

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عمار ثليجي - الأغواط

كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم المالية والمحاسبة

تخصص مالية وبنوك وتأمينات



مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم المالية والمحاسبة

دور التجارة الالكترونية في اداء البنوك التجارية دراسة حالة
بنك التنمية الريفية الاغواط

الأستاذ المشرف:
- مصطفى بورنان

من إعداد الطالبين / الطالبتين:
- عاشوراء العباسي
- مخلوف بوتسونة

لجنة المناقشة

مناقشا	أستاذ	أ.د. مصطفى بورنان
رئيسا	أستاذ	أ.د. سعد اولاد العيد
مقرر	أستاذ	أ.د. إبراهيم عبد الحفيظي

محضر رقم 06 /م.ب/ 2025 بتاريخ : 2025/ 06/25

السنة الجامعية 2025/2024

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

م

١٤٢٠

شكر وعرفان

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم : " من لم يشكر الناس لم يشكر الله "

الشكر والحمد لله كثيرا وحده العلي التقدير سبحانه وتعالى الذي وفقنا لإتمام

هذه الثمرة ومنحنا القوة والصبر لمواجهة العراقيل التي اعترضتنا.

نتقدم بالشكر الجزيل وفائق الاحترام والتقدير إلى الأستاذ المشرف " بورنان

مصطفى " لتقديمه لنا النصائح والتوجيهات السائبة واننا مهما شكرناه فلن

نوفيه قدره. فجازاه الله اطيب الجزاء، وله منا خاص الشكر والامتنان والدعوات

له بدوام الصحة والعافية. كما لا يفوتنا ان نتقدم بالشكر الجزيل لجنة

المناقشة على جهدهما في قبول مناقشة وتصحيح هذا العمل

والى كل من ساعدنا سواء من قريب أو من بعيد.

كما نتوجه بجزيل الشكر و العرفان لكل طاقم مكتبة كلية العلوم التسيير

والعلوم الاقتصادية والتجارية بالجامعة عمار ثليجي - الانغواط

وندعو الله أن يكافئهم و يأجرهم على ذلك .

إهداء

الحمد لله الذي نور بكتابه القلوب، فاستنارت بنوره العقول، أحمده أن جعل

الحمد فاتحة

أسواره وخاتمة تصريفه وأقداره أما بعد :

نهدي ثمرة عملنا هذا :

إلى الأولياء امي ربي، يشافهما والي ابي حفظهم الله..

إلى اخوتي، عبد المالك، توفيق، عبد العليم، علي، ياسين والياس.

إلى جميع الأهل والأقارب، وخص بالذكر عائلة العباسي وبن برطال وقربة

إلى جميع الأصدقاء والأحباب، وخص بالذكر، خنيفة، هواري

إلى كل من علمنا حرفاً، الى استاذي بورنان مصطفى

إلى الأستاذ الفاضل رشيد بن محمد، ا- نورالدين كارا مصطفى الى وطني

الحبيب الجزائر الى فلسطين الحبيبة

خاصة إلى كل طلبة علوم التسيير بجامعة الأغواط لدفعة 2025

العباسي .ع

إهداء

الحمد لله الذي نور بكتابه القلوب، فاستنارته بنوره العقول، أحمده أن جعل

الحمد فاتحة

أسراره وخاتمة تصريفه وأقداره أما بعد :

نهدي ثمرة عملنا هذا :

إلى الأولياء حفظهم الله...

إلى زوجتي .وابني...

إلى جميع الأهل والأقارب...

إلى جميع الأصدقاء وخص بالذكر محمود بن قشوة...

إلى كل من علمنا حرفنا...

خاصة إلى كل طلبة علوم التسيير دفعة -2025-

بوتسونا ه

الفهرس

الفهرس

I	بسملة
II	كلمة شكر
III	الاهداء
IV	ملخص
V	الفهرس
VI	قائمة الجداول
VII	قائمة الاشكال
ا-ج	المقدمة
41-10	الفصل الأول: التجارة الالكترونية واداء البنكي
10	تمهيد
11	المبحث الأول: ماهية التجارة الالكترونية
11	المطلب الأول: التعريف بالتجارة الالكترونية
13	المطلب الثاني: تطور التجارة الالكترونية
14	المطلب الثالث: أشكال التجارة الالكترونية ومستوياته
16	المطلب الرابع: أهمية التجارة الالكترونية
17	المبحث الثاني: اطراف وسوق التجارة الالكترونية
17	المطلب الأول: أطراف التجارة الالكترونية
19	المطلب الثاني: سوق التجارة الالكترونية
20	المطلب الثالث: خطوات التجارة الالكترونية
22	المطلب الرابع: مؤشرات التجارة الخارجية
25	المبحث الثالث: وسائل وأمن المعاملات الالكترونية
25	المطلب الأول: وسائل الدفع
27	المطلب الثاني: التشفير
29	المطلب الثالث: البصمة الالكترونية (Message digeste)
30	المبحث الرابع: المشاكل والعقبات التي تواجه التجارة الالكترونية

31	المطلب الأول: العقوبات السياسية والقانونية
32	المطلب الثاني: العقوبات التقنية
34	المطلب الثالث: العقوبات السيكلوجية-النفسية-
35	المطلب الرابع: التجارة الالكترونية وآفاقها في الجزائر
41	المبحث الخامس : أساسيات حول الأداء
41	المطلب الأول: تعريف البنوك التجارية واهدافها
44	المطلب الثاني: تعريف الأداء وأهميته
46	المطلب الثالث: الأسس العامة لدراسة الأداء
47	المطلب الرابع: العوامل المؤثرة في الأداء
50	خلاصة الفصل
51	الفصل الثاني: دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR
52	تمهيد
53	المبحث الأول: مدخل عام لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR
53	المطلب الأول: نشأة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR
54	المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لوكالة BADR ومصادر تمويله
57	المطلب الثالث: وظائف وأهداف بنك BADR
58	المطلب الرابع: علاقات بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبنوك الاخرى
59	المبحث الثاني: واقع بنك BADR في ظل وجود التجارة الالكترونية
59	المطلب الأول: البطاقات الالكترونية الخاصة ببنك BADR
63	المطلب الثاني: المقاصة الالكترونية BADR
65	المطلب الثالث: الاجراءات التطبيقية للمقاصة
70	المطلب الرابع: الوضع الحالي لاداء بنك BADR
71	المطلب الخامس: ايجابيات وسلبيات التجارة الإلكترونية بدر
73	خلاصة الفصل الثالث.
75-78	خاتمة العامة

قائمة الجداول

الصفحة	عناوين الجدول	رقم الجدول
24	مجموع مبيعات على شبكة الانترنت خلال عام 2023	01
30	العوائق التي تقف وراء استعمال الانترنت في البيع والشراء	02
60	جدول يمثل عدد البطاقات البنكية لوكالة الاغواط	03

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل
54	الهيكل التنظيمي لوكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR بالاغواط

ملخص

ملخص:

هدفت هذه الدراسة تسليط الضوء على التعرف التجارة الالكترونية في تحسين اداء البنوك التجارية الذي من خلاله ابراز اهمية التجارة الالكترونية كما كل مايتصل بعمليات البيع والشراء لسلع وخدمات والمعلومات باستخدام الانترنت ، و الدور الذي تلعبه في تحسين اداءها بشكل يضمن لها البقاء ومحافظة على قدرتها بالمنافسة مما جعلها تتبنى كل منظمة التطورات الحديثة وتطرق الى تطوير عمل بنك الفلاحة والتنمية الريفية كاداة تطبيقية , بحيث خلصت الدراسة الي مجموعة من النتائج منها :

- تعزيز البنك من خلال موقعه الالكتروني واجراء المزيد من الابحاث المتعلقة بالتجارة الالكترونية واداءها على مختلف القطاعات الاقتصادية في الجزائر

- كما تعد التجارة الالكترونية ثمرة من ثمار الثروة المعلوماتية في العام وتمثل احد الركائز الاقتصاد الرقمي وعلى مستخدمي الانترنت نمو حجم التجارة الالكترونية في العالم ,

- كما ان البنية التحتية للجزائر تعتبر مختلفة جدا وغير مواكبة لتطورات التقنية في مجال الاعمال الالكترونية , ونستنتج انها فتحت اسواق جديدة لخدمات الاكترونية تتميز بسرعة الوقت وقلة التكلفة ومن توصيات افاق ضرورة تطوير انظمة التكنولوجيا والتي تم تطرقا اليها من خلال موضوعنا

الكلمات المفتاحية: تجارة الكترونية , انترنت , اداء بنكي ، بنوك تجارية

Summary

This study aims to shed light on the recognition of e-commerce in improving commercial market performance. It highlights the importance of e-commerce due to its impact on buying and selling operations, as well as on processes, data, and information using the Internet.

E-commerce plays an active role in enhancing commercial transactions through sales and purchase channels while maintaining competitive capabilities, which has led institutions in the agricultural sector to adopt a culture of change.

The vision is represented as a technical tool through which e-commerce contributes to improving outcomes, including :

- Boosting demand through e-commerce websites and conducting further statistics related to e-commerce and its integration into various economic sectors in Algeria.
- E-commerce is also considered one of the fruits of the information revolution in the world and constitutes one of the pillars of the digital economy.

The global volume of e-commerce continues to grow.

- Algeria's infrastructure is undergoing significant development to keep pace with advancements in electronic business.

It has opened new markets for e-commerce operations, saving time and reducing costs.

The study concludes with recommendations and a vision for the evolution of technological systems, as discussed throughout our topic.

Keywords: E-commerce, Internet, Banking tool, Commercial gateway .

مقدمة

المقدمة:

لقد فرض عصر العولمة تغييرات كثيرة على شتى مجالات الحياة ، وتسابقت دول العالم لدخول الأسواق العالمية من أوسع أبوابها، فالكل يحاول إيجاد أفضل وأسهل الطرق للدخول في هذا النظام العالمي الجديد بشتى الطرق، مما جعل العالم أشبه بقرية واحدة صغيرة. هذا ولقد ساهمت تكنولوجيا المعلومات، ومن خلال أشكالها العصرية المتطورة، و المتسارعة، والمتغيرة، والمتعددة في جعل كل من يرغب في الدخول في النظام العالمي الجديد أن يبحث، وينشئ مقومات وآليات تساعده في خوض هذا السباق.

حيث ان امتلاك الثورة التكنولوجية للعديد من عناصر القوة مكنها من إحداث تعديلات جذرية في مناهج وأنماط العمل في كل الميادين ، لاسيما المجال التجاري الذي يعد من أكثر القطاعات استجابة للتقدم والابتكار التكنولوجي ومن أكثرها استخداما للتقنيات الحديثة والمتطورة ، وبالتالي تغيرت بعض قواعد التعاملات التجارية ونجم عنها ميلاد نوع حديث من المبادلات التجارية وألغت نهائيا الحدود والقيود المادية والجغرافية ، وهو ما أصبح يطلق عليه التجارة الإلكترونية

الا ان البنوك والمؤسسات استخدمت التجارة الإلكترونية عبر شبكة الانترنت، والسبب وراء ذلك يكمن بأن هذه الشبكة الإلكترونية غزت جميع دول العالم وبشكل متسارع، وبواسطتها يمكن للشركات تسويق وبيع منتجاتها والوصول للمستهلك أينما كان وبتكلفة قليلة، ويمكن القول بأن هذه الشبكة قد ألغت الحدود بين الدول.

تقوم حاليا كثير من البنوك والشركات بإنشاء موقع لها على تلك الشبكة السحرية يسمى (Web Page) تسوق من خلالها منتجاتها، وخدماتها، ويمكن للعميل إتمام عملية الشراء باستخدام بطاقات الاعتماد، والشراء على الحساب وذلك وفقا لقيود وقوانين وروابط مصممة من قبل البنك أو الشركة صاحبة الموقع. ولكن وبالرغم من إيجابيات شبكة الانترنت إلا انه هناك سلبيات و محددات تعد خطيرة جدا على نظام المعلومات البنكي والمؤسسي والتي تؤثر على فاعليته وكفاءته.

اشكالية الدراسة :سنحاول في هذا البحث الإجابة عن السؤال الجوهرى والهام والمتمثل في ما يلي:

ما واقع التجارة الالكترونية في البنوك التجارية الجزائرية؟

وتم تقسيم السؤال الجوهرى إلى عدة أسئلة فرعية نذكر منها ما يلي:

- ما تعريف التجارة الالكترونية وما هي أهميتها؟
- هل تستطيع البنوك التجارية للخدمات الالكترونية تتماشى مع فروع العالمية؟
- هل البنية التحتية لتجارة الالكترونية في الجزائر محمية بشكل كافي من الاختلاس الالكتروني؟
- الى أي مدى اعتمدت الجزائر التجارة الالكترونية في بنوك التجارية؟
- ما هي الصعوبات التي تواجه البنوك التجارية في استخدامها للتجارة الالكترونية؟

الفرضيات:

- كإجابات احتمالية للأسئلة السابقة وأسئلة أخرى نقتح الفرضيات التالية:
- للتجارة الالكترونية أهمية بالغة ليست للبنوك التجارية فحسب بل لكل المنظمات مهما تنوعت واختلفت.
 - تؤثر التجارة الالكترونية على أداء البنوك التجارية من خلال التقليل من الجهد والتكلفة وكذلك سرعة تقديم الخدمات.
 - لا التجارة الجزائرية مختلفة عالميا في تطوير نشاطات الدفع الالكتروني.
 - التجارة الالكترونية ضرورة حتمية لتحول الاقتصاد الرقمي.
 - هناك صعوبات ومعوقات مختلفة تؤثر وتحد من تطبيق التجارة الالكترونية في البنوك الجزائرية.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى:

- 1- التعريف بالتجارة الالكترونية وأهميتها ومحدداتها في البنوك.
- 2- التعريف بواقع التجارة الالكترونية بالجزائر.
- 3- الكشف عن اليات الدفع.
- 4- تعريف بواقع البنوك التجارية وفجوة الرقمية موجودة بينها وبين دول العالم.
- 5- تقديم التوصيات المناسبة والكفيلة بتقوية الأداء البنكي الذي يتم ربطه بالتجارة الإلكترونية .

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة بانها تناولت موضوعا حديثا وتنبع اهميته بشكل رئيسي من أهمية التجارة الإلكترونية والدور الذي تلعبه في الرفع من أداء البنوك التجارية للخوض في عالم العولمة، وضمان بقائها ومقدرتها على المنافسة، وخصوصا البنوك التجارية في العالم الثالث بشكل عام والبنوك الجزائرية بشكل خاص.

منهج الدراسة:

تقوم هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وذلك من خلال التطرق للبنوك التجارية وخصوصا في ظل استخدام الحاسوب وكذلك بالمثل للتجارة الإلكترونية وسلياتها وإيجابياتها. بالإضافة إلى المنهج التطبيقي أسلوب دراسة الحالة حيث اخترنا بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة الاغواط

مبررات اختيار الموضوع:

- اختيار الموضوع اسباب ذاتية وموضوعية من اهمها:
- مدى تلائم وترابط الموضوع بتخصصنا مالية وبنوك وتأمينات
 - الانتشار السريع للتجارة الالكترونية في السنوات الاخيرة ، فالمتصفح لشبكة الانترنت يرى بوضوح اللجوء

المتزايد لاستعمالها للاغراض التجارية ، فلا يكاد يخلو موقع ما من عرض ومضات اشهارية للترويج لمنتجات معينة.

- رغم الانتشار الواسع للتجارة الالكترونية الا اننا لا نرى لها اثرا في حياتنا اليومية ، فمنشأتنا لحد الآن مازالت تعتمد على الاساليب التقليدية في مبادلاتها التجارية ، والافراد لا يستطيعون الشراء الكترونيا لعدة عوامل - عدم وعي مجتمعنا الجزائري ومختلف المنشآت بالاهمية البالغة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، وفي المقابل استخدامها من طرف الاطفال والشباب للهو والعبث وهدر الوقت

الدراسات السابقة :

ان الدراسات السابقة لموضوع التجارة الالكترونية بصفة عامة متعددة منها من تركز على الجانب النظري من مفاهيم وخصائص واهمية التجارة الالكترونية ، ومنها من تركز على الجانب التقني والفني لتطبيقات التجارة الالكترونية ، ومنها من تركز على واقع التجارة الالكترونية في العالم بصفة عامة ، وكذلك واقع البيئة العامة للتجارة الالكترونية في الجزائر ومؤشراتها وكل العوامل المرتبطة بها تعتبر قليلة جدا ، وهذا ما نحاول اضافته من خلال هذه الدراسة.

ومن اهم الدراسات السابقة التي لها علاقة بهذا الموضوع نذكر مايلي :

*تباني امل/مريمدة سعدة - واقع ومستقبل التجارة الالكترونية في الجزائر- مذكرة تخرج لنيل لشهادة ماستر تخصص مالية وتجارة دولية -قسم العلوم التجارية-جامعة 08 ماي 1945-قلمة-سنة 2019-2020
*بلولة رستم/غبير محمد -فعاليةالخدمات المصرفية الالكترونية في رفع اداءالبنوك التجارية -اشراف الاستاذ ردون جمال مذكرة تخرج نيل شهادة ماستر تخصص اقتصاد النقدي وبنكي -قسم علوم اقتصادية- جامعة بالحاج بوشعيب عين تموشنت سنة 2023-2024

*بريكة واقع عمليات الصيرفةالالكترونية وافاق تطورها في الجزائر اطروحة الدكتوراة في العلوم الاقتصادية تخصص مالية بنوك جامعة ام البواقي-2011.

ومن نتائج التي توصلت اليها :

*/اختلاف درجة ادراك مكاسب التجارة الالكترونية والتجاوب معها من بلد الاخر فقد ارتكز حجم الاكبر من هذه التجارة العالمية لدى دول العالم المتقدم اما الدول النامية فلا تزال متخلفة عن ركب التعاملات الالكترونية ومبتدئة في هذا المجال

*/ تعاني الجزائر من تدني كبير في استخدام التجارة الالكترونية

*/مازالت دون المستوىالمطلوب من ناحية الجودة والتكاليف

*/توجد عدة معوقات تشكل مكبحا للانتشار التجارة الالكترونية

صعوبات الدراسة:

- تاخر عملية تبني وتطبيق التجارة الالكترونية في الجزائر مما جعل السلسلة الزمنية للمعطيات قصيرة وغير كافية لاجراء تحليل عميق
- قلة المراجع المتخصصة في التجارة الالكترونية سواء كتب او دراسات اكاديمية بتالي اعتمدنا على شبكة الانترنت
- عدم توفر البيانات ومعلومات الدقيقة وحديثة بالتكنولوجيا وغياب مؤشرات قياس مدى التقدم الجزائري في تبي التكنولوجيا

خطة البحث:

لمعالجة موضوع دراستنا هذا قمنا بتقسيمه إلى مقدمة وخاتمة بالإضافة إلى جانبين أحدهما نظري ممثل في فصلين، والآخر تطبيقي ممثل بفصل واحد وذلك في ضوء فرضيات وأهداف البحث.

تناول الفصل الأول مدخل نظري للتجارة الالكترونية لتعريف القارئ بها وبأهميتها حيث قسم هذا الفصل الى خمسة مباحث، فالمبحث الأول خصص للتعريف بالتجارة الالكترونية وأهميتها وتطور مفهومها في حين تناول المبحث الثاني سيرورة التجارة الالكترونية، فيما احتوى المبحث الثالث وسائل وأمن المعاملات الإلكترونية، وخصص المبحث الرابع للمشاكل والعقبات التي تواجه التجارة الإلكترونية.

واشتمل المبحث الخامس: تعريف البنوك التجارية لأساسيات حول الأداء، من مفهومه و العوامل المؤثرة فيه وخصص الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR، حيث قسم هذا الفصل إلى مبحثين تناول الأول مدخل عام لبنك الفلاحة والتنمية الريفية، أما المبحث الثاني واقع BADR بنك في ظل وجود التجارة الإلكترونية.

