جامعة يحى فارس بالمدية

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

الموضوع:

مدى استعمال الدفع الإلكتروني في تفعيل التجارة الإلكترونية في البنوك الاقتصادية الجزائرية

– دراسة ميدانية بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة "العمارية" –

مذكرة تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في العلوم التجارية

تخصص: علوم مالية

إعداد الطالبين:

- صكوشي كريم
- حنيش وريدة

الأستاذ المشرف:

د. عمر علي عبد الصمد

السنة الجامعية: 2017/2016

شكر و عرفان

إن الاعتراف بالجميل لأهل الفضل واجب وأكيد

نحمد الله سبحانه وتعالى الذي وفقنا على إنجاز هذا العمل المتواضع، والذي أنارنا بالعلم وزيننا بالحلم وأكرمنا بالتقوى.

لا بد لنا و نحن نخطو خطواتنا الأخيرة في الحياة الجامعية من وقفة نعود إلى أعوام قضيناها في رحاب الجامعة مع أساتذتنا الكرام الذين قدموا لنا الكثير باذلين جهودا كبيرة في بناء جيل الغد

واخص التقدير والشكر :

إلى الذين كانوا عونا لنا في بحثنا هذا و نورا يضيء الظلمة التي كانت تقص أحيانا في طريقنا.

واعترافا بالفضل و الجميل نتوجه بخالص الشكر و التقدير و الامتنان إلى الأستاذ عمر علي عبد الصمد الذي اشرف على هذا العمل وزودنا بالنصائح و الإرشادات التي أضاءت أمامنا سبيل البحث.

و نتقدم بجزيل الشكر إلى كل الأساتذة الذين ساعدونا في هذا البحث.

كما نشكر الأخ"بن قرطبي عدنان" الذي ساعدنا في هذا البحث

كما نشكر كل من ساعدنا من قريب او من بعيد في انجاز هذا العمل ولو بالقليل .

شكرا

الإهداء

إلى ملاكي في الحياة ..إلى معنى الحب و إلى معنى الحنان و التفاني ..إلى بسمة الحياة و سر الوجود إلى من كان دعائها سر نجاحي و حنانها بلسم جراحي

إلى أغلى الحبايب

أمي الحبيبة

إلى من كلله الله بالهيبة و الوقار..إلى من علمني العطاء بدون انتظار ..إلى من احمل اسمه بكل افتخار ..أرجو من الله أن يمد في عمرك لترى ثمارا قد حان قطافها بعد طول انتظار و ستبقى كلماتك نجوم اهتدي بها اليوم وفي الغد و إلى الأبد..

والدي العزيز

إلى إخوتي وأخواتي ,

إلى أخي الذي شاركني هذا العمل المتواضع

إلى جميع صديقاتي : مريم، حفيظة، كريمة،نسرين.

إلى كل من وسعتهم ذاكرتي ولم تسعهم مذكرتي

وريدة

إهداء

إلى من أوصى بهما الله ورسوله صلى الله عليه وسلم وجعل رضاهم من رضاه وطاعتهما من طاعته،

إلى اعز واقرب الناس إلى قلبي وكانا سببا في سعادتي وسندا لي في جهودي.

إلى منبع العطف والحنان واعز ما وهبني الرحمان

إليك أمي الغالية حفظك الله وأطال في عمرك.

إلى رمز الطيبة والعطاء، إلى صاحب الفضل في تكوين شخصيتي.

إليك أبي العزيز أدام الله عزك وأطال في عمرك.

إلى جدتي أطال الله في عمرها.

إلى إخوتي حميد، إسماعيل، حكيم، حسان، صورية، رتيبة، ربيعة، والى عماتي حفظهم الله مليكة، فتيحة.

إلى شاوشي إبراهيم والكتكوت الصغير عبد الفتاح، إلى ابنة عمي صكوشي نسيمة.

إلى كل الأهل والأحباب.

إلى من شاء الله مؤاخاتهم: الياس، حسين، يوسف، عباس، عازب حسين، حليم، رءوف، مراد، أميرة، نسيمة شعواو، شالي هاجر، لكسي مسعودة، إلى كافة الفوج:02. وكما اهدي هذا العمل إلى أستاذي المشرف عمرعلي عبد الصمد، إلى شريكتي في هذا العمل حنيش وريدة.

إلى كل من وسعتهم ذاكرتي ولم تسعهم مذكرتي.

كريم

الملخص:

يعتبر تحديث نظام الدفع، من المشاريع التي تمكن من قياس درجة التطور في القطاع البنكي وبالتالي قياس الحركية في أي اقتصاد، وهذا ما جعل العديد من البنوك في مختلف دول العالم تسعى إلى تطوير أنظمة الدفع، لان الوضع الحالي يتطلب السرعة في معالجة المعاملات والصفقات، مع تقليل نسبة الخطأ، ولعل التطور التكنولوجي خاصة في مجال المعلوماتية ساهم بشكل فعال في إبداع وسائل وأنظمة الدفع يأمل منها توفير الأمان والسهولة في التعامل.

ولقد كان الهدف من الدراسة التعرف على نظام الدفع الالكتروني ومدى تطبيقه في البنوك الجزائرية وكانت الأدوات المستخدمة جمع الوثائق والمقابلة مع موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية ـ وكالة العمارية ـ ومن أهم النتائج المتوصل إليها هي مدى مساهمة نظام الدفع الالكتروني في تفعيل التجارة الالكترونية مع تقليل نسبة الخطأ وزيادة سرعة التعاملات المالية البنكية.

الكلمات الأساسية: نظام الدفع الالكتروني، التجارة الالكترونية، النقود الالكترونية، البطاقات البنكية وبطاقات الائتمان.

Le résumé :

La rénovation de systéme de paiement est considéré entre les projets qui ont peut àmesurer le dégré de sephistien. Donc, on peut mesurer la cinétique dans toute L'économie, pour cela, beaucoup du Banques dans différents pays dans le monde cherchent àdévelopper des sgstémes de paiement parce que, la situation actuelle escige la vitesse dans le traitement des transaction et traite, avec le réduire dans le taux d'erreur. On peut dire que le développement technologique dans le domaine dinfomatique a contribué efficacement à la créativité des moyens de système de paiement en particulièrement, pour assurer la sécurité et la facilite de manipulation. Le put de L'étude c'est la connaissance sur le rôle du système de paiement électronique dans L'activation du commerce électronique. Les outils qui ont été utilisés :(ranger les documents, L'entretien avec les travailleurs du Banque de L'agriculture et le développement rurale-et L'agence de LOMARIA.

Les résultats qui ont été réalisées :la contribution du système de paiement électronique dans L'activation du commerce électronique, réduire le taux d'erreur et augmenter la vitesse des services dans les transactions financières et bancaires.

Les mats clés :systéme de paiement électronique, commerce électronique, L'agent électronique, cartes bancaires et cartes de crédit.

الفهرس

فهـرس المحتويات

بسملة

كلمة شكر

إهداء

الملخص

فهرس المحتويات..... I-II

قائمة الجداول..... III

قائمة الأشكال..... VI

المقدمة ..... أ - ه

الفصل الأول: عموميات حول التجارة الالكترونية

تمهيد.....02

المبحث الأول: الاقتصاد الرقمي وخصائصه.....03

المطلب الأول: مفهوم الاقتصاد الرقمي 03

المطلب الثاني: خصائص الاقتصاد الرقمي..... 07

المبحث الثاني: مفاهيم رئيسية عن التجارة الالكترونية..... 11

المطلب الأول: تعريف التجارة الالكترونية.....11

المطلب الثاني: نشأة وأشكال التجارة الالكترونية.....14

المطلب الثالث: خصائص التجارة الالكترونية.....18

المبحث الثالث: دور الانترنت في خدمة التجارة الالكترونية.....26

المطلب الأول: مفهوم الانترنت.....26

المطلب الثاني: الانترنت والمؤسسة.....30

المطلب الثالث: الانترنت والتجارة الالكترونية.....32

خلاصة الفصل الأول.....34

الفصل الثاني: وسائل الدفع الالكتروني ودورها في تفعيل التجارة الالكترونية

تمهيد.....36
المبحث الأول: أنظمة الدفع الالكتروني وامن المعاملات الالكترونية.....37
المطلب الأول: أنظمة الدفع الالكتروني.....37
المطلب الثاني: تامين الدفع الالكتروني.....41
المبحث الثاني: البنوك الالكترونية.....47
المطلب الأول: تعريف البنوك الالكترونية..... 47
المطلب الثاني: مخاطر البنوك الالكترونية.....56
المبحث الثالث: علاقة وسائل الدفع الالكتروني في تفعيل التجارة الالكترونية.....66
المطلب الأول: مزايا ومخاطر استخدام وسائل الدفع الالكتروني.....66
المطلب الثاني: الجهود المبذولة لتامين أنظمة الدفع الالكتروني في التجارة الالكترونية..... 73
خلاصة الفصل.....82

الفصل الثالث: دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية- وكالة العمارية-

تمهيد..... 84
المبحث الأول: معلومات عامة حول بنك الفلاحة والتنمية الريفية..... 85
المطلب الأول: نشأة وتطور بنك الفلاحة والتنمية الريفية.....85
المطلب الثاني:وظائف وأهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية..... 89
المطلب الثالث:موارد والهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية..... 90
المبحث الثاني: تحليل الإستبانة الموجهة لعمال وزبائن بنك الفلاح والتنمية الريفية..... 92
المطلب الأول: الإطار المنهجي للدراسة.....92
المطلب الثاني: اداة الدراسة الميدانية.....93
المبحث الثالث: الدراسة التحليلية للجزء التطبيقي..... 98
المطلب الأول: إجراءات تطبيق الدراسة.....98
المطلب الثاني: تحليل المتغيرات المستقلة والتابعة.....102
المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة.....106
خلاصة الفصل.....114
خاتمة عامة..... 116
قائمة المراجع.....120
الملاحق.

قائمة الجداول

قائمة الجداول :

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
الجدول 1.1	مقارنة بين الاقتصاد التقليدي والاقتصاد الرقمي.	09
الجدول 1.2	خصائص الدفع الالكتروني.	38
الجدول 2.2	تقدير تكلفة الخدمات عبر قنوات مختلفة.	50
الجدول 3.2	الموزع الآلي للأوراق D.A.B.	51
الجدول 4.2	الشباك الآلي للأوراق G.A.B.	52
الجدول 5.2	نهائي نقطة البيع الالكتروني T.P.V.	52
الجدول 6.2	فرق التكلفة بين القنوات التقليدية والانترنت.	55
الجدول 7.2	تقدير تكلفة الخدمات عبر قنوات مختلفة.	56
الجدول 1.3	الدرجات المعطاة لخيارات الإجابة المتاحة في الإستبانة الموجهة.	93
الجدول2.3	معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات الإستبانة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه.	95
الجدول 3.3	معاملات ثبات وصدق محاور الإستبانة.	96
الجدول 4.3	معامل الثبات في حالة حذف عبارة وبقاء باقي العبارات .	96
الجدول 5.3	تعداد استبيانات الدراسة.	98
الجدول 6.3	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الصنف.	99
الجدول 7.3	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي.	100
الجدول 8.3	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب قطاع العمل.	100
الجدول 9.3	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب فترة التعامل.	101
الجدول 10.3	توزيع العينة حسب متغير سبب اختيار التعامل مع هذا البنك.	102
الجدول 11.3	بعض مقاييس النزعة المركزية لإجابات العمال والزبائن في عينة الدراسة حول المجال المتعلق بادراك أهمية التجارة الالكترونية.	103
الجدول 12.3	بعض مقاييس النزعة المركزية لإجابات العمال والزبائن في عينة الدراسة حول المجال المتعلق بكيفية تطبيق وسائل الدفع الالكتروني.	104
الجدول 13.3	بعض مقاييس النزعة المركزية لإجابات العمال والزبائن في عينة الدراسة حول المجال المتعلق بمساهمة نظام الدفع الالكتروني في تفعيل التجارة الالكترونية	105
الجدول 14.3	نتائج اختبار التباين الأحادي (ف) لفرضية إدراك أهمية التجارة الالكترونية	107
الجدول 15.3	نتائج اختبار التباين الأحادي (ف) لفرضية تحقيق كيفية تطبيق وسائل الدفع الالكتروني.	109
الجدول 16.3	نتائج اختبار التباين الاحادي (ف) لفرضية مساهمة نظام الدفع الالكتروني في تفعيل التجارة الالكترونية	110

الجدول 17.3	معامل ارتباط مدى إدراك أهمية التجارة الالكترونية وكيفية تطبيق وسائل الدفع الالكتروني مع مساهمة نظام الدفع الالكتروني في تفعيل الجارة الالكترونية.	112

قائمة الأشكال

قائمة الأشكال:

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
الشكل 1.1	قطاعات الاقتصاد الجديد.	**05**
الشكل 2.1	يحدد ما هي عناصر هذا الاقتصاد الرقمي.	**06**
الشكل 3.1	تقسيمات التجارة الالكترونية	**17**
الشكل 4.1	أشكال التجارة الالكترونية	**18**
الشكل 1.2	صور المعاملات المصرفية الالكترونية.	**54**
الشكل 2.2	إجراءات إرسال الرسالة بواسطة التشفير باستخدام المفتاح السري.	**76**
الشكل 3.2	إجراءات إرسال الرسالة بواسطة التشفير باستخدام المفتاح العام	**77**
الشكل 1.3	الهيكل التنظيمي لوكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالعمارية	**91**

مقدمة

مقدمة:

تعتبر التجارة الالكترونية من أبرز التغيرات التي شهدها العالم خلال السنوات الأخيرة، فبتطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال وعولمة الأنشطة التجارية والمالية أصبح اعتماد المبادلات التجارية في الجزائر ضرورة لابد منها خاصة في ظل تزايد حجم المبادلات في هذا المجال على المستوى العالمي، هذا بفضل توفر ظروف ملائمة من اعتماد البنوك والمؤسسات المالية لنظم الدفع الالكترونية في عملياتها بين البنوك والمؤسسات، ونظرا لكفاءة وسرعة العمليات التجارية التي تتم عبر الوسائط الالكترونية لابد من اعتماد البنوك والمؤسسات الجزائرية على هذا النوع حتى تتمكن من مواكبة التطور التكنولوجي والاستفادة من المزايا التي تتمتع بها التجارة الالكترونية بل وأكثر من ذلك الاحتكاك بالمؤسسات الكبرى، إلا أن ذلك يتطلب تضافر الجهود بين مختلف المتدخلين والمتعاملين في التجارة الالكترونية من بنوك، مؤسسات وأفراد، ولابد من توفر الظروف الملائمة من خلال تدخل الدولة عن طريق الأطر التشريعية المنظمة لعمل التجارة الالكترونية والبنى التحتية الملائمة.

ولتشجيع وتطوير عمل التجارة الالكترونية في الجزائر لابد من وجود نظام دفع الكتروني ذي كفاءة على الرغم من وجود بعض أدواته مثل بطاقات بنكية وبطاقات السحب.

إشكالية البحث:

من خلال ما سبق يمكن طرح الإشكال الرئيسي المتمثل في:

كيف يمكن لنظام الدفع الالكتروني أن يفعل في التجارة الالكترونية في البنوك الاقتصادية الجزائرية؟

وللتمكن من الإجابة على الإشكالية الرئيسية، يمكن صياغة الأسئلة الفرعية التالية:

1- فيما تتمثل التجارة الالكترونية؟

2- ما هي وسائل الدفع الالكتروني ؟

3- هل ساهمت وسائل الدفع الالكترونية في الرفع من مستوى الخدمة البنكية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية ـ وكالة العمارية؟

فرضيات البحث:

وقصد الإجابة على الإشكالية المطروحة والأسئلة الفرعية، ارتأينا وضع الفرضيات التي تكون منطلق دراستنا ويمكن حصرها فيما يلي:

1- إن استخدام التكنولوجيا الحديثة يساعد في نمو وتطور التجارة الالكترونية في الجزائر من خلال عدة تطبيقات أهمها المواقع الالكترونية والانترنت؛

2- تسعى البنوك، من خلال تحسين وسائل الدفع الالكتروني، إلى تفعيل التجارة الالكترونية عن طريق بطاقات الدفع الالكترونية؛

3- وسائل الدفع الالكتروني حسنت من الخدمة البنكية وقربت مستعمليها أكثر من بنك الفلاحة والتنمية الريفية – وكالة العمارية.

أهمية البحث:

يستمد هذا البحث أهميته في ظروف مواكبة التطور التكنولوجي والاقتصادي للدفع الالكتروني والتجارة الالكترونية الذي يشهده العالم في النشاط البنكي الذي يعتبر ركيزة الاقتصاد الوطني، فمن خلاله يطمح البنك إلى تقليل التكاليف وتعظيم الأرباح.

كما يستمدها في عرض وسائل الدفع الالكتروني ودورها في تفعيل التجارة الالكترونية، عساها تثري المراجع في الموضوع.

أسباب اختيار البحث:

هناك عدة أسباب دفعتنا لاختيار الموضوع أهمها:

- ميول شخصي لاكتشاف أكثر لهذا المجال؛

- المكانة التي يحتلها نظام الدفع الالكتروني في العصر الراهن وهذا مقارنة بباقي وسائل الدفع الأخرى؛

- الرغبة في معرفة المكانة التي توليها الجزائر للتجارة الالكترونية وأهم السبل والمشاريع لتطويرها؛

- إثراء المكتبة بمرجع جديد قد يكون في متناول باحثين آخرين في المستقبل لانجاز دراسات أخرى ممكنة.

أهداف البحث:

نحاول من خلال هذه الدراسة تحقيق جملة من الأهداف نذكر منها ما يلي:

- إلقاء الضوء على التجارة الالكترونية باعتبارها من المفاهيم الجديدة في العالم الاقتصادي؛
- إبراز التجارة الالكترونية ومحاولة معرفة أهم العراقيل التي تواجهها؛
- تحديد بعض أنظمة الدفع الالكتروني؛
- استخلاص الطبيعة القانونية لنظام الدفع الالكتروني من خلال تطبيق القواعد العامة الموجودة القانون المدني الجزائري.

منهجية البحث:

هو المنهج الوصفي والذي تم الاستعانة به كأسلوب مناسب للوصف الذي يتطابق مع الفصول النظرية، أما في الفصل التطبيقي فقد تم الاعتماد على المنهج التحليلي والمنهج الاستنباطي من أجل تحليل وتقييم البيانات المتحصل عليها في الإستبانة للبنك محل الدراسة باعتباره ملائما لتقرير الحقائق وفهم مكونات الموضوع، مع إخضاعه للدراسة الدقيقة وتحليل أبعاده.

مصادر البحث:

تنقسم أدوات ومعطيات جمع البيانات إلى قسمين هما:

1- الوسائل النظرية المستعملة : المتمثلة في الكتب المجلات المقالات الملتقيات المذكرات
2- أما الوسائل العلمية المستعملة في الملاحق، وثائق رسمية، الآراء الشخصية.

حدود البحث:

من أجل حصر إشكالية البحث وبلوغ الأهداف المرجوة من الدراسة، حددنا أبعاد هذه الدراسة التي تشمل دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية لوكالة العمارية – ولاية المدية، للفترة الممتدة من 2016 إلى 2017 وذلك للوقوف على دور نظام الدفع الالكتروني في تفعيل التجارة الالكترونية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية.

الدراسات السابقة:

في الآتي بعض الدراسات في الموضوع:

1- دراسة(صراع كريمة) بعنوان: "واقع وأفاق التجارة الالكترونية في الجزائر"، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة وهران، سنة 2014، ويندرج هدف هذا البحث في إلقاء الضوء على التجارة الالكترونية باعتبارها من المفاهيم الجديدة في العالم الاقتصادي ومعرفة واقع استخدام الاقتصاد الجزائري للتجارة الالكترونية، وما هي الخطط التي تتبنها الجزائر لاعتماد الجزائر هذه التجارة، وقد خلصت هذه الدراسة أنه من أجل قيام تجارة الكترونية في الجزائر لابد من اتخاذ بعض الإجراءات و التدابير كالتوعية بأهمية التجارة الالكترونية والعمل على تنمية البنية الأساسية الخاصة بها خاصة في مجال الاتصالات وتنمية البنية التشريعية والقانونية.

2- دراسة (بختي إبراهيم) بعنوان: دور الانترنت وتطبيقاته في مجال التسويق، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، سنة 2003، ويندرج هدف هذا البحث في معرفة تأثير الانترنت على وظيفة التسويق في المؤسسة ومعرفة طبيعة التجارة الالكترونية وما يمكن أن تحققه من خلال تطبيقها والاستفادة من تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في عملية المبادلات التجارية، وقد خلصت هذه الدراسة أن الوضع الذي تعيشه الجزائر وطبيعة السوق الافتراضية يدعوان إلى إنشاء تجارة الكترونية قائمة على تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة مع ضرورة تكامل جميع القطاعات كقطاع المؤسسات المالية والاتصالات.

3- دراسة(جليد نور الدين) بعنوان:"تطوير وسائل الدفع في الجهاز المصرفي الجزائري"، رسالة ماجستير غير منشورة،كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير،جامعة الجزائر،2005-2006، هدفت هذه الدراسة إلى إبراز وتقويم الإصلاحات المصرفية في الجزائر، بالإضافة إلى إبراز أهمية نظام الدفع الالكتروني في البنوك الجزائرية وكيفية أدائه مستقبلا في الجزائر، وخلصت هذه الدراسة إلى انه بالرغم من الإصلاحات التي مر بها الجهاز المصرفي الجزائري إلا أن ذلك لم يؤثر على تحديث وتنويع الخدمة المصرفية في البنوك الجزائرية، كما خلص إلى أن تأخر قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الجزائر أدى إلى أثار سلبية على جميع القطاعات خاصة القطاع المصرفي باعتباره أهم القطاعات.

ـ تختلف دراستنا عن هذه الدراسات السابقة في كون أن دراستنا تهتم بدور نظام الدفع الالكتروني في تفعيل التجارة الالكترونية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية.

صعوبات البحث:

تركزت الصعوبات التي واجهتنا أساسا في دراسة حالة، وذلك في توزيع الإستبانة على العمال والزبائن وامتناع بعضهم عن الإجابة.

هيكل البحث:

لقد قمنا بتقسيم البحث إلى ثلاث فصول كالأتي:

الفصل الأول: وكان تحت عنوان عموميات التجارة الالكترونية وتناولنا فيه مفهوم الاقتصاد الرقمي باعتبار التجارة الالكترونية واحدة من مواضيع الاقتصاد الرقمي، ثم تطرقنا إلى مفهوم التجارة الالكترونية ثم تطرقنا إلى الانترنت لارتباطها الوثيق بموضوع التجارة الالكترونية.

الفصل الثاني: كان تحت عنوان وسائل الدفع الالكتروني ودورها في تفعيل التجارة الالكترونية وهنا تطرقنا إلى أنظمة الدفع الالكتروني وامن المعاملات الالكترونية ثم تطرقنا إلى مفهوم البنوك الالكترونية باعتبارها وسيلة للتبادل الالكتروني للأموال في التجارة الالكترونية ثم إلى علاقة وسائل الدفع الالكتروني في تفعيل التجارة الالكترونية.

وقد شكل الفصلين السابقين (الأول والثاني) الجانب النظري.

الفصل الثالث: هذا الفصل الذي يعتبر الجانب التطبيقي في دراستنا تطرقنا إلى معرفه معلومات عامة حول بنك الفلاحة والتنمية الريفية ثم تطرقنا إلى تحليل الإستبانة الموجهة لعمال وزبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية ثم إلى الدراسة التحليلية للجزء التطبيقي.

الفصل الأول:
عموميات حول التجارة الالكترونية

تمهيد:

إن التجارة الالكترونية تعتبر إحدى صور ثورة نظم المعلومات والاتصالات وانتشار الانترنت على وجه الخصوص التي وفرت وسائل مستحدثة في تبادل السلع والخدمات وتبادل البيانات بصورة لم تكن معروفة من قبل والتي تتميز بالسرعة والسهولة في الاستخدام وبعدها عن الصورة التقليدية المعروفة في إجراء العمليات التجارية وتوثيقها.

ففي هذا العصر الرقمي الذي تنتشر فيه الانترنت انتشارا هائلا، شاع مفهوم التجارة الالكترونية التي تعددت مفاهيمها حسب العديد من المنظمات والهيئات العالمية والاقتصاديين كما تتعدد أنواعها وأهدافها العامة، وقصد قيام التجارة الالكترونية لبد من توفر مبادئ ومتطلبات أساسية، إضافة إلى أن لها أثار اقتصادية على مختلف أطراف التعامل وعلى الاقتصاد ككل حيث يهدف هذا الفصل إلى إبراز أهم المفاهيم والجوانب النظرية والعملية المتعلقة بالتجارة الالكترونية ونموها، وذلك من خلال المباحث التالية:

- **المبحث الأول:** الاقتصاد الرقمي وخصائصه.
- **المبحث الثاني:** مفاهيم رئيسية عن التجارة الالكترونية.
- **المبحث الثالث:** الانترنت في خدمة التجارة الالكترونية.

المبحث الأول: الاقتصاد الرقمي وخصائصه

لقد أطلقت العديد من المصطلحات على الاقتصاد الرقمي اقتصاد المعرفة، الاقتصاد الافتراضي، الاقتصاد الشبكي، اقتصاد الويب، الاقتصاد الالكتروني، اقتصاد الانترنيت، اقتصاد المعلومات، اقتصاد اللاملموسات، الاقتصاد الجديد.

المطلب الأول: مفهوم الاقتصاد الرقمي

شهدت الآونة الأخيرة تطورا هاما في مجال تقنية المعلومات والاتصالات والتي ساهمت بشكل كبير في تطوير بيئة الأعمال بشكل كبير وأحداث نقلة نوعية في مجال الاقتصاد بشكل عام، لتتغير بذلك الأسس والمبادئ التي يقوم عليها هذا الاقتصاد فدخول المؤسسات العالم الافتراضي أدى إلى تغير حدود ومجالات الأسواق وظهور مفاهيم جديدة كالاقتصاد الرقمي الذي أصبحت فيه أساليب ممارسة الأنشطة تقوم بشكل كبير على أساس رقمي، وأصبح عنصر الإبداع والمعرفة والابتكار المقومات الأساسية في ظل هذا الاقتصاد فمثلا في دراسة قامة بها Benchmark Group-Favod إشارة إلى إن الاقتصاد الرقمي ساهم في خلق 1.2 مليون منصب عمل من بينها 700000 منصب استحداث ما بين الفترة الممتدة 1995-2010.

1. تعريف الاقتصاد الرقمي:

الاقتصاد الرقمي هو التسمية المستخدمة للإشارة إلى الاقتصاد القائم على الانترنيت أو اقتصاد 3 الويب، وهو الاقتصاد الذي يتعامل مع الرقميات أو المعلومات الرقمية، الزبائن الرقميين والشركات الرقمية، التكنولوجية الرقمية والمنتجات الرقمية[1].

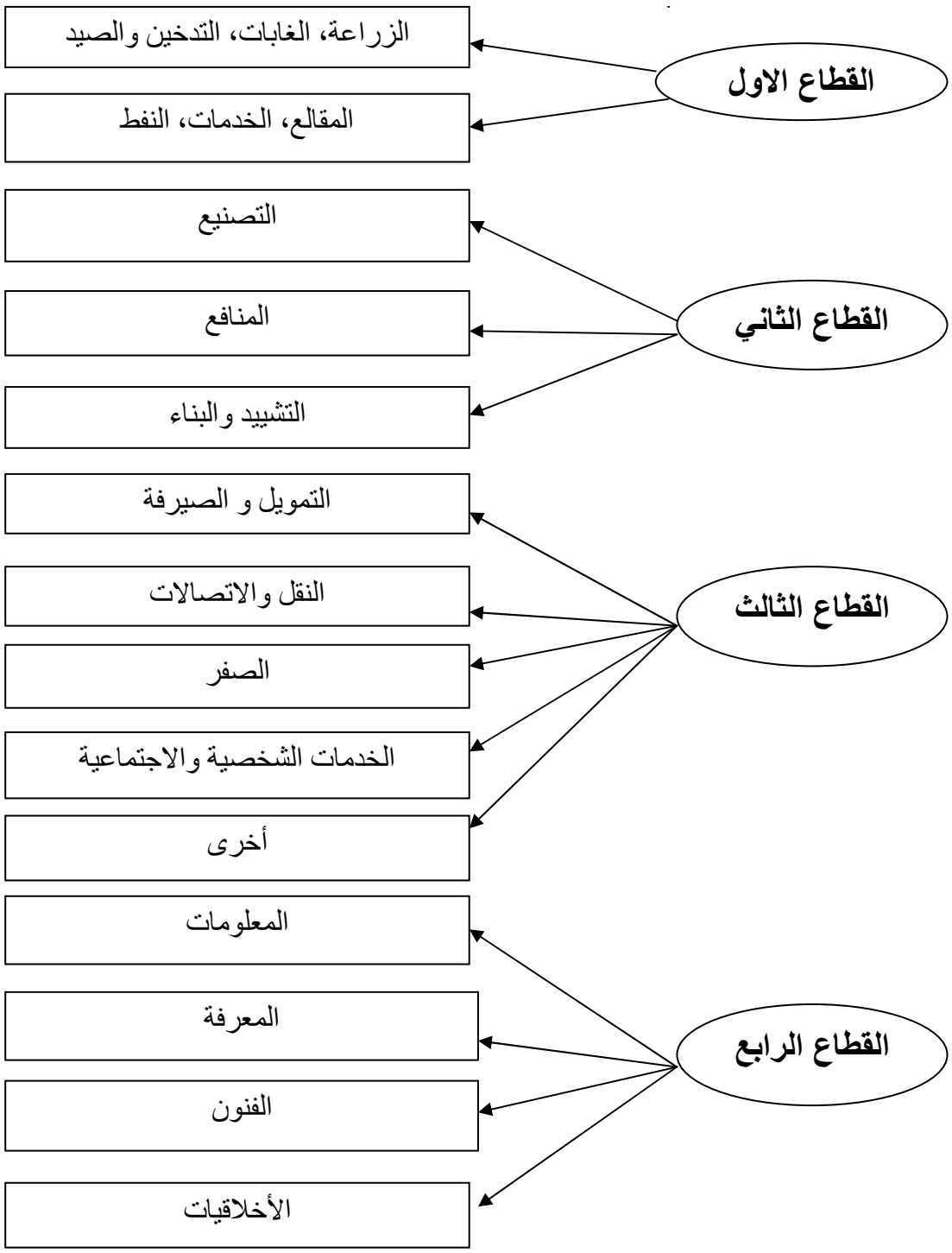
الاقتصاد الرقمي "هو التقارب بين الحوسبة والاتصالات والمعلومات، هذا الاقتصاد الجديد القائم في الأساس حول التنسيق، الاختيار، والابتكار والتعلم، فان الجمع بين تقنيات الحوسبة الشبكية وإشكال التجارة الجديدة وممارسات العمل اليومي ساهم في خلق ماركات جديدة وصناعات جديدة، ساعد على تشكيل اقتصاد رقمي يستند في شكله غير الملموس على المعلومات والإبداع في توسيع نطاق الإمكانات الاقتصادية ويقوم على استغلال الأفكار وليس الأشياء المادية"[2].

[1] نجم عبود نجم، **الإدارة الالكترونية، الإستراتيجية، الوظائف والمشكلات**، دار المرجع للنشر والتوزيع، الرياض، 2004، ص88.
[2] Harbhajan Kehal & Varinder p. singh, Digital Economy :impacts, inflionce and Challenges, Idea Group publishing, USA, 2005,p03.

يساعد الاقتصاد الرقمي الذي يغلب عليه الطابع العالمي فهو يساعد اقتصاد الدولة على الاندماج اقتصاد الدولة في الاقتصاد العالمي من خلال الوصول إلى الأسواق العالمية وبتالي خلق وزيادة فرص التجارة العالمية.

ومن خلال الشكل (1-1) نلاحظ أن المعرفة والعلوم والأخلاقيات والفنون أصبحت تشكل قطاعا جديدا رابعا وهنا تظهر أهمية المعلومات والمعرفة هي بناء هذا الاقتصاد الجديد الرقمي الذي غير بيئة الأعمال للأنشطة الاقتصادية بشك مغاير فقد أصبح التحكم في التقنيات أهم ما يميز هذا الاقتصاد الرقمي والتي فيه أصبحت المعلومة والمعرفة سلاح تنافسي يتخطى الحضارات والدول.

الشكل (1-1) قطاعات الاقتصاد الجديد



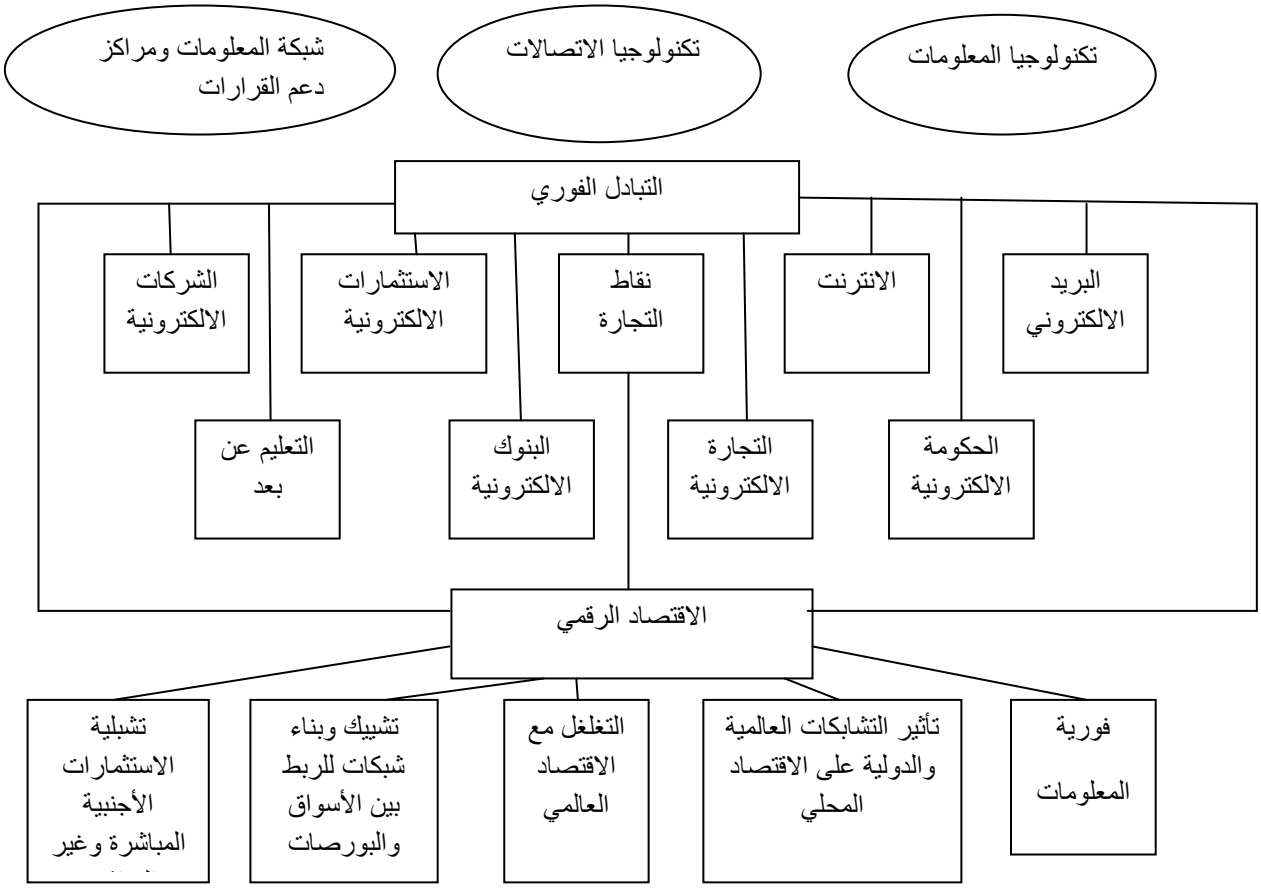
المصدر: نجم عبود نجم، الإدارة الالكترونية الإستراتيجية والوظائف والمشكلات، المملكة العربية السعودية دار المريخ، 2004، ص88.

2. بنية الاقتصاد الرقمي:

ساهم الاقتصاد الرقمي في ظهور نوع آخر من المؤسسات التي تقوم على أساس الكتروني تندرج فيه هذه المؤسسات مع بعضها البعض من خلال قاعدة عريضة تقوم على أساس شبكة المعلومات الداخلية والدولية ومواقع الانترنت والبريد الإلكتروني تخلق مجموعة هذه المؤسسات هذا الاقتصاد الرقمي، لقد سمحت كذلك قنوات التوزيع الالكترونية بتصريف وتسويق الخدمات المصرفية بشكل الكتروني وبشكل سريع وفعال ليظهر ما يسمى بالبنوك الالكترونية.

إن الشركات التي تقوم بإطلاق مواقع لها عبر شبكة الانترنت والتي تعرض من خلالها كل خدماته و منتجاتها على شكل كتالوجات الكترونية وترصد فيها أنشطتها وخططها وأسواقها وأهدافها من اجل تحقيق الاتصال الفوري والتغلغل الواسع بالأسواق العالمية إضافة إلى استخدام هذه الشركات مؤتمرات الفيديو والمؤتمرات التليفونية، كل هذا يسمى بالمساهمة الالكترونية في الاقتصاد الرقمي[1].

الشكل رقم (1-2) يحدد ما هي عناصر هذا الاقتصاد الرقمي



المصدر: فريد راغب النجار، الاستثمار بالنظم الرقمية والاقتصاد الرقمي، مؤسسة شباب، الجامعة السكندرية، 2004، ص16.

[1] فريد راغب النجار، **الاستثمار بالنظم الرقمية والاقتصاد الرقمي**، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية،2004، ص17.

المطلب الثاني :خصائص الاقتصاد الرقمي

يستند الاقتصاد الرقمي على مجموعة من الأسس والقواعد تجعله يختلف عن الاقتصاد التقليدي بمجموعة من الخصائص وهي كالأتي:

أولا: أسس الاقتصاد الرقمي

إن الاقتصاد الرقمي بقدر ما يعتمد على تكنولوجيا المعلومات الرقمية وخصوصا الانترنت فانه يعتمد على الأسس والمبادئ والافتراضات الجديدة التالية[1]:

1. قانون الأصول:

قانون تزايد أو تناقص العوائد فيما يتعلق في الأصول المادية يختلف عن نظيره في الأصول والسلع الرقمية، فبالنسبة لقانون الأصول الرقمية فهو يخضع لقانون تزايد العوائد في الارتفاع في المراحل الأولى إلى أن تصل إلى مستوى معين ومن ثم تبدأ في التناقض، أما في الأصول الرقمية ولنأخذ مثال تطوير برمجية ففي المبادئ فان الشركة تتحمل تكلفة الإعداد الأولى وهي التكلفة الثابتة وغالبا ما تكون عالية لكن مع إنتاج النسخ الإضافية والتي تصبح تكلفتها المتغيرة منخفضة مما يسهم في زيادة الأرباح والعوائد.

2. اقتصاديات الحجم:

في اقتصاديات الحجم التقليدية تقوم الشركات الصغيرة بإنتاج الحجم الصغير، لكن وكلما زاد الحجم يصبح من دواعي الجدوى الاقتصادية انجازها من قبل شركة كبيرة، مثلا تقديم خدمة مصرفية المرتبطة بصفقات العملاء في نفس الوقت، يتطلب توظيف مصرفي لكل صفقة للعمل عليها بذالك سيزداد خط الانتظار ويطول، ولكن مع الانترنت، أصبح بالإمكان إجراء جميع الصفقات من قبل جميع المتعاملين مع المصرف في نفس الوقت.

