



جامعة ابن خلدون - تيارت -

كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير

قسم: العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير



مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر

في شعبة: العلوم التجارية تخصص: مالية وتجارة الدولية

تبني أساليب وسائل الدفع الالكتروني الحديثة كآليات لتفعيل التجارة الالكترونية في الجزائر

الأستاذ المشرف:

د. سعيداني سعيد

إعداد الطالبان:

— سالم بلخير الهاشمي

— غلام الله نجيب محي الدين

لجنة المناقشة:

الصفة	الدرجة العلمية	اسم ولقب الأستاذ
رئيسا	أستاذة محاضرة أ	د. زقير نصيرة
مناقشا و مقرا	أستاذ محاضر ب	د. سعيداني سعيد
ممتحنا	أستاذ محاضر أ	د. دحماني رضا

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 12 جوان 2024

السنة الجامعية: 2024/2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شُكْرٌ وَعِرْفَانٌ

بعد أن من الله علينا بإنجاز هذا العمل، فإننا نتوجه إليه الله سبحانه وتعالى أولاً وأخيراً بجميع ألوان، الحمد والشكر على فضله وكرمه الذي غمرنا به فوفقنا إلى ما نحن فيه راجين منه دوام نعمه وكرمه، وانطلاقاً من قوله صلى الله عليه وسلم: "من لا يشكر الناس لا يشكر الله"، فإننا نتقدم بالشكر والتقدير والعرفان إلى الأستاذ "سعيداني سعيد" على إشرافه على هذه المذكرة وعلى الجهد الكبير الذي بذله معنا، وعلى نصائحه القيمة التي مهدت لنا الطريق لإتمام هذه الدراسة، فله منا فائق التقدير والاحترام، كما نتقدم بخالص الشكر إلى أساتذتنا الأعزاء الذين سننال شرف مناقشتهم لبحثنا هذا، فلهم كل الشكر على مجمل نصائحهم و توجيهاتهم التي ستسير دربنا التعليمي.

سالم بلخير، غلام الله نجيب

إهداء

الحمد لله فائق الأنوار وجاعل الليل والنهار، ثم الصلاة والسلام على سيدنا محمد المختار صلى الله عليه وسلم.
أهدي هذا العمل إلى من قال فيهما الله عز وجل: "واخفض لهما جناح الذل من الرحمة وقل رب ارحمهما كما ربياني صغيراً" سورة الإسراء الآية:
24.

إلى الوالدين الكريمين حفظهما الله وأطال في عمرهما.
إلى من ترعرعت معهم ونما غصني بينهم أخواتي، إخوتي
إلى رفقاء الدرب الذين كانوا بمثابة إخوتي، زملائي وأصدقائي الأعزاء
إلى كل من عرفته من قريب أو بعيد.
إلى من رفعوا رايات العلم والتعليم "أساتذتي الأفاضل"
إلى من جمعتني بهم الحياة هم في ذاكرتي ولم تسعهم مذكرتي وغرسوا
في قلبي ولم ينسهم قلبي إلى كل هؤلاء، وباسمي معاني الوفاء أهدي هذا
العمل.

غلام الله نجيب

إهداء

أهدي هذا العمل إلى من ساندتني في دعائها وصلاتها ، إلى من تشاركني أفراحي

والآامي ، إلى من جننتي تحت أقدامها ، أُمي الغالية
إلى من أحمل اسمه بكل افتخار ، إلى من علمني أن الدنيا كفاح ، وسلاحها العلم والصبر

إلى من لم يبخل علي بأي شيء ، وسعى لأجل راحتني ونجاحي ، أبي الحبيب
حفظهم الله

والى اخوتي و سندي في الدنيا و اختي الغالية
الى من ساندتني في اتمام هذه المذكرة زوجتي المستقبلية
حفظها الله

والى اصدقائي و رفقاء دربي بدون استثناء

فهرس المحتويات:

فهرس المحتويات:

كلمة الشكر

الإهداء

قائمة الأشكال

قائمة المختصرات

مقدمة

الفصل الأول: عموميات حول التجارة الالكترونية والدفع الالكتروني

تمهيد.....	06
المبحث الأول: عموميات حول التجارة الالكترونية.....	07
المطلب الأول: مفهوم التجارة الالكترونية.....	07
المطلب الثاني: أنواع التجارة الالكترونية.....	08
المطلب الثالث: مزايا و عيوب التجارة الالكترونية.....	12
المبحث الثاني: ماهية وسائل الدفع الالكتروني.....	17
المطلب الأول: تطور ونشأة أنظمة الدفع.....	17
المطلب الثاني: مفهوم وسائل الدفع الالكترونية، خصائصها وأهميتها.....	18
المطلب الثالث: أنواع، مزايا و عيوب وسائل الدفع الالكتروني.....	21
خلاصة.....	30

الفصل الثاني: دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر

تمهيد.....	32
المبحث الأول: تقديم عام لمؤسسة بريد الجزائر.....	33
المطلب الأول: نشأة و تعريف بريد الجزائر.....	33
المطلب الثاني: البنية الهيكلية لبريد الجزائر.....	34
المطلب الثالث: أهداف مؤسسة البريد.....	36
المبحث الثاني: الخدمات المالية الإلكترونية في بريد الجزائر.....	37
المطلب الأول: واقع الخدمة المالية الإلكترونية بمؤسسة بريد الجزائر.....	37

38.....	المطلب الثاني: الخدمات المالية الإلكترونية التي يقدمها بريد الجزائر
39.....	المطلب الثالث: الخدمات المالية الإلكترونية العوائق و الآفاق
42.....	خلاصة
44.....	الخاتمة
48.....	قائمة المصادر والمراجع
54.....	الملاحق
	الملخص

قائمة الأشكال

- قائمة الإشكال:

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
08	التجارة الالكترونية بين الشركات	01 - 01
09	التجارة الالكترونية بين الشركات و المستهلكين	02 - 01
10	التجارة الالكترونية بين الأعمال و الحكومات	03 - 01
11	التجارة الالكترونية بين المستهلكين و الأعمال التجارية	04 - 01
12	التجارة الالكترونية من المستهلك إلى المستهلك	05 - 01
25	أنواع البطاقات البنكية	06 - 01
35	يوضح الهيكل التنظيمي لقطاع بريد الجزائر	01 - 02

قائمة المختصرات

- قائمة المختصرات:

شرحها	الكلمة المختصرة
Business to Business	B2B
Business tu Customer	B2C
Business to Government	B2G
Customer to Business	C2B
Directly to Customer	D2C
Customer to Customer	C2C
Customer to Government	C2G
Post Télégramme Téléphone	PTT
Europay Master card Visa	EMV

مقدمة

مقدمة:

ظهرت في العقود السابقة تطورات وتغيرات سريعة في تقنيات ووسائل التكنولوجيا والاتصال، ونتيجة لتسارع وتيرة تطور الابتكارات والتقنيات التكنولوجية ساهم ذلك في نقل المجتمعات إلى عصر المعلومات، و في ظل الاقتصاد العالمي الجديد الذي يفرض على الأسواق ظروفًا تنافسية أكثر حدة من السابق أصبحت الطرق التقليدية التي كانت تعتمد عليها المؤسسات في إنجاز أعمالها تقف عائقًا بينها وبين متابعة أعمالها وقدرتها على الاستمرار والتنافس.

و بالتالي وجدت المؤسسة نفسها مجبرة على مسايرة هذا الواقع من خلال إدخالها التقنيات التكنولوجية في معاملاتها التجارية، و بالتالي تحول مفهوم التجارة التقليدية إلى تجارة إلكترونية، وأصبحت المؤسسات تتسابق من أجل الحصول على أحدث تقنيات التكنولوجيا والاتصال لتعتمدها كوسيلة من أجل زيادة تنافسيتها.

يشهد العالم في الآونة الأخيرة جملة من المتغيرات أحدثتها ثورة المعلومات هذه الأخيرة والتي تعتبر من سمات العصر الحديث التي أثرت على مختلف جوانب الحياة بما فيها البنوك التي امتدي لها هذا التطور فغيرت أساليب نشاطها وابتكرت وسائل دفع حديثة لم تكن معروفة من قبل سعيًا لزيادة أرباحها وتقليل تكاليفها، كما كانت البنوك سباق لها لاستغلال هذه التطورات من أجل تحديث نظام الدفع والذي كانت بأمس الحاجة إليه، حيث تعتبر البنوك أكبر مساهم في تنظيم وتطوير اقتصاديات دول العالم ويعود ذلك أساسًا لكون النقود شريان الذي يتمركز حولها عمل البنوك فالنقود في حد ذاتها تعتبر أول وسيلة دفع استخدمت للترويج وخلق ديناميكية في مجال المعاملات المصرفية

وتمشيا مع التطورات التكنولوجية في مجال الاقتصاد كان لابد للجزائر الارتقاء بنظامها المصرفي إلى مستوى تلك التطورات و بالتالي ضرورة تحديث نظام الدفع الذي يعاني من مجتمع يرفض التعامل بالوسائل الحديثة إلا قليلا معطيا الأولوية للسيولة النقدية في تعاملاته مما أدى إلى دخول الجزائر في بعض المشاريع التي دخلت حيز التنفيذ في إطار تحديث وسائل الدفع الإلكترونية.

وهذا التطور جعل الاقتصاديين يتنبئون بعالم بدون ورق حيث تحل وسائل الدفع الإلكترونية محل الوسائل التقليدية.

أولاً: الإشكالية

مما سبق تتجلى إشكالية البحث في التساؤل التالي:

ما هي أساليب الدفع الإلكتروني الحديثة و دورها في تفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر ؟

و على ضوء هذه الإشكالية يمكن طرح التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي التحديات والعقبات الموجهة للتجارة الالكترونية؟
- ما هي المزايا التي تحققها مختلف وسائل الدفع الالكترونية ؟
- ما مدى تطبيق وسائل الدفع الالكترونية في مؤسسات البريد الجزائرية ؟

ثانيا: فرضيات الدراسة

- بغرض الإجابة على الإشكالية الرئيسية لهذا البحث قمنا بالاستعانة بمجموعة من الفرضيات.
- تتحقق تنافسية المؤسسة من خلال اعتمادها الأساليب التجارة الإلكترونية.
 - وسائل الدفع الإلكترونية تسمح بمعالجة كم هائل من المعاملات بسرعة فائقة و بأقل جهد و وقت و تكلفة.
 - تحديث و عصنة نظام ووسائل الدفع مرتبط بثقافة و وعي المجتمع.

ثالثا: أهمية الموضوع

تستمد هذه الدراسة أهميتها من خصوصية البحث الذي تطرقنا إليه، فهي تعالج ظاهرة وسائل الدفع الإلكترونية ومدى مساهمتها في انتشار التجارة الإلكترونية، حيث تعد هذه الأخيرة أحد سمات الاقتصاد القائم على المعرفة، ومن أبرز ما حققته الثورة التقنية والمعلوماتية في الاقتصاد المعاصر.

رابعا: أهداف الدراسة

- الوقوف على الآثار الايجابية والسلبية للتجارة الالكترونية.
- معرفة المستجدات و التطورات التي طرأت على وسائل الدفع الالكتروني.
- محاولة معرفة العوامل المساعدة على نجاح و انتشار وسائل الدفع الحديثة.

خامسا: أسباب اختيار الموضوع

- انسجام الموضوع مع التخصص الذي نزاوله.
- التعرف على أنواع وسائل الدفع الالكترونية و كيفية التعامل بها.
- الكشف عن أهمية هذه الوسائل و مزاياها.

سادسا: الحدود الزمنية و المكانية للدراسة

يعتبر ميدان دراستنا هذه واسعا و شاسعا و لم يكن بمقدورنا التطرق من الناحية النظرية إلى مختلف الجوانب و خاصة تلك المتعلقة بمجالات تطبيقات الدفع الالكتروني لذلك ارتأينا تسليط الضوء على اثر هذه الأخيرة على تفعيل التجارة الالكترونية في الجزائر ، كما تم التطرق في بحثنا هذا إلى مؤسسة بريد الجزائر لإجراء المطابقة بين ماجاء في الجانب النظري من هذا البحث وواقعه في المؤسسة الجزائرية إذ انحصرت

دراستنا حول وسائل الدفع الالكتروني. أما بالنسبة للإطار الزمني لدراستنا فكانت في الفترة الممتدة من 19 أبريل إلى 19 ماي من سنة 2024.

سابعاً: المنهج المتبع

من أجل الإلمام بالموضوع بكل جوانبه وللإجابة على إشكالية البحث والتساؤلات المطروحة و اختبار الفرضيات اتبعنا المنهج الوصفي التحليلي في الجانب النظري، أما اعتمدنا على منهج دراسة الحالة في دراستنا الميدانية لتفسير الظاهرة محل الدراسة على أرض الواقع.

ثامناً: صعوبات البحث

خلال فترة قيامنا بإعداد هذه الدراسة صادفتنا بعض الصعوبات والعراقيل منها عدم توفر المعلومات الكافية بخصوص هذا الموضوع، وكذا صعوبة الحصول على معلومات الخاصة بالبريد كونهما معلومات ووثائق داخلية خاصة بالبريد فقط.

تاسعاً: هيكل الدراسة

من أجل الإجابة على الإشكالية المطروحة و اختبار صحة الفرضيات ارتأينا إلى تقسيم هذه الدراسة إلى مقدمة و فصلين وخاتمة:

بالنسبة للفصل الأول تم التطرق فيه إلى عموميات حول التجارة الالكترونية والدفع الالكتروني وهو بدوره قسم إلى مبحثين، حيث تناولنا في المبحث الأول نظرة عامة عن التجارة الالكترونية، أما المبحث الثاني فيتناول مفاهيم حول الدفع الالكتروني.

أما الفصل الثاني فقد قمنا بإعادة دراسة لحالة ميدانية لمؤسسة البريد، وق قمنا بتقسيمه أيضا إلى مبحثين: فالمبحث الأول تناولنا فيه بطاقة تعريفية عن مؤسسة بريد الجزائر، أما بالنسبة للمبحث الثاني فتطرقنا فيه الخدمات المالية الالكترونية المطبقة في بريد الجزائر.

وأخيرا حررنا خاتمة شاملة لموضوع دراستنا حيث قمنا بالإجابة على التساؤلات المطروحة والإلمام بالفرضيات التي تطرقنا إليها سابقا.

الفصل الأول

عموميات حول التجارة الالكترونية والدفع الالكتروني

تمهيد:

تعتبر التجارة الالكترونية واحدة من المصطلحات الجديدة في العالم الرقمي التي دخلت حياتنا كأفراد و مؤسسات وأصبحت تتداول في الاستخدام العادي، لتعبر عن العديد من الأنشطة الانسانية المرتبطة بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أو الثورة الرقمية.

إذ ظهرت وسائل الدفع الالكترونية كنتيجة للتطور التكنولوجي، وكحل للمشاكل والعراقيل التي أفرزتها وسائل الدفع التقليدية، و بالفعل تمكنت الوسائل الحديثة من الانتشار بسرعة، و قد ساعد في ذلك الجهودات الكبيرة المبذولة من طرف البنوك لجذب عدد أكبر من العملاء و جعلهم يختبرون فعالية و مزايا هذه الوسائل حديثة النشأة.

وبمعرفة الناس للتجارة الالكترونية والتعامل بها بات من المستحيل استعمال النقود العادية من نقود ورقية و معدنية، في معاملاتهم التجارية، وبالتالي كان لابد من وجود وسائل تتماشى مع هذا النوع من التجارة، و للتعرف كثير على التجارة الالكترونية ووسائل الدفع الالكتروني قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين:

المبحث الأول: نظرة عامة عن التجارة الالكترونية

المبحث الثاني: مفاهيم حول دفع الالكتروني.

المبحث الأول: عموميات حول التجارة الإلكترونية

تعد التجارة الإلكترونية من الظواهر الحديثة التي برزت على الساحة العالمية مؤخرًا، والتي تمكنت في فترة وجيزة من الانتشار والنمو والتحول إلى أحد أهم معالم الاقتصاد الجديد، وسيتمحور هذا المبحث حول توضيح هذا المفهوم الحديث للمبادلات الإلكترونية، وأنواعها، مع التطرق لأهم مزاياها وعيوبها.

المطلب الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية

أحدثت التجارة الإلكترونية ثورة في طريقة التسوق وممارسة الأعمال التجارية، ونظرا لتعدد فوائدها كإمكانية الوصول والراحة جعلها خيارًا شائعًا للمستهلكين والشركات على حد سواء، ومع ذلك فإنها ستطرح أيضا بعض التحديات مثل شواغل الأمن والاستدامة و مع استمرار تقدم التكنولوجيا فإن مستقبل التجارة الإلكترونية سيكون مشرقا خاصة مع الإمكانية المثيرة للتكنولوجيات الجديدة والممارسات المستدامة، وتعتبر التجارة الإلكترونية عن شراء وبيع السلع والخدمات عبر الإنترنت حيث أصبحت شائعة بشكل متزايد في السنوات الأخيرة، كما تمكن للمستهلكين التسوق من أي مكان و في أي وقت ويمكن للشركات الوصول إلى جمهور أوسع دون الحاجة إلى واجهات متاجر فعلية.

