

جامعة ابن خلدون - تيارت -

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

## دور البنوك الإلكترونية في تطوير التجارة الإلكترونية

دراسة مقارنة ( فرنسا، مصر، الجزائر)

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر

تخصص: مالية

الأستاذ المشرف:

مسري الجيلالي

إعداد الطلبة:

- درويش سهام

- بخلفة محمد أنور

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: .....

السنة الجامعية 2016 - 2017

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# كلمة شكر

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله رب العالمين، الذي علم بالقلم، علم الإنسان ما لم يعلم، والصلاة والسلام على المبعوث رحمة للعالمين سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين.

نشكر من لا ييخل على عبده إذا نجاه ولا على مستضعف إذا دعاه، إلى واهبي الحياة، إلى ربي، رب العزة جل جلاله على نعمه التي لا تقدر ولا تحصى ومنها توفيقه لنا على إتمام هذا العمل.

أولا وقبل كل شيء نتقدم بأسمى عبارات الشكر والإمتنان والتقدير إلى من يعجز اللسان عن إيجاد العبارات المناسبة لشكره، إلى الأستاذ المؤطر

## مسري الجليلي

حفظه الله وأطال في عمره لإشرافه على هذه المذكرة وعلى ملاحظاته القيمة وتوجيهاته السديدة، وتصويباته الدقيقة ونصائحه الطيبة وكان له الفضل في إخراج هذه الدراسة المتواضعة إلى حيز الوجود كاملة جعل الله ذلك في ميزان حسناته يوم الدين.

كما لا بد لنا ونحن نخطو خطواتنا الأخيرة في الحياة الجامعية من وقفة نعود إلى أعوام قضيناها في رحاب الجامعة مع أساتذتنا الكرام الذين قدموا لنا الكثير باذلين بذلك جهودا كبيرة في بناء جيل الغد لتبعث الأمة من جديد، وقبل أن نمضي تقدم أسمى آيات الشكر والإمتنان والتقدير والمحبة إلى الذين حملوا أقدس رسالة في الحياة إلى الذين مهدوا لنا طريق العلم والمعرفة، إلى جميع أساتذتنا الأفاضل.

# إهداء

إلى من ذكرهما الله سبحانه و تعالى في محكم ترتيله إلى الغالين الذين أفنيا من

عمرهما السنين لنصل لهذا المستوى إلى والدينا الكريمين حفظهما الله و أطال

في عمرهما إلى إخواننا و الأصدقاء الأعزاء إلى أساتذتنا الكرام

نهدي ثمرة جهدنا.

## ملخص:

عرفت التجارة عبر قرون عديدة تطورات مختلفة، ولعل ما يميز هذا النشاط في عصر اليوم هو تعاظم دور التكنولوجيا والسعي إلى الإستفادة القصوى من فوائدها لممارسة نمط حديث من المبادلات يعرف بالتجارة الإلكترونية والتي برزت كأسلوب حديث لعرض السلع والخدمات وعقد الصفقات إلكترونياً، وقد إستطاعت هذه التجارة أن تنتشر بصورة كبيرة في وقت قصير، وتزايدت أهميتها وحظيت بقبول عام، كما أخذت مكائنها الدولية في العلاقات التجارية الدولية بأسرع مما كان متوقع. إلا أن التعامل بالتجارة الإلكترونية وإنجاز الصفقات التجارية بالأساليب الإلكترونية يستدعي إتمامه بعملية تسوية ودفع المستحقات بين أطراف المتعاملين فيها، وهنا يبرز دور البنوك الإلكترونية في تسيير معاملات التجارة الإلكترونية بإستحداث وسائل دفع جديدة تكون أسهل إستعمالاً وأكثر إنسجاماً مع تعاملات التجارة الإلكترونية وتكون قابلة للإستعمال والإنتقال عبر القنوات الإلكترونية.

**الكلمات المفتاحية:** التجارة الإلكترونية، الأنترنت، البنوك الإلكترونية، تكنولوجيا الإعلام والإتصال، وسائل الدفع الإلكترونية، أنظمة الدفع الإلكترونية.

## Résumé :

Le Commerce connaissait plusieurs évolutions au cours de nombreux siècles, et peut-être la chose principale qui caractérise cette activité dans cette ère est l'augmentation du rôle de la technologie et la recherche de l'optimisation de ses avantages afin de créer un modèle moderne d'échanges connu comme e-commerce, ce dernier est apparu comme une nouvelle méthode pour l'offre de biens et services et également pour faire des transactions électroniques, ce commerce a réussi à se propager dans un temps très court. Son importance accrue et il a gagné une acceptation générale. En plus de cela, il a pris sa place internationale dans les relations commerciales internationales plus vite que prévu. Cependant, le traitement du commerce électronique et l'achèvement du processus de règlement et de paiement des cotisations entre les parties aux concessionnaires, donc met en évidence le rôle des banques électronique dans la conduite du développement des transactions de commerce électronique et de nouveaux moyens de paiement sont plus faciles à utiliser et plus en ligne avec les transactions de commerce électronique, et celle-ci va être utilisable et déplaçable par des moyens électroniques.

## Les mots-clés :

Commerce électronique, l'internet, Banque électronique, Technologie d'information et de communication, Moyen de paiement électronique, Système de paiement électronique.

# مقدمة

## مقدمة

شهد العالم تطورات وتغيرات لم يشهدها خلال العقود السابقة إذ شملت تغيرات في أسلوب الحياة بالعمق والشمول والسرعة التي هي نتيجة ثروة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة والتي أصبحت تساهم بقدر كبير في تكوين التيار الجارف لمفهوم العولمة التي شملت إقتصاديات العالم خلال العقدين السابقين ومن المنتظر أن تستمر وتتسع آثارها لتشمل كل قطاعات الحياة.

ولعل من أهم القطاعات التي تأثرت بصورة كبيرة وسريعة بهاته التغيرات هي التجارة، حيث إنتقلت من مفهومها التقليدي إلى مفهوم مختلف تماما ألا وهو ما يسمى بالتجارة الإلكترونية مما يجعلنا نتناولها بوصفها أحد أهم الأساليب للتعرف بالتقنيات الحديثة في مجال تبادل المعلومات التجارية.

وإن المميزات العديدة التي يوفرها هذا النوع الحديث من المبادلات التجارية التي تتم عبر وسيط إلكتروني يساهم في زيادة إدراك العديد من الدول لأهمية تبني التجارة الإلكترونية، فالحاجة إلى إدراك هذا النوع من التجارة لم يعد إختياريا بل أصبح ضرورة حتمية تفرض وجودها على جميع الدول، ولكن درجة تطورها تختلف من بلد لآخر، حيث أن التجارة الإلكترونية بلغت حدود عالية في إنتشارها لدى الدول الغربية وبعض الدول العربية التي بدأت تخطو خطوات مهمة رغم تواضعها، إلا أن إعتقاد هذه التجارة في الجزائر مازالت في مراحلها الأولى.

ومع تزايد تطبيقات التجارة الإلكترونية في دول العالم تنامت الحاجة إلى نوعية جديدة من البنوك غير التقليدية تتجاوز نمط الأداء المعتاد والتي لا تقتيد بمكان معين أو وقت محدد، خاصة بعد أن شهدت العمليات المصرفية خلال العشرية الأخيرة توسعا كبيرا في إستخدام التكنولوجيا البنكية والتي كان من أبرزها البنوك الإلكترونية، وهذه الأخيرة ليست كأى مؤسسة تجارية يتوقف دورها في إيجاد شكل جديد لها يتناسب مع طبيعة التجارة الإلكترونية فحسب، بل لها دور وسيط في تفعيل هذه التجارة، فكل عملية تجارية سواء تعلق بتبادل منتجات أو خدمات أو أفكار تنتهي في آخر المطاف بعملية التسوية، ويجري فيها تحويل للأموال بين أطرافها المتعاملة، فليس من الطبيعي أن يتم إنجاز الصفقة إلكترونيا بينما تحدث عملية التسوية مباشرة بإلتقاء أطرافها وبالوسائل التقليدية في الدفع.

ونظرا للتحويلات التي شهدها العالم، فقد بلغت التجارة الإلكترونية حدود عالية في إنتشارها لدى الدول الغربية كفرنسا، وبعض الدول العربية التي بدأت تخطو خطوات مهمة رغم تواضعها كمصر، إلا أن

إعتماد التجارة في الجزائر مازال في مراحله الأولى ولم يرقى بعد إلى ذلك المستوى الذي يمكن من إعتبارها كتقنية متطورة للتجارة، كما يتحتم على البنوك الجزائرية في ضوء ما شهدت الساحة المصرفية من تغيرات أن تسعى جاهدة نحو تطوير جودة الخدمات المصرفية المقدمة حتى تستطيع الإرتقاء إلى مستوى التحديات الكبرى التي تواجه العمل المصرفي، من أجل الدخول في عصر التجارة الإلكترونية.

## 1- الإشكالية:

لقد لعبت البنوك الإلكترونية أو بنوك الأنترنت دورا كبيرا في زيادة حجم التجارة الإلكترونية نظرا للتسهيلات التي تقدمها للمتعاملين في مجال تسوية المعاملات، حيث تم تجاوز العديد من الصعوبات وبذلك فرضت هذه البنوك نفسها في السوق المصرفية المحلية والعالمية. وعليه يمكن إبراز إشكالية هذا البحث كمايلي:

### ما الدور الذي تلعبه البنوك الإلكترونية في تطوير التجارة الإلكترونية؟

وتندرج تحت هذه الإشكالية التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هو مفهوم التجارة الإلكترونية؟
- ما هي وسائل ونظم الدفع المعتمدة في التجارة الإلكترونية؟ وما أهمية البنوك في تفعيلها؟
- ما مدى تطور التجارة الإلكترونية والبنوك الإلكترونية في الجزائر مقارنة بدول أخرى؟

## 2- فرضيات البحث:

قصد تسهيل الإجابة على الإشكالية المطروحة والأسئلة الفرعية، سوف نضع بعض الفرضيات التي

تكون منطلق دراستنا ويمكن حصرها فيمايلي:

- تكمن عمليات التجارة الإلكترونية في تبادل السلع والخدمات عبر شبكة الأنترنت؛
- تعتبر البنوك الإلكترونية من أهم الوسائل التي تؤثر على حجم التجارة الإلكترونية؛
- تحتل الجزائر موقعا ضعيفا في مجال تقنية الإتصالات وأنشطة التجارة الإلكترونية بالنسبة لحجم التجارة العالمية، ويعود ذلك إلى ضعف المنظومة المصرفية، وللنهوض بها مستقبلا لابد من توفير بنية تحتية متطورة؛

### 3- دوافع إختيار الموضوع:

تعود أسباب إختيارنا لهذا الموضوع إلى عدة أسباب نوردتها فيمايلي:

- زيادة مستهلكين ومؤسسات إقتصادية إلى إستخدام تكنولوجيا معلومات وإتصال في تعاملات التجارية؛
- الرغبة في معرفة المكانة التي توليها الجزائر للتجارة الإلكترونية وأهم السبل والمشاريع لتطويرها مقارنة بدول أخرى ؛
- الرغبة والميول الشخصي لدراسة هذا الموضوع؛
- فضولنا لمعرفة الطرق التي تنتهجها البنوك لتفعيل التجارة الإلكترونية؛
- الأرقام الخيالية التي حققتها التجارة الإلكترونية في مختلف دول العالم في وقت وجيز، وإستفادة الدول المتقدمة منها والتساؤل عن سبب تأخر في تبني وتطبيق التجارة الإلكترونية في البلدان العربية.

### 4- أهمية الموضوع:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية الموضوع الذي تطرقنا إليه، فهي تعالج ظاهرة التجارة الإلكترونية، والتي تعد إحدى سمات الإقتصاد القائم على المعرفة، ومن أبرز ما حققته الثورة التقنية والمعلوماتية في الإقتصاد المعاصر.

كما تكمن أهميتها في الدور الذي تلعبه البنوك في تطوير خدماتها بكيفية تتوافق ومتطلبات التجارة الإلكترونية حفاظا على مراكزها التنافسية وعملائها، لاسيما أن هذه التجارة تتمتع بمزايا لا تتوفر في التجارة العادية، إذ تمثل أفضل السبل للوصول إلى الأسواق العالمية من خلال وضع موقع إلكتروني على شبكة الأنترنت يمكن عملاء البنوك الإتصال به من أي مكان من العالم.

### 5- أهداف البحث:

إن الأهداف التي نأمل أن نحققها من خلال هذا البحث تتمثل في:

- تكوين فكرة عامة حول التجارة الإلكترونية بإعتبارها من المفاهيم الجديدة في العالم الإقتصادي؛
- إبراز أهم وسائل ونظم الدفع المعتمدة في التجارة الإلكترونية؛

- تبيان دور البنوك باعتبارها وسيط وطرفا فاعلا في التجارة الإلكترونية، خصوصا أن لها الفضل في إستحداث نوع جديد من وسائل الدفع التي تعرف بوسائل الدفع الإلكترونية؛
  - تسليط الضوء على واقع التجارة الإلكترونية في الدول عربية مصر والجزائر وفرنسا كدولة أجنبية؛
- 6- حدود الدراسة:** تتمثل حدود الدراسة فيما يلي:

- **الحدود الموضوعية:** إقتصر هذا البحث على التعريف بالتجارة الإلكترونية، والدور الذي تلعبه البنوك الإلكترونية في تنميتها وتنشيطها وذلك من خلال الخدمات المصرفية التي توفرها على الأنترنت، بالإضافة إلى دور البنوك الإلكترونية في التجارة الإلكترونية في الجزائر مقارنة بمصر وفرنسا.

- **الحدود الزمنية:** تمثلت في محاولة إستحداث أحدث الإحصائيات والمعطيات المتوفرة إلى غاية 2016، ودراسة مقارنة خلال فترة 2012-2014؛

- **الحدود المكانية:** من الناحية المكانية إستعرضنا دراسة واقع التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع وأنظمة التسوية في مصر، الجزائر، وفرنسا.

#### **7- المنهج المستخدم:**

من أجل دراسة المشكلة وتحليل أبعادها، أسبابها، نتائجها وللإجابة على الإشكالية المطروحة تمت الدراسة بالإعتماد على المنهج الوصفي التحليلي الذي يتلائم مع طبيعة الموضوع، كما تم إستخدام المنهج التاريخي عند عرض تطور ونشأة التجارة الإلكترونية، بالإضافة إلى ذلك تم إستخدام منهج المقارنة الذي تم إعتماده في الفصل الثالث لتحديد مدى تطور التجارة الإلكترونية ومدى كفاءة نظم الدفع الإلكترونية في الجزائر ومصر وفرنسا.

#### **8- أدوات الدراسة:**

إعتمدنا في دراستنا على مختلف الوسائل منها: كتب ومقالات ودراسات مختلفة أجنبية وعربية بالإضافة إلى البحوث العلمية المقدمة في رسائل الماجستير وأطروحات الدكتوراه، وكذلك الدراسات والبحوث، الملتقيات والمجلات، والأنترنت.

## 9- صعوبات الدراسة:

من أهم الصعوبات التي واجهناها خلال دراستنا مايلي:

- عدم إهتمام الجهات الخاصة بتنظيم التجارة في البلاد بالبحث في وضعية التجارة الإلكترونية في الجزائر بغية توضيح دراسات وإحصائيات حتى ولو كانت بسيطة حول وضعية هذه التجارة؛
- تضارب البيانات وصعوبة تحديد حجم التجارة الإلكترونية في الدول الخاضعة للدراسة ؛
- صعوبة الحصول على المعطيات والإحصائيات الجديدة من الجهات الرسمية بالنسبة لواقع أنظمة الدفع الإلكترونية في الجزائر، وهذا فيما يخص الإصدار أو حجم التعاملات وقيمتها.

## 10- دراسات سابقة:

سبققت هذه الدراسة عدد من الدراسات التي كانت لها علاقة بشكل أو بآخر بموضوع بحثنا، ومن بين هذه الدراسات نذكر:

- علام رشيد، عوائق تطور التجارة الإلكترونية في الوطن العربي دراسة حالة الجزائر، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، فرع تجارة إلكترونية، الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي بريطانيا 2010، ويهدف البحث إلى معرفة عوائق التجارة الإلكترونية في الدول العربية والإسلامية وأهم التحديات التي تواجهها هاته الدول من أجل تطبيق هذه التجارة وقد خلصت هذه الدراسة أن الدول العربية والإسلامية تواجه تحديات مهمة في إستخدام التجارة الإلكترونية ومن بين هذه التحديات عدم توفر البنى التحتية اللازمة لقيام التجارة الإلكترونية، ضعف الثقافة والوعي التقني والإلكتروني بين عامة أفراد المجتمع، قصور الطاقات البشرية المدربة والمؤهلة في مجال تطبيقات التجارة الإلكترونية، ضعف إمكانية وقدرات المؤسسات التجارية في الدول الإسلامية للتحوط إلى الأنماط الإلكترونية، ضعف الدور الحكومي الرسمي لتهيئة قطاعات المجتمع للدخول في عصر تقنية المعلومات.

- سمية ديمش، التجارة الإلكترونية وحميتها وواقعها في الجزائر، رسالة ماجستير في العلوم الإقتصادية، تخصص تحليل وإستشراف إقتصادي، جامعة منتوري بقسنطينة، الجزائر، 2011 ويهدف البحث إلى معرفة واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر والكشف عن أهم التحديات

والعقبات التي تحول دون تطورها، وقد خلصت هذه الدراسة أن الجزائر تعاني من تدني كبير في نسبة إستخدام التجارة الإلكترونية وتغييبا شبه كامل لهذا المصطلح من قاموس التعاملات التجارية ويعود سبب هذا التعثر إلى جملة من المعوقات التي تشكل مكبحا أمام إنتشار هذه التجارة من بينها تخلف البنية التحتية التكنولوجية وكذلك عدم إنتشار الوعي الكافي بأهمية التجارة الإلكترونية لدى المؤسسات التجارية والأفراد، وعدم إيلائها الأهمية الكافية لتطويرها من طرف الدولة.

● إن الدراسات السابقة كلها تعالج موضوع واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، وإن أهم ما يميز دراستنا عن الدراسات السابقة والمتمثلة في دور البنوك الإلكترونية في تطوير التجارة الإلكترونية - دراسة مقارنة- هي شمولية الموضوع، وتقديم دراسة تحليلية لوضعية التجارة الإلكترونية وما مدى مساهمة البنوك وخاصة الإلكترونية منها في تطوير هذا النمط من التجارة في الجزائر ومقارنة بمصر وفرنسا.

## 11- خطة البحث:

ومحاولة للإلمام بجوانب البحث إرتأينا أن نقسم الدراسة إلى ثلاثة فصول:

- **الفصل الأول:** جاء هذا الفصل بعنوان التجارة الإلكترونية، ويعتبر كفصل تمهيدي يدرس الإطار النظري والمفاهيمي لمجاور الدراسة حيث حاولنا إبراز المفاهيم الأساسية للتجارة الإلكترونية ومراحلها ومختلف أنواعها؛
- **الفصل الثاني:** كان تحت عنوان البنوك الإلكترونية وأثرها على التجارة الإلكترونية وهنا تطرقنا إلى ماهية البنوك الإلكترونية بإعتبارها وسيلة للتبادل الإلكتروني للأموال في التجارة الإلكترونية بالإضافة إلى مختلف وسائل وأنظمة الدفع الإلكترونية المعتمدة في التجارة الإلكترونية؛
- **الفصل الثالث:** يحمل عنوان واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية -تجارب دولية- حيث نستعرض في هذا الفصل إلى دراسة واضحة عن واقع التجارة الإلكترونية من خلال التطرق إلى البنية التحتية لهذه التجارة بالإضافة إلى الوسائل وأنظمة الدفع الحديثة المعتمدة في بنوك الدول الخاضعة للدراسة وذلك من خلال إبراز أهم المؤشرات والإحصائيات التي تم تحقيقها.

# الفصل الأول:

## التجارة الإلكترونية

المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية

المطلب الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية

المطلب الثاني: مراحل التجارة الإلكترونية

المطلب الثالث: أنواع التجارة الإلكترونية

المبحث الثاني: التجارة الإلكترونية، خصائص، مزايا وفوائد

المطلب الأول: خصائص التجارة الإلكترونية

المطلب الثاني: مزايا و عيوب التجارة الإلكترونية

المطلب الثالث: فوائد التجارة الإلكترونية

المبحث الثالث: تطور التجارة الإلكترونية ومحدداتها

المطلب الأول: عوامل تطور التجارة الإلكترونية

المطلب الثاني: المقومات الأساسية لتطور التجارة الإلكترونية

المطلب الثالث: محدودية التجارة الإلكترونية

### تمهيد:

لقد أسهمت تكنولوجيا المعلومات في صناعة عصر جديد بكل ما تحمله هذه الكلمة من معاني وأبعاد، إذ شهد وعاش الناس ثورة عميقة وكبيرة وشاملة لمختلف جوانب الحياة الإنسانية. وتعد الإنترنت واحدة من أهم ثمار ثورة تكنولوجيا المعلومات ولاسيما جانب الإتصالات منها، فشبكة الأترنت بنموها الهائل والذي تضاعف خلالها مستخدمو الشبكة خلال فترة قصيرة ساهمت في تحويل العالم إلى قرية كونية صغيرة، تنامي دور الشبكة خلالها حتى أصبحت نواة الإقتصاد الرقمي ومركز التجارة الإلكترونية ممثلا بالتعامل الإلكتروني والتغيرات التي تليه.

إذا تعد التجارة الإلكترونية إحدى ثمار شبكة الأترنت، وقد إستطاعت التجارة الإلكترونية والتي تشكل بدورها أحد إفرازات الإقتصاد الرقمي أن تفرض حضورا بالغ الأهمية ولاسيما في العصر الحالي عصر المعلومات الذي صنعه وبلا أدنى شك تكنولوجيا المعلومات والأخيرة ساهمت في تطوير عملية الصلة والتواصل والتفاعل مع الآخر بغض النظر عن الزمان والمكان الذي يتحرك فيهما هذا الأخير . وفي هذا الفصل يحاول كشف النقاب عن موضوع التجارة الإلكترونية وذلك من خلال التطرق إلى المباحث التالية:

**المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية؛**

**المبحث الثاني: التجارة الإلكترونية، خصائص، مزايا وفوائد؛**

**المبحث الثالث: تطور التجارة الإلكترونية ومحدداتها.**

## المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية

تتميز حياة الإنسان في هذا العصر بممارسة أنشطة عديدة ترتبط بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، التي تتسم بالسرعة ووفرة المعلومات ومن بين ما أفرزه هذا التطور هو ظهور مصطلحات جديدة، تعدت الحدود المادية والجغرافية وألغت جميع القيود التي تحد من حرية الإنسان في ممارسته لمعاملته. ومن بين هذه المصطلحات الجديدة هو مصطلح التجارة الإلكترونية الذي أصبح يتداول في الاستخدام العادي للأفراد.

## المطلب الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية

مع تطور الأساليب التكنولوجية الحديثة والتوسع في استخدامها من قبل الأفراد والمؤسسات والشركات بمختلف أحجامها وفي شتى مجالات الحياة، شاع مفهوم التجارة الإلكترونية وأصبح واحدا من التعبيرات الحديثة والتي أخذت بالدخول إلى حياتنا اليومية.

فقد بدأ الأخذ بمفهوم التجارة الإلكترونية والنشاط المرتبط بها على اعتباره من أحدث المصطلحات في مجال الأعمال بدءا من سنة 1966<sup>1</sup>. ولكن التوسع الحقيقي لتطبيقات التجارة الإلكترونية، كان مع ظهور وانتشار شبكة الأنترنت في تسعينات القرن العشرين، فمذ سنة 1995 توسعت هذه التطبيقات من خلال المزادات والإعلانات على الأنترنت وأنشئت العديد من المؤسسات الكبيرة ومتوسطة الحجم مواقعها عبر الأنترنت<sup>2</sup>. وفي هذا السياق نجد أن مصطلح التجارة الإلكترونية هو ترجمة للمصطلح الإنجليزي Electronic Commerce المختصر بـ E-commerce، الذي يستخدم أحيانا كمرادف لعبارة التجارة عبر الإنترنت، لكن عمليا تعد التجارة الإلكترونية أشمل من التجارة عبر الأنترنت. فالتجارة الإلكترونية هي إنجاز الأعمال من خلال صيغة إلكترونية، في حين أن التجارة عبر الأنترنت تقتصر على الأعمال التجارية المنجزة والمنفذة بواسطة الإنترنت.

والتجارة الإلكترونية شأنها شأن أي ظاهرة جديدة تكون غامضة وغير مفهومة لدى الكثيرين بسبب حداثة استعمال المصطلح، ولذلك ظهرت العديد من التعريفات الهادفة إلى تحديد مفهوم التجارة

<sup>1</sup> محمد صالح الحناوي وآخرون، مقدمة في عصر التكنولوجيا، بدون ط، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2004، ص: 157.

<sup>2</sup> خالد ممدوح إبراهيم، لوجستيات التجارة الإلكترونية، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2008، ص: 125.

الإلكترونية والتي عرفت من طرف باحثين وخبراء وهيئات عالمية، وسنحاول سرد بعضها قصد الوقوف على تعريف واضح وشامل لها.

وتم تعريف التجارة الإلكترونية حسب المنظمات العالمية كالاتي:

1- حسب تعريف منظمة التجارة العالمية فإن التجارة الإلكترونية هي مجموعة متكاملة من عمليات الصفقات وتأسيس الروابط وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات والخدمات بوسائل إلكترونية<sup>1</sup>.

تأخذ هذه المنظمة بتعريف واسع للتجارة الإلكترونية التي تشمل ثلاثة أنواع من العمليات التجارية:

- عمليات الإعلان عن المنتج وعمليات البحث عنه؛
- عملية تقديم طلب الشراء وسداد ثمن المشتريات؛
- عملية تسليم المشتريات<sup>2</sup>.

2- كما تشير منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية إلى أن التجارة الإلكترونية تشمل جميع أشكال المعلومات التجارية التي تتم بين الشركات أو الأفراد، والتي تقوم على أساس التبادل الإلكتروني للبيانات سواء أكانت مكتوبة، أم مرئية أم مسموعة، هذا بالإضافة إلى شمول الآثار المترتبة على عملية تبادل البيانات والمعلومات التجارية إلكترونياً، ومدى تأثيرها على المؤسسات والعمليات التي تدعم وتحكم الأنشطة التجارية المختلفة<sup>3</sup>.

3- كما عرفت المؤسسة العربية لضمان الإستثمار بأنها التجارة التي تتم بإستخدام التقنيات التي وفرتها ثروة المعلومات والاتصالات وشبكة الإنترنت من خلال التبادل الإلكتروني للبيانات متجاوزة عنصري الزمان والمكان، وتغطي قطاعات عديدة، وتضع قواعد جديدة لعمليات البيع والتسجيل والتسليم<sup>4</sup>.

4- مؤتمر الأمم المتحدة والتنمية يطلق مصطلح التجارة الإلكترونية على مجمل الخدمات التجارية التي تتعامل معها المجموعات (المؤسسات والأفراد) والمعتمدة على المعالجة الإلكترونية للبيانات (النصوص

<sup>1</sup> علي حسن الزغي، أثر التجارة الإلكترونية في تحقيق المزايا التنافسية دراسة تطبيقية في الشركة العربية الأمريكية للنقل السريع آرامكس، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، عمان، المجلد السابع، العدد الثاني، 2004، ص: 61.

<sup>2</sup> ابراهيم العيسوي، التجارة الإلكترونية، ط1، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، مصر، 2003، ص-ص: 11-12.

<sup>3</sup> أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية والعمولة، بدون ط، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2008، ص: 32.

<sup>4</sup> بماء شاهين، العمولة والتجارة الإلكترونية، ط1، دار الفاروق الحديثة للطباعة والنشر، القاهرة، مصر، 2000، ص: 62.

والصوت والصورة). لقد ركز هذا التعريف على طبيعة البيانات والمعطيات المتبادلة والتي لا بد أن تكون إلكترونية.

5- عرف منتدى التعاون الإقتصادي لآسيا والمحيط الهادي التجارة الإلكترونية بأنها أي شكل من أشكال الصفقات التجارية الخدمية والسلعية والتي يتعامل فيها الأطراف بطريقة إلكترونية، سواء تمت بين شخص وشخص آخر أو بين شخص وكمبيوتر أو كمبيوتر وكمبيوتر<sup>1</sup>.

6- عرف الإتحاد الأوروبي التجارة الإلكترونية بأنها كل الأنشطة التي تتم بوسائل إلكترونية سواء تمت بين المشروعات التجارية والمستهلكين أو بين كل منهما على حده وبين الإدارات الحكومية<sup>2</sup>.  
كما تم تعريف التجارة الإلكترونية:

7- أنها مجموع المبادلات الإلكترونية المرتبطة بنشاطات تجارية كما يمكن النظر إليها على أنها تلك العلاقات ما بين المؤسسات والإدارات أو المبادلات ما بين المؤسسات والمستهلكين كما أنها تعني القيام بكل مراحل التعامل، سواء تعلق الأمر بعمليات التصنيع أو التسويق أو توريد المواد الأولية أو الإعلان التجاري أو تبادل المعلومات مع دوائر الأعمال المماثلة إلكترونيا عبر ما وفره التقدم التكنولوجي من وسائل متطورة<sup>3</sup>.

8- كما تم تعريفها على أنها جميع المعاملات التي تتم عبر الأنترنت، سواء تمت بالصفة التجارية أم لا<sup>4</sup>.  
9- بأنها أداء العمليات التجارية بين شركاء تجاريين باستخدام تكنولوجيا المعلومات المتطورة بغرض رفع كفاءة وفعالية الأداء<sup>5</sup>.

10- هي تلك العمليات التجارية المتبادلة والتي تتم عادة بين المنتجين والبائعين مثل منتج السلعة أو بائعها

<sup>1</sup> علاوي محمد حسن، مولاي لخضر عبد الرزاق، مداخلة بعنوان آليات التجارة الإلكترونية كأداة لتفعيل التجارة العربية البينية، المنتدى الدولي الرابع حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، 26-27 أفريل 2011، ص: 04.

<sup>2</sup> خالد ممدوح إبراهيم، لوجستيات التجارة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص: 134.

<sup>3</sup> زايري بلقاسم، طوباشي علي، طبيعة التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها المتعددة، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، العدد 288، فيفري 2003، ص: 72.

<sup>4</sup> أسامة أبو الحسن مجاهد، خصوصية التعاقد عبر الأنترنت، بدون ط، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 2000، ص: 34.

<sup>5</sup> خالد العمري، التجارة الإلكترونية، بدون ط، دار الفاروق للنشر والتوزيع، مصر، 2000، ص: 23.

وهو مقدم الخدمة عادة وبين المشتريين وهم عادة المستهلكين للسلع المختلفة أو عملاء ووسطاء الخدمات وذلك من خلال الوسائل الإلكترونية الشائعة حالياً وفي مقدمتها شبكة الإنترنت<sup>1</sup>.

11- تمثل التجارة الإلكترونية شكلاً من أشكال التعامل التجاري الذي ينطوي على تعامل الأطراف حيث يكون التبادل إلكترونياً بدلاً منه مادياً أو مادياً مباشراً<sup>2</sup>. ويتضح لنا من خلال هذا التعريف أن التجارة الإلكترونية هي عملية تجارية سواء كان موضوعها سلعة أو خدمة أو أداء عمل، والمميز في هذه العملية التجارية هو وجود وسيط إلكتروني يساعد على غياب العلاقة المباشرة بين الأطراف.

12- التجارة الإلكترونية تعني أداء الأعمال من خلال شبكة الأنترنت، أو البيع والشراء للسلع والخدمات من خلال صفحات الويب<sup>3</sup>. ولكن هذا التعريف هو تعريف جد ضيق، بحيث يحدد التجارة الإلكترونية في عمليات تبادل السلع والخدمات عن طريق وسيلة إلكترونية أو وسيط إلكتروني.

13- التجارة الإلكترونية تتضمن استخدام تكنولوجيا المعلومات لتعزيز الاتصالات والصفقات مع جميع الأطراف ذوي المصالح مع الشركة مثل العملاء، الموردين، المؤسسات الحكومية، المؤسسات المالية والمدبرين والموظفين والجمهور<sup>4</sup>. ويتضح لنا من خلال هذا التعريف أن الهدف منه هو بسط التعريف ليشمل كافة الأوجه والصور للنشاط الإلكتروني للتجارة ما بين الشركة والأفراد والإدارة.

14- التجارة الإلكترونية هي تنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات عبر شبكة الإنترنت والشبكات العالمية الأخرى ويشتمل ذلك:

أ- الإعلانات عن السلع والبضائع والخدمات؛

ب- تقديم معلومات حول السلع والخدمات؛

ج- علاقات العملاء التي تدعم عمليات الشراء والبيع وخدمات ما بعد البيع؛

د- التفاعل والتفاوض بين البائع والمشتري؛

هـ- عقد الصفقات وإبرام العقود؛

<sup>1</sup> إيمان فاضل السامرائي و هيثم محمد الرغبي، نظم المعلومات الإدارية، بدون ط، دار صفاء للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2004، ص: 189.

<sup>2</sup> سعد غالب ياسين، بشير عباس العلاق، الأعمال الإلكترونية، بدون ط، دار المناهج للنشر و التوزيع، الأردن، 2006، ص: 209.

<sup>3</sup> فريد النجار وآخرون، التجارة والأعمال الإلكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة، بدون ط، الدار الجامعية، مصر، 2006، ص: 89.

<sup>4</sup> فؤاد الشيخ، محمد سلمان عواد، المعوقات المدركة لتبني تطبيقات التجارة الإلكترونية في الشركات الأردنية، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، مطبعة الجامعة الأردنية، الأردن، المجلد 1، العدد 1، 2005، ص: 3.

- و- سداد الإلتزامات المالية ودفعها؛
- ز- عمليات توزيع وتسليم السلع ومتابعة الإجراءات؛
- ح- الدعم الفني للسلع التي يشتريها العملاء<sup>1</sup>؛
- ط- تبادل البيانات إلكترونياً بما في ذلك :

- كتالوجات الأسعار؛
- المراسلات الآلية المرتبطة بعمليات البيع والشراء؛
- الإستعلام عن السلع؛
- الفواتير الإلكترونية؛
- التعاملات المصرفية<sup>2</sup>.

يتبين لنا جلياً أن هذا التعريف هو الأكثر اتساعاً وتفصيلاً، حيث أشار إلى كل أنواع العمليات التي تتم في التجارة الإلكترونية، فنحن هنا أمام مجموعة متنوعة من العمليات المتصلة بعقد الصفقات وإقامة الروابط التجارية من خلال وسائل الاتصال الإلكتروني وخاصة الإنترنت.

نخلص من التعريفات السابقة أن مصطلح التجارة الإلكترونية هو مفهوم مشتق نظراً لأنه يمكن اشتقاق أكثر من تعريف له حسب وجهة نظر أو الفكرة التي يتبناها المؤلف أو المنظمة، وعلى هذا الأساس يمكننا تصنيف التعريفات السابقة وفقاً للمنظور الذي يتم به تناول تلك الظاهرة الرقمية كالتالي:

<sup>1</sup> طارق عبد العال حماد، التجارة الإلكترونية: المفاهيم، التجارب، التحديات، الأبعاد التكنولوجية، المالية، التسويقية والقانونية، بدون ط، الدار الجامعية للطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، 2003، ص: 8.

<sup>2</sup> طارق عبد العال حماد، الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، ط1، دار الراتب الجامعي، بيروت، لبنان، 2001، ص: 8.

الجدول رقم ( 1-1): مناظير تعريف التجارة الإلكترونية

التعريف	المنظور
التجارة الإلكترونية هي وسيلة من أجل إيصال المعلومات أو الخدمات أوالمنتجات عبر خطوط الهاتف أو عبر شبكات الانترنت أو عبر أي وسيلة تقنية.	الإتصالات
التجارة الإلكترونية هي عملية تطبيق التقنية الرقمية من أجل جعل المعاملات التجارية تجري بصورة تلقائية وسريعة.	الأعمال التجارية
التجارة الإلكترونية هي أداة موجهة لإشباع رغبات الشركات والمستهلكين والمدراء في خفض تكلفة الخدمات والإسراع بزمن تقديم هذه الخدمة والرفع من كفاءتها.	الخدمة
التجارة الإلكترونية هي أداة لتوفير وشراء المنتجات وتبادل المعلومات بصورة فورية أو لحظية من خلال شبكة الانترنت.	الإنترنت
التجارة الإلكترونية هي ملتقى يجمع عناصر المجتمع (أفراد و منظمات) للتعلم والتبادل والتعاون فيما بينهم.	المجتمع

المصدر: طارق طه، التسويق والتجارة الإلكترونية، بدون ط، دار الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2005، ص: 317.

### المطلب الثاني: مراحل التجارة الإلكترونية

تمر مرحلة شراء أي سلعة من خلال التجارة الإلكترونية بعدة مراحل مثلها في ذلك مثل التجارة التقليدية لكي تكتمل وتصل إلى مرحلة التنفيذ النهائي، وهذه المراحل هي:  
أولاً: مرحلة العرض (توفير المعلومات):

يقوم المنتج أو العارض في هذه المرحلة بعرض سلعته أو خدمته التي يستطيع إنتاجها وتسويقها حسب طلب المستهلكين وطلب السوق سواء أكانت سوقاً داخلية أو خارجية، وتم معرفة هذه الطلبات من الدراسات التسويقية التي تكون قد أجريت من أجل معرفة إحتياجات السوق والمستهلكين، ويقوم المنتج أو العارض بالترويج لسلعته أو خدمته من خلال وسائل الإعلان المختلفة وذلك بطريقة سهلة

وواضحة ومفهومة للمستهلكين ويستخدم المنتج أو العارض الوسائل الإلكترونية في عملية الإعلان والترويج ومن أهم طرق الإعلان إنشاء المواقع الإلكترونية على شبكة المعلومات الدولية<sup>1</sup>. وغالبا ما تستخدم هذه المواقع إعلانات تعرف بإعلانات الشعارات وهي إعلانات عريضة توضع في أعلى أو أسفل صفحات الويب على شكل شريط بعرض الصفحة تستخدم فيه الرسومات بعد إضافة نوع من الحركة عليها وذلك من أجل جذب إهتمام العملاء وأحيانا كثيرة تكون هذه الإعلانات وصلات يتم من خلالها الانتقال من موقع المعلن إلى موقع الإعلان، وتستخدم مواقع التجارة الإلكترونية بفاعلية في الإعلانات بدرجة تفوق إعلانات الصحف وذلك بسبب الكم الهائل من الزيارات لهذه المواقع، حيث أن بعضها يقاس عدد زواره بالملايين في الشهر الواحد، وهذه الأرقام تعتبر بمثابة الثروة لأي شركة تسعى للإعلانات بالإضافة إلى أن تكلفة إعلانات شبكة المعلومات الدولية أقل من نشر إعلان في أي صحيفة أو مجلة، وعملية الإعلان على شبكة المعلومات الدولية تتم من خلال شراء مساحة إعلانية من أي موقع ومن ثم حساب ثمن الإعلان على أساس عدد الأفراد الذين ينقرون على المساحة المخصصة للإعلان مع العلم بأن تكلفة نشر الإعلان تزداد كلما زاد زوار الصفحة.

#### ثانيا: مرحلة القبول :

إذا اقتنع الطرف الآخر بالسلطة أو الخدمة، قد يقرر قبول العرض، أي يلتقي العرض من قبل العارض بالقبول من قبل المشتري، وينعقد العقد، ويقوم القابل في هذه المرحلة بطلب المزيد من المعلومات والبيانات عن السلعة أيا كان نوعها ووظيفتها ومواصفاتها، ونحو ذلك باستخدام وسائل إلكترونية أيضا<sup>2</sup>، ويستطيع أن يعبر المشتري عن ذلك مستخدما ذات الوسائل، بعد التأكد من أنها مؤمنة بوسائل متطورة تحافظ على سلامة وصحة البيانات من جهة وعلى السرية والمصدقية من جهة ثانية، وهنا يتم عادة استخدام الوسائل المتعلقة بالتثبيت والتحقق من الطرف الآخر من جهة ثالثة، ومن أن المعلومات والبيانات التي يتضمنها العقد ستصله هو، دون إعتراض أو دون الإخلال بها أو دون القرصنة عليها من جهة رابعة.

<sup>1</sup> وليد الزبيدي، التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت "الموقف القانوني"، ط1، دار المناهج، عمان، الأردن، 2004، ص: 22.

<sup>2</sup> مداحي محمد، التجارة الإلكترونية وواقع استخدامها على المستوى الدولي و العربي، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي، خميس مليانة، الجزائر، 26-27 أبريل 2011، ص: 05.

### ثالثا: مرحلة التنفيذ:

تعني هذه المرحلة وضع الإلتزامات المتقابلة في العقد موضع التنفيذ، ويقوم العارض بتوفير السلعة وإعدادها وهيئتها لتسليمها بالشكل والطريقة المتفق عليها بينهما، وتقوم هذه المرحلة على:

1- تسليم السلعة والتسليم تحكمه هنا الشروط المتفق عليها من جهة، وما تمليه طبيعة السلعة من جهة أخرى، مثل هل هي سلعة مادية يلزم أن يتم تسليمها في شكل مادي وبشكل مباشر، أم هي سلعة مادية يمكن تحويلها إلى ملفات وأرقام، بحيث يستطيع المشتري إنزالها من على الوسائل الإلكترونية، مثل الكتب وتذاكر السفر. وقد يكون المنتج محل التعامل في شكل خدمة، مثل الإستشارات القانونية أو الطبية أو دروس تعليمية وخدمات حكومية...إلخ.

وأيا كان الأمر يصبح من الواضح أن إستخدام الوسائل الإلكترونية على النحو السابق يقلص دور الوسطاء التقليديين إلى حد كبير، وربما قد تؤدي إلى خلق نوع جديد منها، يتفق والآليات الجديدة.

2- يقابل التنازل عن السلعة قيام المشتري بتنفيذ الأمر بالدفع، وقد تحدث تسوية قيمة المعاملة بالدفع اليدوي عند التسليم نقدا أو بشيك، كما قد يتم الدفع بالوسائل الإلكترونية باستخدام بطاقات الإئتمان أو الحسم الفوري أو النقود الإلكترونية<sup>1</sup>. ولعله من المفيد التنبيه بأنه لا يشترط أن يتم الدفع عند أو بعد التسليم، فقد يحدث قبله وحينما تصل قيمة الصفقة إلى البائع، يقوم بإرسالها إلى المشتري.

### المطلب الثالث: أنواع التجارة الإلكترونية

هناك العديد من تصنيفات التجارة الإلكترونية إلا أن أكثر هذه التصنيفات شيوعا هو تصنيفها حسب الجهات المشاركة في تطبيقها أي حسب طبيعة وهوية الأطراف الأساسية المعنية بالتعامل التجاري وذلك باعتماد معيارين أساسيين في التصنيف هما:

- معيار طرفي العلاقة التعاقدية؛
- معيار محل هدف التبادل الإلكتروني.

<sup>1</sup> نوري منير، التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني، بدون ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2014، ص: 21.

وتبعا لهذه المعايير تصنف التجارة الإلكترونية إلى الأنواع التالية:

### 1- التجارة الإلكترونية بين الأعمال (B2B)\*:

ويقصد بها تعاملات التجارة الإلكترونية التي تتم بين منظمات الأعمال البائعة ومنظمات الأعمال المشتريّة عبر شبكة الأنترنت، بمعنى آخر هي كل الصفقات (بيع و شراء) التي تتم بين الشركات<sup>1</sup>. وبالرجوع إلى بدايات التجارة الإلكترونية والتي كانت تتم أساسا بين المنظمات التجارية منذ سنوات في مجال خدمات التحويلات المالية بين المؤسسات المالية الكبرى ثم إمتدت بعد ذلك إلى مختلف القطاعات والميادين لتشمل الروابط والعلاقات الأمامية مثل التسويق والتحضير للأعمال، مثل الموردين للمواد الأولية ومن هذا المنطق أصبحت تعرف B2B وقد أصبح اليوم هذا التطور في مجال التعامل بين مختلف المنظمات بعضها مع بعض في داخل الدولة الواحدة خاصة الدول المتقدمة، أو بين المنظمات في دولة ومنظمات في دولة أخرى<sup>2</sup>.

تعتبر التجارة الإلكترونية بين وحدات الأعمال من أكثر أنواع التجارة الإلكترونية شيوعا في الوقت الحالي، كما أنها تعد أسلوب من أساليب التعامل الراسخة منذ عدة سنوات خلت، وليس هذا بغريب إذا عرفنا أن التجارة الإلكترونية بدأت أساسا بين المشروعات منذ سنوات، فعلى مر عقود من الزمن كانت البنوك تستخدم تحويلات الأموال إلكترونيا والتي تشمل عملية تبادل لمعلومات الحساب بطريقة إلكترونية عبر شبكات إتصال خاصة. كما أن أنشطة الأعمال كانت تقوم بشكل من التجارة الإلكترونية يعرف بإسم تبادل البيانات إلكترونيا على شبكات خاصة والمعروفة بإسم شبكات القيمة المضافة وتعد هذه الشبكة منشأة مستقلة تعرض ربط الشركة بمورديها وزبائنها مقابل رسم شهري ثابت، مما يسهل المعاملات ويخفض تكاليف إتمام المعاملات، غير أن هذا النوع من الشبكات كان يتطلب إستثمارات كبيرة وتكاليف باهظة (المشترك ملزم بشراء حاسب وبرمجيات وإنشاء وصلات شبكة مباشرة باستخدام خطوط هاتف مستأجرة ودفع رسم عن كل صفقة)، مما جعل الكثير من الشركات الصغيرة غير قادرة على تحمل المشاركة في هذا النظام الذي بقي حكرا على الشركات العالمية. كما أن التطور السريع الذي شهدته شبكة الأنترنت

<sup>1</sup> نجم عبود نجم، الإدارة الإلكترونية، الإستراتيجية، الوظائف و المشكلات، بدون ط، دار المريخ، الرياض، المملكة السعودية، 2004، ص: 40.

<sup>2</sup> أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية والعولمة، مرجع سبق ذكره، ص: 45.

\* (B2B) : Business To Business.

دفع بالعديد من المؤسسات إلى هجرة التطبيقات التجارية القائمة على الشبكات الخاصة، والتحول إلى إستعمال تكنولوجيا الانترنت وتبني أدواتها في إجراء معاملاتها التجارية<sup>1</sup>.

وكان هذا النوع من التجارة ولا يزال يشكل أكثر أنواع التجارة الإلكترونية أهمية، خاصة من حيث القيمة، سواء أكان ذلك على مستوى الإقتصادات الوطنية أم في المعاملات الدولية<sup>2</sup>.

## 2- التجارة الإلكترونية من الأعمال إلى المستهلك (B2C)\*:

ويقوم هذا النوع على بيع السلع والخدمات مباشرة إلى المستهلك ويعرف باسم تجارة التجزئة الإلكترونية أو التسويق الإلكتروني وذلك لأجل تمييزه عن باقي صور التعامل من خلال التجارة الإلكترونية. ويتم البيع هنا عن طريق أسواق إفتراضية على شبكة المعلومات الدولية تعرف بالأسواق الإلكترونية وهي تحاكي الأسواق التقليدية التي يلتقي فيها البائع والمشتري، ويبلغ حجم هذه التجارة ما يقارب من 15% من حجم التجارة الإلكترونية الإجمالية في الوقت الراهن<sup>3</sup>.

## 3- التجارة الإلكترونية بين الأعمال والحكومة (B2G)\*\*:

تعرف التعاملات بين منظمات الأعمال والأجهزة الحكومية بتعاملات (B2G) وتتعلق بالمعاملات التي تتم بين منظمات الأعمال الإلكترونية من جهة والمنظمات والوكالات والهيئات الحكومية من جهة أخرى. وقد تكون هذه المؤسسات الحكومية على المستوى المحلي أو المستوى الوطني أو المستوى الإقليمي وغيرها<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> مرغيش جمال، التجارة الإلكترونية على شبكة الإنترنت - دراسة حالة توجه المؤسسات الجزائرية نحو التجارة الإلكترونية، (مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، غير منشورة)، الجزائر، 2002، ص: 23.

<sup>2</sup> حامد هند محمد، التجارة الإلكترونية في المجال السياحي، بدون ط، جامعة حلوان، القاهرة، مصر، 2003، ص: 17.

<sup>3</sup> هشام مخلوف وآخرون، التجارة الإلكترونية - الحاضر وأفاق المستقبل -، بدون ط، المؤلفين للطباعة والنشر، القاهرة، مصر، 2003، ص: 51.

<sup>4</sup> اللجنة الاقتصادية والإجتماعية لغربي آسيا (الإسكوا)، تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المتقدمة في قطاع النقل في منطقة الاسكوا، نشرة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للتنمية في غربي آسيا، الأمم المتحدة، نيويورك، الولايات المتحدة الأمريكية، 2003، ص: 15.

\* (B2C) : Business To Consumer.

\*\* (B2G) : Business To Government.

تندرج ضمن هذا النوع مجموعة من الأعمال كالتقديم والمشاركة في العطاءات الحكومية وانتهاز الفرص السوقية، بيع المؤسسات الحكومية أو الشراء منها، دفع الضرائب المختلفة، وتعبئة النماذج الخاصة بالضرائب والجمارك، كما تستخدم الشركات الأنترنت للتعرف على الوظائف المتاحة، الوضع النقدي والأوضاع الإقتصادية وغيرها.

ويبقى هذا النوع من التجارة الإلكترونية حديث العهد إلا أنه ينال إهتماما متزايدا من قبل مختلف الحكومات التي تحرص الكثير منها على إستخدام الوسائل الإلكترونية في مختلف تعاملاتها في إطار ما يعرف بالحكومة الإلكترونية.

#### 4- التجارة الإلكترونية بين المستهلك والمستهلك (C2C)\*:

قد ظهر هذا الشكل مع شيوع إستخدام الإنترنت وظهور التقنيات الحديثة الخاصة بشبكة الأنترنت وهذا النوع من الأعمال يتم بين المستهلكين وبعضهم البعض، ويبرز في مجال المزادات وذلك عن طريق الرف الإلكتروني<sup>1</sup>، حيث يقوم المستهلك بتقديم البضائع إلى المزاد فيستطيع المستهلكون الآخرون أن يزايدوا على الثمن ويقوم الرف الإلكتروني بالخدمة كوسيط حيث يجعل من الممكن للعملاء أن يضعوا بضائعهم للبيع على الموقع الإلكتروني الخاص بالرف الإلكتروني وهذا الشكل يهدد التجارة الإلكترونية التي تتم بين وحدة الأعمال والمستهلك.

#### 5- التجارة الإلكترونية من المستهلك إلى الأعمال (C2B)\*\*:

وتشير إلى تعاملات التجارة الإلكترونية التي تتم بين مستهلكين أفراد بائعين ومنظمات أعمال مشتري ومثال ذلك عندما يقوم المستهلك الفرد ببيع منزل يمتلكه من خلال الأنترنت إلى منظمة أعمال مشترية وتضم هذه التجارة طرفا وسيطا ثالثا، نظرا إلى معظم البائعين من المستهلكين الأفراد لا يمتلكون موقع على الأنترنت، لذا يعتمدون على مؤسسات لها مواقع متخصصة على شبكة الأنترنت، تقوم بعرض منتجات البائعين الأفراد وتلقي طلبات الشراء وذلك مقابل عمولة أو مجانا<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> سمر توفيق صبرة، التسويق الإلكتروني، ط1، دار الإعصار العلمي، عمان، الأردن، 2009، ص: 23.

<sup>2</sup> طه طارق، التسويق والتجارة الإلكترونية، ط1، منشأة المعارف للتوزيع، مصر، 2005، ص-ص: 355-356.

\* (C2C) : Consumer To Consumer.

\*\* (C2B) : Consumer To Business.

## 6- التعاملات بين المستهلكين والهيئات الحكومية (C2G)\*:

ويقصد بها كافة المعاملات التي تجمع بين المستهلك والحكومة، حيث أن الحكومة تسعى إلى تطوير ما تقدمه من خدمات للجماهير، سواء من حيث الحصول على المعلومات والبيانات، أو تلبية بعض المطالب وبتكلفة قليلة، وخير مثال على ذلك إستخراج رخص السيارات والتراخيص لممارسة المهن وصرف الرواتب والمعاشات، سداد الضرائب والفواتير إلكترونياً، وكذلك خدمات المطارات<sup>1</sup>. وأيضاً نشر وتوضيح التعليمات الخاصة باستخراج الشهادات المختلفة وبطاقات الهوية والتأمينات، وإضافة إلى ذلك خدمات البنوك المختلفة.

## 7- التجارة الإلكترونية بين الحكومة (G2G)\*\*:

ويتضمن هذا النوع من التعاملات تبادل البيانات والمعلومات ما بين الأجهزة الحكومية بعضها البعض والتنسيق فيما بينها وتشمل أيضاً الجانب التجاري من خلال قيام بعض الأجهزة الحكومية بعرض موجوداتها للبيع إلى أجهزة حكومية أخرى عن طريق التجارة الإلكترونية<sup>2</sup>.

## 8- التجارة الإلكترونية بين الحكومة والأعمال (G2B)\*\*\*:

وتشمل إستخدام التكنولوجيا الرقمية في إنجاز الإجراءات والمعاملات وعرض القوانين والأنظمة والتعليمات المنظمة لأعمال قطاعات الأعمال المختلفة وبيع الأعمال للحكومة منتجاتها وخدماتها إلكترونياً. وتسعى الحكومة من خلال هذه المجموعة إلى أتمتة تفاعلاتها مع الأعمال، من خلال تقديم المعلومات والخدمات للأعمال إلكترونياً، وإدارة وجمع الضرائب. ومن أهم التطبيقات في G2B التدبير الإلكتروني للحكومة، وتمثل بإستخدام الحكومة للأنترنت في البحث عن الموردين لشراء لوازمها واختيارهم ومتابعة تطبيق الإتفاقيات معهم، والمشاركة في المزادات أو المناقصات الإلكترونية<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> أسماء ديمش، التجارة الإلكترونية وحتميتها وواقعها في الجزائر، (مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية، تخصص تحليل وإستشراف إقتصادي، جامعة منتوري، قسنطينة، غير منشورة)، الجزائر، 2010-2011، ص: 48-49.

<sup>2</sup> بسام نور، أساسيات التجارة الإلكترونية، بدون ط، الموسوعة العربية للكمبيوتر والأنترنت، مصر، 2002، ص: 12.

<sup>3</sup> محمد عبد حسين الطائي، التجارة الإلكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص: 32.

\* (C2G) : Consumer To Government.

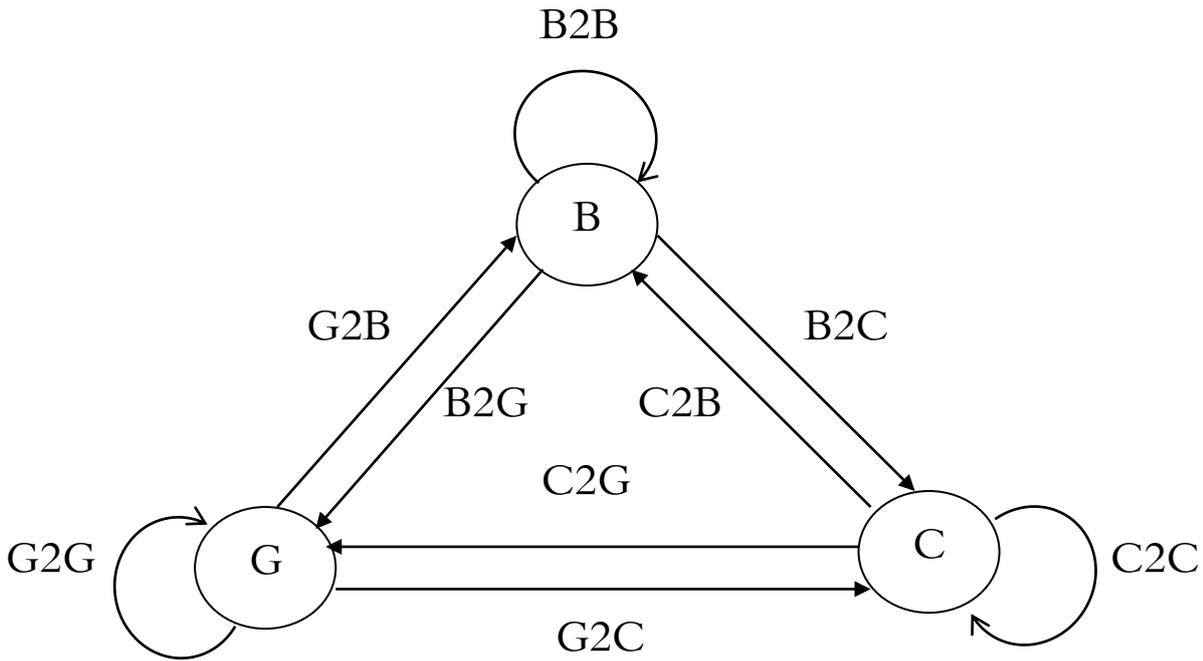
\*\* (G2G) : Government To Government.

\*\*\* (G2B) : : Government To Business

9- التجارة الإلكترونية بين الحكومة والمواطنين (G2C) \*:

وتشمل التفاعل بين الحكومات ومواطنيها إلكترونياً والفكرة الرئيسية هنا تنبع من تمكين المواطنين من طلب وتلقي السلع والخدمات والمعلومات التي تقدمها الحكومة والإجابة على أية إستفسارات من منازلهم أو سياراتهم أو أي مكان آخر في أي وقت خارج أوقات الدوام الرسمي ودون مراجعة دوائر الحكومة قدر الأماكن، مثل التقدم لطلب رخصة أو هوية، وتمكينهم من دفع الضرائب إلكترونياً، وإستلام المعونات والوثائق، ومساعدتهم في الحصول على الوظائف. من تطبيقات الحكومة الإلكترونية أيضاً تحويل المساعدات المالية إلى مواطنيها إلكترونياً، حيث تقوم بتوزيع المساعدات على بنوك المستخدمين في حساباتهم. وقد تقوم بتزويد المستخدمين ممن ليس لديهم حسابات في البنوك ببطاقات ذكية تقوم بشحن الرصيد إلكترونياً بالمبلغ المرصود لهم. ويمكن تبسيط أنواع التجارة الإلكترونية والعلاقة بين أطرافها من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (1-1): أشكال التجارة الإلكترونية



المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على المعلومات السابقة.

\*(G2C) : Government To Consumer.

## المبحث الثاني: التجارة الإلكترونية خصائص، مزايا وفوائد

تعد التجارة الإلكترونية نظام للمعلومات يهدف لتحقيق التبادل التجاري بين أرجاء المعمورة، بدون قيد أو عائق جغرافي، وتتم معالجة وتصنيع بيانات هذا النظام وتحويلها لمنتجات رقمية إلكترونية مصوغة ومنقولة ومسلمة، ومستهلكة بطريقة إلكترونية مختلفة تماماً عن أي منتج من منتجات النظام اليدوي التقليدي للتجارة.