3. اقتصاديات النطاق الجديدة:

توفر الأصول الرقمية إمكانية تقديم خدمات للجميع وفي الأسواق المختلفة والمتباينة فهي تتعدى الحدود المكانية و الزمانية وبالنظر لاقتصاديات النطاق في العصر الصناعي والتي تعمل على إنتاج عدد من المنتجات المتنوعة على الخط الإنتاجي مما يجعلها تعاني من ضعف التنوع والمرونة وبالتالي الحد من

[1] نجم عبود نجم ،مرجع سابق ،ص95-104.

القدرة على الاستجابة، لكن في العصر الرقمي فان اقتصاديات النطاق الجديدة تتسم بالقدرة للاستجابة لعدد لا متناهي من الزبائن، ليتم الحديث عن المشروع فرد لفرد، تسويق فرد لفرد.

4. اقتصاد السرعة الفائقة:

أصبحت الشركات في ظل الاقتصاد الرقمي تتميز بالمرونة في الحجم وفي التنظيم (العلاقات الشبكية) وفي المعلومات (تقاسم المعلومات الفوري)، فقد أصبح استعمال البريد الالكتروني والانترنت والأرقام الصناعية يفتح المجالات الواسعة أمام تبادل المعلومات بين المنظمات مما أدى إلى إلغاء الحواجز التي يقوم عليها الاقتصاد التقليدي.

5. تكلفة المنتج الرقمي:

إن المنتجات الرقمية تختلف عن المنتجات المادية في العديد من النقاط فكما وسبق وذكرنا فان تكلفة إنتاج النسخ الأولى تكون مكلفة ثم تنخفض لكن في حالة التوقف أو التغير فان التكلفة الثابتة لا تكون مغطاة ففي حالة التوقف عن صنع برمجية أو تأليف كتاب فلا يكون بالإمكان بيعه بخلاف السلع المادية فمثلا عند الاستثمار في بناء مصنع تظهر عدم الحاجة فبالإمكان بيعه، كما أن التكلفة المتغيرة للمنتج الرقمي لها سمة خاصة، حيث إن تكلفة الوحدة للنسخة الإضافية لا تزيد حتى إذا كان المنتج منها كبيرا جدا، مما يعني إن لدى المنتجين القليل من قيود السعة الإنتاجية خلافا للشركات المصنعة للمنتجات المادية التي إذا ازدادت مبيعات منتجاتها إلى حد معين فان عليها أن تقوم باستثمارات كبيرة في مصنع جديد أو آلات جديدة للاستجابة للطلب.

2- التغيرات الحاصلة بظهور الاقتصاد الرقمي:

لقد جلب الاقتصاد الرقمي إلى عالم الأعمال الكثير من التغيرات التي يمكن اعتبارها طفرات نظرا لسرعتها ويكن التطرق إلى بعضها فيما يلي[1]:

- التغيرات المتسارعة والمتلاحقة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال يجبر المنظمات على ضرورة التكيف واليقظة للمستجدات الحاصلة من اجل استقبال المعلومة في الوقت المناسب.
- في الاقتصاد التقليدي التغيرات تحصل تدريجيا على عكس الاقتصاد الرقمي التي تكون فجائية وكلية.

[1] فاتح مجاهدي الاقتصاد الرقمي ومتطلباته، **الملتقى الدولي الرابع عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر**، المركز الجامعي خميس مليانة، 26-27 أفريل 2011، ص01.

- لقد جاء التغير كليا وليس على مراحل، مما أدى إلى الانتقال من التغير المتصل إلى التغير المنفصل وكانت عبارة قفزات عبرت عن حجم الاقتصاد الرقمي .
- الانتقال من الاعتماد على رد الفعل إلى التنبؤ وتوقع الأحداث هذا ما يلزم المؤسسات اعتماد استراتيجيات تقوم على التنبؤ واليقظة.
- يعتمد الاقتصاد الرقمي على توليد المعرفة والذي هو القوة الحالية والقادمة لجميع الدول ويمكن توضيح التغيرات التي أحدثها ظهور الاقتصاد الرقمي من خلال إجراء مقارنة بين كل من الاقتصاد الرقمي والاقتصاد التقليدي.

الجدول (1-1): مقارنة بين الاقتصاد التقليدي والاقتصاد الرقمي

العوامل	الاقتصاد التقليدي	الاقتصاد الرقمي
الخصائص العامة:		
1. الأسواق	مستقرة نوعا ما	ديناميكية
2. مجال المنافسة	محلي / إقليمي	عالمي
3. الشكل التنظيمي	تدريجي	شبكي
4. نظام الإنتاج	الإنتاج المكثف	الإنتاج المرن
5. العامل الأساسي للإنتاج	رأس المال والعمالة	الإبداع والمعرفة
6. العامل التكنولوجي الأساسي	الميكنة والأتمتة	الرقمية
7. الميزة التنافسية	اقتصاديات الحجم	الإبداع والجودة
8. أهمية البحوث.	متوسطة	عالية
9. التعاون بين المنظمات	العمل الفردي غالبا	التعاون الأفقي والعمودي
قوة العمل:		
1. الأهداف	التشغيل الكامل	أعلى دخل
2. المهارات	التخصص الوظيفي	المعرفة الواسعة والمدعمة
3. طبيعة التوظيف	مستقر	ديناميكي
النمو الاقتصادي:		
1. الهدف	توفير وظائف والزيادة في النمو	أعلى دخل وأكبر نمو
2. الوسائل	تخفيف التكاليف	الجودة العالية/ الابتكار
3. مصادر الميزة التنافسية	مصادر ثابتة	التكيف والتعلم الفردي والتنظيمي

المصدر: مجاهدي فاتح ، الاقتصاد الرقمي ومتطلباته مداخلة ضمن الملتقى الدولي الثاني المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، جامعة حسيبة بن وعلي بالشلف، ديسمبر 2007.

من خلال الجدول السابق يمكن تقسيم المقارنة إلى ثلاثة أجزاء كما سيتم توضيحه فيما يلي:

أولا: من الخصائص العامة

إن خاصية الاقتصاد الرقمي بطابع العالمي حيث تزول كل الحواجز والحدود سمح للأسواق بتميزها بالديناميكية والتغير المستمر وبالتالي أصبح مجال المنافسة عالمي لا فرق بين مؤسسة كبيرة أو صغيرة وما يميز هذا الاقتصاد الجديد، العامل الأساسي للإنتاج هو الإبداع والمعرفة وأصبح الإبداع والجودة احد أهم أسباب الميزة التنافسية في المؤسسات وأصبحت البحوث التي تقوم بها هذه المنظمات ذات أهمية عالية للبحث عن المعلومة التي أصبحت سلاحا فامتلاك المؤسسة المعلومة لهو قوة ومصدر للميزة التنافسية، ونظرا لتعقد بيئة الأعمال في الاقتصاد الرقمي يفرض على المؤسسات التعاون من اجل الحصول على مستوى الإبداع اللازم.

ثانيا: قوة العمل

إن هدف الاقتصاد الرقمي يسموا إلى تحقيق أعلى دخل أما في الاقتصاد التقليدي فهدفه التشغيل الكامل، وأصبحت المعرفة الواسعة أساسا لكسب المهارات في الاقتصاد الرقمي في حين يعتمد التقليدي على التخصص الوظيفي مما يجعل طبيعة التوظيف في هذا الاقتصاد مستقرة على عكس الاقتصاد الرقمي، والذي يكون في التوظيف فيه ديناميكيا يسعى دائما عن البحث عن تطوير المهارات والكفاءات لتلبية التغيرات المستجدة.

ثالثا: النمــو الاقتصادي

إن اختلاف الاقتصاد الرقمي عن التقليدي في كيفية تحقيق النمو الاقتصادي، فالنمو يكون في الاقتصاد الرقمي على التركيز على الجودة والابتكار كمصادر للميزة التنافسية، ويسعى هذا الاقتصاد تحقيق النمو من خلال إلى أعلى دخل أما في الاقتصاد التقليدي فيمكن النمو الاقتصادي في الاعتماد على التشغيل الكامل ومن خلال تخفيض التكاليف.

المبحث الثاني: مفاهيم رئيسية عن التجارة الالكترونية

بدأت تطبيقات التجارة الالكترونية منذ بداية السبعينات من القرن الماضي مع ظهور تقنية التراسل الالكتروني للنقود transfer Electronicfunds حيث وفرت إمكانية تحويل الأموال الكترونيا من مؤسسة إلى أخرى، ولكن استخدام هذه التقنية بقي محدودا ضمن المؤسسات المالية والشركات الكبرى ،ثم جاء التحويل الالكتروني للوثائق بين المؤسسات ليوسع بذالك مفهوم التجارة الالكترونية، وبعد حدوث الثورة التكنولوجية في مجالات الحوسبة والبرمجيات امتد مفهوم التجارة الالكترونية لأنظمة الأسواق المالية والبورصات وأنظمة حجز تذاكر السفر، ولكن البداية الحقيقية لانتشار تطبيقات التجارة الالكترونية كانت مع دخول الانترنت إلى المجال التجاري وظهور شبكة المعلومات العالمية WWW عام 1990 تزايد عدد تطبيقات التجارة الالكترونية وتبلور هذا المفهوم بشكله الحالي، كما ظهرت العديد من الشركات التي بدأت أعمالها في هذا المجال.

ونظرا للتطور السريع الذي طرا على مفهوم التجارة الالكترونية ظهرت العديد من التعريفات، كل تعريف ينظر إلى التجارة الالكترونية من منظور معين، وفي الآتي نستعرض أهم التعاريف.

المطلب الأول: تعريف التجارة الالكترونية

قبل أن نتعرض لتعريف التجارة الالكترونية لابد من التميز بين مفهومي التجارة الالكترونية والأعمال الالكترونية، حيث تعريف التجارة الالكترونية e-commerce بأنها عمليات تسويق وبيع وشراء، وتبادل المنتجات والخدمات والمعلومات من خلال الشبكات الحاسوبية والانترنت. أما مفهوم الأعمال الالكترونية e-business فهو أكثر شمولا حيث يتضمن بالإضافة إلى ما ذكر أعلاه تقديم الخدمات للزبائن والعمل التعاوني مع شراء الأعمال والتعليم الالكتروني وانجاز العمليات داخل المنظمات بشكل الكتروني، ولكن غالبا ما يتم استخدام هذين المفهومين مكان بعضهما البعض[1].

أولا: تعريفات التجارة الالكترونية:

في الواقع ليس هناك تعريف محدد للتجارة الالكترونية حتى الآن وذلك بسبب تعدد الجهات والمنظمات الدولية المعرفة لها لذالك ندرج منها[2]:

[1] محمد نور برهان، عز الدين خطاب، **التجارة الالكترونية منشورات الشركة العربية المتحدة للتسويق و التوريدات بالتعاون مع جامعة القدس المفتوحة**، القاهرة، مصر الجديدة ،جمهورية مصر العربية،2008/09، ص09.

[2] كريمة صراع ، **واقع وأفاق التجارة الالكترونية في الجزائر**، رسالة ماجيستر كلية العلوم والاقتصاد والتسيير والتجارية، جامعة وهران، 2013-2014ص، 04-08.

1. منظمة الأمم المتحدة:

حيث اهتمت منظمة الأمم المتحدة ممثلة في لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي الاونسترال بوضع مشروع قانون التجارة الالكترونية وقد تم لها ذلك في السادس عشر من ديسمبر 1996 حيث وافقت لجنة الاونسترال على إصدار القانون النموذجي للتجارة الالكترونية.

لقد سمح هذا القانون بتعريف الوسائل المستخدمة في العقود الالكترونية على سبيل المثال لا الحصر بخلاف تبادل البيانات الكترونيا أيضا البريد الالكتروني أو التلكس أو الفاكس، إذ من الممكن مثلا أن يتم الإيجاب عن طريق الانترنت والقبول عن طريق الفاكس.

2. منظمة التجارة العالمية (OMC):

وتعرف منظمة التجارة العالمية التجارة الالكترونية على أنها " أنشطة إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها وتسويقها وبيعها أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الالكترونية، وحسب هذا التعريف تشمل المعاملات التجارية ثلاثة أنواع من العمليات:

- عمليات الإعلان عن المنتج وعمليات البحث عنه.
- عمليات تقديم طلب الشراء وسداد ثمن المشتريات.
- عمليات تسليم المشتريات.

3. منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OCDE):

أما منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية فتشير إلى أن التجارة الالكترونية " تشمل جميع أشكال المعلومات التجارية التي تمتد بين الشركات والأفراد والتي تقوم على أساس التبادل الالكتروني للبيانات والمعلومات التجارية الكترونية ومدى تأثيرها على المؤسسات والعمليات التي تدعم وتحكم الأنشطة التجارية".

4. منتدى التعاون الاقتصادي لأسيا والمحيط الهادي (APEC):

عرف منتدى التعاون الاقتصادي لأسيا والمحيط الهادي التجارة الالكترونية بأنها "أي شكل من أشكال الصفقات التجارية الخدمية والسلعية والتي يتعامل فيها الأطراف بطريقة الكترونية، سواء تمت بين شخص وشخص آخر أو بين شخص وكمبيوتر "ونلاحظ أن هذا التعريف انه بين عدة نقاط هامة، منها أن عقود التجارة الالكترونية قد تكون عقود بيع الكترونية كشراء البضائع وتذاكر الطيران ومواد السوبر ماركت أو عقود خدمات الكترونية كعقود شراء برامج الكمبيوتر.

5. الاتحاد الأوروبي:

عرف الاتحاد الأوروبي التجارة الالكترونية بأنها كل "الأنشطة التي تتم بوسائل الكترونية سواء تمت بين المشروعات التجارية والمستهلكين، أو بين كل منهما على حده وبين الإدارات الحكومية ".

ووفقا لهذا التعريف قد تتم التجارة الالكترونية على نحوين إما بشكل – غير مباشر – وفيه تتم توصيل البضائع والخدمات التي تم الطلب عليها عبر الانترنت، بوسائل التسليم التقليدية عن طريق البريد أو عن طريقي ممثلي الشركة البائعة وقد تتم بشكل – مباشر- والتي تكون فيها طريقة التسليم للبضائع والخدمات معنويا بمعنى أن يتم في الحال ومن أمثلة هذه البضائع والخدمات، برامج الكمبيوتر للأموال وسندات الشحن الالكترونية والأسهم المالية الالكترونية والمزادات التجارية والتصميمات الهندسية، إذن فالتسليم في التجارة الالكترونية يتم ماديا ولا يمنع أن يكون التسليم معنويا.

" التجارة الالكترونية مصطلح يطلق على عملية بيع أو شراء أو تبادل منتجات /خدمات أو معلومات عن طريق شبكات الحاسبات والانترنت.

" وبصفة عامة فان التجارة الالكترونية هي كل معاملة تجارية بين البائع والمشتري ساهمت فيها شبكة الانترنت بصفة إجمالية أو بصفة جزئية، كالتوريد بمعلومات (عن طريق شبكة الانترنت أو شبكات تجارية أخرى) تخص خدمة أو سلعة معينة لاقتنائها لاحقا، وسواء تم التسديد الكترونيا، بصك ورقي، نقدا عند التسليم، أو بطريقة أخرى .

لا ينحصر مفهوم التجارة الالكترونية على البضائع والسلع المادية، بل يمتد إلى السلع غير المادية، فهناك عناصر في التجارة الالكترونية هدفها تزويدنا بمعلومات عن المنتجات والخدمات، التي ستكون قطاعات تجارية مبنية على تبادل المعلومات والمعارف وتقديم الخدمات في الوقت الحقيقي كحجز تذاكر الطائرات، والحجز في الفنادق والتعاملات المصرفية وخدمات الاستشارات القانونية وعلى الخط والتعليم الالكتروني[1].

- ومما سبق يمكننا أن نستخلص أن التجارة الالكترونية هي شكل متطور من التجارة وتشمل كل الأنشطة التجارية، وإبرام الصفقات والعقود التي تتم بين المتعاملين الاقتصاديين سواء أفراد أو مؤسسات أو حكومات باستخدام تقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وعبر شبكة الاتصال الدولية الانترنت سواء تمت على المستوى المحلي أو المستوى الدولي.

[1] إبراهيم بختي، **التجارة الالكترونية، مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة**، ديوان المطبوعات الجامعية ط 1، الجزائر،2005، ص42 .

ثانيا: الفرق بين التجارة الالكترونية والتجارة التقليدية

الفرق بين التجارة الالكترونية والتجارة التقليدية حيث نستطيع القول بان التجارة الالكترونية والتجارة التقليدية لا تختلفان في العناصر المتعلقة بشراء أو بيع السلع والخدمات ولكن يختلفان في كيفية تنفيذ تلك العناصر فكلنا نعمل بالتجارة التقليدية، التجارة ا لتي يتداولها كل فرد أو تاجر أو هيئة أو شركة أو مؤسسة في حياتنا اليومية وكلنا يعلم بان التجارة التقليدية متعبة ومرهقة ومكلفة، فمصاريفها كثيرة كالإيجار والديكورات ومصاريف الماء والكهرباء ومكاتب وأوراق ورواتب الموظفين والمصاريف الإدارية ومصاريف التسويق الباهظة والتي عادة ما تكون تسويق محلي أي على المستوى التي تتواجد فيها المنشاة أو على مستوى الدولة، أما التجارة الالكترونية فإنها تتبع أسلوبا غير التقليدي في الوصول إلى الزبائن غير أن طريقة ونوع التسويق فيها على المستوى العالمي، وهي أيضا تحقق عائدات ضخمة يقابلها انخفاض في تكاليف مقارنة بالتجارة التقليدية فالتجارة الالكترونية تتم من خلال سوق ربط الزبائن بالتجارة يتمثل في شبكة الانترنيت كما يمكن للشركات من خلال التجارة الالكترونية القيام بإدارة لعمليات الشراء والتوريد والبيع والنقل والتامين والدفع غالبا ما يكون الكترونيا عبر بطاقات الائتمان والتحويل البنكي والشبكات الالكترونية[1].

المطلب الثاني: نشأة وأشكال التجارة الالكترونية

إن تغيرات السلوك التجاري والاقتصادي للإنسان جاءت تبعا لتغيرات احتياجات الإنسان المتغيرة واللانهائية، كذلك هي تعاملات التجارة الالكترونية فهي لم تظهر فجأة وإنما جاءت تبعا للمستجدات التي طرأت على طبيعة المعاملات التجاري والتي كانت تتم على أساس المقايضة قديما إلى شكلها الحديث والتي تتم عبر الانترنت والوسائط الالكترونية فهي لم تنشا بقرار أو بتشريع وإنما ظهرت استجابة لعصر السرعة.

1. نشأة التجارة الالكترونية:

لم يكن ظهور التجارة الالكترونية فجأة بل كانت نتيجة تعدد المراحل التي مرت ثورة الاتصالات والمعلومات وخاصة بعد نمو استخدام شبكة الانترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في العالم.
فأول تطبيق لمفهوم التجارة الالكترونية كما سبق الذكر كان في بداية 1970 من خلال عمليات التحويل النقدي للأموال (TFE) بطريقة الكترونية من منظمة لأخرى ولكن هذه الطريقة كانت محصورة

[1] صغير موح مريم، سردون مهدية، **إشكالية الأعراف بالإيرادات في المحاسبة الدولية في ظل التجارة الالكترونية**، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية التجارة الالكترونية في الجزائر، معهد العلوم الاقتصادية والتسيير، المركز الجامعي، خميس مليانة 26-27افريل2011، ص06-07

ضمن المؤسسات والشركات المالية الكبيرة إلى أن توسيع هذا المفهوم ليشمل عمليات نقل وإرسال الوثائق الكترونيا (EDI).

ومنذ عام 1995 أصبحت معظم الشركات الكبيرة والمتوسطة لها موقع الكتروني وفي عام 1999امتدت التجارة الالكترونية من منظمات الأعمال للمستهلك لتشمل منظمات الأعمال لمنظمات الأعمال وفي عام 2001 امتدت لتشمل منظمات الأعمال لموظفي هذه الشركات وظهرت مفاهيم جديدة مثل الحكومة الالكترونية والتعليم الالكتروني .

قبل التعرض لأشكال التجارة الالكترونية أولا نبين الظروف المهيأة لظهور التجارة الالكترونية وذلك على النحو التالي[1]:

أ. ظهور التجارة الالكترونية:

انطلاقا من تعريف التجارة الالكترونية وهي إتمام عمليات المبادلات التجارية عبر الوسائط الالكترونية، فالتلفون والفاكس تدخل ضمن هذه الوسائط الالكترونية، ومن هنا فان ظهور التجارة الالكترونية قد سبقت ظهور الانترنت بفترة، إلا أن بدايات التجارة الالكترونية كانت من خلال شبكات الاتصال الخاصة بالكمبيوتر بتنسيق خاص يتقاسم البيانات الخاصة بالمؤسسات التجارية وهو ما يعرف بتبادل البيانات الالكترونية (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، فتاريخ ثورة التجارة الالكترونية يعود إلى احد الشبان يبلغ عمره 29 عاما يدعى (Leff Bezos) ويعمل كمحلل مالي ومدير مالي أراد أن يستخدم الانترنت كأداة للربح وكسب المال فقام سنة 1991 بوضع قائمة من عشرين منتج يمكنها أن تحد سوق رائعة لها على شبكة الانترنت، وبعد قيامه بتحليل مكثف تأكد من أن الكتب جاءت في المرتبة الأولى لهذه القائمة، من هذا المنطلق أسس هذا الشاب شركة أمازون والتي أصبحت من بين أهم الشركات في عالم التجارة الالكترونية، وقد بلغ رقم أعمال الشركة التي أسسها Amazon لبيع الكتب 2مليون دولار في السنة وبعد 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 وتوسيعها بدأت ببيع الأقراص المضغوطة الخاصة بالموسيقى والفيديو وهذا في سنة 1998 وبعد ذلك قام Bozes بتشجيع زبائنه الأولين على تقديم مراجعات للكتب من خلال الانتقاءات والتوصيات الودية وبالتالي أصبحت شركة Amazon سلة منتجات استهلاكية متنوعة بما فيها الالكترونيات، البرمجيات،

[1] محمد نور صالح الجداية، سناء جودة، **تجارة الكترونية**، ط 1، دار الحامد، عمان،2009، ص 26.

الفنون والأجهزة المنزلية وبهذا صار Bezos وشركته Amazon واحدة من قصص النجاح الأولية والملموسة بدرجة كبيرة في مجال التجارة الالكترونية[1].

ب. أهمية التجارة الالكترونية:

يمكن القول أن التجارة الالكترونية تعد من أهم اختراعات العصر والتي يمكن من خلالها تحقيق أرباح لم يكن من الممكن تحقيقها سابق بالطرق التقليدية والسبب يعود إلى:

- انخفاض التكلفة حيث كانت عملية التسويق للمنتج مكلفة جدا في السابق.
- تعتبر وسيلة فعالة للقيام بعقد الصفقات بين المتعاملين عن طريق الاتصال الالكتروني المباشر بينهم، وبذلك فهي تستغني عن المستندات الورقية، وما ستلزمه من نفقات، كما أنها توفر نفقات الإدارية وغيرها، حيث تبلغ نسبة الوفر في ذلك مالا يقل عن 80.
- التحرر من القيود لان الشركة كانت في السابق تحتاج إلى ترخيص معين والخضوع لقوانين عديدة وتكبد تكلفة إنشاء فرع جديد أو توكيل الغير في دولة الأجنبية حتى تتمكن من بيع منتجاتها، أما الآن لم يعد أي من تلك الإجراءات ضروريا.

2. أشكال التجارة الالكترونية:

التجارة الالكترونية يمكن أن تتم بعدة أشكال وفقا للوسائل التكنولوجية أو الالكترونية المستخدمة لإجراء المعاملة التجارية ومن هنا كان من الأحرى التعرف على بعض هذه الأشكال فيما يلي[2]:

أ. التسوق عبر التليفونات :TV.Shopping

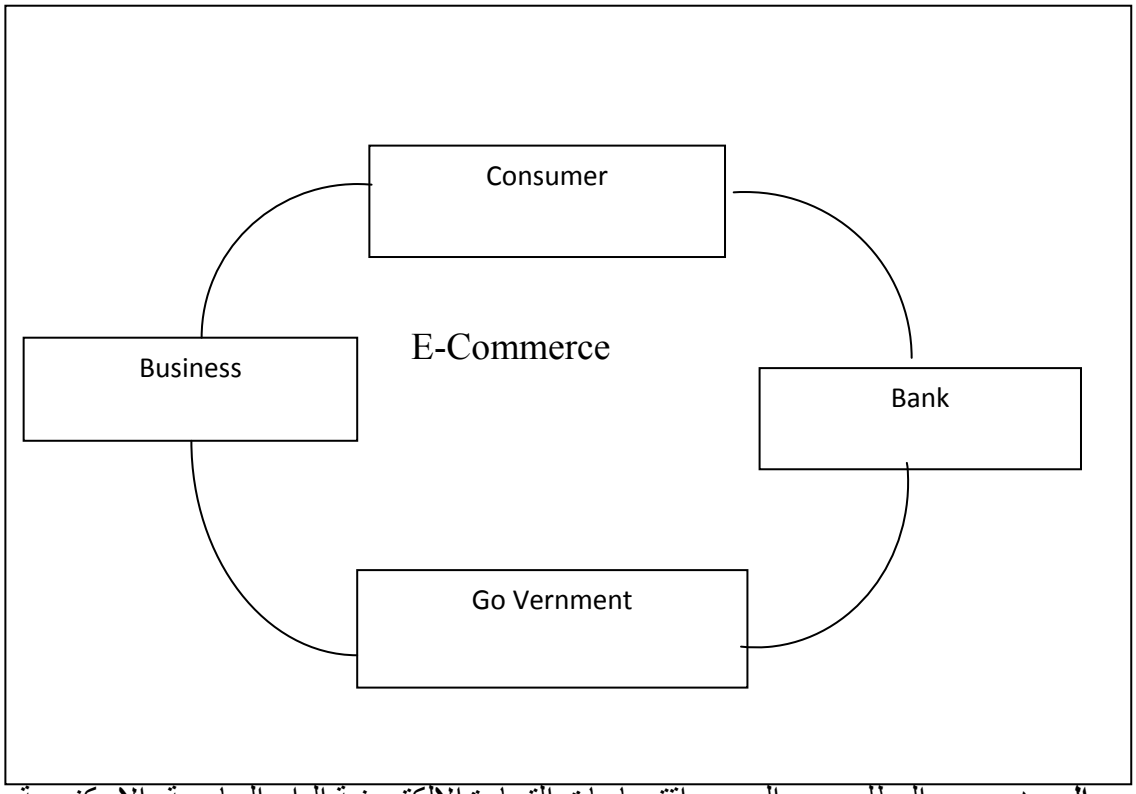
وهي أول صورة ظهرت للتجارة الالكترونية حيث تقوم احد الشركات بعرض المنتجات الخاصة بها على شاشة التلفزيون بحيث يستطيع العملاء مشاهدتها ثم يقوم من يرغب في الشراء بالاتصال برقم الهاتف الخاص بالشركة والموضح على شاشة التلفزيون من خلال الإعلان.

ب. التجارة الالكترونية عن طريق شبكة الانترنت Commerce :

وهي الأكثر شهرة وخاصة التسوق عبر الانترنت On-line Shopping والتجارة الالكترونية عبر شبكة الانترنت تقتصر على ممارسة المعاملات التجارية من خلال شبكة الانترنت فحسب.

[1] عماد الحداد، **التجارة الالكترونية**، دار الفارق، القاهرة، مصر،2003 ، ص10.
[2] عبد المطلب عبد الحميد، **اقتصاديات التجارة الالكترونية**، الدار الجامعية – الإسكندرية الطبعة الأولى، ص 75-77.

الشكل (1-3): تقسيمات التجارة الالكترونية



المصدر: عبد المطلب عبد الحميد، اقتصاديات التجارة الالكترونية الدار الجامعية، الإسكندرية، الطبعة الأولى ص85.

ج. التجارة الالكترونية عبر الأجهزة المحمولة أو التجارة المحمولة:

ويتم هذا النوع من التجارة الالكترونية باستخدام الأجهزة المحمولة مثل التليفون المحمول والكمبيوتر المحمول، جهاز الاستدعاء أو التتبع...الخ، والأجهزة اليدوية المختلفة مثل الكمبيوتر اليدوي والمنظمات وقد يعتمد هذا النوع من التجارة الالكترونية على شبكة الانترنت أيضا.

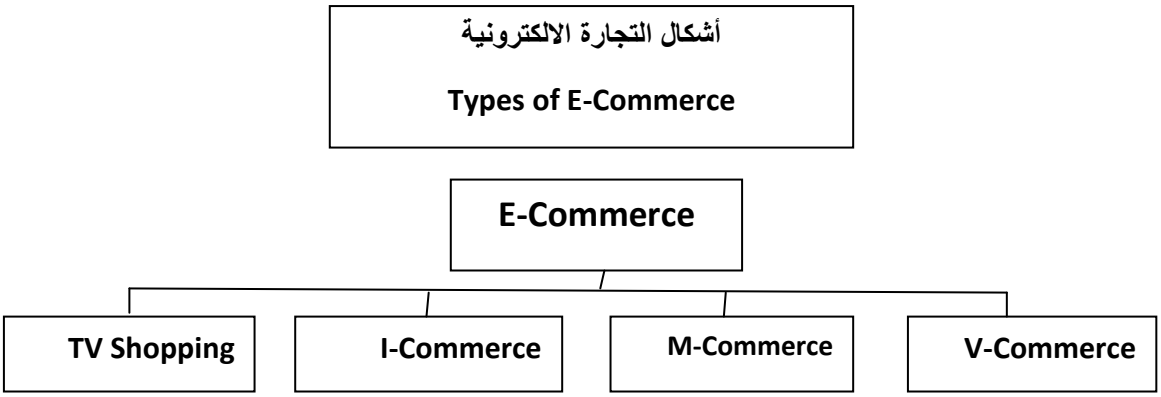
ولا يوجد أي اختلاف بين التجارة الالكترونية عبر شبة الانترنت والتجارة المحمولة في حالة استخدام الكمبيوتر المحمول سوى أن الجهاز المستخدم في الأخيرة يعتبر جهاز سهل التحرك به ولا يرتبط بوجود الشخص في مكان معيين كما هو الوضع في حالة استخدام الكمبيوتر الشخصي العادي.

د. التجارة الالكترونية الصوتية أو التجارة الصوتية:

ويعتمد هذا النوع من التجارة الالكترونية على استخدام خاصية الرد الآلي على المكالمات الهاتفية والمعروفة من قبل، ولكن بصورة مختلفة حيث أن خاصيته الرد الآلي على المكالمات الهاتفية توفر للطالب العديد من الاختبارات للحصول على المعلومة التي يريدها، ولكن عن طريق الضغط على رقم

معين، مثال إذا قام احد العملاء الاتصال بالبورصة أو بالبنك الخاص به فان خاصية الرد الآلي تطالبه بإدخال الرقم الداخلي للإدارة التي يريدها أو الضغط على رقم معين لتحويله للاستعلامات أو الانتظار لحظات حتى يتم الرد عليها، ولكنه في حالة التجارة الصوتية فان العميل لن يحتاج إلى الضغط على أية أرقام لتنفيذ خدمته وإنما تتم خدمته أوتوماتيكيا عن طريق طلبه لها صوتيا بمجرد تعرف الأجهزة الصوتية على صوته من خلال بصمة صوت يتم تحديدها للعميل، ومن كل ما سبق نستخلص أن: معظم أشكال التجارة الالكترونية السابقة قد تستخدم نفس وسيلة الاتصال وهي شبكة الانترنت ولكن بصورة مختلفة تعطيها طابع خاص لها .

الشكل رقم (1-4): أشكال التجارة الالكترونية



المصدر: عبد المطلب عبد الحميد، اقتصاديات التجارة الالكترونية الدار الجامعية، الإسكندرية، الطبعة الأولى ص85.

المطلب الثالث: **خصائص ومزايا وعيوب التجارة الالكترونية**

1. الخصائص المميزة للتجارة الالكترونية:

تتميز التجارة الالكترونية بعدد من الخصائص التي تميزها عن التجارة التقليدية لعل من أهمها[1]:

- **تحسين أداء وحدات الأعمال:**

تؤثر التجارة الالكترونية بشكل ايجابي على النتائج التجارية لوحدات الأعمال، وذلك من خلال:

- ✓ الترويج للمنتج.
- ✓ قنوات جديدة للمبيعات لمنتجات موجودة.

[1] عبد المطلب عبد الحميد، مرجع سابق، ص 85-90.

- ✓ تخفيض التكاليف المباشرة.
- ✓ التوقيت المناسب لتوصيل الخدمة والمنتج.

- **تحسين خدمة العملاء.**
- **نماذج جديدة من الأعمال:**

تتيح التجارة الالكترونية نماذج وأشكال جديدة من الأعمال القائمة على التوافر الغزير للمعلومات وتوزيعها المباشر للعملاء، وأمثلة لذلك أجهزة البحث على الانترنت وغيرها مما يعد نموذجا جديدا من سماسرة المعلومات .

- **تطوير وحدات الأعمال في الاتجاه التكنولوجي:**

لاشك أن التطور السريع في مجال التجارة الالكترونية دفع وحدات الأعمال على التكيف بسرعة حتى تستطيع تلبية احتياجات العملاء وبالتالي يكون للتجارة الالكترونية اثر كبير على خطط معظم وحدات الأعمال لتصبح هذه التكنولوجية مألوفة لدى هذه الوحدات على نحو سريع من حيث تعلم وفهم تلك الوسائل التكنولوجية فهما كاملا إلى جانب فهم قوتها لإعادة تشكيل علاقاتها مع العملاء وبصورة مماثلة تحتاج وسائل التكنولوجيا الجديدة اتجاهات تنظيمية جديدة.

- **التعاون والتطوير:**

ويسمح هذا النوع من التعاون في إدارة المشاريع بتقليل زمن التطوير وانجاز المنتج النهائي بسرعة اكبر وطرحه بالأسواق خلال زمن قصير وبذلك تولد عن هذه السمة ضغوطا تنافسية شديدة بين الشركات مما حفز الشركات على التطوير وإعادة هيكلة نفسها.

- **الطابع الدولي أو العالمي للتجارة الالكترونية:**

تتم أنشطة التجارة الالكترونية باستخدام الوسائط الالكترونية والتي لا تعرف الحدود المكانية أو الجغرافية فيمكن إنشاء أو إدارة المعاملات التجارية لأي شركة بكفاءة من خلال موقعها على الانترنت من أي موقع جغرافي.

- **المستندات الورقية للمعاملات في التجارة الالكترونية:**

من خصائص التجارة الالكترونية انه يمكن إتمام بعض الصفقات الالكترونية التجارية كاملة بدا من التفاوض على الشراء والتعاقد ودفع قيمة البضاعة واستلامها الكترونيا دون تبادل مستندات ورقية على الإطلاق.

- **التعامل دون الكشف عن هوية المتعاملين أو التيقن منهم:**

العمليات التجارية الالكترونية عادة ما تجرى من خلال الوسائط الالكتروني والشبكات مثل الانترنت بين طرفين لا يعرف احدهما، الأمر الذي قد يترتب عليه تقديم احد الأطراف للأخر معلومات زائفة أو خادعة دون أن تكون هناك دائما طريقة ميسورة للاشتياق من هذه المعلومات، سواء صحة بيانات بطاقة الائتمان بأنها خاصة بالشخص المتعامل نفسه وليست مسروقة، أو الوعد بتقديم ضمانات أو خدمات ما بعد البيع لحماية المستهلك من الغش والتدليس دون ضمان حقيقي يقدمه البائع ويلتزم به.

- **تسليم المنتجات الكترونيا:**

أتاحت شبكة الانترنت إمكانية تسليم بعض المنتجات الكترونيا أي التسليم المعنوي للمنتجات مثل برامج الحاسب، التسجيلات الموسيقية أفلام الفيديو الكتب الأبحاث وتقارير الالكترونية إلى جانب بعض الخدمات مثل الاستشارات الطبية أو الهندسية وهو ما يخلق تحديا أمام السلطات المختصة حيث لا يوجد حتى الآن آليات متفق عليها لإخضاع المنتجات الرقمية للجمارك أو الضرائب إذ يستغل البائعون ذلك للتهريب من سداد الجمارك والضرائب بعدم تسجيل هذه التعاملات في الدفاتر المحاسبية الرسمية.

- **غياب العلاقة المباشرة بين الأطراف المتعاقدة:**

تدور المساومات والمفاوضات بين طرفي التعاقد في مجلس التعاقد للاتفاق على تفاصيل العقد المراد إبرامه بينهما، وقد يحتاج إبرام العقد جلسة واحدة أو عدة جلسات لحين الاتفاق على شروط وتفاصيل العقد، أما في العقود التجارة الالكترونية فلا يكون مجلس للعقد بالمعنى التقليدي، فقد يكون البائع في مكان والمشتري قد يبعد عنه بآلاف الأميال، وقد يختلف التوقيت الزمني أيضا بين مكاني البائع والمشتري.

- **وجود الوسيط الالكتروني:**

والوسيط الالكتروني بين طرفي التعاقد هو جهاز الكمبيوتر والمتصل بشبكة الاتصالات الدولية التي تقوم بنقل التعبير عن الإدارة الكترونيا لكل من الطرفين المتعاقدين في ذات اللحظة رغم انفصالهم مكانيا، وعدم ما تصل الرسالة الالكترونية في ذات اللحظة إلى الطرف الآخر.

- **السرعة في انجاز الصفقات التجارية:**

تساهم التجارة الالكترونية بشكل فعال في إتمام العمليات التجارية بين الطرفين على وجه السرعة إذ تتم الصفقات التجارية دون حاجة لانتقال الطرفين والتقائهما في مكان معين في ذلك توفير للوقت والجهد والمال.

- **التفاعل الجماعي بين عدة أطراف:**

بمعنى انه يستطيع احد أطراف المعاملة إرسال رسالة الكترونية إلى عدد لانهائي من المستقبلين في نفس الوقت ودون الحاجة لإعادة إرسالها في كل مرة وفي هذا المجال توفر شبكة الانترنت إمكانيات بلا حدود للتفاعل الجمعي بين فرد ومجموعة وهو شيء غير مسبوق في أي اداة تفاعلية سابقة.

2. مزايا التجارة الالكترونية:

لقد وفرت التجارة الالكترونية العديد من المزايا لكل من منظمات الأعمال والزبائن وللمجتمع بشكل عام، وسنتعرف على المزايا الخاصة بكل طرف في كل ما يلي[1]:

أ. مزايا التجارة الالكترونية بالنسبة لمنظمات الأعمال:

- **الوصول العالمي:**

حيث يساعد استخدام تطبيقات التجارة الالكترونية في وصول شركات الأعمال إلى الأسواق العالمية وبتكلفة قليلة تتمكن الشركات من إيجاد المزيد من الزبائن والموردين والشركاء التجاريين في أي مكان في هذا العالم .

- **تخفيض تكاليف الأعمال:**

يؤدي استخدام تطبيقات التجارة الالكترونية إلى تقليل تكاليف إنشاء ومعالجة وتوزيع وتخزين واسترجاع المعلومات المخزنة في وثائق ورقية، فالتكاليف العالية والطباعة والتناسب عبر البريد التقليدي تم استبدالها بالبريد الالكتروني الأكثر كفاءة وفعالية وبتكاليف بسيطة، كما أن الاتصال من خلال الانترنت اقل تكلفة بالمقارنة مع شبكات الاتصال التقليدية.

[1] محمد نور برهان، عز الدين، مرجع سابق، ص13-14.

- **تحسين الإنتاجية:**

ساعدت تطبيقات التجارة الالكترونية في التخلص من العديد من التصورات التي كانت توجه الشركات نتيجة الحاجة إلى عمليات تخزين لمواجهة المشاكل المرتبطة بتأخر التوريدات، فلقد وفرت هذه التطبيقات إمكانات هائلة للتنسيق بين مختلف الأطراف المشاركة في سلسلة التوريد مما ساعد في تقليص العمليات وأحجام التخزين إلى أدنى حد ممكن.