لنصل في النهاية إلى خاتمة البحث التي تتضمن ملخصا عاما لفصول البحث

الفصل الاول :

التجارة الالكترونية

والاداء البنكي

تمهيد:

إن مصطلح التجارة الإلكترونية يعد مصطلحا جديدا ظهر في عالم الاقتصاد مع انتشار الإنترنت في بداية التسعينات من القرن العشرين و مع ذلك يكتريه بعض الغموض خاصة في الدول التي لم تدخلها هذه التجارة بعد أو تلك التي دخلتها لكنها لم تلق رواجاً كبيراً بين أوساط المجتمع لذا سوف نتطرق بالتفصيل إلى مفهومها وأشكالها والخطوات اللازمة لاستخدامها ، ثم نعرض على وسائل الدفع التقليدية والحديثة المستعملة فيها وكيفية حماية وتأمين هذه الأخيرة.

نتطرق بعد ذلك إلى أهم المشاكل والعقبات السياسية، التقنية، القانونية والنفسية التي تعيقها وتحد من تطورها وانتشارها بصورة أكبر مما هي عليه اليوم.

وفي الأخير ندرج ملخص حول التجارة الإلكترونية وآفاقها في الجزائر. ومعرفة الاداء البنكي والعوامل المؤثرة فيه

المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية

نتطرق في هذا المبحث إلى كل من تعريف التجارة الإلكترونية ومراحل تطورها وأشكالها ومستوياتها وأهميتها ومعوقات تطبيقها وممارستها.

المطلب الأول: تعريف التجارة الإلكترونية

إن التطور السريع الذي طرأ على مفهوم التجارة الإلكترونية أدى إلى ظهور العديد من التعاريف وكل تعريف يحاول النظر إلى هذه الأخيرة من منظور معين، حيث لا يوجد تعريف متفق عليه دولياً، وذا صيغة يمكن أن تكون معتمدة من خلال الجهات ذات العلاقة. إن القوانين المتعلقة بالتعاملات التجارية العادية تتضمن صيغة يمكن اعتبارها دولية (تعريف كلمة تجارة) ويمكن أن تتلاءم وتتناسب وتتماشى مع منظومات القوانين الدولية في مجال التجارة الإلكترونية (زيادة تعريف كلمة الإلكترونية). أخذ المعنيون في هذا الشأن الاجتهاد في إدراج العديد من التعاريف حول أدبيات موضوع التجارة الإلكترونية، محاولين الوصول إلى تعريف شامل وعام يقوم على خدمة المتعاملين في التجارة الإلكترونية، وطالما لم يتوفر تعريف موحد متفق عليه دولياً لا بد التعرف على بعض التعاريف التي اجتهد المعنيون من خلالها للوصول بالتجارة الإلكترونية إلى المستوى المطلوب، ومن أجل الاقتراب من مفهوم التجارة الإلكترونية نذكر مجموعة من التعاريف الواردة في هذا المجال ومنها¹:

أولاً: تعريف التجارة الإلكترونية هي عبارة عن «منهج حديث في الأعمال موجة إلى السلع والخدمات وسرعة الأداء ويتضمن استخدام شبكة الاتصالات في البحث واستخراج للمعلومات من أجل دعم اتخاذ قرار الأفراد والمنظمات».

ثانياً: التجارة الإلكترونية هي عبارة عن «مزيج من التكنولوجيا والخدمات من أجل الإسراع بأداء التبادل التجاري وإيجاد آلية من أجل تبادل المعلومات داخل مؤسسات الأعمال، وبين مؤسسات الأعمال فيما بينها، ومؤسسات الأعمال والعملاء أي عمليات البيع والشراء».

ثالثاً: إن التجارة الإلكترونية عبارة عن «انتاج وترويج وبيع وتوزيع المنتجات بواسطة شبكة الاتصال».

رابعاً: التجارة الإلكترونية هي عبارة عن «عمليات تبادل باستخدام التبادل الإلكتروني للمستندات - البريد الإلكتروني - النشرات الإلكترونية، الفاكس، تحويل الأموال بواسطة الوسائط الإلكترونية وكذلك كافة الوسائط الإلكترونية المتشابهة».

خامساً: التجارة الإلكترونية هي عبارة عن «بنية أساسية تكنولوجية تهدف إلى ضغط سلسلة الوسائط استجابة لطلبات السوق وأداء الأعمال في الوقت المناسب».

¹ - مهندس سهاونة، " التجارة الإلكترونية وأثرها على العمالة"، نقلا عن موقع www.rss.gov.jo/e-comm..doc تاريخ التحميل 08 جانفي 2007.

سادسا: التجارة الإلكترونية هي عبارة «عن نوع من تبادل الأعمال حيث يتعامل أطرافه بطريقة أو وسيلة إلكترونية عوضا عن استخدام لوسائط مادية أخرى بما في ذلك الاتصال المباشر».

سابعا: التجارة الإلكترونية هي عبارة عن «شكل من أشكال التبادل التجاري من خلال استخدام شبكة لاتصال بين مؤسسات الأعمال مع بعضها البعض ومؤسسات الأعمال وزبائنها أو بين مؤسسات الأعمال والإدارة العامة».

ثامنا: تعرف التجارة الإلكترونية على أنها «استخدام لتكنولوجيا المعلومات من أجل إيجاد روابط فعالة بين مؤسسات الأعمال في العمليات التجارية».

بعد ملاحظة ما جاء من تعاريف عن التجارة الإلكترونية يمكن أن نخلص إلى تعريف يجمع بين مختلف هذه التعريفات السالفة الذكر على النحو التالي¹:

«التجارة الإلكترونية هي تنفيذ كل ما يتصل بعمليات بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات من خلال استخدام شبكة الإنترنت بالإضافة إلى الشبكات التجارية العالمية الأخرى».

ويشمل هذا التعريف على مجموعة من النقاط هي:

- عمليات توزيع وتسليم السلع ومتابعة الإجراءات.
- سداد الالتزامات المالية ودفعها.
- إبرام العقود وعقد الصفقات.
- التفاوض والتفاعل بين المشتري والبائع.
- المعلومات عن السلع والبضائع والخدمات.
- الدعم الفني للسلع التي يشتريها الزبائن.
- تبادل البيانات إلكترونيا وفي ذلك :
- 1/التعاملات المصرفية.
- 2/ الفواتير الإلكترونية.
- 3/ الاستعلام عن السلع.
- 4/ كتالوجات الأسعار.
- 5/ المراسلات الآلية المرتبطة بعمليات البيع والشراء.

¹ رأفت رضوان، عالم التجارة الإلكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة 1999.

المطلب الثاني : تطور التجارة الإلكترونية

إن تطور التجارة الإلكترونية يرجع أساسا إلى تعقد وتطور استعمال تقنيات شبكة الانترنت ويمكن تلخيص المراحل التي مرت بها التجارة الإلكترونية فيما يلي¹:

المرحلة الأولى:

كانت الشركات التي استخدمت الانترنت في هذه المرحلة تقتصر في استخدامها على نشر الكميات الخاصة بها ونشاطاتها المختلفة على مواقعها على الشبكة أي أنها كانت مجرد مواقع إعلامية تعرف متصفح الشبكة بهذه الشركات، المواقع تنقصها الدقة وسهولة التصفح، وكان ترتيب المعلومات يستغرق وقتا طويلا لأنها تحتوي على الكثير من الصور والرسوم التي تم تصميمها من أجل النشر الورقي وليس النشر الإلكتروني، ولم تتضمن هذه المواقع في هذه المرحلة على أي دعم فني أو شكل من أشكال المساعدة.

المرحلة الثانية:

عملت التطورات والتحسينات التي طرأت على الانترنت يوما بعد يوم وسرعة انتشارها وتزايد عدد مستخدميها على زيادة الوعي بإمكانياتها مما دفع مديري الشركات إلى إنشاء مواقع لشركاتهم على شبكة يقدمون من خلالها نشاطاتهم الاستثمارية والبيانات الدورية التي تصدرها هذه الشركات كالوظائف الشاغرة والبيانات الصحفية، كما أصبحت البيانات أكثر ملائمة للنشر الإلكتروني وامتألت هذه المواقع في هذه المرحلة بالرسوم والصور الجذابة لمنتجات الشركات التي تمثل وصلات مرجعية تقود إلى المعلومات والبيانات الخاصة بكل منتج، إلا أن تصفح مواقع هذه الشركات في هذه المرحلة كان يثير ضجر الزائرين لأن الوصول إلى المعلومات كان يستغرق الكثير من الوقت والجهد لافتقار التصميم على البراعة والسهولة، كما كانوا يجدون صعوبة كبيرة في الوصول إلى ما يردونه في الوقت المناسب، وما زال معظم المواقع المنشورة حاليا على الشبكة تعيش في هذه المرحلة خاصة المواقع في الدول النامية.

المرحلة الثالثة²:

مع تزايد تفهم الشركات والمؤسسات الكبرى للإمكانيات الكبيرة التي تنطوي عليها الانترنت بالنسبة للتبادلات التجارية بين الشركات وأصحاب الأعمال وبعضهم البعض وبين هذه الشركات والعملاء، عمد مصمموا مواقع هذه الشركات على تصميمها بشكل يتسم باليسر والبساطة بحيث يلي هذا التصميم في المقام الأول احتياجات من يزورون هذه المواقع، فهذه المرحلة تعكس مرحلة النضج واستخدام أحداث أنواع البرامج والتقنيات في عمليات النشر، ويستطيع المرء التعرف بسهولة على المواقع التي دخلت هذه المرحلة من خلال عناصر التصفح البسيطة واستخدام كلمات أو جمل صغيرة كأدوات للتصفح وهي ما تعرف بالوصلات المرجعية بدلا عن استخدام الصور

¹ بهاء شاهين، العولمة والتجارة الإلكترونية «رؤية إسلامية»، الفاروق الحديثة للطباعة والنشر، القاهرة، 2000، 70...72.

² بهاء شاهين : مرجع سبق ذكره، ص 73.

والرسوم والتركيز على ذلك المحتوى المعلوماتي الذي يهتم بالزوار في المقام الأول، كما يستعمل أيضا العناصر الجانبية حيث تستخدم نصوص أو جمل بسيطة لتسريع ترتيب البيانات.

المرحلة الرابعة:

تمثل هذه المرحلة مستقبل الشبكة واستخدامها الفعال في ترسيخ التجارة الإلكترونية، ويعكس هذا النوع من المواقع كلما يتعلق بالشركات التي تمثلها هذه المواقع يتم عرض هذه المعلومات من خلال قاعدة بيانات مخصصة لهذا العميل كما تستخدم المعلومات الخاصة بعمليات التصفح والشراء التي يستخدمها المترددون على مواقع الشركات في تحديث قواعد بيانات هذه المواقع، فإذا توجه عميل على موقع شركة ما متخصصة في بيع أجهزة الكمبيوتر مثلا، فإنه يستطيع تحديد الجهاز الذي يتفق واحتياجاته من خلال الخيارات المتاحة في سلسلة القوائم الفرعية المسدلة pull down menus - وحتى لم يصدر هذا العميل أمر بشراء جهاز الكمبيوتر الذي اختاره فإن الشركة أو بالأحرى قاعدة بياناتها تخزن الخيارات التي حددها ثم تقوم بعد ذلك باستخدام المعلومات في أبحاث التسويق التي تساعد في تحديد الأجهزة والمواصفات التي يقبل عليها العملاء أكثر من غيرها.

المطلب الثالث: أشكال التجارة الإلكترونية ومستوياتها

تعدد أشكال ومستويات التجارة الإلكترونية طبقا للاتجاهات وغايات المستفيدين من هذا النشاط، وإذا ما حاولنا الوقوف عندها نجد أنها تنحصر في أربعة أشكال ولها أيضا مستويين.

أولاً: أشكال التجارة الإلكترونية¹:

1/ التجارة الإلكترونية بين مؤسسات الأعمال (Business to business):

تقوم وحدة الأعمال في مؤسسات الأعمال التي تقوم بتطبيق التجارة الإلكترونية باستخدام شبكة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات بتقديم طلبات الشراء إلى مورديها وتسليم الفواتير كما تقوم بإجراء عملية الدفع من خلال وسائل عدة مثل استخدام بوابة الدفع الإلكترونية، ويعتبر هذا الشكل من أكثر أنواع التجارة الإلكترونية شيوعا ويطبق بين مؤسسات الأعمال داخل الدولة، أو مع مؤسسات الأعمال خارج الدولة، حيث يتم إجراء كافة المعاملات التجارية إلكترونيا بما في ذلك تبادل الوثائق إلكترونيا.

2/ التجارة الإلكترونية بين مؤسسات الأعمال والمستهلك (Business to customer):²

يتواجد على شبكة الإنترنت العالمية مواقع لمراكز تجارية متعددة يستطيع المستهلك ومؤسسات الأعمال من خلالها إتمام عمليات البيع والشراء فيما بينهما إلكترونيا، هذا وتقوم هذه المواقع بتقديم كافة أنواع السلع والخدمات، كما تقوم هذه المواقع باستعراض كافة السلع والخدمات المتاحة وتنفيذ إجراءات البيع والشراء، حيث يعتبر استخدام بطاقة الائتمان في عملية الدفع لإتمام عمليات البيع والشراء أكثر شيوعا واستخداما بين المستهلك ومؤسسات.

¹ .www.itep.co.ae/itportal/arabic/main.asp

² رافت عبد العزيز غنيم دور جتمععة الدول العربية في تنمية وتسيير التجارة الإلكترونية على موقع <http://www.ebi.org.eg-business>

الأعمال إضافة إلى إيجاد وسائل دفع إلكترونية أخرى ومطبقة بشكل واسع مثل الشيكات الإلكترونية ودفع النقد عند التسليم، أو أي طريقة أخرى يتم الاتفاق عليها من قبل الطرفين ذات العلاقة.

3/ التجارة الإلكترونية بين مؤسسات الأعمال والحكومة Business to administrative

تقوم الحكومة بعرض الإجراءات واللوازم والرسوم ونماذج المعاملات على شبكة الانترنت بحيث تستطيع مؤسسات الأعمال أن تطلع عليها من خلال الوسائل الإلكترونية وأن تقوم بإجراء المعاملات إلكترونياً من غير أن يكون هناك تعامل مع مكاتب المؤسسات والدوائر الحكومية، هذا وتقوم الحكومة الآن بالعمل على ما يسمى بالحكومة الإلكترونية لإتمام تلك المعاملات إلكترونياً، ومن الجدير ذكره أن بعض المؤسسات والدوائر قد باشرت بالفعل بتطبيق تلك الإجراءات كمرحلة أولى ومن المتوقع الانتهاء من إعداد البرنامج بشكله المتكامل خلال فترة زمنية ليست بالبعيدة، أي أن هذا النوع من المعاملات بين مؤسسات الأعمال والإدارة المحلية يغطي كافة المعاملات والتحويلات التي تتم بين مؤسسات الأعمال وهيئات الإدارة المحلية.

4/ التجارة الإلكترونية بين المستهلك والحكومة¹:

هذا النوع من التجارة الإلكترونية يتم بين المستهلك والإدارة ومثال ذلك عملية دفع الضرائب حيث تتم إلكترونياً ومن دون الحاجة بأن يقوم المستهلك بمراجعة الدوائر الحكومية الخاصة بذلك، وكذا دفع رسوم تجديد إلكترونياً ومن دون الحاجة بأن يقوم المستهلك بمراجعة الدوائر الحكومية الخاصة بذلك، وكذا دفع رسوم تجديد رخص القيادة... مع إمكانية دفع الحكومة لرواتب العاملين بالنقد الإلكتروني وتزويد الأفراد بالنشرات المختلفة.

ثانياً : التجارة الإلكترونية ومستوياتها²:

تلعب درجة تنفيذ الأنشطة الفرعية ذات الارتباط المباشر بأداء المعاملات التجارية دوراً بارزاً بتعدد مستويات التجارة الإلكترونية وذلك طبقاً لدرجات الأنشطة، هذا وتتراوح في الأداء بين مستوياتها المختلفة، فهناك المستويات البسيطة، والمستويات الأكثر تطوراً، وهما على النحو التالي:

1/ التجارة الإلكترونية ذات المستوى البسيط:

ويشمل هذا النوع من التجارة الإلكترونية الترويج للسلع والخدمات، بالإضافة إلى الإعلان والدعاية لتلك السلع والخدمات، وهذه الخدمات تحتوي في مضمونها خدمات قبل وبعد عمليات البيع، حيث يعتبر هذا النوع ذات درجة متقدمة من التبادلات التجارية وخصوصاً عند تطبيقه في الدول النامية والتي تفتقر إلى حد ما إلى تقديم خدمات ما بعد البيع، ولذلك يعتبر هذا النمط كبيراً لمؤسسات الأعمال في تلك الدول، أما بالنسبة إلى الدول المتقدمة، فهذا يضعها في مستوى أكبر ويجعلها تبحث عن وسائل جديدة لزيادة درجة ونوعية الخدمات المطلوبة منها ليس فقط قبل البيع بل بعد البيع إلى حد سواء، هذا وتتضمن التجارة الإلكترونية ذات المستوى

¹ تبناني أمل مذكرة ' واقع ومستقبل التجارة الإلكترونية في الجزائر ' كلية العلوم الاقتصادية والتجارية جامعة 8 ماي 1945 قالمة، سنة 2019-

2020 ص 9
المراجع السابق²

البيسط عملية التوزيع الإلكتروني للسلع والخدمات خصوصا غير المادية منها، إضافة إلى التحويلات البسيطة للأموال وذلك عن طريق بوابات الدفع الإلكتروني.

2/ التجارة الإلكترونية ذات المستوى المتقدم:

إن هذا النوع من المستويات والذي يعتبر متقدما إذا ما قورن بالمستويات البسيطة والتي تحتوي في مضمونها على الترويج والخدمات قبل وبعد البيع والتحويلات البسيطة، يأتي هذا النوع ليركز في مضمونها على عمليات وإجراءات الدفع التي تتم عبر الإنترنت، والتي تعتبر عمليا ذات مستوى يحتاج إلى توعية كبيرة من قبل المتعاملين على المستوى، هذا وتعتبر عمليات الدفع على كافة المستويات إن كانت على المستوى المحلي أو على المستوى الوطني أو الدفع على المستوى الدولي، تعتبر بمحملها مستويات ذات تطور متقدم وبمحااجة إلى أخذ الحيطة والحذر عند التعامل على هذا المستوى.

المطلب الرابع: أهمية التجارة الإلكترونية

تكمن أهمية التجارة الإلكترونية في النقاط التالية¹:

1/ **تعزيز حركة النقل:** وذلك لسرعة إنجاز المعاملات والحصول على أفضل الأسعار لعمليات الشحن، الذي يخفض من تكاليف التي تتحملها الشركات التجارية نتيجة للتخصصات الجديدة في عمليات الإمداد والتوزيع، وسوف تساهم بالأخص في تعزيز عملية النقل الجوي باعتبارها تعتمد على سرعة التوصيل والاقتصاد في التكاليف.

2/ **إيجاد روح من الانفتاح والثقافة:** خاصة وأن هذه التجارة سوف تقلل من الزمن اللازم لإنجاز المهمات وأداء فضلا عن تغيير طبيعة السوق نفسها.

3/ **تسهيل عمليات المراسلات وعقد الصفقات:** وكذا التعاملات بين المنتج والمستهلك وتبادل الآراء والخطط بين الشركاء والتجارين وإجراء بعض المفاوضات قبل توقيع بعض الصفقات .

4/ **تبادل المعلومات:** وذلك بتوصيل كافة المعلومات والبيانات والمواصفات الخاصة بالأنشطة وخدمات الكثير من الشركات والمؤسسات التجارية والخدماتية إلى كافة المهتمين في دول العالم المختلفة.

5/ **التعريف بالمنتجات:** وتوفير الكثير من المعلومات التجارية عنها، وتلقي التجارة العديد من العروض التجارية والفرص الاستثمارية من الكثير من المصانع والشركات في دول العالم.

6/ **قيام اقتصاد نشط ضمن شركات مفتوحة على بعضها:** حيث أنها تتيح لها تنسيق وتدير أعمالا في مجالات البيع والشراء والإنتاج والإمداد، بل وحتى في المجالات التسويقية بمختلف أساليبها.

