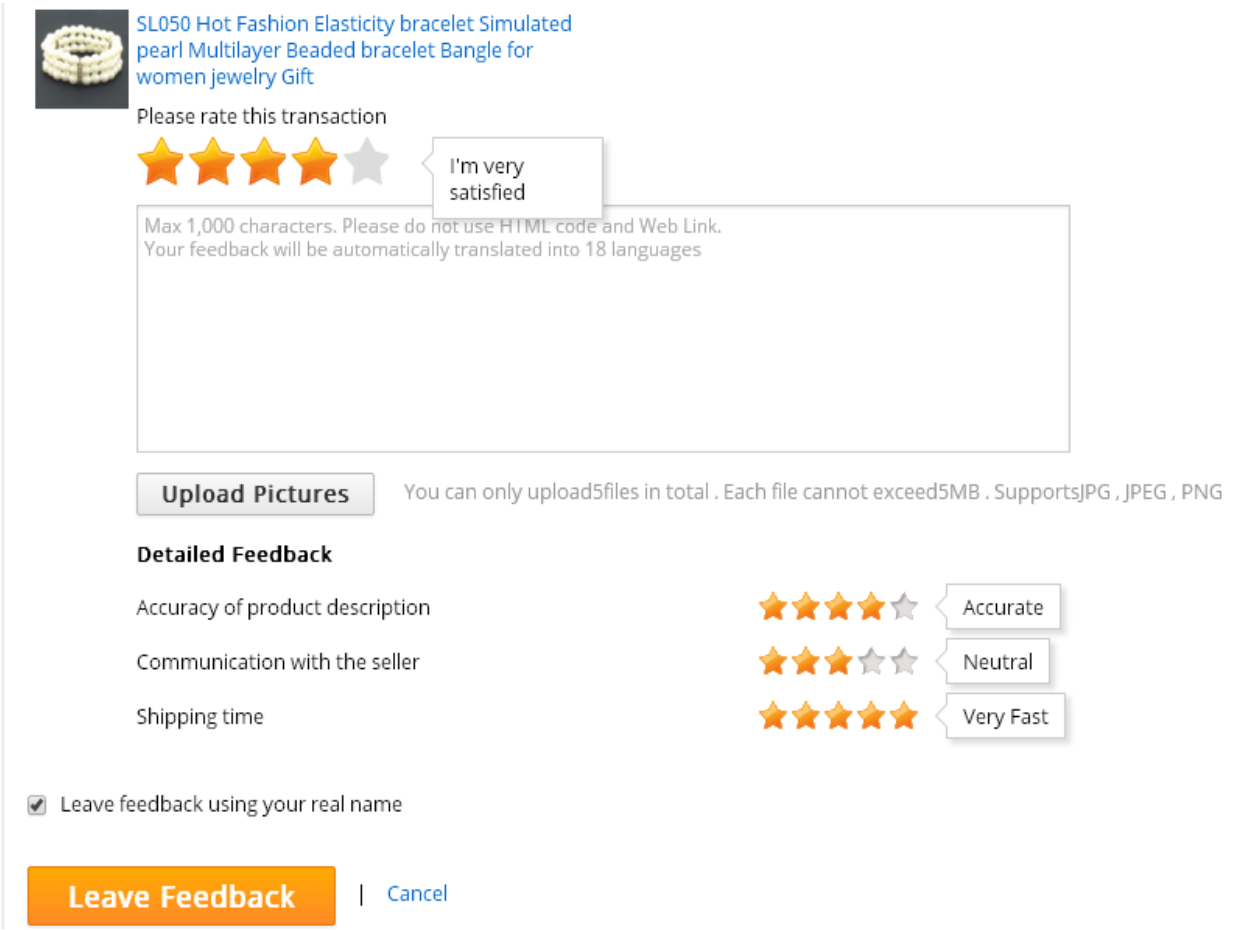
الشكل رقم (3-17) : تأكيد وصول المنتج



المصدر: www.aliexpress.com

أولا: حالة وصول السلعة في ظروف جيدة

في حالة وصول السلعة إلى المشتري بسلامة ويكون موافقا للوصف الذي عليه من خلال موقع التسوق الإلكتروني يمكن للمشتري أن يضع تقييما للمنتج الذي اشتراه ووصله إلى منزله ولظروف إجراء العملية كما يلي : الشكل رقم (3-18) : تقييم المنتج مع الوصف