### المطلب الأول: خصائص التجارة الإلكترونية

تختلف التجارة الإلكترونية - في الواقع - عن التجارة التقليدية في طبيعتها وآلياتها وأساسياتها. ولعل هذا الاختلاف والتفاوت يعود إلى أنها تجسد في الواقع إقتصاداً جديداً يعتمد على الإنتاج كثيف للمعلومات والمعرفة، وعلى التكنولوجيا المتطورة والتزاوج ما بين التكنولوجيا والمعلومات، لدرجة أن ظهرت إلى الوجود سلع وخدمات لم تكن معروفة منذ عقد أو عقدين. كما أن هذه التطورات وغيرها تعمل على إعادة هيكلة الإقتصادات على المستوى الوطني، بل وكذلك على المستوى العالمي في إطار تحرير التجارة العالمية في ظل منظمة التجارة العالمية. ومنه يمكن حصر خصائص التجارة الإلكترونية في:

- تتسم التجارة الإلكترونية بالتطور والنمو السريع، ومن ثم يزداد نصيبها في الناتج المحلي الإجمالي العالمي، ويسهم تطور الأنترنت إسهاماً فعالاً في هذا الصدد لإعتماد هذه التجارة عليها؛
- القدرة على التواصل مع أكثر من جهة في نفس الوقت بحيث يمكن للعائد إرسال رسالة إلكترونية إلى عدد من الجهات المختلفة<sup>1</sup>، أي أن التجارة الإلكترونية تتضمن التفاعل الجماعي بين عدة أطراف، وفي هذا توفر شبكة الأنترنت إمكانيات بلا حدود للتفاعل الجماعي بين الأفراد وهو شيء غير مسبوق في أية أداة تفاعلية سابقة<sup>2</sup>؛
- تتسم التجارة الإلكترونية بالسرعة الفائقة، أي سرعة التعاقد وسرعة التسليم بالنسبة لكثير من الصفقات، ومن ثم فهي تختزل عنصر الزمن. فلقد إعتدنا أن نذكر عند التفرقة بين التجارة المحلية

<sup>1</sup> سليمان عبد الرزاق أبو مصطفى، التجارة الإلكترونية في الفقه الإسلامي، (رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الفقه المقارن، كلية الشريعة، الجامعة الإسلامية، غزة، غير منشورة)، فلسطين، 2005، ص: 57.

<sup>2</sup> سلطان عبد الله محمود الجوّاري، عقود التجارة الإلكترونية والقانون الواجب التطبيق، ط 1، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2010، ص: 29.

والدولية عاملي المسافة والوقت. والواقع أن التجارة الإلكترونية الدولية جاءت لتختزل هذين العاملين<sup>1</sup>؛

- التلاقي بين طرفي التجارة يكون عن بعد، أي إنعدام العلاقة المباشرة بينهما لأن التلاقي يتم من خلال شبكة الإتصالات<sup>2</sup>؛
- تتسم التجارة الإلكترونية أنها تتيح فرصة كبيرة للتعامل في مختلف الأسواق في الشرق والغرب على مدار أربع وعشرين ساعة، برغم فروق التوقيت الكبيرة. ويمثل هذا تيسيرا كبيرا على المتعاملين خاصة في الأسواق المالية<sup>3</sup>؛
- إن التعاملات بين المشاركين في هذه التجارة - على إختلاف أنواعها- تتم بوسائل إلكترونية بدءا من مرحلة العرض، ثم تبادل المعلومات وإجراء المفاوضات وإنهاء بالتسليم الإلكتروني للمنتجات الخدمية أو السلعية الأخرى، مثل الكتب وتذاكر السفر وقطع الموسيقى وبرامج الكمبيوتر...إلخ. والتسليم عادة يكون مقرونا بالتسوية النقدية لهذه التعاملات والتي تتم في معظمها إلكترونيا<sup>4</sup>؛
- ومن الخصائص المميزة لهذا النوع من التجارة أنها تعتمد على النشاط الخاص إعتقادا يكاد يكون كليا، لذا كان الإهتمام بها مصحوبا بتشجيع هذا القطاع وتفكيك الحزم القانونية التي قد تعوق نشاطه في الداخل والخارج على النحو الذي رأيناه سابقا، لكن هذا لا يتناقض مع الأهمية المحورية لدور الدولة في توفير بعض المقومات الأساسية اللازمة لها، خاصة في الدول النامية؛
- إن هذه التجارة تنمو وتزدهر كلما حقق الإقتصاد نموا وإزدهارا وحققت مستويات الدخل إرتفاعا. فبالإضافة إلى ما سبق، نجد أنه كلما حقق الإقتصاد تقدما وتنوعا يصبح أكثر حاجة للبحث عن

<sup>1</sup> علي فلاق، آثار التجارة الإلكترونية على الإقتصاد، الملتقى الوطني الخامس حول الإقتصاد الافتراضي وإنعكاساته على الإقتصاديات الدولية، جامعة البليدة، الجزائر، يومي 13-14 مارس 2012، ص:03.

<sup>2</sup> أحمد عبد الله العوضي، العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية، مجلة الإقتصاد والمجتمع، الكويت، العدد6، 2010، ص: 196.

<sup>3</sup> G.Hermann, Developing Model E-commerce Law, Speech at World E-conference. Perth, Western Australia, 8-10 November 1999, p :6.

<sup>4</sup> عبد الرزاق، محمود حامد، دور التجارة الإلكترونية في التأثير على هيكلية التجارة الخارجية المصرية، المؤتمر القومي الأول حول مصر وتحديات القرن القادم، مركز بحوث ودراسات التنمية التكنولوجية، جامعة حلوان، مصر، 10-12 مايو 1999، ص:137.

الوسائل والأدوات التي يستطيع توظيفها لدفع الإنتاج وتدعيمه، وذلك من خلال التسويق، سواء في الأسواق الداخلية أو الدولية، والمنافسة؛

- غياب التعامل الورقي إذ أن إتمام صفقة تجارية كاملة، بدأ من التفاوض على الشراء والتعاقد ودفع قيمة البضاعة وإستلامها إلكترونياً يتم دون تبادل مستندات ورقية على الإطلاق ( في حالة السلع القابلة للتزقيم). وهذا ما يدعم هدف التجارة الإلكترونية وهو خلق مجتمع اللاورقية<sup>1</sup>؛
- تتيح تكنولوجيا التجارة الإلكترونية تجاوز الحدود الجغرافية، أي أن تصل إلى أي مكان في العالم الواسع، إذا تطلب الأمر، وبطريقة عملية وفاعلة. حيث نلاحظ نمواً سريعاً في أعداد الزبائن والمشتريين اللذين هم على الخط الإتصال المباشر مع المواقع المختلفة<sup>2</sup>؛

### المطلب الثاني: مميزات وعيوب التجارة الإلكترونية

أدى إدخال شبكة الإنترنت إلى مختلف مواقع الإنتاج والعمل في المؤسسات والشركات والمنازل إلى زيادة الإنفاق والإستهلاك على مختلف السلع والمنتجات التي تطرحها المؤسسات عبر الشبكة ويتوقع الجميع أن يرتفع الإقبال مستقبلاً عندما تزيد نسبة المشاركة في خدمة الإنترنت وتكون متاحة للجميع، الأمر الذي سيعمل على زيادة الوعي لدى المتصفحين ويدفعهم إلى شراء معظم المنتجات التي يودون الحصول عليها دون أي عناء، وإن تقدم التجارة الإلكترونية من شأنه أن يحقق مكاسب كبيرة للدول على حد سواء ويحقق أيضاً عدة مكاسب بالنسبة للأفراد وبالنسبة للمؤسسات، نلخصها في الآتي:

#### أولاً: مميزات التجارة الإلكترونية:

تتميز التجارة الإلكترونية بمجموعة من المزايا ويمكن إبرازها فيما يلي:

- 1- عمل التجارة الإلكترونية على تقديم الخدمة للمستهلكين وللشركاء على المنتجات المتوفرة على مستوى عالمي ككل، وعن أسعار هذه السلع والخدمات؛
- 2- تمكن التجارة الإلكترونية من المشاركة في المزادات الافتراضية<sup>3</sup>؛

<sup>1</sup> خالد ممدوح إبراهيم، لوجستيات التجارة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص: 152.

<sup>2</sup> عامر إبراهيم قنديلجي، التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها، ط1، دار الميسرة للنشر والتوزيع و الطباعة، عمان، الأردن، 2015، ص: 49.

<sup>3</sup> Efraim Turban, Information technology for management : making connections for strategic advantages, John wiley & sons, Etats-Unis, 1999, p-p:216-220.

- 3- نقاط الإتصال والمتاجر الافتراضية الموجودة على الأنترنت تسهل الإتصالات وبذلك تستبعد أسباب التأخير في تدفق الإمدادات، حيث من شأن توافر هذه الإمدادات بسرعة وبطريقة مضمونة أن يمكن الصناعات وتجار الجملة والتجزئة من تقليل الكميات المخزونة لديهم حيث يعتبر ذلك عون كبير للشركات وخصوصا الصغيرة والمتوسطة حيث يساعدهم على التقليل من النفقات<sup>1</sup>؛
- 4- توافق الأنماط التجارية مع سمات هذا العصر المعلوماتي وسلوكياته، فأصبح لدينا وسائل مستحدثة في إدارة النشاط التجاري، كالبيع والتجارة الإلكترونية بين قطاعات الأعمال؛
- 5- أصبحت المؤسسات التي كانت تعتبر نفسها منعزلة داخل سوق محلية تعتبر نفسها الآن مؤسسة عالمية لها زبائن في جميع أنحاء العالم، وتحقيق عائد أعلى من عائد الأنشطة التقليدية<sup>2</sup>؛
- 6- توفير تكاليف إنشاء المتاجر الافتراضية الإلكترونية أقل مقارنة بتكلفة إنشاء المتاجر التقليدية؛
- 7- توفير النشرات وكتيبات المعلومات الخاصة بالمنتج والمعلومات عن الأسعار بدون أي إتصال بشري؛
- 8- الحد من إستخدام المعاملات الورقية فمثلا طريقة النشر الإلكتروني لقيت تقبلا واسعا حيث أنها أقل حجما من الموسوعة الورقية، ففي المكتبات تم إستبدال الموسوعات الورقية الضخمة بوسائل إلكترونية حديثة، حيث يمكن التخزين على أسطوانة؛
- 9- تأمين مصادر جديدة للدخل للمؤسسات التجارية، وذلك لأن التجارة الإلكترونية تبسط قدرة هذه المؤسسات على السوق، وتعطيها طرق جديدة للوصول إليها عن طريق شبكات الإتصال المتوفرة للجميع؛
- 10- تعمل التجارة الإلكترونية عبر الأنترنت على تبسيط التعامل عبر هذه الوسائل الحديثة من عقد صفقات أو غيرها، بحيث تعمل على إرسال البيانات المتعلقة بالمنتج في صيغة ذات هيكل معين عن طريق إتصال إلكتروني يسمح ببدء الصفقات وإتمامها عن طريق أنظمة محاسبية؛
- 11- النفاذ إلى السوق العالمي بسهولة حيث أن كل مستخدم الأنترنت يمكن أن يشاهدوا المعلومات الموضوعية عن المنتج أو الخدمة مما يتيح الفرصة لتسويق المنتج أو الخدمة في السوق المحلي والخارجي؛

<sup>1</sup> إياد زكي محمد أبو رحمة، أساليب تنفيذ عمليات التجارة الإلكترونية ونظم التسوية المحاسبية عنها- دراسة تطبيقية على البنوك العاملة في قطاع غزة، ( مذكرة لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في المحاسبة والتمويل، الجامعة الإسلامية، غزة، غير منشورة)، فلسطين، 2009، ص:23.

<sup>2</sup> ناصر خليل، التجارة والتسويق الإلكتروني، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص:53.

12- تغيير صورة المشروعات من الصورة التقليدية التي تعتمد على استخدام عدد كبير من العمال وإنشاء مبان ضخمة واستخدام هياكل تنظيمية معقدة، إلى الصورة الإلكترونية التي تحتاج إلى عمالة قليلة دون تقيد بوجود مواقع جغرافية أو مبان كبيرة الحجم؛

13- تطوير الأداء التجاري والخدمي، ومثال على ذلك تتيح شركات متخصصة في التعامل مع الشركات ما لديها من فائض في المخزون عبر الشبكة عن طريق مزادات الإنترنت؛

14- تطوير عمل المصارف وتحويله من النظام التقليدي إلى النظام الإلكتروني، وذلك من خلال<sup>1</sup>:

- وصول إلى الحساب بطريقة مناسبة، حيث تعمل المصارف على تقديم كل الخدمات بما في ذلك الحسابات الجارية وحسابات التوفير وبطاقات الإئتمان والقروض الشخصية، بالإضافة إلى خيارات الاستثمار الأخرى حيث يعد ذلك خدمة تنافسية مقارنة مع ما تقوم به البنوك؛
- إنخفاض التكلفة والحد من مهمة حمل البضائع وحتى توفير الحاجة إلى الناحية الأمنية<sup>2</sup>؛
- معدلات فائدة أعلى، وذلك عندما تتعامل المصارف عبر الخط بحيث تقدم خدماتها بمعدل أسرع بالنسبة للإستجابة للمستهلك، حيث تصبح الفائدة على حساب الودائع أقل بينما يمكن أن ترتفع الفوائد على القروض مما يوفر أموال المتعاملين؛
- المعلومات عن الحساب وذلك يتم بحيث تكون المعلومات عن الحساب متاحة للمتعاملين بطريقة محدثة دائماً؛
- دفع الفوائد إلكترونياً؛
- تحويل الأموال بسهولة؛

15- إتاحة قاعدة للمعلومات عن الوضع في الماضي والحاضر؛

16- إمكانية إجراء إستطلاع للأداء لإختيار منتج أو خدمة جديدة؛

17- تعتبر التجارة الإلكترونية وسيلة فعالة لتوسيع نطاق الأسواق المحلية، فالصفة العالمية لهذه التجارة ألغت الحدود أمام دخول الأسواق التجارية، وبفضلها تحول العالم إلى سوق مفتوح أمام

<sup>1</sup> رأفت رضوان، عالم التجارة الإلكترونية، بدون ط، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 1999، ص- ص: 14- 24.

<sup>2</sup> جعفر حسن جاسم، مقدمة في الإقتصاد الرقمي، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، الأردن، 2010، ص: 222.

المستهلك دون النظر إلى الموقع الجغرافي للبائع أو المشتري. لهذا تساهم بكفاءة في تسويق السلع والخدمات على مستوى العالم<sup>1</sup>؛

18- زيادة حجم التجارة العالمية نتيجة نمو حركة التعامل الإلكتروني بين الشركات من جهة أو بين الشركات والأفراد من جهة أخرى<sup>2</sup>.

19- التخلي عن وجود وكيل في بلد أجنبي وذلك بتقديم خدمات التسويق على الخط للموردين وبذلك يغني عن فتح متجر أو استخدام وكيل؛

### ثانيا: عيوب التجارة الإلكترونية:

كما للتجارة الإلكترونية مزايا فهي لها أيضا عيوب وفيما يلي نستعرض هذه العيوب:

- 1- سرقة أو تزيف البطاقات الائتمانية يؤدي إلى تحمل أصحابها تكاليف سلع وخدمات لم يتم بشرائها؛
- 2- يمكن حدوث تلاعب في بيانات النسخ الأصلية الخاصة بطلبات الشراء أو إرسال البضائع وذلك ناتج عن عدم وجود المستندات الورقية والتوقيع بخط اليد، الأمر الذي يهدد مصالح الأفراد والمشروعات على حد سواء<sup>3</sup>؛
- 3- الرقابة والمتابعة الحكومية خصوصا، وقوانين الإنترنت ليست مفعلة أو موجودة أصلا بالشكل الذي يزيد من الثقة في المواقع التجارية وبالتالي القليل منها ما يكتسب الثقة وينتشر ببطء؛
- 4- إستيراد سلع ممنوعة الإستعمال في الأسواق المحلية؛
- 5- حدوث إختراقات في شبكة الأنترنت يؤدي إلى فضح أسرار العملاء والبنوك والشركات<sup>4</sup>؛
- 6- صعوبة التحقق من هوية المتعاملين في التجارة الإلكترونية، نظرا لغياب العلاقة المباشرة بين العملاء فقد يتم إبرام عقد بين البائع والمشتري يبعد عنه آلاف الأميال ويختلف عنه في التوقيت الزمني؛
- 7- إختلاف وتباين المقاييس المطبقة في الدول المختلفة بشأن التجارة الإلكترونية.

<sup>1</sup> يونس عرب، المركز العربي للقانون والتقنية العالمية، مؤتمر التجارة الإلكترونية، منظمة الاسكوا، الأمم المتحدة، بيروت، لبنان، 8- 10 نوفمبر 2000، ص: 4.

<sup>2</sup> إبراهيم المنجي، عقد نقل التكنولوجيا، ط1، توزيع منشأة المعارف، الإسكندرية، مصر، 2002، ص: 266.

<sup>3</sup> حمدي عبد العظيم، التجارة الإلكترونية أبعادها الاقتصادية والتكنولوجية والمعلوماتية، بدون ط، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية، القاهرة، مصر، 2001، ص: 12.

<sup>4</sup> محمد صالح الحناوي وآخرون، مقدمة في عصر التكنولوجيا، مرجع سبق ذكره، ص: 169.

### المطلب الثالث: فوائد التجارة الإلكترونية

يمكن دراسة هذه الفوائد الظاهرة للتجارة الإلكترونية على المنظمات الحاسوبية وعلى المستهلك وعلى الشركات وعلى المجتمع:

أولاً: الفوائد الظاهرة للتجارة الإلكترونية على المنظمات الحاسوبية:

تمثل هذه الفوائد فيمايلي<sup>1</sup>:

**1- الوصول للعالم كله:** وسعت التجارة الإلكترونية أسواق الأعمال المحلية والعالمية حيث أعطت الشركة الفرصة للبحث عن الموردين بأقل الأسعار وأسهل الطرق ومكنتها من الوصول لأكثر عدد من المستهلكين والبحث عن شركاء في العالم كله بأسهل الطرق للبيع بكميات أكثر؛

**2- تقليل التكلفة:** قللت التجارة الإلكترونية من تكلفة المنتجات الورقية من حيث قلة تكلفة إنشائها وتوزيعها وتخزينها وإسترجاع المعلومات منها؛

**3- تحسين أداء سلسلة التوريد:** عملية البحث عن موردين وموزعين ومخزني للمنتجات تحتاج للكثير من الجهد والوقت كما أن التأخير في التسليم والخسائر الناتجة عن التخزين السيئ تكلف الكثير من الأموال وضياع الثقة بالمنتج. أما الآن وبواسطة التجارة الإلكترونية إستطاعت أن تقلل هذه المشاكل من حيث سهولة الوصول للموردين من مختلف العالم وبأقل الأسعار، وسهولة الوصول للمخازن القريبة من البلد المنتج؛

**4- إستمرارية الوقت (24/7/365):** لا يوجد في التجارة الإلكترونية إجازات أو أوقات عمل محددة بل هي متوفرة كل السنة وكل الأيام وعلى مدار الساعة؛

**5- التصنيع حسب الطلب:** سمحت التجارة الإلكترونية للمستهلك بأن يحدد خصائص المنتج حسب مواصفات خاصة به وبأسعار منافسة ومناسبة وتسمى التصنيع حسب الطلب و ذسمحت بالإنتاج حسب خصوصية المستهلك؛

<sup>1</sup> محمد نور صالح الجدايه وسناء جودت خلف، التجارة الإلكترونية ( **Electronic Commerce (EC)**، ط1، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص- ص: 33- 34 .

- 6- ظهور نماذج جديدة للأعمال:** التجارة الجماعية والمشاركة في المزادات كمجموعة تجارية متكاملة من أهم النماذج الجديدة التي ظهرت بظهور التجارة الإلكترونية؛
- 7- تقليل وقت تنفيذ المنتج:** قللت التجارة الإلكترونية الوقت بين ظهور فكرة تصنيع سلعة وتنفيذه هذه الفكرة وظهرها بشكلها التجاري وذلك نتيجة للتعاون وسهولة إجراء الاتصالات عبر التجارة الإلكترونية؛
- 8- تقليل كلفة الاتصالات:** كلفة الاتصالات الإلكترونية خاصة عبر الإنترنت قليلة مقارنة بالاتصالات عبر الشبكات المحلية والخاصة؛
- 9- تحسين العلاقة مع المستهلك:** استطاعت الشركات الإلكترونية توسيع علاقاتها مع المستهلك لأنها استطاعت الوصول له في كل مكان والوصول لرغباته وردة فعله إتجاه منتجاتها والتعديل عليها بناء على هذه الرغبات؛
- 10- التطوير المستمر للمنتج:** يمكن تعديل المنتجات على شبكة الإنترنت والأسعار في الكاتولوجات الإلكترونية بصورة سريعة ومتطورة كما يمكن عرض المنتجات الحديثة بصورة دائمة.

#### ثانيا: فوائد التجارة الإلكترونية للمستهلك:

تتمثل فوائد التجارة الإلكترونية للمستهلك فيما يلي:

- 1- توفير الوقت والجهد:** تفتح الأسواق الإلكترونية بشكل دائم ولا يحتاج الزبائن إلى السفر أو الإنتظار في طابور لشراء منتج معين، كما ليس عليهم نقل هذا المنتج إلى البيت، ولا يتطلب شراء أحد المنتجات أكثر من النقر على المنتج، وإدخال بعض المعلومات عن البطاقة الائتمانية، بالإضافة إلى العديد من أنظمة الدفع الملائمة مثل استخدام النقود الإلكترونية<sup>1</sup>؛
- 2- منتجات وخدمات متنوعة:** وفرت التجارة الإلكترونية للمستهلك الفرصة لزيادة مساحة خياراته وإحتياجاته، حيث تحول عالمه من العالم المحلي المحصور إلى العالم الأوسع بكل خياراته؛
- 3- التوصيل الفوري:** يستطيع المستهلك الحصول على منتجاته الإلكترونية بأسرع وقت مثل الملفات الرقمية كالأغاني والموسيقى والألعاب؛

<sup>1</sup>محمد، إبراهيم عبيدات، أساسيات التسعير في التسويق المعاصر مدخل سلوكي، ط1، دار الميسرة للنشر، الأردن، 2004، ص: 209.

- 4- **منتجات وخدمات رخيصة:** زادت فرصة المستهلك للحصول على منتجات وخدمات بسعر أقل بواسطة التجارة الإلكترونية حيث أصبح له القدرة على الإبحار عبر شبكة الأنترنت والبحث عن السعر المنافس للمنتج أو الخدمة المطلوبة؛
- 5- **توفير المعلومات:** يستطيع المستهلك الحصول على المعلومات المطلوبة بدقائق معدودة بدلا من الأيام و الأسابيع في طرق التجارة العادية؛
- 6- **المشاركة بالمزادات:** أعطت التجارة الإلكترونية المستهلك الفرصة للمشاركة في المزادات الوهمية وسمحت له البيع والشراء بصورة سريعة والحصول على المقتنيات الثمينة والنادرة إذا رغب بذلك؛
- 7- **الاتصالات الإلكترونية:** بواسطة التجارة الإلكترونية استطاع المستهلك الإتصال مع مستهلكين آخرين وتبادل الأفكار والآراء حول المواضيع المشتركة؛
- 8- **الحصول على منتجات خاصة:** يستطيع المستهلك الحصول على منتجات وخدمات بمواصفات خاصة به، ويجدها حسب إحتياجاته الخاصة، وفي بعض الدول لا يفرض على الأعمال الإلكترونية المباشرة رسوم وضرائب خاصة.

### ثالثا: فوائد التجارة الإلكترونية على الشركات:

تتمثل فوائد التجارة الإلكترونية على الشركات فيما يلي:

- 1- **تسويق أكثر فعالية وأرباح أكثر:** إن إعتداد الشركات على الأنترنت في التسويق يتيح لها عرض منتجاتها وخدماتها في مختلف أنحاء العالم دون إنقطاع طيلة ساعات اليوم وطيلة أيام الأسبوع، مما يوفر لهذه الشركات فرصة أكبر لجني الأرباح، إضافة إلى وصولها للمزيد من الزبائن<sup>1</sup>؛
- 2- **تخفيض مصاريف الشركات:** تعد عملية إعداد وصيانة مواقع التجارة الإلكترونية على الويب أكثر إقتصادية من بناء أسواق التجزئة أو صيانة المكاتب ولا تحتاج الشركات إلى الإنفاق الكبير على الأمور الترويجية أو تركيب تجهيزات باهظة الثمن تستخدم في خدمة الزبائن، ولا تبدو هنالك حاجة في الشركة لإستخدام عدد كبير من الموظفين للقيام بعمليات الجرد والأعمال الإدارية؛

<sup>1</sup> أحمد النواعرة، الإنتصال والتسويق بين النظرية والتطبيق، ط1، دار أسامة للنشر، الأردن، 2010، ص:296.

**3- تواصل فعال مع الشركاء والعملاء:** تطوي التجارة الإلكترونية المسافات وتعبر الحدود، مما يوفر طريقة فعالة لتبادل المعلومات مع الشركاء وتوفر فرصة جديدة للشركاء للاستفادة من البضائع والخدمات المقدمة من الشركات الأخرى<sup>1</sup>.

**رابعاً: فوائد التجارة الإلكترونية على المجتمع:**

تتمثل فوائد التجارة الإلكترونية على المجتمع فيما يلي:

**1- المجتمع الإلكتروني يختلف عن المجتمع العادي:** من حيث قدرة الأشخاص على العمل والحصول على الدورات التدريبية والدراسة في المنزل والمكتب دون الحاجة للسفر أو استخدام وسائل النقل المختلفة، مما يؤدي لتقليل كلفة النقل العام والخاص؛

**2- رفع مستوى المجتمع عن طريق تلبية مختلف حاجاته:** يستطيع المستهلك الوصول لمنتجات وخدمات مميزة وبأقل الأسعار، أدى ذلك لزيادة مساحة رغباته وطلباته وتوفير منتجات وخدمات كان من الصعب توفيرها في السابق ضمن مجتمعه المحلي؛

**3- توفير الخدمات العامة:** التجارة الإلكترونية والحكومة الإلكترونية وفرت للمواطنين الخدمات الحكومية مثل التعليم والصحة والضمان الإجتماعي عبر الإنترنت وقللت كلفة الحصول على هذه الخدمات خاصة الخدمات الإلكترونية منها؛

**4- خلق فرص العمل الحر:** خلق فرص العمل الحر والعمل في المشروعات الصغيرة والمتوسطة التي تتصل بالأسواق العالمية، بأقل تكلفة استثمارية، وتمثل تجارة الخدمات مجالاً أساسياً في التجارة الإلكترونية<sup>2</sup>؛ كما تستطيع أن توفر الفرصة للدول النامية بما فيها الدول العربية لزيادة صادراتها وقدرتها التنافسية وتحقيق نمو أكبر، خاصة وأن معظم التجارة في المستقبل سوف تجرى إلكترونياً<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> سعد غالب ياسين، بشير عباس العلاق، التجارة الإلكترونية، ط1، دار المناهج للنشر، الأردن، 2004، ص:116.

<sup>2</sup> عبد الرحمن، يسرى، محمد أحمد السريتي، قضايا إقتصادية معاصرة، بدون ط، دار الجامعة للنشر، الإسكندرية، مصر، 2007، ص: 296.

<sup>3</sup> رعد سامي عبد الرزاق التميمي، العولمة والتنمية البشرية المستدامة في الوطن العربي، ط1، دار دجلة للنشر، الأردن، 2008، ص: 245.

### المبحث الثالث: تطور التجارة الإلكترونية ومحدداتها

بعد التقدم الهائل في شتى مجالات الحياة التكنولوجية وظهر ما يسمى بالعملة التي حولت العالم إلى قرية صغيرة، ظهرت ما يسمى بتكنولوجيا الإتصالات والمعلومات والتي بدورها سهلت وساعدت في إنتشار وتطور قيمة وحجم التجارة الإلكترونية، حيث تزداد تقديرات هذه التجارة سنة بعد الأخرى.

#### المطلب الأول: عوامل تطور التجارة الإلكترونية

حتى تتحقق الغاية المرجوة من التجارة الإلكترونية، وتنجح وتتطور، فإن هنالك العديد من العوامل المساعدة التي تحقق هذا النجاح، ومنها:

- 1- توفير وسائل دفع إلكترونية مؤمنة وغير معقدة، بحيث تمنح الثقة في نفس المتعاملين من خلالها؛
- 2- إزالة الأمية الجديدة ( أمية الأنترنت)، ذلك أن نجاح التجارة الإلكترونية يستند إلى زيادة عدد مستخدمي الشبكة ومعرفتهم كيفية التنقل بين المواقع المختلفة وإبرام العقود من خلالها<sup>1</sup>؛
- 3- وضع تصور شامل مستند إلى دراسات متخصصة حول التجارة الإلكترونية، وبيان أوجه الإستفادة منها؛
- 4- توفير بنية أساسية متطورة من شبكة الإتصالات قادرة على العمل بكفاءة؛
- 5- إهتمام الشركات بتطوير منتجاتهم وخدماتهم بما يمكنهم من عرضها على الشبكة إلى جانب المنتجات العالمية؛
- 6- رفع القيود غير الضرورية أمام التجارة الإلكترونية بما يحقق إنسيابها؛
- 7- إتاحة الفرصة للمستهلك الوصول بسهولة وسرعة للمتاجر الإلكترونية؛
- 8- نشر التوعية في المجتمع بين مختلف الشرائح بأهمية التجارة الإلكترونية، ووضع إطار واضح للاعتراف بالتوقيع الإلكتروني<sup>2</sup>؛
- 9- إذا كانت التجارة الإلكترونية المتطورة تستند إلى شبكة متطورة من التكنولوجيا الإتصالات والمعلومات فإن التطور العلمي والتكنولوجي من جهة، واتساع إنتشار شبكة متقدمة للإتصالات والمعلومات تقدم

<sup>1</sup> محمد إبراهيم أبو الهيجاء، عقود التجارة الإلكترونية، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص: 66.

<sup>2</sup> نضال سليم برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، ط3، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص: 24.

خدماتها بأسعار تنافسية رخيصة يعطيان الفرصة لذوي الدخل المحدود لإستخدامها، مما يعتبر أحد أهم العوامل اللازمة لتطور التجارة الإلكترونية؛

10- يلعب الدعم الحكومي دورا مهما في تطوير التجارة الإلكترونية، وذلك من خلال المساعدة في توفير المقومات والبيئة الداعمة لتطوير ونمو التجارة الإلكترونية، خاصة في أولى مراحلها من جهة. كما أن هذه المساعدة تستطيع أن توسع من نطاق التجارة الإلكترونية، من خلال توسيع نطاق تعاملاتها إلكترونيا مع الجمهور أو قطاع الأعمال، سواء أكانت متلقية أم موردة للسلع والخدمات، وإقامة ما يعرف بالحكومة الإلكترونية، كما أن هذا الدعم يلعب دورا لا غنى عنه بالنسبة لتطور التجارة الإلكترونية في الدول النامية بالذات، نظرا للأسباب الآتية:

- الضعف النسبي في دور القطاع الخاص في هذه الدول؛
- ضعف البنية الأساسية؛

● ضعف الوعي و الإدراك العام بأهمية هذه التجارة في مجتمعات تعاني من الفقر و ضعف الدخل<sup>1</sup>.

11- تلعب المنافسة بين الشركات المختلفة للوصول للأسواق في أسرع وقت ممكن، وبأكبر قدر متنوع من السلع والخدمات، مع عرضها على نحو مميز - دورا رئيسيا في تطور التجارة الإلكترونية؛

12- يلعب توفير المناخ من الحرية الاقتصادية والتجارية دورا مهما في تطوير التجارة الإلكترونية من خلال إزالة القيود والعراقيل على التبادل التجاري في الداخل، أو مع الخارج، وإتاحة حرية البحث عن المعلومات وتبادلها وتداولها.

### المطلب الثاني: المقومات الأساسية لتطور التجارة الإلكترونية

تعد التجارة الإلكترونية بمعناها الواسع ثمرة لإنجازات علمية متقدمة للغاية في العديد من المجالات المتكاملة والمكملة لبعضها البعض، فهي نتيجة لعدد من المقدمات المتطورة، وخاصة ما حدث من ثورة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي نقلت البشر من العصر التقليدي إلى عصر الانفجار في المعلوماتية والمعرفة ومجتمع إقتصاد المعرفة، وهو أمر غير مسبوق في تاريخ البشرية.

<sup>1</sup> حامد هند محمد، التجارة الإلكترونية في المجال السياحي، مرجع سبق ذكره، ص: 20.

كما أن التجارة الإلكترونية تعمل على تحقيق تقدم وتطور مستمر في جميع المجالات الاقتصادية والعلمية -أيضا- لما تتسم به من ديناميكية، لذا فإنه يلزم توافر عدد من الركائز الأساسية التي تقوم عليها هذه التجارة، ويلزم كذلك توافر القدرة على تطوير هذه الركائز بشكل مستمر. ولعل من أهم المقومات (الركائز) الأساسية اللازمة لنمو وإزدهار التجارة الإلكترونية لدينا:

### أولا: الإطار الاقتصادي الداعم:

يقصد بالإطار الاقتصادي الداعم للتجارة الإلكترونية تبني سياسات إقتصادية مواتمة، وكذلك وجود إقتصاد متطور نسبيا، وذي هيكل متنوع. ويشمل الإطار الإقتصادي على:

**1- السياسات الإقتصادية الملائمة:** تنمو التجارة الإلكترونية في إطار سياسات الحرية الإقتصادية وإفساح المجال أمام القطاع الخاص ليلعب دورا فاعلا في عملية التنمية الإقتصادية والإجتماعية. ومن هنا يجب إتباع سياسات إقتصادية داعمة تدفع هذه التجارة ولا تثبطها، مثل الحرية التجارية والتخفيف من الأعباء الضريبية على السلع التي يتم تبادلها بهذا الأسلوب، وعدم فرضها كلية على الرسائل الإلكترونية وتعزيز ودعم كل ما من شأنه دعم وتقوية التجارة الإلكترونية، من خلال تهيئة البنية المواتية لذلك في الداخل، وكذلك مع الخارج من خلال عقد الإتفاقات الثنائية والإقليمية، الإنضمام إلى الإتفاقات الدولية متعددة الأطراف التي تعالج قضايا التجارة الإلكترونية، مع مراعاة المصالح الوطنية، وتحرير الخدمات في مجال الإتصالات السلكية واللاسلكية، وغير ذلك، مما يخدم هذا النوع من التجارة أو الأعمال.

ولقد تم بذل جهود كبيرة في هذا الصدد على المستوى العالمي في إطار منظمة التجارة العالمية.

**2- هيكل إقتصادي متطور:** سبق أن عرفنا أن التجارة الإلكترونية هي حلقة في سلسلة التطور الإقتصادي والتجاري، وكتجارة متقدمة لا بد أن يدعمها ويقف وراء تطورها إقتصاد قوي متنوع الهيكل ومرن يكون قادرا على تلبية الطلب الفعال، سواء في الداخل أو في الخارج، وبالتالي تنشأ الحاجة إلى الدخول في مثل هذا النوع من التجارة، ويتولد الدافع لتطويرها على نحو مستمر. وبعبارة أخرى يلزم أن يكون لدى الإقتصاد سلع زراعية وصناعية وخدمات متقدمة يمكن توظيف التجارة الإلكترونية فيها. فالتجارة الإلكترونية - كوسيلة - هي - في الواقع - في خدمة القطاعات المختلفة، فضلا عن أنها ثمرة تطوراتها. لذا لا ندهش أن نجد أن هذه التجارة تنمو وتزدهر في الدول ذات الإقتصادات المتطورة والمتنوعة

والمرنة، مثل الإقتصاد الأمريكي أو الأوروبي أو الياباني، وكلما حققت الدول تقدما، إزداد الإهتمام بالتجارة الإلكترونية، وازداد الوزن النسبي للدور الذي يلعبه في الإقتصاد الوطني.

### ثانيا: البنية الأساسية للمعلومات

تعتمد التجارة الإلكترونية على مقومات وركائز أساسية للمعلومات والإتصالات. ويجب أن يكون ذلك ضمن إستراتيجية واضحة المعالم تتسم بالشفافية والتماسك والإستمرارية.

**1- الإستراتيجية التكنولوجية والمعلوماتية:** تعني الإستراتيجية تحديد الأهداف ذات الأهمية الكبرى للدولة والإقتصاد المراد تحقيقها خلال فترة زمنية طويلة في مجال المعلومات والتجارة الإلكترونية، إذ يجب أن تضع الدول المختلفة إستراتيجيات تكنولوجية لبناء مجتمع المعلومات على أن تشارك فيه كل الفئات والعناصر الفاعلة في الإقتصاد والمجتمع بدءا من الحكومة، والقطاع الخاص، وقطاع العائلات. ويمكن لكل هذه العناصر الفاعلة أن تؤدي دورا مميزا في تطوير ونشر تكنولوجيا المعلومات والإتصالات بطرق مختلفة سواء من حيث إقامة التجهيزات الرئيسة والأساسية، والتطوير الفني والعلمي للأجهزة والبرامج. من حيث تنفيذ البرامج المختلفة ونشرها في ربوع البلد الواحد، من خلال الجمعيات الأهلية، وخلق طلب على التجهيزات والبرامج، ومن ثم خلق دافع للقائمين على هذا الموضوع للإستمرار في التطوير والإنتاج، والتوسع في إستخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصالات بشكل دائم ومستمر. كما يلزم ألا يكون التطور في قطاع تكنولوجيا المعلومات والإتصالات بمثابة جزر منعزلة في الإقتصادات المختلفة التي تشهد تطورا ونموا، في حين تعاني القطاعات الأخرى تخلفا، بل يلزم أن يتكامل مع غيره من القطاعات ليدعمها وليجريها صوب التنمية المتكاملة، ويستفيد مما يتوافر لديها من إمكانيات وموارد، مما يؤدي إلى تخفيف حدة الفجوة الرقمية بين الدول التي سبقت في هذا الإطار والدول التي تخلفت عنها.

**2- تعتمد التجارة الإلكترونية في مجال البنية الأساسية للمعلومات على قاعدة إتصالات حديثة ومتطورة.** إذ تحتاج إلى حاسبات علمية وخطوط الهاتف وتجهيزات مرتبطة بها، ومن ثم يجب العمل على توفير كل

ذلك وربط مختلف أقاليم البلد الواحد بها، مع التفكير في ربط الدولة مع العالم الخارجي. وإذا كان هذا يعد مقوما أساسيا، فإن أهميته بالنسبة للدول النامية تزداد، لأنها تفتقر إلى كثير من هذه العناصر الأساسية<sup>1</sup>.

3- تحتاج المقومات الأساسية السابقة إلى توافر صناعات أخرى مغذية متطورة يدعمها قطاع للبحث العلمي والتطوير متطور يعمل بصفة مستمرة ليدعم كل ما هو جديد بما يؤدي إلى حسن إستغلال العناصر القائمة وزيادة فعاليتها، مثلما فعلت الألياف الضوئية، وكذلك إكتشاف الجديد في هذا المجال. ولعل أهمية هذا تبرز في أن الإعتماد على الخارج في إستيراد الحاسبات وما يرتبط بها من تجهيزات وكذلك الهواتف وكل ما يتعلق بها والمعرفة اللازمة لها... إلخ، كل هذا قد يدفع إلى رفع التكلفة بالنسبة للمستخدمين في الدول النامية، ومن ثم لا تشجع الإقدام على التعامل في التجارة الإلكترونية.

4- في هذا المجال يجب توافر أنواع عديدة من التكنولوجيا غير المادية (برامج و لغات)، وذلك من أجل النفاذ ليس فقط إلى التجارة الإلكترونية، وإنما -أيضا- من أجل تطويرها بشكل دائم ومستمر، لتلحق بالتقدم الذي قد يحققه الآخرون أن نطلق عليه الإندفاعية الإلكترونية من قبل الدول المتقدمة، وكذلك الشركات للإستفادة من هذه الفرصة الذهبية، وذلك بالنفاذ -أولا- إلى أسواق الدول الأخرى.

5- لعل أهم عناصر التكنولوجيا اللازمة للدخول في التجارة الإلكترونية بمفهومها الواسع يتمثل في شبكة الإنترنت والإنترانت والإكسترانت وغيرها من البرامج المتقدمة بما فيها برامج قواعد البيانات والأجهزة والبرامج اللازمة لتحويل الكلمات إلى أرقام ورموز والتشفير. ويلاحظ أن هذه العناصر وغيرها هي في تغير وتطور مستمرين في إطار التطور العلمي المستمر من جهة، والمنافسة المحمولة بين الشركات المختلفة من جهة أخرى. ويطلق البعض على هذه التجهيزات وغيرها "المعماريات"، بإعتبارها أساسا لا غنى عنه لنمو وإزدهار التجارة الإلكترونية في أي إقتصاد أو مجتمع<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> كاترين، ل.مان، وآخرون، التجارة الإلكترونية العالمية، بدون ط، ترجمة الشحات المنصور، مركز الأهرام للترجمة والنشر، القاهرة، مصر، 2003، ص: 48.

<sup>2</sup> طارق عبد العال حامد، التجارة الإلكترونية: المفاهيم، التجارب، التحديات، الأبعاد التكنولوجية، المالية، التسويقية والقانونية، مرجع سبق ذكره، ص: 58.

### ثالثا: الموارد البشرية

يعد العنصر البشري عصب التنمية الاقتصادية والإجتماعية بصفة عامة، ويلعب الدور الرئيس في تنمية وتطوير التجارة الإلكترونية بصفة خاصة. إذ يعد نقص الكوادر البشرية المدربة من أهم العقبات التي تقف في طريق نمو التجارة الإلكترونية في كثير من الدول النامية، وخاصة أن القيام بهذه التجارة تسبقه مراحل عديدة، بداية من التجهيزات الإلكترونية، وكذلك تليها عمليات أخرى، مثل تسوية المدفوعات وكل هذه الدوائر تحتاج إلى أيد عاملة متعلمة ومدربة، ولعل من أهم جوانب إحتياج العنصر البشري وجود خبراء لتصميم المواقع، وتحليل البيانات وإعداد نظم الدفع الإلكتروني...إلخ.

لذا سنقوم بإلقاء الضوء على عاملي التعليم والتدريب، وكذلك دور عنصر الإدارة في تطوير التجارة

الإلكترونية على النحو التالي:

**1- التعليم والتدريب:** يعد التعليم والتدريب المتخصصين والمرتبطين بالتجارة الإلكترونية من أهم أسس وضع إستراتيجية لهذه التجارة في الدول التي نهضت فيها هذه التجارة، سواء أكانت دولة متقدمة أم نامية. ويحتاج المعنيون بالتجارة الإلكترونية - وفقا لتقرير منظمة العمل الدولية- سواء أكانوا من المستهلكين أم من رجال الأعمال والإداريين على جميع مستوياتهم تعليما وتدريبيا حول المفاهيم الأساسية لهذه التجارة ومدى حجم الفوائد والمكاسب التي تنجم عن الإعتماد عليها كآلية للتبادل التجاري والعمل الإقتصادي بصفة عامة. كما أن توضيح المتطلبات والتحديات التي تواجه هذا النوع من التجارة يعد حيويا في هذا الإطار أيضا، ليطم التعريف على مدى وحجم الجهد المطلوب لمواجهتها والنهوض بها. هذا من جانب، ومن جانب ثان يلعب التعليم وما يرتبط به من تدريب دورا مهما في خلق طلب على منتجات التكنولوجيا الجديدة في مجال التجارة الإلكترونية وتوسيع الأسواق أمامها والإستثمار فيها، وهذا ما يزيد من حجم من لديهم مصلحة في تطويرها والحفاظ عليها. لذا يعد التعليم والتدريب وخلق قاعدة بشرية متعلمة ومدركة لأهمية هذه التجارة وآلياتها مطلبا أساسيا في إطار إستراتيجية الدول النامية في اللحاق بالدول المتقدمة. ومن جانب ثالث، يعد المجتمع الإنترنت وفقا لتقرير الأونكتاد، مجتمع معرفة الذي من أهم خصائصه أن الإستفادة من تكنولوجيا الإتصالات والمعلومات فيه تعتمد على الحصول على المقدرة، ليس فقط في الحصول على المعلومة، بل أيضا القدرة على تحويل هذه المعلومة إلى معرفة، وتحويل هذه وتلك إلى سلعة

أوخدمة تجد طريقها إلى السوق. وينطبق هذا الميكانيزم ليس فقط على المنتج السلعي أو الخدمي، وإنما أيضا على طريقة توصيل المنتج إلى المستهلك النهائي وإقناعه به ومعرفة ذوقه، ومدى ما يطرأ عليه من تغير وتحول يعمل المنتج على إشباعه... وهكذا<sup>1</sup>.

**2- تطوير الإدارة الإلكترونية:** يركز هذا الجزء في الواقع على دور الإدارة سواء أكانت عامة أو خاصة في تطوير الإدارة الإلكترونية، ليس فقط من خلال رفع مستوى الوعي والإدراك لأهميتها، والعمل على نشرها. وإنما من خلال تعميق الإيمان بأنها ضرورة إدارية وتنظيمية لإنجاز الأعمال وإتمام التعاملات على نحو أسرع وما يحققه ذلك من إقتصاد للنفقات وتعظيم الإستفادة بعنصر الوقت، وغير ذلك من الفوائد. ومن أهم العوامل التي تؤثر في جانب الإدارة في هذا المجال:

أ- يجب أن تكون هنالك شفافية ذاتية ومواجهة مع النفس لخلق ما يعرف بالإستعداد الشخصي للتعلم وإكتساب المعرفة حول أساسيات التجارة الإلكترونية على نحو معرفي منهجي منظم، من خلال برامج التعليم المستمر أو برامج تدريبية، أو ما يتاح من المعلومات في هذا الشأن، وهو كثير الآن؛

ب- يجب أن تتاح الفرصة في مجال الإدارة للشباب الفاهم المدرك لأهمية دور التجارة الإلكترونية، على أن يتم ذلك بشكل متدرج حسب ظروف كل مؤسسة، سواء أكانت عامة أم خاصة، وهو ما يستلزم إضافة مرونة على القواعد واللوائح الخاصة بالترقيات والتنقلات، لأن الوقت لا يرحم والمنافسون في الداخل والخارج لا ينتظرون، وستكون التكلفة مرتفعة للغاية مع ضياع الفرص؛

ج- لا يقف الأمر عند إكتساب الإداريين المعرفة المتعلقة بمهية التجارة الإلكترونية وما يمكن أن تحدثه من دور في الإقتصاد والأداء والإنتاجية على مستوى المؤسسة أو الشركة، بل يجب أن:

- يكون التدريب مستمرا ومتطورا. إذ أن من أهم خصائص هذا النوع من التجارة أنها تشهد تطورا يكاد يكون مستمرا؛
- يقف الأمر عند حد المديرين، بل يجب أن ينتقل هؤلاء خبراءهم ومعارفهم إلى دوائر الإدارات التي تليهم في الدرجات ونشر ثقافة الإنترنت والمعاملات الإلكترونية، لتصبح نمط عمل.

<sup>1</sup> ILO, **Life at Work in the Information Economy**, World Employment Report, Geneva, 2001, p :20.

#### رابعاً- الأمن والثقة:

لعل من أهم العوامل التي تعزز وتدعم بناء مجتمع المعومات وتطور وتنمي التجارة الإلكترونية وهو توفير الأمن وتعزيز الثقة لدى المتعاملين، من خلال خلق بيئة آمنة يعمل فيها جميع الأطراف البائعون والمشترون والفنيون، وكل من لهم صلة بذلك، إذ في الواقع أنه إذا كان توفير الأمن والحفاظ على السرية والخصوصية حقاً طبيعياً للإنسان، يصبح أكثر إلحاحاً وضرورة عند استخدام الوسائل الإلكترونية في تبادل البيانات والمعلومات وإبرام الصفقات التجارية. لذا نجد أن إتفاق تحرير التجارة في الخدمات حينما نص على ضرورة إزالة كل العقبات أو الإجراءات التي تعوق التجارة في الخدمات، نجد أنه إستثنى منها الإجراءات التي تتعلق بحماية خصوصية الأفراد فيما يتعلق بمعالجة البيانات الشخصية ونشرها وحماية سرية السجلات والحسابات الشخصية.

#### المطلب الثالث: محدودية التجارة الإلكترونية

يمكن تقسيم العوامل التي تحد من إنتشار التجارة الإلكترونية إلى:

##### أولاً: المعوقات التقنية:

تتمثل المعوقات التقنية فيما يلي:

- مشاكل الحماية والأمن والجودة والموثوقية ما تزال بحاجة إلى وجود معايير معترف بها عالمياً؛
- سرعة الإتصالات ما تزال غير كافية لمنطلقات تطبيقات التجارة الإلكترونية<sup>1</sup>؛
- أدوات تطوير برمجيات التجارة الإلكترونية مازالت في مراحلها الأولى؛
- الصعوبات التقنية المتصلة بتكامل تقنيات الإنترنت وبرمجيات التجارة الإلكترونية مع الأنظمة المستخدمة حالياً على نطاق واسع كقواعد البيانات وغيرها<sup>2</sup>؛
- التكلفة العالية لمشاريع التجارة الإلكترونية التي لا يمكن للشركات الصغيرة تحملها؛
- الوصول إلى الإنترنت ما يزال مكلفاً وغير مناسب لتطبيقات التجارة الإلكترونية؛

<sup>1</sup> محمد سمير أحمد، التسويق الإلكتروني، ط1، دار الميسرة للنشر والتوزيع و الطباعة، عمان، الأردن، 2009، ص: 132.

<sup>2</sup> محمد نوربهان، عزالدين خطاب، التجارة الإلكترونية، ط4، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة، مصر، 2015، ص: 18.

- المشاكل المتعلقة بعملية تنفيذ الطلبات التي تتطلب كفاءة عالية لا يمكن أن تتم بدون مخازن محوسبة.

### ثانيا: المعوقات التنظيمية والبيئية:

تتمثل المعوقات التنظيمية والبيئية في:

- الإهتمام بالأمن والحماية والخصوصية من أهم القيود التي تعيق إستخدام التجارة الإلكترونية حيث توجد حالات كثيرة يتم من خلالها الإحتيال والخداع والغش؛
- عدم توفر الثقة في عمليات التجارة الإلكترونية لكون البائع والمشتري لا يتعاملان مع بعضهما البعض بشكل مباشر، وإنما من خلال الشبكة؛
- عدم حل العديد من القضايا المتعلقة بالسياسات القانونية والعامّة كالضرائب وغيرها؛
- القوانين الحكومية والدولية تشكل أحيانا عائقا أمام إستخدام تطبيقات التجارة الإلكترونية، لكون البيئة القانونية في معظم دول العالم الثالث ما تزال قاصرة عن مواكبة التطورات التقنية في هذا المجال؛
- عدم وجود منهجيات واضحة لتقييم وقياس فوائد التجارة الإلكترونية؛
- أنماط الشراء لدى العديد من المستهلكين الذين يفضلون لمس المنتج وتحسسه قبل شرائه بالإضافة إلى مقاومة المستهلكين لعملية التحول من المتجر المادي إلى المتجر الافتراضي وللتحول من العمليات الورقية إلى العمليات الإلكترونية.

### ثالثا: الحواجز القانونية:

عدم مرونة أو فاعلية القوانين والقواعد المنظمة للتجارة الإلكترونية في الدولة، وعدم ملائمتها لممارسة التجارة الإلكترونية، فتعديل القوانين يرتبط أساسا بإدارة الدولة في عزمها لتبني حلول التجارة الإلكترونية. كما تتمثل الأبعاد القانونية للتجارة الإلكترونية في:

- **حقوق الملكية الفكرية:** من أبرز القضايا التي تطرحها التجارة الإلكترونية قضية العقود الإلكترونية التي قد تجرى إبرامها في شأن منح الترخيص وإستعمال العلامات التجارية وبراءات الإختراع وما إليها، وقضية تحديد جهة الإختصاص القضائي في حالة ظهور نزاع حول هذه الرسائل وتحديد القانون

الواجب التطبيق ( قانون الدولة) وأخيرا قضية تنفيذ الأحكام المتعلقة بنفس المنازعات حول حقوق الملكية الفكرية<sup>1</sup>؛

- **القانون الواجب التطبيق في عقود التجارة الإلكترونية:** إن مسألة تحديد القانون الواجب التطبيق في عقود التجارة الإلكترونية تعد مشكلة هامة في ظل عدم وجود مستندات ورقية، فضلا من إنتقال العملية عبر الحدود الإقليمية للدول كما ناقش الفقه القانوني مسألة القانون الواجب التطبيق على المستهلك الإلكترونية وإنتهى إلى خضوع المستهلك الإلكترونية وإنتهى إلى خضوع عقود المستهلك لقانون الإرادة أي القانون الذي يختاره المتعاقدان صراحة أو ضمنا ولكن بتحفظ تام وهو أن الفقه وغالبية التشريعات قد أسفرت على أن إختيار الأطراف للقانون الواجب التطبيق، لا يجوز أن يتبعه حرمان المستهلك من الحماية التي توفرها له الأحكام الآمرة لقانون الدولة محل إقامته العادية؛
- **الخصوصية وأمن معلومات التجارة الإلكترونية:** إن أمن المعلومات عموما وأمن التجارة الإلكترونية هو أمن المعلومات المتبادلة على الخط ولذا تضع الولايات المتحدة الأمريكية أو بعض الدول المتقدمة قيودا ومراقبة على تصديرها خارج بلدانها، وتعتبر التشفير آلة ذو حدين، إذ أن إستعمالها بدون مراقبة قد يضر بأمن الدولة لذا تصر بعض الدول على منح أنظمة تشفير المتقدمة التي يستعصى حلها أو منع تشفيرها كليا، وهذا طبعا لا يخدم التجارة الإلكترونية، غير أن التشفير سواء في المواقع الحكومية أو الخاصة أصبح أمرا مقبولا في ظل معايير التشفير التي هي جزء من أخلاقيات إستخدام التقنية وتشريعات تنظيم إستخدامها المقررة بعد هذا التاريخ؛
- **إثبات العمليات:** تنتج هذه المشكلة من ممارسة إتمام الصفقات إلكترونيا دون وجود مستندات ورقية الأمر الذي يؤدي إلى صعوبة إثبات التعاملات والقيود وتحديد الإلتزامات وذلك للحفاظ على الحقوق الملكية والوفاء بالعقود الإلكترونية.

<sup>1</sup> فارس فضيل، حمزة ضويفي، الأبعاد القانونية والضريبية للتجارة الإلكترونية في ظل وسائل الدفع المعتمدة، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية التجارة الإلكترونية في الجزائر، معهد العلوم الإقتصادية والتسيير، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، 26-27 أبريل 2011، ص: 11.

رابعاً: الحواجز الثقافية:

الإستهلاك الافتراضي أو التسويق الإلكتروني غير منغرس في عادات المجتمع فالمستهلك من طبعه يرغب في معاينة البضائع والخدمات عن قرب وخروجه إلى التسوق يعد بمثابة نزهة له، ضف إلى ذلك تخوفهم من إستلام منتجات غير مطابقة لطلباتهم أو عدم الإستلام الكلي، فنثقافة الإستهلاك عن بعد لم تنضج لدى المستهلك في مجتمعنا العربي.

خامساً: الحواجز الإقتصادية<sup>1</sup>:

وتتمثل هذه الحواجز في:

- عدم إكتمال المعلومات المتعلقة بالتجارة الخارجية لدى المؤسسة؛
- نقص خبرة المؤسسة في الإمام بشروط ومتطلبات التسويق الخارجي، والمنافسة الخارجية؛
- إرتفاع تكلفة منتجات المؤسسة عن غيرها؛
- عدم مطابقة جودة منتجاتها للمواصفات العالمية؛
- عدم وجود خطة في المؤسسة ترسم طريقها في مجالات الإنتاج والتسويق الخارجي؛
- عدم الإستفادة من الملحقات التجارية للدولة في سفاراتها بالخارج؛
- عدم الإستفادة من برامج تمويل الصادرات التي تقدمها المنظمات الإقليمية والدولية التي تشترك فيها الدولة التي تحمل المؤسسة جنسيتها؛
- الرهبة والخوف والولوج في مجال التجارة الإلكترونية حيث يؤثر ذلك على أسلوب معالجتها لأمر التجارة الإلكترونية، خاصة مع وجود شركات وتكالات عملاقة في السوق الدولية؛
- عدم إستيعاب مدى التأخر الذي يلحق بالمؤسسة عند تخلفها عن مسايرة التطور التقني في التجارة وعدم مراعاة متطلبات الأمان للعمليات التجارية للمؤسسة عبر الإنترنت؛
- عدم التنبيه للمشاكل الخارجية التي لا تعود للمؤسسة ويمكن أن تصادفها في مجال التجارة الإلكترونية مثل: مخالفة البضاعة للمواصفات، تدخل وسطاء غير أمناء.

<sup>1</sup> إبراهيم بختي، التجارة الإلكترونية مفاهيم وإستراتيجيات التطبيق في المؤسسة، بدون ط، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2005،

### خلاصة الفصل:

تلعب شبكة الانترنت العالمية التي أنتجتها ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات دورا رئيسيا في التجارة الإلكترونية، كأكبر شبكة معلومات عالمية، تدور خلالها جميع العمليات الاقتصادية من مفاوضات وصفقات وبيع وشراء وتسويق وتبادل للأموال، لدرجة أنها ستصبح القوة الأساسية التي تقود النمو الاقتصادي في كافة دول العالم في المستقبل.

وما جعل التجارة الإلكترونية تتطور وتنمو لتصل إلى المستوى الذي هي عليه الآن، هو تقديمها للعديد من الإمتيازات من إختصار كبير في التكاليف المرتبطة بالزمن والمسافة، زيادة على هذا فإنها تعد بفتح أسواق جديدة، وإنشاء قطاعات نشاط تتوافق وهذا النوع من التجارة خاصة الخدمة منها.

كما يعتبر العمل المصرفي الإلكتروني كإحدى روافد التجارة الإلكترونية وإستعمالاتها التي أمدت القطاع المصرفي بآليات حديثة جعلته أكثر مرونة وديناميكية وسرعة في تقديم خدماته، فقد ظهر ما يسمى بالبنوك الإلكترونية، والصيرفة الإلكترونية من خلال الصرافات الآلية، والصيرفة عبر الهاتف وغيرها من الآليات الجد المتطورة. وهذا ما سنعالجه في الفصل الثاني من خلال التطرق إلى البنوك الإلكترونية وأثرها على التجارة الإلكترونية.

