المركز الجامعي تيسمسيلت

معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

الموضوع:

دور الصيرفة الإلكترونية في تطوير الاقتصاد الرقمي

دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية بدر تيسمسيلت

مذكرة تخرج تندرج ضمن متطلبات نيل شهـادة ماستر ل م د في علوم التسيير

– تخصص: علوم مالية –

إعداد الطالبتين:

– بلباهي أمال

– عفان فاطمة

إشراف الأستاذ:

– حايد حميد

لجنة المناقشة:

الأستاذ: بن صالح عبد الله	رئيسا
الأستاذ: حايد حميد	مقررا
الأستاذ: بن غالية فؤاد	ممتحنا

السنة الجامعية 2017/2016

بسم الله الرحمن الرحيم

إهداء

أحمد الله حمدا كثيرا طيبا مباركا وأشكره على نعمه كما ينبغي لوجهه الكريم الذي وفقني وأعانني على إنجاز هذا العمل.

إلى سيدي وشفيعي وقائدي وقدوتي وقرة عيني حبيبي محمد ﷺ.

إلى صاحبة أكبر وأبيض القلوب ... إلى أعظم وأجمل حواء ....إلى أمي أطال الله في عمرها .

إلى من سعى وشقى لأنعم بالراحة والهناء ... وتعب من أجل تعليمنا ودفعنا إلى طريق النجاح ...

إلى سندي في الحياة أبي الغالي " **الطيب**".

إليكما يا والديا وما أريد منكما إلا الرضا والدعاء

إلى أجمل هدية من أبي وأمي ...إلى أشقه القلب أخواتي " **فوزية**" ، " **حليمة**"، " **نورة**"،

وإخوتي "**محمود**"، " **الجيلالي**"، وخاصة الكتكوت "**عبدو**".

إلى كل الأهل والأقارب(الأعمام والأخوال) وإلى كل من يحمل اللقب " بلباهي وبسام " في لرجام والشلف.

إلى أجمل ما صادفني في هذه الحياة إلى من تقاسمت معها هذا العمل رفيقة دربي "**فاطمة** "

إلى صديقات دربي " **سهام، خالدية، فضيلة، حورية، سمية، يمينة**".

وإلى كل الزملاء والزميلات في الدراسة وإلى كل أساتذة العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير .

إلى كل من نسيهم قلمي و يتفكرهم قلبي إلى كل هؤلاء تحية إجلال وتقدير ومن لم تسعهم مذكرتي تسعهم ذاكرتي وأخيرا تحية إلى بلد المليون والنصف شهيد.

أمـــال

إهداء

إلاهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك.. ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك ..

ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك ..ولا تطيب الجنة إلا برؤيتك

إلى سيدي وشفيعي وقائدي وقدوتي وقرة عيني حبيبي محمد ﷺ

إلى من خفق قلبها انشراحا وانقباضا لكل خطوة من خطواتي أمي العزيزة أدامها الله لي

إلى أبي الذي غرس في قلبي حب التعلم وقدسية التعليم دوما حفظه الله

إلى جوهرة الفؤاد إلى تاج بيتنا وقدوتنا إلى أمي الثانية جدتي الحبيبة

إلى إخوتي عبد القادر، محمد، أحمد

إلى أخواتي بختة وزوجها وأولادها: محمد، جمال،كريم، حفيظة، عبد الحق، إبراهيم، إناس، عبد الجليل

و خيرة و ابنتها أمال وعائشة وزوجها وأولادها :محمد أمين، خالد، فاطمة الزهراء

رقية وزوجها وأولادها :نريمان، عبد الباسط، محمد كريم

الى اختي مباركة شفاها الله واطال في عمرها وإلى زوجة أخي رقية

الى أميرتي وحبيبة قلبي كتكوتتي بارك الله في عمرها حميدة

الى اختي التي انجبتها لي الأيام صديقتي وحبيبتي أمال

وإلى أعز الصديقات :، مريم، فاطمة الزهراء، زهرة، نور الهدى، أنيسة

وإلى كل الأهل والأحباب والى كل الأصدقاء الذين ساعدوني في هذا العمل

إلى كل طلبة العلوم الاقتصادية

فاطمة

شكر و تقدير

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

" اقرأ بسم ربك الذي خلق(1) خلق الإنسان من علق(2) اقرأ وربك الأكرم(3) الذي علم بالقلم(4) علم الإنسان مالم يعلم"

الحمد لله والشكر له الذي شرح صدري، ويسر أمرنا، ووفقنا على اتمام هذا العمل ملك الملوك فما كان إلا بعونك وقدرتك وفضلك يا رحمان.

نتقدم بالشكر الجزيل والثناء الخالص إلى ينابيع العلم والمعرفة كل أساتذتنا الكرام اللذين نقشوا في عقولنا وذاكرتنا أصناف العلم والمعرفة، ونخص بالذكر الأستاذ **" حايد حميد"** الذي تفضل بالإشراف على هذا البحث فجزاه الله خيرا وله منا كل التقدير و الاحترام.

كما نتقدم بالشكر إلى مدير وعمال بنك الفلاحة والتنمية الريفية بدر تيسمسيلت على كل المساعدة التي قدموها لنا، وأخيرا نتوجه بالشكر إلى كل من ساندنا في إنجاز هذا العمل.

تحياتنا الخالصة

1- قائمة الأشكال:

رقم الشكل	عنوان الشكل	رقم الصفحة
1-1	عناصر الاقتصاد الرقمي	9
2-1	نسبة استخدام الانترنت في العالم حسب المناطق الجغرافية لسنة 2016	25
1-3	الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية	86
2-3	الهيكل التنظيمي على مستوى وكالة تيسمسيلت 544	87
3-3	جهاز الصراف الآلي	90
4-3	واجهة بدر نت	91
5-3	عرض الحساب البنكي للعميل	91
6-3	استمارة الاشتراك في خدمة البنك الالكتروني	92
7-3	نظام المقاصة(ملأ المعلومات الموجودة في الشيك والخاصة بالزبون)	97
8-3	شيك إلكتروني	98

قائمة الجداول:

رقم الجدول	عنوان الجدول	رقم الصفحة
1-1	مقارنة بين الانترنت والانترانت والإكسترانت	21
2-1	نسبة مستخدمي الانترنت في العالم حسب المناطق الجغرافية لسنة 2016	25
3-1	نسبة مستخدمي الأنترنت حسب عدد السكان في العالم العربي لسنة 2014	26
4-1	مؤشر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في العالم العربي لسنة 2011	29
1-2	عدد الصرافات الآلية في الجزائر من سنة 2008 إلى سنة 2013	69
1-3	عدد البطاقات البنكية المستلمة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بدر بين سنة 2014-2017	95

قائمة المختصرات:

الرمز	بالغة العربية	بالغة الفرنسية
FTP	بروتوكول نقل الملفات	File Transfer Protocol
SWFT	نظام سويفت	Society for Word wide interbank Financial Telecommunication
BADR	بنك الفلاحة والتنمية الريفية	Banque de l'agriculture et développement rural
CPA	القرض الشعبي الجزائري	Crédit populaire d'Algérie

الملاحق:

رقم الملحق	العنوان	**الصفحة**
ملحق رقم1	بطاقة إمضاء	**116**
ملحق رقم 2	نموذج شيك لبنك بدر	**117**
ملحق رقم 3	نموذج بطاقة **CIB**	**117**
ملحق رقم 4	نموذج بطاقة **CBRI**	**118**
ملحق رقم 5	نموذج بطاقة **GOLD**	**118**
ملحق رقم6	خدمة بدر نت	**119**
ملحق رقم 7	أمر تحويل	**120**
ملحق رقم 8	تسليم صكوك الخصم	**121**
ملحق رقم 9	الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة تيسمسيلت.	**122**

الفهرس

العنوان	الصفحة
الإهداء	
الشكر و التقدير	
الملخص	
الفهرس	I-III
قائمة الأشكال	
قائمة الجداول	
قائمة الملاحق	
قائمة المختصرات	
مقدمة العامة	أ-و
الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لاقتصاد الرقمي	**1**
تمهيد	2
المبحث الأول: مدخل للاقتصاد الرقمي	**3**
المطلب الأول: ماهية الاقتصاد الرقمي	3
المطلب الثاني: قواعد الاقتصاد الرقمي وهيكله التنظيمي	6
المطلب الثالث: تطبيقات الاقتصاد الرقمي	10
المبحث الثاني: الشبكة العالمية " الأنترنت"	**18**
المطلب الأول: ماهية الانترنت	18
المطلب الثاني: استخدامات الانترنت ومكوناتها	22
المطلب الثالث: نمو وانتشار الانترنت	25
المبحث الثالث: الاستراتيجية العربية للانتقال للاقتصاد الرقمي	**28**
المطلب الأول: اندماج الدول العربية في الاقتصاد الرقمي	28
المطلب الثاني: الفجوة الرقمية في الدول العربية	31
المطلب الثالث: عوائق وفرص اندماج الدول العربية في الاقتصاد الرقمي	35
خلاصة الفصل	37

الفصل الثاني: مدخل إلى الصيرفة الإلكترونية	**38**
تمهيد :	39
المبحث الأول: الصيرفة الإلكترونية	**40**
المطلب الأول: ماهية الصيرفة الإلكترونية	40
المطلب الثاني: خدمات الصيرفة الإلكترونية وقنواتها	43
المطلب الثالث: مخاطر الصيرفة الإلكترونية والرقابة عليها	47
المبحث الثاني: نظم ووسائل الدفع الإلكترونية	**50**
المطلب الأول: ماهية الدفع الإلكتروني	50
المطلب الثاني: أنواع وسائل الدفع الإلكترونية	52
المطلب الثالث: مزايا وسائل الدفع الإلكترونية ومخاطر الرقابة عليها	59
المبحث الثالث: الصيرفة الإلكترونية والنظام المصرفي الجزائري	**63**
المطلب الأول: واقع تكنولوجيا الإعلام والاتصال في النظام المصرفي الجزائري	63
المطلب الثاني: النظام النقدي الإلكتروني الجزائري	64
المطلب الثالث: أفاق تفعيل مشروع الصيرفة الالكترونية في البنوك الجزائرية وانعكاساتها	70
خلاصة الفصل	75
الفصل الثالث: دراسة تطبيقية في بنك الفلاحة والتنمية الريفيةBADR	**76**
تمهيد:	77
المبحث الأول: : نظرة عامة حول بنك الفلاحة والتنمية الريفية	**78**
المطلب الأول: لمحة حول بنك الفلاحة والتنمية الريفية	78
المطلب الثاني: أهداف ومهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية ومبادئه وأهم موارده	82
المطلب الثالث: التنظيم الهيكلي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية	84
المبحث الثاني: الصيرفة الإلكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بدر	**88**
المطلب الأول: الخدمات الإلكترونية التي يقدمها بنك الفلاحة والتنمية الريفية	88
المطلب الثاني: البطاقات الإلكترونية المستخدمة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بدر	93
المطلب الثالث: المقاصة الالكترونية والسراط	96
المبحث الثالث: الصيرفة الإلكترونية وتأثيرها على تحسين الخدمات المصرفية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة تيسمسيلت، وأهم أفاقها وتحدياتها	**99**

المطلب الأول: عملاء BADR ومدى قبولهم للخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة لهم.	99
المطلب الثاني: العلاقات العامة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية بدر تيسمسيلت	100
المطلب الثالث: أفاق وتحديات الصيرفة الإلكترونية في وكالة تيسمسيلت	101
خلاصة الفصل:	102
الخاتمة العامة	103
المراجع	108
الملاحق	115

توطئة:

يشهد العالم اليوم موجة من التغيرات والتطورات المتسارعة والتي أضفت بأثارها على كل مستويات الاقتصاد الجزئية، وعلى مختلف الأصعدة وقد اتفق المختصون على تسميتها بالعولمة وإذا تمعنا في هذه الظاهرة التي هي في تطور مستمر ابتداءا من النصف الثاني من القرن العشرين الذي شهد طفرة هائلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، حيث عرفت تقنيات الاتصال السلكية واللاسلكية تطورات هائلة وفرّت السرعة التي يحتاجها الاقتصاد كعامل من عوامل اختصار الزمن وتعتبر الانترنت أحد أهم وأبرز التقنيات الحديثة التي أصبحت مشتركة بين مختلف دول العالم المتطورة منها والمتخلفة أو النامية مما أدى إلى ولادة اقتصاد جديد وهو ما يعرف بالاقتصاد الرقمي والذي يعد توجها عالميا حديثا تسعى إلى تحقيقه الدول والمجتمعات من خلال الاستفادة من معطيات العصر والتحول من اقتصاد الصناعات إلى اقتصاد المعلومات ومن إنتاج البضائع إلى إنتاج المعلومات، حيث يعتمد على قوة المعلومات والمعرفة ورأس المال البشري أكثر من الاعتماد على المواد الخام والثروات الطبيعية، وقد أتى هذا النوع من الاقتصاد بعناصر عديدة تحقق فوائد في جميع مجالات الحياة الداعمة للتنمية المستدامة ومن بينها التجارة الإلكترونية، الإدارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني والحكومة الإلكترونية، والصيرفة الإلكترونية، وغيرها من التطبيقات العديدة.

وقد أدى الاقتصاد الرقمي إلى ظهور ما يعرف بالبنوك الإلكترونية التي تعتبر من أهم الأجهزة التي واكبت هذا التطور من خلال التعاملات الإلكترونية ومن بينها الصيرفة الإلكترونية والتي تعتبر من أهم الحقول التي نالت أهمية كبيرة في الآونة الأخيرة، هذه الأهمية أملتها الظروف الاقتصادية المعاشة والمنافسة الحادة التي يشهدها عالم الأعمال في وقتنا الحالي مما دفع البنوك الإلكترونية إلى الاعتماد على وسائل الدفع الالكترونية المختلفة وذلك من أجل تسهيل التعاملات البنكية للمتعاملين.

إشكالية الدراسة:

وعليه من خلال ما سبق تندرج لدينا الاشكالية التالية:

– ما هو الدور الذي تلعبه الصيرفة الالكترونية في تطوير الاقتصاد الرقمي؟

أسئلة البحث:

وتحت هذا التساؤل تطرح مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي كما يلي:

- ما هو واقع البنية التحتية للاقتصاد الرقمي للدول العربية؟
- ما واقع النظام النقدي الإلكتروني في الجزائر؟
- إلى أي مدى يستخدم بنك الفلاحة والتنمية الريفية بدر تيسمسيلت الصيرفة الإلكترونية؟

فرضيات البحث:

بناءا على ما تقدم نجد أنفسنا أمام اختبار الفرضيات الآتية:

- توجد بعض الدول العربية التي تتوفر على بنية تحتية جيدة للاقتصاد الرقمي.
- النظام النقدي الإلكتروني في الجزائر هو نظام جيد.
- الصيرفة الالكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بدر تيسمسيلت تنحصر في استخدام جهاز الصراف الآلي.

أسباب اختيار الموضوع: تكمن أسباب اختيار الموضوع إلى أسباب موضوعية وأخرى شخصية:

1- الأسباب الموضوعية: تتمثل الأسباب الموضوعية فيما يلي:

- التعريف باقتصاد الرقمي وأهم تطبيقاته.
- معرفة واقع البنية التحتية للاقتصاد الرقمي في الدول العربية.
- معرفة واقع الصيرفة الالكترونية في الجزائر.

2- الأسباب الشخصية:

- العلاقة المباشرة للموضوع مع التخصص العلمي.
- ميولي الشخصي للموضوع.
- يعتبر هذا الموضوع من المواضيع السائدة في العصر الحالي في الجزائر من خلال مشروع الجزائر الإلكترونية.

أهمية البحث:

إن لكل دراسة أهمية سواء من الناحية العلمية أو من الناحية العملية، أما بالنسبة لدراستنا فلديها أهمية يمكن إظهارها فيما يلي:

– إبراز الدور الذي تلعبه الصيرفة الإلكترونية في تطوير الاقتصاد الرقمي، بالإضافة إلى إبراز واقع البنية التحتية للدول العربية وإبراز أهم التحديات التي تواجه هذه الدول للاندماج في الاقتصاد الرقمي، مع إظهار مدى استخدام البنوك الجزائرية للصيرفة الإلكترونية بالإضافة إلى معرفة أهم وسائل الدفع الإلكترونية المستخدمة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بدر تيسمسيلت.

أهداف البحث:

يمكن حصر اهم اهداف الموضوع في النقاط التالية:

–نهدف من خلال دراستنا هذه إلى تحليل واقع الاقتصاد الرقمي وابراز دور الانترنت في تطبيقه بالإضافة إلى معرفة واقع البنية التحتية في الدول العربية مع محاولة معرفة المعيقات التي تواجه الدول العربية لتطبيق الاقتصاد الرقمي، مع محاولة معرفة مدى تطبيق البنوك الجزائرية للصيرفة الإلكترونية.

حدود الدراسة:

استدعى الوقوف على أهداف هذه الدراسة الالتزام بإطارين زماني ومكاني محددين:

الايطار الزماني: من فترة 2000 إلى 2017.

الايطار المكاني: فتمثلت في دراسة حالة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة تيسمسيلت.

منهج الدراسة:

من أجل دراسة المشكلة وتحليل أبعادها، واسبابها وكذلك نتائجها، ومن أجل الإجابة على الإشكالية المطروحة تمت الدراسة بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي بالإضافة إلى المنهج التاريخي وذلك بالتطرق إلى تطور الصيرفة الإلكترونية وكذلك الانترنت عبر الزمن.

تقسيمات الدراسة:

قسمنا بحثنا هذا إلى ثلاثة فصول حيث:

الفصل الأول تضمن عموميات حول الاقتصاد الرقمي، والذي قسم إلى ثلاث مباحث: المبحث الأول كان بعنوان مدخل للاقتصاد الرقمي، أما المبحث الثاني فحمل عنوان الشبكات العالمية والمبحث الثالث فتم التطرق فيه إلى الاستراتيجية العربية للانتقال الى الاقتصاد الرقمي، أما الفصل الثاني فقد تمحور حول مدخل للصيرفة الإلكترونية ، والذي قسم إلى ثلاث مباحث، المبحث الأول تحدثنا فيه عن الصيرفة الإلكترونية، أما المبحث الثاني تضمن أنظمة ووسائل الدفع الالكترونية، في حين المبحث الثالث كان تحت عنوان الصيرفة الإلكترونية والنظام المصرفي الجزائري.

والفصل الثالث فكان عبارة عن دراسة تطبيقية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وتم تقسيمه إلى ثلاث مباحث، فالمبحث الأول كان نظرة عامة حول بنك الفلاحة والتنمية الريفية، والمبحث الثاني بعنوان الصيرفة الالكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية، والمبحث الثالث تحدثنا عن الصيرفة الالكترونية وتأثيرها على تحسين الخدمات المصرفية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة تيسمسيلت، وأهم أفاقها وتحدياتها.

صعوبات الدراسة:

.- قلة المراجع فيما يخص الصيرفة الالكترونية في المركز الجامعي

.- صعوبة ضبط المصطلحات والتحكم فيها

.- قلة المعلومات فيما يخص الفصل التطبيقي و ذلك نظرا لسريتها

بالإضافة إلى جانب بعض المعوقات الأخرى التي ما كانت لتثني عزيمتنا وإصرارنا على إنجاز هذا العمل بالشكل الذي هو عليه.

الدراسات السابقة:

1- دراسة للطالب (عامر بشير) البحث هو عبارة عن رسالة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، سنة 2012، بعنوان دور الاقتصاد المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك – دراسة حالة الجزائر، وتدور الإشكالية حول كيف يمكن للاقتصاد المعرفي أن يساهم في اكتساب ميزة تنافسية للبنوك الجزائرية؟ وما هي آليات تطوير خدماتها المصرفية لزيادة قدراتها التنافسية؟ ومن النتائج المتوصل إليها يمثل اقتصاد المعرفة تكامل المعرفة ورأس المال الفكري بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فقد فتحت هذه التقنيات أبواب جديدة لانتشار المعرفة وفوائد مكنت الدول الطامحة على التقدم من العمل وبالتالي تقليص الفجوة التي تفصلها عن الدول المتقدمة الأخرى.

تعاني البنوك الجزائرية من ضعف استخدام التكنولوجيا، فبالرغم من تطوير وسائل الدفع وإدخال وسائل الدفع الإلكترونية و وفق الاحصائيات المتاحة يتبين لنا أن نسبة استخدام بطاقة السحب أو بطاقة الدفع ونسبة حاملي البطاقات تبقى ضعيفة.

2- دراسة للطالبة بركان أمينة، الدراسة في الأصل رسالة دكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة الجزائر، سنة 2013، والتي جاءت بعنوان "الصيرفة الإلكترونية كحتمية لتفعيل أداء الجهاز المصرفي"، وتدور إشكالية البحث حول كيف تعمل الصيرفة الإلكترونية على تفعيل أداء الجهاز المصرفي الجزائري؟ ومن النتائج المتوصل إليها: اعتماد الخدمات المصرفية الإلكترونية يعزز ويزيد ربحية المصرف، كما أن الصيرفة الالكترونية تأثر بالإيجاب على كفاءة وفعالية المصرف.

3- دراسة للطالبة العاني إيمان، الدراسة في الأصل رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة منتوري قسنطينة، سنة 2007، والتي جاءت بعنوان "البنوك التجارية وتحديات التجارة الإلكترونية"، وتدور إشكالية البحث حول كيف تستطيع البنوك التجارية أن تكيّف أعمالها المصرفية في بيئة تنشط فيها التّجارة الإلكترونية، وما مدى تبنيها كآلية تسويقية لتكييف أدائها مع التقنيات الحديثة التي تستخدمها؟ ومن أهم النتائج المتوصل إليها تسعى البنوك جاهدة إلى تلبية حاجات عملائها وتكييف خدماتها مع متطلباتهم المتجددة، ونظرا لكونها لا تستطيع التأثير فيها تحاول ايجاد التوليفة المناسبة من عناصر المزيج التسويقي التي ترتكز أساسا على المنتوج، تسعيره، الترويج له، والبحث عن قنوات التوزيع المناسبة، فالاهتمام بالمزيج التسويقي في البنوك هو نتيجة لدراسة البيئة التسويقية وسلاح البنك لمواجهة تحديات ومتطلبات هذه البيئة.

تمهيد:

بسبب ما شهده قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال من نمو وتطور وتكامل، طرأت تحولات كبيرة على الاقتصاد بصفة عامة، مما أدى إلى إحداث تغيرات جوهرية في هيكل الاقتصاد وتفكيك النظم التقليدية وإرساء بنود نظام جديد هو الاقتصاد الرقمي أو الاقتصاد الجديد، الذي نتجت عنه أثار ملموسة في مجالات عديدة كالأعمال التجارية الإدارة العامة والصيرفة الإلكترونية وغيرها، ليصبح من خلالها بإمكان الأفراد والمؤسسات الاتصال فيما بينها من أجل اختيار المنتجات والخدمات الأنسب من خلال إجراء مقارنات الأسعار واتخاذ قرار الشراء ومن خلال هذا الفصل سنحاول التطرق إلى الاقتصاد الرقمي من خلال ثلاثة مباحث :

- المبحث الأول: مدخل للاقتصاد الرقمي.
- المبحث الثاني: الشبكة العالمية" الانترنت".
- المبحث الثالث: الاستراتيجية العربية للانتقال إلى الاقتصاد الرقمي.

المبحث الأول: مدخل للاقتصاد الرقمي.

إن الانتشار السريع في وسائط تكنولوجيا المعلومات واستخدام الوسائط الإلكترونية وما أحدثته من تغير في أساليب حياة الإنسان أدى بشكل مباشر إلى تغيير في طرق ووسائل تنفيذ الأنشطة الاقتصادية مما أدى إلى ظهور نوع جديد في الاقتصاد وهو ما يطلق عليه الاقتصاد الرقمي، اقتصاد المعلومات، اقتصاد المعرفة أو اقتصاد الإنترنت الذي يعبر عن رؤية مستقبلية لعالم تكون فيه المعلومات الركيزة الأساسية للاقتصاد.

المطلب الأول: ماهية الاقتصاد الرقمي.

إن التطور الكبير والسريع لتكنولوجيا المعلومات والاتصال أدى إلى ظهور ما يعرف بالاقتصاد الرقمي والمنتجات الرقمية مما ساعد المنظمات لدخول العالم الافتراضي للأعمال.

أولا: تعريف الاقتصاد الرقمي.

هناك العديد من المصطلحات التي تعرف الاقتصاد الرقمي، ولكن معظمها يشير إلى نفس المعنى، ومن أجل إعطاء مفهوم للاقتصاد الرقمي، يجب أن نتطرق إلى بعض المفاهيم ذات العلاقة به:

- **اقتصاد المعرفة:** هو الاقتصاد الذي يكون التطور المعرفي والإبداع العلمي الوزن الأكبر في نموه، ويقوم على تنمية الموارد البشرية (عمال المعرفة) علميا ومعرفيا كي تتمكن من التعامل مع التقنيات الحديثة والمتطورة معتمدا على المعرفة التي يمتلكها العنصر البشري كمورد استثماري، وكسلعة استراتيجية وكخدمة وكمصدر للدخل القومي[1].
- **اقتصاد المعلومات:** هو الاقتصاد الذي يعتمد في مختلف قطاعاته على المعلومات، وهو الاقتصاد الذي تزيد فيه قوة العمل المعلوماتية عن القوى العاملة في كل من قطاعات الزراعة، الصناعة، والخدمات[2].

[1] محمد أنس أبو الشامات، **اتجاهات اقتصاد المعرفة في البلدان العربية**، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد28، العدد الأول، دمشق، 2012، ص597.

[2] ربحي مصطفى عليان، **اقتصاد المعلومات**، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص197.

- **الاقتصاد الرقمي**: توجد العديد من التعريفات للاقتصاد الرقمي أهمها:

- **التعريف الأول**: يعرف الاقتصاد الرقمي بأنه" ذلك الاقتصاد المرتبط بمفهوم مجتمع المعلومات الذي يعبر عن رؤية مستقبلية لعالم تكون فيه المعلومات الركيزة الأساسية للاقتصاد والعلاقات البشرية ككل متجسدة في بنية تحتية رقمية عالية كفيلة بتحقيق ذلك في شتى مجالات الحياة"[1].

- **التعريف الثاني**: كما يعرف الاقتصاد الرقمي بأنه" الاستخدام واسع النطاق للمعلوماتية وشبكة الانترنت في مختلف أوجه النشاط الاقتصادي مرتكزا على الإبداع والتطور التكنولوجي خاصة فيما يتعلق بتكنولوجيات الإعلام والاتصال"[2].

- **التعريف الثالث**: الاقتصاد الرقمي هو" التفاعل والتكامل والتنسيق المستمر بين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات من جهة وبين الاقتصاد القومي والقطاعي والدولي من جهة أخرى بما يحقق الشفافية والفورية والإتاحة لجميع المؤشرات الاقتصادية المساندة لجميع القرارات الاقتصادية والتجارية والمالية في الدولة خلال فترة ما"[3].

ومن خلال التعاريف السابقة نستنتج أن "الاقتصاد الرقمي هو ذلك الاقتصاد الذي يعتمد بصفة كبيرة على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات خاصة الأنترنت في مختلف الأنشطة".

ثانيا: نشأة الاقتصاد الرقمي.

إن التطور التاريخي للاقتصاد الرقمي بدأ مع بداية التسعينيات حينما بدأت الولايات المتحدة الأمريكية تعمل على إرساء قواعد لنظام عالمي جديد من خلال إعادة هيكلة للنظام الاقتصادي العالمي على أساس تكنولوجي بهدف تعظيم العوائد وإعادة توطين الأنشطة الصناعية والتكنولوجية أدى إلى ظهور هيكل النظام العالمي من منظور تكنولوجي، ومع ظهور الانترنت بدأت رقمنة الاقتصاد تنتشر على كافة المستويات الإنتاجية والتمويلية والتكنولوجية والتسويقية والإدارية[4].

[1] بوشول فايزة وآخرون، **واقع الاقتصاد الجديد في العالم العربي والجزائر**، مجلة الباحث، العدد7، جامعة سطيف،2007، ص135.

[2] عبد الرحمان بن عنتر، عبد الرزاق حميدي، **اقتصاد المعرفة وتعزيز تنافسية المؤسسة – مع الاشارة لحالة الجزائر**، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، جامعة الشلف، ص 03.

[3] فريد راغب النجار، **الاستثمار بالنظم الإلكترونية والاقتصاد الرقمي**، مؤسسة شباب الجامعة ، مصر، 2004، ص11.

[4] جعفر حسن جاسم، **مقدمة في الاقتصاد الرقمي**، الطبعة الأولى ، البداية ناشرون وموزعون، عمان، الأردن، 2010، ص ص: 36-37.

ثالثا: خصائص الاقتصاد الرقمي.

يتميز الاقتصاد الرقمي بمجموعة من الخصائص نذكر منها[1]:

- صارت المعلومة قوة في المجتمعات المعاصرة وذلك في عصر الثورة المعلوماتية، حيث أن التوجه الاقتصادي القائم عليها أصبح توجها يؤكد على الثورة الفكرية والمعلوماتية كمحرك أساسي للاقتصاد كما أن الموارد الطبيعية لم تعد المفتاح الرئيسي الوحيد للتطور الاقتصادي ولا للعدد الكمي للقوى البشرية.
- صارت السياسة الاقتصادية والاجتماعية الحمائية المتمثلة في التحكم في العملة وفرض القيود على الواردات وزيادة التعريفة الجمركية موضع إعادة نظر وتقييم، بالإضافة إلى تهاوي القيود الاقتصادية التقليدية.
- أصبح رصيد المؤسسة الاقتصادية يقوم بالأساس على مخزونها المعرفي المعلوماتي، إذ أن الاقتصاد الرقمي يقوم على نموذجية تنطلق من أهمية قدرة البشر وتمكينهم من استخدام المعارف والمعلومات وإنتاجها وتطورها كعامل رئيسي له قيمة اقتصادية وإنتاجية، فبالأساس يرتكز على أهمية الرصيد الفكري والإبداعي للبشر بوصفه قادرا على زيادة عوائد الاستثمار وخلق الثروات وتحقيق النمو الاقتصادي المستدام.
- يعتمد في تنشيط الأنشطة الاقتصادية والمشاريع على الانترنت دون الحاجة إلى التحريك الفعلي سواء للأفراد أو الأموال.
- يتم تداول العقود الإلكترونية عن طريق وسائل إلكترونية، لذلك يستوجب توفير الضمانات للأفراد من أجل إتمام معاملاتهم التجارية بسهولة.
- في حقبة الاقتصاد الرقمي ستتقلص فاعلية وجدوى القوانين والتشريعات الحالية (النظام القانوني والمصرف التجاري)، لذا لابد من التفكير في إقرار مجموعة من القوانين للتعامل مع المتغيرات التي حدثت في عصر الاقتصاد الرقمي.
- الاقتصاد الرقمي هو انعكاس لأربع ثورات جرت ولا زالت تجري تحت تأثير أربعة قوانين ترتكز على ثورة تكنولوجيا المعلومات وقدرتها الأساسية.
- يرتبط الاقتصاد الرقمي بالمتغيرات الكثيرة التي تجري في البيئة الصناعية ولا سيما ما يتعلق بتكنولوجيا المعلومات والانترنت، والاتصالات مما يعني أن الإمكانيات التكنولوجية هي التي تلعب الدور الأساسي في ظهور وتطوير الاقتصاد الرقمي.

[1] جعفر حسن جاسم، **مقدمة في الاقتصاد الرقمي**، مرجع سبق ذكره، ص ص: 92 – 100.

- في عصر العولمة أوجدت الانترنت اقتصاد بلا حدود، وأصبحت الدول الناهضة حديثا تتحدى العمالقة الصناعيين في الوصول إلى المستهلكين، والحصول على حصة من السوق في كل مكان في العالم وفي أي زمان حيث أن العمل يتم على مدار الساعة.
- في عصر الاقتصاد المعلوماتي فإن مفتاح النجاح في الأعمال يكمن في تحديد خصوصية كل مستهلك من خلال إنتاج أشياء جديدة وخدمات مصممصة حسب احتياجات ورغبات المستهلكين.
- انتهاء ظاهرة التوظيف مدى الحياة، حيث أن الكثيرون سيضطرون لتغيير وظائفهم ومهنهم وأماكن عملهم بشكل مستمر كل ثلاث أو خمس سنوات، لذلك ستكون الحاجة للتربية والتعليم ضرورة أساسية لبقاء الفرد في وظيفته.
- سهولة التواصل بين المنتج والمستهلك بفعل تكنولوجيا الاتصالات الرقمية، مما زاد من حجم التبادل التجاري والاستهلاكي، بالإضافة إلى أن حركة رؤوس الأموال والسلع عبر الحدود تتم دون عقبات.
- سيكون المحرك الاقتصادي للاقتصاد الرقمي مكونا من صناعات الانفوميديا (الوسائط المعلوماتية) وهي الحواسب والاتصالات الرقمية، وهذه الصناعات ستكون الأكثر انتشارا و ربحا على المستوى العالمي.

المطلب الثاني: قواعد الاقتصاد الرقمي وهيكله التنظيمي.

يقوم الاقتصاد الرقمي على مجموعة القواعد التي يقوم عليها بالإضافة إلى هيكله التنظيمي الخاص به.

أولا: قواعد الاقتصاد الرقمي:

تتميز قواعد الاقتصاد الرقمي فيما يلي[1]:

- **قانون الاصول الرقمية:** إذ أن الأصول الرقمية لاتشبه الأصول المادية ولا تستهلك عند استخدامها حيث أن الشركات تستطيع أن تنشئ القيمة من استخدام هذه الأصول في عدد لا متناهي من الصفقات مما يتطلب تغيير الآلية التنافسية في مجالها، والواقع أن الشركة تتحمل تكلفة الإعداد الأول للمعلومات لتصبح التكلفة الإضافية لإعادة إنتاجها رقميا أقرب إلى الصفر وهذا ما يعبر عن قانون تزايد العوائد في مجال الأصول الرقمية في مقابل قانون تناقص العوائد فيما يتعلق بالأصول والسلع المادية.

[1] تقرورت محمد، متناوي امحمد، **الاقتصاد الرقمي وإشكالية التجارة الإلكترونية في الدول العربية**، الملتقى العلمي الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية، خميس مليانة، 13- 14مارس2012، ص7.