أولا. تعريف منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية:

تعرف منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية التجارة الإلكترونية على أنها تشمل جميع أشكال المعاملات والصفقات التجارية التي تتم من قبل الأفراد والهيئات، وتقوم على أساس معالجة ونقل البيانات الرقمية بجميع أشكالها سواء كانت مكتوبة أو مرئية أو مسموعة. كما أشار هذا التعريف إلى مصطلح "بيانات رقمية" للدلالة على وجود وسيط إلكتروني يسهل التبادل¹.

ثانيا. تعريف المنظمة العالمية للتجارة:

تعرف منظمة التجارة العالمية التجارة الإلكترونية على أنها مجموعة متكاملة من إنتاج المنتجات وتوزيعها وترويجها وبيعها من خلال شبكات الاتصالات السلكية واللاسلكية أي مجموعة متكاملة من عمليات المعاملات وإقامة روابط تجارية وتوزيع المنتجات وتسويتها وبيعها بالوسائل الإلكترونية².

ثالثا. تعريف الاتحاد الأوروبي:

يتم تعريف التجارة الإلكترونية من قبل الاتحاد الأوروبي على أنها المعاملات التي تتم باستخدام التكنولوجيا الإلكترونية بما في ذلك تلك التي تتم بين الشركات والعملاء وكذلك بينها وبين مختلف الوكالات الحكومية، ويشمل أيضا التوزيع الفعلي أو الافتراضي للسلع والخدمات مثل برامج الحاسوب والدوريات الإلكترونية¹.

¹ - محمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية و العولمة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2006، ص: 34.

² - إبراهيم العيسوي، التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، المكتبة الأكاديمية، مصر، 2003، ص: 11-12.

الفصل الأول: عموميات حول التجارة الإلكترونية والدفع الإلكتروني

من خلال هذه التعريفات يمكننا أن نعرف التجارة الإلكترونية كما يلي: التجارة الإلكترونية التي يشار إليها بـ E-COMMERCE، هي شراء وبيع المنتجات والخدمات عبر الإنترنت، وازدادت أهمية التجارة الإلكترونية وأصبحت جزءًا أساسيًا من حياتنا اليومية نتيجة لتطور التكنولوجيا، لهذا السبب تم إنشاء عمليات واستراتيجيات جديدة لممارسة الأعمال التجارية عبر الإنترنت.

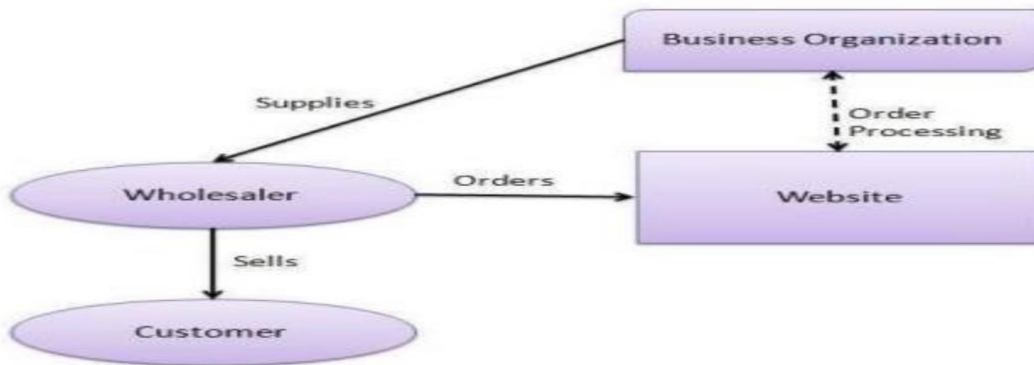
المطلب الثاني: أنواع التجارة الإلكترونية

عادة عندما نفكر في التجارة الإلكترونية، نرى عميل ومورد يديرا أعمال عبر الإنترنت. بالرغم من أن هذه الفكرة دقيقة، فقد نكون أكثر دقة بتصنيف التجارة الإلكترونية إلى ست فئات رئيسية، وهي²:

أولاً. التجارة الإلكترونية بين الشركات (B2B): تباع الشركة سلعها أو خدماتها لشركة أخرى بموجب نموذج أعمال B2B، وعلى الرغم من أن المشتري كثيرا ما يعيد البيع للمستهلك، فإن المشتري هو المستخدم النهائي أحيانا، ويتم تقديم الطلبات في كثير من الأحيان في معاملات B2B، وعلى الرغم من أن قيمة الطلب أكبر إلا أن دورة البيع عادة ما تكون أطول، وأيضا المزيد من عمليات الشراء المتكررة تستلزم مناقشات وعقودًا أكثر تعقيدًا.

يعد بيع B2B عبر الإنترنت أكثر أهمية مع انتقال الأجيال الشابة إلى العالم التجاري، عادة ما يشمل هذا النوع من التجارة الإلكترونية تجار الجملة والمنتجات من الصناعات التقليدية.

شكل رقم (01-01): رسم تخطيطي للتجارة بين الشركات



Source :<https://fr.slideshare.net/slideshow/e-commerce-business-models-250915693-250915693>

ثانياً. التجارة الإلكترونية بين الشركات والمستهلكين (B2C): تعرف المعاملات عبر الإنترنت لشراء وبيع المنتجات أو الخدمات بين الشركات والعملاء بالتجارة الإلكترونية بين الشركات والمستهلكين، حيث تقوم

¹ - علاوة محمد لحسن ، موالى لخضر عبد الرزاق، آليات التجارة الإلكترونية كأداة لتفعيل التجارة العربية البينية، الملتقى الرابع عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و اشكالية اعتمادها في الجزائر ، المركز الجامعي خميس مليانة، يومي 26-27 أبريل 2011، ص:04.

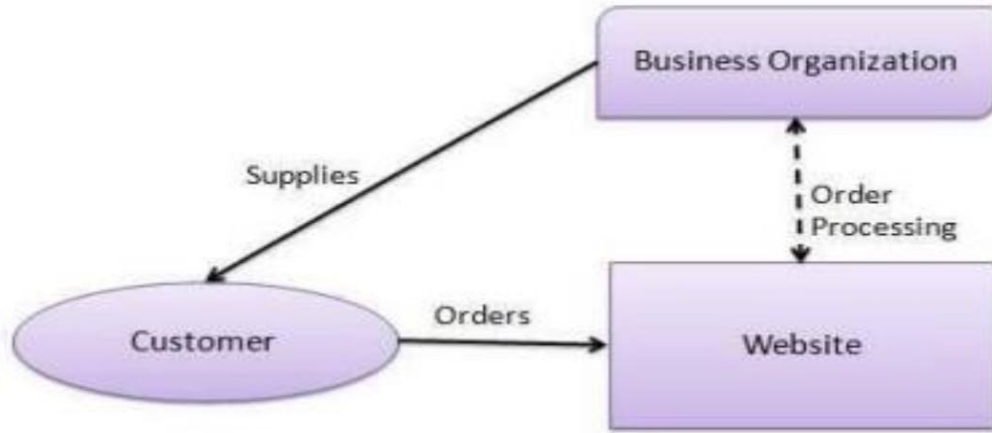
² - معيزي قويد، التجارة الإلكترونية منافعها و معوقاتها و متطلبات نجاحها، الملتقى العلمي الدولي حول: عصنة نظام الدفع يف البنوك الجزائرية و اشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر- عرض تجارب دولية، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26 27 28 أبريل 2011، ص:3-4.

الفصل الأول: عموميات حول التجارة الإلكترونية والدفع الإلكتروني

شركات B2C مبيعات مباشرة للمستهلكين النهائيين حيث أن كل ما تشتريه من الملابس والسلع المنزلية إلى الترفيه من خلال باعة التجزئة على الإنترنت، هي صفقة B2C حتى بالنسبة للمنتجات منخفضة القيمة، فإن عملية اتخاذ القرار لشراء B2C أقصر بكثير من عملية اتخاذ القرار بشأن المعاملة بين الشركات (B2B) مع دورة مبيعات أقصر. غالبًا ما تنفق شركات B2C أقل على التسويق من أجل إغلاق صفقة، حتى لو كان متوسط قيمة طلبها أقل. كما استفاد رواد أعمالها من التكنولوجيا مثل تطبيقات الهاتف المحمول والإعلانات المحلية والتسويق المباشر للعملاء من خلال تحسين حياة عملائهم. بالمقارنة مع التجارة الإلكترونية B2B، غالبًا ما يكون للمعاملات في التجارة الإلكترونية B2C أحجام معاملات أقل وعقود أقل تعقيدًا.¹

B2C يرمز إلى الأعمال التجارية و إلى المستهلك فهي إستراتيجية عمل تنضم فيها الشركة إلى منظمة أخرى لتقديم سلعها أو خدماتها للمستهلكين النهائيين. يدرك العميل النهائي أنه يشتري سلعة أو يستخدم خدمة من الشركة الأصلية، على عكس عندما تسمي الشركة منتجًا وتقدمه على أنه منتج خاص بها.

شكل رقم (01-02): رسم تخطيطي بين الشركات و المستهلكين



Source :<https://fr.slideshare.net/slideshow/e-commerce-business-models-250915693-250915693>

ثالثًا. التجارة الإلكترونية من الشركة إلى الحكومة B2G :

هو نموذج للتجارة الإلكترونية تقدم الشركة وتبيع منتجاتها إلى الإدارات العامة على جميع مستويات الحكومة، بما في ذلك الإدارات البلدية والمحلية والولائية والفيدرالية أي بيع المنتجات والخدمات بين شركة

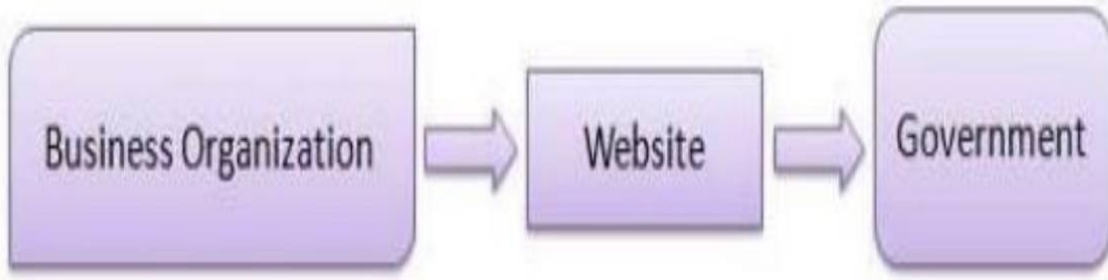
¹ - أحمد المعاني وآخرون، قضايا إدارية معاصرة، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2011، ص:136.

الفصل الأول: عموميات حول التجارة الإلكترونية والدفع الإلكتروني

كمورد ومنظمة حكومية كعميل والتي تُعرف أحياناً باسم الأعمال التجارية للإدارة (B2G)، على سبيل المثال، يمكن للمنظمات الحكومية أن تحتاج إلى منتجات أو خدمات من مزودين خارجيين لصيانة وتنظيف الأماكن العامة مثل الحدائق¹.

ويتركز هذا المفهوم على منح العقود العامة على أساس تنافسي. بالنسبة لهذه المبادرات، غالباً ما يتم تقديم اقتراح من قبل وكالة حكومية، ويجب على شركات التجارة الإلكترونية تقديم عروض. تختلف B2G عن الشركات أو العملاء الآخرين على الرغم من أن إستراتيجية العمل أكثر أماناً إلا أن كثيراً ما تتحرك المنظمات الحكومية بوتيرة أبطأ بكثير بسبب هيكلها البيروقراطي، مما قد يحد من قدرتها على توليد الدخل أي يحد من تدفقات الإيرادات المحتملة.

شكل رقم (01-03) : رسم تخطيطي بين الأعمال و الحكومات



Source :<https://fr.slideshare.net/slideshow/e-commerce-business-models-250915693-250915693>

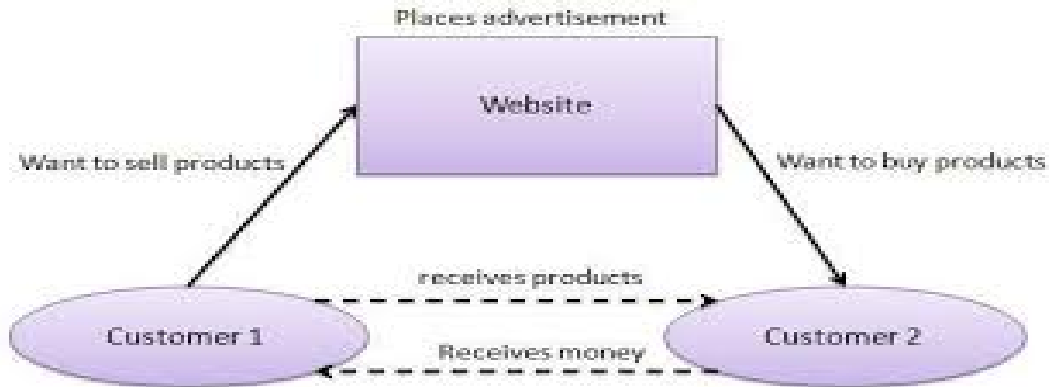
رابعا. تجارة إلكترونية بين المستهلكين والشركات C2B:

يُسمح للأفراد من المستهلكين إلى رجال الأعمال ببيع المنتجات والخدمات للشركات، عندما يبيع الشخص خدماته أو سلعه لشركة ما . قد يتمكن العملاء من نشر الوظيفة التي يرغبون في إنجازها وتقديم عروض إلى الشركات على موقع الويب باستخدام نموذج التجارة الإلكترونية هذا بالإضافة إلى ذلك، سيتم اعتبار خدمات التسويق الخاصة بها (C2B)، تتمتع أعمال التجارة الإلكترونية C2B بميزة تنافسية في تسعير المنتجات والخدمات. من خلال هذه الإستراتيجية، قد يحدد العملاء أسعارهم الخاصة أو يجبرون الشركات على التنافس بنشاط على أعمالهم.

قام الوفدون الجدد البارعون بربط الشركات بالمؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي للإعلان عن منتجاتهم، إضافة إلى المصورين والاستشاريين والكتاب المستقلين وما إلى ذلك مشمولون جميعاً في C2B.

¹ طارق طه، التسويق بالانترنت والتجارة الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، الطبعة الأولى، مصر، 2008، ص:383.

شكل رقم (01-04) : رسم تخطيطي بين المستهلكين و الأعمال التجارية.



Source: <https://fr.slideshare.net/slideshow/e-commerce-business-models-250915693-250915693>

خامسا. تجارة إلكترونية مباشرة إلى المستهلك (D2C) :

حيث تباع الشركة منتجاتها مباشرة إلى المستهلك و سلعها الخاصة إلى مستخدميها النهائيين مباشرة، دون استخدام موزعين مستقلين أو تجار إنترنت على عكس نماذج الأعمال الأخرى مثل B2C ، بحيث لا يوجد وسيط بين العميل أو المستهلك والشركة تعتبر أحدث نموذج للتجارة الإلكترونية، وتتغير الاتجاهات في هذا القطاع باستمرار.

يشير D2C إلى العلامة التجارية التي تباع للمستهلك النهائي مباشرة وليس من خلال بائع تجزئة أو موزع أو تاجر جملة.

كما أن البيع الاجتماعي على مواقع الويب وعبر المنصات مثل Instagram، Pinterest و TikTok و Facebook و SnapChat وما إلى ذلك شائع أيضًا. لمبيعات المستهلكين مباشرة¹.