- **العمل على مدار الساعة:**

بفضل تطبيقات التجارة الالكترونية أصبح بإمكان شركات الأعمال من خلال مواقع العمل على مدار الساعة، أي أربع وعشرين ساعة في اليوم وسبعة أيام في الأسبوع و365 يوم في السنة

- **تفصيل المنتج أو الخدمة حسب رغبة كل زبون:**

تساعد تطبيقات لتجارة الالكترونية الشركات في إنتاج المنتجات وتوفير الخدمات وفقا للمواصفات التي يحددها الزبائن بأنفسهم وبتكلفة بسيطة، مما وفر لها ميزة تنافسية هامة.

- **استخدام نماذج أعمال جديدة:**

تتيح تطبيقات التجارة الالكترونية للشركات إمكانية استخدام نماذج جديدة للأعمال التجارية، مما يوفر أيضا مزايا تنافسية للشركات التي تستخدمها.

- **تسريع زمن وصول المنتجات والخدمات إلى السوق:**

ساعدت التجارة الالكترونية في تقليل الزمن اللازم بين ظهور الفكرة وتطبيقها تجاريا وذلك بفضل تحسن تقنيات الاتصال والتنسيق والعمل التعاوني.

- **دعم العمل التعاوني:**

ساعد رخص تكاليف الاتصالات في تطوير واستخدام أدوات العمل التعاوني كالاجتماعات الالكترونية والعمل من المنزل وإمكانية المشاركة في المعلومات وغيرها.

- **تحسين كفاءة عمليات الشراء:**

حيث ساعدت التجارة الالكترونية في توفير تكاليف عمليات الشراء والحصول على أسعار أفضل للاحتياجات المادية لشركات الأعمال بالإضافة إلى تقليل لزمن اللازم لانجاز هذه العمليات

- **تحسين العلاقة مع الزبائن:**

تمكن تطبيقات التجارة الالكترونية من تنظيم علاقات أفضل مع الزبائن وذلك بتوفير بيئة تضمن التفاعل معهم وتحديد رغباتهم و تفضيلا تهم، وقد ساعد ذلك في زيادة ولاء الزبائن وتطور أساليب التسويق وظهور ما يعرف اليوم بإدارة علاقات الزبون.

- **توفير معلومات حديثة للزبائن بصورة مستمرة:**

فجميع المعلومات الموجودة في الموقع الالكتروني كالأسعار والكتالوجات يجري تحديثها بشكل يومي وفوري .

ب. مزايا التجارة الالكترونية بالنسبة للزبائن:

- **توفر المنتجات والخدمات في جميع الأمكنة وكل الأوقات:**

تتيح التجارة الالكترونية للزبائن إمكانية التسوق أو أداء الأنشطة التجارية المختلفة على مدار الساعة ومن أي مكان.

- وجود منتجات وخدمات أكثر تنوعا وبأسعار أقل توفر التجارة الالكترونية للمستهلكين خيارات أكثر لشراء المنتجات والخدمات من بين أنواع كثيرة ولموردين كثر، كما تمكن تطبيقات التجارة الالكترونية المستهلكين من إيجاد المنتجات والخدمات التي يحتاجونها وبأقل الأسعار من خلال ما توفره من إمكانات بحث ومقارنة بين الأسعار.
- **التوريد الفوري:**

يمكن توريد المنتجات والخدمات الرقمية بشكل فوري إلى المستهلك.

- **توفير المعلومات:**

يمكن للمستهلك خلال ثواني إيجاد معلومات تفصيلية عن المنتجات والخدمات التي يريد شراءها، كما يستطيع أن يحصل على هذه المعلومات بأشكال مختلفة عبر تقنيات الوسائط المتعددة.

- **المشاركة في المزادات:**

تتيح التجارة الالكترونية للمستهلك إمكانية الاشتراك في المزادات التي تتم من خلال الشبكة، هذا يسرع عمل الطرفين: البائع الذي يرغب في بيع منتج ما والمشتري الذي يقوم بالبحث عن المنتجات التي يرغبها ويتفاوض مع البائع حول شرائها.

- **المنتجات الالكترونية:**

تسمح تطبيقات التجارة الالكترونية للزبائن بالتفاعل مع بعضهم البعض مكونة بذلك ما يشبه المجتمعات الافتراضية التي يتم من خلالها تبادل الأفكار والتجارب والخبرات عن المنتجات والخدمات التي يشترونها عبر الشبكة.

- **التخصيص والتفصيل وفقا لطلب الزبون:**

لم يكن من الممكن تطبيق هذه المزايا الهامة عن نطاق واسع إلى بعد ظهور شبكة الانترنت وخدمة المعلومات العالمية www وسنتعرف على مفهومين هامين في التجارة الالكترونية هما:

- ✓ يقصد بالتخصيص توفير المعلومات وعرض الصفحات لكل زبون وفقا لاهتماماته واحتياجاته وتفضيلا ته.
- ✓ أما التفضيل وفقا لطلب الزبون فيقصد به تمكين الزبون من تحديد مواصفات المنتج أو الخدمة التي يقوم بشرائها، والعمل على توفيرها.

ج. مزايا التجارة الالكترونية بالنسبة للمجتمع[1]:

- **العمل عن بعد:**

بفضل تطبيقات التجارة الالكترونية أصبح بالإمكان أن يقوم العديد من أفراد المجتمع بأداء أعمالهم من منازلهم ،دون الحاجة إلى الذهاب إلى مكاتبهم، وهذا يوفر للمجتمع مزايا كثيرة منها تقليل حركة المرور في الشوارع وتقليل تلوث البيئة.

- **تحسن معايير مستوى المعيشة:**

انبثق عن تطبيقات التجارة الالكترونية بيع بعض المنتجات بأسعار اقل مما يساعد الأفراد والفئات الفقيرة على شراء سلع أكثر، وبالتالي تلبية احتياجاتها بشكل أفضل مما يؤدي بدوره إلى رفع مستوى معيشتها

- **توفير فرص عمل:**

مكنت تطبيقات التجارة الالكترونية الأفراد والذين يعيشون في الأماكن الريفية من الوصول إلى المنتجات والخدمات التي تباع عبر المواقع الالكترونية والتي لم يكونوا على علم بها، وهذا يحفزهم للسعي لتعلم مهن جديدة أو الحصول على شهادات جامعية.

[1] محمد نور برهان، عز الدين خطاب، مرجع سابق، ص16-17.

- **تحسين الخدمات العامة للمواطنين:**

كالرعاية الصحية والتعليم وتوزيع الخدمات الاجتماعية الحكومية، حيث يمكن تقديم هذه الخدمات للمواطنين بتكلفة اقل أو تحسين نوعية هذه الخدمات من خلال تطبيقات التجارة الالكترونية، فمثلا يمكن للأطباء استخدام تقنيات الانترنت لمعالجة مرضاهم بطريقة أفضل.

3. عيوب التجارة الإلكترونية:

فقدان متعة الشراء المعروفة التي كان يجدها المستهلك في ممارسة عملية التسوق من خلال التفاعل الاجتماعي المباشر بين البائع والمشتري، والتسوق التقليدي يعتبر لبعض المستهلكين الفرصة الوحيدة للتسلية أو الترفيه.

- فقدان الأفراد فرصة تعلم مهارات البيع والشراء والتعامل مع الآخرين والتي يكتسبونها بشكل مباشر أو غير مباشر في عمليات التسوق التقليدية.
- تورط البعض بالاندفاع نحو شراء سلع قد لا يحتاج إليها الفرد نتيجة جاذبية الإعلان وسهولة الشراء ببطاقات الائتمان، وبالتالي تراكم الديون الشخصية والعائلية، كما أن احتمالات الغش التجاري أو النصب قائمة، فقد لا ترد السلعة المطلوبة أو قد تأتي بمواصفات مخالفة تماما.
- يفتقد المتصفح عن بعد تحسس ملمس السلعة أو تذوق طعمها أو اختيارها، في يقع بعض المتسوقون فريسة لبعض المعلنين الذين يروجون لسلع تافهة أو سلع قد تتعارض مع التقاليد الاجتماعية والآداب.
- أغراء بعض السيدات بممارسة عمليات تسوق لسلع كمالية قد ترهق ميزانية الأسرة، ناهيك عن أن ممارسة الشراء الالكتروني تؤدي إلى خفض فرص ممارسة النشاط البدني الذي يمارسه الفرد قبل وأثناء وبعد التسوق العادي، خاصة السيدات اللاتي لا يعملن.
- هدر الوقت، فالزمن غير محسوس لدى البعض نتيجة لعدد السعات التي يقضيها أمام أجهزة الكمبيوتر للبحث عن سلعة معينة ومقارنتها بالسلع الأخرى، الأمر الذي يزيد لديهم حالة العزلة العائلية التي تعانيها بعض الأسر، في حين أن الاستخدام المبالغ فيه للشبكة يؤدي إلى تفاقم احتمالات الإصابة بأعراض إدمان الانترنت أو حدوث مشكلات جسمية أو اجتماعية أو مهنية أو نفسية دائمة أو متكررة[1].

[1] إبراهيم بختي، مرجع سابق، ص 69-70.

المبحث الثالث: دور الانترنت في خدمة التجارة الالكترونية

تمثل الانترنت الشبكة العالمية وهي اكبر الشبكات العالمية شمولية للمعلومات وأكثرها استخداما، وأوسعها انتشارا حيث أصبحت محل اهتمام الكثير من رجال الأعمال وبات ينظر إليها كبيئة أعمال من نوع جديد يضم إعدادا هائلة من الباعة والمشترين والمتعاملين (منظمات وأفراد) يتفاوضون وينجزون معاملاتهم دون أن يكون لأحدهم معرفة بالأخر ودون أن يكون هناك دور للوسطاء فضلا على أن الزبائن يتملكون من تبادل المعلومات وتبادل احتياجاتهم والتعبير عن رغباتهم من خلال هذه الشبكة وبشكل سريع ورخيص.

المطلب الأول: مفهوم الانترنت

1. لمحة تاريخية عن الانترنت

يعود تاريخ الانترنيت إلى أواخر ستينيات القرن الماضي وبالتحديد سبتمبر[1] 1969وذلك عندما طالبت وزارة الدفاع الأمريكية من مجموعة من الباحثين وخبراء الاتصالات والمعلومات عام 1962انشاء شبكة معلوماتية للاتصال تؤمن دورة المعلومات وترتكز على نظام اللامركزي، لا تتأثر بالهجمات النووية حتى لو أصيب حاسوب أو مجموعة من الحواسيب فإنها تستمر بالعمل دون عائق أو خطر يهدد امن معلوماتها أو أبحاثها السرية ،وبالفعل تمكن مركز البحث القومي التابع لوزارة الدفاع الأمريكية من إنشاء شبة معلوماتية للاتصال ،ترتكز على نظام غير مركزي أطلق على هذه الشبكة اسم A.R.P.A.net وكانت تستخدم للأبحاث العسكرية والأمنية ومع مرور الزمن فتح مركز البحث القومي الأمريكي شبكته للباحثين حيث التحق بالشبكة أربعة هيئات جامعية وهي:

- معهد ستانفورد
- جامعة لوس أنجلس
- جامعة ستانتا بار بارا
- جامعة آوتاه

وفي عام 1972 تطور مشروع اربانات وأصبح يضم شبكة اتصالات بين 40 جهاز كمبيوتر[2]، وفي عام 1974 قام كل من Vinton Cerf خبير كمبيوتر بمساعدة Robert Kahn لغة رقمية موحدة

[1] Manuel Castells, The internet Galaxy :reflection on the internet business, oxford Universitg Press USA,2003, p10.
[2] Michel Alberganti, le Multimédia la révolution au bout des doigts, le monde édition, France, 1997, p34.

تسمح بربط أجهزة الكمبيوتر المختلفة والبعيدة بمشاركة المعلومات هذه التقنية كانت على شكل برنامج يسمى Tcp Transmission Control Computerلكن هذه قواعد هذا البروتوكول لم تستعمل .

وفي عام 1979 قامت المؤسسة الوطنية للعلوم NSF بدعم إنشاء شبكة جديدة سميت Le CSNent هدفها اتاحت الاتصالات بين مختلف الجامعات التي لم يتاح لها استعمال شبكة -اربانات وذلك باستعمال البريد الالكتروني وبعد سنة تم ربط هاتين الشبكتين ARBANet وCSNet هذا ما أدى إلى ميلاد شبكة الانترنت باستعمال بروتوكولTCP-IP من اجل مبادلة المعلومات وفي عام 1991 أصبح عدد الحواسيب المتصلة ببعضها البعض 535 ألف وبحلول 1992 الانترنيت وسيلة متاحة للجميع.

2. مفهوم الانترنت:

أ. اصطلاحا:

- الانترنت هو اختصار لكلمتين انجليزيتين الأولى هي International والثانية Network، بالتالي هي كلمة مركبة سميت بها شبكة عنكبوتيه تتكون من الملايين من قنوات المعلوماتية المتصلة ببعضها البعض، فيصعب إذن تحديد حجمها و كثفاتها، والتي تستعمل الحواسيب لاقتناء أغراض المتعاملين وتصرفاتهم القانونية[1].
- الانترنت هي اسم لنظام ضخم منتشر في جميع أنحاء العالم يتألف من أفراد ومعلومات وحواسيب[2].
- الانترنت مزيج من عدد كبير من الشبكات الفرعية التي تعمل بنظام يسمح بالاتصال بين مجموعة هائلة من الحواسيب وفق لغة مشتركة واحدة ،هي مراسيم (TCP/IP) التي تسمح بخلق نوع من التفاعل عن طريق تبادل المعلومات بسرعة عالية وبطريقة مرنة ولامركزية[3].
- الانترنت هي شبكة الشبكات.

3. خدمات الانترنت:

للانترنت عدة أوجه لاستخدامه والتي يمكن تسميتها بالتطبيقات أو بالأحرى الخدمات من منظور تجاري، لكننا سوف نقتصر على أهم الخدمات والمتمثلة في:

- خدمة البريد الالكتروني E-mail .
- خدمة البرتوكول نقل الملفات FTP .

---

[1] عبد الرحمان بن عبد الله السند، **الأحكام الفقهية للتعاملات الالكترونية (الحاسب الآلي وشبكة المعلومات الانترنت**، دار الوراق للنشر والتوزيع، الرياض ،2004، ص20.

[2] إبراهيم أبو الهيجاء، **التعاقد بالبيع بواسطة الانترنت**، ط1، الدر العلمية الدولية ومكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2002، ص44.

[3] بومايلة سعاد وفارس بوبا كور، **اثر التكنولوجية الحديثة للإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية**، مجلة الاقتصاد والمناجمنت، العدد03،2004، ص212.

- خدمة الشبكة العنكبوتية العالمية للمعلومات WWW .
- خدمة الربط عن بعد TELNET.
- خدمة منتديات النقاش Forums.
- خدمة الاتصال المباشر .
- **خدمة البريد الالكتروني (Electronic Mail):**

تسمح هذه الخدمة بإرسال واستقبال رسائل الكترونية من والى جميع المشتركين في الشبكة عبر العالم، على المستوى التجاري يمكن استخدام البريد الالكتروني في طلب معلومات حول منتج معين أو طلب فواتير شكلية أو إرسال طلابيات للموردين أو تأكيدها أو إلغائها.

يمكن البريد الالكتروني من نقل الرسائل في كلا الاتجاهين بل وحتى الوثائق والصور وكذلك اللوحات الاشهارية للتسويق والنماذج التصميمية عن طريق الإرفاق بشرط أن تكون محمولة في شكل ملفات رقمية، وعند وصولها للمستلم أن يطبعها بشكلها وألوانها الأصلية مما يجعل البريد الالكتروني متميزا عن الفاكس شكلا وتكلفة[1].

- **خدمة برتوكول نقل الملفات (File Transfer Protocol):**

يسمح برتوكول نقل الملفات بالاتصال المؤقت بين حاسبين، فبفضل هذه الخدمة يمكن جلب الملفات وتحويلها من حاسب إلى آخر عبر الشبكة العلمية، هذه الملفات عبارة عن تقارير أو بحوث أو برامج وبالتالي فهذه الخدمة تعتبر وسيلة للتبادل السريع، وعموما يستعان بهذه الخدمة في تحديد مواقع الانترنت (La mise a jour dessitesweb).

- **خدمة الشبكة العنكبوتية العالمية للمعلومات (world wide web):**

يطلق عليها أيضا خدمة الويب وتعد هذه الخدمة من أهم خدمات الانترنت ويرجع لها الفضل في انتشار الانترنت والإقبال عليه، خصوصا من الناحية التجارية فهي تشتمل على حقل واسع من المعلومات المختلفة في شتى الميادين، حيث ارتبط بالخدمة العديد من المؤسسات العلمية والصناعية والحكومية وأيضا مؤسسات تجارية وثقافية وامتدت حتى الأفراد للتعريف بقدراتهم وتخصصاتهم، فخدمة الويب وسيلة من وسائل الترويج والدعاية والإعلان على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي، هذه الخدمة تتميز بقدرة هائلة في التصفح والإبحار في الانترنت كونه تشتمل على اغلب خدمات الانترنت وتتمتع

[1] إبراهيم بختي، التجارة الالكترونية، مرجع سابق، ص27-30.

بواجهة بيانية متعددة الوسائط مدعمة بالألوان والصور و الصوت مما يجعل منها أكثر شعبية من غيرها .

- **خدمة الربط عن بعد (TELNET):**

تمكن المستخدم للشبكة من التنقل عبر مختلف (الحواسيب) الشبكات الجزئية المتصلة بالانترنت للحصول على معلومات معينة في مجال محدد (كاستغلال الحواسيب ذات الطراز العالمي في تنفيذ بعض البرامج أو القيام بحسابات معقدة يستحال تنفيذها على الحواسيب الشخصية) شريطة معرفة عناوين الدخول إليها وشفرات الاستغلال ،فعندما يتم الاتصال مع الحاسب المطلوب يستطيع المستعمل أن يهمل سائر أقسام الشبكة ويعمل وكأنه في محطة طرفية نهائية للحاسب المتصل به، لكن ما يؤخذ على هذه الخدمة أنها ذات واجهة نصية (غير نهائية).

- **خدمة منتديات النقاش (Forums de discussion):**

تسمى هذه الخدمة أيضا بمنبر النقاش ،وتسمح هذه الخدمة لمشتركيها بالتعبير عن أرائهم كتابة حول موضوع معين يحدد على أساس الاشتراك في المجموعة، مبدأ العمل يستخدم فيه البريد الالكتروني فكل رأي يدل به يوزع فورا و اتوماتيكيا لبقية المشاركين ولكل واحد منهم الحق في الإدلاء برأيه أو عدم الرد.

يمكن للمنشات أن تطرح مجموعات نقاش خاصة بها تطرح فيها نقاش حول منتجاتها للتعرف على المشاكل التي قد تعرض لزبائنها أو التعرف على وجهات نظرهم وما يقترحونه من تعديلات مما يعزز قدرة المؤسسة على المنافسة الحرة، وهناك بعض المؤسسات تتخذ من مجموعات النقاش وسيلة للتوزيع .

- **خدمة الاتصال المباشر:**

تمكن هذه الخدمة من استخدام شبكة الانترنت كوسيلة اتصال مباشرة بين الأفراد أو المؤسسات بغية خفض تكلفة الاتصالات خصوصا منها الخارجة عن المنطقة الهاتفية بذلك تستفيد المؤسسات عن عقد لقاءات عبر الشبكة مع الزبائن أو وكلاءها أو مورديها وفروعها الموزعين جغرافيا في مناطق متعددة، تتم إدارة الأعمال عن طريق المحاورة الآنية كتابيا أو صوتيا أو المحورة المرئية والصوتية باستخدام الوسائط المتعددة.

المطلب الثاني: الانترنت والمؤسسة

لقد مكنت الانترنت العديد من الشركات من التواصل مع شركاء العمل والموردين والعملاء بسهولة ويسر ومكنهم من عقد الاجتماعات بين المدراء في مواقع مختلفة بالصوت والصورة والنص مباشرة بسهولة وفعالية وكأنهم في مكان واحد، لذلك نولي في هذا المطلب إلى أهمية الانترنت في المؤسسة ومدى استفادة المؤسسة من خدمات الانترنت.

1. **فائدة الانترنت داخل المؤسسة** [1]:

- تسمح الانترنيت للمؤسسة بالاتصال الدائم بفروعها وكذا بالعالم الخارجي بطريقة سريعة وسهلة وهنا البريد الالكتروني يسهل للمؤسسة عملية الاتصال على المستويين الداخلي والخارجي.
- من خلال الانترنت ينتشر نشاط المؤسسة عبر العالم ويتطور عن بعد فالانترنت أصبحت في متناول الأشخاص في أي وقت وفي أي مكان من اجل الاتصال بالمؤسسة وفروعها
- توفر الانترنت على المؤسسة الكثير من التكاليف والتي هي حتما منخفضة مقارنة بوسائل الاتصال التقليدية.
- توحيد قوى المؤسسة داخلها وبين أفرادها وذلك من خلال اتصالهم مع بعضهم البعض من خلال مشاريع المؤسسة هذا ما يتيح إنشاء روابط بين مختلف مصالحها.
- تعتبر الانترنت قاعدة للحصول على المعلومات فهي عبارة عن بنك واسع للمعطيات والتي تكون على شكل تقارير أو إحصائيات وهي متوفرة بصفة مجانية وهائلة.
- تسمح الانترنت بتبادل المعطيات داخل وخارج المؤسسة مع متعامليها في وقت قياسي مما يوفر الوقت والجهد وخفض التكلفة.
- إن استخدام الانترنت في المؤسسة من خلال البريد الالكتروني والمشاركة في منابر النقاش يسمح لها بالاحتكاك الدائم مع زبائنها وموردیها.

2. **البنية التحتية لتقنيات الانترنت** [2]:

إن الانترنت تعتمد على بروتوكول TCP/IP لنقل المعلومات وتبادلها بين مختلف أجهزة الكمبيوتر وبروتوكول الانترنت يناسب التقنيات الجديدة والتي تم تطويرها واستخدامها في شبكة الانترنت

[1] بوالفوال هارون وبزيان جمال، **مداخلة بعنوان الانترنت البنية التحتية للتجارة**، الملتقى الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية، المركز الجامعي خميس مليانة،2 6-27 أفريل 2011.

[2] خضر مصباح الطبقي، **التجارة من منظور تقني وتجاري وإداري**، دار الحامد، عمان، 2008، ص61-62.

والشبكات المحلية مثل تقنيات خادم/عامل إن مبدأ الخادم والعميل يعتمد على المستخدم فيعطيه مرونة كبيرة في استخدام المعلومات لاتخاذ القرارات في وقت قصير .

أ. أساسيات الخادم /عميل:

إن الخدمات في الانترنت عبارة عن أجهزة كمبيوتر ضخمة متصلة ببعضها البعض، وفيها تخزن المعلومات بكمية هائلة على أجهزة هذه الخدمات والتي تكون على شكل صفحات، وعند قيام الأفراد باستخدام برامج تطبيقية باستعمال الانترنت فانه يتم التواصل بين الأفراد وهذه الخدمات، فكل بيانات الأفراد من رسائل ومعلومات وبريد الكتروني تحفظ على هذه الخدمات .

إن مبدأ الخادم /العميل في الانترنت يتم بالطريقة الآتية، عندما يقوم العميل باستخدام الانترنت من اجل البحث عن المعلومات أو الصفحات فان عملية توصيل المعلومات أو الصفحات إلى العميل تتم عن طريق الخادم والتي تتم بسرعة وسهولة فالخوادم تعمل بتناسق كبير بين بعضها البعض، حيث يقوم العميل بالاتصال بأقرب خادم فان توفرت المعلومات أو الصفحات المطلوبة في هذا الخادم يتم توصيلها إلى العميل وان لم تتوفر يتم إرسال الطلب إلى خادم آخر حيث يتم البحث عنها فان وجدت يتم إرجاعها إلى العميل وان لم تكن مخزنة في هذا الخادم يتم تحويل الطلب إلى خادم آخر وهكذا تتم عملية التنسيق بين مختلف أنحاء العالم لذلك يمكن التلخيص مبدأ الخادم /العميل من خلال النقاط التالية:

- **العميل:**

وهو الذي يقوم بالعمل على الشبكة ويطلب خدمة معينة من الخادم مثل الموظف أو المدير.

- **الخادم:**

وهو جهاز كمبيوتر ذو قدرة عالية على تنفيذ التعليمات وحفظ المعلومات حيث يقوم بتزويد الخدمة والملفات وبيانات قواعد البيانات وغيرها إلى المستخدمين بسرعة وفعالية كبيرة.

- **التبادلية:**

وهي قدرة اثنين أو أكثر من الأنظمة على تبادل المعلومات واستخدامها فيما بينهما.

- **التوسع:**

وهي سهولة عملية التعديل والتطوير والتوسع بإضافة المزيد من الأجهزة.

- **واجهة المستخدم الرسومية:**

ميزات سهلة تستخدم للعمل على نظام التشغيل تستخدم مبدأ الرسومات واختيار الأوامر من القوائم باستخدام الفارة.

- **استدعاء إجراء بعيد:**

وهي مبنية على نظام الخادم /العميل بتوزيع خدمة برنامج معين إلى أكثر من عميل وبمختلف أنواع الأنظمة التشغيلية وهي أيضا تخفض من التعقيدات في تطوير التطبيقات والتي تحتاج أنظمة تشغيل مضاعفة والى بروتوكولات إضافية تؤدي إلى زيادة الازدحام في نقل البيانات.

المطلب الثالث: الانترنت والتجارة الالكترونية

1. الانترنت والتجارة الالكترونية:

تعتبر شبكة الاتصالات العالمية "الانترنت" البيئة التي ولدت فيها للتجارة الالكترونية رغم وجود تباين في تعريف التجارة الالكترونية فهناك فريق من الفقه يرى أن التجارة الالكترونية هي التجارة التي تتم من خلال الانترنت، وفريق آخر يرى أنها التجارة التي تتم من خلال أي وسيط الكتروني سواء تمثل ذلك على الانترنت أو غيره من الوسائط الالكترونية[1].

واعتمدت القواعد الصادرة على لجنة القانون التجاري الدولي بالأمم المتحدة عام 1996 (الاونسيترال)على المفهوم الواسع والتي تحدد في المادة الأولى منها نطاق تطبق هذا القانون فينص "ينطبق هذا القانون على أي نوع من المعلومات يكون على شكل رسالة بيانات مستخدمة في سياق الأنشطة التجارية".

فيعتمد على الانترنت بشكل رئيسي في شتى أنواع التجارة الالكترونية، بحسب أطرافها سوءا كان بين وحدتي أعمال B2B أو بين وحدة أعمال ومستهلك B2C بين مستهلك ومستهلك C2C أو بين قطاع حكومي ومستهلك G2C.

فالانترنت ساهمت كثيرا على ازدهار وتطور التجارة الالكترونية وانتشار المنتجات والخدمات المالية مثل التامين والسمسرة وظهور النقود الرقمية والدفع والتمويل الالكتروني من طرف البنوك

[1] مصطفى كمال طه، وائل نور البندق، **الأوراق التجارية وسائل الدفع الالكترونية الحديثة**، دار الكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2005 ص324.

وهذا ما يسمى E-Finance كتقنية تضمن جميع أنشطة التموين التي يمكن تنفيذها من خلال شبكة الانترنت [1].

2. مزايا ووظائف الانترنت في التجارة الالكترونية [2]:

خلقت شبكة الانترنت الجو الملائم الذي تمارس فيه التجارة الالكترونية، لما توفره من مزايا عديدة ووظائف مهمة الشيء الذي دفع غالب التشريعات الداخلية للدول تنظيم الممارسات القائمة في ظل هذه الشبكة، فمزاياها كثيرة، ونذكر البعض منها:

- قلة تكلفة عقد الصفقات التي تتم عبر شبكة الانترنت.
- التفتح على السوق العالمية دون حدود زمنية ولا مكانية.
- خلق أسواق جديدة باحتكاك مختلف المؤسسات والمتعاملين عبر الأسواق المفتوحة على الشبكة
- السرعة والفعالية في عقد الصفقات وتنفيذ العقود والتزامات الأطراف حيث يتم الدفع عن طريق إرسال مجموعة من البيانات الشخصية من المشتري إلى البائع قصد خصم قيمة الشيء أو الخدمة عن طريق الاتصالات .

[1] خالد ممدوح إبراهيم العقد الالكتروني، دراسة مقارنة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية،2006، ص11.
[2] مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، مرجع سابق، ص327.

خلاصة الفصل:

أصبحت التجارة الالكترونية وسيلة حديثة للتعامل التجاري المحلي والدولي، استطاعت أن ترفع الحواجز التقليدية للتجارة، كما ساهمت في زيادة حجم التدفقات النقدية بشكل ملف للاهتمام، فهذه التجارة مبنية على السرعة والفعالية وتقوم على شبكة الانترنت على الغالب وما يميز التجارة الالكترونية كونها مع صناعة المعلومات تشكل الاقتصاد الرقمي, هذا الاقتصاد الذي يعتمد في هيكله على عدة هيئات منها الحكومات الالكترونية والمصارف الالكترونية والأسواق المالية الالكترونية والشركات الالكترونية.

فلقد ساهم انتشار شبكة الانترنت عبر العالم في تطور التجارة الالكترونية فخرجت بذلك من إطارها من المحلي إلى الدولي وتوسع ممارساتها في كل القطاعات التي بفضلها صار بإمكانها تسويق منتجاتها وإبرام صفقاتها عبر العالم.

لذلك في هذا الفصل حاولنا إلقاء الضوء على هذه المفاهيم الثلاثة نظرا لارتباطها الوثيق ببعضها البعض وذلك كم خلال إعطاء صورة عن هذا العصر الرقمي الالكتروني وذلك بإدراج مفاهيم وخصائص ومميزات كل عنصر.

الفصل الثاني:

وسائل الدفع الالكتروني و دورها في تفعيل التجارة الالكترونية

تمهيد:

لقد سمحت التجارة الالكترونية باستحداث وسائل أكثر ملائمة لطبيعة معاملات التجارة الالكترونية والتي تتم في وسط الكتروني، فظهرت بذلك أشكال كثيرة ومتعددة تتناسب مع اختيار وإمكانيات العملاء.

لقد أصبحت الوسائل التقليدية للدفع عبئا ثقيلا على البنوك نظرا لاعتمادها بدرجة كبيرة على الاستخدام الورقي والبشري واستنزافها للوقت فقد جاء التطور التكنولوجي وظهور شبكة الانترنت بالحل البديل لهذه المشاكل، فقد افرز هذا التطور وسائل دفع الكترونية كبديل عن تلك التقليدية، حيث سمح ذلك باختصار الوقت المحدد لمعالجتها والتقليل من الإفراط من الاستخدام الورقي والبشري الذي كان مخصص لها، كما شجع على القيام خدمات مصرفية الكترونية ووسع الأفاق أمام التجارة الالكترونية وفتح المجال لظهور سوق خاص يتضمن شركات عملاقة حققت اربح طائلة بالتخصص في هذه الوسائل حديثة النشأة وبذلك اتخذت وسائل الدفع الالكترونية عدة أشكال متعددة.

ونظرا للأهمية البالغة لوسائل الدفع الالكترونية في التجارة الالكترونية ونظر الظهور البنوك الالكترونية كمفهوم جديد في ظل التعاملات المصرفية الالكترونية، لذلك تطرقنا في هذا الفصل إلى وسائل الدفع الالكترونية المستخدمة في التجارة الالكترونية ومن ثم الأنظمة المتعددة لتامين الدفع الالكتروني، ثم تطرقنا إلى مفهوم البنوك الالكترونية وكان تقسيمنا لهذا الفصل كالأتي:

المبحث الأول: أنظمة الدفع الالكترونية وتامين الدفع الالكتروني.

المبحث الثاني: البنوك الإلكترونية.

المبحث الثالث: علاقة وسائل الدفع الالكتروني في تفعيل التجارة الالكترونية.

المبحث الأول: أنظمة الدفع الإلكتروني وأمن المعاملات الالكترونية.

سمح التطور الذي طرأ على تكنولوجيا الإعلام استحداث وسائل جديدة تعد أكثر ملائمة لمتطلبات التجارة الإلكترونية بمفهومها الشامل، والذي يتضمن إجراء كافة المعاملات التجارية باستخدام الطرق الإلكترونية وإدخال المعلومات في مجال وسائل الدفع، تمثل التطور والازدهار في هذا النوع من التجارة

المطلب الأول: أنظمة الدفع الإلكتروني.

إن أنظمة الدفع الإلكتروني ظهرت كنتيجة للتطور التكنولوجي وكحل للمشاكل التي أفرزتها وسائل الدفع التقليدية وبالفعل تمكنت هذه الأنظمة الحديثة في الانتشار بسرعة فقد حققت مزايا لم تتمكن الأنظمة التقليدية تحقيقها.

1. تعريف وسائل الدفع الالكترونية:

يقصد بالدفع الالكتروني[1] "على انه عملية تحويل الأموال هي في الأساس ثمن لسلعة أو خدمة بطريقة رقمية أي باستخدام أجهزة الكمبيوتر، وإرسال البيانات عبر خط تلفوني أو شبكة ما أو أي طريقة لإرسال البيانات". وكذلك يقصد بالدفع الالكتروني على انه[2] "مجموعة الأدوات والتحويلات الالكترونية التي تصدرها المصارف والمؤسسات كوسيلة دفع وتتمثل في البطاقات البنكية والنقود الالكترونية والشيكات الالكترونية والبطاقات الذكية".

وتعرف وسيلة الدفع الالكتروني أنها"الوسيلة التي تمكن صاحبها من القيام بعمليات الدفع المباشر عن بعد غير الشبكات العمومية للاتصالات"[3].

2. أهمية وسائل الدفع الإلكترونية:

إن اتساع نطاق لتجارة الإلكترونية سمح بتضاؤل دور النقود الورقية والدفع التقليدي أمام ازدهار الدفع الإلكتروني حيث كانت النقود الوسيلة الرئيسية لتسوية المعاملات المالية، وكان الدفع يتم بصورة سائلة أو بواسطة وسيلة بديلة كالشيك وغيرها من وسائل الدفع التقليدية . لكن تلك الوسائل لا تصلح في

[1] لوصيف عمار،**استراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرون مع الإشارة للتجربة الجزائرية**، مذكرة ماجيستير في كلية العلوم الاقتصادية، قسنطينة، 2009، ص29.

[2] منصوري الزين، **وسائل وأنظمة الدفع والسداد الالكتروني عوامل الانتشار وشروط النجاح**، مداخلة في الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر المركز الجامعي خميس مليانة،26-27 افريل2011، ص12.

[3] صالح الياس، **مستقبل وسائل الدفع التقليدية في ظل وجود الوسائل الحديثة**، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر، عرض تجارب دولية، المركز الجامعي، خميس مليانة، الجزائر، 26-27افريل 2011، ص9.

تسهيل التعامل الذي يتم عن بعد في بيئة غير مادية، كالعقود الالكترونية التي تبرم عبر شبكة الانترنت، حيث تتوارى المعاملات الورقية، من هنا تظهر أهمية ابتكار وسائل سداد تتفق مع طبيعة التجارة الالكترونية، لهذا كان الدفع الكترونيا.

يمكن للعميل الوفاء بمقابل السلعة أو الخدمة بنفس الطرق التقليدية المتبعة في التعاقد بين غائبين، مثل إرسال شيك، عن طريق البريد أو من خلال فاكس، أو إرسال البيانات الخاصة بحسابه البنكي، ولكن هذه الوسائل لا تصلح خصوصية التجارة الالكترونية ومقتضيات السرعة فيها، لذا كانت أهمية اللجوء إلى الدفع الالكتروني من خلال شبكة الاتصال اللاسلكية عبر الحاسب(télématique)[1].

3. خصائص وسائل الدفع الإلكترونية:

ما زاد من أهمية وسائل الدفع الالكترونية الخصائص التي تميزها عن الوسائل التقليدية والتي يمكن تلخيصها كالأتي:

الجدول(2-1) خصائص الدفع الإلكتروني.

1-الطبيعة الدولية في الدفع الالكتروني.	يعتبر الدفع الالكتروني وسيلة مقبولة في جميع لدول وفي جميع أنحاء الدول.
2-استخدام النقود الالكترونية.	تخصص لعملية الدفع الالكتروني نقودا على شكل الكتروني قد تكون على شكل شرائح،برامج أو أقراص ذاكرة.
3-البعد في تسوية المعاملات الالكترونية.	تسمح الانترنيت بتسوية معاملات الدفع والتي تتسم بالبعد بين أطراف التعامل.
4-أسلوب الدفع.	يتم الدفع إما عن طريق بطاقات مخصصة للشراء عبر الانترنيت او من خلال البطاقات البنكية العادية. يتم الدفع عبر شبكتين الأولى تختص فقط بأطراف التعامل ويلتزم وجود علاقات مالية وتجارية مسبقة بينهم الثانية عامة يتداولها الأفراد دون وجود روابط

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على لوصيف عمار، استراتجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرون مع الإشارة للتجربة الجزائرية، مذكرة ماجستير في كلية العلوم الاقتصادية قسنطينة 2009/2008.

[1] لوصيف عمار، مرجع سبق ذكره ص29-30.

4.وسائل وأنظمة الدفع المستخدمة في التجارة الالكترونية:

إن التعامل التجاري الالكتروني يستلزم إلى جانب توفر تكنولوجيا متقدمة ونظم اتصالات حديثة أيضا توافر القدرة التشغيلية اللازمة لأداء الخدمات المصرفية وإجراء المدفوعات، فقد أدى التطور السريع والمتتابع في تكنولوجيا الاتصالات إلى تطور النظام النقدي وأدوات الدفع في المعاملات التجارية وعلى كل المستويات من خلال ما يسمى بنظام النقل الالكتروني للأموال، والذي تتم فيه كل المدفوعات باستخدام وسائل الاتصالات الالكترونية.

فظهور التجارة الالكترونية وانتشارها تطلب إيجاد وسيلة لدفع مقابل السلع والخدمات ، لهذا استحدثت وسائل دفع جديدة ملائمة لمتطلبات هذه التجارة ومساهمة في زيادة فعاليتها، فالنظام المالي(البنوك والوسطاء والأسواق غير مصرفية) بصفة عامة ونظم الدفع بصفة خاصة تعتبر بمثابة البنية الأساسية المالية لعالم الأعمال الحديث، وذلك أن كل المعاملات المالية والتجارية في مجال التجارة الالكترونية يصعب دفعها نقدا.

وتعرف نظم الدفع في التجارة الالكترونية بأنها الدورة الالكترونية المأمونة والسريعة لنقل الأموال من المشتري إلى البائع عبر المؤسسات المالية وبأقل تكلفة ممكنة، كما يعرفها البنك المركزي الأوروبي أنها كل عملية دفع صدرت وعولجت بطريقة الكترونية[1].

وإدماج التطورات التكنولوجية في مجال الأعمال المصرفية الالكترونية يتيح العديد من الفوائد للبنوك والمؤسسات المالية في أداء وتقديم مزيج متنوع من الخدمات المالية والمصرفية لعملائها من المؤسسات والأفراد، في نمط تفاعلي الكتروني بين مقدم الخدمة ومتلقيها، سيتم بالسرعة والسهولة في تلبية احتياجات العميل وتسهيل عملية التبادل التجاري، لذلك تعتبر وسائل الدفع الالكترونية عاملا هام لتفعيل دور التجارة الالكترونية وزيادة كفاءتها، ويمكن أن يبرز ذلك في النقاط لتالية:

- سرعة أداء أطراف التبادل التجاري لمعاملاتهم التجارية والوفاء بالتزاماتهم المالية بسرعة فائقة مهما كان بعد المسافة.
- تعرض الخدمات المصرفية والمالية على طول ساعات اليوم وخلال كل أيام الأسبوع، وبهذا تتجاوز البنوك المصرفية الالكترونية على عكس البنوك التقليدية عامل الزمن.
- إمكانية القيام بأي عملية من البيت أو من أي مكان يتوفر على وسائل الاتصال الحديثة.