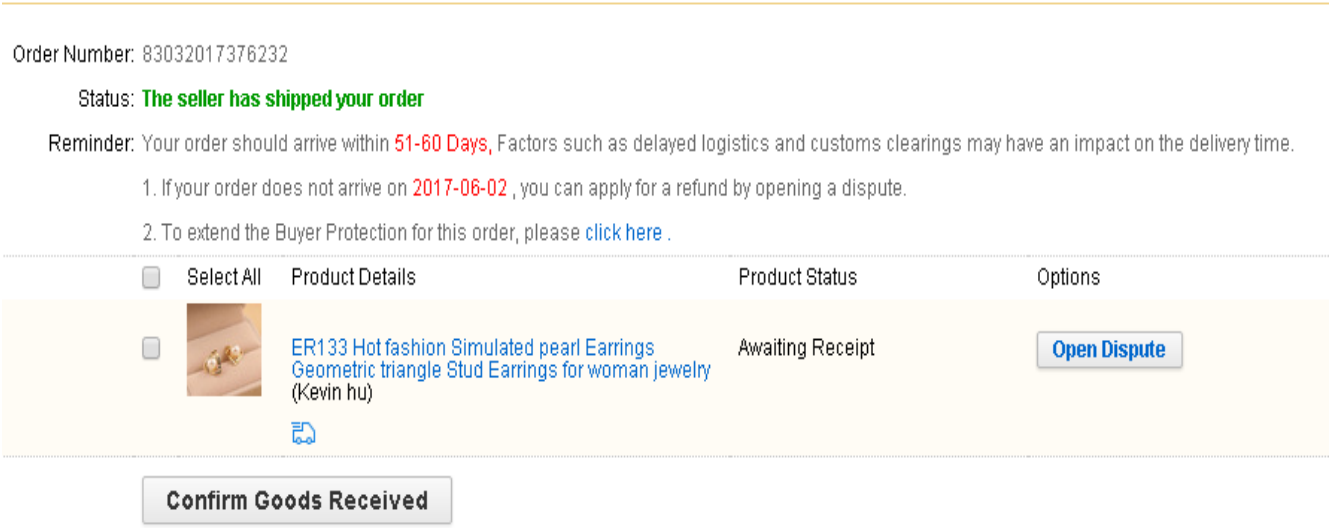


المصدر: www.aliexpress.com

ثانيا: حالة وصول السلعة في ظروف سيئة أو عدم وصولها تماما

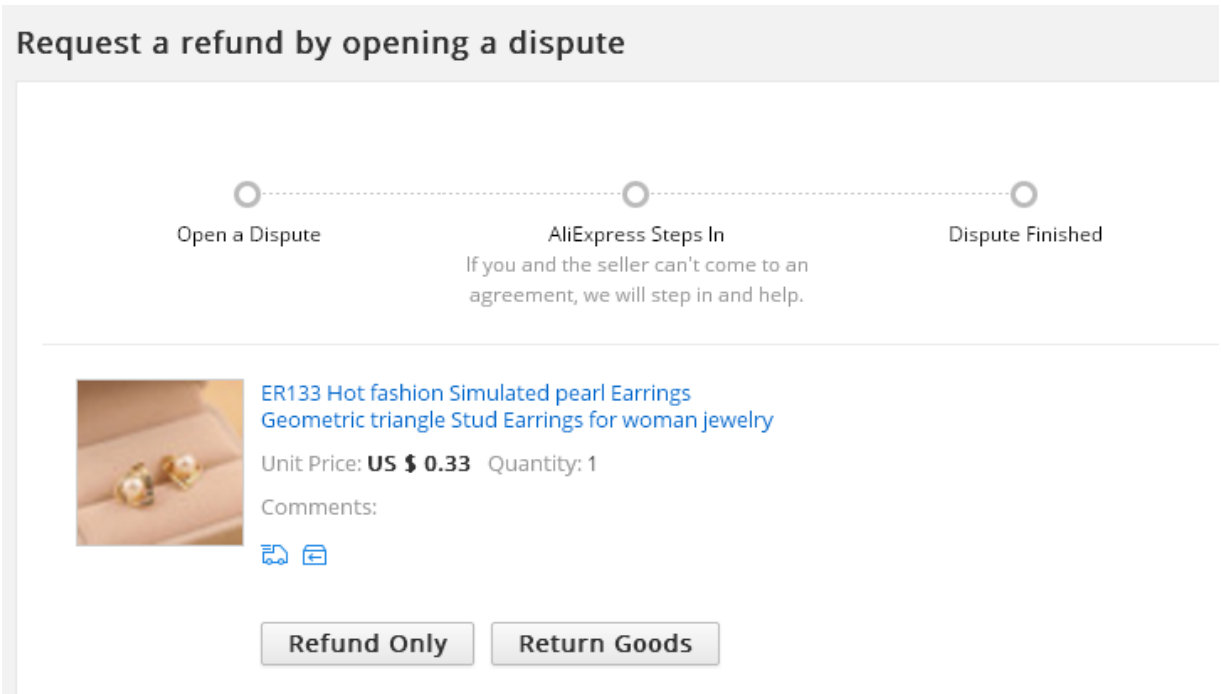
إن وسيلة الشحن التي يختارها المشتري وبالنظر لمدة الشحن التي تحددها وفق مجال معين، فإنه لا يحق للمشتري أن يبدي طعنا بعدم وصل السلعة إلى منزله إذا لم تنقضي المدة المحددة من قبل شركة الشحن، أما إذا انقضت المدة المتوقعة والافتراضية لوصول السلعة، أو وصول السلعة في ظروف غير حسنة وغير مطابقة للمنتج يمكن للمشتري أن يضع طعنا لدى الموقع الذي بدوره يكون فاصلا في القضية بين البائع والمشتري عن طريق الضغط على نافذة **Open Dispute**.

الشكل رقم (3-19) : طريقة فتح طعن



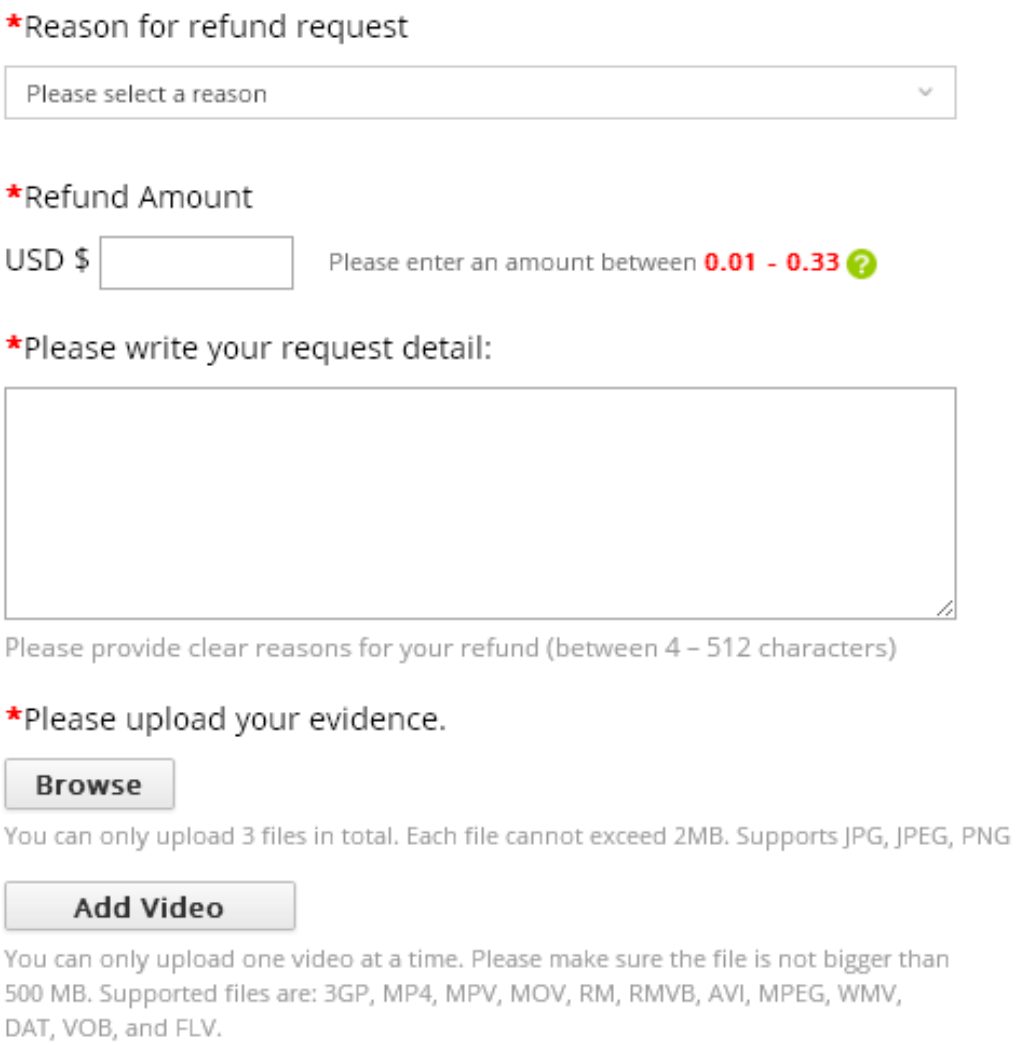
المصدر: www.aliexpress.com

الشكل رقم (3-20) : إرجاع المنتج أو تعويض الخسائر



المصدر: www.aliexpress.com

الشكل رقم (3-21) : أسباب إرجاع المنتوج أو تعويض الخسائر



المصدر: www.aliexpress.com

وبذلك يطلب الموقع تفاصيل أكثر عن سبب الطعن في المنتج وتفاصيل رفضه أو سبب المطالبة باسترجاع الأموال، وعموما تكون لكون عطب في المنتج من المصنع، أو عدم مطابقته للمواصفات المطلوبة، أو ضياع المنتج تماما وهي تعبر عن مخاطر التجارة الإلكترونية.