سادسا. تجارة إلكترونية من المستهلك إلى المستهلك (C2C) :

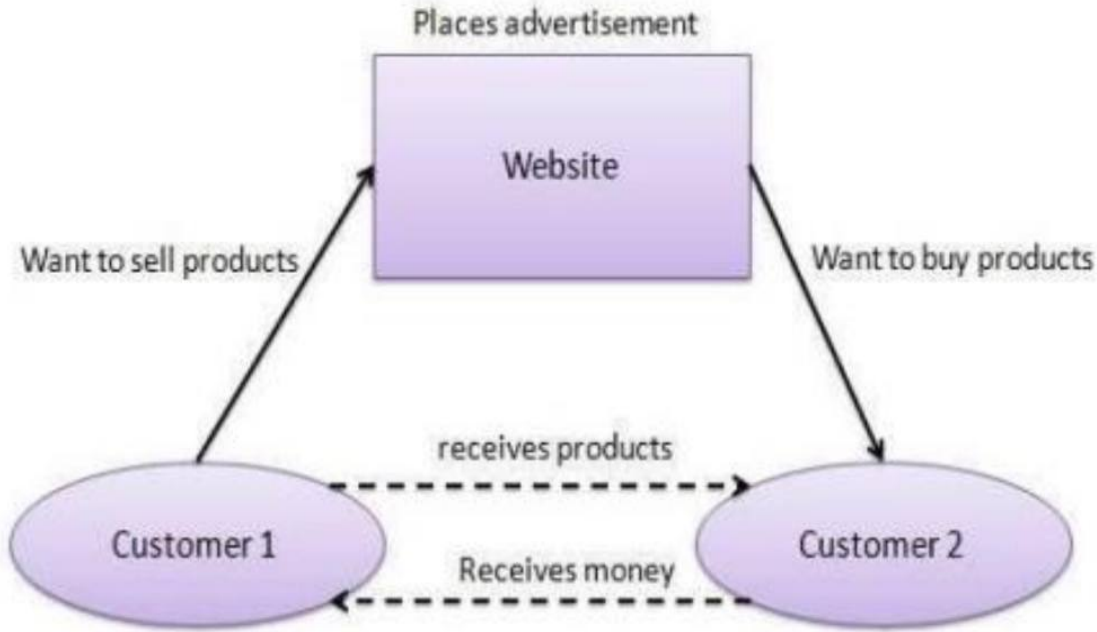
تسهل أعمال التجارة الإلكترونية C2C ، التي تُعرف غالبًا باسم الأسواق عبر الإنترنت، تبادل المنتجات والخدمات بين العملاء، أي تتضمن شراء وبيع السلع أو الخدمات بين المستهلكين الأفراد من خلال المنصات عبر الإنترنت، عادة ما يكسبون المال عن طريق تحصيل رسوم المعاملات أو رسوم الإدراج.

تستفيد شركات C2C من تطوير الدفع الذاتي للعملاء والبائعين المتحمسين لكن مراقبة الجودة والصيانة التكنولوجية مهام صعبة للغاية وتعتبر تحدي لهذه الشركات تشمل أمثلة التجارة الإلكترونية C2C الأسواق

¹- جعيص نبيلة، التجارة الإلكترونية في العالم العربي وأهم المفوقات التي تحد تطورها، مجلة آفاق علوم الإدارة والاقتصاد، المجلد: 02، العدد: 02، 2018، ص: 278.

عبر الإنترنت مثل EBay Ali baba فهي شركات رائدة في هذا المفهوم، حيث يمكن للأفراد شراء وبيع العناصر مباشرة مع بعضهم البعض.

شكل رقم (01-05): رسم تخطيطي من المستهلك إلى المستهلك



Source: <https://fr.slideshare.net/slideshow/e-commerce-business-models-250915693-250915693>

سابعاً. تجارة الكترونية من المستهلك إلى الحكومة C2G:

يعرف أيضاً باسم إدارة المستهلك، و يسمح للمواطنين المستهلكين بالتواصل مباشرة مع الإدارة أو السلطات الحكومية للتعبير عن آرائهم أو الحصول على معلومات حول المؤسسات العامة، تشمل الأمثلة استخدام موقع ويب حكومي لدفع الضرائب أو فاتورة الكهرباء الخاصة بك¹.

المطلب الثالث: مزايا و عيوب التجارة الالكترونية

مثلاً للتجارة الالكترونية مزايا فهي لها أيضاً عيوب و من هنا نستعرض هذه المزايا و العيوب:

أولاً. مزايا التجارة الالكترونية

هناك عدة أسباب لزيادة الاهتمام بالشراء عبر الإنترنت والأكثر شيوعاً هو أن المستهلكين وتجار التجزئة يستمتعون بوقتهم أثناء التسوق، والسيناريو المربح للجانبين هو الذي يربح فيه كلا الجانبين شيئاً ما إضافة إلى ربح الوقت والجهد والتكلفة.

¹ - جمال قاسم حسن، محمود عبد السلام، التجارة الالكترونية، سلسلة كتيبات تعريفية، صندوق النقد العربي، 2021، ص: 11.

1, المزايا التي يتحصل عليها المستهلكون أو العميل :

أ. تقديم الخدمات بشكل دائم (7/24):

على عكس الأعمال التجارية التقليدية، التي حددت ساعات العمل، فإن مواقع التجارة الإلكترونية مفتوحة طوال السنة وفي كل الأيام والأوقات 7/24 حيث يمكن للعملاء التسوق في أي ساعة من أي يوم من أيام السنة من خلال زيارة موقع الويب، وهو أمر مريح لتقدير العميل لهذه الميزة ويعزز ولائه¹.

ب. توفير الراحة للمستهلكين :

برزت التجارة الإلكترونية كأبسط طريقة للتسوق وأكثرها شهرة لأنها عملية سهلة للغاية، مع نقرة واحدة فقط على جهاز محمول مرتبط بالإنترنت يمكن للمستهلكين بسهولة اختيار المنتجات من مجموعة متنوعة من المصادر دون أن يقيدهم موقعهم الفعلي.

ج. تقليل زمن المعاملات الإلكترونية :

أدت التجارة الإلكترونية إلى تسريع عمليات الشراء والبيع مع توفير الوقت والجهد و لن يحتاج المشترون الذين يتسوقون عبر الإنترنت إلى أكثر من 15 دقيقة لإكمال الصفقة، بالإضافة إلى ذلك، يتوق الموردون إلى تسليم البضائع إلى عتبات أبواب العملاء في أقل من أسبوع.

د. مقارنة في الأسعار:

مع منصات التجارة الإلكترونية، يتم توفير المزيد من الفرص للمستهلكين لرؤية نقاط ومميزات الأسعار المختلفة وبالتالي اختيار خيارات أقل تكلفة وأفضل قد تكون مقارنة الخيارات في نظام التسويق التقليدي أو الفعلي أمراً صعباً للغاية، لأن زيارة جميع المتاجر وطلب الأسعار قد يكون مرهقاً للعملاء وقد تكون مسألة السؤال عن الأسعار مخرجة بعض الشيء لبعض العملاء، والبعض الآخر لا يجرؤ حتى على السؤال عن سعر عنصر معين، ومع مع التسوق عبر الإنترنت كل شيء هو أداة لتسليمها ووضعها أمام المستخدمين².

هـ. توفير المعلومات:

تتمتع متاجر التجارة الإلكترونية بالقدرة على جمع المعلومات حول أنماط الشراء وتفضيلات عملائها، مما يمكنهم من تقديم تجربة تسوق أكثر تخصيصاً حيث يقدمون معلومات مفصلة عن مشتريات العملاء ذات الصلة في غضون ثوان مع خيار مراجعة مشترياتهم، وأيضاً السماح للعملاء بالبحث عن معلومات البضائع

¹ - بوالقول هارون، التجارة الإلكترونية و ضرورة اعتمادها في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر ، 2008-2009، ص77-78.

² - ابراهيم بختي، التجارة الإلكترونية - مفاهيم و استراتيجيات التطبيق في المؤسسة، الطبعة الأولى، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص:67-68.

الفصل الأول: عموميات حول التجارة الالكترونية والدفع الالكتروني

ومقارنة التكاليف، تعد مشاهدة حجم بيانات المستهلك في التسويق التجاري التقليدي أمرا صعبا بل ومستحيلا، يمكن للعملاء التسوق دون الذهاب فعليًا إلى المتجر عن طريق القيام بذلك أثناء وجودهم في المنزل أو أثناء التنقل وهذا يوفر الوقت والجهد، وهو أمر بالغ الأهمية لأولئك المشغولين.

2, المزايا التي تحصل عليها الشركات من التجارة الالكترونية :

أ. زوال القيود الجغرافية:

تحتاج الشركات إلى المزيد من الموارد وإلى نمو البنية التحتية وتوسعها لكن يمكن لمتاجر التجارة الإلكترونية التوسع بسهولة لتلبية الطلب على عكس التوسع المادي على واجهة المتجر التقليدي، والذي قد يكون مكلفا ويستغرق وقتا طويلاً. وتمكن هذه القدرة على توسع الشركات من توسيع أسواقها لتشمل جميع الأسواق في أنحاء البلاد وحول العالم مع القليل من الالتزام المالي والتكيف بسرعة مع ظروف السوق المتغيرة، والاستفادة من الإمكانيات الجديدة بعبارة أخرى، يمكن للشركة بسهولة تحديد المزيد من العملاء وتجار التجزئة المهمين والشركاء المقبولين من الشركات في جميع أنحاء العالم¹.

ب. انخفاض التكاليف:

تعد تكاليف التجارة الإلكترونية أكثر اقتصادية وذلك تقليلا من النفقات العامة المرتبطة بتشغيل متجر مادي إن متاجر التجارة الإلكترونية لديها تكاليف عامة أقل بكثير، وجودة خدمة أكبر، ولا يوجد موظفون وكشوف مرتبات ولا إيجار، مما الذي يجعل الشركات أكثر فعالية.

ج. التواصل الفعال الاتصال الفعال للعملاء والشركاء:

تمنح التجارة الإلكترونية الشركات فرصة الاستفادة من المنتجات والخدمات التي تقدمها الشركات الأخرى. حيث تقصر التجارة الإلكترونية الحدود و المسافات، مما يجعلها وسيلة عملية لتبادل المعلومات مع الشركاء التجاريين².

تمنح التجارة الإلكترونية الشركات فرصة للتواصل مع العملاء خارج وجودهم الفعلي بدون شرط واجهة متجر فعلية، وهذا يمكنهم من الاستفادة من الأسواق الجديدة، وتوسيع قاعدة عملائهم، وزيادة المبيعات والدخل³.

3, المزايا على المستوى القومي :

أن لا يحتاج العملاء إلى الانتقال من مكان إلى آخر للقيام بالتسوق.

¹ - محمد مداحي ، التجارة الالكترونية منافعها و معوقاتهما و متطلبات نجاحها، الملتقى العلمي الدولي حول: عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر عرض تجارب دولية، المركز الجامعي خميس مليانة ، الجزائر، يومي 26 و 27 أبريل، 2011، ص: 05.

² - ابراهيم بختي، مرجع سبق ذكره، ص: 69.

³ - محمد مداحي، مرجع سبق ذكره، ص: 20.

الفصل الأول: عموميات حول التجارة الإلكترونية والدفع الإلكتروني

إنخفاض التكاليف الثابتة، يمكن الزبائن ذوي أدنى دخل من شراء سلعة أو خدمة.

إتاحة الفرصة للمناطق الريفية المعزولة للتفاعل عن بعد عبر المتاجر الإلكترونية.

يمكن للتجارة الإلكترونية أن تساعد الناس على بدء أعمال تجارية صغيرة ومتوسطة الحجم، وربطهم بالأسواق في جميع أنحاء العالم بأقل تكلفة ممكنة، وفتح فرص عمل جديدة¹.

ثانياً , عيوب التجارة الإلكترونية :

1- **عدم ضمان جودة المنتج:** لا يمكن للعملاء الحصول على ضمان فيما يتعلق بجودة المنتجات المتاحة عبر الإنترنت.

مشكلات الأمان: يمكن التسلل أو سرقة بيانات العملاء والتسبب لهم في خسارة كبيرة.

2- **أوقات تسليم طويلة:** غالباً ما يتم الانتظار لفترات أطول لتسليم العملاء منتجاتهم.

3- **عدم تمكن من تجربة المنتج قبل الشراء:** لا يمكن للعملاء الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات حول كيفية استخدام المنتجات وخصائصها قدر الإمكان.

4- **التعقيد في اللوائح والضرائب:** يتعين على الشركة التي تباع في مناطق مختلفة الالتزام باللوائح في دول إقامة المستهلكين ، قد يخلق هذا الكثير من التعقيدات في المحاسبة والضرائب والامتثال.

5 - **الحاجة للاتصال بالإنترنت :** لا يمكن للعملاء الشراء عبر الإنترنت بدون اتصال ويب.

6 - **الاحتيال في بطاقات الائتمان:** قد يؤدي إلى فقدان الأرباح إضافة إلى اكتساب السمعة السلبية.

ويمكن تلخيص العيوب الرئيسية المرتبطة بالتجارة الإلكترونية فيما يلي:

- صعوبة التحقق من هوية المتعاملين في التجارة الإلكترونية نظراً لغياب العلاقة المباشرة بين العملاء فقد يتم إبرام عقد بيع البائع و المشتري يبعد عنه آلاف الأميال و يختلف عنه في التوقيت الزمني².

- الاعتماد الشديد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

- عدم وجود تشريعات تنظم أنشطة التجارة الإلكترونية الجديدة تنظيمياً كافياً، على الصعيدين الوطني والدولي.

- لا يستطيع الزبائن لمس المنتجات أو تجربتها.

- فقدان الخصوصية والهوية الثقافية والاقتصادية للبلدان.

¹ - عدوكه خلضر، حدو بن عبيزة، التجارة الإلكترونية منافعها و معوقاتها و متطلبات نجاحها، الملتقى العلمي الدولي حول: عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، عرض تجارب دولية، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26 و 27 أفريل، 2011، ص:09.

² - محمد صالح الحناوي و آخرون، مقدمة الأعمال في عصر التكنولوجيا، الدار الجامعية، الاسكندرية، مصر، 2004، ص:169.

- انعدام الأمن في إجراء المعاملات التجارية عبر الإنترنت .
- تورط البعض بالاندفاع نحو شراء السلع التي قد لا يحتاج إليها الفرد نتيجة جاذبية الإعلان و سهولة الشراء ببطاقة الائتمان¹.

¹ - بلعزوز بن علي، عبو هدى، التجارة الالكترونية عبر الأنترنت، الملتقى العلمي الدولي حول: عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية و اشكالية اعتماد التجارة الالكترونية، المركز الجامعي خميس مليانة، يومي: 26 و 27 أفريل 2011، ص: 117.

المبحث الثاني: ماهية وسائل الدفع الالكتروني

لقد ظهرت وسائل الدفع الالكتروني كنتيجة للتطور الالكتروني و كحل للمشاكل التي أفرزتها وسائل الدفع التقليدية، و بالفعل تمكنت الوسائل الحديثة من الانتشار بسرعة، و قد ساعد في ذلك الجهودات الكبيرة المبذولة من طرف البنوك لجذب لأكثر عدد من العملاء و أعلى نسبة من الأرباح أين تم استخدام ما يسمى بالبطاقات البلاستيكية "وسائل الدفع الحديثة".

و لم يكن أمام المصارف لمواجهة التحديات سوى العمل على إيجاد أنظمة إلكترونية متكاملة ومتنوعة و متطورة.

المطلب الأول: تطور ونشأة نظام الدفع

"عندما أخذ المجتمع الإنساني في التطور كان الأفراد ينتجون سلعا بمقادير تفوق حاجياتهم إليها، ومن ثم يبادلون فائض هذه السلع بسلع أخرى"¹، "مباشرة دون استخدام أي وسيط، فهي الصورة الطبيعية والبسيطة للتبادل"²، وهو ما يعرف بالمقايضة، غير أن هذا الأخير كان عاجزا عن مسايرة التطور الاقتصادي الذي استند في أساسه إلى ظهور التخصص وتقسيم العمل، وما رافق ذلك من اتساع في عمليات المبادلة بين الأفراد بسبب فائض في الإنتاج المعد للتبادل³.

إذ اكتفى بثلاث صعوبات رئيسية، خاصة صعوبة التوافق بين رغبات المتعاملين وتقدير نسبة المقايضة وعدم قابلية السلع للتجزئة، فبسبب محدودية هذا النظام كان من الضروري الاستعانة بوسيلة أخرى أكثر فعالية و تم اللجوء إلى استخدام المعادن كنقود واحتلت المعادن الثمينة (الذهب والفضة) مكان الصدارة بين مختلف المعادن النقدية ثم تلتها في الترتيب المعادن الأخرى مثل الحديد والنحاس والقصدير وغيرها، ولقد تم اختيار المعادن النفيسة لأنها تمتاز بالخصائص التالية:

- غير قابلة للتلف وقابلة للتجزئة إلى قطع متماثلة يلاءم حجمها مختلف حاجات التداول.
 - نظرا لكونها نادرة فهي مرتفعة الثمن.
 - الثبات النسبي في قيمتها مقارنة مع غيرها من السلع.
- غير أن العالم قد شهد بداية النصف الثاني من القرن السابع عشر الميلادي ظهور أنواع جديدة من السندات يصدرها الصيارفة للتجارة، تثبت ملكية التاجر مبلغ ما في ذمة الصيرفي³ و تعد النقود المصرفية

¹ - صبحي تادرس قريصة، مدحت محمد عقاد، النقود والبنوك والعلاقات الاقتصادية الدولية، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، لبنان، 1983، ص:13.