7/ **ازدياد الطلب على الكفاءة المتخصصة:** وزيادة وتيرة التعاملات البنكية الإلكترونية بين الأفراد والمؤسسات المالية على اختلاف أشكالها.

¹ شعيب أنشي وآخرون، الإعتمادات المستندية في عهد التجارة الإلكترونية (مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر) معهد العلوم الاقتصادية بالخروبة، الجزائر 2001، ص 53-54.

8/ إحداه تغيرات جذرية على الشركات الكبيرة: فبدلا من الاعتماد على هياكل منتظمة فإنها تستطيع بموجبها التقلص أو التوسيع بسرعة حسب الاحتياجات المتغيرة في السوق.

9/ فرصة للشركات الصغيرة: بحكم صغر حجمها وتخصصها فإن فرصها أفضل من غيرها في الاستفادة من إمكانياتها في عالم رقمي إلكتروني كما أنها تتحمل البنية التحتية أو الأصول الثابتة غير المباشرة أقل مما تتحمله الشركات الكبرى.

10/ ظهور صناعات وأعمال جديدة: حيث أنها لا يستطيع أحد في الوقت الراهن أن يتصور ما يمكن أن يقوم من صناعات جديدة ومفاهيم متطورة حول أنواع الأعمال والشركات التي يمكن أن تزدهر في ظل الاقتصاد الإلكتروني القائم على التعامل بين الشركات المختلفة

المبحث الثاني: اطراف وسوق التجارة الإلكترونية

قبل التطرق إلى خطوات الشراء عبر الانترنت لا بد علينا من تحديد الإطار العام الذي تجري فيه هذه العملية، وذلك من خلال التعرف على الأطراف المشاركين فيها ثم سوق التجارة الإلكترونية .

المطلب الأول: أطراف التجارة الإلكترونية

إن مشاريع التجارة الإلكترونية تعمل على تغيير الملامح الرئيسية للتعاملات التجارية والمالية العالمية، حيث أنه بالرغم من أن أطراف التجارة الإلكترونية نفسها الأطراف الثلاثة المعروفة في التجارة العادية وهي المشتري، التاجر، البنك، إلا أنها ستظهر بمظهر جديد وفقا للمتغيرات المعاصرة المفروضة عليها، فالمستهلك اليوم مثلا ليس نفسه مستهلك السنوات الأولى من القرن العشرين، حيث أصبح اليوم هو سيد الموقف، وكل الجهود والبحوث التسويقية تسعى إلى إرضائه وكسب ولائه الكلام ينطبق على الأطراف الأخرى كما سنرى فيما يلي:

1/ المستهلك: وهو الذي يبحث عن السلعة أو الخدمة التي يرغب في تحصيلها، وذلك بالدخول إلى إحدى المتاجر الافتراضية على الويب ويختار ما يناسبه منها سواء من ناحية الجودة، السعر، الكمية، طريقة الدفع أو التسليم، وذلك بإتباع خطوات بسيطة للتسويق سوف يتم التطرق إليها لاحقا ضمن هذا الفصل.

«إن كل الابتكارات الجديدة للتكنولوجيا يجب أن توجد لكي تخدم المستهلكين وتلبي احتياجاتهم سواء كانوا أفراد أو مؤسسات، وسائل الدفع يجب أن تكون بسيطة التطبيق وسهلة الاستعمال حيث يجب أن توضع في خدمتهم قارئات بطاقة مؤمنة ووسائل حديثة للدفع وآليات تسمح بحد لا متناهي من الحماية ضد قرصنة الانترنت KOKERS وضد خيانة بعض التجار»¹.

2/ البائع: وهو الذي يقوم بعرض السلع والخدمات في السوق الإلكترونية ضمن أحد مواقع الويب التي تسمى المتاجر الافتراضية وذلك لجلب أكبر عدد من المستهلكين.

¹ Mostapha Hashem sherif. Ahamed serhrouchni. la monnaie électronique systèmes de paiement sécurisés .édition eyrolles. Paris 2000 page 07.

المتاجر الافتراضية البسيطة وهي موقع ويب مصمم بحيث يسهل على الزائر العثور على السلعة المناسبة التي يريدتها، وهو يكون مملوكا إما من طرف تاجر بسيط، أو شركة تجارية أو مجموعة من الشركات أو حتى من طرف شركات افتراضية لا وجود لها في أرض الواقع.

يجب أن يحتوي المتجر الافتراضي على الأقل ما يلي:

- مزود ويب، وخط مستأجر مفتوح دائما على الانترنت، وواجهة افتراضية للمتجر وهي صفحات ويب العادية.
- برامج لضمان أمن المعلومات المالية للزبائن، وإدارة التعاملات المالية مع البنوك ومؤسسات النقد الافتراضي.
- برامج تصل بين المتجر الافتراضي وبين القواعد وبيانات المحاسبة والمخزون والشحن وهي عادة ما تسمى بالنظم الخلفية لأنها تعمل في الخفاء بدون أن يراها المستخدم أو يشعر بها.
- برامج لربط المتجر الافتراضي بالمؤسسات المالية الداعمة والمشاركة مثل المصاريف¹.

3/ البنك : يلعب البنك دورا أساسيا في المعاملات التجارية الإلكترونية أكثر منه في التجارة العادية بحيث ينبغي أن يكون كل من البائع والمشتري مرتبطان بخدمات بنك معين- لا يشترط أن يكون نفس البنك- يتولى مهمة تسيير المعاملات المالية، فالدفع والقبض يكون بين بنك البائع وبنك المشتري وفق أنظمة دفع آمنة، وذلك يتم بواسطة نظام التحويلات المالية الإلكترونية .

«وهو نظام يتبع طريقة إلكترونية آمنة، نقل التحويلات المالية أو الدفعات المالية من حساب بنكي لآخر، إضافة إلى نقل المعلومات المتعلقة بهذه التحويلات، وهو يمتاز في حال تطبيقه بطريقة صحيحة، بدرجة عالية من الأمن security وسهولة استخدام Ease of use والموثقة Reliability» ومن منافع:

- تنظيم الدفعات on ti me payments: يكفل الاتفاق على وقت اقتطاع وتسديد قيمة التحويلات المالية، وتنظيم عماليات الدفع دون أي ريبه في إمكانية السداد في الوقت المحدد.
- تيسير العمل Convenent: ألغت عملية المقاصة الآلية حاجة العميل والتاجر إلى زيادة البنك لإيداع قيمة التحويلات المالية مما يعني تيسير الأمر، ورفع فعالية نظام العميل.
- السلامة والأمن Security si safety: ألغت المقاصة الآلية والتحويلات المالية الإلكترونية الخوف من سرقة الشيكات الورقية، والحاجة إلى تناقل الأموال السائلة. ² «

¹ www. Yusuf- qbufara.net

² www.itep.co.ae/itportal/arabic/main.asp

- تحسين التدقيق النقدي Improve cash flow: رفع إنجاز التحويلات المالية إلكترونياً موثوقية التدفق النقدي وسرعة تداول النقد.
- تقليل الأعمال الورقية Redus paperwork: يتمثل ذلك في تقليل الاعتماد على النماذج الورقية والشيكات التقليدية وغيرها من المعاملات الورقية.
- توفير المصاريف Savig money: قللت نظام شبكة المقاصة الآلية من تكاليف إدارة عمليات المقاصة .
- زيادة رضا العملاء Promotes customers satisfaction: تكفل سرعة عمليات التحويل الإلكتروني وانخفاض كلفتها لتحقيق رضا العملاء وتوطيد ثقتهم في التعامل مع التاجر أو الشركة.¹

المطلب الثاني: سوق التجارة الإلكترونية

«السوق هو عبارة عن محل من المعاملات والمعاملات والعلاقات من أجل تبادل المنتجات والخدمات والمعلومات والأموال وعندما تكون هيئة السوق الإلكترونية فإن مركز التجارة ليس بناية أو ما شابه ذلك بل هو محل شبكي يحتوي على تعاملات تجارية، فالمشاركين في الأسواق الإلكترونية من باعة ومشترين وسماسرة ليسوا فقط في أماكن مختلفة بل نادراً ما يعرفون بعضهم البعض، طرق التواصل ما بين الأفراد في السوق الإلكتروني تختلف من فرد لآخر ومن حالة لأخرى».²

عن المؤسسة التي أرادت أن تدخل مضمار التجارة الإلكترونية وتقديم منتجاتها عبر الشبكة يمكنها أن تختار بين شكلين رئيسيين هما:³

أولاً: الكتالوجات الإلكترونية ومزودات التاجر: وهي النظر الافتراضي للكتالوجات التقليدية للمنتجات، فهي تحتوي على مواصفات مكتوبة وصور للبضائع بالإضافة إلى معلومات عن الترويجيات والتخفيضات وأساليب الدفع وطرق الشحن، فالخصائص الموجودة في الكتالوجات الإلكترونية وبرمجيات مزودات التاجر تجعل من عملية إدارة وهيئة الكتالوجات سهلة وغير مكلفة لأن التسعيرات وترتيب وتنظيم البضائع سهلة وواضحة، والخصائص الموجودة في هذه البرمجيات تشمل:

- قوالب ومساعدين خبراء لإنشاء الواجهة الأمامية للمحل وصفحات الكتالوج التي تحوي صور للبضائع المعروضة للبيع.

¹ المرجع نفسه.

² www.itep.co.ae/itportal/arabic/main.asp

³ www.cuarab.com بمسام البسكني، حول التجارة الإلكترونية.

- عربات إلكترونية للتبضع Electronique shopping cartes والتي تسمح للزبائن بجمع البضائع بغرض الشراء ووضعها في عربة إلكترونية إلى حين الانتهاء من عملية التبضع.
 - استثمارات إلكترونية لملء الطلبات التجارية من خلال طرق آمنة.
 - قاعدة بيانات لحفظ مواصفات السلعة وأسعارها بالإضافة إلى طلبات الزبائن.
- ثانيا : مجموعات التجارة الإلكترونية: توفر مجموعات التجارة الإلكترونية للتاجر المرونة والتخصص والتعديل والتكامل في دعم الوظائف الإلكترونية الظاهرة والمخفية في مجموعة التجارة الإلكترونية فإن فعالية المحل موزعة على عدد من قواعد البيانات والمزودات وليس على قاعدة بياناتية ومزودة واحدة كما هو الحال في نظام الكتالوجات الإلكترونية وحلول مزودات التاجر.

إن الاتجاه الثاني هو الاتجاه الشائع ودوره هو عرض المنتجات من السلع والخدمات لعدة موردين لتلبية طلب المستهلكين فهذه المعارض تقوم بالتسيير الحسن للمعاملات والأرباح مع توليها عمليات الترويج مثل موقع www.amazon.com وموقع www.sindbadmall.com.

المطلب الثالث: خطوات التجارة الإلكترونية

الشراء عبر الإنترنت أصبحت عملية مسرعة لكونه إحدى الطرق السهلة لشراء كل شيء تقريبا، حيث يمكنك التسويق عبر الإنترنت في أي مكان على الأرض، وفي أي وقت تريد صباحا أو مساء دون أن تترك منزلك وكل ما تحتاجه هو الاتصال بالإنترنت وبطاقة الائتمان سارية المفعول وللقيام بهذه العملية يجب المرور بعدة خطوات أهمها¹:

- 1/ تحديد نوع السلعة أو الخدمة المراد اقتنائها قبل عملية التسويق.
- 2/ استعراض موقع أو عدة مواقع ويب يحتمل احتوائها على سلعة أو الخدمة المطلوبة وذلك باستعمال آليات البحث والاستعراض المشار إليها سابقا، أو البحث ضمن المعارض الإلكترونية أو الدلائل أو الكتالوجات أو بعض الشركات المعروضة على الشبكة.
- 3/ اختيار العروض الأكثر ملاءمة من حيث التكلفة، السعر، التخفيضات، النوعية، خدمات ما بعد البيع، طرق الدفع والتسليم.
- 4/ ملء استمارة المعلومات المقترحة من طرف البائع والتي تتضمن عادة كل أو بعض المعلومات التالية:- اسم ولقب الزبون- السن- الجنس- الجنسية- المهنة- عنوان البريد الإلكتروني- رقم بطاقة الائتمان، إضافة إلى بعض المعلومات التسويقية مثل سبب اختيار السلعة - درجة إعجاب العميل بتصميم الموقع والخدمات المتوفرة عليه- معلومات عن المنافسين.

¹ BETTIL Mohamed Nadjb. Commerce électronique (mémoire de fin d'étude) institut de science de gestions. Centre universitaire de Médéa .ALG

5/ القيام بعملية الطلب وذلك بإرسال الاستمارة السابقة عبر الموقع مباشر للتخزين، ثم تحرير الفاتورة وإرسالها، ثم إرسال السلعة بواسطة الموزعين إذا كانت سلعة مادية أو يتم تحميلها مباشرة إذا كانت من النوع الذي يحتمل ذلك مثل البرامج والملفات.

6/ تتم العملية الأخيرة من طرف بنكي البائع والمشتري، حيث تتم عملية التحويل المادي والإلكتروني لتحقيق انتقال الأموال من رصيد المشتري إلى رصيد البائع.

نصائح يجب الأخذ بها للتسوق الآمن¹:

وفيما يلي بعض النصائح الواجب للتسويق الآمن على الانترنت:

أ- التحول قبل الشراء، الانترنت هو أروع سوق إعلامية عالمية يمكنك فيها مقارنة الأسعار بدلا من الخروج إلى الشارع والبحث في المحلات، حيث يمكنك شراء كل شيء تقريبا دون أن تترك منزلك لذا تحول بين مختلف المواقع التي تتضمن السلعة التي تريد شرائها لكي تحصل على ما تريد بحيث تقارن بين مختلف الأسعار والمواصفات الخاصة بكل سلعة.

ب/ قرر الشراء من المواقع التي تحظى بسمعة طيبة أو تلك التي تعرفها، وحين تريد الشراء اقرأ بدقة شروط البيع خاصة شروط التوصيل وشروط الاسترجاع، وبعض المواقع يوجد بها خانة للأسئلة التي يتكرر استعمالها FAQs ، والتي لا بد من أن تراجعها إذا كان لديك أي تساؤل أو مشكلة.

ج- يجب الحرص دائما على استخدام مواقع مؤمنة Secures website التي يحافظ عادة على بيانات وأرقام البطاقة الائتمانية التي ستستعملها في الشراء، وستكون قادرا على تحديد ما إذا كان الموقع الذي تريد الشراء منه موقع مؤمن أم لا عندما ترى علامة قفل معدني صغير تظهر أمامك في أسفل الشاشة في الموقع الذي تشتري منه ويبدأ الموقع لمؤمن عادة بالأحرف " HTTP " حيث يشير الحرف ' S ' إلى الموقع المؤمن Secure ويعني الموقع المؤمن أن بيانات ومعلومات وأرقام بطاقتك الائتمانية تم إخفاؤها قبل أن ترسل عبر الانترنت إلى موقع الشركة ولا يمكن لأحد الإطلاع عليها أو سرقة معلوماتها.

¹ BETTIL Mohamed Nadjb. Commerce électronique (mémoire de fin d'étude) institut de science de gestions. Centre universitaire de Médéa .ALG

د- قبل أن ترسل معاملتك إلى الموقع الذي ستشترى منه تأكد من صحة البيانات والأرقام الخاصة بقيمة مشترياتك وتفصيل بطاقتك الائتمانية.

هـ احتفظ بنسخة من أمر الشراء في كل مرة تشتري بها عبر الإنترنت، وهذا المر ضروري عندما تكون عندك تساؤلات عن بضاعتك المشتراة أو عندما تحتاج إلى استبدالها ، علما بأن العديد من الشركات ستقوم أيضا بإرسال بريد إلكتروني لك يؤكدون من خلاله عملية الشراء لذلك قم بطباعة هذه الرسالة الإلكترونية واحتفظ بها.

و- لحماية نفسك بشكل كامل اتبع النصيحة التالية: لا تعد أبدا تفاصيل وبيانات أرقام بطاقتك الائتمانية عبر البريد الإلكتروني أو عبر غرف المحادثة.

ز- تذكر أن تقوم شهريا بمراجعة الكشف الخاص بالبطاقة الائتمانية الخاصة بعملية الشراء التي تتم عن طريق شبكة الإنترنت ولا بد أن يكون واضحا لك هنا أن أسماء بعض الشركات التي اشترت منها قد يختلف أحيانا عن اسم موقعها الإنترنت.

ح- استعمل بطاقة ائتمانية واحدة فقط عبر الإنترنت وخصصها لهذا الغرض حيث يسهل عليك اكتشاف أي محاولة لاستعمال بطاقتك، واحرص على أن يكون رصيد هذه البطاقة متماشيا مع قيمة مشترياتك عادة عبر الإنترنت .

المطلب الرابع: مؤشرات التجارة الإلكترونية : توجد عدة مؤشرات عالمية تدل احصائيات التجارة الإلكترونية في العالم على حجم السوق التجارة الإلكترونية العالمية وحجم مبيعاتها .

أولا: مؤشرات عالمية:

تعد التجارة الإلكترونية من ابرز القطاعات الاقتصادية التي شهدت نموا متسارع في العالم لسنوات الاخيرة بلغ حجم سوق التجارة الإلكترونية العالمية حوالي 5.2 تريليون دولار في عام 2023، وذلك وفقا لتقديرات الأمم المتحدة ومن المتوقع ان يتجاوز 6.5 تريليون دولار في نهاية 2024 –ساهمت معدلات النمو البالغة 13% التي شهدتها التجارة الإلكترونية في تعزيز الثقة في امكانيات هذا القطاع مع توقعات بنمو 10% نهاية 2024. ومع معدلات الاختراق السوق المتزايدة حيث يشتري 63% من مستخدمي الانترنت حول العالم منصات للبيع عبر شبكة الانترنت –ومن المتوقع ان تشهد هذه النسبة زيادة الى 70% في سنوات القادمة.¹

¹ www.ALAMSSAR.COM

- ارباح التجارة الالكترونية تعتمد على النشاط التجاري حجم السوق المستهدف ودرجة المنافسة حيث تتراوح ما بين 10% و30% من حجم مبيعات , اذ يوجد اختلاف بين الدول المتقدمة والدول النامية، حيث يعود ضعف التعامل التجاري الإلكتروني في الدول النامية إلى عدة أسباب أهمها¹:
- عدم وجود وعي لما يمكن أن توفره تكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية.
- عدم كفاية البنية التحتية للاتصالات اللاسلكية والوصول بشبكة الانترنت .
- ارتفاع كلفة الوصول إلى شبكة الانترنت .
- الافتقار إلى الأطر القانونية والتنظيمية المناسبة.
- نقص القدرة البشرية المطلوبة.
- عدم استعمال اللغة المحلية والمحتوى المحلي.
- نقص المبادرة الفردية.
- الافتقار إلى ثقافة مؤسسة أعمال منفتحة على التغيير والشفافية.

وهذا وقد تبين أن هنالك اتفاق متزايد على إسهام التجارة الإلكترونية بشكل إيجابي يساعد على نمو الإنتاجية وقدرة الشركات والمؤسسات على التنافسية، إضافة إلى إتاحة الفرصة من أجل الوصول إلى الأسواق الجديدة تنشأ عنها فرص عمل جديدة تؤدي بدورها إلى خلق فرص عمل جديدة وصولاً إلى توليد ثروة ونمو اقتصادي مستدام.

ثانياً: التأثير على مؤسسات الأعمال² :

إن لتكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية تأثير على مؤسسات الأعمال الصناعية إضافة إلى تأثيرها على القدرة التنافسية وذلك من خلال الكم الهائل من المعلومات التي يمكن الحصول عليها من خلال شبكة الإنترنت، وهذا بدوره يؤدي إلى نقل المعارف وتحسين التنظيم، وقد أصبحت أنواع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أدوات مهمة من أجل تحسين القدرة التنافسية الدولية وذلك من خلال خفض تكاليف المعلومات التي تنطوي عنها إنتاج وتبادل السلع والخدمات

إضافة إلى زيادة كفاءة وظائف الإدارة وتمكين الشركات ومؤسسات الأعمال من الوصول إلى المعلومات وتبادل المزيد منها، وإذا كانت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتجارة الإلكترونية تحسن الإنتاجية في الأنشطة الإنتاجية القائمة فإنها تتيح أيضاً ظهور أنشطة اقتصادية جديدة غيرها، مثل البحث على شبكة الإنترنت مباشرة عن مصادر خدمات في الخارج، وإنتاج أنواع مختلفة من السلع والخدمات ذات قيمة مضافة عالية تساهم بدورها

¹ المرجع نفسه.

