جامعة يحي فارس بالمدية

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

دور نظام الدفع الالكتروني في تفعيل التجارة الالكترونية

-دراسة حالة بنك الفلاحة و التنمية الريفية مجمع المدية –

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير

تخصص:إدارة مالية

إعداد الطالبين:

- الياس عايد
- يوسف بختي

تحت إشراف الأستاذة:

أ- د/ بلحمري خيرة

لجنة المناقشة:

الأساتذ(ة)	الملاحظات	الجامعة
د/حيولة إيمان	رئيسا	جامعة المدية
د/بلحمري خيرة	مشرفا	جامعة المدية
د/زاهي محمد الأمين	ممتحنا	جامعة المدية

السنة الجامعية: 2017-2018

شكر و عرفان

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 :

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

واعترافا بالفضل و الجميل نتوجه بخالص الشكر و التقدير و الامتنان إلى الأستاذة بلحمري خيرة التي أشرفت على هذا العمل وزودتنا بالنصائح و الإرشادات التي أضاءت أمامنا سبيل البحث.

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

كما نشكر الأخ"كريم" الذي ساعدنا في هذا البحث

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

شكرا

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 فتحي، محمد، سمير، لبنى، والى عماتي حفظهم الله

إلى الكتاكيت الصغار دلال، فايز، عبد الرحيم ، إلى ابن العم "عايد بهاء الدين".

إلى كل الأهل والأحباب.

إلى من شاء الله مؤاخاتهم: عبد الوهاب، حسين، يوسف، عباس، عازب حسين، حليم، رءوف، مراد، أكرم، محمد، طارق ، كريم، إلى كافة الفوج:02. وكما اهدي هذا العمل إلى أستاذتي المشرفة "بلحمري خيرة"، إلى شريكي في هذا العمل بختي يوسف.

إلى كل من وسعتهم ذاكرتي ولم تسعهم مذكرتي.

الياس

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 سليم، عمر، يحي، فاطمة الزهراء، فتيحة، سمية.

الى الكتاكيت الصغار اكرام، فرح، دعاء، معاذ، نئيلة، بوثينة، زكرياء،اميرة .

إلى من شاء الله مؤاخاتهم: يوسف، حسين، كريم، عباس، عازب حسين، حليم، رءوف، مراد،عبد الوهاب، إلى كافة الفوج:02. وكما اهدي هذا العمل إلى أستاذتي المشرفة" بلحمري خيرة"، إلى شريكي في هذا العمل عايد الياس.

إلى كل من وسعتهم ذاكرتي ولم تسعهم مذكرتي.

يوسف

ملخص:

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 مجمع المدية 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 المفتاحية:

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

RESUME :

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 MEDEA.

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.

فهرس المحتويات

الفـهـــــــــــــــرس

كلمة شكر

إهداء

ملخص

فهرس المحتويات.....III-I

قائمة الجداول.....IV-V

قائمة الأشكال.....VI

المقدمة.....أ-ج

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..... 06

المطلب الثالث: الشبكة الدولية للمعلومات..... 10

المبحث الثاني: مفاهيم رئيسية عن التجارة الالكترونية..... 14

المطلب الأول: تعريف التجارة الالكترونية..... 14

المطلب الثاني: أنواع التجارة الالكترونية وأهميتها..... 18

المطلب الثالث: خصائص ومزايا وعيوب التجارة الالكترونية..... 20

المبحث الثالث: متطلبات التجارة الالكترونية وأثارها الاقتصادية..... 28

المطلب الأول: متطلبات التجارة الالكترونية وأساليب قياسها..... 28

المطلب الثاني: الآثار الاقتصادية للتجارة الالكترونية..... 31

المطلب الثالث: الإطار القانوني للتجارة الالكترونية..... 34

خلاصة الفصل..... 40

الفصل الثاني: وسائل الدفع الالكتروني ودورها في تفعيل التجارة الالكترونية

تمهيد..... 42

المبحث الأول: أنظمة الدفع الالكتروني وامن المعاملات الالكترونية 43
المطلب الأول: أنظمة الدفع الالكتروني..... 43
المطلب الثاني: العوامل المساعدة على تطور نظام الدفع..... 45
المطلب الثالث: تامين الدفع الالكتروني..... 47.
المبحث الثاني: البنوك الالكترونية..... 53
المطلب الأول: تعريف البنوك الالكترونية 53
المطلب الثاني: فوائد البنوك الالكترونية وأهميتها في التجارة الالكترونية..... 62
المطلب الثالث: مخاطر البنوك الالكترونية 66
المبحث الثالث:دور وسائل الدفع الالكتروني في تفعيل التجارة الالكترونية 75
المطلب الأول: مزايا ومخاطر استخدام الدفع الالكتروني 75
المطلب الثاني: نظم الدفع المستخدمة في التجارة الالكترونية 81
المطلب الثالث: الجهود المبذولة لتامين أنظمة الدفع الالكتروني في تفعيل التجارة الالكترونية.....88
خلاصة الفصل..... 97

الفصل الثالث: دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية- مجمع المدية-

تمهيد..... 99
المبحث الأول: معلومات عامة حول بنك الفلاحة والتنمية الريفية 100
المطلب الأول: نشأة وتطور بنك الفلاحة والتنمية الريفية 100
المطلب الثاني: وظائف وأهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية.....104
المطلب الثالث: موارد والهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية 105
المبحث الثاني: تحليل الاستبانة الموجهة لعمال بنك الفلاحة والتنمية الريفية 107
المطلب الأول: الإطار المنهجي للدراسة.....107
المطلب الثاني: أداة الدراسة الميدانية.....108
المبحث الثالث: الدراسة التحليلية للجزء التطبيقي.....115
المطلب الأول: إجراءات تطبيق الدراسة.....115.
المطلب الثاني: تحليل المتغيرات المستقلة والتابعة 119

المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة.....123..
خلاصة الفصل.....134..
الخاتمة.....136-138
قائمة المراجع.....140-146
الملاحق.....147-151

فهرس الجداول والأشكال

قائمة الجداول :

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
الجدول 1.1	مقارنة بين الاقتصاد التقليدي والاقتصاد الرقمي.	08
الجدول 1.2	خصائص الدفع الالكتروني.	44
الجدول 2.2	تقدير تكلفة الخدمات عبر قنوات مختلفة.	56
الجدول 3.2	الموزع الآلي للأوراق D.A.B.	57
الجدول 4.2	الشباك الآلي للأوراق G.A.B.	57
الجدول 5.2	نهائي نقطة البيع الالكتروني T.P.V.	58
الجدول 6.2	فرق التكلفة بين القنوات التقليدية والانترنت.	61
الجدول 7.2	تقدير تكلفة الخدمات عبر قنوات مختلفة.	61
الجدول 1.3	الدرجات المعطاة لخيارات الإجابة المتاحة في الإستبانة.	109
الجدول2.3	معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات الإستبانة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه.	110
الجدول 3.3	معاملات ثبات وصدق محاور الإستبانة.	111
الجدول 4.3	معامل الثبات في حالة حذف عبارة وبقاء باقي العبارات .	113
الجدول 5.3	تعدد استبيانات الدراسة.	115
الجدول 6.3	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس.	116
الجدول 7.3	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الفئة العمرية.	116
الجدول 8.3	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي.	117
الجدول 9.3	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مدة العمل في نشاط البنك.	118
الجدول 10.3	توزيع العينة حسب متغير عدد الدورات التدريبية.	119
الجدول 11.3	بعض مقاييس النزعة المركزية لإجابات العمال في عينة الدراسة حول المجال المتعلق بادراك أهمية نظام الدفع الالكتروني.	120
الجدول 12.3	بعض مقاييس النزعة المركزية لإجابات العمال في عينة الدراسة حول المجال المتعلق بالتحديات والمخاطر التي تواجه الدفع الالكتروني.	

الجدول 13.3	بعض مقاييس النزعة المركزية لإجابات العمال في عينة الدراسة حول المجال المتعلق بادراك أهمية التجارة الالكترونية .	121
الجدول 14.3	بعض مقاييس النزعة المركزية لإجابات العمال في عينة الدراسة حول المجال المتعلق بالرقابة على إجراءات نظم الدفع الالكتروني	122
الجدول 15.3	نتائج اختبار التباين الأحادي (ف) لفرضية إدراك أهمية نظام الدفع الالكتروني.	124
الجدول 16.3	نتائج اختبار التباين الأحادي (ف) لفرضية التحديات والمخاطر التي تواجه الدفع الالكتروني.	126
الجدول 17.3	نتائج اختبار التباين الأحادي (ف) لفرضية مدى إدراك أهمية التجارة الالكترونية .	128
الجدول 18.3	نتائج اختبار التباين الأحادي (ف) لفرضية الرقابة على إجراءات نظم الدفع الالكتروني .	130
الجدول 19.3	تبيين معامل الارتباط بين المحاور الأربعة.	132

قائمة الأشكال:

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
الشكل 1.1	قطاعات الاقتصاد الجديد.	**04**
الشكل 2.1	يحدد ما هي عناصر هذا الاقتصاد الرقمي.	**05**
الشكل 3.1	الشبكات التي تعتمد عليها التجارة الالكترونية.	**13**
الشكل 4.1	أنواع التجارة الالكترونية.	**18**
الشكل 1.2	صور المعاملات المصرفية الالكترونية.	**59**
الشكل 2.2	دور البنوك في التجارة الالكترونية.	**65**
الشكل 3.2	إجراءات إرسال الرسالة بواسطة التشفير باستخدام المفتاح السري.	**91**
الشكل 4.2	إجراءات إرسال الرسالة بواسطة التشفير باستخدام المفتاح العام	**92**
الشكل 1.3	الهيكل التنظيمي لوكالة بنك الفلاحة والتنمية مجمع المدية	**106**

مقدمة عامة

مقدمة

تعتبر التجارة الالكترونية من ابرز التغيرات التي شهدها العالم خلال العقود الأخيرة، فبتطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال وعولمة الأنشطة التجارية والمالية أصبح اعتماد المبادلات التجارية بين الدول ضرورة لابد منها نظرا لتزايد حجم المبادلات في هذا المجال على المستوى العالمي، هذا بفضل توفر ظروف ملائمة من اعتماد البنوك والمؤسسات المالية لنظم الدفع الالكترونية في عملياتها بين ا لبنوك والمؤسسات، ونظرا لكفاءة وسرعة العمليات التجارية التي تتم عبر الوسائط الالكترونية لابد من اعتماد البنوك والمؤسسات على هذا النوع حتى تتمكن من مواكبة التطور التكنولوجي والاستفادة من المزايا التي تتمتع بها التجارة الالكترونية بل وأكثر من ذلك الاحتكاك بالمؤسسات الكبرى، إلى أن ذلك يتطلب تضافر الجهود بين مختلف المتدخلين والمتعاملين في التجارة الالكترونية من بنوك، ومؤسسات وأفراد ولابد من توفر الظروف الملائمة من خلال تدخل الدولة عن طريق الأطر التشريعية المنظمة لعمل التجارة الالكترونية والبني التحتية الملائمة، ولتشجيع وتطوير عمل التجارة الالكترونية لابد من وجود نظام دفع الكتروني ذو كفاءة .

إن ظهور وسائل الدفع الالكترونية شجع على قيام خدمات مصرفية الكترونية ووضع الأفاق أمام التجارة الالكترونية التي تعتمد على شبكة الانترنت مما أدى إلى حتمية خلق وسائل دفع الكترونية أخرى مجردة من الطابع المادي لتلاءم هذا النوع من التجارة .

لذلك تعتبر ذات علاقة وثيقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال، حتى أصبحت وسائل الدفع الالكتروني احد مكونات التجارة الالكترونية والتي تكمل إجراءاتها من تعاملات.

والتساؤل الرئيسي الذي يمكن الإشارة إليه في هذا البحث هو" **كيف يمكن لنظام الدفع الالكتروني أن يفعل في التجارة الالكترونية ؟ .**

ومن خلال الإشكالية السابقة يمكن صياغة الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هي المفاهيم الأساسية للتجارة الالكترونية ؟
- ما هي وسائل الدفع الالكتروني وما مدى مساهمتها في تفعيل التجارة الالكترونية ؟
- هل ساهمت وسائل الدفع الالكترونية في الرفع من مستوى الخدمة المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية ـ مجمع المدية ـ ؟
- كيف يساهم نظام الدفع الالكتروني لبنك الفلاحة والتنمية الريفية في تفعيل التجارة الالكترونية؟

فرضيات البحث:

وقصد تسهيل الإجابة على الإشكالية المطروحة والأسئلة الفرعية، سوف نضع بعض الفرضيات التي تكون منطلق دراستنا ويمكن حصرها فيما يلي:

* التجارة الالكترونية هي تنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات عبر شبكة الانترنت.

* من ابرز العوامل المؤدية لظهور وسائل الدفع الالكترونية تدني فعالية وسائل الدفع التقليدية، بالاظافة إلى التوسع في استخدام شبكة الانترنت.

* هناك استعمال لوسائل الدفع الالكترونية من قبل عمال بنك الفلاحة والتنمية الريفية لمجمع المدية نظرا للمزايا التي توفرها.

* لا يوجد تباين في اتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة نحو إدراك أهمية نظام الدفع الالكتروني .

* لا يوجد تباين في اتجاهات إجابات عينة الدراسة نحو التحديات والمخاطر التي تواجه الدفع الالكتروني.

* لا يوجد تباين في اتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة نحو إدراك أهمية التجارة الالكترونية .

* لا يوجد تباين في اتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة نحو الرقابة على إجراءات نظم الدفع الالكتروني.

أهمية البحث:

يسند البحث أهميته باعتبار التجارة الالكترونية من المواضيع الجديدة والهامة التي فتحت أبوابا واسعة أمام الأفراد والمنشات الصغيرة والمتوسطة والكبيرة كمجال جيد للاستثمار ناهيك عن تزايد سرعة المعاملات المالية عبر الانترنت سواء بين الأفراد أو المنضمات والتي يكون لها حتما اثر على الاقتصاد ككل، لذلك فان مواكبة المستجدات الاقتصادية الحديثة والاندماج في الاقتصاد العالمي والانفتاح أمام الأسواق العالمية لهو تحدي كبير يتطلب تطوير الطاقات الإنتاجية و الإلمام الكافي بتقنيات التجارة الالكترونية التي أصبحت تفرض وجودها كل يوم أكثر من الآخر .

بالإضافة إلي محدودية الأبحاث في مجال التجارة الالكترونية والبحث المنجز بعد إضافة جديدة عساها تثري المراجع في الموضوع.

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 نواجهها.
- تحديد بعض أنظمة الدفع الالكتروني .
- الوقوف على طبيعة نظم الرقابة المصرفية على وسائل الدفع الالكترونية ومدى ملائمتها للتطورات التقنية.

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.
- معرفة آراء عمال بنك الفلاحة والتنمية الريفية -مجمع المدية- فيما يخص التعامل بوسائل الدفع الالكترونية .
- إثراء المكتبة بمرجع جديد قد يكون في متناول باحثين آخرين في المستقبل لانجاز دراسات أخرى ممكنة.

المنهج المتبع:

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

وسائل جمع البيانات والمعطيات: تنقسم أدوات ومعطيات جمع البيانات إلى قسمين هما:

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

حدود الدراسة :

1- الزمانية: وتمتد فترة دراستنا خلال الخمس سنوات الأخيرة (من 2013الى 2018)، أما الدراسة التطبيقية فكانت من شهر مارس إلى شهر افريل.

2- المكانية: بالنسبة للدراسة النظرية لم نتقيد بمكان محدد وقد حاولنا جمع اكبر كم من المعطيات حول العالم من الولايات المتحدة الأمريكية و أوروبا والدول العربية، أما بالنسبة للدراسة الميدانية فكانت تهتم بدراسة الجزائر(بنك الفلاحة والتنمية الريفية) للإجابة على الإشكالية المطروحة.

الدراسات السابقة:

في الأتي بعض الدراسات في الموضوع:

- بختي إبراهيم، 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.

- جليد نور الدين،"تطوير وسائل الدفع في الجهاز المصرفي الجزائري"، رسالة ماجستير،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.

- صراع كريمة "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 انه من اجل 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.

صعوبات البحث: تركزت الصعوبات التي واجهتنا أساسا في دراسة حالة، وذلك إلى عدم الاهتمام واللامبالاة من طرف موظفي البنك وعدم إرجاع عدد معتبر من الاستبيانات المقدمة لهم.

خطة 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 متطلبات التجارة الالكترونية و آثارها الاقتصادية.

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.

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 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:** متطلبات التجارة الالكترونية وأثارها الاقتصادية .

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.

1. تعريف الاقتصاد الرقمي:

الاقتصاد الرقمي هو التسمية المستخدمة للإشارة إلى الاقتصاد القائم على الانترنيت أو اقتصاد 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].

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

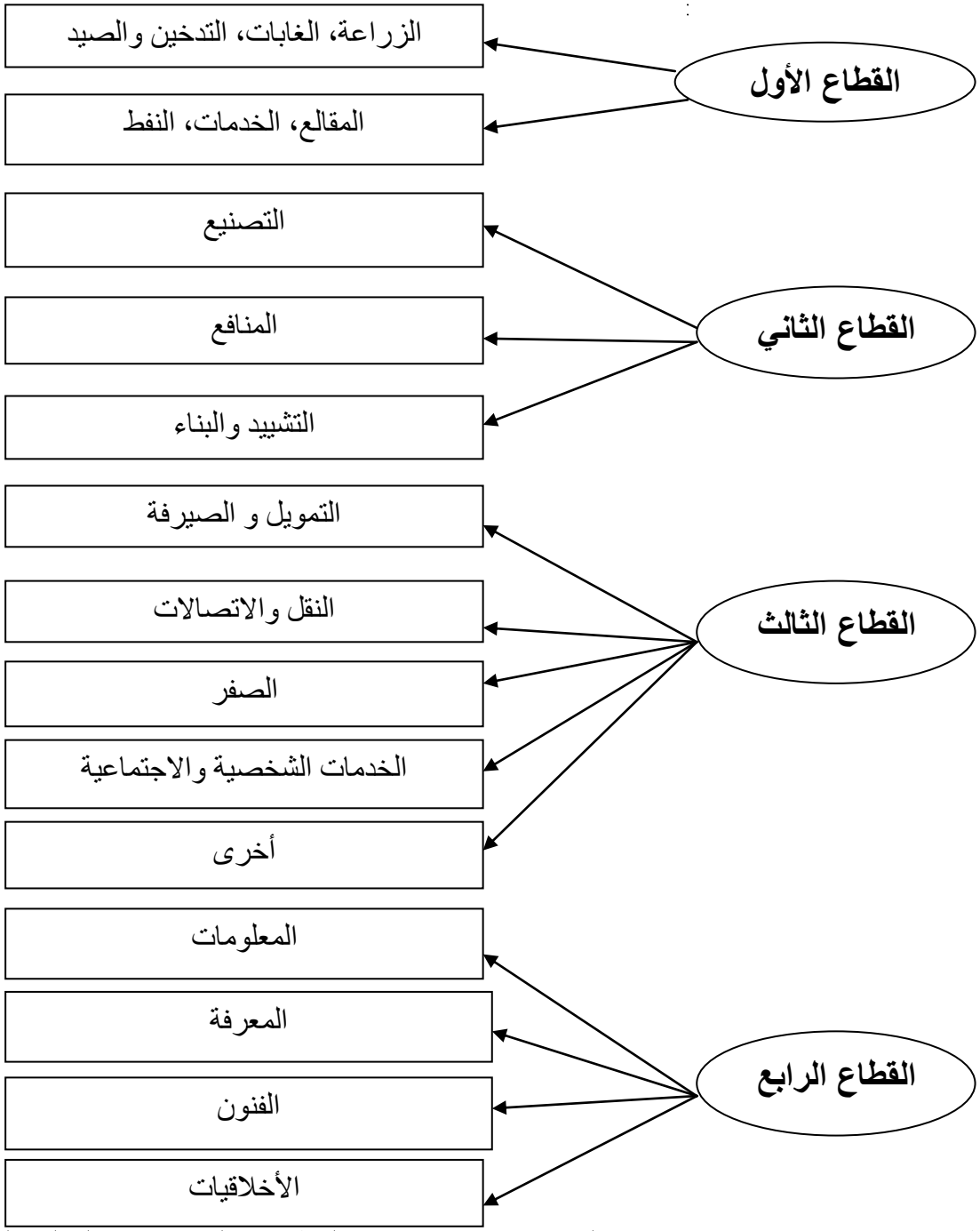
---

[1] نجم عبود نجم، **الإدارة الالكترونية، الإستراتيجية، الوظائف والمشكلات**، دار المرجع للنشر والتوزيع، الرياض، المملكة السعودية، 2004، ص88.

[2] Harbhajan Kehal & Varinder p. singh, Digital Economy :impacts, inflionce and Challenges, Idea Group publishing, USA, 2005,p03.

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 بشكل 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



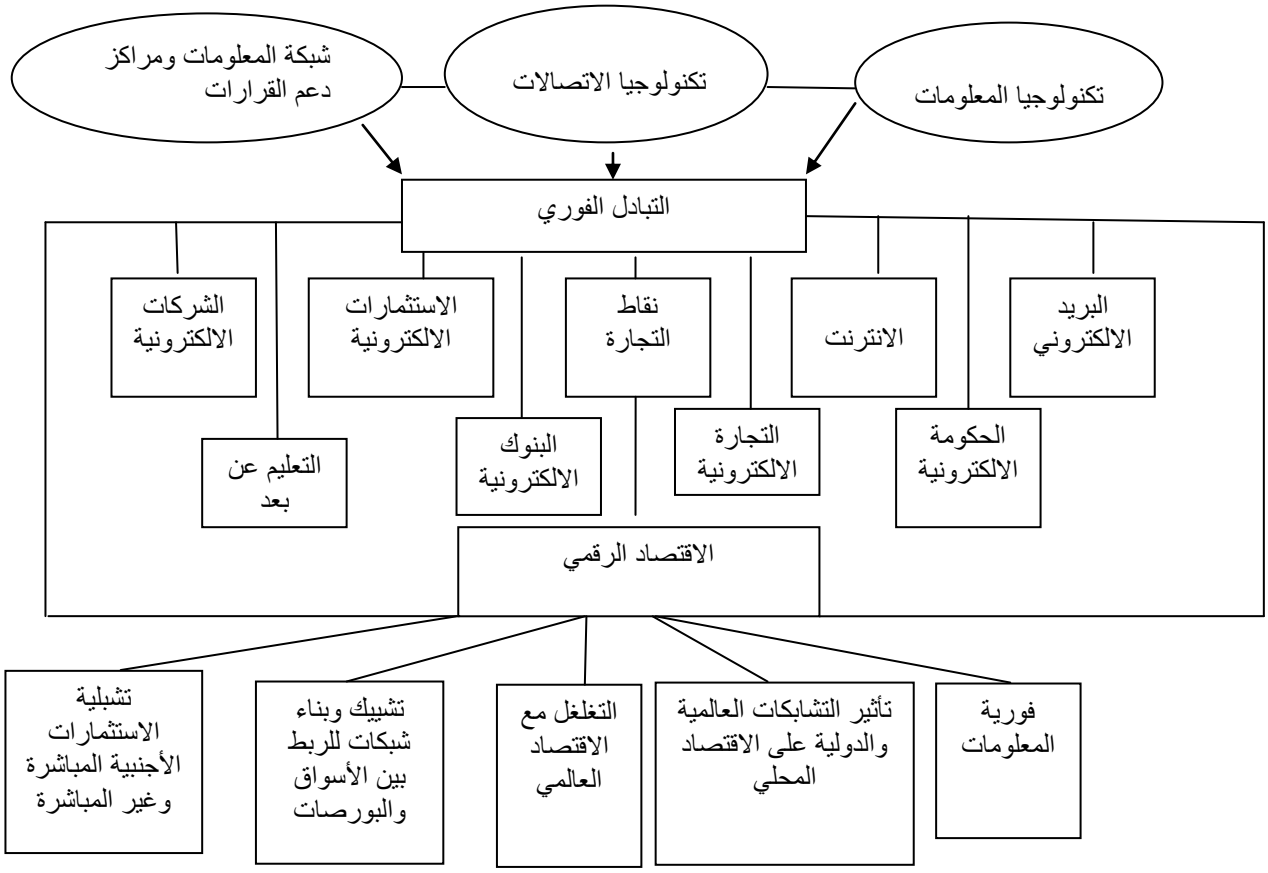
المصدر: نجم عبود نجم ، الإدارة الالكترونية الإستراتيجية والوظائف والمشكلات ، المملكة العربية السعودية دار المريخ، 2004، ص88.

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 :أسس 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 التناقص، 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 يسلهم في زيادة الأرباح والعوائد.

أ. 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.

ب. 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 ،ص 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.

ج. 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.

د. 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 مداخلة في اطار 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 2. مجال المنافسة 3. الشكل التنظيمي 4. نظام الإنتاج 5. العامل الأساسي للإنتاج 6. العامل التكنولوجي الأساسي 7. الميزة التنافسية 8. أهمية البحوث. 9. التعاون بين المنظمات	مستقرة نوعا ما محلي / إقليمي تدريجي الإنتاج المكثف رأس المال والعمالة الميكنة والأتمتة اقتصاديات الحجم متوسطة العمل الفردي غالبا	ديناميكية عالمي شبكي الإنتاج المرن الإبداع والمعرفة الرقمية الإبداع والجودة عالية التعاون الأفقي والعمودي
قوة العمل: 1. الأهداف 2. المهارات	التشغيل الكامل	أعلى دخل

3. طبيعة التوظيف	التخصص الوظيفي مستقر	المعرفة الواسعة والمدعمة ديناميكي
النمو الاقتصادي: 1. الهدف 2. الوسائل 3. مصادر الميزة التنافسية	توفير وظائف والزيادة في النمو تخفيف التكاليف مصادر ثابتة	أعلى دخل وأكبر نمو الجودة العالية/ الابتكار التكيف والتعلم الفردي والتنظيمي

المصدر: مجاهدي فاتح ، الاقتصاد الرقمي ومتطلباته الملتقى الدولي الثاني المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، جامعة حسيبة بن وعلي بالشلف، ديسمبر 2007،ص 02.

من خلال الجدول السابق يمكن تقسيم المقارنة إلى ثلاثة أجزاء كما سيتم توضيحه فيما يلي[1]:

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 يسمو ا 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 فيه التوظيف ديناميكيا يسعى دائما عن البحث عن تطوير المهارات والكفاءات لتلبية التغيرات المستجدة.

[1] فاتح مجاهدي، مرجع سبق ذكره ص02.

ثالثا: النمــو الاقتصادي

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

المطلب الثالث: الشبكة الدولية للمعلومات(الانترنت)

تمثل الانترنت الشبكة العالمية (international network) وهي اكبر الشبكات العامية شمولا للمعلومات و أكثرها استخداما، و أوسعها انتشارا، حيث أصبحت محل اهتمام الكثير من رجال الأعمال وبات ينظر إليها كبيئة أعمال من نوع جديد يضم إعداد هائلة من الباعة والمشترين والمتعاملين (منظمات و أفراد)، يتفاوضون وينجزون معاملاتهم دون أن يكون لديهم أية معرفه بالأخر ودون أن يكون هناك دور للوسطاء فضلا أن الزبائن يتمكنون من تبادل المعلومات وتحديد احتياجاتهم والتعبير عن رغباتهم من خلال هذه الشبكة وبشكل سريع ورخيص.

1- مفهوم شبكة الانترنت:

شبكة الانترنت أو كما يطلق عليها الشبكة العالمية الالكترونية، أو شبكة الشبكات أو الشبكة العنكبوتية هي اسم لنظام ضخم منتشر في جميع أنحاء العالم يتألف من أفراد ومعلومات وحواسيب وبروتوكولات لينظم الاتصال عبر الشبكة.

الانترنت هي: تجمع عالمي واسع من الشبكات و الأجهزة الحاسوبية المرتبطة مع بعضها البعض والتي تظم الملايين من منظمات الأعمال والوكالات والمكاتب الحكومية والمؤسسات التعليمية وكذلك الأشخاص[1].

- أو هي: شبكة حواسيب عالمية مرتبطة بشبكة عالمية تدعى(net) و إنها تربط عمل المنظمات والحكومات والمؤسسات التعليمية من خلال بروتوكول خاص أصبح قاعدة في استخدام الانترنت،بحيث لا يمكن الاتصال بدونه.