# الفصل الثاني:

## البنوك الإلكترونية وأثرها على التجارة

### الإلكترونية

المبحث الأول: ماهية البنوك الإلكترونية

المطلب الأول: مفهوم ونشأة البنوك الإلكترونية

المطلب الثاني: أنماط البنوك الإلكترونية وخدماتها

المطلب الثالث: مخاطر البنوك الإلكترونية وأهميتها بالنسبة للتجارة الإلكترونية

المبحث الثاني: وسائل الدفع الإلكتروني وأجهزة الصراف الآلي

المطلب الأول: نشأة ومفهوم النقود الإلكترونية

المطلب الثاني: أنواع النقود الإلكترونية

المطلب الثالث: أجهزة الصراف الآلي

المبحث الثالث: أنظمة الدفع الإلكترونية

المطلب الأول: نظام التحويلات المالية الإلكترونية ونظام تبادل البيانات الإلكترونية

المطلب الثاني: نظام المقاصة الإلكترونية و شبكة SWIFT

المطلب الثالث: نظام التسوية الإجمالية الفورية والتسوية الدورية متعددة الأطراف

**تمهيد:**

مع ظهور التجارة الإلكترونية وإنتشارها أصبحت وسائل الدفع تمثل حجر الزاوية لنجاح وتطور هذا النوع من التجارة، وقد تم إستحداث وسائل جديدة للدفع تدعى نظم الدفع الإلكتروني تسمح بإجراء كافة أنواع المعاملات التجارية بإستخدام الطرق الإلكترونية. إلا أن التحول في إستخدام الإنترنت إلى مجال المعاملات التجارية وظهور التجارة الإلكترونية أظهر الحاجة الملحة لضرورة قيام البنوك بالإشتراك في هذا النوع من التجارة والقبول بنظم الدفع الإلكتروني عبر الإنترنت. فالبنوك تعتبر من أهم الأعمدة الإقتصادية حيث كان لها حظ وافر من التطور التكنولوجي الذي واكب جميع مناحي الحياة والذي يتمثل في العمليات التجارية الإلكترونية الذي أدى بدوره لظهور ما يسمى بالبنوك الإلكترونية.

يعد التطور المتزايد لشبكة الإنترنت وإنتشارها، سببا أساسيا في جعلها تلعب دور المسير الإلكتروني لعصر المعلومات، وممكنها من أن تكون القاعدة الرئيسية للبنوك الإلكترونية والتي يقصد بها إجراء العمليات المصرفية بطرق إلكترونية أي إستخدام تكنولوجيا الإعلام والإتصال الجديدة.

ولقد تطورت الأعمال المصرفية الإلكترونية خلال السنوات الأخيرة بشكل كبير، مما أثر على التجارة الإلكترونية وأدى إلى زيادة حجمها التي كانت العامل الأساسي لتطور وسائل الدفع من وسائل تقليدية تعتمد على النقود بالدرجة الأولى وعلى الورق من الدرجة الثانية، إلى وسائل جديدة تسير إلكترونيا ولا وجود فيها للقطع ولا للورق أو الحوالات.

ومنه سنتطرق في هذا الفصل إلى البنوك الإلكترونية وأثرها على التجارة الإلكترونية وذلك من خلال

المباحث التالية:

**المبحث الأول:** ماهية البنوك الإلكترونية؛

**المبحث الثاني:** وسائل الدفع الإلكترونية وأجهزة الصراف الآلي؛

**المبحث الثالث:** أنظمة الدفع الإلكترونية.

### المبحث الأول: ماهية البنوك الإلكترونية

قد أصبح إستخدام التكنولوجيا الحديثة عنصرا ملازما للعمل المصرفي، لما توفره من فعالية في العمل وسرعة الإنجاز، ووفرة في المعلومات عن العملاء والأسواق، والقدرة على تطوير المنتجات الجديدة وإيصالها إلى العملاء في أي مكان كانوا أو أي وقت أرادوا، وذلك نتيجة لزيادة المنافسة في الصناعة المصرفية. في ظل ذلك كله، تطور مفهوم الخدمات المالية على الخط، لتتحول الفكرة من مجرد تنفيذ أعمال عبر الخط، إلى مصرف له وجود كامل على الشبكة.

### المطلب الأول: مفهوم ونشأة البنوك الإلكترونية

تزامن ظهور فكرة البنوك الإلكترونية مع ظهور النقود الإلكترونية في بداية الثمانينات من القرن الماضي كإتجاه حديث ومختلف عن البنوك التقليدية، فمع تزايد تطبيقات التجارة الإلكترونية تنامت الحاجة إلى نوعية جديدة من البنوك غير التقليدية تتجاوز النمط الأدي الإعتيادي ولا تتقيد بمكان معين أو وقت محدد، خاصة بعد أن شهدت العمليات المصرفية خلال العشرية الأخيرة توسعا كبيرا في إستخدام التكنولوجيا البنكية كان من أبرز مظاهرها إنتشار البنوك الإلكترونية.

### أولا: مفهوم البنوك الإلكترونية:

يستخدم تعبير أو إصطلاح البنوك الإلكترونية أو بنوك الإنترنت كتعبير متطور وشامل للمفاهيم التي ظهرت مطلع التسعينات كمفهوم لخدمات المالية عن بعد أو البنوك الإلكترونية عن بعد أو بنوك الويب أوالمصرف المنزلي أو المصرف على الخط أو الخدمات المالية الذاتية<sup>1</sup>، و جميعها تعبيرات تتصل بقيام الزبائن بإدارة حساباتهم وإنجاز أعمالهم المتصلة بالمصرف عن طريق المنزل أو المكتب أو أي مكان آخر، وفي الوقت الذي يريد الزبون، ويعبر عنه بعبارة الخدمة المالية في كل وقت ومن أي مكان<sup>2</sup>. مما يؤدي إلى تسهيل إنجاز

<sup>1</sup> منير محمد الجنيهي، ممدوح محمد الجنيهي، النقود الإلكترونية، بدون ط، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، مصر، 2006، ص:24.

<sup>2</sup> أحمد محمد غنيم، إدارة البنوك: تقليدية الماضي وإلكترونية المستقبل، بدون ط، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2007، ص:

المعاملات المصرفية والتخفيض في تكاليف إنجاز الخدمة المصرفية إضافة إلى زيادة خدمات التأمين وضمان سرية التعاملات، وقد تؤدي إلى انخفاض درجة الارتباط والولاء بين العميل ومصرفه<sup>1</sup>.

والبنوك الإلكترونية ما هي إلا وسيلة إلكترونية لنقل المنتجات والخدمات البنكية التقليدية والحديثة مباشرة إلى العملاء عبر الإنترنت، وهي بذلك تمكنهم من الوصول لحساباتهم وإجراء العمليات والحصول على المعلومات دون الحاجة إلى تنقل بين فروع البنوك<sup>2</sup>.

وأهم ما توفره الطريقة الحديثة في الاستفادة من الخدمات البنكية هو إختصار الوقت والجهد والمال بالنسبة للعميل وخفض تكاليف العمل وزيادة الأرباح بالنسبة للبنك، مما جعل البنوك تستغني عن النظام الورقي في مقابل إستخدامها للنظام الإلكتروني للتعامل مع زبائنها ومحاولة إبتكار وسائل جديدة للدفع تتلاءم مع التطور التكنولوجي في مجال الأعمال التجارية<sup>3</sup>.

ويمثل البنك الإلكتروني أحد مواضيع ما اصطلح عليه بالإقتصاد الرقمي القائم على أساس التجارة الإلكترونية وتقنية المعلومات، فهذه الأخيرة هي التي أكدت الوجود الحقيقي والواقعي للبنك الإلكتروني باعتباره يعتمد على وسائل الإتصال الحديثة ومختلف الوسائل التقنية في تنفيذ وإدارة نشاطاته عن طريق شبكات معلوماتية أبرزها الإنترنت<sup>4</sup>.

ويمكن تعريف البنوك الإلكترونية على أنها تلك البنوك أو المؤسسات المالية التي تقوم على الركائز الإلكترونية وتوظيف كافة التطورات الحديثة في مجال تكنولوجيا الإتصال والمعلومات لتقديم كافة الخدمات المصرفية بأمان<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> دريد كامل آل شبيب، إدارة البنوك المعاصرة، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص:67.

<sup>2</sup> محمد إبراهيم الشرقاوي، مفهوم الأعمال المصرفية الإلكترونية وأهم تطبيقاتها، مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون، المنعقد بكلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، الإمارات، المجلد الأول، 10-13 ماي 2003، ص: 40.

<sup>3</sup> محمود محمد أبو فروة، الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الإنترنت، ط2، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012، ص: 25.

<sup>4</sup> معطى الله خير الدين، بوقمون محمد، المعلوماتية والجهاز البنكي - حتمية تطوير الخدمات المصرفية-، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الإقتصادي - واقع و تحديات-، المنظم بكلية العلوم الإنسانية والعلوم الإجتماعية، جامعة شلف، الجزائر، يومي: 14 - 15 ديسمبر 2004، ص:21.

<sup>5</sup> ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبدلات، الصيرفة الإلكترونية: الأدوات والتطبيقات ومعيقات التوسع، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص:28.

ويعتبر البنك الإلكتروني هو مصرف له وجود كامل على الشبكة (شبكة الأنترنت) ويحتوي موقعه على كافة البرمجيات اللازمة للأعمال المصرفية، حيث يتيح هذا المصرف للزبون بالقيام بكافة أعماله الخاصة بالمصرف عن طريق أي مكان موجود به، وذلك بواسطة خط يوفره له المصرف يسمح له بإنجاز كافة معاملاته دون أن يضطر إلى الذهاب بنفسه إلى مقر المصرف<sup>1</sup>.

وعرفت أيضا بأنها العمل المصرفي الذي تكون فيه الإنترنت وسيلة الإتصال بين المصرف والعميل وبمساعدة نظم أخرى يصبح عميل المصرف قادرا على الإستفادة من الخدمات والحصول على المنتجات المصرفية المختلفة التي يقدمها المصرف من خلال إستخدام كمبيوتر شخصي موجود لديه<sup>2</sup>. كما يقصد بها نظم أو منافذ تسليم الخدمات المصرفية القائمة على الحسابات الآلية التي تتيح للعملاء خدمات دون توقف ودون عمالة بشرية<sup>3</sup>.

ويعتبر مصرف "نت بانك" - www.netbank.com - الأمريكي أول مصرف إفتراضي

على شبكة الأنترنت، والذي بدأ عمله على الشبكة 1995<sup>4</sup>.

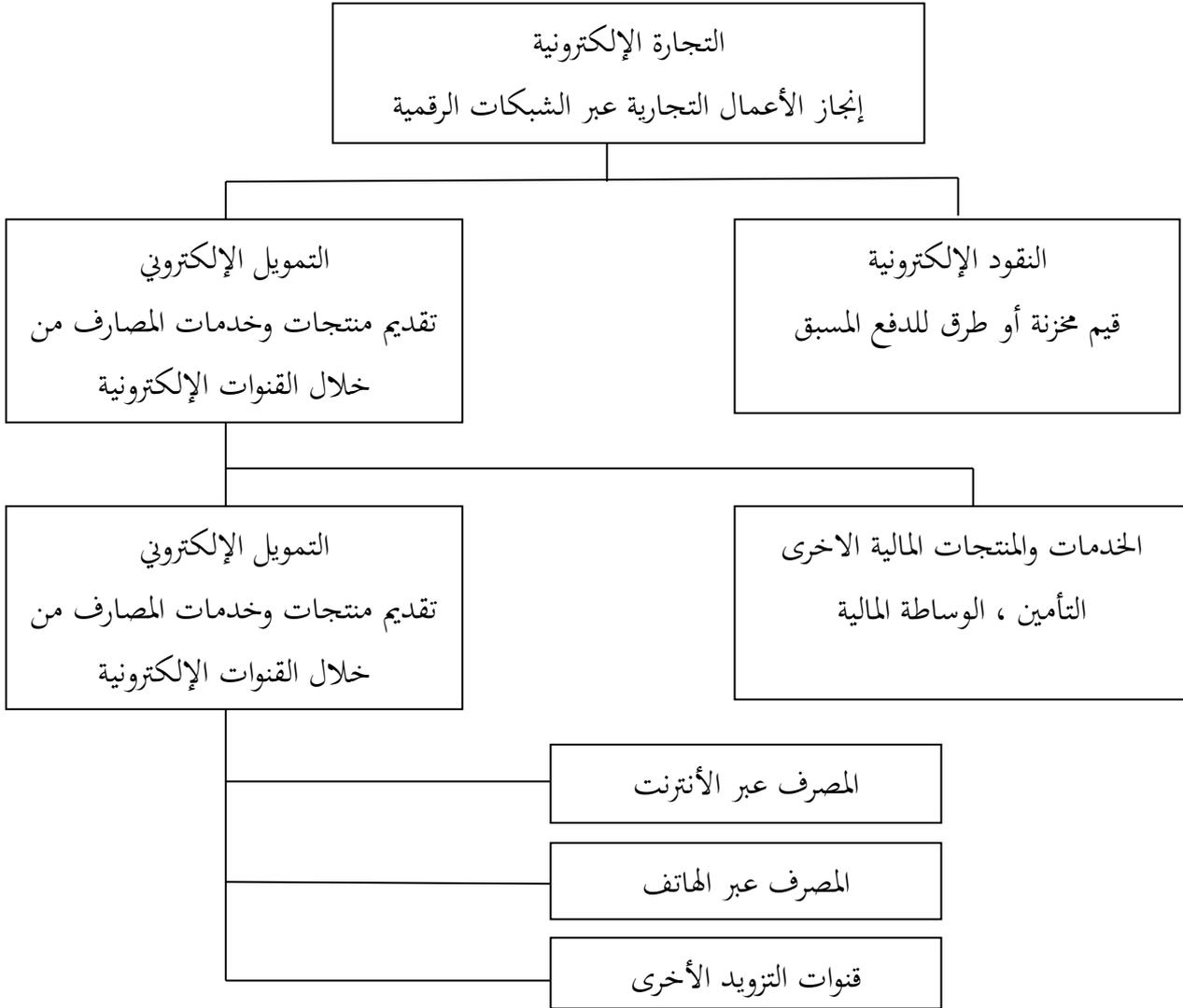
<sup>1</sup> منير محمد الجنيبي، ممدوح محمد الجنيبي، البنوك الإلكترونية، بدون ط، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2005، ص:10.

<sup>2</sup> خالد أمين عبد الله وآخرون، إدارة العمليات المصرفية المحلية والدولية، ط2، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص: 221.

<sup>3</sup> طارق طه، إدارة البنوك وتكنولوجيا المعلومات، بدون ط، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2007، ص:162.

<sup>4</sup> بريش عبد القادر، زيدان محمد، دور البنوك الإلكترونية في تطوير التجارة الإلكترونية، الملتقى الدولي للتجارة الإلكترونية، بجامعة ورقلة، الجزائر، بتاريخ: 15-16-17-مارس 2004، ص: 9.

الشكل رقم (2-1): المكونات الأساسية للمصرف الإلكتروني



المصدر: لوصيف عمار، إستراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرين مع الإشارة إلى تجربة الجزائر، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية، تخصص التحليل والإستشراف الإقتصادي، جامعة منتوري، قسنطينة، غير منشورة)، الجزائر، 2009/2008، ص:84.

ثانيا: نشأة البنوك الإلكترونية:

أدت التطورات التكنولوجية العالمية إلى ظهور شبكة الإنترنت، ولقد اعتبرت هذه الشبكة ثورة في مجال الاتصالات وتبادل ونقل البيانات والمعلومات، وقد لعب ذلك دورا حيويا وأساسيا في تطور وتقدم الصناعات المصرفية، حيث أسفر ذلك عما أطلق عليه "بنوك الإنترنت" أو "البنوك الإلكترونية"<sup>1</sup>.

فإن نشأة وتطور البنوك الإلكترونية يرتبط ارتباطا وثيقا بظهور التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال مع بداية عقد التسعينات من القرن العشرين ونتيجة لذلك وفي منتصف فترة التسعينات من نفس القرن ظهرت فكرة تقديم الخدمات البنكية عبر الإنترنت ونفذت من قبل أحد البنوك في الولايات المتحدة الأمريكية وما لبثت أن انتشرت هذه الخدمة حول العالم لتغطي تقريبا جميع الدول في ظل وجود شبكة الانترنت وشيوعها وازدياد مستخدميها، وفي ظل التطور الهائل في تقنيات الحوسبة والاتصال التي حققت تبادلا سريعا وشاملا للمعلومات واستثمار الانترنت في ميدان النشاط التجاري الإلكتروني ضمن مفاهيم الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية، ومع الإعتماد المتزايد على نظم الحوسبة في إدارة الأنشطة وازدياد القيمة الاقتصادية للمعلومات باعتبارها المحدد الإستراتيجي للنجاح في قطاعات الأعمال والمال تطور مفهوم الخدمات المالية على الخط لتتحول الفكرة من مجرد تنفيذ أعمال عبر الخط خاص ومن خلال برمجيات نظام كمبيوتر العميل، إلى بنك له وجود كامل على الشبكة ويحتوي موقعه كافة البرمجيات اللازمة للأعمال المصرفية، وفوق ذلك تطور مفهوم العمل المصرفي من أداء خدمات مالية خاصة بحسابات العميل إلى القيام بخدمات المال والاستشارة المالية وخدمات الإستثمار والتجارة والإدارة المالية وغيرها، ومن جهة أخرى خلق أمام المؤسسات التشريعية القائمة تحديا كبيرا حول مدى السماح للمؤسسات غير المصرفية القيام بأعمال مصرفية، وما إذا كانت قواعد الرقابة وإجراءاتها والتي تتكفل بها عادة مؤسسات الرقابة المصرفية كالبنوك المركزية ونحوها تنطبق على هذه المؤسسات إلى جانب تحدي إلزام هذه المؤسسات بمراعاة المعايير والقواعد المقررة من جهات الإشراف المصرفي<sup>2</sup>. والشكل التالي يوضح تطور البنك الإلكتروني:

<sup>1</sup> أحمد محمد غنيم، إدارة البنوك: تقليدية الماضي وإلكترونية المستقبل، مرجع سبق ذكره، ص: 30.

<sup>2</sup> بوفليح نبيل، فرج شعبان، البنوك الإلكترونية كمدخل لزيادة تنافسية البنوك العربية، الملتقى الدولي حول المعرفة في ظل الإقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، جامعة حسينية بن بوعلي، شلف، الجزائر، 27-27 نوفمبر 2007، ص: 4.

جدول رقم (2-1): التطور في شكل البنك الإلكتروني

التطبيقات المصرفية	أساليب تشغيل البيانات	التحديث في تكنولوجيا المعلومات
سرعة مناولة الشبكات أوتوماتيكية المحاسبة و دقة المحاسبات	التشغيل المتوازي للشبكات	الجيل الأول في الستينات
- آلات التحويل الأوتوماتيكي للأموال. - كروت الإئتمان الدائنة والمدينة. - الصيرفة الهاتفية. - السحب الفوري للنقدية.	التشغيل الفوري	الجيل الثاني في السبعينات والثمانينات
- التعاون في العمليات الحسابية. - نظام معلومات المتعاملين. - العمليات المصرفية من المنزل . - مركزية العمليات الخلفية. - إدارة محافظ الإستثمار فوريا. - تقليص دور السماسرة.	- تخصيص كمبيوتر خادم للعملاء - تسهيل التعامل مع البنك عن طريق الانترنت. - تخصيص مواقع للبنوك على الانترنت.	الجيل الثالث في التسعينات حتى الآن

المصدر: فريد النجار، الإقتصاد الرقمي-الانترنت وإعادة هيكلة الإستثمار والبورصات والبنوك

الإلكترونية، ط1، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2007، ص: 471.

## المطلب الثاني: أنماط البنوك الإلكترونية وخدماتها

تعد تكنولوجيا الإعلام والاتصال اليوم من أهم وأسرع المستحدثات المؤثرة على شتى المجالات وكتيجة للنمو المتسارع لتكنولوجيا الإعلام والاتصال جاءت البنوك الإلكترونية التي ساهمت وبشكل فعال في تقديم خدمات متنوعة، وبتكاليف منخفضة مختصرة الوقت والمكان.

### أولاً: أنماط البنوك الإلكترونية:

تشير مصادر المعلومات ولاسيما الحديثة منها إلى أنه ليس كل موقع لبنك على شبكة الإنترنت يعني بنكا إلكترونيا، وسيظل معيار تحديد البنك الإلكتروني مثاراً للتساؤل في الأوساط الإلكترونية ولاسيما البيئة الرقمية الحديثة، ووفقاً للعديد من الدراسات وكذلك جهات الإشراف والرقابة الأمريكية والأوروبية، فإن هنالك ثلاثة صور أساسية للبنوك الإلكترونية على الأنترن، هي:

**1- الموقع المعلوماتي:** وهو مستوى الأساسي للبنوك الإلكترونية أو ما يمكن تسميته بصورة الحد الأدنى من النشاط الإلكتروني المصرفي، ومن خلاله فإن المصرف يقدم معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية<sup>1</sup>. وينطوي هذا النوع من الخدمات على مخاطر متدنية نسبياً، بسبب عدم وجود قناة اتصال إلكتروني عبر الإنترنت تمكن أحداً من الدخول إلى شبكة وأنظمة المعلومات الداخلية للمصرف<sup>2</sup>.

**2- الموقع التفاعلي أو الاتصالي:** بحيث يسمح الموقع بنوع ما من التبادل الاتصالي بين المصرف وعملائه، كالبريد الإلكتروني<sup>3</sup>، وتعبئة طلبات أو نماذج على الخط، أو تعديل معلومات القيد والحسابات وينطوي هذا النوع على مخاطر أعلى.

**3- الموقع التبادلي:** وهذا المستوى الذي يمكن القول أن المصرف 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 التحويلات بين حساباته داخل المصرف

<sup>1</sup> خبابة عبد الله، الإقتصاد المصرفي: البنوك الإلكترونية - البنوك التجارية - السياسة النقدية، بدون ط، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2008، ص - ص: 95-96.

<sup>2</sup> ناظم محمد نوري الشمري، وعبد الفتاح زهير العبدلات، الصرافة الإلكترونية - الأدوات والتطبيقات ومعوقات التوسع - ، مرجع سبق ذكره، ص: 39.

<sup>3</sup> زينة غانم عبد الجبار الصفار، الأسرار المصرفية دراسة قانونية مقارنة، بدون ط، دار الكتب القانونية، مصر، 2011، ص: 127.

أو مع جهات خارجية<sup>1</sup>. ويعتبر هذا النوع هو الأكثر خطورة على الإطلاق، حيث يمكن عميل المصرف من الدخول إلى أنظمة المعلومات الداخلية للمصرف وتنفيذ العمليات المطلوبة.

### ثانيا: خدمات البنوك الإلكترونية

يشهد العالم تطورا كبيرا في مجال الصناعة المصرفية وأدواتها حيث سعت العديد من البنوك إلى خلق بيئة مصرفية غير تقليدية لإنجاز الأعمال المصرفية، والإستفادة من ثورة التكنولوجيا والنظم المتطورة. وذلك من خلال تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية للعملاء بهدف رفع مستوى الخدمة المصرفية والإرتقاء بها وكذلك الحصول على درجة عالية من رضا وثقة المتعاملين. وتتمثل هذه الخدمات في:

#### • التحويل الإلكتروني للأموال: يهدف نظام التحويل المالي الإلكتروني للأموال إلى تسهيل وتعجيل

المدفوعات والتسويات بين المصارف بما يكفل تقديم خدمات أفضل للعملاء. كما سوف يعطي البنوك ميزة تنافسية في الأسواق العالمية، إذ سوف يتيح لهذه البنوك إمكانية التسوية الفورية من دفع وتلقي للأموال عبر حساباتها الجارية لدى البنوك المركزية وتوفير دفع فوري لعملائها، كما يشمل هذا النظام تسوية المدفوعات التي تتم عن طريق شبكة المدفوعات، والنظام الإلكتروني لتداول الأسهم ومقاصة الشركات.

#### • الإنترنت المصرفي: وذلك من خلال إنشاء البنوك مقر لها على الأنترنت بدلا من إنشاء مقر ومباني

جديدة لها حتى يستطيع أن يصل إلى الفرع الإلكتروني بطريق أسهل ويوفر البنك على الأنترنت خدمات متعددة<sup>2</sup>.

#### • خدمات الهاتف المصرفي: مع تطور الخدمات المصرفية على المستوى العالمي، أنشئت البنوك خدمة

الهاتف المصرفي لتفادي طوابير العملاء في الإستفسار عن حساباتهم أو بعض الخدمات الأخرى<sup>3</sup>. حيث تستمر هذه الخدمة 24 ساعة يوميا وخلال الإجازات والعطلات الرسمية أيضا، كما تمكنهم

<sup>1</sup> إبراهيم عبد الله عبد الرؤوف محمد، تأثير تحرير الخدمات المصرفية على التنمية الاقتصادية، بدون ط، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع، مصر، 2011، ص: 156.

<sup>2</sup> أمير فرج يوسف، عالمية التجارة الإلكترونية وعقودها وأساليب مكافحة الغش التجاري الإلكتروني، المكتب الجامعي الحديث للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2009، ص-ص: 109-110.

<sup>3</sup> زيدان محمد، دور التسويق في القطاع المصرفي حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، (رسالة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، فرع تخطيط، جامعة الجزائر، غير منشورة)، الجزائر، 2004-2005، ص: 88.

هذه الخدمة من سحب بعض المبالغ من هذه الحسابات وتحويلها لدفع بعض الإلتزامات الدورية مثل: دفع فواتير الغاز والكهرباء، فضلا عن تقديم جميع العمليات المصرفية<sup>1</sup>.

- خدمة البطاقات الإلكترونية: وتشمل هذه الخدمة تقديم بطاقات متميزة لعملاء هذه البنوك ومثال ذلك بطاقة فيزا، ماستر كارد...إلخ.<sup>2</sup>
- خدمات مصرفية إلكترونية أخرى: ومن أهم هذه الخدمات:
  - تقديم الطلبات الشخصية قبل الحضور إلى البنك مثل طلبات الحصول على بطاقات إئتمانية؛
  - طرق لدفع الكمبيالات والفواتير إلكترونيا<sup>3</sup>؛
  - بيان بالشيكات المحصلة والمرتدة؛
  - طلب إصدار دفتر شيكات، وإيقاف صرف شيكات معينة؛
  - عرض أسعار الفوائد على الودائع وأسعار صرف العملات؛
  - الإستعلام عن الأرصدة وحركة الحسابات؛
  - الإطلاع على عروض المصارف<sup>4</sup>؛
  - تجديد أو كسر ودائع قائمة.

<sup>1</sup> أحمد محمد غنيم، الإدارة الإلكترونية، بدون ط، جامعة منصور، مصر، 2004، ص- ص: 304-305.

<sup>2</sup> حسن شحادة الحسين، العمليات المصرفية الإلكترونية في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والإقتصادية، مؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق، جامعة بيروت العربية، لبنان، 2002، ص: 206.

<sup>3</sup> بسيوني عبد الحميد، أساسيات ومبادئ التجارة الإلكترونية، بدون ط، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، مصر، 2004، ص: 94.

<sup>4</sup> رشدي عبد اللطيف وادي، أهمية ومزايا البنوك الإلكترونية في قطاع غزة بفلسطين ومعوقات إنتشارها، [على الخط]، (2016/12/19)، على

الموقع: <http://site.iugaza.edu.ps/rwady/files/2010/02/EBanking.pdf>

جدول رقم (2-2): الخدمات التي تقدمها البنوك الإلكترونية وفق كل نمط

الموقع المعلوماتي		
المستوى الأساسي	المستوى المتوسط	المستوى المتقدم
الكتيب الإلكتروني	رابط إلى مواقع أخرى	تقديم بعض خيارات الإشتراك
معلومات ترويجية	تنزيل تقارير	عرض إعلانات
طرق الإتصال بالبنك		مجموعات الحوار
إعلانات عن عروض خاصة		
الموقع التفاعلي		
المستوى الأساسي	المستوى المتوسط	المستوى المتقدم
إستخدام البريد الإلكتروني وملء إستمارات من قبل العملاء للتعبير عن إقتراحاتهم ومشاكلهم	يزود العملاء بأدوات (مثل الآلة الحاسبة)	إستخدام التكنولوجيا المتقدمة مثل <i>vidéoconférence</i>
الموقع التبادلي		
المستوى الأساسي	المستوى المتوسط	المستوى المتقدم
فتح حسابات	يمكن أن يقوم العميل بالدخول إلى المعلومات المتعلقة بالحسابات	الترويج لإستخدام النقود الإلكترونية بإعتبارها أسلوباً لتطوير الصفقات المنجزة عبر الويب
طلب منتجات و خدمات	يمكن أن يقوم العميل بالدخول إلى المعلومات المتعلقة بالحسابات	
طلب بطاقات	دفع فواتير الحسابات	
القيام بإستثمارات و طلب القروض	يسمح للعملاء بالدخول إلى قواعد البيانات الخاصة بالبنك	

المصدر: العاني إيمان، البنوك التجارية وتحديات التجارة الإلكترونية، (مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير

في العلوم الإقتصادية، تخصص تأمينات وبنوك، جامعة قسنطينة، غير منشورة)، الجزائر، 2006-2007،

ص:157.

### المطلب الثالث: مخاطر البنوك الإلكترونية وأهميتها بالنسبة للتجارة الإلكترونية

لا أحد يستطيع أن ينكر المزايا التي تقدمها البنوك الإلكترونية وأهميتها في التجارة الإلكترونية إلا أن ذلك لا يعني أن التعامل من خلالها ليس له مخاطر حيث يحذر الخبراء الإقتصاديون من مخاطر محتملة الحدوث في نظام التعامل مع البنوك الإلكترونية ليس من السهل التغلب عليها.

#### أولاً: مخاطر البنوك الإلكترونية

يعتبر الخطر الأساسي الذي يوجد في نظام البنك الإلكتروني هو العلاقة الموجودة فيما بين العميل والبنك الإلكتروني الذي يتعامل معه، فتلك العلاقة وإن كانت عادية في مظهرها، إلا أنه تعد الخطر الأكبر الذي يهدد البنك.

فتلك العلاقة ما هي إلا بيانات إلكترونية يتم تبادلها فيما بين العميل والبنك دون أن يكون هنالك أي مجال للتحقق من صحتها أو من شخصية ذلك العميل الذي قد يقدم البيانات الصحيحة للبنك، وقد يقدم بيانات مغلوطة لفرض ما يريده من إجراء إدخال تلك البيانات إلى البنك، وهو متيقن من أن البنك لن يستطيع إكتشافها.

وتكون نتيجة إدخال تلك البيانات غير الصحيحة إلى البنك أنه قد يوافق على إقراض ذلك العميل مبالغ كبيرة على أساس تلك البيانات غير الصحيحة. وكذلك قد يتعرض البنك إلى عمليات نصب منظمة من قبل عملائه الذين قد يحاولون العمل معه بغرض النصب عليه والإستلاء على مبالغ نقدية كبيرة. أما الخطر الأكبر فهو عمليات تحويل الأموال خارج البلاد وهو ما يضر بالإقتصاد القومي أكبر الضرر.

وعليه نجد أن البنك الإلكتروني وإن كانت لديه الكثير من المميزات، إلا أن له مخاطرة كبيرة سواء على مستوى الحفاظ على أموال تلك النوعية من البنوك، أو على مستوى الإقتصاد ككل. وتلك المخاطر لا يجب أن تحدد من إنتشار تلك النوعية من البنوك، وإنما على القائمين على هذا الأمر النظر في تلك المخاطر، وتطوير التكنولوجيا اللازمة للحيلولة دون حدوثها إما بتقليل نسبة حدوثها إلى أقل درجة ممكنة أو محاولة منعها نهائياً.

### 1- مخاطر التشغيل:

تنشأ مخاطر التشغيل من عدم التأمين الكافي للنظم، مما يجعلها عرضة لعمليات الهاكرز وما قد يقدمون به من زرع الفيروسات وما إلى ذلك مما قد يهدد بوقف تلك البرمجيات الأساسية في إمكانية إتصال العملاء بالبنك الإلكتروني المتعاملين معه، أو عدم ملاءمة تصميم النظم والبرمجيات التي يتعامل بها البنك وذلك من خلال عدم تحديثها أولاً بأول أو إنجاز العمل أو أعمال الصيانة، وكذا نتيجة إساءة الإستخدام من قبل العملاء وذلك على النحو التالي<sup>1</sup>:

- عدم التأمين الكافي للنظم؛
- عدم ملاءمة تصميم النظم أو إنجاز العمل أو أعمال الصيانة؛
- إساءة الإستخدام من قبل العملاء.

### 2- مخاطر السمعة:

تنشأ مخاطر السمعة في حالة توافر رأي عام سلبي تجاه البنك والذي قد ينشأ في عدم توفر وسائل الحماية الكافية والمؤكدة للبيانات التي يحتفظ بها البنك والخاصة بعملائه أو وقوع بعض عمليات الإختراق لنظم البنك الإلكترونية وإقتحامها من قبل بعض الغرباء أو العاملين في البنك ذاته، وهذا ينشأ عنه وجود سمعة سيئة للبنك من تلك الناحية، مما يؤثر تأثيراً كبيراً على سمعة البنك وعلى نشاطه، مما يؤثر على عدد العملاء لدى هذا البنك، ويخفض نشاط البنك إلى أقصى حد مما يقلل الأرباح.

### 3- المخاطر القانونية:

وهي تلك المخاطر الناجمة عن عدم التحديد الواضح للحقوق والإلتزامات القانونية الناتجة عن العمليات المصرفية الإلكترونية<sup>2</sup>، لاسيما وأن العديد من وسائل أداء تلك العمليات المصرفية لازالت في طور التطوير مثل السجلات والتوقيعات والعقود الإلكترونية وقواعد إرسال وتلقى السجلات الإلكترونية والإعتراف بسلطات وقواعد التصديق الإلكتروني، وإحكام السرية والإفصاح، كذلك إنتهاك القوانين أو القواعد أو الضوابط المقررة خاصة تلك المتعلقة بمكافحة غسيل الأموال.

<sup>1</sup> سامر جلدة، البنوك التجارية والتسويق المصرفي، بدون ط، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص - ص: 241-242.

<sup>2</sup> أحمد سفر، أنظمة الدفع الإلكترونية، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2008، ص: 27.

وتبرز أهم التحديات القانونية متمثلة في تحديد قبول القانون للتعاقدات الإلكترونية حجيتها في الإثبات<sup>1</sup>، أمن المعلومات، وسائل الدفع، التحديات الضريبية، إثبات الشخصية، التوافق الإلكترونية وأنظمة الدفع النقدي، سرية المعلومات وأمنها من مخاطر إجرام التقنية العالية وخصوصية العميل، حجية المراسلات الإلكترونية، التعاقدات المصرفية الإلكترونية، مسائل الملكية الفكرية لبرمجيات وقواعد معلومات المصرف أو المستخدمة من موقع المصرف أو المرتبط بها<sup>2</sup>.

#### 4- المخاطر الإستراتيجية:

وهي مخاطر ناجمة عن عدم تبني الإستراتيجيات المناسبة الخاصة بمراعاة الاختلافات بين خدمات المصرف التقليدية وخدمات المصرف الإلكترونية، هذا النوع من المخاطر سوف يؤثر على مركز البنك التنافسي في حالة عدم التوفيق بين هذين النوعين من الخدمات.

#### 5- مخاطر أخرى:

إن لقنوات توزيع البنوك الإلكترونية إنعكاسات بالنسبة للمخاطر المصرفية التقليدية الأخرى، مثل مخاطر التسليف والسيولة وسعر الفائدة والسوق، حيث بإمكان هذه القنوات ليس فقط زيادة أو تقليل بنية مخاطر المصرف، بل أيضا تحقيق تحول في هذه المخاطر ووفق طرق معقدة في بعض الأحيان. وبالنسبة لمخاطر التسليف، فإن توزيع الخدمات المصرفية وفق القنوات الإلكترونية قد لا يمكن المصرف من إدراك حقيقة آليات السوق ومخاطره محليا أو في الأسواق الخارجية، وبالتالي عدم الإحاطة بهوية وأهلية العميل الإئتمانية والتأكد من ضماناته المتاحة والتي تعتبر شروطا أساسية في عملية صنع القرارات الإئتمانية السليمة.

من هنا، يتعين على السلطات الرقابية التأكد من أن إطلاق المصرف لأنشطته في ميدان البنوك الإلكترونية عبر حدود دولته يتماشى تماما مع إمتلاكه الأنظمة المناسبة لإدارة هذه المخاطر بفاعلية كبيرة.

<sup>1</sup> سليمان ضيف الله الزين، التحويل الإلكتروني للأموال ومسؤولية البنوك القانونية، بدون ط، دار الثقافة للنشر والتوزيع، مصر، 2012، ص: 212.

<sup>2</sup> شول شهرة، مدوخ ماجدة، الصيرفة الإلكترونية: ماهيتها- مخاطرها- حمايتها، مداخلة مقدمة إلى المنظومة المصرفية في الألفية الثالثة، مناقشة مخاطر تقنيلت، جامعة جيجل، الجزائر، يومي 06-07 جوان 2005، ص: 15.

وعليه فإن المخاطر المرتبطة بالبنوك الإلكترونية ليست جديدة. لكن الطرق المحددة لكيفية نشوء هذه المخاطر لحجمها المحتمل وسرعة تأثيرها على المصارف، يمكن أن تكون جديدة بالنسبة لإدارة المصرف والسلطات الرقابية على حد سواء. بالإضافة إلى ذلك فإن الإتجاه المتسارع للإبتكار التكنولوجي الداعم للبنوك الإلكترونية، وزيادة درجة إسناد الأنظمة إلى جهات خارجية، وإعتماد بعض المنتجات والخدمات المتنامي على إستخدام الشبكات المفتوحة مثل الإنترنت، يضاعف الحاجة إلى عملية إدارة متواصلة ودقيقة للمخاطر.

### ثانيا: أهمية البنوك في التجارة الإلكترونية

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

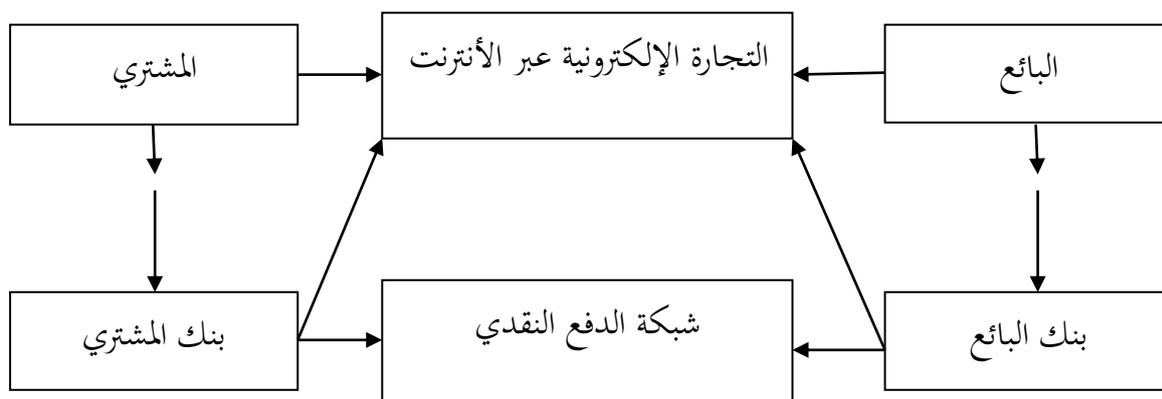
- خدمة التواصل مع العملاء عبر الإنترنت من خلال تقديم البنك لخدماته المصرفية على الخط ومباشرة؛

- تسمح الأنترنت للبنك بتحويل خدماته المصرفية التقليدية إلى خدمات مباشرة عبر الأنترنت طيلة أيام الأسبوع ودون إنقطاع مما يخدم مصالح العملاء والبنك معا<sup>1</sup>.

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

<sup>1</sup>صراع كريمة، واقع وأفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، ( مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في العلوم التجارية، تخصص إستراتيجية، جامعة وهران، غير منشورة)، الجزائر، 2013-2014، ص: 96.

الشكل رقم (2-2): دور البنوك في التجارة الإلكترونية



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

ويلاحظ من الشكل أن دور البنوك الحديث كوسيط تجاري في ظل التجارة الإلكترونية جعلها تقوم

بالوظائف التالية:

- تقوم البنوك بتأسيس مواقع لها على شبكة الأنترنت ويستطيع البائعون عن طريقها عرض منتجاتهم من كافة الأنواع والتشكيلات المختلفة، ويقوم المشتريين بزيارة هذه المواقع وطلب المنتجات التي يرغبون بها<sup>1</sup>؛
- 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 الإلكترونية ضد مخاطر الإحتيال<sup>2</sup>؛
- مساندة بعض المؤسسات الصغيرة في تأسيس مواقع لها على شبكة الأنترنت للمشاركة في التجارة الإلكترونية؛

<sup>1</sup> أحمد محمد غنيم، إدارة البنوك: تقليدية الماضي وإلكترونية المستقبل، مرجع سبق ذكره، ص: 32.

<sup>2</sup> حسين مصطفى الهلالي، التحول نحو التجارة الإلكترونية بإستخدام تكنولوجيا المعلومات، مرجع سبق ذكره، ص: 05.

- تحصيل الفواتير بشكل إلكتروني، حيث يقوم البنك بتوزيع الفواتير على مواقع العملاء على شبكة الأنترنت من أجل مراجعتها وسدادها، وبهذا يقوم البنك بتحصيل الأموال إلكترونيا وتسليم الحسابات لأصحاب الفواتير، أي سوف يجمع البنك بين قدرته على إرسال الحسابات بالبريد الإلكتروني والتحصيل الإلكتروني وذلك بدون أي تعامل ورقي؛
- تسهيل التبادل التجاري الإلكتروني بين الشركات، من خلال توفير المعلومات؛
- المساهمة في توسيع دائرة التجارة الإلكترونية من خلال دمج شبكة الأنترنت وموقع البنك وماكينه الصرف الآلي مما يسهل تطبيقات التجارة الإلكترونية<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup>صراع كريمة، واقع وأفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص:98.

## المبحث الثاني: وسائل الدفع الإلكتروني وأجهزة الصراف الآلي

لقد أصبحت الوسائل التقليدية للدفع عبئا ثقيلا على البنوك نظرا لإعتمادها بدرجة كبيرة على الإستخدام الورقي والبشري وإستنزافها للوقت فقد جاء التطور التكنولوجي وظهور شبكة الأنترنت بالحل البديل لهذه المشاكل، فقد أفرز هذا التطور وسائل دفع إلكترونية كبديل عن تلك التقليدية، ونظرا للأهمية البالغة لوسائل الدفع الإلكترونية في التجارة الإلكترونية ونظرا لظهور البنوك الإلكترونية كمفهوم جديد في ظل التعاملات المصرفية الإلكترونية تطرقنا في هذا المبحث لوسائل الدفع الإلكترونية التي تتخذ أشكال متعددة.

### المطلب الأول: نشأة ومفهوم النقود الإلكترونية

تتماشى أدوات الدفع أو تسوية المعاملات مع نوع التجارة، حيث أن التجارة التقليدية تعتمد على النقود الورقية، ومع التطورات الذي شهده المحيط التكنولوجي وظهور الأنترنت وإنتشارها بصفة واسعة أدى إلى تطور الأنشطة التجارية وظهر ما يعرف بالتجارة الإلكترونية، وما دامت هذه الأخيرة تجارة جديدة فمعاملاتها تختلف عن المعاملات التقليدية، لذا توجب توفير وسيلة تتماشى معها وهي النقود الإلكترونية.

### أولا: نشأة النقود الإلكترونية

إن ظهور النقود الإلكترونية ساهم في تراجع النقود التقليدية، وتعتبر من أهم الخدمات التي إستحدثتها المصارف التجارية الأمريكية في سنوات الستينات، وتتلخص هذه الخدمة في منح الأفراد بطاقات من البلاستيك تحتوي على معلومات المتعامل بها ورقم حسابه على شريطة أو شريط مغناطيسي وبموجب البطاقة يستطيع المتعامل أن يستفيد بعدد من الخدمات في المجالات التجارية بواسطة المصارف وقبولها منح الإئتمان لحاملها<sup>1</sup>. ولقد مرت النقود الإلكترونية بعدة مراحل:

تعتبر البطاقة البنكية هي العنصر الأساسي أو الركيزة الأساسية للنقود الإلكترونية، فهي أول ما ظهر من النقود الإلكترونية، حيث أن البطاقة الأولى (بطاقة معدنية) ظهرت سنة 1914، في الولايات المتحدة الأمريكية، من قبل Western Union للتمييز بين أهم زبائنهم في تعاملاتهم، بعد ذلك قامت المحلات

<sup>1</sup> زياد سليم رمضان، محفوظ أحمد جورة، الإتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك، ط2، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2003، ص:18.

الكبرى والمؤسسات البترولية بإصدار بطاقات خاصة بها، تستعمل حصرا داخل شبكاتهما الداخلية وفي عام 1917 قام العملاق الأمريكي للتوزيع Sears et Roebuck باستعمال نموذج موحد للبطاقات الخاصة بسبب المعلومات الخاصة بزبائنه المستفيدين من قروض، وتبعته بعد ذلك الشركة البترولية Mobili oil سنة 1924.

بعد الحرب العالمية الثانية أي سنوات 1947-1949 ظهرت أولى محاولات إصدار تجمعات بينكية لوسائل دفع جديدة، من خلال وصلات شراء ورقية، تستعمل عوض السيولة داخل شبكات محلات متعاقد معها.

أما سنة 1951 أصدر بنك فرانكلين في نيويورك أول بطاقة قرض، وفي سنة 1966 قامت التجمعات البينكية بالتهيكّل داخل تجمع موحد سمي ICA\* ، والتي أصبحت فيما بعد في نهاية السبعينات تدعى Mastercard بعد بداية موفقة لتدويل هذه البطاقة في الولايات المتحدة الأمريكية والمكسيك، اليابان، وأوروبا بالإتحاد مع شبكة Eurocard في سنة 1968.

وتزامن مع ذلك في نفس الفترة أي سنة 1950 ميلاد أولى البطاقات القرضية أو الإئتمانية، بمبادرة من أحد المحامين النيويوركيين الذي يدعى Mc Namar ، والذي بسبب نفاذ النقود منه في إحدى العزائم في مطعم وجد نفسه محرجا عند التسديد، مما أدى به إلى تأسيس رفقة زميله Ralph Schneider شبكة فنادق ومطاعم في نيويورك<sup>1</sup> ، والتي تقبل التسديد البعدي للفواتير الخاصة بالإقامة أو الإطعام للأفراد المنخرطين في هذه الشبكة والتي أصدرت بطاقات بإسم النادي المؤسس وهي ما يعرف بـ Diner's Club International، وبعد ذلك تم توسعة فروعها إلى باقي أنحاء العالم.

ومع بداية سنة 1958 وقع حدثان مهمان ساعدا في تطور هذه الوظيفة النقدية البينكية وهما:

- قام ورثة Wells Fargo Company (مؤسسة النقل التي أسست America Express) بإصدار بطاقة America Express في كاليفورنيا، والتي تمنح لزبائنها المساعدة والخدمات من خلال وكالاتها الدولية الموزعة في أنحاء العالم، وذلك في مجال تخصصها (النقل).

<sup>1</sup>فداء أحمد يحي الحمود، النظام القانوني لبطاقات الإئتمان، بدون ط، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1999، ص:20.

\*ICA: Interbank Card Association.

- أصدر بنك أمريكا في كاليفورنيا برنامج Americard Bank الذي يرفق كل بطاقة بنكية بقرض، وبعد ذلك إندمجت معها العديد من البنوك المتوطنة في الولايات الأخرى لتصبح تسميتها I.BANCO\*، وفي 1970 تم توسعة هذا البرنامج بعد نجاحه من خلال تأسيس Visa International<sup>1</sup>.

فعرفت النقود الإلكترونية تطورا كبيرا ابتداء من سنة 1970، إلا أن الإستخدام الواسع لها لم يبدأ إلا في عام 1972 عندما تأسست دار المقاصة الآلية، فقد تولت هذه المؤسسة عملية إمداد خزانة الولايات المتحدة الأمريكية وأيضا البنوك التجارية ببدل إلكتروني لإصدار الشيكات، وعلى غرار هذا النظام إنتشر وجود أنظمة مشابهة في أوروبا ونتج عن هذا إستخدام النقود الإلكترونية بصورة شائعة. هذه هي أهم المراحل والمؤسسات الرائدة في مجال وظيفة النقود الإلكترونية، والتي تمثل وظيفة أصبحت اليوم صناعة حقيقية.

#### ثانيا: مفهوم النقود الإلكترونية:

تعرف النقود الإلكترونية بمجموعة من البروتوكولات والتواقيع الرقمية التي تتيح للرسالة الإلكترونية أن تحل فعليا محل تبادل العملات التقليدية، بعبارة أخرى، فإن النقود الإلكترونية أو الرقمية هي المكافئ الإلكتروني للنقود التقليدية التي إعتدنا تداولها، وتكون النقود الإلكترونية على عدة أشكال. كما عرفها البنك المركزي الأوروبي بأنها مخزون إلكتروني لقيمة نقدية على وسيلة تقنية يستخدم بصورة شائعة للقيام بمدفوعات لمتعهدين غير من أصدرها، دون الحاجة إلى وجود حساب بنكي عند إجراء الصفقة وتستخدم كأداة محمولة مدفوعة مقدما، ويعد هذا التعريف هو الأقرب إلى الصحة نظرا لدقته وشموله لصور النقود الإلكترونية وإستبعاده للظواهر الأخرى التي يمكن أن تتشابه معها.

<sup>1</sup> بورزق إبراهيم فوزي، دراسة تحليلية حول التجربة الجزائرية في مجال النقد الآلي البيسكي، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تحليل إقتصادي، جامعة الجزائر، غير منشورة)، الجزائر، 2008/2007، ص- ص: 92-93.

\* (I.BANCO) : International Bank Card Company.

ويعرفها البعض أيضا بأنها معالجة رقمية للمدفوعات عبر الأنترنت حيث تحل قيمة النقد محل السيولة النقدية، ويتم ذلك باستخدام الحوسبة والرقمية بأشكالها المختلفة من حواسيب وهواتف نقالة وبطاقات ذكية، أو أية وسيلة أخرى تحتوي على ذاكرة حاسوبية وقدرات تشفيرية<sup>1</sup>.

### المطلب الثاني: أنواع النقود الإلكترونية

تعد النقود الإلكترونية واحدة من الابتكارات التي أفرزها التقدم التكنولوجي، والتي نتجت عن تطور شبكة الانترنت وانتشار التجارة الإلكترونية وتظهر في عدة أنواع سوف نتطرق لكل منها على حدا.

#### أولاً: البطاقات البنكية الإلكترونية (النقود البلاستيكية)

ظهرت النقود البلاستيكية وإرتبط هذا الظهور بتطور وشكل ونوعية النقود وهي بطاقة بلاستيكية ممغنطة تصدرها البنوك لعملائها للتعامل بها بدلا من حمل النقود الورقية، ومن أشهرها الفيزا، الماستر كارد والأمريكان اكسبريس ويستطيع حامل هذه البطاقات إستعمالها في شراء معظم إحتياجاته أو أداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات دون حاجة لحمل مبالغ كبيرة من الأموال، والتي قد تتعرض لمخاطر السرقة أو الضياع أو التلف هذا بالإضافة إلى الحصول على النقد من خلال آلات الصرف الآلي<sup>2</sup>. وتنقسم إلى نوعين هما:

**1- البطاقة الممغنطة:** هي تلك البطاقات المصنوعة من البلاستيك لها شريط ممغنط يتضمن إسم صاحب البطاقة بالإضافة إلى رقم يمثل رقم البطاقة. يتم معالجتها إلكترونيا وتستخدم في أغراض متعددة من خلال المعلومات المخزنة عليها والدخول بها على الآلات المعدة بغية تحقيق أغراض معينة<sup>3</sup>. كما أنها مدفوعة سلفا، وتكون القيمة المالية مخزنة فيها، حيث أن هذه البطاقات تستخدم للدفع عبر الإنترنت وغيرها من الشبكات، كما تستخدم أيضا في نقاط البيع التقليدية.

**2- البطاقة الذكية :** نتيجة لما أفرزه التطور المستمر في مجال تكنولوجيا المعلومات ظهر جيل جديد من البطاقات يسمى البطاقات الذكية، وهي عبارة عن رقيقة إلكترونية تحتويها البطاقة فائقة القدرة على تخزين

<sup>1</sup> بسام أحمد الزلي، دور النقود الإلكترونية في عمليات غسل الأموال، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، سوريا، المجلد 26، العدد 1، 2010، ص: 547.

<sup>2</sup> محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، بدون ط، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2003، ص: 118.

<sup>3</sup> سحنون محمد، دروس في الإقتصاد النقدي والمصرفي، بدون ط، مطبعة جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2003-2004، ص: 19.

جميع البيانات والمعلومات الخاصة بحاملها مثل الإسم والعنوان والمصرف المصدر لها وأسلوب الصرف والمبلغ المنصرف وتاريخه، وتاريخ حياة العميل المصرفية ويمكن تشبيه هذه البطاقات بالكمبيوتر المتنقل لكونها تحتوي فعلا على كافة البيانات والمعلومات والأرصدة الخاصة بصاحب البطاقة، وحدود المصروفات المالية التي يقوم بها فضلا عن بياناته الشخصية والرقم السري<sup>1</sup>.

وتمثل هذه البطاقات حماية كبيرة ضد التزوير والإستخدام غير المشروع من جانب الغير في حالة سرقتها، أو محاولة تقليدها، ويرجع ذلك إلى نوعية الخامات المستخدمة في صناعة هذه البطاقات، هذا فضلا عن الشريط الممغنط الموجود على ظهر البطاقة والصورة الفوتوغرافية للعميل وكذا الرقم السري للبطاقة. والذي يعمل على إتلاف البطاقة تلقائيا بعد ثلاث محاولات خاطئة لإدخاله الأمر الذي يضمن عدم إستعمال البطاقة في حال فقدانها أو سرقتها<sup>2</sup>. هذا إلى جانب أن هذه البطاقات تتيح لأجهزة قراءة البطاقات الموجودة في المراكز التجارية الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت التدقيق في تفاصيل المعلومات الشخصية أو المالية الخاصة بصاحبها<sup>3</sup>.

### ثانيا: الأوراق التجارية الإلكترونية

مع إنتشار التجارة الإلكترونية أصبح التعامل بالأوراق التجارية الإلكترونية يعد جزءا مهما من المعاملات الإلكترونية<sup>4</sup>.

### 1- مفهوم الأوراق التجارية الإلكترونية:

الأوراق التجارية الإلكترونية لا تختلف عن مثلتها التقليدية سوى أنها تتم معالجتها إلكترونيا وعلى هذا تعرف بأنها محررات معالجة إلكترونيا بصورة كلية أو جزئية تمثل حق موضوعه مبلغ من النقود، وقابلة للتداول بالطرق التجارية ومستحقة الدفع لدى الإطلاع أو بعد أجل قصير وتقوم مقام النقود في الوفاء وللأوراق التجارية الإلكترونية صورتان<sup>5</sup>:

<sup>1</sup> رأفت رضوان، عالم التجارة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص: 54-55.

<sup>2</sup> رياض فتح الله بصله، جرائم بطاقات الإئتمان، ط1، دار الشروق، القاهرة، مصر، 1995، ص: 125.

<sup>3</sup> محمد حسن رفاعي العطار، البيع عبر شبكة الإنترنت، ط1، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2007، ص-ص: 144-145.

<sup>4</sup> عامر محمد بسام مطر، الشيك الإلكتروني، بدون ط، دار الجنان للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص: 9.

<sup>5</sup> مغني سليمة، وسائل الدفع الإلكترونية وانعكاساتها على الوطن العربي والجزائر خاصة، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في الحقوق، تخصص إدارة أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية قسم الحقوق، جامعة خميس مليانة، غير منشورة)، الجزائر، 2013/2014، ص: 34-35.

- الأوراق التجارية الإلكترونية الورقية: وهي التي تصدر من البداية بصورة تقليدية على محور ورقي ثم يتم معالجتها إلكترونياً وإدخال مضمونها على دعامة إلكترونية وهذا ما قصدناه عندما قلنا أن المعالجة الإلكترونية تتم بصورة جزئية؛
- الأوراق التجارية الإلكترونية الممغنطة: وهي التي يحتفي فيها دور الورق تماماً وتتم بشكل كلي من خلال الوسائط الإلكترونية فتصدر من البداية على دعامة إلكترونية ممغنطة وإذا حدث لها تداول يتم تداولها أيضاً من خلال الوسائل الإلكترونية.

## 2- أنواع الأوراق التجارية الإلكترونية:

مع مرور الزمن تطورت وسائل الدفع فظهرت السفتجة التي تعتبر عنصر أساسي في التجارة والسند لأمر ثم الشيكات التي تعتبر أهم هذه الوسائل نظراً للإستعمال الواسع لها.

أ- السفتجة الإلكترونية (الكمبيالة):

ترتبط نشأة السفتجة الإلكترونية بالتجربة الفرنسية، ويرجع تاريخ بدء العمل بالسفتجة الإلكترونية إلى 02 جويلية سنة 1983، فهي ثمرة جهود لجنة (Gillet) المتعلقة بتخفيض إئتمان قصير الأجل ولعل نشأة الكمبيالة الإلكترونية في رحاب البنوك بهذه الصورة هي التي جعلت من التجربة الفرنسية نبراساً للفقهاء الذين تعرضوا لدراسات للأوراق التجارية الإلكترونية<sup>1</sup>.

لا يختلف كثيراً تعريف الكمبيالة الإلكترونية عن مثيلتها المحررة على الدعائم الورقية، فنظام الكمبيالة الإلكترونية يعتمد على تدقيق أو تطوير للنظام أو الميكانيزم الذي وضع للكمبيالة الورقية<sup>2</sup>. ومن ثم يمكن القول بأنها محررة شكلياً ثلاثي الأطراف معالج إلكترونياً بصورة كلية أو جزئية، يتضمن أمراً من شخص يسمى الساحب إلى شخص آخر يسمى المسحوب عليه بأن يدفع مبلغاً من النقود لشخص ثالث يسمى المستفيد لدى الإطلاع أو بتاريخ معين<sup>3</sup>. وتتخذ السفتجة الإلكترونية إحدى الصورتين:

<sup>1</sup> محمد بيجت عبد الله قايد، الأوراق التجارية الإلكترونية، بدون ط، دار النهضة العربية، مصر، 2001، ص: 7.

<sup>2</sup> Jeantin Michel, Paul Le Cannu, **Droit commercial : instruments de paiement et de crédit**, 5eme édition, entreprise en difficulté, Dalloz, Paris, France, 1999, p-p :276-277.

<sup>3</sup> مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، الأوراق التجارية ووسائل الدفع الإلكترونية الحديثة، بدون ط، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2009، ص: 245.

### ب- السند لأمر إلكتروني:

السند لأمر أو السند الإذني ورقة تتضمن تعهد محررها بدفع مبلغ معين لإذن شخص آخر هو المستفيد بمجرد الإطلاع أو في ميعاد معين أو قابل للتعين<sup>1</sup>.  
والسند لأمر إلكتروني هو محرر شكلي ثنائي الأطراف معالج إلكترونيًا بصورة كلية أو جزئية يتضمن تعهدًا من محرره بدفع مبلغ من النقود في تاريخ معين لإذن شخص آخر يسمى المستفيد. والصورة الوحيدة التي وجدت للسند لأمر الإلكتروني هي صورة ورقية ولكن ذلك لا يمنع من صدور هذا السند في شكل ممغنط من البداية بل وإلى صدوره ليس في الإضافية إطار التعامل مع البنوك فقط وإنما في إطار المعاملات التجارية الإلكترونية بين التجار بعضهم ببعض<sup>2</sup>.