ويمكن أن نلخص أهم وسائل الدفع الالكترونية:

[1] حسين رحيم، هواري معراج، **الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية**، الملتقى الوطني الأول حول المنظومة المصرفية الجزائرية والتحولات الاقتصادية- الواقع والتحديات - ، 15/14ديسمبر ، جامعة شلف، 2004، ص 320.

أ. النقود الالكترونية:

النقد الالكتروني هو عبارة عن حامل الكتروني ينطوي على قيمة تمثل حقا لصاحبه على مصدر هذا النقد على أن يكون إصدار هذا النقد مقابل وديعة لا تقل قيمتها عن القيمة المصدرة، ويمكن أن تشمل النقود الالكترونية عدة أشكال منها:

- **النقود الالكترونية المبرمجة:**

أصبح من الممكن عن طريق استغلال برمجيات معينة من أشهرها برنامجe-cach استخدام النقود الالكترونية لإتمام عمليات الشراء عبر الانترنيت، كما أن هذه البرمجيات تتيح إرسال النقود الالكترونية بالإرفاق مع رسالة بريد الكتروني، ولا بد من وجود ثلاث أطراف: الزبون، البائع والبنك الذي يعمل الكترونيا على الانترنيت، والى جانب ذلك لا بد من أن يتوفر لدى كل طرف من هذه الأطراف برنامج النقود الالكترونية نفسه ومنفذ إلى الانترنيت وحساب بنكي لدى البنك المركزي[1].

- **الشيكات الالكترونية:**

وهو مثل الشيك التقليدي، أمر بالدفع من الساحب إلى المسحوب عليه لدفع مبلغ مسمى إلى المستفيد، غير انه يختلف عنه في انه يرسل الكترونيا، وقد أصدرت البنوك والمؤسسات المالية والمصرفية الشيك الالكتروني لاستخدامه في تسديد المعاملات في التجارة الالكترونية.

- **المحفظة الالكترونية:**

قد تكون المحفظة الالكترونية بطاقات بلاستكية ومغناطيسية يستطيع حاملها استخدامها في شراء احتياجاته وأداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات دون الحاجة إلى حمل مبالغ كبيرة.

- **البطاقات المصرفية:**

وتعتبر هذه البطاقات وسيلة للتخزين أو حفظ النقد تمكن حاملها من الحصول على نقود، سلع، خدمات أو أي شيء آخر له قيمة مالية.

ب. الهاتف المصرفي:

يمكن الهاتف المصرفي العميل من الاستفسار عن رصيده دون اللجوء إلى الطوابير الطويلة وكذلك إجراء عملية الدفع، حيث انه يسمح بمعرفة الزبون وتبليغ الدفع لمقدم الخدمة وذلك باستخدام خدمة

[1] ابراهيم بختي، التجارة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص 72.

الرسائل المختصرة أو المكالمات الهاتفية، وقد أصبح الخط الهاتفي حاليا من أكثر القنوات المستعملة في التعاملات المالية والتبادلات التجارية.

ج. أوامر الدفع المصرفية الالكترونية وخدمات المقاصة الالكترونية:

(BACS) وهي من إحدى وسائل الدفع في تاريخ محدد وشخص محدد بناء على طلب العميل، يتم من خلالها تحويل النقود من حساب العملاء إلى حساب أشخاص أو هيئات أخرى في أي فرع لأي فرع مصرفي في الدولة، و الآن أصبحت تتم خدمات مقاصة الدفع الالكتروني للتسوية الالكترونية في المدفوعات.

د. الانترنيت المصرفي:

ويمكن الانترنيت المصرفي في البنوك من خلق فضاء الكتروني تواصلي ومستمر بين مقدم الخدمة (البنك أو المؤسسة المالية) ومتـــلقيها(العميل) يمكنها من تقديم خدماتها المصرفية التي يحتاجها[1].

المطلب الثاني: تامين الدفع الالكتروني.

لقد أصبحت الانترنيت أداة أساسية للتعاملات المالية التي تجري بين الزبون ومنظمات الأعمال ومتاجرها الالكترونية، لذلك فان سرية وامن المعلومات التي يجرى تبادلها عند إبرام صفقات التجارة الالكترونية، لذلك فقد أصبحت سرية وامن البيانات من القضايا المهمة والضرورية جدا لنجاح التجارة الالكترونية. ومن أهم الوسائل والأنظمة المستخدمة في تامين التعاملات المالية الالكترونية:

1. تقنية طبقة الفتحات الآمنة(ssl)

-هذه التقنية طورت من طرف شركة نت سكيب التي ساعدت على زيادة الثقة في التجارة الالكترونية ومستوى الأمان فيها مما جعلها أساس التجارة الالكترونية في العالم حيث قامت معظم الشركات المنتجة لمتصفحات الانترنيت بالأخذ بها وتزويد متصفحاتها بهذه التقنية[2].

و(ssl) برنامج يحتوي على بروتوكول تشفير متخصص لنقل البيانات والمعلومات المشفرة بين جهازين عبر شبكة الانترنيت بطريقة آمنة بحيث لا يمكن قراءتها إلا من طرف المرسل والمستقبل لان قوة تشفيرها تكون قوية ويصعب فكها وهي تختلف عن طريق التشفير الأخرى في أمر واحد وهو انه

[1] محرز نور الدين، صيد مريم، مداخلة بعنوان: **نظام الدفع الإلكتروني ودوره في تفعيل التجارة الإلكترونية مع الإشارة لحالة الجزائر**، الملتقى الدولي الرابع حول: عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر، عرض تجارب دولية، المركز الجامعي سوق أهراس،2011/07/25، ص ص 13-14.

[2] Ssl: Secure sock et tayer.

لا يطلب من مرسل البيانات تشفير المعلومات التي يريد حمايتها فقط عليه التأكد من أن البروتوكول مستخدم بالقوة المطلوبة[1].

أ. كيفية عمل هذه التقنية:

يقوم هذا البرنامج بربط المتصفح الموجود على جهاز العميل(المستخدم أو لمشتري) بجهاز الخادم الخاص بالموقع المراد الشراء منه وهذا طبعا إذا كان مزودا بهذه التقنية أساسا ويقوم هذا البرنامج بتشفير أي معلومة صادرة عن ذلك المتصفح وصولا إلى جهاز الخادم باستخدام بروتوكول الانترنيت[2]TCP/IP.

ولقد سميت بالطبقة الآمنة لأنه برنامج يعمل كطبقة وسيطة بين بروتوكول النقل وبروتوكول http:(hyper text Transfer Protocol)

ب. خطوات استخدام برنامج(ssl):

- يقوم الموقع بالتقدم إلى إحدى الهيئات المستقلة التي تصدر شهادة رقمية تثبت هوية وصحة الموقع بعد التأكد الهيئة من نشاط وحسن سيرة هذا الموقع تقوم بإصدار شهادة رقمية له تدون فيها معلومات خاصة بالموقع مثل اسم الشركة وتاريخ إصدار وانتهاء الشهادة وكذلك يتم إصدار المفتاح العام والخاص للموقع[3].
- عند دخول زائر الموقع (المشتري) للصفحة الآمنة التي يدخل فيها البيانات والمعلومات للشراء يقوم المتصفح المزود بهذا البرنامج بالجهاز الخادم الأمن للموقع الذي يطلب منه: الشهادة الرقمية، مصدرها، تاريخ انتهائها للتأكد من مصداقية الموقع، علما أن هذه الخطوات تتم بواسطة المتصفح لديك دون علمك أو تدخلك وبعد التأكد يقوم التصفح بإعلامك بالتطابق أو عدمه وبعض الملاحظات إن وجدت.

يقدمssl امن "مصافحة" اليد"hand shake "والذي يتبادل فيه حاسبات العميل والخادم دفعة موجزة من الرسائل، في هذه الرسائل يكون متفقا على مستوى الآمن المستخدم في تبادل الشهادات الرقمية، والمهام الأخرى، يعرف كل حاسب الحاسب الأخر، وبعد التعريف، يخلط sslالمعلومات المتدفقة بين الحاسبين، ويفك خلطها، يعني هذا أن المعلومات في كل من طلب HTTP،ورد HTTPتكون مشفرة، تتمثل المعلومات المشفرة URL الذي يطلبه العميل، وأي صيغ تحتوي على معلومات يكملها العميل(والتي يمكن أن تشمل رقم بطاقة الائتمان)، وبيانات تحويل سلطة اتصال HTTP ، مثل أسماء

[1]إبراهيم بختي، **دور الانترنيت وتطبيقاته في مجال التسويق**، رسالة دكتوراه كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر،2003، ص134.
[2]يوسف احمد أبو فارة، **التسويق الالكتروني**، الطبعة الثانية،دار وائل، عمان،2007، ص164-166.
[3]يوسف احمدأبو فارة، نفس المرجع، ص366.

المستخدمين وكلمات المرور. وباختصار تكون كل الاتصالات بين العملاء والخدم القادرين على ssl مشفرة.

عندما يشفر sslالعديد من أنواع الاتصالات المختلفة بين الحاسبات بالإضافة إلىHTTP أيضا.

تسمح طبقة الفتحات الآمنةSecure sok et slayers بتحديد طول جلسة المفتاح الخاص الناتجة من كل عملية جارية مشفرة بأطوال بت متنوعة(مثل 40بت،56بت،128بت و 168بت)،ويكون مفتاح الجلسة session Key المفتاح الذي يستخدم خوارزم الخلط في إنتاج النص مشفر من النص البسيط خلال جلسة آمنة واحدة.

وكلما زاد طول المفتاح كلما ازدادت مقاومة الخلط للهجوم، ويحدد متصفح الويب الذي يدخل في جلسة ssl انه في جلسة مشفرة (تستخدم معظم المتصفحات رمزا رسوما أو أيقونة في شريط حالة المتصفح)، وبمجرد أن تنتهي الجلسة، يهمل مفتاح الجلسة تماما، ولا يعاد استخدامه في جلسات آمنة تالية[1].

ج. الحركات المالية الآمنة:

الغاية من هذا البروتوكول ضمان الحفاظ على امن البيانات (خصوصيتها وسلامتها والتحقق من وصولها إلى الجهة المطلوبة) أثناء إجراء الحركات المالية عبر شبكة مفتوحة مثل الانترنيت، يستخدم بروتوكول الحركات المالية الآمنة برمجيات تدعى برمجيات المحفظة الالكترونية، وتحتوي المحفظة الالكترونية على رقم حامل البطاقة والشهادة الرقمية التابعة له، أما التاجر فتكون له شهادة رقمية صادرة عن احد البنوك المعتمدة ويستخدم كل من حامل البطاقة والتاجر الشهادة الرقمية التابعة له مما

يسمح لكل منهما التحقق من هوية الأخر عند إجراء الحركات المالية عبر الانترنيت، ولا يمكن للتاجر مشاهدة رقم البطاقة الائتمانية أثناء جلسة بروتوكول الحركات المالية الآمنة، حيث ترسل الصيغة المشفرة لهذا الرقم إلى مصدر هذه البطاقة للموافقة على إجراء الحركة المالية مع التاجر، وتضمن هذه الطريقة عدم عرض الرقم، كما تمنع أي تعديل غير مرخص به أثناء إرسال البيانات[2].

[1] جاري شنا يدر، **التجارة الالكترونية**، تعريب سرور علي إبراهيم سرور،مراجعة محمد يحي عبد الرحمن،تقديم عبد المنعم بن إبراهيم العبد المنعم، الطبعة الانجليزية، دار المريخ، القاهرة، 2008، ص561.

[2] مسعوداوي يوسف ، سعيدي جميلة، **وسائل الدفع الالكترونية**، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر، جامعة البليدة،2011/07/25، ص8.

د. التشفير الالكتروني:

- **تعريف التشفير:**

التشفير هو آلية تغير محتوى المعاملة أو الرسالة من شكلها المفهوم إلى شكل غير مفهوم و ربما غير مقروء، وذلك باستخدام رقم (برنامج) يطلق عليه "مفتاح التشفير"، وذلك قبل إرسال هذه المعاملة أو الرسالة إلى المرسل إليه، على أن هذا الأخير يكون قادرا على استعادة محتوى الرسالة مرة أخرى، بطريقة عكسية من خلال معرفة مفاتيح التشفير التي استخدمت وكذا طريقته[1].

عادة ما يستند تشفير ملف ما إلى صيغة رياضية معقدة تسمى (الخوارزميات) وإما قوة التشفير فترتكز على نقطتين أساسيتين وهما الخوارزمية وطول المفتاح، وبالتالي فك التشفير يكون عبارة عن إرجاع الملف المشفر إلى هيئة الأصلية[2]، وذلك باستخدام المفتاح المناسب لفك الشفرة.

- **أنواع التشفير:**

نستطيع أن نقسم التشفير إلى قسمين، وذلك انطلاقا من نوعية المفتاح المستعمل:

✓ **التشفير المتماثل:**

في التشفير المتماثل يستخدم كل من المرسل والمستقبل المفتاح السري ذاته في تشفير الرسالة وفك تشفيرها ويتفق الطرفان في البداية على عبارة المرور ، التي سيتم استخدامها ويمكن أن تحتوي عبارة المرور حروف كبيرة وصغيرة ورموزا أخرى بعد ذلك تحول برمجيات التشفير عبارة المرور إلى حد ثنائي ويتم إضافة رموز أخرى لزيادة طولها ويشكل العدد الثنائي الناتج مفتاح تشفير الرسالة وبعد استقبال الرسالة المشفرة، يستخدم المستقبل عبارة المرور نفسها من اجل فك تشفيرة النص المشفر إذ تترجم البرمجيات مرة أخرى، عبارة التشكيل المفتاح الثنائي الذي يتولى إعادة التحويل النص إلى شكله الأصلي المفهوم[3].

أما الثغرة الكبيرة في هذا النوع من التشفير، تكمن في تبادل المفتاح السري دون أمان، مما أدى إلى تراجع استخدام هذا النوع من التشفير.

---

[1] العاني إيمان، **البنوك التجارية وتحديات التجارة الالكترونية**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري-قسنطينة، 2007، ص105.

[2] مسعوداوي يوسف، سعيدي جميلة، مرجع سبق ذكره، ص9

[3] عبد الحميد برحومة ، صورية بوطرفة، **النقود الالكترونية والأساليب البنكية الحديثة في الدفع والتسديد** ، الملتقى الدولي العلمي الرابع عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر-عرض تجارب دولية-جامعة المسيلة،26-27/04/2011 ، ص14.

✓ **التشفير اللامتماثل(المفتاح العام):**

جاء التشفير اللامتماثل حلا لمشكلة التوزيع غير الآمن للمفاتيح في التشفير المتماثل، فعوضا عن استخدام مفتاح واحد يستخدم التشفير اللامتماثل مفتاحين اثنين تربط بينهما علاقة، ويدعى هذان المفتاحان بالمفتاح العام والمفتاح الخاص. ويكون المفتاح الخاص معروفا لدى جهة واحدة أو شخص واحد فقط وهو المرسل، ويستخدم لتشفير الرسالة وفك شفرتها أما المفتاح العام فيكون معروفا لدى أكثر من شخص أو جهة ويستطيع المفتاح العام فك شفرة الرسالة شفرها المفتاح الخاص ويمكن استخدامه أيضا لتشفير الرسائل مالك المفتاح الخاص ولكن ليس بإمكان احد استخدام المفتاح العام لفك شفرة رسالة شفرها هذا المفتاح العام، إذ أن مالك المفتاح الخاص هو الوحيد الذي يستطيع فك شفرة الرسائل التي شفرها المفتاح العام، ورغم انه أفضل وأكثر أمانا من التشفير المتماثل إلا انه أيضا يجب أن تكون جلسة التشفير وجلسة فك التشفير متزامنين تقريبا رغم كل هذه المزايا إلى انه اخترق هذا النظام ليحل بعده هو البصمة الالكترونية الذي لم يخترق لحد الساعة[1].

ذ. البصمة الالكترونية:

رغم أن التشفير يمنع المتلصصين من الاطلاع على محتويات الرسالة إلا انه لا يمنع المخربين من العبث بها، أي أن التشفير لا يضمن سلامة الرسالة ، ومن هنا ظهرت الحاجة إلى البصمة الالكترونية للرسالة وهي بصمة رقمية يتم اشتقاقها وفقا لخوارزميات معينة تدعى بدوال التمويل إذ تطبق هذه الخوارزميات حسابات رياضية على الرسالة لتوليد بصمة (سلسلة صغيرة) تمثل ملفا كاملا أو رسالة (سلسلة كبيرة)، وتدعى البيانات الناتجة بالبصمة الالكترونية للرسالة[2].

تتكون البصمة الالكترونية للرسالة من بيانات لها طول ثابت يتراوح بين128bits، تأخذ من الرسالة المحولة ذات الطول المتغير،وتستطيع هذه البصمة تمييز الرسالة الأصلية والتعرف عليها بدقة، حتى ا ن أي تغيير في الرسالة ولو في bit واحد سوف يقضي إلى بصمة مختلفة تماما[3].

ر. التوقيع الرقمي:

يجعل التوقيع الرقمي تحويل المعاملات أكثر أمنا وسرية فهو بمثابة ختم الهوية التي تلازم الرسالة عبر الانترنيت، وهو يستخدم من اجل التأكد من أن الرسالة قد جاءت من مصدرها دون التعرض لأي تغيير أثناء عملية النقل بحيث "يستخدم المرسل المفتاح الخاص لتوقيع الوثيقة الكترونيا

[1]. عبد الحميد برحومة ، صورية بوطرفة، مرجع سبق ذكره،ص14.
[2]يوسف مسعو داوي ، سعيدي جميلة، مرجع سبق ذكره، ص8.
[3]العاني إيمان،مرجع سبق ذكره، ص110.

أما المستقبل فيتحقق من صحة التوقيع عن طريق المفتاح العام، ويمكن دمج البصمة الالكترونية والمفتاح العام بحيث تموه الرسالة أولا لإنشاء بصمة الكترونية لها ثم تشفر البصمة الالكترونية باستخدام المفتاح الخاص للمالك مما ينتج عنه توقيع رقمي يلحق بالوثيقة المرسلة وللتأكد من صحة التوقيع يستخدم المستقبل المفتاح العام المناسب لفك شيفرة التوقيع"

و"تقوم شركة سايبر سيف بتطوير شكل أخر من التوقيع الالكتروني وهو بطاقات ذكيات بحجم بطاقات الائتمان التي تبرمج بشفرة المستخدم الخاصة به ويقول (جيمس كانا فينو) الموظف التنفيذي لهذه الشركة أن شركات السمسرة تصرف حوالي 500 دولار في معالجة الورق لزبون جديد إما باستخدام التوقيع الالكتروني يمكن تخفيض ذلك إلى 50دولار أو اقل"[1].

ز. الشهادات الرقمية:

هي عبارة عن وثائق الكترونية تثبت هوية المستخدمين عبر شبكة الانترنيت ويتولى إصدار هذه الشهادات جهة موثوق فيها يسمى سلطة إصدار الشهادات، تحتوي كل شهادة رقمية يتم إصدارها على معلومات مهمة تتعلق بمالكها وبالسلطة التي أصدرت هذه الشهادة مثل:

- اسم حامل الشهادة.
- المفتاح العام لحامل الشهادة.
- اسم سلطة إصدار الشهادة الرقمية.
- رقم متسلسل.
- تاريخ الإصدار.
- مدة صلاحية الشهادة[2].

ومثال على ذلك المؤسسة العالمية (GLOBALSIGN)المانحة للشهادات الرقمية عبر أطراف معتمدة وهي تصدر ثلاث أنواع من الشهادات الرقمية:

- شهادات التعريف الرقمية على مستوى الأفراد.
- شهادات التعريف الرقمية على مستوى مزودات (خادم) الويب المستخدمة في مواقع التجارة الالكترونية.
- شهادات التوقيع الرقمية التي تستخدم في توقيع الرسائل الالكترونية[3].

[1] مصطفى يوسف كافي،التجارة الالكترونية، دار رسلان للنشر،دمشق، سوريا،2010 ،ص190-192.
[2] خضر مصباح سماعيل الطيطي، **إدارة المعرفة التحديات والتقنيات والحلول**، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2010 ، ص259.
[3] إبراهيم بختي، **دور الانترنيت وتطبيقاته في مجال التسويق**، مرجع سبق ذكره، ص129.

المبحث الثاني: البنوك الإلكترونية

البنوك الالكترونية بمعناها الواسع ليست مرد فرع لبنك قائم يقدم خدمات مالية فحسب، بل موقعا ماليا تجاريا، وإداريا واستثماريا شاملا، له وجود مستقل على الخط يتم التعاقد معه للقيام بخدمات، أو تسوية المعاملات، أو إتمام الصفقات على مواقع إلكترونية وهو ما يمثل أهم تحدي في ميدان البنوك الالكترونية، وتظهر المنافسة قوية بين البنوك التجارية والمؤسسات المالية، وبين المؤسسات الكبيرة والصغيرة، ووفقا لذلك سيقوم العملاء بالمقارنة بين خدمة البنوك واختيار الأنسب منها.

المطلب الأول: تعريف البنوك الإلكترونية

لم تعد البنوك التجارية المؤسسات الوحيدة المخولة بتقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية، فأثاره التجارة الالكترونية اهتمام منافسين جدد على تقديم هذه الخدمات، وقد تجلى السبيل اليسير إلى ذلك في إقامة بنوك افتراضية لها وجود كامل على الانترنيت دون ارتباطها بمقرات وفروع حقيقية، يحتوي موقعها كافة البرمجيات اللازمة للأعمال المصرفية.

1. تعريف البنوك الإلكترونية:

يعتبر مصطلح البنوك الالكترونية أو بنوك الانترنيت أو بنوك الويب أو البنك المحمول تعبيرا متطورا وشاملا للمفاهيم التي ظهرت في مطلع التسعينات، وهي بمعناها الحديث ليست مجرد فرع لبنك، وإنما هي بنك مستقل بذاته يقدم كافة الخدمات التي يقدمها أي بنك تقليدي آخر، غير أن الفارق بينهما انه بنك لا وجود له على الأرض وإنما مقره على شبكة الأنترنيت[1].

2. أنواع البنوك الإلكترونية:

هناك ثلاث صور أساسية للبنوك الالكترونية على الانترنيت هي:

- **الموقع المعلوماتي Informational:**

ويتمثل في المستوى الأساسي للبنوك الإلكترونية أو ما يمكن تسميته بصورة الحد الأدنى من النشاط الالكتروني المصرفي، ومن خلاله فإن البنك يقدم معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية.

[1] منير محمد الجنبيهي وممدوح محمد الجنبيهي، **البنوك الإلكترونية**، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، مصر، 2004، ص 18.

- **الموقع التفاعلي أو الاتصالي Communicative:**

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

- **الموقع التبادلي Transactional:**

هو المستوى الذي يمكن القول بأن البنك فيه يمارس خدماته وأنشطته في بيئة إلكترونية، حيث تشمل هذه الصورة السماح للزبون بالوصول إلى حساباته وإدارتها وإجراء الدفعات النقدية والوفاء بقيمة الفواتير وإجراء كافة الخدمات الاستعلامية وإجراء الحوالات بين حساباته داخل البنك او مع جهات خارجية[1].

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 الانترنيت، ولعل هذا ما يجعلنا نتمسك بالقول الذي نوضحه من أن البنوك الإلكترونية إنما هي البنوك التي تقع في نطاق النمط الثالث من الأنماط المتقدمة.

والفهم الصحيح لكل مستوى من المستويات المتقدمة يتطلب الوقوف على الخدمات التي يباشرها البنك في كل مستوى[2].

3. الصيرفة الإلكترونية:

يتضح جليا من تعريف البنك الالكتروني أن الصيرفة الالكترونية تعني اتجاه البنوك نحو التوسع في إنشاء مقر لها عبر الانترنيت بدلا من إنشاء مقر ومباني جديدة، وتقديم الخدمات البنكية التقليدية أو المبتكرة من خلال شبكات اتصال الكترونية تقتصر صلاحية الدخول إليها على المشاركين فيها وفقا لشروط العضوية التي تحددها البنوك، وذلك من خلال أحد المنافذ على الشبكة كوسيلة اتصال العلماء بها بهدف:

[1] مداح عرايبي الحاج، بارك نعيمة، **أهمية البنوك الإلكترونية في تفعيل وسنل الدفع الإلكترونية في الوطن العربي**، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية إشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، عرض تجارب دولية، جـــامعة شلف،26-27افريل2011 ،ص 4.

[2] معطى الله خير الدين، بوقموم محمد، **المعلوماتية والجهاز البنكي**، حتمية تطوير الخدمات المصرفية، جامعة قالمة، ص 199.
تاريخ الاطلاع:2016/12/25، على الموقع: http://iefpedia.com/arab/29133 -2Import book marks

- إتاحة معلومات عن خدمات معينة (التعرف على أرصدتهم حساباتهم وطلب الحصول على قروض)
- طلب العملاء تنفيذ عمليات مصرفية مثل تحويل الأموال

4. مهام البنوك الإلكترونية:

- **التحويل الإلكتروني للأموال:**

تعمل المصارف الإلكترونية داخل شبكة المعلومات الدولية عن طريق المشاركة في شبكة حواسيب تتول التداول الإلكتروني لمجموعة من القيود المحاسبية التي تتم بين الدائن و المدين في مختلف المصارف و يهدف نظام التحويل الالكتروني للأموال من اجل تسهيل وتعجيل المدفوعات وتسويتها بين المصارف وهذا ما ينتج عنه تقديم خدمات أفضل للزبائن، من خلال هذه العملية المصرفية تتميز المصارف بميزة تنافسية في الأسواق العالمية من خلال العمل الإلكتروني يتيح للمصارف إمكانية التسوية الفورية للأموال عبر حساباتها الجارية في المصارف المركزية[1].

- **خدمات البطاقات:**

وتشمل هذه الخدمة تقديم بطاقات متميزة لعملاء هذه البنوك ومثال على ذلك بطاقة سوني، وخدمات سامبا الماسية والذهبية والتي يستفيد منها قلة من الزبائن ذوي المستوى المرموق[2].

- **النظام المصرفي المباشر مع الزبون:**

من خلال جهاز الكمبيوتر

ر يستطيع الزبون تحويل أمواله من حساب إلى آخر، للاستعلام عن الرصيد وغيرها من الأعمال البنكية من منزله أو المكتب دون التوجه نحو البنك[3].

- **الهاتف المنزلي:**

هدف هذه الخدمة الإجابة عن استفسارات العملاء دون تنقلهم نحو البنك، وهي خدمة يومية تستمر 24 ساعة. وهناك أشكال لهذه الخدمة ظهرت في بعض الدول، وقد ظهرت هذه الخدمة مع بنك ميدلاند الأمريكي، حيث يمكن للزبون بالقيام بالأعمال المصرفية كتحويل الأموال وذلك بالاتصال مع البنك عن طريق رقم سري، في بريطانيا فعن طريق شاشة يتصل العميل مباشرة مع البنك للقيام بأعماله البنكية وكان ذلك في بريطانيا في 1985.

أما في عام 1987 تمت إضافة خدمة الصوت أي محادثة بين الزبون والمصرف مباشرة من خلال الحاسب الآلي الخاص بالزبون.

---

[1] صراع كريمة، **واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر**، مرجع سبق ذكره، ص 89.

[2] حسن شحاذة الحسين، **العمليات المصرفية الالكترونية**، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، مداخلة مقدمة إلى المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق، جامعة بيروت العربية، 2002، ص 206.

[3] ريش عبد القادر،زيدان محمد، **نظم المعلومات المصرفية** ، دار الكتب للطباعة والنشر، القاهرة، 2000، ص 10.

تميز تكلفة العمل المصرفي على الانترنيت بالانخفاض الكبير وهذا مقارنة بالقنوات التقليدية الحديثة، ولأكثر توضيح، الجدول التالي يوضح أهمية التكنولوجيا والصيرفة الإلكترونية في تحسين الخدمات المصرفية.

جدول رقم (2-2): تقدير تكلفة الخدمات عبر قنوات مختلفة:

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

المصدر: عز الدين كامل أمين مصطفى، الصيرفة الالكترونية، مقال منشور على الانترنيت على الموقع:

http://www.bank afsuban.org./Arabic/period/ masrafi/vd-26/ebanking.html.

ونلاحظ من خلال الجدول أن تكلفة تقديم هذه الخدمة بين الفرع المصرف تصل إلى 295 وحدة في حين تقل عنها إذا قدمت خلال شبكة المعلومات الدولية بأربعة وحدات.

5. أصناف الخدمات المصرفية الإلكترونية:

فيما يلي نستعرض خدمات الصيرفة الإلكترونية والوسائل المتصلة:

أ. الصيرفة الإلكترونية من خلال الصرافات الإلكترونية:

من وسائل الصيرفة الإلكترونية أجهزة الصرف الآلي التي تؤدي دورا هاما في توزيع المنتجات المصرفية وتتمثل فيما يلي[1]:

- **الموزع الآلي للأوراق:(D.A.B Distributeur Automatique Déballes):**

هو آلة أوتوماتيكية تسمح للعميل عن طريق بطاقة الكترونية بسحب مبلغ من المال دون الحاجة للجوء إلى الفرع.

[1] يوسف حسن يوسف، البنوك الإلكترونية، الطبعة الأولى، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، 2012 ،ص 28.

جدول رقم (2-3): الموزع الآلي للأوراق D.A.B

	المبادئ العامة	التقنية	النتائج
الموزع الآلي للأوراق D.A.B	- يسمح بالسحب لكل حائز على بطاقة السحب - يوجد في البنوك، الشوارع، أماكن أخرى - يعمل دون انقطاع	- جهاز موصول بوحدة مراقبة إلكترونية تقرأ المدارات المغناطيسية للبطاقة - هذه الأخيرة نسجل عليها المبالغ المالية الممكن سحبها أسبوعيا	- تخفيض نشاط السحب في الفروع

المصدر: نعمون وهاب، " **النظم المعاصرة لتوزيع المنتجات المصرفية الجزائرية وإستراتيجية البنوك"**، مداخلة مقدمة إلى ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحولات الاقتصادية – واقع وتحديات -، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، يومي 15/14 ديسمبر 2004، ص 273.

- **الشباك الآلي للوراق:(G.A.B Guichet Automatique bancaire)**:

هو أيضا آلة أوتوماتيكية أكثر تعقيدا وتنوعا، فبإضافة إلى خدمة السحب النقدي تقدم خدمات أخرى كقبول الودائع، طلب صك، عمليات التحويل من حساب إلى آخر .... الخ، وكل ذلك والشبابيك الأوتوماتيكية للأوراق متصلة بالحاسوب الرئيسي للبنك.

جدول رقم (2-4): الشباك الآلي للأوراق (G.A.B)

	المبادئ العامة	التقنية	النتائج
الشباك الآلي للأوراق G.A.B	- يخول لكل حائز على البطاقة القيام بالعديد من العمليات منها: السحب، معرفة الرصيد، القيام بتحويلات، طلب شيكات	- جهاز موصول بالكمبيوتر للبنك يقرأ المدارات المغناطيسية للبطاقة التي تسمح بمعرفة الزبون للرصيد بفضل رمز سري	- يستعمل من طرف الزبائن غلق البنوك، خاصة بالزبون المستعجل

المصدر: نعمون وهاب، " مرجع سابق"، ص 274.

- **نهائي نقطة البيع الإلكتروني: (T.P.V Terminal Pointe de Vente):**

تسمح هذه التقنية بخصم قيمة مشتريات العميل من رصيده الخاص بعد أن يمرر موظف نقطة البيع البطاقة الائتمانية على القارئ الالكتروني الموصول مباشرة مع الحاسوب المركزي للبنك بإدخال الرقم السري للعميل (Code Pin)، أين تخصم القيمة من رصيده وتضاف إلى رصيد المتجر إلكترونيا.

جدول رقم (2-5): نهائي نقطة البيع الإلكتروني (T.P.V)

	المبادئ العامة	التقنية	النتائج
نهائي نقطة البيع الإلكتروني T.P.V	- يوضع في المحلات حيث يسمح للعميل بتسوية عملياته التجارية بالبطاقة أثناء التسديد	- فروع موصولة بشبكة تجمع بنوكا مختلفة	- يحل مشاكل نقل الأموال ويوفر الأمن

المصدر: نعمون وهاب، " مرجع سابق"، ص 275.

ب ـ خدمة الصيرفة الإلكترونية عبر الهاتف " الهاتف المصرفي": (Phone Bank)

مع تطور الخدمات المصرفية على مستوى العالم أنشأت المصارف خدمة " الهاتف المصرفي" لتسهيل إدارة العملاء لعملياتهم البنكية وتفادي البنوك طوابير العملاء للاستفسار عن حساباتهم وتستمر هذه الخدمة 24 ساعة يوميا، تقدم هذه الخدمة بالاعتماد على شبكة الانترنيت المرتبطة بفروع البنك

أين تمكن العميل من الحصول على خدمات محددة. فقط بإدخال الرقم السري الخاص به، ومن الخدمات التي يقدمها الهاتف المصرفي على مستوى العالم[1]:

- ✓ يتم تطبيق هذا النظام في "ميلاند بنك" باسم "First derect Acount" عن طريق الاتصالات الهاتفية بإدخال الرقم السري الخاص بالعميل ليحول من حسابه بالمصرف لسداد بعض التزاماته مثل فاتورة التليفون، الغاز، الكهرباء
- ✓ في المملكة المتحدة الأمريكية أدخلت هذه الخدمة منذ عام 1985 وتعمل بواسطة شاشة لدى العميل في منزله لها اتصال مباشر بالمصرف، وفي عام 1986 تم إدخال خدمات جديدة للهاتف المصرفي تتمثل في خدمة التحويلات المالية من حساب العميل المدفوعة لسداد الكمبيالات والفواتير عليه.
- ✓ وفي نوفمبر 1994 استحدث "باركليز بنك" خدمة تحويل الأموال، ودفع الالتزامات وأتاحت خدمة الهاتف المصرفي للعميل فرصة التعاقد للحصول على قرض أو فتح اعتمادات مستندية وغيرها.

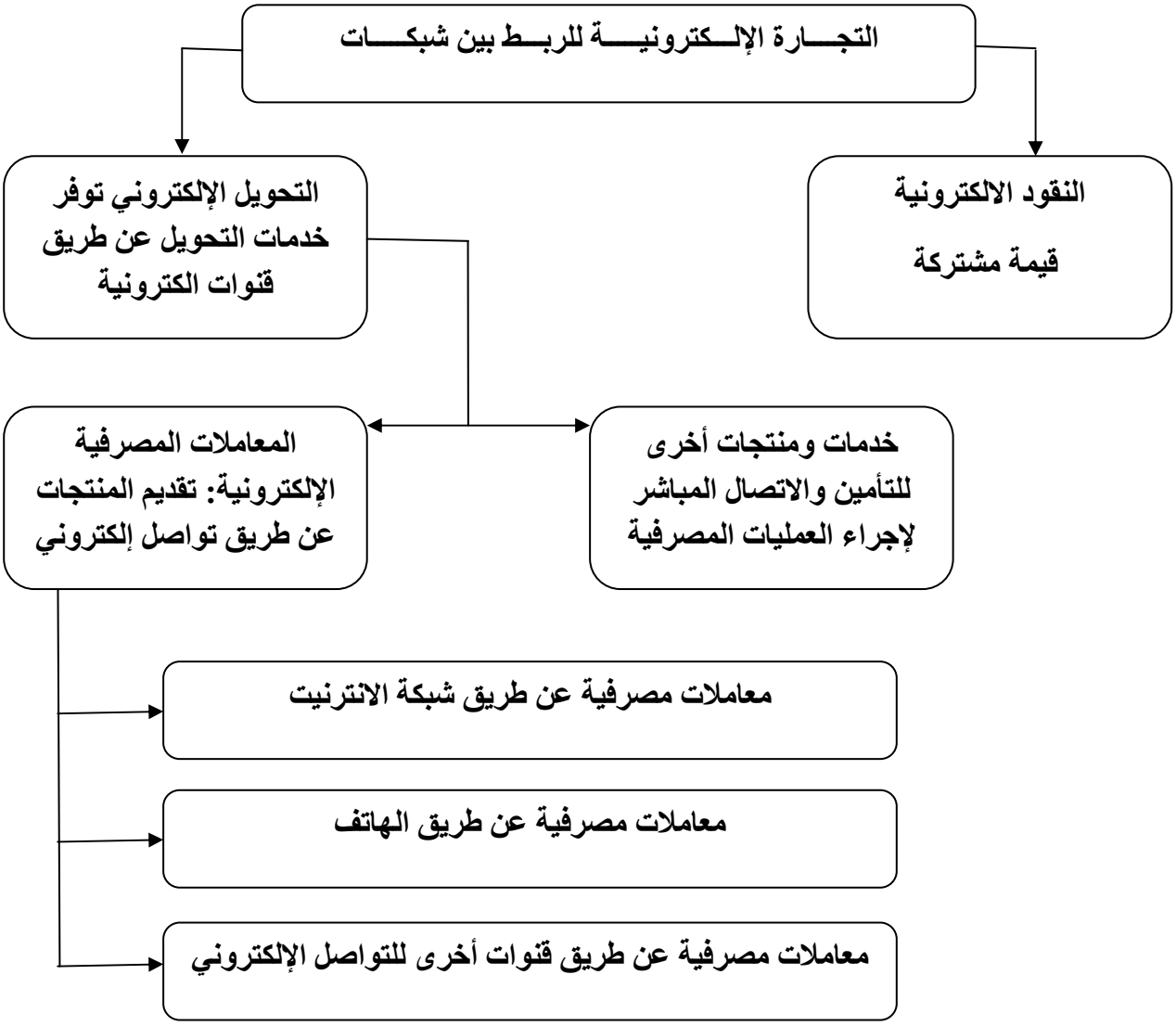
ت ـ أوامر الدفع المصرفية الإلكترونية وخدمات المقاصة الإلكترونية

تأسست خدمات المقاصة الإلكترونية عام 1960، ويتم من خلالها تحويل النقود من حسابات العملاء إلى حسابات أشخاص أو هيئات أخرى في أي فرع ولأي مصرف في دولة أخرى كدفع المرتبات الشهرية م حساب صاحب العمل إلى حساب الموظفين[2].

كما يتم تسوية المدفوعات المصرفية عن طريق نظام التسوية الإجمالية بالوقت الحقيقي (Real Timeselt element) (System RTGS) ضمن خدمات المقاصة الالكترونية ويتيح هذا النظام بطريقة إلكترونية آمنة نقل وتحويل مبالغ مالية من حساب بنكي إلى آخر بسهولة حيث تتم المدفوعات في نفس اليوم وبنفس قيمة اليوم دون إلغاء أو تأخير.

[1] يوسف حسن يوسف، مرجع سبق ذكره، ص 32.
[2] نفس المرجع، ص ص 33- 34 .

الشكل رقم (2-1): صور المعاملات المصرفية الإلكترونية



6. المقاصة الالكترونية:

- **مفهوم المقاصة الإلكترونية:**

يمكن القول أن المقاصة الإلكترونية تأسست في عام 1960، وهي " تختص في بالمعالجة الآلية لوسائل الدفع العام (صكوك، تحويل، اقتطاع، عمليات السحب والدفع بالبطاقات المصرفية...)، وذلك باستعمال وسائل متطورة مثل الماساحات الضوئية (Scanners) والبرمجيات المختلفة، ويتم من خلالها نقل وتحويل مبالغ مالية من حساب إلى حساب بطريقة إلكترونية آمنة[1].

[1] نوال شيشة ، زنيتي فريدة، **المقاصة الإلكترونية وتجارب الدول المغاربية فيها**، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في الجزائر، خميس مليانة، الجزائر، 2011،.ص21.

ونعني بالمقاصة الإلكترونية "عملية تبادل المعلومات والتي تشمل بيانات وصور ورموز الشيكات بوسائل إلكترونية من خلال مركز المقاصة الإلكترونية في المصرف المركزي وتحديد صافي الأرصدة الناتجة عن هذه العملية في وقت محدد".