² - عبد الحق بوعتروس، مدخل للاقتصاد النقدي والمصرفي، مطبوعات جامعة منتوري، قسنطينة، 2003، ص: 02.

³ - مروان عطون، النظريات النقدية، دار البعث للطباعة والنشر، قسنطينة، 1989، ص: 01-02.

³ - موسى آدم عيسى، آثار التغيرات في قيمة النقود وكيفية معالجتها في الاقتصاد الإسلامي، مجموعة دله البركة إدارة التطوير والبحوث، قسم الدراسات والبحوث الشرعية، جدة، 1993، ص:21.

أهم أنواع النقود المتداولة فكما كان إيداع الذهب لدى البنوك سببا في وجود النقود الورقية فإن إيداع النقود الورقية أدى إلى وجود النقود الائتمانية¹، فقيام النقود بوظيفتها كمقياس للقيمة يدل على صعوبة تقدير النسب كما أن استخدامها كوسيط للتبادل قضى على الصعوبات التي تصاحب تحقيق التوافق بين رغبات المتعاملين، لم تعد مشكلة عدم قابلية بعض السلع للتجزئة تعترض عقد صفقات البيع والشراء²، أما في العصر الحديث ومع ظهور تكنولوجيا المعلومات والاتصال فقد ظهرت العديد من الوسائل التكنولوجية الحديثة التي سادت معها ظاهرة المعلوماتية التي تأثر بها الناس نظرا لمزاياها من ناحية السرعة أو التكلفة حيث أصبح من السهل على أي شخص في أي مكان أن يحصل على جميع المعلومات التي قد يحتاج إليها في أي مجال من مجالات مختلفة عن طريق شبكة الانترنت³، التي ارتبطت بتكنولوجيا الالكترونيات والحواسب فكان لها دور كبير، فتم تفاعلها مع كافة القطاعات والمؤسسات، حيث فتحت المجال لتقديم المعلومات كما شاع مؤخرا استخدامها على نطاق واسع في الأغراض التجارية كانت نتيجته التحول إلى ممارسة التجارة الالكترونية التي أتاحت عملية تبادل السلع والخدمات والبيانات بين العديد من الجهات عبر شبكة الانترنت مؤدية بذلك إلى ظهور ثورة جديدة في شكل التجارة العالمية أثرت على أسلوب الحياة بأكملها لذلك سعت المصارف للتكيف والتعامل مع المستجدات المصرفية الالكترونية بكل فعالية وانفتاح وكفاءة، لأن التطورات التكنولوجية المتسارعة التي يجري فيها الانتقال من اقتصاد الموجودات إلى اقتصاد المعلومات والأرقام، ومن الخدمات المصرفية التقليدية إلى الخدمات المصرفية الالكترونية بات أمرا مسلما والمالي باعتباره أكثر تأثرا خاصة في المعاملات المالية المتداولة إذ أملى على المصارف تدني إستراتيجية مفادها تطوير بنيتها التكنولوجية وأنظمتها المعلوماتية لمواكبة هذا التطور، وبالتالي القدرة على المنافسة⁴ وعليه نجد أن العالم يتجه نحو تطبيق واسع لنظام المدفوعات بوسائل دفع الكترونية مما يقلل من استخدام النقود بشكل كامل.

المطلب الثاني: مفهوم وسائل الدفع الالكترونية، خصائصها وأهميتها

أولا: تعريف وسائل الدفع الإلكترونية

وردت تعريفات عدة لأنظمة الدفع الإلكتروني يتمحور معظمها حول طبيعة الدفع بالمقارنة مع طبيعة وسائل الدفع في النظم التقليدية ومن هنا يمكن تعريفها على أنها: "النظم التي تمكن المتعاملين بتطبيقات التجارة الإلكترونية من التبادل المالي إلكترونيا، بدلا من استخدام النقود المعدنية والورقية أو الشيكات الورقية حيث

1 - حروفش مدني، الكامل في الاقتصاد، دار الأفاق، الأبيار، الجزائر العاصمة، 2000، ص:33.

2 - صبحي تادرس قريضة، مرجع سبق ذكره، ص:20.

3 - عصام عبد الفتاح مطر، التجارة الإلكترونية في التشريعات الأجنبية والعربية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2009، ص:07.

4 - علي محمد أحمد أبو العز، التجارة الإلكترونية وأحكامها في الفقه الإسلامي، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص:01.

الفصل الأول: عموميات حول التجارة الإلكترونية والدفع الإلكتروني

يقوم البائعون عن طريق الإنترنت بتوفير طريق سهلة وسريعة وآمنة للحصول على أثمان منتجاتهم من الزبائن¹.

1- نظام الدفع الإلكتروني هو نظام دفع مبني على تقنيات إلكترونية زائد تقنيات الإعلام الآلي التي تستعمل لغرض صناعة نظام الدفع الإلكتروني، من خلاله تحصل قيم وسائل الدفع التي تم ضبطها عن طريق المبادلات البنكية عبر سند معلوماتي بدل سند ورقي².

2- هو نقد عالمي بمعنى لا حدود له وقاعدته الأساسية تتمثل في الإنترنت وبشكل عام يسمى أحيانا نقد رقمي تم تطويره ليسمح للبائعين والمشتريين عبر الإنترنت أن يعقد صفقاتهم ضمن الفضاء السبراني عبر الشبكة العالمية³.

من خلال هذه التعاريف نستنتج أن النظام الدفع الإلكتروني هو مجموعة الوسائل والتقنيات الإلكترونية التي تسمح بتحويل الأموال بشكل مستمر وآمن وذلك لتسديد دين ما على السلع والخدمات بصفة تلغي العلاقة بين الدائن والمدين.

و يعرف الدفع الإلكتروني على أنه: "عملية يتم من خلالها استبدال الخدمة المالية بالبضاعة، أو بالخدمات أو المعلومات، التي تستخدم وسيطا في عملية التبادل مثل البنك"، وعليه فإن الدفع المباشر عبر الإنترنت إما أن يعتمد على وسائل الدفع ببطاقات الدفع الإلكتروني أو يعتمد على النقود الإلكترونية أو بالاستعانة بوسيط أو بمحفظة نقود إلكترونية، لقد كان تطوير النقد الإلكتروني من العوامل المباشرة المساعدة في نمو التجارة الإلكترونية، و لقد أدى إدخال المعلوماتية في مجال وسائل الدفع إلى تحول عميق في منظومة التبادل وتنام في الوساطة وتحويل في شكل النقد وفي طبيعته، وهو ما نتج عنه تحول في المؤسسات والآليات والتشريعات⁴.

ثانيا: خصائص وسائل الدفع الإلكتروني

تتميز وسائل الدفع بالخصائص الآتية:

- 1- يتسم الدفع الإلكتروني بالطبيعة الدولية، أي أنه وسيلة مقبولة من جميع الدول، حيث يتم استخدامه لتسوية الحسابات في المعاملات التي تتم عبر فضاء إلكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم.
- 2- يتم الدفع باستخدام النقود الإلكترونية: وهي وحدات نقدية عادية كل ما هناك أنها محفوظة بشكل إلكتروني ويتم الوفاء بها إلكترونيا.

1 - محمد عبد حسين الطائي، التجارة الإلكترونية، ط:1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص:178.

2 - عبد القادر بحيج، مرجع سبق ذكره، ص:234.

3 - حيدر أمير، الدفع الإلكتروني من يحميه، تاريخ الاطلاع : 2024/05/07 على الموقع: www.islamonline.net

4 - أحمد بوراس، السعيد بريكة، أعمال الصيرفة الإلكترونية الأدوات والمخاطر، دار الكتاب الحديث، مصر، 2014، ص:203-205.

3- يستخدم هذا الأسلوب لتسوية المعاملات الإلكترونية عن بعد، حيث يتم إبرام العقد بين أطراف متباعدة في المكان ويتم الدفع عبر شبكة الانترنت، وفقا لمعطيات إلكترونية تسمح بالاتصال المباشر بين طرفي العقد ويتم الدفع الإلكتروني بأحد الأسلوبين:

- **الأول:** من خلال نقود مخصصة سلفا لهذا الغرض، بحيث يكون الثمن فيها مدفوعا مقدما.
 - **الثاني:** من خلال البطاقات البنكية العادية حيث لا توجد مبالغ مخصصة مسبقا لهذا الغرض بل إن المبالغ التي يتم السحب عليها بهذه البطاقات قابلة للسحب عليها بوسائل أخرى كالشيك.
- تتطلب توفر أجهزة تتولى هذه العمليات التي تتم عن بعد لتسهيل تعامل الأطراف وتوفير الثقة فيما بينها. تم الدفع الإلكتروني من خلال نوعين من الشبكات، شبكة خاصة ويقتصر الاتصال بها على أطراف التعاقد ويفترض ذلك وجود معاملات وعلاقات تجارية ومالية مسبقة بينهم، وشبكة عامة حيث يتم التعامل بين العديد من الأفراد لا توجد بينهم قبل ذلك روابط معينة.

ثالثا: أهمية الدفع الإلكتروني

وسائل الدفع أهمية بالغة لأطراف العلاقة التعاقدية، فهي تمنح عدة مزايا وفوائد لحاملها أو للبنك المصدر لها أو حتى للتاجر وعلى المستوى الاقتصادي عموما نذكر البعض منها¹:

1. الشعور بالأمان والخصوصية والسهولة في الاستعمال:

تعتبر وسائل الدفع الإلكتروني وسيلة دفع جاهزة توفر على المستهلك حمل النقود وما يترتب على ذلك من مخاطر ضياعها أو سرقتها، كما تحول له الإبقاء بالتزاماته بطريقة سهلة بعيدة عن التعقيد كما تساعد على توفير الوقت من خلال إجراء عمليات الدفع، كما أن الخصوصية في التعامل بهذه الوسائل تأتي من كون هذه الأخيرة لا ترتبط في معظمها بشيكات مصرفية أي أنه لا تكتنفها علاقة مصرفية مما يقلل احتمال إطلاع الغير على الصفقات التي يقوم بها المستهلك، كما أن البطاقات لا يمكن تداولها إلا من خلال حاملها الشرعي وعدم قابليتها للانتقال عن طريق التظهير.

أما بالنسبة للتجار فتكمن أهمية في كون القيمة الإلكترونية التي قام المستهلك بدفعها لهم قابلة للتحويل إلى نقود عادية دون أدنى شك وذلك بضمان المؤسسة التي قامت بإصدارها.

2. توفير النقدية بصورة فورية

يؤدي هذا النظام إلى تحسين التدفق النقدي وكذا تسريع دورة النقد. ولوسائل الدفع الإلكتروني أهمية بالغة كون نظام الدفع الإلكتروني يتسم بالطبيعة الدولية ويتم استخدامه لتسوية الحسابات في المعاملات التي تتم

¹ - أحمد عبد العليم العجمي، نظم الدفع الإلكترونية وانعكاساتها على سلطات البنك المركزي، ط:1، دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2013، ص: 46.

الفصل الأول: عموميات حول التجارة الإلكترونية والدفع الإلكتروني

عبر الفضاء الإلكتروني عبر أنحاء العالم عن طريق مجموعة الأدوات الإلكترونية التي تصدرها البنوك ومؤسسات الائتمان¹.

المطلب الثالث: أنواع، مزايا وعيوب وسائل الدفع الإلكتروني

أولاً: أنواع وسائل الدفع الإلكتروني

نتيجة التطورات التي حدثت في مجال التجارة الإلكترونية الذي تمحّص عنها وسائل دفع حديثة يتم بواسطتها تسوية المدفوعات في التجارة الإلكترونية بشكل عام وتسوية المعاملات المصرفية بشكل خاص، والتي تتميز بطابعها الإلكتروني مسايرة بذلك التطور الاقتصادي في هذا العصر الرقمي، وتعددت هذه الوسائل الإلكترونية واتخذت أشكالاً مختلفة تتلاءم مع طبيعة المعاملات وتسوية المدفوعات حيث كان أول ظهور في شكل بطاقات بنكية ومع التطور في مجال تكنولوجيا الاتصالات أخذت أشكالاً جد متطورة ومتنوعة.

1 - البطاقات البنكية وأنواعها:

تعتبر البطاقات البنكية من أكثر وسائل الدفع الإلكترونية تداولاً نظراً للإقبال الذي حظيت به هذه البطاقات خاصة مع تطوير عنصر الأمان فيها فضلاً عن السهولة التي تتيحها في المعاملات المصرفية الإلكترونية.

أ - البطاقات البنكية:

هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية مغناطيسية بأبعاد قياسية معينة مدون عليها بيانات² مرئية وغير مرئية تصدرها البنوك لعملائها للتعامل بها بدلاً من حمل النقود، التي قد تتعرض لمخاطر السرقة أو الضياع أو التلف³.

وتكون مصنوعة من مادة يصعب العبث بها يذكر عليها اسم العميل الصادرة لصالحه ورقم حسابه⁴، حيث يتم صرف هذه الأموال من البنوك من خلال ماكينات الصرف الآلية المنتشرة.

ب - أنواع البطاقات البنكية: وهناك عدة أصناف لهذه البطاقات من أهمها:

- البطاقات الائتمانية *Carte de Crédit*: وهي "البطاقات التي تتيح لحاملها الحصول على ائتمان"⁵، يستطيع المستهلك استعماله لشراء مستلزماته ثم التسديد لاحقاً فإذا كان غير راغب في تسديد جميع ما قام باقتراضه (شرائه) في أي شهر فإنه يسمح له بتدوير جزء من المبلغ المقترض إلى الشهر.

1 - أحمد سفر، أنظمة الدفع الإلكترونية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، بيروت، 2008، ص: 38-39.

2 - فؤاد قاسم مساعد قاسم الشبيعي، المقاصة في المعاملات المصرفية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2008، ص: 36.

3 - رأفت رضوان، عالم التجارة الإلكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 1999، ص: 01.

4 - محمد توفيق سعودي، بطاقات الائتمان والأسس القانونية للعلاقات الناشئة عن استخدامها، دار الأمين للنشر، 2001، ص: 260.

5 - نادر شعبان، إبراهيم سواح، النقود البلاستيكية وأثر المعاملات الإلكترونية على المراجعة الداخلية في البنوك التجارية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006، ص: 01.

التالي ويترتب عليه في هذه الحالة دفع الفائدة على الرصيد المدين¹، وتنقسم إلى قسمين: بطاقات ائتمان متجددة، وبطاقات ائتمان غير متجددة.

– **بطاقات الائتمان المتجددة raveling credit card**: هي نوع من بطاقات الدفع تستخدم كأداة وفاء وائتمان في نفس الوقت، فهي تتيح لحاملها الحصول على السلع والخدمات للبنك المصدر لتلك البطاقة، فالائتمان المتولد عن استخدام هذه البطاقة يعد دينا متجددا على صاحبها، أي أن صاحب البطاقة غير ملزم بدفع قيمة الفاتورة المرسلة إلى البنك كل شهر بل هو ملزم بدفع جزء منها فقط حسب الاتفاق بينه وبين البنك وهو مخير في الباقي بين أن يقضي في الموعد المحدد أو يدعه معلقا بدمته، ويكون ملزما بدفع فوائد شهرية على هذا التأخير في الدفع وتحسب الفوائد بصفة يومية على المبالغ المتبقية²، وتلجأ بعض البنوك لمطالبة العميل بمبلغ مالي تبقية رهنا مقابل عمليات البطاقة.

– **بطاقة الائتمان غير المتجددة**: تسمى كذلك بطاقة الخصم الشهري أو بطاقة الوفاء المؤجل أو بطاقة الحساب والفرق الرئيسي بين هذه البطاقة وسابقتها أنه لا يمكن أن يكون لدى حاملها حساب لدى البنك المصدر، ومن ثم فعندما يقوم الفرد باستخدامها فإنه يحصل آليا على قرض (ائتمان) مساو لقيمة السلعة أو الخدمة ولكل عميل حد أعلى للقرض يحدده العقد ويسمى خط الائتمان، ويلتزم حامل البطاقة لشروط الإصدار بتسديد كامل مبلغ الفاتورة خلال فترة لا تزيد غالبا عن 30 يوم من تاريخ استلامه لها، وفي حالة الماطلة يقوم البنك المصدر بإلغاء عضوية حامل البطاقة وسحبها منه³.