- **اقتصاديات الحجم**: تقوم اقتصاديات الحجم التقليدية على أن إنتاج الحجم الصغير الذي يتم من خلال شركات صغيرة، لكن وكلما زاد الحجم يصبح من دواعي الجدوى الاقتصادية انجازها من قبل شركة كبيرة وهذا لا يكون في الاقتصاد الرقمي كتقديم خدمات مصرفية للعديد من العملاء في وقت واحد.
- **اقتصاديات النطاق الجديدة**: إن فضاء الأعمال وتقديم الخدمات عبر الأصول الرقمية، لا يوفر الخدمة للجميع في نفس الوقت في مجال أو في سوق معينة فقط بل أنه يمكن من تقديم الخدمة في مجالات الأسواق المختلفة والمتباينة.
- **ضغط التكلفة لكل صفقة**: أدى الانترنت إلى حالة جديدة في مجال إجراء الصفقات تتمثل في النقرات التقليدية تساوي صفقات (click=Transactions)، فإنها مع الانترنت ونماذج الأعمال الجديدة فإن تكلفة الصفقة أيضا صغيرة جدا، الأمر الذي يدفع إلى مضاعفة الحجم الكلي للنشاط بشكل غير مسبوق وبذلك تكون فرصة صنع النقود من خلال النقرات ذات امكانية عظيمة.
- **إعادة توازن العرض والطلب**: في الاقتصاد الرقمي هناك تحول متزايد من خط التركيز القائم على العرض إلى خط التفكير القائم على الطلب، من أولوية الشركة القائمة على النظام التشغيلي أو تخمين ما يريد الزبون إلى أولوية السوق والتفاعل في الزمن الحقيقي مع ما يريده الزبون، مما يعني وجود سلعة وقدرات فائضة تجعل العرض في أشكاله المختلفة يتسم بالوفرة وأن الطلب لرغم تميزه واتساع نطاقه مع الانترنت عبر العالم يتسم بالندرة.
- **الاقتصاد الرقمي هو اقتصاد السرعة الفائقة** : يتميز الاقتصاد الرقمي بالحركة السريعة، ووسيلته الأقمار الصناعية والبريد الإلكتروني، هذه السرعة أدت إلى الحاجة إلى شركات تتسم بالمرونة في الحجم، وفي التنظيم (العلاقات الشبكية) وفي المعلومات (تقاسم المعلومات الفوري)، ولعل التبادل الواسع والمفتوح للمعلومات على شبكة الأعمال والانترنت هو الذي أدى إلى الغاء أحد أسس الاقتصاد التقليدي للمعلومات القائم على المبادلة[1].
- **تكلفة المنتج الرقمي** :إن المنتجات الرقمية تختلف عن المنتجات المادية في العديد من النقاط فكما سبق وذكرنا فإن تكلفة إنتاج النسخ الأولى تكون مكلفة ثم تنخفض لكن في حالة التوقف أو التغير فان التكلفة الثابتة لا تكون مغطاة ففي حالة التوقف عن صنع برمجية أو تأليف كتاب فلا يكون بالإمكان بيعه بخلاف السلع المادية فمثلا عند الاستثمار في بناء مصنع ثم تظهر عدم الحاجة فبالإمكان بيعه، كما أن التكلفة المتغيرة للمنتج الرقمي

[1] فوزية هبايش، **دور التجارة الإلكترونية في تفعيل مناطق التجارة الحرة – حالة منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى–**، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، 2012، ص9.

لها سمة خاصة، حيث أن تكلفة الوحدة للنسخة الاضافية لا تزيد حتى إذا كان المنتج منها كبيرا جدا، مما يعني أن لدى المنتجين القليل من قيود السلعة الإنتاجية خلافا للشركات المصنعة للمنتجات المادية التي إذا ازدادت مبيعات منتجاتها إلى حد معين فإن عليها أن تقوم باستثمارات كبيرة في مصنع جديد أو آلات جديدة للاستجابة للطلب[1].

ثانيا :هيكل الاقتصاد الرقمي.

يتكون الاقتصاد الرقمي من مجموعة من المؤسسات الإلكترونية التي تتشابك مع بعضها البعض من خلال شبكات المعلومات الداخلية والدولية، ويعتبر البريد الإلكتروني ومواقع الانترنت القاعدة العريضة لتحقيق التشابكات الاقتصادية بين المؤسسات لتنفيذ التجارة الإلكترونية أي تبادل السلع والخدمات والأموال إلكترونيا.

ويشمل الاقتصاد الرقمي أيضا تسويق العديد من المنتجات المصرفية بالجملة أو التجزئة عن طريق قنوات التوزيع الإلكترونية وهو ما يسمى بالبنوك الإلكترونية، ويتحقق ذلك بسرعة المعاملات والتجديد فيها.

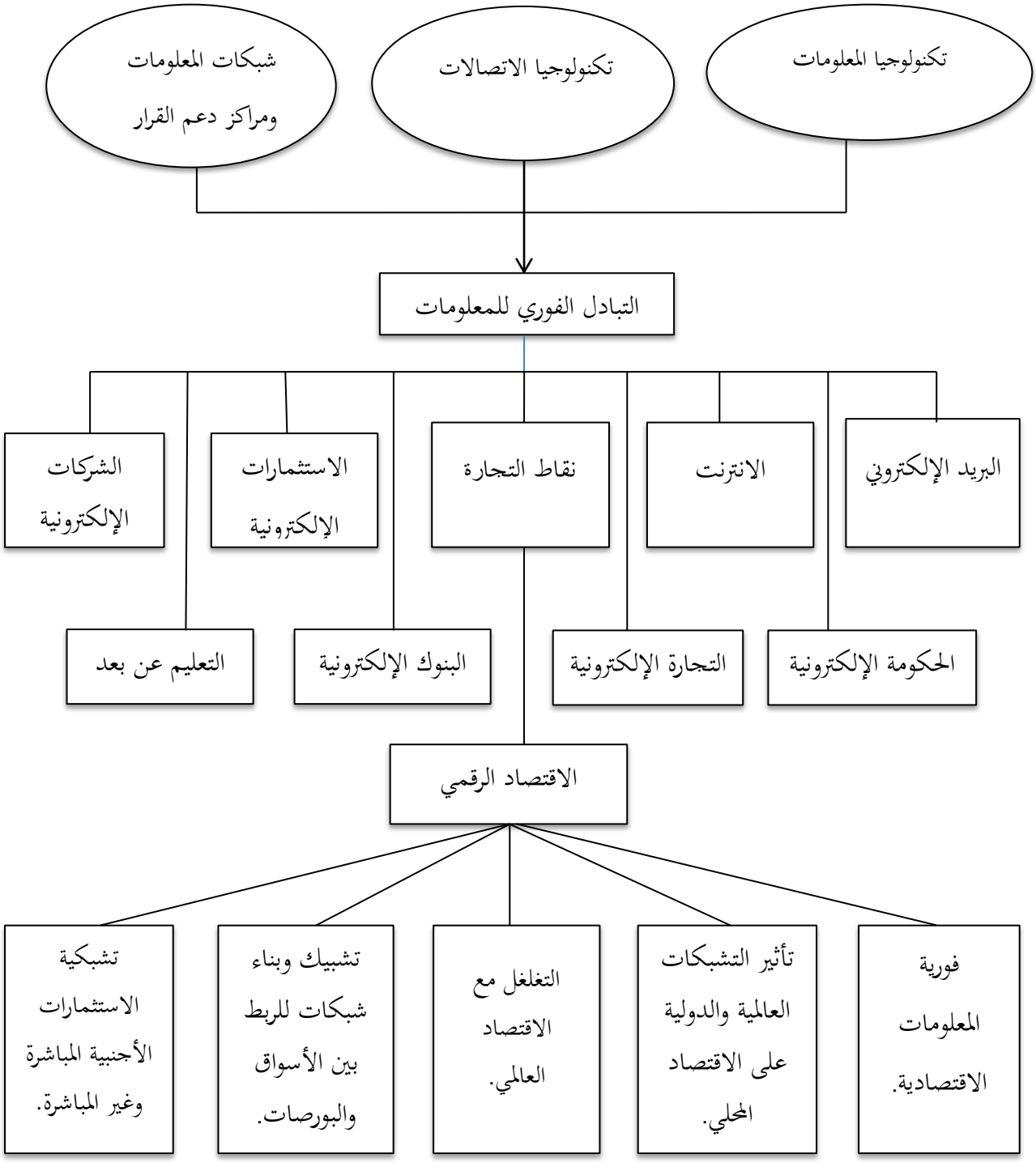
وتقوم شركات المساهمة الإلكترونية في الاقتصاد الرقمي بتصميم مواقع على شبكة الانترنت وكتالوج إلكتروني للتعريف بالشركة ونشاطها، خططها، مراكزها المالية، أسواقها وأهداف تصديرها، وذلك لتحقيق الاتصال الفوري بالأسواق العالمية[2].

والشكل التالي يبين عناصر الاقتصاد الرقمي:

[1] صراع كريمة، **واقع وأفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر**، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة وهران، 2014، ص32.

[2] جمال حود مويسة، **الاقتصاد الرقمي ومتطلبات استجابة البنوك إلى التحديات الجديدة**، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة غرداية، العدد10 ، 2010 ، ص ص: 78- 79 .

الشكل1-1: عناصر الاقتصاد الرقمي



المصدر: فريد راغب النجار، **الاستثمار بالنظم الإلكترونية والاقتصاد الرقمي**، مؤسسة شباب الجامعة،مصر،2004، ص16.

المطلب الثالث: تطبيقات الاقتصاد الرقمي.

يقوم الاقتصاد الرقمي على العديد من التطبيقات المختلفة التي تعتمد عليه أثناء القيام بها ومن خلال هذا المطلب سنتطرق إلى أهمها:

أولا: التسويق الإلكتروني.

يعتبر التسويق الإلكتروني من أهم تطبيقات الاقتصاد الرقمي:

- **تعريف التسويق الإلكتروني.**

- **التعريف الأول:** يعرف التسويق الإلكتروني بأنه" تنفيذ كافة الأنشطة المتعلقة بالوظيفة التسويقية، مثل الإعلان والبيع وتوصيل السلع والخدمات وخدمة ما بعد البيع الإلكتروني باستخدام الويب"[1].
- **التعريف الثاني:** كما يعرف التسويق الإلكتروني بأنه" هو مصطلح يربط الأدوات الجديدة بممارسة الإدارة أو التبادل في مؤسسة تجارية من أجل مواكبة التغيرات التكنولوجية "[2].

- **خصائص التسويق الإلكتروني.**

لقد اتسم التسويق الإلكتروني بعدة خصائص نذكر منها[3]:

- رخص أسعار المنتجات التي يتم تسويقها عبر شبكة الانترنت مقارنة بالسلع الأخرى المباعة باستخدام الكتالوجات المرسلة بالبريد أو المباعة من خلال المتاجر التقليدية.
- يساعد التسويق الإلكتروني المستهلكين على التسويق على مدار 24 ساعة كما يوفر مدى واسع أو تشكيلة كبيرة من المنتجات أو الماركات أو العلامات التجارية وذلك خلاف التسويق التقليدي.
- يمنح التسويق الإلكتروني للمستهلكين الفرصة لإجراء مقارنات لأسعار المنتجات قبل شراءها بشكل أفضل وأسرع، حيث لا يبذل المستهلكون جهدا ووقتا كبيرا مقارنة بما كان يحدث عند التجول عبر المحلات التجارية لمقارنة الأسعار.
- يساعد التسويق عبر الانترنيت المستهلكين الذين لا يتوافر لديهم الوقت الكافي للتسوق مثل المرأة العاملة أو رجال الأعمال في الوصول إلى ما يرغبونه من منتجات بأسرع وأسهل وسيلة.

---

[1] فريد النجار وآخرون، **التجارة والأعمال الإلكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة**، الدار الجامعية، مصر، 2006، ص92.

[2]Jean-chude Anddéani, et autre, **Le markteur-Les noveaux fondement du marketing**, peson Education, paris, France, 2003, p 409.

[3] عبد السلام أبو قحف وآخرون، **التسويق**، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر،2006، ص ص:431- 433.

- يساعد التسويق عبر الانترنيت على نزع الحواجز الجغرافية حيث يمكن للمستهلكين معرفة المتاح في الأسواق من منتجات وخدمات حتى خارج حدود المدينة السكنية التي يعيشون بها.

- **مزايا التسويق الإلكتروني.**

للتسويق الإلكتروني مجموعة من المزايا نذكر منها[1]:

- تقديم خدمات واسعة Moss service.
- استخدام عنصر الإثارة لجذب انتباه مستخدم الرسائل الإلكترونية.
- عدم وجود قيود باستثناء قيود التكاليف على كمية المعلومات المعروضة على الانترنت.
- إمكانية وصول الانترنت لأكبر قدر من الزبائن ولذلك يتميز التسويق عبر الانترنت المصداقية.
- الاتصالات الإلكترونية التفاعلية والتبادلية مما أدى لبناء علاقات قوية مع العملاء في كافة أرجاء العالم.

- **عيوب التسويق الإلكتروني.**

على الرغم من المزايا المتعددة للتسويق الإلكتروني إلا أنه لا يخلو من بعض العيوب أهمها[2]:

- قد لا يكون هناك قبول للمستهلك من الشراء عن طريق الانترنت.
- وجود بعض الشركات الوهمية سواء كانت شركات عارضة لمنتجاته أو شركات مستهلكة.
- عدم وجود سرية في التعامل فقد يتم كسر ودخول لمعلومات الشركات من قبل هكر الانترنت.
- عدم مجاراة المستهلكين للتطور الإلكتروني.

ثانيا: التجارة الإلكترونية:

تمثل التجارة الإلكترونية ركنا أساسيا من أكان الاقتصاد الرقمي الذي يقوم أساسا على تقنية المعلومات التي يرجع الفضل اليها الى خلق الوجود الواقعي للتجارة الإلكترونية:

- **تعريف التجارة الإلكترونية.**

- **التعريف الأول:** تعرف التجارة الإلكترونية بأنها" العملية التي تشمل أنشطة إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها وتسويقها وبيعها أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الإلكترونية "[3].

[1] سمر توفيق صبرة، **التسويق الإلكتروني**، الطبعة الأولى، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص 49.

[2] نفين حسين شمت، **التسويق الدولي الإلكتروني**، دار التعليم الجامعي، مدرسة الاقتصاد، كلية التجارة، جامعة فاروس، الإسكندرية، مصر، 2010، ص128.

[3] السيد محمد أحمد السريتي، **اقتصاديات التجارة الإلكترونية**، الطبعة الأولى، مؤسسة رؤية للطباعة والنشر والتوزيع ، الإسكندرية، مصر، 2009، ص 246.

- **التعريف الثاني:** كما تعرف التجارة الإلكترونية بأنها "هي عمليات الإعلان والتعريف للبضائع والخدمات ثم تنفيذ عمليات عقد الصفقات وإبرام العقود ثم الشراء والبيع لتلك البضائع والخدمات ثم سداد القيمة الشرائية عبر شبكات الاتصال المختلفة سواء الانترنت أو غيرها من الشبكات التي تربط بين المشتري والبائع"[1].

- **خصائص التجارة الإلكترونية:**

تتميز التجارة الإلكترونية بمجموعة من الخصائص نذكر منها:

- **اختفاء الوثائق الورقية في المعاملات التجارية:** تتميز المعاملات التجارية الإلكترونية بعدم وجود أية وثائق ورقية متبادلة في إجراء المعاملات، إذ أن كافة الإجراءات والمراسلات بين طرفي المعاملات تتم إلكترونيا دون استخدام أي أوراق وهو ما يتفق مع الغرض من التجارة الإلكترونية وهو خلق مجتمع المعاملات اللاورقية[2].
- **الطابع المتداخل للتجارة الإلكترونية:** من خلال التجارة الإلكترونية وجدت مختلف الشركات سواء كانت الصغيرة أو الكبيرة أو الفواصل التقليدية بين القطاعات المختلفة والتي ظهرت كنتيجة لاختلاف المظاهر المادية للسلع والخدمات وطرق توزيعها وإيصالها أصبحت أقل حدة ووضوحا ويظهر ذلك بوضوح في السلع والخدمات التي كانت تصل إلى المستهلك بطريقة تقليدية ومن خلال التجارة الإلكترونية أمكن إيصالها رقميا كالكتب مثلا وبرامج الحاسوب[3].
- **الطابع العالمي للتجارة الإلكترونية:** التجارة الإلكترونية ذات طابع عالمي حيث أن أنشطتها لا تعرف الحدود المكانية أو الجغرافية، لذلك فأي نشاط تجاري يقدم سلعا وخدمات على الانترنت لا يتطلب الانتقال إلى تلك المنطقة الجغرافية بعينها فإنشاء موقع تجاري على الانترنت يمكن صاحب الشركة وحتى ولو كانت صغير بإمكانية التغلغل إلى أسواق ومستخدمي شبكة الانترنت عبر العالم كله[4].

- **مزايا التجارة الإلكترونية.**

تحتوي التجارة الإلكترونية على العديد من المزايا و الفوائد، وتنقسم هذه المزايا إلى:

- **مزايا التجارة بالنسبة للأفراد:**

[1] ناصر خليل، **التجارة والتسويق الإلكتروني**، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان ، الأردن، 2009، ص 29.

[2] خالد ممدوح إبراهيم، **لوجستيات التجارة الإلكترونية**، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2008، ص 150.

[3] الشويرف محمد عمر منصور، **التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد**، الطبعة الأولى، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2013، ص62.

[4] إبراهيم العيسوي، **التجارة الإلكترونية**، الطبعة الأولى، المكتبة الاكاديمية، القاهرة، مصر، 2003، ص31.

أ- السهولة وتوفير الوقت والجهد: إذ أن فتح الأسواق الالكترونية بشكل دائم يسمح للمشتري بممارسة أنشطة التجارة الالكترونية لمدة 24ساعة في اليوم و7أيام في الأسبوع من أي مكان يتواجد فيه وذلك على شبكة الانترنت[1].

ب- حرية الاختبار: يمكن للزبون من خلال عمليات الشراء عبر التجارة الإلكترونية المقارنة بين أسعار وأشكال السلع والخدمات المتوفرة عبر الانترنت وبإمكانية زيارة العديد من المواقع لاختيار الشيء المناسب له[2].

ج- المشاركة في المزايدات: تجعل التجارة الإلكترونية من الممكن للمستهلك المشاركة في المزايدات الافتراضية على السلع والخدمات وهذا يتيح للبائعين بيع السلع بسرعة كبيرة وللمشترين الحصول على السلع والخدمات من مواقع مختلفة وإمكانية المفاوضة على السعر[3].

- **مزايا التجارة الإلكترونية بالنسبة لمنظمات الأعمال:**

أ- الوصول العالمي: حيث يساعد استخدام تطبيقات التجارة الإلكترونية في وصول شركات الأعمال إلى الأسواق العالمية وبتكلفة قليلة تتمكن الشركات من ايجاد المزيد من الزبائن والموردين والشركاء التجاريين في أي مكان في هذا العالم[4].

ب- تقليل التكاليف: تساعد التجارة الإلكترونية على تقليل التكاليف عن طريق القيام بعمليات خلق ومعالجة، وتوزيع، وتخزين واسترجاع المعلومات دون الوصول إلى الكميات الهائلة من الوثائق الورقية[5].

ج/ السرعة في الوصول إلى الأسواق: تساعد التجارة الإلكترونية في زيادة التفاعل بين الزبائن بحيث تكون الشركة قريبة أكثر منهم حتى في ظل وجود الوسطاء كما تسمح بالوصول إلى كل زبون والاتصال به مما يؤدي إلى ايجاد أداة فعالة لعلاقات الزبائن وزيادة الولاء للشركة[6].

---

[1] العاني إيمان، **البنوك التجارية وتحديات التجارة الإلكترونية**، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة منتوري بقسنطينة، 2006-2007، ص67.

[2] صراع كريمة، **واقع وأفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر**، مرجع سبق ذكره، ص22.

[3] باسم أحمد المبيضين، **التجارة الإلكترونية**، الطبعة الأولى، دار جليس الزمان، عمان، الأردن، 2009، ص97.

[4] محمد نور برهان، عز الدين خطاب، **التجارة الإلكترونية**، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات بالتعاون مع جامعة القدس المفتوحة، القاهرة، مصر، 2008، ص13.

[5] خالد ممدوح إبراهيم، **لوجستيات التجارة الإلكترونية**، مرجع سبق ذكره، ص91.

[6] نفس المرجع ، ص 95.

- **مزايا التجارة الإلكترونية بالنسبة للمجتمع**[1]:

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

ب/ تحسن معايير مستوى المعيشة: انبثق عن تطبيقات التجارة الإلكترونية بيع بعض المنتجات بأسعار أقل مما يساعد الأفراد والفئات الفقيرة على شراء سلع أكثر، وبالتالي تلبية احتياجاتها بشكل أفضل، مما يؤدي بدوره إلى رفع مستوى معيشتها.

ج/ توفير فرص عمل: مكنت تطبيقات التجارة الإلكترونية الأفراد الذين يعيشون في الأماكن الريفية من الوصول إلى المنتجات والخدمات التي تباع عبر المواقع الإلكترونية والتي لم يكونوا على علم بها، وهذا يحفزهم للسعي لتعلم مهن جديدة أو الحصول على شهادة جامعية.

- **عيوب التجارة الإلكترونية:** بالرغم من المزايا التي توفرها التجارة الإلكترونية في مختلف المستويات لها عيوب وانعكاسات هامة، يمكن الإشارة إليها من خلال العناصر التالية[2]:

- **مخاطر القرصنة:** فدخول القراصنة إلى مواقع الشركات سواء يتم تخزينها أو إلصاق الفيروسات بهذه المواقع قد يشكل خطر على التعاملات الإلكترونية، فضلا عن مخاطر السمعة.
- **زيادة التكلفة بالنسبة للمؤسسة:** من خلال عمليات الصيانة والتجديد وتكوين الإطارات المتخصصة.
- **فقدان متعة الشراء المعروفة:** التي كان يجدها المستهلك في ممارسة عملية التسويق من خلال التفاعل الاجتماعي بين البائع والمشتري.

ثالثا: الإدارة الإلكترونية.

- **تعريف الإدارة الإلكترونية:** أعطيت للإدارة الإلكترونية العديد من التعريفات من بينها:

- **التعريف الأول:** تعرف الإدارة الإلكترونية بأنها "الاستغناء عن المعاملات الورقية وإحلال المكتب الإلكتروني عن طريق الاستخدام الواسع لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتحويل الخدمات العامة إلى إجراءات مكتبية تم معالجتها حسب خطوات متسلسلة منفذة مسبقا "[3].

---

[1] محمد نور برهان، عز الدين خطاب، **التجارة الإلكترونية**، مرجع سبق ذكره، ص- ص: 16-17.

[2] بوعافية الرشيد، **دور النقود الالكترونية في تطوير التجارة الإلكترونية**، المجلة الجزائرية الاقتصادية، العدد02، المركز الجامعي بتيبازة، سبتمبر2014، ص123.

[3] علاء عبد الرزاق السالمي، خالد إبراهيم السليطي، **الإدارة الإلكترونية**، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2008، ص32.

- **التعريف الثاني:** كما تعرف الإدارة بأنها" العملية الإدارية القائمة على الإمكانيات المتميزة للإنترنت وشبكات الأعمال في تخطيط وتوجيه ورقابة على الموارد والقدرات الجوهرية للمنظمة "[1].

- **خصائص الإدارة الإلكترونية.**

تتميز الإدارة الإلكترونية بالخصائص التالية[2]:

- الإدارة الإلكترونية هي عملية إدارية مما يعني أنها لا تخرج عن نطاق الخبرة الواسعة التي نملكها في الإدارة سواء في تحديد أو رسم السياسات وتوجيه الموارد وفق الخيارات الاستراتيجية وكذا عملية الرقابة عليها.
- الإمكانيات المتميزة للأنترنت وشبكات الأعمال التي تفسر البعد الإلكتروني في مصطلح الإدارة الإلكترونية.
- ممارسات الإدارة الإلكترونية تشير إلى انجاز كل الأعمال والمعاملات بين أطراف التعامل من خلال وسيط إلكتروني، أي عدم وجود علاقة مباشرة بين أطراف التعامل فهي تتم من خلال شبكات الاتصالات الإلكترونية.
- يستطيع أحد أطراف التعامل في الإدارة الإلكترونية إلى إرسال رسالة إلكترونية إلى عدد لانهائي من المستقبلين لها في نفس الوقت دون الحاجة إلى إعادة إرسالها في كل مرة، مما يؤدي إلى تحقيق التفاعل الجماعي أو المتوازي بين فرد ومجموعة ما.
- الإدارة الإلكترونية هي إدارة بلا أوراق حيث تتكون من الرشيف، كما أنها إدارة بلا مكان لأنها تعتمد على التلفون المحمول بالإضافة إلى أنها إدارة بلا زمان إذ تعمل 24 ساعة على 24ساعة ، وتعمل الإدارة الإلكترونية بلا تنظيمات جامدة فهي تعمل من خلال المؤسسات الشبكية التي تعتمد على صناعة المعرفة.

- **معوقات تطبيق الإدارة الإلكترونية:**

تتمثل معوقات تطبيق الإدارة الإلكترونية فيما يلي[3] :

- التحول من العمل الإداري التقليدي اليدوي إلى إدارة حديثة إلكترونية التي تعتمد على التقنيات الرقمية الحديثة لا يعني بالضرورة إلغاء كل النظم اليدوية والعودة إلى نقطة البداية.
- تداخل مسؤوليات اتخاذ القرار للإقدام على التغير أو الانتقام.

---

[1] عامر بشير، **دور الاقتصاد المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك**، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة الجزائر، 2012/2011، ص212.

[2] رأفت رضوان، **الإدارة الاستراتيجية**، منشورات مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، مصر، 2001، ص05.

[3] طارق عبد الرؤوف عامر، **الادارة الإلكترونية**، نماذج معاصرة، دار السحاب للنشر والتوزيع، مصر،2007، ص ص:54 -55 .

- قلة الاعتماد المالي للتطبيقات الحديثة.
- عدم الاطلاع على نماذج ناجحة في البيئة المجاورة.
- عدم وجود ثقة كاملة بالتقنيات الحديثة و في استمرارية عملها.
- قلة الكفاءات البشرية لاستخدام التقنيات.

رابعا: الاستثمار الإلكتروني.

- **تعريف الاستثمار الإلكتروني:**

يعرف الاستثمار الإلكتروني بانه" ذلك الاستثمار الإلكتروني الذي يعتمد على استخدام تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات لتداول وتبادل المعلومات المالية والاستثمارية الإلكترونية وفوريا مما يقلل من مخاطر الاستثمار ويزيد من الشفافية في المعلومات ويقلل من التكلفة والوقت والجهد وجهد الصفقات الاستثمارية"[1].

- **متطلبات الاستثمار الإلكتروني** E-Inversement Requiements:

يعتمد الاستثمار الإلكتروني على توفير مجموعة من المتطلبات أهمها[2]:

- إعداد البرامج الخاصة بالاستثمار الالكتروني.
- إعداد جيل من الشباب للتخصص في التمويل والاستثمار الإلكتروني عن طريق التدريب المكثف الفعال.
- تطوير المؤسسات المالية والبنوك والإدارات المالية بالشركات وهيئات الاستثمار للعمل على أسس رقمية فورية.
- مساندة الشركات في عملية إعادة الهندسة والتحول إلى النظم المالية الإلكترونية.
- تأكيد خصوصية البيانات والمعاملات المالية وتدفق المعلومات المالية.
- تشفير البيانات المالية ذات الطبيعة الخاصة، والملائمة بين متطلبات تشفير البيانات ومتطلبات الجرائم المالية.
- تطبيق المعايير الموحدة لحقوق النشر والتأليف للنظم المالية و الاستثمارية الإلكترونية.

[1] فريد راغب النجار، **الاستثمار بالنظم الإلكترونية والاقتصاد الرقمي**، مرجع سبق ذكره، ص 300.

[2] نفس المرجع السابق، ص ص: 32- 33..

- **مقومات الاستثمار الإلكتروني[1] :**

يقوم الاستثمار الإلكتروني على مجموعة من المقومات من بينها:

- البنوك و البورصات الإلكترونية.
- التأمين الإلكتروني.
- البحوث الفورية بالأنترنت.
- المؤتمرات المرئية بالفيديو.
- التدريب والتعليم عن بعد.
- شبكات المعلومات المحلية(الانترنيت).
- التقارير الموازية بالبريد الإلكتروني.
- الأقمار الصناعية والمعلومات الفورية.

[1] فريد راغب النجار، **الاستثمار بالنظم الإلكترونية والاقتصاد الرقمي**، مرجع سبق ذكره، ، ص 35.

المبحث الثاني :الشبكة العالمية "الانترنت".

تمثل الانترنت أكبر الشبكات العالمية شمولية للمعلومات وأكثرها استخداما، وأوسعها انتشارا حيث تعد الانترنت إحدى أهم انجازات تكنولوجيا شبكات الكمبيوتر في الوقت المعاصر، ويمكن القول حتى أنها أكثرها قوة وانتشارا في العالم حيث أصبح بإمكان أي شخص استخدام الانترنت بسهولة كبيرة.

المطلب الأول: ماهية الانترنت.

أصبحت الانترنت عنصر أساسي ومهم في الحياة اليومية، وهذا لما توفره من مزايا كالسرعة في إنجاز العمل بالإضافة إلى الوفرة في التكاليف والوقت.

أولا: مفهوم شبكة الانترنت.

شبكة الإنترنت أو شبكة الشبكات أو الشبكة العنكبوتية كلها أسماء لنظام ضخم منتشر في جميع أنحاء العالم يتكون من أفراد ومعلومات.

- **التعريف الأول:** " الأنترنت هي شبكة الشبكات"[1].
- **التعريف الثاني:** الانترنت هي شبكة دولية تضم مجموعة شبكات عامة وخاصة، أو هي عبارة عن شبكة عالمية تضم مجموعة شبكات من الحاسبات الآلية التي تخضع لأي تحكم مركزي وتعتبر بمثابة طرق معلومات فائقة السرعة"[2].
- **التعريف الثالث:** الانترنت هي " الملايين من أجهزة الحاسوب الموجودة في الآلاف من المواقع المختلفة الموزعة عبر العالم، المرتبطة مع بعضها البعض على نحو يمكن لمستخدميها الوصول إلى المعلومات، والمشاركة في الملفات مما يوفر لكم منهم تيرابايت من المعلومات بدلا من ميجا بايت"[3].

ثانيا: نشأة الانترنت

في سنة 1957 ومن خلال الحرب الباردة، أحرز السوفيات نجاحا باهرا في مجال غزو الفضاء، وذلك بإرسال أول قمر اصطناعي يدور حول الأرض تحت اسم Spoutnik، حينها أحس الأمريكيون بالخطر خاصة فيما

[1] Emmanuel pateyeon, **la vielle stratégique**, Economico, paris, France, 1998, p47.

[2] شيروف فضيلة، **اثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية– دراسة حالة بعض البنوك في الجزائر–**، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010، ص 95.

[3] لين علوطي، **اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على ادارة الموارد البشرية في المؤسسة**، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2008، ص 27.

قد يحصل من تدمير مراكز البحث المتطور تكنولوجيا وتبلورت والمرتبطة بشؤون الدفاع ولوسائل الاتصال في حالة أي هجوم نووي محتمل، حيث تم ربط مراكز البحث مع بعضها من خلال إنشاء شبكة قوية قادرة على الصمود أمام أي هجوم نووي، وخلال الستينات تم تكليف وكالة مشروعات البحث والمتقدمة ARPA التابعة لوزارة الدفاع الأمريكية بتحديد الطريق المثلى للربط بين هذه المواقع المختلفة، وفي شهر ديسمبر1969 وبالتعاون مع جامعة los Angeles بكاليفورنيا تم إنشاء شبكة تحت اسم Arpanet تسمح بالربط بين حاسبين ببعد الواحد عن الآخر بمئات الكيلومترات، وذلك باستخدام مجموعة قواعد أو بروتوكولات تسمح بتبادل البيانات عن طريق ما يسمى بالتحويل بالحزمة. وكمرحلة تجريبية تم ربط أربع مراكز بحث متواجدة في أربع جامعات مختلفة بهذه الشبكة، وقد تم توسيعها سنة 1971 .حيث أصبحت تربط بين 20 موقع بحث جامعي.

وبحلول 1972كان هناك 40 موقعا مختلفا تم ربطها بالشبكة، وتضمنت حركة التبادل بين هذه المواقع ملفات نصبة صغيرة ترسم من مستخدم لآخر، وسمي هذا النوع من التبادل بالبريد الإلكتروني أوe-mail أما ملفات النصوص الكبيرة وملفات البيانات فكانت تنقل باستخدام ما يسمى ببروتوكولات نقل الملفات أوATP.

وفي سنة 1984 ظهرت شبكة جديدة سميت باسم MILNet لتخدم المواقع العسكرية فقط، وأصبحت ARPANet تتولى أمر الاتصالات غير العسكرية، وفي سنة 1985 تم تحويل تسييرها إلى مؤسسة العلوم الوطنية الأمريكية NSF والتي قامت في سنة 1989 بإنجاز شبكة اخرى اسرع اسمتها NSFNet وفي سنة 1990 قام المركز الأوروبي للبحوث النووية بسويسرا بإنشاء نظام تصفح يسمح بتفحص الوثائق تحت اسم الشبكة العنكبوتية العالمية، الذي يسمح بالربط بين الصفحات المكونة لموقع الويب.

وفي سنة 1995 عرفت هيكلة NSFNET تطورا كبيرا، حيث بدأت تشكل العمود الفقري لشبكة ضخمة مكونة من عدد كبير من الشبكات المحلية الأمريكية والدولية. حيث أنه بعد أن كانت تربط بين مختلف الجامعات الأمريكية، أصبحت قادرة على الربط بين مزودي خدمات الشبكات، ومن ثم انتقلت إلى مرحلة جديدة من مراحل تطورها إلا وهي توفير الخدمات التجارية إضافة إلى الخدمات البحثية الأكاديمية، وتدعى هذه الشبكة جد المتطورة بالشبكة العالمية أو شبكة الشبكات " الانترنت".

منذ 1996 إلى يومنا هذا ركزت ولا زالت تركز الانترنت على شبكات مزودي خدمات الانترنت الدوليين ISP internet service providers.[1]

[1] بن عناية جلول، حواسني يمينة، **مفاهيم أساسية حول الانترنت والتجارة الإلكترونية**، الملتقى العلمي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر– عرض تجارب دولية، المركز الجامعي خميس مليانة ، ص ص: 3– 4.

ثالثا: خصائص الانترنت.

تتميز الإنترنت بمجموعة من الخصائص نذكر منها[1]:

- للإنترنت بروتوكول يسمى بروتوكول الانترنت(IP) وهو بروتوكول مفتوح بمعنى عدم وجود شركة تدعى ملكيتها للإنترنت، كما أن معايير هذا البروتوكول تتحدد وتستنبط من لجان فنية تضم بائعي عتاد الحاسوب (HARDWARE) والبرمجيات (SOFTWARE) والمستخدمين (USERS) والمهندسين (ENGINEERS) فهؤلاء جميعا يضعون المعايير.
- الانترنت شبكة مفتوحة(Open net work) وليس شبكة مغلقة، كما لا يوجد في قاموس الانترنت قواعد أو شروط أو قوانين تمنع الأفراد والشركات أو تسمح لهم بإضافة ملحقات أو أجهزة إلى الإنترنت.
- الانترنت وسيلة تفاعلية (medium interactive) وليست وسيلة جماهيرية مثل التلفزيون والمجلات والراديو وإعلانات الطرق الخارجية، فالإنترنت يؤمن الاتصالات التفاعلية المباشرة باتجاهين: بين الشركات والعملاء وبين العملاء وعملاء آخرين، وبين الشركات نفسها، كما أن مستخدمي الانترنت يتسمون بخاصية كونهم شركاء فاعلين في العمليات الاتصالية، وليسوا خامدين بالإكراه أحيانا كما في حالة الوسائل الاتصالية الجماهرية.
- إن قدرة مستخدمي الإنترنت على المشاركة الكاملة في عملية الاتصالات تصنع قواعد جديدة للتسويق فالإنترنت يمتلك ثقافة خاصة، كما يمتلك مجموعة مختلفة من التوقعات الخاصة بالاتصال، والعملاء هم سادة الموقف على الانترنت، كما يجب على الشركات أن تجد لنفسها أساليب جديدة ومقنعة لضمان ولاء العملاء.

رابعا: الانترانت والإكسترانت.

- **الانترانت:** هي" شبكة داخلية غير أن استخدامها يقتصر على عمال المؤسسة، وهي تتميز بمعظم خصائص الانترنت، ولكن لا تتسم بأي علاقات مع أطراف خارجية، فهي مبنية على نفس نظام الاتصالات بين أفراد المؤسسة، سواء كانوا في نفس المبنى، أو في بلدة أخرى، أغلب المؤسسات اليوم تمتلك شبكة انترنت داخلية حيث ومن خلال موقع الشبكة يمكن لأفراد المؤسسة أن يتصفحوا محتويات الشبكة كما تمكنهم من التواصل مع بعضهم البعض"[2].