- فمن خلال ما تقدم تعد الانترنت اكبر شبكة حواسيب في العالم على الإطلاق، وانه اكبر من مجموعة ملفات معلوماتية، بل هو مكان لممارسة العمل والتجارة وهذا نظرا لما يوفره من قوة التفاعل، فضلا عن كونه مفتوحا للجميع لمن يريد الاتصال والحصول على المعلومات التي يتم عن طريقها عقد الصفقات وإجراء عملية البيع والشراء ودفع الائتمان، إذن فالانترنت ما هي إلا جمعية عالمية من الحسابات الآلية المرتبطة بشبكات داخلية تحمل البيانات وتسمح بتبادل المعلومات، وبذلك

[1] إبراهيم أبو الهيجاء، التعاقد بالبيع بواسطة الانترنت، الدار العلمية الدولية ومكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى،2002،ص:44.

فليس هناك من يملك أو يحكم شبكة الانترنت، فهي مشروع تعاوني لعدد من الهيئات والمنظمات أخذت على عاتقها وضع نظام مرتبط ومتزن نتجت عنه شبكة الانترنت.

ومن خلال ما تقدم فان الانترنت تتمتع بالخصائص التالية:

- للانترنت بروتوكول يسمى بروتوكول الانترنت وهو بروتوكول مفتوح بمعنى عدم وجود شركة تدعي ملكيتها للانترنت، كما أن معايير هذا البروتوكول تتحدد وتستنبط من لجان فنية تضم بائعي عتاد الحاسوب والبرمجيات والمستخدمين فهؤلاء جميعا هم يضعون المعايير.

- الانترنت شبكة مفتوحة وليس شبكة مغلقة، كما لا يوجد في قاموس الانترنت قواعد أو شروط أو قوانين تمنع الأفراد والشركات أو تسمح لهم بإضافة ملحقات أو أجهزة إلى الانترنت.

- الانترنت وسيلة تفاعلية وليست وسيلة جماهيرية مثل التلفزيون والمجلات والراديو وإعلانات الطرق الخارجية، فالانترنت يؤمن الاتصالات التفاعلية المباشرة باتجاهين: بين الشركات والعملاء، وبين العملاء وعملاء آخرين، وبين الشركات نفسها، كما إن مستخدمي الانترنت يتسمون بخاصية كونهم شركاء فاعلين في العمليات الاتصالية، و ليسو خادمين بالإكراه أحيانا كما في حالة الوسائل الاتصالية الجماهيرية.

- إن قدرة مستخدمي الانترنت على المشاركة الكاملة في عملية الاتصالات تصنع قواعد جديدة للتسويق، فالانترنت يمتلك ثقافة خاصة، كما يمتلك مجموعة مختلفة من التوقعات الخاصة بالاتصال والعملاء هم سادة الموقف على الانترنت، كما يجب على الشركات أن تجد لنفسها أساليب جديدة ومقنعة لضمان ولاء العملاء.

2- الاستخدامات التجارية للانترنت:

تتمثل الاستخدامات التجارية للانترنت فيما يلي [1]:

أ- التبادل الالكتروني للبيانات(EDI):

يعرف التبادل الالكتروني للبيانات على انه: للمعلومات والأموال من حاسوب لآخر، ومن تطبيق لآخر وكذلك تغيير في تركيبة الأعمال في إطار قياسها.

أو هو تبادل للوثائق وفق نماذج الكترونية ذات معايير متفق عليها بين المنظمات بطريقة مؤتمنة وبشكل مباشر بين التطبيقات الحاسوبية في منظمة ما إلى مثيلتها في منطقة أخرى.

إذا تقنية التبادل الالكتروني للبيانات تقلل من التعقيد داخل العمليات ومن التكاليف المترتبة على استخدام الأيدي العاملة، كما تقلص من إجراءات معالجة الوثائق غير أن الانترنت حل محل التبادل الالكتروني للبيانات كونه يقوم بالمهمة ذاتها ولا سيما في المجال التسويقي.

[1] بكوش كريمة، كواش زهية، شبكة الانترنت والتجارة الالكترونية(مفاهيم أساسية)، مداخلة مقدمة إلى الملتقى العلمي الدولي الرابع حول: عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر- عرض تجارب دولية- المركز الجامعي خميس مليانة،2011، ص5

أما فيما يخص المنافع الإستراتيجية التي يحققها"EDI " لمنضمات الأعمال تتمثل فيما يلي:

- تساعد منظمات الأعمال في البحث على الزبائن .
- تسهيل عملية أعداد الطلبيات من قبل الزبائن أو الموزعين
- تخفيض تكاليف الحزن .
- خلق ميزة تنافسية والمتمثلة في جذب الزبائن

ب- النقل الالكتروني للأموال(EFT):

يسمح النقل الالكتروني للأموال المستخدمين الارتباط بالشبكة ونقل الأموال من حساب مصرفي إلى حساب مصرفي آخر بواسطة الخطوط الهاتفية أو وسائط النقل الأخرى، وتتمثل عملية النقل من خلال عدة طرق،تتمثل فيما يلي[1]:

- **البطاقة الائتمانية:** إيجاد قرض مؤقت يستحق الدفع خلال شهر
- **بطاقة الاقتراض:** نقل الأموال من الحساب المصرفي للمشتري إلى الحساب المصرفي للبائع
- **البطاقة الذكية:** تخزن القيمة النقدية التي يمكن زيادتها باستخدام المكائن النقدية لغرض نقل كمية من الأموال لاستخدامها في شراء الكتب ودفع أجور الهاتف...مثلا.
- **النقد الالكتروني:** يمثل البطاقة الذكية باستثناء انه يتم من خلاله خزن الرصيد النقدي داخل الحاسوب بدلا من خزنه داخل البطاقة الذكية.

3- الشبكات الداخلية والخارجية:

سبقت التجارة الالكترونية ظهور الانترنت، وذلك من خلال الشبكات الخاصة لكنها انتشرت بشكل واسع وازدهرت بفضل استخدام الانترنت وما يرتبط به من تقنيات معلوماتية وشبكات سواء كانت شبكات داخلية أم خارجية، فالانترنت اعتبر بنية تحتية أساسية للتجارة الالكترونية لسهولة استخدامه و إمكانية ربطه بالشبكات الداخلية والخارجية للتجارة الالكترونية.

1- الشبكات الداخلية:

تستخدم شبكة الانترنت من اجل تحقيق مبدأ الشفافية إي إتاحة المعلومات ووضوحها لجميع العاملين في المنظمة، كما يسمح بالاتخاذ القرارات وانجاز الأعمال اليومية وبالشكل الصحيح، وهذا ما ينعكس على فاعلية أداء المنظمة.

2- الشبكات الخارجية:

توفر هذه الشبكة للزبائن الخارجيين إمكانية الوصول إلى مصادر المعلومات المحسوبة للمنظمة، لهذا تكون بحاجة ماسة إلى مستوى أعلى من الأمان مقارنة بما تتطلبه شبكة الانترنت، فشبكة الاكسترانت ما هي إلا ربط بين شبكات الإنترنت المنظمة وهذا الربط البيني يتم عبر شبكة الانترنت

[1] بكوش كريمة، كواش زهية، مرجع سبق ذكره، ص6

باستخدام إذا هي الشبكة التي تقوم المنظمة بتزويدها بالبيانات والمعلومات التي تهم أصحاب المصالح خارج المنظمة من موردين ومقرضين ووكلاء وسماسرة وتجار جملة وغيرهم... حيث يتطلب الدخول إلى الشبكة استخدام كلمة المرور لان هذه الشبكة غير موجهة إلى الجمهور عامة، كما هو الحال في شبكة الانترنت.

فمن الناحية العلمية تحدد المنظمة التي تمتلك شبكة الاكسترانت الأفراد الذين يسمح لهم الدخول إلى الشبكة ونوع الدخول المسموح به، فمن هذا المنطلق بدأت منظمات الأعمال تتجه نحو النظم الرقمية من خلال الشبكات كشبكة الانترنت و الاكسترانت في إدارة عملياتها الداخلية، وكذلك إدارة علاقتها مع زبائنها وموردیها وبقية الأطراف الخارجية.

4- العلاقة بين الانترنت والانترانت و الاكسترانت:

الشكل في الأسفل يفسر طريقة الاتصال التي تتم بين الشبكات الثلاث [1]، فالانترنت يقيم علاقة اتصال بين المنظمة وجميع زبائنها والمتعاملين معها من خارج المنظمة، ويقتصر استخدام الانترنت على العاملين من داخل المنظمة فقط، أما شبكة الاكسترانت فتربط المنظمة بموردیها وشركاء أعمالها وكذلك مع المقرضين والسماسرة التي تتعامل معهم باستمرار في تسيير أعمالها التجارية.

الشكل(1-3): الشبكات التي تعتمد عليها التجارة الالكترونية.



الانترنت

المصدر: بكوش كريمة، كواش زهية، شبكة الانترنت والتجارة الالكترونية مداخلة مقدمة إلى الملتقى العلمي الدولي الرابع حول: عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر- عرض تجارب دولية- المركز الجامعي خميس مليانة، 2011، ص 7.

ونتيجة لظهور كل من هذه الشبكات الثلاث وظهور ما يسمى بالاقتصاد الالكتروني، بدأت منظمات الأعمال بإعادة النظر في استراتيجياتها والعمل جاهدة من اجل التحول نحو هذا النمط من التجارة ألا وهو التجارة عبر الانترنت.

[1] بكوش كريمة، كواش زهية، مرجع سبق ذكره، ص7

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 التمييز بين مفهومي التجارة الالكترونية والأعمال الالكترونية، حيث تعرف التجارة الالكترونية بأنها عمليات تسويق وبيع وشراء، وتبادل المنتجات والخدمات والمعلومات من خلال الشبكات الحاسوبية والانترنت.

أما مفهوم الأعمال الالكترونية 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].

اولا: تعريفات التجارة الالكترونية:

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

[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.

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[1].

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 [2]" أنشطة إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها وتسويقها وبيعها أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الالكترونية ، وحسب هذا التعريف تشمل المعاملات التجارية ثلاثة أنواع من العمليات[3]:

- 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[4] " تشمل جميع أشكال المعلومات التجارية التي تمتد بين الشركات والأفراد والتي تقوم على أساس التبادل الالكتروني للبيانات والمعلومات التجارية الالكترونية ومدى تأثيرها على المؤسسات والعمليات التي تدعم وتحكم الأنشطة التجارية"[5].

---

[1] UN –united nations

[2] إبراهيم العيسوي، التجارة الالكترونية،ط1، المكتبة الأكاديمية القاهرة، مصر، 2003، ص 11-12 .

[3] OMC- Organisation Mondiale du Commerce.

[4] OCDE-Organisation de coopération et de développement économique.

[5] السيد احمد عبد الخالق، **التجارة الالكترونية والعولمة**، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر،ص34.

4. منتدى التعاون الاقتصادي لأسيا والمحيط الهادي (APEC)

عرف منتدى التعاون الاقتصادي لأسيا والمحيط الهادي التجارة الالكترونية بأنها[1] "أي شكل من أشكال الصفقات التجارية الخدمية والسلعية والتي يتعامل فيها الأطراف بطريقة الكترونية، سواء تمت بين شخص وشخص آخر أو بين شخص وكمبيوتر " ،[2]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 "[3].

ووفقا لهذا التعريف قد تتم التجارة الالكترونية على نحوين إما بشكل – غير مباشر – وفيه يتم توصيل البضائع والخدمات التي تم الطلب عليها عبر الانترنت، بوسائل التسليم التقليدية عن طريق البريد أو عن طريق 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[4].

" التجارة الالكترونية مصطلح يطلق على عملية بيع أو شراء أو تبادل منتجات /خدمات أو معلومات عن طريق شبكات الحاسبات والانترنت [5].

" 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[6] .

---

[1] APEC-Asai-Pacific Economic cooperation.

[2] علاوي محمد لحسن/ مولاي لخضر عبد الرزاق، **مداخلة بعنوان آليات التجارة الالكترونية كادات لتفعيل التجارة العربية البينية** ،الملتقى الدولي الرابع عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر المركز الجامعي خميس مليانة 26-27 افريل 2011،ص 04.

[3] علاوي محمد لحسن، مولاي لخضر عبد الرزاق، مرجع سبق ذكره، ص4 .

[4] خالد ممدوح إبراهيم، **لوجستيات التجارة الالكترونية**، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2008،ص134.

[5] عزة العطار، **التجارة الالكترونية بين البناء والتطبيق**، منشاة المعارف، دون طبعة، الإسكندرية ، مصر، 2003،ص02

[6] إبراهيم بختي، **التجارة الالكترونية** – مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة – ديوان المطبوعات الجامعية ط1،الجزائر 2005،ص42

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.

- 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.

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 التي 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 الذي تتواجد فيه المؤسسة 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].

[1] صغير موح مريم، سردون مهدية، **إشكالية الاعتراف 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، ص ص06-07

2 - مراحل وتطور التجارة الالكترونية

مر التطور التاريخي للتجارة الالكترونية عبر حقبتين زمنيتين أساسيتين نوجزهما في ما يلي:

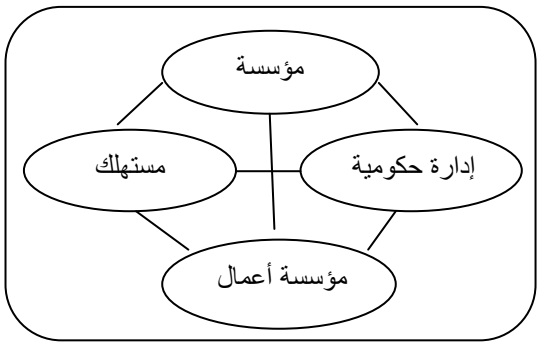
1- التجارة الالكترونية حقبة أولى : وتشير إلى الحقبة الزمنية الممتدة من عام 1995وحتى عام 2000وهي التي شهدت نموا متفجرا في التعاملات الالكترونية والمعتمدة أو الموجهة بالتقنية، حيث كان تركيز منظمات الأعمال منصبا بصفة أساسية على نمو العائد من تلك التعاملات، وذلك من خلال تبني استراتيجيات تعتمد على التواحد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

2- التجارة الالكترونية حقبة ثانية: وتتمثل في الحقبة الزمنية التي بدأت من عام 2001وحتى وقتنا هذا، حيث شهدت تحولات في نمط التعاملات إلى التوجه بالأعمال، وتركيز منظمات الأعمال منصبا على تنمية الأرباح ومن خلال تبني استراتيجيات مختلطة، أي تعتمد على التو احد المادي للمنظمة في السوق وتوحدها الالكتروني على شبكة الانترنت، في ضل تشريعات حكومية منظمة للأعمال الالكترونية.

المطلب الثاني: أنواع التجارة الالكترونية وأهميتها.

للتجارة الالكترونية مجموعة من الأنواع والأشكال التي تدور حولها والشكل التالي يبين بعض تلك الأنواع :

الشكل(1-4) أنواع التجارة الالكترونية



المصدر: محمد خليل أبو زلطة، زياد عبد الكريم القاضي، مدخل إلى التجارة الالكترونية، الطبعة الثانية، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع،2009،ص76.

1- مؤسسة أعمال - مؤسسة أعمال

وهذا المستوى يتم بين مؤسسات الأعمال مع بعضها البعض من خلال شبكات الاتصال وتكنولوجيا المعلومات، وذلك لتقديم طلبات الشراء للموردين والعارضين، وتسليم الفواتير وإتمام عمليات الدفع وهذا النمط من التجارة الالكترونية موجود منذ سنوات عديدة خاصة في تبادل البيانات الكترونيا من خلال الشبكات الخاصة[1].

2- مؤسسة أعمال - مستهلك

هذا المستوى من التجارة الالكترونية يمثل البيع بالتجزئة في التبادل التجاري العادي ولقد توسع بشكل كبير مع ظهور شبكة الانترنت، فهناك الآن ما يسمى بالمراكز التجارية للتسوق تقوم بعرض السلع والخدمات لصالح المؤسسات وتقوم بتنفيذ الصفقات التجارية من حيث عمليات الشراء والبيع عن طريق شبكات الانترنت ويتم الدفع بطرق مختلفة كبطاقات الائتمان أو الشيكات الالكترونية أو نقدا عند التسليم[2].

3- مؤسسة أعمال - إدارة حكومية

هذا المستوى يعطي كل المعلومات بين الشركات و الهيات الحكومية، فعلى سبيل المثال في الولايات المتحدة يتم الإعلان عن المشتريات الحكومية من خلال شبكة الانترنت ويمكن للشركات إن تتبادل الردود معها الكترونيا إلا أن هذا النمط لا يزال في بدايته الأولى، لكن سوف يتوسع بسرعة كبيرة إذا قامت الحكومات باستخدام عملياتها بأسلوب التجارة الالكترونية[3].

4- مستهلك - إدارة حكومية

هذا المستوى لم يظهر بعد ولكن ربما ينتشر مع انتشار التعامل الالكتروني ونمو كل من نمط الشركة إلى المستهلك والشركة والهيئة الحكومية[4].

---

[1] محرز نور الدين، صيد مريم، **نظام الدفع الالكتروني ودوره في تفعيل التجارة الالكترونية مع الإشارة إلى حالة الجزائر** ، الملتقى الدولي الرابع حول عصر نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية التجارة الالكترونية في لجزائر، معهد العلوم الاقتصادية والتسيير، المركز الجامعي خميس مليانة 26-27 افريل 2006، ص26.

[2] احمد امداح، **التجارة الالكترونية من منظور الفقه**، رسالة ماجيستر في العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة الحاج لخضر باتنة، سنة 2006، ص26.

[3] إبراهيم احمد عبد الحق الدوي، **التجارة الالكترونية دراسة تطبيقية على المكتبات**، السلسلة الثانية، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض،سنة2010، ص36.

[4] إياد زكي محمد أبو رحمة، **أساليب تنفيذ عمليات التجارة الالكترونية ونظم التسوية المحاسبية**، رسالة ماجيستر في العلوم التجارية، الجامعة الإسلامية غزة، سنة2009، ص22.

أ. 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.

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

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

[1] عبد المطلب عبد الحميد، **اقتصاديات التجارة الالكترونية**، الدار الجامعية- الإسكندرية، الطبعة الأولى ، ص ص 85-88.

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.

- **شباب 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[1]، 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 و التقارير 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 للتهرب 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.

[1] عبد المطلب عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص ص 89، 90

- **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 أداة 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 خطاب، مرجع سبق ذكره، ص13.

- **تحسين الإنتاجية:**

ساعدت تطبيقات التجارة الالكترونية في التخلص من العديد من التصورات التي كانت تواجه الشركات نتيجة الحاجة إلى عمليات التخزين 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[1].

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

تساعد تطبيقات التجارة 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.

[1] محمد نور برهان، عز الدين خطاب، مرجع سبق ذكره، ص 14

- **تحسين كفاءة عمليات الشراء:**

حيث ساعدت التجارة الالكترونية في توفير تكاليف عمليات الشراء والحصول على أسعار أفضل للاحتياجات المادية لشركات الأعمال بالإضافة إلى تقليل الزمن 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 تفضيلاتهم[1]، 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.

[1] محمد نور برهان، عز الدين خطاب، مرجع سبق ذكره، ص 14 .

- **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:

- **العمل عن بعد[1]:**

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.

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

- **تحسن معايير مستوى المعيشة:**

انبثق عن تطبيقات التجارة الالكترونية بيع بعض المنتجات بأسعار اقل مما يساعد الأفراد والفئات الفقيرة على شراء سلع أكثر[1]، 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.

- **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، و يقع بعض المتسوقون فريسة لبعض المعلنين الذين يروجون لسلع تافهة أو سلع قد تتعارض مع التقاليد الاجتماعية والآداب.

[1] محمد نور برهان، عز الدين خطاب، مرجع سبق ذكره، ص 17

- 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 الساعات 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].

المبحث الثالث: متطلبات التجارة الالكترونية وأثارها الاقتصادية

شاع استخدام التجارة الالكترونية في كثير من الدول، ولتبني هذا النشاط في أي دولة وجب توفر مجموعة من المقومات الأساسية من بنية تحتية وقوانين وتشريعات وبيئة ملائمة، إضافة إلى أن اعتماد التجارة الالكترونية يولد مجموعة من الآثار الاقتصادية ما جعلها تعرف نموا مذهلا ومتباينا زمنيا وجغرافيا.

المطلب الأول: متطلبات التجارة الالكترونية وأساليب قياسها

إن تطبيق التجارة الالكترونية في أي دولة يستلزم الإلمام بمجموعة من المتطلبات اللازمة لإرسائها، كما أن قياسها يمثل احد التحديات الهامة المصاحبة لها، وفيما يلي عرض لمتطلبات التجارة الالكترونية وأساليب قياسها.

أولا: متطلبات التجارة الالكترونية:

يتطلب انتشار التجارة الالكترونية في أي مجتمع توفر البيئة المناسبة لها وكذا المتطلبات اللازمة لتحقيقها، وفي ما يلي سوف يتم عرض بإيجاز لهذه المتطلبات وفقا للتقسيم التالي:

1- البنية التحتية الالكترونية: يرتبط نمو التجارة الالكترونية بتطور وانتشار تقنيات المعلومات الجديدة والبنية التحتية للاتصالات أي البنية الداعمة للتجارة الالكترونية، والتي تتضمن شبكات الاتصال السلكي واللاسلكي، الفاكس، الهاتف، الانترنت، الحاسبات الآلية، برامج التطبيقات والتشغيل، خدمات الدعم الفنية، رأس المال البشري، فهذه البنية التحتية توفر البيئة المناسبة للتجارة الالكترونية وتساعد على انتشار استخدام الانترنت الذي يعتبر القناة الالكترونية أو السوق الالكتروني الذي من

[1] إبراهيم بختي، مرجع سابق، ص 69-70.

خلاله تتم المعاملات والمبادلات التجارية [1].

2- التشريعات والأنظمة للتجارة الالكترونية: وتشمل التشريعات وقوانين التعاقد وأدلة التواقيع الالكترونية التي تتلاءم مع طبيعة التجارة عبر شبكة الانترنت، والتي تتمثل في الإطار القانوني الذي يضمن استمرار التجارة الالكترونية وحماية حقوق الأطراف المتعاملة فيها وفض النزاعات التجارية الالكترونية سواء كانت في نفس الدولة أو في دولة مختلفة[2].

وبما أن إبرام العقد يتم على شبكة الانترنت، فانه من أول المشكلات التي تثار في هذا الصدد مدى صحة هذه المحررات والعقود التي لا تتضمن توقيعا ماديا عليها من قبل أطرافها، وأمام هذا فان قبول القضاء للتعاقدات الالكترونية يتطلب إقرار أدلة العقود الالكترونية، المراسلات الالكترونية، التواقيع الالكترونية و موثوقيتها كبينة في المنازعات القضائية.

لقد عملت الدول المتقدمة على وضع قواعد وتشريعات تقضي بان التوقيع الرقمي دليل إثبات، كما أجاز بعضها عمليات التشفير التي تكفل حماية التوقيع من الالتقاط غير المصرح به.

3- توفر الكوادر البشرية: يعتمد نجاح التجارة الالكترونية في أي مجتمع على مدى توفر الكوادر البشرية المتخصصة في قطاع تقنية المعلومات، شبكات الاتصال، الانترنت، والبرامج التطبيقية ذات العلاقة بالتجارة الالكترونية، والذي يتأتى من خلال تطوير نوعية الأنظمة التعليمية التي تعطي للمجتمع معرفة وثقافة تكنولوجي.

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

ثانيا: أساليب قياس التجارة الالكترونية

يعتبر قياس التجارة الالكترونية ذو أهمية كبيرة بالنسبة لكل من صانعي السياسات الاقتصادية على مستوى الحكومات ومتخذي قرارات الاستثمار على مستوى أصحاب الأعمال والقطاعات الخاصة، كما أن قياسها يمثل احد التحديات المصاحبة لها، فضالا عن ذلك، فان قياس التجارة الالكترونية يشكل تحديا فنيا على مستوى مصالح ومراكز الإحصاءات المعنية بقياس وتقدير حجم

[1] MarcBacchetta , Patricklow, electronic commerce and the rol of wto, p19.

[2] عابد بن عابد العبدلي، **"التجارة الالكترونية في الدول الإسلامية :الواقع –التحديات –الآمال "**،مقدمة للمؤتمر المالي العالمي الثالث للاقتصاد الإسلامي، جامعة أم القرى،مكة المكرمة، 2005،ص ص 13،14 .

التجارة الالكترونية بسبب سرعة نموها والتطور التكنولوجي المصاحب لها وتحولها إلى كيان مهم في الآلاف من المشروعات التجارية حول العالم، إضافة إلى العوامل المتعلقة بتحديد مفهوم التجارة الالكترونية بهدف قياس أثرها على القطاعات الاقتصادية وقياس نموها ومقارنتها بين مختلف الدول .

في ما يلي نذكر بعض الأساليب المتبعة في قياس حجم التجارة الالكترونية والتي جاءت حول التجارة الالكترونية في الدول الإسلامية، وهي[1]:

1- جمع البيانات الرقمية المتعلقة باستخدام تقنية المعلومات والاتصال والانترنت: ويتميز هذا الأسلوب بسهولة تحصيل البيانات من مصادر مختلفة إضافة إلى توفر عنصر الثقة والدقة في مثل هذه البيانات.

2- جمع بعض الإحصاءات ذات العلاقة بأنشطة التجارة الالكترونية: مثل الإحصاءات المتعلقة بمؤشر الاستعداد الالكتروني والمتمثلة في حصر المؤسسات التي لديها أجهزة الحاسب الآلي وإمكانية استخدامها للانترنت، والإحصاءات المتعلقة بمؤشر الكثافة و حجم المعاملات الالكترونية، وهذا الأسلوب يتناسب مع الكثير من البلدان النامية والتي في المراحل الأولى من استخدام الانترنت.

3- إجراء المسح الميداني على مستوى المؤسسات التجارية: وذلك لمعرفة حجم أنشطتها عبر شبكة الانترنت، بحيث يكون المسح سنوي أو ربع سنوي حتى يغطي الأنشطة المتجددة عبر الانترنت.

4- إجراء المسح الميداني على مستوى قطاع المستهلكين: لمعرفة مدى توفر الحاسب الآلي لدى الأفراد والأسر وإمكانية الدخول إلى الانترنت إضافة إلى حجم إنفاقهم على التجارة الالكترونية.

قدمت منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية إطار لقياس التجارة الالكترونية معرف بثلاث مؤشرات: الاستعداد، الكثافة والتأثير، مستند على صناع السياسات وحاجات المستعملين الأخرى.

ـ مؤشرات الاستعداد : تتعلق هذه المؤشرات بمدى استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومدى توافر المؤهلات للقيام بذلك، كالبنى التحتية التكنولوجية ومدى توفر الأدوات والمعدات اللازمة لاستخدام تكنولوجيا المعلومات، وعلى الرغم من هذا فان بعضها يعتبر ذو مغزى في توضيح تقدم التجارة الالكترونية.

ـ مؤشر الكثافة: تقيس طبيعة وحجم ونمو صفقات التجارة الالكترونية، اعتمدت مؤشرات الكثافة بكثرة مؤخرا وهذا بسبب نمو التجارة الالكترونية (الذي يسمح مستوى بالدخول في تحليل أعمق) المقترحة بالوثائق الإحصائية والمحددة حسب البلد.

وتتضمن سمات التحليل التالية:

* التردد والتكرار للشراء/المبيعات؛

* مرحلة الصفقة في أي تجارة الكترونية مستعملة (جمع المعلومات، الطلب، الدفع، التسليم الخ)؛

[1] عابد بن عابد العبدلي، مرجع سابق، ص ص 11،12.

* المتعاملون ولمحات عن مسار حياتهم (منظمات أعمال، مستهلكون، أجهزة حكومية)؛
* المنتجات والخدمات المتضمنة (بالانتباه المعين إلى الاختلافات بين السلع المادية وغير المادية)؛
* مجال الصفقة: محلي، دولي، حضري أو ريفي ؛

ـ مؤشرات التأثير: تقيس تأثير التجارة الالكترونية الاقتصادي والاجتماعي ذو العلاقة الفعالة وهذا صعب جدا ليس فقط بسبب تطور هذه الظاهرة، لكن أيضا يرجع إلى ابتكار أساليب لقياس التأثيرات المحتملة سواء على المستوى الجزئي أو المستوى الكلي، علاوة على ذالك، فان العلاقة السببية بين التجارة الالكترونية والتأثيرات الاقتصادية والاجتماعية ليست بالبسيطة، إضافة إلى قلت البيانات المتعلقة بهذا المؤشر.