– **البطاقات غير الائتمانية**: هذا النوع من البطاقات يعتبر أوسع البطاقات انتشارا في العالم لأنه يقلل من مخاطر الديون المعدومة لدى البنوك المصدرة للبطاقات ويتميز هذا النوع بأنه لا يعطي العميل أي ائتمان، ويمكن تقسيم هذه البطاقات كما يلي⁴:

– **البطاقات المدينة (Débit Card)**: تعتمد هذه البطاقات على وجود أرصدة فعلية للعميل لدى البنك في حسابات جارية لمقابلة المسحوبات المتوقعة للعميل حامل البطاقة⁵، إذ تسمح لحاملها تسديد مشترياتهم من خلال السحب على حساباته الجارية في المصرف مباشرة، أي أنه بدلا من الاقتراض من مصدر

¹ – المراكز المالية المصرفية، دليل المصارف لاستعمال البطاقات البلاستيكية من قبل المستهلك، مجلة الدراسات المالية والمصرفية، العدد: 3، الأكاديمية العربية المصرفية، الأردن، 1995، ص: 15.

² – علي محمد أحمد أبو العز، مرجع سبق ذكره، ص: 233.

³ – مرجع نفسه، ص: 234.

⁴ – سميحة القليوبي، وسائل الدفع الحديثة (البطاقات البلاستيكية)، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، الجزء الأول، الجديد في التقنيات المصرفية، لبنان، 2002، ص: 66.

⁵ – عبد الحميد بسبوني، عبد الكريم عبد الحميد بسبوني، أساسيات ومبادئ التجارة الإلكترونية، دار السحاب للنشر والتوزيع، مصر، 1997، ص: 72.

البطاقات والتسديد لاحقاً كما هو الحال في البطاقة الائتمانية فإن العميل يحول الأموال العائدة له إلى البائع (التاجر) عند استعماله لهذه البطاقة فإذا كانت البطاقة المدينة على الخط فإن تحويل الأموال يتم عادة خلال اليوم نفسه الذي يتم فيه تنفيذ معاملات الشراء أما إذا كانت البطاقة المدينة خارج الخط فإن التحويل يتم خلال عدة أيام لاحقة، ويمكن أن نميز هذه البطاقات من خلال عدة معايير:

– معيار إقليم قبول البطاقة (قبول البطاقة): وفقاً لهذا المعيار هناك نوعان من البطاقات:

البطاقة الدولية: مثل فيزا، ماستر كارد، أمكس، دينر كلوب، ويمكن استخدامها داخل البلاد المصدرة وخارجها.

البطاقة المحلية: وتستخدم داخل البلاد المصدرة فيها بالعملة المحلية¹.

– معيار العمليات المنجزة بالبطاقة: ونجد فيه:

بطاقة الخصم الفوري: يستخدم هذا النوع من البطاقات كأداة وفاء فقط²، إذ يشترط لإصدار هذه البطاقات أن يكون للعميل له حساب في البنك فيه رصيد إذ يستطيع البنك المصدر لهذه البطاقة أن يخصم منه ما يحصل عليه حامل البطاقة عند استعمالها ويجب أن لا ينقص رصيد حسابه من المبلغ الذي يمكن أن تؤمنه بطاقة الائتمان أي أن الحد الأعلى للائتمان هو رصيد الحساب الموجود في البنك. وبذلك يكون رصيد الحساب البنكي أشبه ما يكون بضمان نقدي فالبنك لا يقدم لحامل البطاقة قرضاً ولا يسمح له باستعمالها إلا في حدود رصيده وكلما قام حامل البطاقة باستخدامها يقوم المصدر لها بالبنك بالسحب مباشرة من حسابه لتسديد قيمة فاتورة مشترياته التي تصل إلى البنك من طرف التاجر ومن الواضح أن هذه البطاقة تشبه كثيراً الشيك الذي يستحق الدفع لمجرد الإطلاع عليه والتاجر يقبل قيمة البضائع أو الخدمات بمجرد الإطلاع على البطاقة³، وقد يتعدى حامل البطاقة الحد المسموح به فيجب أن تؤخذ موافقة من قسم الائتمان الخاص بالبنك المصدر وإذا تمت الموافقة يتم حساب باقي المبلغ على نظام بطاقة الائتمان⁴.

– بطاقة الشيكات Card Guarantee Cheque:

تتضمن هذه البطاقة اسم العميل وتوقيعه ورقم حسابه والحد المسموح له بالسحب بموجبها وعندما يرغب العميل في استخدامها في السحب أو الشراء فإنه يقدم البطاقة ليقوم التاجر بتدوين رقمها على ظهر الشيك الذي يسحبه العميل كما يقوم بمطابقة توقيعه على الشيك مع توقيعه على البطاقة، والتأكد من صلاحية البطاقة وبهذه العملية يكون البنك ضامناً دفع قيمة الشيك للمستفيد في حدود المبلغ المحدد

1 – نطوان خليل الهندي، العمليات المصرفية والسوق المالية، المؤسسة الحديثة للكتاب، 1998، ص: 01.

2 – عصام عبد الفتاح مطر، مرجع سبق ذكره، ص: 82.

3 – علي محمد أحمد أبو العز، مرجع سبق ذكره، ص: 22.

4 – عصام عبد الفتاح مطر، مرجع سبق ذكره، ص: 82.

بالبطاقة، ومن ثم فإن هذه البطاقة لا تستخدم باستقلال عن الشيك، وإنما تعمل إلى جانبه والسبب في إصدار مثل هذه البطاقات هو رفض التجار التعامل بالشيكات خشية عدم وجود رصيد للعميل يسمح بالوفاء بقيمة المشتريات فتقوم البنوك بدعم عملاتها بإصدار بطاقات الضمان¹.

بطاقة السحب الآلي: لقد عرفت أجهزة الصرف الآلي تطوراً كبيراً للتقليل من عدد المعاملات داخل البنك ومن ثم البحث عن تحقيق ميزة تنافسية حيث تم إنشاء محطات صرف آلي، لتمكن العميل بمقتضاها من سحب مبالغ نقدية من حسابه في حد أقصى متفق عليه وظيفتها الوحيدة السحب النقدي من الموزعات الآلية للنقود والشبايك الأوتوماتيكية التابعة للبنك المصدر لها ويمكن أن تتضمن خدمات أخرى منها الإطلاع على الرصيد، إجراء تحويلات، طلب كشف الحساب، طلب دفتر الشيكات واستلامه².

- **بطاقة الخصم:** يتميز هذا النوع من البطاقات بأنه لا يتضمن ائتمان، بل يتم خصم قيمة الصفقة من حساب العميل في البنك في الحال مثلما هو الحال بالنسبة للبطاقات الصراف الآلية، ويلاحظ أن هذا النوع من البطاقات يمكن أن يستخدم على نفس شبكات الآلات السابقة ويعود ارتفاع معدل استخدامها إلى ما يلي:

- الإقبال المتزايد من قبل العملاء والتجار وازدياد تعودهم عليها.
- تزايد اللجوء إلى أساليب التسويق الهجومية من جانب البنوك.
- **البطاقة المدفوعة مسبقاً:** تقوم هذه البطاقة على أساس تثبيت مبلغ محدد، ويتم استخدامها بمعاملات لدى المحلات المختلفة وذلك بإدخالها في آلة قارئة لهذه البطاقات ويتم خصم قيمة المعاملة من القيمة المخزنة عليها مثل بطاقات التليفونات ووسائل النقل... الخ، وبعض هذه البطاقات قد يكون محدود الاستخدام بعملية واحدة مثل البطاقات التي تستخدم لغرض خاص مثل بطاقة التليفون وبسبب الإصدارات المتزايدة والمتعاقبة لأنواع هذه البطاقات فإنه ليس من السهل التوصل إلى إحصاء دقيق لحجمها الحالي.

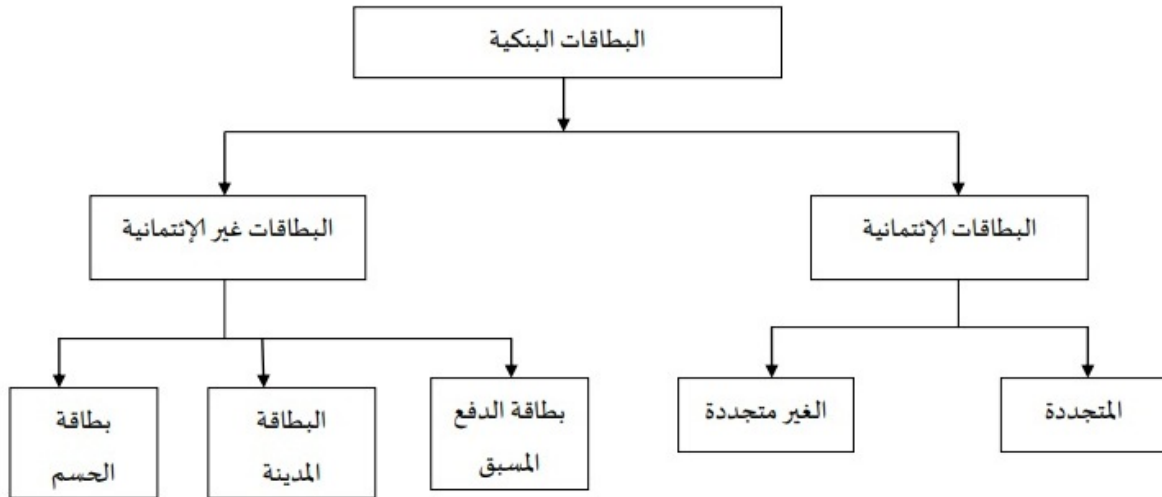
- **بطاقة الدفع الآجل:** الأصل في بطاقات الائتمان على أساس أن الدفع الشهري يقوم البنك المصدر بجمع الفواتير الموقعة من قبل حامل البطاقة ومطالبتها بما دورياً مرة كل شهر في تاريخ معين ويقوم العميل بدفع ما عليه بالمستحقات نتجت عن استخدام البطاقة بما لا يتجاوز تاريخ الاستحقاق الذي يحدده البنك المصدر ويمتد هذا التاريخ عادة من شهر إلى حوالي شهرين في أقصى الحالات وذلك ابتداء من تاريخ ثبوت الدين في ذمة حاملها بموجب استخدام البطاقة أو في بعض الأحيان الأخرى من تاريخ الإرسال البنكي

¹ - سميحة القيلوبي، مرجع سبق ذكره، ص: 68.

² - محمد شكرين، بطاقة الائتمان في الجزائر، رسالة ماجستير، قسم علوم التسيير، فرع النقود والمالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، الجزائر، 2005، ص: 06.

المصدر لكشف الحساب، ومطالبة العميل بالسداد وتمثل هذه المدة فترة السماح التي يستفيد بها حامل البطاقة مجاناً دون احتساب فوائد عليها ويتضح من هذا الأسلوب أنه لا يلزم أن يكون لحامل هذا النوع من البطاقات رصيد سابق باستخدام البطاقة لأنه يحصل عن كل استخدام على قروض بدون فوائد بقيمة مشترياته¹.

شكل رقم (01-06): أنواع البطاقات البنكية



المصدر: أحمد عبد العليم العجمي، مرجع سبق ذكره، ص: 30.

2 - البطاقة الذكية Smart card و الشيكات الإلكترونية :

أ- البطاقات الذكية:

لقد كانت ولادة البطاقة الذكية استجابة لطلبات المستهلكين المتنامية نحو الاستفادة من نظم متقدمة للمدفوعات تؤمن لهم الملائمة في الزمان والمكان والاستعمال والحماية من التزوير والمحافظة على الخصوصيات الشخصية بالإضافة إلى تمكينهم من الدخول إلى نظم المعلومات المالية وإنجاز المدفوعات من خلال استعمال تشكيلة متنوعة من الأدوات الالكترونية، ويرى البعض إدراج البطاقات الذكية تحت بند البطاقات البلاستيكية على أساس أنها عبارة عن جيل جديد من البطاقات بينما يرى البعض الآخر إدراجها ضمن النقود الالكترونية على اعتبار أنه يمكن تخزين قيم النقود فعلياً عليها على عكس البطاقات العادية إلا

¹ - محمد شكرين، مرجع سبق ذكره، ص: 06.

الفصل الأول: عموميات حول التجارة الالكترونية والدفع الالكتروني

أنه نظرا للأهمية الفائقة التي اكتسبتها في الآونة الأخيرة فإننا نعتبرها وسيلة مستقلة للدفع الالكتروني لا تتبع أي تصنيف¹.

- مفهوم البطاقة الذكية:

هي بطاقة بلاستيكية ذات حجم قياسي، تخزن في داخلها شرائح للذاكرة وهي تشبه الكمبيوتر المتنقل لكونها تحتوي فعال على سجل للبيانات والمعلومات والأرصدة القائمة لصاحب البطاقة وحدود المصروفات المالية التي يقوم بها فضلا عن بياناته الشخصية والرقم السري وتعد هذه البطاقة الجديدة من البطاقات التي يختار العميل طريقة التعامل بها سواء كان التعامل عن طريق الدفع أو الائتمان، ويتيح هذا النظام لأجهزة قراءة البطاقات التي توضع في المواقع التجارية للتدقيق في تفاصيل الحسابات المالية ألسحابها².

كما أنها تحتوي معالجا دقيقا يسمح بتخزين الأموال من خلال البرمجة الأمنية فضلا عن إمكانية تعاملها مع بقية الكمبيوترات ولا تتطلب تفويضا أو تأكيد صلاحية البطاقة من أجل نقل الأموال من المشتري على البائع كما أن القدرة الاتصالية لها تمنحها الأفضلية على الشريط المغناطيسي لبطاقة القيمة المخزنة التي يتم تمريرها على قارئ البطاقات، ومع التطور غير المسبوق في مجال تكنولوجيا الاتصالات ابتكرت منظمة الفيزا العالمية بالتعاون مع شركة توشيبا للإلكترونيات بطاقة ذكية جدا "Card Super smart" وتتميز بأنها تحافظ على خصوصية حامل البطاقة وتمنع التزوير والتحايل بأن عملية الدفع التي تتم باستخدامها تنفذ من خلال نظام كتابي الكتروني مشفر "Cryptographic" وتسمى الكتابة الخوارزمية وهذه البطاقة تحتوي على معالج صغير للبيانات مع ذاكرة وشريط ممغنط وشاشة عرض ومفاتيح ذات ألياف محشوة في نسيج البطاقة.

- **مميزات البطاقة الذكية:** يمكن القول أن البطاقة الذكية تتميز عن البطاقات البنكية التي سبق ذكرها بالمميزات التالية:

- تمكن البطاقة الذكية حاملها من اختيار طريقة التعامل بها سواء كان هذا التعامل ائتماني أو عن طريق الدفع الفوري.
- تتسم بسهولة الحصول عليها وذلك من خلال منافذ الصرف الالكتروني ومراكز البيع التجارية والهواتف وأجهزة التلفزيون التفاعلي ويعلق البعض قائلا: "إن هذه البطاقة الذكية قد تصبح دفتر شيكات المستقبل".
- حيث تعكس كل تعاملات العميل المالية ومدفوعاته³.

¹ - عصام عبد الفتاح مطر، مرجع سبق ذكره، ص: 86.

² - محمد حسين منصور، مرجع سبق ذكره، ص: 01.

³ - السيد أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية والعولمة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر الجديدة، القاهرة، 2006 ، ص: 184.

الفصل الأول: عموميات حول التجارة الالكترونية والدفع الالكتروني

ب - الشيكات الإلكترونية: إن الشيك الالكتروني هو المكافئ الالكتروني للشيكات التقليدية التي اعتدنا تداولها.

- تعريف الشيكات الالكترونية: هي محرر ثلاثي الأطراف معالج الكترونيا بشكل كلي، أو جزئي يتضمن أمرا من شخص يسمى الساحب إلى البنك المسحوب عليه بأن يدفع مبلغا من النقود لإذن شخص ثالث يسمى المستفيد ولعل الشيك الالكتروني هو أكثر الأوراق التجارية التي يمكن الاستفادة منها في مجال التقنيات الالكترونية¹.

- خصائص الشيكات الالكترونية: تتميز الشيكات الالكترونية بما يلي²:

- تخضع الشيكات الالكترونية إلى الإطار القانوني نفسه المقرر في الشيكات الورقية.
- دفتر الشيك الالكتروني يحقق الوظائف نفسها التي يقوم بها الشيك العادي، ويعتبر أفضل لأنه يوفر السرية ويعتبر أكثر أمانا.
- تقلص الشيكات الالكترونية من تكلفة الإدارة والدفع وتحل مشكلة التزويد والنقل والطبع والسرعة.
- خفض تكاليف المصروفات الإدارية من خلال زيادة السرعة وتقليل تكاليف المواد الورقية والطباعة.
- زيادة كفاءة انجاز عمليات الحسابات والودائع للتجار والمؤسسات المالية.
- تسريع عملية الدفع والمحاسبة التي يقوم بها الزبون.
- تزويد الزبون بمعلومات وتفصيلا أكثر في كشف الحسابات³.