[1] هباش فوزية، **دور التجارة الالكترونية في تفعيل مناطق التجارة الحرة – حالة منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى**، مرجع سبق ذكره ص ص: 11-12.

[2] صراع كريمة، **واقع وأفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر**، مرجع سبق ذكره، ص41.

- **الإكسترانت:** "هي شبكة تربط المؤسسة بمورديها أو زبائنها الرئيسيين أو قطاعها، حيث تبادل المعلومات بين المعلومات بين المؤسسة وموردیها وزبائنها سهل"[1].

- **أهم الفروقات بين الانترنت والانترانت والاكسترانت.**

ويمكن إبراز أهم الفروقات بين الانترنت و الانترانت والإكسترانت من خلال الجدول التالي:

الجدول1-1: مقارنة بين الانترنت و الأنترانت و الاكسترانت

	INTERNET	INTRANET	EXTRANAT
طبيعة الوصول	عام	خاص	شبه عام
المستخدمين	أي شخص	أعضاء من داخل منظمة للأعمال	ذوي العلاقة من خارج منظمة الأعمال (غالبا منشآت أخرى)
الملكية	غير مملوكة لاحد	هي ملك للمؤسسة التي تستضيفها	مشتركة بين مجموعة شركات أو مع ذوي العلاقة
المحتوى	تحتوي على مواضيع ومعلومات مختلفة ومتعددة	تحتوي على مواضيع ومعلومات خاصة بالمؤسسة	تحتوي على مواضيع ومعلومات مشتركة بين مجموعة شركات.

المصدر: معوج عبد الحكيم، **استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في بيئة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: أثر العوامل غير المادية في نجاح /فشل مشاريع تطبيق نظم المعلومات**، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2012، ص99.

[1] Daniel Michel, et autres, **le Marketing industriel**, Economico, paris, France, 2000, p497.

المطلب الثاني :استخدمات الانترنت ومكوناتها

تستخدم الانترنت في العديد من الأعمال كما لها مجموعة من المكونات نبرزها فيما يلي:

أولا: استخدامات الانترنت

إن الأهمية الكبيرة التي اكتسبتها الإنترنت جعلتها تستخدم بكثرة في شتى المجالات ومن بين أهم استخداماتها:

- **خدمة البريد الإلكتروني:** وهي عبارة عن استخدام شبكة الانترنت كصندوق للبريد بحيث يستطيع المستخدم إرسال الرسائل الإلكترونية إلى شخص أو عدة اشخاص من مستخدمي الانترنت، وتتم هذه الخدمة في الغالب مجانا ولا يستغرق إرسال الرسائل الإلكترونية أو استقبالها سوى بضعة ثوان ويجب أن يكون لدى مستخدم الانترنت برنامج للبريد الإلكتروني يدرج ضمن البرامج التي يحتويها جهاز الكمبيوتر الخاص به[1].

ويتميز البريد الإلكتروني عن البريد العادي بالمميزات التالية[2]:

- السرعة في الاتصال
- التكلفة المنخفضة.
- أرشيف وقتي وآمن لحفظ الرسائل.
- السرية في الاتصالات عند استعمال التشفير*.
- إمكانية توزيع نفس الرسالة إلى عدد من الصناديق البريدية الإلكترونية دفعة واحدة.
- الاشتراك في الندوات والمؤتمرات الإلكترونية.
- ومن خلال البريد الإلكتروني وعن طريق خاصية الإرفاق(attachement) يمكن تبادل الرسائل والوثائق والصور واللوحات الإشهارية التسويقية التي تكون على شكل رقمي ما يتيح لمستقبلها طبعها بشكلها وألوانها الطبيعية، كما يتمتع البريد الالكتروني بخاصية توزيع القوائم فمن خلال هذه الخاصية تربح المؤسسة الوقت من خلال إرسال نشرات إعلامية أو وثائق أخرى لجميع متعامليها وفي وقت واحد.

- **خدمة بروتوكول نقل الملفات** *(FTP): File Transfer Protocol هو عبارة عن برنامج يمكن من خلاله نقل أي كمية من الملفات أو البرامج من الكمبيوتر لأي شركة أو مؤسسة أعمال أو غيرهم ووضعه

[1] خالد ممدوح إبراهيم، **لوجستيات التجارة الإلكترونية**، مرجع سبق ذكره، ص 105.

[2] صراع كريمة، **واقع وأفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر**، مرجع سبق ذكره، ص ص: 39- 40.

***التشفير** هو برنامج لتحويل المعلومات إلى رموز غير مفهومة.

*FTP: File Transfer Protocol بروتوكول نقل الملفات وهو يسمح بدعم نقل البيانات داخل الانترنت.

على ذاكرة جهاز الكمبيوتر الخاص بالجهة الأخرى، وهي عبارة عن طريقة سهلة مقارنة بنقل الملفات عن طريق الأقراص أو الأشرطة الممغنطة[1].

- **القوائم البريدية** : تعد من أشهر خدمات الانترنت التي تعتمد علا البريد الإلكتروني، إذ تستطيع أية مجموعة من الناس لها نفس الاهتمامات المشتركة مناقشة الموضوعات التي تهمهم باستخدام هذه القوائم، وهناك الآلاف من القوائم التي يستطيع مستخدمو الانترنت الاشتراك فيها لمناقشة مواضيع مختلفة[2].

- **خدمة الشبكة العنكبوتية العالمية** " الويب": إن الشبكة العنكبوتية العالمية التي اشتهرت باسم الويب هي جزء مهم من الانترنت له أهميته الخاصة ،

- أصل كلمة ويب مأخوذ من World Wide Web(WWW)or web، كان ولا يزال في مركز التطور السريع للأنترنت بسبب معاييرها المقبولة كونيا في تخزين واسترجاع وهيكلة وعرض المعلومات باستخدام معمارية حواسيب الخدم/الزبون ففي عام 1992 طرحت مؤسسة أمريكية تعرف باسم CERN مشروع الشبكة العنكبوتية عبر العالم الذي أصبحت من الأدوات والخدمات الواسعة والمهمة في مسيرة الانترنت التاريخية فهذا الجزء من الانترنت مهم وجوهري حيث يشمل على بحوث ومعلومات مهمة وحديثة تقدر بأكثر من 8مليارات صفحة[3].

- **التقاضي الإلكتروني**:E-File a case تكنولوجيا الاتصالات بصفة عامة، وتكنولوجيا الانترنت بصفة خاصة، أدت إلى تحسين الممارسة والمعاملات القانونية والقضائية، ومن بين الاكتشافات التكنولوجية الحديثة التي ستغير غدا عالم القضاء ما يمكن تسميته بالمحاكم الإلكترونية"les cyber -Tribunau " أو المحاكم المعلوماتية[4].

- **خدمة مجموعات النقاش**:(Forums de discussion/ Newsgroups) تمكن هذه الخاصية المؤسسات من عقد مؤتمرات ولقاءات من جميع متعامليها في العالم وهذا يسمح بتخفيض تكلفة الاتصال، كما تمكن المؤسسات من التخاطب الشخصي والفوري مع زبائنها من خلال التعرف بمنتجاتها أو المشاكل التي يطرحها الزبائن حول المنتجات من خلال فتح مجموعة نقاش، ويستخدم البريد الإلكتروني للتواصل والالتحاق بمجموعة

[1] خالد ممدوح إبراهيم، **لوجستيات التجارة الإلكترونية**، مرجع سبق ذكره، ص 105.

[2] قواسم بن عيسى، **الفجوة الرقمية والمعلوماتية بين الدول العربية– دراسة مقارنة بين الجزائر والامارات العربية المتحدة**، رسالة ماجستير، كلية العلوم الانسانية والحضارة الإسلامية ، جامعة وهران، 2007،ص82.

[3] بن عناية جلول، حواسني يمينة، **مفاهيم أساسية حول الانترنت والتجارة الإلكترونية** ، مرجع سبق ذكره، ص07.

[4] خالد ممدوح إبراهيم، **لوجستيات التجارة الإلكترونية**، مرجع سبق ذكره، ص107.

النقاش ويوزع أوتوماتيكيا النقاش على كافة أطراف النقاش وكل ما يسمح بإبداء رأيه شرط احترام أراء الغير وعدم التحيز أو الإشهار لصالح جهة معينة[1].

- **بروتوكول نقل النص الفائق** Hypertexte transfert Protocol ¨ HTTP ¨وهو بروتوكول الانترنت المسؤول عن عملية عرض ونقل صفحات الويب بين أجهزة شبكة الانترنت العنكبوتية، بمعنى آخر هو البروتوكول الذي يستخدمه متصفح الانترنت للدخول إلى مواقع الويب المختلفة على الشبكة، حيث أن كل عناوين الويب تبدأ بعبارة www التي تدل المتصفح على القيام بالدخول إلى أحد خوادم الويب*[2].

ثانيا: مكونات الانترنت.

تتكون الانترنت من:[3]

- مجتمع المستفيدين من الانترنت من الأفراد و المؤسسات.
- **التكنولوجيا:** والتي تضم الأجهزة والبرمجيات التي تربط أقسام الانترنت و المستفيدين.
- **إدارة الانترنت:** والتي ترتكز على مجموعة اتفاقيات عالمية ومشاورات بين المهندسين، والتنفيذ بواسطة الهيئات العامة والجهات الخاصة التي تقوم مجتمعة بتخصيص العناوين وصيانة الممرات.
- **تجارة الوصول إلى الانترنت:** والتي تبدأ بمجهزي الخدمة في القطاعين العام والخاص وتوفر الوصول إلى الانترنت بواسطة الخطوط التلفونية والحواسيب الشخصية.

[1] صراع كريمة، **واقع وأفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر**، مرجع سبق ذكره، ص 41.

[2] سمية ديمش ، **التجارة الإلكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر**، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري قسنطينة، 2011،ص30.

* **الجهاز الخادم:** هو جهاز يحتوي على كافة البرامج والبيانات التي تحتاجها الأجهزة الفرعية على الشبكة، حيث يقوم الخادم بدور الوسيط لنقل ونسخ الملفات بين الأجهزة الفرعية أو العميلة.

[3] لمين علوطي، **اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على ادارة الموارد البشرية في المؤسسة** ،مرجع سبق ذكره، ص 32.

المطلب الثالث: انتشار الانترنت و نموها.

انتشر استخدام شبكة الانترنت في العالم انتشارا كبيرا وذلك لما لها من أهمية حيث أصبحت معظم الأنشطة تعتمد على الانترنت.

أولا: انتشار الانترنت في العالم حسب المناطق الجغرافية.

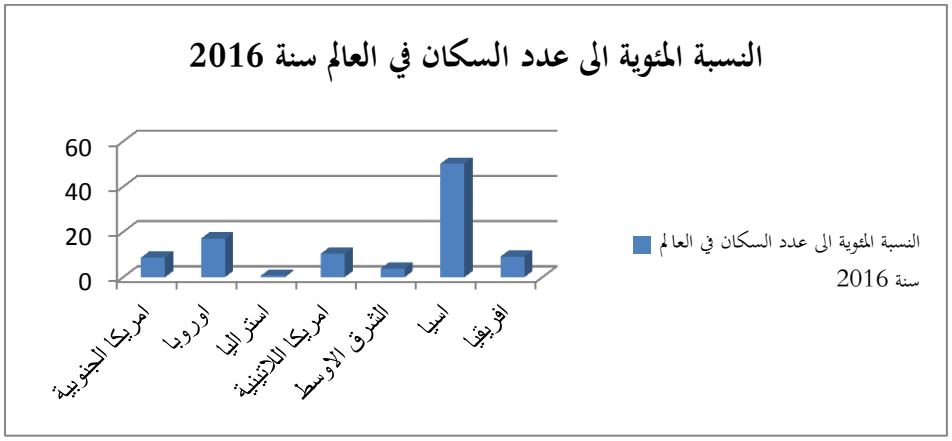
الجدول 1- 2: نسبة مستخدمي الانترنت في العالم حسب المناطق الجغرافية لسنة 2016.

المناطق الجغرافية	أمريكا الجنوبية	أوروبا	أستراليا	أمريكا اللاتينية	الشرق الأوسط	آسيا	إفريقيا
النسبة المئوية عدد السكان في العالم سنة 2016	8.7	17.1	0.7	10.4	3.8	50.2	9.1

المصدر: من اعداد الطالبتان بالاعتماد على :

Internet World Statas , internet users on December 31, 2016 date availadile 06/03/ 2017-14:38 on line http:// www.internet worldstats.com /satats.htm.

الشكل 1-2 : نسبة استخدام الانترنت في العالم حسب المناطق الجغرافية لسنة 2016



نلاحظ من خلال الجدول السابق و كذلك التمثيل البياني لنسبة انتشار الانترنت في العالم حسب المناطق أن قارة آسيا تحتل المرتبة الأولى من حيث نسبة استخدام الانترنت خلال سنة 2016 وذلك بنسبة 52.2% وهي تعد نسبة جيدة ، أما قارة أوروبا فهي تحتل المرتبة الثانية بنسبة 17.1% في حين أن قارة إفريقيا فتأتي في المرتبة الرابعة بنسبة 9.1 % وهي نسبة جد قليلة.

ثانيا: انتشار الانترنت في العالم العربي.

جدول1- 3: نسبة مستخدمي الانترنت حسب عدد السكان في العالم العربي لسنة 2014.

الدولة	التعداد السكاني سنة2014.	عدد مستخدمي الانترنت2014	النسبة من عدد مستخدمي الانترنت	الدولة	التعداد السكاني سنة 2014	عدد مستخدمي الانترنت 2014	النسبة من عدد مستخدمي الانترنت
السعودية	27345986	1830000	1.41	تونس	10937521	5053704	3.95
قطر	2123160	216400	0.16	لبنان	4136895	3336517	2.57
الإمارات	9206000	8807226	6.78	مصر	86895099	46200000	35.61
عمان	3219775	2584316	2	الجزائر	38813722	6669927	5.14
البحرين	1314089	1297500	1	سوريا	2297531	5920553	4.56
الكويت	3268431	3022010	2.32	العراق	3258692	2997884	2.31
ليبيا	6244174	1362604	1.05	السودان	35482233	9307189	7.17
الأردن	6528061	5700000	4.39	اليمن	26052966	5210593	4.01
المغرب	32987206	20207154	15.57	فلسطين	1816379	/	/
المجموع						12972357 7	100

Internet World Statas , internet users in the world distrion by world regions -2014, dat availadle :06/03/2017. On line :http :www.internetworld stat.com./stats.htm.

نستنتج من الجدول السابق أن مصر تحتل المرتبة الأولى بالنسبة لعدد مستخدمي الانترنت لسنة 2014 في الوطن العربي تليها كل من المغرب والسودان أما الجزائر فتحتل المرتبة الخامسة في حين أن قطر تأتي في المركز الأخير بين الدول العربية في نسبة مستخدمي الانترنت.

المبحث الثالث: الاستراتيجية العربية للانتقال الى الاقتصاد الرقمي.

تعتبر ثورة المعلومات والتكنولوجيا من أهم النقلات في القرن الواحد والعشرون عصر التكنولوجيا والاتصالات حيث تجاوزت التكنولوجيا كل المسافات والحدود، وأصبحت هذه الثورة اللغة التي ينطق بها كل شعوب العالم من خلال التعامل بكافة المجالات.

المطلب الأول: اندماج الدول العربية في الاقتصاد.

إن اندماج اقتصاد بلد ما في الاقتصاد العالمي يتوقف على مجموعة الأسس الواجب توفرها في الاقتصاد، وذلك من خلال الاعتماد على مجموعة من المؤشرات التي يمكن من خلالها الحكم على مدى جاهزية هذه البلدان الدخول في الاقتصاد الرقمي.

أولا: البنية التحتية للاتصالات والمعلوماتية والجاهزية الرقمية.

- **الاتصالات الهاتفية:** بالنسبة لشبكة الاتصالات الهاتفية والتي تعتبر بوابة الدخول لعصر المعلومات، فقد عملت الدول العربية على تطوير بنيتها التحتية للاتصالات، وتضاعفت الكثافة الهاتفية واستكملت عدة دول عربية تحويل شبكاتها إلى النظم الرقمية، إلا أنها دون المستوى العالمي حيث لا يتجاوز عدد الخطوط في الدول العربية 109 خط لكل 1000نسمة في حين تصل النسبة في الدول المتقدمة إلى561 خط. أما عدد حاملي الهاتف المحمول في سنة 2008 فقد كان 110 مليون مستخدم[1]، ليرتفع في سنة 2014 إلى 346 مليون مستخدم [2].

- **تقانات الاتصال والجاهزية الرقمية:** و في مجال تقنيات الاتصال فقد خطت الدول العربية خطوات لا بأس بها حيث أصبحت نسبة كبيرة من شبكات الاتصال تعمل بالطرق الرقمية، ومدينة دبي للأنترنت مثال على التطور الكبير الحاصل في مجال تقنيات المعلومات والاتصال ويعد توافر الحاسوب من المعايير الأساسية لقياس مدى وصول تقنيات المعلومات عبر الوسائط التقنية الجديدة فالإحصائيات تشير إلى نقص شديد في البلدان العربية حيث يبلغ المتوسط 13 حاسوبا لكل 1000 نسمة بينما يبلغ المتوسط العالمي 78.3 حاسوبا لكل 1000نسمة.

---

[1] فاطمة الزهراء طلحي، رحايلية سيف الدين، **الاقتصاد الرقمي في العالم العربي ورهان التنمية المستدامة**، الملتقى الوطني للمجتمع الإلكتروني والتنمية الرشيدة في العالم العربي، جامعة سوق أهراس، في 15- 16 ديسمبر 2015، ص5.

[2] http:// www.tech.com/wd/arab-ict-use-report . 2017/6/3 أطلع عليها في

وبالنسبة للاتصالات بالأقمار الصناعية فهناك القمر الصناعي " نايل سات" المخصص لأغراض الاعلام إلى جانب قمر الثريا المخصص للاتصالات[1].

- **استخدام الانترنت:**

إن أحد المؤشرات لإمكانية التوصل إلى المعرفة في عصر الاتصال هو متوسط عدد حواسيب الانترنت لكل رد، وتحتل المنطقة العربية من بين مناطق العالم الأخرى أدنى مستوى للوصول إلى تقنيات المعلومات والاتصالات[2].

إن عدد مستخدمي الانترنت في العالم العربي لسنة2011 بلغ أكثر من 95 مليون مستخدم وذلك حسب تقرير مشهد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وشبكات التواصل الاجتماعي في العالم العربي لسنة2011[3].

والجدول التالي مؤشر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في العالم العربي لسنة 2011.

[1] فاطمة الزهراء طلحي، رحايلية سيف الدين، **الاقتصاد الرقمي في العالم العربي ورهان التنمية المستدامة**، مرجع سبق ذكره، ص5.

[2] نفس السابق، ص5.

[3] http:// www.tech.com/wd/arab-ict-use-report..2017/03/6 أطلع عليها في

الجدول1- 4: مؤشر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات العربي لسنة 2011.

الدولة	مشتركو الهاتف المحمول	مشتركو الهاتف الثابت	مستخدمو الانترنت	أجهزة الكمبيوتر المستخدمة	مؤشر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات
السعودية	53,700,000	4,633,100	13,600,000	8,098,272	2,82
قطر	2,794,043	305,969,	854,958	798,715	2,78
الإمارات	11,727,401	1,825,496	4,574,578	3,862,177	2,59
عمان	4,809,248,	287,323	1,146,880	551,714	2,38
البحرين	1,693,650	242,407	715,928	469,360	2,37
الكويت	4,973,160	523,161	1,853,394	1,305,955	2,34
ليبيا	10,000,00	1,012,100	1,355,796	892,601	2,21
الأردن	7,483,000	424,000	2,,187,519	1,108,866	1,79
المغرب	36,554,000	3,566,076	12,728,464	3,045,939	1.72
تونس	12,387,656	1,217,781	3,432,988	1,272,643	1.71
لبنان	3,389,000	912,132	1,730,914	910,965	1.64
مصر	83,430,000	8,714,200	21,671,400	5,878,810	1.47
الجزائر	35,711,159	3,153,500	7,767,641	3,763,607	1.36
فلسطين	2,865,000	385,057	1,280,172	396,770	1.16
سورية	12,791,647	4,381,100	5,113,749	1,819,690	1.13
العراق	24,413,656	1,945,000	5,510,556	2,545,761	1.03
السودان	25,107,343	483,617	6,959,517	2,068,436	0,83
اليمن	12.530,235	1,075,412	3,327,558	938,628	0.74
المجموع				39,728,908	1.48

http:// www.tech.com/wd/arab-ict-use-report

ثانيا: توظيف المعلوماتية:

- **البنوك العربية وتوظيف المعلوماتية:** قامت البنوك المركزية العربية بوضع أسس لتشغيل البنوك وفق النظم الإلكترونية والدفع عبر الهاتف، ولكن يلاحظ وجود مستوى منخفض في معدلات انتشار الائتمان وأجهزة الصراف الآلي في المنطقة العربية.

وهناك العديد من الخدمات الإلكترونية التي تقدمها البنوك العربية وذلك من أجل منافسة البنوك الدولية.

- إدارة الحسابات الجارية.
- تسديد الفواتير وكذا منح القروض.
- الصناديق الاستثمارية.
- بطاقات الائتمان.

يوجد العديد من البنوك التي تقد خدمات عبر الهاتف ، وذلك من خلال تقديم التسهيلات البنكية البسيطة إلى الدفع عن بعد ، وهذا في كل من السعودية والإمارات ولبنان وكذا الأردن.

وقد بلغ عدد البطاقات الائتمانية في بعض الدول العربية حسب إحصائيات 2010 ، ففي السعودية 13 مليون بطاقة، ينما الامارات فعددها 9 مليون بطاقة ، أما البحرين فبلغ عددها 176 الف بطاقة [1].

- **البحث والتطوير في الدول العربية:** تمارس نشاطات البحث والتطوير في البلدان العربية أساسا في مؤسسات التعليم العالي والمراكز البحثية التخصصية المرتبطة ببعضها، أو في مراكز وهيئات البحث العلمي وفي هيئات ووحدات البحث والتطوير ويبلغ مجمل هذه المؤسسات والمراكز 588 مركزا حسب تقديرا سنة 2000[2].

- **التجارة الالكترونية في العالم العربي:** إن إجمالي الإنفاق العربي السنوي لا يزيد عن 95 مليون دولار وها ما يؤكد أن الدول العربية لا زالت متخلفة في مجال الأعمال الإلكترونية فحسب تقرير البنك الدولي لسنة 2008 فإن حجم صادرات الدول العربية للتقنية العالمية بلغت 2 في المائة فقط في حين بلغت عند الدول المتقدمة 36 في المائة وفي دول شرقا آسيا 29 في المائة، وتتفاوت الدول العربية فيما بينها في ممارسة التجارة الإلكترونية فهناك بلدان تطورت وأغلبها في دول الخليج[3].

---

[1] فاطمة الزهراء طلحي، رحايلية سيف الدين، **الاقتصاد الرقمي في العالم العربي ورهان التنمية المستدامة**، مرجع سبق ذكره، ص6.

[2] كمال منصوري، عبسي خليفي، **اندماج اقتصاديات البلدان العربية في اقتصاد المعرفة المقومات والعوائق**، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، العدد 4، جامعة بسكرة، الجزائر، ص62.

[3] صراع كريمة، **واقع وأفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر**، مرجع سبق ذكره، ص 114.

- **التسويق الإلكتروني في الدول العربية:** إن البنية التحتية المتواجدة في الدول العربية لا تزال في بداية الطريق الأمر الذي انعكس على مستوى التسوق الإلكتروني ونموه، ففي استطلاع في الجزائر حول معرفة المشاركون في الاستطلاع لموقع ويب للتسوق الإلكتروني كان الجواب 90.14% بأنهم لا يعرفون مقابل9.86% وهذا ما يؤكد أن المتاجر الافتراضية لم ترق بعد إلى المستوى المطلوب في التسوق الإلكتروني.

ذلك إن أغلب المتاجر الإلكترونية العربية هي متاجر للعرض والإعلان فقط، فعملية التسويق الإلكتروني تمارس بشكل غير كامل، إن دورة التجارة الإلكترونية لا تكتمل بالإعلان والعرض فقط، حيث أن هذه الدورة لا تكتمل إلا بإيصال المنتج إلى المشتري في المكان والزمان المناسبين، وبسبب عدم وجود بنية لوجستية كاملة في البلدان العربية فإن أغلب المتاجر الإلكترونية تكتفي بتنفيذ نصف دورة التسويق الإلكتروني[1].

المطلب الثاني: الفجوة الرقمية في الدول العربية.

تعتبر الفجوة الرقمية من أهم الأسباب التي جعلت الدول العربية تتأخر في الاندماج في الاقتصاد الرقمي وذلك لعدة ظروف.

أولا: الفجوة الرقمية والمعرفية في الدول العربية

حسب إحصائيات 2012 فان عدد المشتركين في الهاتف الثابت وصل إلى 35 مليون مشترك، بمتوسط 7.9 لكل 100شخص بينما المتوسط العالمي فهو 16.6 لكل 100شخص، وعدد مشتركي الهاتف المحمول وصل إلى 348مليون، بمتوسط 96.7 لكل 100شخص، أما المتوسط العالمي فهو 86.7لكل 100شخص في حين إجمالي الحاسبات الشخصية وصل إلى 108 مليون بمتوسط 30.7 لكل 100شخص أما المتوسط العالمي فهو 40 لكل 100 شخص، في حين بلغ عدد المستخدمين في شبكة الانترنت 104 مليون، بمتوسط 29.10 لكل 100شخص أما المتوسط العالمي فهو 41.25 لكل 100شخص[2].

[1] فاطمة الزهراء طلحي، رحايلية سيف الدين، **الاقتصاد الرقمي في العالم العربي ورهان التنمية المستدامة**، مرجع سبق ذكره، ص7.

[2] عامر بشير، **دور الاقتصاد المعرفي في تحقيق المميزة التنافسية للبنوك**، مرجع سبق ذكره، ص 84.

ثانيا: أسباب الفجوة الرقمية بين الدول العربية

تتمثل أسباب الفجوة الرقمية فيما يلي[1]:

- **الأسباب المالية والاقتصادية:** إذ أن الاستثمار في تقنية المعلومات والاتصالات يتطلب بنية تحتية فائقة التقنية وذلك نظرا لتطور صناعة المعلوماتية ووسائل الاتصالات، وهذا يتطلب بدوره إمكانيات مالية واقتصادية كبيرة تتلاءم ومتطلبات الاقتصاد الرقمي، وهي غير متوافرة في الوطن العربي فضلا عن عدم وجود نموذج اقتصادي في مجال تمويل البنية التحتية للمعلومات الذي يمكن الاحتذاء به في بقية دول الوطن العربي، وهذا فضلا عن أن الاقتصادي في الوطن العربي يقيس عائد الاستثمارات ذات الأجل القصير ماليا فقط، ولا يقيسه بالعائد الاجتماعي والاقتصادي طويل الأجل، فضلا عن بقاء الاقتصادات العربية اقتصادات ريعية تبيع خدمات المواد الاولية للدول المتقدمة.
- **الأسباب التقنية والعلمية ;** ويقصد بهذه أسباب عدم وجود بيئة تقنية عربية ويستدل على ذلك بالنقاط الأتية:

- (40 %) من سكان الوطن العربي يعانون من الأمية.
- (3.5) مليون نسمة يستخدمون الانترنت في الوطن العربي من أصل (275) مليون نسمة في العالم.
- حجم التجارة الالكترونية في الوطن العربي (40) مليون دولار أي (1%) من حجمها عالميا.
- عدم توافر مواقع عربية علمية موثقة على الشبكة.
- عدم تواجد شركات عربية لإنتاج الحواسيب والبرمجيات مقارنة بالشركات الأجنبية.
- انخفاض ما ينفق عربيا على البحث والتطوير في مجال المعلوماتية.
- عدم التعرف على الاقتصاد الرقمي والعمل على التحول له تدريجيا.

- **الأسباب الاجتماعية:** وتتمثل في:

- هجرة العقول العربية للخارج.
- هجرة الأموال العربية للخارج.
- الفقر الاقتصادي وما يترتب عليه من فقر عقلي ومعرفي.

[1] إخلاص ياقر النجار، مصطفى مهدي حسيس، **قياس وتحليل الفجوة الرقمية في الوطن العربي** ، مجلة العلوم الاقتصادية، العدد 2، المجلد السادس، جامعة البصرة، ايلول 2008، ص ص: 193- 194.

- **الأسباب السياسية:** وتتمثل في:

- سيطرة الولايات المتحدة الأمريكية على شبكة المعلومات الدولية، ورفضها أن تمتلكها الأمم المتحدة كهيأة محايدة.
- اختفاء حرية الفكر والتعبير وعدم إمكانية المساهمة في صنع القرار.

- **السبب التاريخي:** إن التاريخ الحديث الحافل بالأحداث يشهد أن معظم الدول العربية (إن لم نقل كلها) لم تنج من قبضة الاستعمار، غير أن طبيعة هذا الاستعمار كانت تختلف من دولة إلى أخرى، ففي الوقت الذي كان الاستعمار البريطاني مثلا لمصر على شكل وصاية، كان الاستعمار الفرنسي للجزائر استيطانيا كما أن بعض الدول العربية انتزعت استقلالها مبكرا، في حين تأخرت الدول الأخرى في الظفر باستقلالها وبالتالي فإن اختلاف طبيعة الاستعمار، والفارق الزمني بين الدول العربية في الحصول على استقلالها، كان نقطة البداية والشرارة التي خلقت فجوة تنموية بين الدول العربية، تحولت فيما بعد إلى فجوة رقمية و معلوماتية[1].

ثالثا: سبل تضييق الفجوة الرقمية بين الدول العربية.

من أجل مواجهة خطر تفاقم الفجوة الرقمية كان على الدول التفكير في حل من التقليل أو الحد من خطر هذه الظاهرة وذلك من خلال ثلاثة محاور أساسية والتي تتمثل فيما يلي[2]:

- **المحور الاقتصادي والمالي:** إذ لابد من إنشاء هيأة متخصصة تتولى التخطيط لجمع الاستثمارات المختلفة لبناء مجتمع المعلومات، وأن تتكاثف قطاعات الدولة الواحدة لدعم هذه الاستثمارات في مجتمع المعلومات وإلى تعاون القطاع الحكومي والخاص ومؤسسات المجتمع المدني، للتأثير في نفوس المستثمرين والاقناع بأهمية مجتمع المعلومات ودوره الفاعل في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية بعد إجراء الاصلاحات الاقتصادية للدولة وتحسين النمو الاقتصادي، ويجب الأخذ بعين الاعتبار فكرة الاندماج والتكتل السائد في العالم، وأنه لا يمكن لأي دولة عربية العمل بمفردها لمواجهة التكتلات الدولية، لذا لا بد من تعاون الدول العربية مجتمعة كتكتل واحد لبناء مجتمع المعلومات وتحقيق هيكل اقتصادي داعم للتقنية بالشكل الذي يقود إلى الخروج من حلقة الفقر الاقتصادي والمعلوماتي التي يدور فيها، لتكون هذه البنية المعلوماتية أساسا ناجحا لسد الفجوة الرقمية.

[1] قواسم بن عيسى، **الفجورة الرقمية والمعلوماتية بين الدول العربية– دراسة مقارنة بين الجزائر والإمارات العربية المتحدة**، مرجع سبق ذكره، ص ص: 112-113.

[2] اخلاص ياقر النجار ، مصطفى مهدي حسيس، **قياس وتحليل الفجوة الرقمية في الوطن العربي**، مرجع سبق ذكره، ص ص: 195-197.

- **المحور التقني والمعلوماتي**: لا بد من إدخال الفكر التقني والمعلوماتي في المناهج التعليمية كافة، والعمل على محور الامية الرقمية المتمثلة في الحاسوب والانترنت، وذلك من خلال فتح الدورات لتشمل الناس كافة والعمل على فتح المراكز المتخصصة للبحث والتطوير في مجال تقنية المعلومات والاتصالات، من ثم تفعيل هذه البحوث وإفراغ محتواها في الواقع العملي، بإنشاء المصانع المتخصصة في صناعة الأجهزة والبرمجيات للنهوض بالثورة الرقمية العربية، وقد بينت التجارب العالمية على أن هذا ليس ضربا من الخيال، وإنما بالإمكان الارتقاء بالجانب التقني العربي، ومن أبرز التجارب في هذا المجال التجربة الهندية التي تمكنت من تهيئة (40) ألف فرصة عمل من خلال تحولها للاقتصاد الرقمي، فضلا عن تصديرها ما يقارب (20) الف يد عاملة في مجال المعلوماتية إلى دولة مثل ألمانيا، وعليه لا بد أن تتحرك الدول العربية، والاستفادة من العقول والأموال العربية المغتربة.

- **المحور الاجتماعي**: لغرض تضييق الفجوة الرقمية في الوطن العربي لا بد من التأكيد أيضا على الجانب الاجتماعي، من خلال توعية المجتمع بمخاطر هذه الفجوة وتعريفهم بالمجتمع المعلوماتي الذي يستند إلى المعلومات والحاسوب والانترنت بشكل أساسي، وضروري دخول هذا الفكر التقني في شتى مناحي الحياة العلمية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والدينية والترفيهية، والعمل على محاربة الأمية الرقمية بشتى الوسائل الإعلامية والتعليمية هذا فضلا عن تهيئة الأجواء المناسبة للمجتمع للانجذاب إلى هذا المجال مثل توفير الخدمات الصحية والتعليمية والاجتماعية والقضاء على الفقر الاقتصادي والعمل على تخفيض كلفة استخدام الانترنت، فضلا عن التعاون مع مؤسسات المجتمع المدني من خلال الندوات والمحاضرات واللقاءات، وبالتالي كل هذه الامور إن توافرت لا بد أن تسهم في تضييق الفجوة التقنية الرقمية.

- حيث أنه ومن جانب آخر لا بد من يستفيد المواطن العربي من تجارب وساعدت الدول المتقدمة في هذا المجال، وإنها لم تغفل السبل الكفيلة لردم هذه الفجوة بين دول العالم، ففي عام 2004 قدرت الأمم المتحدة بأن حاجة الدول النامية لغرض تضييق الفجوة الرقمية تبلغ (2) مليار دولار، ثم أن الأمم المتحدة قد تعهدت بإقراض (500) مليون دولار لهذا العمل، كما اطلق البنك الدولي برنامجا عالميا في الانترنت هو (Inféodes) كوسيط إلكتروني مباشر، يقوم البنك من خلاله بتوفير خبرات ودراسات من مصادر عالمية ويلعب دور المحفز والعامل المساعد في تعزيز القدرة المؤسسية للدول العربية، من خلال دعم مجموعة من الأنشطة المحلية والاقليمية والمشاريع المشتركة، في مجال الانترنت ومحو الأمية الرقمية في الدول النامية، وفي عام 2005 صدرت توصية في قمة تونس للمعلوماتية بإنشاء صندوق التضامن الرقمي، لبناء مجتمع المعلومات في الدول النامية للدعم التقني والمالي لتضييق الفجوة الرقمية.

- وتعد الفجوة الرقمية انعكاسا للفجوات في مجال الدخل والصحة والتعليم في الدول النامية، وأن الفقر هو السبب الرئيس لمثل هذا التفاوت، وأن هناك أكثر من مليار من السكان في الدول النامية يتقاتلون على أقل من دولارين في اليوم الواحد، لذا فهم غير قادرين على شراء الحاسوب الذي يساوي ثمنه في العديد من الدول النامية مجموع راتب سنة كاملة .