المطلب الثاني: الآثار الاقتصادية للتجارة الالكترونية

قبل قرن من الزمن كانت الزراعة والمجتمع الزراعي هي المسيطر والمهيمن على الاقتصاد، وبعدها ظهرت الصناعة وأصبحت هي القوة الاقتصادية المهيمنة، أما الآن ومع ظهور تقنية المعلوماتية أصبحت المعلومات هي الاقتصاد بعينه والمجتمع ألمعلوماتي هي القوة الاقتصادية القادمة لدول العالم، وبالتالي تحول الاقتصاد التقليدي إلى اقتصاد جديد يطلق عليه اقتصاد المعلومات،ومع دخول وسائل الاتصال الجديدة مثل الانترنت وتطبيق التجارة الالكترونية من حلال هذه الأخيرة، أصبحت تلعب دورا مهما من خلال الآثار والفوائد الناتجة عن تطبيقها وهذا سواء على مستوى الأفراد(المستهلكين)، قطاع الأعمال أو على مستوى الاقتصاد ككل[1].

وفيما يلي سيتم التطرق إلى أهم الآثار الايجابية المنتظرة من تطبيق التجارة الالكترونية عبر شبكة الانترنت والتي أصبحت القوة الدافعة للاقتصاد الجديد في ثلاث مجموعات رئيسية كالتالي:

أولا: الآثار الاقتصادية للتجارة الالكترونية على مستوى المستهلكين

نظرا للنمو الكبير لاستخدام الانترنت والتطور السريع لهذه الأخيرة فانه يصعب تحديد التأثيرات المتوقعة للتجارة الالكترونية، بحيث إن كل شخص يمكن أن يكون تاجرا على الانترنت، علاوة على ذالك فان أي شخص متصل بالانترنت بواسطة حاسوب ولديه بطاقة ائتمان يمكنه أن يصبح مستهلكا عالميا[2].

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

ـ سرعة وسهولة التسوق، حيث تتيح خيارات التسوق أمام المستهلكين بشكل واسع عبر شبكة الانترنت، على مدار الساعة في أي يوم وفي أي وقت، فكل مستهلك الكتروني ما عليه إلا أن يتعامل

[1] صالح الثبيتي، **ثورة المعلومات وأسباب تأخرها في الدول العربية**، متاح على الموقع، www.c4arab.com.
[2] باسل بن محمد الجبر، **التجارة الالكترونية**، منطقة تجارية عالمية من خلال الانترنت .

مع أزرار الحاسب الآلي، وتصفح المواقع الالكترونية المفتوحة عبر الانترنت[1].

ـ كما تساعد التجارة الالكترونية على فهم احتياجات العملاء وبالتالي يمكنهم من التسوق بشكل واسع وهذا بدوره يحقق نسبة رضا عالية لدى الزبائن مقارنة بما تتيحه التجارة التقليدية، علما أن تزايد عدد العملاء يقابله مساحة اكبر في أسواق الموردين.

– تخلق التجارة الالكترونية حافز كبير لزيادة القدرة التنافسية، وتحفز المهتمين بالأبحاث لإيجاد وسائل وأساليب متطورة لاستخدام القسائم والشيكات الالكترونية، إضافة إلى تحسين الدرجة التنافسية للموردين في مجال جودة المنتج للعملاء.

– انخفاض الأسعار وسرعة الحصول على المنتجات، حيث تعدد وتنوع المنتجات وزيارة مختلف أنواع المحلات تعمل على تزويد الزبائن بالمعلومات الكاملة عن المنتجات وذلك من خلال البحث عن المنتج الأقل سعر والأفضل جودة، وهذا بمقارنة أسعار ونوعيات المنتجات بسهولة وسرعة فائقة مما يمكن المستهلك من الاختيار الأفضل، مقارنة بالتجارة التقليدية، إضافة إلى ذلك يوجد على الانترنت العديد من الشركات التي تبيع السلع بأسعار منخفضة مقارنة بالمتاجر التقليدية، لان التجارة الالكترونية توفر الكثير من التكاليف المنفقة على التسوق التقليدي الذي يتطلب زيارة كل المواقع الجغرافية لمقارنة أسعار ونوعيات المنتجات، أما حصول المستهلكين على المنتجات المطلوبة الكترونيا فانه يمتاز بالسرعة، خاصة إذا كانت المنتجات خدمية أو قابلة للتحويل إلى منتجات رقمية مثل الكتب، الأبحاث المجلات وبرامج الحاسب الآلي وغيرها، بحيث يتم الحصول عليها بعد ثوان من إتمام عملية الشراء وفي ما يخص المنتجات غير الرقمية فان الحصول عليها أسرع من الطلب بالطريقة التقليدية،لان كافة الإجراءات المتعلقة بالطلب تتم بسرعة وسهولة بينما يستغرق الأمر أسابيع وربما أشهر إذا تم الطلب بالطريقة التقليدية.

ـ سرعة وسهولة تبادل المعلومات بين المستهلكين، حيث تتيح الانترنت إمكانية تبادل المعلومات والآراء وتجارب المستهلكين المتعلقة بالمنتجات والخدمات عبر مجتمعات الكترونية مثل المنتديات وغيرها، مما يوفر البيانات والمعلومات لدى أفراد المجتمع عن المنتجات الاقتصادية، أي يرفع مستوى الثقافة والوعي الاستهلاكي، في حين قد يتعذر هذا أو يتطلب وقت وجهد أطول في عالم التجارة التقليدية.

ثانيا : الآثار الاقتصادية للتجارة الالكترونية على مستوى قطاع الأعمال

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

[1] عابد بن عابد العبدلي، مرجع سبق ذكره، ص17.

1- توسيع نطاق التسوق: حيث تعمل التجارة الالكترونية على توسيع دائرة السوق المحلي وكذلك النفاذ إلى الأسواق العالمية وخلق أسواق جديدة كان يتعذر إيجادها في ظل التجارة التقليدية، مما يتيح للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحضور في الأسواق المحلية والدولية الأمر الذي يمكن المستهلكين للاختيار من بين المنتجات المعروضة، من الفوائد المباشرة للتجارة الالكترونية الدخول اليسير والفعال للأسواق المحلية والدولية لمؤسسات الأعمال، مما يمكن أي فرد أن يكون تاجر على الانترنت وبتكاليف منخفضة [1].

2- تخفيض التكاليف: حيث في هذا الصدد هناك العديد من الوفورات الممكن تحقيقها من وراء استخدام التجارة الالكترونية، ويتمثل أهمها في:

*تخفيض التكاليف الإدارية وشحن وإعلان وكذلك معلومات التصميم والتصنيع، إضافة إلى خفض تكاليف إنشاء ومعالجة وتوزيع وحفظ واسترجاع المعلومات الورقية.

*انخفاض تكاليف الفحص وإعادة تصحيح البيانات الخاطئة.

*انخفاض تكلفة العمالة المتعلقة بتشغيل البيانات، نتيجة الاعتماد على عدد اقل من العاملين بالمقارنة بالعدد المطلوب في حالة التشغيل اليدوي للبيانات.

*انخفاض تكلفة الاحتفاظ بالأموال السائلة، إذ أن عملية السداد والتحصيل تتم بسرعة نتيجة لاعتمادها التحويل الالكتروني للنقود.

*تخفيض تكاليف الاتصال: إذ أن تكلفة الاتصال من خلال البريد الالكتروني تكون اقل بكثير في حالة التلفون أو الفاكس.

3- تخفيض تكاليف التخزين: حيث انه في ظل التسويق الالكتروني يتم الاعتماد على نظم السحب التي تبدأ من خلال معرفة رغبة المستهلك ومتطلباته، ثم استخدام أسلوب الإنتاج في الوقت المحدد وبالتالي تخفيض المخزون إلى اقل حد ممكن.

4- تفعيل مفهوم المنافسة الكاملة في السوق: تعمل التجارة الالكترونية على تقليص المسافات بين المنتجين والمستهلكين، أي تتيح التواجد الالكتروني القريب بين البائع والمشتري مما يحسن مستوى ونوعية المنتج عن طريق خدمات ما قبل وبعد البيع وتوفر المعلومات عن طبيعة المنتجات وأسعارها ومنتجيها في الأسواق وكذلك الاستجابة السريعة لطلبات السوق الأمر الذي يؤدي إلى تحسين درجة التنافسية في الأسواق الالكترونية، والواقع أن الانترنت أداة من أدوات تحقيق المساواة مما يؤثر على جميع قطاعات الأعمال، حيث أن شمولية الانترنت جعلت المعلومات تتوافر لجميع المشتركين عبر الشبكة، وهذا الأمر من شانه قطع الطريق أمام الذين يسعون إلى احتكار الأعمال والتسهيلات، أو إلى

[1] عابد بن عابد العبدلي، مرجع سبق ذكره، ص15.

فرض تعريفات باهظة على الأعمال والخدمات التي يريدونها [1].

5- زيادة الاتجاه نحو التخصص في مجال الأعمال: مع نمو التجارة الالكترونية ظهرت الشركات المتخصصة، والتي تتعامل في بعض المنتجات دون غيرها، تخصص بعض الشركات في صناعة لعب الأطفال، وبذلك يمكن تلبية رغبة اكبر قدر ممكن من رغبات واحتياجات العملاء.

6- تحسين خدمة العملاء: تساهم التجارة الالكترونية في تحسين خدمة العملاء من خلال:

* سرعة الاستجابة لرغبات العملاء؛
* سرعة الرد على استفساراتهم؛
* تحسين العلاقة مع العملاء؛

ومما لا شك فيه أن هذا سوف ينعكس على المستهلك للعلامة التجارية للمنشاة الاقتصادية وما تقدمه من سلع وخدمات.

المطلب الثالث: الإطار القانوني للتجارة الالكترونية

قبل الخوض في التحديات القانونية للتجارة الالكترونية سيتم عرض الحقائق التاريخية لعلاقة تقنية المعلومات بالنظام القانوني، حيث نجد أن تقنية المعلومات خضعت منذ السبعينات لموجات متعاقبة من التشريع القانوني في مختلف فروع القانون وبدأ قانون تقنية المعلومات في الظهور مع شيوع استخدام الكمبيوتر وانخفاض تكلفته .

يعتبر أول تحدي قانوني لتقنية المعلومات هو إساءة الاستخدام على نحو يضر بمصالح الأفراد و المؤسسات في حقلين، الأول وهو المسؤولية عن المساس بالأفراد و المؤسسات عند إساءة التعامل مع بياناتها الشخصية المخزنة في نظم الكمبيوتر على نحو يمس أسرارهم وحقهم في الخصوصية، والثاني هو المسؤولية عن الأفعال التي تمس أو تعتدي على أموال الأفراد ومصالحهم وعلى حقهم في المعلومات ذات القيمة الاقتصادية، إذن الحقيقة الأولى، أن ولادة قانون الكمبيوتر ارتبطت بالبحث في المسؤولية عن أنشطة تتصل بالمعلومات ونظمها وتحديدا في الحقل الجزئي، أما الحقيقة الثانية هي أن الخصوصية وحماية البيانات تمثل الحقل الأول من حقول قانون الكمبيوتر من حيث الاهتمام التنظيمي الدولي والتي ترافقت مع الحديث حول جرائم الكمبيوتر وكما يظهر من تواريخ انطلاق التشريعات الوطنية فإنهما سارا معا من حيث التدابير التشريعية الوطنية مع أسبقية للتشريعات الخصوصية طبعا مع موجة تشريعات الحماية القانونية للبرمجيات، في حين الحقيقة الثالثة آن أكثر تشريعات قانون الكمبيوتر نضجا ووضوحا في أغراضها هي القوانين أو التدابير التشريعية المتعلقة بحماية الملكية

[1] انطون بطرس،**"التجارة الالكترونية"**، الكتاب الأربعون، العربي، 2000، ص189.

الفكرية لبرامج الكمبيوتر(وفيما بعد قواعد البيانات والدوائر المتكاملة) وبتصور أن تحقق هذه التشريعات أيضا حماية أوسع في السنوات القادمة في حقل أسماء مواقع الانترنت والمحتوى الرقمي لمواقع الانترنت [1].

ومن المفيد القول أن الانطلاقة الحقيقية لموجة تشريعات الخصوصية كانت في مطلع السبعينات، وعلى امتداد الثمانينات والتسعينات شهدت انطلاقة الموجة الثانية والمتمثلة في قوانين جرائم الكمبيوتر، كما شهدت الثمانينات أيضا انطلاق موجة ثالثة من التشريعات المتصلة بالكمبيوتر وهي موجة تشريعات حماية البرمجيات التي تمثل المنصف الأهم المصنفات الرقمية ذات الصلة بالكمبيوتر[2] إضافة إلى الحقول القانونية الثلاث السابقة الذكر(ثلاث موجات تشريعية:تشريعات الخصوصية، قوانين جرائم الكمبيوتر، تشريعات حماية برامج الكمبيوتر أو الملكية الفكرية)، ثمة حقل رابع يعتبر الوعاء الذي يضمهما جميعا وهو حقل الأعمال الالكترونية، إلا انه يفصل بين حقل الأعمال الالكترونية والحقول الثلاث حقول الأخرى خلقت تغيرات جوهرية استلزمتها تقنيات المعلومات، فأول الحقول التي برزت عقب الحقول الثلاث المتقدمة، قواعد الإجراءات الجبائية للاستبدال والتحقيق والإثبات و إجراءات المحاكمة المتفقة مع طبيعة الاعتداءات في الدعاوي التي تتعلق بجرائم الكمبيوتر أو الاعتداء على الخصوصية وحتى في حقل قرصنة برمجيات الحاسوب المخزنة داخل النظم أو المحملة مع الأجهزة، وتبع هذا الحقل تدابير تشريعية لثلاث حقول أخرى كان للانترنت وشبكة المعلومات ونماء الاستثمارات الخدمات التقنية الدور في توجيه الاهتمام الحقيقي لها، فمع تحول الانترنت للاستخدام التجاري الواسع ظهرت تحديات قانونية جديدة، بعضها ذو اتصال بالتحديات سابقة الذكر وأخرى أوجبتها أنماط السلوك الجدية التي ولدت بولادة الانترنت، كالبيع والشراء علي الشبكات وأداء الخدمة عبر الانترنت ومن بين هذه التحديات التنظيم القانوني للتجارة الالكترونية، كما رافقتها موجات تشريعية بدأت في حقل ما يعرف بتنظيم الأمن المعلومات والمعايير التقنية وتحديدا ما يتصل بتشفير البيانات التي انطلقت في عام 1990 من فرنسا تحديدا، ثم في حقل مكافحة المحتوى غير القانوني للمعلوماتية الذي انطلق عام 1996 في أمريكا، وأخيرا الحقل الأكثر إثارة للجدل والأوسع تنظيما، حقل الأعمال الالكترونية والذي قد نجد تشريعات في إطاره، كالتشريعات المتعلقة بتقنية الأعمال المصرفية وتلك المتعلقة بحجية الإثبات للوسائل الالكترونية، كما تشير إلى انه سابق بسنوات عديدة للحقول سابقة الذكر ونجد أن دولا على المستوى التشريعي كانت قد بدأت في الاهتمام بمسائل الأعمال الالكترونية من أواخر السبعينيات وبداية الثمانينيات لكنها لم تكن ضمن التصور الشاغل للتجارة الالكترونية التي ارتبطت بأنشطة الاستثمار عبر الانترنت.

[1] يونس عرب، **" قانون تقنية المعلومات والتجارة الالكترونية"** ، مجموعة عرب للقانون، عمان 2004، ص ص 10-12.
[2] يونس عرب، **"الخصوصية وامن المعلومات بواسطة الهاتف الخلوي"** ،اتحاد المصارف العربية، عمان، 2001، ص3.

أما من حيث الأطر الدولية العامة فإننا نجد الجهد الأساسي والمميز بين منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية وهيئات أوربا (مجلس أوربا المفوضية الأوربية ، اتحاد أوربا و البرلمان الأوربي) والأمم المتحدة مجموعة الدول الصناعية الثمانية ،الوايو ، الانتربول ،منظمة التجارة الدولية وغيرها من المنظمات[1].

بعد عرض الحقائق التاريخية لعلاقة تقنية المعلومات بالنظام القانوني سيتم التطرق للإطار القانوني للتجارة الالكترونية، حيث أن أنشطة التجارة الالكترونية والعلاقات القانونية الناشئة في بيئتها تثير العديد من التحديات القانونية للنظم القانونية القائمة، تتمحور حول اثر استخدام الوسائل الالكترونية في تنفيذ الأنشطة التجارية، حيث أن الفرق بين التجارة التقليدية والتجارة الالكترونية ليس في مفهوم النشاط التجاري وإنما في أدوات ممارسة التجارة الالكترونية وطبيعة العلاقات الناشئة في ظل هذه التجارة، باعتبار أن كل نشاط من أنشطة التجارة الالكترونية يتوسطه الكمبيوتر والانترنت أو شبكة المعلومات.

أولا: المشكلات القانونية في ضوء مراحل التجارة الالكترونية

يتطلب تحديد المشكلات القانونية التجارة الالكترونية تصور العملية من بدايتها حتى نهايتها بشكل عام لا تفصيلي، وتعتبر التجارة الالكترونية في صورتها العامة طلبات سلع أو خدمات يكون فيها الطالب في مكان غير مكان مطلوب منه (السلعة أو الخدمة)، وتتم الإجابة بشان توفر الخدمة أو السلعة على الخط، حيث تكون السلعة أو الخدمة المعروضة على الخط يتبعها طلب الخدمة أو الشراء من الزبون المتصفح للموقع وعلى الخط أيضا، وبالتالي يمثل الموقع على شبكة الانترنت وسيلة العرض المحددة لحل التعاقد وثمنه في حالة التجارة عبر شبكة الانترنت، وتثير هذه المرحلة (المرحلة الأولى) المشكلات والتحديات التالية:

- توثق المستخدم أو الزبون من حقيقة وجود الموقع أو الخدمة (السلعة)؛
- مشروعية ما يقدم في الموقع من حيث ملكية مواده ذات الطبيعة المعنوية (مشكلات الملكية الفكرية)؛
- تحديات حماية المستهلك من أنشطة الاحتيال على الخط ومن المواقع الوهمية المحتوى غير المشروع للخدمات والسلع المعروضة؛
- الضرائب المقررة على عائدات التجارة الالكترونية ومعايير حسابه ومدى اعتبارها قيد حاد ومانع من ازدهار التجارة الالكترونية؛

تشير إلى أن هذه التحديات ترافق المراحل اللاحقة من خط نشاط التجارة الالكترونية، فالموثوقية وحماية المستهلك تحديان يسيران بتوازي مع سائر مراحل التجارة الالكترونية.

[1] يونس عرب، **"الخصوصية وامن المعلومات بواسطة الهاتف الخلوي"** ، مرجع سبق ذكره، ص3.

المرحلة الثالثة والمتمثلة في إبرام العقد، حيث يتلاقى الإيجاب والقبول على الخط أيضا ويتم ذلك بصور عديدة حسب محتوى النشاط التجاري ووسائله التعاقد المقرر على الموقع وأشهرها العقود الالكترونية على الويب والتعاقد بالمرسلات الالكترونية عبر البريد الالكتروني، وبوجه عام بتلاقي إرادة المورد مع إرادة الزبون يبرم العقد على الخط وهنا تظهر مشكلتين رئيسيتين:

ـ توثق كل طرف من صفة وشخصية ووجود الطرف الآخر(التوثق من صفة المتعاقد)، ومن بين وسائل حل هذا التحدي إيجاد جهات محايدة تتوسط المتعاقدين لجهة ضمان التوثق من وجود كل منهما وضمان أن المعلومات تتبادل بينهما حقيقة.

ـ حجة العقد الالكتروني أو القوة القانونية الإلزامية لوسيلة التعاقد.

المرحلة الثالثة والمتمثلة في تنفيذ المتعاقدين لالتزاماتهما، مورد الخدمة ملزم بتنفيذ الخدمة والزبون ملزم بالوفاء بالثمن، ولهذين الالتزامين تحديات هي:

ـ الالتزام بالتسليم يثير مشكلات التخلف عن التسليم أو تأخره إضافة إلى مشكلة اختلاف مواصفات الاتفاق، وهي تحديات مشابهة لتلك الحاصلة في ميدان التجارة التقليدية.

ـ إشكالية وسائل الدفع التقنية كالدفع بموجب بطاقة الائتمان أو تزويد رقم البطاقة على الخط، إذ يثير أسلوب الدفع هذا مشكلة امن المعلومات المنقولة وشهادات الجهات المتوسطة لعملية الوفاء.

ـ تحديات الأنشطة الإجرامية في ميدان إساءة استخدام بطاقات الائتمان كالاستعلاء على رقمها وإعادة بناء البطاقة لغرض غير مشروع.

ويضاف إلى هذه التحديات، تحديات يمكن وصفهما بالتحديات العامة التي تتعلق بالنشاط ككل لا بمراحل تنفيذه وهما:

ـ تحدي خصوصية العلاقة بين المتعاقدين وخصوصية المعلومات المتداولة بينهما؛

ـ تحدي حماية النشاط ككل من العمليات الإجرامية لمخترقي نظم الكمبيوتر والشبكات أو ما يعرف عموما بجرائم الكمبيوتر؛

ـ تحدي مشكلات الاختصاص القضائي في نظر المنازعات التي تظهر بين أطراف العلاقة التعاقدية إذ في بيئة الانترنت تزول الحدود والفواصل الجغرافية وتزول معها الاختصاصات المكانية لجهات القضاء فأي قضاء يحكم المنازعات وأي قانون يطلق عليها عند اختلاف جنسية المتعاقدين، وهو الوضع الشائع في حقل التجارة الالكترونية[1]؛

[1] يوسف أبو فارة، **" التجارة الالكترونية"**،اتحاد المصارف العربية، عمان، 2005، ص ص:43-44.

ثانيا: تحديد عام للتحديات القانونية في بيئة التجارة الالكترونية:

أثارت التجارة الالكترونية جملة من التحديات والمشكلات القانونية التي تطلب وتتطلب تنظيما قانونيا في جانب منها لعدم تعرض القوانين القائمة لتنظيمها أو تتطلب إعادة تقييم للقواعد القائمة لتتلاءم مع الطبيعة الخاصة للتجارة الالكترونية.

وهذه التحديات القانونية هي[1]:

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

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

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

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

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

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

7- الملكية الفكرية: تحديات حماية الملكية الفكرية في بيئة التجارة الالكترونية، وتحديدا حماية

[1] يوسف ابو فارة، مرجع سبق ذكره، ص 45

العلامات التجارية وأسماء النطاقات ومحتوى مواقع التجارة الالكترونية من المواد المكتوبة والمرئية والمسموعة طبعا إضافة إلى حماية برمجيات التجارة الالكترونية وحلولها التقنية خاصة تلك التي يجري تنزيلها عن الموقع بصورة رقمية.

8- مسائل أمن المعلومات: وتتعلق بأنماط اختراق مواقع التجارة الالكترونية ونظمها ومتطلبات امن الشبكات من مخلف صور جرائم الكمبيوتر والانترنت .

9- مسائل الخصوصية : وتتعلق بالحق في حماية البيانات الشخصية .

10- الضرائب : وتتعلق بالتنظيم القانوني لآليات وقواعد السياسة التشريعية الضريبية في بيئة التجارة الالكترونية .

11- الجمارك والتعريفية : وتنظيم مسائل التسليم المادي للمنتجات المباعة علي الخط :وتتعلق بالتنظيم القانوني لآليات وقواعد السياسة التشريعية الضريبية والجمركية في بيئة التجارة الالكترونية .

12- الاختصاص والولاية القضائية والقانون الواجب التطبيق : إن التجارة الالكترونية باعتبارها تجارة بلا حدود تثير مشكلة الاختصاص القضائي بسبب حقيقة أن القوانين الداخلية ذات نطاق إقليمي محدد بحدود الدولة المعنية ، ويتصل بالاختصاص مسالة تحديد القانون الواجب الانطباق علي العقد ومشكلات تنازع القوانين إلى جانب المشكلات تنفيذ قرارات القضاء والتحكيم الأجنبية [1].

[1] يونس عرب، " منازعات التجارة الالكترونية الاختصاص والقانون الواجب تطبيقه وطرق التقاضي البديلة"،مجموعة عرب للقانون، عمان، 2000،ص ص4-5.

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 ت 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 من خلال إعطاء صورة عن هذا العصر الرقمي الالكتروني وذلك بإدراج مفاهيم وخصائص ومميزات كل عنصر.

الفصل الثاني: وسائل الدفع الالكتروني ودورها 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 بخدمات مصرفية الكترونية ووسع الأفاق أمام التجارة الالكترونية وفتح المجال لظهور سوق خاص يتضمن شركات عملاقة حققت أرابح 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 ا لظهور 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 التجارة 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 ماجستير 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[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 الدول 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 أو 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،ص30.

[1] لوصيف عمار، مرجع سبق ذكره، ص ص29-30.

المطلب الثاني: العوامل المساعدة على تطور نظام الدفع

لقد تعددت العوامل التي ساعدت على تطور وسائل الدفع وتحولها من الشكل التقليدي إلى أشكال أخرى تؤدي نفس الوظيفة لكن بطرق مختلفة أكثر تطورا، واهم هذه العوامل نذكر ما يلي:

1- تراجع فعالية وسائل الدفع التقليدية:

قضى ظهور وسائل الدفع التقليدية على الكثير من المشاكل الناجمة عن حمل النقود، كالسرقة والضياع وثقل عبئ حملها إن كانت بمبالغ كبيرة، فأصبحت بذلك بديلة عن النقود، وبالتالي سهلت الكثير من العمليات خاصة منها التجارية ، ولذلك أصبح الإحساس بالأمان الذي عرفته وسائل الدفع التقليدية بمرور الوقت مرتفع جدا، إلا أن لهذه الوسائل مشاكل كبيرة ومنها[1]:

ا-انعدام الملائمة: فالحاجة إلى الوجود الشخصي سواء شخصيا أو عبر التليفون لكلا الطرفين يقيد الحرية المعاملاتية، وبالنسبة للعملاء يترجم هذا إلى تأخير اقتناء المنتج أو الخدمة وينتج عنه تكلفة أعلى وبالنسبة للبائع يعني ذلك خسارة في الإيرادات نتيجة انخفاض المبيعات أو فقدانها.

ب- عدم إجراء المدفوعات في الوقت الحقيقي: لا تتم المدفوعات التقليدية في الوقت الحقيقي،ويتوقف التأخير في التحقق الفعلي على نوعية السداد في المدفوعات بالشيكات مثلا تستغرق ما يصل إلى أسبوع.

ج- انعدام الأمن: فالتوقيعات يمكن أن تزول والشيكات والكمبيالات والسند لأمر يمكن أن تسرق أو تضيع، والتجار يمكن أن يلجئوا للغش ولاحتيال بمختلف أشكاله.

د- ارتفاع تكلفة المدفوعات: إن كل معاملة تكلف مبلغا ثابتا من المال، وبالنسبة للمدفوعات الصغيرة تغطي بالكاد تكاليف المصروفات

واكبر مشكل يواجهه المجتمع فيما يخص وسائل الدفع التقليدية، وهو مشكل الشيكات بدون رصيد حيث أصبحت مشكلة اجتماعية بسبب انتشار الواسع لها.

[1] طارق عبد العال حمادة، **التجارة الالكترونية الأبعاد التكنولوجية المالية والتسويقية والقانونية** ، الدار الجامعية ،القاهرة، مصر، الطبعة الثانية، 2008،ص ص:145-146

2- استخدام شبكة الانترنت في المجال المصرفي:

كان التطور التكنولوجي في مجال الاتصالات الفضل في حدوث ثورة في المعاملات المصرفية، من خلال شبكة الانترنت خاصة بظهور شبكة الويب العالمية (www-word wide web)، حدث ما يشبه الميلاد الجديد للانترنت حيث أمكن توحيد الشكل الخارجي لجميع التطبيقات والمواقع على الانترنت مما أتاح للمستخدم أو المبرمج البسيط في أي مكان بالعالم أن يقوم بتطوير موقع الكتروني يكتسب قيمته من قيمة المحتوى الذي يتضمنه، وهكذا استقرت الانترنت في شكلها الحالي كشبكة علمية تربط شبكات العالم[1].