3 - النقود الالكترونية والمحافظ الالكترونية :

نتيجة لتطور الأساليب الحديثة والتوسع في استخدامها ظهرت النقود الالكترونية والمحافظ الالكترونية إذ أصبحت النقود تقبل بشكل متزايد في تسديد المدفوعات عبر شبكة الانترنت، وكذلك ازدادت الحاجة إلى استعمال المحافظ في المعاملات التجارية اليومية المحلية والعالمية.

أ - النقود الالكترونية:

استخدمت الأدبيات الحديثة مصطلحات مختلفة للتعبير عن النقود الالكترونية فيشار إليها بمسميات مختلفة منها النقود الرقمية أو العملة الرقمية أو النقدية الالكترونية

¹ - مصطفى كمال طه، وائل بندق، الأوراق التجارية ووسائل الدفع الالكترونية الحديثة، دار الفكر الجامعي، مصر، 2007، ص: 35.

² - المنصف قرطاس، بعض الجوانب القانونية لطاقة الذاكرة الناجمة عن استخدام الحاسب الآلي في المصارف، مجلة اتحاد المصارف العربية مجلد 20، عدد 240، بيروت، لبنان، 1991، ص: 71.

³ - محمد نور صالح الجداية، سناء جودت، التجارة الدولية "الحواسيب"، دار حامد، الأردن، 2008، ص: 02.

- تعريف النقود الالكترونية:

هي قيمة نقدية مخزنة على وسيلة الكترونية مدفوعة مقدما وغير مرتبطة بحساب بنكي، وتشير النقود الالكترونية إلى سلسلة الأرقام الالكترونية التي تستخدم للتعبير عن قيم معينة وتحظى بقبول واسع من غير من قام بإصدارها وتستعمل كأداة للدفع لتحقيق أغراض مختلفة، كما تعرف بأنها مجموعة من البروتوكولات والتوقيعات الرقمية التي تتيح للرسالة الالكترونية أن تحل فعلا محل تبادل العملات التقليدية وبعبارة أخرى فإن النقود الإلكترونية أو الرقمية هي المكافئ الإلكتروني للنقود التقليدية التي اعتدنا تداولها.

- خصائص النقود الالكترونية: تتمتع النقود الالكترونية بخصائص تكون بشكليين:

خصائص عملية متعلقة بالاستخدام:

يتميز النقد الالكتروني عن أدوات الدفع الأخرى بما يلي:

- يحتفظ بالقيمة كمعلومات رقمية مستقلة عن أي حساب مصرفي.
- يسمح بتحويل القيمة إلى شخص عن طريق تحويل المعلومات الرقمية.
- يسمح بالتحويل عن بعد عبر شبكات عامة كالانترنت أو شبكات الاتصال اللاسلكية.
- لا يستلزم وجود طرف ثالث لإظهار أو مراجعة أو تأكيد التبادل.

خصائص متعلقة باحتياطات الأمن:

لتحقق أكبر قدر من الأمان يتعين توفر عدة خصائص في صيغ نقد الكترونية مقترحة أبرزها:

- أن تحقق الأمان عند استخدامها بحيث يصعب اختراقها من قبل القراصنة والمحتالين.
- أن تتميز بالقدرة على العمل المتواصل والتشغيل في كافة الظروف بما يحفظ حقوق المتعاملين بالنقد الالكتروني.

ثانيا: مزايا وعيوب وسائل الدفع الالكتروني

2 - مزايا وسائل الدفع الالكتروني :

يترتب على استخدام وسائل الدفع الالكترونية مجموعة من المزايا ويمكن إنجازها فيما يلي:

- أ - بالنسبة لحاملها: تحقق وسائل الدفع الالكتروني لحاملها مزايا عديدة أهمها:
- سهولة ويسر الاستخدام، كما تمنحه الأمان بدل حمل النقود الورقية وتفادي السرقة والضياع، كما أن لحاملها فرصة الحصول على الائتمان المجاني لفترة محددة، كما تمكنه من إتمام صفقاته فوراً مجرد ذكر رقم البطاقة¹.

¹ - يوسف حسن يوسف، البنوك الالكترونية، ط:1، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، 2012، ص:27.

ب - بالنسبة للتاجر: لطالما أن عبء متابعة ديون الزبائن يقع على حامل البنوك والمؤسسات المصدرة²، فإن البائع بعيد عن تحمل هذا العبء فهي تعد ضمان لحقوق البائع.

ج - بالنسبة لمصدرها: تعتبر مصدر ربح معتبر يفوق في كثير من الأحيان الربح المحقق في وسائل الدفع الكلاسيكية.

2 - عيوب وسائل الدفع الالكتروني:

من العيوب التي تعاني منها وسائل الدفع الالكترونية ما يلي:

أ - بالنسبة لحاملها: من المخاطر الناجمة عن استخدام هذه الوسائل زيادة الاقتراض والنفاق بما يتجاوز القدرة المالية، وعدم قدرة سداد حامل البطاقة لقيمتها في الوقت المحدد يترتب عنه وضع اسمه في القائمة السوداء.

ب - بالنسبة للتاجر: قد تؤدي مخالفته و عدم التزامه بالشروط إلى إلغاء البنك التعامل معه ووضع اسمه في القائمة السوداء ما يترتب على ذلك من صعوبات في ممارسة نشاطه التجاري.

ج - بالنسبة لمصدرها: أهم خطر يواجه مصدرها هو سداد حاملي البطاقات للديون المستحقة عليهم وكذلك تحمل البنك نفقات ضياعه.

² - صراع كريمة، واقع وآفاق التجارة الالكترونية في الجزائر، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص إستراتيجية، جامعة وهران، الجزائر، 2014، ص:76.

خلاصة:

تعتبر التجارة الالكترونية القطاع الأسرع نموا في الاقتصاد العالمي، وقد أصبحت واقعا ملموسا في ظل البيئة الحالية، ومن المتوقع أن يتعاظم دورها في المستقبل القريب نظرا لتأثيرها الفعال على بيئة الأعمال. وتستخدم التجارة الالكترونية أنماط مختلفة في عملها مثل الاتصال عبر الانترنت و التبادل الالكتروني بين الشركة و الزبائن، حيث أن صفة العالمية للتجارة الالكترونية ألغت الحدود أمام الأسواق التجارية، وحولت العالم الى سوق مفتوحة أمام المستهلك بغض النظر عن الموقع الجغرافي للبائع والمشتري.

و بالرغم من تعدد أنظمة الدفع إلا أنها لها دائما الهدف نفسه وهو إتاحة الفرصة لتحويل الأموال من حساب في بنك إلى حساب في بنك آخر لأغراض متعددة، ظهرت أنظمة الدفع الالكتروني مع ظهور التجارة الالكترونية، إذ أصبحت أنظمة الدفع التقليدية غير مجدية في هذا النوع من التجارة الذي يتطلب إلى وسائل أكثر تطور أو حداثة المتمثلة في وسائل الدفع الالكترونية التي إتخذت عدة أشكال و هي: البطاقات البنكية، البطاقات الذكية، الشيكات الالكترونية ، التحويلات الإلكترونية، النقود الالكترونية و المحافظ الالكترونية، و كل من هذه الوسائل يؤدي دورا مهما في تسريع وتأدية الخدمة للأفراد بكل أمن و سلامة.

الفصل الثاني

دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر

تمهيد:

يسعى بريد الجزائر إلى توفير العديد من الخدمات المتنوعة في ظل التطور الذي يشهده قطاع البريد، و يعتمد بريد الجزائر على الابتكار و طرح منتجات جديدة للاستجابة لتطلعات الزبائن و تلبية متطلباتهم المتغيرة و تحسين مستوى أداء المؤسسة، و لهذا جاء هذا الفصل لتوضيح مختلف الأسس النظرية التي تم التطرق إليها في الجانب النظري على مؤسسة بريد الجزائر باعتبارها محور الدراسة.

وقد قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين وهما:

المبحث الأول: بطاقة تعريفية عن مؤسسة بريد الجزائر

المبحث الثاني: الخدمات المالية الالكترونية في بريد الجزائر

المبحث الأول: تقديم عام لمؤسسة بريد الجزائر

سنتناول في هذا المبحث عرض أهم معلومات مؤسسة بريد الجزائر حيث قسم هذا المبحث إلى ثلاثة مطالب.

فتكلمنا في المطلب الأول عن نشأة وتعريف بريد الجزائر، أما المطلب الثاني فتحدثنا فيه عن البنية الهيكلية لبريد الجزائر، وفي الأخير تحدثنا في المطلب الثالث عن أهداف مؤسسة بريد.

المطلب الأول: نشأة و تعريف بريد الجزائر

نشأت مؤسسة بريد الجزائر نتيجة لعدة إصلاحات شملت إعادة هيكلة قطاع البريد والمواصلات، بحيث أعطت الدولة بذلك حرية التصرف الكاملة لهذا المتعامل الاقتصادي للمشاركة في النمو الاقتصادي والاجتماعي للدولة.

أولا : لمحة تاريخية عن مؤسسة بريد الجزائر

شرعت فرنسا في بناء قصر البريد المركزي سنة 1910 سنة و أكملته سنة 1913 وأطلقت عليه آنذاك تسمية «البريد الجديد» قبل أن تغيرها الجزائر المستقلة إلى البريد المركزي بعد استعادة سيادتها في 1962. أثناء الاستعمار الفرنسي لبلادنا، تمثل الدور المنوط بالبريد في الحفاظ على العلاقات و الاتصالات مع المدينة الكبيرة من خلال استلام الجوالات و الصكوك البريدية، إدارة الاشتراكات بالصحف و اليوميات، بيع طوابع البريد، إيداع الأموال بصندوق التوفير، دفع المعاشات، و أيضا دفع الرواتب المعلمين و عمال البلدية و عمال الإدارات العمومية. و كان البريد في الحقبة الاستعمارية يعرف بالفرنسية ب (PTT) نسبة إلى الأحرف الثلاثة الأولى الكلمات من الفرنسية التالية "البريد"، "التلغراف"، و "الهاتف"، و هي التسمية التي استمر اعتمادها حتى بعد الاستقلال¹.

في سنة 1962 و بعد ترحيل أغلبية عمال البريد من الأقدام السوداء و سكان المدينة الكبيرة تم تسجيل شعور و فراغ فيما يتعلق بإدارة و تسيير مصالح البريد ببلادنا الشيء الذي دفع بمجموعة من العمال الجزائريين إلى بذل قصارى جهدهم و رفع التحدي حيث تمكنوا من ضمان استمرارية الخدمات على مستوى ما يفوق 800 مكتب بريد.

و جاء إصدار أول طابع بريد للجمهورية الجزائرية كرمز من رموز السيادة الوطنية بتاريخ الفاتح نوفمبر 1962، ليؤرخ لصفحة جديدة من صفحات السجل التاريخي الجزائري بتاريخ 14 جانفي 2002 و عقب

¹ - المار عبد القادر بن مبارك، اتفاقيات دولية قوانين أوامر ومراسيم قرارات ومقررات في الجريدة الرسمية، العدد: 29، 09 أفريل 1976، الجزائر، ص: 19-21.

الفصل الثاني: دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر

الإصلاحات التي شهدتها قطاع البريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية، تأسس بريد الجزائر بموجب المرسوم رقم 02/43 كمؤسسة مكلفة بمهمة رئيسية تتمثل في ضمان الخدمة العمومية وفق محورين اثنين للخدمات هما الخدمات البريدية (خدمة البريد و الطرود، خدمة البريد السريع و الطوابعية) و الخدمات المالية البريدية (خدمة الحسابات البريدية الجارية ، خدمة حسابات التوفير و الاحتياط، خدمة الحوالات النقدية عبر الشبايك البريدية الآلية و خدمة التحويل الإلكتروني للأموال).

ثانيا : تعريف مؤسسة بريد الجزائر

إن المؤسسة ذات الطابع الصناعي و الإقتصادي " بريد الجزائر": هي مؤسسة موضوعة تحت وصاية وزارة البريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية و التكنولوجيات و الرقمنة ، بحيث يديرها مجلس إدارة يرأسه الوزير (ة) المكلف(ة) بالبريد أو الممثل (ة) عنه (ها) ، كما يسيرها مدير عام معين بموجب مرسوم رئاسي. و هي محددة بقرار وزاري مؤرخ في 21 يناير 2010 (رقم 002/أخ / و. ب. م. س. ل. ت. ر.) و مؤطرة من قبل لجننتين (02) تنفيذية و تجارية و كذا مكلفة بالتسويق، يتمحور نشاط المؤسسة ذات الطابع الصناعي و الاقتصادي « بريد الجزائر» حول المهن البريدية الكلاسيكية ، و هذا على ثلاث أصعدة (مركزي ، جهوي، ومحلي). يقع مقر المديرية العامة ل « بريد الجزائر » و مصالحها المركزية بباب الزوار 16024، بالحصّة العقارية رقم 01، القطعة رقم 04، منطقة الأعمال، في مبنى ذي اثني عشرة (12) طابقا¹.

المطلب الثاني: البنية الهيكلية لبريد الجزائر

تحتوي بريد الجزائر على هيكل تنظيمي يسمح لها بالانتشار والتواجد في كل النقاط عبر القطر الجزائري وفي نفس الوقت الاتصال بين مختلف مستويات الهيكل أنظر الشكل رقم (01).

إن وضع إستراتيجية خاصة بمؤسسة بريد الجزائر تعد محور عمل المديرية العامة، حيث لم تعد مكلفة بالجانب العملي فقط، وحتى يتسنى لها ذلك فقد جاء الهيكل التنظيمي على النحو التالي:

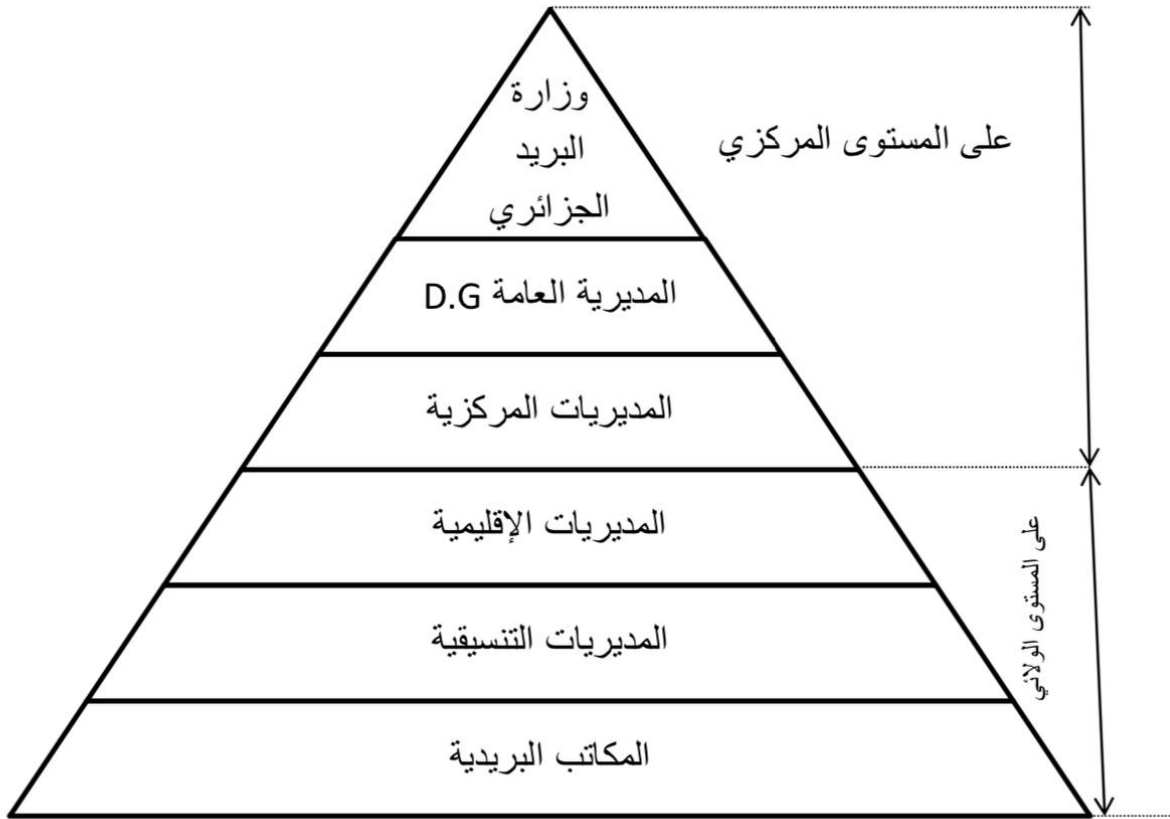
المستوى الأول: المديرية العامة "المستوى المركزي" .

المستوى الثاني: المديرية الإقليمية للبريد.

المستوى الثالث: الوحدات الولائية.