### ج- الشيكات الإلكترونية:

تستخدم هذه الشيكات لإتمام عمليات الدفع الإلكترونية بين طرفين من خلال وسيط. ولا يختلف ذلك كثيرا عن نظام معالجة الشيكات الحالي فيما عدا أنه يتم تحرير الشيكات الإلكترونية وتبادلها عبر الإنترنت. ويقوم الوسيط بحسم المبلغ من حساب العميل والإضافة إلى حساب التاجر<sup>3</sup>.  
والشيك الإلكتروني عبارة عن وثيقة إلكترونية تحتوي على البيانات التالية: رقم الشيك، إسم الدافع ورقم حساب الدافع وإسم المصرف، إسم المستفيد، القيمة التي ستدفع، وحدة العملة المستعملة، تاريخ الصلاحية، التوقيع الإلكتروني<sup>4</sup>.

ويتم تحرير الشيكات الإلكترونية وتبادلها عبر شبكة المعلومات الدولية، وعملية التحرير هذه تعتبر الفارق الأساسي بين الشبكات الإلكترونية والشبكات العادية، ومن أبرز المؤسسات المتخصصة في هذا النوع من السداد الإلكتروني مؤسسة Paytrust والتي تتيح من خلال موقعها الإلكتروني فرصة كبيرة

<sup>1</sup> لبارودي علي والعريبي محمد فريد، القانون التجاري، بدون ط، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2000، ص: 21.

<sup>2</sup> مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، الأوراق التجارية ووسائل الدفع الإلكترونية الحديثة، مرجع سبق ذكره، ص: 349.

<sup>3</sup> زهير بشق، العمليات المالية المصرفية الإلكترونية، بدون ط، إتحاد المصارف العربية، بيروت، لبنان، 2006، ص: 255.

<sup>4</sup> بنك الإسكندرية، وسائل ونظم الدفع الإلكترونية، النشرة الإقتصادية، بنك الإسكندرية، الإسكندرية، مصر، 2001، ص: 42.

للعامل للتحكم في دفتر شيكاته الخاص به والحصول على تقارير إلكترونية فورية عن حركة حسابه على شبكة المعلومات الدولية<sup>1</sup>.

#### رابعاً: النقد الافتراضي :

أدى إزدياد التعامل عبر التجارة الإلكترونية إلى ظهور نوع جديد من النقود عرف بإسم النقود الإلكترونية أو النقود الرقمية أو النقود الافتراضية، وهي تعتبر من أهم الأساليب المستخدمة في تسوية المعاملات التجارية الناشئة فيما بين الأطراف المتعاملة في عالم التجارة الإلكترونية<sup>2</sup>.

ويعرف هذا النوع من النقود على أنه كل الأموال التي يتم التعامل بها بطريقة إلكترونية وبعيدا عن الطرق التقليدية لتبادل النقود كالمصارف والشيكات المصرفية والعملات الورقية والمعدنية<sup>3</sup>.

ويرجع سبب إقبال المتعاملين على النقود الإلكترونية إلى سببين رئيسيين هما:

- إمكانية إستخدام النقود الإلكترونية في دفع المبالغ المالية الصغيرة عند شراء أي سلعة أو خدمة بدلا من إستخدام بطاقات الإئتمان والتي تتطلب حدا أدنى لثمن المشتريات 10 أو 15 دولار على الأقل والذي يفرض عادة من قبل التجار وهذا راجع إلى أن مصاريف المشتريات ذات القيمة الصغيرة سوف تؤدي إلى إستهلاك أرباحهم بشكل كبير.

- عدم شعور المتعاملين بالثقة عند نقل بياناتهم الشخصية والمتعلقة ببطاقات الإئتمان في حال قيامهم بشراء السلع والخدمات عبر شبكة المعلومات الدولية إضافة إلى أن الناس تشعر بالثقة عند إعطائهم للمعلومات لأشخاص حقيقيين بدلا من ملء إستمارة عامة وشاملة<sup>4</sup>.

وتتكون دورة إجراءات النقود الإلكترونية وإستخداماتها من أربع خطوات إجرائية سابقة على عملية الشراء وأربع خطوات أخرى خاصة بعملية الشراء وذلك حسبما يوضح من الشكل التالي:

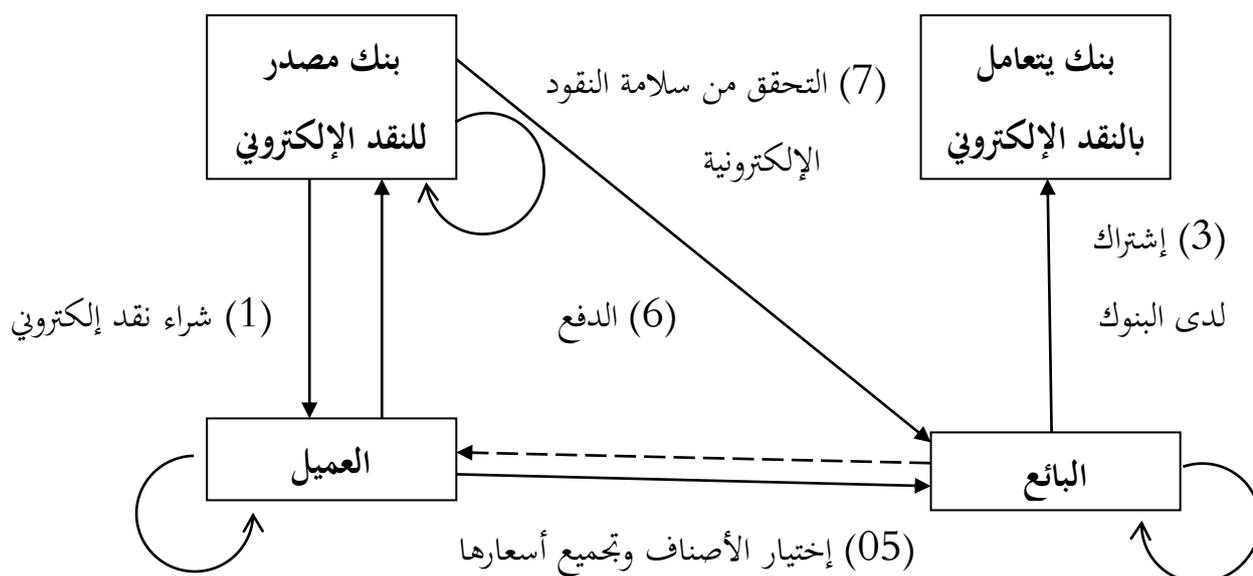
<sup>1</sup> هشام مخلوف وآخرون، التجارة الإلكترونية الحاضر وآفاق المستقبل، مرجع سبق ذكره، ص: 122.

<sup>2</sup> محمد عمر الشويرف، التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد، ط1، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص: 130.

<sup>3</sup> بسبوي عبد الحميد، أساسيات ومبادئ التجارة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص: 79.

<sup>4</sup> هاني مهدي الجمل، المرشد الأساسي في التجارة الإلكترونية، ط1، مجموعة النيل العربية، القاهرة، مصر، 2003، ص: 122.

شكل رقم (2-3): دورة استخدام النقد الإلكتروني وإجراءاتها



(2) نظام إدارة النقد الإلكتروني (مشتري) (4) نظام إدارة النقد الإلكتروني (بائع)

المصدر: محمد الصيرفي، البيع والشراء عبر الإنترنت، بدون ط، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 2008، ص: 216.

1- يقوم المشتري بشراء النقد الإلكتروني من أحد البنوك المصدرة ووفقاً لإحتياجاته حيث يتم تحميل هذه العملات على الحاسب بحيث يكون لكل عملة رقم خاص من البنك المصدر لها وعادة ما تكون في شكل وحدات صغيرة تعرف بإسم "Tokens" وتعني العملة الرمزية<sup>1</sup>؛

2- يقوم المشتري بإقتناء المحفظة الإلكترونية وهي عبارة عن برنامج خاص بإدارة النقد الإلكتروني يتم الحصول عليه من إحدى الشركات المصدرة للنقود الإلكترونية مثل "Cybercash" حيث يقوم هذا البرنامج بحماية وحدات النقد الإلكتروني من المحو والنسخ كما أنه يقوم بحساب الأرصدة في ضوء إقتناء عمليات النقد الإلكتروني أو صرفه في عمليات الشراء؛

3- هذه المرحلة خاصة بالبائع حيث يتوجب عليه أن يكون مشتركاً في أحد البنوك الإلكترونية التي تتعامل بالنقد الإلكتروني؛

<sup>1</sup>محمد إبراهيم أو الهيجاء، عقود التجارة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص: 22.

4- إشتراك البائع في أحد البنوك على شبكة المعلومات الدولية يعني حصوله على محفظة إلكترونية في شكل برنامج مجاني من أحد مواقع الشركات سابقة الذكر، وهذا البرنامج يقوم بالنسبة للبائع بتنفيذ مهام الحماية والتأمين للنقد الإلكتروني كما يقوم بإدارة العمليات الخاصة بتسجيل المتحصلات وإضافتها لحساب البائع، كما يقوم بالسيطرة على عملية تحويل الأرصدة من نقد إلكتروني إلى نقد حقيقي؛

5- في حالة إتخاذ المشتري لقرار الشراء يقوم أيضا بإتخاذ قرار الدفع من خلال النقود الإلكترونية بالقيمة المطلوبة فيقوم برنامج إدارة النقد الإلكتروني (المحفظة الإلكترونية) للمشارك بالآتي:

- إختبار الرصيد من حيث كونه يسمح بالسداد من عدمه؛
- إذا كان الرصيد يسمح يقوم البرنامج بإختبار وحدات النقد التي سيقوم بالدفع بها حيث يتم تحديد هذه الوحدات بالرقم الخاص لكل وحدة وقيمتها في كشف خاص لإرساله إلى البائع عن طريق البنك المصدر للعملة.

6- يلتقي البنك كشف الدفع من المشتري ويتأكد من صحة النقود الإلكترونية بطرق التأكد المختلفة (صحة الأرقام خاصة بوحدات النقد الإلكترونية، أو أي بصمات إلكترونية) وبمجرد التأكد من صحتها يقوم بإرسال كشف وحدات النقد الإلكتروني إلى البائع؛

7- يتلقى برنامج إدارة النقد الإلكتروني للبائع (المحفظة الإلكترونية) العملات الإلكترونية الموقعة من البنك ويقوم بإضافة وحدات النقد الجديدة بأرقامها وعلامات التأمين الخاص بها إلى خزانة البائع الرقمية؛

### المطلب الثالث: أجهزة الصراف الآلي

أدت ثورة المعلومات إلى ظهور تغيرات جوهرية في طبيعة العمل المصرفي وبالتالي ظهور خدمات بنكية إلكترونية تتم عن طريق قنوات توصيل إلكتروني. ومن أهم التقنيات الحديثة المستخدمة في العمل المصرفي أجهزة الصراف الآلي.

## أولاً: مفهوم الصراف الآلي ATM\*:

مع تطور تكنولوجيا المعلومات واستخدام الحاسبات الآلية، ظهرت خدمة الصراف الآلي لتسهيل عملية تقديم كافة الخدمات المصرفية للعميل (إيداع، سحب بحد أقصى من الحساب، الإطلاع على الرصيد، طلب كشف حساب، طلب دفتر الشيكات...) وذلك في أي وقت يشاء<sup>1</sup>.

والصراف الآلي هو عبارة عن جهاز صغير يوجد في الغالب في الواجهات الأمامية لمبنى المصرف أو في الأماكن المحتمل أن يقصدها الزبائن كالأندية، والجامعات، والمراكز التجارية، وغيرها من الأماكن والمناطق التي يراها المصرف ملائمة ويقدم الصراف الآلي خدمات عديدة للزبائن مثل القيام بعمليات السحب والإيداع في حدود مبالغ معينة، تحويل مبالغ إلى حساب زبون آخر بنفس المصرف<sup>2</sup>.

وتعرف أجهزة الصراف الآلي أيضا أنها أداة داخلية، للدفع الفوري، ذات نطاق عام، ناتجة عن عقد ثلاثي (غالبا)، تصدر من بنك تجاري، تمكن حاملها من إجراء عقود خاصة، والحصول على خدمات خاصة. والقول بأنها داخلية، للدفع سالف، وذلك لأنها أصبحت الآن - نظرا لتطور أجهزة الحاسوب - تضم عدة دول بواسطة شبكات الحاسب الآلي. أما القول بأنها غالبا عقد ثلاثي فلأن الجهاز المسحوب منه غالبا لا يكون تابعا للمصرف الذي يتبع له الساحب<sup>3</sup>.

كما يحقق المصرف من خلال الصراف الآلي عدد من المزايا التي تعود عليه من جهة وعلى المتعاملين من جهة ثانية، ويمكن تلخيص أهم المزايا في الجدول التالي:

<sup>1</sup> محمد مصطفى السنهورى، إدارة البنوك التجارية، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2013، ص: 94.

<sup>2</sup> ردينة عثمان يوسف، محمود جاسم الصميدعي، التسويق المصرفي - مدخل إستراتيجي/كمي/تحليلي، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2001، ص: 287.

<sup>3</sup> محمد سعود بن محمد العصيمي، البطاقات اللدائنية، ط1، دار ابن الجوزي، المملكة العربية السعودية، 2003، ص: 130.

\*(ATM) : Automated Teller Machines.

جدول رقم (2-3): مزايا الصراف الآلي

مزايا استخدام الصراف الآلي للمصرف	مزايا استخدام الصراف الآلي للمتعاملين
<ul style="list-style-type: none"> <li>- معدل المسحوبات من الصراف أقل من معدل المسحوبات من الشباك، مما يؤدي إلى الإحتفاظ بأرصدة أطول لدى المصارف.</li> <li>- توفير الوقت والجهد وتوجيهه إلى خدمات أخرى.</li> <li>- توفير تكلفة طبع وإعداد دفاتر الشيكات.</li> <li>- تؤدي خدمة التسويق للمصرف من خلال شاشته.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- تغني العميل عن حمل النقود بكميات كبيرة</li> <li>- الحصول على النقود في أي وقت ولعدة مرات في اليوم، توفر الوقت والجهد على العميل.</li> <li>- السرية التامة في أداء الخدمة.</li> <li>- التعريف ببعض الخدمات التي يعرضها البنك بصورة موجزة.</li> </ul>

المصدر: خالد أمين عبد الله، إسماعيل إبراهيم الطراد، إدارة العمليات المصرفية المحلية والدولية، ط1، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2006، ص:208.

ثانيا: أنواع الصراف الآلي:

تستخدم أجهزة الصراف الآلي لتنفيذ العمليات المصرفية باستخدام البطاقات الممغنطة من خلال قارئ الجهاز الذي يحلل المعلومات الموجودة على الشريط الممغنط للبطاقة وهي كالاتي:

1- الموزع الآلي للنقود **DAB** \*:

الصراف الآلي هو صورة بسيطة للمكنة في القطاع البنكي، وهو جهاز إلكتروني مهمته القيام ببعض العمليات المالية الإلكترونية، تحفظ فيه النقود بطريقة آلية وبكمية محددة من العملات لتسهيل إجراء عمليات السحب النقدي، يتمثل هدفه في تلبية الحالات الطارئة لحاجات زبائن البنك للنقود، حيث يحدد البنك الحد الأقصى من المبالغ التي يمكن سحبها بناء على دراسة يقوم بها إستنادا على ظروف وحاجة الزبون وسعة الجهاز. فهو آلة مبرمجة للتواصل بين البنك وزبائنه عن بعد ويسمح بإجراء بعض عملياتهم البنكية على مدار الساعة دون الحاجة إلى الدخول للبنك أو إنتظار أوقات عمله المعتادة<sup>1</sup>، وتشير

<sup>1</sup>شافي نادر عبد العزيز، المصارف والنقود الإلكترونية، ط1، المؤسسة الحديثة للكتاب، طرابلس، لبنان، 2007، ص:197.

\*(DAB) : Distributeur Automatique de Billets.

التقديرات إلى أن تكلفة تنفيذ عملية بنكية بواسطة جهاز الصراف الآلي تشكل فقط 10% من تكلفة تنفيذها عبر الموظف.

الجدول رقم (2-4): تقنية الموزع الآلي للنقود

النتائج	التقنية	المبادئ العامة	الموزع الآلي للنقود DAB
تخفيض نشاط السحب في الفروع	جهاز موصول بوحدة مراقبة إلكترونية تقرأ المدارات المغناطيسية للبطاقة هذه الأخيرة تسجل عليها المبالغ المالية الممكن سحبها أسبوعيا	يسمح بالسحب لكل حائز على بطاقة السحب. يوجد في البنوك، الشوارع، المحطات، وأماكن أخرى، و يعمل دون إنقطاع.	

المصدر: نعمون وهاب، النظم المعاصرة لتوزيع المنتجات المصرفية وإستراتيجية البنوك، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الإقتصادي - واقع وتحديات- المنعقد بكلية العلوم الإنسانية والعلوم الإجتماعية بالإشراف العلمي لمخبر العولمة وإقتصاديات شمال إفريقيا الوطني، المنعقد بشلف، الجزائر، يومي 14-15 ديسمبر 2004، ص: 273.

2- الشباك الآلي للبنك GAB\*:

هو جهاز إلكتروني يقدم خدمات أكثر تعقيدا وتنوعا مقارنة بالموزع الآلي للنقود، ويكون متصلا بشبكة الكمبيوتر الخاص بالبنك<sup>1</sup>، حيث لا تقتصر على مجرد إمكانية استخدام الزبائن لبطاقات السحب من أجل السحب بل تتعدى ذلك لتقدم خدمات عند طلب الزبائن لدفتر الشيكات وإصدار أمر التحويل بين حسابات نفس الزبون، كإجراء التحويل من الحساب تحت الطلب إلى حساب التوفير والإحتياط أو إجراء التحويل من حساب الزبون لآخر، إستبدال العملات الأجنبية، تقديم طلبات القرض وإيداعها

<sup>1</sup> ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبدلات، الصرافة الإلكترونية: الأدوات والتطبيقات ومعوقات التوسع، مرجع سبق ذكره، ص: 30.

\* (GAB) : Guichet Automatique Bancaire.

وعمليات الإيداع وإمكانية الإستفسار عن مختلف الخدمات البنكية، تسديد فواتير الإستفادة من الخدمات كخدمات الهاتف، الماء والكهرباء وغيرها<sup>1</sup>.

الجدول رقم (2-5): تقنية الشباك الآلي للبنك

النتائج	التقنية	المبادئ العامة	الشباك الآلي للبنك <b>GAB</b>
يستعمل من طرف الزبائن: - في أوقات غلق البنوك - الزبون المستعجل	جهاز موصول بالكمبيوتر الرئيسي للبنك يقرأ المدارات المغناطيسية للبطاقة التي تسمح بمعرفة الزبون بفضل رمز سري	يخول لكل حائز على البطاقة القيام بالعديد من العمليات منها: السحب، معرفة الرصيد، القيام بتحويلات، طلب شيكات...	

المصدر: نعمون وهاب، النظم المعاصرة لتوزيع المنتجات المصرفية وإستراتيجية البنوك، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الإقتصادية - واقع وتحديات - المنعقد بكلية العلوم الإنسانية والعلوم الإجتماعية بالإشراف العلمي لمخبر العولمة وإقتصاديات شمال إفريقيا الوطني، المنعقد بشلف، الجزائر، يومي 14-15 ديسمبر 2004، ص: 274.

3- النهائية الطرفية لنقطة البيع الإلكترونية TPE\*:

وهي عبارة عن حاسبات آلية موجودة في المحلات والأسواق والمتجار الكبرى والتي تكون على إتصال مباشر بالحاسب الآلي للبنك، حيث تجري عمليات التحويل وإعادة التحويل عبر شبكة وقنوات الإتصال المختلفة، ومن خلال هذه الوحدات الطرفية يمكن إدخال قيمة مشتريات العميل لتخصم من رصيد حسابه مباشرة في البنك وإضافة القيمة إلى حساب المتجر في البنكه<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>فضيل فارس، التقنيات البنكية محاضرات وتطبيقات، الجزء الأول، ط1، مطبعة الموساك، الجزائر، 2013، ص-ص: 255-256.

<sup>2</sup>علي عبد الله شاهين، نظم الدفع الإلكترونية ومخاطرها ووسائل الرقابة عليها، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين، المجلد12، العدد1، 2010، ص:10.

\*(TPE) : Terminale de Paiement Electronique.

الجدول رقم (2-6): التحويل الإلكتروني للأموال عند نقطة البيع

النتائج	التقنية	المبادئ العامة	
يحل مشاكل نقل الأموال و يوفر الأمن.	فروع موصولة بشبكة تجمع بنوكا مختلفة.	يوضع في الأماكن والمحلات حيث يسمح للعميل بتسوية عملياته التجارية بالبطاقات أثناء التسديد.	النهائية الطرفية لنقطة البيع الإلكترونية <b>TPE</b>

المصدر: نعمون وهاب، النظم المعاصرة لتوزيع المنتجات المصرفية وإستراتيجية البنوك، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الإقتصادية - واقع وتحديات- المنعقد بكلية العلوم الإنسانية والعلوم الإجتماعية بالإشراف العلمي لمخبر العولمة وإقتصاديات شمال إفريقيا الوطني، المنعقد بشلف، الجزائر، يومي 14-15 ديسمبر 2004، ص:275.

### المبحث الثالث: أنظمة الدفع الإلكترونية

تعتبر أنظمة الدفع الإلكترونية عن كل الأنظمة التي تستخدم في تسوية العمليات المالية عبر الوسائط الإلكترونية، إذ يتم إعتماها بين المصارف أو الشركات أو الأفراد من داخل الوطن الواحد أو خارجه

#### المطلب الأول: نظام التحويلات المالية الإلكترونية ونظام تبادل البيانات الإلكترونية

تعمل أنظمة الدفع على أساس نظامين أساسيين، الأول معروف بإسم نظام التحويلات المالية الإلكترونية، أما الثاني يعرف بإسم نظام تبادل البيانات الإلكترونية، حيث يختلف هذا الأخير عن الأول بأنه يحول بيانات وشروحات الصفقات التي تمت، بمعنى تحويل كلي للبيانات بصورة آنية، عكس الأول يتم تحويل إلا المعلومات عن قيمة الصفقة.

#### أولاً: نظام التحويلات المالية الإلكترونية \*EFT:

دفع ظهور وتطور التجارة الإلكترونية التجار والبنوك إلى البحث عن وسائل دفع آمنة تستخدم في الوفاء عبر الإنترنت، فقاموا بتطوير بعض الوسائل الموجودة وإبتكروا وسائل جديدة، ويعتبر تحويل الأموال من أهم الوسائل التي تسمح لعملاء البنوك بالوفاء بديونهم دون إستخدام النقود من خلال إصدار أمر بالتحويل من حساب المدين إلى حساب دائن<sup>1</sup>.

#### 1- مفهوم التحويلات المالية الإلكترونية:

نظام التحويلات المالية الإلكترونية هو جزء بالغ الأهمية من البنية التحتية لأعمال البنوك الإلكترونية التي تعمل عبر الإنترنت ويتيح هذا النظام بطريقة إلكترونية آمنة نقل التحويلات المالية أو الدفعات المالية من حساب بنكي إلى حساب آخر، إضافة إلى نقل المعلومات المتعلقة بهذه التحويلات<sup>2</sup>. ويمتاز نظام التحويلات المالية الإلكترونية في حال تطبيقه بطريقة صحيحة بدرجة عالية من الأمان وسهولة الإستخدام والموثوقية.

<sup>1</sup> جعفر الجزار، العمليات البنكية، بدون ط، دار النفائس، بيروت، لبنان، 1987، ص:25.

<sup>2</sup> محمد الصيرفي، البيع والشراء عبر الإنترنت، مرجع سبق ذكره، ص:223.

\*(EFT) : Electronic Fund Transfer.

هذا ويقصد بنظام التحويلات المالية الإلكترونية بأنه عملية منح الإذن لمصرف ما، للقيام بالتحويلات المالية (الدائنة والمدينة) إلكترونياً من حساب مصرفي إلى حساب مصرفي آخر، أي إن عملية التحويل تتم إلكترونياً عبر الهواتف وأجهزة الكمبيوتر وأجهزة المودم عوضاً عن استخدام الأوراق<sup>1</sup>. وتتميز عملية تحويل الأموال إلكترونياً بما يلي:

- تقليل أو إلغاء الخدمات التي تقدمها الصناديق المتعلقة بتجميع الشيكات؛
- تقليل مصاريف معالجة الشيكات إلى الحد الأدنى نتيجة عدم استخدام الشيكات الورقية، وتستفيد البنوك من هذه العملية لأن المصاريف التشغيلية ستقل وتنخفض حجم العمالة؛
- تقليل الخدمات التي تقدمها البنوك لتسوية الحسابات الجارية مع الشركات والأفراد، بما أن إدخال النظام الإلكتروني يحل محل استخدام الشيكات الورقية من عمليات الدفع التي تتم من شركة لشركة أخرى ومن الشركة إلى العملاء، وتقل طبقاً 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.

**2- صور التحويلات المالية الإلكترونية:** تختلف صور التحويل الإلكتروني للأموال حسب الأطراف والعناصر المتداخلة في هذا الأخير حيث يمكن إجمال هذه الصور في أربع حالات:

- **التحويل الإلكتروني للأموال حسب عدد البنوك المتداخلة في هذه العملية:** فيما يخص عدد البنوك المتداخلة هنالك صورتان تتمثل في التحويل البنكي بين حسابين في بنك واحد والثانية في التحويل البنكي بين حسابين في بنكين مختلفين. ففي الصورة الأولى يقوم البنك بخصم مبلغ الحوالة من حساب الأمر وإضافته إلى حساب المستفيد حيث يترتب على ذلك نقص جانب الحساب الدائن لدى الأمر ليضاف بنفس القدر في حساب المستفيد مع ثبات مجموع أرصدة البنك، وتعتبر هذه الصورة الأخيرة من أبسط صور الحوالات وأسرعها وأكثرها استخداماً فهذه العملية تتم في لحظة واحدة بدون فارق زمني بين عملية الخصم والإضافة عند استعمال القيد عن طريق الحاسوب. والثانية تتمثل بين حسابين

<sup>1</sup>زهير بشناق، العمليات المالية المصرفية الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص: 63.

مختلفين في بنكين مختلفين حيث يتم خصم قيمة الحوالة من حساب الأمر ويقوم في المقابل بنك المستفيد بقيد قيمة الحوالة في حساب المستفيد ومن ثم تتم عملية المقاصة بين البنكين؛

● **التحويل الإلكتروني للأموال حسب المستفيد:** قد يتم التحويل الإلكتروني للأموال من حساب إلى آخر كلاهما مفتوح بحساب الأمر بالتحويل لدى البنك نفسه أو لدى بنكين مختلفين، كما قد يتم التحويل بين حسابين لشخصين مختلفين لدى البنك نفسه أو لدى بنكين مختلفين أي هناك صورتان للتحويل الإلكتروني للأموال إستنادا إلى المستفيد فقد يكون المستفيد هو ذاته الأمر بالتحويل، كما قد يكون المستفيد شخصا مستقلا عن أطراف عقد التحويل الإلكتروني للأموال. فالصورة الأولى من التحويل تتم إذا قام الأمر بإجراء التحويل من أحد حساباته لدى البنك إلى الحساب آخر في البنك نفسه. وقد يقوم الأمر بتحويل مبلغ من حساب لدى بنك إلى حساب في بنك آخر وتتميز هذه الصورة من صور التحويل الإلكتروني للأموال بأن أطراف هذا العقد هما إثنان فقط الأمر وهو ذاته المستفيد والبنك. والصورة الثانية هي التحويل من حساب الأمر إلى حساب المستفيد لدى البنك نفسه أو بنك آخر وفي هذه الحالة يضع بنك الأمر تحت أمر بنك المستفيد إثمنا بمبلغ مساو للمبلغ المراد نقله ويقوم هذا الأخير بتقييد قيمة الحوالة في حساب المستفيد وبعد ذلك تسوى العلاقة بين البنكين؛

● **التحويل الإلكتروني للأموال حسب سرعة التحويل:** شهد التحويل الإلكتروني للأموال في الآونة الأخيرة تغيرا ملموسا وبالأخص من حيث سرعة التحويل، حيث ظهرت شركات متخصصة في خدمة الحوالات تمتلك شبكة واسعة من الوكلاء في جميع أنحاء العالم يربطهم نظام معلوماتي مغلق خاص بالشركة، حيث يمكن للمستفيد إستلام قيمة الحوالة خلال ثواني معدودة من وقت إصدار أمر التحويل. وهنالك الحوالات العادية التقليدية تأخذ صور التحويل الإلكتروني للأموال التي أصبحت تقل يوما بعد يوم وهي أقل تكلفة مقارنة بالحوالات السريعة. فهذا النوع من الحوالات يحتاج إلى بعض الوقت لكونه يرد إلى البنك المصدر ويكون وصوله تسلسليا وحسب تاريخ ورودها إلى البنك المصدر أو المنفذ حيث لا يتم تقديم إحدهما على الآخر في التنفيذ<sup>1</sup>؛

<sup>1</sup> رانيا صبحي محمد عزب، العقود الرقمية في قانون الإنترنت، ط1، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر، 2012، ص:238.

• **التحويل الإلكتروني للأموال حسب نوع الحوالة:** فيما يخص شروط الحوالة فالتحويل الإلكتروني للأموال له صورتين حيث يقترن بشرط معينة أحيانا وأحيانا لا فالحوالة تكون غير مشروطة إذا لم تتضمن أمر صادر عن الأمر أي شرط يتوقف عليه إيداع مبلغ الحوالة في حساب المستفيد. والصورة الثانية تتمثل في الحوالة المشروطة والتي تتميز عن سائر الحوالات بوجود شرط يحدده الأمر في أمره الموجه إلى البنك والذي يلتزم به هذا الأخير وإلا اعتبر مخلا بتنفيذ إلتزامه الناشئ عن عقد التحويل الإلكتروني للأموال، وشروط الحوالة متعددة ويصعب حصرها، فهي تختلف من أمر إلى آخر وهي إما تكون موجهة من قبل الأمر إلى البنك المصدر أو البنك المنفذ أو المستفيد وجميع هذه الشروط يكون تنفيذها من إلتزامات البنك وهو إما ينفذها بنفسه أو يلتزم بالتأكد من تنفيذها بنك المستفيد أو المستفيد شخصيا لها<sup>1</sup>؛

#### ثانيا: نظام تبادل البيانات الإلكترونية EDI\*:

يمثل EDI أحد أبرز التقنيات المتقدمة في عالم الإتصالات والمعلوماتية، التي تعتمد عليها في إبرام الصفقات في أسواق التجارة الإلكترونية بشكل سري وآمن.

**1- مفهوم نظام تبادل البيانات الإلكترونية:** عرف قانون الأونسترال النموذجي للتجارة الإلكترونية بالفقرة الثانية من المادة الثانية تبادل البيانات الإلكترونية بأنه نقل المعلومات إلكترونيا من كمبيوتر إلى كمبيوتر آخر بإستخدام معيار متفق عليه لتكوين المعلومات. ويرى البعض أن عبارة نقل المعلومات إلكترونيا من كمبيوتر إلى كمبيوتر آخر عبارة حصرية إلى حد ما، لأن نقل المعلومات قد لا يجري دائما بصورة مباشرة بين أجهزة الكمبيوتر، فمن الممكن إنتاج المعلومات في كمبيوتر وتخزينها في شكل رقمي ونقلها يدويا لتسترجع فيما بعد في كمبيوتر آخر<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>أكرم مالكي، محمد عمر ذوابة، عقد التحويل المصرفي الإلكتروني - دراسة قانونية مقارنة، ط1، دار الثقافة للنشر، عمان، الأردن، 2006، ص:29.

<sup>2</sup>ممدوح محمد خيرى هاشم، مشكلات البيع الإلكتروني عن طريق الإنترنت في القانون المدني - دراسة مقارنة، بدون ط، دار النهضة العربية، لبنان، 2000، ص:66.

\*(EDI) : Electronic Data Interchange.

كما عرف نظام التبادل الإلكتروني للبيانات أيضا بأنه مجموعة من القواعد والعمليات المتعارف عليها التي تسمح للعمليات التجارية بأن تتم إلكترونيا، وفق هذا الرأي تقوم عملية تبادل البيانات إلكترونيا بتحويل المعلومات الخاصة بالأعمال التجارية، التي كانت تنتقل بصورة تقليدية على الورق، إلى صيغ إلكترونية وبدون تدخل من العنصر البشري.

بينما عرفها جانب آخر من الفقه الأمريكي بأنها هي عملية تبادل البيانات والمعلومات بين أطراف محددة بطريقة إلكترونية ومن خلال الكمبيوتر.

ويستخدم نظام تبادل البيانات إلكترونيا في كثير من العمليات مثل إجراء التفاوض بين الأطراف وإبرام العقود والإستعلامات وطلبات الشراء ومواعيد الشحن والتسليم وبيانات الإنتاج وشهادات المطابقة ودفع الفواتير وخطابات الإعتماد.

## 2- آلية عمل نظام تبادل البيانات إلكترونيا: ويتم تبادل الإلكتروني للبيانات بإستخدام طريقتين:

- **الطريقة الأولى:** وفيها يتم التبادل الإلكتروني للبيانات عن طريق شبكة إرسال إلكتروني تسمى شبكة القيمة المضافة. وطبقا لهذا النظام يكون هناك طرف ثالث وسيط يقدم خدمة الإتصال بين طرفي التعاقد. حيث يكون لكل منهما صندوق بريد إلكتروني على كمبيوتر الشركة التي تمتلك شبكة القيمة المضافة.

ويؤدي هذا الوسيط وظائف إرسال وتخزين وتسليم البيانات للمتعاملين في نظام التبادل الإلكتروني للبيانات، حيث يقوم المرسل بتسليم بيانات الصفقة التجارية إلى الشبكة التي بدورها تحدد المستلم المعنى بالبيانات، وتقوم بوضعها في صندوق البريد الإلكتروني الخاص به، وتظل البيانات في صندوق بريده حتى يقوم بإستلامها وتشغيلها، ويقوم بإستخدام برنامج التبادل الإلكتروني الذي لديه من إسترجاع الملف من صندوق البريد الإلكتروني، وتفسير الرسالة التي يحويها، وفحص مدى توافقها مع معايير التبادل الإلكتروني لديها ثم تخزينها، ويتم بعد ذلك إرسال رسالة تعارف وظيفي، لإبلاغ المرسل أنه قد تم إستلام الرسالة أو أن هناك مشكلة في الإتصالات. ويطلق على هذا النوع شبكات القيمة المضافة. لأن الشركة صاحبة الشبكة غالبا ما تقدم خدمات أخرى بالإضافة لهذه الخدمة.

- **الطريقة الثانية:** وفيها يتفق الأطراف الراغبون في ممارسة التجارة الإلكترونية على إنشاء شبكات خاصة بكل منهم، ويتم الإتفاق على صيغ البيانات التي ستستخدم في التبادل بينهم، ويتيح هذا النظام للمنشأة السيطرة الكاملة على النظام، ويوفر لها الخصوصية والحماية، وتتميز هذه الطريقة بأنها بسيطة وسهلة ولكن من عيوبها إمكان حدوث أخطاء في نقل الرسالة<sup>1</sup>.

### 3- فوائد نظام تبادل البيانات الإلكترونية:

- يقدم نظام تبادل البيانات الإلكترونية العديد من الفوائد أهمها:
  - **تخفيض تكلفة التشغيل:** يقلل هذا النظام الجهد المبذول في التعامل مع الوثائق وأعمال البريد إضافة إلى تخفيض المصاريف المنفقة على إدارة هذه الوثائق؛
  - **توفير الوقت:** يتيح هذا النظام نقل المعلومات بشكل أسرع مما كان عليه سابقاً؛
  - **تحسين الإدارة الداخلية:** وذلك بالتقليل من الأعمال الورقية، والحد من إزعاج رنين الهاتف وتخفيض أخطاء الإدخال، فضلاً عن السرعة في إصدار التقارير؛
  - **تحسين العلاقة بين الزبائن والتجار أو بين الإدارة والمتعامل:** إذ يتم تناقل المعلومات فيما بينهم بشكل أسرع، وذلك بتخفيض الوقت المبذول لتأمين التواصل بين الطرفين.
- وبالتالي نجد أن نظام تبادل البيانات إلكترونياً يزيد القدرة التنافسية للشركة التي تعتمده، فهو يوفر الوقت والجهد والمال<sup>2</sup>.

### المطلب الثاني: نظام المقاصة الإلكترونية وشبكة SWIFT

لقد شهدت أنظمة الدفع العالمية تطورات هامة خلال السنوات الأخيرة، بحيث أصبحت تعتمد على التطبيقات المتقدمة، مما يسمح بتطوير نظم دفع إلكترونية ساهمت في تنويع وزيادة سرعة ودقة الخدمات المصرفية والمالية على اختلاف أنواعها منها مايلي:

<sup>1</sup> خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني -دراسة مقارنة، ط1، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2007، ص-ص: 133-134.

<sup>2</sup> خلدون كراز، تقنيات التبادل الإلكتروني للبيانات والوثائق EDI وتطبيقاتها في قطاعات النقل، بدون ط، سلسلة الدراسات الفنية 10، دمشق، سوريا، 2010، ص: 11.

أولاً: نظام المقاصة الإلكترونية:

تأسست خدمات المقاصة 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، أو دفع المعاشات الشهرية من حساب هيئة التأمين والمعاشات إلى المستفيدين، أو دفع إلتزامات دورية من حساب العميل إلى مصلحة الكهرباء، الغاز...<sup>1</sup>.

1- مفهوم المقاصة الإلكترونية:

يقصد بالمقاصة الإلكترونية إجراء تقاص الشيكات بين البنوك عن طريق البنك المركزي بموجب صور إلكترونية للشيكات وبدون أن يجري تبادل الشيكات فعلياً بين البنوك.

المقاصة الإلكترونية قفزة نوعية رائدة في مجال التكنولوجيا المصرفية وسيؤدي تطبيقها إلى تغيير جذري في طرق تنفيذ الأعمال في القطاع المصرفي.

وتتلخص آلية عمل النظام بتصوير (مسح) الشيك الورقي ضوئياً حال إستلامه من قبل الموظف في البنك المستلم وإرسال الصورة الإلكترونية للشيك إلى البنك المركزي ومنه إلى البنك المطالب للمصادقة الفنية والمالية على صرف الشيك، وتتم هذه العملية عبر خطوط إتصال سريعة ثم تعود الإجابة الإلكترونية بالموافقة أو الرفض على الصرف من البنك المطالب إلى البنك المركزي ومنه إلى البنك الآخر ليقوم بموجب الرد إما بصرف الشيك أو رفضه.

وتتميز المقاصة الإلكترونية بالسرعة الفائقة في التنفيذ والتي تتراوح بين بضع دقائق إلى ساعة أو ساعتين كحد أقصى بعد أن كانت مدة المقاصة تتراوح بين ثلاثة إلى أربعة أيام حسب خصوصية كل بنك وحسب المبلغ حتى يستطيع العميل معرفة ما إذا كان الشيك صحيحاً أو مرتجعاً<sup>2</sup>.

وتعرف المقاصة الإلكترونية على أنها المعالجة الآلية لوسائل الدفع، تقوم على مبدئين أساسيين هما تجريد وسائل الدفع وآلية تبادل البيانات والمعلومات.

<sup>1</sup> عبد المنعم رضي، فرج عزت، إقتصاديات النقود والبنوك، بدون ط، البيان للطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، 2001، ص: 26.

<sup>2</sup> فؤاد قاسم مساعد قاسم الشعبي، المقاصة في المعاملات المصرفية - دراسة مقارنة بين القانون والشريعة الإسلامية (المقاصة المصرفية الإلكترونية)، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2008، ص- ص: 373-374.

من خلال التعريفين السابقين يمكن تقديم تعريف موحد نظام المقاصة الإلكترونية هو نظام يسمح بالمعالجة عن بعد لجميع أوامر الدفع التي يتم تبادلها بصفة مجردة بين البنوك والمؤسسات المالية، ويعرف بنظام الدفع الشامل للمبالغ الصغيرة، بحيث تتم عملية المقاصة بصورة آلية بين البنوك بالإعتماد على الربط الشبكي فيما بينهما وهذا تحت إشراف وإدارة البنك المركزي.

## 2- مبادئ نظام المقاصة الإلكترونية: يقوم نظام المقاصة الإلكترونية على مجموعة من المبادئ هي:

- مبدأ الدقة والوضوح: يتميز هذا النظام بالدقة والوضوح فهو نظام ييسر الحسابات بكل شفافية ودقة متناهية؛
- مبدأ اليومية: هو نظام يومي يقوم بتسوية الحسابات يوميا إذ يسجل كل العمليات التي يقوم بها المتعاملون على حساباتهم من مسحوبات وإيداعات؛
- مبدأ الآلية: هو نظام آلي أوتوماتيكي حيث أن كل العمليات فيه تسوى آليا؛
- مبدأ الحماية والأمان: هو نظام مؤمن ضد الأخطار كالتزوير والغش والإحتيال وهذا بوضع قيمة قصوى للأرصدة متعددة الجوانب للمودعين<sup>1</sup>.

## 3- أهداف المقاصة الإلكترونية: يهدف نظام المقاصة الإلكترونية إلى:

- تألية التبادل ما بين البنوك لعمليات الدفع التي ينفذها المتعاملون<sup>2</sup>؛
- التسيير المحاسبي اليومي وإعطاء نظرة شاملة وحقيقية عن وضعية الخزينة في السوق المالية؛
- تأمين أنظمة الدفع العام؛
- تقليص أجال التحصيل بالمقارنة بالعمليات التي يقوم بها كل بنك؛
- إعادة الثقة للزبائن في وسائل الدفع خاصة الشيكات؛
- ضمان أمن المبادلات لتفادي حدوث خسائر أو مشاكل في المحاسبة؛
- مواجهة عملية تبيض الأموال؛

<sup>1</sup> دحية رباب، دراسة تحليلية لأداء أنظمة الدفع حالة نظام الدفع المكثف بالجزائر، (مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير تخصص علوم إقتصادية، فرع مالية، بنوك وتأمينات، جامعة المسيلة، غير منشورة)، الجزائر، 2011-2012، ص: 57.

<sup>2</sup> معمري حسام الدين، دور أنظمة الدفع الحديثة في البنوك وتأثيرها على التعاملات الإقتصادية، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم الإقتصادية، تخصص مالية وبنوك، جامعة قاصدي مرياح ورقلة، غير منشورة)، الجزائر، 2009-2010، ص - ص: 41.

- تحسين تسيير السيولة على مستوى البنوك التجارية<sup>1</sup>؛
- تمكين البنك المركزي من التحكم ومراقبة الكتلة النقدية؛
- إمكانية مركزة أرصدة التسوية، إذ يصبح هناك حساب واحد للتسوية مع رصيد واحد صافي يمكن متابعته مركزيا من طرف البنوك<sup>2</sup>.

### ثانيا: شبكة SWIFT \*

تأسست هيئة السويفت عام 1973 ومقرها بلجيكا و ذلك بمشاركة 15 دولة، وتم إختيار كلمة السويفت SWIFT من الأحرف الأولى لمسمي الهيئة، وبدأ العمل الفعلي للهيئة في 1977 بمشاركة عدد من الدول زاد إلى 18 دولة في ذلك الوقت لينتشر بعد ذلك نظام سويفت بالعالم حتى وصل عدد الدول المشتركة بالنظام إلى أكثر من 212 دولة.

### 1- مفهوم نظام SWIFT :

هي عبارة عن شبكة إتصالات متطورة ومتقدمة جدا، تعمل على ربط البنوك ببعضها البعض عبر شبكة إتصالات منظمة ومحكمة توفر للإتصال السهولة والسرعة والأمان<sup>3</sup>، كما تعتبر تلك المنشأة العالمية لتبادل المعلومات المالية والخدمات المالية على نطاق عالمي، من خلال الإتصالات الدولية بين المصارف. هذه المنشأة مملوكة من قبل أشخاص تقوم بتقديم هذه الخدمات في مجال الأعمال بالسرعة المطلوبة والأداء الفعلي الجيد والمضمون وبنقطة عالية وهناك ما يزيد عن 8300 مصرف موجود في أكثر من 208 بلد يقومون بهذه الخدمات من خلال تبادل الملايين من المعلومات وبالكفاءة المطلوبة. وهي منشأة تقوم بأعمال على نطاق دولي من حيث نقل وترتيب والإحتفاظ بالمعلومات والمعاملات المالية بين العملاء<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> محرز نور الدين وآخرون، نظام الدفع الإلكتروني ودوره في تفعيل التجارة الإلكترونية مع الإشارة لحالة الجزائر، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية إعتداد التجارة الإلكترونية في الجزائر- عرض تجارب دولية، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أفريل 2011، ص:6.

<sup>2</sup> أيت زيان كمال، حورية أيت زيان، الصيرفة الإلكترونية في الجزائر، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية إعتداد التجارة الإلكترونية في الجزائر- عرض تجارب دولية، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أفريل 2011، ص:9.

<sup>3</sup> خالد أمين عبد الله، إسماعيل إبراهيم الطراد، إدارة العمليات المصرفية المحلية والدولية، مرجع سبق ذكره، ص:223.

<sup>4</sup> خالد وهيب الراوي، العمليات المصرفية الخارجية، بدون ط، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص:449.

\*(SWIFT) : The society For Worldwide Interbank Financial Telecommunication.

و تدار هيئة السويفت من خلال مجلس إدارة مكون من 25 عضوا منتخبا من الأعضاء المشتركين والمالكين في نفس الوقت لهذه الهيئة.

ويتم إختيار أعضاء مجلس الإدارة بناء على حجم الرسائل المتبادلة مع السويفت لكل عضو، أي أن العضوية هما للملكي أكبر عدد من رسائل السويفت، ويعاد إنتخاب مجلس الإدارة مرة كل سنة ودورية إجتماعية ثلاث مرات سنويا تخصص للأمر الآتية:

● مناقشة السياسات العامة للهيئة؛

● النظر في طلبات الإشتراك الجديدة.

أما من الناحية التنفيذية (تشغيل النظام) فيدار العمل من خلال مجموعة من العاملين تتمتع بمستوى مهاري عالي ويتم العمل بهيئة السويفت من خلال مركزين عملاقين بكل من هولندا وأمريكا يتم من خلالهما ربط جميع الدول المشتركة بالسويفت وذلك من نظم إتصال غاية في الدقة والتطور.

## 2- مزايا نظام SWIFT: وتتمثل في:

● سرعة إرسال الرسائل المتعلقة بالتعليمات والمعاملات المالية تستغرق الرسالة ما بين 20-50 ثانية للوصول إلى المرسل إليه؛

● الدقة وسهولة التعامل مع النظام من خلال نماذج وأشكال موحدة للرسائل؛

● إنخفاض تكلفة تنفيذ معاملات البنوك والمؤسسات المالية من خلال رسائل السويفت وذلك بشكل ملحوظ عند المقارنة في حالة إرسال الرسائل من خلال التلكس؛

● يقوم النظام بإتاحة شبكة الإتصالات يتم من خلالها ربط أعضاء السويفت ( البنوك والمؤسسات المالية) بشكل متصل (24 ساعة في اليوم/ 7 أيام في الأسبوع)<sup>1</sup>.

## المطلب الثالث: نظام التسوية الإجمالية الفورية والتسوية الدورية متعددة الأطراف

تعرف نظم المدفوعات والتسوية في التجارة الإلكترونية بأنها الدورة الإلكترونية المأمونة والسريعة لنقل الأموال من المشتري إلى البائع عبر المؤسسات المالية وبأقل تكلفة ممكنة. ويعتبر

<sup>1</sup> حسين مصطفى هلال، نظم المعلومات SWIFT ودوره في تنشيط حركة التعامل المصرفي (حالات تطبيقية)، ندوة الخدمات البنكية الإلكترونية الشاملة (رؤية مستقبلية)، جمهورية مصر العربية، القاهرة، مصر، 25-29 نوفمبر 2007، ص: 4.

النظام المالي - البنوك، والوسطاء والأسواق المالية غير المصرفية - بصفة عامة، ونظام المدفوعات بصفة خاصة بمثابة البنية الأساسية المالية لعالم الأعمال الحديث.

### أولاً: نظام التسوية الإجمالية الفورية RTGS\*:

يعد نظام التسوية الإجمالية الفورية للمعاملات الصورة الوحيدة الأكثر وضوحاً للتسوية الإجمالية الفورية التي تمت بتسوية آنية وبشكل نهائي بمجرد وصول أمر الدفع شرط أن تكون الأموال المتاحة كافية في حساب بنك الإرسال<sup>1</sup>.

وتشير كلمة التسوية في آلية عمل هذا النظام إلى التحويل الفعلي للأموال من بنك الإرسال إلى بنك الإستلام وبشكل نهائي يعني أن تكون حتمية وعدم قابلية التسوية للإلغاء وبمعنى أوضح أن التسوية هنا في هذا النظام تكون غير مشروطة وحتمية.

وفي نظام RTGS فإن الوقت الحقيقي Real Time تعني أن أوامر الدفع تكون منفذة وبشكل متواصل ومستمر في الحال عند دخولها النظام بينما التسوية الإجمالية Gross Settlement تعني أن المبلغ الإجمالي لكل أمر دفع من الأموال يكون قد تم تحويله.

تشير الخبرة العملية إلى أن غياب التسوية الفورية للمعاملات وطول فترة التسوية يزيد من احتمالية عدم إتمام عملية التسوية بسبب إفلاس أحد أطراف التعامل أثناء العملية وقبل إنجازها بشكل نهائي كما أن تأخر ومن ثم تراكم المعاملات عند أحد الأطراف من شأنه أن يؤثر على سرعة أداء النظام المالي كما يزيد من احتمالية تعرض الإقتصاد القومي كله لمخاطر أكبر في حالة إفلاس أحد المؤسسات المالية التي تراكمت لديه المعاملات. كما أنه في حالة غياب التسوية الفورية فإن تراكم المعاملات لدى أحد الأطراف المدينة لغرفة المقاصة يمثل إعاقة لها كما أن هذا التراكم يمثل ضريبة تفرض على الأطراف الذين لهم حقوق لدى غرفة المقاصة المركزية.

<sup>1</sup> Craig, Fuefine and stehm, Jeff J, **Analyzing Alternative daylight Credit Policies in RealTime Gross Settlement (RTGS)**, Federal Reserve Bank of Chicago, May , USA, 1-3-1996, p:23

\*(RTGS) : Real Time Gross Settlement.

## الفصل الثاني: البنوك الإلكترونية و أثرها على التجارة الإلكترونية

وينبغي أن تكون عملية التسوية سريعة وآنية ومستمرة على مدار الساعة يوميا وطوال أيام الأسبوع دون توقف وهذا ما يوفره نظام المدفوعات الفورية الإجمالية (RTGS) للنظام المالي<sup>1</sup>.

ثانيا: نظام التسوية الدورية متعددة الأطراف \*NS :

وعلى عكس من نظام التسوية الفورية (RTGS) يظهر نظام التسوية الدورية (NS) وفيه لا تحدث التسوية فورا عند إرسال أوامر الدفع للنظام ولكن بشكل نمطي عند إستلام النظام لأمر الدفع فورا بإرسال رسالة للمستلم في حالة ما إذا كان الدفع وفقا للمعايير التي يضعها النظام ولكن التسوية الفعلية لا تنفذ.

وبعد الوقت المستقطع لإرسال رسائل الدفع ويقوم النظام بتقدير المدفوعات الصافية أو إلتزامات التسوية لكل شريك وإبلاغ كل شريك بإلتزاماته وبعد ذلك تتم عملية تحويل الأموال وإنجاز التسويات وتنقسم عملية التسوية إلى جزئين هما:

**1- غرفة المقاصة:** حيث تسجل كل أوامر والتأكد ما إذا كانت تستوفي الشروط والقواعد الخاصة بالنظام وبعد ذلك يتم التنازل عنها للشركاء المستلمين، و في نهاية اليوم تقوم غرفة المقاصة بتقدير إلتزامات التسوية الصافية لكل عضو وتخبر الأعضاء بها؛

**2- وكالة التسوية:** وهي التي تقوم بعد ذلك بتحويل الأموال فعليا وبذلك يتضح أن وظيفة غرفة المقاصة يمكن أن تكون مؤداة بواسطة أي مؤسسة مصرفية أو غير مصرفية خاصة أو حكومية على الجانب الآخر تمثل وكالة التسوية بين البنوك الأمر الذي يجعل البنك المركزي للقطر يقوم بهذا الدور.

وعلى الجانب الآخر من نظام (NS) نجد أن نظام (RTGS) يعمل عادة من خلال وكالة التسوية حيث يتطلب النظام الإستمرارية أو فورية التسوية لهذا فإنه في إطار نظام (RTGS) لا يجب عمليا فصل عمل النظام عن وكالة التسوية<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Pu Shen, Settlement Risk in Large-Value Payments Systems, Journal of Economic , États-Unis, vol 82, 1997, p :15.

<sup>2</sup> Patrikis, Ernest T , Some Visions of Large Value Payment systems, The 14th Payment systems International Conference, Montreaux, October. 2000, p :35.

\* (NS) : Netting system (Periodic Multilateral Netting System).

ثالثا: الفرق بين نظام التسوية الإجمالية الفورية ونظام التسوية الدورية متعددة الأطراف: تتمثل في:

1- في نظام التسوية الإجمالية الفورية نجد أن كل أوامر الدفع يتم تسويتها بنفس سرعة إرسالها إلا أنه في نظام التسوية الدورية متعددة الأطراف النظام يخبر المستلم ويحتفظ بكل أوامر الدفع خلال اليوم ولكن الأموال المحمولة بالفعل يتم تحويلها في نهاية اليوم؛

2- الفرق الأكثر أهمية في الفرق بينهما هو أن نظام التسوية الدورية متعددة الأطراف لديه فقط نهاية مشروطة، ولكن لإنجاز العمليات في النظم الشبكية المنظمة جيدا أو أمر الدفع المرسل للنظام لا يسمح لها بالإلغاء بمجرد قبولها بواسطة النظام ويتم التنازل عنها للبنوك المستلمة وهذا قائم على فرضية غياب فشل عملية التسوية.

خلاصة الفصل:

يعتبر التطور الذي شهدته شبكات الإتصال الحديثة خاصة شبكة الأنترنت وكذا النمو المتسارع الذي عرفته التجارة الإلكترونية من أهم العوامل التي ساعدت المصارف على تغيير هيكلها التنظيمي وإتجاهها نحو النشاط المصرفي عن بعد، فظهرت البنوك الإلكترونية أو البنوك على الخط لتسهيل المعاملات المصرفية مسايرة بصفة كبيرة لبيئة التجارة الإلكترونية، التي تتعامل مع كافة المتعاملين الإقتصاديين من تجار وموردين بائعين والتي تعمل على تسيير حساباتهم عبر الخط مباشرة، وذلك من خلال إعتماها القنوات الإلكترونية المختلفة، وكذا توجيهها نحو طرق الدفع الإلكترونية والتي بدورها شجعت على قيام خدمات مصرفية إلكترونية وحققت السرعة في الاستفادة القصوى مما تتيحه هذه التكنولوجيا الحديثة، ووضعت الآفاق أمام التجارة الإلكترونية.

وفي ظل التنافس الشديد الذي تعيشه المصارف في العالم، سعت بعض الدول أن لا تكون بعيدة عن هذا التطور وذلك من خلال إعادة هيكلة العديد من البنوك والمؤسسات المالية بهدف تطوير وسائل تقديم الخدمات المصرفية للرفع من حجم معاملات التجارة الإلكترونية، وهذا ما سنعالجه في الفصل الثالث من خلال التطرق إلى مصر، فرنسا، الجزائر في مجال التجارة الإلكترونية وطرق الدفع الإلكترونية المعتمدة فيها.

# الفصل الثالث:

## واقع البنوك الإلكترونية ودورها في

## التجارة الإلكترونية – تجارب دولية –

المبحث الأول: واقع التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكتروني في فرنسا

المطلب الأول: التجارة الإلكترونية في فرنسا

المطلب الثاني: البطاقات المصرفية الإلكترونية وأجهزة الصراف الآلي في فرنسا

المطلب الثالث: أنظمة الدفع الإلكترونية في فرنسا

المبحث الثاني: واقع التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكتروني في مصر

المطلب الأول: التجارة الإلكترونية في مصر

المطلب الثاني: البطاقات المصرفية الإلكترونية وأجهزة الصراف الآلي في مصر

المطلب الثالث: أنظمة الدفع الإلكترونية في مصر

المبحث الثالث: واقع التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر

المطلب الأول: التجارة الإلكترونية في الجزائر

المطلب الثاني: البطاقات المصرفية الإلكترونية وأجهزة الصراف الآلي في الجزائر

المطلب الثالث: أنظمة الدفع الإلكترونية في الجزائر

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

### تمهيد:

في هذا العصر الرقمي الذي تنتشر فيه الأنترنت إنتشار هائلا شاع مفهوم التجارة الإلكترونية التي تتيح العديد من المزايا، فقد جعلت هذا العالم مجرد قرية صغيرة وسوقا واحدا تتعادل فيه الفرص الممنوحة لكل الشركات على خلاف حجمها لإقتحام الأسواق العالمية والترويج لبضائع والسلع بكل يسر وسهولة متخطين كل الحدود وكذلك الحال بالنسبة للزبائن الذين أصبح بمقدورهم إقتناء إحتياجاتهم نقرة زر واحدة دون الحاجة لمغادرة أماكنهم، وعلى الرغم من تنامي حجم التجارة الإلكترونية عالميا إلى أن أصبحت تمثل المستقبل لقطاعات إقتصادية كبيرة خاصة فيما يتعلق بالخدمات والإتصالات، غير أن البلدان العربية لم تستطيع الإستحواذ إلا على نسبة ضئيلة منها، إذ أنها لم تستطيع إستيعاب فكرة أهمية المعلومات والتجارة الإلكترونية إقتصاديا إلا في الآونة الأخيرة وفي ظل الأوضاع الإقتصادية التي تعيشها الدول العربية، أصبحت التجارة الإلكترونية بالنسبة لها ضرورة ملحة ومتطلبا تنمويا لزيادة إسهامها في التجارة الخارجية وكذلك تطوير قطاعها الإنتاجية المحلية والتسويقية وتوفير فرص واسعة لرفع نموها الإقتصادي وأنه من أجل أن تحقق البلدان العربية الإستفادة من التجارة الإلكترونية فإنه من الضروري أن تعمل على تذليل العقبات التي تواجه إستخدام هذه التكنولوجيا فيها وكذا توفير متطلباتها الضرورية من البنى التكنولوجية التحتية والتنظيمات المتعلقة بتطبيقها.

ومن خلال هذا الفصل سنتطرق إلى واقع التجارة الإلكترونية في كل من مصر، فرنسا، الجزائر

وذلك من خلال المباحث التالية:

**المبحث الأول:** واقع التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكتروني في فرنسا؛

**المبحث الثاني:** واقع التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكتروني في مصر؛

**المبحث الثالث:** واقع التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر.

## المبحث الأول: واقع التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكتروني في فرنسا

نظرا لتطور الحاصل في تكنولوجيا الإعلام والاتصال والذي نتج عنه إزدهار التجارة الإلكترونية وتطورها في الدول المتقدمة والتي تعتبر محرك للتنمية الاقتصادية، إرتأينا إلى دراسة حالة التجارة الإلكترونية في فرنسا والتي تعتبر من بين الدول المسيطرة على هذه التجارة وإلى واقع الوسائل وأنظمة الدفع الأكثر إنتشارا فيها.