المطلب الثالث: عوائق وفرص اندماج الدول العربية في الاقتصاد الرقمي.

أدركت العديد من الدول أن التخلف التي تعرفه في مجال اقتصاد المعرفة والمعلوماتية يجعلها تنظم إلى الدول المتخلفة أو الفقيرة ، وهذا ما سيجعلها منعزلة عن العالم

أولا: عوائق اندماج الدول العربية في الاقتصاد الرقمي.

تواجه الدول العربية العديد من العوائق من أجل الاندماج في الاقتصاد الرقمي حيث أن هناك العديد من العوامل التي أدت الى تأخر المنطقة العربية عن دخول عصر المعلومات والاندماج في الاقتصاد الرقمي وهذا راجع لعدة أسباب:[1]

- **التمويل الغير الكافي لبحوث الاتصالات المعلوماتية:** فقد أدى غياب التمويل الكافي لصناعة البرمجيات إلى الاعتماد المتزايد على الخبراء الأجانب، وهو ما جعل قطاع المعلوماتية العربي يشارك بنسبة 0.5% في الدخل القومي العربي الإجمالي، وتعتبر الدول العربية مستوردا صافيا لتكنولوجيا الاتصالات والمعلوماتية.
- **البطء في صنع قواعد قانونية جديدة للاتصالات:** ففي كثير من الدول العربية يوجد اتجاه التعديل قوانين الاتصالات بسبب الضغوط المرتبطة بشروط الالتحاق بمنظمة التجارة العالمية WTO وللتقدم في عملية الخصخصة غير أن إصدار قوانين تتناسب مع متطلبات المعلوماتية ما زال يتسم بالبطء الشديد.
- **الفقر الرقمي:** بينما يوجد تطور معتدل في الوصول إلى الانترنت في بعض الدول العربية فإن غالبية المجتمعات العربية تعاني من نقص الخدمة وتدهورها، بالإضافة إلى الفجوة الرقمية التي توجد بين الدول العربية مع بعضها البعض.
- **ضعف إمكانيات المعلوماتية والاتصال محليا:** فمعظم أدوات المعلوماتية مستوردة من الخارج، ولا توجد مبادرة عربية كبرى للتعامل مع هذه المعضلة، التي تؤثر بدورها على صناعة البرمجيات العربية من حيث الاعتماد

[1] كمال منصور، عيسى خليفي، **اندماج اقتصاديات البلدان العربية في اقتصاد المعرفة المقومات والعوائق**، مرجع سبق ذكره، ص ص:64-66.

الكلي على لغات البرمجة العالمية، يضاف إلى ذلك نقص الأيدي الماهرة المدربة القادرة على التعامل مع تلك البرمجيات، بالإضافة إلى ضعف مستوى التعليم وضعف التمويل الحكومي أو فشله في جلب استثمارات أجنبية.

- **هامشية السياق اللغوي المحلي**: وما يقود إلى حالة عجز عربي عن التلاؤم مع ضروريات ومستحدثات المعلوماتية والتجارة الإلكترونية.

- **هجرة الأدمغة والكفاءات** تمثلBrian Drain نزيفا حقيقيا يكبد البلد الأصلي خسائر اقتصادية جد معتبرة، حيث أن النفقات الطائلة التي خصت للاستثمار في الرأسمال البشري humant capital لم يجن البلد العائد المنتظر Experte Return. ولأن الاقتصاد المعرفي (الرقمي) يقوم أساسا على الرأسمال البشري، فهو مهدد بشكل مباشر بظاهرة هجرة الادمغة خاصة في مجال التكنولوجيا ، وهو بذلك يواجه بذاته تحديا صعبا لا مناص من اتخاذ قرارات عملية لاسترجاع تلك العقول المهاجرة والحفاظ على العقول التي لم تهاجر، وذلك من خلال توفير الظروف الملائمة التي تهيأ لهذه الطاقات البيئة الملائمة للعمل والابداع.

ويعيش عدد ضخم من الكفاءات العربية عالية التأهيل خارج بلدانها، فعند نهاية القرن الماضي كان يقدر أن هناك حوالي مليون مهني عربي يعملون في بلدان منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية.

ثانيا: الفرص المتاحة للانتقال للاقتصاد الرقمي (المعرفي).

توجد العديد من الفرص المتاحة من أجل الانتقال للاقتصاد الرقمي من بينها[1]:

- **سياسيا:** زيادة وعي المواطن العربي، وتغيير الأنماط السلوكية الجماعية، ومساعدة السياسي العربي على التكيف مع ما يستجد من ظروف، وذلك إذا توافرت المعلومات الدقيقة عن الأحداث التي يمر بها المجتمع.

- **اقتصاديا:** تلعب الاتصالات دورا هاما في نظم الإنتاج، خاصة في المنظمات الاقتصادية الكبرى، من خلال تغيير سلوك المستهلك واحتياجاته، كما تفتح أفاق واسعة للتصدير، والاستفادة من كوادر العمل في الدول الأخرى،

- **اجتماعيا وثقافيا:** تساعد التقنيات الحديثة على وضع نظم تعليمية جديدة، في ضوء احتياجات الحياة المعاصرة، وتيسر سبل الوصول إلى الثورة المعرفية المتاحة للجميع، وتشجع على الاستفادة من القدرات والطاقات الكامنة. وهذا ما يتطلب وضع برامج تدريبية جديدة ومتطورة، وتشجيع التبادل بين الجامعات، واعتماد التمويل الازم من قبل الحكومات والمنظمات الدولية المعنية.

[1] عامر بشير، **دور الاقتصاد المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك**، مرجع سبق ذكره، ص 87.

خلاصة الفصل:

الاقتصاد الرقمي هو ذلك الاقتصاد القائم على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة وبالأخص الأنترنت، حيث يتسم بالعديد من الخصائص التي تميزه عن الاقتصاد التقليدي من بينها السرعة في الأداء والاستجابة المباشرة وانخفاض التكلفة وهو عبارة عن اقتصاد لا حدودي يرتكز على مجموعة من التطبيقات من أهمها التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني والادارة الإلكترونية.

وقد برز الاقتصاد الرقمي مع نمو وانتشار الانترنت والشبكات متعددة الخدمات التي لها دور كبير في تفعيله من خلال تقليص التكاليف وإتاحة الفرص، والاقتصاد الرقمي سمة من أهم السمات الاقتصادية للدول المتقدمة والدول المتخلفة تكون بعيدة عن هذا الواقع الجديد ومنها الدول العربية، وهنا ظهر التفاوت بين الدول المتقدمة والدول المتخلفة أو ما يسمى بالفجوة الرقمية.

تمهيد:

تعتبر البنوك من أهم الركائز التي يقوم عليها الاقتصاد الوطني لأي بلد، وذلك نتيجة للدور الكبير الذي تقوم به من خلال جمع المدخرات من الجمهور ووضعها تحت تصرف مختلف مشروعات واستثمارات الدولة وبالتالي فإن تلقي الودائع ومنح الائتمان يشكل النشاط الرئيسي للبنوك إلا أنه لا يشكل النشاط الوحيد لها إذ تقوم كذلك بمجموعة أخرى من الوظائف والتي الهدف منها هو توفير الوسائل الملائمة لتسهيل تعاملاتها مع عملائها ومن أجل جذب عدد أكبر منهم خاصة في ظل المنافسة الشديدة.

وقد شهدت العقود الأخيرة تطورات تكنولوجية كبيرة أحدثت تغيرات كبيرة في قطاعات النشاط الاقتصادي ولعل من أبرزها القطاع البنكي، حيث عملت البنوك على استخدام أحدث التقنيات الحديثة من أجل ابتكار خدمات مصرفية مستحدثة، وتطوير أساليب تقديمها، من أجل مواكبة التطورات الحاصلة.

ومن خلال هذا الفصل سنحاول التطرق الصيرفة الإلكترونية من خلال ثلاث مباحث:

- المبحث الأول: الصيرفة الإلكترونية.
- المبحث الثاني: نظم ووسائل الدفع الإلكترونية.
- المبحث الثالث: الصيرفة الإلكترونية والنظام المصرفي الجزائري.

المبحث الأول: الصيرفة الإلكترونية.

في ظل وجود شبكة الانترنت وشيوعها وازدياد مستخدميها وفي ظل التطور الهائل في تقنيات الحاسوب والاتصال التي حققت تبادلا سريعا وشاملا للمعلومات ضمن سياسة وخطط الانسياب السريع للبيانات ومفهوم العولمة، وترافق ذلك مع استثمار الانترنت في ميدان النشاط التجاري الإلكترونية ضمن مفاهيم الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية، وهذا ما أدى إلى تطور مفهوم الخدمات المالية لتتحول الفكرة إلى بنك له وجود كامل على شبكة الانترنت مع احتواء موقعه على كافة البرمجيات اللازمة للأعمال المصرفية.

المطلب الأول: ماهية الصيرفة الإلكترونية.

تعتبر الصيرفة الإلكترونية من أحدث وأهم المواضيع المصرفية التي حضت باهتمام كبير من قبل المجتمع المصرفي فهي تعد الواقع المعتمد في مجال الاقتصاد الجديد عامة وفي أعمال المصارف خاصة، لذا فإن معظم الدول المتقدمة أصبحت تعتمدها.

أولا: تعريف الصيرفة الإلكترونية:

- **التعريف الأول:** تعرف الصيرفة الإلكترونية بأنها "هي عبارة عن أنظمة تسمح للزبائن الاستفادة من مجموعة من الخدمات المصرفية انطلاقا من حاسوب شخصي يتم ربطه بحواسيب البنك عبر الخطوط الهاتفية وهي تمكن من إجراء العمليات المصرفية ليس على مستوى محلي فحسب بل على مستوى عالمي دون انقطاع"[1].
- **التعريف الثاني:** كما تعرف أيضا بأنها "تقديم الخدمات المصرفية باستعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال أي من خلال الانترنت والموزعات الآلية والشبكات الخاصة والهاتف النقال والثابت والحاسوب الشخصي، فهي تتيح الخدمة المصرفية عن بعد وخلال 24 ساعة وكل أيام الأسبوع وبسرعة فائقة وبتكلفة أقل وبدون التقاء مكاني بين العميل والمصرف"[2].

[1] العاني إيمان، **إدارة البنوك وتحديات التجارة الإلكترونية**، مرجع سبق ذكره، ص125.

[2] نور الدين جليد، أمينة بركان، **الصيرفة الإلكترونية والمصارف الإلكترونية**، مجلة معارف، قسم العلوم القانونية والاقتصادية، العدد العاشر، جوان 2011، المركز الجامعي بخميس مليانة، ص252.

- **التعريف الثالث:** وتعرف الصيرفة "بأنها تلك المؤسسات المصرفية التي تقدم الخدمات والمنتجات المصرفية لعدد كبير من العملاء من خلال القنوات الإلكترونية التي تتيح لعملائها الحصول على نفس الخدمات والمنتجات التي توفرها البنوك التقليدية دون الحاجة لتواجد العملاء بالفروع"[1].

ومن التعاريف السابقة نستخلص" أن الصيرفة الإلكترونية تتمثل في مختلف المعاملات المالية، التي تتم بطرق إلكترونية، من خلال استخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال في عملية السحب أو الدفع، وغيرها من الأعمال المصرفية التي يقدمها البنك عن بعد".

ثانيا: النشأة

ظهرت الصيرفة الإلكترونية بظهور النقد الإلكترونية مع بداية الثمانينيات، غير أن استخدام البطاقات بدل النقد الائتماني يرجع في الواقع إلى بدايات القرن الماضي في فرنسا (بطاقات كرتونية تستخدم في الهاتف العمومي) وفي الولايات المتحدة الأمريكية (بطاقات معدنية تستعمل في تعريف الزبون على مستوى البريد)، ومع ذلك كان لابد من الانتظار حتى الخمسينيات حتى يشهد العالم تحولا في هذه البطاقات، حيث أصدر American express (1958) بطاقات بلاستيكية، والتي انتشرت على نطاق دولي في الستينيات.

وفي سنة 1968 أصدرت مجموعة من ثمانية بنوك بطاقة Bank Ameri carde، والتي دولت لتتحول فيما بعد إلى شبكة Visa العالمية. كما تم في نفس العام إصدار البطاقة الزرقاء carte bleue من قبل ستة بنوك فرنسية.

وفي نهاية السبعينيات، وبفضل ثورة الإلكترونيةك، تم تزويد البطاقات بمسارات مغناطيسية (pistes magnétiques) في عدد من البلدان الصناعية، حيث أصبحت البطاقة تحوي ذاكرة ويمكن تجزئة القيمة المخزنة فيها لإجراء عمليات الدفع.

ومنذ 1986 شرعت اتصالات فرنسا (France télécom) في تزويد غرف الهاتف العمومي بأجهزة قارئة لبطاقات الذاكرة (cartes à mémoire). ومع بداية التسعينيات (1992) أصبحت كل البطاقات المصرفية (بطاقات دفع أسحب) في فرنسا برغوثيه (des cartes à puce)وبالتالي فهي تسمح بالتعرف على سلامة البطاقة وعلى هوية صاحبها، وهو ما يعد دعم كبير لأمن العمليات التي تجرى بها.

[1] عبد الرحيم الشحات الحطيطي، **المخاطر المالية في نظم المدفوعات في التجارة الإلكترونية كأحد التحديات التي تواجه النظم المصرفية، الاقتصاد والإدارة**، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، جدة-المملكة العربية السعودية، 2007، ص50.

إن الانفجار الذي حدث في التسعينيات، بفعل التطور الهائل في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال وخاصة منها ثورة الإنترنت، أدى إلى تحولات عميقة في مجال الصيرفة، فلقد ظهر في منتصف التسعينيات أول بنك افتراضي في الولايات المتحدة الأمريكية، ليتلاحق بروز مصارف من نفس النمط، وبصورة متسارعة، في مناطق أخرى من العالم، خاصة وأن تسيير الزبون الافتراضي (client virtuel) أقل تكلفة من تسيير الزبون التقليدي كما بينت ذلك الدراسات المتخصصة[1].

ثالثا: أهمية الصيرفة الإلكترونية.

للصيرفة الإلكترونية أهمية علمية واقتصادية وذلك بقيام البنوك بتسوية أنشطتها وخدماتها المالية عبر الانترنت يعود عليها بفوائد كثيرة منها[2]:

– تخفيض النفقات التي يتحملها البنك لإجراء بعض المعاملات البنكية المختلفة بدون الحاجة إلى الانتقال للبنك وهذا ما يؤدي إلى جعل تكلفة إنشاء مواقع بنك عبر الانترنت لا تقارب بتكلفة إنشاء فرع جديد للبنك مما يحتاجه من مباني وأجهزة وعمالة مدربة ومستندات وصيانة، وتسويق البنك لخدماته من موقعه على الانترنت تساعده على امتلاك ميزة تنافسية وتدعيم علاقته مما يؤدي إلى زيادة ارتباط العملاء بهذا البنك والارتقاء إلى مستوى المعاملات التجارية الإلكترونية.

– إن دخول البنوك العالمية بشبكة الانترنت وما تملكه من قدرات على المنافسة يلزم البنوك الصغيرة بضرورة اللجوء إلى هذه الخدمة لمواجهة التحديات الجديدة الناجمة عن عرض البنوك الكبيرة لخدماتها عبر الانترنت وفقا لذلك سيقوم العملاء بالمقارنة بين خدمة البنوك لاختيار الأنسب منها.

– إن الصيرفة الإلكترونية تؤدي إلى تسيير التعامل بين المصارف وجعله متواصل على مدار الوقت واختصار المسافات الجغرافية ورفع الحواجز التقليدية.

[1] رحيم حسن، هواري معراج، **الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحولات الاقتصادية .واقع وتحديات**، جامعة الشلف، يوم 14-15ديسمبر 2004، ص316.

[2] صراع كريمة، **واقع وأفاق التجارة الكترونية في الجزائر**، مرجع سبق ذكره، ص94.

رابعا: مزايا وسلبيات الصيرفة الإلكترونية.

للصيرفة الإلكترونية مجموعة من المزايا والسلبيات نذكر منها:[1]

- **مزايا الصيرفة الإلكترونية.**

من ايجابيات الصيرفة الإلكترونية:

- امكانية القيام بأي عملية من البيت أو أي مكان به حاسوب، خط هاتفي ومودم.
- تعرض الخدمات على طول ساعات اليوم وخلال كل أيام الأسبوع.
- تنفيذ العمليات بسرعة فائقة.
- رقعة العمليات بسرعة فائقة.

- **سلبيات الصيرفة الإلكترونية.**

- يتعين على المستخدم ان يكون قادرا ومرتاحا باستخدام الحاسوب.
- يتطلب النجاح والعمل بارتياح من المستخدم استثمار شيء من الوقت للتعلم.
- تغيير البرامج أو تغير المصرف يتطلب جهد إعادة إدخال معلومات جديدة، ولكن هذا لا يعني عملاء المصارف التي تعتمد على أنظمة الانترنت، بالإضافة إلى أن المنافسة خفضت من حدة المتاعب.

المطلب الثاني: خدمات الصيرفة الإلكترونية وقنواتها.

تنوعت الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك بسبب تقدم التقنيات الحديثة وانتشار الحاسبات الآلية وتطور نظام الاتصالات كما تنوعت قنواتها مما أتاح لجمهور المتعاملين مع البنوك الاستفادة منها و من أهمها:

أولا: خدمات الصيرفة الإلكترونية.

أدت الثورة العلمية والتطور السريع والمتوالي في مجال الإلكترونيةات والحسابات الآلية وأجهزة الكمبيوتر خلال القرن الحالي إلى طفرة نوعية كبيرة في مجال الأعمال المصرفية وبشكل أدى إلى ظهور آلات السحب الآلي وأجهزة التحويل الآلي وذلك باستخدام بطاقات السحب الآلي، ومع هذا تعددت خدمات الصيرفة الإلكترونية، وذلك حسب الوسيلة المستخدمة فنجد من أهم تلك الخدمات أو الوسائل ما يلي:

[1] بركان أمينة، **الصيرفة الإلكترونية كحتمية لتفعيل اداء الجهاز المصرفي– حالة الجزائر–** أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، 2013- 1014، ص98.

- **خدمة أجهزة الصراف الآلي**[1]:

هو جهاز يعمل أوتوماتيكيا لخدمة العملاء دون تدخل العنصر البشري ضمن براج معد سلفا تلبي العديد من حاجات العملاء المصرفية على مدار الساعة، ذلك من خلال بطاقات الصراف الآلي وهو بطاقة بلاستيكية بمواصفات معينة تصدر عن البنك للعميل بناءا على طلبه وبموافقة الفرع، وتحمل هذه البطاقة اسم العميل ورقم حسابه ورمز الفرع وعليها شريط ممغنط ذو لون بني داكن يحمل نوع المعلومات السابقة ومعطيات محددة سلفا ولكل بطاقة رقم سري يعرفه ويحدده حاملها فقط.

ومن بين الخدمات التي يقدمها الصراف الآلي هي:

- السحب من حسابات الطلب والتوفير نقدا (بالعملة المحلية).
- الإيداع بالحسابات نقدا و المقاصة.
- التحويل من حساب لآخر.
- الاستفسار عن الرصيد.
- طلب دفاتر الشيكات.
- طلب كشف حساب.
- تسديد بعض فواتير الخدمات (الكهرباء، الماء والهاتف).
- كما تستخدم شاشة الصراف الآلي للتعرف على بعض الخدمات التي يقدمها البنك.

- **الاستعلام المصرفي** :يكتسي الاستعلام المصرفي أهمية خاصة في عصرنا الحاضر نظرا لسهولة الاتصالات وانتقال المعلومات بالأساليب والطرق الممكنة الحديثة، حيث يتيح الاستعلام المصرفي الاطلاع على المعلومات الخاصة بعملائها والتي لا تكون في متناول الآخرين وهي تؤمن إدارة مصالحها ومصالح عملائها بصورة أفضل[2].

- **وسائل الدفع والسداد الحديثة:** مع بداية التحول إلى عصر المعلوماتية وفي ظل تفجر الاستخدام المكثف لتقنيات المعلومات والاتصالات قامت صناعة الخدمات المصرفية بتوفير نظم وتطبيقات جديدة تحقق الاستفادة القصوى من إتاحة التكنولوجيات الحديثة لهذه الخدمات[3].

---

[1] خالد أمين عبد الله، إسماعيل إبراهيم الطراد، **إدارة العمليات المصرفية "المحلية والدولية "**، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان-الأردن، 2006، ص ص:207-208.

[2] بركان أمينة، **الصيرفة الإلكترونية كحتمية لتفعيل أداء الجهاز المصرفي- حالة الجزائر-**، مرجع سبق ذكره، ص 101.

[3] نفس المرجع، ص101.

- **المدفوعات الإلكترونية:** هو عبارة عن أسلوب يعرف في الدوائر المصرفية بالخصم المصرح مقدما ويفيد ذلك في سداد المدفوعات تلقائيا في موعدها خصما من حساب الزبون، تحرير شيكات بالقيمة مما يقلل الجهد والنفقة ويجنب الزبون ما قد يفرض عليه من غرامات تأخير إذا لم يسددها في أجلها المحدد، ففي حالة المدفوعات الإلكترونية فإن الزبون عليه أن يفرض البنك الذي يتعامل معه مقدما على إجراء هذه المدفوعات بصفة دورية حسب التعليمات الصادرة إليه وتفضل البنوك العمل بهذا الأسلوب أيضا لأنه يوفر الوقت وعمولة الخدمة ويقلل النفقة[1].

- **الاعتماد المستندي الإلكترونية:** إن تطورات التكنولوجيا الحديثة تؤدي إلى ظهور الاعتماد المستندي الإلكترونية و فيه يقوم المستورد بإرسال طلب لإصدار اعتماد مستندي وذلك بواسطة الحاسب الإلكترونية فإن قبل البنك مصدّر الاعتماد طلبه فإنه يقوم بإرسال رسالة معادة بالوسيلة نفسها و يرسل نص الاعتماد إلكترونيا إلى المستفيد هذا الأخير يرسل إلكترونيا الفواتير اللازمة المتعلقة بالشحن، إضافة إلى هذا أن البنك المراسل يقوم بفحص الرسائل المرسلة في شكل ورقي للتأكد من مطابقتها مع شروط الاعتماد الإلكترونية فإذا تبين للبنك المرسل وجود خلافات في المستندات فإنه يقوم بإخطار المستفيد بذلك أما إذا كانت الرسائل مطابقة لشروط الاعتماد فإنه يتم الدفع إلكترونيا للمستفيد و ذلك بالتحويل الإلكترونية إلى حسابه و إجراء قيد معاكس بنفس الأسلوب الإلكترونية على حساب طالب فتح الاعتماد[2].

ثانيا: قنوات الصيرفة الإلكترونية.

تتمثل أهم قنوات الصيرفة الإلكترونية فيما يلي:

- **الانترنت المصرفي** :تعتبر هذه الخدمة من الخدمات التي يطلق عليها الخدمات المصرفية من المنزل، تطلق تسمية الانترنتINTERNET على منظومة واسعة جدا من شبكات اتصال المعلومات الحاسوبية المتصلة مع بعضها البعض بطريقة مركزية، و يدخل في تركيب هذه الشبكة ملايين الحواسيب الموزعة في مختلف بلدان العالم بالإضافة إلى أجهزة الاتصالات والتحكم والتي تعمل جميعا لتوفير الخدمات للمستفيدين[3].

- **الصيرفة عبر التلفزيون:** ظل التلفزيون من أكثر من عقد من الوسائل الناجحة للإعلام الجماهيري، وقد تم تطوير نظام التليفزيون ليتيح التراسل من المشترك لمقدمي خدمة الإرسال وأصبح ما يطلق عليه بالتلفزيون

[1] عامر بشير، **دور اقتصاد المعرفة في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك**، مرجع سبق ذكره، ص232.

[2] نفس المرجع، ص 232.

[3] بركان أمينة، **الصيرفة الإلكترونية كحتمية لتفعيل اداء الجهاز المصرفي– حالة الجزائر–** ، مرجع سبق ذكره، ص102

التخاطبي(INTERACTIVE TV) بدأ التلفزيون التخاطبي في احتلال موقعه في الدول المتقدمة وبدأت العديد من الشركات في التحول لتقديم هذه الخدمة بالمشاركة مع مؤسسات مالية لتوصيل الخدمة للمشركين، وأصبح جاذبا حيث أن السلعة التي يتيحها التلفزيون لنقل المعلومات عبر الصورة تفوق تلك التي يمكن نقلها عبر تراسل البيانات التقليدية بحوالي ستة أضعاف.

وأصبحت خدمة الأنترنت يتم تقديمها عبر شبكة التلفزيون التخاطبي خاصة وأن التلفزيون احتل مكانة في المنازل[1].

- **الشبكات الوطنية للتحويل الآلي للمدفوعات**: لقد طورت العديد من الدول نظم المقاصة لخدمة نظم المدفوعات الإلكترونية، بعدما كانت التحويلات النقدية المحلية تتم من حساب مصرفي إلى حساب مصرفي آخر والتي كان يجري تنفيذها في الماضي بواسطة الشيكات أو الحوالات المصرفية، ثم تجمع هذه السندات(شيكات وحوالات) من طرف كل مصرف ويتم التبادل بين مندوبي هذه المصارف في غرفة المقاصة (المقاصة التقليدية) وتتم في ثلاثة أيام، وقد تطور نظام التحويل الإلكترونية للأموال الذي يكفل تحقيق البساطة والفعالية ويوفر الجهد والوقت والأمان وتتيح ممارسة النشاط المصرفي 24 ساعة يوميا و كل أيام الأسبوع[2].
- **شبكة سويفت للتحويل الآلي للمدفوعات "SWIFT"**: كان يتم تنفيذ التحويلات الخارجية عن طريق البريد وإذا كان عاجلا يتم تنفيذه تلغرافيا أو بالتلكس أما في الوقت الحاضر فإن التحويل النقدي الدولي إذا كان عاجلا فإن المصرف يستخدم في تنفيذه نظام "سويفت "التي باشرت نشاطها الفعلي في ماي 1977 ومقر نشاطها الرئيسي في بروكسل[3].

[1] نور الدين جليد، أمينة بركان، **الصيرفة الإلكترونية والمصارف الإلكترونية**، مرجع سبق ذكره، ص 255.
[2] بركان أمينة، **الصيرفة الإلكترونية كحتمية لتفعيل اداء الجهاز المصرفي– حالة الجزائر**، مرجع سبق ذكره،ص102.
[3] نفس المرجع، ص 102.

المطلب الثالث: مخاطر الصيرفة الإلكترونية والرقابة عليها.

الصيرفة الإلكترونية هي من ضمن العمليات المصرفية التي تقوم بها البنوك وقد تتعرض لمخاطر تكون متزايدة أو تقل، وتقوم هذه البنوك بالقيام بإجراءات لمواجهة هذه المخاطر

أولا: مخاطر الصيرفة الإلكترونية.

للعديد من العمليات المصرفية عموما مخاطرها وتلك المخاطر قد تزداد أو تقل لدى إتمام تلك العمليات المصرفية عبر الانترنت، وتتلخص أهم مخاطر العمليات المصرفية عير الانترنت فيما يلي:

- **المخاطر التنظيمية:** نظرا لأن شبكة الانترنت تسمح بتقديم الخدمات من أي مكان في العالم، فإن هناك خطرا في أن تحاول البنوك التهرب من الإشراف والتنظيم، فعلى جهات التنظيم مطالبة البنوك بالحصول على ترخيص بذلك، والترخيص وسيلة مناسبة بصفة خاصة عندما يكون الإشراف ضعيفا وعندما لا يتوافر التعاون بشكل كاف بين البنك الإلكترونية المرخص له العمل وجهة الإشراف المحلية[1].
- **المخاطر التشغيلية:** وتنشأ من عدم التأمين الكافي للنظم مما يجعله عرضة لعمليات عدم ملائمة تصميم النظم أو انجاز العمل أو أعمال الصيانة وإساءة الاستخدام من قبل العملاء[2].
- **مخاطر السمعة:** إن جودة الخدمات المصرفية أو عدمها سوف تؤثر على سمعة البنك بالإيجاب أو بالسلب فلا شك أن السرعة في الأداء وتوفير الأمن الكافي في المعاملات المصرفية لسوف يؤدي إلى كسب ثقة ورضا العميل لذلك لابد على المصارف أن تقوم بشكل دائم بتطوير معايير أداءها[3].
- **المخاطر القانونية:** تكون هناك مخاطر قانونية عندما لا يحترم المصرف القواعد القانونية والتشريعات النافذة والأعراف المصرفية والتجارية، أو عندما لا تكون هناك نظم قانونية واضحة ودقيقة بخصوص عمليات مصرفية جديدة، وينطبق ذلك على الأعمال المصرفية الإلكترونية في ظل غياب التشريعات لمواكبة[4].
- **مخاطر فجائية:** تؤدي مثل هذه المخاطر إلى مشاكل في السيولة وفي سياسة القروض المصرفية، حيث إن فشل المشاركين في نظام نقل الأموال الإلكترونية أو في سوق الأوراق المالية بشكل عام في تنفيذ التزامهم سواء

---

[1] جمال حود مويسة، ، **الاقتصاد الرقمي ومتطلبات استجابة البنوك إلى التحديات الجديدة** ، مرجع سبق ذكره، ص92.

[2] بحوصي مجدوب، سفيان عبد العزيز، **واقع و آفاق البنوك الإلكترونية (مع الإشارة الى مستقبلها في الجزائر)**، المجلة العربية للمعلوماتية، المجلد الثاني، العدد الثالث، 2013، ص62.

[3] صراع كريمة، **واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر**، مرجع سبق ذكره، ص99.

[4] زهير بشنق، **العمليات المالية المصرفية الإلكترونية**، اتحاد المصارف العربية، بيروت-لبنان، 2006، ص194.

تعلق الأمر بالدفع أو السداد قد يؤدي إلى إضعاف قدرة مشارك أو مشاركين آخرين للقيام بدورهم في تنفيذ التزاماتهم في موعدها مما يؤدي إلى توتر العلاقات وزعزعة الاستقرار المالي في السوق[1].

- **مخاطر العمليات** :إن الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة لتقديم الخدمات سيوفر نوعا من الأمن، وفي الوقت ذاته يشكل خطرا أساسيا في مجال التشغيل الناجمة عن الأعمال البنكية الإلكترونية، و تهديدات الأمن يمكن أن يأتي من داخل النظام و خارجه لتصبح البنوك تابعة لمتعاملين آخرين كأصحاب الخدمات المعلوماتية وخبرة الشفرة و الإشارات و أصحاب البرامج المتخصصة، و هؤلاء جميعا لا يلتزمون الحيطة التي تلتزم بها البنوك ومن ثم يتعين على القائمين على تنظيم العمليات البنكية و الإشراف عليها أن يتأكدوا من أن البنوك تتبع ممارسات سليمة لضمان سرية البيانات[2].

ثانيا: الرقابة على مخاطر الصيرفة الإلكترونية:

تتمثل هذه الخطوة في قيام البنك بمجموعة من المراحل التي يمكن اجمالها في[3]:

- **اعتماد سياسات واجراءات حمائية:** من اجل تحقيق الاهداف المسطرة للتحكم في المخاطر التي يتعرض لها البنك المتعامل على الانترنت يتم وضع سياسات حمائية تجمع بين الجانب المادي متمثلا في أجهزة الكمبيوتر وشبكات الاتصال، وبين الجانب البرمجي الخاص بأنظمة المعلومات.

- **توثيق العلاقات والاتصالات الداخلية بالبنك:** يعد الاتصال والحوار المستمر بين ادارة البنك وبين مختلف الأطر المهمة والعليا بالبنك بشأن السياسة المتبعة في الصيرفة الإلكترونية ضروريا، ومن السبيل إلى حصر المخاطر وادارة اوجه عديدة منها.

- **متابعة تطور المتطلبات التكنولوجية:** إن قيام البنوك بتحديث الاجهزة ونظم المعلومات فيها يساعد في الحد من المخاطر العملية والسمعة السيئة لنشاطاتها.

- **ضبط المتعامل مع المصادر الخارجية:** لا تعفى البنوك في اعتمادها على مصادر خارجية لتقديم خدماتها الإلكترونية SWIFTمن تحمل مسؤوليتها اتجاه عملائها والعمل على التخفيف من المخاطر التي تصحب هذه التعاملات.

---

[1] أيمن احمد محمد شاهين، **مقومات العمل المصرفي الإلكتروني كأداة لتعزيز وتطوير نظم الدفع والتجارة الإلكترونية**، رسالة ماجستير، كلية التجارة، ، الجامعة الاسلامية، غزة، 2013، ص25.

[2] عامر بشير، **دور الاقتصاد المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك** ،مرجع سبق ذكره، ص 237.

[3] العاني إيمان، **البنوك التجارية و تحديات التجارة الإلكترونية**، مرجع سبق ذكره، ص ص134- 135.

- **تثقيف العميل:** يتحمل البنك أمام عملاءه مسؤولية حل المشاكل والأخطاء المتعلقة بإنجاز العمليات المصرفية الإلكترونية وإعلامهم بالعمليات الإلكترونية الجديدة بشكل مستمر، ويستطيع البنك أن يقوم بنشر هذه المعلومات بواسطة استخدام موقعه الإلكترونية على شبكة الانترنت أو بشتى الوسائل المتاحة على هذه الشبكة.

المبحث الثاني: نظم ووسائل الدفع الإلكترونية.

يعد التقدم التكنولوجي من أهم التغيرات التي ساهمت في إحداث تحول جذري في أنماط العمل المصرفي في عصر العولمة، حيث اهتمت البنوك الإلكترونية اهتماما كبيرا تكيفا للاستفادة من أحداث تقنيات المعلومات والاتصالات، وهذه البنوك تعيش الآن عصر المعلومات الرقمية وعصر التطور الهائل في وسائل الدفع، حيث تعتمد هذه الأخيرة على بطاقات الدفع الإلكترونية وتعتبر طريقة حديثة من طرق الدفع التي يتعامل بها الناس فهي تحقق لهم السرعة في أداء معاملاتهم.

المطلب الأول: ماهية الدفع الإلكترونية.

في ظل تطور تكنولوجيا المعلومات ومتطلبات إدخال الشبكة الإلكترونية في توفير الخدمات البنكية ظهرت وسائل الدفع الإلكترونية.

أولا: تعريف وسائل الدفع الإلكترونية

ظهرت أنظمة الدفع الإلكترونية منذ ستينيات القرن العشرين حيث استعملت لنقل المبالغ الكبيرة وتطورت في العقود الخمسة الأخيرة التي تليها حيث شهدت الفترة تطورات تكنولوجية مهمة، أثرت بشكل كبير على وسائل الدفع الإلكترونية، من ناحية أخرى أنشأت هذه الوسائل أعمال وعرفا اجتماعيا جديدين[1].

- **التعريف الأول**: يعرف الدفع الإلكترونية على أنه " عملية تحويل الاموال في الاساس ثمن لسلعة أو خدمة بطريقة رقمية باستخدام أجهزة الكمبيوتر وإرسال البيانات عبر خط تليفونيا أو شبكة ما أو أي طريقة لإرسال البيانات"[2].
- **التعريف الثاني**: تعرف بأنها مجموعة الأدوات والتحويلات الإلكترونية التي تصدرها المصارف والمؤسسات كوسيلة دفع وتتمثل في البطاقات البنكية والنقود الإلكترونية والشيكات الإلكترونية والبطاقات الذكية[1].

[1] واقد يوسف، **النظام القانوني للدفع الإلكتروني**، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2011، ص19.