وقد أتاح انتشار استخدام الانترنت للبنوك وسمح لعملائها بقضاء أشغالهم دون الحاجة للتعامل مع الموظفين، أو الانتظار لساعات طويلة لأجل قضاء مصلحة مصرفية، وذلك من خدمات المصرف المنزلي، حيث تم إنشاء مقر لها على الانترنت بدلا من المقر العقاري، ومن ثم يسهل على العميل التعامل مع البنك عبر الانترنت وهو في منزله، وإجراء كل عملياته المصرفية[2].

3- التوجه نحو التجارة الالكترونية:

إن انتشار التجارة الالكترونية عبر وسائل الإعلام والانترنت ساهمت في إيجاد البيئة النظيفة لصناعات وسلع وخدمات، والتجارة الالكترونية تسعى إلى تبادل المعلومات عبر المنظمات الحكومية ومنظمات الأعمال الخاصة والعامة بغية تخفيض تكلفة النقل وتخفيض الآثار السلبية وتعظيم عولمة الشركات[3].

ومن الدوافع التي أحق إلى ظهور التجارة الالكترونية هي[4]:

ا- تسيير المعاملات التجارية: سمحت التجارة الالكترونية بدمج واختزال جزء كبير من المراحل المختلفة الداخلة بصفة عادية في المعاملات التجارية بين البائع والمشتري، فضرورة التسيير الفعال والناجح يشكل بالنسبة للمؤسسات واحدا من الاهتمامات الأساسية الدافعة للتجارة الالكترونية.

ب- الفعالية التجارية: الرغبة في الوصول إلى مستوى عال من النجاعة في الإنتاج والتوزيع يشكل كذلك دافعا مهما، يمكن التجارة الالكترونية من إنتاج معلومات بالإمكان حجزها وحفظها بطريقة آلية.

[1] لوصيف عمار، مرجع سبق ذكره ص27

[2] محمد حسين منصور، **المسؤولية الالكترونية**، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر، 2003، ص:128.

[3] محمد إبراهيم عبد الرحيم، **الاقتصاد الصناعي، التجارة الالكترونية**،مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، ص: 150-151.

[4] إبراهيم بختي، مرجع سابق الذكر،ص ص: 45-46.

ج- تطوير أسواق جديدة : اعتمدت المؤسسات موقفا أكثر فعالية وأكثر حركية لتطوير التجارة الالكترونية عن طريق إيجاد منافذ وأسواق تجارية جديدة.

4- الاستفادة من وسائل الأمان عبر شبكة الانترنت:

تتميز وسائل الدفع الالكترونية عن الوسائل التقليدية بالاستفادة وسائل الأمان المبتكرة حديثا لاستعمالها عبر شبكة الانترنت وخاصة لإضفاء الثقة على المعاملات المصرفية والتجارية التي تتم عبر هذه الشبكة والتي تكون وسائل الدفع الالكترونية طرفا فيها وقد كان انتشار التجارة الالكترونية سببا كافيا لابتكار مثل هذه الوسائل كالتوقيع الالكتروني والتشفير و الجدارية النارية وغيرها[1].

5- ظهور منظمات ومؤسسات مالية عالمية في مجال المدفوعات:

من بين العوامل المساهمة في انتشار وسائل الدفع الالكترونية ظهور منظمات ومؤسسات عالمية أصبحت رائدة في إنتاج وتسويق هذه الوسائط لمختلف بلدان العالم والجهات المصدرة للبطاقات البنكية والتي تعد أشهر وسائل الدفع الالكترونية يمكن تقسيمها كما يلي[2]:

1- المنظمات العالمية المصدرة للبطاقات:

لا تعتبر مؤسسات مالية وإنما بمثابة نادي، حيث تمتلك كل منظمة الع لامات التجارية للبطاقات الخاصة بها لكنها لا تقوم بالإصدار بنفسها وإنما تمنح تراخيص بإصدارها للمصارف، وأشهر هذه المنظمات هي شركتي فيزا كارد والماستر كارد ويطلق عليهما اسم راعي البطاقة .

2- المؤسسات المالية العالمية:

وهي التي تشرف على عملية إصدار البطاقات المصرفية دون ضرورة منح تراخيص الإصدار أي مصرف ومن أشهرها: أميريكان اكسبريس، لديفرز كليب مؤسسات تجارية كبرى.

المطلب الثالث: 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، خصوصا عندما يتعلق الأمر بأسرار العمل أو بقضايا مالية (أرقام حسابات المتعاملين وأرقام بطاقات الائتمان)، لذلك فقد أصبحت سرية وامن البيانات من القضايا المهمة والضرورية جدا

---

[1] وهيبة عبد الرحمان، **إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالالكترونية**، دراسة حالة الجزائر، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير أكاديمي، فرع نقود ومالية، جامعة الجزائر، 2006/2005،ص:47.

[2] أبو سلمان عبد الوهاب إبراهيم، **البطاقات البنكية الافتراضية السحب المباشر من الرصيد**، دار القلم ، دمشق، سوريا، 2003،ص ص:33-34.

لنجاح التجارة الالكترونية، ومن أهم الوسائل والأنظمة المستخدمة في تامين التعاملات المالية الالكترونية ما يلي:

1. تقنية طبقة الفتحات الآمنة(SSL):

هذه التقنية طورت من طرف شركة نت سيكب 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[1].

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 طرق التشفير الأخرى في أمر واحد وهو انه لا يطلب من مرسل البيانات تشفير المعلومات التي يريد حمايتها فقط عليه التأكد من أن البروتوكول مستخدم بالقوة المطلوبة[2].

كيفية عمل هذه التقنية:يقوم هذا البرنامج بربط المتصفح الموجود على جهاز العميل(المستخدم أو المشتري) 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[3]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 تأكد 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.

-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،

[1] Ssl: Secure sock et tayer.

[2] إبراهيم بختي، **دور الانترنيت وتطبيقاته في مجال التسويق**، رسالة دكتوراه كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2003، ص134.

[3] يوسف احمد أبو فلوة، **التسويق الالكتروني**، الطبعة الثانية،دار وائل، عمان،2007،ص ص164-166.

مصدرها، تاريخ انتهائها للتأكد من مصداقية الموقع، علما أن هذه الخطوات تتم بواسطة المتصفح لديك دون علمك أو تدخلك وبعد التأكد يقوم ال متصفح بإعلامك بالتطابق أو عدمه وبعض الملاحظات إن وجدت.

يقدمSSL امن "مصافحة" اليد 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 SSL المعلومات 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 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 الآمنة بتحديد طول جلسة المفتاح الخاص الناتجة من كل عملية جارية مشفرة بأطوال بت متنوعة(مثل 40بت،56بت،128بت و 168بت)،ويكون مفتاح الجلسة 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].

2- 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

[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.

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[1].

3- 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[2].

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 هيئته الأصلية[3]، 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 تشفيره النص المشفر إذ تترجم البرمجيات مرة أخرى، عبارة التشكيل المفتاح الثنائي الذي يتولى إعادة التحويل النص إلى شكله الأصلي المفهوم[4].

---

[1] مسعوداوي يوسف ، سعيدي جميلة، **مداخلة بعنوان 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.

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

[3] مسعوداوي يوسف، سعيدي جميلة، مرجع سبق ذكره، ص9.

[4] برحومة عبد الحميد، 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، 26-04/27 /2011 ، ص14.

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

*** 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].

4- البصمة الالكترونية:

هي بصمة رقمية يتم اشتقاقها وفق خوارزميات معينة تدعى دوال اقترانات التمويه وتقوم هذه الخوارزميات بتطبيق حسابات رياضية على الرسالة لتوليد بصمة (رسالة صغيرة) تمثل ملف كامل أو رسالة (سلسلة كبيرة)،وتكون البصمة الالكترونية للرسالة من بيانات لها طول ثابت(بين 128، 160) Bits تؤخذ من الرسالة الأصلية والتعرف عليها بدقة فإذا تم التغيير ولو بمقدار Bits في الرسالة هذا يؤدي إلي بصمة أخرى مختلفة تماما، وتتميز البصمات عن بعضها البعض بحسب المفاتيح الخاصة التي انشاتها التي لا يمكن فك شيفرتها إلا باستخدام المفتاح العام، وتجدر الإشارة بان استخدام خوارزمية البصمة الالكترونية أسرع من عملية التشفير اللامتماثل لهذا فان البصمة الالكترونية تستخدم كثيرا في إنشاء التواقيع الرقمية.

5- 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 أما المستقبل فيتحقق من صحة التوقيع عن طريق المفتاح العام، ويمكن دمج البصمة الالكترونية

[1] برحومة عبد الحميد، صورية بوطرفة، مرجع سبق ذكره، ص14.

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].

6- 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 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

[1] مصطفى يوسف كافي، **التجارة الالكترونية**، دار رسلان للنشر،دمشق، سوريا،2010 ،ص ص190-192.
[2] خضر مصباح سماعيل الطيطي، **إدارة المعرفة التحديات والتقنيات والحلول** ، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2010 ، ص259.

المبحث الثاني: البنوك الإلكترونية

مع تزايد عمليات التجارة الالكترونية أصبح الاحتياج كبير لنوعية جديدة من البنوك غير التقليدية تتجاوز نمط الأداء الاعتيادي ولا تتقيد بمكان معين أو وقت محدد، وكنتيجة للنمو المتسارع لتكنولوجيا الإعلام والاتصال جاءت البنوك الالكترونية التي ساهمت وبشكل فعال في تقديم خدمات متنوعة، وبتكاليف منخفضة مختصرة الوقت والمكان.

المطلب الأول: تعريف البنوك الإلكترونية

لم تعد البنوك التجارية المؤسسات الوحيدة المخولة بتقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية، فأثارت 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:

تعرف بأنها:" تلك البنوك أ و المؤسسات المالية التي تقوم على الركائز ا لالكترونية و توظيف كافة التطورات الحديثة في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات لتقديم كافة الخدمات البنكية بأمان مطلق"[1].

كما تعرف بأنها " تلك البنوك و المؤسسات المالية المستندة على الركائز الإلكترونية من خلال توظيف التطورات الحديثة في مجال تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات لتقديم كافة الخدمات البنكية بأمان ، و بأقل كلفة وأسرع وقت واقل جهد للعملاء .

تعرف أيضا بأنها: أي استعمال لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال و الوسائل الالكتروني ة بواسطة البنوك لإتمام المعاملات البنكية و إيجاد تفاعل مع العملاء.

من هذه التعريفات نجد أن الخدمات التي يقدمها البنك الالكتروني تتميز بالأمان و السرعة و التكلفة القليلة ويتضمن البنك الالكتروني الأنظمة التي تمكن زبائن المؤسسات المالية، الأفراد والتجار من الوصول إلي الحسابات والمعاملات التجارية أو الحصول على المنتجات والخدمات المالية عن طريق شبكة الانترنت أو الهاتف.

[1] ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبد اللات، **الصيرفة الالكترونية**، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2008،ص ص28، 29.

2- أنواع البنوك الإلكترونية:

هناك ثلاث صور أساسية للبنوك الالكترونية على الانترنيت وهي:

- الموقع ألمعلوماتي:

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.

- الموقع التفاعلي أو الاتصالي :

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:

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 أو مع جهات خارجية[1].

إن غالبية البنوك في العالم قد أنشأت بشكل أو بآخر مواقع معلوماتية لبنوكها 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

---

[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 تجار ب دولية، ج ـــامعة 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

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 الع ملاء بها بهدف:

- 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 تتولى 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 يستطيع الزبون تحويل أمواله من حساب إلى آخر، للاستعلام عن الرصيد وغيرها من الأعمال البنكية من منزله أو المكتب دون التوجه نحو البنك.

- 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 ميد لاند الأمريكي، حيث يمكن للزبون القيام 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، 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.

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:

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

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:

ا. 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:

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

	المبادئ العامة	التقنية	النتائج
الموزع الآلي للأوراق	- 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 للأوراق:

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 [1]، وكل ذلك والشبابيك الأوتوماتيكية للأوراق متصلة بالحاسوب الرئيسي للبنك.

جدول رقم (2-4): الشباك الآلي للأوراق

	المبادئ العامة	التقنية	النتائج
الشباك الآلي للأوراق	- 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.

[1] نعوم 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 ص 273،274

- نهائي نقطة البيع الإلكتروني:

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، أين تخصم القيمة من رصيده وتضاف إلى رصيد المتجر إلكترونيا.

جدول رقم (2-5): نهائي نقطة البيع الإلكتروني

	المبادئ العامة	التقنية	النتائج
نهائي نقطة البيع الإلكتروني	- 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: نعوم 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 275.

- خدمة الصيرفة الإلكترونية عبر الهاتف " الهاتف المصرفي":

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" 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 مستنديه وغيرها.

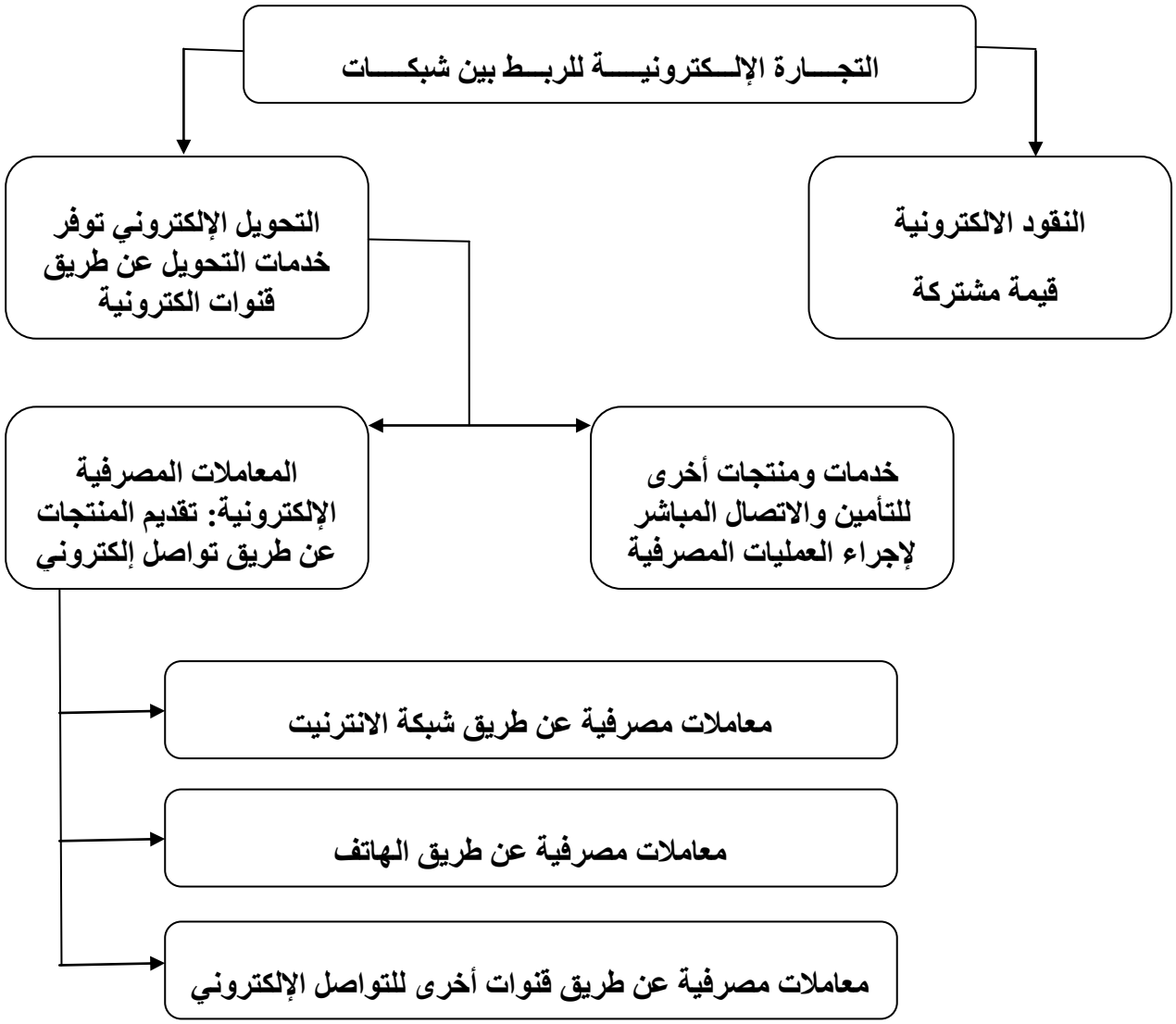
[1] يوسف حسن يوسف، مرجع سبق ذكره، ص 32.

أ- 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 من حساب صاحب العمل إلى حساب الموظفين[1].

كما يتم تسوية المدفوعات المصرفية عن طريق نظام التسوية الإجمالية بالوقت الحقيقي 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.

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



[1] يوسف حسن يوسف، مرجع سبق ذكره، ص ص 33- 34 .

6- المقاصة الالكترونية:

- مفهوم المقاصة الإلكترونية:

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

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"[2].

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

7- 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[3]:

[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.

[2] عدلي قندح، **الآثار الاقتصادية للمقاصة الإلكترونية** ، الملتقى الأول حول المقاصة الإلكترونية وأبعادها الاقتصادية التنموية، عمان الأردن، 2008، ص 11.

[3] يوسف حسن يوسف، "مرجع سابق"، ، ص، 19.

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

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

المصدر: تبول الطيب، "سياسات التجارة الإلكترونية والمسائل القانونية"مقال منشور على الانترنت على الموقع: **www.ityarabic.org/e-business**

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 الانترنيت 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

المصدر: تبول الطيب، "سياسات التجارة الإلكترونية والمسائل القانونية"مقال منشور على الانترنت على الموقع: **www.ityarabic.org/e-business**

[1] يوسف حسن يوسف، مرجع سابق الذكر، ص 19.

المطلب الثاني: فوائد البنوك الالكترونية وأهميتها في تفعيل التجارة الالكترونية

1- فوائد البنوك الالكترونية:

تقدم البنوك الالكترونية خدمات متميزة عن غيرها من البنوك التقليدية وذلك من اجل تلبية احتياجات العميل المصرفي وهو ما يحقق للبنك مزايا عديدة عن غيره من البنوك المنافسة، وفيما يلي أهم مميزات البنوك الالكترونية:

ا- كسب مزيد من العملاء:

استطاعت البنوك الالكترونية وبفضل شبكة الانترنت أن تتميز بخاصية عدم التقيد لا بالوقت ولا المكان هذا ما كسب ثقة عملائها فيها، كما تتيح لهم إمكانية طلب الخدمة في أي وقت وعلى طول أيام الأسبوع وهو ما يتوافق مع عمليات التجارة الالكترونية[1].

ب- تميز الخدمات المصرفية:

تقدم البنوك الالكترونية كافة الخدمات المصرفية التقليدية، والى جانبها خدمات أكثر تطورا عبر الانترنت تميزها عن الأداء التقليدي مثل[2]:

- شرح الخدمات المصرفية عن طريق النشرات الالكترونية الإعلانية.
- تمكين العملاء الاستعلام حول أرصدتهم لدى المصرف.
- كيفية دفع العملاء للكمبيالات المسحوبة عليهم الكترونيا.
- كيفية إدارة المحافظ المالية(من آسهم وسندات) للعملاء.
- كيفية تحويل الأموال بين حسابات العملاء المختلفة.

ج- خفض التكاليف:

الالكتروني منخفضة مقارنة بالبنوك العادية، ففي دراسة تقديرية خاصة بتكلفة الخدمات المقدمة عبر قنوات مختلفة تبين أن تكلفة تقديم خدمة عبر فرع البنك تصل إلى 295 وحدة، في حين تقل عنها فيما لو قدمت من خلال شبكة الانترنت بتكلفة 4 وحدات، وتصل إلى تكلفة واحدة من خلال الصرافات الآلية.

[1] عبد المنعم راضى، فرج عزت، **اقتصاديات النقود والبنوك**، البيان للطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، 2001،ص26.
[2] أمينة احمد قنديل، **التجارة الالكترونية**، القاهرة، مصر 2004ص86.

د- سرعة تعاملات البنوك الالكترونية:

أصبح سهلا على العميل الاتصال بالبنك عبر الانترنت وتنفيذ العمليات التي يود القيام بها بسرعة وبفعالية كبيرة وأداء صحيح دون تكبد عناء الانتقال على مقر البنك شخصيا وهذا كله بفضل اتساع استعمال شبكة الانترنت.

2- أنواع خدمات الصيرفة الالكترونية:

تتعدد خدمات الصيرفة الالكترونية، وذلك حسب الوسيلة المستخدمة فنجد من أهم تلك الخدمات أو الوسائل ما يلي:

ا- الخدمات المصرفية الالكترونية من خلال الصرافات الآلية:

وهي أجهزة متصلة بالبنك، تسمح للعملاء وبعد إدخال بطاقات السحب وتشكيل الرقم السري من سحب المبالغ النقدية، تتميز هذه الأجهزة بأنها متاحة طوال أيام الأسبوع ودون انقطاع، ترتبط أجهزة الصراف الآلي مباشرة بحساب العميل البنكي وعند قيام عملية السحب النقدي تنقص قيمة رصيد حساب العميل بقيمة مسحوباته، تسمح هذه الأجهزة بتفادي طوابير الانتظار أمام أشكاك السحب داخل البنك مما يوفر راحة للعميل.

ترتبط أجهزة الصراف الآلي ببعضها البعض من خلال شبكات فباستخدام بطاقات الائتمان يتمكن العميل من إتمام مسحوباته داخل البلد أو خارجه.

إن تطور أنظمة الدفع الالكتروني زاد من انتشار أجهزة الصراف الآلي حيث ترتبط فيما بعضها بشبكة واحدة بغرض السماح للعملاء الحصول على نقود سائلة من داخل البلد أو خارجها باستخدام بطاقات الوفاء وبطاقات الائتمان على حد سواء، وقد سجلت الإعداد المتاحة من أجهزة الصراف الآلي زيادة ملحوظة في مختلف دول العالم خاصة بعد تطور نظام الدفع في العالم[1].

"لكن هذه الأجهزة لم تعد تقتصر على مجرد وسيلة للحصول على النقود، بل حاليا تقوم بوظائف جد متقدمة تمكن العمال والموظفين من استلام رواتبهم وحقوق الضمان الاجتماعي، كما تسمح لهم الوصول إلى حساباتهم الجارية مع توفر خيار استخدام لغات أجنبية عبر هذه الأجهزة"[2].

[1] محرز نور الدين، صيد مريم، مرجع سبق ذكره، ص27

[2] زيدان محمد، **"دور التسويق في القطاع المصرفي حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية**، رسالة دكتوراه، قسم العلوم الاقتصادية فرع التخطيط، كلية العلوم الاقتصادية جامعة الجزائر، 2005، ص ص87 ،88.

ب- الصيرفة عبر الهاتف الجوال:

"فقد ظهر ما يسمى بالبنوك الخلوية التي تقوم على فكرة تزويد الخدمات المصرفية للزبائن في أي مكان وفي أي وقت، وتشمل هذه الخدمات الاستعلام عن الأرصدة والاطلاع على عروض المصارف وأسعار العملات وغيرها من الخدمات الاستعلامية كما تشمل الخدمات المالية كتحويل النقود من حساب إلى آخر وخدمات الدفع وفتح الحسابات وغلقها...الخ"[1] .

ج- الصيرفة عبر شبكة الانترنت:

"تندرج هنا الخدمات المصرفية الفورية، أو الخدمات المصرفية من المنزل، فالبنوك اتجهت إلى توسيع نشاطها من خلال إنشاء مواقع لها عبر شبكة الانترنت بدلا من إنشاء مقرات جديدة لها حتى يستطيع العميل أن يتصل بالفروع الالكترونية بطريقة أسهل".

3- أهمية البنوك في التجارة الالكترونية:

لقد تأثرت البنوك هي الأخرى بثورة المعلوماتية، وأصبحت تلعب دورا حيويا في مجالات التجارة الالكترونية فقد شهد هذا القطاع تحولات كبيرة خاصة بعد دخول الانترنت عالم البنوك والتي غيرت الكثير من أنشطة وأساليب أداء هذه البنوك فلقد تموقع البنوك عبر الانترنت يخدم كلا من البنك والعميل على الشكل الآتي:

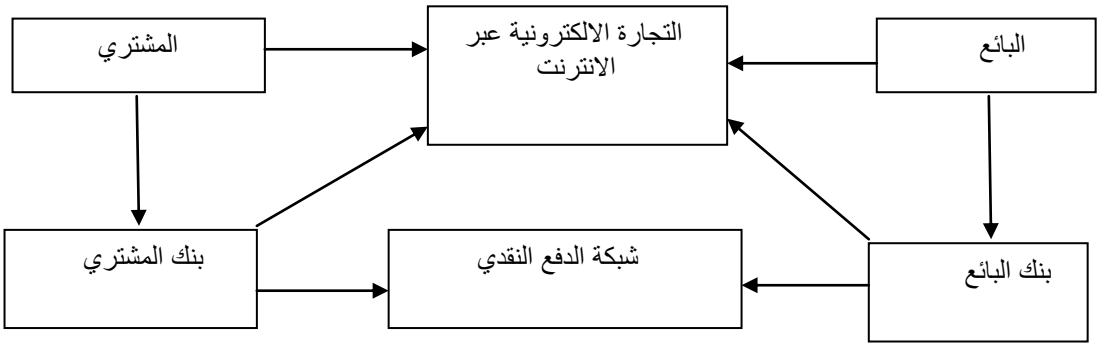
* خدمة التواصل مع العملاء عبر تقديم البنك انترنت من خلال تقديم البنك الخدمات المصرفية على الخط ومباشرة.

* تسمح الانترنت للبنك بتحويل خدماته المصرفية التقليدية إلى خدمات مباشرة عبر الانترنت طيلة أيام الأسبوع ودون انقطاع مما يخدم مصالح العملاء والبنك معا.

لقد تطور دور البنوك في ظل التجارة الالكترونية من دورها التقليدي كوسيط مالي إلى دورها كوسيط ثالث تجاري بين البائع والمشتري وذلك كما هو موضح في الشكل الآتي:

[1] زيدان محمد، مرجع سبق ذكره، ص 89.

الشكل رقم(2-2): دور البنوك في التجارة الالكترونية.



المصدر: حسين مصطفى الهلالي، التحول نحو التجارة الالكترونية باستخدام تكنولوجيا المعلومات، ملتقى تحول المنظمات من استخدام الأساليب التقليدية إلى استخدام تكنولوجيا المعلومات، الإسكندرية، مصر 20-28 جويلية، 2005، ص: 05.

ويلاحظ من الشكل رقم(2-2) أن دور البنوك كوسيط تجاري في ظل التجارة الالكترونية جعلها تقوم بالوظائف التالية:[1]

- تأسيس مواقع عبر شبكة الانترنت تمكن البائعين من عرض منتجاتهم من خلالها، يقوم المشترون بزيارتها.
- التحقق من هوية أصحاب الحسابات مع البنوك الأخرى وبالتالي تأكد طرفي العملية (البائع والمشتري) من صلاحية الذين يتعاملون معهم يساهم في حماية العملاء أثناء ممارستهم لعمليات التجارة الالكترونية ضد مخاطر الاحتيال.
- مساندة بعض المؤسسات الصغيرة في تأسيس مواقع لها عبر شبكة الانترنت للمشاركة في التجارة الالكترونية.
- تحصيل الفواتير بشكل الكتروني، حيث يقوم البنك بتوزيع الفواتير على مواقع العملاء عبر شبكة الانترنت من اجل مراجعتها وسدادها، وبهذا يقوم البنك بتحصيل الأموال الكترونيا وتسلم الحسابات لأصحاب الفواتير، أي سوف يجمع البنك بين قدرته على إرسال الحسابات بالبريد الالكتروني والتحصيل الالكتروني وذلك بدون أي تعامل ورقي.
- تسهيل التبادل التجاري الالكتروني بين الشركات، من خلال توفير المعلومات.
- المساهمة في توسيع دائرة التجارة الالكترونية من خلال دمج شبكة الانترنت وموقع البنك ومكينة الصرف الآلي مما يسهل تطبيق التجارة الالكترونية.

[1] حسين مصطفى الهلالي، **التحول نحو التجارة الالكترونية باستخدام تكنولوجيا المعلومات** ، ملتقى تحول المنظمات من استخدام الأساليب التقليدية إلى تكنولوجيا المعلومات، الإسكندرية، 20-27 يوليو 2005، ص 05.

المطلب الثالث: 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[1]:

- خطر سعر لفائدة:

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

- خطر السيولة:

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

- خطر السمعة:

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

- خطر السوق:

يأتي من التبادلات الخارجية وقبول العملات الأجنبية في مدفوعات النقد الإلكتروني.