وتعني أيضا إجراء تقاس الشيكات بين البنوك، عن طريق المصرف المركزي، بموجب صور الكترونية للشيكات وبدون أن يجري تبادل الشيكات فعليا بين البنوك"[1].

كما اصدر بنك الجزائر ما يسمى "نظام الدفع الشامل للمبالغ الصغيرة"، والذي حدد بمقتضى النظام رقم 05-06 الصادر في 15 ديسمبر 2005 والمتعلق بنظام المقاصة ما بين البنوك، ويهدف إلى تسوية المعاملات ومعالجتها عن بعد ما بين البنوك والمؤسسات المالية بصورة آلية تحت إشراف المصرف المركزي الجزائري، ويتعلق النظام بالمقاصة الإلكترونية للصكوك والسندات، والتحويلات، والاقتطاعات الأوتوماتكية التي تقل قيمتها عن مليون دينار جزائري، ووفقا لهذا النظام فقد تم استحداث شيكات جديدة

مقارنة بين البنوك الإلكترونية والبنوك التقليدية:

يتيح الانترنيت المصرفي للعملاء فرصة للتسوق الجيد وبتكاليف منخفضة، بالإضافة إلى سهولة الاتصال بالمعلومات المصرفية، ومن هذا المنطلق لأهمية البنوك الإلكترونية توضح فيما يلي مقارنة بين العمل المصرفي الإلكتروني والتقليدي من ناحية التكاليف في توزيع المنتجات المصرفية[2]:

جدول رقم (2-6): فرق التكلفة بين القنوات التقليدية والأنترنيت

	دفع الفواتير	توزيع البرمجيات	المعاملات البنكية	تذكرة الطيران
القنوات التقليدية	3.32-2.22	15.00	1.08	9.10
عبر الأنترنيت	1.10-0.65	1.10-0.20	0.13	1.18
نسبة التوفير	%71-%67	%99-%97	%89	%87

[1] عدلي قندح، **الآثار الاقتصادية للمقاصة الإلكترونية**، الملتقى الأول حول المقاصة الإلكترونية وأبعادها الاقتصادية التنموية، عمان الأردن، 2008، ص 11.
[2] يوسف حسن يوسف، "مرجع سابق"، ، ص ص 18، 19.

"سياسات التجارة الإلكترونية والمسائل القانونية"

من تحليل الجدول يتضح أن فرق التكلفة في دفع الفواتير عبر الانترنيت تصل إلى نسبة 70%، و 98% في توزيع البرمجيات، أما بالنسبة للمعاملات البنكية فرق التكلفة يمثل نسبة 89% في حين فرق التكلفة لتذكرة الطيران تصل إلى 87% كنسبة توفير لفرق التكلفة.

وهو ما يستدل بوضوح أن تكلف العمل المصرفي على الأنترنيت منخفضة بنسبة كبيرة مقارنة بالقنوات التقليدية والحديثة، ولأكثر توضيح ندرج الجدول التالي الذي يوضح أهمية التكنولوجيا والصيرفة الإلكترونية في تحسين الخدمات المصرفية.

الجدول رقم (2-7): تقدير تكلفة الخدمات عبر قنوات مختلفة[1]

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

المطلب الثاني: مخاطر البنوك الإلكترونية:

1. مخاطر البنوك الإلكترونية:

يوجد هناك الكثير من المخاطر التي تحيط بعمل البنك الإلكتروني والنقود الإلكترونية إلا أن هذه المخاطر تتباين تبعا لتنوع درجة تطور التقنية المستخدمة وطرق الإقراض المعتمدة وكذلك طبيعة النظم الأمنية، ومن هذه المخاطر[2]:

- **خطر سعر لفائدة**:Interest rate risk:

يتعلق بتحركات غير ملائمة لسعر الفائدة التي قد تخفض من قيمة النقد الإلكتروني وبالتالي تؤثر على الوضع المالي للبنك.

(1) يوسف حسن يوسف، مرجع سابق الذكر، ص 19.
2 يوسف حسن يوسف، مرجع سبق ذكره، ص 19.

- **خطر السيولة: Liquidiy risk :**

ويشكل خطر كبير للبنوك الإلكترونية المتخصصة ومصدر هذا الخطر هو الزيادة المفاجئة لاستيراد النقود الإلكترونية

- **خطر السمعة:Reputational risk :**

يتمثل في محاولة لتدمير النظام الأمني عن طريق إدخال فيروس إلى نظام البنك الإلكتروني مما يعطل نظام المعلومات

- **خطر السوق:Market risk :**

يأتي من التبادلات الخارجية وقبول العملات الأجنبية في مدفوعات النقد الإلكتروني

- **خطر الائتمان: Credit risk :**

يتمثل في التوسع في منح الاعتمادات للزبائن خارج السوق المعتاد وعندما ترافقه عدم توفر للمعلومات

- **خطر التحويل الخارجي: Transfer risk :**

يتمثل في عدم إمكانية الإيفاء بالالتزامات للعمليات الخارجية بسبب عوامل سياسية اجتماعية

- **الخطر القانوني: Legal risk:**

وهذا مصدره الغموض أو الصعوبة في إمكانية تطبيق القوانين وخاصة المتعلقة بالتوقيع الإلكتروني.

2. مخاطر خرق أنظمة الأمان والحماية:

تتميز عمليات الدفع الإلكترونية بإمكانية اختراقها من قبل القراصنة hackers لشبكة المعلومات، إلا أن التطوير يقدم كل يوم حلولا للسيطرة على مثل تلك المخاطر بدءا من استعمال كلمة السر Pass Word إلى الرقم الشخصي Pin number إلى برامج مؤمنة Secure إلى حوائط نارية Firewall[1].

3. مخاطر التشغيل:

تنشأ هذه المخاطر نتيجة عدم توفر وسائل التأمين الكافية للنظم أو عدم تصميمها أو إنجازها أو نتيجة خطأ معلومات، أو خطأ في تشغيل البرمجيات و تتمثل في الآتي:

[1] علي عبد الله شاهين، **نظم الدفع الإلكترونية ومخاطرها ووسائل الرقابة عليهما** " دراسة تطبيقية على بنك فلسطين"، مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية، المجلد 12، العدد 1، 2010، ص 14-16 .

- **عدم التأمين الكافي للنظم**:

وهي تتعلق بعدم توفر وسائل الأمن الكافية لنظم حسابات المصرف مما يتيح إمكانية اختراقها من قبل أشخاص غير مرخص لهم بذلك Unanthozized Access، حيث يتم التعرف على المعلومات الخاصة بالعملاء واستغلالها سواء أكان ذلك من خارج البنك أو من العاملين فيه

- **عدم ملائمة تصميم النظم أو انجاز العمل أو أعمال الصيانة**:

وهي تنشأ بسبب عدم كفاءة النظم أو إخفاقها (بطء الأداء على سبيل المثال) لمواجهة متطلبات المستخدمين وعدم السرعة في حل المشكلات وصيانة النظم خاصة، إذا ما تم الاعتماد على مصادر من خارج البنك لتقديم الدعم الفني بشأن البنية التحتية اللازمة، أو نتيجة عدم كفاية البرمجيات أو الموظفين القائمين على تلك الأعمال.

- **إساءة الاستخدام من قبل العملاء:**

ويحدث ذلك بسبب عدم إحاطة العملاء بإجراءات التأمين الوقائية الواجب القيام بها أو السماح لعناصر غير مرخصة بالدخول على الشبكة أو القيام بعمليات غسيل أموال باستخدام معلومات العملاء الشخصية.

4. مخاطر التعرض Risk ex Posures:

وهي المخاطر التي تنتج بسبب إخفاق بعض الأنظمة في تحقيق الرقابة على كافة المراحل التي تمر بها العمليات المصرفية الإلكترونية، وضمان عدم إجراء تعديلات على رسائل العملاء أثناء انتقالها عبر القنوات الإلكترونية، وضمان المحافظة على سرية المعاملات.

❖ **البنية التحتية التقنية اللازمة للصيرفة الإلكترونية:**

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 Infrastrastrncteur(ICT) ذلك أن البنوك الإلكترونية تنشط في بيئة الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية، والمتطلب الرئيسي لضمان أعمال إلكترونية ناجحة بل وضمان دخول آمن وسلس لعصر المعلومات، عصر اقتصاد المعرفة، يتمثل بالاتصالات، وبقدر كفاءة البنى التحتية، وسلامة سياسات السوق الاتصالي، وتحديدا السياسات التسعيرة لمقابل خدمات الربط بالانترنيت، فلا تحيا الشبكة وأعمالها دون تزايد إعداد المشتركين الذي

يعوقهم في الوطن العربي تحديدا كلفة الاتصالات، والتي إن كانت قد شهدت تخفيضا في بعض الدول العربية لكنها ليست كذلك في جميعها، وهذه المسالة ربما تمثل أهم تحد أمام بناء البنوك الإلكترونية وتتطلب تدخلا جماعيا لرفع كل قيود تعترض تزايد استخدام الشبكة.

كما أن فعالية وسلامة بنى الاتصالات تقوم على سلامة التنظيم الاستثماري، ودقة المعايير وتوائمها الدولي، 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 المعلومات والعنصر الثاني للبناء التحتي يتمثل بتقنية المعلومات، من حيث الأجهزة والبرمجيات والحلول والكفاءات البشرية المدربة والوظائف الاحترافية، وهذه دعامة الوجود والاستمرارية والمنافسة، ولم يعد المال وحده المتطلب الرئيسي، بل استراتيجيات التواؤم مع المتطلبات وسلامة البرامج والنظم المطبقة لضمان تعميم التقنية بصورة منظمة وفاعلة وضمان الاستخدام الأمثل والسليم لوسائل التقنية.

أما عن عناصر إستراتيجية البناء التحتي في حقل الاتصالات وتقنية المعلومات، فإننا نرى أنها تتمثل بتحديد أولويات وأغراض تطوير سوق الاتصالات في الدولة، ومواءمة هدف الدخول للأسواق العالمية مع احتياجات التطوير التقنية للشركات الخاصة، والسياسات التسويقية والخدمية والتنظيمية المتعين اعتمادها لضمان المنافسة في سوق الاتصالات ولضمان جذب الاستثمارات في هذا القطاع.

وتوفر البنى التحتية العامة يبقى غير كاف دون مشاريع بناء بنى تحتية خاصة بالمنشآت المصرفية، وهو اتجاه تعمل عليه البنوك بجدية، ونكتفي في هذا المقام بالقول أن عنصر التميز هو إدراك مستقبل تطور التقنية وتوفير بنى وحلول برمجية تتيح مواصلة التعامل مع الفتوح الجديدة، فتقنية حصرية تعني دائما ضيقا والمسألة ليست مسألة أموال إنما خطط سلمية وكفاءات إدارة مميزة ترى المستقبل أكثر مما تـرى الحاضر ولا تشعر بالزهو فيما تنجزه بقدر ما تشعر بثقل المسؤولية البقـاء ضمن المميزيـن[1].

❖ البنية التحتية للخدمات المصرفية الإلكترونية:

يتطلب إرساء قواعد الصيرفة الإلكترونية والتجارة الإلكترونية بصفة عامة إيجاد بنية تحتية معتمدة على قطاع تكنولوجيات المعلومات والاتصالات الحديثة، فبالإضافة إلى متطلبات تشريعية وتنظيمية تتضمن التعاملات الإلكترونية، طبقا مع بيئة ثقافية واجتماعية مناسبة:

[1] مداح عرايبي الحاج، بارك نعيمة ، " **أهمية البنوك الإلكترونية في تفعيل وسائل الدفع الإلكترونية في الوطن العربي** "، مرجع سبق ذكره، ص 8.

أ. البنية التحتية اللازمة لبناء وإرساء الصيرفة الإلكترونية:

من خلال ما تم استعراضه سابقا ليتضح لنا بأن البنية التحتية اللازمة لإيجاد الصيرفة الإلكترونية تتضمن ما يلي:

- وجود شبكة إلكترونية عريضة تضم كل الهيئات ذات الصلة ومربوطة بالشبكة العالمية للانترنيت وفقا لأسس قياسية مؤمنة عبر كل مراحل التعاملات المالية والمصرفية
- وضع خطة مرحلية للبدء في إدخال خدمات مصرفية إلكترونية وفقا لأولويات تحددها خطة إستراتيجية على مستوى المصرف المركزي، البلد، موقع البلد في الخارطة السياسية، وتعاونه المالي مع الدول الأخرى، وأن يتم إشراك جميع الأطراف ذات الاختصاص في وضع هذه الخطة.
- وضع النظم القياسية التي تتيح ربط وتبادل البيانات بين مختلف الهيئات حيث أن هناك العديد من النظم التي تحدد قوالب المالية ونظم التأمين القياسية المقترحة للقطاع المالي التي يمكن تبنيها، وبالتالي إتاحة إمكانية الربط والتبادل.
- تطوير التطبيقات المصرفية في المصارف وتوجيه هذا الجهد للاستفادة من الخبرات المتراكمة بين المصرفيين والفنيين في المصارف، ويتم هذا التوحيد على مستويات مختلفة وفقا لخطة لتبني طرق قياسية للتطوير والمشاركة في توحيد التدريب وأهدافه.
- دعم وتشجيع التعاون الإقليمي والدولي في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مما يساعد على التكامل والاستفادة من تجارب بعضهم البعض
- إنشاء الهيئة الإدارية التي تقوم بالتنسيق بين مختلف الهيئات المعنية سواء على مستوى المصرف الواحد، أو على مستوى المصرف المركزي، أو على مستوى البلد، أو المستوى الإقليم التي تنتج الربط والتعاون والتكامل بين مختلف الدول ذات المصالح والأهداف المشتركة

ب. بنية التجارة الإلكترونية:

يرتبط تطور التجارة الإلكترونية في أي بلد بتطور وسائل الدفع الإلكترونية المستعملة في تسوية المعاملات الالكترونية، وبالتالي لبناء الصيرفة الإلكترونية لا بد من وجود التجارة الإلكترونية وكل متطلباتها وكل ما يكمل بعضه البعض[1].

[1] عرابة رابح، **"دور تكنولوجيا الخدمات المصرفية الإلكترونية في عصرنة الجهاز المصرفي الجزائري"**، الدراسات الأكاديمية الاجتماعية والإنسانية، العدد 8، سنة 2012، ص 15.

❖ **الجرائم الإلكترونية ومخاطر وسائل الدفع الالكترونية:**

بغض النظر عن مدى الخبرة والتفوق والابتكار المتوصل إليهم، يشهد عالم الانترنيت العديد من الجرائم وهي كما تعرف بجرائم الكمبيوتر والانترنيت[1]، (فيروسات لتدمير الأنظمة والبرامج الإلكترونية، مواقع مزورة لمؤسسات أو بنوك، قرصنة للمعلومات من المواقع الرسمية، رسائل إلكترونية خادعة ... الخ) تمثل خطرا حقيقيا على مستخدميها.

وسائل الدفع الإلكترونية ليست بمنئى عن هذه الجرائم باعتبار أنها تعتمد على شبكة الانترنيت المفتوحة على العالم بمجمله، ولهذه تحضى بقسط كبير من الجهود المبذولة لتوفير أمان أكثر لمستخدميها من خلال ضبط عمليات التشفير للمعلومات المتبادلة والمتعلقة بالعملية النقدية، لكن وبالرغم من التطور الهام والمساعي الحثيثة إلا أنه لا يوجد في العالم نظام تشفير محكم ومتكامل لا يمكن اختراقه من قبل القراصنة (المحترفين أو الهواة)

فعديد المزايا التي سبق ذكرها لا يعني إطلاقا أن هذه الوسائل الحديثة متكاملة وتخلو من العيوب، بل تتضمن في ثناياها مخاطر جمة سنحاول فيما يلي التركيز على إبرازها:

- **قرصنة البيانات**:

تشكل القرصنة في العقود التي تتم في الأنترنيت الهاجس الأكبر لاسيما بالنسبة للعمليات النقدية فقد يتم الحصول على بيانات شخص بطريقة غير شرعية ومن دون علمه ليتم استعمالها للحصول على بطاقات بنكية عبر الانترنيت، خاصة إذا كانت الهيئات لا تتخذ إجراءات أمنية كافية للتصدي لهذا المشكل[2].

كما قد يقدم الموظفون في البنوك الإلكترونية[3]، على جرائم الاحتيال من خلال تمكنهم من الحصول على الأرقام السرية والشفرات وكل المعلومات الخاصة بحساب الزبائن ومن ثم القيام بسحبها أو التلاعب بها، مما يكلف البنك ضررا ماديا كبيرا ناجم عن اختلاس أموال زبائنه من جهة وعن تحمله لتكاليف إضافية لأجل إعادة إصلاح وضبط بيانات زبائنه[4].

- **غسيل الأموال في ظل وسائل الدفع الإلكترونية**:

إن ظاهرة غسيل الأموال ليست لصيقة بالضرورة بظهور وسائل الدفع الإلكترونية، فالظاهرة كانت موجودة قبل ظهور هذه الوسائل الحديثة، لكن ظهور وانتشار التجارة الإلكترونية واستعمال وسائل الدفع الحديثة في الدول، فسح المجال لإيجاد سبل جديدة أصبحت من خلالها تتم عمليات تبييض

---

[1] قصاب سعدية، بودربالة فايزة، **تقييم وسائل الدفع الإلكترونية: "المزايا والمخاطر**، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول: عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية، وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، عرض تجارب دولية، جامعة الجزائر، ص 4- 5.

[2] الجنيهي محمد و الجنيهي ممدوح، **جرائم الانترنيت والحاسب الآلي ووسائل مكافحتها**، دار الفكر الجامعي، 2000، ص 42.

[3] خبابة عبد الله، **الاقتصاد المصرفي في البنوك الإلكترونية، البنوك التجارية، السياسة النقدية**، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية، 2008، ص ص 91-92.

[4] جلال عايد الشورة، **وسائل الدفع الإلكتروني**، دار الثقافة، الأردن، 2009، ص 98-99.

الأموال الكترونيا بسهولة وارتياح كبيرين، إذ لا تتطلب سوى دقائق أو ثواني لأجل الإسراع في إخفاء هذه العمليات الإجرامية .

حيث يمكن لحامل البطاقة البنكية أن يسحب مبالغ مالية كبيرة من الصراف الآلي ببلد أجنبي، ثم يقوم البنك الذي سحب منه الأموال بطلب تحويلها من البنك مصدر البطاقة، ليتم تحويل المبالغ وبذلك يكون الزبون قد تهرب من دفع رسوم التحويل بالإضافة إلى تمكنه من غسل أمواله. كما تمكن وسيلة التحويل الإلكتروني من تبييض الأموال بطريقة حديثة وسهلة بإيداعها في حسابات متعددة بالبنوك ثم تحويلها إلكترونيا إلى عدة فروع في دول مختلفة[1].

بالإضافة إلى ما سبق، هناك مشكل آخر يطرح يتمثل في صعوبة تحصيل الضرائب والرسوم على المعاملات الإلكترونية، سواء تعلقت بالأموال أو بالخدمات، بما فيها البنوك الإلكترونية التي تنشط على أكثر من دولة مما يطرح مشكل الدولة الأحق بفرض الضريبة على أرباحها ونشاطاتها، فطبيعة النشاط على مستوى الانترنيت يجعل من الصعب ربط المعاملة بمنطقة جغرافية محددة.

كما أن الطبيعة العابرة للحدود الخاصة بالمعاملات بأشكالها التي تتم عبر الأنترنيت، تساهم بقدر كبير في تفشي ظاهرة التهرب الضريبي، وأمام تطور أساليب الدفع الالكتروني ازدادت صعوبة تحديد مكان المستفيد من الخدمة أو مكان تقديمها.

- **مخاطر تنظيمية**:

تخص مدى انتشار النقود الإلكترونية وإمكانية أن تحل محل النقود التقليدية وتأثير كل هذا على دور البنوك المركزية من ناحية إدارتها للسياسة النقدية[2]، فاستهداف نمو الكتلة النقدية كهدف وسيطي للسياسة النقدية لن يكون له ذات التأثير في ظل انتشار تداول عدة أشكال من النقود الإلكترونية الصادرة عن مؤسسات بنكية وغير بنكية، وهذا ما يثير مخاوف مشروعة واحتمالات بتقليل أو قد تصل إلى زوال احتكار البنوك المركزية لوظيفة الإصدار النقدي.

- **مخاطر بطاقات الائتمان**:

رغم المزايا العديدة والفوائد الجمة لاستخدامات بطاقة الائتمان، إلا أن الأمر لا يكاد يخلو من تعرض حامليها لسوء استغلالها وحالات من التلاعب لاسيما في ظل انتشار التطور التقني والتكنولوجي الذي صاحبه ظهور عمليات لتزوير البطاقات وسرقتها او التحاليل لمعرفة الأرقام السرية وهذا بغرض الاستيلاء على أموال الغير[3]، ويمكن التعرض لهذه المخاطر في العناصر الآتي ذكرها:

---

[1] بداوي مصطفى، **غسيل الأموال الإلكتروني**، مجلة آفاق، جامعة البليدة، العدد الخامس، الجمعية العلمية الثقافية، 2005،ص ص 61 - 62.
[2] جلال عايد الشورة، **وسائل الدفع الإلكتروني**، مرجع سبق ذكره، ص ص 74 - 81.
[3] قصاب سعدية، بودربالة فايزة، مرجع سبق ذكره، ص 6.

قد يستعملها صاحبها لأجل ارتكاب مخالفات للحصول على أموال بأي وسيلة وإذا كانت مخالفة للعقد المبرم بينه وبين بنكه، كأن يستعملها بعد انتهاء مدتها أو قيام البنك بالغاءها، أو تجاوز حد السحب المحدد لها بالتواطؤ مع الموظف بالبنك أو مع التاجر كما قد يقوم باستغلال خدمات نقاط البيع الالكترونية في إيداع شيكات بدون رصيد حيث تضاف قيمة هذا الشيك إلى الحساب الأصلي للزبون، ثم يسارع هذا الأخير لتحصيل قيم هذه الشيكات من نقطة البيع الإلكترونية قبل تمام المقاصة بين البنوك.

كما قد يقدم الزبون صاحب البطاقة بالتواطؤ مع الغير وتركا له لاستعمالها في السحب وتزوير توقيعه، ثم يقوم بالاعتراض على عمليات السحب والطعن بالتزوير في توقيعه حتى لا يتم اقتطاع المبلغ المسحوب من حسابه[1].

خطر السيولة بالبنوك بالنظر إلى الإفراط في حجم التعامل بالبطاقات من طرف زبائنها، وكذا تنامي حجم الديون المعدومة بسبب عدم قدرة حاملي البطاقات على الوفاء بمستحقاتها[2]، فكبر حجم القروض المجانية لحملة البطاقات يستوجب على البنك الاحتفاظ بسيولة أكبر لأجل مواجهاتها بالحجم والوقت المناسبين، وهذا ما قد يؤدي إلى تراجع في ربحية البنك

كذلك من ضمن مخاطر البطاقات هو التسبب في ارتفاع الأسعار فاستخدامها يؤدي إلى زيادة عرض النقود في الاقتصاد مما ينتج عنه سوء تخفيض الموارد وخاصة القروض الاستهلاكية الممثلة في البطاقات الائتمانية، فمستخدموا البطاقات غالبا ما يتوسعون في عمليات الاستهلاك، ليقعوا تحت وطأة ديونهم لاسيما الفوائد المترتبة عنها والتي تعد مرتفعة النسبة.

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

- **غياب أرضية قانونية ورقابية على عمليات الدفع الإلكتروني**:

حيث أن تسارع استعمال وسائل الدفع الإلكتروني لم يواكبه إنشاء قاعدة تنظيمية وقانونية تتماشي مع الخصوصية التي تفرضها طبيعة هذه الوسائل من تدويل المعاملات، مما يجعل التشريعات المحلية لوحدها غير قادرة على تقديم التأطير القانوني اللازم وإيجاد الحلول المناسبة للنزاعات بين المتعاملين والتي تفرزها عمليات الدفع الإلكتروني.

بصفة خاصة، والتجارة الإلكترونية وباقي المعاملات الإلكترونية بصفة عامة، وبالنظر إلى تعدد هذه النزاعات أصبحت الحاجة ماسة إلى استجابة التنظيمات والقوانين لأصداء التطور الحاصل

[1] محمد حسين منصور، **المسؤولية الإلكترونية**، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الإسكندرية، 2003، ص ص122-123 .
[2] جليد نور الدين، **تطوير وسائل الدفع في الجهاز المصرفي الجزائري**، مذكرة ماجستير، نقود ومالية، جامعة الجزائر، 2006، ص 134.

في مجال وسائل الدفع، من خلال تطوير المفاهيم والمبادئ ومواجهة المستجدات، لأجل القضاء على هذا الفراغ (القانوني) الذي يعمل ضمنه الدفع الإلكتروني، لتوفير حماية قانونية لمستعمليه من جهة وردع الجرائم التي تحصل بسبب غياب الأحكام العقابية من جهة أخرى كما أن هذا المشكل يمكن النظر إليه من زاوية أخرى، فالاعتماد على الركائز الإلكترونية في تنفيذ المعاملات، التي تتم بين جل الأطراف الكترونيا أي من دون وثائق ورقية، مما يطرح عائق الإثبات القانوني للعمليات المبرمة في حال حدوث نزاع بين الأطراف المتعاقدة.

❖ **أمن المعاملات والمعلومات المصرفية الإلكترونية:** [1]

الحقيقة الأولى في حقل تحديات أمن المعاملات المصرفية أن أمن البنوك الإلكترونية جزء رئيسي من أمن المعلومات (IT Securty) ونظم التقنية العالية عموما، وتشير حصيلة دراسات امن المعلومات وما شهده هذا الحقل من تطورات على مدى الثلاثين عاما المنصرمة أن مستويات ومتطلبات الأمن الرئيسية في بيئة تقنية المعلومات تتمثل بما يلي:

الوعي بمسائل الأمن لكافة مستويات الأداء الوظيفي، الحماية المادية للتجهيزات التقنية، الحماية الأدائية (استراتيجيات رقابة العمل والموظفين) الحماية التقنية الداخلية، والحماية التقنية من المخاطر الخارجية.

- **أما القاعدة الأولى**:

في حقل أمن المعلومات فهي إن الأمن الفاعل هو المرتكز على الاحتياجات المدروسة التي تضمن الملائمة والموازنة بين محل الحماية ومصدر الخطر ونطاق الحماية وأداء النظام والكلفة.

- **أما القاعدة الثانية:**

فهي أن الحماية التقنية وسيلة وقاية ودفاع، وفي حالات معينة وسيلة هجوم، ولا تتكامل حلقات الحماية دون الحماية القانونية عبر النصوص القانونية التي تحمي من إساءة استخدام الحواسيب وشبكات فيما يعرف بجرائم الكمبيوتر والانترنيت والاتصالات والجرائم المالية الإلكترونية التي تناولناها فيما تقدم، وبالتالي تتكامل تشريعات البنوك الإلكترونية مع النصوص القانونية لحماية المعلومات.

وإذا أردنا الوقوف في حدود مساحة العرض المتاحة على ملخص الاتجاهات الأمنية في حقل حماية البيانات في البيئة المصرفية، والتي تتخذ أهمية بالغة بالنسبة للبنوك التي تمثل بياناتها في

[1] يوسف حسن يوسف، مرجع سبق ذكره، ص ص 76- 77.

الحقيقة أموالا رقمية وتمثل حقوقا مالية وعناصر رئيسة في الائتمان، نجد أن المطلوب هو وضع إستراتيجية شاملة لأمن المعلومات تتناول نظام البنك وموقعه الافتراضي وتناول نظم الحماية الداخلية من أنشطة إساءة الاستخدام التي قد يمارسها الموظفون المعنيون داخل المنشأة، وتحديدا الجهات المعنية بالوصول إلى نظم التحكم والمعالجة والمبرمجين، [1] إلى جانب إستراتيجية الحماية من الاختراقات الداخلية، وهذه الإستراتيجية يجب أن تمتد إلى عميل البنك لا للبنك وحده، حتى تضمن نشاطا واعيا للتعامل مع المعلومات وتقدير أهمية حمايتها، ولكل إستراتجية أركانها ومتطلباتها ومخرجاتها.

تقوم إستراتيجية حماية البيانات في البيئة المصرفية على أن أول الخطوات لمستخدمي التقنية (سواء البنك كمستخدم أم زبائنه الذين يستخدمون التقنية للتوصل إلى موقعه الالكتروني) تحصين النظام داخليا (الحاسوب الشخصي، أو محطة العمل)، ويتم ذلك بإغلاق الثغرات الموجودة في النظام اذ لكل نظام ثغراته، فمثلا يوجد في نظام ويندوز الشائع خيار مشاركة في الملفات والطباعة File and print Sharing الموجود في لوحة التحكم ضمن أيقونة الشبكة Network، فهذا الخيار إذا بقي مفعلا أثناء الاتصال بالشبكة خاصة لمستخدمي وصلات الموديم الكيبلي يسمح لأي مستخدم ضمن الشبكة يتصل بالنطاق ذاته عن ينقر أيقونة جوار شبكة الاتصال (network Neighborhood) فتظهر له سواقات جهاز المستخدم ويتمكن من التعامل معها ومع الملفات الموجودة عليها.

أما إذا كان المستخدم او الشخص مسؤولا عن أمن الشبكة فقد يلجأ إلى استخدام برامج التحري الشخصية واستخدام أنظمة التحري، مثل Net Prowler من شركة Axent وعنوانها www.axent.com ونظام kanes ecurity montitor من شركة Intrusion Detection وعنوانها www.intrusion.com أو استخدام الحلول البديلة للجدران النارية عند القناعة بعدم فعالياتها، والتي تشمل أجهزة ترجمة عناوين الشبكة NAT التي تخفي أو تموه العنوان الشخصي المستخدم (IP)، والشبكات الخاصة الافتراضية (VPN) التي تعتبر شبكة الانترنيت شبكة عامة وتقوم بتوثيق وتشفير البيانات قبل تبادلها أو استخدام نظم التشفير، مع مراعاة المشكلات القانونية المتصلة بها وقيود التصدير، والتشفير عنوان وسائل أمن التقنية في الوقت الحاضر.

[1] يوسف حسن يوسف، مرجع سبق ذكره، ص 77-81 .

المبحث الثالث:علاقة وسائل الدفع الالكتروني في تفعيل التجارة الالكترونية.

تعتمد التجارة الإلكترونية على مدفوعات تقليدية والكترونية، والمدفوعات الإلكترونية هي الأكثر شيوعا من المدفوعات التقليدية، وهذا نظرا لطبيعتها التي توافق طبيعة التجارة الإلكترونية، وبالتالي تعتبر أكثر ملائمة من التجارة التقليدية.

المطلب الأول: مزايا ومخاطر وسائل لدفع الالكتروني.

للدفع الالكتروني فوائد كثيرة ومزايا جعلت نجاح التجارة الالكترونية مرهونة بنجاح استخدامه، لكن في نفس الوقت لهذه الطريقة أيضا عيوب.

- **مزايا طرق الدفع الالكترونية:**

المزايا والخصائص التي تتمتع بها طرق الدفع الالكترونية يمكن تلخيص أهمها كما يلي:

أولا: مزايا البطاقات البنكية

إن البطاقات البنكية تمتع بعدة فوائد ومزايا سواء لحاملها أو للبنك المصدر لها أو حتى للتاجر وذلك كما يلي:

1. **المميزات التي تقدمها البطاقات البنكية لحاملها**:

تعطي البطاقات البنكية لحاملها العديد من المميزات والخدمات التي يستنفع بها أثناء تعاملاته، واهم هذه المزايا ما يلي[1]:

- **الأمان:**

تجنب البطاقة العميل حمل النقود وما ينتج عن ذلك من مخاطر السرقة أو الضياع.

- **المرونة:**

تكسب حاملها المرونة في الحصول على احتياجاته من سيولة نقدية وسلع وخدمات من مصادر متنوعة في أي مكان من العالم وفي أي وقت وبأي عملة.

[1] محمد زيدان، **دور التسويق في القطاع المصرفي** "حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية"، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، فرع تخطيط كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، سنة 2003، ص 73.

- **مكانة مميزة في المجتمع:**

فالبطاقات تمثل مظهرا من مظاهر التقدم، لذلك تعطي لحاملها وضع مميز ومكانة اجتماعية ورضا نفسي وثقة كبيرة في معاملاته التي تتم باستخدامها.

2. المميزات التي تقدمها البطاقات للبنك المصدر لها:

من المعروف أن البنك مؤسسة تهدف إلى تحقيق الربح السريع، وبالتالي فان إصدارها للبطاقات لبنكية يعني أن هذه الأخيرة تجلب له العديد من المنافع والأرباح ولتي يمكن تلخيصها فيما يلي[1]:

- كبر حجم عائد هذا النظام (البطاقات البنكية) قياسا إلى أعبائه.
- وسيلة سهلة ودقيقة في تسوية المعاملات بين البنوك المختلفة بصرف النظر عن أماكن إتمامها والعملات التي تمت على أساسها.
- تعتبر مصدرا مربحا من خلال ما يحصل عليه البنك، من مرسوم الاشتراك والزيادات الريبوية على تسديد الدفع للعمليات المالية والنقدية، والعمولات التي تتقاضاها البنوك من التجار، بالإضافة إلى النسب العقارية نتيجة تأخر العميل عن السداد....الخ[2].
- تقليل الضغط على البنوك وتجنب الطوابير الطويلة نتيجة استخدام بطاقات الصراف الآلي.

3. المميزات التي تقدمها البطاقات للتاجر:

التاجر هو الأخر يستفيد من جراء استعمال الغير للبطاقات من اجل شراء سلعة أو الاستفادة من خدماته وذلك كما يلي:

- **زيادة المبيعات:**

يساعد استعمال البطاقات التجار على زيادة مبيعاتهم من مختلف السلع والخدمات وبالتالي إلى زيادة أرباحهم، فالبطاقة تشجع حاملها على الزيادة في الاستهلاك لعدم التزامه بالسداد الفوري.

- **تقليل المخاطر:**

فقبول التجار التعامل بالبطاقات يجنبهم تواجد النقود في محلاتهم، مما يجنبهم احتمالات قبول عملات مزورة أو الاختلاسات من قبل موظفيه، أو حتى قبول الشيكات التي يمكن أن تكون بدون رصيد.....الخ

[1] فلاح حسين الحسني ومؤيد عبد الرحمان، **إدارة البنوك**، الطبعة الأولى، دار وائل، الأردن،سنة 2000، ص 91

[2] وهيبة عبد الرحيم، **تحديث طرق الدفع ومساهمتها في خلق تجارة الكترونية في الوطن العربي**، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، نقود ومالية جامعة الجزائر، سنة2013، ص194.

ثانيا: مزايا البطاقات الذكية: تعد هذه البطاقات أكثر أمنا من البطاقات البنكية العادية، وهو ما جعل العديد من البنوك تستخدمها بدلا منها، هذا بالإضافة إلى ميزات عديدة أهمها[1]:

- تعد أفضل من الشريط المغناطيسي وذلك لان هذا الأخير نسبة الخطأ فيه تصل إلى 250 لكل مليون معاملة، بينما نسبة الخطأ للبطاقات الذكية تصل إلى 100 لكل مليون معاملة.
- انخفاض تكلفة البطاقات الذكية حيث أصبحت تكلفة الوحدة منها بحدود (1-2,5s)
- قدرتها على تخزين أكثر من 100ضعف من المعلومات أكثر من بطاقة بشريط مغنطيسي.
- صعوبة تزويرها، فعكس البطاقات المغناطيسية فان البطاقة الذكية لا يمكن قراءتها.

ثالثا: مزايا النقود الالكترونية:

يمكن تلخيص أهم الخصائص التي تميز وسائل الدفع كما يلي[2]:

- **سهولة الاستخدام:**

حيث يستطيع المشتري سداد قيمة مشترياته بمجرد الأمر على حسابه الآلي، كما تتيح النقود الالكترونية فرصة التعامل بالعديد من العملات مع إمكانية التحويل بين هذه العملات بصورة لحظية وبأي قيمة.

- **السرية:**

حيث يمكن للمشتري أن يقوم بعملية الشراء دون أن يكون مضطرا لتقديم أية معلومات.

- **الأمان:**

يتيح نظام النقود الرقمية أعلى درجات الأمان الممكنة وذلك لاعتماده على وسائل الأمان المبتكرة لحماية المعلومات المالية المستعملة على شبه الانترنيت.

- **انخفاض التكاليف:**

حيث تنعدم تكاليف المقاصة أو التسوية، لان العملية تتم أوتوماتيكيا.

- **لا تخضع للحدود:**

يمكن تحويل النقود الالكترونية من أي مكان، وفي أي وقت، كونها تعتمد على شبكة الانترنيت التي لا تعترف بالحدود الجغرافية والسياسية، وذلك دون أن تؤثر في التكلفة.

[1] وهيبة عبد الرحيم، مرجع سابق الذكر ص 194.
[2] طارق عبد العال حماد، **التجارة الالكترونية، الدار الجامعية**، الإسكندرية، 2003،ص195.

رابعا: مزايا التحويلات المالية الالكترونية:

في القديم كانت عملية تحويل الأموال جد مرهقة لتطلبها وقتا كبيرا وإجراءات بنكية لا حدود لها خاصة فيما يتعلق بالعمليات الدولية، لكن مع التطور التكنولوجي أصبحت عملية تحويل الأموال تتم الكترونيا لذلك فهي تتميز بما يلي[1]:

- تقليل اوإلغاء الخدمات التي تقدمها الصناديق المتعلقة بتجميع الشبكات.
- تقليل مصاريف معالجة الشيكات إلى الحد الأدنى نتيجة عدم استخدام الشيكات الورقية، وتستفيد البنوك من هذه العملية لان المصاريف التشغيلية ستقل وتخفض حجم العمالة.
- تقليل الخدمات التي تقدمها البنوك لتسوية الحسابات الجارية مع الشركات والأفراد، بما أن إدخال النظام الالكتروني يحل محل استخدام الشيكات الورقية من عمليات الدفع التي تتم من شركة لشركة أخرى ومن الشركة إلى العملاء، وتقل طبقا لذلك الحاجة لإعداد كشوف تسوية الحسابات بمقدار استخدام النظم الآلية.
- توفير النقدية بصورة فورية: يؤدي هذا النظام إلى تحسين التدفق النقدي وكذا تسريع دورة النقد.
- السلامة والأمن: ألغت المقاصة الآلية الالكترونية الخوف من سرقة الشبكات الورقية والحاجة إلى تناقل الأموال السائلة.

خامسا: مزايا الشيكات الالكترونية:

أما أهم المزايا التي تتمتع بها الشيكات الالكترونية هي انه يوفر 50%من رسوم التشغيل مقارنة بالبطاقات البنكية، يتم تسوية المدفوعات من خلال الشيكات الالكترونية في 48 ساعة فقط مقارنة بالشيكات العادية التي يتم تسويتها في وقت أطول من خلال المقاصة، يقضي على المشاكل التي تواجهها الشيكات العادية كالضياع والتأخير[2].

-**الدفع الالكتروني الناجح:** إن طرق الدفع الالكترونية متعددة ولكن لكل طريقة مستخدمون قلة من المستهلكين والتجار، لذلك لا بد من وسائل لجذبهم لاستخدام تقنية معينة

[1] بن عمارة نوال، **وسائل الدفع الإلكتروني**، الملتقى الدولي حول التجارة الإلكترونية، جامعة قاصدي مرباح،ورقلة، الجزائر،15-16-17 مارس2004، ص ص 13 -14 .

[2] وهيبة عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص175

في عملية الدفع الالكتروني عبر الشبكات ومن العوامل التي تؤدي إلى انتشار طريقة الدفع الكترونيا بشكل واسع[1]:

أ. الاستقلالية Independence:

حيث هناك العديد من الطرق التي تتطلب إعداد برامج خاصة من اجل استخدام وتنفيذ عملية الدفع الكترونيا من قبل التاجر والمستهلك، وتعتبر هذه الطرق التي تحتاج إلى إعداد برامج خاصة غير منتشرة بشكل واسع.