¹ موقع بريد الجزائر www.poste.dz

شكل رقم (01-02): يوضح الهيكل التنظيمي لقطاع بريد الجزائر



المصدر: ماريه فلاح، دراسة تحليلية و تقييمية لنظام الأجور في المؤسسات العمومية ذات الطابع الصناعي والتجاري حالة قطاع البريد، مذكرة لنيل شهادة الدراسات العليا، جامعة قسنطينة، السنة الجامعية 2007-2008.

- مديريات مؤسسة بريد الجزائر¹:

أولاً - المديرية الفرعية للمحاسبة و الميزانية: وهي المسؤولة عن تقسيم الأموال داخل المكاتب.

أ - مكتب المحاسبة و الميزانية: دوره التحقيق في ملفات المحاسبة العامة من مشتريات و مستلزمات التخطيط التي تسلم من المديرية الفرعية للوسائل العامة.

ب - مكتب المحاسبة البريدية: دوره التحقيق في ملفات المحاسبة في جميع العمليات التي أجريت في الطواير و مبيعات الطواير البريدية و غيرها.

ثانياً - المديرية الفرعية للموارد البشرية و الوسائل العامة: و تنقسم إلى مكتبين:

أ - مكتب الموارد البشرية: مسئول عن التوظيف و تنظيم العمل و العمال.

ب - مكتب الوسائل العامة: مقسم إلى وحدتين:

¹ - قرآنية حسام الدين، أثر جودة الخدمات الالكترونية على رضا الزبون: دراسة حالة لعينة من زبائن بريد الجزائر - أم البواقي -، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الاكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير، تخصص تسويق الخدمات، 2016-2018، ص:63.

- مصلحة البناء و التهيئة: مسؤول عن :
- شراء التموين للمؤسسة.
- يعجل من تطوير مكاتب البريد.
- تحسين و تطوير الشبكات في المؤسسة.
- مصلحة النقل: مسئولة عن ضمان السير الحسن لحضيرة السيارات لمؤسسة بريد الجزائر .
- ثالثا - المديرية الفرعية لمصالح البريد: و هذه المديرية مسئولة عن ضمان السير الحسن للتوزيع السليم للبريد عبر الولاية.

المطلب الثالث: أهداف مؤسسة البريد

- تسعى بريد الجزائر منذ نشأتها إلى تحديد أهداف أساسية منها الجودة و الفعالية و نوعية الخدمات وهي ثلاثة أهداف أساسية تعتمد عليها مديرية بريد الجزائر¹.
- ويوجد أهداف أخرى للمؤسسة نذكر منها :
- وضع التشغيل البريدي في إطار شبكة إلكترونية موثوقة.
 - الدخول في مجالات خدماتية جديدة.
 - الزيادة في نفعية الخدمات المعروضة و جعلها أكثر منافسة.
 - توفير الجودة في تقديم منتجاتها ، و إثبات وجودها في السوق و جعلها تسير التطورات الحاصلة في السوق.
 - إرضاء الزبون إضافة إلى تحقيق الربحية.
 - كسب أكبر عدد ممكن من المستهلكين.
 - التغلب على مشكلة انخفاض المبيعات.
 - زيادة كثافة إقبال المواطنين إليها
 - تقديم الجديد بما يتماشى و التطورات التكنولوجية.

¹ - ابتسام بومرداس، دور طرح منتج جديد في الارتقاء بأداة المؤسسة الاقتصادية : دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر - أم البواقي -، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، قسم العلوم التجارية، تخصص تسويق الخدمات، 2017-2018، ص:78.

المبحث الثاني: الخدمات المالية الإلكترونية في بريد الجزائر

تماشيا مع التطور المحيط بمؤسسة بريد الجزائر ، اتجهت هذه الأخيرة إلى عصنة خدماتها و إنشاء خدمات جديدة متعددة، وقد استغلت مؤسسة بريد الجزائر في ذلك بشكل بارز الوسائل التكنولوجية لتحديث خدماتها، و هذا ما سنتطرق له من خلال هذا المبحث.

المطلب الأول: واقع الخدمة المالية الإلكترونية بمؤسسة بريد الجزائر

إن ما يميز الخدمة المالية التي يقدمها البريد الجزائري بأنها خدمة تقليدية، ولا تتناسب البتة مع ما هو حاصل في الدول المتقدمة على مستوى هذا القطاع، لذلك بدأ التفكير في تحديث الخدمة المالية في بريد الجزائر وذلك بجعلها عصرية.

ومن بين أهم عناصر التحديث للخدمة المالية هو تحديث أنظمة الدفع و السحب و التحويلات المالية ... الخ وجعلها إلكترونية، حتى يسهل اعتماد المعاملات الإلكترونية في بريد الجزائر. فمن أهم أساليب عصنة قطاع البريد ما يلي¹:

أولا. الحوالة الإلكترونية: و تستخدم لتحويل الأموال لشخص آخر ليس له حساب و هذه الخدمة متوفرة في كل مكاتب البريد الجزائر المرتبطة بالشبكة.

ثانيا. السحب الآلي للأموال: باستعمال بطاقة السحب عن طريق الصراف الآلي و تستعمل في الشبايك بالمكاتب و هي محمية برقم سري و تعمل على كل أجهزة الصراف الآلي في الجزائر .

ثالثا، الحساب الجاري عن بعد: حيث تم إطلاق العديد من الخدمات الإلكترونية تتمثل في: خدمة 1530 و التي تتيح لصاحب الحساب البريدي الجاري القيام ب:

1- الإطلاع على الرصيد عبر مكالمة هاتفية للرقم 1530 من هاتف ثابت أو موبيليس.

و التي تتيح لصاحب الحساب البريدي الجاري القيام ب Eccc خدمة :

2- الإطلاع على الرصيد عبر الإنترنت.

3- طلب دفتر الصكوك عبر الإنترنت.

4- كشف العمليات المالية لفترة معينة.

5- الإطلاع على رصيد الحساب الجاري عبر رسالة قصيرة Racidi خدمة الرصيد.

رابعا. خدمة البطاقة الذهبية: هي بطاقة خصم صادرة عن بريد الجزائر ومطابقة لمعيار الأمان الدولي EMV (يوروباد - ماستركارد فيزا)، تحمل الرسم البياني لبريد الجزائر، ويمكن لحامل هذه البطاقة أن يجري

¹ - عبد الكريم عاشور، دور الادارة الالكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الولايات المتحدة الامريكية و الجزائر، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في العلوم السياسية و العلاقات الدولية، كلية الحقوق، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010، ص:86.

العمليات بواسطتها كعملية سحب الأموال العمليات الخاصة بالخدمات البنكية الذاتية، وعمليات دفع الأموال

عبر نفايات الدفع الإلكتروني، و تسمح بطاقة الدفع الإلكتروني "الذهبية" بإجراء المعاملات التالية في كل أرجاء القطر الجزائري¹:

1- الإطلاع على الحساب البريدي الجاري.

2- تحويل الأموال من حساب لآخر.

3- سحب الأموال من ماكينات بريد الجزائر .

4- دفع الفواتير عبر الإنترنت.

5- تعبئة الهاتف النقال.

المطلب الثاني: الخدمات المالية الإلكترونية التي يقدمها بريد الجزائر

تستخدم مؤسسة بريد الجزائر جملة الخدمات الإلكترونية أهمها²:

أولا، **الشباك الإلكتروني**: و يقوم بتوفير خدمات للزبائن و المتعاملين و هي كل الأجهزة الإلكترونية التي تسمح بعملية سحب الأوراق النقدية آليا.

ثانيا، **بطاقة السحب الإلكترونية (La Carte Ccp)**: يتم استعمالها للحصول على الخدمات المالية لدى مؤسسة بريد الجزائر و التي تعمل على وجود الشباك الإلكتروني إذ عن طريقهما يتمكن المواطن أو الزبون من سحب النقود من أي شباك بريدي أو موزع أوتوماتيكي عبر القطر الجزائري، و يقوم استخدام بطاقة السحب الإلكترونية على: الأمن (sécurité)، التوفر (disponibilité)، السرعة (rapidité).

ثالثا، **خدمة السحب**: إذ توفر الموزعات الآلية المتواجدة خارج مؤسسات البريد فرص سحب الأموال للمواطنين و التي دعمت الآلية التقليدية لبريد الجزائر .

رابعا، **خدمات الإطلاع على الرصيد**: إذ عن طريق إدخال بطاقة السحب البريدية مع تشكيل الرقم السري الخاص بكل مستعمل يحصل الزبون على كشف رصيده ، و له إمكانية الاحتفاظ بتذكرة خاصة بكشف الحساب.

خامسا. **خدمة طلب نماذج الصكوك البريدية** : و التي تقدم لكل صاحب حساب بريدي جاري حيث يتم منح نموذج بعد ملأ الاستمارة الإلكترونية و التي يتم استظهارها على الموزع الآلي للنقود الورقية.

¹ - الدفع الإلكتروني <https://edcarte.poste.dz/ar/terms.htm> ، تاريخ الاطلاع: 2024/04/24، على الساعة: 16:30.

² - بربار نورالدين، مشري مريم، مساهمة تكنولوجيا المعلومات في تحديث الخدمات المالية، دراسة حالة بريد الجزائر، مجلة التنمية و الاستشراف للبحوث و الدراسات ، المجلد: 01، العدد: 01، ديسمبر 2016 ، ص:66.

سادسا. خدمات عمومية عن طريق شبكة الإنترنت: و تشمل:

1- خدمات الإطلاع على الرصيد: " توفر شبكة الإنترنت خدمات إلكترونية لكل أفراد و متعاملي بريد الجزائر و الذين يملكون حساب بريدي جاري إذ تقدم لهم إمكانية الإطلاع على رصيد حسابهم البريدي، و يلزم كل زبون ضمن هذا الشكل من الخدمات أن يمتلك رقم سري يقوم بتشكيله انطلاقا من رقم الحساب.

2- خدمات طلب نماذج من الصكوك البريدية و ذلك عن طريق ملأ كل المعلومات الخاصة بكل متعامل بشكل إلكتروني على شكل استمارة إلكترونية.

3- خدمات الحصول على كشف العمليات الحسابية: من خلال طلب مراجعة لكل عمليات السحب و الدفع الإلكتروني التي جرت على مستوى حساب بريدي جاري معين و بالرغم من إيجابيات خدمات بريد الجزائر من خلال شبكة الإنترنت.

في إطار عصنة خدماتها البريدية، و بغية تحسين النوعية لصالح المواطن، شرعت «بريد الجزائر» كذلك في آلية عصنة نشاطاتها.

و قد تميزت هذه العصنة بإطلاق خدماتها عبر الإنترنت (" بريدي نت "، و الخدمات عبر الهاتف النقال):

- إطلاق تطبيق "بريدي موب" الذي يسمح بإنجاز كافة الوظائف التي تسمح بها البطاقة النقدية "الذهبية"، على سبيل المثال معاملات النقود، الإطلاع على الرصيد، تعبئة حساب الهاتف النقال، دفع فواتير الغاز، الكهرباء، الإنترنت ، و الهاتف، دون الحاجة إلى التنقل إلى مكاتب البريد.

- دفع الفواتير عبر بوابة الانترنت التجارية للمتعاملين الاقتصاديين و التجار المندرجين في المنصة النقدية " لبريد الجزائر "، على غرار متعاملي الهاتف الثابت و النقال، سونلغاز، شركات التأمين، الخطوط الجوية الجزائرية ... الخ¹.

المطلب الثالث: الخدمات المالية الإلكترونية العوائق و الآفاق

أولا: عوائق الخدمات المالية الإلكترونية في بريد الجزائر:

على الرغم من نجاح الخدمات المالية الإلكترونية في قطاع البريد إلا أنها تواجه بعض المشاكل التي نذكر منها:

1- محدودية انتشار استخدامات الإنترنت في الجزائر إلى نسبة السكان مقارنة بدول العالم.

2- ارتفاع تكلفة استخدام الانترنت، في ظل غياب المنافسة في قطاع البريد الذي لا تزال الدولة تحتكر الجانب الأكبر منه.

¹ - موقع بريد الجزائر www.poste.com، تاريخ الاطلاع: 2024/04/27، على الساعة: 10:30.

3- الانتشار الواسع للأمية في بلادنا، حيث تعتبر الجزائر التي تحوي نسبة أمية مرتفعة نوعا ما، فالإحصائيات تتحدث عما يفوق 7 ملايين أمي وبالتالي فهؤلاء لا يفقهون حتى وجودها وهذا يعتبر عائقا لانتشار التجارة الإلكترونية¹.

4- تفضيل المواطن الجزائري التعامل بالصلك المكتوب، و ابتعاده عن التعامل الإلكتروني خاصة عندما يتعلق الأمر بالنقود دفعا و استلاما.

5- عزوف الزبائن عن طلب بطاقات الدفع الآلي كون العديد من العملاء ضعفاء في التعامل مع لغة التكنولوجيا، فكيف يمكنهم استعمال بطاقات الدفع أو السحب الآلي الحديثة و حفاظهم على الرقم السري، و بالتالي اكتفائهم باستخدام الصك البريدي².

ثانيا : آفاق تطورات الخدمات المالية الإلكترونية بريد الجزائر

لمواكبة التطورات الحاصلة بالبلدان المتقدمة في ميدان التعاملات المالية الإلكترونية، لابد من القيام ببعض التغييرات في خدمات بريد الجزائر و التي نذكر منها³:

- 1- تكييف أنظمة الدفع و التسويات و كذا التشريعات من احتياجات المتعاملين.
- 2- المؤسسات، الإدارات، و الأفراد لمتطلبات اقتصاد متطور يعتمد على الوسائل الإلكترونية الحديثة.
- 3- ترشيد و تحسين إجراءات تحصيل الشيكات و وسائل الدفع الأخرى و أنظمة التحويلات المالية.
- 4- تطوير أنظمة الدفع الورقية و استبدالها بالدفع الإلكتروني الفوري و كذا تحسين جودة العمليات و تقليص الآجال المتعلقة بمعالجة المعلومات.
- 5- تطوير وسائل الدفع الإلكتروني كالبطاقات الخاصة بالسحب و الدفع و تعميم استعمالها.
- 6- تحسيس المجتمع بأهمية التعامل بهذه الوسائل الحديثة من خلال القيام بالحملات التحسيسية والعمليات الإشهارية التي تعرف بها وتبين أهميتها.
- 7- ضرورة توسيع شبكة الموزعات الآلية للنقود ونهائيات الدفع الإلكتروني، من أجل الوصول إلى شريحة أكبر من المواطنين.

¹ - سماح شعور، مصباح مرابطي، وسائل الدفع الإلكترونية و انعكاساتها في الجزائر - واقع و تحديات، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير، جامعة العربي التبسي، تبسة ، 2015-2016، ص:82-83.

² - حليلة خليف، واقع و آفاق الدفع الإلكتروني في الجزائر، مذكرة مكملية ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير ، قسم علوم التسيير ، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2017-2018، ص:64.

³ - سماح ميهوب، الاتجاهات الحديثة في مجال الخدمات المصرفية، مذكرة ماجستير ، فرع بنوك و تأمينات، جامعة منتوري قسنطينة ، 2004-2005، ص:42.

- 8- توفير الإمكانيات الضرورية سواء البشرية والمالية الكفيلة بضمان الصيانة والمراقبة للأجهزة الإلكترونية وخاصة الموزعات الآلية للنقود عبر التراب الوطني لضمان خدمات على مدار أيام الأسبوع وبدون توقف.
- 9 - ضرورة توفير مناخ و محيط قانوني شامل للأشكال الحديثة من أدوات الدفع الإلكترونية يضمن فعاليتها سواء على المستوى الداخلي أو الدولي ، إضافة إلى تفعيل الحماية الجنائية للمستندات الإلكترونية و تشديد العقوبات المتعلقة بالمساس أو اختراق منظومات البيانات الإلكترونية¹.
- 10- الاستفادة من التجارب العربية والأجنبية في هذا الميدان.

¹ حليلة خليف، مرجع سبق ذكره، ص:66.

خلاصة:

يشمل هذا الفصل الدراسة الميدانية و التي تمكنا من خلالها من التعرف على مؤسسة بريد الجزائر و هيكلها التنظيمي، كما تم التعرف على أنواع الخدمات المالية الالكترونية التي تقدمها و أهم التحديات أو العوائق التي تواجهها و ذكرنا أيضا آفاق تطور الخدمات المالية الالكترونية في بريد الجزائر.

اِخَاتَمَةُ

خاتمة:

إن تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالي أدى إلى ظهور اقتصاد رقمي قائم على إنتاج المعرفة ومرونة و سرعة تبادل المعلومات دون اعتبار للحواجز الزمانية والمكانية وبأقل تكاليف، فأصبحت المعاملات التجارية بين الأفراد والمؤسسات تؤدي بطريقة آلية و هذا ما يعرف بالتجارة الإلكترونية، التي ظهرت لتسيير المعاملات والصفقات التجارية بكل سرعة وأمان، هنا ظهرت أيضا ما يسمى بوسائل الدفع الإلكترونية لتحل محل وسائل الدفع التقليدية التي أصبحت لا تفي بالغرض .