- خطر الائتمان:

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

- خطر التحويل الخارجي:

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

[1] يوسف حسن يوسف، مرجع سبق ذكره، ص 19.

- الخطر القانوني:

تحدث المخاطر القانونية عندما لا يحترم البنك القواعد القانونية والتشريعات المنصوص عليها أو عندما لا تكون هناك نظم قانونية واضحة ودقيقة بخصوص عمليات مصرفية جديدة، وتبرز أهم التحديات القانونية متمثلة في تحدي قبول القانون للتعاقدات الالكترونية، حجيتها في إثبات امن المعلومات، وسائل التحديات الضريبية، إثبات الشخصية، التوقيع الالكتروني، أنظمة الدفع النقدي، المال النقدي الالكتروني، سرية المعلومات، امن المعلومات من مخاطر إجرام التقنية العالية خصوصية العميل.

1. مخاطر خرق أنظمة الأمان والحماية:

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

2. 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:

- 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، 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:

ينشا هذا الخطر نتيجة إخفاق النظم أو عدم كفاءتها لـ مواجهة متطلبات المستخدمين وعدم السرعة في جل هذه المشاكل المتعلقة بالنظم و صيانتها وعدم توفر نظم الحماية الفعالة لقواعد البيانات من حسابات الزبائن الذين يتوقعون منه السرعة الفائقة في تقديم ما يريدون من خدمات مصرفية.

[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 ص: 14-16 .

- إساءة الاستخدام من قبل العملاء:

ينشا هذا النوع من المخاطر نتيجة عدم إحاطة العملاء بإجراءات التامين الوقائية أو بسماحهم لعناصر إجرامية بالدخول إلى حسابات عملاء آخرين أو القيام بعمليات غسيل الأموال باستخدام معلوماتهم الشخصية أو قيامهم بعدم إتباع إجراءات التامين اللازمة[1].

3. مخاطر التعرض:

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 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[2].

كما أن فعالية وسلامة بنى الاتصالات تقوم على سلامة التنظيم الاستثماري، ودقة المعايير وتلاؤمها 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

[1] منير الجنيبيهي، ممدوح الجنبيهي، **البنوك الالكترونية**، دار الفكرالجامعي، الإسكندرية، ط2، 2006، ص:16.
[2] مداح عرايبي الحاج، بارك نعيمة، مرجع سبق ذكره،ص 8.

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:

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.

[1] مداح عرايبي الحاج، بارك نعيمة ، مرجع سبق ذكره، ص 8.

- 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].

❖ **الجرائم الإلكترونية في ظل استخدام الدفع الالكترونية:**

إن اعتماد وسائل الدفع الالكترونية على شبكة الانترنت المفتوحة على العالم بأجمله يجعلها عرضة للجرائم الالكترونية كجرائم الكمبيوتر والانترنت والمتمثلة في فيروس لتدمير الأنظمة والبرامج الالكترونية أو المواقع المزورة للمؤسسات والبنوك، قرصنة المعلومات من المواقع الرسمية، رسائل الكترونية خادعة لذا أولى اهتمام كبير لتوفير الأمان لمستخدميها من خلال أنظمة تشفير محكمة يصعب اختراقها من قبل المحتالين والقراصنة ومن ابرز هذه الجرائم نذكر:

- **قرصنة البيانات**:

تشكل القرصنة في العقود التي تتم في الانترنيت 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].

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

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

كما قد يقدم الموظفون في البنوك الإلكترونية [1]، 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[2].

- 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 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[3].

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 الانترنيت، 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 [4]، فاستهداف نمو الكتلة النقدية كهدف وسيط للسياسة النقدية لن يكون له ذات التأثير في ظل انتشار تداول عدة أشكال من النقود الإلكترونية

---

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

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

[3] بداوي مصطفى، **غسيل الأموال الإلكتروني**، مجلة آفاق، جامعة البليدة، العدد الخامس، الجمعية العلمية الثقافية، 2005،ص ص 61 - 62.

[4] جلال عايد الشورة،مرجع سبق ذكره، ص ص :74 - 81.

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 أو التحاليل لمعرفة الأرقام السرية وهذا بغرض الاستيلاء على أموال الغير [1]، ويمكن التعرض لهذه المخاطر في العناصر الآتي ذكرها:

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[2].

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 [3]، 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 أو ضياع البطاقة أو الرقم السري الخاص بها، أو يقدم الغير على استبدال البيانات لبطاقات مسروقة ... الخ.

---

[1] قصاب سعدية، بودربالة فايزة، مرجع سبق ذكره، ص 6.

[2] محمد حسين منصور، **المسؤولية الإلكترونية**، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الإسكندرية، 2003، ص ص:122،123 .

[3] جليد نور الدين، **تطوير وسائل الدفع في الجهاز المصرفي الجزائري** ، مذكرة ماجستير، نقود ومالية، جامعة الجزائر، 2006، ص :134.

- 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 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:**

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[1]:

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.

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

ـ 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 و الشبكات 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 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 إذ لكل نظام ثغراته، فمثلا يوجد في نظام ويندوز الشائع خيار مشاركة في الملفات والطباعة الموجود في لوحة التحكم ضمن أيقونة الشبكة، فهذا الخيار إذا بقي مفعلا أثناء الاتصال بالشبكة خاصة لمستخدمي وصلات الموديم الكبلي يسمح لأي مستخدم ضمن الشبكة أن يتصل بالنطاق ذاته عن ينقر أيقونة جوار شبكة الاتصال فتظهر له سواقات جهاز المستخدم ويتمكن من التعامل معها ومع الملفات الموجودة عليها.

أما إذا كان المستخدم أو الشخص مسئولا عن أمن الشبكة فقد يلجأ إلى استخدام برامج التحري الشخصية واستخدام أنظمة التحري، أو استخدام الحلول البديلة للجدران النارية عند القناعة بعدم فعالياتها، والتي تشمل أجهزة ترجمة عناوين الشبكة NAT التي تخفي أو تموه العنوان الشخصي

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

المستخدم، والشبكات الخاصة الافتراضية 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.

المبحث الثالث:دور 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.

1- مزايا طرق الدفع الالكترونية:

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

ا- مزايا البطاقات البنكية

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

* **بالنسبة لحاملها:**توفر بطاقة الائتمان العديد من المزايا التي تمنحها لحاملها ومن أهمها:[1]

- ما توفره من سهولة ويسر استخدامها.
- توفر حد كبير من الأمان إذا تمت مقارنتها مع النقود الورقية.
- استعمالها يحد من التعامل بالفواتير و الإيصالات المختلفة.
- تمنح حاملها ائتمانا لفترة من الزمن ومخاطر سرقتها تقل عن النقود الورقية.
- السماح لحاملها من الاقتراض لأجل سواء كان البنك أم من الشركة المصدرة.
- كذلك يتمتع حاملها بقدرة ائتمان مجاني يتراوح ما بين 25 و 55 يوم وذلك بالإضافة إلى تخفيض

[1] جلال عايد الشورة،مرجع سبق ذكره، ص:98

حاجته إلى التعامل بالنقود وما يتبع ذلك من راحة ومن أخطارها و متابعتها [1].

*** بالنسبة لمصدر البطاقة:** يجني مصدر البطاقة عدة مزايا منها:

- الأرباح المرتفعة، بالإضافة إلى رسوم العضوية والتجديد والرسوم المفروضة على السحب النقدي، كما قد يفرض مصدر البطاقة بعض الغرامات والفوائد نتيجة لما قد يرتكبه حامل البطاقة، ومنها غرامات التأخير في السداد وغرامات فقدان البطاقة [2].

- إجبار المحلات التجارية على فتح حسابات لدى البنك لان التاجر مضطر لذلك حتى تتحول الأموال لحسابه وبذلك تزداد سيولة البنك حيث لا تخرج الأموال منه ترجع عليه كوديعة [3].

*** بالنسبة للتاجر:** يحقق التاجر الذي يقبل البطاقات حدا كبيرا من الأمان للحصول على حقوقه من الشركات المصدرة لهذه البطاقات، وفي الوقت نفسه لا يملك حق الرجوع إلى التاجر إذ تأخر حامل البطاقة في السداد بالإضافة إلى أن استخدام البطاقات يعمل على ارتفاع نسبة البيع عند التجار.

*** بالنسبة للاقتصاد:** من البديهي أن نقول أن البطاقات الدولية أصبحت استثمار ضخما للشركات التي تصدرها وأصبح بإمكان الدول التي تحتضن هذه الشركات أقسام الأرباح الضخمة التي تدرها هذه الشركات عن طريق الضرائب المفروضة على أرباح هذه الشركات، ومن ناحية أخرى فإن استخدام البطاقات الائتمانية قد خفض نفقات البنك المركزي في طباعة النقود الورقية إلى جانب آخر، فإن مراقبة التزوير انتقلت إلى الشركات المصدرة لهذه البطاقات ومنه اقتسمت مسؤولية الحماية والمراقبة معه فضال عن ذلك، استخدام هذه البطاقات يقلل من التسرب النقدي خارج النظام البنكي مما يعني أن السلطات تستطيع التحكم في المتغيرات النقدية وقدرة البنوك التجارية على تقديم قروض أكبر وهو ما يعني كفاءة السياسة النقدية التوسعية[4].

ب- مزايا البطاقات الذكية: تقدم البطاقة الذكية مزايا عديدة أهمها[5]:

- القدرة العالية على تخزين المعلومات: تستطيع البطاقة الذكية اليوم احتواء ما بين (0-46) كيلوبايت من المعلومات والقدرة وعلى معالجتها مع توقع زيادة طاقتها في المستقبل مقابل الانخفاض المتواصل في تكلفتها كما تستعمل المصارف هذه البطاقة لتزويد العملاء بمعلومات تربطهم بالحسابات وبأرصدتها وبمعاملات المدفوعات؛

---

[1] زياد سليم رمضان، محفوظ احمد جودة، **الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك**، وائل للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الثانية، 2003، ص:20.

[2] جلال عايد الشورة، مرجع سبق ذكره، ص ص99،100.

[3] محمود سحنون، **النظام المصرفي بين النقود الورقية والنقود الإلية**، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، العدد الرابع، 2003، ص:68.

[4] عبد الهادي النجار، **بطاقات الائتمانية والعمليات المصرفية الالكترونية- الجديد في إعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية** ، لبنان، الجزء الأول،2002، ص:47.

[5] زهير زواش، **دور نظام الدفع الالكتروني في تحسين المعاملات المصرفية**، دراسة حالة الجزائر، مذكرة الماجيستر في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن المهيدي، أم البواقي،2011/2010، ص:38.

- **تعدد مجالات الاستخدام:** أي استعمالها كبطاقة صحية للمستهلك، واستخدامها لسداد أجرة النقل و مواعيد السفر، وتستعمل كجواز سفر بالهوية، وتستخدم كوسيلة دفع عبر شبكة الانترنت؛

- **استخدام البطاقة الذكية كمحفظة الكترونية:** يمكن استخدام البطاقة الذكية كحافظة النقود الالكترونية وتفرغ من النقود وهذه الميزة تنفرد بها، حيث أنها تحتوي على معالج صغير للأشرطة المغناطيسية على ما يقابل المبالغ النقدية، وهكذا صار بإمكان المصارف تحقيق إيرادات استعمالها في تنفيذ المعاملات اليومية حيث يقدر عدد المعاملات النقدية التي أجريت بها سنة 1991 حوالي 0.4 تريليون؛

- **السرية والأمان:** استخدامها يعتمد على الشفرة واعتماد البيانات إذ ينتج إجراء على مثل هذه المعاملات وإيصال المعلومات المالية في بيئة مضمونة داخل شبكة للمعلومات .

ج- مزايا النقود الالكترونية: للنقود الالكترونية عدة مزايا أهمها [1]:

- **تكلفة تداولها زهيدة:** تحويل النقود الالكترونية أي الرقمية عبر الانترنت أو الشبكات الأخرى أرخص كثيرا من استخدام الأنظمة البنكية التقليدية.

- **لا تخضع للحدود:** يمكن تحويلها من أي مكان إلى مكان أخر في العالم وفي أي وقت كان، وذلك لاعتمادها على الانترنت أو على الشبكات التي لا تعترف بالحدود الجغرافية والسياسية؛

- **بسيطة وسهلة الاستخدام:** تسهل النقود الالكترونية التعاملات البنكية إلى حد كبير فهي تغني عن ملئ الاستمارات وإجراء الاستعمالات البنكية عبر الهاتف.

د- مزايا الشيكات الالكترونية: هناك عدة مزايا للشيكات الالكترونية يمكن تلخيصها فيما يلي [2]:

- يوفر التعامل بالشيكات حوالي 10% من رسوم التشغيل بالمقارنة ببطاقات الائتمان مما يساهم في تخفيض النفقات التي يتحملها المتعاملون بهذه الشيكات؛

- تصرف الشيكات الالكترونية في دفع الصفقات الالكترونية بجميع أنواعها سواء كانت إدارية أو تجارية وبطريقة آمنة عبر البريد الالكتروني؛

- تسوية المدفوعات من خلال الشيكات الالكترونية في 10 ساعة فقط بالمقارنة مع الشيكات العادية التي يتم تسويتها في وقت أطول من خلال غرفة المقاصة .

ذ- مزايا المحافظ الالكترونية: وتتميز المحفظة الالكترونية في أنها[3] :

- سهولة الاستعمال (تقليص الحاجة لنقل القطع النقدية الصغيرة)؛

- تقليص خطر السرقة (في حالة احتواء المحفظة الالكترونية على رمز سري)؛

---

[1] إبراهيم بختي، مرجع سبق ذكره، ص: 75.

[2] محمد عمر الشويرف، **التجارة الالكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد** ، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان،2013، ص ص: 148،149.

[3] طارق عبد العال حمادة، **التجارة الالكترونية الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية** ، الدار الجامعية، القاهرة، مصر، الطبعة الثانية، 2008،ص:115.

- إمكانية إجراء مدفوعات دون ضرورة امتلاك حساب بنكي؛
- سهولة الدفع من خلال عدة عملات (في حالة المحفظة الالكترونية متعددة العملات الصعبة).

و- 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 أو إلغاء 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 الش يكات الورقية والحاجة إلى تناقل الأموال السائلة.

2- 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] 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] خضر مصباح الطيطي، مرجع سبق ذكره،ص: 143

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

ب. 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.

ج. غسيل الأموال باستخدام البطاقات البنكية:

غسيل الأموال هي عملية تحويل المصدر غير المشروع للأموال كالمخدرات إلى أموال 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[1].

د. 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[2].

❖ **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] بداوي مصطفى، ، مرجع سبق ذكره، ص ص 61،62.
[2] 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 المصرف 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].

3. التحديات القانونية:

لعل أهمها ما يلي[3]:

[1] السيد احمد عبد الخالق، مرجع سبق ذكره، ص ص 193 ،196 .
[2] وهيبة عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص199.
[3] مركز البحوث المالية والم صرفية، **البطاقات الذكية والتحديات القانونية و الرقابية**، مجلة الدراسات المالية والم صرفية، المجلد السابع، العدد الرابع، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، 1998، ص44.

- 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 و الحوالات وغيرها، لان المستخدم فيها لا يستعمل أداة مكتوبة مما يثير مشاكل الإثبات.
- تشير هذه البطاقات قضايا تتعلق بمراعاة إجراءات براءات الاختراع من طرف مؤسسات إصدار البطاقات ومجهزيها بالإضافة إلى شؤون الملكية الفكرية وترخيص التكنولوجيا.

المطب الثاني: نظم الدفع المستخدمة في التجارة الالكترونية

1- التسديد نقدا عند الاستلام:

سميت هذه الفترة بالمرحلة البدائية للتجارة الالكترونية، يعتبر التسديد نقدا من الأساليب الأولى التي استخدمت في بدايات ظهور التجارة الالكترونية، يقوم الموقع التجاري بعرض كل المعلومات الخاصة بالسلع المعروضة للبيع، وعند تحديد الزبون السلعة أو السلع المراد اقتناؤها مباشرة عن طريق الانترنت، يتم تسديد ثمن السلعة المشتراة نقدا عند الاستلام، هذا الأسلوب لا ينتمي إلى أساليب الدفع الالكتروني بل بطريقة تقليدية تسمح بتسديد قيمة المشتريات التي يتم اقتناؤها من الموقع التجاري[1].

2- الدفع باستخدام البطاقات البنكية:

وهي تعرف أيضا باسم النقود البلاستيكية، فهي عبارة عن بطاقات بلاستيكية ومغناطيسية كالكارت الشخصي أو الفيزا أو الماستر كارد، تمكن هذه البطاقات حاملها من الحصول على النقود عن طريق آلات الصرف الذاتي كما تمكنه أيضا من شراء معظم احتياجاته أو أداء مقابل ما يريده من خدمات وذلك دون أن يكون لديه مبالغ مالية كبيرة قد تتعرض للسرقة أو الضياع.

وتوجد ثلاث أنواع رئيسية من البطاقات البنكية هي [2]:

ا- البطاقات الائتمانية.

ب- بطاقات الصرف البنكي (الشهري).

ج- بطاقة الدفع.

[1] فريد النجار، **الاقتصاد الرقمي**: الانترنت، وإعادة هيكلة الاستثمار، البورصات والبنوك الالكترونية، ط 1، الدار الجامعية، الإسكندرية،2007، ص ص: 483،485.

[2] احمد محمد غنيم، **التسويق والتجارة الالكترونية**، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، المنصورة،2009، ص ص: 242،243.

ا. البطاقات الائتمانية:

هذا النوع من البطاقات تصدرها البنوك في حدود مبالغ معينة ويتم استخدامها كأداة ضمان، حيث يشير مركز البطاقات بالبنك الأهلي المصري في تعريف البطاقات الائتمانية في النشرة الصادرة عنه إلى أنها:" أداة مصرفية للوفاء بالالتزامات، مقبولة على نطاق واسع محليا، ودوليا لدى الأفراد والتجار والبنوك كبديل للنقود لدفع قيمة السلع والخدمات المقدمة لحامل البطاقة، مقابل توقيعه على إيصال بقيمة التزامه الناشئ عن شراءه للسلعة أو بالحصول على الخدمة، على أن يقوم التاجر بتحصيل القيمة من البنك المصدر للبطاقة عن طريق البنك الذي صرح له بقبول البطاقة كوسيلة دفع"[1].

كما يمكن تعريف بطاقة الائتمان [2]" على أنها عقد يتعهد بمقتضاه مصدر البطاقة بفتح اعتماد بمبلغ معين لمصلحة شخص أخر هو حامل البطاقة الذي يستطيع بواسطتها الوفاء بقيمة المشتريات لدى المحلات التجارية التي ترتبط مع مصدر البطاقة بعقد تتعهد فيه بقبولها الوفاء بمشتريات حاملي البطاقات عن الطرف الأول، على أن تتم التسوية النهائية بعد كل مدة محددة".

ومن مميزات بطاقات الائتمان الأتي [3]:

- ربح الوقت والجهد لصاحب البطاقة.
- حصول البنك المصدر لها على رسوم وفوائد مقابل الخدمات ورسوم التأخير مما يزيد من عوائد البنك المصدر لها.
- إمكانية الشراء الفوري والدفع الآجل.
- تصدر بالعملة المحلية والأجنبية.
- إمكانية السحب من داخل الدولة أو خارجها باستعمال البطاقة الائتمانية بالعملة المحلية.
- تحمل صورة العميل للحماية من السرقة والتزوير.

أما الأطراف المعنية بتداول البطاقات الائتمانية فهم كما يلي [4]:

- **المركز العالمي للبطاقة:** وتتمثل في المؤسسات العالمية المسؤولة عن إنشاء البطاقات وهي تتولى رعاية هذه البطاقات عبر العالم وهي المسؤولة عن عضوية البنوك والتحكيم في النزاعات، وهي

[1] عبد الهادي النجار، **النقود المصرفية والية تداولها**، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، الجزء الأول، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2002، ص: 27.
واقع وآفاق المؤسسات المصرفية، ص: 06 على الموقع
[2] douis free.fr/article/e-commerce-ogx/mesitfa.pdf consulté le 25/08/2012
[3] رأفت رضوان، **عالم التجارة الالكترونية**، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 1999، ص ص:50،51.
[4] فريد النجار، مرجع سبق ذكره، ص ص: 538،541.

تحصل على رسوم وعوائد كبيرة في إنشاء هذه البطاقات.

- **مصدر البطاقة:** هي البنوك التي تتولى إصدار البطاقات بعد موافقة المركز العالمي للبطاقة، تقوم البنوك بربط أجهزة الصراف الآلي لديها بشبكة المركز العالمي للبطاقة من اجل تمكين المستخدمين باستعمالها عبر أنحاء العالم، تحصل البنوك هي الأخرى على رسوم نتيجة إصدار البطاقات ورسوم على العمليات البنكية التي يقوم بها الأفراد.

- **التاجر:** ويطلق على كل الشركات والمؤسسات التي يتعاقد معها المصدر للبيع لحامل البطاقة.

- **حامل البطاقة:** وهو الشخص الذي يحصل على البطاقة من اجل استعمالاتها.

تحمل البطاقات بيانات لا يمكن قراءتها إلا من خلال الكمبيوتر وهي حد السحب، رقم التمييز للعميل وكذا صورته ثلاثية الأبعاد، كما تحتوي على ذاكرة لها القدرة على إجراء العمليات الحسابية، هذه البطاقة غير قابلة للنسخ.

ب. بطاقة الصرف البنكي (الشهري):

وتعرف أيضا بطاقة الخصم الشهري، تتم المحاسبة شهريا مع حامل البطاقة عن طريق إرسال البنك المصدر لها إلى حاملها كشفا بالحساب الشهري، يتضمن تفاصيل المبالغ المستحقة عليه نتيجة مشترياته وكذلك سحوباته النقدية من آلات السحب النقدي أو البنوك، مع ضرورة إن يكون ذلك ضمن الحد الأقصى للبطاقة[1].

" تشبه بطاقة الائتمان في إمكانية الشراء الفوري والدفع اللاحق، دون أن تتجاوز المدة الشهر وفي حالة عدم التسديد لا يمنح حاملها قرضا جديدا، وتسحب منه البطاقة، وتعتبر الداينرز كلوب وأمريكا اكسبريس من أهم المؤسسات المصرفية الكبرى المصدرة لهذا النوع من البطاقات"[2].

ج. بطاقة الدفع:

يطلق على هذا النوع من البطاقات تسميات أخرى فتسمى بطاقات المدين أو بطاقات السحب المباشر من الرصيد أو بطاقات الوفاء،هي بطاقات بلاستيكية تستعمل للحصول على النقود والسلع والخدمات كما تستعمل في أجهزة الصراف الآلية، وهي تستعمل للسحب في الحدود المسموح بها كما تستعمل للاستعلام عن الرصيد، إيداع مبالغ، تحويل أرصدة، طلب كشف الحساب، وهي تعتمد على وجود أرصدة فعلية للعميل في البنك.

[1] عبد الهادي النجار، مرجع سبق ذكره، ص: 30.
[2] بن عمارة نوال، مرجع سبق ذكره، ص: 40.

تنتشر هذه البطاقات في أوروبا أكثر من الولايات المتحدة الأمريكية، ومن خلال جهاز خاص متصل بمركز البطاقات تتم قراءة بيانات العميل وهي بطاقة شخصية تتضمن رقم التعريف بالعميل[1].

تخصم مباشرة من قيمة المشتريات من حساب العميل، فحين الشراء تمرر هذه البطاقة لدى الجهاز الموجود لدى التاجر،وعبر الشريط الممغنط تقرا بيانات العميل ويرسل طلب تحويل النقود لمركز البطاقات الذي يتصل بالفرع الذي يوجد فيه حساب العميل للتأكد من البيانات والرصيد، وبعد التأكد من الرصيد تتم عملية الشراء، وفي حالة العكس تلغى عملية الشراء[2].

3- الدفع باستخدام البطاقات الذكية:

البطاقة الذكية هي بطاقة بلاستيكية في حجم بطاقة الائتمان، تحتوي على شريط ممغنط يحمل شريحة (رقاقة) الكترونية أو أكثر، فهي عبارة عن حاسب صغير الحجم مزود بذاكرة مصاحبة، تسمح بتخزين كمية كبيرة من المعلومات، تهتم بالتفاصيل المتناهية عن الحالة المالية لحاملها، الاسم والعنوان، اسم البنك، المبلغ المصروف وتاريخه كما يمكن لهذه الشريحة أن تقوم باستخراج البيانات ومعالجتها، يتم تحميل هذه البطاقة بقيمة معينة من حساب العميل لدى البنك من احد خطوطه أو حتى الحاسب الشخصي الذي يكون مزودا بالة مجهزة لذلك[3].

يمكن التعامل في هذا النوع من البطاقات إما بشكل ائتماني أو بشكل الدفع الفوري، اتسعت مساحة استخدام البطاقات في كل من أوروبا واسيا انطلاقا من الثمانينات خاصة في مجال المحفظة الالكترونية، تكاليف الرعاية الصحية، وخدمات النقل الداخلي لكن منذ 1994 اتجهت العديد من المصارف والشركات المالية لاستخدام هذه البطاقات وذلك لعدة أسباب منها[4]:

- تناقص تكلفة البطاقة الذكية، حيث أصبحت تكلفة الوحدة الواحدة منها بحدود (1-2.5 دولار).
- تعاظم احتمالات التزوير التي ترافق استعمال نظم البطاقات الاعتيادية.
- الاهتمام" بالتعامل عن بعد" عبر الهواتف، الحواسيب الشخصية.
- اهتمام شركة الاتصالات والحواسيب بهذه البطاقة وتحويلها إلى بطاقة متعددة الاستخدامات كتحويلها لبطاقة الهوية، أو بطاقة التامين الصحية، ومثال على ذلك ما قامت به شركة Sun Micro Systémes والتي طورت هذه البطاقة بشكل يسمح باستخدامها عبر الانترنت للتعريف عن هويتهم والحصول على البريد الالكتروني.

[1] Daniel Amor: revolution E-business- compuress, paris, France, 2000,p:453.
[2] لوصيف عمار، مرجع سبق ذكره، ص: 40.
[3] السيد احمد عبد الخالق،مرجع سبق ذكره، ص: 18.
[4] نوال بن عمارة، مرجع سبق ذكره، ص ص:7،8.

ويمكن القول أن البطاقات الذكية تنفرد عن البطاقات الائتمانية وغيرها بالسيمات التالية [1]:

ا- عبارة عن محفظة رقمية تضم قيما رمزية تعبر عن أرقام معينة توجد على شريحة البطاقة مقابل المحفظة العادية التي تحتوي على نقود ورقية من فئات وقيم معينة تعبر عنها أيضا الأرقام المدونة على كل ورقة من هذه الأوراق النقدية.

ب- تقلل فرص التحايل والتلاعب من خلال تضمن البطاقة بيانات أكثر وأدق تحديدا عن العميل.

ج- تمثل قيمة نقدية وهي تشبه النقود الورقية من حيث أنها لا تتطلب تسوية نهائية أو مقاصة.

د- يمكن استخدامها في العالم الحقيقي والعالم الافتراضي معا.

"لقد تطور حجم استعمال البطاقات الذكية حيث بلغت لسنة 1996 أكثر من 1 مليون بطاقة في العالم ووصلت إلى حوالي 100 مليون بطاقة ذكية في نهاية سنة 1997 وارتفعت إلى 110 مليون بطاقة سنة 1998 وحوالي 95% من هذه البطاقات توجد في أوروبا، وفي سنة 2003 وصلت إلى 6 مليون بطاقة"[2].

4- الدفع باستخدام الشيكات الالكترونية:

الشيك الالكتروني:" يعتبر الشيك الالكتروني المكافئ الالكتروني للشيك الورقي التقليدي وهو رسالة الكترونية مؤمنة و موثوقة وهو يحمل توقيع الكتروني يرسلها مرسل الشيك إلى مستعمله (الحامل) الذي يقدمه للبنك الذي يعمل عبر الانترنت ليقوم البنك بتحويل قيمة الشيك إلى حساب المستفيد وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك أو إعادته الكترونيا ليكون دليلا انه قد تم صرفه فعلا"، كما يمكن للمستفيد بان يتأكد أن التحويل قد تم لحسابه من أمثلة البنوك التي تتبنى هذا النوع من الشيكات بنك بوسطن وسيتي بنك.