² المرجع نفسه.

في دعم الاقتصاد المحلي، كما تلعب تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتجارة الإلكترونية دورا إيجابيا في اقتصاديات الدول..

إن عدد مستخدمي الإنترنت في العالم قد بلغ 5.52 مليار مستخدم الإنترنت على المستوى العالمي 2024، ما يعادل 66.2% من سكان العالم بدأ 97 مليون شخص في المرة الأولى خلال الأشهر 12 الماضية مما يظهر زيادة سنوية 1.8% من عدد مستخدميها في العالم، وتتمتع الصين بأعلى مستخدمي الإنترنت بنحو 1.1 مليار وتليها الهند 881.3 مليار ثم الولايات الأمريكية 311.3 يقضي الفرد 6 ساعات و31 دقيقة يوميا في استخدامها البرازيل 165.3 مليون ثم تليها نيجيريا 136.2 مليون ثم روسيا 129.2 مليون. لمستخدمي الإنترنت الإفريقي العادي تقل 20 مرة تقريبا عن نظيره الأوروبي، و 8.4 مرات عن نظيره الولايات المتحدة الأمريكية وعلى الرغم من أن مستوى استعداد البلدان النامية لاستخدام التجارة الإلكترونية أدنى من نظيره في الدول المرتفعة الدخل، فقد حدد في جميع دول العالم عدد من الدول التي يمكن أن تصنف باعتبارها متقدمة نسبيا والتي اعتمدت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات إضافة إلى أن الدول النامية لم تتأثر سلبا نتيجة لاندماجها في الاقتصاد الرقمي، هذا وتعتبر السياسات العامة التي تدعم توسيع مختلف المعلومات من بين العوامل التي تدعم فكرة الميزة النسبية التي تتمتع بها تلك الفئة من الدول النامية التي قامت باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتجارة الإلكترونية في وقت مبكر.

الجدول رقم 01: يبين مجموع مبيعات التجارة الإلكترونية 10 دول حققت عائد عام 2023.

المنطقة/ الدولة	القيمة (مليار دولار)
الصين	3.023
امريكا	1.163
بريطانيا	195
اليابان	193
كوريا الجنوبية	147
الهند	118
المانيا	97
اندونيسيا	97
كندا	83
فرنسا	79

source. www.e-commerce .fr

ثالثا: معوقات استخدام تكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية.

تواجه أغلبية الدول النامية قيودا على تنمية اقتصادها الإلكتروني وبعض هذه القيود تتمثل فيما يلي:

- انخفاض مستوى دخل الفرد.
- انخفاض معدل معرفة القراءة والكتابة.
- الافتقار إلى نظم دفع يمكن بدورها أن تدعم الصفقات التجارية التي تجري على شبكة الانترنت.
- المقاومة الثقافية للتجارة الإلكترونية على شبكة الإنترنت.

شهد عدد مستخدمي الانترنت يستخدمون الهواتف الذكية لتصفح الانترنت 95.9% - ويستخدم ما يقرب 95% من مستخدمي الانترنت في العالم على المستوى التواصل الاجتماعي, وهو ما يمثل 5.17 مليار مستخدم لوسائل التواصل الاجتماعي تعد الصين أكبر بلد مستخدم للانترنت تاتي الهند بعدها حيث تمثل ما يقرب 20% من سكانها في الوقت نفسه تحافظ دول بمافيها المملكة المتحدة الامريكية على معدلات انتشار 90% لسنة 2024 بينما تراوحت نسبة المبيعات وحقت اعلى عائد في 2023 بالنسبة للصين جاءت في المركز الاول في الصدارة كما هو مبينة في الجدول بقيمة 3.023 مليار دولار اجمالي مبيعات. والمركز الثاني ولت الولايات المتحدة الامريكية 1.163 مليار دولار اما في المركز الثالث بريطانيا 195 مليار دولار ثم تاليها اليابان بقيمة 193 مليار دولار ثم كوريا بقيمة 147 مليار دولار وبعدها الهند بقيمة 118 مليار دولار ثم المانيا 97 مليار دولار وانونوسيا وصلت الى 97 مليار دولار وكندا 83 مليون دولار وفرنسا 79 مليار دولار من أكبر الدول في عائد مبيعات لتجارة الإلكترونية فقط كما هو مبين في الجدول السابق.¹

المبحث الثالث: وسائل وأمن المعاملات الإلكترونية.

المطلب الأول: وسائل الدفع

تنقسم إلى وسائل تقليدية وأخرى حديثة فالوسائل التقليدية هي نفسها الوسائل المستعملة في التجارة العادية مثل: الدفع عند الاستلام، التحويلات البنكية عن طريق إرسال رقم الحساب البنكي عبر الهاتف أو الفاكس.

لكن الجزء الذي يهمنا هنا هو الوسائل الحديثة فإذا كان ظهور التجارة الإلكترونية وانتشارها يرجع إلى التقدم العلمي في وسائل الاتصال والمعلومات، وبصفة خاصة عبر شبكة الإنترنت فقد ترتب على ظهور التجارة الإلكترونية ظهور فكرة الدفع الإلكترونية حيث يتم الدفع من خلال قنوات اتصال إلكترونية ما بين حاسب

¹ مجلة شعاع لدراسات الاقتصادية المجلد 04/العدد: 02 -2020, ص 11-24 واقع الصيرفة الإلكترونية في البنوك التجارية -علي محبوب

وإنترنت ولا جدال في استخدام النقود الإلكترونية الذي يؤدي إلى سرعة وسهولة تسوية المدفوعات وتقليص الحاجة إلى الاحتفاظ بالنقود السائلة الذي يساعد على التوسع في التبادل التجاري. وتنقسم بطاقات الدفع الإلكتروني «البطاقات البلاستيكية» إلى الأنواع التالية:¹

1- بطاقات السحب الآلي (cash): وهذه البطاقة تسمح لحاملها إمكانية سحب مبالغ نقدية من حسابه بحد أقصى متفق عليه من خلال أجهزة خاصة حيث يقوم العميل بإدخال بطاقته إلى جهاز السحب الآلي الذي يطلب منه إدخال رقم سري ولو كان الرقم السري صحيحا يطلب الجهاز من العميل تحديد رقم المبلغ الذي يحتاجه عن طريق لوحة المفاتيح على الجهاز وبعد الصرف يسترد العميل بطاقته آليا ويسجل هذا المبلغ في الجانب المدين من حساب العميل مباشرة.

والهدف من هذا النوع من البطاقات السحب الآلي هو رغبة البنوك في التسهيل على العملاء والتوفير لاحتياجاتهم من النقود، لذا نجد البنوك تنشئ منافذ توزيع لها بهذه البطاقات في أماكن كثيرة كالمطارات ومحطات السكك الحديدية ومراكز التسويق.

ولا يحصل العميل عادة على ائتمان وفقا لهذه البطاقة لأن الجهاز سيرفض الصرف إذا لم يكن هناك رصيد كاف لدى البنوك، ولكن هذا لا يمنع من أن يوفر البنك لعملية غطاء معيناً وفقاً لاتفاق خاص بحد معين متفق عليه ويتم إدخاله في الكمبيوتر المنظم لهذا الجهاز.

2- بطاقات الشيكات chèque garantie card : وبمقتضاها يتعهد البنك مصدر هذه البطاقة لعميل حامل البطاقة بأن يضمن سداد الشيكات التي يجررها العميل من هذا البنك وذلك وفقاً لشروط إصدار البطاقة، وتحتوي البطاقة عادة على اسم العميل وتوقيعه ورقم حسابه والحد الأقصى الذي يتعهد البنك بالوفاء به في كل شيك يجره العميل، ويقوم العميل بإبرازه البطاقة للمستفيد والتوقيع على كل شيك أمامه، كما يقوم المستفيد بتدوين رقم البطاقة على ظهر الشيك، إضافة إلى التأكد من مدة صلاحية البطاقة للإستعمال، وإذا ما تحققت هذه الشروط وخاصة تحرير الشيك وفقاً للحد الأقصى المسموح به وكتابة رقم البطاقة على ظهر الشيك وصحة توقيع الساحب، فإن البنك المسحوب عليه يلتزم بأن يدفع قيمة الشيك للمستفيد بغض النظر عن وجود أو عدم وجود رصيد كاف لديه.

3- بطاقات الوفاء Debt card: وهي بطاقات تحول لصاحبها سداد ثمن السلع والخدمات التي يحصل عليه من بعض المحلات التجارية التي تقبلها بموجب اتفاق من الجهة المصدرة لها، وذلك بتحويل ثمن البضائع والخدمات من حساب العميل، حامل البطاقة إلى حساب التاجر البائع لطريقتين إحداهما مباشرة وأخرى غير مباشرة.

¹ عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، الكتاب الول نظام التجارة الإلكترونية وحمايتها منديا، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2002، ص 111-116.

أما الطريقة الغير مباشرة يقدم العميل (المشتري) بطاقته التي تحتوي على بيانات البنك المصدر لها، وذلك إلى التاجر الذي يدون بيانات مفصلة عن المشتري وبطاقته ويوقع الأخير على فاتورة عدم نسخ، ترسل نسخة منها إلى البنك الخاص بالعميل أو الجهة المصدرة للبطاقة لسداد قيمة المشتريات ثم الرجوع على حامل البطاقة بعد ذلك.

وأما الطريقة المباشرة فتتم بقيام العميل بتسليم بطاقته إلى محاسب المحل والذي يمرر البطاقة على الجهاز للتأكد من وجود رصيد كاف لهذه البطاقة الخاص به، وذلك لتسديد قيمة مشتريات العميل، ولا يتم ذلك إلا بعد قيام العميل بإدخال رقمه السري في الجهاز مع ملاحظة مخاطر هذه العملية التي تتم أمام محاسب التاجر فإن قام العميل بإدخال الرقم وفوض البنك في تحويل المبلغ من حساب التاجر لتتم عملية التحويل مباشر من حساب العميل إلى حساب التاجر عن طريق عمليات حسابية في بنك كل منهما ولاشك أن هذه البطاقات تمثل ضمانا وافية للتجارة في الحصول على مستحقاتهم سواء عن طريق الدفع المباشرة أو الدفع المؤجل وهذه البطاقات ليست فقط بطاقات إئتمانية، إنما تحمل تعهدا من البنك المصدر للبطاقة بتسوية بين حامل البطاقة والتاجر وإن كان هناك رصيد دائن لحامل البطاقة ولا تنطوي على أي تعهد من البنك بتقديم تسهيلات إئتمانية مثل " البطاقة الزرقاء".

4- بطاقات الائتمان credit card : وهذه البطاقة تخول لحاملها الحق في الحصول على تسهيل ائتماني من مصدر هذه البطاقة لحامل البطاقة حيث يقدمها للتاجر ويحصل بموجبها على سلع وخدمات تسدد قيمتها من الجهة المصدرة لهذه البطاقة ويجب على حامل البطاقة سداد القيمة لجهة المصدرة لها من خلال أجل متفق عليه، وبذلك هي تمنح لحاملها أجلا حقيقيا وهو ذلك الاجل الذي اتفق على السداد من خلاله مع الجهة المصدرة للبطاقة وهذه الأخيرة تحصل على فوائد مقابل توفير اعتماد حاملها ولذلك فهذه البطاقات أداة ائتمانية حقيقية فضلا عن كونها أداة للوفاء.

كذلك يلاحظ أن معظم بطاقات الائتمان العالمية تأخذ بالمزاي ائتمانية السابقة ومنها الفيزا visa والمستر كارد M aster card والاكسس Access، فالبنوك لا تمنح هذه البطاقات إلا بعد التأكد من ملائمة العميل أو الحصول منه على ضمانات عينية أو شخصية كافية.

المطلب الثاني: التشفير¹.

استخدم الإنسان التشفير منذ حوالي ألفي عام قبل الميلاد لحماية رسائله السرية، وبلغ هذا الاستخدام ذروته في فترات الحروب، خوفا من وقوع الرسائل الحساسة في أيدي العدو وظهرت فيما بعد العديد من الآلات التي تقوم بعملية التشفير، وشكل الكمبيوتر في بداية ظهوره وسيلة جديدة للإتصالات الآمنة وفك تشفير رسائل العدو.

¹ بلولة رستم/غبير محمد -فعاليةالخدمات المصرفية الالكترونية في رفع اداءالبنوك التجارية -اشراف الاستاذ ردون جمال مذكرة تخرج نيل شهادة ماستر تخصص اقتصاد النقدي وبنكي -قسم علوم اقتصادية- جامعة بالحاج بوشعيب عين تموشنت سنة 2023-2024

تعريف التشفير Encryptions: يعرف التشفير بأنه عملية تحويل المعلومات إلى شفرات غير مفهومة (تبدو غير ذات معنى) لمنع الأشخاص الغير مرخص لهم من الإطلاع على المعلومات أو فهمها ولذلك تنطوي عملية التشفير على تحويل النصوص العادية إلى نصوص مشفرة، ومن المعلوم أن الانترنت في هذه الأيام الوسط الأضحى لنقل المعلومات ولا بد من نقل المعلومات الحساسة (مثل الحركات المالية) بصفة مشفرة، إن أريد الحفاظ على سلامتها وتأمينها من حيث المتطفلين والخربين واللصوص، وتستخدم المفاتيح في تشفير Encryptions الرسالة فك تشفيرها Décryptions وتستند هذه المفاتيح إلى صيغ رياضية معقدة (خوارزميات) وتعتمد قوة وفعالية التشفير على عاملين أساسيين: الخوارزمية، وطول المفتاح (مقدار بالبت bits ومن ناحية أخرى، فإن فك التشفير هو عملية إعادة تحويل البيانات إلى صيغتها الأصلية، وذلك بإستخدام المباشرة لفك الشفرة.

أنواع التشفير: ينقسم إلى التشفير المتماثل والتشفير الغير متماثل.

1- التشفير المتماثل (المفتاح السري): في التشفير المتماثل يستخدم كل من المرسل والمستقبل المفتاح السري ذاته في تشفير الرسالة وفك تشفيرها ويتفق الطرفان في البداية على عبارة المرور (passe phrase) التي سيتم استخدامها وهي كلمة مرور طويلا ويمكن أن تحتوي حروف كبيرة وصغيرة ورموز أخرى وبعد ذلك تحول برمجيات التشفير عبارة المرور إلى عدد ثنائي ويتم إضافة رموز أخرى لزيادة طولها ويشكل العدد الثنائي الناتج مفتاح تشفير الرسالة وبعد استقبال الرسالة المشفرة يستخدم المستقبل عبارة المرور نفسها من اجل فك شفرة نص المشفر البرمجيات مرة أخرى عبارة المرور لتشكيل المفتاح الثنائي (Binary Key) الذي يتولى إعادة تحويل النص المشفر إلى شكله الأصلي المفهوم ويعتمد مفهوم التشفير المتماثل على معيار DES، أما الثغرة الكبيرة في هذا النوع من التشفير فتكمن في تبادل المفتاح السري دون أمان، مما أدى إلى تراجع استخدام هذا النوع من التشفير وأصبح شيء من الماضي.

2- التشفير اللامتماثل (المفتاح العام)¹: جاء التشفير اللامتماثل حلا لمشكلة التوزيع غير الآمن للمفاتيح في التشفير المتماثل، فعوضا عن استخدام التشفير اللامتماثل مفتاحين اثنين تربط بينهما علاقة، ويدعى هذان المفتاحين بالمفتاح العام (Key publie) والمفتاح الخاص (privat Key) ويكون مفتاح خاص معروف لدى جهة واحدة فقط أو شخص واحد فقط وهو المرسل، ويستخدم لتشفير الرسالة وفك شفرتها، أما المفتاح العام فيكون معروفا لدى أكثر من شخص أو جهة ويستطيع المفتاح العام فك شفرة الرسالة التي شفرها المفتاح الخاص، ويمكن استخدامه أيضا لتشفير رسائل مالك المفتاح الخاص ، ولكن ليس بإمكان أحد استخدام المفتاح العام لفك شفرة رسالة شفرها هذا المفتاح العام، إذ أن مالك المفتاح الخاص هو الوحيد الذي يستطيع فك شفرة الرسائل التي شفرها هذا المفتاح العام، ويدعى نظام التشفير الذي يستخدم المفاتيح العامة بنظام RSA ورغم أنه

¹ ، تبارني امل م سعيدة مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر، واقع التجارة الالكترونية في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية علوم التسيير جامعة قالمة 2020/ 2019، ص40..

أكثر أمنا من نظام DES إلا أنه أبسط إذ أن جلسة التشفير وجلسة فك التشفير يجب أن تكون متزامنتين تقريبا، وعلى كل حال فإن نظام RSA ليس عصبا على الاختراق إذ أن اختراقه أمر ممكن إذا توفر ما يلزم لذلك من وقت ومال ولذلك تم تطوير نظام PGP الذي يعد نموذجا محسنا ومطورا من نظام RSA، ويستخدم PGP مفتاح بطول 128 بت، إضافة إلى استخدامه البصمة الإلكترونية للرسالة (Message digest) ولا يزال هذا النظام منيعا للاختراق حتى يومنا هذا.

المطلب الثالث: البصمة الإلكترونية (Message digest):

رغم أن التشفير يمنع المتلصصين من الإطلاع على محتويات الرسالة إلا أنه لا يمنع المخربين من العبث بها أي التشفير لا يضمن سلامة الرسالة ومن هنا ظهرت الاقتران الترموية، إذ تطبق هذه الخوارزميات حسابات رياضية على الرسالة لتوليد بصمة (سلسلة صغيرة) تمثل ملفا كاملا أو رسالة (سلسلة كبيرة) وتدعى البيانات الناتجة البصمة الإلكترونية للرسالة.

وتتكون الرسالة من بيانات لها طول ثابت (يتراوح عادة ما بين 128 إلى 160 بت) تؤخذ من الرسالة المحولة ذات الطول المتغير وتستطيع هذه البصمة تمييز الرسالة الأصلية والتعرف عليها بدقة حتى إن حدث أي تغيير في الرسالة ولو كان في بت واحد إلى بصمة مختلفة تماما.

ومن غير الممكن انشقاق البصمة الإلكترونية ذاتها من رسالتين مختلفتين وتميز البصمات الإلكترونية عن بعضها بحسب المفاتيح الخاصة (privat Kep) التي أنشأها ولا يمكن فك شفرتها إلا باستخدام المفتاح العام (Key publie) العائد إليها، ولهذا يطلق على اقتران الترمويه المستخدم في إنشاء البصمة اسم آخر هو اقتران الترمويه الأحادي الاتجاه (Hash function one way).

ومن الجدير بالذكر أن أسرع من القيام بعملية التشفير اللامتماثل (Asymme tric encrption) (تشفير نص باستخدام المفتاح العام). ولهذا تستخدم خوارزمية البصمة الإلكترونية كثيرا في إنشاء توقيع توابع رقمية (Digital signatures).

ثانيا: التوقيع الرقمي (Digital signatures)¹: يستخدم التوقيع الرقمي للتأكد من أن الرسالة قد جاءت من مصدرها دون التعرض لأي تغيير أثناء عملية النقل.

ويمكن للمرسل استخدام المفتاح الخاص لتوقيع الوثيقة إلكترونيا أما في طرف المستقبل، فيتم التحقق من صحة التوقيع عن طريق استخدام المفتاح العام المناسب.

وباستخدام التوقيع الرقمي يتم تأهيل سلامة الرسالة والتحقق من صحتها، ومن فوائد هذا التوقيع أيضا أنه يمنع المرسل من التنكر للمعلومات التي أرسلها.