ملاحظات هامة

إن المنتج يصل إلى المنزل مرفقا ببطاقة إشعار الوصول التابعة لبريد الجزائر ، ويتم إضافة رسم على السلعة وفقا لوزنها على كل طرد.

يمكن للجمارك الجزائرية أن تحجز السلعة كاملة أو جزءا منها على مستوى الحدود الجوية أو البحرية أو البرية حسب القوانين السارية المفعول والغير واضحة تماما في هذا الصدد، وإنما تمنح السلطة التقديرية لضابط الجمارك وفقا لهذه الخطوط العريضة لمبادئ التجارة الإلكترونية في الجزائر، وبذلك

يمكن حجز السلعة نهائيا وإتلافها، أو بيعها في مزاد علني، أو حجزها مؤقتا، أو حجز جزء منها وفقا للمبادئ العامة التالية:

– إذا كانت السلعة ذات كمية كبيرة وهي موجهة للتجارة، فإن الجمارك تطلب من المشتري أن يقدم السجل التجاري الخاص به ودفع الضريبة المترتبة على قيمة السلعة، وإلا فإنها تحجز تماما.

- إذا كانت السلعة المشتراة ذات صبغة إلكترونية فإنها تخضع لضريبة معينة مقدرة حسب قيمة السلعة حتى ولو كانت الكمية وحدة واحدة فقط. (هذا السبب خاص بالهواتف النقالة واللوائح الذكية وأجهزة الكمبيوتر).

- إذا كانت السلعة ذات توجه غير أخلاقي أو تمس بخصوصية الآخرين كالكاميرات المخفية وأجهزة التنصت وغيرها فإنها تخضع للحجز مع مسائلة قانونية لدى ضابط الشرطة وربما محاكمة قضائية.

- إذا كانت السلعة عبارة عن حيوانات مثل تجارة الكلاب والقطط والعصافير وغيرها فإنها تحجز نهائيا.

المبحث الثالث: الجوانب الاقتصادية للتجارة الإلكترونية

إن قيام التجارة الإلكترونية بين الأفراد والمؤسسات والحكومات له جوانب اقتصادية تنعكس على اقتصاديات الدول كما يلي:

المطلب الأول: تحسين المزايا النسبية

ينصرف مفهوم المزايا النسبية إلى إنتاج الدولة سلعة أو خدمة بتكاليف أقل من الدول الأخرى وجودة أعلي وذلك على مستوى الاقتصاد الكلي[1]، ومن الواضح أن ميكانيزم التجارة الإلكترونية يرتبط ارتباطا وثيقاً بالتقدم التكنولوجي الأمر الذي يؤثر على زيادة الكفاءة الاقتصادية في المجتمع حيث أن الكفاءة الاقتصادية تتحقق من خلال ثلاث شروط[2].

1- كفاءة اختيار السلع أو الخدمات
2- كفاءة تخصيص الموارد.
3- كفاءة توزيع السلعة أو الخدمات.

وتعمل التجارة الإلكترونية من خلال المزايا العديدة التي تتيحها إلى التأثير في الشروط الثلاثة للكفاءة الاقتصادية مما يؤدي إلى زيادة المزايا النسبية للاقتصاد القومي. ولا شك في أن هناك علاقة ارتباط بين زيادة الاعتماد على التجارة الإلكترونية وزيادة الصادرات نتيجة تحسن المزايا النسبية. حيث يؤدي التوسع في التجارة الإلكترونية إلى حدوث تغيرات هيكلية على مستوى السوق العالمي ومن أهمها[3]:

[1] عبدالناصر محمد حسين، العلاقات الاقتصادية الدولية،جهاز توزيع الكتاب الجامعي، بجامعة المنصورة، 2006، ص150.
[2] إيهاب الدسوقي، مرجع سابق، ص60.
[3] نفس المرجع، ص61.

1- زيادة التنافسية
2- ظهور وسطاء جدد.
3- إنتشار التحالفات الأستراتيجية
4- ظهور سوق عالمي واحد

1- زيادة التنافسية:

سبق الإشارة إلى أن التحول الإلكتروني يؤثر على مرحلة الإنتاج والتقنية المستخدمة فيها، مما يجعل هناك زيادة في القدرة التنافسية لدى الدول التي لديها إمكانية استخدام تلك التقنية. بالإضافة لذلك فإن التجارة الإلكترونية تلعب دوراً هاماً في توفير المعلومات الأمر الذي ينعكس على تعرف عدد أكبر من المؤسسات على ظروف السوق، فقد سبق الإشارة إلى أن تحول الأعمال المصرفية للصورة الإلكترونية أدى لتوسع السوق المالية والنقدية وانتقالها للشبكة ذلك بالنسبة للتجارة الإلكترونية في الأوراق المالية والنقدية ليس هذا فقط فقد أمتد الأمر إلى السلع والخدمات أيضاً.

كما أن تعرف عدد كبير من المؤسسات على ظروف السوق وتطور الأذواق واتجاهات الطلب ونوعيته مما يغري مؤسسات جديدة في الدخول في إنتاج السلع والخدمات التي يرتفع الطلب عليها وبالتالي يؤدي ذلك لزيادة التنافسية،وقد تكون زيادة التنافسية من وجهة نظر المؤسسات الإنتاجية والخدمية أحد التحديات التي تترتب على التوسع في التجارة الإلكترونية. ولكن زيادة المنافسة على المستوى المحلي والدولي تؤدي إلى استفادة المستهلك الذي يمتع باختيارات أوسع وظهور سلع وخدمات جديدة بتكلفة أقل وجودة أعلى[1].

فالتجارة الإلكترونية تعتبر وسيلة متميزة وغير مسبوقة للوصول إلى جميع أسواق العالم في وقت واحد. وبأقل نفقة ممكنة،حيث تساعد البائعين على تخطى حواجز المسافات والنفاذ إلى أسواق بعيدة ومتنوعة ومتعددة،كما تساعد المشترين على التمتع في الوقت نفسه بنفس الخواص بالوسيلة ذاتها، فضلاً عن أنها تساعد أيضا على تخطى حواجز الزمن. والتعامل مع العملاء على مدار 24 ساعة، وهي بذلك تعد تطبيقا فعلياً لفكرة العولمة بتحويل أسواق العالم إلى سوق واحدة لاتتقيد بحواجز المكان ولا الزمان، وهي توفر بذلك فرصاً وإمكانيات لا نهائية لعرض السلع والخدمات في أسواق الدول المختلفة بدون التقيد بحدود الحيز أو المسافة أو الوقت[2]. وبذلك تكون قد حققت زيادة عالية في المنافسة، حيث يحاول كل متعامل في الأسواق الاقتصادية على الشبكة الوصول بالسلعة لأعلى جودة ممكنة وعرضها بأقل تكلفة ممكنة مما يحقق مصلحة المستهلك في النهاية بهذه الزيادة في المنافسة.