[2] السعيد بريكة ، فوزي شوق، **تحديات وسائل الدفع الإلكتروني دراسة استطلاعية من وجهة نظر الموظفين بالوكالات البنكية لوكالة ام البواقي**، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية ، العدد الثاني ، ديسمبر2014، جامعة ام البواقي، ص57.

ثانيا: خصائص وسائل الدفع الإلكترونية

تتميز وسائل الدفع الإلكترونية بعدة خصائص مميزة لها ومن بينها ما يلي[2]:

- **الطبيعة الدولية في الدفع الإلكترونية:** أي أنه وسيلة مقبولة في جميع الدول، حيث يتم استخدامه لتسوية الحساب في المعاملات التي تتم عبر فضاء إلكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم.
- **يتم الدفع الإلكترونية باستخدام النقود الإلكترونية:** وهي وحدات نقدية عادية كل ما هناك انها محفوظة بشكل إلكتروني ويتم الوفاء بها إلكترونيا.
- يستخدم هذا الأسلوب لتسوية المعاملات الإلكترونية عن بعد، حيث يتم إبرام العقد بين أطراف متباعدة في المكان ويتم الدفع عبر شبكة الإنترنيت، وفقا لمعطيات إلكترونية تسمح بالاتصال المباشر بين طرفي العقد ويتم الدفع الإلكترونية بأحد الأسلوبين:

الأول: من خلال نقود متخصصة سلفا لهذا الغرض، بحيث يكون الثمن فيها مدفوعا مقدما.

الثاني: من خلال البطاقات البنكية العادية حيث توجد مبالغ مخصصة مسبقا لهذا الغرض بل المبالغ التي يتم السحب عليها بهذه البطاقة قابلة للسحب عليها بوسائل أخرى كالشيك.

- تتطلب توفير أجهزة تتولى هذه العمليات التي تتم عن بعد لتسهيل تعامل الأطراف وتوفير فيما بينهم.
- يتم الدفع الإلكترونية من خلال نوعين من الشبكات: شبكة خاصة ويقتصر الاتصال بها على أطراف التعاقد ويفترض ذلك وجود معاملات وعلاقات تجارية ومالية مسبقة بينهم، وشبكة عامة حيث يتم التعامل بين العديد من الأفراد لا توجد بينهم قبل ذلك روابط معينة.

[1] صراع كريمة، **واقع وآفاق التجارة الإلكترونية**، مرجع سبق ذكره، ص 58.

[2] السعيد بريكة، فوزي شوق، **تحديات وسائل الدفع الإلكتروني دراسة استطلاعية من وجهة نظر الموظفين بالوكالات البنكية لوكالة ام البواقي**، مرجع سبق ذكره، ص58.

المطلب الثاني: أنواع وسائل الدفع الإلكترونية

يعتبر وسائل الدفع الإلكترونية ابرز ما قدمته الصيرفة الإلكترونية للمتعاملين الاقتصاديين وذلك من خلال نظام الدفع الإلكترونية

أولا: البطاقات البنكية[1]:

- **بطاقات الدفع:** لإصدار مثل هذه البطاقات فإنه يتطلب القيام بفتح حساب جاري لدى البنك المصدر لهذه البطاقات، ويتم ايداع مبلغا لا يقل رصيده عن الحد الاقصى المسموح له بالشراء في حدوده، وعندما يقوم حامل البطاقة بشراء السلع أو للحصول على خدمات من التجار فإنهم يرسلون مستندات الشراء إلى البنك الذي يقوم بالخصم مباشرة بقيمة المستحق عليه نتيجة هذا الشراء وذلك من الحساب الجاري في صورة قيود دفترية كما يتم الخصم أيضا لقيمة المسحوبات النقدية التي سحبت من آلات سحب النقود أو من البنوك، وفي نهاية كل شهر يرسل البنك كشف حساب العميل (حامل البطاقة) مع فائدة معينة ينص عليها في إتفاق اصدار البطاقة
- **بطاقات الخصم أو الدفع الشهري:** اصدار هذه البطاقات لا يتطلب من حاملها الدفع المسبق للبنك المصدر في صورة حساب جاري كما في النوع الاول، وانما تتم لحاب معه شهريا (فترة الائتمان لهذه البطاقة لا تتجاوز الشهر) عن طريق ارسال البنك كشف حساب لحامل البطاقة يتضمن المبالغ المستحقة عليه نتيجة مشترياته من السلع والخدمات، وكذلك مسحوباته النقدية من آلات الصرف أو البنوك على أن يكون ذلك في حدود الحد الاقصى للبطاقة، وتتضمن اتفاقية الاصدار بأنه اذا تأخر حامل البطاقة عن السداد خلال فترة محددة فإن البنك يحمله فوائد معينة.
- **بطاقات الائتمان:** هي أداة مصرفية للوفاء بالالتزامات مقبولة على نطاق واسع محليا ودوليا لدى الأفراد والتجار والمصارف كبديل للنقود لدفع قيمة السلع والخدمات المقدمة لحامل البطاقة مقابل توقعه على إيصال بقيمة التزامه الناشئ عن شرائه للسلعة أو الحصول على الخدمة على أن يقوم التاجر بتحصيل القيمة من المصرف المصدر للبطاقة عن طريق المصرف ابذي صرحه له بقبول البطاقة كوسيلة دفع، ويطلق على عملية التسوية بين المصارف والأطراف فيها اسم نظام الدفع الإلكترونية[2].

[1] باسم أحمد المبيضين، **التجارة الإلكترونية** ، مرجع سبق ذكره، ص129-130.

[2] نور الدين جليد، أمينة بركان، **الصيرفة الإلكترونية والمصارف الإلكترونية**، مرجع سبق ذكره ، ص 261.

ثانيا: اطراف التعامل في بطاقات الائتمان : يمكن تقسيمهاإلى[1]:

- **المركز العالمي للبطاقة:** وهو مؤسسة عالمية تتولى انشاء البطاقة و رعايتها و الموافقة عضوية المصارف في جميع انحاء العالم للمشاركة في اصدارها و تسوية المستحقات بينها و القيام بدور الحكم لحل اي نزاعات تنشا بين المتعاملين بالبطاقة.
- **مصدر البطاقة:** وهي مؤسسات المالية و الاقتصادية و المصارف المنتشرة في جميع انحاء العالم، حيث يقوم المصدر للبطاقة بإعلان عن اصداره للبطاقة و الترويج لها و تسويقها كما يقوم بالتعاقد مع التجار المحليين لقبول البيع بالبطاقة وربط شبكة أجهزة الصرف الآلي لديه بشبكة المنظمة العالمية للبطاقة لتسهيل عملية السحب النقدي بموجب البطاقة من أي جهاز صرف آلي في العالم مرتبط بالشبكة.
- **التاجر:** وهو اصطلاح يطلق على الشركات والمؤسسات التي يتفق معها المصدر على قبول البيع لحامل البطاقة ثم الرجوع على المصدر بالثمن.
- **حامل البطاقة:** هو الشخص الذي يحصل على بطاقة بلاستيكية من البنك المصدر لها بغرض استخدامها كوسيلة دفع إلكترونية من أجل الحصول على السلع والخدمات في مختلف أرجاء العالم بدلا من المخاطرة بحمل النقود، ويحصل العميل على هذه البطاقة عن طريق تعاقده مع البنك المصدر لها وذلك من خلال توقيعه على طلب الحصول عليها والذي تنص على شروط استعمال هذه البطاقة، وتوقيع الشخص على هذا العقد يعتبر موافقة منه على إصدار البطاقة، ولا يقوم البنك بإصدار البطاقة إلا بعد دراسة طلب العميل جديا وبعد التأكد من وجود الضمانات الكافية سواء أكانت عينية أو شخصية والتي تتناسب مع الحد المصرح به للبطاقة[2].

ثالثا: مزايا بطاقات الائتمان: تتميز بمجوعة من المزايا:

- **بالنسبة لحامل البطاقة[3]:**

- تعتبر بطاقة الائتمان أداة سهلة الاستخدام لسداد أثمان السلع الاستهلاكية والخدمات كبديل للنقود أو الشيكات، اذ يسهل حملها كما أنها أكثر أمان من حمل النقود أو دفاتر الشيكات.
- امكانية الشراء الفوري والدفع الآجل.

[1] زهير بشنق، **العمليات المالية المصرفية الإلكترونية**، مرجع سبق ذكره، ص244-245.

[2] محمد عمر منصور الشويرف، **التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد**، مرجع سبق ذكره، ص ص:115- 116.

[3] باسم أحمد المبيضين، **التجارة الإلكترونية**، مرجع سبق ذكره، ص ص:132 -133.

- يستطيع حامل البطاقة أن يسحب مبالغ نقدية من أي فرع من فروع البنوك الكبرى في العالم.
- ادى انتشار استخدام بطاقات الائتمان في مختلف دول العالم إلى التيسير على المسافرين الذين يزورون أكثر من دولة من خلال أداة دفع واحدة بدلا من حمل العملات الاجنبية المختلفة.
- يتضمن كشف حساب العميل بيانا تفصيليا بالمبالغ التي انفقت في كل مكان استخدم فيه بطاقته ونوع العملة المستخدمة والتاريخ الذي استخدمت فيه، وبالتالي يتوافر لدى العميل سجل تفصيلي بنفقاته.
- الحصول على ائتمان قصير الاجل بطريقة سهلة وميسرة، ويعد الائتمان الذي يتمتع به حامل البطاقة هو ائتمان متجددRevolving لكنه في حدود الفترة المسموح بها.
- تجنب حامل البطاقة الاجراءات المطولة التي تتم عند الشراء الآجل من التجار مباشرة أو عند الاحتياج لنقود من البنك.
- الحد من النفقة المرتبطة باستخدام الطرق التقليدية في المدفوعات.

- بالنسبة للتاجر[1]:

- تساهم بطاقة الائتمان في تحقيق السرعة المطلوبة في إتمام العمليات التجارية.
- زيادة الارادات من بيع السلع والخدمات إلى حملت البطاقات الذين يكون ليدهم حافز للشراء دون انتظار تواجد النقود معهم.
- ضمان التاجر حصوله على ثمن بضاعته وتحويلها إلى حسابه بالمصرف المصدر للبطاقة دون عناء.
- الاستفادة من ادراج اسم المتجر في الدليل الذي يوزعه مصدر البطاقة على حملة البطاقات ووضع شعار البطاقة في مكان ظاهر بالمتجر مما يمثل اعلانا مجانيا عن المتجر.
- تعطي البطاقة للمتجر الذي يتعامل ببطاقات الائتمان ميزة تنافسية عن غيره من المتاجر الاخرى التي لا تتعامل بها.

- بالنسبة للبنك المصدر[2]:

- يمثل اصدار البطاقة للبنك مصدرا جديدا للإيرادات متمثلا في الرسوم المحصلة من حملة البطاقات والعمولة المستقطعة من التجار مقابل التعجيل بثمن المشتريات إلى جانب الفوائد على المبالغ غير المحصلة من حملة البطاقات وفرق سعر الصرف في حالة السداد بعملة اجنبية.

[1] زهير بشنق، **العمليات المالية المصرفية الإلكترونية**، مرجع سبق ذكره، ص ص:249-250.

[2] باسم أحمد المبيضين، **التجارة الإلكترونية**، مرجع سبق ذكره، ص134.

- اكتساب عملاء جدد للبنك كالتجار الذين يقومون بفتح حساب لهم في البنك لقيد مستحقاتهم وكذا حملة البطاقات الذين يلجؤون لفتح حسابات لدى البنك وإيداع مبالغ الضمان لهم.

ثانيا: الشيك الإلكترونية

– **تعريف الشيك الإلكترونية:** تعتمد فكرة الشيك الإلكترونية على وجود وسيط لإتمام عملية التخليص والمتمثل في جهة التخليص(البنك) الذي يشترك لديه البائع والمشتري من خلال فتح حساب جاري بالرصيد الخاص بهما مع تحديد التوقيع الإلكترونية لكل منهما وتسجيله في قاعدة البيانات لدى البنك الإلكترونية[1].

– **إجراءات استخدام الشيك الإلكترونية:**

تتم إجراءات استخدام الشيك الإلكترونية كما يلي[2]:

- يشترك كل من المشتري والبائع لدى المصرف من خلال فتح حساب جاري لكل منهما أو ربطه مع أي حساب جاري آخر، ثم بعد ذلك يتم تحديد التوقيع الإلكترونية* لكل منهما ويتم تسجيله في قاعة البيانات الخاصة بالمصرف.
- يتم تحيد السلعة المراد شراءها وكذا تحديد وكذا تحديد السعر الواجب دفعه للبائع والاتفاق على أسلوب الدفع.
- يقوم المشتري بتحرير شيك إلكتروني وكذا توقيعه بالتوقيع الإلكترونية المشفر، ثم يعمل على إرساله بالبريد الإلكترونية المؤمن إلى البائع.
- يستلم البائع الشيك الإلكترونية الموقع عليه من طرف المشتري ويقوم بالتوقيع عليه كمستفيد بتوقيعه الإلكترونية المشفر، ثم بعد ذلك يرسله إلى المصرف الذي يقوم بعملية المقاصة.

[1] رشيد علام، **عوائق تطور التجارة الإلكترونية في الوطن العربي دراسة حالة الجزائر**، رسالة ماجستير، الاكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي، المملكة المتحدة بريطانيا–، 2009،2010، ص 107.

[2] ميهوب سماح، **أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية–حالة نشاط عن بعد–**، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة، 2013–2014، ص94.

* التوقيع الإلكتروني أو الرقمي هو رقم أو رمز سري ينشئه صاحبه باستخدام برنامج حاسب آلي ينشأ دالة رقمية مر مزة لرسالة الكترونية مشفرة.

- **مزايا الشيكات الإلكترونية:**

يمتاز الشيك الإلكترونية بالعديد من المزايا، يمكن تلخيصها فيما يلي[1]:

- يوفر التعامل بالشيكات الإلكترونية حوالي 50% من رسوم التشغيل بالمقارنة مع بطاقات الإئتمان مما يمارس في تخفيض النفقات التي يتحملها المتعاملون بهذه الشيكات، كما أن عملية الدفع بالشيكات الإلكترونية منخفضة التكاليف بالمقارنة مع الشيك العادي، حيث أوضحت ‘حدى الدراسات في الولايات المتحدة الأمريكية أن البنوك تستخدم سنويا من 500 مليون شيك ورقي وتكلف إجراءات تشغيلها حوالي 79 سنتا للشيك وتتزايد أعداد الشيكات بنسبة 3% سنويا وأكدت الدراسة أن استخدام الشيكات الإلكترونية يمكن أن يخفض التكلفة إلى 25 سنتا.
- لا يتم تحميل الشيكات الإلكترونية التي تتم عن طريق الانترنت بالرسوم التي يتم تحميلها للشيكات الورقية.
- يتم تسوية المدفوعات من خلال الشيكات الإلكترونية في 24 ساعة فقط بالمقارنة بالشيكات العادية التي تتم تسويتها في وقت أطول من خلال غرف المقاصة، تعمل جاهدة على تقليص هذه المدة.
- يتم التعامل بالشيكات الإلكترونية القضاء على المشاكل التي تواجهها الشيكات العادية التي يتم إرسالها بالبريد مثل الضياع، التأخر....إلخ.

ثالثا: النقود الإلكترونية:

ان فكرة النقود الإلكترونية جاءت على اثر فكرة استخدام النقود الورقية والتي تتميز بعدم وجود أي علاقات خاصة بها سوى رقم الإصدار الذي يحدد هوية العملة

- **تعريف النقود الإلكترونية:** "هي عبارة عن نقود غير ملموسة تأخذ صورة وحدات إلكترونية تخزن في مكان آمن على الهارد ديسك لجهاز الكمبيوتر الخاص بالعميل يعرف باسم المحفظة الإلكترونية، ويمكن للعميل استخدام هذه المحفظة في القيام بعمليات البيع أو الشراء أو التحويل"[2].

[1] ميهوب سماح، **الإتجاهات الحديثة للخدمات المصرفية**، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري قسنطينة، 2005، ص113.

[2] منصوري الزين، **وسائل وأنظمة الدفع والسداد الإلكتروني– عوامل الانتشار وشروط النجاح–**، مداخلة، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول: عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر–عرض تجارب دولية–، جامعة البليدة، ص3.

- **أشكال النقود الإلكترونية:**

توجد هناك صورتين أساسيتين للنقود الإلكترونية هما[1]:

- **محفظة النقود الإلكترونية**(P.M.E) le porte-monnaie électronique تسمى كذلك ببطاقات مخزنة القيمة (carte à valeur stockée)، وهي بطاقات سابقة الدفع معدة للاستخدام في أغراض متعددة تحتوي على دائرة إلكترونية (puce) يتم استعمالها عن طريق الموزع الآلي أو الآلات الخاصة بها الموجودة عند التجار لشراء مشتريات صغير كالخبز، الجرائد ...الخ.
- **محفظة النقود الافتراضية**:(P.M.V Le porte- monnaie virtuel)

تسمى كذلك بنقود الشبكة (Net-monnaie) أو النقود السائلة الرقمية (Monnaie numènque) وهي آلية للدفع مختزنة القيمة في شكل بطاقة مدفوعة سلفا تستخدم للدفع عبر الأنترنت، وغيرها من الشبكات وكذلك يمكن استخدامها للدفع في نقاط البيع التقليدية (point you sale-POE).

- **مميزات النقود الإلكترونية**

تتميز النقود الإلكترونية بما يلي[2]:

- هي قيم نقدية مخزنة بطريقة إلكترونية وتستخدم لتسوية المدفوعات تتسم بصغر الحجم.
- تتسم بسهولة تخزينها ونقلها–سهولة حملها– وبدرجة كبيرة من الأمان عند استخدامها.
- ترتبط بحسابات بنكية أو ببطاقات سابقة الدفع.
- هي قابلة للتحويل إلى النقود القانونية.
- تتطلب وجود ثلاثة أطراف، الطرف الأول الذي يصدرها، ومستخدمها عند الدفع كطرف ثاني، والثالث هو المستفيد من قيمتها، ولكن مع الاشارة إلى أن ملكيتها يتم نقلها من المستهلك إلى التاجر دون الحاجة إلى وجوب تدخل مصدرها.
- النقود الإلكترونية على خلاف النقود العادية الحقيقية لا يمكن تداولها اذ عند استخدامها يتم تحويلها إلى نقود عادية حقيقية وهذا ما يقصد به تدمير النقود الإلكترونية.
- تصدر النقود الإلكترونية من طرف مؤسسات ائتمانية خاصة أو بنوك.

[1] ميهوب سماح، **أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية–حالة نشاط عن بعد–**، مرجع سبق ذكره، ص:97 98.

[2] فضيل فارس، **التقنيات البنكية، محاضرات و تطبيقات**، الطبعة الأولى ، مطبعة الموساك رشيد، الجزائر، 2013، ص ص: 281–282.

- لا يمكن ايداعها كوديعة مقابل فوائد، على عكس النقود العادية التي يمكن ايداعها كوديعة تدر أرباح في شكل فوائد.
- تصدر بقيم نقدية غير متجانسة وغير متماثلة تبعا لعدم تجانس قيم السلع والخدمات ولتنوع رغبات المستهلكين.
- تتضمن النقود الإلكترونية التوقيع الإلكتروني وذلك من طرف جهة أو هيئة بعدما تعتمد هذه الأخيرة من طرف هيئات دولية ومؤسسات ائتمانية على المستوى الدولي من خلال حصولها على شهادة الاعتماد.
- تسمح للأفراد باستخدامها دون الحاجة للتعريف بأنفسهم للغير.

رابعا: البطاقات الذكية Smart Cardes:

تماشيا مع التطورات التكنولوجية ظهرت البطاقات الذكية Smart Cardes

- **تعريف البطاقات الذكية:** "هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية تحتوي على خلية إلكترونية يتم عليها تخزين جميع البيانات الخاصة بحاملها مثل الاسم، العنوان، المصرف المصدر، أسلوب الصرف، المبلغ المنصرف وتاريخه وتاريخ حياة العميل المصرفية، وهي بطاقة عالمية تستخدم على نطاق واسع في معظم الدول الأوروبية"[1].
- **أنواع البطاقات الذكية[2]:**

- **بطاقة الاتصال المباشرة(Direct Contact Carde)**: ويحتوي هذا النوع على صفيحة معدنية ذهبية تقع في المقدمة وعندما تمرر البطاقة على القارئ يحدث اتصال إلكتروني ويتم تمرير البيانات من خلال القرص المعدني.
- **بطاقة الاتصال غير المباشرة (Indirect Contact Carde)**: وفي هذا النوع يوجد هوائي محفور حيث تمر المعلومات من وإلى البطاقة عن طريق الهوائي إلى هوائي آخر مربوط بقارئ البطاقة أو أي أداة أخرى ويستخدم هذا النوع في التطبيقات التي بحاجة إلى معالجة سريعة مثل الدفع في الباصات أو القطارات وغيرها.

[1] منصوري الزين، **وسائل أنظمة الدفع والسداد الإلكتروني–عوامل الانتشار وشروط النجاح–**، مرجع سبق ذكره، ص3.

[2] أيمن أحمد محمد شاهين، **مقومات العمل المصرفي الإلكتروني في تعزيز وتطوير نظم الدفع الإلكترونية والتجارة الإلكترونية**، رسالة ماجستير، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية غزة، فلسطين، 2013، ص19.

- **مميزات البطاقات الذكية:** نذكر منها[1]:

- تخزن جميع البيانات الخاصة بحاملها عليها مثل (الاسم، العنوان، المصرف المصدر لها، أسلوب الصرف المبلغ المنصرف وتاريخه، تاريخ حياة العميل المصرفية).
- يختار العميل طريقة التعامل بها سواء كان التعامل ائتمانيا أو عن طريق الدفع الفوري.
- ان هذا النوع من البطاقات ضد عمليات التزييف والتزوير وسوء الاستخدام من جانب الغير في حالة سرقتها أو محاولة تقليدها، ومن أهمها نوع اللدائن المستخدمة والشريط الممغنط والصورة الفوتوغرافية للعميل والرقم السري وحدود التصرفات وعدم القدرة على فتح الغطاء الخارجي لها.
- إن النظام الذكي الذي تحتوي عليه هذه البطاقات الذكية يسمح لأجهزة قراءة البطاقات في الأماكن التجارية التدقيق في تفاصيل الحسابات المالية لأصحابها سواء كانو من المشتركين بمؤسسة فيزا أو ماستر كارد.
- إن هذه البطاقات الذكية لا تتطلب تفويض أو تأكيد صلاحية البطاقة من اجل نقل الأموال من المشتري إلى البائع.

المطلب الثالث: مزايا وسائل الدفع الإلكترونية و مخاطرها والرقابة عليها

ان لكل نظام سواء كان نظاما جديدا أو قديما مزايا ومخاطر مختلفة، وعند تحديد المزايا والمخاطر ليس الغرض التأييد أو المعارضة لتطبيق النظام وإنما الانتباه المبكر لأية سلبيات محتملة قبل وقوعها فضلا عن تعزيز الايجابيات التي يتيحها النظام عند تطبيقه، وعلى هذا هناك عوامل ايجابية لوسائل الدفع الإلكترونية إلى جانب بعض المخاطر التي تعترضها.

أولا: مزايا وسائل الدفع الإلكترونية

يترتب على استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية مجموعة من المزايا كما يلي[2]:

- **بالنسبة لحامل البطاقة:** تحقق وسائل الدفع الإلكترونية لحاملها سهولة ويسر الاستخدام والأمان بدل حمل النقود الورقية وتفدي السرقة والضياع، كما تمنحه فرصة الحصول على الائتمان المجاني لفترة محددة.

[1] إبراهيم أحمد عبد الخالق الدوي، **التجارة الإلكترونية دراسة تطبيقية عن المكتبات**، مطبوعات مكتبة الملك فهد الوطنية ، 2010، السعودية، ص ص: 52،53.

[2] منصوري الزين، **وسائل وأنظمة الدفع والسداد الإلكتروني–عوامل الانتشار وشروط النجاح**، مرجع سبق ذكره، ص4.

- **بالنسبة للتاجر**: تعد أقوى ضمان لحقوق البائع، وتساهم في زيادة المبيعات كما أنها أزاحت عبء متابعة ديون الزبائن طالما أن العبء يقع على عاتق البنك والشركات المصدرة.
- **بالنسبة لمصدر البطاقة**: تعتبر الفوائد والرسوم والغرامات من الأرباح التي تحققها المصارف والمؤسسات المالية.

ثانيا: مخاطر وسائل الدفع الإلكترونية

في إطار تنفيذ العمليات المصرفية الإلكترونية وما يرافقها من تغييرات في بيئة الأعمال نشأت العديد من المخاطر وتلك المخاطر قد تزداد أو تقل في ضوء ما يتوفر من إمكانات حول سرعة اكتشافها والسيطرة عليها لذلك فإن عرض المخاطر يعد امرا ضروريا لتحليلها والوقوف على ابعادها كما يلي[1]:

- **مخاطر خرق انظمة الأمان والحماية**: تتميز عمليات الدفع الإلكترونية بإمكانية اختراقها من قبل القراصنة لشبكة المعلومات، الا ان التطوير يقدم كل يوم حلولا للسيطرة على مثل تلك المخاطر بدءا من استعمال كلمة السر إلى الرقم الشخصي إلى برامج مؤمنة.
- **مخاطر التشغيل**: تنشأ هذه المخاطر نتيجة عدم توفر وسائل التأمين الكافية للنظم أو عدم تصميمها أو انجازها أو نتيجة خطأ معلومات أو خطأ في تشغيل البرمجيات ويمكن أن تتمثل في الآتي:

- **عدم التأمين الكافي للنظم**: وهي تتعلق بعدم توفر وسائل الأمن الكافية لنظم حسابات المصرف مما يتيح إمكانية اختراقها من قبل أشخاص غير مرخص لهم بذلك، حيث يتم التعرف على المعلومات الخاصة بالعملاء واستغلالها سواء كان ذلك من خارج البنك أو العاملين فيه.
- **عدم ملائمة تصميم النظم أو إنجاز العمل أوأعمال الصيانة**: وهي تنشأ بسبب عدم كفاءة النظم أو إخفاقها(بطء الأداء على سبيل المثال) لمواجهة متطلبات المستخدمين وعدم السرعة في حل المشكلات وصيانة النظم خاصة إذا ما تم الاعتماد على مصادر من خارج البنك لتقديم الدعم الفني بشأن البنية التحتية اللازمة أو نتيجة عدم كفاية البرمجيات أو الموظفين القائمين على تلك الأعمال.
- **إساءة الاستخدام من قبل العملاء**: ويحدث ذلك بسبب عدم إحاطة العملاء بإجراءات التأمين الوقائية الواجب القيام بها أو السماح لعناصر غير مرخصة بالدخول على الشبكة أو القيام بعمليات غسيل الأموال باستخدام معلومات العملاء الشخصية.

[1] علي عبد الله شاهين، **نظم الدفع الإلكترونية و مخاطرها ووسائل الرقابة عليها– دراسة تطبيقية على بنك فلسطين**، مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية ، المجلد 12، العدد1، 2010، ص ص: 224- 226.

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

ثالثا: الرقابة على وسائل الدفع الإلكترونية

تبدأ عملية الرقابة عادة من خلال وضع الأسس اللازمة لمتابعة الأعمال، ويمكن توضيح أسس هذه الرقابة كما يلي[1]:

- **مرحلة إصدار البطاقة:** تضم هذه المرحلة عدة نقاط:

- التحقق من استيفاء كافة البيانات الخاصة بالعميل وتحديد مدى ملائمة بطاقة الدفع التي يطلبها ومجالات استخدامها، والحد الاقصى للمبلغ المطلوب تضمينه في البطاقة (السقف الائتماني) واعلام العميل بالشروط والاحكام المرتبطة بإصدار واستخدام البطاقة من حيث حقوق وواجبات حاملها.
- يتم وضع اوزان ومعايير بمدى تحقق الشروط اللازمة لمنح العميل بطاقة الدفع والتي ترتبط بمعظمها بالسجل الائتماني للعميل ومن أهمها:

أ- حجم التسهيلات الائتمانية والالتزامات السابقة التي حصل عليها العميل.

ب- مدى انتظام ورود رواتب العميل ان وجدت.

ج- مدى التزام العميل بالسداد ووفائه لتعهداته السابقة.

د- حجم ونوعية الضمانات المادية المتوفرة.

- اجراء تحليل للبيانات السابقة للعميل وتحديد عدد النقاط التي يحصل وما اذا كانت ضمن الحدود المقبولة مصرفيا لمنحه بطاقة الائتمان والتي يمكن في ضوئها ايضا تحديد نوعية وسقف وشروط البطاقة التي يتقرر منحها له.
- يتم توقيع عقد مع العميل وتصدر له البطاقة مشفرة ومدخلا بها البيانات الاساسية اللازمة وتسجيل رقم خاص بها على نفس البطاقة والتي تشتمل عادة على 16 رقما، حيث تشير الارقام من (الاول حتى السادس) إلى رقم البنك المصدر للبطاقة، وهو رقم ثابت في كل البطاقات الصادرة عن نفس البنك، والرقم السابع يشير إلى تاريخ اخراج الكشف الشهري والرقم الثامن مخصص لتحديد نوع البطاقة(ذهبية أو فضية أو محلية)، والرقم التاسع

[1] علي عبد الله شاهين، **نظم الدفع الإلكترونية و مخاطرها ووسائل الرقابة عليها– دراسة تطبيقية على بنك فلسطين**، مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية ، المجلد 12، العدد1، 2010، ص ص: 526-528.

يترك عادة وتكون خانته (صفر) حيث يمكن أن يطرأ شيء ما فيعلم البنك عملية استخدام البطاقة في ذلك الشيء والأرقام من العاشر إلى الثالث عشر تشير إلى الرقم التسلسلي للبطاقة، والرقم الرابع عشر يشير إلى عدد البطاقات الإضافية التي حصل عليها العميل، والرقم الخامس عشر يشير إلى عدد مرات استبدال البطاقة كما في حالات التلف والضياع، والرقم السادس عشر يشير إلى رقم إثبات البطاقة وهو يستخدم لعملية الإدخال على الحساب الآلي للبطاقة.

- تتمثل هذه المرحلة في ضرورة وجود رقابة ثنائية على عملية تسليم البطاقة للعميل، حيث يتم وضع كل من البطاقة والرقم السري الخاص بها في مغلف مستقل عن الآخر وترسل من الإدارة إلى الفرع من خلال شخصين مختلفين تمهيدا لتسليمهما للعميل ويقوم بتسليم كل مغلف موظف مختص لا تربطهما علاقة مباشرة.

- **مرحلة تشغيل البطاقة:**

تتعلق هذه المرحلة بضوابط تنظيم العلاقة بين اطراف الخدمة المتمثلة في البنك والتاجر أو الوحدة الطرفية للبيع من جهة والعميل حامل البطاقة من جهة أخرى، وفي هذا الشأن يتم مراعات وجود ضوابط رقابية محكمة تنظم جوانب العلاقة بين الاطراف المذكورة ومن أهمها وجود عقد ينظم العلاقة بين البنك (مصدر البطاقة) والتاجر (القابل للبطاقة الائتمانية) وفق شروط محدد تتناول الحد الأقصى لسقف التعويض المسموح به للتعامل مع التاجر وفقا للبيانات التالية:

- اسم البنك مصدر البطاقة ويشار إليه بالفريق الأول.
- بيانات من التاجر من حيث الاسم القانوني، والاسم التجاري وعنوانه، ورقمه وكافة البيانات الأخرى.
- سعر العمولة التي يتقاضاها البنك من العميل.
- طريقة الدفع من قبل البنك للتاجر.

- **مرحلة تسوية العلاقة مع العميل:**

تعتبر هذه المرحلة هامة حيث تستطيع البنوك تقدير ارباحها بعد استبعاد التكاليف الادارية والمالية ويستطيع التجار الحصول على حقوقهم التي تعهد بها البنك، وتظهر أهمية الخطوة الرقابية هنا في متابعة عمليات التسوية من خلال خصم قيمة المبالغ المستحقة على حساب العميل في اليوم المحدد من نهاية كل شهر من جهة وتسديد قيمة المبالغ المستحقة لصالح التاجر من جهة أخرى.

المبحث الثالث: الصيرفة الإلكترونية والنظام المصرفي الجزائري

تعتبر الصيرفة الإلكترونية أو ما يسمى "eleqtronque banking"من أحدث المواضيع المصرفية التي تبناها النظام المصرفي الجزائري وذلك نظرا للاهتمام الكبير التي تحظى به من قبل المجتمع المصرفي الدولي ،نظرا للمزايا الكثيرة التي تقدمها للبنك وللعميل، والاقتصاد الوطني.

المطلب الأول: واقع تكنولوجيا الاعلام والاتصال في النظام المصرفي الجزائري.

تعد الجزائر ضمن البلدان العربية السبعة التي أحرزت تقدما في مجال تكنولوجيا الاعلام والاتصال، حسب ما ورد في تقرير الاتحاد الدولي للاتصالات السلكية واللاسلكية لسنة 2013 الذي أعده على أساس مؤشرتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، غير أن هذا التقدم لا يرقى إلى المستوى المطلوب.

أولا: شبكة الانترنت: دخلت خدمة الانترنت للجزائر في عام 1994 عن طريق مركز CERIST وهو مركز البحث والاعلام العلمي والتقني والذي انشئ في شهر أفريل 1986من قبل وزارة التعليم العالي والبحث العلمي الذي كانت مهمته انذاك إقامة شبكة وطنية وربطها بشبكات اقليمية ودولية[1].

- **عدد مستخدمي الانترنت في الجزائر:** حسب الاحصائيات الاخيرة بلغ عدد مستخدمي الانترنت لسنة 2012 حوالي 5 مليون و230الف مستخدم بنسبة تغلغل بلغت14% [2].

ثانيا: الهاتف النقال: هناك ثلاث متعاملين هم[3]:

- **جازي جي اس ام(Djezzy GSM):** فرع اوراسكوم للاتصالات المصرية، مشغل شبكة الجزائر للمحمول، بحصة سوق 46بالمئة (أكثر من 15مليون مشترك ومشتركة سنة 2010) وبتغطية شبكية 93بالمئة من السكان (48ولاية).

- **اتصالات الجزائر للهاتف المحمول موبيليس(Algérie Télécom Mobile Mobilis):** هي ثاني شبكة للهاتف المحمول في الجزائر، تأسست عام 2003 كفرع للمؤسسة العمومية اتصالات الجزائر التي تمتلكها بنسبة 100 ولذلك فهي تعتبر شركة الاتصالات العمومية الوحيدة في الجزائر، تقدم موبيليس خدماتGSM و GPRS، الانترنت اللاسلكي، خدمات الجيل الثالث، وخدمة التحوال الدولي، تمتلك موبيليس أكثر

[1] صراع كريمة، **واقع وأفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر**، مرجع سبق ذكره، ص136.

[2] نفس المرجع ، ص139

[3] حسين العلمي، **دور الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق التنمية المستدامة، رسالة الماجستير**، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2012-2013، ص124.

من4200 محطة تغطية BTS وشبكتها تغطي 97 من مساحة الجزائر، كما تملك أكثر من 110وكالة تجارية و52000 نقطة بيع معتمدة، مع نهاية عام 2010 أصبح لدى موبيليس 11مليون زبون في مختلف خدماتها.

- **نجمة(Nedjma)**: هي فرع من مجموعة الشركة الوطنية للاتصالات الكويتية، وهي مؤسسة تعمل في الجزائر في مجال الاتصالات بالهاتف النقال، يبلغ عدد مشتركيها 8.245 مليون مشترك مما يجعلها تحتل المرتبة الثالثة في سوق الهاتف النقال بالجزائر وبلغت حصة نجمة في سوق النقال 2.25 بالمئة من مجموع الحصص.