إن من الخصائص المميزة للشيك الالكتروني هي سرعة الأداء وكذا انخفاض التكاليف ففي " الولايات المتحدة الأمريكية تتداول البنوك ما يزيد عن 500 مليون شيك ورقي سنويا الذي تتكلف إجراءات تشغيله حوالي 79 سنتا لكل شيك وهذا مع زيادة إعداد الشيكات بنسبة 3% سنويا أما مع استخدام الشيكات الالكترونية فان تكلفة تشغيلها تنخفض إلى 25 سنتا بدلا من 79 سنتا وهو ما يوفر عن أزيد من 250 مليون دولار سنويا في أمريكا فقط".

[1] السيد احمد عبد الخالق، مرجع سبق ذكره، ص ص: 183،184.
[2] السيد احمد عبد الخالق، مرجع سبق ذكره، ص: 494.

تحديد إجراءات استخدام الشيك الالكتروني [1]:

- يفتح المشتري لدى جهة التخليص (بنك غالبا) حساب جاري للرصيد ويتم تحديد توقيع الكتروني للمشتري وتسجيله في قاعدة بيانات جهة التخليص (بنك).
- يقوم البائع بفتح حساب جاري خاص به عند نفس جهة التخليص ثم يتم تحديد التوقيع الالكتروني للبائع ويسجل في قاعدة بيانات جهة التخليص.
- يختار المشتري المنتج الذي يود شرائه من البائع المشترك في نفس جهة التخليص ثم يتم تحديد السعر الكلي وأسلوب الدفع.
- يحرر المشتري شيكا الكترونيا الذي يكون مشفرا ثم يقوم بإرساله للبائع عن طريق البريد الالكتروني.
- يقوم البائع باستلام الشيك الالكتروني ثم يقوم بالتوقيع عليه التوقيع الالكتروني المشفر كمستفيد ثم يرسله إلى جهة التخليص.
- تراجع جهة التخليص الشيك للتحقق من الرصيد والتوقيعات ثم تقوم بإخطار كلا من البائع والمشتري بتمام المعاملة المالية (خصم من رصيد المشتري وإضافته إلى رصيد البائع).

5- الدفع باستخدام النقود الالكترونية:

انتشرت الكثير من المصطلحات للتعبير عن النقود الالكترونية فقد استخدم البعض"اصطلاح النقود الرقمية أو العملة الرقمية بينما استخدم آخرون مصطلح النقدية الالكترونية وكلها تشير إلى مفهوم واحد وهي النقود الالكترونية.

عرفت المفوضية الأوربية النقود الالكترونية " بأنها قيمة نقدية مخزونة بطريقة الكترونية على وسيلة الكترونية كبطاقة أو ذاكرة كمبيوتر، ومقبولة كوسيلة للدفع بواسطة متعهدين غير المؤسسة التي أصدرتها ويتم وضعها في متناول المستخدمين لاستعمالها كبديل عن العملات النقدية والورقية وذلك بهدف إحداث تحويلات الكترونية لمدفوعات ذات قيمة محددة"[2].

أما البنك المركزي فقد عرفها " بأنها مخزون الكتروني لقيمة نقدية على وسيلة نقدية يستخدم بصورة شائعة للقيام بمدفوعات لمتعهدين غير من أصدرها، دون الحاجة إلى وجود حساب بنكي عند إجراء الصفقة وتستخدم كأداة محمولة مدفوعة مقدما".

[1] رأفت رضوان، مرجع سبق ذكره، ص:70.
[2] مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص ص:99،100.

تصدر البنوك التقليدية أو البنوك الافتراضية النقود الالكترونية هته الأخيرة تشير إلى سلسلة الأرقام الالكترونية التي تعبر عن قيم معينة، ويحصل عليها المودعون على شكل نبضات تخزن على صورة نبضات تخزن على البطاقات الذكية للحاسب الشخصي لتسوية معاملاتهم وهذه الأخيرة تدخل في الإطار الفعلي للنقود الالكترونية إلا انه وبعد تطور أجهزة قارئ البطاقات الذكية أصبح من الممكن استعمال القيمة المخزنة على البطاقة على أجهزة الحاسب والانترنت وبالتالي تدخل ضمن مفهوم النقود الالكترونية[1].

يقوم العميل بشراء النقود الالكترونية من البنك المصدر لها ثم يقوم بتحميل هذه النقود على حسابه الشخصي وتكون عبارة عن نقود ذات فئات صغيرة القيمة لكل منها رقم خاص بها أو علامة خاصة من طرف البنك المصدر لها و بالتالي تحل محل العملات العادية وتكون بنفس القيمة المحددة عليها وتسمى بـ "Tokens " [2]

ا- عناصر النقود الالكترونية:

- قيمة نقدية[3]: بمعنى أنها وحدات نقدية يقابلها نفس القيمة المالية فمثلا بطاقات الاتصال الهاتفي لا تعتبر نقود الكترونية فهي عبارة عن وحدات اتصال هاتفية وليست قيم تمكن من شراء السلع والخدمات بها.

- مخزنة على وسيلة الكترونية : وهي عنصر مهم في تعريف التجارة الالكترونية فالقيمة النقدية تشحن بطريقة الكترونية على البطاقات البلاستيكية أو القرص الصلب للحاسب الشخصي وهنا تميزها عن البطاقات الائتمانية التي هي عبارة عن وحدات نقدية مصكوكة ومطبوعة .

- غير مرتبطة بحساب: وهنا يتضح تميز النقود الالكترونية عن البطاقات الالكترونية الأخرى فهته الأخيرة عبارة عن بطاقات الكترونية مرتبطة بحسابات بنكية لعملائها.

- تحظى بقبول واسع: فهي تحظى بقبول من الأشخاص والمؤسسات غير تلك التي أصدرتها.

- وسيلة للدفع لتحقيق أغراض مختلفة: فهي صالحة للوفاء بقيمة السلع والخدمات كما يمكن أن تكون صالحة لدفع الضرائب ، أما إذا كانت مخصصة لدفع غرض واحد كشراء نوع معين من السلع كبطاقات الاتصال الهاتفي فهي ليست نقود الكترونية وإنما بطاقات الكترونية ذات الغرض الواحد.

ب- مراحل استخدام النقود الالكترونية:

1- شراء النقود الالكترونية من احد البنوك المصدرة لها وتكون على شكل وحدات صغيرة من طرف المشتري.

[1] السيد احمد عبد الخالق، مرجع سبق ذكره، ص: 185.
[2] رأفت رضوان، مرجع سبق ذكره، ص: 65.
[3] مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص ص: 101-102.

2- تحميل برنامج خاص للتعامل بالنقود الالكترونية ويمكن تحميله مجانيا من شركة Cyber Cash يقوم هذا البرنامج بحساب الأرصدة جراء صرف النقود الالكترونية في عملية الشراء.

3- يلزم البائع الاشتراك في احد البنوك التي تتعامل بالنقد الالكتروني وهي بنوك تعمل عبر شبكة الانترنت.

4- هذه المرحلة تتضمن على حصول البائع على برنامج خاص لإدارة النقود الرقمية وهو برنامج مجاني يحصل عليه كذلك من شركة Cyber Cash وهذا البرنامج يقوم بالحماية والتامين للنقود الرقمية تقوم بتسجيل المتحصلات وإضافتها إلى رصيده كما يورق الأرصدة الرقمية

5- يقوم المشتري باتخاذ قرار الدفع فيقوم برنامج إدارة الدفع الالكتروني بما يلي:

التحقق من قيمة الرصيد بإمكانية السماح بالدفع أو عدم الدفع.

يقوم البرنامج باختيار وحدات النقد التي سيقوم الدفع بها، حيث يتم تحديد الوحدات بالرقم الخاص لكل وحدة ثم يرسل إلى البائع عن طريق البنك المصدر.

6- يقوم البنك بتلقي كشف الدفع المرسل من طرف المشتري ليتأكد من صحة النقود الالكترونية ثم بعد التأكد يرسل هذا الكشف للبائع.

7- يتلقى برنامج إدارة الدفع الالكتروني للبائع كشف للعملات الالكترونية الموقعة من البنك، ويقوم بإضافة وحدات النقد الجديدة بأرقامها، وعملات التامين الخاص بها إلى خزينة البائع الرقمية.

8- يقوم نظام النقد الالكتروني للمشتري بمحو هذه الوحدات المخصصة بهذا الكشف من محفظة المشتري بصورة نهائية وتنتهي عملية الدفع .

المطلب الثالث:الجهود المبذولة لتامين أنظمة الدفع الالكتروني 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 التجارة 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 فيها يلي[1]:

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

[1] مركز البحوث المالية والمعرفية، مرجع سابق الذكر، ص45.

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.

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.

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

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 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.

ثانيا: التامين عن طريق التشفير:

تشفير البيانات يعني استبدال شكلها من خلال تحويلها إلى رموز أو إشارات لمنع الغير من معرفتها أو تعديلها وتغييرها[2]، 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[3]:

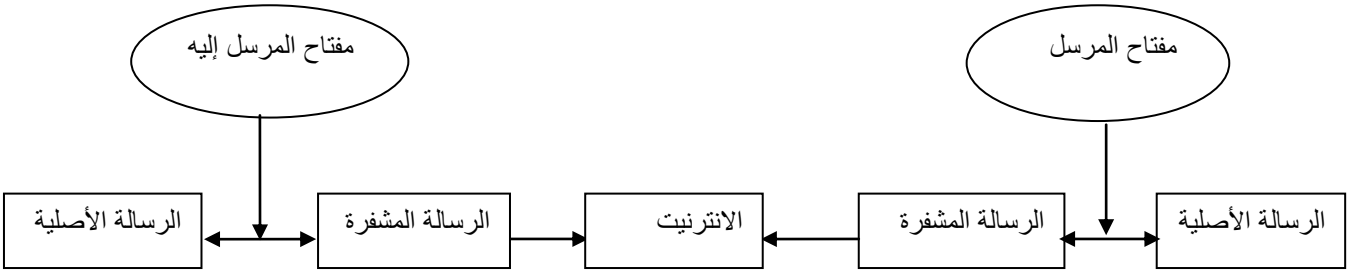
[1] خضر مصباح الطيطي، مرجع سبق ذكره، ص ص: 231، 230.
[2] محمد حسين منصور، **المسؤولية الالكترونية**، مرجع سبق ذكره، ص180.
[3] عزة العطار، **التجارة الإلكترونية بين البناء والتطبيق**، الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري، منشأة المصارف، 2003، ص 222.

1. 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.
- يتم إرسال المفتاح السري الخاص (المتماثل) باستخدام وسيلة مأمونة.
- يتلقى المرسل إليه الرسالة والمفتاح المتماثل.
- يتم حل الشفرة وقراءة الرسالة.

الشكل رقم(2-3): 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.

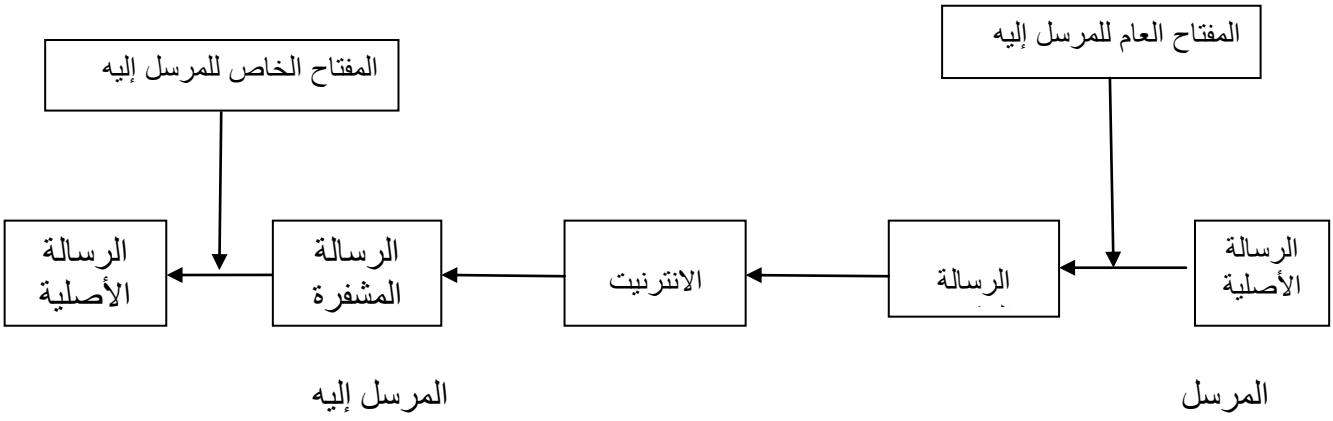
2. التشفير باستخدام المفتاح العام:

يستخدم هذا النظام والذي يسمى أيضا التشفير غير المتناسق مفتاحين مختلفين[1]:

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(2-4): 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.

[1] عزة العطار، مرجع سبق ذكره، ص 222.

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 وبطاقات الصراف الآلي، كما قد يتم إنشاء التوقيع باستعمال خواص بيولوجية أو فيزيولوجية مميزة للشخص[2]، 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[3].

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.

[1] عبد الفتاح بيومي حجازي،**الجريمة في عصر العولمة**، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، 2007، ص72.
[2] عمر حسن المومن، **التوقيع الالكتروني** ، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان،2003، ص50.
[3] وهيبة عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص183.

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 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 الشبكة 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.

[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 ص 72،75.

- التشفير البيني للجدران النارية:

ويطلق عليها أيضا الشبكات الافتراضية الخاصة [1]، 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.

- 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 التحتية 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[2]:

بروتوكول طبقة المخرج الآمن وبروتوكول الحركات المالية الآمنة إن مزايا ssl جعلته واسع الاستعمال لدى جل متبادلي الانترنيت،خاصة منها المشتريات الصغيرة، كتحميل بعض البرامج

[1] وهيبة عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص184.
[2] رحيم حسين وهواري معراج، مرجع سبق ذكره، ص ص325 ،326.

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 [1]، هذا فيما يخص بصفة عامة التامين البرمجي والتقنيات المستخدمة لتامين المعاملات الالكترونية غير انه هناك وسائل أخرى لتامين الدفع الالكتروني وهي خاصة به منها[2]:

- الأمن ألعتادي:

لتتم هذه الوسيلة باستعمال البطاقة الذكية الخاصة بالمستهلك، فعندما يقوم هذا الأخير بعملية الشراء، يدخل بطاقته بقارئ خاص يسمى،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 مراقبته 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 إلا 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.

[1] محمد أمين الرومي، مرجع سبق ذكره، ص ص 36،60 .
[2] وهيبة عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص186.

- 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[1]، والتي جهزت بأنظمة تضمن السرية وامن إجراء العملية التجارية.

[1] 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 شهدها الايطار المصرفي ووسائل الدفع الكترونية 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 الآفاق 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، سعت إلى ذلك من خلال عدة طرق، ومن أبرزها مساهمة الدفع الالكتروني في تفعيل التجارة الالكترونية بغية الارتقاء بأداء هذا القطاع، وقد اتخذت 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-مجمع المدية-، وذلك بتوزيع استبانة على عمال البنك بغية معرفة آرائهم حول دور نظام الدفع الالكترونية في تفعيل التجارة الالكترونية 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 الاستبانة الموجهة لعمال 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 .

الفرع الأول: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 أداة 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.

ليرتفع في بداية عام 2000 إلى 33 مليار دينار جزائري موزع على 3300 سهم مكتتبة كلها من طرف الدولة[2] .

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

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

[2] المرسوم رقم 82 – 106 المؤرخ في 13 مارس 1982، مرجع سبق ذكره

وخدماته وهذا بغية اكتساب ميزة تنافسية تؤهله لمنافسة البنوك الخاصة والأجنبية التي تزاول نشاطها في السوق المصرفية الجزائرية .

الفرع الثاني: 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 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 العملاء 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 العملاء 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 العملاء الأمر الذي أدى إلى اهتزاز المركز المالي للبنك .

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[2]: 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 م 50- 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 دينامكية ونفس جديد لعملية الاستثمار بالنسبة للمؤسسات الفلاحية .

[1] طبقا لوثائق وكالة بنك والتنمية الريفية لبنك التنمية الريفية.
[2] المرسوم رقم 82 – 106 المؤرخ في 13 مارس 1982 ، مرجع سبق ذكره

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.

الفرع الأول: 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[1]:

- 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.

الفرع الثاني: 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 العملاء .
- 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 العملاء وهذا بتوفير

[1] المرسوم رقم 82 – 106 المؤرخ في 13 مارس 1982، مرجع سبق ذكره.

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 بمجمع المدية.

الفرع الأول: 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[1]:

- ودائع العملاء 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.

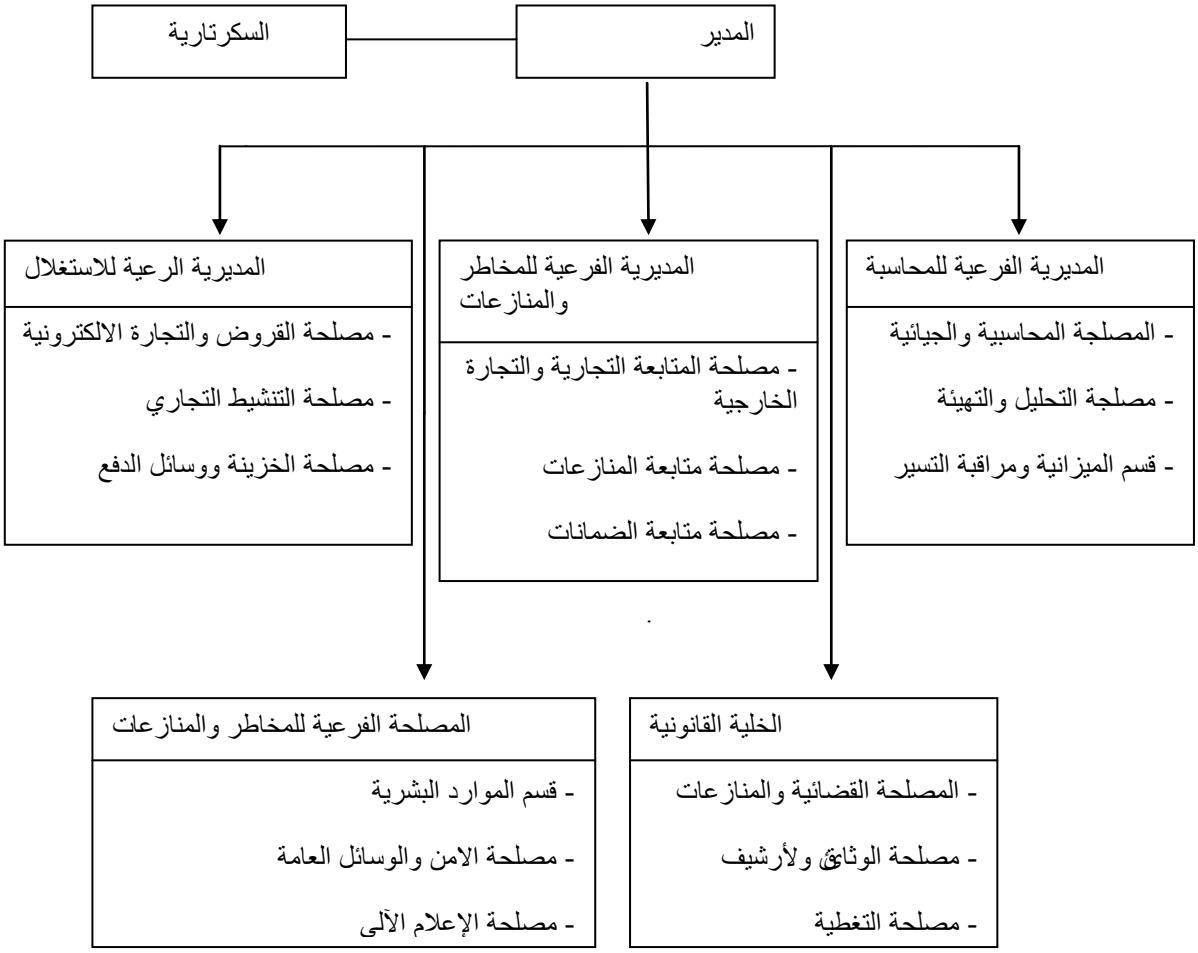
الفرع الثاني: الهيكل التنظيمي لمجمع بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالمدية

وتتكون مجمع المدية من 90 عاملا تحت إشراف المدير و يقوم هذا المجمع بتمويل وفقا للشروط التي يحددها البنك وكذا وفقا للتشريعات العامة المعمول بها من طرف المديرية العامة، وفيما يلي عرض الهيكل التنظيمي لمجمع بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالمدية.

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

الهيكل التنظيمي:

شكل رقم (3 - 1): الهيكل التنظيمي لمجمع بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالمدية



المصدر: وثائق داخلية للمؤسسة 2012

المبحث الثاني: تحليل الاستبانة الموجهة لعمال بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

ارتأينا في دراستنا لهذا البحث استعمال أداة من أدوات جمع المعلومات الأولية، ألا وهي الاستبانة وهي مجموعة من الأسئلة المعدة مسبقا والتي توجه إلى المستجوبين للحصول على اجاباتهم [1]. إذ وجهت هذه الاستبانة لعاملي 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.

الفرع الأول: مجال الدراسة.

يتمثل مجال الدراسة في المجال المكاني والموضوعي.

- ✓ **المجال المكاني:** اقتصرت حدود دراستنا على عمال بنك الفلاحة والتنمية الريفية – مجمع المدية-، من خلال عينة من المجتمع وذلك لكبر هذا الأخير.
- ✓ **المجال ألزماني:** اهتمت هذه الدراسة ببحث وتحليل آراء عمال بنك الفلاحة والتنمية الريفية "مجمع المدية" في مدى وعي العمال بأهمية نظام الدفع الالكتروني والتحديات والمخاطر التي تواجهه وذلك من خلال:
  - إدراك أهمية نظام الدفع الالكتروني؛
  - التحديات ومخاطر التي تواجه الدفع الالكتروني؛
  - إدراك أهمية التجارة الالكترونية.
  - الرقابة على إجراءات نظم الدفع الالكتروني.

الفرع الثاني: مجتمع وعينة الدراسة

يتكوّن مجتمع البحث من عاملي 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 والدفع و الذي اعتبرناه مجتمع دراستنا البالغ عددهم في مجمع المدية 90 أي العمال كلهم وهذا عدد كبير ما أدي بنا إلى اخذ 51 عامل كعينة لمجتمع دراستنا.
2) بطاقة توفير(TAWFIR): هي بطاقة تمنح للمدخرين وتمكنهم من سحب أموالهم المدخرة من الموزعات الآلية في إي وقت وأي مكان، وبالتالي تستعمل للسحب فقط، وهذا مالا يتناسب مع دراستنا باعتبارنا نهتم بالسحب والدفع معا.

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

3) 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، **والشكل الآخر** هي البطاقة الزرقاء والتي تمنح للعملاء العاديين بغرض الدفع والسحب معا ولكن بعد التحديثات التي أجريت على البطاقة الخضراء (أصبحت تستعمل للسحب والدفع معا) ما أدي إلي قلت استعمال هذه البطاقة، الأمر الذي أدى بنا إلى عدم أخذها في دراستنا .

المطلب الثاني: أداة الدراسة الميدانية

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

الفرع الأول: بناء أداة الدراسة

تكوّنت الاستبانة من خمس محاور رئيسية وهي:

- **المحور الأول**: يتعلق بالبيانات العامة لأفراد العينة المدروسة من حيث: الجنس، الفئة العمرية المستوى التعليمي، مدة العمل في نشاط البنك، عدد دورات التدريبية التي قمت بها فيما يخص المعاملات الالكترونية .
- **المحور الثاني**: إدراك أهمية نضام الدفع الالكتروني.
- **المحور الثالث**: التحديات والمخاطر التي تواجه نضام الدفع الالكتروني.
- **المحور الرابع**: إدراك أهمية التجارة الالكترونية.
- **المحور الخامس**: الرقابة على إجراءات نظم الدفع الالكتروني.

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

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

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

المصدر: من إعداد الطالبة.

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

الفرع الثاني: صدق أداة الدراسة.

1-الصدق الظاهري: تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين وهم أساتذة مختصين في الاقتصاد والإحصاء الملحق رقم (06)، 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 الاستلانة في شكلها النهائي كما هو موضح في الملحق رقم (07).

2-الاتساق الداخلي: يعني مدى اتساق كل عبارة من عبارات الاستبانة مع المجال الذي تنتمي إليه، وقد تم حساب الاتساق الداخلي للاستلانة على عينة استطلاعية البالغ حجمها (46) مفردة، وذلك من خلال حساب معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات مجالات الاستبانة والدرجة الكلية للمجال نفسه،

ويمكن توضيح هذه المعاملات في الجدول التالي وذلك عند مستوى دلالة $\alpha = 0.01$ وذلك بالنسبة للمحور الأول والمحور الثاني والمحور الثالث و الرابع فقد كانت مستوى معنوياتهما عند $\alpha = 0.05$.

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

المجال/المحور	العبارة	معامل الارتباط "سبيرمان"	القيمة الاحتمالية sig
إدراك أهمية نظام الدفع الالكتروني	1	0.182	**0.000
	2	0.612	**0.000
	3	0.492	**0.000
	4	0.576	**0.000
معامل الارتباط بالدرجة الكلية للمحور	0.843		**0.000
التحديات والمخاطر التي تواجه الدفع الالكتروني	5	0.576	**0.000
	6	0.611	**0.001
	7	0.741	**0.000
	8	0.559	**0.000
	9	0.641	**0.000
	10	0.665	**0.000
معامل الارتباط بالدرجة الكلية للمحور	0.915	0.915	**0.000
	11	0.019	**0.000

إدراك أهمية التجارة الالكترونية	12	0.305	**0.000
	13	0.302	**0.000
	14	0.278	**0.000
معامل الارتباط بالدرجة الكلية للمحور	0.679		**0.000
إدراك أهمية التجارة الالكترونية	15	0.375	**0.000
	16	0.113	**0.000
	17	0.260	**0.000
	18	0.250	**0.000
	19	0.211	**0.000
معامل الارتباط بالدرجة الكلية للمحور	0.772		**0.000
** دال عند مستوى معنوية (0.01)			

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

الفرع الثالث: ثبات وصدق الدراسة

المقصود بثبات الدراسة هي أن تعطي الاستبانة 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 الاستبانة.

المجال/ المحور	عدد الفقرات	معامل الثبات	معامل الصدق
إدراك أهمية نظام الدفع الالكتروني	4	0.918	0.843
التحديات والمخاطر التي تواجه الدفع الالكتروني	**6**	0.956	0.915
إدراك أهمية التجارة الالكترونية	4	0.824	0.679
الرقابة على إجراءات نظام الدفع الالكتروني	5	0.878	0.772
الاستبانة ككل (جميع المحاور)	**19**	**0.912**	**0.833**

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

مما سبق نلاحظ أن معاملات الثبات ينحصر ما بين (0.824– 0.956) حيث بلغ أقصاه في المحور الثاني (0.956) وأدناه في المحور الثالث (0.824) وبلغ معامل الثبات لجميع المحاور 0.912هذا 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 لديكم نظام دفع اليكتروني	0.836
2	رأيك في نظام الدفع الالكتروني	0.815
3	هل سبق وان قمت بعملية دفع الكترونية	0.815
4	هل تعرضت لخطر أثناء عملية دفع الكترونية	0.821

5	عدم استعمال البطاقات البنكية بكثرة من قبل العمال وفقدان الثقة في وسائل الدفع الالكتروني	0.817
6	الميل للدفع نقدا في الصفقات التجارية وتفضيله على باقي وسائل الدفع	0.814
7	الخوف من التقنيات الجديدة وعدم إلمام المستخدمين بها	0.807
8	ضعف الإعلام والإشهار فيما يخص وسائل الدفع الالكتروني	0.817
9	عدم توفر السيولة المالية طويلة وقصيرة الأجل على مستوى الموزعات الآلية وكذا الانقطاعات المتكررة على شبكات الاتصال	0.813
10	العطل المتكرر على مستوي الموزع الآلي	0.811
11	هل أنت مع استعمال التجارة الالكترونية	0.843
12	هل أنت راضي على نجاعة عملية الدفع الالكتروني في التجارة الالكترونية	0.830
13	هل تؤيد شراء السلع بواسطة بطاقات الائتمان عن طريق الانترنت	0.830
14	مدي مساهمت تكنولوجيا المعلومات في مجال الدفع في تنشيط التجارة الالكترونية	0.832
15	توجداجراءات كافية لحماية حساب العمال	0.827
16	يتم استخدام نظام التشفير في التعاملات	0.839
17	يتم إجراء الصيانة الدورية للنظام لتحقيق الأمن والسلامة	0.833
18	تقوم الإدارة بمتابعة وفحص مكونات امن النظام والتأكد من سلامة البيانات بصفة دورية	0.832

19	تتوفر كفاءات وخبرات عالية في أداء العمليات المصرفية الالكترونية	0.834

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن قيم الثبات في حالة حذف احدى العبارات وبقاء باقي العبارات الأخرى تتراوح ما بين (0.807) كأدنى قيمة و(0.843) كأعلى قيمة، كما نلاحظ أن هناك ستة عبارات وهي رقم (2، 3، 6، 7، 8، 9، 10) 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 الاستبانة وصلاحيتها لتحليل النتائج والاجابة على أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها.