[1] إيهاب الدسوقي، مرجع سابق، ص61.
[2] أبو الوفا فهمى شلش، الجوانب التطبيقية في التجارة الإلكترونية، المرجع السابق، ص53.

2- ظهور وسطاء جدد:

في ظل عدم وجود كوادر مدربة بالقدر الكافي على التعامل مع التكنولوجيا الحديثة خاصة في الدول النامية، تعمل التجارة الإلكترونية على ظهور طبقة جديدة من الوسطاء عبارة عن شركات لها مواقع تجارية على الإنترنت تقوم بتجميع المعلومات عن المعروض من السلع والخدمات وتلبية طلبات المستهلك، ويعنى وجود هذه الشركات ظهور منافسين في عرض المنتجات لا ينتمون إلى القطاع نفسه. غير أن التوقعات تشير لاتجاه هذه النوعية من الشركات إلى الانخفاض مع مرور الوقت وزيادة الاتصالات المباشرة بين الشركات بعضها البعض وبين الشركات والمستهلكين مباشرة خاصة في ظل الميزة التي توفرها التجارة الإلكترونية وهي أن التواجد على الإنترنت يتيح نفس المزايا للشركات الصغيرة والمتوسطة مثلها مثل الشركات العملاقة[1].

3- انتشار التحالفات الإستراتيجية[2]:

وجود التحالفات الإستراتيجية سمة أساسية لنشاط المؤسسات العملاقة في ظل تطورات العولمة السريعة والمتلاحقة، ولكن تساهم التجارة الإلكترونية إلى زيادة التحالفات الإستراتيجية بين الشركات من خلال خطوط الاتصال الإلكتروني للحصول على نسبة أكبر من الأسواق العالمية، حيث يمكن بناء مواقع مشتركة لمجموعة من الشركات لتقديم سلع وخدمات تتكامل مع بعضها.

وقد اتسم الاقتصاد العالمي منذ نهاية التسعينات بانتشار ظاهرة الاندماج بين العديد من الشركات الكبرى وأيضا اندماج المؤسسات المصرفية، وتؤدي سرعة نقل المعلومات وزيادة المعرفة من خلال التجارة الإلكترونية إلى زيادة تعميق ظاهرة الاندماج وانتشار التحالفات الإستراتيجية سواء بين الشركات الكبيرة أو بين الشركات الكبيرة والشركات الصغيرة.

4- ظهور سوق عالمي واحد:

تنعكس التغيرات العديدة للتجارة الإلكترونية على حجم السوق نتيجة زيادة المنافسة وانعدام الحواجز بين الأسواق المحلية وظهور سوق عالمي واحد، خاصة أمام الخدمات والمنتجات القابلة للنقل إلكترونياً. وبالتالي يكون حجم السوق للشركات التي تعتمد على التجارة الإلكترونية هو السوق العالمي من ناحية أخري تنخفض أهمية السوق المحلي للشركات،لأن سهولة الاتصالات وعقد الصفقات من خلال الإنترنت تجعل السوق الداخلي مثل أي سوق في الخارج، وبالتالي يترتب على التجارة الإلكترونية تغير حجم السوق نحو الاتساع والنمو باستمرار[3].

---

[1] شيماء جمال مجاهد، مرجع سابق.

[2] إيهاب الدسوقي، المرجع السابق، ص62.

[3] شيماء جمال مجاهد، مرجع سابق.

أما عن البيوع التي تتم في نطاق هذا السوق فهي تتمثل في الآتي[1]:

1- بيوع تتم وتنفذ على الشبكة مباشرة، حيث يتم التفاوض حول العقد وتنفيذه عبر الخط مباشرة، مثل البرامج الموسيقية، والمؤلفات الفقهية.

2- بيوع يتم الاتفاق بشأنها على الشبكة وتنفذ خارجها مثل البضائع. وبذلك تؤدي التجارة الإلكترونية لتبادل المنافع مابين المتعاملين من بائعين ومشترين،كما تعمل على ترشيد القرارات التي يتخذونها بما يتميز به من تدفق المعلومات بينهم في الوقت المناسب وبطريقة متسقة ودقيقة. كما تساهم في تبسيط وتنظيم عمليات المشروعات وتحقيق أهدافها عن طريق القضاء على التأخير في إصدار القرارات الإدارية، ومنع الأخطاء وتخفيض التكاليف، وبالتالي المحافظة على حقوق أصحاب المشروعات وزيادة الربحية[2].

وبناءً علي ما سبق فإننا نجد أن هذه التطورات والعوامل تؤدي إلى التأثير في المزايا النسبية للدول ويظهر ذلك من خلال تغير في أنماط خلق وتحويل التجارة فيما بين الدول نتيجة التغير في التكاليف واتساع المنافسة وانخفاض تكلفة المعاملات.

المطلب الثاني: زيادة المزايا التنافسية

ترتبط المزايا التنافسية بالمستوى الجزئي، بمعنى أنه تستطيع الشركة أن تنافس في منتج أو خدمة في السوق العالمي على الرغم من عدم وجود ميزة نسبية على مستوى القطاع في داخل الدولة، ومن المؤكد أن المزايا المتعددة للتجارة الإلكترونية مثل خفض التكاليف وتوسيع نطاق السوق يؤدي لمزيد من الفعالية والابتكار للشركات التي تستخدم التجارة الإلكترونية، الأمر الذي يمكن بعض المنتجين من تحقيق وزيادة المزايا التنافسية، وقد اتسع الاهتمام بالمزايا التنافسية بصورة كبيرة، وتعتبر التجارة الإلكترونية أحد المداخل الرئيسية لأى شركة لزيادة حجمها في السوق ومن ثم زيادة المزايا التنافسية[3].

حيث يؤدى أتساع التجارة الإلكترونية إلى حدوث تغيرات هيكلية في نشاط المنشآت من أهمها الآتي:

1- تغير نمط إستراتيجية المنشأة[4]:

يؤدي الأتساع في استخدام التجارة الإلكترونية في نشاط المؤسسات إلى حدوث تغيرات في نموذج وإستراتيجية المؤسسة وكذلك في هيكلها التنظيمي، حيث يظهر ما يسمي بالتاجر الإلكتروني Cyber trader والمشروعات الافتراضية. وهي عبارة عن شركة بدون تواجد مادي أي لا يوجد مقر

[1] صالح جاد المنزلاوي، مرجع سابق، ص50.
[2] إيهاب الدسوقى، مرجع سابق، ص62.
[3] إيهاب الدسوقي، مرجع سابق، ص63.
[4] شيماء جمال مجاهد، مرجع سابق.

لها وإنما تعمل من خلال الإنترنت في فضاء إلكتروني وذلك بالتعامل مع مختلف الشركات والمستهلكين من خلال شبكة المعلومات الدولية.