ثالثا: مؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات[1]:

تعد الجزائر من ضمن البلدان العربية السبعة التي احرزت تقدما في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات حيث ورد في تقرير للاتحاد الدولي للاتصالات السلكية واللاسلكية الذي أعد على اساس مؤشر تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، حيث أن هذا التقدم لا يرقى إلى المستوى المطلوب.

احتلت الجزائر المرتبة(118) حسب المؤشر العام لجاهزية الدول للاستفادة من أحدث التطورات التكنولوجية(NRI) (Networked Readiness Index) سنة 2012 وقد بلغت قيمة هذا المؤشر(3.01) بينما كانت تحتل المرتبة(87) بقيمة مؤشر (2.75)سنة 2004.

يمثل عدد المشتركين في شبكة الهاتف النقال احد أبرز مؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تطورا في الجزائر إذ بلغ 35.2 مليون مشترك خلال 2011 مما يمثل ارتفاعا ب2.5 مليون مشترك مقارنة بسنة 2010حيث بلغت نسبة الاشتراك أكثر من 95بالمئة من سكان البلاد في خدمات المتعاملين الثلاثة للهاتف النقال.

المطلب الثاني: النظام النقدي الإلكترونية في الجزائر.

من أجل مواكبة التغيرات الحاصلة والمستجدة في الساحة المصرفية قامت البنوك الجزائرية بتبني فكرة النظام النقدي الإلكترونية، وذلك إدراكا منها للتأخر الحاصل في المجال المصرفي.

أولا: شبكة الاتصالات في البنوك الجزائرية:

بادرت بعض المؤسسات المصرفية و المالية بتطوير شبكات إلكترونية للدفع و التسديد منتشرة في نقاط محدودة من التراب الوطني ، لكن عدم القدرة على التحكم فيها و تسييرها جعل بعضها يتوقف عن أداء خدماته و ذلك بسبب اعتماد هذه المؤسسات على حلول و أنظمة مستوردة و غير متوافقة و خصائص السوق الجزائرية و كذلك عدم تزايد الطلب على هذه الخدمات ، هذا العامل الذي كان من الممكن ان يشجع هذه المؤسسات

[1] حسين العلمي، **دور الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق التنمية المستدامة**، مرجع سبق ذكره، ص126.

على مواصلة العمل بهذه الوسائل (العامل أي زيادة الطلب) ورغم ذلك فقد بادرت بعض المؤسسات بإصدار بطاقات السحب مثل:

- بطاقة السحب من الصرفات الألية (DAB) لمؤسسة البريد.
- البطاقة المصرفية للسحب و الدفع للمصارف التالية : القرض الشعبي الجزائري ، بنك الفلاحة و التنمية الريفية ، بنك الجزائر الخارجي ، الصندوق الوطني للتوفير و الاحتياط – بنك ، بنك البركة الجزائري.

يعد بنك الفلاحة و التنمية الريفية BADR من رواد المؤسسات المصرفية في الجزائر فقد قطع شوطا كبيرا على مستوى نظام الاتصالات ، فهو يمتلك شبكة اتصالات تعم جل مناطق الوطن ، و هي مخصصة للتحويل المالي المباشر من وكالاتها و تعتبر بطاقة السحب و الدفع لوكالة BADR دعم للنشاط المصرفي للمؤسسة وزيادة لمواردها و وسيلة لتحسين خدماتها المصرفية [1].

ثانيا: الأنترنت و البنوك الجزائرية : إن معظم البنوك الجزائرية لها مواقع على شبكة الأنترنت[2].

- فالنسبة لبنك الجزائر موقعه على الأنترنت www.bank-of-algeria.dz تظهر فيه مجموعة من المعطيات و البيانات عن السياسة النقدية و المالية و إحصائيات مختلفة و لكنها غير متجددة ، فمثلا آخر تقرير سنوي موجود على الموقع هو تقرير سنة 2005 ، و هو لا يقدم أي خدمة معلوماتية إلكترونية ، بعكس مواقع البنوك المركزية في العالم و التي بعضها يشرف على أنظمة الدفع الإلكترونية لمصارف تلك الدول انطلاقا من موقعه الإلكترونية.
- أما بالنسبة للمصارف التجارية ، فمواقعها تعرض مجموعة من المعلومات عن نفسها و معظمها لم يجدد منذ مدة ، إلا إنه يجب أن نذكر ان هناك مصارف تسمح بالاطلاع على الرصيد.

(للزبائن المشتركين في النظام) و بعض العمليات الأخرى .ومن مثلة مواقع تلك البنوك : موقع صندوق الوطني للتوفير و الاحتياط ، القرض الشعبي الجزائري ، بنك الفلاحة و التنمية الريفية، و لكنها تقدم عمليات محدودة سواء من حيث نطاق الخدمة أو نوعيتها .

و لكن يجب تدارك هذا الأمر و تفعيل دور الأنترنت لتقديم خدمة مصرفية متطورة و في هذا السياق لا ننسى تجربة " بريد الجزائر " بتقديمه خدمات عبر الشبكة مثل الاطلاع على كشف الحساب البريدي و طلب الصك البريدي بالإضافة إلى إمكانية تسديد فاتورة الهاتف النقال الخاص بفرع "موبيليس" عبر الحساب البريدي

[1] أيت زيان كمال ،حورية ايت زيان ، مداخلة بعنوان **الصيرفة الإلكترونية في الجزائر** ، المركز الجامعي خميس مليانة ،الجزائر، ص3.
[2] نفس المرجع ، ص ص:3- 4..

و إنشاء خدمة الموزع الصوتي (15.30) للاستعلام حول الحساب البريدي.

ثالثا: استخدام الهاتف في الخدمة المصرفية:

لا تستعمل المصارف الجزائرية الهاتف في تقديم خدماتها سواء الهاتف الثابت او المحمول رغم ما شهده هذا الأخير من تطور كبير بعد فتح السوق الجزائرية في السنوات القليلة الماضية، وعلى المصارف الاستفادة من عدد مشتركي خدمة الهاتف في تقديم خدماتها لجلب أكبر عدد من الزبائن.

- **استعمال وسائل الدفع الإلكترونية في النظام المصرفي الجزائري.**

رغم التطورات التي عرفتها وسائل الدفع الإلكترونية في العالم و توسع نطاق استخدامها ليشمل مختلف المجالات حيث أصبحت من أهم وسائل الدفع في الوقت الراهن إلا أن الجزائر بقيت في بعد عن هذه المستجدات رغم أن العديد من الدول العربية قد قطعت أشواطا كبيرة في هذا المجال.

و ما نستطيع أن نتحدث عنه هو بطاقات السحب و تفعيل بعض الآليات الأخرى:

- **بطاقة السحب:**

تم إنشاء بطاقة السحب الخاصة بكل مصرف، فقد أنشأت شركة ما بين المصارف الثمانية و هي: البنك الوطني الجزائري، بنك الفلاحة و التنمية الريفية، بنك الجزائر الخارجي، الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط، القرض الشعبي الجزائري، بنك التنمية المحلية، الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي، بنك البركة الجزائري هذه المصارف أنشأت في سنة 1995 هذه الشركة و هي شركة ذات أسهم رأسمالها 267 مليون دينار جزائري وذلك من أجل:

أ- تحديث وسائل الدفع للنظام المصرفي الجزائري.

ب- تطوير و تسيير التعاملات النقدية ما بين المصارف.

ج- تحسين الخدمة المصرفية وزيادة حجم تداول النقود.

د- وضع الموزعات الآلية في المصارف و التي تشرف عليها الشركة.

و تقوم هذه الشركة بصنع البطاقات المصرفية الخاصة بالسحب حسب المقياس المعمول به دوليا و طبع الإشارة السرية، و تنشأ هذه الخدمة عن طريق عقد يبرمه المصرف مع شركة SATIM الذي يحدد التزام الطرفين خاصة فيما يتعلق بآجال و إجراءات التسليم بالإضافة إلى عملية الربط بين الموزعات الآلية ومصالح SATIM بواسطة

شبكة اتصال حيث تسمح بالقيام بعمليات السحب سواء كانت داخلية او محولة بالإضافة إلى سجل متصل بهيئة المقاصة لتصفية الحسابات ما بين المصارف[1].

حيث أن معظم البنوك الجزائرية تمتلك بطاقات سحب، فبالنسبة لبطاقات السحب فيما يخص بريد الجزائر فإنها وصلت إلى لأكثر من 5 ملايين مشترك وهو رقم كبير مقارنة بالمنخرطين في البنوك الأخرى[2]، فتبعا لآخر احصائيات شركة SATIM فإن عدد البطاقات البنكية CIB المتعامل بها فتقدر ب850008 بطاقة السنة 2011 فقد ارتفع نسبيا بالمقارنة مع سنة 2008[3].

ثالثا: الشبكة النقدية بين البنوك: في سنة 1996 أعدت مشروعا لإيجاد حل للنقد بين البنوك، وأول مرحلة لهذا المشروع بدأ في العمل سنة 1997 تمثلت في إعداد شبكة نقدية إلكترونية بين البنوك في الجزائر، هذه الشبكة لا تغطي إلا الخدمات المتعلقة بإصدار البطاقات البنكية الخاصة بالسحب من الموزع الآلي محليا، وبالتالي يمكن للبنوك الوطنية والأجنبية الخاصة أو العامة أن يقدموا إلى كل زبائنهم خدمة سحب الأموال بواسطة الموزع الآلي، كما تعمل على ضمان حسن سير عملية السحب وتكامل الموزعات الآلية مع عدد من البنوك، بالإضافة إلى تأمين قبول البطاقة في جميع بنوك المنخرطين وإجراء عملية المقاصة لصفقات السحب بين البنوك حيث تأمن تبادل التدفقات المالية بين المنخرطين والمؤسسة المسؤولة عن المقاصة، كذلك تعمل هذه الشبكة على مراقبة البطاقات المزورة وكشف حاملي البطاقة إذا كانوا في القائمة السوداء.

أما عن نظام الدفع فقد بدأت satim بتشغيله في سنة 2006 سعيا منها إلى تطوير الخدمات المصرفية الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية بشكل خاص[4].

رابعا: نظامRTGS: هو نظام تسوية المبالغ الإجمالية في وقت حقيقي ويتم فيه سير التحولات بصفة مستمرة وعلى الفور بدون تأجيل وعلى أساس إجمالي.

كما يعرف أيضا أنه نظام مركزي إلكتروني يعمل على أساس فوري إجمالي نهائي ومستمر لتنفيذ أوامر التحويل الدائنة ويوفر نقطة تسوية لأنظمة التصفية العاملة في بلد ما من خلال الحسابات المركزية للمصاريف.

---

[1] أيت زيان كمال ،حورية ايت زيان ، مداخلة بعنوان **الصيرفة الإلكترونية في الجزائر، ص ص: 4– 5.**

[2] عامر بشير، **دور الاقتصاد المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك**، مرجع سبق ذكره، ص252.

[3] صراع كريمة، **واقع وأفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر**، مرجع سبق ذكره، ص144.

[4] عامر بشير، **دور الاقتصاد المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك**، مرجع سبق ذكره، ص244.

ومن التعريفين السابقين نستخلص التعريف التالي: هو عبارة عن نظام إلكتروني يتم على أساسه تحويل المبالغ بصفة إجمالية وبطريقة فورية، ويهدف إلى ما يلي:

- تسوية عمليات البطاقة المصرفية في وقت حقيقي، وكل وسائل الدفع الأخرى.
- تلبية مختلف احتياجات المستعملين باستخدام نظام دفع إلكتروني [1].
- تقليص آجال التسوية وتشجيع استعمال النقود الكتابية.
- تخفيض التكلفة الإجمالية للمدفوعات.
- جعل نظام الدفع الجزائري يتمتع بالمقاييس الدولية في تسيير مخاطر السيولة.
- تقوية العلاقات بين المصارف.
- تشجيع إقامة المصارف الأجنبية.

خامسا: نظام المقاصة عن بعد: إن عملية عصرنة نظام الدفع عرفت دفعة جديدة بإنشاء نظام مكمل لنظام RTGS.

إن هذا النظام يختص بالمعالجة الآلية لوسائل الدفع العام ،صكوك، تحويل، إقطاع، عمليات السحب والدفع بالبطاقات البنكية، وذلك باستعمال وسائل متطورة، ويعتمد هذا النظام على نظام التبادل المعلوماتي للبيانات الرقمية والصور.

ولقد دخل حيز التنفيذ يوم15ماي 2006 في أول يوم للتبادلات وكانت البداية بمعالجة الصكوك على أن تتطور العملية لتشمل باقي وسائل الدفع نهاية2006، ويهدف إلى:

- التسيير المحاسبي اليومي وإعطاء نظرة شاملة وحقيقية عن وضعية الخزينة في السوق المالية والوطنية.
- تقليص آجال المعالجة، قيم قبول أو رفض العملية في أجل أقصاه 05أيام على أن يتم اختزال هذه المدة إلى 03أيام ثم 48ساعة.
- تأمين أنظمة الدفع العام.
- إعادة الثقة للزبائن في وسائل الدفع خاصة الصكوك.
- مواجهة عملية تبيض الأموال في الجزائر[2].

إن تبني نظام الصيرفة الإلكترونية في الجزائر سيؤدي إلى إحداث العديد من التغيرات الإيجابية على الاقتصاد بصفة عامة ،والنظام المصرفي الجزائري بصفة خاصة.

[1] أيت زيان كمال ،حورية ايت زيان ، مداخلة بعنوان **الصيرفة الإلكترونية في الجزائر**، مرجع سبق ذكره، ص9.

[2] نفس المرجع ، ص ص: 9- 13.

ثانيا: الصرافات الآلية في الجزائر:

حقق هذا النظام تطورا واسعا لعدد الصرافات الالية في الجزائر وهذا في الفترة الممتدة من سنة 2008 إلى سنة 2013.والجدول التالي يبين ذلك.

الجدول2-1: عدد الصرافات الآلية في الجزائر من سنة 2008 إلى 2013

السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013
عدد الصرافات الآلية	544	574	636	648	543	475

المصدر: ميهوب سماح، **أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية– حلى نشاط عن بعد–**، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامع قسنطينة 2، 2013- 2014، ص113.

سادسا: مركز معالجة النقدية ما بين المصارف: تشرف شركة SATIMعلى مركز المعالجة النقدية بين المصارف، وتعمل على ربط مراكز التوزيع مع مختلف المؤسسات المشاركة لوظيفة السحب حيث يتولى هذا المركز ربط الموزع الآلي يقدم الخدمة بواسطة خطوط عبر الشبكة الوطنية ومركز للاعتراض على البطاقات الضائعة أو المزورة.

فعملية السحب تتم بطلب ترخيص فوري يوجه إلى مركز الترخيص بالوكالة والذي يرخص أو يرفض الطلب وفي حالة القبول يراقب السقف المسموح به أسبوعيا لكل زبون، كما يراقب هذا المركز الإشارة السرية وأن السحب الذي يتم بالبطاقة لا يمكن الرجوع فيه، بعد ذلك وعلى الساعة الصفر يقوم المركز بمعالجة كل الصفقات التي قامت في ذلك اليوم وتنظيمها حسب كل مصرف موجود في الشبكة بين المراكز وجميع المصارف المشاركة، وتسجل العمليات لدى جميع المصارف ويتم إجراء عملية المقاصة في مركز الصكوك البريدية التي لها كل حسابات المصارف.

ولهذا يمكن القول أن عملية السحب تتم في أسلوب نصف مباشر فتوجد شبكة بين المصارف وشركة SATIM، وهذا ما يخلق نوعا من المخاطر، إضافة إلى إحجام الناس على التعامل بهذه الوسائل مما يجعل

الإقبال عليها ضعيفا لأسباب عديدة منها كثرة الأعطاب والأخطاء، والميول للحرية والإحجام عن إظهار أية معلومات أمام الناس، إضافة إلى التوزيع غير الجيد للموزعات الآلية[1].

المطلب الثالث: أفاق تفعيل مشروع الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية وانعكاساتها

نظرا للتطور الذي عرفه القطاع المصرفي في العالم، أصبح لزاما على البنوك التجارية زيادة عنايتها بجودة ما تقدمه من خدمات كأحد العناصر المحددة للقدرات البنكية في السوق المحلية والأجنبية[2].

أولا: أفاق تفعيل مشروع الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية

من أجل تفعيل مشروع الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية يجب العمل على:

- **مواكبة أحدث التطورات التكنولوجية في العمل البنكي:** وسعيا لمواكبة التطورات في الصناعة المصرفية عملت البنوك الجزائرية على نقل العديد من التقنيات المصرفية إلى السوق الوطنية لا سيما منذ سنة 1997 حيث شرعت في ادخال آلات السحب الآلي، إذ بلغ عددها سنة 2002 حوالي 250 جهاز، وبالرغم من كل المجهودات المبذولة ألا ان الفجوة التكنولوجية بين البنوك الجزائرية ونظرائها من البنوك العربية والغربية لا تزال كبيرة نظرا للعديد من العوائق من بينها:

- غياب ثقافة مصرفية في مجتمع لا يتعامل بالشيك المصرفي إلا قليلا.
- ضعف الإقبال على استخدام وسائل الدفع الإلكترونية.
- عدم وضوح البيئة القانونية والتشريعية المتعلقة بتنظيم التجارة الإلكترونية.
- تعدد المخاطر المرتبطة بتقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية.
- ارتفاع تكلفة إنشاء وصيانة الشبكات الخاصة بالعمليات المصرفية.

- **تنويع الخدمات المصرفية:** وذلك من خلال:

- الاهتمام بالقروض الاستهلاكية الموجهة لتمويل الاحتياجات الشخصية والعائلية وكذا بتمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة والمتناهية الصغر.
- استخدام أسلوب الائتمان التجاري وكذا القروض المشتركة.

[1] نادية عبد الرحيم، **تطور الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي**، مرجع سبق ذكره، ص 149.

[2] عبد الغني ربوح، نور الدين رغدة، **تطبيق الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية بين الواقع والآفاق**، المؤتمر الدولي العلمي حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات الراهنة، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة، الجزائر، ص ص: 14- 18.

- تقديم خدمات الاستشارة وخدمات الحيطة من مخاطر تقلب أسعار الفائدة وأسعار الصرف.

– **الارتقاء بالعنصر البشري:** يعتبر العنصر البشري من الركائز الأساسية للارتقاء بالأداء المصرفي على اعتبار أن الكفاءة في الأداء هي الفيصل ما بين المؤسسات، ومن أجل مسايرة ما وصل إليه العلم في مجال التكنولوجيا المصرفية ينبغي تطوير إمكانيات العاملين وقدراتهم من خلال:

- الاستعانة ببيوت الخبرة ومكاتب الاستشارة الدولية في تدريب الإطارات على استخدام أحدث النظم البنكية.
- وضع نموذج لتقييم أداء العنصر البشري من خلال عدة معايير تأخذ في اعتبارها أداء الوحدة ودوره في تحقيق هذه النتائج.

– **تطوير التسويق المصرفي:** يعتبر تبني التسويق الحديث أمرا في غاية الأهمية في ظل التحولات العميقة التي تشهدها الساحة المصرفية، ويبدو جليا أن التسويق المصرفي كعلم وفن لن يجد بدا من الولوج في عصر جديد تحيط به حتمية التغيير والاختلاف.

– **مواكبة المعايير الدولية:** وذلك من خلال:

- **تدعيم القواعد الرأسمالية:** تحتل قضية رؤوس أموال البنوك أهمية بالغة بوصفها صمام أمان لمواجهة الصدمات والأزمات، فضلا عن أهميتها في تعزيز القدرة الاستثمارية للبنك، وتحسين نظام تقويم المخاطر، وجعل فئاتها ترتبط بصفة أكبر مع المخاطر الاقتصادية التي تتعرض لها البنوك.
- **تطوير السياسات الائتمانية:** حددت لجنة بازل رؤيتها الخاصة بالرقابة على المخاطر البنكية التي احتلت فيها قواعد منع الائتمان مكانة بارزة، وقد اشتملت تلك القواعد على ضرورة كفاية القواعد الإرشادية لمنح الائتمان، كفاية سياسات تقييم جودة الأصول، كفاية مخصصات الديون المعدومة، ووضع ضوابط للحد من مخاطر التركز والتي تقدر عادة بنسبة معينة من رأس المال، كما اهتمت بوضع ضوابط للحد من مخاطر الاقتراض للعملاء ذوي العلاقة بالبنك.
- **الاهتمام بإدارة المخاطر:** وذلك من خلال الارتكاز على أربعة عناصر أساسية:
- تعريف المخاطر التي يتعرض لها النشاط البنكي.
- القدرة على قياس تلك المخاطر بصورة منتظمة من خلال نظام معلوماتي مناسب.
- اختيار المخاطر التي يرغب البنك في التعرض لها.

- قدرة إدارة البنك على مراقبة تلك المخاطر باستخدام معايير مناسبة واتخاذ القرارات الصحيحة في الوقت المناسب.
- **وضع آلية للإنذار المبكر للبنوك:** وذلك من خلال:
- توفير نظام اتصالات جيد لجمع المعلومات وإتاحتها في الوقت المناسب وتحليلها لاتخاذ القرارات في ضوء تصور شامل للوضع داخل الجهاز البنكي.
- استخلاص الأساليب الإحصائية والرياضية التي يمكن من خلالها التنبؤ بحدوث المخاطر في ضوء ظروف كل بنك.

– **تفعيل دور الدولة والبنك المركزي في تطوير الجهاز البنكي الجزائري:** يعد تطوير الجهاز البنكي مسألة مصيرية في مستقبل الاقتصاد الجزائري، لذا فإنه لا يمكن إغفال الدور الذي يمكن أن تؤديه الدولة ومؤسساتها المختلفة خاصة البنك المركزي في تفعيل هذا التطور من خلال القيام بما يلي:

- الاسراع بإصدار القانون الموحد للبنوك الذي يهدف لضمان سلامة أداء الجهاز البنكي ومسايرة الاتجاهات العالمية على النحو الذي يؤهله لمواجهة المنافسة الخارجية.
- سن التشريعات المتعلقة بنظم الدفع الإلكترونية التي تنظم العلاقة بين أطراف العملية.

ثانيا : انعكاسات الصيرفة الإلكترونية

إن تعميم الصيرفة الإلكترونية في الجزائر سوف تولد انعكاسات على المصارف بصفة خاصة وعلى الاقتصاد الوطني بصفة عامة[1]:

– **انعكاسات الصيرفة الإلكترونية على الاقتصاد الوطني.**

إن مرور الاقتصاد الجزائري بفترة انتقالية نحو اقتصاد السوق جعله مستعدا لتبني كل الوسائل التي تؤدي به إلى الاستقرار، حيث تعمل الصيرفة الإلكترونية على زيادة تحسين الإدارة و اقتصاد الوقت و التكلفة و الاستفادة من خدمات بجودة عالية و بتكلفة و جهد أقل وذلك من خلال:

- **محاربة الاقتصاد الموازي:** لقد فرض تأخر وسائل الدفع في المنظومة المصرفية الجزائرية على المتعاملين التجاريين التعامل خارج الدائرة المصرفية ، هذا التعامل قد ساعد على تداول النقود خارج هذا الإطار الذي ساهم بدوره في بروز ظاهرة الاقتصاد الموازي (غير الرسمي) و تفشي ثقافة الاكتناز كلها عوامل ساعدت على ارتفاع

[1] أيت زيان كمال،حورية أيت زيان، **مداخلة بعنوان الصيرفة الإلكترونية في الجزائر**،مرجع سبق ذكره ص ص:6- 8.

السوق الموازية ، وهذا الأمر أصبح يهدد الاقتصاد الوطني الذي مازال هشا، و بالتالي فإن اعتماد الصيرفة الإلكترونية و إقامة أنظمة دفع إلكترونية سوف يسهل دخول النقود المتداولة في السوق الموازي إلى دائرة السوق المصرفية و بالتالي المساهمة في التخفيف من حدة الاقتصاد غير الرسمي و السوق الموازية بالأخص في ظل توفير بيئة مناسبة لذلك .

- إيجاد و تطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر: إن أساس ظهور و تطور التجارة الإلكترونية يعود في الأصل إلى مدى انتشار استخدام وسائل الدفع الإلكترونية و فعالية الصيرفة الإلكترونية ، ولا أحد تخفى عليه أهمية التجارة الإلكترونية و بالتالي على الجزائر تدعيم الصيرفة و وسائل الدفع الإلكترونية لإيجاد وسط مناسب لهذا النوع من التجارة.
- إعطاء دفع للحكم الإلكترونية في الجزائر: لقد أصبحت فكرة إنشاء الحكومة الإلكترونية أمرا لابد منه
- في ظل انفتاح الجزائر على الاقتصاد العالمي و تشجيعها للاستثمارات الأجنبية و تزايد المطالب الشعبية بضرورة تخفيف الأعباء البيروقراطية ،و هذا المشروع يتطلب توفير بنية أساسية للانطلاق أحد دعائمها هي الصيرفة الإلكترونية .

بناء الاقتصاد الرقمي في الجزائر : إن تبني نظام الصيرفة الإلكترونية يكون القاعدة نحو الانطلاق في مشاريع رقمية أخرى ، تنقل الاقتصاد الوطني نحو اقتصاد رقمي .

- **انعكاسات الصيرفة الإلكترونية على النظام المصرفي الجزائري:**

إن اعتماد الصيرفة الإلكترونية في النظام المصرفي الجزائري سوف يتيح للنظام دخول العصرنة من أبوابها الواسعة سواء تعلق الأمر بالبنوك التجارية أو بنك الجزائر أو المؤسسات المالية الأخرى ، و هي تمنح عدة امتيازات مثل :

- تخفيض النفقات التي تتحملها المصارف في أداء الخدمات و إنشاء فروع جديدة في مناطق مختلفة خاصة أن الجزائر مساحتها واسعة و التواجد على الأنترنت قادر على التكفل بالوصول إلى عدد كبير من الزبائن و تقديم خدمات جيدة و متنوعة و بتكلفة أقل، إضافة إلى إمكانية تسويق خدماتها المصرفية، فضلا عن التعاملات بين المصارف و المبادلات الإلكترونية.
- إن استخدام الانترنت في المصارف الجزائرية يشكل نافذة إعلامية لتعزيز الشفافية و ذلك من خلال التعريف بهذه المصارف و ترويج لخدماتها و الإعلام بالنشرة و تطورات المؤشرات المالية لوضعها تحت تصرف الباحثين و سائر الأطراف الأخرى المعنية بالأمر.
- تساهم ثورة الاتصالات و المعلومات في الشؤون الحياة اليومية و ذلك بتحسين و تسهيل معيشة العائلات و الأفراد بترقيتها للأفضل و تطوير المجتمع بتمكينه من وسائل جديدة.

تفعيل دور بورصة القيم المنقولة بالجزائر من خلال إقامة سوق مالية إلكترونية و إقامة أنظمة دفع إلكتروني تساهم في تطور أدائها و ترقيتها.

- مواكبة المصارف الجزائرية للتطورات العالمية في ميدان الخدمات المصرفية الإلكترونية وهي تستعد للاندماج في الاقتصاد العالمي و تبحث عن جلب الاستثمار الأجنبي .

خلاصة الفصل:

تلعب العمليات المصرفية الإلكترونية دورا كبيرا في تحسين الخدمات التي تقدمها البنوك لعملائها وزبائنها بمختلف فئاتهم وشرائحهم، حيث أدركنا من خلال هذا الفصل حقيقة الخدمات الحديثة ومدى تأثيرها على العمل المصرفي مختلف القنوات التي استعملتها البنوك في عرض وتقديم خدماتها ولاحظنا أن الأنترنيت يعتبر أهم قناة لذا نجد أغلب القنوات الأخرى تم ربطها به وهذا يدل على التجاوب الكبير الذي يحظى به هذا الأخير من قبل العملاء في حصولهم على الخدمات المصرفية، العمل المصرفي أصبح يعتمد بشكل متزايد على الخدمات الإلكترونية التي تساعد على زيادة الإمكانيات التنافسية للبنك من خلال الزيادة في كفاءة تقديم الخدمة والناتجة عن إدخال التقنيات الإلكترونية في التعامل، مختلف العوامل المؤثر عليه.

تمهيد:

إن انتشار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كان من أهم العوامل التي ساهمت في إحداث تغيرات مهمة في مختلف المجالات الاقتصادية، والتي تمس إدارة أنشطة المؤسسات الخدمية منها والإنتاجية، الأمر الذي ينطبق على العمل البنكي ككل، ذلك من خلال ظهور الصيرفة الإلكترونية والتي تعتبر من أهم الأعمال الإلكترونية التي تقوم بها البنوك في الجزائر.

ولأجل إثراء الرصيد النظري قمنا بدراسة حالة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة تيسمسيلت، وذلك خلال مباحث وهي كالتالي.

-المبحث الأول: نظرة عامة حول بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

-المبحث الثاني: الصيرفة الإلكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية .

-المبحث الثالث: الصيرفة الالكترونية وتأثيرها على تحسين الخدمات المصرفية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة تيسمسيلت، وأهم أفاقها وتحدياتها.

المبحث الأول: نظرة عامة حول بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

يعتبر بنك الفلاحة والتنمية الريفية من بين أهم البنوك على المستوى الوطني ، حيث يحتل موقع مميز ضمن الهيكل المصرفي الجزائري، حيث يمثل أكبر بنك تجاري، وذلك نظرا لما يشهده من تحولات هيكلية وتطورات هامة في أعماله ونشاطاته، حيث قام بإدخال تحسينات جوهرية على خدماته التي يقدمها للعملاء، الأمر الذي جعله يحظى باحترام وثقة المتعاملين الاقتصاديين والأفراد والعملاء.

المطلب الأول: لمحة حول بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

أولا: نشأة البنك.

أنشىء بنك الفلاحة والتنمية الريفية في إطار سياسة إعادة الهيكلة التي تبنتها الدولة بعد إعادة هيكلة البنك الوطني الجزائري بموجب مرسوم رقم 82- 206 المؤرخ في 13 مارس1982[1]، وذلك بهدف المساهمة في تنمية القطاع الفلاحي وترقيته، ودعم نشاطات الصناعات التقليدية والحرفية والمحافظة على التوازن الجهوي، وفي هذا الإطار قام بنك الفلاحة والتنمية الريفية بتمويل المؤسسات الفلاحية التابعة للقطاع الاشتراكي، مزارع الدولة والمجموعات التعاونية، وكذلك المستفيدين الفرديين للثورة الزراعية، مزارع القطاع الخاص، تعاونيات الخدمات والدواوين الفلاحية والمؤسسات الفلاحية الصناعية، إلى جانب قطاع الصيد البحري وفي إطار الإصلاحات الاقتصادية تحول بنك الفلاحة والتنمية الريفية بعد عام 1988 إلى شركة مساهمة ذات رأس مال قدره 22 مليار دينار جزائري، مقسم إلى 2200 سهم بقيمة 1.000.000 د.ج للسهم الواحد، ليرتفع في بداية سنة 2000 إلى 33مليارديناار جزائري موزع على 33000 سهم مكتتبة كلها من طرف الدولة. ولكن بعد صدور قانون النقد والقرض في 1990/04/14 والذي منح استقلالية أكبر للبنوك وألغي من خلاله نظام التخصص، أصبح بنك الفلاحة والتنمية الريفية كغيره من البنوك يباشر جميع الوظائف التي تقوم بها البنوك التجارية والمتمثلة في منح التسهيلات الائتمانية و تشجيع عملية الادخار والمساهمة في التنمية، ولتحقيق أهدافه والاستعداد للمرحلة الراهنة وضع البنك استراتيجية شاملة من خلال التغطية الجغرافية لكامل التراب الوطني بأكثر من 300 وكالة مؤطرة بأكثر من 7000 موظف[2]، و القيام بتنويع منتجاته وخدماته المتضمنة أبعاد الجودة الشاملة، وهذا بغية اكتساب ميزة تنافسية تؤهله لمنافسة البنوك الخاصة والأجنبية التي تزاول نشاطها في السوق المصرفية الجزائرية.

[1] مرسوم رقم 82 – 06، المؤرخ في 13 مارس1982 المتعلق بإنشاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية، الجريدة الرسمية، العدد 11، 1982/03/16.

[2] المديرية العامة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية.

ثانيا: تعريف بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

بنك الفلاحة والتنمية الريفية " BADR" هو هيئة عمومية اقتصادية تتمتع بالشخصية المعنوية وكذا الاستقلال في التسيير، مهمته تطوير القطاع الفلاحي وترقية عالم الأرياف وبما أن البنك أصبح بنكا تجاريا مثل البنوك التجارية الاخرى، BDA، CPA ، فإنه يمول مختلف القطاعات الاقتصادية ويعتبر البنك صاحب أكبر شبكة بنكية في الجزائر بالمقارنة مع الهيئات الاخرى.

وتكون البنك في البداية من 140 وكالة متنازل عنها من طرف البنك الوطني الجزائري والآن أصبح يضم 350 وكالة و31 مجموعة جهوية ومحلية ومقره الرئيسي 17 شارع العقيد عميروش، الجزائر العاصمة[1].

- **تعريف بنك الفلاحة والتنمية الريفية تيسمسيلت:**

أنشئ بنك بدر تيسمسيلت يوم 13 مارس 1982، كوكالة تابعة إداريا لبنك الفلاحة والتنمية الريفية لوكالة تيارت تضم 16 عامل في عدة مصالح، يقع مقرها بحي 119 مسكن بوسط مدينة تيسمسيلت[2].

[1] www.Badr BanK.net

[2] مقابلة مع الموظفة ، ليلى سويكاتي، يوم 2017/4/8، وكالة بدر، تيسمسيلت.

ثالثا: مراحل تطور بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

مر بنك الفلاحة والتنمية الريفية بأربعة مراحل رئيسية يمكن إيجازها كما يلي [1]:

- **مرحلة 1983– 1990**: تم خلال هذه المرحلة العمل على تحسين موقع البنك في السوق المصرفية من خلال العمل على ترقية الريف عن طريق الوكالات البنكية في المناطق التي تتميز بالنشاط الفلاحي ومن خلال ذلك اكتسب البنك تجربة كبيرة في مجال تمويل القطاع الفلاحي والصناعات الغذائية، هذا التخصص في مجال التمويل فرضته آلية الاقتصاد المخطط الذي اقتضى تخصص كل بنك في تمويل قطاعات محددة.
- **مرحلة 1991– 1999** بموجب قانون النقد والقرض 10/90 ألغي من خلاله التخصص القطاعي للبنوك المطبق من قبل إطار الاقتصاد الموجه، ووسع بنك الفلاحة والتنمية الريفية مجال تدخله نحو قطاعات وتمويل القطاع الفلاحي.

أما في المجال التقني فقد شهدت هذه المرحلة إدماج التكنولوجيات الآلية وتعميم استخدام الإعلام الآلي كما شهدت العديد من الاجراءات كانت تصب كاها في تطوير نشاط البنك وهي كما يلي:

- **1991**: تم الانخراط في نظام"SWIFT " لتنفيذ عمليات التجارة الخارجية.
- **1992**: تم وضع نظام يساعد على سرعة اداء العمليات المصرفية من خلال ما

يسمى"Télétraitement" إلى جانب تعميم استخدام الإعلام الآلي في كل عمليات التجارة الخارجية.

- **1993**: الانتهاء من إدخال الإعلام في جميع العمليات البنكية على مستوى شبكات البنك.
- **1994**: بدأ العمل ببطاقة السحب والدفع " BADR" .
- **1996**: إدخال نظام المعالجة عن بعد وتحقيق العمليات البنكية عن بعد وفي وقت حقيقي.
- **1998**: بدأ العمل ببطاقة السحب ما بين البنوك.