ب. الأمن والحمايةSecurity:

مدى الأمن في عملية نقل البيانات وتنفيذ عملية الدفع مهمة جدا لقياس مدى فعالية عملية الدفع الالكتروني حيث انه إذا كانت المخاطر للمشتري أو البائع عالية في عملية الدفع الالكتروني فان هذا يؤدي إلى عدم انتشار هذه الطريقة بشكل واسع.

ج. الرسوم والتكلفة:

حيث انه كلما زادت العمولة المستخدمة بشكل واسع وذلك لسهولة استخدامها من قبل كل الأطراف.

د. مدى انتشارهاCritical mass:

حتى تكون طريقة الدفع الالكتروني ناجحة لا بد من استخدامها من قبل أعداد كبيرة من التجار والمستهلكين على حد سواء.

❖ **مخاطر استخدام الدفع الالكتروني:**

إن قضية الأمن في عمليات الدفع وتحويل الأموال عبر الانترنيت هي قضية شائكة وكبيرة، ولازالت العديد من عمليات السرقة والاحتيال إلى يومنا هذا تزداد يوم بعد يوم بالرغم من عمليات التشفير المعقدة التي تقوم بها المؤسسات المالية لضمان امن وسرية نقل المعلومات عبر الشبكة، لذا فان العالم بأسره الآن أصبح يستخدم معايير دولية لضمان الأمن والسرية في نقل وتبادل المعلومات والأموال عبر الشبكة كما يجب استخدام برامج وأنظمة ذكية تستخدم عالميا في عملية الدفع الالكتروني[2]، فالمتعامل بطرق الدفع الالكترونية عبر الانترنيت قد يواجه حالات احتيال وغش كالأتي:

1. **انتحال شخصية الفرد:**

تتم عندما يستغل اللصوص بيانات(كالعنوان وتاريخ الميلاد ورقم الضمان الاجتماعي.....) شخص ما على الشبكة الالكترونية أسوأ استغلال، من اجل الحصول على بطاقات بنكية ائتمانية حيث أن تلك

[1] خضر مصباح الطيطي، مرجع سبق ذكره، ص141.
[2] نفس المرجع، ص143.

البيانات تمكنهم من التقدم بطلبات لاستخراج البطاقات البنكية عبر الانترنيت غالبا من خلال الهيئات التي لا تتخذ إجراءات أمنية صارمة عبر الشبكة[1].

2. جرائم السطو على أرقام البطاقات:

أصبح السطو على أرقام البطاقات عبر شبكة الانترنيت عملية سهلة، لذلك تزايدت هذه الحوادث التي أعقبتها عمليات الابتزاز لإرجاع تلك الأرقام أو لعدم نشرها أو لعدم استخدامها.

3. غسيل الأموال باستخدام البطاقات البنكية:

غسيل الأموال هي عملية تحويل المصدر غير المشروع للأموال كالمخدرات الى اموال مصدرها مشروع كالتجارة بالسيارات، وابسط الطرق لهذه العملية هي القيام بسحب مبالغ كبيرة على دفعات من الصراف الآلي في بلد أجنبي ثم يقوم فرع المصرف الذي سحب المبلغ من ماكينته بطلب تحويل المبلغ من الفرع الذي اصدر البطاقة، فتتم عملية التحويل بخصم المبلغ من رصيد العميل الذي يكون قد تهرب من دفع رسوم التحويل واستطاع أن يغسل أمواله[2].

4. السلب بالقوة الالكترونية:

حيث يتم استخدام الحاسب في التلاعب بالمعلومات وذلك بإدخال بيانات زائفة من جانب المتحايل باختلاق دائنين كأجور يجب دفعها أو فواتير يجب سدادها، وذلك عن طريق اختلاق مدنين غير حقيقيين يجب عليهم سداد فواتير صادرة عن الحاسب، أما المدين المعتدى عليه فلن يتمكن من إثبات كونه غير مدين لوجود فواتير معلوماتية، وهكذا يستغل المتحايل طرق الدفع الآلية للحصول على أموال غير شرعية[3].

5. بعض التحديات للمدفوعات الالكترونية بشكل عام:

اكبر مشكل تواجهه وسائل الدفع الالكترونية هو تسارع استعمال هذه الوسائل منذ سنوات دون أن يواكبها تنظيما قانونيا يناسب تحدياتها، فهي محرومة من الحماية القانونية التي تتمتع بها وسائل الدفع التقليدية مما يجعلها تخفي حزمة من المشاكل والنزاعات التي تتطلب سرعة في حلها، ولعل أهمها إشكالية الإثبات لعدم اعتمادها على دعامة ورقية.

---

[1] خضر مصباح الطيطي، مرجع سبق ذكره ص143.

[2] بداوي مصطفى، **غسيل الأموال الالكتروني**، مجلة افاق، العدد05، الجمعية العلمية الثقافية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم لتسيير ، جامعة البليدة، سبتمبر2005، ص 61-62

[3] هدى حامد قشقوش، **جرائم الحاسب الالكتروني في التشريع المقارن**، دار النهضة العربية، القاهرة، 1992 ، ص 105.

فرغم كل المجهودات من جانب الفقه والقضاء في دول العالم للتوسع في تفسير النصوص القانونية الموجودة أصلا كي تشمل المعاملات الالكترونية، إلا أن هذه النصوص بقية محددة المدى فلم توضع كلمات"الكتابة، الإسناد الخطي...الخ "كي تشمل الإسناد الالكتروني، التوقيع الالكتروني...الخ

يثار تساءل عما إذا كانت هذه التطورات الحديثة تشكل قناة رئيسية مهمة محتملة لغسل الأموال، أو ما يعرف بالغسل الالكتروني للأموال وما اثر قوانين سرية الحسابات في هذا الصدد، إذا قامت بعض البنوك بفتح مواقع لها على الانترنيت ومارست غسيل الأموال بالفعل، إلا انه تم اكتشافها بعد ذلك، فحسب تقرير المكتب الأمريكي لتقويم التكنولوجيا انه بين 0.5-1%من التحويلات تنطوي على غسيل الأموال وتبعا لذلك يقدرون أن أكثر من 300 مليار دولار يتم غسله سنويا[1].

إن وسائل الدفع الالكترونية ليست وسائل مثالية فكما لها مميزات فهي أيضا تعاني من عيوب ومخاطر مما يؤثر على سمعتها بين الجمهور، ويؤدي ذلك إلى اتخاذ الحيطة والحذر عند استعمالها ويمكن ذكر أهم مخاطر وعيوب هذه الوسائل كما يلي:

1. النقود الالكترونية:

للنقود الالكترونية مخاطر أمنية وأخرى تتعلق بالسرية.

2. البطاقات البنكية:

بالإضافة إلى الجرائم التي ترتكب في حق البطاقات البنكية، فهي تفرز جملة من العيوب والمشاكل سواء لحاملها أو للمصارف المصدرة لها واهم هذه المشاكل ما يلي:

- محدودية أثر البطاقات في رفع الاستهلاك على المدى الطويل، إذ أن رفع القدرة الاستهلاكية لا يتوقف على وسائل الدفع بقدر ما يعتمد على نمو وانحصار الدخل الحقيقي للفرد.

- الخطر على سيولة لمصرف نضرا لكبر حجم التعامل، كما أن كبر حجم القروض المجانية من حملة البطاقات يدعو المصرف إلى تخفيض استثماراته في المجالات الأخرى.

- المنافسة التي تواجهها المصارف من المؤسسات المصدرة للبطاقات الخاصة بها كمحطات البنزين، مما يقلل من حجم المتعاملين مع المصرف[2].

[1] السيد احمد عبد الخالق، **التجارة لالكترونية والعولمة**، "المنظمة العربية للتنمية الإدارية"مصر، 2006، ص 193 -196 .
[2] وهيبة عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص199.

3. التحديات القانونية:

لعل أهمها ما يلي[1]:

- قد تقوم مؤسسات غير مصرفية بإصدار بطاقات ذكية، لكن لا تفرض عليها رقابة كالمؤسسات المصرفية التي تدفع تكاليف الرقابة عند عرضها لبرامج البطاقات ذات القيمة المخزنة، مما يثير قلق المراقبين بشان المحافظ الالكترونية التي تضم مؤسسات إصدار غير مصرفية لا تخضع لمراقبتهم.
- من الناحية القانونية فان البطاقات الذكية لا تخضع للقوانين التجارية التي تضم الشيكات والحوالات وغيرها، لان المستخدم فيها لا يستعمل أداة مكتوبة مما يثير مشاكل الإثبات.
- تشير هذه البطاقات قضايا تتعلق بمراعات إجراءات براءات الاختراع من طرف مؤسسات إصدار البطاقات ومجهزيها بالإضافة إلى شؤون الملكية الفكرية وترخيص التكنولوجيا.

المطلب الثاني:الجهود المبذولة لتامين أنظمة الدفع في التجارة الالكترونية.

لا بد من اللجوء إلى وسائل أمان لتوفير الثقة بين المتعاملين وضمان فعالية وسائل الدفع الالكترونية، مما يضمن نجاح الصفقات التجارية عبر الانترنيت، من اجل بقاء لتجارة الالكترونية والتخلص من شعور الخوف لدى العملاء من استخدامها، فكلما ظهرت إلى الوجود مخاطر وعيوب كلما كان هناك ما يقابلها من محاولات مضادة لتامين عمليات الدفع في التجارة الالكترونية، تتمثل أهم هذه النظم بصفة أساسية ما يلي[2]:

أولا: التامين عن طريق أنظمة التحقق البيولوجية

وهي أنظمة تلقائية تتكون من أجهزة كمبيوتر وملحقاته وبرامج خاصة مصممة لها، تقوم بالتعرف والتحقق من الأشخاص وهوياتهم باستخدام خصائص ومقاييس بيولوجية، حيث تقوم هذه الأنظمة بالبحث في قواعد بيانات مخزنة ومحفوظة فيها قوالب للأشخاص الشرعيين، والمسموح لهم باستخدام النظام وبصلاحيات معينة وذلك للتحقق من هوية المستخدم ما إذا كان شرعيا أم لا، وتعتبر هذه الوسائل في بداية انتشارها وقد ازداد الاهتمام بها بشكل كبير من قبل الشركات خاصة بعد انخفاض أسعارها نسبيا، وهناك الكثير من المؤسسات المالية بدأت باستخدام الأنظمة البيولوجية مع بطاقات الاعتماد الذكية للتحقق من الزبائن.

[1] مركز البحوث المالية والمصرفية، **البطاقات الذكية والتحديات القانونية والرقابية**، مجلة الدراسات المالية والمصرفية، المجلد السابع، العدد الرابع، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، 1998، ص44.
[2] مركز البحوث المالية والمعرفية، مرجع سابق الذكر، ص45.

وتعتبر عملية التحقق البيولوجي باستخدام بصمة الإصبع هي من أكثر وأفضل الطرق المنتشرة والمستخدمة في أنظمة الحماية البيولوجية، إلا أنها ليست الوحيدة في عمليات التحقيق من الأشخاص، فقد تم تقسيم هذه الأنظمة البيولوجية للتحقق والحماية إلى قسمين أساسيين:

- قسم يقوم بالتحقق من الأشخاص مباشرة من خلال أجزاء الجسم المادية مثل بصمة الإصبع أو العينين أو الوجه، وهذه تعرف بالمقاييس البيولوجية الطبيعية.
- قسم يقوم بالتحقق من الأشخاص بواسطة أنشطة غير مباشرة لأعضاء الجسم البشري، مثل المسح والتحقق ببصمة الصوت وعملية مراقبة لطريقة استخدام لوحة المفاتيح والعمل عليها، وهذه المقاييس تعرف بالمقاييس البيولوجية السلوكية[1].

1. التحقق باستخدام بصمة الإصبع:

إن بصمة الإصبع لكل شخص يمكن تمييزها بواسطة مجموعة من الخطوط والتعرجات الموجودة بباطن أصابع اليد، حيث لا يمكن أن تتشابه هذه التعرجات والخطوط بين شخصين في العالم كله، واحتمالية التشابه هي واحد في المليار وهناك الآن تتوفر أجهزة يتم تركيبها في أجهزة الكمبيوتر المحمولة والمكتبية لتعمل على بصمة الإصبع وبتكلفة مادية قليلة نسبيا.

2. التحقق باستخدام قزحية العين:

تعتبر القزحية الجزء الملون من العين والمحيط في بؤبؤ العين، حيث تحتوي على أعداد كبيرة وفريدة من البقع والتي يمكن التقاطها باستخدام كاميرا يتم وضعها على مسافة من 3 إلى 10 إنشات من عين الشخص المراد إجراء مسح على بصمة عينه، وان احتمال تشابه ببصمة قزحية العين هي اقل منه في بصمة الإصبع.

3. التحقق باستخدام بصمة الصوت:

إن الاختلافات الطبيعية لأصوات البشر أدى إلى اكتشاف أن لكل صوت نماذج وترددات خاصة به تميزه عن غيرة من البشر، وتستخدم لاستقبال الصوت مكبرات الصوت حيث يقوم الشخص في البدء بالنطق بصوته بكلمة المرور واسم المستخدم حيث تقارن بالقالب المحفوظ على شكل أرقام ثنائية في قواعد البيانات، ويمكن استخدام الهاتف النقال أو الثابت في عملية استقبال الصوت والتحقق من

[1] محمد أمين الرومي، **التعاقد الالكتروني عبر الانترنيت**، الطبعة الأولى، دار المطبوعات الجامعية، مصر، 2004، ص 38.

بصمة صوته، وتعتبر هذه العملية اقل تكلفة وأرخص[1]، من غيرها من الطرق حيث تستخدم مكبرات الصوت أو الهواتف وهي أجهزة متوفرة في كل مكان وبأسعار قليلة نسبيا.

4. التحقق بمراقبة حركة استخدام لوحة المفاتيح:

إذ هذه الطريقة من التحقق من هوية الشخص عبر استخدام للوحة المفاتيح مازالت تحت الدراسة والتطوير، حيث تعتمد هذه الطريقة على الشخص الذي يستخدم لوحة المفاتيح من عدة نواحي منها:

- سرعة في الطباعة، قوة ضغطه على المفاتيح، أسلوبه في طباعة مختلف الحروف.

إلا أن هذه الطريقة غير فعالة وتحتاج لمزيد من الدراسة حيث أن الشخص الواحد ممكن أن تكون له عدة أساليب في الطباعة لذلك يتم اعتماد هذه الطريقة بعد من قبل الشركات[2].

ثانيا: التامين عن طريق التشفير:

تشفير البيانات يعني استبدال شكلها من خلال تحويلها إلى رموز أو إشارات لمنع الغير من معرفتها أو تعديلها وتغييرها[3]، فهو تحويل المعلومة من نص واضح إلى أخر غير مفهوم وقد استحسن هذا النوع من النظام لنجاعته في عدم كشف المعلومات على شبكة الانترنيت، وهذه العملية تتم عن طريق استخدام برنامج معين محدد يطلق عليه مفتاح التشفير الذي يغير محتوى الرسالة قبل إرسالها، على أن تكون لدى المرسل إليه القدرة على استعادة محتوى الرسالة باستخدام العملية العكسية للتشفير يطلق عليها باسم الحل، وهناك نوعان من التشفير[4]:

- **التشفير باستخدام المفتاح السري:**

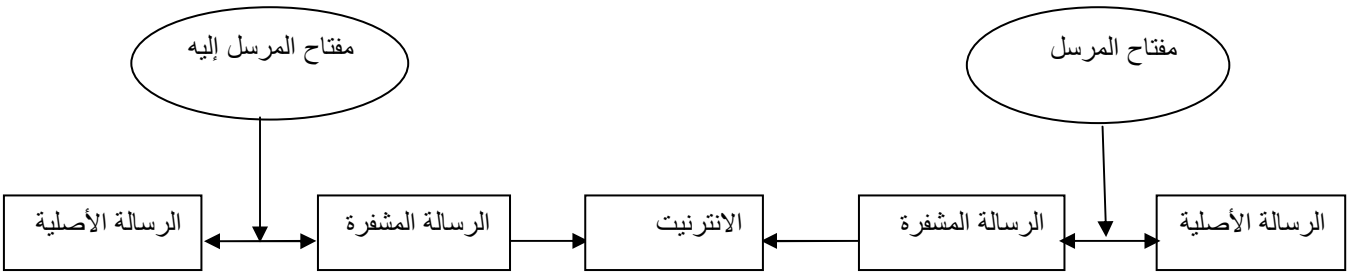
استخدام الأفراد أنظمة الأمان المعتمدة على مفتاح سري واحد لأعوام عديدة، ويسمى هذا النظام السري للتشفير بالتشفير المتماثل أو المفتاح الخاص للتشفير، ويعد نظام الحساب المقبول عموما للتشفير بالمفتاح السري هو معيار تشفير البيانات، ويعتمد هذا النظام على الخطوات التالية:

- يتم كتابة الرسالة.
- يتم تشفير الرسالة لدى المرسل باستخدام مفتاح سري خاص.
- يتم إرسال الرسالة المشفرة إلى المرسل إليه عبر وسائل الاتصال العادية للانترنيت.

[1] خضر مصباح الطيطي، مرجع سبق ذكره، ص230.
[2] نفس المرجع، ص231.
[3] محمد حسين منصور، **المسؤولية الالكترونية**، دار الجامعة الجديدة للنشر الإسكندرية، 2003، ص180.
[4] عزة العطار، **التجارة الإلكترونية بين البناء والتطبيق**، الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري، منشأة المصارف، 2003، ص 222.

- يتم إرسال المفتاح السري الخاص (المتماثل) باستخدام وسيلة مأمونة.
- يتلقى المرسل إليه الرسالة والمفتاح المتماثل.
- يتم حل الشفرة وقراءة الرسالة.

الشكل رقم(2-2): إجراءات إرسال الرسالة بواسطة التشفير باستخدام المفتاح السري.



المصدر: عزة العطار"التجارة الالكترونية بين البناء والتطبيق" الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري، منشأ المصاريف، 2003، ص221.

يعتقد بعض كتاب الشفرة أن نظام الحساب الذي يعتمد على معيار تشفير البيانات قابل للاختراق وعلى الرغم من ذلك يعتبر هذا المعيار للتشفير امن لان اختراقه يحتاج إلى أعوام عديدة، ويكلف ملايين الدولارات.

- **التشفير باستخدام المفتاح العام:**

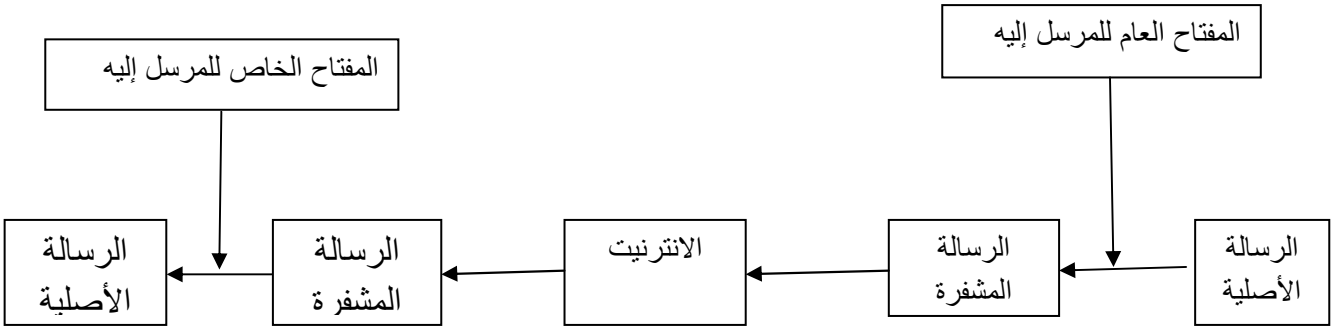
يستخدم هذا النظام والذي يسمى أيضا التشفير غير المتناسق مفتاحين مختلفين:

مفتاحا عاما ومفتاحا خاصا، ويكون المفتاح العام معلوما لكل المستخدمين المفوض إليهم تلك السلطة، أما المفتاح الخاص فيكون معلوما فقط لشخص واحد وهو المالك، ويتم إنشاء المفتاح الخاص على حاسب الشخص المالك، ولا يتم إرساله إلى أي شخص، ولإرساله رسالة بشكل امن باستخدام التشفير بالمفتاح العام، يقوم المرسل بتشفير الرسالة باستخدام المفتاح العام للمرسل إليه، ويحتاج ذلك إلى تسليم المفتاح العام للمرسل إليه مسبقا، ويتم فك شفرة الرسالة باستخدام المفتاح العام:

- ✓ تتم كتابة الرسالة.
- ✓ يتم تشفير الرسالة لدى المرسل باستخدام المفتاح العام للمرسل إليه.

- ✓ يتم إرسال الرسالة المشفرة إلى المرسل إليه عبر وسائل الاتصالات العادية للانترنيت.
- ✓ يتلقى المرسل إليه الرسالة المشفرة.
- ✓ يتم حل الشفرة وقراءة الرسالة باستخدام المفتاح الخاص للمرسل إليه.

الشكل رقم(2-3): إجراءات إرسال الرسالة بواسطة التشفير باستخدام المفتاح العام.



المصدر: عزة العطار، مرجع سبق ذكره، ص223.

لم يسبق أن تم اختراق هذه الأنظمة بواسطة هواة فك الشفرات، لذلك ينظر إليه على انه أكثر الأنظمة أمانا حتى اليوم.

ثالثا: التامين عن طريق التوقيع الالكتروني

يعني إتباع مجموعة الإجراءات أو الوسائل التقنية التي يتيح استخدامها عن طريق الرموز أو الأرقام أو الشفرات، بقصد إخراج علامة مميزة لصاحب الرسالة التي نقلت الكترونيا[1]. فهو استخدام طريقة معينة للتحقق من أن صاحب المعاملة هو نفسه الشخص الذي قام بإرسالها أو تنفيذها، فالتوقيع الالكتروني مصطلح قد يشمل على سبيل المثال إنتاج توقيع الشخص من خلال تثبيت صورة التوقيع الخطي الصادر عن يد الموقع والمخزنة الكترونيا على السند المراد توقيعه، كما قد يشمل إنتاج توقيع الشخص من خلال طباعة اسم المرسل في نهاية رسالة البريد الالكتروني أو من خلال استعمال رقم سري أو شفرة خاصة بشخص الموقع كما هو الحال في أوامر الدفع بواسطة البطاقات الائتمانية

[1] عبد الفتاح بيومي حجازي،**الجريمة في عصر العولمة**، دار الفكر الجامعي، الطبعة الاولى، 2007، ص72.

وبطاقات الصراف الآلي، كما قد يتم إنشاء التوقيع باستعمال خواص بيولوجية أو فيزيولوجية مميزة للشخص[1]، وعلى ذلك فان التوقيع الالكتروني يسمح بما يلي:

- البائع: التأكد من هوية المستخدم وكذلك التأكد منها إذا كان صاحب حساب دائن.
- العميل: من جهة التأكد من هوية البائع، ومن جهة أخرى التأكد بأن هوية البنك لا يمكن أن تكون مستخدمة من قبل شخص ثالث.
- إجماليا: يسمح بضمانات تؤكد نزاهة المعلومات المحمولة[2].

وبما أن التوقيع الالكتروني عبارة عن حروف أو أرقام أو رموز لها طابع منفرد تسمح بتحديد شخص صاحب التوقيع وتميزه عن غيره، فان أشكال التوقيع لالكتروني عبارة عن ما يلي:

1. التوقيع بالقلم لالكتروني:

ومعناه نقل التوقيع الالكتروني المكتوب بخط اليد المحرر إلى الملف المراد نقل هذا المحرر إليه باستخدام جهاز scanner، وعليه ينقل المحرر الموقع عليه من طرف صاحبه إلى شخص أخر باستخدام شبكة الانترنيت.

لكن لهذه الطريقة عيوب أهمها عدم الثقة، فيمكن في المستقبل أن يحتفظ الشخص الذي استقبل التوقيع عن طريق شبكة الانترنيت، ويقوم بوضعه على مستند أخر لديه دون وجود أي طريقة من خلالها ليتم التأكد من مصداقية صاحب التوقيع، وهو ما جعل التوقيع لالكتروني يواجه مشكلة حجية الإثبات عن طريق المحررات الالكترونية.

2. التوقيع باستخدام الخواص الذاتية(التوقيع البيومتري)

- **التوقيع الرقمي:**

يستخدم هذا النظام في التعاملات البنكية وغيرها، مثل البطاقات التي تتضمن "رقما سريا" لا يعرفه سوى العميل، الذي يدخل البطاقات في ماكينة السحب، عندما يرغب في سحب جزء من رصيده، يعني أن التوقيع الرقمي منظومة بيانات في صورة شفرة بحيث يكون في إمكان المرسل إليه التأكد من مصدرها ومضمونها، ولكن أكثرها شيوعا التوقيعات الرقمية القائمة على ترميز المفاتيح التي نجد منها المفاتيح العامة والتي تسمح لكل من يهتم بقراءة الرسالة أن يقراها دون أن يستطع إدخال أي تعديل

[1] عمر حسن المومن، **التوقيع الالكتروني** ، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان،2003، ص50.
[2] وهيبة عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص183.

عليها فإذا ما وافق على مضمونها وأراد إبداء قبول بشأنها، وضع توقيعه عليها من خلال مفتاحه الخاص[1].

ويجب أن يتضمن التوقيع الرقمي المزايا الآتية:

- أن تكون دائمة ومستمرة، بحيث لا يخضعها للتغيير في كل مرة.
- أن تكون غير قابلة للانتهاك وان تعرف بالشخص الذي قام بإمضائها.
- أن تعطي ثقة فورية، بحيث لا تدل على ما يمكن أن يشوبها.

رابعا: التامين عن طريق الجدران النارية:

كانت الجدران النارية مجرد أدوات بسيطة تعمل كمنفذ للانترنيت- أو بطريقة أخرى كحراس على طرف الشبكة - تقوم بتنظيم حركة البيانات ولحفاظ على امن لشبكة وقد تم تعديلها بعدها اثبت محدوديتها لجعلها أكثر قدرة وأكثر مرونة، حيث تم تضمينها قدرات متعددة تشمل ما يلي[2]:

- **التحقق من هوية المستخدمين:**

التحقق من هوية المستخدمين يتجاوز مجرد التحقق من اسم المستخدم والكلمات السرية التي يمكن نسخها وإعادة استخدامها، أما الأساليب القوية للتحقق من هوية المستخدمين فتستخدم أساليب التشفير مثل الشهادات الرقمية أو برمجيات حساب الشفرات الرقمية الخاصة.

- **التشفير البيني للجدران النارية:**

ويطلق عليها أيضا الشبكات الافتراضية الخاصة[3]، وهي شبكات خاصة لأنها تستخدم التشفير، وهي افتراضية خاصة لأنها تستخدم الانترنيت وشبكات عامة لنقل المعلومات الخاصة.

- **مراقبة المحتوى:**

حيث أصبح من الشائع استخدام الجدران النارية كأدوات المراقبة المحتوى الوارد إلى الشبكة، ومن بعض الإضافات التي وضعت في برمجيات الجدران النارية هي البحث عن الفيروسات، ومراقبة عناوين الانترنيت، منح برمجيات فحص ومراقبة الكلمات السرية.

[1] منير محمد الجنبيهي، ممدوح محمد الجنبيهي، **التوقيع الالكتروني وحجيته في الإثبات**، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2004، ص12.
[2] عصام عبد الفتاح مطر، مرجع سبق ذكره، ص 72-75.
[3] وهيبة عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص184.

- **الجدران النارية الخاصة:**

وهو جيل جديد من الجدران النارية يحتوي على عدد من التقنيات بما في ذلك حلول جدران نارية جاهزة بمعنى أنها لا تحتاج إلى إعداد من قبل المستخدم، ويمكن البدء باستخدامها فور الحصول دون الحاجة إلى إجراء أي تعديلات خاصة على نظام التشفير أو البنية لتحتية المستخدمة.

خامسا: شهادات التوثيق:

عبارة عن بيانات رقمية غير مكررة وتكون خاصة بالشخص وفي نفس الوقت تكون هذه البيانات مشفرة بحيث لا يمكن قراءتها، هذه البيانات يمكن إضافتها لصفحة الويب أو البريد الصادر منك بحيث لا يستطيع احد قراءة محتوياتها إلا من لديه شهادة مماثلة، وتقوم عدد من الشركات بإصدار تلك الشهادات بمقابل مادي بسيط، ويتم توقيع الشهادة من قبل موقع التصديق.

سادسا: البروتوكولات الآمنة للسداد:

تم تطوير نظام التعاملات الآمنة وهناك أكثر من بروتوكول يمكن الاعتماد عليه لكن أشهرها بروتوكولان هما[1]:

بروتوكول طبقة المخرج الآمن(Secure socket layer:ssl) وبروتوكول الحركات المالية الآمنة(Secure electronic transaction SET) إن مزاياssl جعلته واسع الاستعمال لدى جل متبادلي الانترنيت،خاصة منها المشتريات الصغيرة، كتحميل بعض البرامج المتاحة في الانترنيت خاصة منها المشتريات الصغيرة، كتحميل بعض البرامج المتاحة في الانترنيت أو تحميل الكتب أو شراء الأقراص أو تذاكر السفر أو دفع تكاليف التسجيل...الخ

سابعا: الخادم المفوض:

يقوم بدور الوسيط بين الشبكات المؤمنة والشبكات غير المؤمنة، فعن طريقه يستطيع صاحب المنشاة رصد حركة موظفيه على شبكة الانترنيت، كما يمكن التحكم في عملية الدخول إلى موقع معين عن طريق إعطاءه أمر بعدم الدخول على الموقع المعين ذاته، فعندما يرغب احد العاملين الدخول على الموقع يمنعه المفوض، وغالبا ما يتم اقتران الحوائط النارية مع الخادم المفوض لضمان التحكم في عمليات الدخول و الخروج وتحقيق التامين الكامل للشبكات المؤمنة[2]، هذا فيما يخص بصفة عامة

[1] رحيم حسين وهواري معراج، **"الصيرفة الالكترونية"ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحولات الاقتصادية"**، مرجع سبق ذكره، ص325 -326.

[2] محمد أمين الرومي، **" التعاقد الإلكتروني عبر الانترنيت"**، الطبعة الأولى، دار المطبوعات الجامعية، مصر، 2004، ص 36-60 .

التامين البرمجي والتقنيات المستخدمة لتامين المعاملات الالكترونية غير انه هناك وسائل أخرى لتامين الدفع الالكتروني وهي خاصة به منها[1]:

- **الأمن العتادي Security hard ware**:

تتم هذه الوسيلة باستعمال البطاقة الذكية (smart card)الخاصة بالمستهلك، فعندما يقوم هذا الأخير بعملية الشراء، يدخل بطاقتة بقارئ خاص يسمى (pin pad)،ثم يكتب عليه مبلغ الشراء ورمزه السري، تتم عملية التأكد من الرمز محليا، أي أن الرمز السري يترجم مباشرة من قبل القارئ ولا يرسل عبر الشبكة لتتم مراقبتة عن بعد، ويوفر هذا الحل عدة مزايا أهمها:

- ✓ قراءة الرمز محليا للحماية من أي قرصنة.
- ✓ إذا كان بالإمكان نسخ رقم البطاقة في حد ذاتها أداة لم يتم نسخها حتى اليوم، والرمز السري لا يعرفه الا حامل البطاقة الذي يمكن التعرف عليه بإجراءات أمنية بسيطة.
- ✓ أصبحت عملية إدخال وإخراج البطاقة سهلة بالمقارنة مع تحويل برنامج التشفير إلى الحاسب.
- ✓ البطاقة الذكية لا تتطلب تعليم معقد بل هي وسيلة اعتيادية.
- ✓ يتم التعرف على حامل البطاقة بتقديم الرقم السري أثناء قراءة البطاقة، إمضاء الكترونيا، إرادة الشراء تصبح غير مشكوك فيها وإمكانية نقض المعاملة مستحيلة.

- **المحفظة المالية الالكترونية والافتراضية:**

إن جميع الأنظمة لحد ألان لم تبنى لتحمل نفقات تسيير المدفوعات ذات المبالغ الصغيرة باستعمال البطاقات المصرفية، الشيء الذي أدى إلى نظام"المحفظة المالية"، فهي كما سبق وذكرنا عبارة عن قيمة نقدية مخزنة تستعمل في تسيير المعاملات ذات المبالغ الصغيرة في مختلف أوجه الحياة اليومية، يتم تسيير تكاليف هذا النظام الجديد عن طريق التراكم في العمليات (المبالغ). ويتم التفريق بين نوعين من نظام المحفظة المالية، فهناك المحفظة المالية لالكترونية والمحفظة المالية الافتراضية[2]، والتي جهزت بأنظمة تضمن السرية وامن إجراء العملية التجارية.

[1] وهيبة عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص186.

[2] رباعي أمينة، **التجارة الالكترونية وآفاق تطورها في البلدان العربية**، رسالة ماجستير في علوم التسيير، تخصص نقود ومالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005، ص 61.

خلاصة الفصل:

لقد أوجبت تطورات البيئة التكنولوجية إحداث تغيرات في المجال المصرفي مما أدى إلى تحول وسائل الدفع من شكلها البسيط التقليدي إلى شكل الكتروني حديث، وقد أثبتت هاته الأخيرة عدة مزايا من سرعة وتدني التكاليف وقد قدمت قصورا لضعف التي عانت منه وسائل الدفع التقليدية.

ولكن رغم المزايا التي شهده إطار المصرفي ووسائل الدفع الكترونيا لازالت التهديدات التي تتمثل في عمليات القرصنة واختراق أنظمة تشفير وانتشار المواقع المزورة ونشر الفيروسات المدمرة تزيد من التخوف في استعمال هذا النوع من الوسائل، لذلك وجب استحداث طرق أكثر أمانا للتصدي لهذا النوع من التهديدات وذلك من خلال تكثيف الجهود من اجل فتح الافاق لانتشار هذه الوسائل، وذلك بتوفير التنظيمات والقوانين لمواجهة المستجدات الحاصلة في هذا المجال والعمل على توفير درجة قصوى من الأمان والضمان والسرية من خلال برامج حماية وتامين فعالة.

الفصل الثالث:

دراسة حالة بنك الفلاحة و التنمية الريفية

تمهيد:

إن النهوض بالقطاع البنكي وتحديثه مسعى كل الدول، والجزائر على غرار الدول الأخرى سعت إلى ذلك من خلال عدة طرق، ومن أبرزها مساهمة الدفع الالكتروني في تفعيل التجارة الالكترونية بغية الارتقاء بأداء هذا القطاع، وقد اتخذت البنوك الجزائرية وسائل الدفع الالكترونية سبيلا لتحقيق الهدف المنشود، في ظل السوق المصرفية التي اشتدت فيها المنافسة يوما بعد يوم.

وكمحاولة منا لتقييم نجاعة نظام الدفع الالكتروني وبالأخص وسائله المستعملة في ذلك ارتأينا إلى إجراء دراسة ميدانية على بنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة العمارية-، وذلك بتوزيع استبانة على عمال وزبائن البنك بغية معرفة آرائهم حول دور نظام الدفع الالكترونية في تفعيل التجارة الالكترونية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية المقدمة باعتبارهم أحسن مقيّم لذلك.

من خلال هذا التقديم تبرز النقاط الأساسية التي سوف نتطرق لها في هذا الفصل كما في التصنيف الموالي:

المبحث الأول: معلومات عامة حول بنك الفلاحة والتنمية الريفية؛
المبحث الثاني: تحليل الإستبانة الموجهة لعمال وزبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية؛
المبحث الثالث: الدراسة التحليلية للجزء التطبيقي.

المبحث الأول: معلومات عامة حول بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

إن بنك الفلاحة والتنمية الريفية جزء من القطاع المصرفي الجزائري وله أهمية، وكان ظهوره نتيجة لدوافع تاريخية من خلالها نشا البنك بالإضافة إلى مهام وأهداف أساسية يرتكز عليها، وهذا ما سنحاول التطرق إليه.

المطلب الأول: نشأة وتطور بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

سنحاول من خلال هذا المطلب إعطاء لمحة تاريخية عن نشأة وتطور بنك الفلاحة والتنمية الريفية .

أولا: نشأة بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

حتى مطلع الثمانينات من القرن العشرين، كان البنك الوطني الجزائري BNA المسؤول الوحيد عن تمويل القطاع الفلاحي في الجزائر،ونظرا للحاجات المتزايدة والمستمرة لهذا القطاع،اظهر هذا البنك عجزا ونقصا ملموسا في أداء هذه المهمة. مما أدى إلى ضرورة إنشاء بنك متخصص تناط إليه هذه المهمة.

أنشئ هذا البنك بموجب المرسوم رقم 82 -206 المؤرخ في 13 مارس1982[1]،تحت مسمى بنك الفلاحة و التنمية الريفية BADR بعد إعادة الهيكلة التنظيمية و المالية للقطاع المصرفي وذلك بهدف تمويل الأنشطة الخاصة و العمومية للقطاع الفلاحي و القطاع الصناعي، الري،الصيد البحري، وكل الأنشطة التي تهدف إلى تطوير القطاع الفلاحي.

ويعتبر بنك الفلاحة والتنمية الريفية مؤسسة عمومية تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي تحت وصاية وزارة المالية، كما يعتبر اداة للتخطيط المالي بحيث يساعد على تنفيذ المخططات والبرامج المقدرة لتحقيق الأهداف المرسومة لاسيما ما يتعلق برفع الإنتاج الفلاحي (كما وكيفا).

وفي إطار الإصلاحات الاقتصادية تحول بنك الفلاحة والتنمية الريفية بعد عام 1988م إلى شركة مساهمة ذات رأس مال قدره 22 مليار دينار جزائري مقسم إلى 2200 سهم بقيمة 1000000دج للسهم الواحد.

[1] المرسوم رقم 82 – 106 المؤرخ في 13 مارس 1982 المتعلق بإنشاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية، الجريدة الرسمية، العدد 11، 1982/03/16

ليرتفع في بداية عام 2000 إلى 33 مليار دينار جزائري موزع على 3300 سهم مكتتبة كلها من طرف الدولة .

كما انه بعد صدور قانون النقد والقرض 10/90 بتاريخ 1990/04/14 والذي منح استقلالية اكبر للبنوك والغي نظام التخصص، أصبح بنك الفلاحة والتنمية الريفية كغيره من البنوك يباشر جميع الوظائف التي تقوم بها البنوك التجارية والمتمثلة في منح التسهيلات الائتمانية وتشجيع عملية الادخار والمساهمة في التنمية، ولتحقيق أهدافه وضع البنك إستراتيجية شاملة من خلال التغطية الجغرافية لكامل التراب الوطني بأكثر من 290 وكالة مؤطرة بأكثر من 7000 عامل، وللقيام بتنويع منتجاته وخدماته وهذا بغية اكتساب ميزة تنافسية تؤهله لمنافسة البنوك الخاصة والأجنبية التي تزاول نشاطها في السوق المصرفية الجزائرية .