¹ ابتسام دومي/سمية حمودي، أثر استخدام التجارة الإلكترونية على اداء البنك التجارية، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر، جامعة مسيلة كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير سنة 2021-2022

ومن الممكن اعتماد طريقة أخرى تتلخص في دمج بين مفهومي للرسالة والمفتاح العام وهذه الطريقة أكثر أمنا من الطريقة النموذجية التقليدية ويتم أولا تمويه الرسالة لإنشاء لها ثم نشفر البصمة الإلكترونية باستخدام المفتاح الخاص للمالك، مما ينتج عنه توقيع رقمي يلحق بالوثيقة المرسله وللتحقق من صحة التوقيع، يستخدم المستقبل المفتاح العام المناسب لفك شفرة التوقيع فإذا نجحت هذه العملية (بإعادتها إلى ناتج اقتران التمويه) فهذا يعني أن المرسل قد وقع الوثيقة بالفعل إذ أن أي تغيير يحصل على هذه الوثيقة الموقعة (مهما كان صغيرا) يتسبب في فشل عملية التحقيق .

وتقوم برمجيات المستقبل بعد ذلك بتمويه محتوى الوثيقة لينتج عن ذلك بصمة إلكترونية للرسالة فإذا تطابقت القيمة المموهة للتوقيع الذي فك شفرته مع القيمة المموهة للوثيقة، فهذا يعني أن الملف سليم ولم يتعرض لأي تغيير بالفعل.

المبحث الرابع: المشاكل والعقبات التي تواجه التجارة الإلكترونية

رغم كل ما تقدمه من محفزات للمؤسسات والأفراد إلا أنها تجد بعض العقبات التي تمنعها من التطور والنمو وإن كان يرى إليها من قبل أنها فرصة للدول النامية للدخول إلى معترك الدول المتقدمة فإن التي تختلف درجة حدتها من دولة على أخرى أو إن كانت توجد في أخرى فإنها كلها عقبات يجب القضاء عليها من أجل فسح المجال لها. والجدول التالي يوضح مختلف العوائق التي تقف وراء عدم استعمال التجارة الإلكترونية من طرف المؤسسات .

الجدول رقم 2: العوائق التي تقف وراء استعمال الإنترنت في البيع والشراء.

الأسباب	نسبة المؤسسات التي لا تبيع ولا تشتري على الانترنت %
- السلع والخدمات غير المهيأة التجارة الإلكترونية.	56.4
- يفضلون البقاء في النظام الحالي.	35.6
- تكاليف التطور والصناعة عالية جدا .	13.9
-نقص اليد العاملة المؤهلة.	11.8
- عدم الإقناع بفوائد هذه التجارة .	10.3
-الزبائن غير مهينون مثل هذه العمليات	9.9
- إمكانية حصول المنافسين على معلوماتنا الخاصة.	9.6
- الموردون لا يفرون هذا النظام.	5.7
- خدمات الانترنت المتوفرة لدينا بطيئة جدا.	5.6
- التخوفات الأمنية	3.6

المصدر: عبد والوهاب أعراب، بحث حول العقبات والمشاكل التي تواجه ، كلية العلوم الاقتصادية

والتسيير، جامعة البليدة، ص 10.

يبين الجدول السابق أن أهم العقبات التي التجارة الإلكترونية هي أن 56% من المؤسسات التي لا تستعمل الإنترنت ترى أن سلعتها وخدماتها غير مهيأة لهذه العمليات إضافة إلى أنه نسبة 36% منها تفضل الطريقة الحالية للتعامل، ثم تأتي بعدها العوائق الأخرى بنسب أقل مثل التخوفات الأمنية، تكاليف الصيانة ومنها تميز أربع عقبات سياسية، تقنية، قانونية، النفسية.

المطلب الأول: العقبات السياسية والقانونية

أولاً: العقبات السياسية¹: وتنقسم بدورها إلى:

1. العقبات السياسية لأغراض سياسية: بما أنها تعتمد أساساً على الإنترنت كوسيلة اتصال فإن عدم التمكن من استعمال هذه الشبكة يمنع وجود هذه التجارة، أو يحد من انتشارها، تعتمد بعض دول العالم على سياسة يمنع من خلالها منعاً باتاً استعمال بعض المواقع أو ترفض عليهم التسجيل في موقع معين وسواء كان السبب غير ذلك هو الحفاظ على وحدة التراب أو احترامها لأخلاق معتقدات البلد فإن هذا يحد من انتشار الإنترنت وبالتالي التجارة الإلكترونية .

تقوم تونس مثلاً بمراقبة مختلف الاتصالات من خلال الوكالة التونسية للإنترنت ATL من خلال الموزعين الخاصين الوحيدين، الأول تديره بنت الرئيس زين العابدين، والثاني يديره شخص قريب من السلطة .

وقد حددت وكالة الصحفيين بدون حدود 20 دولة سمّتها بأعداء الإنترنت وهي: العربية السعودية - دول آسيا الوسطى والقوقاز (أذربيجان ، كازاخستان ، كرفيزستان، أوزباكستان، طاجاكستان، تركمانستان-) روسيا البيضاء -رومانيا - الصين - كوريا الشمالية - كوبا - العراق - إيران - ليبيا - السودان - سوريا - تونس - الفيتنام .

2- العقبات السياسية ذات الأهداف الاقتصادية: تضع بعض الدول خاصة النامية الاقتصادية على عائدات الضرائب والجمارك لذا قد يكون السبب وراء عرقلة الطريق أمام التجارة الإلكترونية هو تخوف بعض الدول من مستقبلها وذلك من مستقبلها وذلك بعدم حصولها على الرسوم الجمركية والضرائب، خاصة وأن أغلب هذه الدول تعتمد على العائدات.

ثانياً: العقبات القانونية: والتي تنقسم بدورها إلى:

1- قوانين المعاملات الإلكترونية: وفي مؤتمر تحت عنوان (الإفراج القانوني عن التجارة الإلكترونية) -ذكر الدكتور سعيد عبد الله سلمان رئيس جامعة عمان للعلوم والتكنولوجيا ورئيس الشبكة العربية الأوربية للبحوث أن ظهور الوسائط الإلكترونية للتعامل التي تتخطى الحدود الجغرافية قد ألقى بالقوانين في فوضى عارمة نظراً لبروز ظواهر جديدة بحاجة إلى قواعد تشريعية لا يمكن أن تحكمها القوانين الحالية والتي تقوم على فكرة السيادة الإقليمية

¹ عبد الوهاب أعراب، بحوث حول العقبات والمشاكل التي تواجه نمو التجارة الإلكترونية كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة البليدة، ص 11-14.

لا توجد قوانين ناجعة وتشريعات كافية لمثل هذه التجارة لتأمين كافة التبادلات والاعتراف بقانونية رسائل بيانات وإلحاق بعض الأضرار بالتجارة التقليدية والاستغناء على العمالة في بعض التخصصات، فالقوانين الحالية قاصرة على مجالات التقدم التقني السريع في الوسائط الالكترونية وعدم صلاحيتها لمعالجة المشاكل المصاحبة لهذا التقدم كمخالفات ما.

أصبح يعرف بجرائم الانترنت التي أصبحت تسبب خسائر سنوية كبيرة جدا، وتكلم الآن عن قوانين لحماية المستهلك عبر التجارة الالكترونية وهيئات تضبط تعاملاته وتحميه في حالة حدوث أي مشكل، وبغض النظر عن هذا يجب إيجاد صيغة لقوانين تحكم وتحفظ للدولة عائداتها من ضرائب والجمارك التي تعتبران أهم عائدات الدولة التي تركز عليها ويسمح في نفس الوقت بالاستفادة من مزايا التجارة الالكترونية.

2- براءات الاختراع والملكية الفردية: أصبح من الصعب الاحتفاظ بالاختراع أو المنتجات الأدبية فلم تعد توجد الضمانات والإجراءات التي تحكم هذه التجارة وتحمي الملكية الفردية وبراءات الاختراع فقد أصبحنا مهددين من خلال هذه التجارة.

وقد أوضح الدكتور سعيد عبد الله سلمان أن الفراغ القانوني لا ينحصر فقط في التبادل التجاري الخاص بالسلع والخدمات فحسب وإنما يتعداها إلى مجالات أخرى من بينها الطلب والعمليات الجراحية التي تتم بواسطة الرجل الآلي عبر ما يعرف باسم الفيديو كونهجس والقضايا القانونية المتعلقة بالتجارة الالكترونية تشمل كذلك الجوانب السرية والأمنية أثناء عملية تبادل المعلومات وحقوق الملكية الفردية وبراءة الاختراع.

المطلب الثاني: العقوبات التقنية¹

حتى وإن لم تتعرض العقوبات السياسية والقانونية ، وإن كانت الدولة تريد تشجيع هذه التجارة، فإن بعض العقوبات التقنية قد تعترض طريقها، ومن بين أهم العقوبات نذكر:

1- البنية التحتية : إن التجارة الالكترونية والانترنت تعتمد على بنية تحتية أساسية من وسائل تقنية خاصة بالأجهزة. فالخطوط الهاتفية تعتبر شرطا أساسيا لاستعمال الشبكة فكيف يمكن التسوق على الانترنت وأنت تحاول الاتصال دون جدوى أو تتعرض للانقطاع المستمر في المكالمات أو حتى التيار الكهربائي، أما سرعة الاتصال والمدة التي يستغرقها الموقع للظهور قد يؤثر على رغبة المتعامل بالإنترنت ويجعله يلجأ إلى أشكال التجارة التقليدية. فهذا المشكل قد يكون صعب العلاج حسب إمكانيات الدولة وحتى مساحتها حيث يرى الدكتور حسين السندي أستاذ علوم الكمبيوتر المشارك بجامعة عبد العزيز بجدة أن دولة مثل الإمارات المتحدة التي تحولت بالفعل إلى مجتمع رقمي إذ أن مساحتها الصغيرة سهلت عليها إقامة بنية تحتية جيدة في مجال التكنولوجيا بعكس الوضع في السعودية مثلا .

¹ جومبو زكرياء - دور تطبيقات التجارة الالكترونية في تعزيز تنافسية المؤسسات الناشئة مذكرة تخرج نيل شهادة ماستر جامعة 8 ماي 1945 السنة الجامعية 2021-2022

2- وسائل الدفع: من بين المشاكل التي تظهر بقوة خلال التجارة الالكترونية تظهر وسائل الدفع الالكتروني وبغض النظر على مدى أمنها فإن عدم وجودها داخل الدولة أو عدم استعمالها من المؤسسات والأشخاص يجعل الحديث عن التجارة الإلكترونية شبه مستحيل، أراد أحد المركبات السياحية في دكار عاصمة السنغال تطبيق استعمال بطاقات الائتمان لكن البنك رفض ذلك مما جعله يعود إلى الوسائل التقليدية للدفع، فتطور التجارة الإلكترونية متوقف على تعميم وسائل الدفع الحديثة التي تسهل المبادلات التجارية الإلكترونية.

توجد عقبة أخرى متمثلة في اختلاف العملات حيث يجد البعض مشاكل الدفع إذا كان البائع خارج نطاق عملته أو أنه لا يمكنه معرفة السعر الحقيقي للسلعة أو الخدمة بسبب هذا الاختلاف، وهذا ما أدى إلى اجتماع أعضاء الاتحاد الأوروبي في من أجل إيجاد صيغة موحدة للعملات بالعملية الإلكترونية والبحث لإيجاد صيغة تجعل المستهلك يدفع مبالغه الصغيرة في أي دولة اللجوء إلى تغيير عملته .

3- الفجوة التكنولوجية: لا زالت تكنولوجيا المعلومات متأخرة في بعض الدول فهي تتطور بسرعة هائلة جدا ولا يكاد يمر يوم دون أن نسمع عن اكتشاف في عالم المعلوماتية وهي بهذا تخلق فجوة تكنولوجية بين الدول المتقدمة والدول العربية ما زالت كبيرة حيث تتفوق الأولى بنحو 5 أجيال من تكنولوجيا الحسابات الآلية، الأمر الذي يتطلب مضاعفة ميزانية التطوير والبحوث العلمية في الدول العربية التي مازالت لا تتجاوز 7 % من إجمالي الناتج البالغ 261 مليار دولار

4- تكاليف الانتقال إلى التجارة الالكترونية: يتكلف الانتقال إلى التجارة الالكترونية بعض النفقات التي يجب على المؤسسات تحميلها فعلى الأقل تحتاج مجموعة من الحواسيب من الأفضل أن تكون ذو ذاكرة واسعة أو قابلة للتوسيع من أجل معالجة أحسن المعلومات والتنقل والتحميل MODEM يقوم بتحويل المعلومات الرقمية، برمجيات خاصة تتوفر لدى العديد من الشركات وبأسعار مختلفة، إنشاء مقر معلومات للشركة أو موقع قد تلجأ من أجل ذلك إلى وكالات مختصة في هذا المجال، ويقوم بمراقبة وتحديد الموقع كل مرة من حيث ترجع 42 % من المؤسسات التي لا تملك موقع على الشبكة بسبب عدم اقتحامها لهذا المجال إلى التكاليف التي تعدى الإيرادات

مثال: حققت شركة Amazon .com التي بدأت نشاطها ب رقم أعمالها 610 مليون دولار وخسائر قدرت ب 24.5 مليون دولار سنة 2021 أكثر من 4 مرات من خسائر خاصة انخفاض القيمة السوقية لكن الأمر تغير ابتداء وفي 2023 تمكن من تحقيق 1.5 دولار فائدة لكل دولار منفق.

¹ بلولة رستم أغير محمد فعالية الخدمات المصرفية في رفع أداء البنوك التجاري، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر جامعة بلحاج بوشعيب عين تموشنت 2023-2024

5- الأخطار الخاصة بعالم التكنولوجيا: إن عالم الحاسوب عالم دقيق جدا وقد يؤدي بعض التغيير في الحاسوب إلى تغيير بعض محتوياته أو قد ينقل العدوى على باقي الأجهزة فعالم البرمجيات لا يسمح بالخطأ، وبغرض الصيانة التامة والدائمة 12% من الشركات الراضية للدخول إلى عالم الانترنت ترى أن تكاليف الصيانة ومسايرة التكنولوجيا عالية.

فالقنبلة الرقمية تسببت في هلع كبير في الأواسط الاقتصادية والسياسية خوفا من حدوث مشاكل لا تحمد عقباه، وكم من مرة انتقلت الحرب من الأسلحة والرصاص إلى حرب الفيروسات وهذا ما حدث أثناء حرب البلقان OTAN وذلك لتقيه آلاف من الرسائل المفخخة التي تعمل على تدمير النظام المعلوماتي من طرف القوات الصربية، قام فيروس صنعه أحد الطلبة بتسبب خسائر قدرت بـ 15 مليون دولار أما فيروس Melissa فقد أصاب أكثر من 300000 جهاز كمبيوتر وفيروس I LOVE YOU أصاب أكثر من جهاز ويوجد الآن ما يزيد عن 50000 فيروس.

أما أعمال القرصنة حتى وإن كان بسبب تخوف بسيكولوجي إلا أننا نتطرق إليها من الجانب التكنولوجي والمعلوماتية حيث نجد المواقع التي تقوم بقرصنة البرامج التي تم تقديمها بالجان أو تبيعها على مواقعها مما يسبب خسائر للمؤسسات المنتجة، وهناك أشخاص يطلق عليهم اسم HACKERS ويرفع عددهم إلى 6 من 1000، وقد أوردت إحدى الجرائد الأسبوعية التونسية قصة السيد بن أحمد الذي ذهب ضحية هذا الخلط حيث قام بشراء ما قيمته 30 مليون سنتيم من الأجهزة الإلكترونية ظنا منه أنه يتعامل مع شركة SONY اليابانية وعند عدم حصوله على السلعة المطلوبة قدم شكوى للسفارة اليابانية ليكتشف في الأخير أنه ذهب ضحية موقع مزيف.

المطلب الثالث: العقبات السيكلوجية (النفسية)¹: والتي تقسم بدورها على:

1 - التخوف من المعاملات التجارية: إن عدم قناعة الأطراف من جدوى التعامل بالوسائط الالكترونية يعرقل مسيرة التجارة الالكترونية وبما أن المستهلك طرف أساسي في هذه التجارة ومن دونه لا يمكن أن يتم، فسلكه الذي لا زال سلوكا متخوفا من اقتحام هذا العالم الجديد بالنسبة إليه يمنع المبادلات الإلكترونية

ولعل أكبر حاجز نفسي هو انعدام الثقة وعدم القناعة بأمان هذه المبادلات إذ يوجد 31% من الأشخاص يرون أن السبب وراء عدم الدفع الالكتروني هو قضية أمن المعلومات الشخصية و 29% لا يثقون في الانترنت، إذا نسبة الغش الكبيرة تخلق جو من انعدام الثقة بين البائع والمشتري في التعاملات التقليدية فما بالك لو كان الشخص لا يعرفان بعضهما ويتعاملان من وراء شاشاتهم.

¹ عبد الوهاب أعراب، نفس المرجع السابق، ص 17-19.

يقول Alan Bensoussan فضائي متخصص في التجارة الالكترونية: " إن الذين يبيعون عن طريق الانترنت على قنابل موقوتة والمشكل أنهم لا يحسون بذلك، بالمقابل يضمن المستهلكون أنهم لا يتعرضون للخطر الكبير مقارنة بالتجارة."

إن المشكل الذي يبقى قائما هو خلق جو من الثقة بين البائع والمشتري فيمكن لأي شخص يدعي أنه دفع مبلغ السلعة أو الخدمة دون أن يتحصل عليها دون أن تتمكن المؤسسة من إثبات العكس وبالمقابل فإن استغلال رقم بطاقة الائتمان للمشتري قليلة.

إن ما تنقله الجرائد يوميا وما تذكره وسائل الإعلام في كل مرة حول أخبار الغش وجرائم الانترنت تزيد من خوف المستهلك وحتى البائعين حول خطورة هذه التعاملات وقد استطاعت هذه الحملات الإعلامية خلق جو من الملح في بلجيكا، وفي إحدى الجرائد الأسبوعية الجزائرية ذكرت أن التقرير دلت على أن واقع القرصنة تسببت في خسائر وأموال منهوبة بمقدار 127 ألف مليون دولار وأن مواقع الجنس والقرصنة تستغرق ما يزيد عن 200 ألف دولار سنويا، وكان حظ الجزائر منها 120 ألف دولار بين سنتي 2019-2022، وروت قصص عدد من الجزائريين وقعوا ضحايا لمثل هذا الاحتيال.

3- العائدات الشرائية والمستوى الثقافي: وبغض النظر عن عامل الثقة فإن هناك بعض العوامل الثقافية والاجتماعية التي تقف أيضا أمام هذه التجارة، فالمستوى الثقافي يلعب دورا هاما في التسوق عبر الانترنت، فالأشخاص الذين يستعملون الانترنت هم أشخاص يتمتعون على الأقل بمستوى ثقافي متوسط أو أن التخوف من هذا العمل يجعل الناس يجمعون هذا المجال، أما النظرة السيئة التي ألحقت بالانترنت فهي عائق آخر من وصولنا إلى البيوت كما لا زال الناس ينظرون إليها على أنها وسيلة للتسلية فقط.

أما العائدات الشرائية فهي تجر هذه التجارة إلى الوراء وتقف أمام انتشارها ويرى د. أحمد غنيم عميد كلية الإدارة والعلوم الاقتصادية بجامعة الحديثة والآداب أن الخروج للتسويق قد يكون المتعة الوحيدة للمرأة الخليجية وهذه الرغبة في الخروج تهدد التجارة الالكترونية حيث يكتفي بإجراء التعاملات عبر الشاقة وقال أن الطبيعة الثقافية للمجتمع العربي تجعل الكلام عن التجارة الإلكترونية خيالي

المطلب الرابع: التجارة الالكترونية وآفاقها في الجزائر¹: رغم الأهمية البالغة لضرورة التجارة الإلكترونية كأداة متطورة في الاقتصاد الجزائري إلا أن هذا يبقى كحللم ينتظر تحقيقه بحيث أنه لم يتم حتى التفكير في ضرورة اعتمادها من طرف الجهة المختصة بتنظيم التجارة في البلاد على أعلى المستويات (يقصد بها بالضبط وزارة التجارة).