### المطلب الأول: التجارة الإلكترونية في فرنسا

أصبحت التجارة الإلكترونية أحد الركائز الأساسية للإقتصاد الرقمي الفرنسي، وهذا ما مكن فرنسا من تبوؤ مكانة مهمة بين الدول الأوروبية التي تتبنى هذا النوع من المعاملات التجارية. لقد شهدت السنوات الأخيرة نموا للتجارة الإلكترونية الفرنسية سواء من حيث عدد مستخدميها أو من حيث حجمها، أو من حيث توفير مناصب شغل حيث تم خلق أكثر من 2.5 مليون وظيفة ناتجة عن التجارة الإلكترونية في فرنسا. كما أن فرنسا تمتلك بنية معلوماتية وإتصالية قوية وقادرة على دعم التجارة الإلكترونية، فقد شهدت الأنترنت تطورا فهي تعتبر دعامة رئيسية من الدعائم التي تركز عليها التجارة الإلكترونية، فالعمل على شبكة الفرنسية بدأ في فترة السبعينيات 1971، بإسم شبكة Cyclades ولكنها غير موصولة بها، وحتى 1988 كان من واجب إتصال فرنسا مع شبكة NSFnet التي تمثل العمود الفقري للإتصال عبر الأنترنت في الولايات المتحدة وتساعد في التدفق السريع للبيانات فمن خلالها يمكن إرسال 56 كيلوبايت في الثانية بواسطة إيجاد رابط عبر المحيط الأطلسي، ويعود فضل في ذلك إلى فريق الشبكات l'INRIA Sophia Antipolis المتصلة عبر البرتوكول الأنترنت.<sup>1</sup> هذا يعني أن فرنسا كانت من الدول الأولى السبابة لإنشاء وخلق بيئة صناعية تحتوي على روابط الإتصال عن بعد ليتم

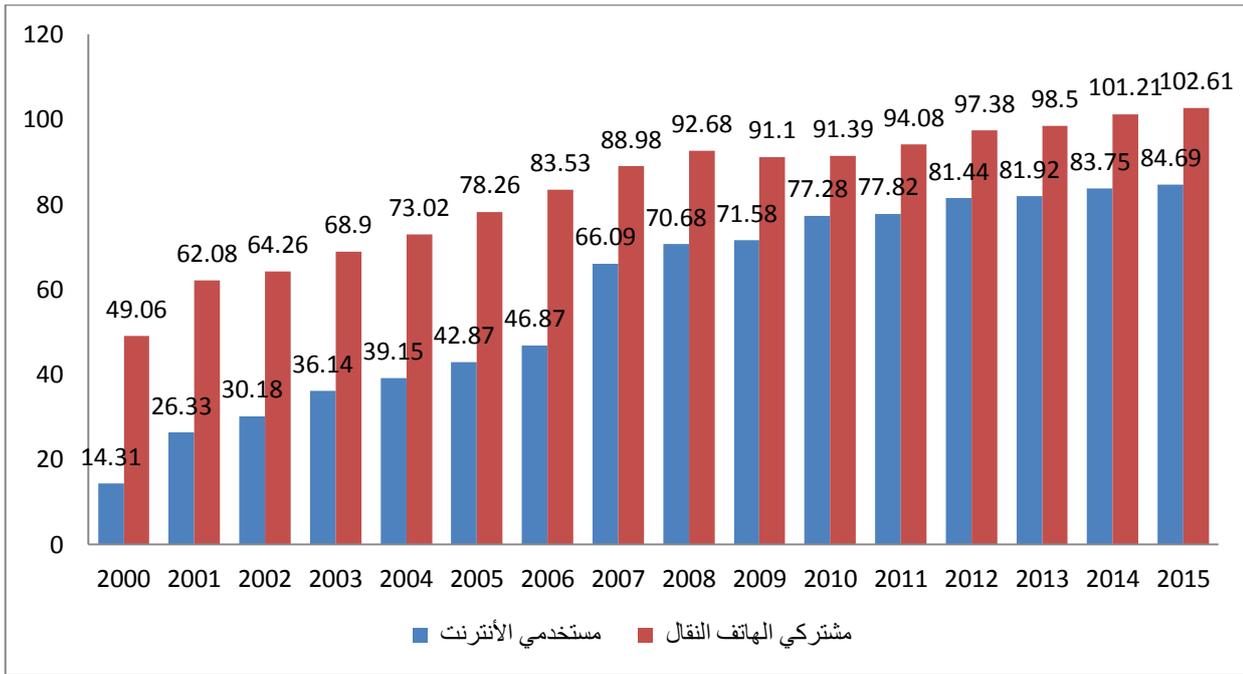
<sup>1</sup> Jean Chrysostome Bolot et Walid Dabbous, **L'Internet : Historique et évolution. Quel avenir prévisible ?**, Sans Edition, Sophia Antipolis cedex, France, 2004, p :1.

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

التعرف على خدمة الأنترنت أكثر ما بين 1994 و1995، وانتشرت بشكل سريع في سنوات الألفينيات<sup>1</sup>.

وتعتبر فرنسا من بين البلدان التي تقدم مستوى عالي من الخدمة في مجال الشبكات الهاتفية الثابتة والمحمولة، بسبب الخدمات المتنوعة المتاحة على أجهزة النقال والتي من بينها إمكانية النفاذ إلى الأنترنت عالي النطاق وإستعمال هذه الوسيلة كقناة تجارية، ومن جانب آخر تسعى الحكومة الفرنسية جاهدة لتشجيع مؤسساتها على تحقيق وتطوير تواجدها على شبكة الأنترنت، فأكثر من نصف المؤسسات الفرنسية تمتلك موقع ويب خاص، والشكل التالي يتمثل في تطور إشتراكات الهاتف المحمول ومستخدمي الأنترنت :

الشكل رقم (3-1): تطور إشتراكات الهاتف المحمول ومستخدمي الأنترنت (لكل 100 شخص)



المصدر : من إعداد الطلبة بالإعتماد على إحصائيات البنك الدولي.

من خلال الشكل (3-1) نلاحظ أن الأنترنت شهدت نموا متواصلا حيث بلغ عدد مستخدمي الأنترنت (لكل 100 شخص) 84.69 مستخدم سنة 2015، إضافة إلى ذلك فقد بينت الدراسات أن حوالي 6.6 مليون شخص قاموا بالشراء بواسطة الهاتف المحمول خلال سنة 2016. وقد بلغت نسبة نمو

<sup>1</sup> Jean-Marie Charon, **Les médias en France**, Sans Edition, Collection Repères, France, 2013, p :21.

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

الإنترنت 563.1% من سنة 2000 إلى غاية 31 مارس 2017، ووصل عدد مستخدمي الإنترنت 56.367.300 مستخدم مع العلم أن عدد سكان حوالي 64.938.716، وتقدر نسبة إنتشار الإنترنت 86.8%<sup>1</sup>، أما عدد المشترون عبر الإنترنت فبلغ 35.5 مليون فرنسي مشتري خلال سنة 2016. وبلغت قيمة المشتريات 42.6 مليار أورو سنة 2016 و48.5 مليار أورو في مارس 2017.<sup>2</sup> وفيما يخص عدد إشتراكات الهاتف النقال بفرنسا تظهر تزايد مستمر نظرا لميزاته المتعددة سواء في الإتصالات وإرسال الرسائل النصية أو ولوج إلى شبكة الإنترنت المتنقلة إلا أنه خلال سنة 2009 و2010 شهدت إنخفاض طفيف ليعود التطور سنة 2011، والجدول التالي يوضح نسبة المشترون عبر الهاتف النقال:

الجدول رقم (3-1): تطور عدد المتسوقين عبر الهاتف الذكي

السنوات	2013	2014	2015	2016	مارس 2017
مستخدمي الهواتف الذكية للتسوق	27%	26%	30%	38%	48%
المشترون عبر الهاتف الذكي	16%	12%	16%	19%	24%

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على الموقع الرسمي الفرنسي للإحصائيات [fr.statista.com](http://fr.statista.com)

وقد سمحت الأنترنت للأفراد الفرنسيين بالمشاركة على نحو يسير في التجارة الإلكترونية، حيث تعتبر فرنسا من البلدان الأوروبية ذات النمو السريع في مجال التجارة الإلكترونية الموجهة للأفراد B2C، والجدول التالي يوضح تطور هذه التجارة خلال الفترة 2012-2016:

<sup>1</sup> Internet, (consulté le 10/04/2014), [en ligne], <http://www.internetworldstats.com>.

<sup>2</sup> Internet, (consulté le 10/04/2014), [en ligne], <https://fr.statista.com/infographie/8876/comment-se-fera-lachat-en-ligne-en-2017>

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

الجدول رقم (3-2): مبيعات التجارة الإلكترونية B2C في فرنسا

السنوات	2012	2013	2014	2015	2016
مبيعات التجارة الإلكترونية B2C (تربليون دولار أمريكي)	39.25	43.3	47.65	52.3	56.25
نسبة نمو مبيعات التجارة الإلكترونية من نوع B2C	%32.3	%10.3	%10	9.8%	7.6%

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على الموقع الرسمي الفرنسي للإحصائيات [fr.statista.com](http://fr.statista.com)

بلغت مبيعات التجارة الإلكترونية B2C في فرنسا 56.25 مليار دولار أمريكي سنة 2016 مقابل 52.3 مليار دولار أمريكي سنة 2015، و حسب الدراسات من المتوقع أن تصل إلى 60.25 مليار دولار سنة 2017.

إحتلت فرنسا المرتبة الخامسة عالميا من حيث حجم المبيعات التجارة الإلكترونية نوع B2C بعد الصين، الولايات المتحدة الأمريكية، المملكة المتحدة، واليابان، أما أوروبا فإحتلت المرتبة الثانية<sup>1</sup>، والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (3-3): مرتبة فرنسا من حيث مبيعات التجارة الإلكترونية B2C (بالمليار أورو)

2016	2015	خمس الدول الأوروبية الأعلى حجما لمبيعات التجارة الإلكترونية B2C
173.7	157	المملكة المتحدة
71.4	64.9	فرنسا
66.9	59.7	ألمانيا
21	18.2	إسبانيا
19.1	16.6	إيطاليا

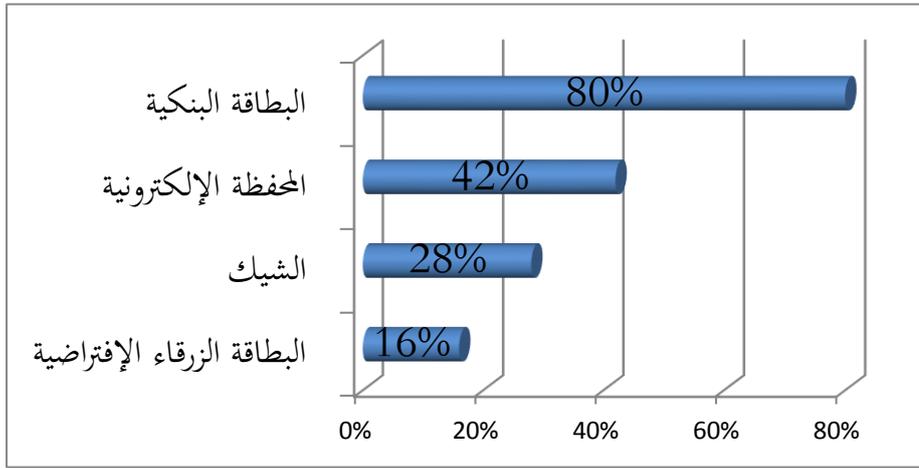
المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على إحصائيات إتحاد التجارة الإلكترونية والبيع عن بعد.

<sup>1</sup> La Fédération E-commerce et Vente à Distance, **E-Commerce aux Particuliers**, chiffres clés 2016, France, p :6.

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية- تجارب دولية

أما أكثر المواقع زيارة في فرنسا هو موقع أمازون بعدد يقدر بـ 18134000 زائر شهريا وقد زادت المواقع التجارية نشاطا بنسبة 16% سنة 2015 مقارنة بسنة 2014 حيث بلغ أكثر من 182000 مليار موقع تجاري نشط، وصولا إلى أكثر من 200000 مليار موقع تجاري نشط سنة 2016. أما بالنسبة لطرق الدفع الإلكترونية تمثل البطاقة البنكية الوسيلة الأكثر إستخداما في الدفع الإلكتروني بنسبة 80%. والشكل التالي يبين طرق الدفع الإلكتروني الأكثر إستعمالا في فرنسا لسنة 2016.

### شكل رقم (3-2): طرق الدفع الإلكتروني



المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على إحصائيات إتحاد التجارة الإلكترونية والبيع عن بعد.

### المطلب الثاني: البطاقات المصرفية الإلكترونية وأجهزة الصراف الآلي في فرنسا

نتيجة للتطورات التي عرفتها التجارة الإلكترونية كانت فرنسا من الدول الأوائل التي حولت وسائل الدفع التقليدية إلى وسائل دفع إلكترونية وتعد هذه الأخيرة وإتخذت أشكالا تتلاءم مع طبيعة المعاملات عبر شبكة الأنترنت، ومن بين هذه الوسائل الأكثر إنتشارا وإعتمادا في فرنسا البطاقات المصرفية الإلكترونية.

#### أولا: البطاقات المصرفية الإلكترونية في فرنسا:

ظهرت البطاقات المصرفية في الخمسينات، من خلال مؤسسة داينرز كلوب ، التي أصدرت بطاقة السفر والترفيه. ثم إنتشر إستخدام هذه البطاقات، ولاسيما البطاقات الزرقاء التي أصدرتها مجموعة من

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

المصارف مثل Credit Lyonnais و Banque Nantionale de Paris وغيرها سنة 1967<sup>1</sup>، حيث كانت البطاقة عبارة عن دفتر صغير يتألف من مجموعة من الصفحات المزدوجة، يسلم حامل البطاقة نسخة منها إلى التاجر المورد مقابل مشترياته منه، ويحتفظ بالثانية لزوم التدقيق والمراجعة عند ورود كشف الحساب من المصرف المصدر. ثم ما لبث أن انتقل ظهور البطاقات المصرفية إلى سائر الدول الأوروبية مع بعض التطورات في شكلها وشروطها<sup>2</sup>. كما تم إصدار البطاقات الذكية خلال سنة 1974 التي تم إختراعها من قبل العالم الفرنسي Roland Moreno<sup>3</sup>.

وقد ميزت المادة 57 من المرسوم الإشتراعي الفرنسي بين نوعين من البطاقات المصرفية هما:

- **بطاقة السحب:** هي كل بطاقة تسمح لحاملها بسحب الأموال، وتصدرها منشأة أو مؤسسة أو مصلحة محددة شروط إنشائها في القانون رقم 46/84 تاريخ 24 كانون الثاني 1984، المتعلق بعمل المؤسسات المالية والرقابة عليها؛
- **بطاقة الدفع:** هي كل بطاقة تسمح لحاملها بسحب الأموال أو تحويلها، وتصدرها منشأة أو مؤسسة أو مصلحة محددة شروط إنشائها في القانون رقم 46/84 المذكور أعلاه.

وفيمايلي بعض المؤشرات والإحصائيات التي توضح لنا تطور الدفع الإلكتروني في فرنسا:

### 1- حصة وسائل الدفع من المعاملات المصرفية في فرنسا:

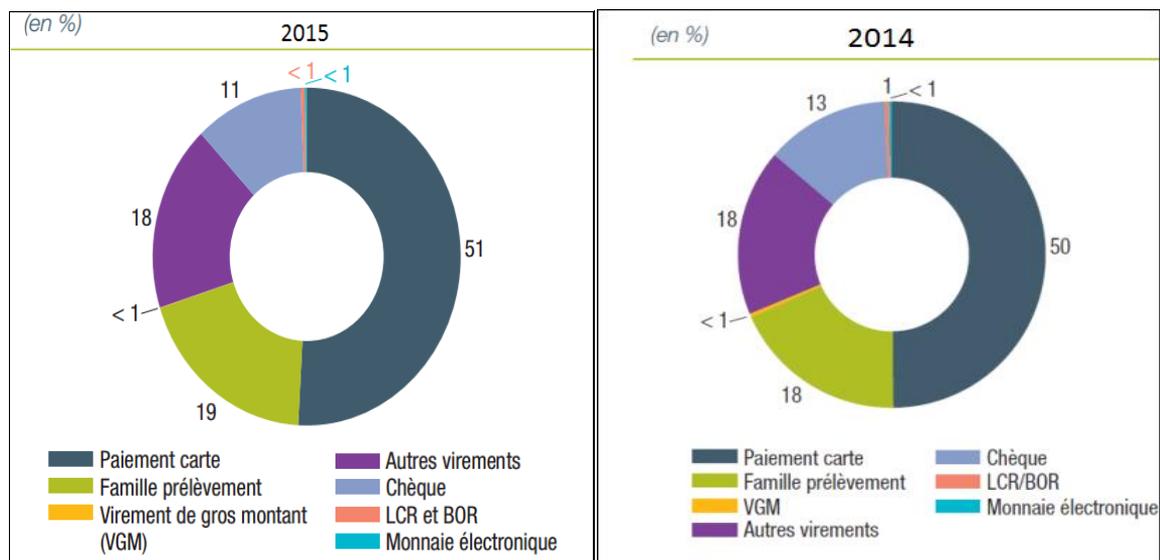
تعتبر البطاقة المصرفية من أكثر وسائل الصيرفة الإلكترونية المتداولة في البلدان المتقدمة، فتحتل أوروبا المرتبة الأولى في تبنيها لهذه الخدمة عالميا، وتعتبر أكثر إستعمالا في فرنسا والشكل التالي يوضح ذلك:

<sup>1</sup> Lazreg Mohamed, **Développement de la monétique en Algérie réalité et perspectives**, (thèse presenter pour l'obtention d'un diplôme de doctorat en sciences de gestion, université abou bakr belkaid, Tlemcen, non publié), Algérie, 2014-2015, p :37.

<sup>2</sup> وائل الديسي، **دليل العمليات الإلكترونية في القطاع المصرفي - الواقع والآثار القانونية-**، ط2، اتحاد المصارف العربية، بيروت، لبنان، 2010، ص- ص: 60 - 61.

<sup>3</sup> ميهوب سماح، **أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية - حالة نشاط البنك عن بعد-**، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة قسنطينة 2، غير منشورة)، الجزائر، 2013-2014، ص: 92.

الشكل رقم (3-3): حصة وسائل الدفع من إجمالي قيمة المعاملات المصرفية في فرنسا



**Source:** Banque de France, cartographie des moyens de paiement scripturaux, rapport annuel 2014 et rapport annuel 2015, France, 2016, p :4.

نلاحظ من خلال الشكل أن الوسيلة الأكثر إستعمالا في فرنسا خلال فترتين 2014 و 2015 هي البطاقات البنكية، والتي وصلت نسبة مدفوعاتها إلى 51% من قيمة المدفوعات الإجمالية لسنة 2015 مقارنة بنسبة 50% من قيمة المدفوعات الإجمالية لسنة 2014. كما سجل البنك الفرنسي حجم المدفوعات ببطاقة CIB\* (بطاقة ما بين البنوك) بـ 10.3 مليار عملية مقارنة بـ 9.14 مليار عملية سنة 2014.<sup>1</sup>

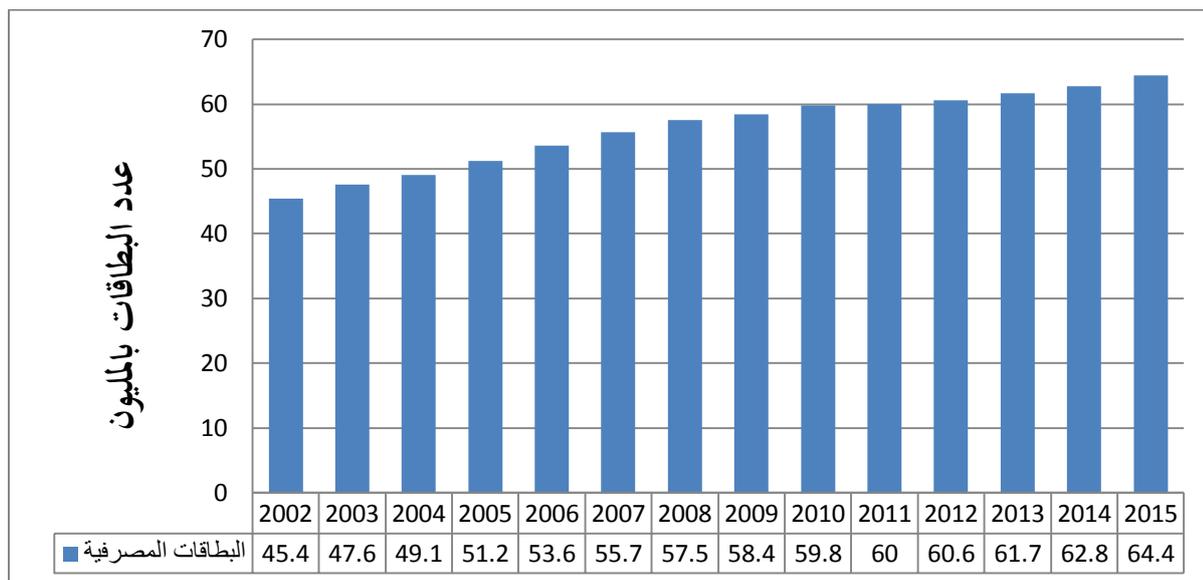
**2- عدد وحجم المعاملات بالبطاقة المصرفية في فرنسا:** تم تزويد البطاقات المصرفية بالشريط المغناطيسي سنة 1971 كما تمت أول عملية دفع بالبطاقة المصرفية في فرنسا سنة 1978، و سنوضح عدد وحجم المعاملات بالبطاقة المصرفية عن طريق الجداول والأشكال التالية:

<sup>1</sup> Banque de France, cartographie des moyens de paiement scripturaux, op cit, p :4.

\* (CIB) : Carte Inter Bancaire.

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

الشكل رقم (3-4): عدد البطاقات المصرفية المتداولة في فرنسا خلال فترة 2000-2015

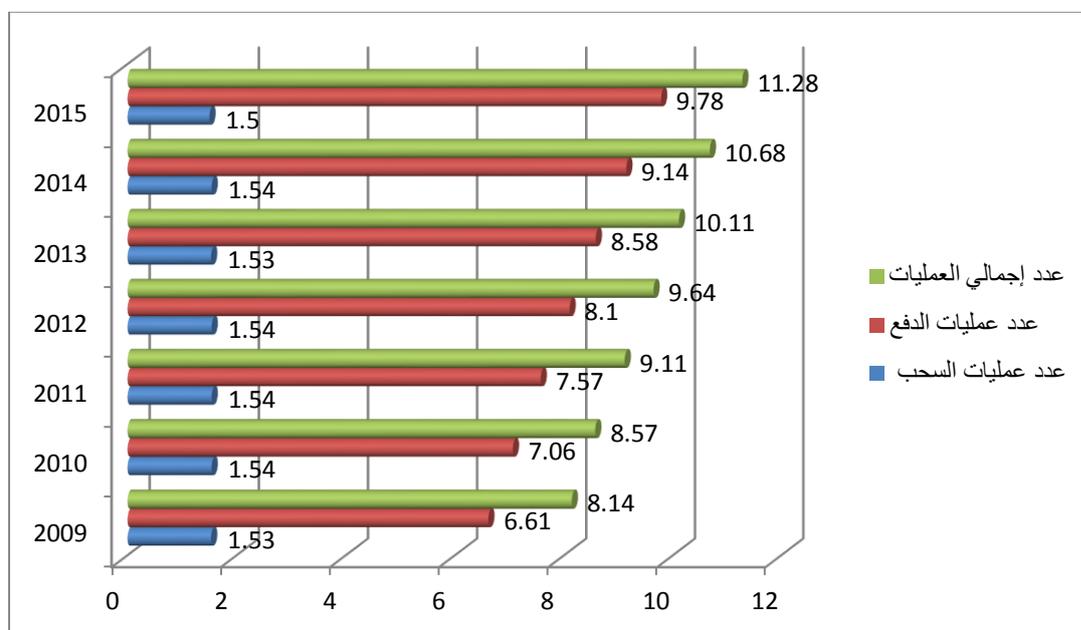


المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على تقارير بنك فرنسا.

من خلال الشكل (3-4) نلاحظ أن هناك توسع في إصدار عدد البطاقات البنكية حيث قدرت

بـ 64.4 مليون بطاقة سنة 2015 حيث إرتفعت بنسبة 3% مقارنة بسنة 2014.

الشكل رقم (3-5): تطور حجم المعاملات بالبطاقة المصرفية في فرنسا (بالمليار)



**Source :** élaborer par les étudiants en se réfèrent aux rapports annuels du Groupement des carte bancaire CB France.

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

نلاحظ من خلال الشكل (3-5) أن التعاملات بالبطاقة البنكية في فرنسا سجل تطوراً حيث أن عمليات الدفع بالبطاقة تمثل نسبة 86.7% من إجمالي التعاملات بالبطاقة لسنة 2015، بينما تمثل عمليات السحب من أجهزة الموزعات الآلية للنقود نسبة 13.29%، حيث سجلت عمليات الدفع بالبطاقة البنكية 9.78 مليار عملية سنة 2015، كما سجلت عدد عمليات السحب من الموزعات الآلية 1.50 مليار عملية سنة 2015، وهو ما يعادل زيادة بنسبة 7% من حيث عمليات الدفع وإنخفاض بنسبة 2.5% من حيث عمليات السحب مقارنة بسنة 2014.

### الجدول رقم (3-4): تطور قيمة المعاملات بالبطاقة البنكية في فرنسا فترة 2008-2015

السنة	القيمة الإجمالية للعمليات التي أجريت بالمليار أورو	نسبة التطور %	قيمة عمليات الدفع	نسبة التطور %	قيمة عمليات السحب	نسبة التطور %
2008	412.9	-	303.8	-	109.1	-
2009	426.1	-	312.9	-	113.2	-
2010	451.2	-	336.2	-	115	-
2011	481.8	-	362.4	-	119.4	-
2012	506.9	+5.2	385.2	+6.2	121.6	+1.8
2013	524.3	+3.4	401.9	+4.3	122.4	+0.6
2014	544.7	+3.9	420.1	+4.5	124.6	+1.8
2015	565.4	+3.8	440	+4.7	125.4	+0.6

**Source :** élaborer par les étudiants en se référent aux rapport annuels du Groupement des carte bancaire CB France.

يبين الجدول أعلاه قيمة عمليات الدفع بالبطاقة البنكية حيث بلغت 440 مليار أورو سنة 2015 بنسبة تطور 3.8% مقارنة بسنة 2014، وبلغت قيمة عمليات السحب بالبطاقة البنكية من الموزعات الآلية 125.4 مليار أورو سنة 2015 بنسبة تطور 0.6% مقارنة بسنة 2014. وبلغت قيمة إجمالي العمليات 565.4 مليار أورو سنة 2015 مقارنة بـ 544.7 مليار أورو سنة 2014.

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

الجدول رقم (3-5): التطور السنوي لعدد عمليات السحب والدفع للبطاقة الواحدة

السنة	عدد عمليات الدفع للبطاقة الواحدة خلال السنة	نسبة التطور %	عدد عمليات السحب للبطاقة الواحدة خلال السنة	نسبة التطور %
2008	108.6	-	26.4	-
2009	113.1	-	26.1	-
2010	118.5	-	25.3	-
2011	126.5	-	25.7	-
2012	133.6	+5.6	24.4	-5.05
2013	139.1	+4.1	24.8	+1.6
2014	145.7	+4.7	24.5	-1.1
2015	151.7	+4.1	23.2	-5

**Source** : élaborer par les étudiants en se référant aux rapports annuels du Groupement des carte bancaire CB France.

قدرت عدد عمليات الدفع للبطاقة الواحدة 151.7 عملية خلال سنة 2015 بنسبة تطور 4.1% مقارنة بسنة 2014 بينما قدرت عمليات السحب للبطاقة الواحدة 23 عملية سحب فقط (-5% مقارنة بسنة 2014) وهذا يدل على تفضيل الأفراد في فرنسا لتعامل بالبطاقات البنكية.

ثانيا: أجهزة الصراف الآلي

تم إختراع صراف الآلي سنة 2003 في فرنسا يسمح بإيداع الأوراق النقدية وكذا القطع المعدنية وحتى الشيكات، وتم تركيب أول موزع آلي للنقود DAB في باريس سنة 1968، ويمكن عرض التغيرات السنوية في عدد أجهزة الصراف الآلي التي تمتلكها المصارف الفرنسية في الجدول التالي:

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

الجدول رقم (3-6): التطور السنوي لعدد أجهزة الصراف الآلي

السنوات	عدد أجهزة DAB	نسبة التطور %	مستخدمي أجهزة الصراف الآلي ATM (لكل 100000 من البالغين)	نسبة التطور %
2004	43714	-	85.546	-
2005	46151	+5.2	92.826	+7.8
2006	47827	+3.5	92.149	-0.7
2007	51686	+7.4	99.913	+7.7
2008	53326	+3	101.569	+1.6
2009	54638	+2.4	104.088	+2.4
2010	56243	+2.8	106.066	+1.8
2011	58170	+3.3	109.193	+2.8
2012	58536	+0.6	109.381	+0.1
2013	60000	+2.5	109.047	-0.3
2014	58539	-2.4	108.026	-0.94
2015	56000	-4.5	106.983	-0.97

المصدر : من إعداد الطلبة بالإعتماد على تقارير بنك فرنسا والبنك الدولي.

من خلال الشكل نلاحظ أن هناك تزايد مستمر لعدد أجهزة الصراف الآلي منذ سنة 2004 إلى غاية سنة 2013، حيث نجد 43714 صراف آلي سنة 2004، وارتفع إلى 60000 صراف آلي سنة 2013، وكذلك بالنسبة لمستخدمي الصراف الآلي البالغين شهد تزايد مستمر منذ سنة 2004 إلى 2012 حيث بلغ عددهم 109.381 مستخدم، بينما خلال السنوات الأخيرة نلاحظ تراجع معتبر لعدد أجهزة الصراف الآلي حيث بلغت 56000 صراف آلي سنة 2015، أي إنخفض بنسبة 4.3% بسنة 2014، وتراجع أيضا مستخدمي الصراف الآلي حيث بلغ 106.983 مستخدم سنة 2015 مقارنة بـ 108.026 مستخدم سنة 2014، حيث قررت بعض المصارف الفرنسية الحد من أجهزة الصراف الآلي على سبيل المثال الوكالات التي لديها 3 إلى 5 أجهزة الصراف الآلي سوف تبقى جهازين

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

صراف آلي على الأكثر ويرجع السبب في ذلك إلى زيادة نسبة الدفع بالبطاقة البنكية وإنخفاض عمليات السحب من أجهزة الصراف الآلي خصوصا مع التقدم التكنولوجي وتطور بطاقات الدفع اللاتلامسية مما أدى إلى إنخفاض بشكل ملحوظ في إستخدام أجهزة الصراف الآلي في فرنسا<sup>1</sup>.

### المطلب الثالث: أنظمة الدفع الإلكترونية في فرنسا

حظيت أنظمة الدفع بإهتمام العديد من الدول، نظرا لإرتباطها بصفة أساسية بإقتصاديات الدول وحرصا منها على تعزيز مكانتها الإقتصادية في العالم، قامت الكثير من الدول بتحديث وعصرنة نظم الدفع ومن بين هذه الدول فرنسا.

#### أولا: نظام التسوية ما بين البنوك TARGET\*

أحدثت التكنولوجيا الحديثة في القطاع المصرفي تطورا في نظم الدفع الإلكتروني ومن بين هذه الأنظمة نظام تحويل الآلي للمبالغ الكبرى TARGET والذي يعتبر ذات أهمية كبيرة في فرنسا وأوروبا بصفة عامة إذ يوفر بشكل آمن وفعال إمكانية تبادل الأموال بين البنوك.

#### 1- نظام TARGET:

هو نظام الدفع المباشر الذي يستعمل بالتحويلات التي تتم بالأورو، والذي يسير من طرف البنك المركزي الأوروبي، تم وضعه منذ 1999 ويتمثل في 16 نظام للدفع الإجمالي المحلي في الوقت الحقيقي RTGS، طبق من قبل دول الإتحاد الأوروبي لعدة سنوات قبل أن يتم توحيد هذه الأنظمة مرتبطة مع بعضها البعض وفق نظام للربط الشبكي SWIFT، وكل نظام من هذه الأنظمة مرتبطة آليا مع البنك المركزي الأوروبي، وكان الغرض من ذلك هو وضع أرضية موحدة لمعالجة الدفع الخاص بالمبالغ الضخمة بالأورو، وكان يهدف أساسا إلى:

<sup>1</sup> Internet, Site officiel du journal ECHOS, (page consulté le 13/04/2017), [en ligne], [http://www.lesechos.fr/15/09/2015lesechos.fr/021329568663\\_les-banques-commencent-a-fermer-des-distributeurs-automatiques-de-billets.htm](http://www.lesechos.fr/15/09/2015lesechos.fr/021329568663_les-banques-commencent-a-fermer-des-distributeurs-automatiques-de-billets.htm).

\*(TARGET) : Trans-European Automated Real Time Gross Settlement Express Transfer System.

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

- منح ميكانيزم فعلي وفعال من أجل دفع المبالغ بالأورو ما بين الدول الأوروبية<sup>1</sup>؛
- وضع همزة وصل ما بين أنظمة الدفع في مجال الإتحاد الأوروبي؛
- تطبيق السياسة النقدية للبنك المركزي الأوروبي، وترقية السوق المالية بالأورو.

ولتفعيل التحويل الأسهل للأموال، سار الإتحاد من أجل المتوسط في هذا الإتجاه ويظهر ذلك من خلال إتحاد جمعيات بنوك أوروبية وإفريقية التابعة لبعض الدول الأعضاء بهدف تسهيل التحويل المصرفي بينها سواء تعلق الأمر بالتحويلات التي يقوم بها المهاجرين أو المستثمرين بين الشمال و الجنوب. كما يعرف كذلك على أنه نظام يقوم على أساس ربط أنظمة المدفوعات الوطنية في دول الإتحاد الخمسة عشر، وتشارك كافة البنوك الموجودة في الدول الأوروبية الأعضاء في الإتحاد النقدي في هذا النظام وأيضا المؤسسات غير البنكية التي تحتفظ بحساب لدى البنك المركزي<sup>2</sup>.

يمثل نظام TARGET دورا مركزيا في النظام المالي للإتحاد الأوروبي، حيث قام بمعالجة أكثر من 360000 عملية في اليوم بقيمة 2300 مليار أورو، وحقق أهدافه الموجودة إلى حد كبير من خلال معالجة 90% من قيمة المدفوعات و 60% من حجم المدفوعات في الإتحاد الأوروبي. عمل نظام TARGET بنجاح على مدى عدد من السنين وحقق جميع أهدافه الرئيسية وأيد تنفيذ السياسة النقدية الموحدة، وساهم في الحد من المخاطر النظامية وساعد البنوك على إدارة السيولة على المستوى الوطني وعبر الحدود. وفي البيئة التي تتسم بالتطور السريع والمنافسة العالية أثبت TARGET محدوديته وعدم كفاءته في التحكم في التكاليف الناتجة عن لا مركزية المنصات والتي كانت تؤدي في كل مرة إلى تكاليف المعالجة.

وسعى من دول الإتحاد الأوروبي إلى إلغاء إستعمال محلي لكل دولة والتقليل من تكاليف معالجة العمليات قام مجلس المحافظين في البنك المركزي الأوروبي بإقتراح نسخة جديدة لنظام TARGET المعروف بنظام TARGET 2.

<sup>1</sup> Bouyala Régis, **Le monde des paiements**, édition Reveu banque, France, 2005 , p :103.

<sup>2</sup> ماجدة مدوخ، **النظام النقدي الأوروبي، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، الأغواط، الجزائر، العدد3، 2008، ص:26.**

## 2- نظام TARGET 2:

أطلق النظام الأوروبي بنجاح نظام TARGET 2 في نوفمبر 2007، وإستبدال نظام الجيل الثاني النظام TARGET الأصلي تماما في ماي 2008، حيث تم إستبدال اللامركزي لنظام الجيل الأول بمنصة تقنية واحدة، منصة مشتركة واحدة SSP\*.

فنظام TARGET 2 هو نظام دفع يملكه ويديره النظام الأوروبي، وهو المنصة الأوروبية الرائدة لمعالجة المدفوعات ذات القيمة الكبيرة، وتستخدم من قبل كل من البنوك المركزية، والمصارف التجارية لمعالجة المدفوعات باليورو في الوقت الحقيقي.

## 3- كيفية عمل TARGET 2:

- يكون لدى كل من البنك (أ) والبنك (ب) حسابات لدى المصرف المركزي؛
- يتم الدفع باليورو من البنك (أ) إلى البنك (ب)؛
- يقدم البنك تعليمات الدفع إلى TARGET 2؛
- ينقل TARGET 2 معلومات الدفع إلى البنك (ب)<sup>1</sup>.

يمكن إستخدام هذا النظام من طرف المصارف المركزية للإتحاد الأوروبي ومجتمعاتها الوطنية من المصارف التجارية. يستخدم أكثر من 1700 مصرف TARGET 2 لبدء معاملات باليورو، إما نيابة عنهم أو نيابة عن عملائهم. مع الأخذ بعين الإعتبار الفروع والشركات التابعة، يمكن الوصول إلى أكثر من 55.000 بنك في جميع أنحاء العالم (وجميع عملائها) عبر TARGET 2. والجدول التالي يوضح نشاط TARGET 2 في بنك المركزي الفرنسي:

<sup>1</sup> Internet, Site officiel de Banque Centrale Européenne, (page consultée le 14/04/2017), [en ligne], [www.ecb.europa.eu/explainers/tell-me/html/target2.en.html](http://www.ecb.europa.eu/explainers/tell-me/html/target2.en.html).

\*(SSP) : Single Shared Platform.

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية- تجارب دولية

الجدول رقم(3-7): نشاط نظام TARGET 2 للبنك المركزي الفرنسي

2017		2016	2015	2014	2013	السنوات
فيفري	جانفي					
33805	30145	35076	34894	36791	35753	عدد العمليات (المتوسط اليومي)
+10.8	-	+0.51	-5.4	+2.8	-	نسبة التطور %
302	290	298	309	340	343	قيمة متوسط اليومي لعدد العمليات بالمليار
+3.97	-	-3.6	-10	-0.88	-	نسبة التطور %

**Source** : élaborer par les étudiants en se référant aux Bulletin de la banque de France de 2017.

من خلال الجدول نلاحظ أن المتوسط اليومي لعدد العمليات نظام TARGET 2 بلغ 35076 عملية مقابل سنة 2016 مقابل 34894 عملية في سنة 2015 بنسبة تطور 0.51% والمثلة بقيمة قدرها 298 مليار أورو سنة 2016 مقابل 309 مليار في 2015 بنسبة إنخفاض 3.6%.

### ثانيا: نظام المقاصة الإلكترونية الفرنسي CORE\*

دخل النظام الفرنسي للمقاصة الإلكترونية قيد التشغيل في 28 جانفي 2008، والمسمى أيضا بنظام الدفع الشامل للمبالغ الصغيرة، يختص هذا النظام بالمعالجة الآلية لوسائل الدفع العام، تديره شركة أنظمة التبادل التكنولوجي والتجهيز، التي أنشئت في ديسمبر 2004 من قبل ستة بنوك فرنسية والمتمثلة في

\* (CORE) : Compensation Retail.

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

صندوق الإدخار، القرض الفلاحي، البنك الشعبي، الشركة العامة، البنك الفيدرالي، BNP Paribas وCrédit Mutuel<sup>1</sup>.

تم تطبيق هذا النظام CORE لتعويض نظام SIT\* الذي يعتبر أول نظام مقاصة إلكترونية في فرنسا أنشأ سنة 1991 وذلك بهدف معالجة وسائل الدفع الحديثة التي تم تطويرها والتعامل مع حجم كبير من العمليات<sup>2</sup>. ويعمل CORE على أساس نظام دفع بمقاصة متعدد الأطراف، يعالج العمليات ما بين المشتركين على ثلاث مراحل:

- تبادل مستمر لأوامر الدفع ما بين مراكز الإعلام الآلي للبنوك والمركز الآلي الرئيسي لنظام CORE؛
  - مقاصة متعددة الأطراف للأوامر من طرف مركز المحاسبة؛
  - تسوية الأرصدة الصافية في نظام TARGET 2 لبنك فرنسا<sup>3</sup>.
- والجدول التالي يوضح نشاط CORE للبنك المركزي الفرنسي:

<sup>1</sup>Internet, site officiel de wikipedia, (page consultée le14/04/2017) ,[en ligne], [https://fr.wikipedia.org/wiki/Syst%C3%A8me\\_STET-CORE](https://fr.wikipedia.org/wiki/Syst%C3%A8me_STET-CORE).

<sup>2</sup> Banque de France , **La surveillance des moyens de paiement et des infrastructures des marchés** financiers, rapport d'activité 2011, France, p :22.

<sup>3</sup> Internet, Site officiel de Banque de France, (page consultée le 14/04/2017), [en ligne], [www.banque-France.fr/eurosysteme-et-international/sepa/sesteme-de-paiement-de-masse-html](http://www.banque-France.fr/eurosysteme-et-international/sepa/sesteme-de-paiement-de-masse-html).

\*(SIT):Système Interbancaire de Télé-compensation.

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

الجدول رقم (3-8): نشاط نظام CORE للبنك المركزي الفرنسي

السنوات	عدد العمليات	نسبة التطور %	قيمة العمليات	نسبة التطور %
2012	13432049	-	5405638	-
2013	13635436	+1.4	5376655	-0.5
2014	13924869	+2.07	5373571	-0.05
2015	14180167	+1.8	5540978	+3.02
2016	14432230	+1.7	5513044	-0.5
<b>2017</b>				
17- جانفي	1027309	-	399234	-
17- فيفري	945383	-8.6	371488	-7.4
17- مارس	1061793	+10.9	418755	+11.2

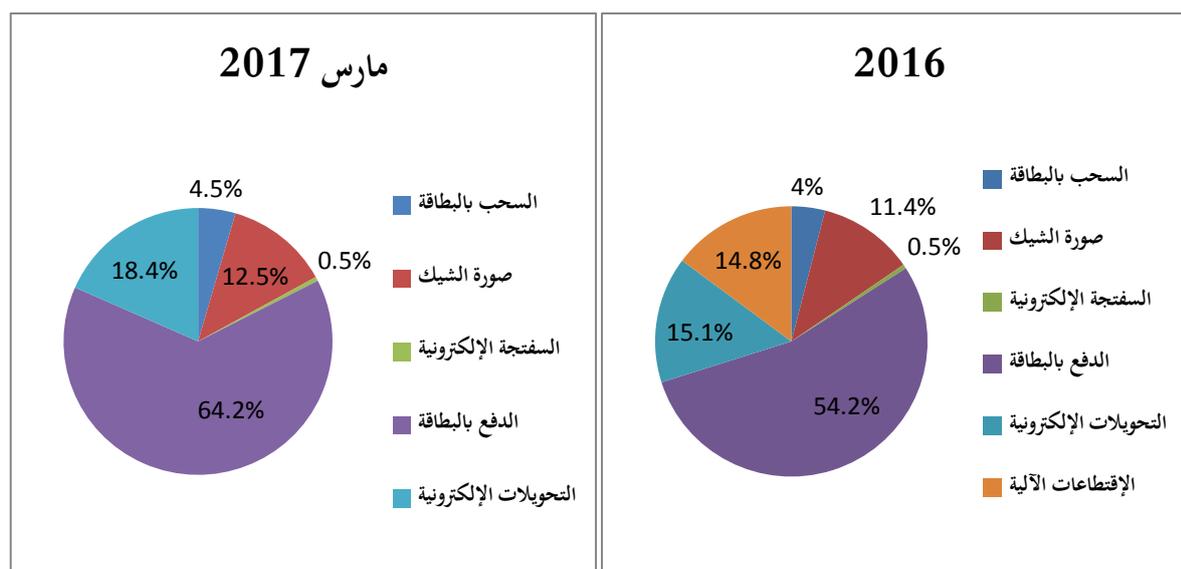
المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على إحصائيات بنك فرنسا.

سجل النظام في سنة 2016 تطورا معتبرا من حيث الحجم، حيث وصلت عدد العمليات خلال هذه السنة إلى 14432230 عملية مقابل 14180167 عملية سنة 2015، وهو ما يعادل زيادة بنسبة 1.7%، أما من حيث القيمة فإنخفضت بنسبة 0.5% سنة 2016 حيث قدرت بـ 5513044 أورو مقابل 5540978 أورو سنة 2015. وعالج نظام CORE 1061793 عملية خلال شهر مارس بزيادة بنسبة 10.9% مقارنة بشهر فيفري ممثلة بمبلغ قدره 418755 أورو. ومن حيث أدوات الدفع، نلاحظ من خلال الأشكال الموالية أن حجم عمليات الدفع بالبطاقة من خلال هذا النظام يقدر بـ 7829387 عملية سنة 2016 (7275217 عملية سنة 2015)، وبـ 681437 عملية خلال مارس 2017 (604055 عملية شهر فيفري 2017)، حيث تمثل نسبة 54.2% من الحجم الكلي للعمليات التي تمت معالجتها من خلال نظام CORE سنة 2016 (مقابل 51.3% سنة 2015)، وبنسبة 64.2% خلال مارس 2017. ونلاحظ إنخفاض طفيف في عدد عمليات السحب بالبطاقة حيث تمثل نسبة 4% من إجمالي المعاملات في 2016 (مقابل 4.2 في 2015)، وبلغت نسبة 4.5% خلال مارس 2017 (مقابل 4.3% في فيفري 2017). أما نسبة

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

للشيكات التي تمت مقاصتها من خلال نظام CORE فهي الأخرى عرفت تراجعاً حيث بلغت 1640973 شيك تم مقاصته مقابل 1774727 شيك في 2015، وتمثل هذه الشيكات نسبة 11.5% من الحجم الكلي للعمليات التي تمت معالجتها من خلال هذا النظام في 2016 مقابل 12.5% في 2015. وبنسبة 12.5% في مارس 2017. وفيما يخص السفتجة، فإنها تمثل نسبة 0.5% من الحجم الكلي لوسائل الدفع المتبادلة في النظام، أما عملية التحويل الأموال من خلال هذا النظام فهي عرفت تطوراً حيث بلغ 2177400 عملية (2086361 عملية في 2015)، ممثلة بنسبة 15.1% من الحجم الكلي للعمليات المعالجة (مقابل 14.7% في 2015)، وبلغت 194989 عملية خلال مارس 2017 بنسبة 18.4% مقابل 177407 عملية بنسبة 18.8% خلال فيفري 2017.

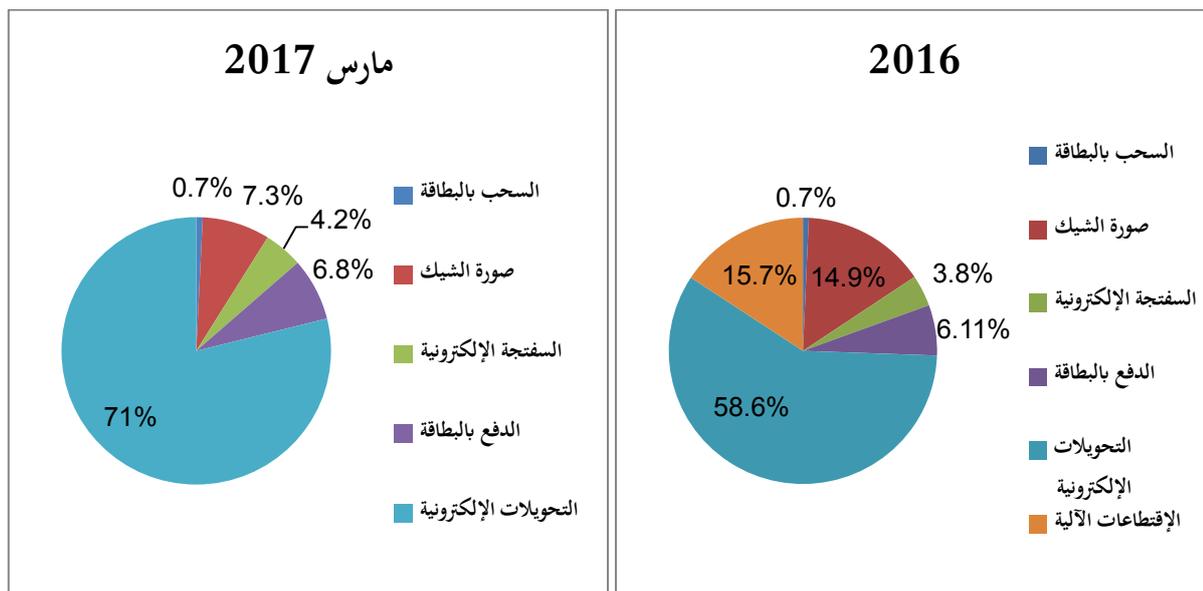
الشكل رقم (3-6): توزيع القيم المقدمة عبر نظام CORE بحسب الحجم



المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على إحصائيات بنك فرنسا لسنة 2017.

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

الشكل رقم (3-7): توزيع القيم المقدمة عبر نظام CORE بحساب القيمة



المصدر: إعداد الطلبة بالإعتماد على إحصائيات بنك فرنسا لسنة 2017.

نلاحظ من حيث القيمة أن التحويلات الإلكترونية تشكل الحصة الأكبر من إجمالي العمليات التي تمت معالجتها من خلال نظام CORE حيث قدرت بـ 3233193 أورو في 2016 مقابل 30555884 أورو في 2015، ممثلة بنسبة 58.6% من إجمالي قيمة المعاملات في 2016، و قدرت بـ 297336 أورو في مارس 2017 مقابل 265074 في فيفري 2017، ممثلة بنسبة 71% في مارس 2017.

## المبحث الثاني: واقع التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكتروني في مصر

تعددت جهود كافة الأقطار العربية في محاولة اللحاق بالركب العالمي في مجال التجارة الإلكترونية ومهما اختلفت تجربة كل دولة عن الأخرى فإنها في النهاية تصب في مصلحة العالم العربي ودولة وذلك في محاولة إنتقالية من الوضع التقليدي إلى الوضع التكنولوجي في إنجاز الأعمال المختلفة والقيام بالأعمال التجارية، ومن هذه التجارب نذكر تجربة الدولة العربية مصر.

### المطلب الأول: التجارة الإلكترونية في مصر

إن الحديث عن التجارة الإلكترونية في مصر لا يكون مكتملا من دون التحدث عن بدايات ظهور شبكة المعلومات الدولية فيها والتي تعتبر دعامة أساسية من الدعائم التي تركز عليها التجارة الإلكترونية وسبب من أسباب وجودها. لذلك فإن دراسة قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مصر سيقرب لنا الصورة ويوضحها حول وضعية التجارة الإلكترونية بهذه الدولة.

### أولا: استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال

لقد بدأ ظهور شبكة المعلومات الدولية في مصر في شهر أكتوبر من العام 1993 عندما قامت مصر بتأجير خط إتصال مستديم بشبكة المعلومات الدولية عن طريق فرنسا والذي أضافت إليه فيما بعد خط إتصال مباشر بأمريكا وعملت الحكومة المصرية على زيادة الطاقة الإستيعابية لهذين الخطين بإستمرار وفي بداية دخول شبكة المعلومات الدولية كان المجلس الأعلى للجامعات المصرية هو النافذة الرئيسية التي تطل منها مصر على شبكة المعلومات الدولية وأصبحت وحدة العلاقات الخارجية التابعة للمجلس هي المسؤولة عن إدارة النظام إقليميا<sup>1</sup>.

في إطار إنضمام مصر لإتفاقية تحرير التجارة في خدمات GATS في إطار الإتفاقية العامة للتجارة والتعريفات GATT وإنضمام مصر في جوان 2002 لعضوية إتفاقية الإتصالات التابعة لمنظمة التجارة العالمية BTA\*، تسعى جاهدة من خلال القنوات التشريعية والتنفيذية باللحاق بركب التكنولوجيا الحديثة في جميع المجالات. تبلور هذا الإهتمام بإنشاء وزارة الإتصالات وتكنولوجيا المعلومات في أكتوبر عام

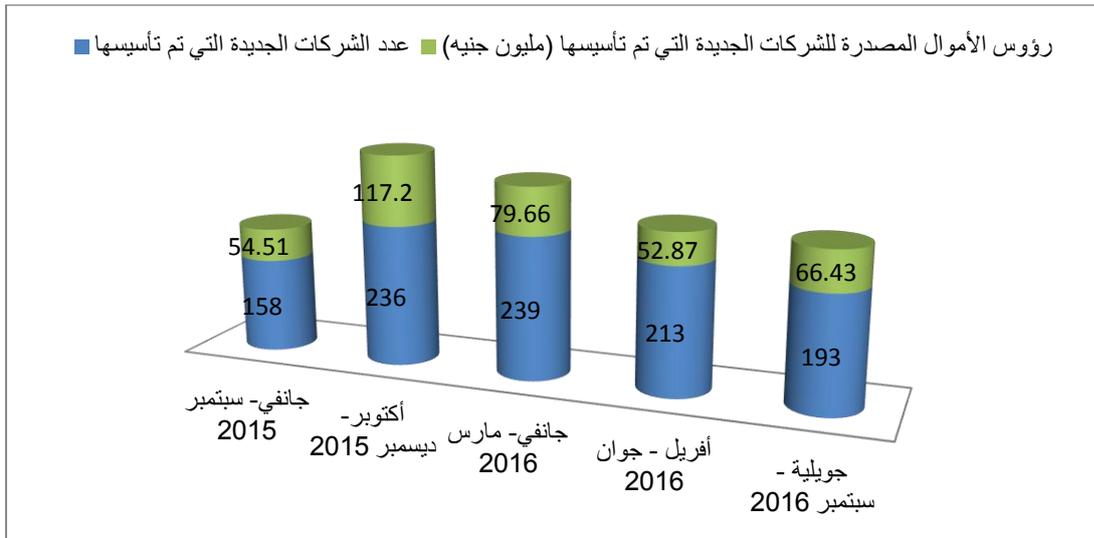
<sup>1</sup> هشام مخلوف ومحمد وجدي يوسف وآخرون، التجارة الإلكترونية -الحاضر وآفاق المستقبل-، مرجع سبق ذكره، ص31.

\*(BTA): Basic Telecommunication Agreement.

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

1999 الذي سرعان ما قامت بوضع خطة قومية للإتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وأسست مشروعات ومبادرات، كما دعمت الشراكة بين القطاع العام والخاص من أجل تطوير البنية التحتية للإتصالات وإنتشار تكنولوجيا المعلومات والإتصالات لتصل لجميع المواطنين وتقديم برامج تدريبية لتنمية القدرات والكفاءات التكنولوجية للوصول لمزيد من الإبتكارات. حيث بلغ عدد شركات الإتصالات وتكنولوجيا المعلومات التي تم تأسيسها خلال الفترة (جويلية- سبتمبر 2016) 193 شركة مقارنة بـ 158 شركة تم تأسيسها خلال الفترة (جويلية - سبتمبر 2015) بزيادة سنوية 76 شركة. في حين بلغت رؤوس الأموال لهذه الشركات 66.43 مليون جنية خلال الفترة (جويلية - سبتمبر 2016) مقارنة بـ 54.51 مليون جنية خلال الفترة (جويلية - سبتمبر 2015) والشكل التالي يوضح ذلك:

### الشكل رقم (3-8): شركات الإتصالات وتكنولوجيا المعلومات التي تم تأسيسها



المصدر: وزارة الإتصالات وتكنولوجيا المعلومات، نشرة مؤشرات الإتصالات وتكنولوجيا المعلومات،

جمهورية مصر العربية، عدد ربع سنوي، سبتمبر 2016، ص: 4.

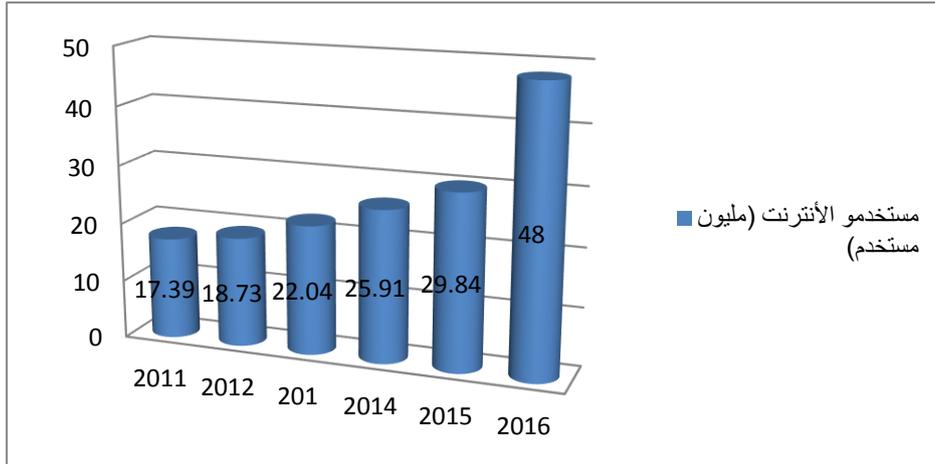
### 1- عدد مستخدمي الأنترنت:

إن تطبيق وإنتشار التجارة الإلكترونية في مصر مرتبط بإنتشار الأنترنت، وبالتالي إنتشار الهواتف وأجهزة الكمبيوتر في المنازل والمنشآت والأجهزة الحكومية ضروري لنجاح هذه العملية. حيث يؤدي ذلك إلى عملية تبادل المعلومات إنتقالا إلى تبادل السلع والخدمات.

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

تعد مصر إحدى الدول التي شهدت إرتفاعا كبيرا في نسبة إنتشار الإنترنت، حيث أن عدد سكان مصر يصل إلى 92.45 مليون نسمة، منهم 48 مليون مستخدم نشط على الأنترنت وهو ما يعني نسبة 52% من إجمالي عدد السكان<sup>1</sup>، والشكل التالي يوضح وضع مصر في إستخدام الأنترنت:

### الشكل رقم (3-9): عدد مستخدمي الأنترنت في مصر



المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على وزارة الإتصالات وتكنولوجيا المعلومات المصرية.

### 2- إشتراكات الهاتف المحمول والثابت:

بدأت بعض البنوك المصرية بدءا من عام 2000 في تطبيق الخدمات البنكية عبر الهاتف المحمول والذي يسمح للعملاء بإستخدام الهاتف المحمول في الحصول على بعض الخدمات المصرفية بإعتبارها أحد قنوات توزيع تلك الخدمات لعملائها وذلك بإستخدام أحدث تكنولوجيا الإتصالات المتطورة التي يمكنها من نقل جميع البيانات والمعلومات بصورة مؤمنة. تزداد أهمية هذه الخدمة ويتوقع إزدياد عدد مستخدميها مع إرتفاع عدد مستخدمين الهاتف المحمول في مصر. كما أن إنتشار الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية أدى إلى فتح أبواب جديدة في مجال التسوق وسرعان ما أصبحت عنصرا أساسيا للتجارة الإلكترونية حيث في مصر بلغت نسبة المتسوقين عبر الأنترنت حاليا من خلال الهواتف الذكية 42% من إجمالي السكان. وتمثلت أعلى خمس منتجات مسوقة عبر الأنترنت من حيث القدرة الشرائية في مصر فيما يلي:

- الهواتف المحمولة 61%؛

<sup>1</sup> رئيس التحرير خالد صالح، بوابة اليوم السابع الإخبارية، الأنترنت، (2017/04/02)، [على الخط]، على الموقع:

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

- دفع الفواتير 38%؛
- أجهزة الحاسوب المحمولة 37%؛
- أجهزة الحاسوب اللوحية 35%؛
- ملابس 34%.