ثانيا: تطور بنك الفلاحة والتنمية الريفية

كغيره من المؤسسات الاقتصادية، شهد بنك الفلاحة والتنمية الريفية العديد من التطورات منذ نشأته إلى يومنا هذا، نتيجة الإصلاحات التي خضع لها القطاع البنكي في الجزائر بصفة عامة، ويمكن تقسيم مراحل تطور بنك الفلاحة والتنمية الريفية إلى المراحل الأساسية التالية :

1- مرحلة 1982-1990 م: تم تأسيس بنك الفلاحة والتنمية الريفية تبعا لإعادة هيكلة البنك الوطني الجزائري، حيث انطلق برأس مال قدره مليار دينار جزائري، و140 وكالة متنازل عنها من قبل البنك الوطني الجزائري، وخلال هذه المرحلة انصب اهتمام البنك على تحسين موقعه في السوق المصرفية والعمل على ترقية القطاع الريفي عن طريق فتح الوكالات البنكية في المناطق ذات النشاط الفلاحي، حيث اكتسب تجربة كبيرة في مجال تمويل القطاع الفلاحي والصناعات الغذائية هذا التخصص فرضته آلية الاقتصاد المخطط الذي اقتضى تخصص كل بنك في تمويل احد القطاعات الحيوية العامة .
2- مرحلة 1991- 1999 م: بمقتضى قانون النقد والقرض 10/90 الذي الغي التخصص القطاعي للبنوك المطبق من قبل في إطار الاقتصاد الموجه، توسع نشاط بنك الفلاحة والتنمية الريفية ليشمل مختلف قطاعات الاقتصاد الوطني، خاصة قطاع الصناعات الصغيرة والمتوسطة مع بقاءه الشريك صاحب الامتياز في تدعيم وتمويل القطاع الفلاحي، أما في المجال التقني فقد شهدت هذه المرحلة أتمة وتعميم استخدام الإعلام الآلي عبر مختلف وكالات البنك، كما شهدت هذه المرحلة العديد من الإجراءات كانت تصب كلها في تطوير نشاط البنك لإشارة فقد شهدت هذه المرحلة المحطات التالية :
- عام 1991:تم الانخراط في نظام سويفت SWIFT لتسهيل معالجة وتنفيذ عمليات التجارة الخارجية.
- عام 1992: تم وضع نظام المعلومات SYBU الذي يمكن من المعالجة الآلية للعمليات البنكية من

خلال مختلف البرامج المكونة له والتي شملت معالجة وتسيير العمال والزبائن وحساباتهم، القروض، الودائع وكذا إدخال النظام المحاسبي القطاعي للبنوك على مستوى كل الوكالات .

- عام 1993 :الانتهاء من إدخال تقنية الإعلام الآلي في كل العمليات البنكية على مستوى كل وكالات البنك.

- عام 1994: بدء العمل بمنتج جديد يتمثل في بطاقة السحب بدر.

- عام 1996: إدخال نظام المعالجة عن بعد وفي وقت حقيقي للعمليات البنكية من ما يسمى ب:Télétraitement.

- عام 1998:بدء العمل ببطاقة السحب ما بين البنوك CIBLa Carte Inter Bancaire

3- مرحلة 2000- 2004م: تميزت هذه المرحلة بمساهمة بنك الفلاحة والتنمية الريفية كغيره من البنوك العمومية في تدعيم وتمويل الاستثمارات المنتجة، ودعم برنامج الإنعاش الاقتصادي و التوجه نحو تطوير قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والمساهمة في تمويل قطاع التجارة الخارجية وفقا لتوجيهات اقتصاد السوق، إلى جانب تغطية لمختلف مناطق الوطن وذلك عن طريق فتح المزيد من الوكالات .

وفي إطار تمويل الاقتصاد ضمن التوجيهات الاقتصادية الجديدة للجزائر، عمل بنك الفلاحة والتنمية الريفية على تغيير سياسته الافتراضية، حيث رفع إلى حد كبير حجم القروض لفائدة المؤسسات المصغرة والصغيرة والمتوسطة في الميادين، وفي نفس الوقت طور مستوى أدائه مسايرة للتحولات الاقتصادية والاجتماعية العميقة واستجابة لتطلعات العمال والزبائن والمستثمرين .

يضم بنك الفلاحة والتنمية الريفية حاليا 292 وكالة، 39 مديرية جهوية ويشغل ما يقارب 7000 عامل[1]، ونظرا لكثافة شبكته وأهمية تشكيلته البشرية صنف في قاموس مجلة البنوك عام 2001 في المركز الأول في ترتيب البنوك الجزائرية والمرتبة 668 في الترتيب العالمي ما بين 4100 بنك مصنف .

4- مرحلة 2005- 2007م: تميزت هذه المرحلة بتراجع كبير عن السياسة التوسعية المنتهجة في المرحلة السابقة نتيجة للأخطاء التنفيذية الجسيمة لهذه السياسة والتي تنتج عنها حجم هائل من القروض المتعثرة والمركزة بيد عدد قليل من العمال والزبائن الأمر الذي أدى إلى اهتزاز المركز المالي للبنك .

[1]طبقا لوثائق وكالة بنك والتنمية الريفية لبنك التنمية الريفية.

مما ألزم السلطة القائمة بتبني سياسة تعتمد أساسا على تحصيل القروض من اجل إعادة التوازن للبنك، وبمقتضى هذه السياسة قلص البنك من حجم تعاملاته وتخصص في مجال تمويل القطاع الفلاحي في المناطق التي تتواجد بها البنك بمفرده، غير أن هذه السياسة المنتهجة والتي أتت كلها من حيث تحقيقها للأهداف الآنية المسطرة أثرت سلبا على نتائج ومر دودية البنك بسبب رحيل عدد هائل من زبائنه القدامى إلى بنوك أخرى مما استدعى مراجعة سياسته من قبل إدارته العليا .

5- مرحلة 2008-2012: إن أزمة الغذاء التي ألقت بضلالها على العالم في السنوات الأخيرة لم تكن الجزائر بمنأى عنها وما مؤشرات الخطر التي حماتها قيمة الفاتورة الغذائية المرتفعة ومستوى الإنتاج الفلاحي المحلي الضعيف إلا دليل ذلك، إن هذه الوضعية استدعت من الجزائر زيادة الاهتمام بالقطاع ألفلاحي وتبني سياسة تنموية في هذا المجال من اجل النهوض بهذا القطاع وتحقيق الاكتفاء الذاتي في الإنتاج ألفلاحي، بهذا الاهتمام كان بنك الفلاحة والتنمية الريفية المرات العاكسة له والأداة التي استعملتها الدولة من اجل تجسيد سياستها على ارض الواقع .

ففي بداية عام 2008 وبعد الاتفاقية التي تمت بين MADR-BADR وزارة الفلاحة والتنمية الريفية وبنك الفلاحة والتنمية الريفية والتي قضت بتوزيع البنك لعملياته التمويلية للنشطات الإنتاجية الفلاحية والتي كللت بإصدار منتوج قرضي جديد "الرفيق" والذي تم بموجبه تدعيم على قروض الاستغلال الموجهة للقطاع ألفلاحي من قبل الوزارة بنسبة 100% كما تم استنتاج نفس المنتج عام 2011م بالنسبة لقروض الاستثمار تحت مسمى قرض " التحدي " بفوائد مدعمة من قبل الدولة م50- 100% ولمدة تصل إلى 15سنة، والذي يهدف إلى إعادة تأهيل الأراضي الفلاحية، إنشاء مستثمرات فلاحيه جديدة وتدعيم الموجودة، إلى جانب هذا قام البنك بإعادة تفعيل منتوج قرض البناء الريفي وهذا من خلال الاتفاقية المبرمة مع الصندوق الوطني للسكن من اجل المساعدة على التنمية الريفية وتثبيت الفلاحين في مناطقهم، أضف إلى هذا قيام البنك خلال تلك المرحلة بتقديم خدمة القرض ألإيجاري من اجل إعطاء ديناميكية ونفس جديد لعملية الاستثمار بالنسبة للمؤسسات الفلاحية .

المطلب الثاني: وظائف وأهداف بنك الفلاحة و التنمية الريفية

سنعرج في هذا المطلب إلى أهم الوظائف التي تقوم بها بنك الفلاحة والتنمية الريفية واهم الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها.

أولا: وظائف بنك الفلاحة والتنمية الريفية

لقد تم إنشاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية للاستجابة للحاجات الاقتصادية وكذا تحقيق الاستقلال الاقتصادي للبلد وتحسين مستوى الحياة على مستوى الأرياف ومنح التمويل لتنمية مجموع قطاعات الأعمال وتتمثل أهم وظائفه في:

- فتح الحسابات لكل الأفراد الراغبين في ذلك بما يتوافق والقوانين المعمول بها .
- تنمية موارد واستخدامات البنك عن طريق عمليتي الادخار والاستثمار.
- المساهمة في نشر وترقية الوعي الادخاري .
- المساهمة في تطوير القطاع الفلاحي .
- ضمان ترقية وتطوير النشطات الفلاحية الغذائية والصناعية والحرف .
- إنتاج خدمات مصرفية جديدة، مع تطوير المنتجات و الخدمات القائمة.
- الاستفادة من التطورات العالمية في مجال العمل المصرفي .
- تطوير قدرات تحليل المخاطر.

ثانيا: أهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية

من أهم الأهداف المسطرة من طرف إدارة بنك الفلاحة والتنمية الريفية مايلي:- الرفع من حجم الموارد والحصول عليها بأقل تكلفة ممكنة واستثمارها في مجالات الائتمان المتنوعة والمبرمجة في إطار القوانين المعمول بها.

- التسيير الصارم لسيولة البنك بالعملة الوطنية والأجنبية .- ضمان التطور المتجانس للبنك في مختلف مجلات النشطات التي تهمه .
- توسيع وتنويع مجلات تدخل البنك كمؤسسة مصرفية شاملة.
- التوسيع من شبكة البنك وتطوير معاملاته النقدية .
- تحسين نوعية وجودة الخدمات وكذا العلاقات مع العمال والزبائن .
- الحصول على اكبر حصة من السوق.

- تبني نمط تسيير ديناميكي في مجال تحصيل القروض .
- تطوير العمل المصرفي في قصد تحقيق أقصى قدر من الربحية .

وبغية تحقيق هذه الأهداف، قام بنك الفلاحة والتنمية الريفية بتهيئة الشروط حيث عمد إلى توفير وسائل تقنية حديثة وأجهزة وأنظمة معلوماتية، كما بذل مجهودات كبيرة لتأهيل موارده بشرية وترقية الاتصال داخل وخارج البنك، مع إدخال تعديلات على التنظيمات والهياكل الداخلية للبنك تتوافق مع المحيط المصرفي الوطني واحتياجات السوق، كما سعى إلى التقرب أكثر من العمال والزبائن وهذا بتوفير مصالح تتكلف بمطالبهم وانشغالاتهم والحصول على اكبر قدر من المعلومات الخاصة بهم وباحتياجاتهم .

المطلب الثالث: موارد والهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية

سنتناول في هذا المطلب موارد البنك وعرض الهيكل التنظيمي لوكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالعمارية .

أولا: موارد بنك الفلاحة والتنمية الريفية

تتمثل موارد بنك الفلاحة والتنمية الريفية كباقي البنوك الجزائرية العمومية الأخرى في رأس ماله المحدد في القانون الأساسي والذي تعود ملكيته كلها للدولة بالإضافة إلى الموارد الأخرى الموجودة بحوزته والتي تتشكل من:

- ودائع العمال والزبائن بمختلف أنواعها والتي تمثل المصدر الرئيسي للمواد.
- الأموال المتوفرة التي تؤمنه عليه الهيآت والمؤسسات العمومية الاقتصادية .
- الأرباح التي يحققها البنك من خلال عمليات الائتمان، التوظيف والخدمات البنكية المقدمة .
- السلف الاستثنائية التي يتحصل عليها البنك في إطار اتفاقيات التعاون بين الجزائر وبعض الهيآت الدولية الخارجية .

وشكل بنك الفلاحة والتنمية الريفية دورا كبيرا في تمويل الاقتصاد الوطني سواء بمساهمته في تمويل المخططات الوطنية المتعددة، كالمخطط الوطني للتنمية الفلاحية PNDA، الذي دخل حيز التنفيذ في جويلية 2000م أو من خلال تمويل مختلف الأنشطة الاقتصادية بما فيها قطاع التجارة الخارجية، وبرامج الدولة الرامية لتطوير المؤسسات المصغرة والحرفية والقضاء على البطالة من خلال الأجهزة المتخصصة: ANSEJ، ANGEM ، CNAC
وكذا قروض الاستثمار، الرفيق، والتحدي.

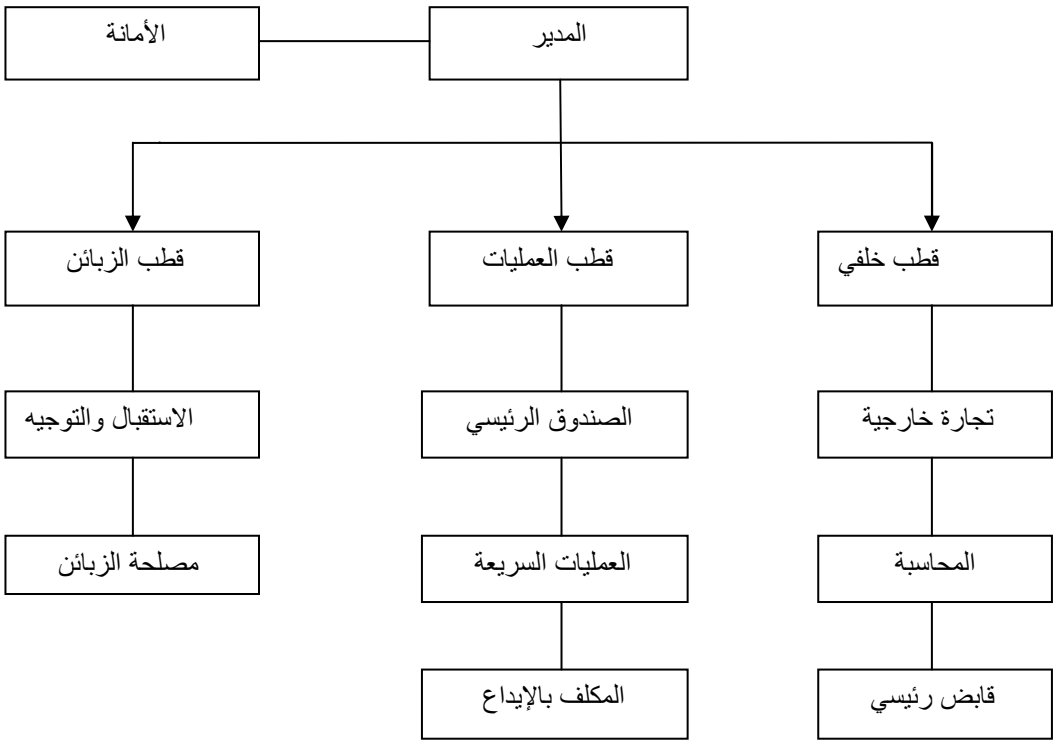
ثانيا: الهيكل التنظيمي لوكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالعمارية

تأسست وكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالعمارية بموجب المرسوم 83/106 والمنشئ لبنك الفلاحة والتنمية الريفية بالعمارية في يوم 17 صفر 1414 الموافق لـ 22 نوفمبر 1983 والتي تم تدشينها من طرف السيد عضو اللجنة المركزية كاتب الدولة للغابات واستصلاح الأراضي . وهي من بين وكالات البنك الوطني الجزائري، وهي تابعة للمديرية الجهوية لولاية المدية .

وتتكون وكالة العمارية من 16 عاملا تحت إشراف المدير وتقوم هذه الوكالة بتمويل وفقا للشروط التي يحددها البنك وكذا وفقا للتشريعات العامة المعمول بها من طرف المديرية العامة، وفيما يلي عرض الهيكل التنظيمي لوكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالعمارية .

الهيكل التنظيمي:

شكل رقم (3 - 1): الهيكل التنظيمي لوكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالعمارية



المصدر: وكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالعمارية

المبحث الثاني: تحليل الإستبانة الموجهة لعملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

ارتأينا في دراستنا لهذا البحث استعمال أداة من أدوات جمع المعلومات الأولية*، ألا وهي الإستبانة وهي مجموعة من الأسئلة المعدة مسبقا والتي توجه إلى المستجوبين للحصول على إجاباتهم[1]. إذ وجهت هذه الإستبانة لعاملي وعملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية بغية معرفة اتجاهاتهم ومواقفهم وآرائهم في مدى استخدام مجالات المساهمة في نظام الدفع الالكتروني .

المطلب الأول: الإطار المنهجي للدراسة.

للاستبيان منهج بني عليه، وذلك من خلال تحديد مختلف المعلومات التي تهمنا في دراستنا، والتي سوف نتطرق لها بالتفصيل في هذا المطلب.

أولا : مجال الدراسة.

يتمثل مجال الدراسة في المجال المكاني والموضوعي.

- ✓ **المجال المكاني:** اقتصرت حدود دراستنا على عمال وزبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة العمارية-، من خلال عينة من المجتمع وذلك لكبر هذا الأخير.
- ✓ **المجال الموضوعي:** اهتمت هذه الدراسة ببحث وتحليل آراء العمال والزبائن لبنك الفلاحة والتنمية الريفية "وكالة العمارية" في مدى استخدام مجالات المساهمة في نظام الدفع الالكتروني وذلك من خلال:
  - إدراك أهمية التجارة الالكترونية؛
  - كيفية تطبيق وسائل الدفع الالكتروني؛
  - مساهمة نظام الدفع الالكتروني في تفعيل التجارة الالكترونية.

ثانيا: مجتمع وعينة الدراسة.

يتكوّن مجتمع البحث من عمال وزبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية والذين لهم حسابات جارية في هذا البنك، إذ يمنح البنك ثلاثة أنواع من البطاقات البنكية وهي:

1) بطاقة السحب الخضراء CBR: التي تستعمل للسحب فقط وبالتالي لا تناسب دراستنا باعتبارنا نهتم بالسحب والدفع معا؛

* هي المعلومات التي يقوم الباحث بجمعها من الميدان باستخدام أدوات ووسائل البحث الميداني.

[1] قدي عبد المجيد، أسس البحث العلمي في العلوم الاقتصادية والإدارية –الرسائل والأطروحات-، دار الأبحاث، الطبعة الأولى، الجزائر، 2009، ص 104.

2) بطاقة CIB والتي بدورها تكون في شكلين هما: الذهبية والتي تمنح للعملاء ذوي الأموال الطائلة والذي يعتبرهم البنك مورد من موارده إذ تكون له معاملة خاصة معهم وهذا ما لا يخدمنا في دراستنا،
3) والشكل الآخر هي البطاقة الزرقاء والتي تمنح للعملاء العاديين بغرض الدفع والسحب معا والذي اعتبرناه مجتمع دراستنا والبالغ عددهم في وكالة العمارية 45 فرد، ولتكون دراستنا أكثر مصداقية تم اختيار 100% كعينة دراسة من هذا المجتمع وبالتالي يبلغ عددها 45 فرد.

المطلب الثاني: أداة الدراسة الميدانية.

تم استخدام الإستبانة كأداة لجمع المعلومات اللازمة لهذه الدراسة باعتبارها من أنسب أدوات البحث العلمي التي تحقق أهداف الدراسة المسحية للحصول على حقائق ومعلومات مرتبطة بواقع معين.

ثانيا: بناء أداة الدراسة.

تكوّنت الإستبانة من أربعة محاور رئيسية وهي:

- **المحور الأول**: يتعلق بالبيانات العامة لأفراد العينة المدروسة من حيث: الصنف، المستوى العلمي، قطاع العمل، فترة تعاملك مع البنك، أسباب اختيار التعامل مع هذا البنك.
- **المحور الثاني**: إدراك أهمية التجارة الالكترونية.
- **المحور الثالث**: كيفية تطبيق وسائل الدفع، من خلال أربع عبارات.
- **المحور الرابع**: مساهمة نظام الدفع الالكتروني في تفعيل التجارة الالكترونية.

وقد تم تصميم الإستبانة بالاعتماد على مقياس **ليكرت** الثلاثي، والتي تدرجت حسب المعايير الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (03-01): الدرجات المعطاة لخيارات الإجابة المتاحة في الإستبانة الموجهة

المحاور الثاني والثالث والرابع	خيارات الإجابة	لا	محايد	نعم
	الدرجة	1	2	3

المصدر: من إعداد الطلبة.

وانطلاقا من الدرجات الموضحة في الجدول رقم (03-01) ولحساب الحدود الدنيا والعليا لكل فئة من فئات مقياس ليكرت الخماسي تم حساب طول المدى الكلي بالنسبة للاستبيان: 3-1=2، ومن ثم تقسيم طول المدى الكلي على عدد الفئات فنحصل على طول المدى الفئوي 3/2=0.66.

المسافة بين كل اتجاه هي 0.66

الاتجاه الأول : 1 - 1.66

الاتجاه الثاني: 1.67- 2.33

الاتجاه الثالث: 2.34- 3

بعد ذلك تم إضافة العدد 0.67 بالتدرج ابتداء من الفئة الأولى، وكانت النتائج المتحصل عليها موضحة في الجدول التالي.

الاتجاه للمحاور الثاني والثالث والرابع	من1 إلى 1.66	من 1.67 إلى 2.33	من 2.34 إلى 3
	لا	**محايد**	**نعم**

من خلال هذا الجدول يمكن أن نستنتج أن تحديد الاتجاه في هذه الدراسة يكون وفق الآلية التالية:

- إذا كان المتوسط الحسابي المرجح للعبارة يتراوح بين (1-1.66) فهذا يعني أن تقييم عناصر عينة الدراسة لعبارات الإستبانة كان بدرجة **ضعيفة** ؛
- إذا كان المتوسط الحسابي المرجح للعبارة يتراوح بين (1.67-2.33) فهذا يعني أن تقييم عناصر عينة الدراسة لعبارات الإستبانة كان بدرجة **متوسطة**؛
- إذا كان المتوسط الحسابي المرجح يتراوح بين (2.34 - 3) فهذا يعني أن درجة تقييم عناصر عينة الدراسة لعبارات الإستبانة كانت **كبيرة**؛

ثانيا: صدق أداة الدراسة.

1-الصدق الظاهري: تم عرض الإستبانة على مجموعة من المحكمين وهم أساتذة مختصين في الاقتصاد والإحصاء ، وقد تم الطلب منهم إبداء آرائهم حول مدى ملائمة العبارات لقياس ما وضعت لأجله وكذا مدى وضوحها، وعلى ضوء ذلك تم تعديل أو حذف بعض العبارات وإضافة أخرى، ليتم توزيع الإستبانة في شكلها النهائي كما هو موضح في الملحق رقم (03).

2-الاتساق الداخلي: يعني مدى اتساق كل عبارة من عبارات الإستبانة مع المجال الذي تنتمي إليه، وقد تم حساب الاتساق الداخلي للاستبانة على عينة استطلاعية البالغ حجمها (45) مفردة، وذلك من خلال حساب معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات مجالات الإستبانة والدرجة الكلية للمجال نفسه،ويمكن توضيح هذه المعاملات في الجدول التالي وذلك عند مستوى دلالة α= 0.01 وذلك بالنسبة للمحور الأول والمحور الثاني والمحور الثالث فقد كانت مستوى معنوياتهما عند α= 0.05.

الجدول رقم (03-02): معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات الإستبانة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه.

المجال/المحور	العبارة	معامل الارتباط "سبيرمان"	القيمة الاحتمالية sig
إدراك أهمية التجارة الالكترونية	1	0.684	**0.000
	2	0.705	**0.000
	3	0.863	**0.000
	4	0.677	**0.000
	5	0.648	**0.015
معامل الارتباط بالدرجة الكلية للمحور	0.736		**0.000
كيفية تطبيق وسائل الدفع الالكتروني	6	0.941	**0.000
	7	0.892	**0.001
	8	0.873	**0.000
	09	0.934	**0.000
	10	0.893	**0.000
	11	0.931	**0.000
	12	0.817	**0.000
	13	0.939	**0.000
	14	0.913	**0.000
معامل الارتباط بالدرجة الكلية للمحور	0.749		**0.000
مساهمة نظام الدفع الالكتروني في تفعيل التجارة الالكترونية	15	0.869	**0.000
	16	0.874	**0.000
	17	0.820	**0.000
معامل الارتباط بالدرجة الكلية للمحور	0.839		**0.000
** دال عند مستوى معنوية (0.01) * دال عند مستوى معنوية (0.05)			

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

ثالثا: ثبات وصدق الدراسة

المقصود بثبات الدراسة هي أن تعطي الإستبانة نفس النتيجة لو تم إعادة توزيعها أكثر من مرة تحت نفس الظروف، بمعنى معرفة مدى الاستقرار في النتائج وعدم تغييرها بشكل كبير فيما لو تم إعادة توزيعها على أفراد العينة عدة مرات، تم الاعتماد في ذلك على معامل ألفا كرونباخ Crobach's Alpha Coefficient.

كما يقصد بمعامل الصدق أن المقياس يقيس ما وضع لقياسه ويسمى رياضيا الجذر التربيعي لمعامل الثبات.

والجدول الموالي يبين النتائج:

الجدول رقم (03-03): معاملات ثبات وصدق محاور الإستبانة.

المجال/ المحور	عدد الفقرات	معامل الثبات	معامل الصدق
إدراك أهمية التجارة الالكترونية	5	0.658	0.811
كيفية تطبيق وسائل الدفع الالكتروني	9	0.945	0.972
مساهمة نظام الدفع الالكتروني في تفعيل التجارة الالكترونية	3	0.696	0.834
الإستبانة ككل (جميع المحاور)	**17**	**0.861**	**0.928**

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

مما سبق نلاحظ أن معاملات الثبات ينحصر ما بين (0.658– 0.945) حيث بلغ أقصاه في المحور الثاني (0.945) وأدناه في المحور الأول (0.658) وبلغ معامل الثبات لجميع المحاور 0.861هذا ما يعني استقرار المقياس وعدم تناقضه مع نفسه.

الجدول رقم (03-04): معامل الثبات في حالة حذف عبارة وبقاء باقي العبارات.

رقم العبارة	العبارة	معامل الثبات
1	هل أنت مع استعمال التجارة الالكترونية	**0,861**
2	هل أنت راض على نجاعة عملية الدفع الالكتروني في التجارة الالكترونية	**0,867**
3	هل يعتبر التسوق الالكتروني أفضل من التسوق العادي ؟	**0,860**
4	هل تشعر بالثقة والأمان في عملية التسوق عبر الانترنت ؟	**0,865**
5	هل سبق وأن تعرضت للنصب والاحتيال في عملية الدفع الالكتروني مقابل سلعة ما؟	**0,862**
6	البنك يقدم خدمات مصرفية جيدة باعتماده على التكنولوجيا الحديثة	0,846
7	عمليات الدفع الالكتروني أسرع من الدفع التقليدي	0,845
8	هل هناك سهولة في استخدام وسائل الدفع الالكتروني	0,847
9	هل هناك تمييز بين وسائل الدفع الالكتروني (النقود الالكترونية - الهاتف المصرفي-البطاقة العالمية ماستر كارد)	0,843
10	اعتماد البنك على وسائل الدفع الالكترونية في تقديم خدماته يجعله يساهم في تسهيل حل المشاكل التي أتعرض لها	0,848
11	الدفع الالكتروني يسهل تحويل الأموال	0,846
12	وسائل الدفع الالكترونية تقلل من تكاليف الاستفادة من الخدمة المصرفية المقدمة	0,853

	من قبل البنك	
13	هل هناك مخاطر في استخدام وسائل الدفع الالكتروني	0,843
14	هل ترى أن مخاطر وسائل الدفع الالكتروني أقل من مخاطر وسائل الدفع التقليدية؟	0,847
15	هل تتوقع أن استخدام بطاقات الائتمان عبر الانترنت عملية آمنة ؟	0,853
16	هل تؤيد شراء السلع بواسطة بطاقات الائتمان عن طريق الانترنت ؟	0,853
17	هل ساهمت تكنولوجيا المعلومات في الدفع في تنشيط التجارة الالكترونية؟	**0,862**

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن قيم الثبات في حالة حذف إحدى العبارات وبقاء باقي العبارات الأخرى تتراوح ما بين (0.843) كأدنى قيمة و(0.867) كأعلى قيمة، كما نلاحظ أن هناك ستة عبارات وهي رقم (1، 2، 3، 4، 5، 6، 17) فحذفها يرفع معامل الثبات لكن ليس بدرجة كبيرة، وبهذا تعتبر كل العبارات مهمة ونستطيع الاحتفاظ بها وبناء التحليل على أساسها.

وبذلك نكون قد تأكدنا من صدق وثبات استبانة الدراسة مما يجعلنا على ثقة تامة بصحة الإستبانة وصلاحيتها لتحليل النتائج والإجابة على أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها.

المبحث الثالث: الدراسة التحليلية للجزء التطبيقي

تحليل بيانات هذه الدراسة تحليلا علميا وتفسير نتائجها والاستفادة منها في تحقيق أهدافها التي بنيت عليها واختبار فرضياتها وهي تتناول موضوعا غاية الأهمية حول أثر الثقافة التنظيمية على أداء الموارد البشرية،

فإنه سيتم استخدام الأسلوب الإحصائي الوصفي(النسب المئوية والمتوسطات الحسابية، والانحراف المعياري) ولتفسير هذه المؤشرات الإحصائية الخاصة بآراء عينة الدراسة حول فرضياتها، ولاختبار فرضيات الدراسة قمنا باستخدام برنامجSPSS.

المطلب الأول: إجراءات تطبيق الدراسة.

لاستعمال الإستبانة كأداة لجمع المعلومات قمنا بالخطوات التالية:

- توزيع الإستبانة بعد تعديلها على عينة من عمال وزبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة العمارية.
- الاستبانات الموزعة لم تسترجع بأكملها، كما أن بعض الاستبانات المسترجعة تم استبعادها لعدم استيفائها لشروط الإجابة على الإستبانة. ويمكن توضيح تعداد الاستبيانات في الجدول التالي.

الجدول رقم (03-05): تعداد استبيانات الدراسة.

الاستبيانات	الموزعة	المفقودة	المسترجعة	المستبعدة	النهائية
المجموع	60	10	50	5	45
النسبة المئوية %	100	%16,67	%83,33	%8,33	%75,00

المصدر: من إعداد الطلبة.

أولا: الأساليب الإحصائية لمعالجة البيانات.

عولجت البيانات باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS، وللتوصل إلى نتائج الدراسة واختبار الفرضيات تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية:

- ✓ معامل الارتباط سبيرمان لتحديد العلاقة بين المتغيرات؛
- ✓ معامل ثبات ألفاكرونباخ لحساب معامل ثبات وصدق محاور الإستبانة بالإضافة للاستبانة ككل؛

- ✓ التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري لتحديد مدى استجابات أفراد عينة الدراسة اتجاه محاور الإستبانة؛
- ✓ تحليل التباين الأحادي "one-way anova" لتحديد دلالة الفروق والاختلافات بين استجابات أفراد عينة الدراسة باختلاف متغيرات الدراسة (**صنف**، المستوى التعليمي، فترة التعامل مع البنك، سبب اختيار البنك، التعامل مع هذا البنك) لمعرفة موقفهم من محاور الإستبانة.

ثانيا: الوصف الإحصائي لأفراد عينة الدراسة وفق الخصائص والسمات الشخصية.

خُصص المحور الأول من محاور الإستبانة للخصائص الشخصية لأفراد عينة الدراسة، وقد تضمن الصنف، المستوى التعليمي، قطاع العمل، فترة تعاملك مع البنك، سبب اختيار التعامل مع هذا البنك، وقد كانت النتائج المحصل عليها كما يلي:

1-الصنف:

معظم أفراد العينة شملت صنف الزبائن إذ بلغت نسبتهم 64.4% في حين بلغت نسبة العاملين بالبنك 35.6% كما هو موضح في الجدول التالي.

الجدول رقم (03-06): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الصنف.

الصنف	التكرار	النسبة المئوية%
العاملين	16	64.4
الزبائن	29	35.8
المجموع	120	100

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS.

2-المستوى التعليمي:

لقد توزع أفراد عينة الدراسة على مختلف المستويات التعليمية والتي كانت أغلبها المستوى الجامعي حيث بلغت نسبته 35.6% كأعلى نسبة، ومن ثم نجد المستوى الثانوي والتكوين المهني حيث بلغت نسبتهما على التوالي 24.4% و22.2 %وهذا إن دل على شيء إنما يدل على أن ذوي المستوى الأعلى هم الأكثر تعاملا مع البنوك، يليهما المستوى المتوسط بنسبة 13.3% لنجد فئة الأقل من المتوسط بنسبة ضعيفة تبلغ 4.4% ، ما حسّن في الدراسة المتطرق إليها التي تعتبر مثقفة في نظرنا وتستطيع فهم الإستبانة خاصة منظور التجارة الالكترونية والدفع الالكتروني والجدول الموالي يوضح مختلف تكرارات هذه الفئات ونسبها كالآتي:

الجدول رقم (03-07): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي.

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية %
أقل من المتوسط	2	4.4
متوسط	6	13.3
ثانوي	11	24.4
تكوين مهني	10	22.2
جامعي	16	35.6
المجموع	45	100

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS.

3-قطاع العمل:

حسب العينة المدروسة فإن نسبة القطاع الإداري قد بلغت 46.7%وهذا إن دل على شيء إنما يدل على أن القطاع الإداري هم الأكثر تعاملا مع البنوك، تليها نسبة القطاع الصناعي والفلاحي بنسبة 17.8% و 15.6% على التوالي وفي الأخير نسبتي القطاع التجاري والخدماتي بـ 11.1% و 8.9%على التوالي، لنلاحظ أن القطاع الإداري له نسبة الكبيرة التي تساعدنا في استخلاص نتائج جيدة ويمكننا توضيح تكرارات أفراد العينة وكذا نسبتهم حسب متغير المهنة في الجدول الآتي.

الجدول رقم (03-08): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب قطاع العمل.

المهنة	التكرار	النسبة المئوية %
تجاري	5	11.1
خدماتي	4	8.9
صناعي	8	17.8
فلاحي	7	15.6
إداري	21	46.7
المجموع	**45**	**100**

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

4- فترة تعاملك مع البنك:

نلاحظ أن العينة المدروسة شملت أكبر حصيلة قاربت نصف العينة من فئة التعامل مع البنك (ما بين 11 إلى 20 سنة) بنسبة بلغت 48.9%، تليها فئة (ما بين 6 إلى 10 سنوات) ربع العينة بنسبة 26.7%تليها نسبة 15.6% تخص فئة (أقل من 5 سنوات)، وفي الأخير نسبة بـ 8.9%لفئة (أكثر من 20 سنة) لتعاملهم مع البنك ، ويمكننا توضيح تكرارات أفراد العينة وكذا نسبتهم حسب متغير فترة التعامل في الجدول الآتي.

الجدول رقم (03-09): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب فترة التعامل.

المهنة	التكرار	النسبة المئوية %
أقل من 5 سنوات	7	15.6
من 6 إلى 10 سنوات	12	26.7
من 11 إلى 20 سنوات	22	48.9
أكثر من 20 سنة	4	8.9
المجموع	**45**	**100**

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.

5-سبب اختيار التعامل مع هذا البنك:

تعددت أسباب اختيار أفراد العينة لتعاملهم مع هذا البنك لنجد أن أكبر نسبة تصب في **سمعة** هذا البنك لتبلغ نسبة 35.6% أي أن سمعته كبيرة وسط الفئة المدروسة، تليها نسبة متساوية مقدرة بـ22.2%لكل من (حسن التعامل – سرعته في تقديم الخدمة) وبالتالي البنك له خاصيتين استطاعت أن تميزه عن باقي البنوك، ونجد نسبة معتبرة مقدرة بـ 11.1% تخص فئة (نصيحة من صديق) تليها فئة (الثقة وسرعة الاتصال) بنسبة6.7، وفي الأخير نسبة ضئيلة لفئة (أسباب أخرى) مقدرة بـ 2.2%، والجدول الموالي يوضح نسب العينة الموزعة على مختلف الأسباب المذكورة كما يلي:

الجدول رقم (03-10): توزيع العينة حسب متغير سبب اختيار التعامل مع هذا البنك.

سبب اختيار هذا البنك	التكرار	النسبة المئوية %
سمعته	16	35.6
حسن التعامل	10	22.2
سرعته في تقديم الخدمة	10	22.2
الثقة وسرعة الاتصال	3	6.7
نصيحة من صديق	5	11.1
أخرى	1	2.2
المجموع	**120**	**100**

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS.

بهذا نكون قد وصفنا عينة الدراسة حسب الخصائص الشخصية والتي تعتبر عينة مثقفة متعلمة باستطاعتها فهم أسئلة الإستبانة وقدرتها على الإجابة بما يفيدنا ويخدمنا في تحقيق الأهداف المرجوة منها، وبالتالي التوصل إلى النتائج التي تمكننا من اختبار الفرضيات مما يسمح بمعالجة إشكالية الموضوع.

المطلب الثاني: تحليل المتغيرات المستقلة والتابعة

نعالج في هذا المطلب تحليل المتغيرات المستقلة والتابعة في ثلاث فروع موالية

أولا: إدراك أهمية التجارة الالكترونية.

دُرس هذا المحور من خلال العبارات رقم (1-5) وذلك لمعرفة مدى وعي وثقافة العمال والزبائن بالخدمات البنكية الالكترونية المقدمة من قبل البنك والجدول الموالي يبين مختلف التكرارات والنسب المئوية والانحراف المعياري واتجاه الإجابة لإجابات أفراد العينة :

الجدول رقم (03-11): بعض مقاييس النزعة المركزية لإجابات العمال والزبائن في عينة الدراسة حول المجال المتعلق بإدراك أهمية التجارة الالكترونية.

رقم العبارة	العبارة	المقياس	لا	محايد	نعم	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه	الترتيب
1	هل أنت مع استعمال التجارة الالكترونية؟	التكرار	15	0	30	2.33	0.953	متوسطة	2
		النسبة%	33.3	0	66.7				
2	هل أنت راض على نجاعة عملية الدفع الالكتروني في التجارة الالكترونية؟	التكرار	28	3	14	1.69	0.925	متوسطة	4
		النسبة%	62.2	6.7	31.1				
3	هل يعتبر التسوق الالكتروني أفضل من التسوق العادي؟	التكرار	14	5	26	2.27	0.915	متوسطة	3
		النسبة%	31.1	11.1	57.8				
4	هل تشعر بالثقة والأمان في عملية التسوق عبر الانترنت؟	التكرار	29	3	13	1.64	0.915	متوسط	5
		النسبة%	64.4	6.7	28.9				
5	هل سبق وأن تعرضت للنصب و الاحتيال في عملية الدفع الالكتروني مقابل سلعة ما؟	التكرار	12	5	28	2.36	0.883	كبيرة	1
		النسبة%	26.7	11.1	62.2				
التقييم العام						2.06	0.692	**متوسطة**	

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS.

من خلال ما سبق نلاحظ أن درجة إدراك أهمية التجارة الالكترونية المقدمة من قبل عينة الدراسة متوسطة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا المحور 2.05 وهذا ما يعكس معرفتهم المتوسطة بهذه الخدمات وبانحراف معياري قدر ب 0.692 وهذا راجع لغياب الثقة والأمان في عملية التسوق عبر الانترنت، كما نجد غياب الرضا في مجال التسوق الالكتروني راجع إلى تعرض فئة كبيرة من مجتمع الدراسة للنصب والاحتيال مسبقا خلال عمليات الدفع الالكتروني مقابل سلعة ما.

ثانيا: كيفية تطبيق وسائل الدفع الالكترونية.

تم معالجة هذا المحور من خلال خمسة عبارات وبذلك كانت عبارات هذا المحور هي (6-14) وقد انصب الاهتمام في هذا المحور بمدى تطبيق وسائل الدفع الالكترونية لنوضح ذلك في الجدول الموالي.

الجدول رقم (03-12): بعض مقاييس النزعة المركزية لإجابات العمال والزبائن فعينة الدراسة حول المجال المتعلق بكيفية تطبيق وسائل الدفع الالكترونية.