المبحث الثالث :الدراسة التحليلية للجزء التطبيقي

تحليل بيانات ه ذه الدراسة تحليلا علميا وتفسير نتائجها والاستفادة منها في برقيق أه دافها التي بنيت

عليها واختبار فرضياتها وه ي تتناول موضوعا غاية الأهمية حول أثر الثقافة التنظيمية على أداء الموارد البشرية،

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

المطلب الأول: إجراءات تطبيق الدراسة.

لاستعمال الاستبانة كأداة لجمع المعلومات قمنا بالخطوات التالية:

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

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

الاستبيانات	الموزعة	المفقودة	المسترجعة	المستبعدة	النهائية
المجموع	51	2	49	3	46
النسبة المئوية %	100	%3.92	%96.07	%5.88	%90.19

المصدر: من إعداد الطالبين.

الفرع الأول: 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 سيبرمان لتحديد العلاقة بين المتغيرات؛
- ✓ معامل ثبات ألفاكرونباخ لحساب معامل ثبات وصدق محاور الاستبانة بالإضافة للاستبانة ككل؛

- ✓ التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري لتحديد مدى استجابات أفراد عينة الدراسة اتجاه محاور الاستبانة؛
- ✓ تحليل التباين الأحادي "one-way anova" لتحديد دلالة الفروق والاختلافات بين استجابات أفراد عينة الدراسة باختلاف متغيرات الدراسة (الجنس، الفئة العمرية، المستوى التعليمي، مدة العمل في نشاط البنك،عدد الدورات التدريبية) لمعرفة موقفهم من محاور الاستبانة.

الفرع الثاني: الوصف الاحصائي لأفراد عينة الدراسة وفق الخصائص والسمات الشخصية.

خُصص المحور الأول من محاور الاستبانة للخصائص الشخصية لأفراد عينة الدراسة، وقد تضمن الجنس، الفئة العمرية، المستوى التعليمي، مدة العمل في نشاط البنك، عدد الدورات التدريبية ، وقد كانت النتائج المحصل عليها كما يلي:

1-الجنس:

من خلال الجدول رقم (03-07) سوف يتم التعرف على توزيع مفردات العينة وفق للجنس (ذكر، أنثى).

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

الجنس	التكرار	النسبة المئوية%
ذكر	18	39.1
انثى	28	60.9
المجموع	46	100

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على مخرجات SPSS.

2-الفئة العمرية:

من خلال الجدول رقم (03-07) سوف يتم التعرف على توزيع مفردات العينة حسب الفئات العمرية كما يلي:

الجدول رقم (03-07): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الفئة العمرية.

الفئة العمرية	التكرار	النسبة المئوية %

من 18- 30 سنة	8	17.4
من 31-40 سنة	26	56.5
من 41-50 سنة	12	26.1
اكثر من 50	0	0
المجموع	46	100

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على مخرجات SPSS.

3-المستوى التعليمي:

من خلال الجدول رقم (03-08) يمكن التعرف على المستوى التعليمي للموظفين.

الجدول رقم (03-08): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي.

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية %
متوسط	0	0
ثانوي	2	4.3
جامعي	42	91.3
دراسات عليا	2	4.3
المجموع	**46**	**100**

المصدر: من إعداد بال الطالبين اعتماد على مخرجات SPSS.

4- مدة العمل في نشاط البنك:

من خلال الجدول رقم(03-09) سوف نتعرف على مدة العمل في البنك.

الجدول رقم (03-09): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مدة العمل في نشاط البنك.

مدة النشاط	التكرار	النسبة المئوية %
من سنة الى 5 سنوات	9	19.6
من 6 سنوات الى 11 سنة	25	54.3
من 12 سنة الى 17 سنة	7	15.2
من 18 سنة الى 23 سنة	5	10.9
من 24 سنة الى 30 سنة	0	0
المجموع	**46**	**100**

المصدر: من إعداد الطالبين بلعتماد على مخرجات SPSS.

5-عدد الدورات التدريبية :

من خلال الجدول لقم (03-10) سوف نتعرف على عدد الدورات التى قام بها العامل فيما يخص المعاملات الالكترونية

الجدول رقم (03-10): توزيع العينة حسب متغير عدد الدورات التدريبية .

عدد الدورات التدريبية	التكرار	النسبة المئوية %
لم تجري اي دورة	42	91.3
دورة واحدة	2	4.3

دورتان	2	4.3
3 دورات	0	0
اكثر من 3 دورات	0	0
المجموع	**46**	**100**

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على مخرجات SPSS.

بهذا نكون قد وصفنا عينة الدراسة حسب الخصائص الشخصية والتي تعتبر عينة مثقفة متعلمة باستطاعتها فهم أسئلة الاستبانة 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 اربع فروع موالية

الفرع الأول: إدراك أهمية نظام الدفع الالكتروني.

دُرس هذا المحور من خلال العبارات رقم (1-4) وذلك لمعرفة مدى وعي وثقافة العمال بأهمية الدفع الالكتروني، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا المحور 2.326 وهذا ما يعكس معرفتهم المتوسطة بهذه الخدمة وبانحراف معياري قدر ب 0.368 والجدول الموالي يبين مختلف التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد العينة.

الجدول رقم (03-11): بعض مقاييس النزعة المركزية لإجابات العمال في عينة الدراسة حول المجال المتعلق بإدراك أهمية نظام الدفع الالكتروني.

رقم العبارة	العبارة	المقياس	لا	محايد	نعم	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه	الترتيب
1	هل لديكم نظام دفع الكتروني	التكرار	6	11	29	2.50	0.723	كبيرة	1
		النسبة%	13.0	23.9	63.0				
2		التكرار	10	16	20	2.22	0.786	متوسطة	2

	رأيك في نظام الدفع الالكتروني	النسبة%	21.7	34.8	43.5				
3	هل سبق وان قمت بعملية دفع اليكترونية	التكرار	10	17	19	2.20	0.778	متوسطة	3
		النسبة%	21.7	37.0	41.3				
4	هل تعرضت لخطر اثناء عملية دفع الكترونية	التكرار	16	17	13	1.93	0.800	متوسطة	4
		النسبة%	34.8	37.0	28.3				
التقييم العام						2.326	0.368	**متوسطة**	

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على مخرجات SPSS.

من خلال ما سبق نلاحظ أن درجة إدراك أهمية نظام الدفع الالكتروني المقدمة من قبل البنك متوسطة وهذا راجع لغياب الثقة والأمان في عملية التسوق عبر الأنترنت، كما نجد غياب الرضا من طرف العمال وهذا راجع إلى تعرض فئة معتبرة من مجتمع الدراسة للنصب والاحتيال مسبقا خلال عمليات الدفع الالكتروني مقابل سلعة ما.

الفرع الثاني: التحديات والمخاطر التى تواجه الدفع الالكتروني.

تم معالجة هذا المحور من خلال ستة عبارات وبذلك كانت عبارات هذا المحور هي (5-10) وقد انصب الاهتمام في هذا المحور التحديات والمخاطر التى تواجه الدفع الالكتروني ليبلغ المتوسط الحسابي في هذا المجال 2.289 بانحراف معياري قدر بـ 0.491 وبذلك فإن التحديات والمخاطر التى تواجه الدفع الالكتروني كانت بدرجة متوسطة لنوضح ذلك في الجدول الموالي.

الجدول رقم (03-12): بعض مقاييس النزعة المركزية لإجابات العمال في عينة الدراسة حول التحديات والمخاطر التى تواجه الدفع الالكتروني .

رقم العبارة	العبارة	المقياس	لا	محايد	نعم	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه	الترتيب
05	عدم استعمال البطاقات البنكية بكثرة من قبل العمال وفقدان الثقة في وسائل الدفع الالكتروني	التكرار	12	15	18	2.11	0.823	متوسطة	9
		النسبة%	28.3	32.6	39.1				

06	الميل الى الدفع نقدا في الصفقات التجارية وتفضيله على باقي وساءل الدفع	التكرار	12	11	23	2.24	0.848	كبيرة	5
		النسبة%	26.1	23.9	50.0				
07	الخوف من التقنيات الجديدة وعدم إلمام المستخدمين بها	التكرار	12	12	22	2.22	0.841	متوسطة	6
		النسبة%	26.1	26.1	47.8				
08	ضعف الاعلام والاشهار فيما يخص وسائل الدفع الالكتروني	التكرار	14	14	18	2.09	0.839	متوسطة	10
		النسبة%	30.4	30.4	39.1				
09	عدم توفر السيولة المالية طويلة وقصيرة الاجل على مستوي الموزعات الالية وكذا الانقطاعات المتكررة علي شبكات الاتصال	التكرار	13	14	19	2.13	0.833	متوسطة	8
		النسبة%	28.3	30.4	41.3				
10	العطل المتكرر على مستوي الموزع الالي	التكرار	13	12	21	2.17	0.851	متوسطة	7
		النسبة%	28.3	26.1	45.7				
التقييم العام						**2.289**	**0.491**	**متوسطة**	

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على مخرجات SPSS.

من الجدول السابق نلاحظ أن إجابات أفراد العينة على العبارات المخصصة للتحديات والمخاطر التى تواجه العمليات الالكترونية كان بدرجة **متوسطة** وهذا ما يعكس تخوف العمال من هذه التقنية ما جعلت الخدمة تتم بشكل محدود، وذلك باعتمادها على التكنولوجيا الحديثة وإنما يدل على أن وسائل الدفع الالكترونية ليست مخصصة بالصورة المرغوب فيها.

الفرع الثالث: إدراك أهمية التجارة الالكترونية.

خصص لهذا المحور من خلال العبارات رقم (11-14) وذلك لمعرفة مدى إدراك العمال بأهمية التجارة الالكترونية ، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا المحور 2.364 وهذا ما يعكس معرفتهم

المتوسطة بهذه الخدمات وبانحراف معياري قدر ب 0.440 والجدول الموالي يبين مختلف التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد العينة.

الجدول رقم (03-13): بعض مقاييس النزعة المركزية لإجابات العمال في عينة الدراسة حول المجال المتعلق بادراك اهمية التجارة الالكترونية.

رقم العبارة	العبارة	المقياس	لا	محايد	نعم	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه	الترتيب
11	هل انت مع استعمال التجارة الالكترونية	التكرار	5	8	33	2.61	0.682	كبيرة	11
		النسبة%	10.9	17.4	71.7				
12	هل انت راض على نجاعة عملية الدفع الالكتروني في التجارة الالكترونية	التكرار	8	12	26	2.39	0.774	متوسطة	12
		النسبة%	17.4	26.1	56.5				
13	هل تؤيد شراء السلع بواسطة بطاقات الائتمان عن طريق الانترنت	التكرار	7	15	24	2.37	0.741	متوسطة	13
		النسبة%	15.2	32.6	52.2				
14	مدى مساهمة تكنولوجيا المعلومات في مجال الدفع في تنشيط التجارة الالكترونية	التكرار	9	16	21	2.26	0.773	متوسطة	14
		النسبة%	19.6	34.8	45.7				
التقييم العام						2.282	0.385	**متوسطة**	

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على مخرجات SPSS.

من خلال ما سبق نلاحظ أن درجة إدراك أهمية التجارة الالكترونية المقدمة من قبل البنك متوسطة وهذا راجع لعدم إلمامهم بفاعلية هذه التقنية ، كما نجد غياب الرضا في مجال التسوق الالكتروني راجع إلى تعرض فئة معتبرة من مجتمع الدراسة لبعض المخاطر مسبقا خلال عمليات الدفع الالكتروني مقابل سلعة ما.

الفرع الرابع: الرقابة على إجراءات نظم الدفع الالكتروني.

خصص لهذا المحور من خلال العبارات رقم (15-19) وذلك لمعرفة الرقابة على اجراءات نظم الدفع الالكتروني، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا المحور 2.282 وهذا ما يعكس معرفتهم المتوسطة بهذه الإجراءات وبانحراف معياري قدر ب 0.385 والجدول الموالي يبين مختلف التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد العينة.

الجدول رقم (03-14): بعض مقاييس النزعة المركزية لإجابات العمال في عينة الدراسة حول المجال المتعلق بالرقابة على إجراءات نظم الدفع الالكتروني.

رقم العبارة	العبارة	المقياس	لا	محايد	نعم	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه	الترتيب
15	توجد إجراءات كافية لحماية حساب العمال	التكرار	7	21	18	2.24	0.705	متوسطة	17
		النسبة%	15.2	45.7	39.1				
16	يتم استخدام نظام التشفير في التعاملات	التكرار	7	14	25	2.39	0.745	كبيرة	15
		النسبة%	15.2	30.4	54.3				
17	يتم اجراء الصيانة الدورية للنظام لتحقيق الامن والسلامة	التكرار	10	15	21	2.24	0.794	متوسطة	19
		النسبة%	21.7	32.6	45.7				
18	تقوم الإدارة بمتابعة وفحص مكونات أمن النظام والتاكد من سلامة البيانات بصفة دورية	التكرار	5	21	20	2.33	0.668	متوسطة	16
		النسبة%	10.9	45.7	43.5				
19	تتوفر كفاءات وخبرات عالية في اداء العمليات المصرفية الالكترونية	التكرار	7	21	18	2.24	0.705	متوسطة	18
		النسبة%	15.2	45.7	39.1				

التقييم العام	2.282	0.385	متوسطة

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على مخرجات SPSS.

من خلال ما سبق نلاحظ أن درجة الرقابة على إجراءات نظام الدفع الالكتروني من قبل البنك متوسطة وهذا راجع لعدم توفر كفاءات وخبرات عالية في أداء العمليات المصرفية.

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 نظام الدفع الالكتروني؛**
- لا يوجد تباين في اتجاهات إجابات عينة الدراسة نحو **التحديات والمخاطر التي تواجه الدفع الالكتروني؛**
- لا يوجد تباين في اتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة نحو **إدراك أهمية التجارة الالكترونية؛**
- لا يوجد تباين في اتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة نحو **الرقابة على إجراءات نظم الدفع الالكتروني.**

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 ($0.05 \geq \alpha$) 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.

الفرع الأول: نتائج اختبار درجة إدراك أهمية نظام الدفع الالكتروني

كانت فرضية الدراسة على النحو التالي: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) في اتجاهات إجابات العمال من وجهة نظر عينة الدراسة تعزى للمتغيرات الشخصية التالية: الجنس، الفئة العمرية، المستوى التعليمي، مدة العمل في نشاط البنك، عدد دورات التدريبية.

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 إدراك أهمية نظام الدفع الالكتروني.

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
الجنس	بين المجموعات	2.865	2	0.205	0.869	0.594
	داخل المجموعات	24.727	43	0.235		
الفئة العمرية	بين المجموعات	0.072	2	0.036	0.258	0.774
	داخل المجموعات	6.036	43	0.140		
المستوى التعليمي	بين المجموعات	1.320	2	0.660	5.926	*0.005
	داخل المجموعات	4.789	43	0.111		
مدة العمل في نشاط البنك	بين المجموعات	0.510	3	0.170	1.274	
	داخل المجموعات	5.599	42	0.133		

عدد الدورات التدريبية	بين المجموعات	0.016	2	0.008	0.058	0.944
	داخل المجموعات	6.092	43	0.142		
* يوجد اختلاف دال معنويا عند مستوى دلالة ($\leq\alpha0.05$)						

المصدر: من إعداد الطالبين 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 نظام الدفع الالكتروني** وفقا للمتغيرات الشخصية التي يتميزون بها كما يلي:

1-**لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية** عند مستوى معنوية ($\leq\alpha0.05$) 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-لا**توجد فروق ذات دلالة إحصائية** عند مستوى معنوية ($\leq\alpha0.05$) لاتجاهات إجابات عينة الدراسة نحو المحور المذكور تعزى للفئة العمرية (من 18-30، من 31-40، من 41-50، اكثر من 50)، وذلك لكون مستوى الدلالة المحسوبة (0.774) اكبر من مستوى المعنوية المفترضة (0.05)، وهذا ما يوضح وجود اختلاف في اتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة سببه اختلاف الفئة العمرية.

3- توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ($\leq\alpha0.05$) لاتجاهات إجابات عينة الدراسة نحو المحور المذكور تعزى للمستوى التعليمي (متوسط، ثانوي، جامعي، دراسات عليا)، وذلك لكون مستوى الدلالة المحسوبة (0.005) 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 على معرفة واستيعاب كيفية التعامل الكترونيا.

4-لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\leq\alpha0.05$) لاتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة نحو المحور المذكور تعزى لمدة العمل في نشاط البنك (من سنة الى 5 سنوات، من 6 سنوات الى 11 سنة، من 12 سنة الى 17 سنة، من 18 سنة الى 23 سنة، من 24 الى 30)، وذلك لكون مستوى الدلالة المحسوبة (0.296) 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 مدة النشاط في البنك .

5- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوي معنوية ($\leq\alpha0.05$) لاتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة نحوى المحور المذكور تعزى لعدد الدورات التدريبية (لم تجري اي دورة، دورة واحدة،

دورتان، 3 دورات، أكثر من 3 دورات) وذلك لكون مستوي الدلالة المسحوبة (0.944) اكبر من مستوى المعنوية المفترضة (0.05) وهذه النتيجة تبين ان اتجاهات اجابات افراد عينة الدراسة التى قمنا بدراستها سابقا الخاصة بذات المحور لا تتختلف باختلاف سبب الدورات التدريبية

الفرع الثاني: نتائج اختبار التحديات والمخاطر التي تواجه نظام 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: الجنس، الفئة العمرية، المستوى التعليمي، مدة العمل في نشاط البنك، عدد الدورات التدريبية.

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

الجدول رقم (03-16): نتائج اختبارالتباين الأحادي (ف) لفرضية التحديات والمخاطر التى تواجه الدفع الالكتروني

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
الجنس	بين المجموعات	6.885	2	0.055	0.133	0.322
	داخل المجموعات	20.707	43	0.225		
الفئة العمرية	بين المجموعات	0.052	2	0.026	0.104	0.902
	داخل المجموعات	10.805	43	0.251		
المستوى التعليمي	بين المجموعات	0.369	2	0.185	0.757	0.475
	داخل المجموعات	10.488	43	0.244		
مدة العمل	بين المجموعات	0.144	3	0.048	0.188	0.904

في نشاط البنك	داخل المجموعات	10.714	42	0.255		
عدد الدورات التدريبية	بين المجموعات	0.544	2	0.272	1.143	*0.331
	داخل المجموعات	10.313	43	0.240		
* لا يوجد اختلاف دال معنويا عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)						

المصدر: من إعداد الطالبين 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 **بالتحديات والمخاطر التي تواجه الدفع الالكتروني** وفقا للمتغيرات الشخصية التي يتميز وندعها كما يلي:

1-لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لاتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة نحو المحور المذكور تعزى للجنس (ذكر، أنثى)، وذلك لكون مستوى الدلالة المحسوبة (0.902) 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 الجنس، بل إجابات كلا الجنسين 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 الفئة العمرية (من 18-30 ، من 31-40 ، من 41-50، اكثرمن 50)،وذلك لكون مستوى الدلالة المحسوبة (0.902) 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 الفئة العمرية.

3-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 (متوسط، ثانوي، جامعي، دراسات عليا)، وذلك لكون مستوى الدلالة المحسوبة (0.475) أكبر من مستوى المعنوية المفترضة (0.05) وهذه النتيجة تبين أن اتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة التي قمنا بدراستها سابقا الخاصة بذات المحور لاتختلف باختلاف المستوى التعليمي

4- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوي معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لاتجاهات إجابات إفراد عينة الدراسة حول المحور المذكور تعزى للمتغير مدة العمل في نشاط البنك (من سنة الى 5 سنوات، من 6 سنوات الى 11 سنة، من 12 سنة الى 17 سنة، من 18 سنة الى 23 سنة، من 24 سنة الى 30 سنة)

وذلك لكون مستوي الدلالة المحسوبة(0.904) اكبر من مستوى عينة الدراسة التى قمنا بدراستها سابقا الخاصة بذات المحور لا تختلف باختلاف مدة النشاط في البنك

5- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لاتجاهات إجابات إفراد عينة الدراسة حول المحور المذكور تعزى للمتغير عدد الدورات التدريبية (لم تجري اي دورة، دورة واحدة، دورتان، 3 دورات، اكثر من 3 دورات) وذلك لكون مستوى الدلالة المحسوبة (0.331) اكبر من مستوى عينة الدراسة التى قمنا بدراستها سابقا الخاصة بذات المحور لا تختلف باختلاف عدد الدورات التدريبية

الفرع الثالث: نتائج اختبار مدى إدراك أهمية 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 العم ال من وجهة نظر العينة تعزى للمتغيرات الشخصية التالية: الجنس، الفئة العمرية، المستوى التعليمي، مدة العمل في نشاط البنك، عدد الدورات التدريبية.

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

الجدول رقم (03-17): نتائج اختبار التباين الأحادي (ف) لفرضية مدى إدراك أهمية التجارة الالكترونية.

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
الجنس	بين المجموعات	0.829	3	0.371	1.730	0.265
	داخل المجموعات	7.763	42	0.215		
الفئة العمرية	بين المجموعات	0.609	2	0.305	1.616	0.211
	داخل المجموعات	8.104	43	0.188		
	بين المجموعات	0.501	2	0.250	1.310	0.280

المستوى التعليمي	داخل المجموعات	8.213	43	0.191		
مدة العمل في نشاط البنك	بين المجموعات	0.764	3	0.255	1.346	0.273
	داخل المجموعات	7.949	42	0.189		
عدد الدوات التدريبة	بين المجموعات	0.620	2	0.310	1.646	*0.205
	داخل المجموعات	8.094	43	0.188		
* لا يوجد اختلاف دال معنويا عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)						

المصدر: من إعدا الطالبين بناء على مخرجات SPSS.

من خلال النتائج المبيّنة في الجدول أعلاه يمكننا تحليل التباين في اتجاهات إجابات العملاء من وجهة نظر عينة الدراسة نحو المحور المتعلق **بادراك اهمية التجارة الالكترونية** وفقا للمتغيرات الشخصية التي يتميز ونبها كما يلي:

1-لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لاتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة حول المحور المذكور تعزى لمتغير الجنس (ذكر، أنثى)، وذلك لكون مستوى الدلالة المحسوبة (0.265) 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 الجنس.

2-لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لاتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة حول المحور المذكور تعزى لمتغير الفئة العمرية (من 18-30، من 31-40، من41-50، أكثر من 50)،وذلك لكون مستوى الدلالة المحسوبة (0.211) 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 الفئة العمرية.

3-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 (متوسط، ثانوي، جامعي، دراسات عليا)، وذلك لكون مستوى الدلالة المحسوبة (0.208) اكبر من مستوى لمعنوية المفترضة (0.05) وهذه النتيجة تبين أن اتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة التي قمنا بدراستها سابقا الخاصة بهذا المحور لا تختلف باختلاف المستوى التعليمي

4- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لاتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة حول المحور المذكور تعزى لمتغير مدة العمل في نشاط البنك (من سنة إلى 5 سنوات، من 6 سنوات إلى 11 سنة، من 12 سنة إلى 17 سنة، من 18 سنة إلى 23 سنة، من 24 سنة إلى 30 سنة)، وذلك لكون مستوى الدلالة المحسوبة (0.273) اكبر من مستوى لمعنوية المفترضة (0.05) وهذه النتيجة تبين أن اتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة التي قمنا بدراستها سابقا الخاصة بهذا المحور لا تختلف باختلاف مدة العمل في نشاط البنك.

5- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لاتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة حول المحور المذكور تعزى لمتغير عدد الدورات التدريبية (لم تجري أي دورة، دورة واحدة، دورتان، 3 دورات، أكثر من 3 دورات)، وذلك لكون مستوى الدلالة المحسوبة (0.205) اكبر من مستوى لمعنوية المفترضة (0.05) وهذه النتيجة تبين أن اتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة التي قمنا بدراستها سابقا الخاصة بهذا المحور لا تختلف باختلاف عدد الدورات التدريبية.

الفرع الرابع: نتائج اختبار الرقابة على إجراءات نظم الدفع الالكتروني

جاءت الفرضية الرابعة من فرضيات الدراسة الميدانية الفرعية على النحو التالي: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) في اتجاهات إجابات العم ال من وجهة نظر العينة تعزى للمتغيرات الشخصية التالية: الجنس، الفئة العمرية، المستوى التعليمي، مدة العمل في نشاط البنك، عدد الدورات التدريبية.

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

الجدول رقم (03-18): نتائج اختبار التباين الأحادي (ف) لفرضية الرقابة على إجراءات نظم الدفع الالكتروني.

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
الجنس	بين المجموعات	4.829	2	0.571	0.730	*0.045
	داخل المجموعات	2.763	43	0.215		
الفئة العمرية	بين المجموعات	0.034	2	0.017	0.111	0.895
	داخل المجموعات	6.652	43	0.155		

المستوى التعليمي	بين المجموعات	0.601	2	0.301	2.125	0.132
	داخل المجموعات	6.085	43	0.142		
مدة العمل في نشاط البنك	بين المجموعات	0.476	3	0.159	1.072	0.371
	داخل المجموعات	6.210	42	0.148		
عدد الدوات التدريبية	بين المجموعات	0.255	2	0.127	0.851	0.434
	داخل المجموعات	6.431	43	0.150		
* يوجد اختلاف دال معنويا عند مستوى دلالة ($\leq\alpha0.05$)						

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على مخرجات SPSS.

من خلال النتائج المبيّنة في الجدول أعلاه يمكننا تحليل التباين في اتجاهات إجابات العملاء من وجهة نظر عينة الدراسة نحو المحور المتعلق **بالرقابة على إجراءات نظم الدفع الالكتروني** وفقا للمتغيرات الشخصية التي يتميز ونبها كما يلي:

1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha\leq0.05$) لاتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة حول المحور المذكور تعزى لمتغير الجنس (ذكر، أنثى)، وذلك لكون مستوى الدلالة المحسوبة (0.045) اقل من مستوى المعنوية المفترضة (0.05) وهذه النتيجة تبين أن اتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة التي قمنا بدراستها سابقا الخاصة بالمحور المذكور تختلف باختلاف الجنس.

2-لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha\leq0.05$) لاتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة حول المحور المذكور تعزى لمتغير الفئة العمرية (من 18-30، من 31-40، من41-50، أكثر من 50)،وذلك لكون مستوى الدلالة المحسوبة (0.895) 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 الفئة العمرية.

3-لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha\leq0.05$) لاتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة حول المحور المذكور تعزى لمتغير المستوى التعليمي (متوسط، ثانوي، جامعي، دراسات عليا)، وذلك لكون مستوى الدلالة المحسوبة (0.132) اكبر من مستوى لمعنوية المفترضة (0.05)

وهذه النتيجة تبين أن اتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة التي قمنا بدراستها سابقا الخاصة بهذا المحور لا تختلف باختلاف سبب اختيار المستوى التعليمي.

4- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لاتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة حول المحور المذكور تعزى لمتغير مدة العمل في نشاط البنك (من سنة إلى 5 سنوات، من 6 سنوات إلى 11 سنة، من 12 سنة إلى 17 سنة، من 18 سنة إلى 23 سنة، من 24 سنة إلى 30 سنة)، وذلك لكون مستوى الدلالة المحسوبة (0.371) اكبر من مستوى لمعنوية المفترضة (0.05) وهذه النتيجة تبين أن اتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة التي قمنا بدراستها سابقا الخاصة بهذا المحور لا تختلف باختلاف مدة العمل في نشاط البنك.

5- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لاتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة حول المحور المذكور تعزى لمتغير عدد الدورات التدريبية (لم تجري أي دورة، دورة واحدة، دورتان، 3 دورات، أكثر من 3 دورات)، وذلك لكون مستوى الدلالة المحسوبة (0.434) اكبر من مستوى لمعنوية المفترضة (0.05) وهذه النتيجة تبين أن اتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة التي قمنا بدراستها سابقا الخاصة بهذا المحور لا تختلف باختلاف عدد الدورات التدريبية.

الفرع الرابع: 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 المصرفية لأبعاد جودة الخدمة باستخدام وسائل الدفع الالكترونية ورضا العملاء 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 المصرفية لأبعاد جودة الخدمة المصرفية باستخدام وسائل الدفع الالكترونية ورضا العملاء عن التعامل بوسائل الدفع الالكترونية؛
- الفرضية البديلة (ف $_1$): توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى تحقيق الخدمة المصرفية لأبعاد جودة الخدمة باستخدام وسائل الدفع الالكترونية ورضا العملاء 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 (03-19): تبين معامل الارتباط بين المحاور الأربعة .

المحاور		المحور الأول	المحور الثاني	المحور الثالث	المحور الرابع
	معامل الارتباط	-	0.836	0.117	0.126
المحور الأول	مستوي الدلالة	1.000	0.031	0.235	0.222
	معامل الارتباط	0.836	-	0.814	0.816
المحور الثاني	مستوي الدلالة	0.031	1.000	0.036	0.035
	معامل الارتباط	0.117	0.814	-	0.282
المحور الثالث	مستوي الدلالة	0.235	0.036	1.000	0.162
	معامل الارتباط	0.126	0.816	0.282	-
المحور الرابع	مستوي الدلالة	0.229	0.035	0.162	1.000

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على مخرجات SPSS

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

- ✓ لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.01 $\alpha \leq$) بين مدى تحقيق الخدمة المصرفية لأبعاد جودة الخدمة باستخدام وسائل الدفع الالكترونية ورضا العملاء عن التعامل هذه الوسائل، وذلك كون مستوى الدلالة المحسوبة اكبر من مستوى المعنوية المفترضة (0.01)، وهذا ما يبيّن أن العمال غير راضين عن وسائل الدفع الالكترونية .
- ✓ لا توجد علاقة ارتباطيه بين المتغيرات، وذلك راجع لعدم رضا العمال بوسائل الدفع الالكتروني بالإضافة إلى المخاطر وضعف الرقابة علها

خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل حاولنا معرفة التحديات وسائل الدفع الالكترونية بالمجمع البنكي بالمدية، حيث قمنا باعتماد على أسلوب الاستبيان هذا الأخير تم من خلاله وضع مجموعة من الفقرات تتناسب وإبعاد تحديات وسائل الدفع الالكتروني على عينة شملت 46 موظف.

وبعد القيام بالمعالج ة الإحصائية لبيانات الاستبيان بالاعتماد على برمجية SPSS واستخدام الأدوات الإحصائية اللازمة للتحليل وجدنا إن الموظفين بالبنك راضون على وجود تحديات ومخاطر لوسائل الدفع الالكترونية وذالك استنادا على مستوى نعم كان غالبا على كل فقرات الاستبيان، من خلال هذه الدراسة توصلنا إلي:

- سبب إحجام عمال البنك يعود إلي ضعف الرقابة على إجراءات نظم الدفع الالكترونية.

- سبب عدم إقبال عمال البنك على تسوية معاملاتهم الكترونيا بعود بالدرجة الأولى إلي المخاطر الناجمة من استخدام البطاقات البنكية .

الخاتمة

الخاتمة

لقد ساعد التقدم الهائل في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات إلى حدوث ثورة تقنية في مجال الأعمال والاقتصاد، والتي أصبحت فيه هذه التكنولوجيات من الركائز الأساسية بالنسبة للدول في النهوض باقتصاديتها لذلك وعت جميع الدول بضرورة الاستفادة القصوى من هذه التقنيات الحديثة واستغلالها بما يسمح بتعزيز نموها وازدهار اقتصادها.

لقد ظهرت مصطلحات عديدة وحديثة للتعبير عن هذه الثورة الجديدة من بينها الاقتصاد الجديد، اقتصاد المعلومات، الاقتصاد الرقمي، تكنولوجيا الرقمية والتجارة الالكترونية كذلك من التعابير الجديدة التي دخلت حياتنا بقوة وأصبحت شائعة للتعبير عن الكثير من الأنشطة الإنسانية المرتبطة بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتبعا لذلك أصبحت التجارة الالكترونية أكثر موضوعات عصر المعلومات إثارة للجدل.

إن التجارة الالكترونية لم يعد موضوعا تقبل به الدول أو ترفضه وإنما أصبح ضرورة حتمية تفرض وجودها اليوم على جميع أصحاب الأعمال على المؤسسات الاقتصادية في العالم لذلك وجب على الدول السعي أكثر لملاحقة التطورات السريعة المتلاحقة في مجال التكنولوجيات الحديثة والتي صارت تؤثر على كافة المجالات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية وبالتالي على الإنتاج وفرص العمل وزيادة الدخل القومي.

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 المجمع على المستوى الجزئي والجزائر على المستوى الكلي، لنختتم دراستنا بتقديم بعض المواضيع كأفاق للدراسة.

أولا: نتائج الدراسة

من خلال معالجتنا لموضوع البحث وتحليلنا لمختلف الجوانب المتعلقة بدور نضام الدفع الالكتروني في تفعيل التجارة الالكترونية، انتهينا إلى مجموعة من النتائج كما يلي:

* تلعب الانترنت والشبكات دورا كبير في انتشار وتنشيط التجارة الالكترونية، وذلك من خلال الخدمات المتعددة التي تتيحها لكل أطراف التعامل، وتبرز أهميتها من خلال تقليص التكاليف، إتاحة فرص جديدة لانتشار السلع والخدمات والوصول إلى الأسواق العالمية،

وكسب ميزة تنافسية للمؤسسات، تحسين الاتصالات، كما أن لها دور في إحداث تغيرات على العمليات المالية وغيرها،وهذا ما يثبت صحة **الفرضية الأولى.**

* أدت التطورات الحاصلة في مجال تكنوليجيا المعلومات والاتصال إلى ابتكار الانترنت والتي تعتبر شبكة عالمية مفتوحة، والتي استعملت في كافة المجالات بما فيها المجال البنكي، حيث أضافت نوعا من السهولة في الاستعمال والسرعة وقلة التكلفة واختصار المسافات، بالإضافة إلى تراجع فعالية وسائل الدفع التقليدية بسبب انعدام الملائمة والأمن إلى ظهور وسائل الدفع الالكتروني وهذا ما يثبت صحة **الفرضية الثانية**.

* دخلت وسائل الدفع الالكترونية حيز التنفيذ في الجزائر منذ سنة 1989 وذلك بمبادرة بنك القرض الشعبي الجزائري، ليكون ابرز حالت في مجال الدفع الالكتروني هو إنشاء شركة " ساتيم" التي اهتمت بإصدار البطاقات المغناطيسية وتركيب مختلف الموزعات الإلية في المناطق المناسبة والتي تعتبر كوسيط لاستغلال هذ ه البطاقات، بالاظافة إلى اهتمام السلطات القانونية بهذا المجال إذ كانت في كل مرة تسن مجموعة من القوانين بغرض تنظيم الدفع الالكتروني والحرص على توفير الأمان للمتعاملين في هذا النظام، لتختتم بتبني مشروع تحديث نظام الدفع باشرت فيه منذ 2004 وهذا ما يؤكد توفير الدولة لأرضية التعامل بالوسائل الالكترونية مما أدى بالعمال إلى تحبيذ استخدامها وهذا ما يثبت صحة **الفرضية الثالثة**.

ثانيا: 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.

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

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

- لابد من تقوية البنية التحتية للجهاز المصرفي وذلك بزيادة الإنفاق الاستثماري في مجال تكنولوجيا المعلومات والتوسع في استخدام شبكة الانترنت لتقديم تشكيلة متنوعة من الخدمات الحديثة للعملاء بكفاءة اعلي واقل تكلفة، وإنشاء مجمعات تجارية على هذه الشبكة لتمكين المؤسسات من عرض وبيع منتجاتها عبر شبكة الانترنت

- الارتقاء بالعنصر البشري وذلك بالاستعانة ببيوت الخبرة والاستشارة الدولية في تدريب الإطارات المصرفية على استخدام احدث النظم البنكية، وكذلك الرفع بكفاءة العاملين بإعطاء الأولوية في التوظيف لخريجي الجامعات ولأصحاب التخصصات في الميدان المصرفي.

أفاق البحث:

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

- هل للتجارة الالكترونية إسهامات في توسيع الاقتصاد الرقمي.
- واقع وآفاق التجارة الالكترونية بالمؤسسات الجزائرية.
- أنظمة السداد ودورها في تفعيل التجارة الالكترونية .

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

الكتب:

1 - إبراهيم أبو الهيجاء، **التعاقد بالبيع بواسطة الانترنت**، ط1، الدر العلمية الدولية ومكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2002.

2 - إبراهيم احمد عبد الحق الدوي، **التجارة الالكترونية دراسة تطبيقية على المكتبات** ، السلسة الثانية، مكتبة الفهد الوطنية، الرياض،2010.

3 - إبراهيم العيسوي، **التجارة الالكترونية** ، الطبعة الأولى، المكتبة الاكادمية، القاهرة، مصر،2003.

4 - إبراهيم بختي، **التجارة الالكترونية، مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة**، ديوان المطبوعات الجامعية، ط 1، الجزائر،2005.

5 - أبو سلمان عبد الوهاب إبراهيم، **البطاقات البنكية الافتراضية السحب المباشر من الرصيد**، دار القلم، دمشق، سوريا،2003.

6 - انطون بطرس، **التجارة الالكترونية**، الكتاب الأربعون، العربي،2000.

7 - 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 .

8 - جلال عايد الشورة، " **وسائل الدفع الإلكتروني**"، دار الثقافة، الأردن، 2009.

9 - خضر مصباح سماعيل الطيطي، **إدارة المعرفة التحديات والتقنيات والحلول** ، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2010 .

10 -ريش عبد القادر/ زيدان، **نظم المعلومات المصرفية** ، دار الكتب للطباعة والنشر، القاهرة، 2000 .

11 -السيد احمد عبد الخالق، **التجارة لاالكترونية والعولمة**، "المنظمة العربية للتنمية الإدارية"، مصر، 2006 .

12 -طارق عبد العال حماد، **التجارة الالكترونية الأبعاد التكنولوجية المالية والتسويقية والقانونية**, الدار الجامعية، القاهرة، مصر، ط2،2008.

13 -عبد الله خبابة، "**الاقتصاد المصرفي في البنوك الإلكترونية، البنوك التجارية، السياسة النقدية**"، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2008 .

14 -عبد المطلب عبد الحميد، **اقتصاديات التجارة الالكترونية**، الدار الجامعية –الإسكندرية الطبعة الأولى.

15 -عزة العطار، " **التجارة الإلكترونية بين البناء والتطبيق** ، الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري، منشأة المصارف، 2003 .

16 -عمر حسن المومن ، "**التوقيع الالكتروني** "، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان،2003.

17 -فريد راغب النجار، **الاستثمار بالنظم الرقمية والاقتصاد الرقمي** ، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية،2004.

18 -محمد الجنبيهي وممدوح الجنبيهي ، " **جرائم الانترنيت والحاسب الآلي ووسائل مكافحتها**"، دار الفكر الجامعي، 2000 .

19 - محمد أمين الرومي، " **التعاقد الإلكتروني عبر الانترنيت**" ، الطبعة الأولى، دار المطبوعات الجامعية، مصر، 2004.

20 -محمد حسين منصور ، **المسؤولية الالكترونية** ، دار الجامعة الجديدة للنشر الإسكندرية، 2003 .

21 -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.

22 -مصطفى يوسف كافي، **التجارة الالكترونية**، دار رسلان للنشر، دمشق، سوريا،2010 .

23 -منير محمد الجنبيهي، ممدوح محمد الجنبيهيي، **التوقيع الالكتروني وحجيته في الإثبات**، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2004 .

24 -ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير عبد اللات، **الصيرفة الالكترو**نية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2008.

25 -نجم عبود نجم، **الإدارة الالكترونية، الإستراتيجية، الوظائف والمشكلات** ، دار المرجع للنشر والتوزيع، الرياض، المملكة السعودية، 2004.

26 -هدى حامد قشقوش، **جرائم الحاسب الالكتروني في التشريع المقارن** ، دار النهضة العربية، القاهرة، 1992.

27 -يوسف احمد أبو فارة، **التسويق الالكتروني**، الطبعة الثانية، دار وائل، عمان،2007.

28 -يوسف حسن يوسف، " **البنوك الإلكترونية**"، الطبعة الأولى، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، 2012.

29 -يونس عرب، **الخصوصية وامن المعلومات بواسطة الهاتف الخلوي** ، اتحاد المصارف العربية، عمان، 2001.

30 -يونس عرب، **قانون تقنيات المعلومات والتجارة الالكترونية** ، مجموعة عرب للقانون، عمان 2004.

المذكرات:

1 - إبراهيم بختي، **دور الانترنيت وتطبيقاته في مجال التسويق** ، دراسة حالة الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2003.

2 - احمد مداح، **التجارة الالكترونية من منظور الفقه** ، رسالة ماجيستير للعلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة الحاج لخضر باتنة،2006.

3 - أمينة رباعي ، **التجارة الالكترونية وآفاق تطورها في البلدان العربية**، رسالة ماجستير في علوم التسيير، تخصص نقود ومالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر،2005 .

4 - إياد زكي محمد أبو رحمة، **أساليب تنفيذ عمليات التجارة الالكترونية ونظم التسوية المحاسبية**، رسالة ماجستير في العلوم التجارية، الجامعة الإسلامية غزة، 2009.

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

6 - عابد بن عابد العبدلي، "**التجارة الالكترونية في الدول الإسلامية :الواقع –التحديات – الآمال** "، مقدمة للمؤتمر المالي العالمي الثالث للاقتصاد الإسلامي، جامعة أم القرى،مكة المكرمة، 2005.

7 - عمار لوصيف ،**استراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرون مع الإشارة للتجربة الجزائرية**، مذكرة ماجستير في كلية العلوم الاقتصادية، قسنطينة، 2009.

8 - قدي عبد المجيد، **أسس البحث العلمي في العلوم الاقتصادية والإدارية** –الرسائل والأطروحات– دار الأبحاث، الطبعة الأولى، الجزائر، 2009،.

9 - كريمة صراع ، **واقع وأفاق التجارة الالكترونية في الجزائر** ، رسالة ماجيستر كلية العلوم والاقتصاد والتسيير والتجارية، جامعة وهران، 2014 .

10 –محمد إبراهيم عبد الرحيم، **الاقتصاد الصناعي، التجارة الالكترونية** ، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر،

11 - نور الدين جليد ، "**تطوير وسائل الدفع في الجهاز المصرفي الجزائري** "، مذكرة ماجستير، نقود ومالية، جامعة الجزائر، 2006

12 –وهيبة عبد الرحمن، **إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالالكترونية** ، دراسة حالة الجزائر، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير اكادمي، فرع نقود ومالية جامعة الجزائر 2005– 2006.

الملتقيات:

1 - برحومة عبد الحميد، صورية بوطرفة، **النقود الالكترونية والأساليب البنكية الحديثة في الدفع والتسديد** ، الملتقي الدولي العلمي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية واشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجائر، عرض تجارب دولية، جامعة المسيلة، 26–2011/04/27.

2 - بكوش كريمة، كواش زهية، **شبكة الانترنت والتجارة الالكترونية** ، مداخلة مقدمة إلى الملتقى العلمي الدولي الرابع: عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر–عرض تجارب دولية– المركز الجامعي خميس مليانة، 2011.

3 – 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.

4 – 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.

5 – 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 .

6 – عدلي قندح، **الآثار الاقتصادية للمقاصة الإلكترونية** ، الملتقى الأول حول المقاصة الإلكترونية وأبعادها الاقتصادية التنموية، عمان الأردن، 2008 .

7 – علاوي محمد لحسن، مولاي لخضر عبد الرزاق، **مداخلة بعنوان آليات التجارة الإلكترونية كاداة لتفعيل التجارة العربية البينية** ، الملتقى الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر,المركز الجامعي خميس مليانة 26–27 افريل،2011.

8 – فاتح مجاهدي، مداخلة بعنوان 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.

9 – مداح عرايبي الحاج، بارك نعيمة، **أهمية البنوك الإلكترونية في تفعيل وسئل 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، جـــــــامعة شلف، 2011 .

10 –مريم صغير موح ، 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 26-27افريل 2011.

11 -مسعوداوي يوسف سعيدي جميلة، **مداخلة بعنوان وسائل الدفع الالكتروني** ، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر جامعة البلية،2011/07/25.

12 -معطى الله خير الدين، محمد بوقموم ، **المعلوماتية والجهاز البنكي، حتمية تطوير الخدمات المصرفية**، جامعة قالمة، 2011.

13 -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 .

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

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

المجلات:

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

2 - 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 2010،1.

3 - مركز البحوث المالية والمصرفية،" **البطاقات الذكية والتحديات القانونية والرقابية** " مجلة الدراسات المالية والمصرفية، المجلد السابع، العدد الرابع، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، 1998 .

4 – مصطفى بداوي ، **غسيل الأموال الالكتروني** ، مجلة افاق، العدد 05، الجمعية العلمية الثقافية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة البليدة، سبتمبر2005 .

مواقع الكترونية:

1 – معطى الله خير الدين، بوقموم محمد، **المعلوماتية والجهاز البنكي**، حتمية تطوير الخدمات المصرفية، جمعة قالمة

ـ صالح الثبيتي، **ثورة المعلومات وأسباب تأخرها في الدول العربية**، المتاحة على الموقع: WWW.C4arab.com

2 – باسل بن محمد الجبر، **التجارة الالكترونية**، منظمة تجارية عالمية من خلال الانترنت. تاريخ الاطلاع:2016/12/25، على الموقعhttp://iefpedia.com/arab

المواد القانونية:

1– المرسوم رقم: 82–106 المؤرخ في 12 مارس 1982 المتعلق بإنشاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية، الجريدة الرسمية، العدد 11، 1982/03/16.

المراجع بالفرنسية:

. Harbhajan Kehal & Varinder p. singh, Digital Economy :impacts, inflionce and Challenges, Idea Group publishing, USA, 2005,p03.

Michel Alberganti, le Multimédia la révolution au bout des doigts, le monde édition, France, 1997, p34.

المراجع بالإنجليزية:

Manuel Castells, The internet Galaxy :reflection on the internet business, oxford Universitg Press USA,2003, p10.

الملاحق

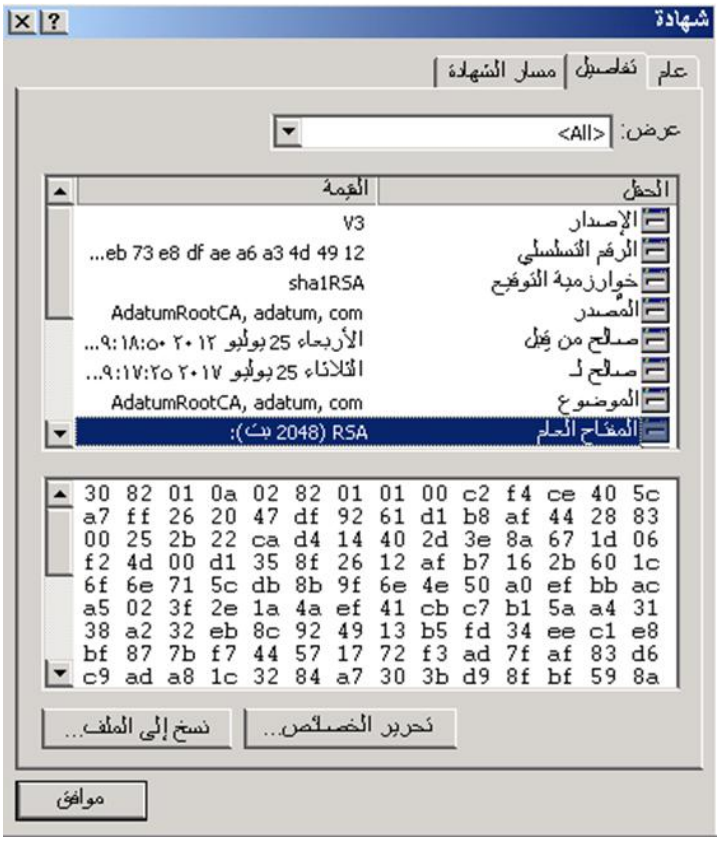
الشهادة الرقمية والمحفظة الالكترونية والشيك الالكتروني.

شكل الشهادة الرقمية



http://www.secarab.com/up/uploads/certificate-information.jpg visite le 06/02/2018

شكل مفتاح الشهادة الرقمية



http://support.microsoft.com/Library/Images/2796174.png visite le 06/02/2018

شكل الرد على الشهادة الصحيحة



http://support.microsoft.com/Library/Images/2796173.png visite le 06/02/2018

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 29/04/2018

نهائي الدفع الالكتروني الثابت



http://www.satim-dz.com/fr/component/content/article/60-guide- : tpe#ixzz30GdMMSMk visite le 19/05/2018

نهائي الدفع الالكتروني النقال



http://www.satim-dz.com/fr/component/content/article/60-guide-tpe#ixzz30GdMMSMk visite le 19/05/2018

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

شكل البطاقة الخضراء CBRشكل بطاقة توفير **TAWFIR**



http://www.badr-bank.dz/?id=carte visite le 16/06/2018

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.



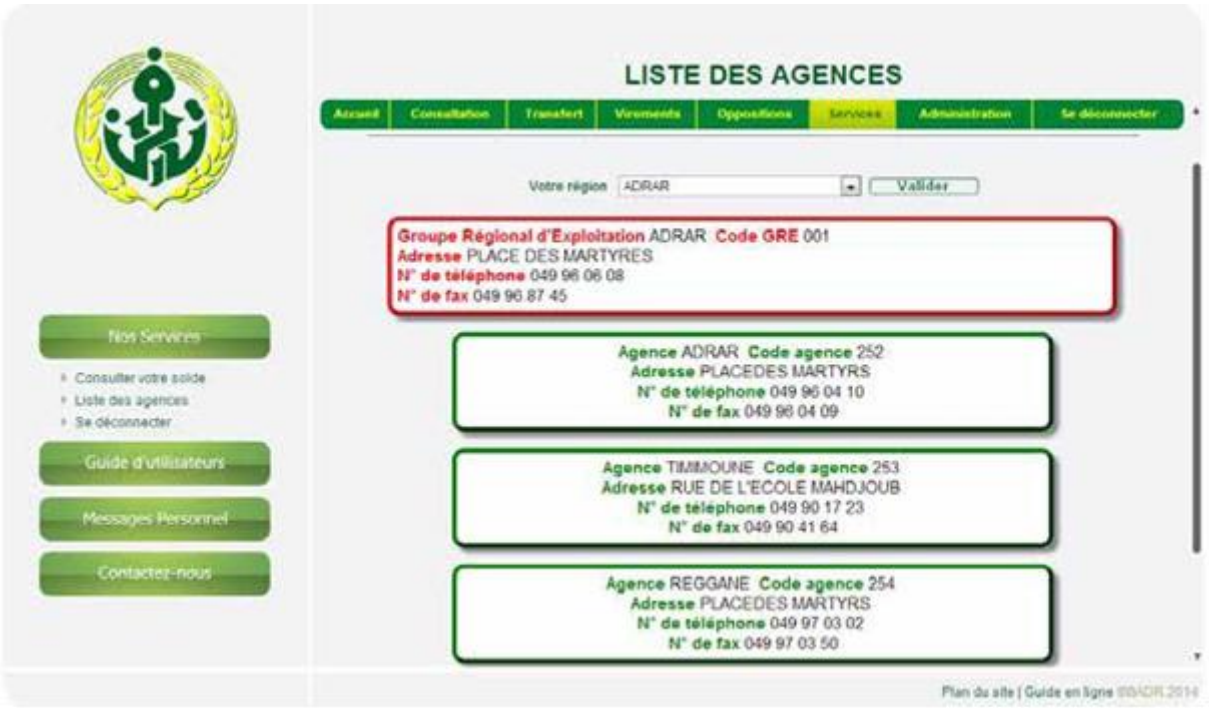
Source :http://ebanking.badr.dz

البحث عن قائمة وكالات البنك في ولاية ما.



Source: http://ebanking.badr.dz

قائمة وكالات البنك.



Source : http://ebanking.badr.dz

قائمة المحكمين.

الاسم واللقب	الجامعة
أ. زاهي محمد أمين	جامعة المدية
أ. قبطان شوقي	جامعة المدية
د.بولصنام محمد	جامعة المدية

تخصص: إدارة مالية(السنة 2017-2018)

سيدي المحترم، سيدتي المحترمة

الاستمارة التي بين أيديكم صممت للحصول على بعض المعلومات التي تخدم البحث العلمي الذي نقوم بإعداده وذالك لإتمام مذكرة الماستر، تخصص إدارة مالية، والذي يدور موضوعها حول دور نظام الدفع الالكتروني في تفعيل التجارة الالكترونية- دراسة حالة- بنك الفلاحة والتنمية الريفية- مجمع المدية- وتحتوى هذه الاستمارة على مجموعة من الأسئلة التي يرجى منكم الإجابة عليها بوضع العلامة (X) في الخانة المناسبة.

المحور الأول: المعلومات الشخصية.

1 -الجنس:

ذكر ☐ أنثى ☐

2 -الفئة العمرية:

18- 30 ☐ 31-40 ☐ 41-50 ☐ أكثر من 50 ☐

3 -**المستوى التعليمي:**

متوسط ☐ ثانوي ☐ جامعي ☐ دراسات عليا ☐

4 -مدة العمل في نشاط البنك:

من سنة إلى 5 سنوات ☐ من 6 سنوات إلى 11 سنة ☐ من 12 سنة إلى 17 سنة ☐

من 18 سنة إلى 23 سنة ☐ من 24 سنة إلى 30 سنة ☐

5 -عدد الدورات التدريبية التي قمت بها فيما يخص المعاملات الالكترونية:

لم تجري أي دورة☐ دورة واح☐ دور☐ 3 دور☐ أكثر من 3 د☐ت

المحور الثاني: إدراك أهمية نظام الدفع الالكتروني

الرقم	الفقرات	نعم	محايد	لا
1	هل لديكم نظام الدفع الكتروني			
2	رأيك في نظام الدفع الالكتروني			
3	هل سبق وان قمت بعملية دفع الكترونية			
4	هل تعرضت لخطر أثناء عملية دفع الكترونية			

المحور الثالث: التحديات والمخاطر التي تواجه الدفع الالكتروني

الرقم	الفقرات	نعم	محايد	لا
5	عدم استعمال البطاقات البنكية بكثرة من قبل العمال وفقدان الثقة في وسائل الدفع الالكتروني			
6	الميل إلى الدفع نقدا في الصفقات التجارية وتفضيله على باقي وسائل الدفع			
7	الخوف من التقنيات الجديدة وعدم إلمام المستخدمين بها			
8	ضعف الإعلام والإشهار فيما يخص وسائل الدفع الالكتروني			
9	عدم توفر السيولة المالية طويلة وقصيرة الأجل علي مستوى موزعات الآلية وكذا الانقطاعات المتكررة علي شبكات الاتصال			
10	العطل المتكرر على مستوى الموزع الآلي			

المحور الرابع: إدراك أهمية التجارة الالكترونية

الرقم	الفقرات	نعم	محايد	لا
11	هل أنت مع استعمال التجارة الالكترونية			
12	هل أنت راضى على نجاعة عملية الدفع الالكتروني في التجارة الالكترونية			
13	هل تؤيد شراء السلع بواسطة بطاقات الائتمان عن طريق الانترنت			
14	مدى مساهمت تكنولوجيا المعلومات في مجال الدفع في تنشيط التجارة الالكترونية			

المحور الخامس: الرقابة علي إجراءات نظم الدفع الالكتروني

الرقم	الفقرات	نعم	محايد	لا
15	توجد إجراءات كافية لحماية حساب العمال			
16	يتم استخدام نظام التشفير في التعاملات			
17	يتم إجراء الصيانة الدورية للنظام لتحقيق الأمن والسلامة			
18	تقوم الإدارة بمتابعة وفحص مكونات امن النظام والتأكد من سلامة البيانات بصفة دورية			
19	تتوفر كفاءات وخبرات عالية في أداء العمليات المصرفية الالكترونية			