¹ ، بركة واقع عمليات الصيرفة الالكترونية وافاق تطورها في الجزائر اطروحة الدكتوراة في العلوم الاقتصادية تخصص مالية بنوك جامعة ام البواقي-2021-2022

بحيث تؤكد على أنه ليس هناك أي وجود في إطار ذلك، بل أن الإحصائيات المتعلقة بهذا اللون من التجارة غير متوفرة لدى الوزارة الوصية أي لا يوجد حتى التفكير في البحث عن وضعية التجارة الإلكترونية في الجزائر فما بالكم سبيل تطويرها واعتمادها.

إن استخدام الانترنت في الجزائر يكاد يتوقف عند المراسلات الشخصية، وبعض الاهتمام لدى بعض الأكاديميين الذين يبحثون عن المادة العلمية لإثراء بحوثهم، أما التجارة عبر الانترنت، فهناك مجموعة من العوائق حائلا أمام إمكانيات تطورها واعتمادها في بلادنا.

أولا: أسباب عدم اعتمادها التجارة الإلكترونية في الجزائر.

إن التجارة الإلكترونية تكتسب أرضا جديدة في كل ثانية في سائر أنحاء المعمورة، ورغم الأهمية البالغة لضرورة اعتماد التجارة الإلكترونية كأداة متطورة في الاقتصاد الجزائري، إلا أن هذه التجارة لم تعتمد إلى غاية يومنا هذا، بل أننا نحتاج أن نقول أنه لم يتم حتى التفكير في ضرورة اعتمادها وبالتالي فإننا نسجل مجموعة من الأسباب التي نرى أنها تحول دون انتشار هذه التجارة في بلادنا ونذكر منها على سبيل المثال لا الحصر.

1- الأمية في شكلها التقليدي (أي الجهل بالقراءة والكتابة):

تعتبر الجزائر من الدول التي تنظم نسبة مؤوية مرتفعة نوعا ما من الأمية، أي فوق سبعة ملايين أمي حسب الإحصائيات الأخيرة، وبالتالي كيف لهؤلاء أن يفقهوا معنى أن تمارس التجارة عن طريق الانترنت، بل لا يتخيلون حتى وجودها، وهذا ما يعتبر حاجزا يحول دون انتشار التجارة الإلكترونية .

2- الأمية المعلوماتية: (يقصد بها الجهل بالأساليب ووسائل التعامل بأجهزة الحاسب الآلي والبرمجيات)

حيث أن مصطلح الأمية في التعريفات الحديثة يعني لا يحسن استخدام الحاسوب، وبالتالي فإن فئة كبيرة من المتعاملين بم يسبق لهم فلا نتخيل أنهم يستطيعون ممارسة تجارتهم عبر الانترنت الذي يركز على استخدام هذا الحاسوب.¹

¹ -جوامبي زكرياء- دور تطبيقات التجارة الإلكترونية في تعزيز تنافسية المؤسسات الناشئة الجزائرية في السوق -مذكرة تخرج نيل ماستر جامعة 08ماي 1945 سنة 2021-2022

3- حاجز اللغة: حيث معظم التعاملات التجارية الإلكترونية باللغة الإنجليزية.

4- عدم انتشار النسي في وسائل الاتصالات عن بعد .

5- ارتفاع تكلفة الحصول على حاسوب : وهذا أيضا يحول دون انتشار التجارة التي تتطلب حاسوبا في المرتبة الأولى وبالتالي فانتشار استخدام الحواسيب مرتبط بضرورة التفكير في تكلفة الحصول عليه لا على مستوى الشخص فقط وإنما على المستوى التجاري أيضا.

6- ارتفاع تكلفة استخدام الانترنت: ذلك أن تكاليف الاتصال العادي في بلادنا مستمرة في ارتفاع في ظل غياب المنافسة في قطاع الاتصالات التي لا تزال الدولة تحتكر الجانب الأكبر منه، مما يحول دون انخفاض تكلفة الاتصال عن طريق الانترنت.

7- الطابع اللامادي غير الملموس في التعامل¹: وهذا ما لا يشجع الكثير على التعامل مع الناس لا يواجهونهم وجها لوجه وعلى وسائط إلكترونية غير ورقية، ويدخل هذا العنصر في عامل الثقة، أي انعدام الثقة في هذه الوسائط الإلكترونية وعدم الأمن لها.

8- نقص اهتمام المؤسسات الاقتصادية في البلاد بهذه التقنية التجارية الحديثة التي يمكن أن تفتح لهم آفاق اقتصادية أوسع، مما يجعل انتشارها يكون أوسع في بلادنا.

9- عدم اهتمام الهيئات الإدارية العليا في البلاد بالموضوع، إذ لا يعقل أن وزارة التجارة في بلادنا لم تفكر حتى في إجراء استقصاء لمدى اهتمام الناس بهذا النوع من التجارة، والتفكير في سبيل تقنينها أو الاستفادة من تجارب الدول الغربية في هذا المجال.

10- يخلف النظام المصرفي الجزائري من حيث وسائل وتقنيات الدفع، وهذا نتج عن سيطرة قيم المجتمع النقدي (الكاش) حيث أن التعاملات تكتفي معظمها بالنقد التقليدي وليس بأداة المالي الحديثة

¹ ، نفس المرجع السابق

ثانيا: حلول وسبل توسيع استخدام التجارة الالكترونية في الجزائر

بعد سردنا لمجموعة من الأسباب والعوائق التي تعيق استخدام التجارة الالكترونية في بلادنا لا بد من أن نقترح مجموعة من السبل والأساليب التي يمكنها أن تفتح الاقتصاد الجزائري على تجارة عرفت تطورا رهيبا لدى الغرب، هذه الحلول هي كالتالي¹:

- 1- دعوة إدارة وهيئات الاتصال بالمنطقة إلى تسهيل إدخال التجارة الالكترونية على المستويات الوطنية و الإقليمية والعالمية وذلك لمواجهة التطورات السريعة والاستفادة من مزاياها من خلال تهيئة الشيكات اللازمة لها وإعداد التشريعات والأنظمة التي تنظم استخدامها.
- 2- إرساء قواعد تكوينية في الإعلام الآلي بتدخل التجارة الالكترونية ضمن البرامج الالكترونية على كل المستويات بما في ذلك التعليم العالي، حيث فرع في التجارة الدولية تحت اسم التجارة الالكترونية تحت اسم التجارة الالكترونية أو أن تدرس كمادة أساسية في تقنيات التسويق والتجارة بصفة عامة.
- 3- ضرورة حوصصة قطاع الاتصال وفتح باب المنافسة فيه حتى تنخفض تكلفة استخدام الانترنت وبالتالي المساهمة في انتشار الثقافة الالكترونية بما فيها التجارة الالكترونية.
- 4- التفكير في إطار القانوني للتجارة، وإدخالها ضمن قواعد القانون التجاري وغيرها من القوانين المتصلة بها.
- 5- تخفيض الرسوم الجمركية على التكنولوجيا المعلوماتية المستوردة حتى تكون في متناول الفئات المختلفة للمجتمع، بعد انخفاض تكلفة الحصول عليها، وهذا من خلال تعديل التشريعات الضريبية والجمركية لتتلاءم مع انتشار التجارة الالكترونية.
- 6- التفكير في قوانين حماية المستهلك الجزائري وهذا تفاديا للتخوف من مخاطر التجارة الالكترونية.
- 7- تشجيع إقامة معارض اتصالات ومعلوماتية في المنطقة وهذا ما يتماشى مع التطورات السريعة في قطاع الاتصالات والمعلوماتية.

ثالثا: انعكاسات اعتماد التجارة الالكترونية على الاقتصاد الجزائري.

من أهم المزايا التي يمكن للتجارة الالكترونية أن تضمنها الاقتصاد الجزائري وهذا من خلال اعتمادها لها:

- 1- فتح آفاق أوسع أمام المؤسسات الاقتصادية الجزائرية خاصة التي تعاني من مشكلة صعوبة النفاذ على أسواق عالمية نتيجة صغر حجمها وانخفاض مواردها.
- 2- الاستفادة من السلع والخدمات الأجنبية من التكنولوجيا المتطورة وبالتالي توفر إمكانية خروج الاقتصاد الجزائري من تخلفه، وإعطائه قدرة تنافسية أكبر.

¹ نفس المرجع السابق

- 3- تطوير الصادرات دون مجال المحروقات، حيث أن المنتجات الجزائرية تجد طلبا لها في السوق العالمي لكن نقص الإشهار الدولي للسلع الجزائرية يجعلها مجهولة لدى العالم
- 4- تطوير العمل أو النظام المصرفي في الجزائر مما يتوافق مع متطلبات التجارة الالكترونية الخاصة بطرق الدفع الالكتروني المختلفة.
- 5- تفادي المشاكل الإدارية مثلا بين المكلفين بالضريبة والأداة الجبائية فيما يتعلق بالتخلف عن موعد تقديم التصريحات الجبائية أو دفع المستحقات، حيث أنه يمكن أن يتم ذلك بسهولة عن طريق شبكة الانترنت والدفع الالكتروني .
- 6- سهولة الوصول على شريحة كبيرة من المستهلكين المحليين.
- 7- وبصفة عامة إعطاء نفس جديد للتجارة الجزائرية خاصة ونحن مقبلون على الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة.

رابعا: آفاق ومستقبل

هناك الكثير من المناقشات وسط كثير من الخبراء حول التجارة الالكترونية فالقوم منقسمون لإلى قسمين، قسم يرى المستقبل كله في التجارة الالكترونية والقسم الآخر يرى أنها فقاعة ما تلبث أن تتلاشى ونحن بدورنا نقف إلى النصف بين الجانبين ونقول أن هناك تغيير جذري للتجارة العالمية قادم بقوة وسوف يقلب الكثير من الموازين ولكن يحتاج الكثير من الجهد والوقت يصل حتى إلى مرحلة النضوج والتطبيق العالمي السليم والكل قد علم بالهزة العنيفة أسواق البورصة لأسهم التجارة الالكترونية وشركات تقنية المعلومات . حتى وصل الانخفاض في المؤشر ناسداك إلى أكثر من 20% خلال أيام معدودة وذلك كنتيجة طبيعية للهجمة الإعلامية الشرسة ضد المواقع التي تقود التجارة الالكترونية مستغلة بعض الحالات والتجارب الفاشلة خاصة أن معظم أجهزة الإعلام تتمنى زوال هذا الانترنت لأنه تقتطع الكثير من دخل الإعلانات وعدد كبير من التابعين، وفي الحقيقة أنه من الطبيعي خروج بعض المواقع من حلبة المنافسة خاصة وأنا نعيش فترة انتقالية وفترة حضانة لنا هو قادم بقوة وكذلك لا يعني سقوط بعض هذه المواقع بداية النهاية للتجارة الالكترونية بل على العكس هذا المؤشر إيجابي يدعم الخبرة والتعليم من الأخطاء الا انها حققت أكبر إيرادات عالمية ولنذع الأرقام نتحدث عن نفسها لأنها خير شاهد على الثورة القادمة .

¹ تبارني أمل مرميدة سعدة مرجع سبق ذكره

وإليكم أكبر الشركات العالمية في إيرادات خلال 2024.

وول مارت بلغت إيراداتها 648.1 مليار دولار.

امازون بلغت إيراداتها 574.8 مليار دولار.

ارامكو بلغت إيراداتها 494.9 مليار دولار.

مجموعة سينونيك بلغت 429.7 مليار دولار.

ابل بلغت إيراداتها 383.3 مليار دولار.

رغم كل هذه المؤشرات التي تبشر بمستقبل للتجارة الالكترونية، إلا أنه من الصعب التنبؤ بما ستحملة إلينا هذه التجارة، ولكن الشيء الوحيد المؤكد بأن التجارة الالكترونية وجدت لتبقى.

¹ www.roayahnews.COM

المبحث الخامس: أساسيات حول الأداء البنكي:

سنحاول في هذا المبحث التطرق إلى كل من تعريف البنوك التجارية واهم خصائصها ثم إلى معرفة الاداء وأهميته وكذلك الاسس العامة لدراسة الاداء والعوامل المؤثرة على الاداء.

المطلب الأول: تعريف البنوك التجارية وخصائصها وظائفها

أولاً: تعريف البنوك التجارية:

يقصد بالبنوك التجارية مكان لالتقاء عرض الأموال بالطلب عليها، أي أن المصارف تعمل كأوعية تتجمع فيها المدخرات، ومن ثم تتولى عملية ضخ هذه الأموال إلى الأفراد على شكل قروض واستثمارات، أي أنها حلقة الوصل بين المدخرين والمستثمرين¹.

وتسمى البنوك التجارية أيضاً بنوك الودائع، وهي مؤسسات تقوم بقبول الودائع الجارية التي يمكن السحب عليها بالشيكات من قبل المودعين في أي وقت، وتقوم هذه البنوك بتوظيفها في شكل قروض للآخرين مستفيدة منها، وهي تقبل الودائع الدائمة الثابتة أو لأجل ولهذا فهي توفر الائتمان المتوسط والطويل إلى جانب قصير الأجل، وتشارك أيضاً في المشروعات، كما أنها تباشر خدمات مصرفية متنوعة لعملائها مقابل عمولة يدفعونها بالإضافة إلى توفير وتسيير كل وسائل الدفع².

ثانياً: خصائص النشاط البنكي: للنشاط البنكي خصائص يتميز بها عن غيره من الأنشطة تتمثل فيما يلي:

1- النشاط الهيكلي له هيكل معقدة وهذه الميزة تظهر جانبين من النشاط البنكي المصلحة العامة والمصالح العملية

2- دور البنك كوسيط مالي و تعني هذه الوظيفة ببساطة قيام البنك بتعبئة المدخرات بأشكالها المختلفة من الأفراد والقطاعات الاقتصادية المختلفة داخل المجتمع، وهي القطاعات التي تتوفر لديها.

3- ويرتبط أداء البنك بهذه الوظيفة لضرورة مراعاة التخصص الكفاء لهذه المدخرات عند ضخها للأغراض المختلفة بما يهدف إلى تحقيق أهداف البنك وفي نفس الوقت مراعاة الأثر النقدية والمالية والضوابط والمعايير الحاكمة لذلك داخل المجتمع³.

¹ أحمد محمد غنيم، صناعة قرارات الائتمان والتمويل في إطار الاستراتيجية الشاملة للبنك، مطابع المستقبل، ط1، 1998، ص 6.

² أحمد غنيم، المرجع السابق، ص 27.

³ أسعد طلعت عبد الحميد، الإدارة الفعالة لخدمات البنوك الشاملة، المنحة للإعلام، القاهرة، 1998، ص 27

4- النشاط البنكي يخلق منتج مرتبط يعرف عند الإنتاج وبعد الاستهلاك، أي أن مرحلة إنتاج واحدة تعطي منتوجين أو أكثر.

5- مصادر التمويل في البنوك واستخداماتها تكمن الطاقة الاستثمارية لأي بنك ليست مطلقة مدى قدرته في الحصول على موارد مالية من المصادر المتاحة، ولهذا عادة ما تبحث البنوك على أكثر المصادر

أصبح نجاح البنك محكوم إلى حد كبير بقدرته على جذب أكبر قدر ممكن من الودائع لتوسيع موارده تبرز أهمية وضع استراتيجية للوكالة باعتبارها مركز إنتاج للبنك، التي على وجه الخصوص تهدف إلى تحديد استراتيجيات لتنمية الودائع لإدارة المحفظة، وهذا دون الخروج على إطار السياسة العامة للبنك.¹

ثالثا: وظائف وأهداف البنوك التجارية:²

1: وظائف البنوك التجارية:

:وتتمثل هذه الوظائف في ما يلي:

- قبول الودائع على اختلاف أنواعها وضح القروض والسلفيات المختلفة.
- التعامل بالاعتمادات المستندية والتعامل بالعملات الأجنبية ببيع وشراء والشيكات السياحية والحوالات الداخلية منها والخارجية.
- فتح حسابات جارية مدنية وتحصيل الأوراق التجارية وحصصها والتسليف بضمائها.
- التعامل بالأوراق المالية الأسهم والسندات بالبيع والشراء لمصلحة البنك أو الزبائن و تقديم الكفالات وخطابات الضمان للعملاء.
- إدارة الأعمال والممتلكات للعملاء وتقديم الاستشارات الاقتصادية والمالية.
- تمويل الإسكان الشخصي من خلال الإقراض العقاري وتشجيع الادخار وتقديم التسهيلات الائتمانية للمدخرين.
- كما تقوم أيضا بسداد المدفوعات نيابة عن الغير وتقديم خدمات البطاقة الائتمانية.
- تحصيل فواتير الكهرباء والماء والهاتف من خلال فتح حسابات من قبل المؤسسات المعنية ويقوم المشتركون بإيداع قيمة فواتيرهم فيها .

¹ نفس المرجع

² زياد رمضان، الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك، دار وائل للنشر، ط3، 2006، ص 12,13

2- الأهداف العامة للبنوك التجارية

يتم الإقراض الجيد بعدد من الخصائص والتي إن توافرت يصعب حدوث التعبير عنها، يرجع إلى أسباب يصعب السيطرة عليها وتقع خارج دائرة مسؤولية العميل والبنك المقرض، هذه الخصائص ينبغي أن يديرها جيدا صانع القرار الائتماني وأن يسعى جاهدا إلى توفيرها في قراره وأهم هذه الخصائص ما يلي:

1- السيولة: تعني سيولة أي أصل من الأصول وهي مقدرة البنك على الوفاء بالتزاماته تجاه المودعين في حالة طلب هؤلاء سحب ودائعهم هذا من جهة، ومن جهة أخرى مقدرته على مقابلة طلبات الائتمان، وتتكون سيولة البنك التجاري من مجموعتين هما السيولة الحاضرة والسيولة شبه النقدية¹.

ويعتمد تحقيق أقصى قدر من السيولة على عدة عوامل أهمها:

- مدى استقرار الودائع: نلاحظ مثلا أن ودائع التوفير تتمتع بثبات نسبي نظرا لعددتها الكبير وطبيعتها المنصفة بالتزايد عاما بعد عام، مما يطمئن البنك من ناحيتها، وكذلك الحال بالنسبة للودائع بإخطار مسبق والودائع لأجل².

يمكن القول إذن بأنه كلما كانت نسبة الودائع لأجل على إجمالي الودائع كبيرة كلما شعرت إدارة البنك التجاري بالارتياح بدرجة أكبر دليلا على توفر السيولة.

- كلما قصرت مدة التسهيلات الائتمانية التي يمنحها البنك التجاري كلما زادت السيولة لأنها تعني أن الأموال الممنوحة ستعود بسرعة، كما أن القروض طويلة الأجل لا توحى لإدارة البنك بالاطمئنان لأن الظروف الاقتصادية قد تتغير على المدى الطويل.

2- الربحية: تعتبر الوظيفة الأساسية لإدارة البنك التجاري هي تحقيق أقصى قدر ممكن من الأرباح للملاك ويعني

تحقيق أرباح للبنك أن تكون إيرادات للبنك أعلى من تكاليفه، بحيث تشمل إيرادات البنك إجمالا في الفوائد المدفوعة على التسهيلات الائتمانية والعمولات الدائنة التي تتقاضاها البنوك مقابل مقابل خدماتها التي تقدمها للآخرين والأتعاب المتقاضاة مقابل الخدمات التي تقدمها البنوك وغير المتعلقة بطبيعة العمل المصرفي كقيامها بتقديم استشارات وإعداد دراسات الجدوى الاقتصادية،

¹ عبد الغفار حنفي وآخرون: "الإدارة الحديثة في البنوك التجارية"، الإسكندرية، الدار الجامعية، 1991، ص 93-99.
² عبد المعطي رضا رشيد محفوظ أحمد جودة، "إدارة الائتمان"- عمان- دار وائل للنشر - ص- 200-201.