الجدول رقم (3-9): تطور تعاملات بالهاتف المحمول والثابت

المتغير	الوحدة	جويلية- سبتمبر 2015	أفريل- جوان 2016	جويلية- سبتمبر 2016
إجمالي المشتركين في الهاتف المحمول	مليون مشترك	93.24	96.22	96.26
معدل النمو	%		3.23	0.03
مشتركو الهاتف المحمول لكل 100 من السكان	%	107.01	108.94	108.49
معدل النمو	%		1.49	-0.45
إجمالي المشتركين في الهاتف الثابت	مليون مشترك	6.22	5.93	5.9
معدل النمو	%		-5.13	-0.54
مشتركو الهاتف الثابت لكل 100 من السكان	%	7.25	7.16	7.16
معدل النمو	%		-0.09	0
مستخدمو الأنترنت عن طريق المحمول	مليون	25.04	27.37	26.18
معدل النمو	%		4.55	-4.35

المصدر: وزارة الإتصالات وتكنولوجيا المعلومات، نشرة مؤشرات الإتصالات وتكنولوجيا المعلومات،

جمهورية مصر العربية، عدد ربع سنوي، سبتمبر 2016، ص:2.

### ثانيا: واقع التجارة الإلكترونية في مصر

فيما يتعلق ببداية التجارة الإلكترونية في مصر فترجع إلى العام 1996 عندما قامت بعض المشروعات بإنشاء مواقع على شبكة المعلومات الدولية وذلك رغبة منها في إستخدام الشبكة كوسيلة للدعاية والإعلان عن منتجاتها ومن أمثلة هذه المشروعات بعض المحلات التجارية ومحلات السوبر ماركت غير أن هذه المواقع إختصرت على التعريف بهذه المحلات والتعريف بالمنتجات المعروضة وبيان الطرق التي

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

يمكن من خلالها العملاء بالإتصال بهذه المحلات والتي كانت تعتمد في أغلبها على الهاتف والفاكس ولم توفر أي منها إمكانية الشراء عبر شبكة المعلومات الدولية، وفي العام 1996 أيضا قامت الحكومة المصرية بتأسيس لجنة التجارة الإلكترونية التابعة لجمعية شبكة المعلومات الدولية، والتي عقدت في شهر أكتوبر من العام 1997 ملتقى التجارة الإلكترونية تحت شعار لنجعل التجارة الإلكترونية تبدأ في مصر<sup>1</sup>. وكان لابد من توفر بعض العناصر لنجاح التجارة الإلكترونية في مصر نذكر منها:

- توفير بنية أساسية للإتصالات وإستخدام مكثف للإنترنت بتكاليف منخفضة؛
- توفير بيئة قانونية وتشريعية ملائمة للتوطين؛
- التوسع في إستخدام بطاقات الإئتمان؛
- نشر الوعي، والإدراك، ورعاية الأعمال المتميزة؛
- تعاون مالي وفني من قبل المنظمات الدولية<sup>2</sup>.

لكن شهدت مصر أكبر تحسن لها في قطاع التجارة الإلكترونية حيث بلغ عدد مستخدمي مواقع التجارة الإلكترونية في مصر 15 مليون مستخدم بينما يتوقع أن يصل هذا الرقم إلى نحو 20 مليون مستخدم بنهاية عام 2017، كما بلغ حجم التجارة الإلكترونية 770 مليون دولار سنة 2015 وإرتفع إلى 1.3 مليار دولار سنة 2016، في حين وصل عدد شركات التجارة الإلكترونية في مصر نحو 144 شركة<sup>3</sup>. وهذا أمر إيجابي ويشير بأن الناس في مصر باتوا أكثر راحة وتقبلا لإعتماد التجارة الإلكترونية في حياتهم اليومية. والمتوقع أن يتضاعف حجم المشتريات من خلال التجارة الإلكترونية في مصر خلال السنوات القادمة وذلك نظرا لدعم الحكومة للتطور التكنولوجي، النمو الهائل في مبيعات الهواتف الذكية والزيادة الكبيرة في إستخدام بطاقات الإئتمان والخصم المباشر، تزايد الطلب على المنتجات ذات العلامات التجارية المميزة<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> محمد شريف توفيق ونعيم فيهم حنا، تنفيذ عمليات التجارة الإلكترونية والتحاسبات الضريبي عنها، مؤتمر التجارة الإلكترونية الآفاق والتحديات، الإسكندرية، مصر، 25-27/7/2002، ص:67.

<sup>2</sup> خير محمد، فرحي محمد، دور التجارة الإلكترونية في توسيع مشروع الإقتصاد الافتراضي بالدول العربية، الملتقى العلمي الدولي الخامس حول الإقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الإقتصاديات الدولية، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، 13-14 مارس 2012، ص:7.

<sup>3</sup> الأنترنيت، (2017/04/02)، [على الخط]، على الموقع: [www.masralarabia.com](http://www.masralarabia.com)

<sup>4</sup> بنك الإسكندرية، الإقتصاد الإلكتروني في مصر، بحوث بنك الإسكندرية، مصر، 2015، ص:1.

## المطلب الثاني: البطاقات المصرفية الإلكترونية وأجهزة الصراف الآلي في مصر

إنجهدت البنوك المصرية إلى إنجاز أعمالها ومعاملاتها المصرفية عن طريق إستخدام أحدث طرق الدفع وذلك كإستجابة للتقدم والتطور التكنولوجي .

### أولاً: البطاقات المصرفية الإلكترونية المتاحة في مصر

تعتبر البطاقات الإلكترونية وسيلة لتخزين النقد أي بمثابة حافظات نقد إلكترونية مع تطور عنصر الأمان في هذه البطاقات زادت درجة الإقبال عليها فضلاً عن السهولة التي تتيحها، فقد تطور إستعمالها بشكل سريع.

**1- بطاقة الإئتمان:** تقوم البنوك المصرية بإصدار بطاقات إئتمان دولية بالتعاون مع الهيئات الدولية العاملة في هذا المجال وأهمهم مؤسسة الفيزا العالمية وهي الأكثر إنتشاراً في مصر ويصدر 24 بنك في مصر بطاقات إئتمان بالتعاون مع مؤسسة فيزا من هذه البنوك بنك مصر، بنك القاهرة، البنك العربي الإفريقي الدولي يأتي في المستوى الثاني من حيث الإنتشار في مصر بطاقات إئتمان ماستركارد، حيث يصدر حوالي 18 بنك في مصر بطاقات إئتمان تابعة لمؤسسة ماستر كارد. يصدر العديد من البنوك بطاقات إئتمان تابعة لكلا المؤسستين كنوع من تقديم مجموعة متنوعة من الخدمات المصرفية لعملائها مثل البنك الأهلي المصري وبنك القاهرة وبنك مصر. كما تصدر القليل من البنوك بالإضافة لبطاقات مؤسسة فيزا وماستر بطاقات داينرز كلوب مثل المصرف المتحد وأمريكان إكسبريس مثل بنك عودة. وتستحوذ أكبر 10 بنوك في القطاع المصرفي المصري على 49.8% من إجمالي البطاقات الإئتمانية المطروحة للعملاء بعدد بطاقات يصل مليون و400 ألف بطاقة إئتمانية. ووفقاً لمؤشرات السلامة المالية للقطاع المصرفي الذي أصدره البنك المركزي المصري، فإن إجمالي عدد البطاقات الإئتمانية للعملاء في مصر بلغت حوالي 2.8 مليون بطاقة بنهاية 2016.

**2- بطاقة الخصم:** إنتشرت بطاقات الخصم في السوق المصري في السنوات الأخيرة حيث تصدرها البنوك لعملائها من أصحاب الحسابات الجارية وحسابات التوفير، وتصدرها بعض البنوك لأصحاب الودائع لصرف الأرباح كما تصدر أنواع منها لصرف التحويلات الخارجية. تستخدم بطاقات الخصم في السحب النقدي من شبكة آلات الصراف الآلي، كما يمكن إستخدام بعض أنواعها لدفع قيمة المشتريات من خلال

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

نقاط البيع الإلكترونية لدى المنشآت التجارية مثل بطاقة فيزا إلكترون وتصل أعداد البنوك المصدرة لبطاقات الخصم في مصر 33 بنك أي 90% من البنوك في الجهاز المصرفي تقدم لعملائها بطاقات خصم منهم بنك مصر وبنك القاهرة، البنك العربي الإفريقي وغيرها من البنوك، وأكبر 10 بنوك تستحوذ على 11.3 مليون بطاقة بنسبة 71.5%.

**3- بطاقة مدفوعة مقدما:** وهي البطاقة التي تصدر عن طريق إيداع مبلغ مالي مسبق بها، وإعادة شحنها بالسيولة لعدد من المرات، تستخدم البطاقة المدفوعة مقدماً في السفر والترفيه، وتوفر لحاملها الراحة وتجربة سفر خالية من المتاعب، دون الحاجة إلى إجراءات تحويل العملات الأجنبية، إذ يتم إيداع النقود بالبطاقة بالجنه المصري وتكون البطاقة قابلة للإستخدام في جميع أنحاء العالم. كما يمكن إستخدامها في السحب النقدي، الشراء من المتاجر، وكذا التسوق عبر الإنترنت. وتتميز بيمائلي:

- تصدر البطاقة لفئة الشباب إعتباراً من سن 16 عام ؛
- تتيح البطاقة لحاملها الحصول على السحب النقدي والمشتريات داخل مصر وفي الخارج؛
- الأمان في الإستخدام حيث يتم إستخدام البطاقة إلكترونياً فقط من خلال ماكينات الصراف الآلي ونقاط البيع الإلكترونية لدى المنشآت التجارية والخدمية؛
- السرعة في الإصدار حيث تصدر البطاقة دون الحاجة إلى الحصول على موافقة إئتمانية؛
- تجنب حاملها من الإحتفاظ بمبالغ كبيرة وبالتالي تجنب مخاطر السرقة أو فقدان النقود؛
- التسوق بأمان عبر الأنترنت من خلال خدمة MasterCard secure code ؛
- سداد فواتير الهاتف الأرضي والمحمول والأنترنت وشحن الهاتف المحمول من خلال خدمة فوري المتوفرة بكافة ماكينات الصراف الآلي الخاصة بالبنك؛
- مدة صلاحية البطاقة سنتان وتحدد تلقائياً حال إستمرار العميل في إستخدام البطاقة؛
- توفر البطاقة لحاملها خدمة عملاء مميزة Call Center على مدار 24 ساعة يوميا للرد على كافة إستفساراتهم وأيضاً إيقاف التعامل بالبطاقة حال تعرضها للفق أو السرقة؛
- يمكن إعادة شحن البطاقة من خلال أي من فروع البنك أو من خلال أي من ماكينات الصراف الآلي الخاصة بالبنك التي تقبل الإيداعات النقدية كما يمكن لأولياء الأمور المغتربين والمقيمين بمصر

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

ترك تعليمات مستديمة للبنك بالخصم من حساباتهم شهريا وإضافة مبالغ معينة لحساب أبنائهم شهريا لكي يتمكنوا من إستخدامها بواسطة البطاقة<sup>1</sup>.

والجدول التالي يوضح التطور في عدد البطاقات المصرفية الإلكترونية فترة 2013-2016 في مصر:

الجدول رقم (3-10): تطور عدد البطاقات المصرفية في مصر

السنوات	2013	2014	2015	2016
عدد بطاقات الخصم	12.677.275	13.910.065	12.292.035	12.082.513
نسبة التطور %	-	+8.8	-13.1	-1.7
عدد البطاقات المدفوعة مقدما	-	-	7.625.768	8.648.033
نسبة التطور %	-	-	-	+11.8
عدد بطاقات الإئتمان	2.100.471	2.333.636	3.280.791	3.859.554
نسبة التطور %	-	+9.9	+28.8	+14.9

المصدر: من إعداد الطلبة بإعتماد على النشرة الإحصائية الشهرية للبنك المركزي المصري، العدد 238، جانفي 2017 والعدد 239، فيفري 2017.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (3-10) أن عدد بطاقات الخصم إنخفض بنسبة 1.7% حيث بلغ 12.082.513 بطاقة سنة 2016 مقارنة بـ 12.292.035 سنة 2015، أما بالنسبة لعدد بطاقات المدفوعة مقدما فشهدت تطورا مستمرا حيث بلغت 8.648033 بطاقة سنة 2016 مقابل 7.625768 بطاقة سنة 2015، وهذا ما يعادل زيادة بنسبة 11.8% سنة 2016. وبالنسبة لبطاقات الإئتمان فهي الأخرى عرفت تطورا متواصلا بنسبة زيادة 14.9% سنة 2016، حيث بلغت 3859554 بطاقة في 2016 مقابل 3825294 بطاقة سنة 2015.

<sup>1</sup> الأنترنت، الموقع الرسمي للبنك الأهلي المصري، (2017/04/03)، [على الخط].

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

ثانيا: شركة بنوك مصر للتقدم التكنولوجي (EBC)\*:

أنشئت في عام 1995 بموجب موافقة من البنك المركزي المصري، مملوكة من قبل البنك المركزي وزارة المالية ومجموعة من البنوك التجارية، أسست الشركة بغرض توفير البنية الأساسية لنظم المدفوعات الإلكترونية في مصر.

### 1- شبكة المحول القومي 123 كأهم إنجازات EBC:

نظرا للتقدم التكنولوجي في العصر الراهن، أصبح من الضروري التوجه نحو تكنولوجيا حديثة تواكب متطلبات هذا العصر، وقد إتخذت شركة بنوك مصر على عاتقها نشر وتطوير نظم الدفع الإلكترونية عن طريق تقديم شبكة المحمول القومي 123 للمجتمع المصري حيث تعمل الشبكة كمحول قومي من خلال تطوير وإستخدام البنية التحتية البنكية بالإضافة إلى توسيع شريحة المستخدمين الذين يعتمدون على البطاقات البنكية الإلكترونية وذلك عن طريق نشر وتوضيح مميزات الشبكة الإلكترونية 123.

ومن أهداف الشبكة القومية 123 مساعدة المستهلكين من خلال معرفة كيفية إستخدام البطاقات البنكية وذلك لإجراء إيداعات في أي وقت ومن أي مكان، بالإضافة إلى الدفع المباشر في حالات الشراء كطريقة سهلة وآمنة، بالإضافة إلى تحقيق هدف البنك المركزي في تطوير المجتمع المصري إلى مجتمع لانقدي عن طريق إيداع كافة الأموال السائلة في حسابات بنكية وذلك بفضل سهولة الحصول على الأموال من خلال البطاقات الإلكترونية طوال أيام الأسبوع ومن خلال ماكينات الصراف الآلي المنتشرة في جميع أنحاء الجمهورية. هذه السهولة الهائلة للخدمات البنكية في أي وقت ومن أي مكان بالإضافة إلى الدقة والتوقيت المناسب أدى إلى زيادة كبيرة في إدراك قيمة ونوعية الخدمة المقدمة من قبل المستهلك.

قدمت شركة بنوك مصر العلامة التجارية للبطاقات البنكية 123 في عام 1997 والتي تستخدم في كافة ماكينات الصراف الآلي ونقاط البيع داخل جمهورية مصر العربية. ونجحت شركة بنوك مصر للتقدم التكنولوجي أيضا في قبول هذه البطاقات إقليميا لتصل إلى شبكة قطر، البحرين والسودان.

\* (EBC) : Egyptian Banks Company.

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

"123" هي العلامة التجارية للبطاقات البنكية. تتوفر هذه الخدمة في 33 بنك مصري والذين قاموا بطرح أكثر من 6 مليون بطاقة. يتم قبول هذه البطاقات فيما يقرب من 6000 ماكينة صراف آلي وما يقرب من ثلثي نقاط البيع لدى التجار<sup>1</sup>.

### 2- خدمات شركة بنوك مصر: تتمثل خدمات شركة بنوك مصر في:

- أنظمة الدفع المشتركة؛
- شبكة بطاقات الخصم والصرافات الآلية "123"؛
- غرفة المقاصة الآلية للمدفوعات، نظام المقاصة؛
- شبكة المدفوعات عبر الهاتف الجوال؛
- توفر الشركة خدمة التقاص الآلي لجميع المعاملات البيبنكية بين المؤسسات المالية وتسويتها عن طريق منظومة التسويات الإجمالية الآنية بالبنك المركزي المصري.

### 3- أهداف شركة بنوك مصر:

تسعى شركة بنوك مصر إلى تدعيم القطاع المصرفي ببنية أساسية مشتركة، موثوق بها وبأقل التكاليف وذلك من خلال أحدث وسائل الدفع الإلكترونية، كما تخطط لتحقيق المجتمع اللانقدي في مصر عن طريق بناء ثقة متبادلة بين العملاء وشبكات الدفع الإلكتروني وتسعى الشركة جاهدة إلى تغيير المفاهيم عن وسائل الدفع الإلكتروني من خلال العديد من الخدمات والأنشطة التي توضح مدى أمان وفاعلية أنظمة الدفع الإلكتروني المقدمة من قبل الشركة من خلال السعي لتغيير هذا المفهوم القديم كما تعمل جاهدة على تثقيف المنهجين الجديدة لأسواق العمل التجارية والمستهلكين.

### ثالثاً: أجهزة الصراف الآلي ونقاط البيع الإلكتروني :

تقوم البنوك المصرية بالتوازي مع التوسع في إصدار بطاقات الدفع بالتوسع في نشر قنوات التوزيع الإلكتروني متضمنة شبكة آلات الصراف الآلي ونقاط البيع الإلكتروني لتغطي جميع مناطق الدولة والتجار في مختلف أنحاء الجمهورية. حيث للحصول على فوائد بطاقات الدفع يجب الحرص على التوسع في شبكات التوزيع الإلكتروني، وتغطيتها لجميع الأماكن على مستوى الجمهورية.

<sup>1</sup> الأنترنت، الموقع الرسمي لشركة بنوك مصر للتقدم التكنولوجي، (2017/04/04)، [على الخط].

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

### 1- أجهزة الصراف الآلي ATM :

بدأت البنوك المصرية في تقديم خدمة الصراف الآلي في الثمانينات وكان إستخدام البطاقات آنذاك يقتصر على الآلة الخاصة بكل فرع مصدر فقط، ثم أصبح من الممكن إستخدام البطاقات من خلال شبكة ماكينات البنك الواحد إعتباراً من عام 1998. كما وجد إتفاقيات مع بعض البنوك المصرية تتيح إستخدام البطاقات الصادرة من أي منها في ماكينات الآخر<sup>1</sup>. ومع تطور الجهاز المصرفي وتطور الشبكات والتكنولوجيات المستخدمة وجد إمكانية إستخدام مختلف أنواع البطاقات المصدرة من أي بنك داخل الجهاز المصرفي والتابعة لأي من الهيئات الدولية المصدرة للبطاقات لأداء العمليات المختلفة الذي يرغب بها العملاء في أي من الماكينات المنتشرة في الدولة وخارجها. كما إستحوذت أكبر 10 بنوك في مصر على 6 آلاف و700 مكيئة بنهاية عام 2014 بنسبة 80% من إجمالي ماكينات الصراف الآلي في مصر والجدول التالي يبين الإرتفاع المستمر في عدد ماكينات الصراف الآلي ATM:

#### الجدول رقم (3-11): تطور ماكينات صراف الآلي ATM في مصر

السنة	2013	2014	2015	2016
عدد ماكينات الصراف الآلي ATM	6.283	6.870	8.443	9.832
نسبة التطور %	-	+8.6	+18.6	+14.1

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على إحصائيات البنك المركزي المصري.

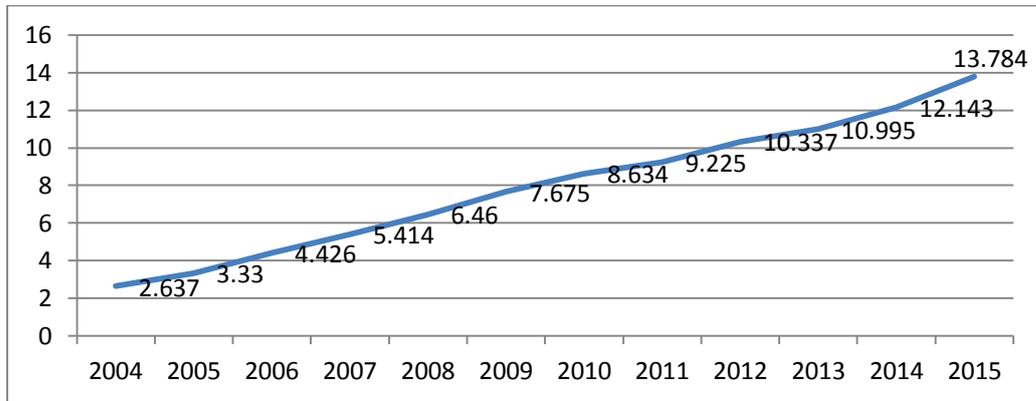
نلاحظ من خلال الجدول إرتفاع عدد ماكينات الصراف الآلي في مصر سنة 2016 لتصل إلى 9.832 مكيئة مقابل 8443 مكيئة سنة 2015، بزيادة تقدر بـ 1389 مكيئة ما يعادل زيادة بنسبة 14.1% في 2016.

ومن خلال مستخدمي لجهاز الصراف الآلي ATM فبلغ 13.784 مستخدم سنة 2015 مقارنة بـ 12.143 مستخدم سنة 2014، بزيادة بنسبة 11.9% سنة 2015. والشكل التالي يوضح ذلك:

<sup>1</sup> الأنترنت نشرة البنك الأهلي المصري، العدد3، 2002، الموقع الرسمي للبنك الأهلي المصري، (2017/04/05)، [على الخط]، على الموقع:

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

الشكل رقم (3-10): استخدام أجهزة الصراف الآلي (ATMs) (لكل 100.000 من البالغين)



المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على بيانات البنك الدولي.

### 2- نقاط البيع الإلكترونية:

بدأت نقاط البيع الإلكتروني في السوق المصري باستخدام الماكينات اليدوية منذ أواخر السبعينات لتستخدم معها البطاقات المصدرة في الخارج ذات الكتابة البارزة مثل بطاقة فيزا وبطاقة ماستركارد، وتتم هذه العمليات بعيدا عن الخط. ثم تم تحويل الماكينات في السوق المصري إلى الشكل الآلي عام 1994 مع بدأ البنوك المصرية في إصدار البطاقات الخاصة بها كما توسعت البنوك منذ ذلك الحين في شبكة نقاط البيع الإلكتروني إرتفاع أعداد البطاقات المصدرة في مصر وزيادة الوعي بأهمية إستخداماتها من قبل أصحاب البطاقات وبالتالي التجار كوسيلة لرفع مبيعاتهم. كما حدث تطوير مستمر في تكنولوجيا الماكينات وبدأت البنوك منذ عام 2004 إستبدال الماكينات بالماكينات الحديثة التي تتعامل مع البطاقات الذكية، حيث القدرة على إدخال الرقم السري مما يحقق أمان أكبر لأصحاب البطاقات وسرية حساباتهم<sup>1</sup>.

إرتفعت أعداد الماكينات في السوق المصري وفقا لإحصائيات مؤسسة فيزا العالمية لترتفع من 7000 نقطة سنة 2000 إلى 24.073 نقطة سنة 2005، ليصل إلى 38000 نقطة سنة 2009 لتغطي بذلك معظم محافظات مصر وعدد كبير من التجار، يعد ذلك الإرتفاع الملحوظ نتيجة إرتفاع الوعي بأهمية بطاقات الدفع والإقبال عليها من قبل المستهلكين. والجدول التالي يوضح ارتفاع عدد نقاط البيع لسنوات الأخيرة:

<sup>1</sup> رشا فؤاد عبد الرحمان، إعادة هيكلة وتطوير الجهاز المصرفي وتأثيره على الأداء البنكي، (برنامج دكتوراه، كلية الإقتصاد والعلوم السياسية، قسم الإقتصاد، جامعة القاهرة، غير منشورة)، مصر، 2005-2011، ص: 25.

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

### الجدول رقم (3-12): تطور ماكينات نقاط البيع في مصر

السنة	2013	2014	2015	2016
عدد نقاط البيع	45.716	51.384	59.359	62.764
نسبة التطور %	-	11+	13.4+	+5.4

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على إحصائيات البنك المركزي المصري.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (3-12) أن عدد نقاط البيع شهد تطور بنسبة 13.4% سنة 2015 مقابل 11% سنة 2014 واستمر هذا التطور ليصل إلى 62764 مكيئة سنة 2016 مقابل 59359 مكيئة سنة 2015 بنسبة زيادة 5.4%.

### المطلب الثالث: أنظمة الدفع الإلكترونية في مصر

تعتمد مصر كل من نظام المقاصة وسويفت والتسوية الفورية لتسوية مدفوعاتها، وستتم عرضها

كالتالي:

#### أولاً: نظام التسوية الفورية RTGS

يعتبر وجود نظام التسوية الفورية جزءاً هاماً وأساسياً لتطوير الأسواق المالية في مصر ويمثل مطلباً حيويًا لتحديث البنية الأساسية للبنوك. فقد تم إطلاق مشروع تطبيق نظام التسوية الفورية للمدفوعات كبيرة القيمة في مصر في أبريل 2007. وبعد العديد من المناقشات للأمر الفنية والمشاروات في مجال الأعمال في المجتمع المصرفي فقد تقرر أن يبدأ التشغيل الفعلي للنظام في أوت 2008<sup>1</sup>.

يستخدم نظام التسوية الفورية (RTGS) في تسوية أوامر الدفع عالية الأهمية، كبيرة القيمة والتي تتم داخل نطاق الدولة، وعادة ما يعتبر نظام التسوية الفورية نظام الدفع الأهم داخل أي دولة، وعليه فإنه يعرف بأنه ضمن أنظمة الدفع ذات الأهمية النظامية وذلك نظراً لتأثيرها الممتد إلى العديد من الأنظمة الأخرى. وتم تصميم نظام التسوية الفورية في مصر وفقاً لأحدث المفاهيم والنظريات الاقتصادية للمدفوعات

<sup>1</sup> البنك المركزي المصري، مشروع تطبيق نظام التسوية الفورية RTGS إدارة نظم الدفع، (2017/04/06)، [على الخط]، على الموقع:

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

كبيرة القيمة، مدعومة بأفضل التقنيات التكنولوجية. حيث بدأ البنك المركزي المصري العمل بنظام التسوية الفورية في مصر إعتباراً من يوم 15 مارس 2009.

يعد RTGS في مصر نظاماً متعدد الروافد، حيث يقوم بتسوية أوامر الدفع الفردية، ونواتج أنظمة التسوية بالصافي لغرف المقاصة. ويستخدم نظام التسوية الفورية شبكة سويفت المؤمنة والمستخدمة بالفعل في مصر في نقل أوامر الدفع، ويقوم بتسوية نواتج ثلاث أنظمة مقاصة وهي غرفة مقاصة الشيكات ويديرها البنك المركزي المصري، وغرفة المقاصة الإلكترونية والمحول القومي ويديرها شركة بنوك مصر، وغرفة مقاصة الأوراق المالية وتديرها شركة مصر للمقاصة والإيداع والحفظ المركزي.

يعد نظام التسوية الفورية من أهم الأنظمة المعتمد عليها في البنوك المصرية، فهو عبارة عن نظام دفع كفء، وفعال، ويمكن الإعتماد عليه لتسوية المدفوعات على أساس الوقت الفعلي، والذي يقوم بتسهيل النشاط الإقتصادي بجمهورية مصر العربية، ويعد من الأنظمة العامة لتسهيل المعاملات المالية داخل الاقتصاد القومي المصري. فقد أثبت أهميته القصوى للقطاع المصرفي حيث يقوم بتسوية أكثر من 57 مليار جنيه مصري وهو ما يعادل أكثر من 9 مليار دولار أمريكي يومياً، وذلك بمتوسط 5400 أمر تسوية يومياً، ويقوم بتسوية ما يزيد عن 13.6 تريليون جنيه مصري سنوياً، أي ما يزيد عن 2.25 تريليون دولار أمريكي، بما يعني إكمال دوران الناتج القومي داخل النظام في 20 يوم عمل تقريباً.

وتتمثل وظائف نظام التسوية الفورية فيما يلي:

- يقوم بتسوية القيود المالية الخاصة ببيع وشراء الأوراق المالية، في السوق الأولية، والثانوية؛
- يشكل لب النظام المالي الحديث؛
- يحد من مخاطر الائتمان والسيولة، وكذا المخاطر النظامية؛
- يقوم بتسوية ما يزيد عن 13.6 تريليون جنيه مصري سنوياً.

والجدول التالي يوضح العمليات التي تتم من خلال نظام التسوية الفورية:

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

الجدول رقم(3-13): عمليات نظام التسوية الفورية في مصر للبنك المركزي المصري

العام	عدد العمليات السنوية	نسبة النمو السنوي لعدد العملات	اجمالي القيمة بالجنيه المصري	نسبة النمو السنوي لقيمة العملات
مارس 2009	951.953	-	10.475.326.582.017	-
2010	1.367.264	44%	16.472.271.658.473	57%
2011	1.339.358	-2%	13.645.437.316.473	-17%
2012	1.443.106	8%	11.777.730.914.898	-14%
2013	1.182.012	-18%	15.892.575.009.864	35%
2014	1.123.000	-5%	21.468.319.796.940	35%
2015	1.156.323	3%	29.180.539.970.582	36%
2016	1.235.812	7%	34.530.619.605.030	18%
فيفري 2017	222.636	-	7.396.503.991.458	-

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على إحصائيات البنك المركزي المصري.

نلاحظ من خلال الجدول أن نظام RTGS عرف تراجع سنة 2014 بنسبة 18% من حيث عدد العمليات حيث بلغ 1.123.000 عملية رغم وجود إرتفاع إجمالي القيمة بنسبة 35% مماثلة بمبلغ قدره 29.180.539.970.582، ولكن شهدت إرتفاعا سنة 2016 بنسبة 7%، حيث بلغت 1.235.812 عملية مقابل 1.156.323 عملية سنة 2015. كما بلغ في شهر فيفري 2017 عدد العمليات 222.636 عملية بقيمة إجمالية 7.396.503.991.458 جنيه.

كما سجلت بيانات التحويلات المصرفية المحلية بالجنيه المصري والمنفذة بنظام التسوية الفورية إرتفاعا في عدد وقيمة الرسائل المنفذة خلال الفترة جويلية/ديسمبر من السنة المالية 2016/2015 لتبلغ 523.1 ألف رسالة قيمتها 14794.4 مليار جنيه، مقابل 498 ألف رسالة قيمتها 10559.7 مليار جنيه خلال الفترة المناظرة من السنة المالية السابقة. والشكل التالي يوضح ذلك:

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

الجدول رقم(3-14): خدمة التحويلات المحلية من خلال نظام (RTGS) بالعملة المحلية

التغير +(-) خلال الفترة	قيمة التحويلات المنفذة (بالمليون جنيه)	عدد الرسائل المنفذة (بالوحدة)	خلال الفترة جويلية/ديسمبر	
			العدد	القيمة
2002641	7541559	520561	(154662)	2014/2013
3018185	10559744	498047	(22514)	2015/2014
4234642	14794386	523107	25060	2016/2015

المصدر: البنك المركزي، المجلة الاقتصادية تهدف لعرض التطورات الاقتصادية في جمهورية مصر العربية وفي الاقتصاد العالمي، قطاع البحوث الاقتصادية، المجلد 56، العدد 2، 2016/2015، ص:26.

ثانيا: نظام سويفت:

بدأ التطبيق الفعلي للبنوك العاملة في مصر، اعتبارا من النصف الثاني من عام 1994 وكانت نقطة التجميع في البداية بين بنوك مصر، وهيئة سويفت هي مركز الحاسب بدولة البحرين وذلك لعدم وجود مركز تجميع في مصر يتولى هذه المهمة بدلا من المرور على دولة البحرين وتحميل الرسالة بتكلفة خط الإتصال الدولي، ولكن هذا الوضع لم يستمر طويلا، فقد تم في أواخر عام 1997 إنشاء مركز تجميع في مصر بإتفاق مع فرع شركة سيتا العالمية في مصر. وقد تم إدخال سويفت في أغلب البنوك العاملة في مصر بإستثناء عدد من البنوك<sup>1</sup>، ومن ناحية أخرى فقد تم الإستفادة من خدمات هيئة سويفت في الرسائل المحلية بين البنوك المحلية في مصر عن طريق خدمة FIN COPY وذلك اعتبارا من مارس 2000 كبديلا للشيكات المصرفية وأذن التسوية لتحقيق كفاءة أعلى للعمل المصرفي في مصر علاوة على الإستفادة من وفورات التكلفة التي يحققها سويفت. وقد تم كبدية تغطية التحويلات المحلية بالجنيه المصري.

يهدف نظام سويفت إلى تقديم أحدث الوسائل العلمية في مجال الربط، وتبادل الرسائل والمعلومات بين جميع أسواق المال، من خلال البنوك المسؤولة عن تنفيذ ذلك بمختلف الدول، وبذلك يتمكن المشترك من مقابلة إحتياجات العملاء الأجانب والمحليين أيضا، ومن الدوافع التي أدت إلى الإشتراك بالنظام مايلي:

- تطور سوق المال المصري وارتفاع التكلفة؛

<sup>1</sup> حسين مصطفى هلاي، نظم المعلومات SWIFT ودورة في تنشيط حركة التعامل المصرفي(دراسة تطبيقية)، مرجع سبق ذكره، ص:6.

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

- مواكبة التطور العالمي<sup>1</sup>.

وقد حصل بنك القاهرة على شهادة تقدير من بنك دويشه بنك الألماني وجائزة EURSTP تقديرا لتمييز رسائل المدفوعات الصادرة لمراسلي البنك بالخارج بإستخدام نظام التحويلات سويفت خلال عام 2010، ويمنح دويتشه بنك جائزة التميز في إنجازات المعاملات الإلكترونية المباشرة كل عام لنخبة من البنوك العالمية تقديرا لإنجازاتها في تعاملات الدفعات الصادرة، وتقدم الجائزة للمؤسسات المالية التي يبلغ معدلها 97% أو أكثر، وقد تمكن بنك القاهرة من الحصول على تلك الجائزة الرفيعة تقديرا لتمييزه في هذا المجال<sup>2</sup>.

الجدول رقم (3- 15): خدمة التحويلات المحلية من خلال شبكة SWIFT بالدولار الأمريكي

التغير +(-) خلال الفترة	عدد الرسائل المنفذة (بالوحدة)	قيمة التحويلات المنفذة (بالمليون دولار)	خلال الفترة جويلية/ديسمبر	
			العدد	القيمة
(4523)	2451	3818	2014/2013	(24815)
32	2483	2967	2015/2014	(851)
(254)	2229	2758	2016/2015	(209)

المصدر: البنك المركزي المصري، المجلة الاقتصادية تهدف لعرض التطورات الاقتصادية في جمهورية مصر العربية وفي الاقتصاد العالمي، قطاع البحوث الاقتصادية، المجلد 56، العدد 2، 2016/2015، ص:26.

أظهرت العمليات المنفذة بالعملات الأجنبية باستخدام نظام سويفت تراجعا في كل من عددها وقيمتها حيث بلغ عدد العمليات 2229 عملية قيمتها 2758 مليون دولار فترة 2016/2015 مقابل 2483 عملية قيمتها 2967 مليون دولار خلال الفترة 2015/2014.

<sup>1</sup> الأنترنت، الموقع الرسمي لشركة مصر للمقاصة والإيداع والقيود المركزي، (2017/04/07)، [على الخط].

[www.mcsd.com.eg/mcdr/arabic](http://www.mcsd.com.eg/mcdr/arabic)

<sup>2</sup> محمد كفاني، بنك القاهرة يحصد جائزة "تدويشه" لتمييز في مجال المدفوعات الصادرة بنظام سويفت، نشرة بنك القاهرة الدورية، بنك القاهرة، مصر، 2011، ص 4.

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

### ثالثا: المقاصة الإلكترونية وغرفة المقاصة الآلية:

تسعى البنوك المصرية في عصر السرعة وتكنولوجيا المعلومات إلى إستبدال كافة المعلومات والإجراءات الورقية بأخرى إلكترونية تتماشيا مع إستعمالات الأنترنت المتعددة بهدف إختصار الوقت والجهد المبذول في تنظيم العمل مما يسهل عليها تقديم خدمات وتسهيلات للعملاء بجودة عالية.

#### 1- غرفة المقاصة الآلية:

يقوم البنك المركزي المصري حاليا بإدارة وتشغيل نظامين لمقاصة الشيكات؛ الأول هو نظام مقاصة الشيكات التجارية، والثاني نظام مقاصة الشيكات الحكومية، والمعروف بمقاصة شيكات التمويل الحكومي ويتم من خلال النظامين تسوية حوالي 70 ألف شيك يوميا. ويهدف البنك المركزي إلى تقليل هذا العدد من الشيكات الورقية خلال الأعوام القادمة وذلك من أجل زيادة كفاءة تدفق السيولة النقدية داخل النظام المالي، وتقليل نفقات التشغيل المرتبطة بالشيكات الورقية، وأسوة بعدد من البنوك المركزية على مستوى العالم وذلك بإتباع الوسائل البديلة لتنفيذ المدفوعات ،ومن هذه الوسائل البديلة عمليات "الإضافة المباشرة" من خلال غرفة المقاصة الآلية والتي تديرها شركة بنوك مصر. وتطبيقا لهذه البدائل فإن البنك المركزي المصري يقوم بتنفيذ مشروع بالتعاون مع وزارة المالية لإستخدام "عمليات الإضافة المباشرة" بديلا عن الشيكات الحكومية من أجل مكنتة المدفوعات الحكومية، حيث تقوم الحكومة (مثلة في وزارة المالية) بدفع إلتزاماتها لموردي الحكومة بوسيلة الإضافة المباشرة لحساب المورد لدي البنوك التجارية، بدلا من تحرير الشيكات الحكومية وذلك من خلال غرفة المقاصة الآلية للتحويلات الصغيرة والتي تقوم بتشغيلها شركة بنوك مصر.

ويتولى البنك المركزي المصري غرفة المقاصة الإلكترونية، التي تقوم بالإشراف على عمليات المقاصة ومعالجة المشاكل المتعلقة بالتسويات، وإتخاذ مآتراه مناسبا في شأنها.

وأعضاء غرفة المقاصة هم البنوك المسجلة لدى البنك المركزي المصري ، التي تتعامل بالعملة المحلية وتتم عملية التسوية الناتجة عن عمليات غرفة المقاصة على الحساب الجاري بالبنك المركزي المصري الخاص بكل عضو في غرفة المقاصة، ويكون كل عضو مسؤول عن ضمان كفاية حسابه الجاري لدى البنك المركزي المصري، لتسوية عمليات المقاصة الخاصة به. يقوم البنك المركزي المصري بمطالبة العضو بتغطية رصيده

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

المدين فوراً، فإن لم يتمكن العضو من ذلك يجوز للبنك المركزي أن يقوم بتغطية إلتزامات العضو من خلال عضو آخر لديه إتفاق للتغطية مع ذلك العضو، بشرط أن يكون إتفاق التغطية موافقا عليه البنك. ويجوز للبنك المركزي المصري أن يقوم بتغطية الرصيد المدين الخاص بالعضو خصما من الضمانات المقدمة منه المودعة بالبنك المركزي المصري، كما يجوز له في هذه الحالة وقف ذلك العضو في الغرفة لفترة يحددها. وتشمل الأوراق المسموح بقبولها في غرفة المقاصة مايلي: الشيكات، أوامر التحويل، أوامر التسوية والأوراق المرتدة بدون دفع. ويجوز إضافة أو إيقاف تداول أوراق أو عمليات أخرى بناء على قرار من محافظ البنك المركزي.

أ- أطراف خدمة غرفة المقاصة الآلية: يتمثل أطراف خدمة المقاصة الآلية فيمايلي:

- العميل منشئ أمر الدفع: هو العميل الذي يرغب في إنشاء أمر الدفع سواء كان أمر دفع بالخصم أو بالإضافة عن طريق البنك الخاص به؛
- بنك العميل منشئ أمر الدفع: هو البنك المشترك في الخدمة الذي يستقبل أمر الدفع سواء كان أمر دفع بالخصم أو بالإضافة من العميل الخاص به؛
- مشغل منظومة غرفة المقاصة الآلية: هو القائم بأعمال مقاصة أوامر الدفع بين بنكية؛
- بنك العميل مستقبل أمر الدفع: هو البنك المشترك في الخدمة الذي يستقبل أمر الدفع سواء كان أمر دفع بالخصم أو بالإضافة من بنك العميل منشئ أمر الدفع؛
- العميل مستقبل أمر الدفع: هو العميل مستقبل أمر الدفع سواء كان أمر دفع بالخصم أو بالإضافة؛
- مشغل العمليات: الشركات المرخص لها من قبل شركة بنوك مصر للتقدم التكنولوجي بإرسال أوامر الدفع بنيابة عن البنك منشئ أمر الدفع<sup>1</sup>.

وتشير إحصاءات غرفة المقاصة الإلكترونية بالبنك المركزي - والتي تعمل بنظام (RTGS) - إلى إرتفاع كل من عدد الأوراق المتبادلة وقيمتها لتبلغ 6.8 مليون ورقة قيمتها 519.5 مليار جنيه، مقابل 6.6 مليون ورقة قيمتها 468.2 مليار جنيه خلال نفس الفترة من السنة المالية السابقة. وقد ترتب على

<sup>1</sup> أحمد ابراهيم، المقاصة الإلكترونية بين البنوك المصرية لتعظيم العائد على إدارة السيولة، مجلة الرياض الإقتصادي، مكتب الرياض القاهرة، مصر، العدد 14928، 8 ماي 2009، ص 1.

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

ذلك إرتفاع متوسط قيمة الورقة إلى 76.8 ألف جنيه خلال الفترة مقابل 70.6 ألف جنيه خلال الفترة المناظرة من السنة المالية السابقة. والشكل التالي يوضح نشاط غرفة المقاصة في البنك المركزي المصري:

### الجدول رقم (3-16): نشاط غرفة المقاصة في البنك المركزي المصري

مدة التغير (%)	قيمة الأوراق	عدد الأوراق (بالألف)	خلال الفترة	
			جويلية/ديسمبر	العدد
5.8	(بالمليون جنيه)	6217	2014/2013	القيمة
28.5	366482	6621	2015/2014	العدد
11.2	468193	6768	2016/2015	القيمة

المصدر: البنك المركزي المصري، المجلة الاقتصادية تهدف لعرض التطورات الاقتصادية في جمهورية مصر العربية وفي الاقتصاد العالمي، قطاع البحوث الاقتصادية، المجلد 56، العدد 2، 2016/2015، ص:26.

### 2- نظام المقاصة الإلكترونية:

قام البنك المركزي المصري بإطلاق نظام المقاصة الإلكترونية بالتعاون مع شركة بنوك مصر لضمان تحقيق أعلى معدل للعائد من الإحتفاظ بالنقود داخل الجهاز المصرفي والتي تزيد قيمة تعاملاتها اليومية خصما وإضافة على 10 مليارات جنيه مما يساعد البنوك عبر هذا النظام الجديد على إستخدام هذه الأرصدة لمصلحة نشاط الإئتمان. ويسير نظام المقاصة الإلكترونية من طرف شركة مصر للمقاصة وتسوية المعاملات. وقال مصرفيون إن النظام الجديد الذي تم الإتفاق على سريانه يقوم بعملية ربط بين البنك المركزي والبنوك العاملة في السوق عبر شبكة بنوك مصر التي تتولى تحويل أوامر الخصم والإضافة لصالح العملاء فيما بين البنوك المختلفة إلى غرفة المقاصة الإلكترونية لتتولى تنفيذ تلك الأوامر وإظهار الأرصدة الدائنة والمدينة للعملاء وأخطار البنوك صاحبة الحقوق والبنك المركزي الذي يتولى مراقبة تنفيذ النظام وضمان صرامة الإلتزام به. وتعد هذه الخطوة نقطة تحول في إدارة سياسات الإستثمار وتوظيف السيولة تصب في مصلحة التخصيص الأمثل للموارد حيث إن حركة المعروض من النقود خارج الجهاز المصرفي بدأت في التزايد نتيجة تراجع جاذبية الأوعية الإدخارية والميل إلى الإحتفاظ بالنقود بوجه عام في الوقت

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

الذي يحتاج فيه الإقتصاد إلى إستخدام هذه الأموال عبر القنوات المصرفية حتى لا تتسرب إلى السوق الموازية التي تستهدف تعظيم الطلب عليها خارج نطاق الجهاز المصرفي مما يمنحها تأثيرا سلبيا أكبر على مناخ الإستقرار النقدي، يعمل على مقاومة السياسة النقدية التي يتبناها البنك المركزي ويستخدم التأثير في كمية النقود لضبطها<sup>1</sup>. والشكل التالي يوضح المعاملات بنظام المقاصة الإلكترونية:

الجدول رقم (3-17): عمليات نظام المقاصة الإلكترونية للبنك المركزي المصري

العام	عدد العمليات السنوية	نسبة النمو السنوي لعدد العمليات	اجمالي القيمة بالجنيه المصري	نسبة النمو السنوي لقيمة العمليات
مارس 2009	12.692.656	-	553.941.040.452	-
2010	13.077.850	%3	617.634.012.838	%11
2011	12.790.337	%2-	637.383.396.438	%3
2012	13.129.327	%3	687.985.058.176	%8
2013	12.964.133	%1-	747.890.124.203	%9
2014	13.291.539	%3	889.952.357.510	%19
2015	13.585.736	%2	1.017.900.655.710	%14
2016	13.161.904	%3-	1.117.585.666.322	%10
فيفري 2017	2.104.906	-	219.121.993.561	-

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على إحصائيات البنك المركزي المصري.

من خلال الجدول نلاحظ إنخفاض في عدد العمليات التي تم معالجتها من خلال نظام المقاصة الإلكترونية سنة 2016 حيث بلغت 13161904 عملية مقارنة بـ 13585736 عملية سنة 2015 بنسبة إنخفاض 3%، أما من حيث القيمة فسجلت إرتفاع بنسبة 10% سنة 2016، بمبلغ إجمالي قدر بـ 1.117.585.666.322 جنيه مصري، وبلغت عدد عمليات التي تم معالجتها بنظام المقاصة الإلكترونية 2014906 عملية ممثلة بمبلغ 219.121.993.561 جنيه مصري في فيفري 2017.

<sup>1</sup> الأنترنت، الموقع الرسمي لشركة مصر للمقاصة والإبداع والقيود المركزي، (2017/04/09)، [على الخط]،

## المبحث الثالث: واقع التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر

يعد التطور الحاصل في مختلف الميادين والمجالات وبالخصوص في تكنولوجيا الإعلام والاتصال والذي نتج عنه التجارة الإلكترونية والتي أصبحت في هذا العصر ضرورة حتمية بعد اعتمادها من طرف الدول المتقدمة فكان على الدول النامية ضرورة اعتمادها ومنه سوف نتطرق في هذا المبحث لواقع التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر.

### المطلب الأول: التجارة الإلكترونية في الجزائر

إن النمو العالمي المتسارع للتجارة الإلكترونية والاتجاه الدولي المتزايد لنشر تطبيقاتها لا يترك للجزائر أي مجال للتردد والمماثلة في تطبيق هذه التجارة، وإن للتجارة تأثير على عدة مجالات منها التسويق والمبيعات، الترويج، التمويل، التأمين والمعاملات الجارية كالتوزيع، الطلب، الدفع، النقل ونظرا لإتساع الفجوة الرقمية بين الجزائر ودول العالم ونظرا لنقص البيانات حول التجارة الإلكترونية في الجزائر والغموض حول حجمها في الجزائر إلا أن هذا النقص في الإحصائيات لا يمنع وجود بوادر للتجارة الإلكترونية الجزائرية، فالسلطات العمومية أكدت عملها على تطوير التجارة الإلكترونية وإطلاق سراحها بعد أن ظلت سنوات عديدة رهينة صعوبات وتعقيدات متعددة. ففي 18 ماي 2009 على هامش إفتتاح الصالون الدولي لتكنولوجيا الإعلام والاتصالات الذي حمل شعار التجارة الإلكترونية والإقتصاد المعرفي، أعلن كل من الوزير السابق لوزارة تكنولوجيا الإعلام والاتصال حميد بصالح والوزير السابق للتجارة هاشمي جعبوب في شهر أفريل 2009، عن إنطلاق التجارة الإلكترونية، مؤكداً أن الجزائر سوف تحصل قريبا على إطار قانوني وتنظيمي يسمح بتأطير التجارة الإلكترونية ويوفر الأمن والحماية اللازمين للبيانات والصفقات الإلكترونية على الخط، ويخلق مناخ من الثقة لدى المؤسسات والزبائن الجزائريين وكذلك الأجانب<sup>1</sup>.

ولقد وعت الجزائر بأهمية الإستثمار بتكنولوجيا المعلومات رغم أنها لم تصل لإنتاج البرمجيات والعتاد إلا أنها بدأت في العمل على إعداد البنية التحتية الضرورية من أجل بلوغ تلك المرحلة بهدف إعداد مجتمع المعلومات، حيث أن مختلف المشاريع في مجال المعلوماتية تدخل في إطار السياسة الوطنية لتعميم

<sup>1</sup> Hocine Lamriben, **Lancement du E-Commere en avril prochain**, journal el watan, n°= 5638, Algerie, du 19 mai 2009, p :7.

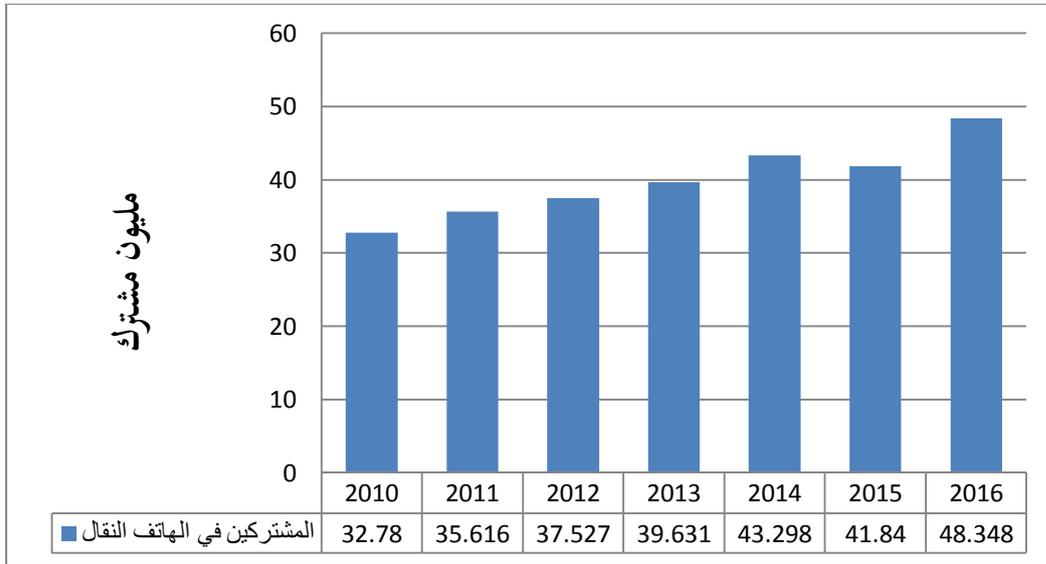
## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

التكنولوجيات الإعلام والاتصال. وفي الآتي مجموعة من مؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتي تمثل البنية التحتية التي تمهد الطريق لتطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر.

### 1- إشتراكات الهاتف النقال والثابت:

إن أهم الدلائل على زيادة توجه مجتمع نحو التجارة الإلكترونية هو توفر شبكات الاتصالات الهاتفية الثابتة والنقالة، والتي يتم من خلالها النفاذ إلى الأنترنت وممارسة التجارة الإلكترونية، فضعف هذه الشبكات لا يقدم أي دعم فعال لشبكات الأعمال ولا يلي متطلبات الأعمال الإلكترونية. فقد تم فتح سوق الهاتف النقال للمنافسة بالجزائر إثر إصدار القانون رقم 03-2000 المؤرخ في 05 أوت 2000 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات، وينشط حاليا 3 متعاملين للهاتف النقال داخل السوق الجزائرية. شهدت خدمات الهاتف النقال في الجزائر تحسنا ملحوظا، حيث تجاوزت نسبة تغطية السكان بشبكة الهاتف النقال 99% سنة 2015 وهذا ما يفسر الإرتفاع المستمر لعدد المشتركين حيث وصل إلى 41 مليون مشترك سنة 2015 وفاق 48 مليون مشترك سنة 2016 أي بزيادة قدرها 5.26%. والشكل التالي يوضح تطور إشتراكات الهاتف النقال في الجزائر خلال فترة 2010-2015:

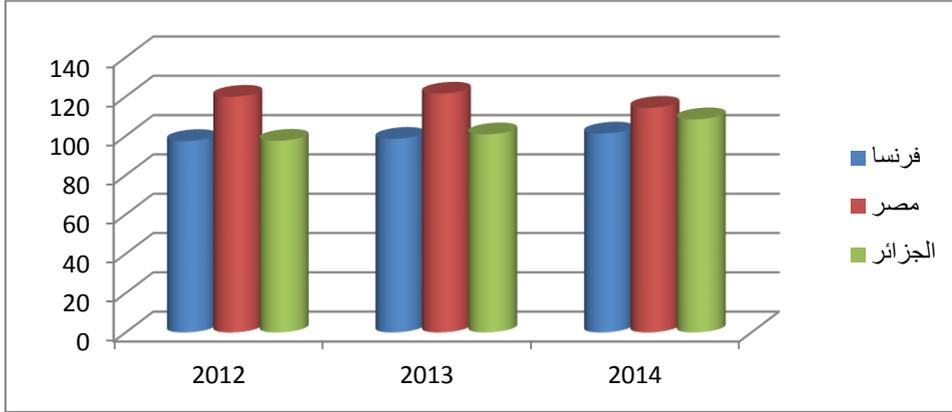
الشكل رقم ( 3 - 11): تطور عدد المشتركين في الهاتف النقال



المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على إحصائيات وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال.

والشكل التالي يوضح إشتراكات الهاتف النقال في الجزائر مقارنة بمصر وفرنسا:

الشكل رقم (3- 12): إشتراكات الهاتف النقال في مختلف الدول (لكل 100 شخص)



المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على الإحصائيات السابقة بالإضافة إلى إحصائيات البنك الدولي.

نلاحظ أن كل من الجزائر، مصر، وفرنسا متقاربة نوعا ما في مستوى إشتراكات الهاتف النقال حيث تحتل مصر المرتبة الأولى من بين الجزائر وفرنسا بـ 110.99 مشترك، وتليها الجزائر بـ 106.38 مشترك، ثم فرنسا بـ 102.61 مشترك خلال سنة 2015. وذلك حسب إحصائيات البنك الدولي. وبدأت خدمة الهاتف المحمول الجيل الثالث 3G في الجزائر في ديسمبر 2013، وفي شهر واحد فقط تم تسجيل 308019 مشترك، وتضاعف هذا الرقم بنسبة 27 مرة في سنة 2014، ووصل إلى أكثر من مليون مشترك في سنة 2016 محققا بذلك معدل إنتشار يبلغ حوالي 64%. وفي إطار التحديث ونشر شبكة الإتصالات وتوجيه الجزائر نحو إقتصاد المعرفة، تم إطلاق الجيل الرابع 4G للهاتف النقال في الجزائر في 1 أكتوبر 2016، حيث سجل في الثلاثي الأخير فقط 1464040 مشترك<sup>1</sup>.

أما بالنسبة لإشتراكات الهاتف الثابت فيتجه التطور في السنوات الأخيرة نحو الإستقرار بحوالي 3 ملايين مشترك وهي ظاهرة تمت ملاحظتها تقريبا في العالم بأسره، ويعرف عدد مستخدمي الهاتف الثابت أحيانا إنخفاضا من سنة إلى أخرى. ومن حيث نسبة ولوج شبكة الهاتف الثابت في الأسر وبالإعتماد على معدل عدد الأسر المصرح به في 2015/12/31 من طرف الديوان الوطني للإحصائيات، إنخفضت النسبة بـ 3.39% بسنة 2015 الذي يشهد معدل إختراق 41.65% في الجزائر نجد أن 8 أشخاص

<sup>1</sup> الأنترن، الموقع الرسمي لوزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والإتصال، (2017/04/17)، [على الخط]، [www.mptic.dz](http://www.mptic.dz).

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

من أصل 100 يستفيدون من خدمات الهاتف الثابت، ويرجع السبب في هذا إلى توجه المواطنين نحو تكنولوجيا الهاتف النقال. والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (3-18): تطور عدد المشتركين في الهاتف الثابت في الجزائر

السنوات	عدد المشتركين في الهاتف الثابت	نسبة ولوج في الهاتف الثابت للأسرة
2010	3026469	30.3%
2011	3131065	39.07%
2012	3231332	41.57%
2013	3138914	41.23%
2014	3098278	40.04%
2015	3267592	41.65%
2016	3404709	38.26%

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على إحصائيات وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال.

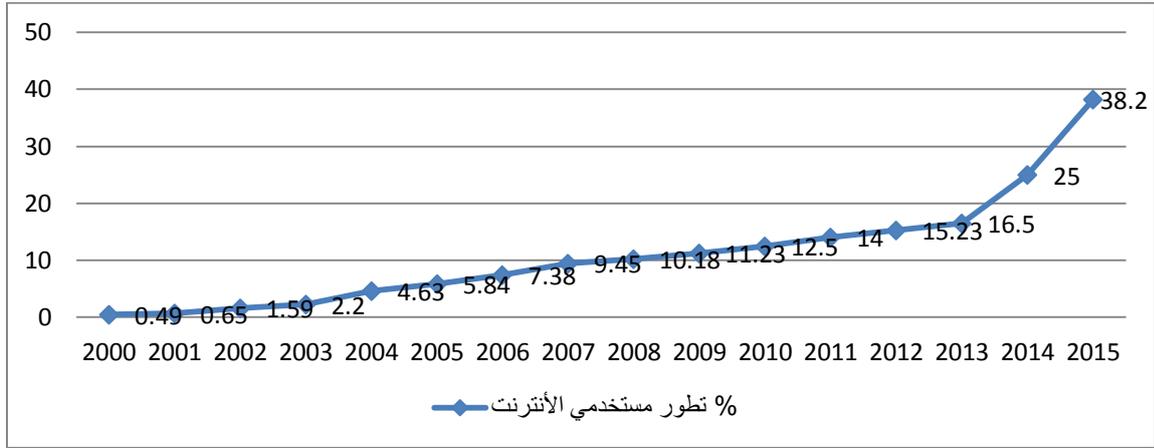
### 2- مستخدمي الأنترنت:

دخلت الجزائر عالم الأنترنت إبتداءً من سنة 1993 عن طريق مركز البحث والإعلام العلمي والتقني، وهو مركز للأبحاث تابعة للدولة، أنشئ في شهر أفريل 1986 من قبل وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، وكانت مهمته الأساسية تتمثل في العمل على إقامة شبكة معلوماتية وطنية وربطها بالشبكة الدولية، وبعد خمسة سنوات من هذه البداية المحدودة صدر المرسوم الوزاري 256 لسنة 1998 الذي أنهى إحتكار الخدمة من الدولة، وسمح للشركات الخاصة بتقديم خدمات الأنترنت، وإشترط المرسوم في مقدمي الخدمة لأغراض تجارية أيقونوا جزائري الجنسية، ويتم تقديم الطلبات مباشرة إلى وزير الإتصالات، وفي عام 1998 ظهرت أولى شركات التزويد الخاصة وإرتفعت أعداد الخدمة إلى أكثر من 100 شركة.