وينعكس ذلك على التنظيم المؤسسي والتنظيمي للشركة ويتغير أسلوب الإدارة حيث تقوم التجارة الإلكترونية بمهام عدد كبير من الوظائف الإدارية والفنية الأمر الذي قد يسفر عن تخفيض عدد العاملين في الشركة الأمر الذي يستدعى إعادة تنظيم الهيكل الإداري والتنظيمي في الشركة، ويقابل ذلك توجيه الطاقة الذهنية إلى أعمال أقل روتينية وأقل رقابة ويتحول المجهود الذهني من العمل الروتيني إلى العمل الإبتكاري.

كما توفر التجارة الإلكترونية للشركة ميزة التواجد في مختلف الأسواق دون الحاجة إلى فتح فروع جديدة في دول مختلفة وهو ما يوفر التكاليف بصورة كبيرة ويقترن ذلك بسرعة إنجاز الأعمال من خلال التجارة الإلكترونية نتيجة الربط المتكامل للعملية المؤسسية والإدارية للشركة من التخطيط إلى التنظيم والتوظيف ثم التوجيه والرقابة واتخاذ القرارات حيث تقدم التجارة الإلكترونية المعلومات بسرعة هائلة وعلى نطاق واسع يساعد على إنجاز المهام التخطيطية للشركة بصورة أكثر كفاءة، وينعكس ذلك على تحديد أهداف الشركة في الحاضر والمستقبل لأن ميكانيزم عمل التجارة الإلكترونية بما يتضمنه من مزايا يساعد على اختيار أفضل البدائل لنشاط الشركة من الناحية الاقتصادية.

2- تغير في تكاليف إنتاج السلعة أو الخدمة[1]:

من أهم الآثار للتجارة الإلكترونية هو العمل على تخفيض التكاليف للمنتج والمستهلك نتيجة الاستخدام الإلكتروني في التبادل التجاري وينعكس انخفاض التكلفة على زيادة الربح للمنتج وانخفاض الثمن للمستهلك ويمكن إبراز أهم أنواع انخفاض التكاليف في الآتي:

أ) انخفاض تكلفة الإعلان والتسويق
ب) انخفاض شروط وجود الشركات المادية.
ج) انخفاض تكلفة العملة والتخزين
د) انخفاض تكلفة التوزيع.

مما سبق يتبين لنا أثر التجارة الإلكترونية في زيادة المزايا التنافسية ليس هذا فقط بل أن التجارة الإلكترونية يكون لها أثراً على الاقتصاد الكلي.

[1] إيهاب الدسوقي، مرجع سابق، ص64

المطلب الثالث: التأثير على الاقتصاد الكلي

نظراً لأن العملة المستخدمة في التجارة الإلكترونية هي عملة البطاقات البلاستيكية (النقود الإلكترونية)، وتلك العملة بالإضافة إلى أنها تيسر وتسهل بل وتنشط التعامل في السوق وتوفر الوقت والنفقات للمستهلك، فأنها تكون مقرونة بمنح ائتمان للمستهلك ومن ثم تخلف ما يعرف بالنقود المصرفية، وإن كان ذلك يتم لمدة محدودة، ولكن مع أخذ إمكانية تجديدها واستمرارها في إطار مجموع مستخدميها نجد أن الحجم المحتمل للائتمان يتسم بكبر الحجم ويميل لأن يكون مستمراً. ولا شك أن ذلك يشكل إضافة للسيولة النقدية في الاقتصاد ويعمل على تنشيطه خاصة في أوقات الكساد، مما قد تعمل على خلق الحافز الباعث – في حالة استمراره – لزيادة الاستثمار وإحداث آثار إيجابية مواتية في الاقتصاد الكلي[1]، من خلال عاملي المضاعف والمعجل*.

ومما يضاعف ويعمق من التأثير السابق أن الائتمان السابق ينطوي على قدر من التشجيع يتمثل في عدم الحصول على فائدة خلال مدة محددة قد تصل إلى قرابة الشهرين يمكن تجديدها بطريقة أو بأخرى، مما يعنى أنها قد تستمر حتى في الأجل الطويل – وهكذا – هذا بالإضافة إلى العامل النفسي بأن استخدام البطاقات في الشراء لا يصحبه عادة الألم الذي قد يشعر به المستهلك عند الدفع النقدي الحالي، وهو ما قد يدفع إلى شراء كميات كبيرة من سلع أو خدمات أو ربما شراء سلع أو خدمات ربما لم يكن ليفكر فيها قبل ذلك. وهذا يفيد البنوك كذلك من خلال تمكينها من استغلال ما لديها من إيداعات ليس فقط في مجال الاستهلاك بل لتشجيع الطلب عليها لأغراض الاستثمار، كما أنها تشكل مصدراً رئيسياً لربحية البنوك مثل رسوم الإصدار وغيرها، بالإضافة للعمولات المحصلة من التجار والعوائد المحصلة من العملاء، تقلل كثير من استخدام الأوراق التجارية والمشاكل والتكلفة التي تصحبها[2].

ولأن المعاملات في التجارة الإلكترونية تتم عن طريق ما يعرف بالنقود الإلكترونية، التي يكون مصدرها في معظم الأحيان البنك الذي يمتلك بنية تحتية إلكترونية تمكنه من إصدار نقود إلكترونية لعملائه لاستخدامها على شبكة الإنترنت، أو يتم حفظها في البطاقات الذكية، و هناك أيضا ما يعرف بالشيكات الإلكترونية، و هي شيكات تجري باستخدام الكمبيوتر و تأخذ المسار نفسه الذي يأخذه الشيك الورقي، و يعد القطاع المصرفي أكثر القطاعات المؤهلة و القابلة للتكيف مع التطورات التكنولوجية الحديثة، بسبب مرونة هذا القطاع و كونه يمثل حلقة الوصل و المحول الرئيس لمختلف الأنشطة الاقتصادية.

---

[1] شيماء جمال مجاهد، مرجع سابق.

* المضاعف: هو المعامل العددي الذي يبين كمية الزيادة في الدخول (الدخل القومي) المترتبة على الزيادة الأولية في الاستثمار. أما المعجل: هو المعامل الحسابي الذي يبين مدى الزيادة في الاستثمار المترتبة على الزيادة في الدخول والطلب.

[2] شيماء جمال مجاهد، مرجع سابق.

تقوم الكثير من البنوك بتقديم خدمة مصرفية جديدة بإصدار بطاقات (فيزا) خاصة بالإنترنت، لتشجيع عملائها على الدخول في عالم التجارة الإلكترونية، إذ تقدم هذه البطاقات خدمة مصرفية عالمية، و تشمل إطلاع العميل على الحسابات الجارية الخاصة به وإمكانية التحويل بين الحسابات الجارية، والوقوف على آخر أسعار العملات و الاتصال بالبنك عن طريق البريد الإلكتروني للاستفسار عن خدمات الشبكة التي يقدمها. وهذا يساعد على نقل الأموال بين المصارف و البورصات، إذ أن أسعار الأسهم و السندات تكون متوافرة .وهذا يساعد أيضا على تنويع الاستثمار المحفظي وانتقاله بين الدول، كما تتيح التجارة الإلكترونية للشركات عددا من المزايا في مجال التمويل تمكن الشركات من أن تستخدم شبكة الإنترنت لكي تحدد مقدمي هذه الخدمات كما يمكنها تبادل المعلومات بشأن الصفقات[1].