- **مرحلة 2000–2004**: تميزت هذه المرحلة بمساهمة بنك الفلاحة والتنمية والريفية كغيره من البنوك العمومية في تدعيم وتمويل الاستثمار المنتج، ودعم برنامج الانعاش الاقتصادي والتوجه نحو تطوير قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والمساهمة في تمويل قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والمساهمة في تمويل قطاع التجارة الخارجية وفقا لتوجهات اقتصاد السوق، إلى جانب توسيع تغطيته لمختلف مناطق الوطن وذلك عن طريق فتح المزيد من الوكالات.

[1] www.badr-bank.dz

واستجابة لاحتياجات ورغبات الزبائن والعملاء قام بنك الفلاحة والتنمية الريفية بوضع برنامج على مدى خمس سنوات يتمحور أساسا حول عصرنة البنك وتحسين أداءه، والعمل على تطوير منتجاته وخدماته بالإضافة إلى تنبيه استخدام التكنولوجيا الحديثة في مجال العمل المصرفي، هذا البرنامج الطموح حقق نتائج هامة هي كما يلي:

- **2000**: القيام بفحص دقيق لنقاط القوة والضعف وانجاز مخطط تسوية البنك لمطابقة القيم الدولية.
- **2001**: التطهير الحسابي والمالي، والعمل على تخفيف الإجراءات الادارية والتقنية المتعلقة بملفات القروض إلى جانب ذلك قيام البنك بتحقيق مفهوم بنك الجلوس
- **2003**: إدخال نظام (SYRAT) وهو نظام تغطية الأرصدة عن طريق الفحص الكلي دون اللجوء إلى النقل المادي للقيم مما سمح بتقليص فترات تغطية الصكوك و الأوراق التجارية.
- **2004**: لقد كانت سنة 2004 مميزة بالنسبة للبنك الذي عرف إدخال التقنيات الجديدة التي تعمل على سرعة تنفيذ العمليات المصرفية تتمثل في عملية نقل الشباك عبر الصورة، فبعد أن كان يستغرق وقت تحصيل شيكات البنك مدة قد تصل الى 15يوما، أصبح بإمكان الزبائن تحصيل شيكات بنك بدر في وقت وجيز وهذا يعتبر انجاز غير مسبوق في مجال العمال المصرفي الجزائري، كما عمل مسؤولو بنك بدر خلال عام 2004 على تعميم استخدام الشبابيك الآلية في الأوراق النقدية(les guichets automatiques des billets) المرتبطة ببطاقات الدفع.

– **مرحلة 2004–2009**: التركيز على تنمية القطاعات الفلاحية والصناعية والغذائية والصيد البحري وعلى النشاطات الملحقة واطلاق العديد من المشاريع والمنتجات كالتأمينات البنكية وقروض العتاد الفلاحي.

– **2009–2014**: انطلاق العمل بالبطاقة البنكية الخاصة ببنك البدر وهي مخصصة لكافة الزبائن لديهم دفتر توفير على مستوى البنك.

المطلب الثاني: أهداف ومهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية ومبادئه وأهم موارده.

يقوم بنك الفلاحة والتنمية الريفية على مجموعة من الأهداف كما يعتمد على مجموعة من المهام من المبادئ.

أولا: أهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية

يسعى بنك الفلاحة والتنمية الريفية كغيره من البنوك إلى تحقيق مجموعة من الأهداف وأهم هذه الأهداف ما يلي:[1]

- البحث عن مصادر التمويل والكيفية الجيدة لاستغلالها.
- التعريف أكثر بالمنتوجات البنكية.
- تحسين العلاقات مع العملاء.
- الحصول على أكبر حصة من السوق.
- تطوير العمل المصرفي قصد تحقيق اقصى قدر من الربحية.

ومن أجل تحقيق هذه الأهداف قام البنك بتهيئة الشروط للانطلاق في المرحلة الجديدة التي تتميز بتحويلات هامة نتيجة انفتاح السوق المصرفية أمام البنوك المحلية والأجنبية الخاصة، حيث قام البنك بتوفير شبكات جديدة ووضع وسائل تقنية وأجهزة وانظمة معلوماتية.

كما يسعى البنك إلى التقرب أكثر من العملاء وهذا بتوفير مصالح تتكفل بمطالبهم وانشغالاتهم والحصول على أكبر قدر من المعلومات الخاصة باحتياجاتهم، وكان البنك يسعى إلى تحقيق هذه الأهداف بفضل قيامه بما يلي:

- رفع حجم الموارد باقل التكاليف.
- توسيع نشاطات البنك فيما يخص التعاملات.
- تسيير صارم لخزينة البنك بالدينار والعملة الصعبة.

[1] www.badr-bank.net

ثانيا: مهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

تتمثل مهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية فيما يلي[1]:

- يقوم بجميع العمليات المصرفية الخاصة بالقرض والصرف التي لها صلة بأعماله قصد تسيير أمواله واستخداماتها.
- يتلقى الودائع الفورية والمؤجلة من أي شخص مادي أو اعتباري.
- يمد جميع الاشخاص الماديين أو الاعتباريين بالقروض بمختلف انواعها.
- يقدم مساعداته المهنية للمهن الحرة.
- يقوم بتمويل القطاع الفلاحي والصناعي.
- التكفل بتمويل قطاع الفلاحة من حيث عملية التنمية و التجهيز.
- ترقية النشاطات الزراعية والصناعات الحرفية والصيد البحري وكل النشاطات المتعلقة بالتنمية الريفية.
- يقوم بدور المراسل بين البنوك الاخرى وتولي عمل مؤسسات وكالات القرض الوطنية كما يكون وسيط في البنك.
- يتلقى جميع عمليات الدفع وتحصيل وثائق التجارة والمالية.
- تمويل قطاع التجارة الخارجية(التصدير و الإستراد).
- التكفل بمختلف المشاريع التي تدخل في إطار تشغيل الشباب.

ثالثا: مبادئ بنك الفلاحة و التنمية الريفية.

تتمثل جملة المبادئ التي يقوم عليها البنك، فيما يلي [2]:

- **مبدأ الاستقلال:** يهتم البنك عموما بالزبون ويحرص على حسن استقباله، يقدم له الخدمات يبادر بإعطائه المعلومات الصحيحة والدقيقة حتى يكون على علم بكل ما يحدث في الساحة الاقتصادية مما يجعله مستقلا عن الحكومة وعن الخارج.
- **مبدأ القرض والمخاطرة:** أن البنك حريص على اموال المودعين له حتى يكون في مستوى الثقة كما أنه ملزم بإعادة الحق الى اهله خاصة وان هناك ضمانات التي يطلبها البنك.

[1] مقابلة مع موظفة بالبنك، سويكات ليلى، يوم 2017/4/10، وكالة بدر، تيسمسيلت.

-[2] www .Badr Bank .net

- **مبدأ السيولة النقدية:** يتعامل المصرف بأموال الناس الذين رغبوا بسحب ودائعهم يكون البنك حاضرا لطلباتهم، أي المال النقدي يكون جاهزا لمواجهة طلبات السحب الآنية من قبل الزبائن.
- **مبدأ الخزينة:** يتمثل في وجوب ترك نسبة معينة في خزينة البنك المركزي.
- **مبدأ الأمن:** يلجا المواطن إلى المصرف من خلال تعاملاته التجارية وإدخال امواله تفاديا للمخاطر التي يمكن ان يتعرض لها كالسرقة اذ ان البنك يعمل كجهاز امن مطالب بل ملزم بالرقابة الصارمة للإمضاءات وغيرها.

رابعا: موارد بنك الفلاحة: وتتكون من[1]:

- رأس ماله الأساسي واحتياطاته.
- الودائع الفردية و المحددة الأجل التي يتلقاها من الجمهور.
- القروض التي يمكنها أن تنعقد بالمستندات المالية و غيرها.
- التسبيقات التي تقدمها الخزينة لتمويل برامج التنمية.
- الاعتمادات المالية المخصصة للصندوق والخصم التي يمكنها الحصول عليها من المؤسسات المصرفية الأخرى لا سيما البنك المركزي الجزائري.

المطلب الثالث: التنظيم الهيكلي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية.

أولا: التنظيم المركزي.

ويضم التنظيم المركزي ما يلي[2]:

- مجلس الادارة برئاسة الرئيس المدير العام.
- المديريات العامة المساعدة: حيث يكزن على راس كل منها مدير عام مساعد حيث يتفرع منها مديريات فرعية أخرى، و تتكون أهم المديريات العامة لعمل رئيس المدير العام من:
  - المدير العام للإدارة و الوسائل.
  - المدير العام المساعد للمراقبة والتطوير.
  - المدير العام المساعد للإعلام الآلي، المحاسبة والصندوق.

[1] مقابلة مع موظفة في البنك، ليلى سويكات، يوم 2017/04/10.

[2] www.badr-bank.net

- المدير العام المساعد للعمليات.
- المدير العام المساعد للعمليات الدولية.
- مديرية الاتصال والتسويق.

كما توجد المفتشية العامة والمستشارين واللجان الذين يقومون بمراقبة وإعطاء النصائح و الآراء فيما يخص عمل ونشاط البنك بصفة عامة، وبما أن بنك الفلاحة والتنمية الريفية يمتلك شبكة كبيرة من الوكالات عبر التراب الوطني فإنه يعتمد على التنظيم المركزي أين يحول للمجموعات الجهوية للاستغلال بعض الصلاحيات والاستقلالية وكذا مهام المراقبة والتفتيش لعمل وأنشطة الوكالات المصرفية التي تحت مسؤوليتها.

ثانيا: التنظيم اللامركزي.

يظم التنظيم اللامركزي ما يلي:

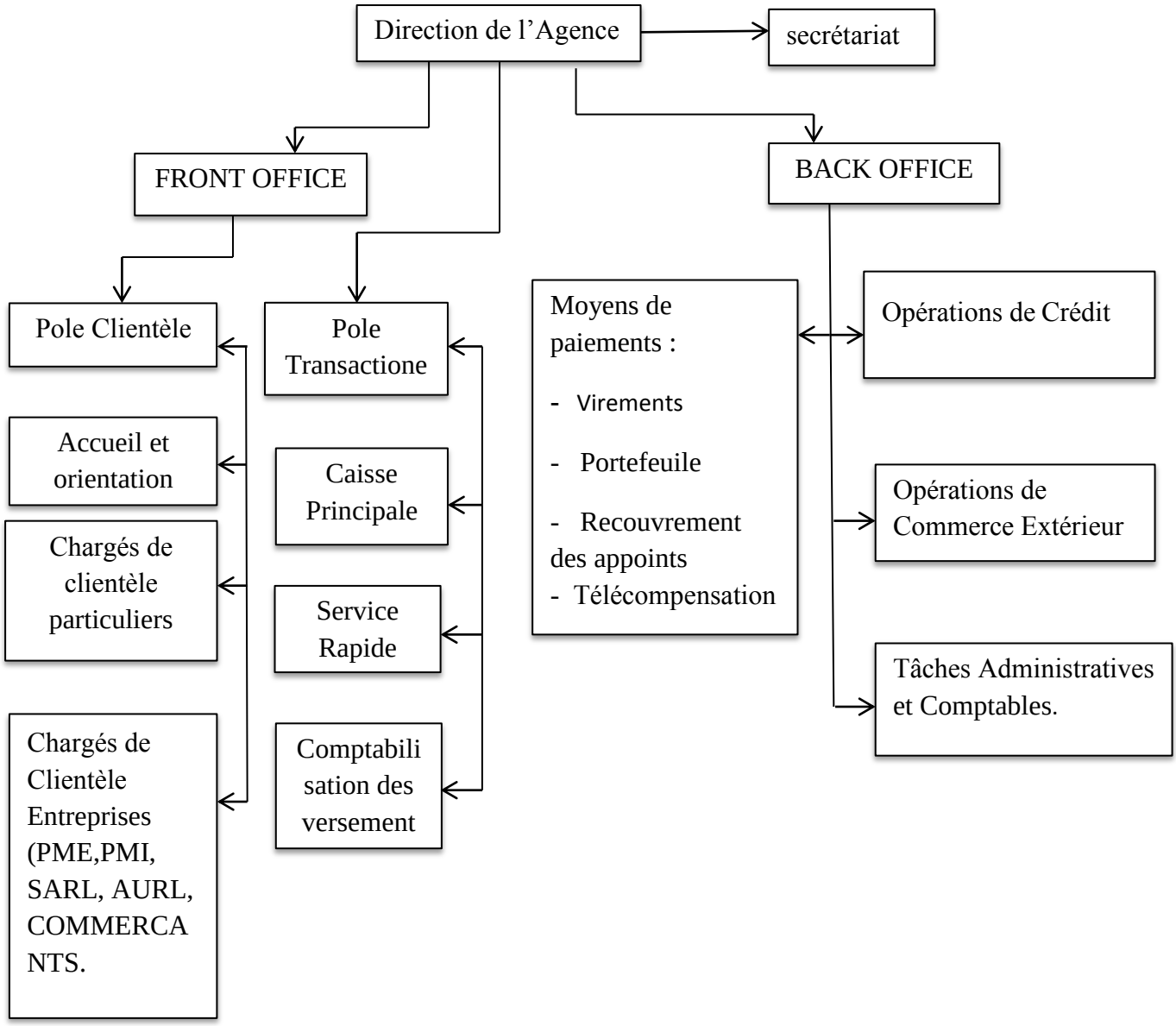
- **المجموعات الجهوية للاستغلال**: والتي تتولى مهمة تنظيم وتنشيط ومساعدة وكذا مراقبة ومتابعة الوكالات المصرفية التي تحت مسؤوليتها، غالبا ما تكون هذه المجموعات الجهوية للاستغلال ولائية.
- **الوكالات المحلية للاستغلال**: تتمثل في الوكالة المصرفية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية التابعة للمديريات العامة والتي تكون تحت رقابة احدى المجموعات الجهوية للاستغلال بمعالجة جميع او بعض العمليات المصرفية حسب مناطق تواجدها وما يقتضيه عملها اين تدخل في علاقات مباشرة مع العملاء.

يمتلك بنك الفلاحة والتنمية الريفية حوالي 300 وكالة محلية للاستغلال عبر كامل التراب الوطني متضمنة وكالة مركزية مقرها الجزائر العامة، كما يسعى البنك حاليا الى التوسيع عبر فتح وكالات مصرفية.

الشكل3-1: الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية.

المصدر: موقع بنك الفلاحة والتنمية الريفية WWW.badr-bank.dz

الشكل3-2: الهيكل التنظيمي على مستوى وكالة تيسمسيلت 544



المصدر: وثيقة مقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية بدر وكالة تيسمسيلت.

المبحث الثاني: الصيرفة الالكترونية في بنك الافلاحة والتنميةالريفية بدر.

يعمل بنك الفلاحة والتنمية الريفية من خلال استخدام تكنولوجيا الحديثة بمختلف أنواعها، إلى تقديم خدمات إلكترونية مختلف أبرزها البطاقات البنكية التي تعتبر الأكثر إستخداما.

المطلب الأول: الخدمات الإلكترونية التي يقدمها بنك الفلاحة والتنمية الريفية بدر.

يقوم بنك الفلاحة والتنمية الريفية بتقديم مجموعة من الخدمات وذلك ذلك بالاعتماد على وسائل وأدوات مختلفة.

أولا: الصراف الآلي[1].

الصراف الآلي يعتبر من بين الأجهزة التي يتعامل بها بنك وذلك من أجل تقديم خدمات للزبائن وذلك للحصول على أموالهم في أي وقت، ويستعمل هذا الجهاز من أجل التخفيف من الطوابير الطويلة داخل البنك وكذلك في الوقت الذي يكون فيه البنك مغلق وبنك الفلاحة والتنمية الريفية يستعمل هذا الجهاز منذ شهر ماي 2010.

- **مكونات الصراف الآلي:**

- **من الداخل:** يحتوي الصراف الآلي من الداخل على:

أ- **شاشة إلكترونية صغيرة:** يتم من خلالها فتح وغلق الجهاز، بالإضافة إلى بعض المعاملات الأخرى.

ب- **اليومية:** هي عبارة عن أوراق تظهر مختلف العمليات التي تتم عبر الجهاز.

ج- **صندوق البطاقات الإلكترونية:** هو صندوق مخصص للبطاقات التي لا يستجيب لها الجهاز، حيث يتم تخزينها في هذا الصندوق.

[1] مقابلة مع موظف بالبنك، يوم 2017/4/12، وكالة بدر تيسمسيلت.

د- **صناديق النقود:** هناك أربعة صناديق في هذا الجهاز مخصصة للأموال التي سيحصل عليها الزبائن، حيث أن كل صندوق مخصص لقيمة معينة مثلا:

صندوق مخصص ل 100دج يحتوي على مبلغ 200000دج.

صندوق مخصص ل 200 دج يحتوي على مبلغ 400000دج.

صندوق مخصص ل 500دج يحتوي على مبلغ 1000000دج.

صندوق مخصص ل1000دج يحتوي على مبلغ 2000000دج.

- أما من الخارج فيحتوي على:

أ- شاشة إلكترونية: حيث من خلالها يستطيع الزبون تسجيل رقمه السري وكذا المبلغ الذي يريد الحصول عليه.

ب- فتحة للبطاقات الإلكترونية: يتم من خلالها إدخال البطاقة الإلكترونية حتى يتم دراستها من قبل الجهاز طريقة إستعمال جهاز الصراف الآلي:

من قبل الزبائن: الزبائن الذين يريدون استعمال جهاز الصراف الآلي يشترط عليهم أن تكون بحوزتهم البطاقة الإلكترونية وذلك من أجل إدخالها في الجهاز وكذا تسجيل رقمه السري والمبلغ الذي يريد سحبه.

من قبل الموظفين في البنك: لا يمكن لأي موظف إدارة الصراف الآلي، حيث يجب أن تكون له الخبرة وكذا المسؤولية التامة لإدارته كما يجب أن يكون محل ثقة، وفي وكالة تيسمسيلت الموظف المسؤول عن إدارة هذا الجهاز هو السيد الحاج مالكي،حيث أنه الشخص الوحيد الذي يعلم بكل تقنياته كطريقة فتحه وغلقه .....الخ.

والشكل الموالي يظهر جهاز الصراف الآلي:

الشكل3-3: جهاز الصراف الآلي

المصدر: من إعداد الطالبتان.

ثانيا: خدمة بدر نت[1]

يقوم البنك بتقديم مجموعة من الخدمات الالكترونة المتنوعة لعملائه من خلال خدمة بدر- نت

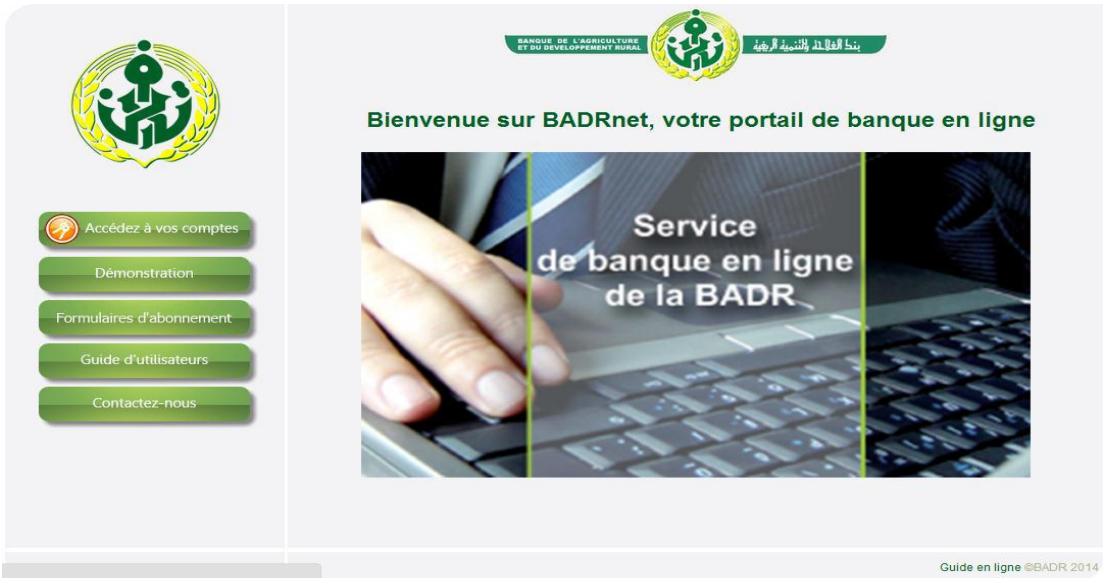
والموقع الرسمي لخدمة بدر نت هو: www.badr-bank.net

وتسمح خدمة بدر نت على:

- يمكن للعملاء الإطلاع على حساباتهم دون اللجوء إلى البنك، وذلك من خلال جهاز الحاسوب 7 أيام / 7أيام ، و24 ساعة /24 ساعة.
- البحث على مختلف العمليات الضرورية.إرسال ملفات خاصة بالتحويلات بكل سرية.
- استقبال رسائل شخصية من البنك.
- الاطلاع على العملة الصعبة.

[1] مقابلة مع مدير البنك، يوم 2017/4/5.

الشكل3-4: واجهة بدر نت



المصدر: /httpm//ebanking.badr.dz/fr أطلع عليه 2017/04/12.على الساعة 10.26.

- **خدمة عرض الحساب البنكي للعميل**

يقوم البنك يتقديم خدمة عرض كشف الحساب الشخصي للعميل وذلك يكون بعد ادخال العميل لرقم الإشتراك ورقمه السري والشكل الموالي يبين ذلك:

الشكل: 3-5: عرض الحساب البنكي للعميل

المصدر: www.e-Banking.badr.dz

- **خدمة فحص الحساب البنكي**

يقدم البنك خدمة فحص الحساب الشخصي لعملائه وذلك خلال 24 ساعة وعلى مدار 7ايام ولكي يقدم البنك هذه الخدمة يجب ان يكون للعميل رقم حساب بنكي.

وهذه الخدمة تقدم للعميل المسجل في خدمة بدر نت مايلي:

- القيام بعمليات تحويل الأموال من حساب لآخر.
- فحص حسابه خلال 24/24 ساعة و7/7 أيام .

- **خدمة طلب الاشتراك في البنك الالكتروني.**

هي عبارة عن خدمة يقدمها البنك للعميل الذي يرغب في الإشتراك في خدمة البنك الإلكتروني وذلك من خلال ملئ العميل لإستمارة تحمل بعض المعلومات التي تخصه.

الشكل3-6: استمارة الإشتراك في خدمة البنك الإلكتروني.

المصدر:www.e-Banking.badr.dz/fr

المطلب الثاني: البطاقات الإلكترونية المستخدمة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بدر.

يستخدم بنك الفلاحة والتنمية الريفية مجموعة أربعة أنواع من البطاقات الإلكترونية للتعامل مع عملائه والتي تسمح لهم بممارسة مجموعة من العمليات كسحب الأموال وتحويل الأموال من أي بنك على المستوى الوطني بكل سهولة وأمان.[1]

أولا: بطاقة CBRI

بطاقة CBRI هي عبارة عن بطاقة تمنح لعملاء البنك، بحيث تسمح لهم بالقيام بعمليات السحب حسب الدخل الشهري المنصوص عليه في العقد بين العميل والبنك، ويمكن للعميل سحب 80% من دخله، في مرة واحدة أو على عدة مرات،المهم أن تكون المدة بين عملية السحب الأولى والثانية هي 48 ساعة حتى يتم اقتطاعه من الحساب الخاص بالعميل من قبل المالي، ويجب أن لا يصبح الحساب دائنا وإلا تعرض الحساب للغلق المؤقت من قبل البنك وهذه البطاقة كانت قبل سنة 2016 تمنح للأشخاص الذين لديهم حساب في بنك الفلاحة والتنمية الريفية ويتم السحب من الموزعات التابعة لوكالة بدر وفي سنة 2016 تم تطويرها لتسمى Cart SBRI NTAR ويتم السحب بها من جميع الموزعات الموجودة في مختلف البنوك، وهي تمنح إلى:

- عملاء البنك الذين يملكون حساب.
- مختلف الموظفين في القطاعات الخاصة.

ثانيا: بطاقة TAWFIR

إن هذا النوع من البطاقات من أحدث البطاقات حيث تم إنتاجها في سنة 2012 وذلك بسبب كثرة الزبائن وعدم كفاية متطلباتهم كالانتظار الطويل للسحب، وهي مخصصة لعملاء البنك الذين لديهم دفاتر توفير، ويمكن للعميل الاستفادة من خلال هذه البطاقة من نفس الخدمات التي تقدمها بطاقة الدفع ، حيث يتم إقتطاع 11دج عند القيام بعملية السحب.وهي تقوم بعمليتين هما:

- **عملية السحب:** وهي السحب من الشبابيك الآلية لشبكة الخدمات المصرفية الإلكترونية لبنك بدر وما بين البنوك.
- **التحويلات:** وهي عبارة عن التحويل من الحساب البنكي للعميل إلى حسابه التوفيري عبر الشبابيك الآلية في بنك بدر.

[1] مقابلة مع مدير البنك، يوم 2017/4/5، بدر تيسمسيلت.

فيما تسمح هذه البطاقة بسحب مبلغ 50000دج لثلاث مرات في الأسبوع، وهي صالحة لمدة عامين.

ثالثا:بطاقةِ CIB

- هي عبارة عن أداة للسحب والدفع بين بنوك الفلاحة والتنمية الريفية، وتطوير هذه البطاقة يتم من خلال:
- مجموع الأفراد الحاملين للبطاقة.
- مدى قبول التجار الدفع عن طريق البطاقات البنكية.

وهذه البطاقة صالحة في الجزائر فقط ومن بين أهم المزايا التي تتمتع بها:

- توفير الوقت والجهد، من خلال السرعة التي تتميز بها البطاقات البنكية .
- القيام بمختلف السحوبات النقدية من وكالات بدر وأيضا من خلال مختلف الصرافات الآلية.
- تسديد ودفع مختلف الفواتير.

من خلال هذه العملية يمكن للعملاء القيام بعملية السحب والدفع 7أيام/ 7 أيام و 24 ساعة / 24 ساعة ويتم من خلالها دفع قيمة المشتريات من خلال جهاز(TPE) وذلك بإدخال الرقم السري للبطاقة، وهي صالحة لمدة عامين كما يمكن للعميل تجديدها .

ثالثا: البطاقة الذهبية GOLD: هذه البطاقة متاحة للتجار الذين يحصلون على دخول مرتفعة، حيث تعتبر أكثر أمان من البطاقة السابقة، يستعملها التاجر في أي وقت يشاء، حيث تستخدم هذه البطاقة عبر مختلف الموزعات الآلية بسقف مالي محدد أسبوعيا، كما تستخدم هذه البطاقة عبر الجهاز الإلكتروني (TPE) الموجود على مستوى المحلات التجارية وكذا الصيدليات ، وهي صالحة لمدة سنتين وبعدها تسترجع من طرف البنك ليتم تجديد تاريخ صلاحيتها.

إستخدام البطاقات البنكية في بنك الفاحة والتنمية الريفية بدر

الجدول 3- 1: عدد البطاقات المستلمة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بدر بين سنة 2014-2017.

نوع البطاقة	عدد البطاقات البنكية المستلمة سنة 2014	عدد البطاقات البنكية المستلمة لسنة 2015	عدد البطاقات البنكية المستلمة لسنة 2016	عدد البطاقات البنكية المستلمة من شهر جانفي حتى 20 أفريل 2017
بطاقة GOLD	100	125	155	18
بطاقةCIB	140	163	222	25
بطاقةCBR	120	135	177	32
بطاقةTAWFIR	3580	3789	3964	65

المصدر:من إعداد الطالبتين بالإعتماد على الوثائق المقدمة من البنك وكالة تيسمسيلت 544.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن عدد البطاقات البنكية المستلمة في تزايد مستمر من سنة إلى أخرى وتحتل بطاقة TAWFIR المرتبة الأولى من حيث عدد المستلمين لها.

المطلب الثالث: المقاصة الإلكترونية والسيراط[1]

أولا: نظام المقاصة الإلكترونية: هو عبارة عن نظام يختص بالمعالجة الإلكترونية أو الآلية كوسائل الدفع ومن بينها الصكوك وكذا السحب والدفع بالبطاقات البنكية، حيث يتم إستعمال وسائل متطورة مثل الماسحات الضوئية والبرمجيات المختلفة.

يعتمد هذا النظام على نظام التبادل المعلوماتي للبيانات الرقميةوالصور، دخل نظام المقاصة الإلكترونية حيز التنفيذ يوم 15 ماي 2006 وقد تم القيام بالعديد من العمليات خلال سنة 2007.

- وعملية المقاصة الإلكترونية تكون عندما يكون هناك تبادل بالصكوك بين بنوك مختلفة .
- أما عندما يتم التبادل بالصكوك عبر نفس البنك ولكن في وكالات مختلفة فتسمى (syrat) مثلا تتم بين بنك بدر وكالة تيسمسيلت ووكالة غليزان.

ثانيا: شروط اتمام عملية المقاصة الإلكترونية :

لإتمام عملية المقاصة الالكترونية يجب أن تتوفر مجموعة من الشروط من بينها:

- وجود كلمة شيك في الشيك أو الصك البيريدي.
- وجود إسم صاحب الشيك مكتوب صحيحا وكاملا.
- وجود المكان الذي تتم فيه عملية صرف الشيك.
- وجود توقيع صاحب الشيك.

ثالثا:أهداف نظام المقاصة الالكترونية :

للمقاصة الإلكترونية مجموعة من الأهداف نذكر منها:

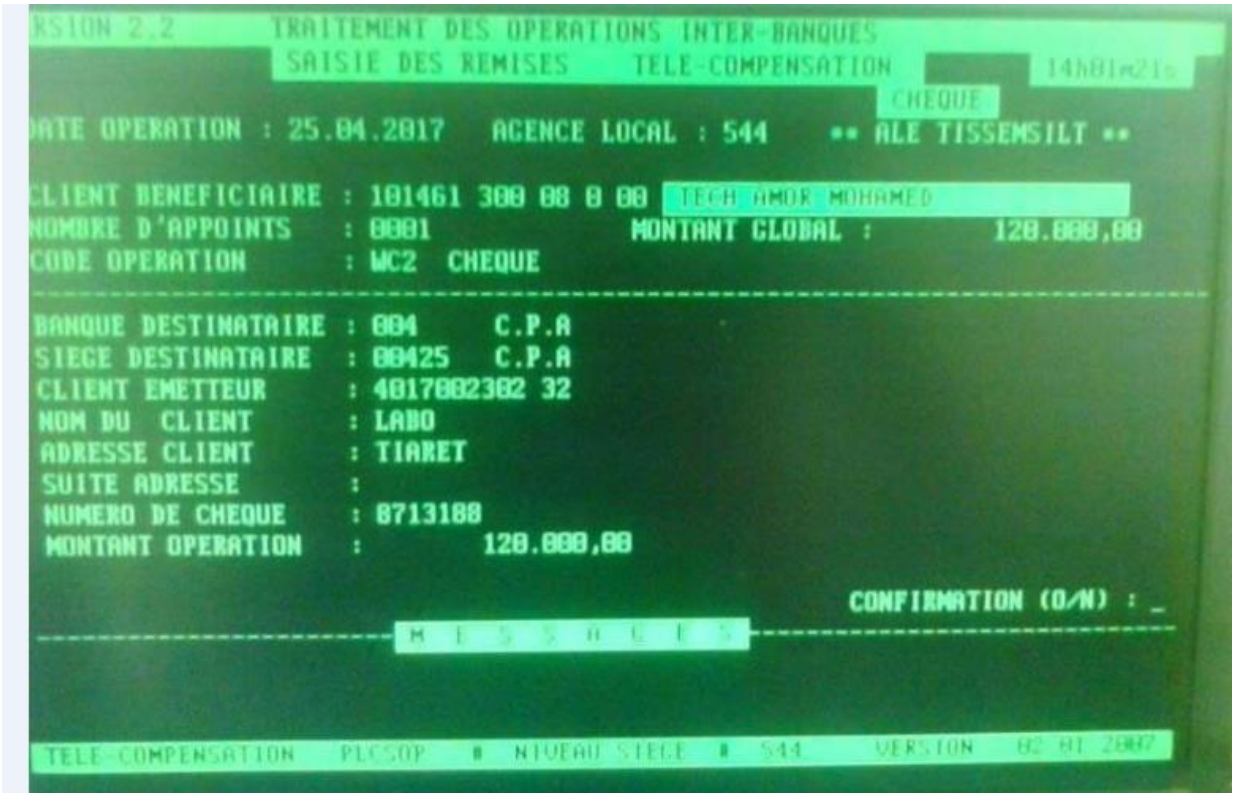
- تأمين أنظمة الدفع العام.
- تقليص آجال المعالجة،حيث يتم قبول أو رفض العملية، حيث تتم في مدة أقصاها 72ساعة.
- التسيير اليومي وإعطاء نظرة شاملة وحقيقية عن وضعية الخزينة في السوق المالية الوطنية.
- إعادة الثقة للزبائن في وسائل الدفع.

[1] مقابلة مع موظفة في البنك يوم 2017/4/16.

رابعا: كيفية عمل نظام المقاصة الإلكترونية:

يتطلب نظام المقاصة الإلكترونية الذي يتم بين البنوك القيام بتحويل وسائل الدفع االحديثة من الطابع المادي التي هي عليه إلى الطابع الإلكتروني، حيث يتم تحويلها من الشكل الأصلي الورقي إلى الشكل الرقمي،الذي يتناسب مع هذا النظام يتم في البداية التأكد من صحة المعلومات الموجودة على مستوى الشيك ليقوم بعد ذلك الموظف بتلك ملأ المعلومات الموجودة على مستوى الشيك في نظام موجود في جهاز الكمبيوتر،والشكل الموالي يظهر ذلك:

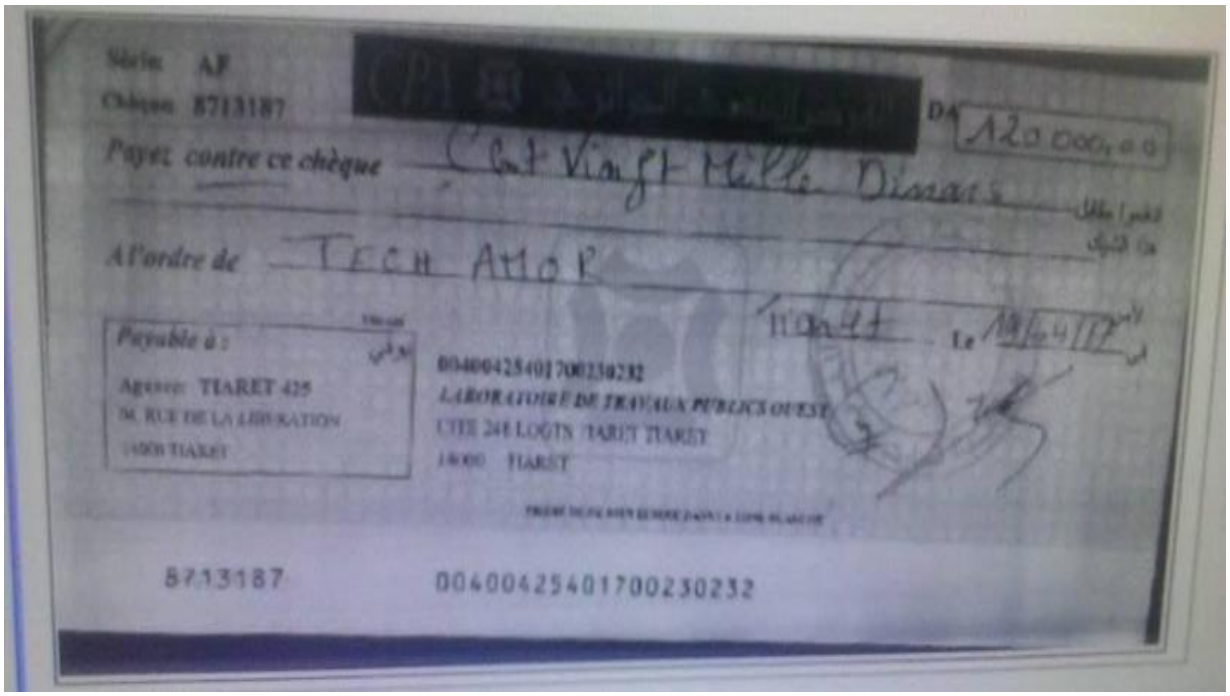
الشكل3- 7: نظام المقاصة(ملأ المعلومات الموجودة في الشيك و الخاصة بالزبون)



المصدر: مقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية بدر.