إن ظهور شبكة الأنترنت وإنتشار إستعمالها في كل القطاعات يؤدي إلى إرتفاع وتوسع التجارة الإلكترونية والجزائر كباقي الدول أدركت أهمية الأنترنت وهذا ما يؤكد التزايد في عدد مستخدمي الأنترنت والشكل التالي يوضح ذلك:

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

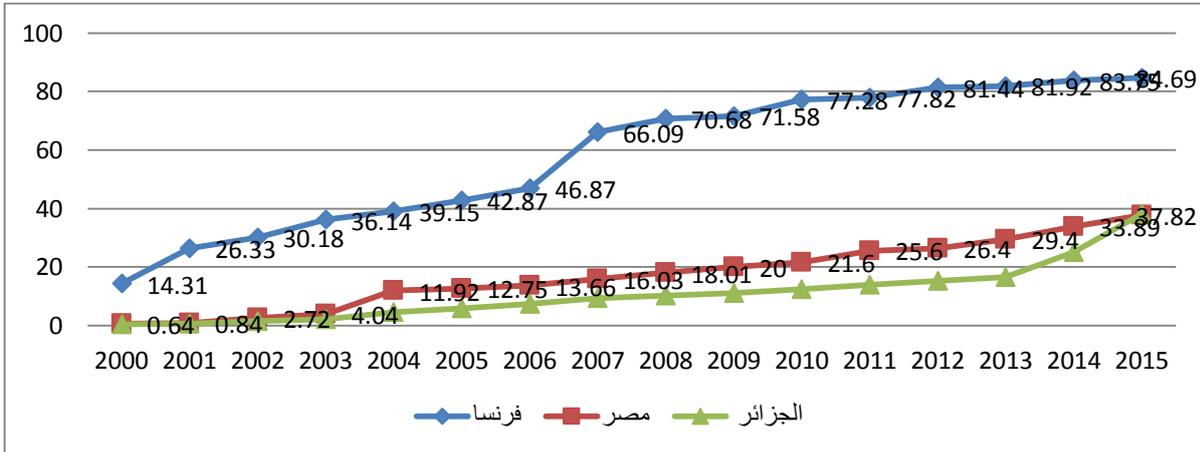
الشكل رقم (3-13): تطور نسبة استخدام الأنترنت من عدد السكان في الجزائر



المصدر : من إعداد الطلبة بالإعتماد على إحصائيات البنك الدولي.

نلاحظ من خلال الشكل أعلاه تطور مستمر في نسبة استخدام الأنترنت من سنة 2000 إلى غاية 2015، حيث بلغت 38.2% سنة 2015 مقابل 25% في سنة 2014، كما بلغ عدد مستخدمي الأنترنت 15.105.000 مستخدم في 31 مارس 2017 من إجمالي عدد السكان الذي يبلغ حاليا 41.063.753 نسمة . وفيمايلي تطور مستخدمي الأنترنت في الجزائر مقارنة بمصر وفرنسا:

الشكل رقم (3-14): نسبة مستخدمي الأنترنت في الجزائر مقارنة بمصر وفرنسا



المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على إحصائيات البنك الدولي.

حققت نسبة استخدام الأنترنت في الجزائر تطورا ملحوظا حيث بلغت 38.2% من عدد السكان سنة 2015 مقارنة بـ 37.82% من عدد السكان في مصر، إلا أنها تبقى بعيدة كل البعد عن فرنسا حيث بلغت هذه الأخيرة نسبة 84.69% من عدد السكان سنة 2015.

### 3- مواقع التجارة الإلكترونية في الجزائر:

حسب موقع MED-ITd يوجد القليل من مواقع حقيقية للتجارة الإلكترونية التي تسمح بالقيام بمبادلات تجارية على شبكة الأنترنت وباستعمال وسائل الدفع الإلكتروني، ولكل يوجد بعض المحاولات في هذا الشأن والتي من خلالها بدأت تظهر بعض ملامح التجارة الإلكترونية وذلك بإنشاء مواقع تحتوي على كاتالوجات للسلع، نماذج للطلبات والحجز، ولكن الدفع يتم في أغلب الحالات عند الإستلام. ومن بين المواقع الناشطة في الجزائر نذكر:

- **موقع [www.ouedkniss.com](http://www.ouedkniss.com)**: يعتبر من بين المواقع الناجحة في الجزائر والذي تلقى تجاوب مع الشعب الجزائري، حيث يستقبل أكثر من 600000 زائر يوميا من 48 ولاية في الجزائر، كمل حققت بعض المتاجر أكثر من 80% من مبيعاتها عبر موقع واد كنيس فقط من خلال إضافة إعلانات مصحوبة بصور منتجاتها<sup>1</sup>؛
- **موقع [www.quiddini.com](http://www.quiddini.com)**: تأسس هذا الموقع في أكتوبر 2010 من قبل الشاب مشنتة مراد<sup>2</sup>، حيث مول هذا المشروع بدعم بنكي في إطار الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب وسجل في السجل التجاري كمؤسسة منذ 2011/5/5، هو موقع للتجارة الإلكترونية يتميز بالتنظيم وسهولة التعامل ووفرة المعلومات وهو موقع يضاهاى المواقع العالمية في الجودة والكفاءة ويتضمن التجارة الإلكترونية من نوع B2B و B2C.
- **موقع مؤسسة [Touring Club d'Algérie](http://Touring Club d'Algérie)** : والذي من خلال موقعه نستطيع الحجز مباشرة على الأنترنت؛
- **موقع [www.airalgerie.dz](http://www.airalgerie.dz)** : للخطوط الجوية الجزائرية حيث عملت هذه الأخيرة على تطوير نظامها الإعلامي والتنظيمي من خلال إنشاء موقعها على شبكة الأنترنت والذي يسمح

<sup>1</sup> Internet, site officiel de Ouedkniss, (consulté le 17/04/2017), [en ligne] : [www.ouedkniss.com/stores/tarifs.php?lang=ar](http://www.ouedkniss.com/stores/tarifs.php?lang=ar).

<sup>2</sup> Internet, site officiel de quiddini, (consulté le 17/04/2017), [en ligne], [www.guiddini.com/apropos-guiddini](http://www.guiddini.com/apropos-guiddini).

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

بالحجز مباشرة على الشبكة، كما يمكن شراء التذاكر عن طريق بطاقات الدفع الإلكتروني لبعض البنوك من AGB بنك؛

• موقع [www.djelfa.info](http://www.djelfa.info): يهتم هذا الموقع بنشر الأمور العلمية والبحوث والدراسات المختلفة، وقد تلقى هذا الموقع أكثر من 20000 زيارة يوميا، كما حظي الموقع بعقود إشهار لعدة مؤسسات مثل موبيليس ونجمة وغيرها من المؤسسات الاقتصادية. ولكن بمقارنة حجم التجارة الإلكترونية في الجزائر والدول المتقدمة وحتى الدول العربية، فإنه يمكن القول أن التجارة الإلكترونية في الجزائر لم تنشأ بعد وهي معدومة وذلك نظرا إلى حجم التجارة الإلكترونية المسجلة في الدول الأخرى<sup>1</sup>.

### المطلب الثاني: البطاقات المصرفية الإلكترونية وأجهزة الصراف الآلي في الجزائر

تعتبر أول تجربة للبنوك الجزائرية في مجال استخدام أدوات الدفع، إستعمال بطاقات السحب الخاصة بالشباك الآلي البنكي GAB والموزع الآلي البنكي DAB. أولا: البطاقات المصرفية الإلكترونية المتاحة في الجزائر

شرعت الجزائر في العمل بالبطاقة البنكية منذ حوالي 10 سنوات من طرف بنوك وهيئات مالية خاصة وعمومية، وبذلت خلال هذه الفترة جهود معتبرة لترسيخ ثقافة التعامل الإلكتروني في المجتمع الجزائري.

#### 1- البطاقة البنكية المحلية CIB\* :

هي بطاقة رقمية مزودة بشريحة لتخزين المعلومات تم إنشاؤها سنة 1998 كبطاقة سحب فقط حيث أنه في مارس 2005 تم إصدار بطاقة الدفع والتي بدأ العمل بها من طرف جميع البنوك المنخرطة في الشبكة إلى جانب مؤسسة بريد الجزائر تحمل هذه بطاقة رمز CIB، رمز البنك والمؤسسة المصدرة لها وتمكن تحويل الأموال بأمان تكون موصولة بشبكة النقدية ما بين المصارف تمنح الفرصة لحاملها بدفع

<sup>1</sup> بوهكة فتيحة، التجارة الإلكترونية وتحديات اعتمادها في اقتصاديات الدول - دراسة مقارنة، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص مالية، جامعة ابن خادون، تيارت، غير منشورة)، الجزائر، 2015-2016، ص: 101.

\* (CIB) : Carte Inter Bancaire.

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

مستحقاقهم وسحب أموالهم عن طريق DAB و GAB طوال أيام الأسبوع وخلال كامل ساعات اليوم. وهي بطاقة بنكية مصنوعة من مادة بالستيكية وفق مقاييس عالمية ISO، وهي أيضا موافقة لمقاييس محددة من قبل بنك الجزائر وذلك بموجب المنشور رقم 64/94 المؤرخ في 28/09/1994. طولها 85.52 مم، عرضها 54.03 مم، وسمكها 0.76 مم، وهي تحتوي على شريط مغناطيسي خاص بعمليات السحب وخلية إلكترونية بعمليات الدفع<sup>1</sup>. وهي نوعين:

● **البطاقة الكلاسيكية (Classique):** هي بطاقة زرقاء اللون تقدم خدمتي الدفع والسحب، تمنح للزبائن وفق معايير تكون محددة من قبل كل بنك<sup>2</sup>؛

● **البطاقة الذهبية (GOLD):** هي بطاقة ذهبية اللون، وهي أيضا تمنح للعملاء حسب المعايير الموضوعية في كل بنك، أما بالنسبة لعمليتي الدفع والسحب فهذه البطاقة تسمح بمستويات أعلى من البطاقة الكلاسيكية.

### 2- بطاقة CCP\*:

وهي بطاقة مغطنة تسمح لصاحبها بإجراء عمليات السحب إنطلاقا من الشبايك الآلية للأوراق النقدية وهي مجانية في عامها الأول فقط، موجهة لكل زبون لديه حساب بريدي جاري نشيط، مدة صلاحيتها عامين وقابلة للتجديد تلقائيا.

### 3- البطاقات العالمية:

يعد القرض الشعبي الجزائري CPA البنك العمومي الأول على المستوى الوطني الذي يصدر بطاقة فيزا الدولية في الجزائر، ليقوم بعد ذلك البنك الجزائري الخارجي BEA بنفس الخطوة ليصبح بذلك ثاني بنك بنك يعرض على زبائنه خدمة البطاقات الدولية في الجزائر<sup>3</sup>، وهي نوعان:

<sup>1</sup> جمال أحمد، رشام كهينة، بطاقة الإئتمان كوسيلة من وسائل الدفع في الجزائر، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر-عرض تجارب دولية، المركز الجامعي بخميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أفريل 2011، ص:20.

<sup>2</sup> Internet, site officiel de la société SATIM, (page consulté le 18/04/2017), [en ligne], [http://www.satim-dz.com/?to=detail&id\\_cat=24&id\\_article=31](http://www.satim-dz.com/?to=detail&id_cat=24&id_article=31).

<sup>3</sup> برحيل مدينة، بلعري ياسين، تكنولوجيا الإعلام والاتصال وأثرها على فعالية تسيير البنوك، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص تأمينات وبنوك، جامعة ابن خلدون تيارت، غير منشورة)، الجزائر، 2014-2015، ص:80.

\*(CCP) : Cempte Courant Postal.

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

- بطاقة فيزا الكلاسيكية: تمنح للعملاء الذين لديهم رصيد من العملة الصعبة أمير أو يساوي 1500 أورو، ويقدر سقف السحب لهذه البطاقة 500 أورو في اليوم على أربع عمليات في اليوم، أما الإشتراك السنوي فيقدر بـ 40 أورو؛
- بطاقة فيزا الذهبية: رصيد من العملة الصعبة أكبر أو يساوي 5000 أورو حيث يقدر سقف السحب بـ 550 أورو في اليوم على 7 عمليات في نفس اليوم أما سقف الدفع 5460 أورو في اليوم على 15 عملية في اليوم، ويقدر إشتراكها السنوي بـ 60 أورو<sup>1</sup>.

### الجدول رقم (3-19): تطور عدد البطاقات في الجزائر

السنوات	عدد البطاقات البنكية	نسبة التطور %	عدد بطاقات البريد	نسبة التطور %	المجموع	نسبة التطور %
2010	783311	+37.58	5.837.955	-	6.621.266	-
2011	550008	+8.51	5.899.388	+1.05	6.749.396	+1.98
2012	1.178.243	+38.61	6.050.338	+2.55	7.228.581	+6.62
2013	1.287.330	+9.25	6.369.446	+5.27	7.656.776	+5.59
2014	1.500.000	+16.52	7.043.699	+10.58	8.545.699	+10.4

المصدر: حمطوش كاتية، واقع وتحديات إستراتيجية تحديث أنظمة الدفع دراسة مقارنة (الجزائر، فرنسا،

المغرب، تونس)، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التجارية، تخصص تأمينات

وبنوك، جامعة ابن خلدون، تيارت، غير منشورة)، الجزائر، 2015-2016، ص: 115.

نلاحظ من خلال الجدول أنه بلغ عدد البطاقات البنكية 1.500.000 بطاقة بنكية مقرنة بـ

1.287.330 بطاقة بنكية سنة 2013، بنسبة بزيادة 16.52%، وبلغ عدد بطاقات البريد

7.043.699 بطاقة سنة 2014 مقارنة بـ 6.369.446 بطاقة سنة 2013. وبلغ عدد بطاقات

<sup>1</sup> سماح سعبور، مصباح مرابطي، وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر-واقع وتحديات- دراسة استطلاعية من وجهة نظر الموظفين بالوكالات

البنكية لولاية تبسة، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم التجارية، تخصص تمويل مصرفي، جامعة العربي التبسي-تبسة-، غير منشورة)، الجزائر،

2015-2016، ص: 74.

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

CCP 1.300.000 بطاقة سنة 2015<sup>1</sup>، كما شرعت مؤسسة بريد الجزائر، إنطلاقاً من جانفي 2017، في توزيع بطاقات إلكترونية جديدة على زبائنها. وذلك من أجل الدخول في خدمة الدفع الإلكتروني، حيث أعدت المؤسسة 5 ملايين بطاقة، بمعدل مليون بطاقة في الشهر متطورة ومؤمنة. وكشفت مصادر مسؤولة بالمديرية العامة لبريد الجزائر، أن مؤسسة بريد الجزائر عملت على إعداد بطاقات دفع إلكتروني ووزعتها على زبائنها بداية من 15 جانفي 2017، حيث أنتجت 5 ملايين و200 ألف بطاقة بمعدل يزيد عن مليون بطاقة في الشهر، في انتظار إعداد 11 مليون بطاقة أخرى، بإعتبار أن بريد الجزائر يحصي 16 مليون زبون. وعن ميزات خصائص هذه البطاقات الإلكترونية مقارنة بالبطاقة الحالية، هي متطورة ومؤمنة ضد القرصنة بأحدث البرامج في هذا المجال، كما أن المعلومات المخزنة في الشريحة محمية وتخضع لرقم سري، كما أنه لكل بطاقة رقما خاصا، والشريحة محكمة وقابلة للتشفير. وأنها بطاقة قادرة على معالجة المعلومات وليس تخزينها فقط، كما أن المعلومات والتطبيقات قابلة للتحديث دون الحاجة إلى تبديل البطاقة ولها القدرة على الإتصال بأجهزة الحاسب الآلي المختلفة عن طريق القارئات. فالبطاقات الجديدة ستسمح بإجراء كل المعاملات التجارية عبر شبكة الأنترنت وتسديد المشتريات لدى المحلات التجارية، التي تتوفر على نهائيات الدفع الإلكتروني، كما ستشمل خدمة دفع الوقود من خلال تحميل تطبيق نفضال خاصة أن مؤسسة بريد الجزائر إعتمدت خدمة متابعة المراسلات تعرف بـ "ترانسمايل" باشر مشروع اللوجستية الإلكترونية لتسيير نقل وتسليم البضائع الذي يشكل وظيفة قاعدية للبريد وسيكون محركا إقتصاديا مع تعميم التجارة الإلكترونية والمشتريات على الأنترنت، وتدخل هذه العملية في إطار مساهمة مؤسسة بريد الجزائر لخدمة الدفع الإلكتروني التي تم إطلاقها مطلع شهر أكتوبر 2016 وإنخرط فيها 11 بنكا عموميا وخصوصا، يقدر عدد زبائنها بنحو مليون و300 ألف، بالإضافة إلى تسع مؤسسات على رأسها تلك الناشطة في مجال الإتصالات<sup>2</sup>.

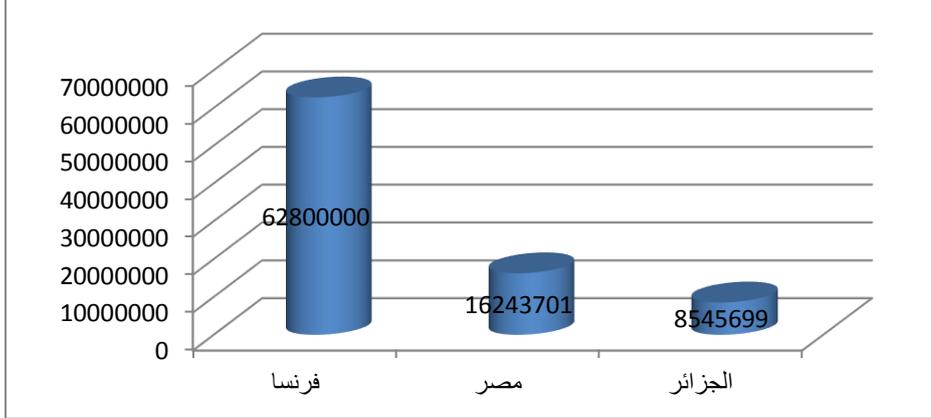
<sup>1</sup> Khedim Mohamed Mehdi, **L'adoption des système d'information –L'utilisation de l'e-banking dans le contexte Algerie-**, (Mémoire présentée pour l'obtention d'un diplôme de magister en sciences de gestion, option système d'information et communication dans les entreprises, université Abou Bakr Belkaid de Tlemcen, non publié, Algerie, 2015-2016, p :103.

<sup>2</sup> الأنترنت، الموقع الرسمي لجريدة بوابة الشروق، (2017/04/81)، [على الخط]،

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

والشكل التالي يوضح حجم البطاقات في الجزائر مقارنة بمصر وفرنسا:

الشكل (3-15): مقارنة عدد البطاقات المصدرة لكل بلد سنة 2014



المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على المعلومات السابقة.

رغم التطور الذي عرفته الجزائر لعدد البطاقات خلال الفترة الأخيرة إلا أنه يبقى ضعيفا مقارنة بمصر التي خاضت شوطا واسعا في هذا المجال، أما بالنسبة لفرنسا فالجزائر لا تزال بعيدة كل البعد.

ثانيا: أجهزة الصراف الآلي:

لإنجاح أي نظام للدفع الإلكتروني لابد من توفر عدد كاف من أجهزة الصراف الآلي، وتوزيعها على نطاق واسع يساعد على إستعمال البطاقة البنكية في أي مكان أو زمان، والجدول التالي يوضح التطور لعدد لعدد لأجهزة الصراف الآلي في الجزائر في الفترة 2009-2015:

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

الجدول رقم (3-20): عدد أجهزة الصراف الآلي في الجزائر

السنوات	عدد مستخدمي ATM (لكل 100000 البالغين)	عدد أجهزة DAB	نسبة التطور %	عدد أجهزة TPE	نسبة التطور %	عدد أجهزة GAB	نسبة التطور %
2009	5.31	572	-	2639	-	-	-
2010	5.908	636	+9.44	2946	11.63	674	-
2011	5.084	647	+1.72	3047	3.42	684	1.48
2012	6.196	543	-16.07	2965	-2.69	686	0.29
2013	6.501	534	-1.65	2904	-2.05	694	1.16
2014	7.491	600	+12.35	2980	2.61	898	29.59
2015	8.266	1400	+57.1	2120	-40.5	-	-

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على:

- حمطوش كاتية، واقع وتحديات إستراتيجية تحديث أنظمة الدفع دراسة مقارنة (الجزائر، فرنسا،

المغرب، تونس)، مرجع سبق ذكره، ص: 117.

-Khedim Mohamed Mehdi, **L'adoption des système d'information** -

**L'utilisation de l'e-banking dans le contexte Algerie-** , op cit, p :103.

-Internet, site officiel de La Banque Mondiale, (consulté le 18/04/2017), [en ligne], [www.banquemondiale.org/](http://www.banquemondiale.org/)

نلاحظ من خلال الجدول (3-20) إرتفاع في عدد مستخدمي أجهزة الصراف الآلي حيث بلغوا

8.266 مستخدم لكل 100 ألف بالغ سنة 2015 مقابل بـ7.491 مستخدم سنة 2014، ما

يعادل نسبة زيادة 9.3%، كما شهد عدد أجهزة DAB إرتفاعا حيث بلغ 1400 مكيئة سنة

2015 مقابل 600 مكيئة في 2014، أي شهدت زيادة بضعف بنسبة 57.1% في 2015. أما عدد

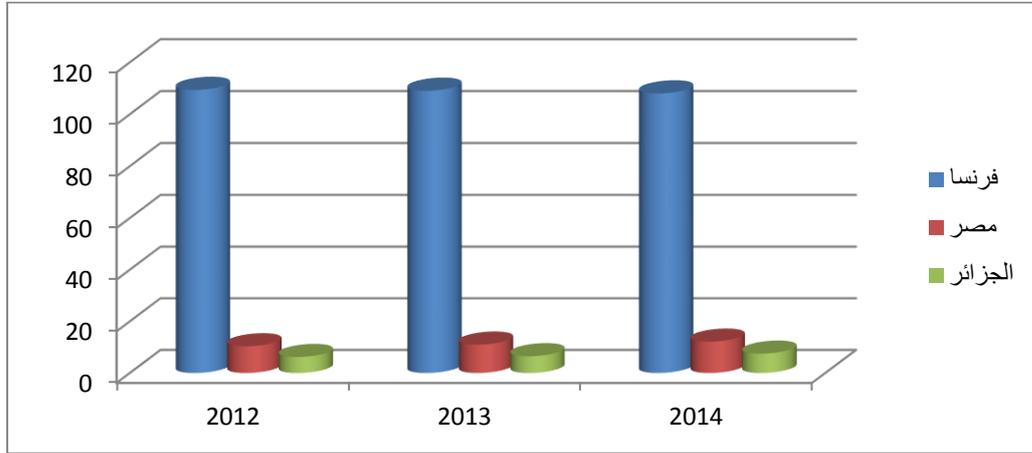
أجهزة GAB هي الأخرى شهدت تطورا حيث بلغ 898 مكيئة سنة 2014 مقابل 694 مكيئة في

2013 بنسبة زيادة قدرها 29.59% ، أما بنسبة لعدد أجهزة TPE فشهدت إنخفاضاً بنسبة

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

40.5% في سنة 2015. حيث بلغت 2120 مكيئة مقابل 2980 في 2014. والشكل التالي يوضح عدد مستخدمي ATM في الجزائر مقارنة بمصر وفرنسا:

الشكل رقم (3-16): تقييم مستخدمي أجهزة الصراف الآلي لكل بلد فترة 2012-2014



المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على المعلومات السابقة.

رغم التطور الذي عرفته الجزائر لعدد أجهزة الصراف الآلي ولمستخدميها إلا أنه يبقى ضعيفا بالنسبة لمصر وفرنسا، حيث لا يزال المواطنون متخوفون ومترددون في إستعمالها لأسباب تبقى لدى بعض المتعاملين مجهولة، فيما يرجعها البعض إلى غياب ثقة الزبائن في هذه الآلة وتفضيل الدفع عن طريق النقد والشيكات ليبقى مشروع دمج وتطوير الدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية رهن تغيير ثقافة التجار والعملاء. كما يرجع كذلك السبب في قلة عدد أجهزة ATM في الجزائر مقارنة بالدول الأخرى، وبالتالي على الجزائر أن تضاعف الجهود في تطوير هذه التقنية لما لها دور في عرض توسيع التعامل بالبطاقة المصرفية من جهة وفي عرض خدمات أخرى من جهة ثانية.

### المطلب الثالث: أنظمة الدفع الإلكترونية في الجزائر

إن تطور الجهاز المصرفي الجزائري مرتبط بتطور الخدمات المصرفية بصفة عامة، ونظام الدفع بصفة خاصة، وتطور هذه الأخيرة يتطلب توفير عناصر مرتبطة بالبيئة المناسبة وأخرى مرتبطة بالنظام المصرفي الجزائري، لهذا وضعت السلطات الجزائرية مشاريع وطنية تتمثل في الأنظمة التالية:

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

### أولاً: نظام الجزائر لتسوية الإجمالية الفورية ATGS\*

بهدف تطوير نظام المصارف في الجزائر، سعت الجزائر في خطوة ثابتة إلى تحديث نظام الدفع فسعى بنك الجزائر بالتعاون مع وزارة المالية ومساعدة البنك العالمي إلى إنجاز نظام دفع إلكتروني حديث وهو نظام الجزائر لتسوية الإجمالية الفورية.

**1- تعريف نظام ARTS:** هو نظام مركزي إلكتروني أنشأ بموجب الأمر رقم 05-04 الصادر في 2005/10/13 للتسوية ما بين البنوك، حيث بموجبه يتسنى من تسوية المبالغ الإجمالية في وقت حقيقي ويتم فيه سير التحويلات بصفة مستمرة وعلى الفور بدون تأجيل أو تأخير وعلى أساس إجمالي. حيث يتم العمل بهذا النظام بداية من الساعة الثامنة صباحاً إلى غاية الخامسة مساءً بعد الظهر وكل يوم. ولقد بدأ العمل به في أواخر ديسمبر من سنة 2006. بالإضافة إلى ذلك يحق لجميع البنوك بما فيها الخزينة العمومية ومؤسسة بريد الجزائر من المشاركة في هذا النظام والتعامل به، فقط يشترط أن تمتلك حساب تسوية لدى بنك الجزائر وتكون معينة بعمليات الدفع ما بينها وذلك تحت إشراف بنك الجزائر، هذا الأخير سيتمكن عن طريقه من مراقبة حثيثة وعن قرب لحركة التحويلات المالية وإمكانية التأكد من قانونيتها، وخلوها أو عدمه من عمليات تبيض الأموال<sup>1</sup>.

كما عرف المشرع الجزائري أو بالأحرى الهيئة المنظمة لهذا النظام ألا وهو بنك الجزائر الذي وضع قانون لنظام ARTS، المسمى بنظام الجزائر للتسوية الفورية على أنه نظام للتسوية بين البنوك لأوامر الدفع عن طريق التحويلات المصرفية أو البريدية للمبالغ الكبيرة أو الدفع المستعجل التي يقوم بها المشاركون في هذا النظام<sup>2</sup>. ويتميز هذا النظام بخصائص من بينها مايلي:

- يتماشى مع المعايير الدولية فيما يخص التحويلات المالية<sup>3</sup>؛

<sup>1</sup> مناعة موزة، أنظمة الدفع والتسوية الحديثة كآلية لتطوير الخدمات البنكية- دراسة حالة الجزائر، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسير، تخصص مالية، جامعة ابن خلدون، تيارت، غير منشورة، الجزائر، 2014-2015، ص: 92.

<sup>2</sup> زغدار أحمد، حميدي كلثوم، تقييم أداء نظام الجزائر للتسوية الفورية (ARTS) في النظام المصرفي الجزائري خلال فترة 2006-2014، مجلة البحوث والدراسات العلمية، جامعة الدكتور يحيى فارس، المدينة، الجزائر، العدد 9، الجزء 2، ديسمبر 2015، ص: 11.

<sup>3</sup> شايب محمد، أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على فعالية البنوك التجارية الجزائرية -دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط بسطيف، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس سطيف، غير منشورة)، الجزائر، 2006-2007، ص-ص: 165-166.

\*(ARTS): Algeria Real Time Settlement.

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

- يقلل من الأخطار وخاصة الأخطار النظامية؛
- يزيد من فعالية السياسة المالية؛
- يضمن أمان وسرعة المبادلات طبقا للمقاييس الدولية؛
- يقلل من زمن تسوية أوامر الدفع ما بين البنوك<sup>1</sup>؛
- التسيير المركزي للسيولة من طرف المشاركين<sup>2</sup>؛
- تعزيز ثقة المستخدمين في نظم الدفع<sup>3</sup>؛
- تخفيض التكلفة الإجمالية للمدفوعات<sup>4</sup>.

### 2- عمل نظام ARTS: يعمل نظام التسوية الإجمالية الفورية الجزائري على وفق الأسس التالية:

- أ- حسابات التسوية: على المشتركين بالنظام سواء كانوا مباشريين أو غير مباشريين القيام بفتح حسابا للتسوية لدى البنك المركزي، وكل مشترك يحق له فتح حساب واحد؛
- ب- تطبيق قاعدة FIFO\*: تتم معالجة كل التحويلات ضمن ترتيب إرسالها من قبل المؤسسة المحررة أو الكمبيوتر طبقا لقاعدة FIFO؛
- ج- التحقق من الرصيد: يتم تنفيذ العمليات في الوقت الحقيقي لها في حالة ما إذا كان الرصيد يسمح بهذا الإقتطاع؛
- د- تسيير خطوط الإنتظار: إذ لم يكن رصيد حساب التسوية كاف لإتمام العملية المطلوبة يقوم النظام لا بتسجيلها ضمن خطوط الإنتظار، ويباشر النظام معالجتها لمستوى أولويتها وترتيبها الزمني؛

<sup>1</sup> إعادة عبير بلعدي، واقع تحديث أنظمة الدفع في الجزائر وأثره على المنظومة المصرفية الجزائرية، مجلة الإقتصاديات المالية وإدارة الأعمال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، العدد الإفتتاحي، 2014، ص320.

<sup>2</sup> قاسي ياسين، فايدى كمال، إسهامات الصيرفة الإلكترونية في تحقيق التنمية المستدامة بالجزائر، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر- عرض تجارب الدولة، المركز الجامعي بخميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أفريل 2011، ص:9.

<sup>3</sup> رايح عرابي، دور الصيرفة الشاملة في تطوير البنوك في الدول النامية مع الإشارة إلى حالة مصر، مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا، الجزائر، العدد 6، 2010، ص:216.

<sup>4</sup> خليفة منية، الصيرفة الإلكترونية كمدخل لتأهيل وعصنة البنوك الجزائرية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر- عرض تجارب دولية، المركز الجامعي بخميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أفريل 2011، ص:14.

\* (FIFO) : First-In First Out.

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

هـ - مستوى الأولوية: يبدأ النظام بمعالجة أوامر التحويل تبعا لمستويات الأولوية التالية: الأولوية الأولى تمنح للعمليات المرتبة من طرف بنك الجزائر، الأولوية الثانية خاصة بإقتطاع أرصدة المقاصة، الأولوية الثالثة تعطى للأوامر المصرح بها من قبل المشترك بأنها مستعجلة، الأولوية الرابعة تخصص الأوامر المصرح بها أنها عادية.

3- نشاط نظام ARTS: يتمثل نشاط ARTS في عدد العمليات وقيمتها الحقيقية بالنسبة للحجم الكلي، والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (3-21): نشاط نظام ARTS في الفترة 2006-2014

السنوات	نسبة تداول النظام %	عدد العمليات	نسبة التطور %	قيمة العمليات المنجزة (مليار دج)	نسبة التطور %	المتوسط الشهري	
						عدد العمليات	المبلغ الشهري للعمليات
2006	-	142373	-	169635	-	630	15421.4
2007	-	176900	+24.2	313373	+84.7	705	1248.5
2008	99.34	195175	+10.3	607138	+93.7	16265	50595
2009	99.56	205736	+5.4	649740	+7	17145	54145
2010	99.93	211561	+2.8	587475	-9.6	17630	48956
2011	99.77	237311	+12.2	680123	+15.7	19776	56676
2012	99.77	269557	+13.6	535234	-21.3	224633	44603
2013	99.99	290418	+7.7	358026	-33.1	24202	29835
2014	99.99	314357	+8.2	372394	+4	26196	31033

المصدر: زغدار أحمد، حميدي كلثوم، تقييم أداء نظام الجزائر للتسوية الفورية (ARTS) في النظام المصرفي الجزائري خلال فترة 2006-2014، جامعة الدكتور يحيى فارس، المدينة، الجزائر، العدد 9، الجزء 2، ديسمبر 2015، ص: 17.

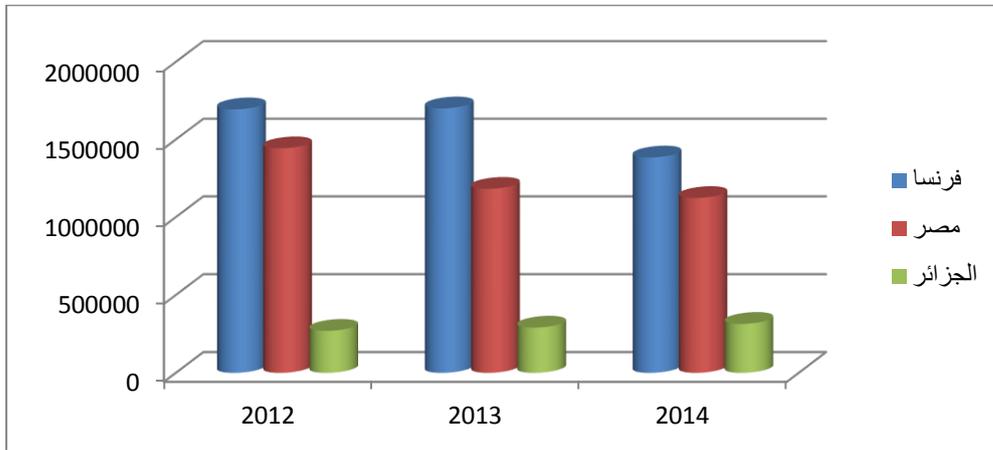
سجلت في السنوات الأخيرة إرتفاعا كبيرا في العمل بهذا النظام والدليل على هذا هو إرتفاع عدد العمليات والقيمة المنجزة وذلك حسب المدة الزمنية، لذا نلاحظ من خلال الجدول أعلاه إرتفاع معدل نمو

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

عدد العمليات والذي يختلف من سنة لأخرى، وهذا راجع إلى تغير في عدد أيام فتح نظام ARTS المرهجة في كل سنة. حيث بلغت عدد العمليات 290418 عملية سنة 2014 مقابل 269557 سنة 2013 بمعدل زيادة 7.7 %، وبالنسبة لقيمة العمليات المنجزة فبلغت 372394 مليار دج سنة 2014 مقابل 358026 مليار دج سنة 2013 بنسبة زيادة 4%.

وبهدف تطوير وعصرنة أنظمة الدفع في البنوك قامت كل من مصر، فرنسا، والجزائر بتبني نظام التسوية الإجمالية الفورية الذي يسمح بتحويل المعلومات والمبالغ المالية الكبيرة. وفيمايلي مقارنة بين مختلف أنظمة التسوية الإجمالية للدول مصر، فرنسا، والجزائر من ناحية حجم النشاط الذي حققه كل نظام.

### الشكل رقم (3 - 17): مقارنة أداء أنظمة التسوية الإجمالية لمختلف الدول



المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على معلومات سابقة.

من خلال دراستنا نجد أن نظام الجزائر للتسوية الفورية هو نظام حديث النشأة والنشاط في المعاملات للمصارف، مقارنة بالتجربة المصرية وكذلك بالتجربة الفرنسية لنظام التسوية الإجمالية الذي بدأت العمل به منذ سنة 1997 والذي كان يسمى TBE، فنظام TARGET الذي دخل قيد التشغيل سنة 2008 ما هو إلا تحديث للنظام القديم، ومن خلال المؤشرات السابقة نستنتج أن النظام ARTS يمثل إلا 2.27% من حجم النشاط الذي حققه النظام TARGET سنة 2014، فتبقى هذه النسبة ضعيفة مقارنة بفرنسا التي خاضت شوطا واسعا في هذا المجال.

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية- تجارب دولية

ثانيا: نظام الجزائر للمقاصة المسافية ما بين البنوك **ATCI**\*

في إطار اعتماد الجزائر للصيرفة الإلكترونية وكتكميلة لنظام ARTS تم اعتماد مشروع المقاصة عن بعد ATCI.

**1- تعريف نظام ATCI:** في إطار تحديث وسائل الدفع في السوق الجزائرية خصوصا تلك المتعلقة بالمبالغ الصغيرة، قام بنك الجزائر في شهر أوت 2004 بمشاركة المؤسسات البنكية بإنشاء فرع لها تمثل في مركز المقاصة ما بين البنوك **CPI\*\***، حيث إستحوذ بنك الجزائر على أعلى نسبة من الأسهم، وأوكلت لهذا المركز مهمة إحداث نظام المقاصة الإلكترونية في البداية، والذي تجسد في سنة 2005 في نظام ATCI ومن ثمة وبمجرد تفعيل نظام ATCI يقوم بالإشراف على أداء هذا النظام (يضمن حسن عمله) بإعتباره المسير الرئيسي له.

ويعرف هذا النظام بأنه يختص بالمعالجة الآلية لوسائل الدفع صكوك، تحويل، إقطاع، عمليات السحب والدفع بالبطاقات البنكية، وذلك بإستعمال وسائل متطورة مثل المساحات الضوئية والبرمجيات المختلفة، ويمثل هذا القسم الثاني من أنظمة الدفع المتطورة ووفق المعايير الدولية بهدف التحسين النهائي للخدمات البنكية المقدمة للزبائن.

**2- أهداف نظام ATCI:** ثمة أهداف حددت من وراء تطبيق هذا النظام والتي يمكن إيجازها في النقاط التالية:

- جعل حساب واحد للتسوية مع رصيد واحد يمكن متابعته مركزيا من طرف البنوك؛
- تحسين تسيير السيولة على مستوى البنوك التجارية؛
- تمكين البنك المركزي من التحكم ومراقبة الكتلة النقدية؛
- المحافظة على النقود وتخفيض كلفة العمليات التشغيلية والإدارة؛
- توفير أداة فعالة وآمنة للدفع خاصة وأنها أصبحت كبديل أكثر أمنا في مراقبة المبالغ ذات القيم الكبيرة وهذا بفضل إستعمال تقنية التشفير<sup>1</sup>؛

<sup>1</sup>محرز نور الدين، وآخرون، نظام الدفع الإلكتروني ودوره في تفعيل التجارة الإلكترونية مع الإشارة لحالة الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص:7.

\* (ATCI) : Algerie Télé Compensation Intairbancaire.

\*\* (CPI) : Centre de Pré-Compensation Intairbancaire.

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

- كما يهدف أيضا إلى الانتقال من التبادل التقليدي (اليدوي) ما بين البنوك لعمليات الدفع التي ينفذها المتعاملون إلى التبادل الآلي؛
  - تقليص آجال التحصيل خاصة فيما يتعلق بالشيكات من مدة أربعة أيام إلى يومين على الأكثر؛
  - ضمان أمن المبادلات ما بين المشتركين في النظام وذلك تفاديا لحدوث خسائر محتملة أو مشاكل محتملة تتعلق بالمحاسبة وكذلك تمكين المشتركين من بنوك ومؤسسات مالية من تحسين إدارة سيولتها؛
  - تكريس الثقة أكثر لدى أفراد المجتمع (العملاء) من أجل تعاملهم أكثر من وقت مضى بوسائل الدفع؛
  - تسهيل مهمة بنك الجزائر في التحكم أكثر في الكتلة النقدية وتمكينه من مراقبتها بشكل فعال ومن محاربة جرائم غسيل الأموال<sup>1</sup>.
- هذا النظام عند بداية تشغيله والتعامل به كان يسمح فقط بتبادل الشيكات الموحدة، ثم بعدها إمتد ليسمح بتبادل مختلف وسائل الدفع كالتحويلات كذلك العمليات المتعلقة بالبطاقة وغيرها من وسائل الدفع.
- 3- نشاط نظام ATCI:** يتمثل نشاط ATCI في عدد العمليات وقيمتها الحقيقية بالنسبة للحجم الكلي، والجدول التالي يوضح ذلك:

<sup>1</sup>فضيل فارس، التقنيات البنكية محاضرات وتطبيقات، مرجع سبق كره، ص: 315

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

الجدول رقم (3-22): نشاط نظام ATCI في فترة 2006-2014

السنوات	عدد العمليات بالمليون	نسبة التطور %	قيمة العمليات (مليار دج)	نسبة التطور %
2006	2.32	-	-	-
2007	6.92	+198.27	5452.18	-
2008	9.320	+34.68	7188.255	+31.84
2009	11.139	+19.51	8534.729	+18.73
2010	13.818	+24.05	8878.137	+4.02
2011	17.062	+23.47	10581.6	+19.18
2012	17.387	+33.43	11766.1	+11.19
2013	19.470	+11.98	12661.6	+7.61
2014	20.750	+6.6	13979	+10.4

المصدر: حمطوش كاتية، واقع وتحديات إستراتيجية تحديث أنظمة الدفع دراسة مقارنة (الجزائر، فرنسا، المغرب، تونس)، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التجارية، تخصص تأمينات وبنوك، جامعة ابن خلدون، تيارت، غير منشورة)، الجزائر، 2015-2016، ص:126.

سجل نظام ATCI في سنة 2014 تطورا في الحجم والقيمة يقدر بـ 20.750 مليون عملية دفع مقابل 19.470 مليون عملية دفع في 2013، وهذا بمبلغ كلي يساوي 13979 مليار دينار مقابل 12661.6 مليار دينار سنة 2013، وهو ما يعادل زيادة بنسبة 6.6% من حيث حجم و10.4% من حيث القيمة. أما من حيث أدوات الدفع، بلغ حجم الشيكات 8.490 مليون شيك تمت مقاصته سنة 2014 مقابل 8.210 مليون شيك تمت مقاصته في 2013، تمثل أداة الدفع هذه بنسبة 40.9% من الحجم الكلي للعمليات التي تمت مقاصتها في 2014 بمتوسط يومي قدره 33690 معاملة وبقية قدرها 51.254 مليار دينار. أما بالنسبة لعملية تحويل الأموال من خلال هذا النظام فهي الأخرى عرفت تطورا في 2014 حيث بلغت 7.470 مليون عملية، ممثلة بنسبة 36% من الحجم الكلي للعمليات المعالجة مقابل 32.3% في 2013. ونلاحظ أن المعاملات بالبطاقة المصرفية والتي تعتبر نسبة السحب

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

فيها أكبر من الدفع تعرف هي الأخرى إرتفاعا متواصلا سواء في نسبة العمليات بالنسبة للحجم الكلي للمعاملات في النظام أو في مبلغ المعاملات، فيما عدا سنة 2014 عرفت تراجعا بنسبة 0.2 %، ومن حيث القيمة عرفت كل وسائل الدفع التي تمت مقاصتها في نظام ATCI في 2014 إرتفاعا والجدول التالي يوضح ذلك:

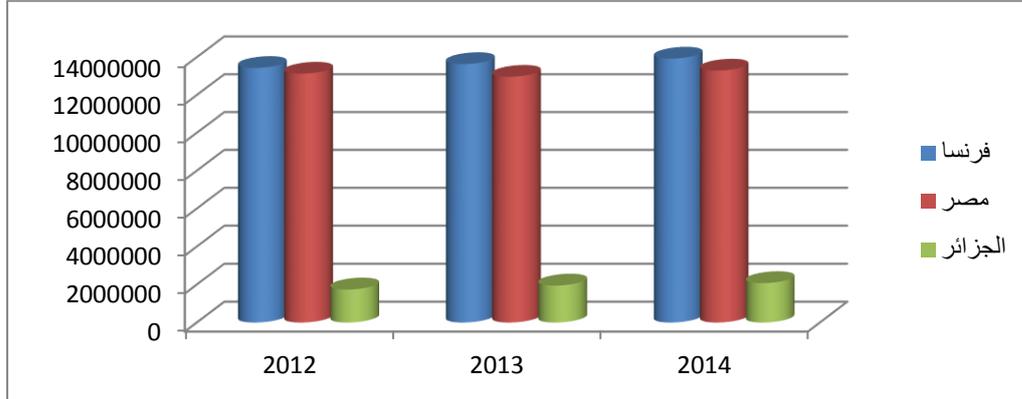
الجدول رقم (3- 23): توزيع القيم المقدمة عبر نظام ATCI بحسب الحجم (بالمليون)

السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
صورة الشيك	6.6	7.023	7.252	7.667	8.034	8.210	8.490
نسبة الشيك من الحجم الكلي للعمليات	%70.3	%63	%52.5	%44.9	%46.2	%42.2	%40.9
التحويلات الآلية	1.53	2.101	3.687	4.406	5.227	6.479	7.470
نسبة التحويلات من الحجم الكلي للعمليات	%16.4	%18.9	%26.7	%25.8	%30.1	%32.3	%36
البطاقات الإلكترونية	1.61	1.915	3.758	4.848	3.953	4.570	4.560
نسبة البطاقات من الحجم الكلي للعمليات	%12.5	%17.2	%20	%28.4	%22.7	%23.5	%22
أوراق تجارية	0.07	0.1	0.1105	0.1536	0.17	0.21	0.2283
نسبة الأوراق التجارية من الحجم الكلي للعمليات	%0.8	%0.9	%0.8	%0.9	%1	%1.1	%1.1

المصدر: حمطوش كاتية، واقع وتحديات إستراتيجية تحديث أنظمة الدفع دراسة مقارنة (الجزائر، فرنسا، المغرب، تونس)، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التجارة، تخصص تأمينات وبنوك، جامعة ابن خلدون، تيارت، غير منشورة)، الجزائر، 2015-2016، ص: 127.

نظام المقاصة الإلكترونية هو الآخر نظام يقوم على نفس المبادئ التي تقوم عليها أنظمة المقاصة العالمية الأخرى إلا أن الغاية من إستخدامه تختلف من بلد إلى آخر كل حسب أهدافه المسطرة، فقد تم تبني هذا النظام في كل من مصر "EG-ACH"، فرنسا "CORE"، والجزائر "ATCI". ومن أجل توضيح وتقييم أداء النظام الجزائري للمقاصة الإلكترونية ATCI مقارنة بالأنظمة المماثلة للدول الخاضعة للدراسة تم إنجاز الشكل التالي:

الشكل رقم (3-18): مقارنة أداء أنظمة المقاصة الإلكترونية لمختلف الدول



المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على الإحصائيات السابقة.

رغم التطور الذي عرفه استخدام نظام ATCI في الجزائر، إلا أنه لا يزال استخدامه ضيق نوعا ما مقارنة بدرجة استخدام الأنظمة المماثلة في الدول المتقدمة كفرنسا وحتى في بعض الدول العربية كمصر كما هو مبين في الشكل أعلاه، على الرغم من الجهود المبذولة في مجال تطوير هذا النظام.

### ثالثا: نظام Western Union و SWIFT

من بين الأنظمة التي إعتمدتها الدولة الجزائرية بغية تقديم أفضل الخدمات البنكية هي نظام سويفت ونظام التحويلات السريعة:

#### 1- الشبكة المصرفية SWIFT:

أنشأت هذه الشبكات المصرفية في سنة 1973 بأكثر من 200 مصرف دولي، وكان الهدف منها تقديم خدمة عالية الجودة توفر تأمين الانتقال والخدمات المالية الأخرى، و SWIFT ليس نظام للمدفوعات في حد ذاته أي أنه لا يقوم بالتسويات المالية بين حسابات البنوك ومراسليها، وإنما تقتصر مهمته على نقل التعليمات من بنك إلى آخر بسرعة فائقة<sup>1</sup>.

إن أغلب البنوك الجزائرية تعمل بنظام سويفت لتحويل الرسائل الإلكترونية الخاصة بالمعاملات الخارجية، حيث إنظم البنك الخارجي الجزائري إلى نظام سويفت سنة 1988 وبدأ العمل به في سنة 1991 كما عمل القرض الشعبي الجزائري وبنك البركة على إدخاله في تسوية معاملاته الخارجية، وعمل

<sup>1</sup> هيثم المسيري، تقنيات البنوك الإلكترونية، ندوة الخدمات البنكية الإلكترونية الشاملة (رؤية مستقبلية)، جامعة الدول العربية، القاهرة، مصر، 29-25 نوفمبر 2007، ص:3.

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

بنك البدر منذ سنة 2000 في إطار مخطط إعادة التأهيل ليتكيف مع المقاييس العالمية على إدخاله وخاصة أنه يملك أكبر عدد من خطوط القرض الدولية بالجزائر<sup>1</sup>.

### 2- نظام التحويلات السريعة Western Union :

يستخدم هذا النظام للزيادة في سرعة تحويل الأموال على المستوى الدولي والذي تم تطبيقه في العديد من مؤسسات البريد الوطنية ابتداء من 2001/05/19. حيث إن شركات Western Union في الجزائر تستقبل فقط المال من الخارج وغير مسموح لها بإرساله إلى الخارج وهذا يرجع للقوانين الجزائرية التي تفرض تحويل الأموال من الداخل إلى الخارج، ولديها وسطاء خارج الجزائر يقومون بالتحويل. تسلم الأموال في الحالة العامة نقدا، ولكن في بعض الحالات قد تتم الدفعة بشكل شيك تحويل الأموال أو بطاقة دفع. تتميز هذه الخدمة بالبساطة في التنفيذ، الأمان والسرعة، ولكن لكي تكون فعالة وترقى إلى المستوى الذي يطمح إليه العملاء يجب أن يتدعم بمجموعة أخرى من الخدمات الثانوية بالإضافة إلى مراعاة العملاء لبعض الأمور وهي:

- الحصول على الأموال المحولة بالعملة الصعبة يستوجب فتح حساب بنكي لدى أحد البنوك التجارية؛
- عند تحويل الأموال إلى الخارج، يجب مراعاة الفوارق في أسعار صرف العملات التي قد تؤثر على قيمة المبالغ المحولة؛
- تسلم المبالغ أو الأموال المحولة إلا لصاحبها شخصيا؛

تتعاون Western Union في الجزائر مع موفري الخدمات المالية التالية: الشركة العامة، بريد الجزائر، بنك بي أن بي باريباس الجزائر. ويمكن تحويل أي مبلغ مالي إلى غاية 5000 أورو كحد أقصى للشخص الواحد في كل يوم ويتم سحب المبلغ المالي بعملة الدينار الجزائري فقط ولا يسمح بسحبه بنفس عملة الإرسال، ويتم تحويل المبلغ من عملة الإرسال إلى الدينار الجزائري بتطبيق سعر الصرف الرسمي، أما في الجزائر يبلغ الحد الأقصى لإستلام الأموال 5000.000 دج للشخص الواحد في كل يوم<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> ميهوب سماح، الإتجاهات الحديثة للخدمات المصرفية، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص بنوك وتأمينات، جامعة منتوري، قسنطينة، غير منشورة)، الجزائر، 2004-2005، ص:113.

<sup>2</sup> Internet, Site officiel de Western Union, (page consultée le 18/04/2017), [en ligne], <https://algeria.westernunion.com/WUCOMWEB/staticMid.do?method=load&pagina me=mtSendMoney>.

## الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية-تجارب دولية

### خلاصة الفصل:

إن التطرق إلى واقع التجارة الإلكترونية في مصر، فرنسا، الجزائر كشف على جهود مبدولة ولا تزال تبدل في هذا المجال من أجل إقامة بنية تحتية ضرورية لهذا النوع من التجارة، فضلا عن محاولات التي تقوم بها بعض الهيئات الحكومية لتكييف معاملات التجارة الإلكترونية وفق للقوانين الدولية وللارتقاء بنوعية الخدمات التي تقدمها والسماح للشركاء والمتعاملين الإقتصاديين بالإستثمار في هذا المجال ولكن وبالرغم من كل ذلك لا تزال مصر، والجزائر بعيدة كل البعد عن المستوى الذي وصل إليه البلد الأوروبي فرنسا ذلك للفجوة الرقمية الكبيرة بين الدول النامية والدول المتقدمة كما هناك فرق في العديد من المؤشرات التي تعبر عن مستوى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في هذه البلدان التي تعبر عن وضعية التجارة الإلكترونية. لذلك يتطلب دراسة أسباب تأخر التجارة الإلكترونية في وطننا العربي ووضع الحلول الناجعة والسريعة لتفعيل هذه التجارة، كما أن التعامل بهذا النوع من التجارة يتطلب وجود وسيط إلكتروني من أجل القيام بعملية تسوية المدفوعات، لذلك سعت البنوك في كل من مصر، فرنسا، والجزائر إلى تطوير نظامها المصرفي ومواكبة كل ما هو جديد من خلال إصدار البطاقات البنكية ونشر الموزعات الآلية ونهائيات الدفع الإلكتروني والإنضمام لشبكات الدفع العالمية.

ومن خلال دراستنا تم التوصل أيضا إلى الإرتباط الوثيق بين إنتشار ونمو التجارة الإلكترونية وتوافر القاعدة التكنولوجية لتقنية المعلومات والإتصال باعتبارها البنية التحتية اللازمة لها، إضافة إلى وجوب توفر مبادئ ومتطلبات قيامها وأهمها البنية التحتية التكنولوجية، وضرورة سن تشريعات والأنظمة المناسبة للتعامل عبر شبكة الأنترنت وحقوق الملكية الفكرية علاوة على أهمية توفر الإطارات البشرية المؤهلة للتعامل مع تقنية المعلومات، وإتساع مجالات إستخدامها لتشمل كافة التعاملات الإقتصادية، وما يهمننا في هذا هو محاولة إبراز آفاق التجارة الإلكترونية في البلدان العربية.

خاتمة

## خاتمة

لقد ساعد التقدم الهائل في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات إلى حدوث ثورة تقنية في مجال الأعمال والإقتصاد، والتي أصبحت فيه هاته التكنولوجيات من الركائز الأساسية بالنسبة للدول في النهوض بإقتصادياتها لذلك وعت جميع الدول بضرورة الإستفادة القصوى من هذه التقنيات الحديثة وإستغلالها بما يسمح لتعزيز نموها وإزدهار إقتصادها.

فقد شهد العالم في الآونة الأخيرة إهتماما متزايدا بالتجارة الإلكترونية كنتيجة حتمية وضرورية للتطورات والمستجدات الحديثة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات حيث لعبت ولا زالت تلعب الشبكة الدولية للمعلومات أو ما يعرف بالإنترنت دورا رئيسا ومهما كوسيط لإستكمال تنفيذ أعمال التجارة بشكلها الحديث والمعاصر. فقد حصل تحولا كبيرا من الشكل التقليدي للتجارة الى الشكل الإلكتروني الحديث، وأصبحت التجارة الإلكترونية واقعا ملموسا في ظل البيئة الحالية. وتسعى العديد من الدول الى تعظيم دور التجارة الإلكترونية خصوصا في ظل المتغيرات العالمية والتحديات الجديدة ومن المتوقع أن يتعاظم دورها في المستقبل القريب نظرا لتأثير هذه التجارة على الأسواق وأداء المؤسسات وقدرتها التنافسية، حيث يتوقع أن تكون التجارة الإلكترونية هي أسلوب التجارة السائد بين المنظمات والأفراد خلال هذا القرن في كافة أنحاء العالم.

وفي هذه البيئة التي فرضت التجارة الإلكترونية نمط جديدا ومميزا للتعامل يكون لزاما على البنوك بإعتبارها طرفا فعالا في الإقتصاد أن تخوض تحديا مزدوجا، الأول يتجلى في العمل على تكيف خدماتها وفق الطرق والأساليب الإلكترونية، والثاني يظهر عند إتمام المعاملات التجارية الإلكترونية والقيام بعمليات التسوية التي تحتاج إلى تطوير وسائل الدفع بشكل ينسجم مع طبيعة التجارة الإلكترونية. وفي هذا الإطار كان من الضروري تحديث وتطوير نظم الدفع التقليدي فظهرت وسائل الدفع الإلكترونية من أجل تسهيل المعاملات والمبادلات التجارية وخلق حلقة الوصل بين الأفراد والمؤسسات المتعاملة بالتجارة الإلكترونية والمؤسسات المالية والمصرفية. ومن هنا تجلى دور البنوك الإلكترونية في تفعيل التجارة الإلكترونية المختلفة.

وإن الإهتمام بالتجارة المعتمدة على وسيط إلكتروني دليل على وعي إقتصادي ناضج، هذه التجارة التي كانت مجرد حلم، فرضت اليوم نفسها في تحديد المستقبل الإقتصادي للدول، وأصبحت النمط الرئيسي للنشاط التجاري، فقد نمت حجمها بسرعة خيالية في مختلف أنحاء العالم، بسبب المزايا العديدة التي توفرها

خاصة إختصارها للزمن والمسافات وإختزالها للتكاليف. ولعل تجارب بعض الدول كفرنسا ومصر التي تشهد تحولات كبيرة للإنتقال للعالم الرقمي، هو أكبر حافز لتشجيع الجزائر على إستيعاب هذه التغيرات التكنولوجية الهائلة، ومواكبة النقلة النوعية، وخوض تجربة التجارة الإلكترونية للإستفادة من مزايا تطبيقها. حيث تبرز دول الإتحاد الأوروبي بشكل عام وفرنسا بشكل خاص كثيرا في إستخدام وتنويع ونشر أنظمة الدفع المصرفية الإلكترونية، والذي قد يكون كل من عامل الثقة لدى جمهورها وإهتمامها بالتقدم التكنولوجي والمعلوماتي من العوامل التي ساهمت في نجاحه. وكذلك بالنسبة لمصر قامت بتبني إستراتيجيات والقيام بعدة إصلاحات على مستوى منظومتها المصرفية وذلك بهدف مواكبة العولمة المالية والمصرفية وبالتالي عصرنة مصاريفها، والذي ألزم الإتجاه نحو رقمنة أنظمة الدفع المصرفية لما لها تأثير على التجارة الإلكترونية. والجزائر كغيرها من الدول العربية تسعى جاهدة إلى توفير البيئة المناسبة لتنامي التجارة الإلكترونية خاصة وأنها تعتبر مكسب لإحداث تنمية إقتصادية شاملة، إلا أنه وبالرغم من وجود نية التطوير لم تكن مجهوداتها فاعلة ولم تصل إلى النتائج التي كان مرجوا تحقيقها، فمعظم الأنظمة المصرفية لا تزال تتعامل بنظم الدفع التقليدية، وإن وجدت النظم الإلكترونية يكون التعامل بها محدود أو شبه منعدم، فبالمقارنة مع سير أنظمة الدفع الإلكترونية في فرنسا نجد درجة تباين عالية، وكذلك غياب الثقافة وعنصر الأمان لدى الأفراد تجاه التعامل الإلكتروني، وكذا ضعف البنية التحتية للشبكات.