3- الأمان: فهو يعني مدى ثقة البنك بأن التسهيلات المصرفية التي تمنح سوف يتم تسديدها في تواريخ استحقاقها المحددة لئتم إقراضها مجددا والحصول على أكبر عائد ممكن، من أجل ذلك يجب عليها أن تضع قواعد محددة للإقراض تقلل قدر الإمكان مقدار المخاطرة المصرفية الممنوحة تتمثل فيما يلي¹ :

- سمعة العميل المفترض ومدى انتظامه في الوفاء بالتزاماته (سواء تجاه البنك نفسه أو المتعاملين معه).

- مكانة المؤسسة المعنية في السوق بين المتنافسين و معرفة المركز المالي للمؤسسة وملائمتها **Solvabilité** ومدى توازن هيكلها المالي.

- حجم القرض المطلوب ومدى وجود تناسب بينه وبين دخل المقترض وكذا ملائمته للغرض المعلن عنه ومدة القرض، فكلما قصرت المدة كلما ساعد ذلك على التقدير الأمثل للمخاطر المحيطة به.

ترجع أهمية تحديد أهداف البنك التجاري إلى تأثيرها على تشكيل السياسات الخاصة بالأنشطة الرئيسية التي تمارسها البنوك والتي تتمثل في: قبول الودائع وتقديم القروض والاستثمار في الأوراق المالية.

نجد أن السياسات الرئيسية لتقدم القروض قد تشكلت على ضوء الأهداف التي سبق ذكرها وهي: الربحية، السيولة والأمان.

المطلب الثاني: تعريف الأداء وأهميته

أولاً- تعريف الأداء:

دراسة الأداء هو: " دالة للمؤشرات والخصائص المناخية إضافة إلى خيارات قادة المنظمة فهو انعكاس للطريقة التي يتم فيها استخدام المنشأة لمواردها البشرية والمادية، وبالشكل الذي يجعلها قادرة على تحقيق أهدافها "

ويعرف كذلك أنه هو: " فحص تحليل انتقادي شامل بخطط وأهداف وطرق التشغيل واستخدام الموارد البشرية والمادية بهدف التحقق من كفاءة واقتصاديات الموارد، واستخدامها أفضل استخدام وبأعلى كفاءة بحيث يؤدي ذلك إلى تحقيق الأهداف والخطط المرسوم لها"².

وينظر إلى عملية دراسة الأداء على أنها عملية مراقبة ولكن في الحقيقة أن عمليات دراسة الأداء هي جزء مهم في المراقبة الكلية، والغاية من التقييم هو تحديد المشكلة التي قد تعترض أداء المنشأة.

¹ عبد الغفار حنفي، المرجع السابق، ص 96- 99.

² فلاح حسن الحسني، مؤيد عبد الرحمن الدوري، إدارة البنوك مدخل كمي واستراتيجي معاصر، دار وائل للنشر 2000، ص 221

وفي هذا الإطار نجد أن عملية تقييم الأداء هي شكل من أشكال الرقابة، يركز على تحليل النتائج التي يتم التوصل إليها من خلال الجهود المبذولة على مختلف المستويات بهدف الوقوف على تحقيق أهداف وحدات الأعمال في استخدام الموارد المتاحة أفضل استخدام، وترشيد الإدارة في إعداد الخطط المستقبلية¹.

ثانيا: أهمية دراسة الأداء

يمكن تلخيص أهمية دراسة الأداء كالتالي:

- إن تقييم الأداء يتمثل في الاستخدام الأمثل للموارد الاقتصادية.
- يوضح العلاقات التبادلية بين المشروعات والالتزام بها، فيساعد تقييم الأداء على التحقق من قيام الوحدات بوظائفها بأفضل كفاءة ممكنة
- ترتبط أهمية تقييم الأداء ارتباطا وثيقا بالتخطيط على كافة المستويات، سواء على المستوى القومي، المستوى القطاعي أو مستوى المنشأة
- توجيه العاملين على أداء أعمالهم.
- توجيه إشراف الإدارة العليا.
- توضيح سير العملية الإنتاجية.
- تحقيق التنسيق بين مختلف أوجه النشاط للمؤسسة، سواء تعلق الأمر بالإنتاج أو التمويل أو التسويق أو الأفراد.
- تحقيق معايير الجودة على أساس المواصفات المحددة للإنتاج².

¹ حمزة محمود الزبيدي التحليل المالي: تقييم الأداء والتنبؤ بالفشل، مؤسسة الوراق، 2000، ص 81.

² عقيل جاسم عبد الله، المرجع السابق 1999، ص

المطلب الثالث: الأسس العامة لدراسة الأداء

وهي مرتبة حسب تسلسلها وأهميتها كالتالي:

1- تحديد أهداف المؤسسة: إن الغاية الأساسية من إقامة أي مشروع هي تحقيق هدف رئيسي وجملة من الأهداف الثانوية الأخرى وذلك بالاعتماد على المؤشرات العلمية والعملية في دقة تحديد تلك الأهداف حيث قبل مباشرة أي تقييم للأداء يجب أن نتعرف على تلك الأهداف التي يفترض أن تكون محددة وواضحة لكافة المسؤولين والعاملين في المؤسسة، وعلى مختلف الوظائف.

2- تحديد المخطط التفصيلي لإنجاز الفعاليات التي تمارسها المؤسسة:

إن وضع خطط تفصيلية لكل مجال من مجالات المؤسسة يعد شرط لاستمرار ودوام العملية الإنتاجية بها، حيث تؤدي إلى تحقيق الأهداف المسطرة وبأقل تكلفة اقتصادية ممكنة، وهذا يستلزم ما يلي:

- وضوح الرؤيا بالنسبة للأهداف المسطرة بحيث يمكن الوصول إليها وتحقيقها.
- أن تغطي الأهداف جميع أوجه النشاط الاقتصادي المرتبط بعمل المؤسسة.
- ضرورة التنسيق بين أهداف مختلف النشاطات الموجودة على مستوى المؤسسة.
- مشاركة الأفراد في صياغة الأهداف واستيعابها وقبولها، كل حسب درجة المسؤولية.
- أن تكون الأهداف قابلة للتكيف حسب المستجدات الاقتصادية.

3- تحديد مراكز المسؤولية:

من الأركان الأساسية الهامة لتقييم أداء المؤسسة إن تتواجد فيها معالم واضحة ومحددة لتفويض السلطات وتحديد المسؤوليات. وتعرف المسؤولية بأنها " الالتزام أو التعهد الذي يلتزم به المرؤوس اتجاه رئيسه في تنفيذ ما عهد إليه من واجب أما مركز المسؤولية في اتخاذ القرار فهو " الجهة المختصة بالقيام بنشاط معين ولها سلطة اتخاذ الوسائل الكفيلة بتنفيذ هذا النشاط في حدود الموارد الموضوعة تحت تصرفها ".

وبما أن عملية دراسة الأداء لا تقتصر فقط على مدى تحقيق الأهداف، وتحديد المراكز والجهات المسؤولة عنها، فهذا يستلزم تقسيم المؤسسة إلى مراكز المسؤولية وتحديدتها بوضوح لكي يتم ربط كل انحراف بالمركز المسؤول عن حدوثه¹.

¹ عقيل جاسم عبد الله، المرجع السابق، ص 193-196.

4- تحديد معايير الأداء:

إن عملية تحديد المعايير الأداء من الخطوات الأساسية في عملية التقييم، حيث من بين المشاكل التي تواجه المؤسسة في الوقت الحاضر تعدد المعايير واستمالة تطبيقها في آن واحد (أي كافة المعايير). ويجب الأخذ بعين الاعتبار إن تحديد المعايير يتطلب عدة أمور يجب مراعاتها مثل وجوب تحديد ماهية المعايير المختارة ومن ثم اختيار المعيار المناسب لدراسة كفاءة المؤسسة.

5- وجود جهاز مناسب للقيام بدراسة الأداء:

يستلزم تقييم الأداء وجود جهاز مناسب للرقابة (أشخاص) يختص بمتابعة ومراقبة التنفيذ الفعلي لنشاط المؤسسة، وتسجيل النتائج المترتبة ومقارنتها بالأهداف المسطرة وتحديد الانحرافات.

ولكي يتم الحصول على المعلومات المطلوبة والبيانات الصحيحة والدقيقة يجب تطوير أجهزة الاتصال في المشروع باستمرار.

المطلب الرابع: العوامل المؤثرة في الأداء.

هناك العديد من العوامل المؤثرة في أداء المنشأة، يكمن البعض منها داخل المؤسسة والبعض الآخر خارجها، ومن تلك العوامل ما يكون ضمن نطاق سيطرة الإدارة ومنها ما هو خارج نطاق تلك السيطرة ومن بين هذه العوامل نجد:

1- العوامل المنظمة:

ونجد الحجم والتكنولوجيا من بين المحددات المنظمة المهمة المؤثرة في المنشأة، وحجم المنشأة هو انعكاس لحجم الموارد المتاحة لها ويتأثر هذا الحجم بطبيعة النشاط الاقتصادي وبالأفراد العاملين فيها أو خارجها، حيث يقل تأثير هؤلاء الأفراد كلما كبر حجم المؤسسة، وذلك يوفر طاقات إنتاجية أكبر تزيد من قدرة المؤسسة على توليد مبيعات أعلى وهذه العلاقة الإيجابية تكون العكس في حالة صغر الحجم¹.

أما التكنولوجيا فهي تحدد الطريقة التي تستخدمها المؤسسة لتحويل المدخلات إلى مخرجات وهذا العامل له تأثير على إنتاجية المؤسسة فكلما ارتفعت تطلب ذلك استثمار أكبر لرأس المال المؤسسة وازدادت الطفاءة في هذه التحويلات وبالتالي تقليل التكاليف وزيادة الربحية.

¹ فلاح حسن الحسني، المرجع السابق، ص 229.

2- العوامل البيئية:

تعددت العوامل البيئية المؤثرة في الأداء، حيث نجد من بينها القطاع الذي تعمل المؤسسة في إطاره وهو يعتمد على متغيرين هما المبيعات والتركيز.

ويشير مقدار المبيعات إلى طبيعة ومستوى النشاط الاقتصادي ونجاحه داخل القطاع أي أن كل ارتفاع لمقدار المبيعات يؤدي إلى زيادة مستوى الربحية وارتفاع أسعار الأسهم.

- أما التركيز فيعتمد على سلوك وأداء أعضاء المؤسسة من حيث كيفية وضعية أو صياغة الإعلان وتحقيق الإبداع وكذلك اختلاف بالمنتجات¹.

ويعتمد كذلك التركيز على المنافسة القطاعية التي تعكس درجة اعتماده المنشآت داخل القطاع على التغيرات البيئية حيث كلما ضعفت المنافسة القطاعية قل تأثيرها بهذه العوامل البيئية وازداد انسجام المؤسسات مع بعضها البعض.

وبشكل عام يكون الأداء بمثابة انعكاس لنشاط، وأي تغيير في العوامل البيئية له تأثير على تشكيلته مجلس الإدارة وبالتالي على المؤسسة ككل.

التعويض الإداري:

يعتمد أداء المؤسسة على جهود العاملين فالتعويض يرتبط إلى حد ما بالإنتاجية، وبعد مقدار أو حجم المبيعات العامل المؤثر في مقدار التعويض الذي تدفعه الإدارة للعاملين، وهذا الارتباط في التعويض وحجم النشاط والإنتاجية ليس مطلق في كل الأحوال لأن العاملين يمكن مكافئتهم أو معاقبتهم حسب ما يقومون به من أعمال تفيد أو تضر مصلحة المالكين.

2- طبيعة الإدارة:

من خلال دراسات عديدة أجريت على المؤسسات توصل العلماء إلى أن المؤسسات التي تسيطر عليها الإدارة تختلف تماما عن تلك التي سيطر عليها المالكون، فالمؤسسات المحكومة من طرف المالكين تحقق أعلى عائد في الاستثمار أو على كفاءة في تخصيص الموارد من تلك التي تسيطر عليها الإدارة وذلك كون المديرين أقل استعدادا للمخاطرة من المالكين ويفضلون الاعتماد على نجاحاتهم السابقة بدلا من بذل الجهود المضنية المطلوبة لزيادة قيمة أسهم حملة الأسهم أو الإدارات.

¹ نفس المرجع، ص 229.

3- تقييم الأداء بطريقة النجاح الإداري:

ويقصد بهذا العامل العلاقة التي تربط بين الأفراد داخل المؤسسة حيث يختص كل قسم من أقسام المؤسسة بأداء عمل معين، وتتضمن مسألة النجاح الإداري ثلاث وجهات نظر منها الأولى ترى أن النجاح الإداري يحسن مستوى المؤسسة، أما النظرة الثانية فتدعي أن النجاح الإداري يعطل الأداء وتشير الثالثة أن النجاح لا يمتلك أي تأثير على الأداء.

وعموما وجدت الدراسات أن النجاح الإداري له تأثير ضئيل في الأداء¹.

¹ فلاح حسين الحسني، المرجع السابق، ص 229.

خلاصة الفصل الأول

بعد دراستنا للفصل الأول من البحث، نستنتج أن:

* التجارة الالكترونية هي بصفة عامة مجموعة العمليات التسويقية التي تقوم بها المؤسسة من خلال الشبكات الالكترونية مثل الانترنت، وقد رأينا أن لها فوائد كبيرة يمكن أن تجنيها منها أي مؤسسة تعتمد على التجارة الالكترونية.

* ذكرنا أن التجارة الالكترونية تنقسم إلى خمس أنواع، ولعل أهمها هي التبادل بين الشركات والأفراد (B2C) وهي التي تحضي بأكبر قدر من الاهتمام والدراسة)، والتبادل ما بين الشركات (B2B) (وهي أكبر من حيث حجم المبادلات).

* من أجل دفع مبالغ المشتريات عبر الانترنت، يمكن استعمال الوسائل التقليدية للدفع أو الوسائل الحديثة مثل بطاقات الائتمان والنقود السائلة الالكترونية.

* يمكن للمؤسسة تأمين معاملاتها بعدة طرق من بينها التشفير، بروتوكولات SSL و SET، والتوقيع الرقمي...

* إن التجارة الالكترونية رغم تطورها الملحوظ في السنوات الأخيرة، إلا أنها ما زالت تعاني من بعض العقبات.

الا انها لديها صعوبة قياس تاثير التجارة الالكترونية على اداء البنوك التجارية.

الفصل الثاني:

دراسة حالة بنك

الفلاحة والتنمية

الريفية BADR

تمهيد:

إن فعالية النظام البنكي في أي اقتصاد تقاس بمدى قدرته على تقديم أحسن أداء، وأجود الخدمات ومدى قدرته على مواكبة التغيرات المستجدة، خاصة مع انتشار ظاهرة التكنولوجيا في العمل المصرفي مما وجب على الجزائر القيام بإصلاحات في أنظمتها البنكية من أجل مسايرة كل التطورات، ومن بين هذه البنوك بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة الاغواط، أين سنقوم بدراسة ميدانية لمعرفة واقع وآفاق هذا البنك المستقبلية في ظل وجود التجارة الإلكترونية وتأثيرها بعدما تطرقنا لها نظريا.

المبحث الأول: مدخل عام لبنك الفلاحة والتنمية الريفية

يعتبر بنك الفلاحة والتنمية الريفية من أهم البنوك الجزائرية مكانة على المستوى الداخلي والخارجي ، بحيث نجد مهمته الأولى هي تمويل القطاع الفلاحي بالإضافة إلى أنشطة مختلفة أخرى.

المطلب الأول: نشأة بنك الفلاحة والتنمية الريفية: BADR¹

تأسس بنك الفلاحة والتنمية الريفية على المستوى الوطني بموجب مرسوم رقم 82-106 المؤرخ في 17 جمادى الأولى بتاريخ 13-03-1982 ، وهو بنك عمومي متخصص في تمويل القطاع الفلاحي غير أنه في الوقت الراهن، لم يعد مخصصا بشكل مطلق فيما أحيط به من مهام بل تعدها إلى مهام أخرى تجارية أكثر منها فلاحية، والسعي للريح أكثر ودوافعه في ذلك مجازاة لاقتصاد السوق والقدرة على المنافسة ، وطبقا لمرسوم 110/88 المؤرخ في 16/05/1988 ، تم تحويله إلى شركة مساهمة وبرأس مال قابل للتعديل، وحدث هذا فعلا بتاريخ 25/09/1995 حيث حلت صناديق المساهمة واستبدلت بشركات قابضة. مقره الرئيسي ب 17 شارع العقيد عميروش بالجزائر العاصمة

يضم بنك الفلاحة والتنمية الريفية حاليا 41 مديرية جهوية و 07 مدرجات عامة ليضم 340 وكالة. تتضمن 8000 موظف موزعين عبر التراب الوطني؛ ونظرا لكثافة نشاطه ومستواه فقد صنف بنك الفلاحة والتنمية الريفية من قبل قاموس مجلة البنوك ALMANACH BANKERS لطبعة 2001 المركز الأول في ترتيب البنوك الجزائرية المرتبة 668 في الترتيب العالمي من بين 4100 بنك مصنف.

- أما فيما يخص وكالة الاغواط فتم إنشائها مباشرة بعد تأسيس البنك فيفري 1983 ، وبعدها أنشئ فرع بمقر ولاية الاغواط، - ويشرف على الوكالة المتواجدة في الفرع الجهوي كالآتي:

1- وكالة عين ماضي ورمزها 290	6- وكالة زلفانة ورمزها 295
2- وكالة بريان ورمزها 291	7- وكالة الاغواط ورمزها 297
3- وكالة غرداية رمزها 292	8- وكالة متليلي ورمزها 299
4- وكالة منيعة. رمزها 293	9- وكالة قرارة ورمزها 301
5- وكالة افلو رمزها 294	10- وكالة قصر الحيران ورمزها 305

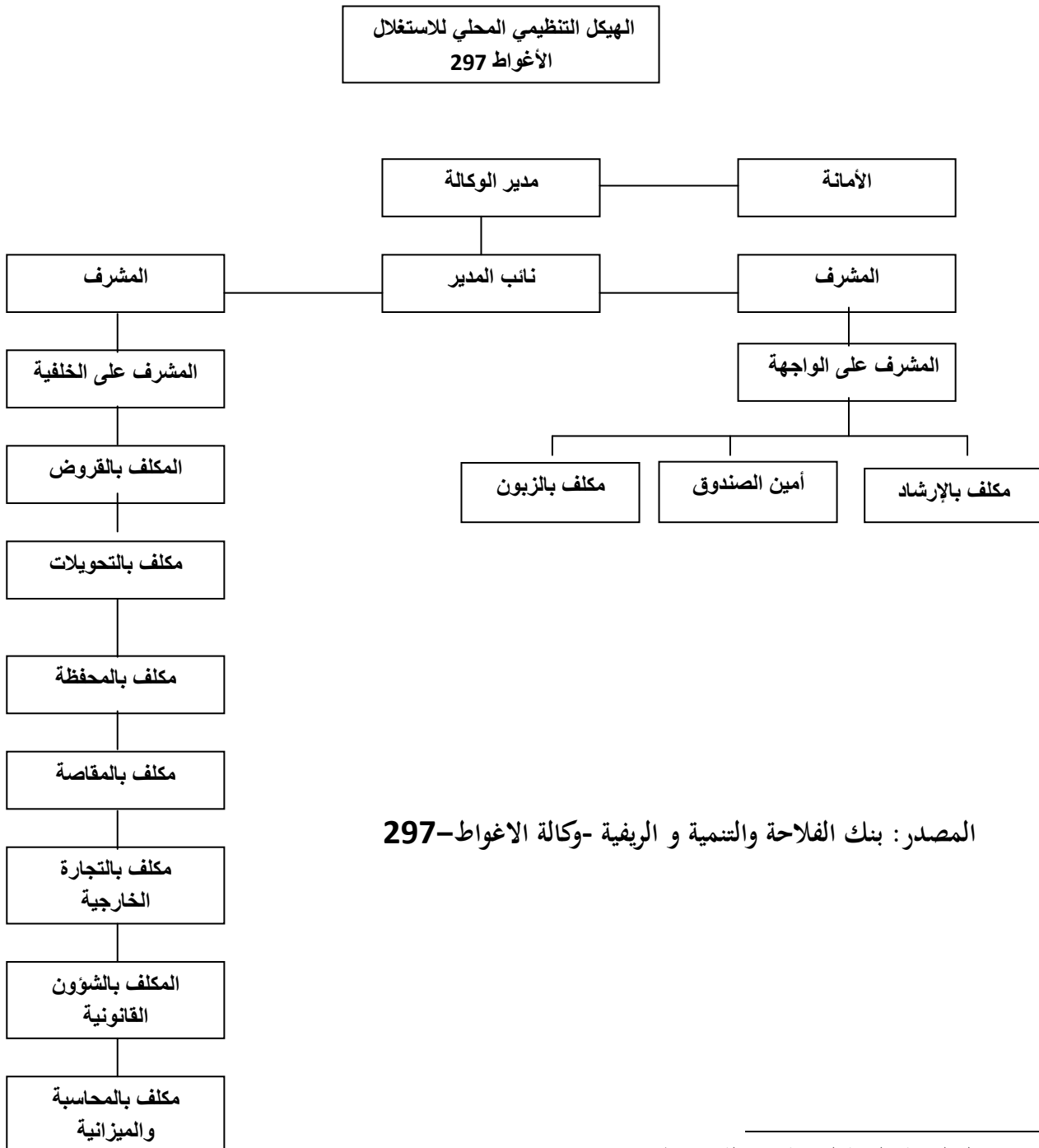
¹ BADR: banque d'agriculture et du développement rural

أما عدد الموظفين بوكالة بالاغواط فيبلغ حاليا 33 موظف، ورقمها في التسلسل البنكي هو 297 وتدوم فترة إدارة المدير للبنك حوالي 3 سنوات.