بعد إتمام بالمرحلة الأولى يتم القيام بعملية تمرير الشيك على آلة المسح (Scanner) ليتم بعدها تحويل الشيك ألى شيك رقمي و الشكل الموالي يبين ذلك:

الشكل3-8: شيك رقمي.



المصدر:من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية بدر وكالة تيسمسيلت.

وبعدها تقوم الموظفة بالتأكد من صحة المعلومات مرة ثانية لتتم الموافقة بإرسال الشيك وبعد 72 ساعة من عملية الإرسال تتم الموافقة أو الرفض من البنك المسحوب عليه.

ومصلحة المقاصة في وكالة بدر تيسمسيلت 544 عملها هو تحصيل الشيكات عن طريق:

أ- مقاصة إلكترونية:

ب- الصراط:

المبحث الثالث: الصيرفة الالكترونية وتأثيرها على تحسين الخدمات المصرفية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة تيسمسيلت، وأهم أفاقها وتحدياتها.

يعتبر بنك الفلاحة والتنمية الريفية من البنوك الرائدة في مجال تقديم مختلف الخدمات الإلكترونية، حيث يقدم البنك خدمات متنوعة لزبائن مختلفين.

المطلب الأول :عملاءBADR ومدى قبولهم للخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة لهم.

و مواكبة التطورات التي يعرفها النشاط البنكي بسبب استخدام الثورة التكنولوجية والمعلوماتية ،بادر مسؤولوا بنك الفلاحة والتنمية الريفية إلى إعادة النظر في كل أنماط وأساليب تقديم المنتجات والخدمات البنكية، حيث تم التركيز على توفير كل المستلزمات التي تساعد في تقديم تلك الخدمات.

ولكن ما لوحظ على مستوى الوكالة أن الزبون لا يجد الراحة أثناء الانتظار وذلك لقلة أماكن الجلوس نظرا لضيق مساحة البنك ، و لكن هذا لا يمنع من وجود وسائل متطورة وحديثة تستخدمها الوكالة من أجل تسهيل العملية البنكية ولعل أبرزها الشبابيك الآلية لتوزيع الأوراق النقدية(GAB)،إذ لا حظنا أن الزبون لكن الزبون لا يحبذ التعامل بهذا الجهاز وذلك نظرا لعدم ثقته فيه أو عدم معرفته كيفية إستعماله، حيث أن العميل يفضل استلام أمواله من موظفي البنك خاصة الزبائن الكبار في السن، وإستعمال هذا الجهاز ينحصر في بعض العمليات القليلة التي يقوم بها بعض الفئات.

وما تم ملاحظته خلال التجربة التي قمنا بها في التربص لاحظنا أن هناك توافد كبير للزبائن نحو البنك، نظرا لتنوع خدماته وسرعة العمليات التي يقوم بها، حيث أن البنك، وينقسم عملاء البنك بين من هم راضين بالخدمات التي يقدمها البنك ويرون أنها جيدة وسريعة ، في حين أن فئة أخرى ترى أن البنك لا يقدم خدمات جيدة وأن هناك بطئ في تقديم الخدماتإ بالإضافة إلى كثرة الإنتضار حتى تقدم لهم الخدمة في بعض المرات وهذا نظرا لتوافد عدد كبير من العملاء.

كما أن أغلبية الزبائن لا يعرفون خدمة بدر نت وغير مهتمين بها.

المطلب الثاني: العلاقات العامة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية بدر تيسمسيلت

لكل بنك علاقات تربطه مع مختلف الفئات، حيث تعتبر هذه العلاقات من بين أهم العناصر التي تحسن صورة البنك وعلاقاته المختلفة مع كل الفئات ومن أهم العلاقات التي تربط البنك مايلي:

أولا: العلاقة مع الزبون: يسعى البنك إلى خلق علاقة جيدة مع عملائه وهذا بتسخير كل الإمكانيات الضرورية من موظفين وآلات لتقديم خدمات جيدة وبناء صورة جميلة عن الوكالة.

ثانيا: العلاقة مع البيئة الخارجية: تعمل الوكالة على القيام بزيارات مختلفة إلى المؤسسات وهذا من أجل تحسين علاقاتها مع مختلف المؤسسات.

ثالثا: العلاقة مع العاملين في الوكالة: توجد علاقة قوية ووثيقة بين مختلف الموظفين وذلك من أجل العمل على تحقيق هدف وهو إنجاح الوكالة. ومن بين الوسائل وأنشطة العلاقات العامة المتوفرة على مستوى الوكالةنجد مايلي:

– المنشورات والمطويات: تعتبر هذه المنشورات وسيلة يعرف البنك زبائنه من خلالها على مختلف الخدمات البنكية التي يقدمها، حيث تقدم هذه المنشورات للعملاء المتوافدين للوكالة.

– مجلة البدر: هي مجلة تصدر كل شهرين، تعرف بمختلف نشاطات البنك خلال تلك الفترة .

المطلب الثالث: أفاق وتحديات الصيرفة الإلكترونية في وكالة تيسمسيلت.

أولا:أفاق الصيرفة الإلكترونية في وكالة تيسمسيلت.

يسعى بنك الفلاحة والتنمية الريفية إلى تطبيق الصيرفة الإلكترونية وذلك بالعمل على تحسين مختلف الخدمات التي يقدمها البنك مثل

- العمل استعمال جهاز الصراف الآليفي عملية السحب.
- يسعى إلى التعريف أكثر بخدمة وإشراك أكبر قدر ممكن من العملاء بهذه الخدمة خاصة الذين لديهم تعاملات كثيرة مع البنك وهذا من أجل تقليل العبئ التنقل إلى الوكالة للأستفسار عن بعض العمليات كالسؤال عن الرصيد وغيرها.
- التعرف على الرصيد وبعض العمليات الأخرى، عن طريق خدمة الرسائل النصية للهاتف النقال.
- التعرف على الرصيد وكذا التحويل من حساب إلى حساب عن طريق خدمة الهاتف المصرفي.

ثانيا: التحديات التي تواجه الوكالة حول تطبيق الصيرفة الإلكترونية

لتطبيق الصيرفة الالكترونية تواجه البنك العديد من التحديات من بينها:

- قلة المحلات إن لم نقل منعدمة التي تتعامل بالدفع بواسطة البطاقات البنكيةوحتى وإن كانت موجودة فالزبائن لا يتعاملون إلا نقدا.
- غياب ثقافة الشراء والبيع بإستخدام البطاقات الإلكترونية لدى المواطنين.
- عدم ثقة الزبون بمختلف وسائل الدفع وذلك لغياب الثقافة الإلكترونية لدى غالبية أفراد المجتمع خاصة كبار السن.
- ضعف البنية التحتية اللازمة لممارسة مختلف هذه الأنشطة وخاصة فيما يخص بعض الأجهزة .
- غياب التكوين اللازم للعاملين والاطارات لمواكبة هذا التطور الحاصل في مجال العمل المصرفي.

خلاصة الفصل:

من خلال الدراسة الميدانية لواقع الصيرفة الإلكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة تيسمسيلت، يمكننا القول أن هذا الأخير يقوم بالعمل على إدخال مختلف الإجراءات التي تسمح له بالقيام بمختلف عمليات الصيرفة الإلكترونية، وذلك من خلال توظيف البيئة المناسبة للعمل الإلكتروني، إلا أن هناك إنعدام الثقة في الوسائل التي يضعها البنك تحت تصرف الزبائن، ويسعى البنك جاهدا إلى كسب ثقة زبائنه ومحاولة إرضائهم وذلك من خلال تقديم كل ما يناسبهم.

وقد توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى:

1- بنك الفلاحة والتنمية الريفية له دور مهم وفعال في تنظيم السوق المصرفية.

2- نقص الوعي الالكتروني لدى زبائن البنك، وخاصة كبار السن.

3- يعمل موظفي البنك على التعريف بمختلف منتوجاتهم من خلال استعمال المطويات.

4- تنوع زبائن البنك، حيث أن زبائن البنك لا يقتصرون على الفلاحين فقط.

5- الدور التي تلعبه الصيرفة الإلكترونية في تحسين الخدمات المقدمة من طرف البنك.

6- وإعتماد البنوك على الصيرفة الالكترونية هذا يساعد في تطوير الاقتصاد الرقمي وهذا من خلال الاعتماد على الرقمنة والابتعاد عن المعاملات التقليدية التي تعتمد على الأوراق وهذا ما يؤدي إلى تقليص عدد الطوابير.

الخاتمة:

مع نهاية القرن العشرين وبداية القرن الواحد و العشرين، و حدوث الثورة المعلوماتية و التكنولوجية التي شهدها العالم في هذه الفترة اختلفت المعايير، حيث أدى ذلك إلى تغيرات عميقة في الهيكل الاقتصادي انعكست على أداء الاقتصاد ونموه، إذ أصبحت المعرفة و التكنولوجيا مفاتيح التشغيل الحديثة للإنتاج، وباتت المعرفة موردا أساسيا من الموارد الاقتصادية، في حين تشكل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات العامل الأساسي في النمو الاقتصادي ، ومع ادخال هذان العاملان المعرفة و تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في الحياة الاقتصادية ظهر نظام جديد عرف بالاقتصاد الرقمي أو المعرفي.

ومع الانتقال إلى الاقتصاد الرقمي، ظهرت الصيرفة الإلكترونية التي اعتمدتها مختلف الأنظمة المصرفية و المالية على مستوى العالم أما في الجزائر فاعتمادها كان بنسبة أقل، وذلك يعود الى عدة أسباب من بينها عدم مواكبة الأنظمة المصرفية في الجزائر للتطور التكنولوجي الحاصل في النظام المصرفي العالمي، حيث تقتصر الصيرفة الالكترونية في الجزائر على بعض التعاملات الإلكترونية كخدمة الصراف الآلي والمقاصة الإلكترونية.

اختبار الفرضيات:

بعد دراسة موضوع هذا البحث ومن خلال إحاطتنا ببعض جوانبه، يمكننا إجراء اختبار لفرضياته كما يلي:

الفرضية الأولى: هي فرضية صحيحة حيث توجد بعض الدول العربية التي تتوفر على بنية تحتية جيدة للاقتصاد الرقمي كالإمارات والسعودية، في حين توجد بعض الدول لا تزال تشكو من بعض النقائص التي ترتبط بتكنولوجيا المعلومات وتدفق الانترنت و استخدام أجهزة الحاسوب اليمن والعراق .

الفرضية الثانية: الفرضية غير صحيحة لأن النظام النقدي الإلكتروني في الجزائر وليد النشأة ومازال يعاني من بعض النقائص التي تعرقل سير النظام بشكل جيد.

الفرضية الثالثة: صحيحة حيث أن الصيرفة الإلكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بدر تيسمسيلت تنحصر في استخدام جهاز الصراف الآلي عن طريق عملية السحب باستخدام البطاقات البنكية المختلفة وكذا عملية المقاصة الالكترونية والسراط التي تتم بين البنوك.

النتائج المتوصل إليها:

- يتسم الاقتصاد الرقمي القائم على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وبالأخص الأنترنت، بالعديد من الخصائص التي تميزه عن غيره من الاقتصاد التقليدي، خاصة في سرعة الأداء وانخفاض التكلفة .

- المنظومة البنكية تعاني من عجز في تكوين الموظفين الأكفاء والمؤهلين لمهنة البنوك والقادرين على استعمال التكنولوجيا الحديثة.

- تعاني البنوك الجزائرية من نقص استخدام التكنولوجيا، وبالتالي فهي تتصف بمحدوديتها، وجد تقليدية وتتمحور أساسا حول الوظيفة التقليدية وهي وظيفة الوساطة المالية جمع الادخار ومنح القروض.

- اعتماد الصيرفة الالكترونية يؤثر بالإيجاب على المصرف من خلال زيادة كفاءته وفعاليته.

- تعاني المنظومة المصرفية الجزائرية في ضعف استخدام التكنولوجيا ، فبالرغم من تطوير وسائل الدفع وإدخال وسائل الدفع الالكترونية فوفق الاحصائيات المتاحة يتبين لنا أن نسبة استخدام بطاقة السحب أو بطاقة الدفع ونسبة حاملي البطاقات تبقى ضعيفة.

- الصيرفة الالكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بدر يقتصر في خدمة الصراف الآلي عن طريق السحب باستخدام البطاقات البنكية ، وكذا وعملية المقاصة الالكترونية.

التوصيات و الاقتراحات:

- تشجيع البحث و الابتكار في مجال تكنولوجيات المعلومات والتكنولوجيا الرقمية وذلك بالعمل على توفير المناخ المناسب.

- تحفيز العقول المهاجرة على العودة إلى وطنهم الأصلي من أجل الاستفادة من خبراتهم.

- العمل على تشييد و تطوير البنى التحتية للاتصالات ، فوجود بنية تحتية قوية سيساهم في الانتشار السريع لاستخدام تكنولوجيات المعلومات و الاتصال بين البنوك مما سيسهل في توجهها الى الاعمال المصرفية الالكترونية.

- تكوين الاطارات الكفؤة القادرة من مواكبة التطورات التكنولوجية الحاصلة في مجال الصيرفة الإلكترونية.

- تعتبر الصيرفة الإلكترونية من بين المشاريع التي ينبغي على الجزائر تبنيها وذلك من أجل تحديث عملها المصرفي و الدخول في عالم العصرنة .

- توفير نظام آمن للدفع وتشجيع المبادلات الإلكترونية بين المصارف واستعمال وسائل الدفع الإلكترونية.

– توسيع استخدام التكنولوجيا في البنوك، وهذا من أجل مواكبة التطورات الحاصلة في هذا المجال.

– إن البنوك الإلكترونية هي بنوك العصر في الواقع ،نظرا للفوائد والمزايا التي تقدمها للعميل والبنك ,لذلك يجب توعية وتشجيع الزبائن على الاستفادة من خدماتها.

أفاق الدراسة :

من خلال معالجتنا لموضوع بحثنا وفي ثنايا الدراسة الميدانية تبين أن هناك

– واقع تطبيق الصيرفة الإلكترونية في تحديث الجهاز المصرفي.

– دور العنصر البشري في تحسين الخدمة المصرفية.

– المخاطر التي تواجه النظام المصرفي الجزائري في ظل التحديات العالمية.

– واقع الصيرفة الالكترونية بعض الإشكاليات التي يمكن طرحها لأن تكون مواضيع لبحوث مستقبلية تكمل هذا البحث والتي نذكر منها:

– البنوك الجزائرية ومدى تجسيد الصيرفة الإلكترونية فيها.

– واقع تطبيق الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية.

– دور العنصر البشري في تطوير الخدمة المصرفية.

– تطوير الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية.

– كيفية تجسيد الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية.

المقدمة العامة

الخاتمة العامة

قائمة المراجع والمصادر

قائمة الجداول والأشكال

الفصل الأول:

عموميات حول الاقتصاد الرقمي

الفصل الثاني:

مدخل إلى الصيرفة الإلكترونية

الفصل الثالث:

دراسة تطبيقية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية

وكالة تيسمسيلت

قائمة المصادر و المراجع:

الكتب:

1.الكتب بالعربية:

-إبراهيم أحمد عبد الخالق الدوي، **التجارة الإلكترونية دراسة تطبيقية عن المكتبات**، مطبوعات مكتبة الملك فهد الوطنية ، 2010، السعودية.

-إبراهيم العيسوي، **التجارة الإلكترونية**، الطبعة الأولى، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، مصر، 2003.

-باسم أحمد المبيضين، **التجارة الإلكترونية**، الطبعة الأولى، دار جليس الزمان، عمان، الأردن، 2009.

-جعفر حسن جاسم، **مقدمة في الاقتصاد الرقمي**، الطبعة الأولى، البداية ناشرون وموزعون، عمان، الأردن، 2010.

-خالد ممدوح إبراهيم، **لوجستيات التجارة الإلكترونية**، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2008.

- رأفت رضوان، **الإدارة الاستراتيجية**، منشورات مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، مصر، 2001.

-ربحي مصطفى عليان، **اقتصاد المعلومات**، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010.

-زهير بشنق، **العمليات المالية المصرفية الإلكترونية**، اتحاد المصارف العربية، بيروت، لبنان، 2006.

-سمر توفيق صبرة، **التسويق الإلكتروني**، الطبعة الأولى، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010.

-السيد محمد أحمد السريتي، **اقتصاديات التجارة الإلكترونية**، الطبعة الأولى، مؤسسة رؤية للطباعة والنشر والتوزيع ، الإسكندرية، مصر، 2009.

-الشويرف محمد عمر منصور ، **التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد**، الطبعة الأولى، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013.

-طارق عبد الرؤوف عامر، **الإدارة الإلكترونية**، نماذج معاصرة، دار السحاب للنشر والتوزيع، مصر،2007.

-عبد السلام أبو قحف وآخرون، **التسويق**، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر،2006.

-فريد النجار وآخرون، **التجارة والأعمال الإلكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة**، الدار الجامعية، مصر، 2006.

-فريد راغب النجار، **الاستثمار بالنظم الإلكترونية والاقتصاد الرقمي**، مؤسسة شباب الجامعة ، مصر، 2004.

-محمد نور برهان، عز الدين خطاب، **التجارة الإلكترونية**، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات بالتعاون مع جامعة القدس المفتوحة، القاهرة، مصر، 2008.

-علاء عبد الرزاق السالمي، خالد ابراهيم السليطي، **الادارة الالكترونية**، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان الأردن، 2008.

-ناصر خليل، **التجارة والتسويق الإلكتروني**، الطبعة الأولى، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان ، الأردن، 2009.

-نفين حسين شمت، **التسويق الدولي الإلكتروني**، دار التعليم الجامعي، مدرسة الاقتصاد، كلية التجارة، جامعة فاروس، الإسكندرية، مصر، 2010.

الرسائل والأطروحات:

-أيمن أحمد محمد شاهين، **مقومات العمل المصرفي الإلكتروني كأداة لتعزيز وتطوير نظم الدفع والتجارة الإلكترونية**، كلية التجارة، قسم المحاسبة والتمويل، رسالة ماجستير، الجامعة الاسلامية، غزة، 2013.

-بركان أمينة، **الصيرفة الإلكترونية كحتمية لتفعيل اداء الجهاز المصرفي– حالة الجزائر–** أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، 2013- 1014.

-حسين العلمي، **دور الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق التنمية المستدامة، رسالة الماجستير**، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2012-2013.

-رشيد علام، **عوائق تطور التجارة الإلكترونية في الوطن العربي دراسة حالة الجزائر**، رسالة ماجستير، الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي، المملكة المتحدة بريطانيا-، 2009 ،2010.

- سمية ديمش، **التجارة الإلكترونية حقيقتها وواقعها في الجزائر**، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري قسنطينة، 2011.

- شيروف فضيلة، **أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية– دراسة حالة بعض البنوك في الجزائر–**، رسالة ماجستير، في التسويق، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010.

-صراع كريمة، **واقع وأفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر**، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة وهران، 2014.

-عامر بشير، **دور الاقتصاد المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك**، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2012/2011.

-العاني إيمان، **البنوك التجارية وتحديات التجارة الإلكترونية**، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة منتوري بقسنطينة، 2006-2007.

-فوزية هبايش، **دور التجارة الإلكترونية في تفعيل مناطق التجارة الحرة – حالة منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى–**، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، 2012.

-قواسم بن عيسى، **الفجوة الرقمية والمعلوماتية بين الدول العربية– دراسة مقارنة بين الجزائر والإمارات العربية المتحدة**، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والحضارة الإسلامية ، جامعة وهران، 2007.

-لمين علوطي، **أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على إدارة الموارد البشرية في المؤسسة**، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2008.

-معوج عبد الحكيم، **استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في بيئة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: أثر العوامل غير المادية في نجاح /فشل مشاريع تطبيق نظم المعلومات**، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2012.

-ميهوب سماح، **الإتجاهات الحديثة للخدمات المصرفية**، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري قسنطينة، 2005.

-ميهوب سماح، **أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية–حالة نشاط عن بعد–**، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة، 2013- 2014.

-واقد يوسف، **النظام القانوني للدفع الالكتروني**، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2011.

الملتقيات والمؤتمرات:

-بن عناية جلول، حواسني يمينة، **مفاهيم أساسية حول الانترنت والتجارة الإلكترونية**، الملتقى العلمي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر- عرض تجارب دولية، المركز الجامعي خميس مليانة.

-أيت زيان كمال ،حورية ايت زيان ، مداخلة بعنوان **الصيرفة الإلكترونية في الجزائر** ، المركز الجامعي خميس مليانة ،الجزائر.

-منصوري الزين، **وسائل وأنظمة الدفع والسداد الإلكتروني– عوامل الانتشار وشروط النجاح–**، مداخلة، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول: عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر–عرض تجارب دولية–، جامعة البليدة.

-عبد الغنى ربوح، نور الدين غردة، **تطبيق أنظمة الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية بين الواقع والأفاق**، المؤتمر الدولي العلمي حول الإصلاح المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة ، جامع قاصدي مرباح ، ورقلة.

-تقرورت محمد، متناوي أمحمد، **الاقتصاد الرقمي وإشكالية التجارة الإلكترونية في الدول العربية**، الملتقى العلمي الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية، خميس مليانة، 13- 14مارس2012.

-عبد الرحمان بن عنتر، عبد الرزاق حميدي، **اقتصاد المعرفة وتعزيز تنافسية المؤسسة – مع الإشارة لحالة الجزائر**، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، جامعة الشلف.

–رحيم حسن، هواري معراج، **الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية**، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحولات الاقتصادية .واقع وتحديات، جامعة الشلف، يوم 14-15ديسمبر2004.

-فاطمة الزهراء طلحي، رحايلية سيف الدين، **الاقتصاد الرقمي في العالم العربي ورهان التنمية المستدامة**، الملتقى الوطني للمجتمع الإلكتروني والتنمية الرشيدة في العالم العربي، جامعة سوق أهراس، في 15- 16 ديسمبر 2015

المجلات:

-إخلاص ياقر النجار، مصطفى مهدي حسيس، **قياس وتحليل الفجوة الرقمية في الوطن العربي**، مجلة العلوم الاقتصادية، العدد ، المجلد السادس، جامعة البصرة، ايلول 2008.

-بوشول فايزة وآخرون، **واقع الاقتصاد الجديد في العالم العربي والجزائر**، مجلة الباحث، العدد7، جامعة سطيف،2007.

-بوعافية الرشيد، **دور النقود الالكترونية في تطوير التجارة الإلكترونية**، المجلة الجزائرية الاقتصادية، العدد02، المركز الجامعي بتيبازة، سبتمبر2014.

-جمال حود مويسة، **الاقتصاد الرقمي ومتطلبات استجابة البنوك إلى التحديات الجديدة**، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة غرداية، العدد10، 2010.

-علي عبد الله شاهين، **نظم الدفع الإلكترونية و مخاطرها ووسائل الرقابة عليها– دراسة تطبيقية على بنك فلسطين–**، مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية ، المجلد 12، العدد1، 2010.

-كمال منصوري، عبسي خليفي، **اندماج اقتصاديات البلدان العربية في اقتصاد المعرفة المقومات والعوائق**، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا ، العدد 4، جامعة بسكرة، الجزائر.

-محمد انس أبو الشامات، **اتجاهات اقتصاد المعرفة في البلدان العربية**، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد28، العدد الأول، دمشق، 2012.

-نور الدين جليد، أمينة بركان، **الصيرفة الإلكترونية والمصارف الإلكترونية**، مجلة معارف، قسم العلوم القانونية والاقتصادية، العدد العاشر، جوان 2011، المركز الجامعي بخميس مليانة.

-عبد الرحيم الشحات الحطيطي، **المخاطر المالية في نظم المدفوعات في التجارة الإلكترونية كأحد التحديات التي تواجه النظم المصرفية، الاقتصاد والإدارة**، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، جدة-المملكة العربية السعودية، 2007.

-السعيد بريكة ، فوزي شوق، **تحديات وسائل الدفع الإلكتروني دراسة استطلاعية من وجهة نظر الموظفين بالوكالات البنكية لوكالة أم البواقي**، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، العدد الثاني، ديسمبر2014، جامعة ام البواقي.

الكتب بالغة الأجنبية:

-Daniel Michel, et autres, **le Marketing industriel**, Economico, .paris, France, 2000

-Emmanuel pateyeon, **la vielle stratégique**, Economico, paris, .France, 1998

- Jean-chude Anddéani, et autre, **Le markteur-Les noveaux fondement du marketing**, peson Education, paris, France, 2003.

المواقع الإلكترونية:

stats.com /satats.htm. http:// www.internet world

http:// www.tech.com/wd/arab-ict-use-report

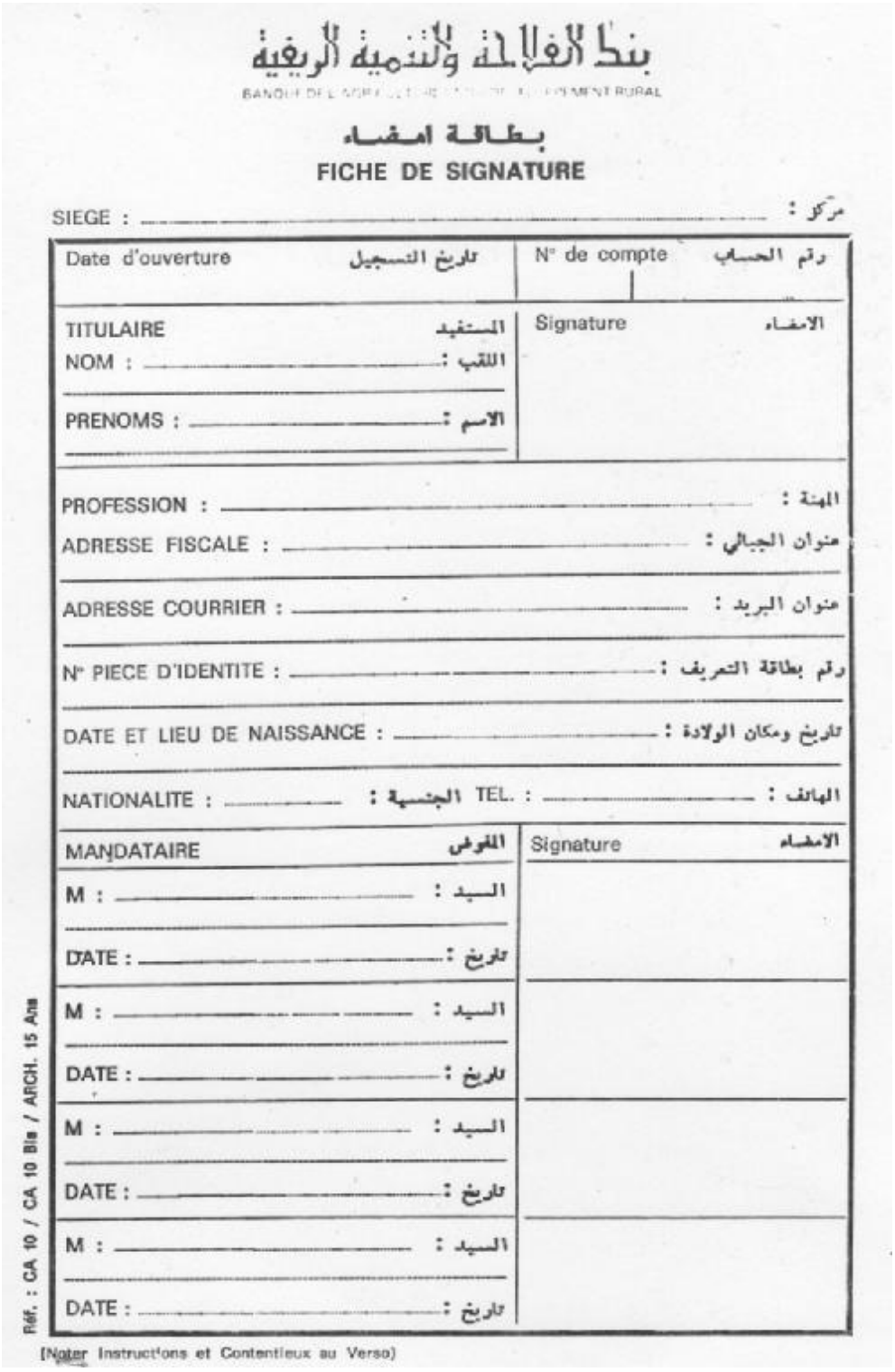
www.BadrBanK.net

http//ebanking.badr.dz

المقابلات:

- مقابلة مع مدير بنك الفلاحة والتنمية الريفية بدر
- مقابلة مع الموظفة ، ليلى سويكاتي، وكالة بدر، تيسمسيلت.

ملحق رقم(01) :بطاقة إمضاء



بنك الفلاحة والتنمية الريفية

BANQUE DE L'AGRICULTURE ET DU DEVELOPPEMENT RURAL

بطاقة امضاء

FICHE DE SIGNATURE

SIEGE : ..... مركز :

Date d'ouverture تاريخ التسجيل	N° de compte رقم الحساب
TITULAIRE المستفيد NOM : ..... اللقب : PRENOMS : ..... الاسم :	Signature الامضاء

PROFESSION : ..... المهنة :

ADRESSE FISCALE : ..... عنوان الجبائي :

ADRESSE COURRIER : ..... عنوان البريد :

N° PIECE D'IDENTITE : ..... رقم بطاقة التعريف :

DATE ET LIEU DE NAISSANCE : ..... تاريخ ومكان الولادة :

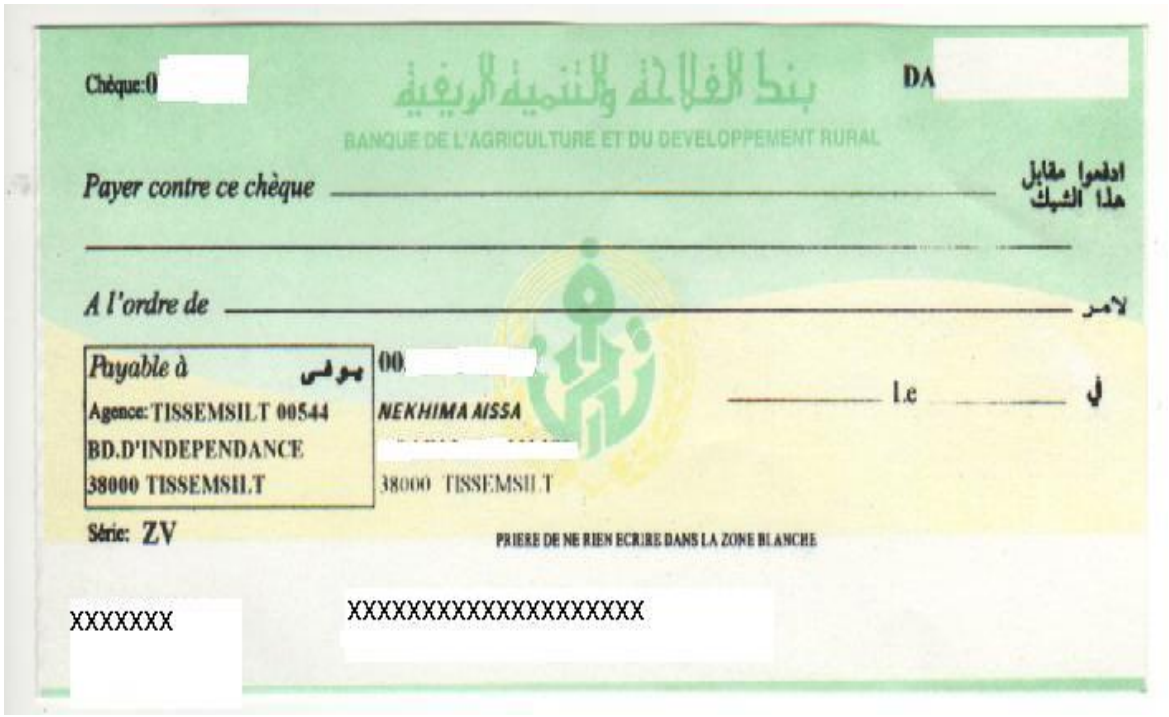
NATIONALITE : ..... الجنسية : TEL. : ..... الهاتف :

MANDATAIRE المفوض	Signature الامضاء
M : ..... السيد : DATE : ..... تاريخ :	
M : ..... السيد : DATE : ..... تاريخ :	
M : ..... السيد : DATE : ..... تاريخ :	
M : ..... السيد : DATE : ..... تاريخ :	

Réf. : CA 10 / CA 10 Bis / ARCH. 15 Ans

(Noter Instructions et Contentieux au Verso)

ملحق رقم(02):نموذج شيك لبنك badr



ملحق رقم(03): نموذج بطاقةCIB

ملحق رقم(04): نموذج بطاقةCBRI

ملحق رقم(05): نموذج بطاقةGOLD

ملحق رقم 6: خدمة بدر نت

BANQUE DE L'AGRICULTURE ET DU DEVELOPPEMENT RURAL

بنك الفلاحة و التنمية الريفية

PARTICULIERS

CONVENTION D'ABONNEMENT AU SERVICE «BADRnet»

LES SOUSSIGNÉS

LA BANQUE DE L'AGRICULTURE ET DU DEVELOPPEMENT RURAL « BADR »

Madame ☐ Mademoiselle ☐ Monsieur ☐

ET LE CLIENT

Madame ☐ Mademoiselle ☐ Monsieur ☐

Nom Prénom

Num de jeune fille

Adresse fiscale

Adresse courrier

Date et lieu de naissance

Profession

Pièce d'identité : C.N.I ☐ P.C ☐ Numéro

Délivré(e) le par

Téléphone privé (Fixe ou mobile) Téléphone professionnel

E-mail Fax

NATURE DE LA PRESTATION	CANAL	N° DE COMPTE ABONNÉ À «BADRnet»	CHOIX (*)	PÉRIODICITÉ (**)
• Consultation des soldes • Consultation des mouvements • Téléchargement du relevé de compte • Recherche d'opérations • Historique des soldes	Internet	N° N° N° N° N°		Illimité
• Envoi hebdomadaire du relevé de compte N° Fax	Fax	N° N°		
• Information sur le solde du compte (1SMS/Jour) N° Portable	SMS (***)	N° N°		
• Consultation et information du solde	Vocal (Audio)	N° N°		Illimité

NB. : Les prestations par Fax, SMS et Vocal sont gratuitement mises en service.

(*) Cocher d'une CROIX la désignation pour le canal choisi.
(**) Précisez la Jour d'envoi de l'EMS (ex : 1er, 2, ...)
(***) Le numéro de Fax / portable est obligatoire.

Le client autorise la Banque à prélever les frais, commissions et taxes liés au présent abonnement, dont il déclare avoir pris connaissance, sur le compte de facturation : N° 002#

«BADRnet» PARTICULIERS

ملحق رقم6: أمر تحويل

ملحق رقم 8: تسليم صكوك الخصم