### 1- إختبار الإشكالية: تنص إشكالية هذا البحث على: ما الدور الذي تلعبه البنوك الإلكترونية في تطوير التجارة الإلكترونية؟

يمكن القول من خلال ما إستخلصناه من هذه الدراسة أن في ظل وجود شبكة الأنترنت وشيوعها وإزدياد مستخدميها، وفي ظل التطور الهائل في تقنيات الحاسوب والإتصال التي حققت تبادلا سريعا وشاملا للمعلومات ضمن سياسة وخطط الإنسياب السريع للبيانات ومفهوم العولمة على الخط، وترافق ذلك مع إستثمار الأنترنت في ميدان النشاط التجاري الإلكتروني ضمن مفاهيم الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية، ومع إزدياد القيمة الإقتصادية للمعلومات، في ظل ذلك كله تطور مفهوم الخدمات المالية على الخط لتتحول الفكرة من مجرد تنفيذ أعمال عبر خط خاص إلى بنك له وجود كامل على الشبكة ويحتوي موقعه كافة البرمجيات اللازمة للأعمال المصرفية. فقد لعبت البنوك الإلكترونية أو بنوك

الأنترنت دورا كبيرا في زيادة حجم التجارة الإلكترونية نظرا للتسهيلات التي تقدمها للمتعاملين في مجال تسوية المعاملات ووسائل الدفع الإلكترونية، حيث تم تجاوز العديد من الصعوبات، وبذلك فرضت هذه البنوك نفسها في السوق المصرفية المحلية والعالمية وساهمت في تفعيل التجارة الإلكترونية.

**2- إختبار الفرضيات:** بعد دراسة موضوع البحث ومحاولة الإحاطة ببعض جوانبه يمكننا إجراء إختبار لفرضياته كمايلي:

- **الفرضية الأولى:** والتي تنص على أنه (تكمن عمليات التجارة الإلكترونية في تبادل السلع والخدمات عبر شبكة الأنترنت)، توصلنا إلى أن هذه الفرضية خاطئة فالتجارة الإلكترونية لا يمكن حصرها في تبادل السلع والخدمات عبر الأنترنت فقط، فهي تنفيذ كل ما يتصل بعمليات الشراء والبيع البضائع والخدمات والمعلومات عبر شبكة الأنترنت والشبكات التجارية العالمية الأخرى ومختلف القنوات الإلكترونية، وتتواجد في العديد من المجالات. كما تتعدد أنواعها بناءا على العلاقة بين أطرافها الرئيسية من وحدة أعمال، مستهلك، وإدارة محلية أو حكومية؛
- **الفرضية الثانية:** التي تنص على أنه (تعتبر البنوك الإلكترونية من أهم الوسائل التي تؤثر على حجم التجارة الإلكترونية) تحققت إذ أن البنوك الإلكترونية تعتبر وسيط مالي وتجاري ساهمت في تنمية وتنشيط التجارة الإلكترونية وذلك من خلال الخدمات المصرفية التي توفرها على الأنترنت إضافة إلى إستحداث نظم ووسائل الدفع الحديثة التي أدت إلى سهولة وسرعة تسوية المدفوعات، مما ينعكس على إنتشار وحجم التجارة الإلكترونية؛
- **الفرضية الثالثة:** التي تنص على (تحتل الجزائر موقعا ضعيفا في مجال تقنية الإتصالات وأنشطة التجارة الإلكترونية بالنسبة لحجم التجارة العالمية، ويعود ذلك إلى ضعف المنظومة المصرفية وللهوض بها مستقبلا لابد من توفير بنية تحتية متطورة)، توصلنا أن غياب ثقافة الإقتصاد الرقمي وإستخدام التكنولوجيات الحديثة وكذا ضعف المنظومة المصرفية يحد من تطور التجارة الإلكترونية في الجزائر وأغلب المعاملات التجارية لا تزال تقليدية حيث أن نشر ثقافة الدفع الإلكتروني لدى المنظومة المصرفية الجزائرية لا يزال في بدايته، حيث يمثل إستعمال وسائل الدفع الإلكترونية نسبة ضئيلة مقارنة بوسائل الدفع التقليدية، لكن رغم تأخر الجزائر في مجال إختراق تكنولوجيا المعلومات وتبني التجارة

الإلكترونية، إلا أن هناك مؤشرات على إمكانية تحسن القطاع وأمل كبير في إنطلاق التجارة الإلكترونية، في حال تم القيام بعدة إصلاحات على مستوى منظومتها المصرفية، والعمل على توفير البيئة التقنية والتوعوية والتشريعية والتجارية المناسبة لتنمية هذه التجارة، وخصوصا أن هناك الكثير من المؤسسات التي بدأت بالفعل تمارس بعض أعمالها عبر الأنترنت، وهذا ما يؤكد صحة الفرضية.

### 3- نتائج البحث: خلصت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج يمكن ذكرها فيمايلي:

- توفر التجارة الإلكترونية فرصا وفوائد عديدة للموردين والعملاء والدولة ككل من حضور وخيار عالمي، وضع تنافسي أفضل، إلغاء سلاسل التوريد، خفض التكاليف، ربح الوقت وخلق مناصب شغل؛
- تأثير التجارة الإلكترونية على الإقتصاد بكافة قطاعاته سواء على مستوى قطاعات الأعمال أو القطاع الاستهلاكي أو على مستوى الإقتصاد القومي ككل؛
- أدى التقدم التكنولوجي إلى ظهور البنوك الإلكترونية التي تقوم بتقديم خدمات مصرفية إلكترونية متنوعة بألية جديدة من أجل الحفاظ على العملاء وجلب عملاء جدد؛
- تلعب البنوك الإلكترونية دورا رئيسيا ومسيرا للتجارة الإلكترونية من خلال وسائل الدفع الإلكترونية وتحويل الأموال إلكترونيا بين أطراف العلاقة فيها؛
- إن عولمة النظام المصرفي أدت إلى ظهور أشكال ووسائل جديدة للعمل المصرفي، ساهمت فيها التطورات التي شاهدها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من خلال تطوير كل من أجهزة الصراف الآلي، الأنترنت المصرفي والهاتف البنكي؛
- الإرتباط الوثيق بين إنتشار ونمو التجارة الإلكترونية وتوفر قاعدة تكنولوجية لتقنية المعلومات والاتصالات بصفتها البنية التحتية لها؛
- ضرورة توفر المتطلبات الأساسية لقيام التجارة الإلكترونية أهمها البنية التحتية المتمثلة في قطاع تقنية المعلومات والاتصالات من شبكات الإتصال وأجهزة الإتصالات والهواتف الثابتة والنقالة والحواسيب الآلية، وإنتشار إستخدام الأنترنت، إضافة إلى ضرورة سن التشريعات والأنظمة المناسبة للتعاملات عبر شبكة الأنترنت وأهمية توفر كوادر بشرية مؤهلة للتعامل مع تقنية المعلومات؛

## خاتمة

- يرجع الفضل الكبير في تحقيق وجود التجارة الإلكترونية وإنتشارها إلى الأدوات المختلفة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، التي وفرت البيئة التقنية اللازمة لقيام هذه التجارة والتي ما هي إلا إستخدام مكثف للتكنولوجيا الحديثة من أجهزة حاسوب ووسائل وشبكات الإتصالات في المجال التجاري؛
- رغم تعدد وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، إلا أن شبكة الأنترنت برزت كركيزة أساسية للتجارة الإلكترونية، فقد ساعدت خدمات هذه الشبكة التعاملات التجارية على الإمتداد الإقليمي إلى مختلف القارات ولأكبر عدد من العملاء في أقصر وقت ممكن وبأقل تكلفة؛
- تعد فرنسا من أبرز الدول الأوروبية والمتقدمة، التي تعطي إهتمام كبير بمجال التجارة الإلكترونية والصناعة المصرفية الإلكترونية فهي تحتل الرتب الأولى في حجم التجارة الإلكترونية وكذا إستعمالات أنظمة الدفع الحديثة، بالإضافة إلى كمية النفقات التي تطرحها هذه الدولة في سبيل تطوير ونشر هذه الأنظمة لدى مجتمعاتها؛
- عرفت المصارف الفرنسية نجاحا في تنفيذ إستراتيجيات التحول نحو الصيرفة الإلكترونية وتبني أنظمة الدفع الآلية بكفاءة وفعالية للوصول إلى النموذج المصرفي الفعال؛
- يساهم تبني المصارف لأدوات الدفع الإلكترونية في خلق مجال واسع للدفع سواء كان داخليا أو خارجيا وهذا ما لحظناه من خلال التطور المستمر لحجم المعاملات التي تتم بهذه الأدوات؛
- إختلاف درجة إدراك مكاسب التجارة الإلكترونية والتجاوب معها من بلد لآخر، فقد إرتكز الحجم الأكبر من هذه التجارة العالمية لدى دول العالم المتقدم كفرنسا، أما الدول العربية وبالأخص الجزائر لانزال مبتدئة في هذا المجال؛
- إن متطلبات التجارة الإلكترونية في الدول تبقى نفسها إلا أن أولويات الإستراتيجية تختلف بين الدول المتقدمة والدول النامية وهذا الإختلاف في الأولويات يرجع بالدرجة الأولى إلى الفجوة الرقمية الموجودة بين الدول؛
- أولت السلطات النقدية والمصرفية لمصر إهتماما متزايدا لتطوير وإصلاح قطاعها المصرفية إنطلاقا من الدور الهام الذي تلعبه أنظمة الدفع الآلية في تعزيز التبادلات المالية في العالم؛

## خاتمة

- إن الدفع الإلكتروني في الجزائر يتلقى عدة عراقيل في الجانب التطبيقي، ما يفسر هذا غياب ثقافة إستعمال البطاقات الإلكترونية وكذا عدم توفر عنصري السرية والأمان، ونقص الثقة بالأطراف الأخرى المتعاملة بالتجارة الإلكترونية لغياب القوانين والقواعد المنظمة لهذا النوع من التجارة؛
  - تشهد الجزائر تقدم ملحوظ في مجال الإهتمام بتطور تكنولوجيات الإعلام والاتصالات مقارنة بالسنوات السابقة فرغم التطور الذي شهدته الجزائر في مجال الأنترنت وإزدياد عدد مستخدميها لم يزامن تطور في تطبيقات التجارة الإلكترونية فأغلب الدراسات التي أجريت حول إستخدامات التجارة الإلكترونية في الجزائر أظهرت أن هذه الإستخدامات لم يتجاوز بعد المستوى البدائي الذي يشمل أنشطة الإعلان والترويج والحصول على المعلومات والدفع عند التسليم ولم تصل إلى المستوى الثاني والمتمثل في الدفع الفوري والذي يسمح بتنفيذ المعاملات المالية والتحويلات النقدية على شبكة الأنترنت بين الشركات فيما بينها وبين الأفراد والشركات؛
  - عند مقارنة أنظمة الدفع الإلكترونية في الجزائر مع أنظمة الدفع الإلكترونية في دولة متقدمة كفرنسا نلاحظ تباعد واضح بينهما من عدة زوايا، سواء من ناحية إستعمال وتطبيق هذه الأنظمة أو من ناحية إهتمام السلطات المصرفية بوضعية هذه الأنظمة كتطويرها ونشرها ووضع القوانين والأسس التي تحكمها؛
  - أظهرت نتائج الدراسة أن النظام المصرفي المصري يعتمد على أنظمة الدفع الإلكترونية بصورة واسعة ومتطورة مقارنة بالجزائر.
- 4- الإقتراحات والتوصيات:** بناء على النتائج المتوصل إليها من خلال هذا البحث يمكن تقديم الإقتراحات والتوصيات التالية:
- وضع الإطار القانوني والتنظيمي لقيام التجارة الإلكترونية الذي يضمن إستمرارها وحماية حقوق الأطراف المتعاملة بها؛
  - دعم وفتح مجال الإستثمار في تكنولوجيا الإعلام والاتصال للقطاع الخاص المحلي وجذب رؤوس الأموال الأجنبية للإستثمار في إقامة صناعات داعمة للبنى التحتية اللازمة لتطبيق التجارة الإلكترونية؛

## خاتمة

- ضرورة بث الوعي والثقة في المستهلكين من خلال ندوات وبرامج حول أهمية التجارة الإلكترونية ودورها في التنمية؛
- تشجيع النظام المصرفي على لعب دور أساسي ميسر ومسهل للتجارة الإلكترونية، من خلال تطوير التحويل الإلكتروني للأموال وتعميم وسائل الدفع الإلكتروني باعتبارها أول خطوة لتبني هذه التجارة مع ضرورة الحفاظ على حقوق مختلف الأطراف من خلال التأكد من السرية والأمن في هذه العمليات؛
- تطوير وسائل الدفع الإلكترونية التي تعتبر أول خطوة في تبني التجارة الإلكترونية وعاملا أساسيا لقيامها؛
- إدخال الأنترنت ضمن إهتمامات البنوك والبدء بإنشاء مواقع إلكترونية عبر هذه الشبكة تكون من قبيل الوسائل الإعلانية للبنوك التجارية ولخدماتها كمرحلة أولى للتحويل إلى تقديم الخدمات الإتصالية أو التفاعلية عبر الأنترنت؛
- التجارة الإلكترونية لم تعد موضوعا تقبل به الجزائر أو ترفضه وإنما أصبح ضرورة حتمية تفرض وجودها اليوم على جميع أصحاب الأعمال والمؤسسات الإقتصادية في العالم لذلك وجب على الجزائر السعي أكثر لملاحقة التطورات السريعة والمتلاحقة في مجال التكنولوجيا الحديثة والتي صارت تؤثر على كافة المجالات الإقتصادية والإجتماعية والسياسية وبالتالي على الإنتاج وفرص العمل وزيادة الدخل القومي؛
- لا بد من إجراء الكثير من الدراسات من أجل الإستفادة من التجارب السابقة وتجارب الدول المتقدمة منها والسائرة في طريق النمو في مجال التجارة الإلكترونية وتحديث أنظمة وأدوات الدفع الإلكترونية ذلك بطبيعة الحال للإطلاع على المشاكل المحتملة لحدوث ومناقشة كيفية إيجاد الحلول لها؛
- ضرورة إجراء دراسة معمقة حول البطاقات الدولية التي يمكن أن تصدرها البنوك الجزائرية بالتعاقد مع شبكتي الفيزا والماستر كارد؛
- إن بطء بعض البنوك الجزائرية في النهوض بقطاع الدفع الإلكتروني على مستواها يعطل البنوك الأخرى والتي هي أكثر جدية في هذا المجال، وهذا لكونها مجبرة على السير وفق مخطط موحد في ظل شركة

النقد الآلي والعلاقات التلقائية ما بين البنوك، وبالتالي يجب على هذه الأخيرة فتح مجال المنافسة بين البنوك مع إبقاء بينكية التعاملات.

### 5- أفاق البحث:

لقد سمح هذا الموضوع بفتح المجال للعديد من المواضيع الأخرى حيث يعتبر هذا الموضوع يستحق دراسة أوسع وأشمل إلى جوانب أخرى لم يتم التعرض لها في موضوع دراستنا، ومن بين المواضيع الأخرى التي يمكن طرحها:

- التجارة الإلكترونية وأثرها على التنمية الإقتصادية؛
- مدى تطبيق التجارة الإلكترونية وأثارها على أداء الشركات؛
- دراسة أساليب الترويج لمختلف تطبيقات التجارة الإلكترونية؛
- أنظمة الدفع ودورها في تفعيل التجارة الإلكترونية؛
- جباية التجارة الإلكترونية الآفاق والتحديات.

# قائمة المراجع

## قائمة المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية:

### I. الكتب:

- 1- إبراهيم العيسوي، التجارة الإلكترونية، ط1، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، مصر، 2003؛
- 2- إبراهيم المنجي، عقد نقل التكنولوجيا، ط1، توزيع منشأة المعارف، الإسكندرية، مصر، 2002؛
- 3- إبراهيم بختي، التجارة الإلكترونية مفاهيم وإستراتيجيات التطبيق في المؤسسة، بدون ط، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2005؛
- 4- إبراهيم عبد الله عبد الرؤوف محمد، تأثير تحرير الخدمات المصرفية على التنمية الإقتصادية، بدون ط، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع، مصر، 2011؛
- 5- أحمد النواعرة، الإتصال والتسويق بين النظرية والتطبيق، ط1، دار أسامة للنشر، الأردن، 2010؛
- 6- أحمد سفر، أنظمة الدفع الإلكترونية، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2008؛
- 7- أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية والعولمة، بدون ط، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2008؛
- 8- أحمد عبد الله العوضي، العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية، مجلة الإقتصاد والمجتمع، الكويت، العدد6، 2010؛
- 9- أحمد محمد غنيم، إدارة البنوك: تقليدية الماضي وإلكترونية المستقبل، بدون ط، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2007؛
- 10- أحمد محمد غنيم، الإدارة الإلكترونية، بدون ط، جامعة منصور، مصر، 2004؛
- أسامة أبو الحسن مجاهد، خصوصية التعاقد عبر الأنترنت، بدون ط، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 2000؛
- 11- أكرم مالكي، محمد عمر ذوابة، عقد التحويل المصرفي الإلكتروني - دراسة قانونية مقارنة، ط1، دار الثقافة للنشر، عمان، الأردن، 2006؛
- 12- أمير فرج يوسف، عالمية التجارة الإلكترونية وعقودها وأساليب مكافحة الغش التجاري الإلكتروني، المكتب الجامعي الحديث للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2009؛

## قائمة المراجع

- 13- إيمان فاضل السامرائي و هيثم محمد الزغبى، نظم المعلومات الإدارية، بدون ط، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004؛
- 14- بسام نور، أساسيات التجارة الإلكترونية، بدون ط، الموسوعة العربية للكمبيوتر والانترنت، مصر، 2002؛
- 15- بسيوني عبد الحميد، أساسيات ومبادئ التجارة الإلكترونية، بدون ط، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، مصر، 2004؛
- 16- بهاء شاهين، العولمة والتجارة الإلكترونية، ط1، دار الفاروق الحديثة للطباعة والنشر، القاهرة، مصر، 2000؛
- 17- جعفر الجزار، العمليات البنكية، بدون ط، دار النفائس، بيروت، لبنان، 1987؛
- 18- جعفر حسن جاسم، مقدمة في الإقتصاد الرقمي، ط1، دار البداية ناشرون و موزعون، عمان، الأردن، 2010؛
- 19- حامد هند محمد، التجارة الإلكترونية في المجال السياحي، بدون ط، جامعة حلوان، القاهرة، مصر، 2003؛
- 20- حمدي عبد العظيم، التجارة الإلكترونية أبعادها الإقتصادية والتكنولوجية والمعلوماتية، بدون ط، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية، القاهرة، مصر، 2001؛
- 21- خالد العمري، التجارة الإلكترونية، بدون ط، دار الفاروق للنشر و التوزيع، مصر، 2000؛
- 22- خالد أمين عبد الله وآخرون، إدارة العمليات المصرفية المحلية والدولية، ط2، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2011؛
- 23- خالد أمين عبد الله، إسماعيل إبراهيم الطراد، إدارة العمليات المصرفية المحلية والدولية، ط1، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2006؛
- 24- خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني -دراسة مقارنة، ط1، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2007؛

## قائمة المراجع

- 25- خالد ممدوح إبراهيم، لوجستيات التجارة الإلكترونية، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2008؛
- 26- خالد وهيب الراوي، العمليات المصرفية الخارجية، بدون ط، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010؛
- 27- خبابة عبد الله، الإقتصاد المصرفي: البنوك الإلكترونية - البنوك التجارية - السياسة النقدية، بدون ط، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2008؛
- 28- خلدون كراز، تقنيات التبادل الإلكتروني للبيانات والوثائق EDI وتطبيقاتها في قطاعات النقل، بدون ط، سلسلة الدراسات الفنية 10، دمشق، سوريا، 2010؛
- 29- دريد كامل آل شبيب، إدارة البنوك المعاصرة، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012؛
- 30- رأفت رضوان، عالم التجارة الإلكترونية، بدون ط، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 1999؛
- 31- رانيا صبحي محمد عزب، العقود الرقمية في قانون الإنترنت، ط1، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر، 2012؛
- 32- ردينة عثمان يوسف، محمود جاسم الصميدعي، التسويق المصرفي-مدخل إستراتيجي /كمي/ تحليلي، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2001؛
- 33- رعد سامي عبد الرزاق التميمي، العولمة والتنمية البشرية المستدامة في الوطن العربي، ط1، دار دجلة للنشر، الأردن، 2008؛
- 34- رياض فتح الله بصله، جرائم بطاقات الائتمان، ط1، دار الشروق، القاهرة، مصر، 1995، ص:125؛
- 35- زهير بشنق، العمليات المالية المصرفية الإلكترونية، بدون ط، إتحاد المصارف العربية، بيروت، لبنان، 2006؛
- 36- زياد سليم رمضان، محفوظ أحمد جورة، الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك، ط2، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2003؛

## قائمة المراجع

- 37- زينة غانم عبد الجبار الصفار، الأسرار المصرفية دراسة قانونية مقارنة، بدون ط، دار الكتب القانونية، مصر، 2011؛
- 38- سامر جلدة، البنوك التجارية والتسويق المصرفي، بدون ط، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011؛
- 39- سحنون محمد، دروس في الإقتصاد النقدي والمصرفي، بدون ط، مطبعة جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2003-2004؛
- 40- سعد غالب ياسين، بشير عباس العلاق، الأعمال الإلكترونية، بدون ط، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2006؛
- 41- سعد غالب ياسين، بشير عباس العلاق، التجارة الإلكترونية، ط1، دار المناهج للنشر، الأردن، 2004؛
- 42- سلطان عبد الله محمود الجواري، عقود التجارة الإلكترونية والقانون الواجب التطبيق، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2010؛
- 43- سليمان ضيف الله الزين، التحويل الإلكتروني للأموال ومسؤولية البنوك القانونية، بدون ط، دار الثقافة للنشر والتوزيع، مصر، 2012؛
- 44- سمر توفيق صبرة، التسويق الإلكتروني، ط1، دار الإعصار العلمي، عمان، الأردن، 2009؛
- 45- شافي نادر عبد العزيز، المصارف والنقود الإلكترونية، ط1، المؤسسة الحديثة للكتاب، طرابلس، لبنان، 2007؛
- 46- طارق طه، إدارة البنوك وتكنولوجيا المعلومات، بدون ط، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2007؛
- 47- طارق عبد العال حماد، التجارة الإلكترونية: المفاهيم، التجارب، التحديات، الأبعاد التكنولوجية، المالية، التسويقية والقانونية، بدون ط، الدار الجامعية للطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، 2003؛
- 48- طارق عبد العال حماد، الوظيفة الإعلامية لشبكة الأنترنت، ط1، دار الراتب الجامعي، بيروت، لبنان، 2001؛

## قائمة المراجع

- 49- طه طارق، التسويق والتجارة الإلكترونية، ط1، منشأة المعارف للتوزيع، مصر، 2005؛
- 50- عامر إبراهيم قنديلجي، التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها، ط1، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2015؛
- 51- عامر محمد بسام مطر، الشيك الإلكتروني، بدون ط، دار الجنان للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013؛
- 52- عبد الرحمن، يسرى، محمد أحمد السريتي، قضايا إقتصادية معاصرة، بدون ط، الدار الجامعية للنشر، الإسكندرية، مصر، 2007؛
- 53- عبد المنعم رضي، فرج عزت، إقتصاديات النقود والبنوك، بدون ط، البيان للطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، 2001؛
- 54- فداء أحمد يحي الحمود، النظام القانوني لبطاقات الائتمان، بدون ط، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1999؛
- 55- فريد النجار وآخرون، التجارة و الأعمال الإلكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة، بدون ط، الدار الجامعية، مصر، 2006؛
- 56- فريد النجار، الإقتصاد الرقمي-الانترنت وإعادة هيكلة الإستثمار والبورصات والبنوك الإلكترونية، ط1، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2007؛
- 57- فضيل فارس، التقنيات البنكية محاضرات وتطبيقات، الجزء الأول، ط1، مطبعة الموساك، الجزائر، 2013؛
- 58- فؤاد قاسم مساعد قاسم الشعيبي، المقاصة في المعاملات المصرفية - دراسة مقارنة بين القانون والشريعة الإسلامية (المقاصة المصرفية الإلكترونية)، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2008؛
- 59- كاترين، ل.مان، وآخرون، التجارة الإلكترونية العالمية، بدون ط، ترجمة الشحات المنصور، مركز الأهرام للترجمة والنشر، القاهرة، مصر، 2003؛

## قائمة المراجع

- 60- لبارودي علي والعريبي محمد فريد، القانون التجاري، بدون ط، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2000؛
- 61- محمد إبراهيم أبو الهيجاء، عقود التجارة الإلكترونية، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2011؛
- 62- محمد الصيرفي، البيع والشراء عبر الإنترنت، بدون ط، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 2008؛
- 63- محمد بهجت عبد الله قايد، الأوراق التجارية الإلكترونية، بدون ط، دار النهضة العربية، مصر، 2001؛
- 64- محمد حسن رفاعي العطار، البيع عبر شبكة الإنترنت، ط1، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2007؛
- 65- محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، بدون ط، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2003؛
- 66- محمد سعود بن محمد العصيمي، البطاقات اللدائنية، ط1، دار ابن الجوزي، المملكة العربية السعودية، 2003؛
- 67- محمد سمير أحمد، التسويق الإلكتروني، ط1، دار الميسرة للنشر والتوزيع و الطباعة، عمان، الأردن، 2009؛
- 68- محمد صالح الحناوي وآخرون، مقدمة في عصر التكنولوجيا، بدون ط، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2004؛
- 69- محمد عبد حسين الطائي، التجارة الإلكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010؛
- 70- محمد عمر الشويرف، التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد، ط1، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013؛

## قائمة المراجع

- 71- محمد مصطفى السنهورى، إدارة البنوك التجارية، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2013؛
- 72- محمد نور صالح الجدايه وسناء جودت خلف، التجارة الإلكترونية Electronic Commerce (EC)، ط1، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2009؛
- 73- محمد نورهمان، عزالدين خطاب، التجارة الإلكترونية، ط4، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة، مصر، 2015؛
- 74- محمد، إبراهيم عبيدات، أساسيات التسعير في التسويق المعاصر مدخل سلوكي، ط1، دار الميسرة للنشر، الأردن، 2004؛
- 75- محمود محمد أبو فروة، الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الإنترنت، ط2، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012؛
- 76- مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، الأوراق التجارية ووسائل الدفع الإلكترونية الحديثة، بدون ط، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2009؛
- 77- ممدوح محمد خيرى هاشم، مشكلات البيع الإلكتروني عن طريق الإنترنت في القانون المدني- دراسة مقارنة، بدون ط، دار النهضة العربية، لبنان، 2000؛
- 78- منير محمد الجنيهي، ممدوح محمد الجنيهي، البنوك الإلكترونية، بدون ط، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2005؛
- 79- منير محمد الجنيهي، ممدوح محمد الجنيهي، النقود الإلكترونية، بدون ط، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، مصر، 2006؛
- 80- ناصر خليل، التجارة والتسويق الإلكتروني، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009؛
- 81- ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبدلات، الصيرفة الإلكترونية: الأدوات والتطبيقات ومعوقات التوسع، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008؛

## قائمة المراجع

- 82- نجم عبود نجم، الإدارة الإلكترونية، الإستراتيجية، الوظائف و المشكلات، بدون ط، دار المريخ، الرياض، المملكة السعودية، 2004؛
- 83- نضال سليم برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، ط3، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010؛
- 84- نوري منير، التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني، بدون ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2014؛
- 85- هاني مهدي الجمل، المرشد الأساسي في التجارة الإلكترونية، ط1، مجموعة النيل العربية، القاهرة، مصر، 2003؛
- 86- هشام مخلوف وآخرون، التجارة الإلكترونية - الحاضر وأفاق المستقبل - ، بدون ط، المؤلفين، القاهرة، مصر، 2003؛
- 87- وائل الديبسي، دليل العمليات الإلكترونية في القطاع المصرفي - الواقع والآثار القانونية، ط2، إتحاد المصارف العربية، بيروت، لبنان، 2010؛
- 88- وليد الزيدي، التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت "الموقف القانوني"، ط1، دار المناهج، عمان، الأردن، 2004؛

## II. الأطروحات والمذكرات

- 89- العاني إيمان، البنوك التجارية وتحديات التجارة الإلكترونية، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص بنوك وتأمينات، جامعة منتوري، قسنطينة، غير منشورة)، الجزائر، 2006-2007؛
- 90- إياد زكي محمد أبو رحمة، أساليب تنفيذ عمليات التجارة الإلكترونية ونظم التسوية المحاسبية عنها - دراسة تطبيقية على البنوك العاملة في قطاع غزة، ( مذكرة لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في المحاسبة والتمويل، الجامعة الإسلامية، غزة، غير منشورة)، فلسطين، 2009؛

## قائمة المراجع

- 91- برحيل مدينة، بلعربي ياسين، تكنولوجيا الإعلام والاتصال وأثرها على فعالية تسيير البنوك، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص تأمينات وبنوك، جامعة ابن خلدون تيارت، غير منشورة)، الجزائر، 2014-2015؛
- 92- بورزق إبراهيم فوزي، دراسة تحليلية حول التجربة الجزائرية في مجال النقد الآلي البيبنكي، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تحليل إقتصادي، جامعة الجزائر، غير منشورة)، الجزائر، 2007/2008؛
- 93- بوهكة فنيحة، التجارة الإلكترونية وتحديات اعتمادها في إقتصاديات الدول - دراسة مقارنة، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص مالية، جامعة ابن خادون، تيارت، غير منشورة)، الجزائر، 2015-2016؛
- 94- حمطوش كاتية، واقع وتحديات إستراتيجية تحديث أنظمة الدفع دراسة مقارنة (الجزائر، فرنسا، المغرب، تونس)، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التجارية، تخصص تأمينات وبنوك، جامعة ابن خلدون، تيارت، غير منشورة)، الجزائر، 2015-2016؛
- 95- دحية رباب، دراسة تحليلية لأداء أنظمة الدفع حالة نظام الدفع المكثف بالجزائر، (مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير تخصص علوم إقتصادية، فرع مالية، بنوك وتأمينات، جامعة المسيلة، غير منشورة)، الجزائر، 2011-2012؛
- 96- رشا فؤاد عبد الرحمان، إعادة هيكلة وتطوير الجهاز المصرفي وتأثيره على الأداء البنكي، (برنامج دكتوراه، كلية الإقتصاد والعلوم السياسية، قسم الإقتصاد، جامعة القاهرة، غير منشورة)، مصر، 2005-2011؛
- 97- زيدان محمد، دور التسويق في القطاع المصرفي حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، (رسالة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، فرع تخطيط، جامعة الجزائر، غير منشورة)، الجزائر، 2004-2005؛
- 98- سليمان عبد الرزاق أبو مصطفى، التجارة الإلكترونية في الفقه الإسلامي، (رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الفقه المقارن، كلية الشريعة، الجامعة الإسلامية، غزة، غير منشورة)، فلسطين، 2005؛

- 99- سماح سعبور، مصباح مرابطي، وسائل الدفع الإلكتروني غي الجزائر-واقع وتحديات- دراسة استطلاعية من وجهة نظر الموظفين بالوكالات البنكية لولاية تبسة،(مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم التجارية، تخصص تمويل مصرفي، جامعة العربي التبسي-تبسة-)، غير منشورة)، الجزائر، 2015-2016؛
- 100- سمية ديمش، التجارة الإلكترونية وحتميتها وواقعها في الجزائر، (مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تحليل وإستشراف إقتصادي، جامعة منتوري، قسنطينة، غير منشورة)، الجزائر، 2010-2011؛
- 101- شايب محمد، أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على فعالية البنوك التجارية الجزائرية -دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط بسطيف، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس سطيف، غير منشورة)، الجزائر، 2006-2007؛
- 102- صراع كريمة، واقع وأفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، ( مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في العلوم التجارية، تخصص إستراتيجية، جامعة وهران، غير منشورة)، الجزائر، 2013-2014؛
- 103- لوصيف عمار، إستراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرين مع الإشارة إلى تجربة الجزائر، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص التحليل والإستشراف الإقتصادي، جامعة منتوري، قسنطينة، غير منشورة)، الجزائر، 2008-2009؛
- 104- مزغيش جمال، التجارة الإلكترونية على شبكة الإنترنت - دراسة حالة توجه المؤسسات الجزائرية نحو التجارة الإلكترونية، (مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، غير منشورة)، الجزائر، 2002؛
- 105- معمري حسام الدين، دور أنظمة الدفع الحديثة في البنوك وتأثيرها على التعاملات الاقتصادية، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم الاقتصادية، تخصص مالية وبنوك، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، غير منشورة)، الجزائر، 2009-2010؛

## قائمة المراجع

- 106- مغني سليمة، وسائل الدفع الإلكترونية وإنعكاساتها على الوطن العربي والجزائر خاصة، (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في الحقوق، تخصص إدارة أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية قسم الحقوق، جامعة خميس مليانة، غير منشورة)، الجزائر، 2013-2014؛
- 107- مناعة موزة، أنظمة الدفع والتسوية الحديثة كآلية لتطوير الخدمات البنكية- دراسة حالة - الجزائر، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص مالية، جامعة ابن خلدون، تيارت، غير منشورة)، الجزائر، 2014-2015؛
- 108- ميهوب سماح، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية - حالة نشاط البنك عن بعد-، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه في العلوم الإقتصادية، جامعة قسنطينة 2، غير منشورة)، الجزائر، 2013-2014؛
- 109- ميهوب سماح، الاتجاهات الحديثة للخدمات المصرفية، (مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص بنوك وتأمينات، جامعة منتوري، قسنطينة، غير منشورة)، الجزائر، 2004-2005؛

### III. الملتقيات والمؤتمرات

- 110- أيت زيان كمال، حورية أيت زيان، الصيرفة الإلكترونية في الجزائر، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر- عرض تجارب دولية، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أفريل 2011؛
- 111- بريش عبد القادر، زيدان محمد، دور البنوك الإلكترونية في تطوير التجارة الإلكترونية، الملتقى الدولي للتجارة الإلكترونية، المنظم بجامعة ورقلة، الجزائر، بتاريخ: 15-16-17-مارس 2004؛
- 112- بوفليح نبيل، فرج شعبان، البنوك الإلكترونية كمدخل لزيادة تنافسية البنوك العربية، الملتقى الدولي حول المعرفة في ظل الإقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، جامعة حسينة بن بوعلي، شلف، الجزائر، 27-27 نوفمبر 2007؛

## قائمة المراجع

- 113- جبل أحمد، رشام كهينة، بطاقة الإئتمان كوسيلة من وسائل الدفع في الجزائر، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية إعتماا التجارة الإلكترونية في الجزائر- عرض تجارب دولية، المركز الجامعي بخميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أبريل 2011؛
- 114- حسن شحاذة الحسين، العمليات المصرفية الإلكترونية في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والإقتصادية، مؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق، جامعة بيروت العربية، لبنان، 2002؛
- 115- حسين مصطفى الهلالي، التحول نحو التجارة الإلكترونية بإستخدام تكنولوجيا المعلومات، ملتقى تحول المنظمات من إستخدام الأساليب التقليدية إلى إستخدام تكنولوجيا المعلومات، الإسكندرية، مصر، 20-28 جويلية 2005؛
- 116- حسين مصطفى هلالى، نظم المعلومات SWIFT ودوره في تنشيط حركة التعامل المصرفي (حالات تطبيقية)، ندوة الخدمات البنكية الإلكترونية الشاملة (رؤية مستقبلية)، جمهورية مصر العربية، القاهرة، مصر، 25-29 نوفمبر 2007؛
- 117- خليفة منية، الصيرفة الإلكترونية كمدخل لتأهيل وعصرنه البنوك الجزائرية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية إعتماا التجارة الإلكترونية في الجزائر- عرض تجارب دولية، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أبريل 2011؛
- 118- خيثر محمد، فرحي محمد، دور التجارة الإلكترونية في توسيع مشروع الإقتصاد الإفتراضي بالدول العربية، الملتقى العلمي الدولي الخامس حول الإقتصاد الإفتراضي وإنعكاساته على الإقتصاديات الدولية، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، 13-14 مارس 2012؛
- 119- شول شهرة، مدوخ ماجدة، الصيرفة الإلكترونية: ماهيتها- مخاطرها- حمايتها، مداخلة مقدمة إلى المنظومة المصرفية في الألفية الثالثة، مناقشة مخاطر تقنيلت، جامعة جيجل، الجزائر، يومي 06-07 جوان 2005؛
- 120- عبد الرزاق، محمود حامد، دور التجارة الإلكترونية في التأثير على هيكله التجارة الخارجية المصرية، المؤتمر القومي الأول- مصر وتحديات القرن القادم، مركز بحوث ودراسات التنمية التكنولوجية جامعة حلوان، مصر، 10-12 مايو 1999؛

## قائمة المراجع

- 121- علاوي محمد لحسن، مولاي لخضر عبد الرزاق، مداخلة بعنوان آليات التجارة الإلكترونية كأداة لتفعيل التجارة العربية البينية، الملتقى الدولي الرابع حول عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، 26-27 أبريل 2011؛
- 122- علي فلاق، آثار التجارة الإلكترونية على الإقتصاد، الملتقى الوطني الخامس حول الإقتصاد الإفتراضي وإنعكاساته على الإقتصاديات الدولية، جامعة البليدة، الجزائر، يومي 13- 14 مارس 2012؛
- 123- فارس فضيل، حمزة ضويفي، الأبعاد القانونية والضريبية للتجارة الإلكترونية في ظل وسائل الدفع المعتمدة، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية التجارة الإلكترونية في الجزائر، معهد العلوم الإقتصادية والتسيير، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، 26-27 أبريل 2011؛
- 124- قاسي ياسين، فايدى كمال، إسهامات الصيرفة الإلكترونية في تحقيق التنمية المستدامة بالجزائر، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر- عرض تجارب الدولة، المركز الجامعي بخميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أبريل 2011؛
- 125- محرز نور الدين وآخرون، نظام الدفع الإلكتروني ودوره في تفعيل التجارة الإلكترونية مع الإشارة لحالة الجزائر، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر- عرض تجارب دولية، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26- 27 أبريل 2011؛
- 126- محمد إبراهيم الشرقاوي، مفهوم الأعمال المصرفية الإلكترونية وأهم تطبيقاتها، مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون، المنعقد بكلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، الإمارات، المجلد الأول، 10-13 ماي 2003؛
- 127- محمد شريف توفيق ونعيم فيهم حنا، تنفيذ عمليات التجارة الإلكترونية والتحاسبات الضريبي عنها، مؤتمر التجارة الإلكترونية الآفاق والتحديات، الإسكندرية، مصر، 25-27/7/2002؛

## قائمة المراجع

- 128- مداحي محمد، التجارة الإلكترونية و واقع إستخدامها على المستوى الدولي و العربي، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية إعتداد التجارة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي، خميس مليانة، الجزائر، 26-27 أبريل 2011؛
- 129- معطى الله خير الدين، بوقمون محمد، المعلوماتية والجهاز البنكي - حتمية تطوير الخدمات المصرفية-، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الإقتصادية - واقع و تحديات-، المنظم بكلية العلوم الإنسانية والعلوم الإجتماعية، جامعة شلف، الجزائر، يومي: 14 - 15 ديسمبر 2004؛
- 130- نعمون وهاب، النظم المعاصرة لتوزيع المنتجات المصرفية وإستراتيجية البنوك، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الإقتصادية - واقع وتحديات- المنعقد بكلية العلوم الإنسانية والعلوم الإجتماعية بالإشراف العلمي لمخبر العولة وإقتصاديات شمال إفريقيا الوطني، المنعقد بشلف، الجزائر، يومي 14-15 ديسمبر 2004؛
- 131- هيثم المسيري، تقنيات البنوك الإلكترونية، ندوة الخدمات البنكية الإلكترونية الشاملة (رؤية مستقبلية)، جامعة الدول العربية، القاهرة، مصر، 25-29 نوفمبر 2007؛
- 132- يونس عرب، المركز العربي للقانون والتقنية العالمية، مؤتمر التجارة الإلكترونية، منظمة الاسكوا، الأمم المتحدة، بيروت، لبنان، خلال فترة 8-10 نوفمبر 2000؛

## IV. المجالات

- 133- أحمد ابراهيم، المقاصة الالكترونية بين البنوك المصرية لتعظيم العائد على إدارة السيولة، مجلة الرياض الإقتصادي، مكتب الرياض القاهرة، مصر، العدد 14928، 8 ماي 2009؛
- 134- بسام أحمد الزلمي، دور النقود الإلكترونية في عمليات غسيل الأموال، مجلة جامعة دمشق للعلوم الإقتصادية والقانونية، سوريا، المجلد 26، العدد 1، 2010؛
- 135- البنك المركزي، المجلة الإقتصادية تهدف لعرض التطورات الإقتصادية في جمهورية مصر العربية وفي الإقتصاد العالمي، قطاع البحوث الإقتصادية، المجلد 56، العدد 2، 2015/2016؛

## قائمة المراجع

- 136- رايح عرابة، دور الصيرفة الشاملة في تطوير البنوك في الدول النامية مع الإشارة إلى حالة مصر، مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا، الجزائر، العدد 6، 2010؛
- 137- زايري بلقاسم، طوباشي علي، طبيعة التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها المتعددة، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، العدد 288، فيفري 2003؛
- 138- زغدار أحمد، حميدي كلثوم، تقييم أداء نظام الجزائر للتسوية الفورية (ARTS) في النظام المصرفي الجزائري خلال فترة 2006-2014، مجلة البحوث والدراسات العلمية، جامعة الدكتور يحيى فارس، المدية، الجزائر، العدد 9، الجزء 2، ديسمبر 2015؛
- 139- عايدة عبير بلعدي، واقع تحديث أنظمة الدفع في الجزائر وأثره على المنظومة المصرفية الجزائرية، مجلة الإقتصاديات المالية وإدارة الأعمال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، العدد الإفتتاحي، 2014؛
- 140- علي حسن الزغبي، أثر التجارة الإلكترونية في تحقيق المزايا التنافسية دراسة تطبيقية في الشركة العربية الأمريكية للنقل السريع آرامكس، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، عمان، المجلد السابع، العدد الثاني، 2004؛
- 141- علي عبد الله شاهين، نظم الدفع الإلكترونية ومخاطرها ووسائل الرقابة عليها، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين، المجلد 12، العدد 1، 2010؛
- 142- فؤاد الشيخ، محمد سلمان عواد، المعوقات المدركة لتبني تطبيقات التجارة الإلكترونية في الشركات الأردنية، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، مطبعة الجامعة الأردنية، الأردن، المجلد 1، العدد 1، 2005؛
- 143- ماجدة مدوخ، النظام النقدي الأوروبي، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، الأغواط، الجزائر، العدد 3، 2008؛
- V. نشرات إقتصادية:

144- بنك الإسكندرية، الإقتصاد الإلكتروني في مصر، بحوث بنك الإسكندرية، مصر، 2015؛

## قائمة المراجع

- 145- بنك الإسكندرية، وسائل ونظم الدفع الإلكترونية، النشرة الإقتصادية، بنك الإسكندرية، الإسكندرية، مصر، 2001؛
- 146- اللجنة الإقتصادية والإجتماعية لغربي آسيا(الإسكوا)، تطبيق تكنولوجيا المعلومات والإتصالات المتقدمة في قطاع النقل في منطقة الاسكوا، نشرة تكنولوجيا المعلومات والإتصالات للتنمية في غربي آسيا، الأمم المتحدة، نيويورك، الولايات المتحدة الأمريكية، 2003؛
- 147- محمد كفاي، بنك القاهرة يحصد جائزة "تدويشه" لتمييز في مجال المدفوعات الصادرة بنظام سويفت، نشرة بنك القاهرة الدورية، بنك القاهرة، مصر، 2011؛
- 148- وزارة الإتصالات وتكنولوجيا المعلومات، نشرة مؤشرات الإتصالات وتكنولوجيا المعلومات، جمهورية مصر العربية، عدد ربع سنوي، سبتمبر 2016؛

## VI. مواقع الأنترنت

- 149- رشدي عبد اللطيف وادي، أهمية ومزايا البنوك الإلكترونية في قطاع غزة بفلسطين ومعوقات إنتشارها :
- <http://site.iugaza.edu.ps/rwady/files/2010/02/EBanking.pdf>
- 150- الموقع: [www.masralarabia.com](http://www.masralarabia.com)
- 151- الموقع الرسمي لبوابة اليوم السابع الإخباري: [www.youm7.com/story](http://www.youm7.com/story)
- 152- الموقع الرسمي لجريدة بوابة الشروق:
- <http://www.echoroukonline.com/ara/articles/505239.html>
- 153- الموقع الرسمي لشركة بنوك مصر للتقدم التكنولوجي:
- [www.egyptianbanks.com/ar-sa/services/123network.aspx](http://www.egyptianbanks.com/ar-sa/services/123network.aspx)
- 154- الموقع الرسمي لشركة مصر للمقاصة والإيداع والقيود المركزي:
- [www.macsd.com.eg/mcdr/arbic/showpage.aspx?pageid=6](http://www.macsd.com.eg/mcdr/arbic/showpage.aspx?pageid=6)
- 155- الموقع الرسمي للبنك الأهلي المصري:
- [www.nbe.com.eg/Default.aspx?CID=12](http://www.nbe.com.eg/Default.aspx?CID=12)

156- الموقع الرسمي للبنك المركزي المصري، مشروع تطبيق نظام التسوية الفورية RTGS إدارة نظم

الدفع:

[www.cbe.org.eg](http://www.cbe.org.eg)

157- الموقع الرسمي لوزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال:

[www.mptic.dz](http://www.mptic.dz)

158- نشرة البنك الأهلي المصري، العدد3، 2002، الموقع الرسمي للبنك الأهلي المصري:

[www.nbe.com.eg/Malia/Economic\\_Bulletin.aspx](http://www.nbe.com.eg/Malia/Economic_Bulletin.aspx)

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية:

## I. Les Livres :

159- Bouyala Régis, Le monde des paiements, Sans Edition, édition Reveu banque, France, 2005 ;

160- Efraim Turban, Information technology for management: making connections for strategic advantages, John wiley & sons, Etats-Unis,1999;

161- Jean Chrysostome Bolot et Walid Dabbous, L'Internet :Historique et évolution.Quel avenir prévisible ?, Sans Edition, Sophia Antipolis cedex, France, 2004 ;

162- Jean-Marie Charon, Les médias en France, Sans Edition, Collection Repères, France, 2013 ;

163- Jeantin Michel, Paul Le Cannu, Droit commercial : instruments de paiement et de crédit, 5eme édition, entreprise en difficulté, Dalloz, Paris, France, 1999 ;

## II. Les Mémoires :

- 164- Khedim Mohamed Mehdi, L'adoption des système d'informa  
tion-L'utilisation de l'e-banking dans le contexte Algerie, (Mémoire  
présentée pour l'obtention d'un diplôme de magister en sciences de gestion,  
option système d'information et communication dans les entreprises,  
université Abou Bakr Belkaid de Tlemcen, non publié, Algerie, 2015-2016 ;
- 165- Lazreg Mohamed, Développement de la monétique en Algérie  
réalité et perspectives, (thèse presenter pour l'obtention d'un diplôme de  
doctorat en sciences de gestion, université abou bakr belkaid, Tlemcen, non  
publié), Algérie, 2014-2015 ;

## III. Les Rapports :

- 166- Banque de France , La surveillance des moyens de paiement et  
des infrastructures des marchés financiers, rapport d'activité 2011,  
France ;
- 167- Banque de France, cartographie des moyens de paiement  
scripturaux, rapport annuel 2014 et rapport annuel 2015, France, 2016.
- 168- ILO, Life at Work in the Information Economy , World  
Employment Report, Geneva, 2001;
- 169- La Fédération E-commerce et Vente à Distance, E-Commerce aux  
Particuliers, chiffres clés 2016, France ;

#### IV. Conférences :

170- Craig, Fuefine and stehm, Jeff J, Analyzing Alternative daylight Credit Policies in RealTime Gross Settlement (RTGS), Federal Reserve Bank of Chicago, May , USA, 1-3-1996;

171- G.Hermann, Developing Model E-commerce Law, Speech at World E-conference. Perth, Western Australia, 8-10 November 1999;

172- Patrikis, Ernest T ,Some Visions of Large Value Payment systems, The 14th Payment systems International Conference, Montreaux, October. 2000;

#### V. Les journaux:

173- Hocine Lamriben, Lancement du E-Commere en avril prochain journal el watan, n°= 5638, Algerie, du 19 mai 2009 ;

174- Pu Shen, Settlement Risk in Large-Value Payments Systems, Journal of Economic , États-Unis, vol 82, 1997;

#### VI. Les sites Internet:

175- Le Site : <http://www.interne.tworldstats.com>.

176- Le Site : <https://fr.statista.com/infographie/8876/comme-nt-se-fera-lachat-en-ligne-en-2017>

177- Le Site officiel de Banque Centrale Européenne: [www.ecb.europa.eu/explainers/tell-me/html/target2.en.html](http://www.ecb.europa.eu/explainers/tell-me/html/target2.en.html)

178- Le Site officiel de Banque de France : [www.banque-France.fr/eurosysteme-et-international/sepa/sesteme-de-paiement-de-masse-html](http://www.banque-France.fr/eurosysteme-et-international/sepa/sesteme-de-paiement-de-masse-html).

179- Le site officiel de La Banque Mondiale : [www.Banquemondiale.org](http://www.Banquemondiale.org)

180- Le site officiel de la société SATIM: [http://www.satim-dz.Com/?to=detail&id\\_cat=24&id\\_article=31](http://www.satim-dz.Com/?to=detail&id_cat=24&id_article=31).

181- Le site officiel de Ouedkniss [www.ouedkniss.com/stores/tarifs.php?lang=ar](http://www.ouedkniss.com/stores/tarifs.php?lang=ar).

182- Le site officiel de quiddini : [www.guiddini.com/apropos\\_guiddini](http://www.guiddini.com/apropos_guiddini)

183- Le Site officiel de Western Union : <https://algeria.Westernunion.com/WUCOMWEB/staticMid.do?method=load&pagename=mtSendMoney>.

184- Le site officiel de wikipedia : [https://fr.wikipedia.org/wiki/Syst%C3%A8me\\_STET-CORE](https://fr.wikipedia.org/wiki/Syst%C3%A8me_STET-CORE).

185- Le Site officiel du journal ECHOS : [www.lesechos.fr/15/09/2015/lesechos.fr/021329568663\\_les-banques-commencent-a-fermer-des-distributeurs-automatiques-de-billets.htm](http://www.lesechos.fr/15/09/2015/lesechos.fr/021329568663_les-banques-commencent-a-fermer-des-distributeurs-automatiques-de-billets.htm).

# قائمة الأشكال والجداول

## قائمة الأشكال والجداول

### 1- قائمة الأشكال:

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
22	أشكال التجارة الإلكترونية	1-1
50	المكونات الأساسية للمصرف الإلكتروني	1-2
61	دور البنوك في التجارة الإلكترونية	2-2
71	دورة استخدام النقد الإلكتروني وإجراءاتها	3-2
95	تطور إشتراكات الهاتف المحمول ومستخدمي الأنترنت (لكل 100 شخص)	1-3
98	طرق الدفع الإلكتروني	2-3
100	حصة وسائل الدفع من إجمالي قيمة المعاملات المصرفية في فرنسا	3-3
101	عدد البطاقات المصرفية المتداولة في فرنسا فترة 2000-2015	4-3
101	تطور حجم المعاملات بالبطاقة المصرفية في فرنسا (بالمليار)	5-3
111	توزيع القيم المقدمة عبر نظام CORE بحساب الحجم	6-3
112	توزيع القيم المقدمة عبر نظام CORE بحساب القيمة	7-3
114	شركات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات التي تم تأسيسها	8-3
115	عدد مستخدمي الأنترنت في مصر	9-3
124	إستخدام أجهزة الصراف الآلي (ATMs) (لكل 100000 من البالغين)	10-3
135	تطور عدد المشتركين في الهاتف النقال في الجزائر	11-3
136	إشتراكات الهاتف النقال في مختلف الدول (لكل 100 شخص)	12-3
138	تطور نسبة إستخدام الأنترنت من عدد السكان في الجزائر	13-3
138	نسبة مستخدمي الأنترنت في الجزائر مقارنة بمصر وفرنسا	14-3
144	مقارنة عدد البطاقات المصدرة لكل بلد سنة 2014	15-3
146	تقييم مستخدمي أجهزة الصراف الآلي لكل بلد	16-3
150	مقارنة أداء أنظمة التسوية الإجمالية لمختلف الدول	17-3
155	مقارنة أداء أنظمة المقاصة الإلكترونية لمختلف الدول	18-3

## قائمة الأشكال والجداول

### 2- قائمة الجداول:

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
15	مناظير تعريف التجارة الإلكترونية	1-1
52	التطور في شكل البنك الإلكتروني	1-2
56	الخدمات التي تقدمها البنوك الإلكترونية وفق كل نمط	2-2
74	مزايا الصراف الآلي	3-2
75	تقنية الموزع الآلي للنقود	4-2
76	تقنية الشباك الآلي للبنك	5-2
77	التحويل الإلكتروني للأموال عند نقطة البيع	6-2
96	تطور عدد المتسوقين عبر الهاتف الذكي	1-3
97	مبيعات التجارة الإلكترونية B2C في فرنسا	2-3
97	مرتبة فرنسا من حيث مبيعات التجارة الإلكترونية B2C (بالمليار أورو)	3-3
102	تطور قيمة المعاملات بالبطاقة البنكية في فرنسا فترة 2008-2015	4-3
103	التطور السنوي لعدد عمليات السحب والدفع للبطاقة الواحدة	5-3
104	التطور السنوي لعدد أجهزة الصراف الآلي	6-3
108	نشاط نظام TARGET2 للبنك المركزي الفرنسي	7-3
110	نشاط نظام CORE للبنك المركزي الفرنسي	8-3
116	تطور تعاملات بالهاتف المحمول والثابت	9-3
120	تطور عدد البطاقات المصرفية في مصر	10-3
123	تطور ماكينات الصراف الآلي ATM في مصر	11-3
125	تطور ماكينات نقاط البيع في مصر	12-3
127	عمليات نظام التسوية الفورية في مصر للبنك المركزي المصري	13-3
128	خدمة التحويلات المحلية من خلال نظام (RTGS) بالعملة المحلية	14-3
129	خدمة التحويلات المحلية من خلال شبكة SWIFT بالدولار الأمريكي	15-3
132	نشاط غرفة المقاصة في البنك المركزي المصري	16-3

## قائمة الأشكال والجداول

133	عمليات نظام المقاصة الإلكترونية للبنك المركزي المصري	17 -3
137	تطور عدد المشتركين في الهاتف الثابت في الجزائر	18 -3
142	تطور عدد البطاقات في الجزائر	19 -3
145	عدد أجهزة الصراف الآلي في الجزائر	20 -3
149	نشاط نظام ARTS في الفترة 2006 - 2014	21 -3
153	نشاط نظام ATCI في فترة 2006 - 2014	22 -3
154	توزيع القيم المقدمة عبر نظام ATCI بحساب الحجم (بالمليون)	23 -3

# فهرس المحتويات

البسمة

كلمة شكر

إهداء

الملخص

01..... المقدمة.

## الفصل الأول: التجارة الإلكترونية

09..... تمهيد

10..... المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية

10..... المطلب الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية

15..... المطلب الثاني: مراحل التجارة الإلكترونية

17..... المطلب الثالث: أنواع التجارة الإلكترونية

23..... المبحث الثاني: التجارة الإلكترونية خصائص، مزايا وفوائد

23..... المطلب الأول: خصائص التجارة الإلكترونية

25..... المطلب الثاني: مميزات وعيوب التجارة الإلكترونية

29..... المطلب الثالث: فوائد التجارة الإلكترونية

33..... المبحث الثالث: تطور التجارة الإلكترونية ومحدداتها

33..... المطلب الأول: عوامل تطور التجارة الإلكترونية

34..... المطلب الثاني: المقومات الأساسية لتطوير التجارة الإلكترونية

40..... المطلب الثالث: محدودية التجارة الإلكترونية

44..... خلاصة الفصل

## الفصل الثاني: البنوك الإلكترونية وأثرها على التجارة الإلكترونية

46..... تمهيد

47..... المبحث الأول: ماهية البنوك الإلكترونية

74.....	المطلب الأول: مفهوم ونشأة البنوك الإلكترونية
53.....	المطلب الثاني: أنماط البنوك الإلكترونية وخدماتها
57.....	المطلب الثالث: مخاطر البنوك الإلكترونية وأهميتها بالنسبة للتجارة الإلكترونية
63.....	المبحث الثاني: وسائل الدفع الإلكتروني وأجهزة الصراف الآلي
63.....	المطلب الأول: نشأة ومفهوم النقود الإلكترونية
66.....	المطلب الثاني: أنواع النقود الإلكترونية
72.....	المطلب الثالث: أجهزة الصراف الآلي
78.....	المبحث الثالث: أنظمة الدفع الإلكترونية
78.....	المطلب الأول: نظام التحويلات المالية الإلكترونية ونظام تبادل البيانات الإلكترونية
83.....	المطلب الثاني: نظام المقاصة الإلكترونية وشبكة SWIFT
87.....	المطلب الثالث: نظام التسوية الإجمالية الفورية والتسوية الدورية متعددة الأطراف
91.....	خلاصة الفصل
	<b>الفصل الثالث: واقع البنوك الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية – تجارب دولية-</b>
93.....	تمهيد:
94.....	المبحث الأول: واقع التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكتروني في فرنسا
94.....	المطلب الأول: التجارة الإلكترونية في فرنسا
98.....	المطلب الثاني: البطاقات المصرفية الإلكترونية وأجهزة الصراف الآلي في فرنسا
105.....	المطلب الثالث: أنظمة الدفع الإلكترونية في فرنسا
113.....	المبحث الثاني: واقع التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكتروني في مصر
113.....	المطلب الأول: التجارة الإلكترونية في مصر
118.....	المطلب الثاني: البطاقات المصرفية الإلكترونية وأجهزة الصراف الآلي في مصر
125.....	المطلب الثالث: أنظمة الدفع الإلكترونية في مصر
134.....	المبحث الثالث: واقع التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر

## فهرس المحتويات

---

134.....	المطلب الأول: التجارة الإلكترونية في الجزائر
140.....	المطلب الثاني: البطاقات المصرفية الإلكترونية وأجهزة الصراف الآلي في الجزائر
146.....	المطلب الثالث: أنظمة الدفع الإلكترونية في الجزائر
157.....	خلاصة الفصل
158.....	خاتمة
167.....	قائمة المراجع
188.....	قائمة الأشكال والجداول
192.....	فهرس المحتويات