[1] سفيان فكارشة، الأبعاد الاقتصادية والمالية للتجارة الإلكترونية (حالة الجزائر)، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 3، 2013-2014، ص 130-131.

خلاصة الفصل الثالث

من خلال هذا الفصل، وبعد عرضنا لبنك الخليج الجزائر كبنك إلكتروني له خدمات مطورة وحديثة متمثلة في خدمات المحفظة الإلكترونية ومختلف البطاقات الإلكترونية التي تقدم خدمة الدفع والسداد الإلكتروني الآمن والذي يحقق للأفراد الوفاء بالتزاماتهم تجاه الغير، مكنتهم من القيام بالتجارة الإلكترونية التي تعبر عن انتقال السلع والمنتجات والخدمات بين البائع والمشتري عن طريق الإنترنت مختصرة بذلك مبادئ التجارة التقليدية، وبناء على ذلك تم التوصل إلى النتائج التالية:

- يعتبر بنك الخليج الجزائر بنكا جيدا لقيام التجارة الإلكترونية من خلاله، وذلك للخدمات المتميزة التي يقدمها كخدمة الصراف الآلي والمحفظة الإلكترونية وتوفيره لنوعين من بطاقات الدفع الالكتروني (ماستر كارد وفيزاكارد).

- إن قيام التجارة الإلكترونية عن طريق شبكة الإنترنت يكون وفقا لعدة مراحل منها التسوق الإلكتروني الذي يمكن المشتري من اختيار السلع الملائمة لاقتنائها، ثم يقوم المشتري بالدفع الإلكتروني وذالك بتحويل وحدات النقد الالكتروني من حسابه الشخصي إلى حساب البائع، ليقوم البائع بعدها بشحن السلعة إلى المشتري أو تحويلها له إلكترونيا إذا كانت تقبل التحويل الإلكتروني.

- إن تأثر اقتصاديات الدول من خلال قيام التجارة الإلكترونية يمكن من تحسين المزايا النسبية وزيادة المزايا التنافسية، كما لها تأثير على الاقتصاد الكلي.

خاتمة

خـاتـمـة

في ظل وجود شبكة الإنترنت وشيوعها وازدياد مستخدميها، وفي ظل التطور الهائل في تقنيات الحاسوب والاتصال، التي حققت تبادلا سريعا وشاملا للمعلومات ضمن سياسة وخطط الانسياب السريع للبيانات ومفهوم العولمة على الخط، وترافق ذلك مع استثمار الإنترنت في ميدان النشاط التجاري الإلكتروني ضمن مفاهيم الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية، ومع ازدياد القيمة الاقتصادية للمعلومات في ظل ذلك كله، تطور مفهوم الخدمات المالية على الخط، لتتحول الفكرة من مجرد تنفيذ أعمال عبر خط خاص إلى بنك له وجود كامل على الشبكة، ويحتوي موقعه على كافة البرمجيات اللازمة للأعمال المصرفية، فالبنوك الإلكترونية بمعناها الحديث ليست مجرد فرع لبنك يقدم خدمات مالية وحسب، بل موقع مالي وتجاري وإداري واستشاري له وجود مستقل على الخط، ويشير إلى النظام الذي يسمح للزبون بالوصول إلى حساباته أو أية معلومة يريدها، والحصول على مختلف الخدمات والمنتجات المصرفية من خلال شبكة يرتبط بها جهاز الحاسوب الخاص به.

ومن خلال دراستنا لميدان التجارة الإلكترونية، اتضح لنا أن التجارة الإلكترونية ليست مجرد نمط جديد من أساليب التجارة تستخدمها المؤسسات لتنويع وزيادة مبيعاتها، وإنما هي نموذج لثورة المعلومات التي ولدت بفعل التطورات التكنولوجية في وسائل الاتصال والتي يعبر عنها حاليا بالإنترنت، ويقصد بالثورة هنا التغير الجذري الذي تتطلبه في النظم القانونية والاقتصادية والاجتماعية لكي يتكيف معها أفراد المجتمع، ويكون بذلك لها تأثير مباشر على الاقتصاد الوطني على مستوى المستهلكين ومستوى قطاع الأعمال والمستوى القومي.

ومن خلال قيامنا بدراسة بنك الخليج الجزائر في شقه الإلكتروني ودوره في تطوير وتفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر تم التعرف على البنك وأهم خدماته الإلكترونية التي يقدمها لعملائه، والتي تساعدهم في ممارسة التجارة الإلكترونية من خلال تحويل وحدات النقود الإلكترونية من حساب العميل -المشتري لمنتج معين- إلى حساب البائع في ظروف سريعة وآمنة ومريحة وفعالة، ويقوم البائع بدوره بشحن السلعة إلى المشتري أو تحويلها له إلكترونيا إذا كانت تقبل التحويل الإلكتروني، كما انعكست هذه التجارة الإلكترونية على الجوانب الاقتصادية بتحسين المزايا النسبية وزيادة المزايا التنافسية، كما أن لها تأثير على الاقتصاد الكلي.

نتائج اختبار الفرضيات

بالعودة إلى فرضيات الدراسة، وبالاعتماد على النتائج المتوصل إليها من خلال الفصول النظرية ودراسة دور البنوك الإلكترونية في تطوير التجارة الإلكترونية من خلال بنك الخليج الجزائر في شقه الإلكتروني نجد:

الفرضية الأولى

توصلنا من خلال الفصل الأول إلى الاتفاق على مضمون هذه الفرضية، فالبنك الالكتروني هو بنك له وجود كامل على شبكة الإنترنت ويحتوي موقعه على كافة البرمجيات اللازمة للأعمال المصرفية، حيث يتيح هذا البنك للعميل القيام بكافة الأعمال الخاصة بالبنك في أي مكان موجود به، وذلك بتوفير خط يسمح للعميل بإنجاز كافة معاملاته دون أن يضطر إلى الذهاب بنفسه إلى مقر البنك، بواسطة نقود إلكترونية غير ملموسة تأخذ صورة وحدات إلكترونية تخزن في المحفظة الإلكترونية للعميل، حيث يمكن للعميل استخدام هذه المحفظة في القيام بعمليات البيع أو الشراء أو التحويل، وإضافة إلى خدمة المحفظة الإلكترونية يوفر البنك الإلكتروني خدمات أخرى نذكر منها خدمة الصراف الآلي، وخدمة البطاقات الإلكترونية الدولية، وخدمة التحويل المصرفي.