رقم العبارة	العبارة	المقياس	لا	محايد	نعم	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه	الترتيب
06	البنك يقدم خدمات مصرفية جيدة باعتماده على التكنولوجيا الحديثة	التكرار	14	9	22	2.18	0.886	متوسطة	5
		النسبة%	31.1	20	48.9				
07	عمليات الدفع الالكتروني أسرع من الدفع التقليدي	التكرار	14	5	26	2.27	0.915	متوسطة	2
		النسبة%	31.1	11.1	57.8				
08	هل هناك سهولة في استخدام وسائل الدفع الالكتروني	التكرار	17	4	24	2.16	0.952	متوسطة	7
		النسبة%	37.8	8.9	53.3				
9	هل هناك تمييز بين وسائل الدفع الالكتروني (النقود الالكترونية- الهاتف المصرفي-البطاقة العالمية ماستركارد)	التكرار	15	6	24	2.20	0.919	متوسطة	4
		النسبة%	33.3	13.4	53.3				
10	اعتماد البنك على وسائل الدفع الالكترونية في تقديم خدماته يجعله يساهم في تسهيل حل المشاكل التي أتعرض لها	التكرار	12	11	22	2.22	0.850	متوسطة	3
		النسبة%	26.7	24.4	48.9				
11	الدفع الالكتروني يسهل تحويل الأموال	التكرار	14	10	21	2.16	0.878	متوسطة	7
		النسبة%	31.4	22.2	46.7				
12	وسائل الدفع الالكترونية تقلل من تكاليف الاستفادة من الخدمة المصرفية المقدمة من قبل البنك	التكرار	13	3	29	2.36	0.908	كبيرة	1
		النسبة%	29.9	6.7	64.4				
13	هل هناك مخاطر في استخدام وسائل الدفع الالكتروني	التكرار	15	7	23	2.15	0.912	متوسطة	6
		النسبة%	33.3	15.6	51.1				
14	هل ترى أن مخاطر وسائل الدفع الالكترونية أقل من مخاطر وسائل الدفع التقليدية؟	التكرار	15	8	22	2.16	0.903	متوسطة	7
		النسبة%	33.3	17.8	48.9				
التقييم العام						**2.21**	**0.895**	**متوسطة**	

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS.

من الجدول السابق نلاحظ أن إجابات أفراد العينة على العبارات المخصصة لتطبيق وسائل الدفع الالكترونية كان بدرجة **متوسطة** ليبلغ المتوسط الحسابي في هذا المجال 2.21 بانحراف معياري قدر بـ 0.895 وبذلك فإن وسائل الدفع الالكترونية تجعل الخدمة البنكية أكثر اعتمادية بدرجة كبيرة وهذا ما يعكس أن وسائل الدفع الالكترونية جعلت الخدمة المصرفية تتم بشكل محدود، وذلك باعتمادها على التكنولوجيا الحديثة وإنما يدل على أن وسائل الدفع الالكترونية ليست مخصصة بالصورة المرغوب فيها.

ثالثا: مساهمة نظام الدفع الالكتروني في تفعيل التجارة الالكترونية.

خصص لهذا المحور من خلال العبارات رقم (15-17) وذلك لمعرفة مدى مساهمة نظام الدفع الالكتروني في تفعيل التجارة الالكترونية المقدمة من قبل البنك، والجدول الموالي يبين مختلف التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد العينة.

الجدول رقم (03-13): بعض مقاييس النزعة المركزية لإجابات العمال والزبائن في عينة الدراسة حول المجال المتعلق بمساهمة نظام الدفع الالكتروني في تفعيل التجارة الالكترونية.

رقم العبارة	العبارة	المقياس	لا	محايد	نعم	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه	الترتيب
15	هل تتوقع أن استخدام بطاقات الائتمان عبر الانترنت عملية آمنة ؟	التكرار	22	8	15	1.84	0.903	متوسطة	2
		النسبة%	48.9	17.8	33.3				
16	هل تؤيد شراء السلع بواسطة بطاقات الائتمان عن طريق الانترنت ؟	التكرار	26	6	13	1.71	0.895	متوسطة	3
		النسبة%	57.8	13.3	28.9				
17	هل ساهمت تكنولوجيا المعلومات في الدفع في تنشيط التجارة الالكترونية؟	التكرار	16	10	19	2.07	0.889	متوسطة	1
		النسبة%	35.6	22.2	42.2				
التقييم العام						1.87	0.776	**متوسطة**	

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS.

من خلال ما سبق نلاحظ أن درجة نظام الدفع الالكتروني في تفعيل التجارة الالكترونية من قبل البنك متوسطة حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا المحور 1.87 وهذا ما يعكس معرفتهم المتوسطة بهذه الخدمات وبانحراف معياري قدر ب 0.776، وهذا راجع لغياب نظام دفع الكتروني فعال، كما يعتبر

غالبية المستهدفون أن استخدام بطاقات الانترنت عملية غير آمنة وكذلك لا يؤيدون شراء السلع بواسطة بطاقات الائتمان خلال عمليات الدفع الالكتروني.

المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة.

الغرض من دراستنا الميدانية هو التوصل إلى نتائج نستطيع من خلالها اختبار فرضيات هذه الدراسة والتي نذكرها فيما يلي:

- لا يوجد تباين في اتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة نحو **إدراك أهمية التجارة الالكترونية؛**
- لا يوجد تباين في اتجاهات إجابات عينة الدراسة نحو **كيفية تطبيق وسائل الدفع الالكترونية؛**
- لا يوجد تباين في اتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة نحو **مساهمة نظام الدفع الالكتروني في تفعيل التجارة الالكترونية؛**
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى تحقيق الخدمة البنكية لأبعاد جودة الخدمة باستخدام وسائل الدفع الالكترونية ورضا العمال والزبائن عن التعامل بهذه الوسائل.

وفيما يلي سنقوم باختبار كل واحد منها في فرع خاص بها، وقد اخترنا لتحقيق ذلك استعمال تحليل التباين الأحادي (one-way anova) الذي يعتبر الأنسب لمثل هذه الفرضيات، وذلك عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بغية الوصول إلى نتائج ذات مصداقية عالية.

ولإجراء الاختبارات للفرضيات المذكورة سابقا انطلقنا من خيارين أساسيين لكل فرضية فرعية، وذلك انطلاقا من المتغيرات الشخصية كما يلي:

أولا: فرضية العدم ($ف_0$): لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات إجابات أفراد العينة تعزى للمتغير.

ثانيا: الفرضية البديلة ($ف_1$): توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات إجابات أفراد العينة تعزى للمتغير.

فإذا كان مستوى الدلالة لقيمة (ف) المحسوبة أقل أو يساوي (0.05) فإننا نرفض فرضية العدم ($ف_0$) ونقبل الفرضية البديلة ($ف_1$)، وعليه سيكون هناك فروقا معنوية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات إجابات أفراد العينة وفقا للمتغير المختار؛

أمّا إذا كان مستوى الدلالة لقيمة (ف) المحسوبة أكبر من (0.05) فإننا نقبل فرضية العدم ($ف_0$)، أي أنه لا توجد هناك فروقا ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة وفقا للمتغير المختار.

أولا: نتائج اختبار درجة إدراك أهمية التجارة الالكترونية.

كانت فرضية الدراسة على النحو التالي: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) في اتجاهات إجابات العمال والزبائن من وجهة نظر عينة الدراسة تعزى للمتغيرات الشخصية التالية: الصنف، المستوى التعليمي، سبب اختيار التعامل مع هذا البنك.

ويمكن تلخيص نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ف) للتأكد من صحة هذه الفرضية في الجدول التالي:

الجدول رقم (03-14): نتائج اختبار التباين الأحادي (ف) لفرضية إدراك أهمية التجارة الالكترونية.

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
الصنف	بين المجموعات	2.865	14	0.205	0.869	0.594
	داخل المجموعات	24.727	105	0.235		
المستوى التعليمي	بين المجموعات	23.441	14	1.674	3.661	*0.000
	داخل المجموعات	48.025	105	0.457		
سبب اختيار هذا البنك	بين المجموعات	20.141	14	1.439	1.084	0.380
	داخل المجموعات	139.326	105	1.327		
* يوجد اختلاف دال معنويا عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)						

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS.

من خلال النتائج المتوصل إليها والمبينة في الجدول أعلاه يمكننا تحليل التباين في اتجاهات الإجابات بالبنك من وجهة نظر عينة الدراسة نحو المحور المتعلق **بإدراك أهمية التجارة الالكترونية** وفقا للمتغيرات الشخصية التي يتميزون بها كما يلي:

1-**لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية** عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لاتجاهات إجابات عينة الدراسة نحو المحور المذكور تعزى للجنس (ذكر، أنثى)، وذلك لكون مستوى الدلالة المحسوبة (0.594) أكبر

من مستوى المعنوية المفترضة (0.05)، وهذا ما يدل على عدم وجود اختلاف في اتجاهات الإجابات سببه اختلاف الصنف.

2-**توجد فروق ذات دلالة إحصائية** عند مستوى معنوية ($\alpha 0.05 \geq$) لاتجاهات إجابات عينة الدراسة حول وعيهم وثقافتهم بالخدمات البنكية الالكترونية تعزى للمستوى التعليمي (أقل من المتوسط، متوسط، ثانوي، جامعي، تكوين مهني)، وذلك لكون مستوى الدلالة المحسوبة (0.000) أقل من مستوى المعنوية المفترضة (0.05)، وهذا ما يوضح وجود اختلاف في اتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة سببه اختلاف المستوى التعليمي، وبالتالي المستوى التعليمي له دور في قدرة العمال والزبائن على معرفة واستيعاب كيفية التعامل الكترونيا.

3-**لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية** عند مستوى معنوية ($\alpha 0.05 \geq$) لاتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة نحو المحور المذكور تعزى لسبب اختيار التعامل مع هذا البنك (سمعته، حسن التعامل، سرعته في تقديم الخدمة، الثقة وسرعة الاتصال، نصيحة من صديق)، وذلك لكون مستوى الدلالة المحسوبة (0.380) وهو أكبر من مستوى المعنوية المفترضة (0.05) وهذه النتيجة تبين أن اتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة التي قمنا بدراستها سابقا الخاصة بذات المحور لا تختلف باختلاف سبب اختيار التعامل مع هذا البنك.

ثانيا: نتائج اختبار مدى كيفية تطبيق وسائل الدفع الالكتروني.

جاءت الفرضية الثانية من فرضيات الدراسة الميدانية على النحو التالي: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين اتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة تعزى للمتغيرات الشخصية التالية: الصنف، المستوى التعليمي، سبب اختيار التعامل مع هذا البنك.

ويمكن تلخيص نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ف) للتأكد من صحة هذه الفرضية في الجدول التالي:

الجدول رقم (03-15): نتائج اختبار التباين الأحادي (ف) لفرضية تحقيق كيفية تطبيق وسائل الدفع الالكتروني.

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
الصنف	بين المجموعات	6.885	27	0.255	1.133	0.322
	داخل المجموعات	20.707	92	0.225		
المستوى التعليمي	بين المجموعات	15.733	27	0.584	0.965	0.523
	داخل المجموعات	55.693	92	0.605		
سبب اختيار هذا البنك	بين المجموعات	32.491	27	1.203	0.872	0.647
	داخل المجموعات	126.975	92	1.380		
* يوجد اختلاف دال معنويا عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)						

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS.

من خلال النتائج المبيّنة في الجدول أعلاه يمكننا تحليل التباين في اتجاهات الإجابات بالبنك من وجهة نظر عينة الدراسة نحو المحور المتعلق **بمدى كيفية تطبيق وسائل الدفع الالكتروني** وفقا للمتغيرات الشخصية التي يتميزون بها كما يلي:

1-لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لاتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة حول المحور المتعلق بمدى تحقيق الخدمة البنكية لأبعاد جودة الخدمة باستخدام وسائل الدفع الالكترونية تعزى لمتغير الصنفين (عامل، زبون)، وذلك لكون مستوى الدلالة المحسوبة (0.322) أكبر من مستوى المعنوية المفترضة (0.05) وهذه النتيجة تبين أن اتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة التي قمنا بدراستها سابقا الخاصة بذات المحور لا تختلف باختلاف الصنف، بل إجابات كلا الصنفين كانت متوافقة.

2-لاتوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لاتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة حول المحور المذكور تعزى لمتغير المستوى التعليمي (أقل من المتوسط، متوسط، ثانوي، جامعي، تكوين مهني)، وذلك لكون مستوى الدلالة المحسوبة (0.523) أكبر من مستوى المعنوية المفترضة (0.05) وهذه النتيجة تبين أن اتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة التي قمنا بدراستها سابقا الخاصة بذات المحور لا تختلف باختلاف المستوى التعليمي.

3-لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لاتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة حول المحور المذكور تعزى لسبب اختيار التعامل مع هذا البنك(سمعته، حسن التعامل، سرعته في تقديم الخدمة، الثقة وسرعة الاتصال، نصيحة من صديق)، وذلك لكون مستوى الدلالة المحسوبة (0.647) أكبر من مستوى المعنوية المفترضة (0.05) وهذه النتيجة تبين أن اتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة التي قمنا بدراستها سابقا الخاصة بذات المحور لا تختلف باختلاف سبب اختيار التعامل مع هذا البنك.

ثالثا: نتائج اختبار مساهمة نظام الدفع الالكتروني في تفعيل التجارة الالكترونية.

جاءت الفرضية الثالثة من فرضيات الدراسة الميدانية الفرعية على النحو التالي: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) في اتجاهات إجابات العمال والزبائن من وجهة نظر العينة تعزى للمتغيرات الشخصية التالية: الصنف، المستوى التعليمي، سبب اختيار التعامل مع هذا البنك.

ويمكن تلخيص نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (ف) للتأكد من صحة هذه الفرضية في الجدول التالي:

الجدول رقم (03-16): نتائج اختبار التباين الأحادي (ف) لفرضية مساهمة نظام الدفع الالكتروني في تفعيل التجارة الالكترونية.

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
الصنف	بين المجموعات	4.829	13	0.371	1.730	0.065
	داخل المجموعات	22.763	106	0.215		
المستوى التعليمي	بين المجموعات	9.939	13	0.765	1.317	0.214
	داخل المجموعات	61.527	106	0.580		
سبب اختيار هذا البنك	بين المجموعات	39.023	13	3.002	2.642	*0.003
	داخل المجموعات	120.443	106	1.136		
* يوجد اختلاف دال معنويا عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)						

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS.

من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه يمكننا تحليل التباين في اتجاهات إجابات العمال والزبائن من وجهة نظر عينة الدراسة نحو المحور المتعلق **بمساهمة نظام الدفع الالكتروني في تفعيل التجارة الالكترونية** وفقا للمتغيرات الشخصية التي يتميزون بها كما يلي:

1-لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لاتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة حول المحور المتعلق برضا العمال والزبائن عن التعامل بوسائل الدفع الالكترونية تعزى لمتغير الصنف (عامل، زبون)،وذلك لكون مستوى الدلالة المحسوبة (0.065) أكبر من مستوى المعنوية المفترضة (0.05) وهذه النتيجة تبين أن اتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة التي قمنا بدراستها سابقا الخاصة بالمحور المذكور لا تختلف باختلاف الصنف.

2-لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لاتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة حول المحور المذكور تعزى لمتغير المستوى التعليمي (أقل من المتوسط، متوسط، ثانوي، جامعي، تكوين مهني)، وذلك لكون مستوى الدلالة المحسوبة (0.214) أكبر من مستوى المعنوية المفترضة (0.05) وهذه النتيجة تبين أن اتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة التي قمنا بدراستها سابقا الخاصة بهذا المحور لا تختلف باختلاف المستوى التعليمي.

3-توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لاتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة حول المحور المتعلق برضا العمال والزبائن عن التعامل بوسائل الدفع الالكترونية تعزى لسبب اختيار التعامل مع هذا البنك (سمعته، حسن التعامل، سرعته في تقديم الخدمة، الثقة وسرعة الاتصال، نصيحة من صديق)، وذلك لكون مستوى الدلالة المحسوبة (0.003) أقل من مستوى لمعنوية المفترضة (0.05) وهذه النتيجة تبين أن اتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة التي قمنا بدراستها سابقا الخاصة بهذا المحور تختلف باختلاف سبب اختيار التعامل مع هذا البنك، فمن الواضح أنه من كان قد اختار البنك مثلا لسرعته في تقديم الخدمة بوده أن يجد ما كان ينتظر.

رابعا: علاقة مدى إدراك أهمية التجارة الالكترونية.

على غرار الفرضيات السابقة التي اهتمت بمتغير مستقل واحد وعلاقته بالمتغيرات الشخصية، جاءت الفرضية الرابعة للدراسة الميدانية على النحو التالي: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى تحقيق الخدمة البنكية لأبعاد جودة الخدمة باستخدام وسائل الدفع الالكترونية ورضا العمال والزبائن عن التعامل بهذه الوسائل، ولإثبات صحة هذه الفرضية من عدمها تم استعمال معامل الارتباط "سبيرمان" وذلك عند مستوى دلالة $\alpha = 0.01$.

وكباقي الفرضيات السابقة التي تطرقنا إليها، لاختبار هذه الفرضية انطلقنا من خيارين أساسيين هما:

- فرضية العدم ($ف_0$): لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى تحقيق الخدمة البنكية لأبعاد جودة الخدمة المصرفية باستخدام وسائل الدفع الالكترونية ورضا العمال والزبائن عن التعامل بوسائل الدفع الالكترونية؛
- الفرضية البديلة ($ف_1$): توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى تحقيق الخدمة البنكية لأبعاد جودة الخدمة باستخدام وسائل الدفع الالكترونية ورضا العمال والزبائن عن التعامل بوسائل الدفع الالكترونية.

فإذا كان مستوى الدلالة المحسوبة أقل أو يساوي (0.01) فإننا نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة أي أن هناك علاقة بين المتغيرين المذكورين؛

أمّا إذا كان مستوى الدلالة المحسوبة أكبر من (0.01) فإننا نقبل فرضية العدم ونرفض الفرضية البديلة أي لا توجد علاقة بين المتغيرين المدروسين.

والجدول الموالي يبين نتائج هذا الاختبار:

الجدول رقم (03-17): معامل ارتباط مدى إدراك أهمية التجارة الالكترونية و كيفية تطبيق وسائل الدفع الالكتروني مع مساهمة نظام الدفع الالكتروني في تفعيل التجارة الالكترونية.

المتغيرين	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
إدراك أهمية التجارة الالكترونية و كيفية تطبيق وسائل الدفع الالكتروني	0.491	*0.000
مساهمة نظام الدفع الالكتروني في تفعيل التجارة الالكترونية		
* دال عند مستوى معنوية (0.01)		

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على مخرجات SPSS.

من خلال النتائج المبيّنة في الجدول أعلاه يمكننا تحليل العلاقة بين المتغيرين من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة كما يلي:

- ✓ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.01$) بين مدى تحقيق الخدمة البنكية لأبعاد جودة الخدمة باستخدام وسائل الدفع الالكترونية ورضا العمال والزبائن عن التعامل هذه الوسائل، وذلك كون مستوى الدلالة المحسوبة قدر ب (0.000) وهو أقل من

مستوى المعنوية المفترضة (0.01)، وهذا ما يبيّن أن العمال والزبائن راضين عن وسائل الدفع الالكترونية لأنها ترفع الخدمة البنكية من مستوى إلى مستوى أحسن منه.

- ✓ هناك علاقة ارتباطية إيجابية متوسطة بين المتغيرين، وذلك أنه كلما زادت درجة تحقيق أبعاد جودة الخدمة زاد رضا العمال والزبائن عن التعامل بوسائل الدفع الالكترونية.

خلاصة الفصل:

تناول هذا الفصل الدراسة الميدانية المجرات في بنك الفلاحة والتنمية الريفية –وكالة العمارية-، والتي استعملنا فيها الإستبانة كأداة لجمع المعلومات التي تمكننا من اختبار الفرضيات والتوصل إلى النتائج التي تساعدنا على معالجة إشكالية الموضوع.

وُزعت الإستبانة على عينة عشوائية من عمال وزبائن الوكالة، تميزت هذه العينة بأنها متعلمة ومثقفة وهذا ما يدل على قدرتها على فهم أسئلة الإستبانة، كما أظهرت نتائج SPSS وعي وثقافة العينة المتوسط بالخدمات المصرفية الالكترونية وهذا راجع لأسباب تتعلق بالبنك منها نقص الإعلام.

كما أوضحت نتائج الإستبانة أنه حسب آراء **إدراك أهمية التجارة الالكترونية وكيفية تطبيق وسائل لدفع الالكتروني** وذلك بمتوسط حسابي مرجح قدر ب 2.05 و 2.20 على التوالي بانحراف معياري بلغ 0.692و0.815 وهذا ما يعكس عدم تشتت إجابات أفراد العينة من جهة، ومن جهة أخرى فإن إدراك أهمية التجارة الالكترونية وكيفية تطبيق وسائل الدفع الالكتروني رفعت من مساهمة نظام الدفع الالكتروني في تفعيل التجارة الالكترونية من مستوى إلى مستوى أحسن منه.

ليتضح في المحور الأخير من محاور الإستبانة دور نظام الدفع الالكتروني في تفعيل التجارة الإلكترونية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية وهذا ما يبين مساهمة نظام الدفع الالكتروني في تفعيل التجارة الإلكترونية لهذا البنك.

الخاتمة

خاتمة:

إن تطور التكنولوجيا المعلوماتية ونظم الاتصالات الحديثة أدى إلى خلق اقتصاد رقمي قائم على إنتاج المعرفة ومرونة وسرعة تبادل المعلومات دون اعتبار للحواجز الزمنية والمكانية وبأقل التكاليف، وهذا ما جعل هذا القطاع يستقطب اهتمام المؤسسات الاقتصادية ويحفزها على إدماج هذه التكنولوجيات في مختلف أنشطتها بما فيها الأنشطة التجارية، ففي ظل التغيرات التي شهدها العالم اثر توسع استخدام التكنولوجيات الحديثة، نشأت التجارة الالكترونية والتي تعتبر أهم الآثار البارزة للثورة المعلوماتية، غير انه ومن اجل تفعيل دور التجارة الالكترونية في تحقيق التنمية المستديمة كان من الضروري تحديث وتطوير نظم الدفع التقليدية باعتبارها البنية الأساسية للمعاملات التجارية الالكترونية، وفي هذا الإطار ظهرت وسائل الدفع الالكترونية من اجل تسهيل المعاملات والمبادلات التجارية وخلق حلقة الوصل بين الأفراد والمؤسسات المتعاملة بالتجارة الالكترونية كالمؤسسات المالية والمصرفية.

والجزائر كغيرها من الدول تسعى جاهدة إلى توفير البيئة المناسبة لتنامي التجارة الالكترونية، خاصة وأنها تعتبر مكسب لإحداث تنمية اقتصادية شاملة، إلى انه وبالرغم من وجود نية التطوير لم تكن مجهوداتها فاعلة ولم تصل إلى النتائج التي كان مرجوا تحقيقها، فمعظم الأنظمة المصرفية والبنوك الجزائرية لا تزال تتعامل بنظم الدفع التقليدية وان وجدت النظم الالكترونية يكون التعامل بها محدود أو شبه معدوم.

وسعيا منا لمعالجة الإشكالية تم تناول البحث من جانبين:

الجانب النظري: هذا الجانب الذي خصص إلى المفاهيم الأساسية للموضوع، والذي قسم بدوره إلى فصلين هما:

- الفصل الأول: عموميات حول التجارة الالكترونية.
- الفصل الثاني: وسائل الدفع الالكتروني ودورها في تفعيل التجارة الالكترونية.

الفصل الثالث: في هذا الجانب حاولنا إسقاط الدراسة النظرية على بنك الفلاحة والتنمية الريفية ـ وكالة العمارية ـ، وذلك بالربط بين المتغيرين المدروسين في استبانة احتوت على مجموعة من الأسئلة التي تصب في الموضوع محل الدراسة وزعت على عينة من العمال والزبائن، وقد تناولنا في هذا الفصل النقاط التالية :

- معلومات عامة حول بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

ـ تحليل الإستبانة الموجهة لعمال وزبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية.
ـ الدراسة التحليلية للجزء التطبيقي.

بهذا نكون قد توصلنا إلى مجموعة من النتائج التي تسمح لنا باختبار صحة الفرضيات الموضوعة في بداية الدراسة، والتي على أساسها نقدم بعض الاقتراحات والتوصيات التي يمكن أن تفيد الوكالة على المستوى الجزئي والجزائر على المستوى الكلي، لنختتم دراستنا بتقديم بعض المواضيع كأفاق للدراسة.

نتائج اختبار الفرضيات:

ـ ساهم الاقتصاد الرقمي في ظهور مؤسسات بنكية حديثة فرض عليها استخدام الانترنت والتجارة الالكترونية لزيادة حجم التدفقات النقدية وكسب مزيد من الأسواق المالية ومنافسة المؤسسات الأخرى (هذا ما يثبت صحة الفرضية الأولى).

ـ أوجبت التطورات الحديثة إحداث تغيرات للبنوك، باستعمال وسائل دفع الكتروني أكثر حداثة من نظام الكتروني آمن في تفعيل التجارة الالكترونية (هذا ما يثبت صحة الفرضية الثانية).

نتائج البحث:

ـ تستند نتائج الدراسة الميدانية المستقاة من التحليل الإحصائي للاستبانة الموزعة على عينة العمال والزبائن والتي نلخصها فيما يلي:

* إدراك أهمية التجارة الالكترونية المقدمة، إذ بلغ المتوسط الحسابي لهذا المحور 2.06 بدرجة متوسطة وبانحراف معياري قدر بـ0.692 وهذا ما يبين تجانس إجابات أفراد عينة الدراسة وعدم تشتتها.

* تطبيق وسائل الدفع الالكتروني وكان ذلك حسب آراء أفراد العينة بدرجة متوسطة وبمتوسط حسابي قدر بـ 2.21 و بانحراف معياري 0.895 وهذا ما يبين تجانس إجابات أفراد عينة الدراسة وعدم تشتتها.

* مساهمة نظام الدفع الالكتروني في تفعيل التجارة الالكترونية المقدمة، فقد كان تقييم هذا الجانب بدرجة متوسطة أيضا بمتوسط حسابي بلغ 1.87 وبانحراف معياري قدر بـ 0.776 وهذا ما يبين تجانس إجابات أفراد عينة الدراسة.

وهذا ما يبين أن الخدمة البنكية تحسن مستواها بفضل إدخال وسائل الدفع الالكترونية حيز التنفيذ، كما لعبت هذه الوسائل دورا كبيرا في إلغاء العديد من الصعوبات التي كانت تواجه العملاء في تعاملهم مع

البنك من بينها التخلص من طوابير الانتظار وتضيع الوقت فيها التي طالما اشتكى منها العملاء (هذا ما يثبت صحة الفرضية الثالثة).

الاقتراحات والتوصيات.

بناء على النتائج السابقة التي تم استخلاصها من الدراسة بجانبيها النظري والتطبيقي، يمكن تقديم بعض الاقتراحات والتوصيات التي نراها تفيد الوكالات البنكية على المستوى الجزئي والجزائر على المستوى الكلي، نذكرها فيما يلي:

- حرص الدولة على تعميم التعامل بوسائل الدفع الالكترونية وذلك بتركيب الموزعات الآلية في المناطق المناسبة مثل: المحطات، وكالات البنوك...وكذا فرض إجبارية نقاط نهائيات الدفع لدى التجار وكبريات المطاعم وبائعي المجوهرات.
- اهتمام البنوك أكثر بوظيفة الإعلام والتي توفر جملة من المزايا التي تفيد الوكالة والعميل في نفس الوقت، و بذلك فهي تساعد على التخلص من العديد من العراقيل منها جهل العميل بالخدمات المقدمة والجديدة منها.
- إقامة تعاون دولي وإقليمي مع الدول المتطورة وشركاتها الرائدة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال وهذا للاستفادة من التجارب والخبرات.
- على الشركات الكبرى الخوض في مجال البيع عبر الانترنت، وذلك بالتعاون مع البنوك والمؤسسات المالية وهذا ما يساعد على نشر ثقافة التعامل بالخدمات الالكترونية.

ـ الإسراع في استكمال شبكة "رائد" الذي كان بنك الفلاحة والتنمية الريفية السباق لها، والسعي لتعميم هذه الشبكة في كل البنوك.

ـ استغلال مزايا "الجيل الثالث" في تقديم الخدمات المصرفية عبر الهاتف النقال وهذا ما يساهم في انتشار الخدمات المصرفية الالكترونية أكثر ويقرب العميل من البنك.

أفاق البحث:

درس هذا الموضوع الذي تطرقنا إليه في هذا البحث كيف يمكن لنظام الدفع الالكتروني من تفعيل التجارة الالكترونية، فبالرغم من محاولتنا الإلمام بكل جوانبه، إلا انه تبقى هناك أفاق مفتوحة منها على سبيل المثال:

ـ آليات البنك المركزي في التحكم في تسيير السياسة النقدية في ظل التجارة الالكترونية والتعامل بوسائل الدفع الالكتروني.

- التسويق الالكتروني وتحديث الخدمة البنكية.
- أنظمة السداد ودورها في تفعيل التجارة الالكترونية .

الملاحق

الشهادة الرقمية والمحفظة الالكترونية والشيك الالكتروني.

شكل الشهادة الرقمية



http://www.secarab.com/up/uploads/certificate-information.jpg visite le 06/02/2017

شكل مفتاح الشهادة الرقمية



http://support.microsoft.com/Library/Images/2796174.png visite le 06/02/2017

شكل الرد على الشهادة الصحيحة



http://support.microsoft.com/Library/Images/2796173.png visite le 06/02/2017

البطاقة الزرقاء والبطاقة الذهبية ونهائيات الدفع.

شكل البطاقة الزرقاء **شكل البطاقة الذهبية**



http://www.satim-dz.com/fr/cartecib#ixzz30GVCAbRw visite le 29/04/2017

شعار بطاقة CIB

http://www.satim-dz.com/faq- : monetique#designdelacarte#ixzz32BLTKOGJ visite le 29/04/2017

نهائي الدفع الالكتروني الثابت



http://www.satim-dz.com/fr/component/content/article/60-guide- : tpe#ixzz30GdMMSMk visite le 19/05/2017

نهائي الدفع الالكتروني النقال



http://www.satim-dz.com/fr/component/content/article/60-guide-tpe#ixzz30GdMMSMk visite le 19/05/2017

البطاقة المغناطيسية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية **BADR**.

شكل البطاقة الخضراء **CBR**شكل بطاقة توفير **TAWFIR**



http://www.badr-bank.dz/?id=carte visite le 16/06/2017

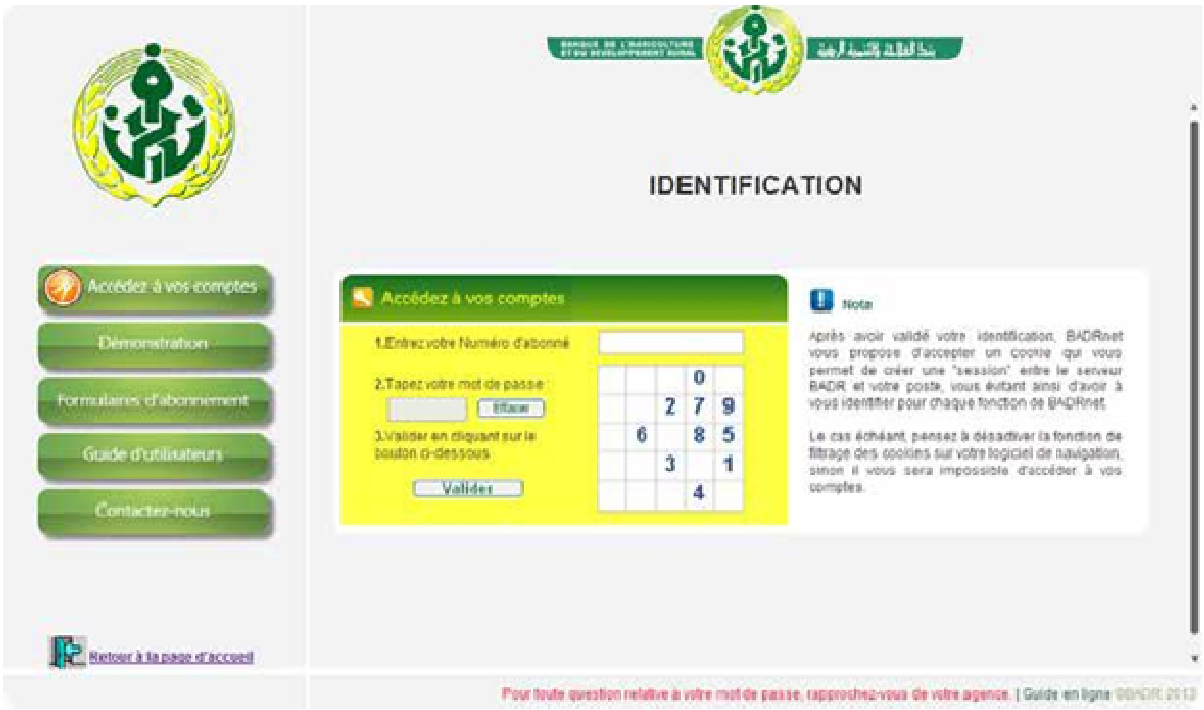
الخدمات الالكترونية المقدمة من قبل بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

الصفحة الرئيسية للخدمات الالكترونية لبنك البدر.



Source :http://ebanking.badr.dz

الدخول إلى الحساب البنكي.



Source: http://ebanking.badr.dz

رصيد الحساب البنكي.



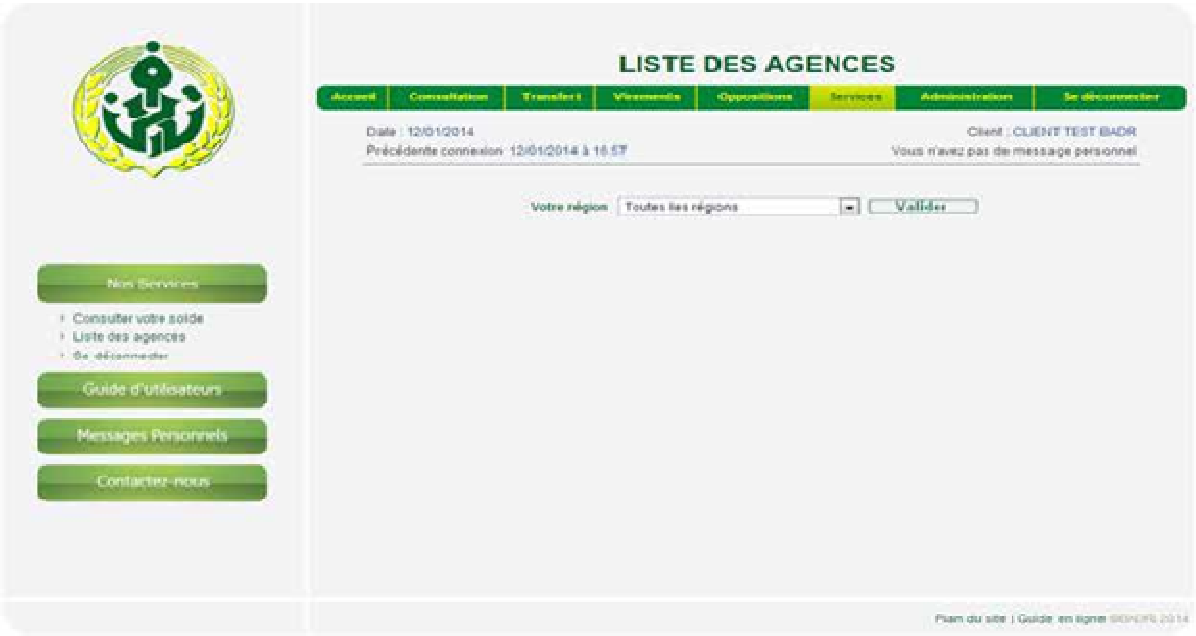
Source: http://ebanking.badr.dz

سعر الصرف.



Source :http://ebanking.badr.dz

البحث عن قائمة وكالات البنك في ولاية ما.



Source: http://ebanking.badr.dz

قائمة وكالات البنك.



Source : http://ebanking.badr.dz

قائمة المحكمين.

الاسم والقب	الجامعة
أ. رتيعة محمد	جامعة المدية
د. عرب هريش خديجة	جامعة المدية
د.بولصنام محمد	جامعة المدية

استمارة استبيان موجهة لزبائن بنك الفلاحة و التنمية الريفية –وكالة العمارية-

تخصص: مالية (السنة 2017/2016)

سيدي المحترم ، سيدتي المحترمة

الاستمارة التي بين أيديكم صممت للحصول على بعض المعلومات التي تخدم البحث العلمي الذي نقوم بإعداده وذلك لإتمام مذكرة الماستر تخصص علوم مالية والذي يدور موضوعها حول **دور نظام الدفع الالكتروني في تفعيل التجارة الالكترونية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية – دراسة حالة بنك الفلاحة و التنمية الريفية – وكالة العمارية-** وتحتوي هذه الاستمارة على مجموعة من الأسئلة والتي يرجى منكم الإجابة عليها بوضع العلامة (X) في الخانة المناسبة .

المحور الأول: المعلومـات الشخصيــة

1- المستوى التعليمي: متوسط ☐ ثانوي ☐ تكوين مهني ☐ جامعي ☐

2-قطاع العمل : تجاري ☐ خدماتي ☐ صناعي ☐ فلاحي ☐ إداري ☐

3-تعاملك مع البنك: أقل من 5 سنوات ☐ من 6 سنوات إلى 10 ☐ من 11 إلى 20 سنة ☐

أكثر من 20سنة ☐

4- سبب اختيارك لهذا البنك: سمعته ☐ حسن التعامل ☐ سرعته في تقديم الخدمة ☐

الثقة وسرعة الاتصال ☐ نصيحة من صديق ☐ سبب آخر ☐

المحور الثاني: إدراك أهمية التجارة الالكترونية.

الرقم	العبـــــــــــــــارة	نعم	لا	محايد
01	هل أنت مع استعمال التجارة الالكترونية؟			
02	هل أنت راض على نجاعة عملية الدفع الالكتروني في التجارة الالكترونية؟			
03	هل يعتبر التسوق الالكتروني أفضل من التسوق العادي؟			
04	هل تشعر بالثقة و الأمان في عملية التسوق عبر الانترنت؟			
05	هل سبق وأن تعرضت للنصب و الاحتيال في عملية الدفع الالكتروني مقابل سلعة ما؟			

المحور الثالث: كيفية تطبيق وسائل الدفع الالكتروني.

الرقم	العبـــــــــــــــــارة	نعم	لا	محايد
06	البنك يقدم خدمات مصرفية جيدة باعتماده على التكنولوجيا الحديثة			
07	عمليات الدفع الالكتروني أسرع من الدفع التقليدي			
08	هل هناك سهولة في استخدام وسائل الدفع الالكتروني			
09	هل هناك تمييز بين وسائل الدفع الالكتروني (النقود الالكترونية – الهاتف المصرفي-البطاقة العالمية ماستركارد)			
10	اعتماد البنك على وسائل الدفع الالكترونية في تقديم خدماته يجعله يساهم في تسهيل حل المشاكل التي أتعرض لها			
11	الدفع الالكتروني يسهل تحويل الأموال			
12	وسائل الدفع الالكترونية تقلل من تكاليف الاستفادة من الخدمة المصرفية المقدمة من قبل البنك			
13	هل هناك مخاط رفي استخدام و سائل الدفع الالكتروني			
14	هل ترى أن مخاطر وسائل الدفع الالكترونية أقل من مخاطر وسائل الدفع التقليدية؟			

المحور الرابع: مساهمة نظام الدفع الالكتروني في تفعيل التجارة الالكترونية .

الرقم	العبـــــــــــــــــارة	نعم	لا	محايد
15	هل تتوقع أن استخدام بطاقات الائتمان عبر الانترنت عملية آمنة ؟			
16	هل تؤيد شراء السلع بواسطة بطاقات الائتمان عن طريق الانترنت؟			
17	هل ساهمت تكنولوجيا المعلومات في مجال الدفع في تنشيط التجارة الالكترونية؟			