لقد تطورت وسائل الدفع الإلكتروني على المستوى الدولي بشكل كبير، حيث أنها لم تعد تقتصر على بطاقات الائتمان فقط بل توسعت لتشمل وسائل دفع الإلكترونية دولية أخرى مثل الشيك الإلكتروني، ونظام التحويلات المالية الإلكترونية، و لقد ساهمت هذه الوسائل في التقريب بين البائعين و المشترين من مختلف الدول، كما ساهمت في زيادة نمو حجم التجارة الإلكترونية وذلك من خلال استخدام بطاقات الائتمان في دفع قيمة البضاعة عبر الانترنت .

إن عصنة وتطور نظام الدفع الإلكتروني ضرورة لا بد من إعادة النظر فيها في الاقتصاد الجزائري، وذلك بإعطاء أهمية كبيرة لها حتى يتسنى توسيع التجارة الإلكترونية التي تتطلب استخدام آليات حديثة ذات تكنولوجيا عالية.

فبالرغم من وجود نية تطوير النظام المصرفي الجزائري، لم تكن جهوداته فعالة و لم تصل إلى نتائج التي كان مرجوا تحقيقها فمعظم البنوك الجزائرية لا تزال تتعامل بنظم دفع تقليدية، و إن وجدت النظم الإلكترونية يكون التعامل بها محدود ويرجع هذا إلى ضعف الجهاز المصرفي الجزائري في حماية هذا النوع من التعاملات وإلى عامل الثقة والأمان بالنسبة للمواطن الجزائري.

اختبار الفرضيات:

أولاً: التجارة الإلكترونية هي وليدة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لأنها وفرت لها البنية التقنية اللازمة لقيامها، كما وفرت لها التقنيات التي تحمي التعامل بها، فالتجارة الإلكترونية لا يمكنها أن تقوم في بلد ما إلا إذا توفر في هذا الأخير البنى التحتية الإلكترونية و أنظمة و تشريعات خاصة بالتجارة الإلكترونية و هذا ما يثبت صحة الفرضية الأولى.

ثانياً: وسائل الدفع الإلكتروني تسمح بمعالجة كم هائل من المعاملات بسرعة فائقة وبأقل جهد ووقت وتكلفة، كما أن ظهورها أيضا ساهم في القضاء على الكثير من المشاكل التي تأثر على الاقتصاد الوطني، كالقضاء على مشكل نقص السيولة، والتقليل إلى حد كبير من مشكل تزوير العملات النقدية و ذلك

باستعمال النقود الالكترونية وتحقيقها للسرعة والأمان في المعاملات التجارية و هذا ما يثبت صحة الفرضية الثانية.

ثالثا: تحديث و عصرنه نظام وسائل الدفع ليس مرتبط بثقافة المجتمع فحسب بل هو مرتبط أيضا بجدية القائمين على تحديث نظام الدفع، وراجع كذلك إلى عدم توفر اليد المؤهلة لخلق و تشغيل الأعمال والتجارة الالكترونية، وقد يرجع هذا أيضا لعدم فتح الدولة للمواقع و الفضاءات المعرفة بأهمية و مزايا توظيف التكنولوجيات الحديثة، و منه فإن الفرضية الثالثة خاطئة.

النتائج: ولقد توصلنا من خلال دراستنا إلى النتائج التالية:

أولا: ظهور وسائل الدفع الالكتروني شجع على قيام خدمات مصرفية جديدة ووسع الافاق أمام التجارة الإلكترونية.

ثانيا: أنظمة الدفع الإلكتروني ما هي إلا مجموعة من الوسائل الالكترونية التي تساهم في تطوير المعاملات البنكية وتسريع التحول نحو التجارة الالكترونية فبتطورها تتطور وتزدهر التجارة الالكترونية.

ثالثا: تساهم وسائل الدفع الالكتروني في الانفتاح على التجارة الالكترونية.

رابعا: تعتبر البطاقات البنكية أحد أهم وسائل الدفع الحديثة.

خامسا: تلعب البنوك دورا رئيسيا في خدمة التجارة الالكترونية من خلال استحداث وسائل دفع جديدة و تحويل الأموال إلكترونيا بين أطراف العالقة بينها.

التوصيات و الاقتراحات:

أولا: ضرورة تطوير قطاع البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال.

ثانيا: لابد من زيادة الإنفاق في مجال التكنولوجيات الحديثة، والتوسع أكثر فأكثر في شبكة الانترنت و زيادة سرعة تدفقها.

ثالثا: العمل على إيجاد آليات ووسائل جديدة و استخدام وتنويع الخدمات المصرفية الالكترونية لغرض المحافظة على العملاء و جذب عملاء جدد.

رابعا: القيام بحملات إعلامية حول البطاقات البنكية ونشر الثقافة النقدية لدى أفراد المجتمع حول تكنولوجيا وسائل الدفع.

خامسا: يجب أن تحظى وسائل الدفع الالكتروني بالاهتمام اللازم من قبل السلطات العامة بشكل أفضل يلبي احتياجات ورغبات الجميع عن طريق تدعيمها.

سادسا: تحديث نظم الدفع و التسوية في مؤسسات بريد الجزائرية، و الإسراع في تعميم و تشجيع التعامل بوسائل الدفع الإلكترونية كبطاقة السحب و بطاقات الائتمان.

سابعاً: وضع سياسة إعلامية و تسويقية من قبل مؤسسات بريد الجزائر، من شأنها إدخال ثقافة استخدام البطاقات لدى المستهلكين من أجل جعل أسلوب الدفع بالبطاقة من رغبات الزبائن التي يطالب بها التجار، و بالتالي دفع هؤلاء التجار إلى اعتماد هذا النمط تحت ضغط زبائنهم وتلبية لرغباتهم.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً - باللغة العربية:

1- الكتب:

- 01- ابراهيم العيسوي، التجارة الالكترونية، الطبعة الأولى، المكتبة الأكاديمية، مصر، 2003.
- 02- ابراهيم بختي، التجارة الالكترونية - مفاهيم و استراتيجيات التطبيق في المؤسسة، الطبعة الأولى، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
- 03- أحمد المعاني وآخرون، قضايا ادارية معاصرة، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2011.
- 04- أحمد بوراس، السعيد بريكة، أعمال الصيرفة الإلكترونية الأدوات والمخاطر، دار الكتاب الحديث.
- 05- أحمد سفر، أنظمة الدفع الإلكترونية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، بيروت، 2008.
- 06- أحمد عبد العليم العجمي، نظم الدفع الإلكترونية وانعكاساتها على سلطات البنك المركزي، الطبعة الأولى، دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2013.
- 07- السيد أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية والعولمة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر الجديدة، القاهرة، 2006.
- 08- المنصف قرطاس، بعض الجوانب القانونية لبطاقة الذاكرة الناجمة عن استخدام الحاسب الآلي في المصارف، مجلة اتحاد المصارف العربية مجلد 20 ،عدد 240، بيروت، لبنان، 1991.
- 09- جمال قاسم حسن، محمود عبد السلام، التجارة الالكترونية، سلسلة كتيبات تعريفية، صندوق النقد العربي، 2021.
- 10- حروفش مدني، الكامل في الاقتصاد، دار الأفاق، الأبيار، الجزائر العاصمة، 2000.
- 11- رأفت رضوان، عالم التجارة الإلكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 1999.
- 12- سميحة القيلوني، وسائل الدفع الحديثة (البطاقات البلاستيكية)، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، الجزء الأول، الجديد في التقنيات المصرفية، لبنان، 2002.
- 13- صبحي تادرس قريصة، مدحت محمد عقاد، النقود والبنوك والعلاقات الاقتصادية الدولية، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، لبنان، 1983.
- 14- طارق طه، التسويق بالانترنت والتجارة الالكترونية، دار الجامعة الجديدة، الطبعة الأولى، مصر، 2008.

- 15- عبد الحق بوعتروس، مدخل للاقتصاد النقدي والمصرفي، مطبوعات جامعة منتوري، قسنطينة، 2003.
- 16- عبد الحميد بسيوني، عبد الكريم عبد الحميد بسيوني، أساسيات ومبادئ التجارة الإلكترونية، دار السحاب للنشر والتوزيع، مصر، 1997.
- 17- عصام عبد الفتاح مطر، التجارة الإلكترونية في التشريعات الأجنبية والعربية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2009.
- 18- علي محمد أحمد أبو العز، التجارة الإلكترونية وأحكامها في الفقه الإسلامي، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
- 20- فؤاد قاسم مساعد قاسم الشيعي، المقاصة في المعاملات المصرفية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2008.
- 21- محمد توفيق سعودي، بطاقات الائتمان والأسس القانونية للعلاقات الناشئة عن استخدامها، دار الأمين للنشر، 2001.
- 22- محمد صالح الحناوي و آخرون، مقدمة الأعمال في عصر التكنولوجيا، الدار الجامعية، الاسكندرية، مصر، 2004.
- 23- محمد عبد الخالق ، التجارة الإلكترونية و العوامة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الادارية، القاهرة، مصر، 2006.
- 24- محمد عبد حسين الطائي، التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- 25- محمد نور صالح الجداية، سناء جودت، التجارة الدولية "الحواسيب"، دار حامد، الأردن، 2008.
- 26- مروان عطفون، النظريات النقدية، دار البعث للطباعة والنشر، قسنطينة، 1989.
- 27- مصطفى كمال طه، وائل بندق، الأوراق التجارية ووسائل الدفع الالكترونية الحديثة، دار الفكر الجامعي، مصر، 2007.
- 28- موسى آدم عيسى، آثار التغيرات في قيمة النقود وكيفية معالجتها في الاقتصاد الإسلامي، مجموعة دله البركة إدارة التطوير والبحوث، قسم الدراسات والبحوث الشرعية، جدة، 1993.
- 29- نادر شعبان، إبراهيم سواح، النقود البلاستيكية وأثر المعاملات الإلكترونية على المراجعة الداخلية في البنوك التجارية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006.
- 30- نطوان خليل الهندي، العمليات المصرفية والسوق المالية، المؤسسة الحديثة للكتاب، 1998.

31- يوسف حسن يوسف، البنوك الالكترونية، الطبعة الأولى، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، 2012.

2- رسائل جامعية:

أ- الماجستير:

32- بوالفول هارون، التجارة الالكترونية و ضرورة اعتمادها في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2008-2009.

33- سماح ميهوب، الاتجاهات الحديثة في مجال الخدمات المصرفية، مذكرة ماجستير، فرع بنوك و تأمينات، جامعة منتوري قسنطينة، 2004-2005.

34- صراع كريمة، واقع وآفاق التجارة الالكترونية في الجزائر، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص إستراتيجية، جامعة وهران، الجزائر، 2014.

35- عبد الكريم عاشور، دور الادارة الالكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الولايات المتحدة الامريكية و الجزائر، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في العلوم السياسية و العلاقات الدولية، كلية الحقوق، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010.

36- محمد شكرين، بطاقة الائتمان في الجزائر، رسالة ماجستير، قسم علوم التسيير، فرع النقود والمالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، الجزائر، 2005.

ب- مذكرة الماستر:

37- ابتسام بومرداس، دور طرح منتج جديد في الارتقاء بأداة المؤسسة الاقتصادية : دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر - أم البواقي -، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الاكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، قسم العلوم التجارية، تخصص تسويق الخدمات، 2017-2018.

38- حليلة خليفي، واقع و آفاق الدفع الالكتروني في الجزائر، مذكرة مكملّة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2017-2018.

39- سماح شعبور، مصباح مرابطي، وسائل الدفع الالكترونية و انعكاساتها في الجزائر - واقع و تحديات، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير، جامعة العربي التبسي، تبسة، 2015-2016.

40- قزانية حسام الدين، أثر جودة الخدمات الالكترونية على رضا الزبون: دراسة حالة لعينة من زبائن بريد الجزائر - أم البواقي -، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الاكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير، تخصص تسويق الخدمات، 2016-2018.

3- المجلات والمقالات العلمية:

41- المارح عبد القادر بن مبارك، اتفاقيات دولية قوانين أوامر ومراسيم قرارات ومقررات في الجريدة الرسمية، العدد: 29، 09 أفريل 1976، الجزائر.

42- المراكز المالية المصرفية، دليل المصارف لاستعمال البطاقات البلاستيكية من قبل المستهلك، مجلة الدراسات المالية والمصرفية، العدد: 3، الأكاديمية العربية المصرفية، الأردن.

43- بربار نورالدين، مشري مريم، مساهمة تكنولوجيا المعلومات في تحديث الخدمات المالية، دراسة حالة بريد الجزائر، مجلة التنمية و الاستشراف للبحوث و الدراسات ، المجلد: 01، العدد: 01، ديسمبر 2016.

44- جعيجع نبيلة، التجارة الالكترونية في العالم العربي وأهم المعوقات التي تحد تطورها، مجلة آفاق علوم الإدارة والاقتصاد، المجلد: 02، العدد: 02، 2018.

4- المؤتمرات والملتقيات

45- بلعروز بن علي، عبو هدى، التجارة الالكترونية عبر الأنترنت، الملتقى العلمي الدولي حول: عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و اشكالية اعتماد التجارة الالكترونية، المركز الجامعي خميس مليانة، يومي: 26 و 27 أفريل 2011.

46- عدوكة خلضر، حدو بن عبيزة، التجارة الإلكترونية منافعها و معوقاتها و متطلبات نجاحها، الملتقى العلمي الدولي حول: عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر، عرض تجارب دولية، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26 و 27 أفريل، 2011.

47- علاوة محمد لحسن، موالى لخضر عبد الرزاق، آليات التجارة الإلكترونية كأداة لتفعيل التجارة العربية البينية، الملتقى الرابع عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و اشكالية اعتمادها في الجزائر ، المركز الجامعي خميس مليانة، يومي 26-27 أفريل 2011.

48- محمد مداحي، التجارة الالكترونية منافعها و معوقاتها و متطلبات نجاحها، الملتقى العلمي الدولي حول: عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر عرض تجارب دولية، المركز الجامعي خميس مليانة ، الجزائر، يومي 26 و 27 أفريل، 2011.

49- معيزي قويد، التجارة الالكترونية منافعها و معوقاتها و متطلبات نجاحها، الملتقى العلمي الدولي حول: عصنة نظام الدفع يف البنوك الجزائرية و اشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر- عرض تجارب دولية، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26 و 27 أفريل 2011.

ثانيا- مواقع الإنترنت:

50- الدفع الالكتروني <https://edcarte.poste.dz/ar/terms.htm>.

51- حيدر أمير، الدفع الالكتروني من يحميه، على الموقع: www.islamonlin.net

52- موقع بريد الجزائر www.poste.com.

53- موقع بريد الجزائر www.poste.dz

قائمة الملاحق



EDAHABIA

Version: 1.17.1



Your Phone Number

0 X XX XX XX XX

Your Card Number

XXXX XXXX XXXX XXXX

Expiration Date

MM/YY

[Try Again](#) **Continue**

By entering the application you confirm your agreement to the [Privacy policy](#).

 **Log In**  **Find**  **News**  **Contact**  **Info**



الملخص:

اتسعت مجالات التجارة الالكترونية فشملت جل مجالات التجارة من بيع وشراء معتمدة في ذلك على وسائل الدفع الالكترونية التي سهلت عملية المبادلات باختصارها للوقت و التكلفة، وقضت على مشكل نقص السيولة، وقللت مشكل التزوير، فأصبحت محركا للتنمية الاقتصادية، ورغم تفوق الجزائر في تحديث أنظمة الدفع، إلا أن عدم امتلاكها لليد المؤهلة لخلق وتشغيل الأعمال والتجارة الالكترونية جعلها تتخلف عن الركب، لذا لا بد من مواجهة التحديات التي تعيق انتشار وتطور وسائل الدفع الالكترونية في الجزائر.

الكلمات المفتاحية:

وسائل الدفع، تجارة الكترونية، النقود الالكترونية، البطاقات الالكترونية، التحويلات الالكترونية، شبكة الانترنت.

Abstract:

The areas of electronic commerce have expanded to include the sale and purchase of electronic means of payment, which has facilitated the exchange process in a shorter time and cost, eliminated the problem of lack of liquidity and reduced the problem falsification, has become an engine of economic development, despite the superiority of Algeria in the modernization of payment systems, The lack of skilled labor for the creation and operation of businesses and e-commerce delays them. Therefore it is necessary to face the challenges which are obstacles of development of electronic payment methods in Algeria.

Keywords:

payment methods, e-commerce, e-money, e-cards, wire transfers, Internet.