الفرضية الثانية

من خلال الفصل الثاني، أثبتنا صحة هذه الفرضية، فمن خلال عرض الجانب النظري للتجارة الإلكترونية والتطرق لآلية عقد صفقاتها عبر شبكة الإنترنت يمكن تعريف التجارة الإلكترونية على أنها مختلف عمليات الإعلان والتعريف بالسلع والخدمات، والتي تهدف إلى استقطاب الصفقات وإبرام العقود وبذلك الشراء والبيع لتلك السلع والخدمات، ثم سداد القيمة الشرائية عبر شبكات الاتصال المختلفة سواء الإنترنت أو غيرها من الشبكات التي تربط المشتري بالبائع، كما أن لهذه التجارة انعكاسات على قطاع المستهلكين من خلال سرعة وسهولة التسوق وتبادل المعلومات، وعلى قطاع الأعمال من خلال توسيع نطاق التسوق وتخفيض التكاليف وتفعيل نظام المنافسة، وعلى قطاع المستوى القومي من خلال دعم التجارة الخارجية ودعم التنمية الاقتصادية ودعم التوظيف ودعم القطاعات التكنولوجية.

الفرضية الثالثة

من خلال محاكاة التجارة الإلكترونية في الفصل الثالث، توصلنا إلى الاتفاق على مضمون هذه الفرضية، حيث أن التجارة الإلكترونية تقوم وفقا لعدة مراحل، وأن أول مرحلة هي شحن بطاقة الخليج بالعملة الصعبة ومن ثم تعيين السلعة المراد شراؤها من خلال المواقع الإلكترونية التي توفر خدمة التسوق

الإلكتروني، وبعدها يتم الدفع الإلكتروني عن طريق إرسال وحدات نقدية إلكترونية تعرف بالنقود الإلكترونية إلى البائع عن طريق بنك المصدر، وبعد قبول الوحدات النقدية الإلكترونية من قبل البائع، يقوم هذا الأخير بإجراءات تحويل السلعة إلى المشتري سواء عن طريق شحن السلعة، أو تحويلها تلقائيا إلى المشتري عن طريق وسائل الاتصال إذا كانت تقبل التحويل الإلكتروني.

نتائج الدراسة

على ضوء ما تقدم من عرض نظري وتحليلي للبنوك الإلكترونية ودورها في تطوير التجارة الإلكترونية، فقد تم التوصل إلى النتائج التالية:

- إن البنوك الإلكترونية تقوم على قاعدة رئيسية وهي توفرها على بنية تحتية تكنولوجية مرتبطة بمختلف شبكات التواصل، وهي على درجة عالية من الأمان والدقة، وأن الوفرة في كلفة الخدمة هي عائد تشاركي بين البنك والمستخدم، فمن ناحية البنك هي وسيلة لتخفيض التكاليف التشغيلية والتأسيسية للفروع والتكاليف الأخرى، أما من ناحية المستخدم فتوفر مجهود الانتقال وتعبئة النماذج وتساهم في التخلص من متطلبات ومجهود المقابلة والرسوم الإضافية.
- إن التجارة الإلكترونية ليست مجرد امتلاك موقع على شبكة الإنترنت وإنما هي نظم معلومات وتكنولوجيا اتصالات وتوليفة واسعة ومتنوعة من تطبيقات الأعمال على الشبكة، والتي تتطلب وجود بنية تحتية داعمة واستراتيجيات شاملة وإجراءات ومعايير عمل تقوم عليها تطبيقات التجارة الإلكترونية التي تسمح بانتقال السلع والخدمات وعقد الصفقات بطرق سريعة وآمنة.
- لا يمكن قياس حجم التجارة الإلكترونية في الجزائر بسبب العوائق الكثيرة التي تعترضها وتحد من قيامها، وعلى رأسها عدم تطور البنوك التقليدية إلى تقديم خدمات إلكترونية عالية الكفاءة والدقة، وأيضا عدم توجه الشركات إلى التجارة الإلكترونية بسبب عدم جديتها في التعامل مع التطورات الحاصلة في المجال، وبذلك غياب طبيعي للإحصائيات المرتبطة بالتجارة الإلكترونية في جميع المواقع المختصة.

- إن للتجارة الإلكترونية تأثير واضح الأثر على اقتصاديات الدول التي لها نصيب واسع من هذه التجارة على المستوى العالمي وذلك بتحسين المزايا النسبية من خلال كفاءة اختيار السلع أو الخدمات و كفاءة تخصيص الموارد وكفاءة توزيع السلعة أو الخدمات، وزيادة المزايا التنافسية من خلال خفض التكاليف وتوسيع نطاق السوق الذي يؤدي لمزيد من الفعالية والابتكار للشركات التي تستخدم التجارة الإلكترونية، كما أن لها تأثير على الاقتصاد الكلي وذلك من خلال ميزة الائتمان التي تتوفر عليها بطاقات الائتمان والتي تساعد على صرف مبالغ مالية حتى دون وجود رصيد فعلي

بالبطاقة وهو ما يشكل إضافة للسيولة النقدية في الاقتصاد ويعمل على تنشيطه خاصة في أوقات الكساد.

اقتراحات

بناءً على ما تقدم من نتائج يمكن أن نقترح ما يلي:

- في ظل وجود العديد من المشكلات المتصلة بالنظم البنكية وبطاقات الدفع، على البنوك المبادرة بإصدار بطاقات ائتمان محدودة الرصيد، تستخدم خصيصا لدفع المستحقات على الإنترنت، وهذا من أجل تفادي حصول خسائر كبيرة في حال تعرض إحدى البطاقات للسطو، وبذلك تشجيع الأفراد على استعمال البطاقات.
- إن ممارسة التجارة الإلكترونية تحفها العديد من المخاطر المتعلقة بالمشاكل التقنية والقانونية والتنظيمية، وهو ما يفتح الباب على مصراعيه أمام العديد من الأنشطة الغير المشروعة،الأمر الذي يتطلب وضع ضوابط تقنية وتشريعية لتوفير الحماية والأمن اللازمين لممارسة هذه التجارة.
- إن اعتماد الحكومة الجزائرية وشركاتها على التجارة التقليدية وتحملها لتكاليف وأعباء مالية إضافية يلقي التساؤل بشكل واضح حول عدم اعتماد الجزائر لتكنولوجيا التجارة الإلكترونية وتفعيلها خاصة في ظل الوضع الراهن الذي تفرض فيه الحكومة سياسة تقشفية تعترض تماما مع مبادئ التجارة التقليدية، ولهذا لابد من الإسراع في اعتماد وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر لقيام التجارة الإلكترونية بشكل ملموس بعد إعلان عن فتح نظام الدفع الإلكتروني في الجزائر بداية من شهر أكتوبر 2016 إلا أنه لم يفعل بعد.
- إن تأهيل إطارات الشركات والمؤسسات يسمح بتوضيح القيمة المضافة لهذه الشركات عند تبنيها التجارة الإلكترونية وتطوير وسائل الدفع الإلكتروني، ولزرع الثقة أكثر في نفوس مستخدمي الإنترنت والتجارة الإلكترونية لابد من وضع نظام مكافحة الجرائم المعلوماتية، وهذا للحد من وقوعها، وذلك بتحديد هذه الجرائم والتجاوزات والعقوبات المقررة لكل منها، وهو ما يؤدي إلى

أ – المساعدة على تحقيق الأمن المعلوماتي.

ب- حفظ الحقوق المترتبة على الاستخدام المشروع للحواسيب والشبكات المعلوماتية.

ج – حماية المصلحة العامة

د – حماية الاقتصاد الوطني

آفاق البحث

من خلال دراسة موضوع المذكرة تبين لنا أن هناك جوانب جديرة بالدراسة والبحث، نقترحها لتكون إشكاليات بحوث ودراسات قادمة في المستقبل وهي كالآتي:

- مخاطر العمليات المصرفية الإلكترونية وإشكالية تأمينها.
- الإطار القانوني والتنظيمي للتجارة الإلكترونية في الجزائر.
- البنية الارتكازية للبنوك الإلكترونية والتجارة الإلكترونية
- التسويق الإلكتروني الحديث وعلاقته بالتجارة الإلكترونية

قائمة المراجع

قائمة المراجع

مراجع باللغة العربية

1- الكتب

1. أحمد بوراس، السعيد بريكة، أعمال الصيرفة الإلكترونية: الأدوات والمخاطر، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2014.
2. أحمد جمال الدين موسى، النقود الإلكترونية وتأثيرها على دور المصارف المركزية في إدارة السياسة النقدية، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، منشورات الحلبي، الجزء الأول، بيروت، 2007.
3. توفيق سنبور، أدوات الدفع الإلكتروني: النقود الإلكترونية، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، منشورات الحلبي، الجزء الأول، بيروت، 2007.
4. جلال عايد الشورة، وسائل الدفع الالكتروني، دار الثقافة، عمان، 2008.
5. خالد ممدوح إبراهيم، فن التحقيق الجنائي في الجرائم الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2009.
6. دريد كمال آل الشيب، إدارة البنوك المعاصرة، دار المسيرة، عمان، 2012.
7. زاهر عبد الرحيم عاطف، إدارة العمليات النقدية والمالية، دار الراية للنشر، الأردن،2008 .
8. زهير بشنق، العمليات المالية المصرفية الإلكترونية، إتحاد المصارف العربية، بيروت، 2006.
9. السعيد بريكة، نادية شبانة، البنوك الإلكترونية: الواقع والآفاق، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2016.
10. سميحة القيلوني، وسائل الدفع الحديثة، البطاقات البلاستيكية، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، منشورات الحلبي، الجزء الأول، بيروت، 2007.
11. السيد متولي عبد القادر، اقتصاديات النقود والبنوك، دار الفكر ناشرون وموزعون، الأردن، . 2010
12. عامر إبراهيم قنديلجي، التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
13. عبد الباسط وفا، سوق النقد الإلكترونية: الفرص – المخاطر – الآفاق، جامعة حلوان، مصر، 2003.

14. عبد الناصر محمد حسين، العلاقات الاقتصادية الدولية،جهاز توزيع الكتاب الجامعي، بجامعة المنصورة، 2006، ص150.
15. عبد الهادي مسعودي، الأعمال المصرفية الإلكترونية: بنوك إلكترونية ونقود إلكترونية وبطاقات إلكترونية، دار اليازوري، عمان، 2016.
16. على جمال الدين عوض، عمليات البنوك من الوجهة القانونية،دار النهضة العربية، 1969.
17. فايز نعيم رضوان، القانون التجاري، دار النهضة العربية، الطبعة الرابعة، 2002 – 2003.
18. محمد سعيد أحمد إسماعيل، أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2009.
19. مزهر شعبان العاني، نظم المعلومات الإدارية: منظور تكنولوجي، الطبعة الأولى، دار وائل، عمان، 2009.
20. منير الجنبيهي وممدوح الجنبيهي، البنوك الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006.
21. نادر الفرد قاحوش، العمل المصرفي عبر الإنترنت، الدار العربية للعلوم ومكتبة الرايد، عمان، بيروت، 2001.
22. نادر عبد العزيز شافي، المصارف والنقود الإلكترونية، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، 2007.
23. ناظم محمد نوري الشمري وعبد الفتاح زهير عبد اللات، الصيرفة الإلكترونية، دار وائل، عمان، 2008.
24. وسيم محمد الحداد وآخرون، الخدمات المصرفية الإلكترونية، دار المسيرة، عمان، الطبعة الأولى، 2012.
25. يوسف حسن يوسف، البنوك الإلكترونية، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، 2012.

2- أطروحات ماجستير ودكتوراه

1- سفيان فكارشة، الأبعاد الاقتصادية والمالية للتجارة الإلكترونية (حالة الجزائر)، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 3، 2013-2014.

2- بلقيدوم صباح، " أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة (NTIC) على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية" رسالة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة قسنطينة 2، 2013/2012.

3- صالح جاد عبد الرحمن المنزلاوى، القانون الواجب التطبيق على عقود التجارة الإلكترونية، رسالة دكتوراه كلية الحقوق جامعة المنصورة، دار النهضة العربية، بدون سنة نشر.

4- أحمد بلقاسم مختار التواتي، معوقات تطوير الصيرفة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية، كلية العلوم المالية والمصرفية، مذكرة دكتوراه، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، عمان 2010.

5- مسعود جماني، " أثر التجارة الإلكترونية على إنتاجية وتنافسية المؤسسة " دراسة استطلاعية لبعض الوكالات السياحية بمنطقة باتنة، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2008/2007.

6- أيوب علندة، إشكالية أمن العمليات المصرفية في البنوك الإلكترونية (دراسة حالة بنك نتلر الالكتروني)، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر علوم اقتصادية، جامعة المسيلة، 2014/2013.

3- الملتقيات والمؤتمرات

1- محمد إبراهيم محمود الشافع، الآثار النقدية والاقتصادية والمالية للنقود الإلكترونية مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، 10-12 مايو 2003، المجلد الأول، دبي.

2- محمد سعدو الجرف، أثر استخدام النقود على الطلب على السلع والخدمات، مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، 10-12 مايو 2003، المجلد الأول، دبي.

3- سعيد عبد الله الحامد، العمليات المصرفية الإلكترونية والإطار الإشرافي، بحث مقدم لمؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون، كلية الشريعة والقانون، جامعة الأمارات العربية المتحدة، دبي، 10-12 مايو 2003.

4- البحوث

1- شيماء جمال مجاهد، بحث بعنوان التأثير المتبادل بين الأعمال المصرفية الإلكترونية، كلية الحقوق، جامعة المنصورة، مصر 2009. متاح على الرابط:
http://www.aladalacenter.com/index.php/2012-10-31-17-26-38
تاريخ آخر اطلاع 10 ماي 2017 ، 22:34.

مراجع باللغة الفرنسية

1- الكتب

1. Emmanuel-Amaud Pateron et Robert Salmon, Les Nouvelles Technologies de l'Information et l'Entreprise, Economica, Paris, 1996.

2- مواقع إلكترونية

1. Le Rapport annuel 2009 de agb.
2. L'ETATS FINANCIERS 2015 de agb.
3. www.kipco.com
4. https://www.agb.dz
5. www.paypal.com
6. www.neteller.com
7. www.aliexpress.com