يقع BADR بنك في شارع الاستقلال بالاغواط وسط مدينة الاغواط -الجزائر،¹

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لوكالة BADR ومصادر تمويله

شكل رقم (01): الهيكل التنظيمي لوكالة BADR



المصدر: بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة الاغواط-297

¹ المصدر: بنك الفلاحة والتنمية الفلاحية -بوكالة الاغواط- 297

أولاً: الهيكل التنظيمي للوكالة

يحتوي على مجموعة مصالح وخلايا حسب الشكل السابق ويتألف من:¹

1- مدير الوكالة :

هو المسؤول الأول عن كل المصالح التي هي داخل الوكالة.

2- الأمانة:

تقوم باستقبال الرسائل والمكالمات الهاتفية ولها مهمة إرسال الفاكس.

3- نائب المدير :

يكون مسؤولاً عن المصالح التالية :

مصلحة العمال ، مصلحة الوسائل العامة ، مصلحة المحاسبة ، مصلحة الإعلام الآلي ، مصلحة القروض.

أ- المشرف على الواجهة : يقوم بالاستقبال والتوجيه:

- مكلف بالزبائن :

مهمة فتح الحساب وقبض الوثائق حسب نوع الزبون (تاجر، أجير، ...).

- أمين الصندوق :

يقوم بقبض الأموال من الزبائن .

- مكلف بالإرشاد :

هو مشرف لمساعدة الزبائن.

ب- المشرف على الخلفية:

- مكلف بالقروض:

يتم استقبال ملفات من قبل المكلف بالزبائن في مصلحة الواجهة، ويتم دراسة وتحليل هذه الملفات في حدود

شروط معينة.

- مكلف بالتحويلات :

التعامل مع الشركات أو الأشخاص، ويقوم بتحويل الأموال لصالح الأشخاص .

- المكلف بالمقاصة:

التعامل مع بنوك أخرى حيث يتم الاجتماع في البنك المركزي وتبادل الشيكات التجارية.

¹ المصدر: بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة الاغواط -297

- المكلف بالتجارة الخارجية:

هذه المصلحة تقوم بكل ما يخص الاستيراد خاصة الملفات التي تقدم للاستيراد.

- المكلف بالشؤون القانونية:

يقوم بدراسة كل ما يخص القوانين (عقود و ضمانات) وفي حالة وفاة الزبون هي التي تتابع هذه الحالة، وكما تتابع القروض التي تعدت الآجال .

- المكلف بالمحاسبة والمراقبة:

يقوم بجرد يومي لكل العمليات التي قام بها البنك خلال اليوم.

ثانيا : مصادر تمويل BADR

BADR كسائر البنوك بالإضافة إلى رأسماله المحدد في قانونها الأساسي فإن مواردها المالية الموجودة بحوزتها تتشكل من:

- 1- رأس ماله الأساسي واحتياطاته القانونية والخاصة.
- 2- الودائع التي تمثل المصدر الرئيسي للموارد الفورية والمحددة الأجل التي يتلقاها من الجمهور.¹
- 3- نسب الفوائد المحصلة من القروض الممنوحة للزبائن.
- 4- الأموال المتوفرة التي تأتمن عليها الهيئات العمومية التابعة للهيكل والأعمال الفلاحية والحرفية.
- 5- القروض التي يتعاقد برهنها في حافظته الخاصة بالسندات المالية وغيرها من والسفجات.
- 6- السلفيات التي تقدمها الخزينة لتمويل برامج التنمية والتي تعتبر أكبر الموارد ربحا وأقلها سيولة بشكليها.
- 7- الميزانية المحددة من طرف المديرية العامة.

1 بنك الفلاحة والتنمية الريفية- وكالة الاغواط-297

المطلب الثالث: وظائف وأهداف بنك BADR

أولاً: الوظائف: إن بنك الفلاحة والتنمية الريفية كغيره من البنوك يقوم بعدة وظائف وهي:

- 1- تقديم خدمات للعملاء بما في ذلك تسهيل التعامل عن طريق فتح حسابات جارية.
 - 2- القيام بعمليات الإيداع والسحب وكذا تنفيذ جميع العمليات المصرفية والإعتمادات المالية الخاصة بالقرض ، الصرف والخزينة التي لها صلة بأعماله بغية تسير أمواله.
 - 3- استقبال التحويلات الواردة من الهيئات المستخدمة وتحويلها الى حساب الموظفين.
 - 4- يقوم باستلام الودائع المالية بأنواعها سواء كان ذلك بفائدة أو بدونها.
 - 5- إعادة استثمار مبالغ الودائع في شكل قروض فلاحية أو تجارية، تمنح للقطاع العام والخاص.
- حيث تقرر في بداية شهر ماي 2025 تحديد دور BADR في منح القروض الفلاحية والمساهمة في تنمية القطاع الفلاحي.

ثانياً: الأهداف:

تسعى معظم المؤسسات المالية لتحقيق مجموعة من الأهداف، فبنك بدر كغيره من هذه المؤسسات يهدف إلى:¹

- 1- المساهمة في تنمية القطاع الفلاحي.
- 2- ترقية النشاطات الفلاحية والحرفية وتنميتها.
- 3- اكتتاب جميع السندات وشرائها: سندات التجارة والسفجات.
- 4- احترام الضوابط التقنية للسيولة النقدية والائتمان.
- 5- القيام بدور مراسل البنوك الأخرى ويتولى عمل وكالة مؤسسات القرض الوطنية الأخرى كما يكون وسيطاً لذلك.
- 6- القيام بجميع عمليات الدفع ويتلقاها نقداً أو بواسطة الصكوك والتحويلات.
- 7- تحسين علاقته الخارجية عن طريق تسهيل تعاملاته مع الخارج من اعتمادات مستندية وغيرها من التعاملات.
- 8- إصدار تعليمات السلطة الوطنية وتوجيهاتها.

¹ بنك الفلاحة والتنمية الريفية، كالة الاغواط 297.

المطلب الرابع: علاقات بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالبنوك الأخرى¹

من المعروف أن البنوك ملزمة بالتعاون مع بعضها البعض وغالبا ما تتمثل العلاقة في المعاملات البنكية وتحويل المبالغ بين الحسابات إذ أن BADR بنك يمتلك حسابا خاصا لدى جميع البنوك الجزائرية .

ومن أهم العمليات المقاصة الإلكترونية التي تتم يوميا بهدف تسوية الحسابات بين البنوك وكذا المنافسة المشروعة في جذب أكبر عدد من الزبائن.

أما بخصوص التعامل مع البنوك الأجنبية التي لها فروع في الجزائر ، فقد امتلك بنك البركة حصة 51% من رأس مال بدر.

¹ مصلحة النقد الآلي .

المبحث الثاني: واقع BADR بنك في ظل وجود التجارة الإلكترونية

لقد وجد BADR نفسه في ظل التطورات التكنولوجية مرعما على تبني نظام التجارة الإلكترونية الذي جاء بعدة وسائل وتقنيات والتي من بينها البطاقات الإلكترونية وتقنيات المقاصة الإلكترونية.

المطلب الأول: البطاقات الإلكترونية الخاصة ببنك BADR

نظرا لسعي البنوك الجزائرية لمواكبة التغيرات الجديدة قام بنك الفلاحة والتنمية الريفية كغيره من البنوك بطرح بطاقات إلكترونية والتي بدأ العمل بها ابتداء من 2025 لتغطية طلبات الزبائن في أسرع وقت ممكن قام بنك BADR .

حسب المرسوم 04-06 في 02 فيفري 2006 م بطرح بطاقة الدفع CIB

وحسب المرسوم رقم 05-15 في 26 ديسمبر 2005 الذي يحمل الهيكل التنظيمي للإدارة النقدية والاتصالات الشبكية¹(DMCR)

إن بنك BADR يقوم بتقديم نوعين من البطاقات (السحب أو الدفع) للزبائن البنك المالكين للحسابات 200 أو 300 وهذه البطاقات صالحة للاستعمال في الجزائر فقط والتي تسمح لحاملها بـ:

1- السحب من الأجهزة الآلية للبنك (GAB /DAB)² الخاصة بـ BADR والتي يمكن استعمالها ما بين البنوك.

2- دفع المشتريات والخدمات المقدمة من طرف التجار.

أولا: شكل البطاقة الإلكترونية في بنك بدر

إن البطاقة مكونة من مادة بلاستيكية أنتجتها شركة SATIM والتي تحتوي على توقيع حاملها ورقم حسابه وتاريخ انتهاء صلاحيتها ويكون مالك البطاقة هو المسؤول عن استعمالها كما أنه ملزم بالمحافظة عليها وعلى الرقم السري.

¹ DMCR: LA direction de la monétique et de la communication réseau

² GAB: les guichets automatiques de banque.

ثانيا: أنواع البطاقات وكيفية الحصول عليها

1- أنواع البطاقات: يستعمل بنك BADR نوعين من البطاقات:

أ- بطاقة CIB¹:

بطاقة الدفع وعددها 631 بطاقة منها 575 بطاقة وزعت و 56 لم توزع بعد.

ب- بطاقة CBRI²:

بطاقة السحب عددها 276 بطاقة منها 225 بطاقة وزعت و 42 موجودة في المخازن و 9 توفي أصحابها. وهذا حسب إحصائيات مارس 2024 الخاصة بوكالة الاغواط. 297

الجدول رقم 03: يمثل عدد البطاقات البنكية لووكالة الاغواط 2024

البطاقات	عددها	الموزعة	المخزنة	توفي أصحابها
CIB	631	575	56	-
CBR	276	225	42	9

المصدر: بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة الاغواط 297-

قبل استلام العميل للبطاقة يتقدم بطلب إلى البنك. و بعد ذلك يتم دراسته. ثم يقوم بدفع مبلغ معين حسب نوع البطاقة فمثلا يدفع 300 دج لبطاقة السحب وللتجديد يدفع 250 دج، أما بطاقة الدفع 600 دج وللتجديد 300 دج وتقدر مدة صلاحية البطاقة بسنة كاملة بالنسبة لبطاقة السحب وستين لبطاقة الدفع ويقطع مقابل ذلك عمولة تقدر ب 11,7 دج.

2- كيفية الحصول على البطاقة الإلكترونية

يتحصل العميل على بطاقة إلكترونية وذلك بالتقدم بطلب ثم يقوم بملاء العقد والذي يكون توقيعه إجباريا ثم يحصل على البطاقة، وعلى الرقم السري في ورقة مغلقة تسلم له شخصيا.

¹CIB : carte interbancaire de paiement .

²CBRI: carte de Banque de retrait interbancaire.

ثالثا: الهدف من البطاقة وكيفية استعمالها¹

1- الهدف من البطاقة الإلكترونية:

الهدف الرئيسي منها هو اقتصاد الوقت وتسهيل العمليات للزبائن وذلك بالقضاء على طوابير الانتظار، فبطاقة السحب تسمح لمالكها القيام بعمليات السحب المالي عبر كل التراب الوطني على مدار الأربع والعشرين ساعة، وبالتالي هي وسيلة وجدت لتخفيض العناء على البنوك والعملاء خصوصا.

2- استعمالات البطاقة:

إن البطاقة تعطى بعد 45 يوم من الطلب عليها، ويمكن استعمالها بعد مدة 6 أشهر من تاريخ وضع الملف حيث بإمكان صاحب البطاقة التقدم لأي صاحب آلي GAB والقيام بعملية السحب حسب المبلغ الموجود. عدد المرات المسموح بها في اليوم خمس مرات وفي كل سحب صاحب البطاقة هو المسؤول عن الحساب الموجود في الرصيد ، وفي حالة الخطأ في الرقم السري يضطر GAB إلى سحب البطاقة تلقائيا ، والعدد المسموح من المحاولات لا يفوق ثلاث مرات. وللبطاقة خاصية مهمة جدا وهي Inter Bancaire أي التعامل بين البنوك، إذ يمكن السحب من أي بنك ومن أي حاسب آلي GAB .

رابعا: حماية البطاقة

كل شخص مسؤول عن بطاقته ورقمه السري ففي حالة السحب السالب (على المكشوف) يقوم البنك بإرسال إشعار بالتسديد، فإذا رفض العميل الإمتثال يضطر البنك للإتصال بالبنوك الأخرى إذا كان يتعامل معهم لإقفال حساب هذا الزبون لديهم، ليسدد ما عليه فإذا تشابك الأمر يضطر البنك الى متابعتة قضائيا بعد عدم الاستجابة للدفع.

البنك غير مسؤول عن ضياع البطاقة وعلى مالكها التصريح في وقت وجيز عن ضياعها أو سرقتها لإيقاف البطاقة. أما في حالة سحبها من طرف الآلة لا ترجع مباشرة للعميل بل يتم إرسال إشعار إلى العاصمة للتأكد من بيانات العميل، فإذا جاء الأمر بأن البطاقة تنطبق على العميل تعطى له مباشرة، أما إذا تبين أنها مسروقة أو غير ذلك فلا تسلم له وترسل إلى البنك المركزي. وفي حالة وفاة الشخص يقوم البنك بتوقيف بطاقة السحب الخاصة به.

وتبقى البطاقة تابعة لممتلكات بدر بنك والتي لها صلاحية سحبها أو إلغائها في أي وقت وعلى كل حال مالك البطاقة هو الذي يتحمل مسؤولية بطاقته ويتعرض لعقوبات.

¹ مصلحة التقد الآلي.

خامسا: أهم المتعاملين ببطاقات الدفع

لقد أبرمت عدة اتفاقيات بين البنك وعدة أشخاص معنويين لحيازة البطاقات وقد زدتهم بأنظمة TPE¹. لتسهيل عملية الدفع ومن أهمها: صيدلية آخروف، حضانة تور Tour ، دودو رانية.

سادسا: الساحب الآلي GAB

هو الجهاز الذي يسمح باستخدام البطاقة وتحصيل الأموال الخاصة بحسابك في أي وقت ممكن ومن ميزاته أنه بإمكان العميل سحب أي مبلغ في حالة عدم وجود رصيد له وإذا تجاوز ثلاث مرات تسحب منه البطاقة تلقائيا من GAB.

فإذا تم السحب دون وجود رصيد يقوم البنك باقتطاع المبلغ المستحق عند دخول أول مبلغ في حساب العميل مع احتساب التكاليف التي تقدر ب 370 دج.

عند انتهاء الأوراق الموجودة في الساحب يقوم الموظفون بتزويده بالأوراق التي يزودهم بها البنك المركزي ويتحمل تكلفتها البنك.

كل عملية تقوم بها الآلة تتبع بوثيقة سواء للعميل أو الموظف حيث تظهر فيها كل العمليات التي جرت في البنك, فمثلا إذا كانت بطاقة بدر الخاصة بوكالة الاغواط هي المستعملة يظهر الرمز 297 أما إذا كانت بطاقة بنك آخر فيظهر الرمز 000 (BDL -BNA- CPA,...).ومن سلبياته أنه إذا توقفت الآلة يتم إعلام البنك المركزي في العاصمة لترسل مختصين لإصلاحها وهذا يستغرق مدة طويلة.

كما يمكن أن تنفذ الأوراق التي يستعملها GAB في عملياته مما يؤدي إلى شل حركة هذه العمليات.

¹ TPE: terminal de paiement électronique

المطلب الثاني: المقاصة الإلكترونية

1- تعريف المقاصة الكلاسيكية

تعريف 1: المقاصة هي تبادل السندات مع البنوك المسحوب عليها و تسديد المبلغ الصافي لفائدة البنوك الدائنة إما بإدراج قيد في حساب مفتوح، أو تسليم شيك مسحوب على مراكز الصكوك البريدية أو وكالة من وكالات البنك المركزي التي تمسك حساب البنوك المدينة.¹

تعريف 2: تعرف المقاصة بأنها تقنية تسوية الصكوك، السندات و التحويلات المسددة لدى شبائيك البنوك والمؤسسات المالية المتواجدة في المنطقة، وينظم هذه العملية البنك المركزي، فهي بالنسبة له وسيلة لمراقبة حركة حسابات البنوك الأولية المفتوحة لديها من جهة وتسوية ديون الخزينة العمومية من جهة أخرى.² فمثلا:

إذا كان يجب على البنك (A) أن يُحصل لدى البنك (B) شيكات مبلغها 1500000 دج وأنه على البنك (B) أن يُحصل لدى البنك (A) 1400000 دج فإنهما يتبادلان الشيكات و يسوي البنك (B) العملية بتحويل مبلغ 100000 دج لفائدة البنك (A).

ومن خلال التعريفين السابقين نستنتج أن المقاصة الكلاسيكية هي عملية تسديد الشيكات والكمبيالات والتحويلات الواجبة الدفع لدى شبائيك البنوك والمؤسسات المصرفية الواقعة في نفس المكان عن طريق غرفة المقاصة، كما ذكرنا سابقا، فإن البنك المركزي هو الذي يتحكم ويدير غرفة المقاصة، ويسهر على إحترام النظام الداخلي.

وتجدر الإشارة إلى أن كل عضو منخرط يكلف ممثله بالحضور حتى لو لم تكن لديه أي سندات لتسليم إذ أن الهدف الرئيسي من إنشاء غرفة المقاصة هو تسهيل تسوية وسائل الدفع.

2- أهم ركائز المقاصة الكلاسيكية

كل مصرف ملزم قانونا أن يكون له حساب على مستوى البنك المركزي، فالمقاصة يومية دورية بين البنوك حيث كانت سلطة البنك المركزي تتم في غرفة المقاصة كما هو الحال في الجزائر إذ هو يشرف على عملية تبادل الشيكات فمن بين ترتيباته أنه يتعين على كل بنك أن يفتح حسابا لدى البنك المركزي و أن يشترك في غرفة

1- الجريدة الرسمية المؤرخة في 14/04/1990 و المتضمنة قانون النقد و القرض.

2- المرسوم رقم 97-03 المؤرخ في 17/11/1997 و المتعلق بغرفة المقاصة في البنك المركزي

المقاصة و يعين مندوب فيها حيث تعتمد إدارته خطيا، و يجب أن يحضر إلى مركز البنك خلال عشر دقائق أو ربع ساعة قبل إفتتاح موعد المقاصة يوميا.¹

ثانيا: المقاصة الإلكترونية

1- تعريف نظام المقاصة الإلكترونية (الآلية)

ت1: إن نظام المقاصة مرتبط بالإعلام الآلي تستخدمه البنوك فيما بينها (مجموعة بمجموعة، عملية بعملية، أو كل العمليات دفعة واحدة) لتبادل عمليات الدفع ذات المبالغ الزائدة ، و تكمن خاصيته في أنه يسحب عند نهاية كل مرحلة تبادل، الأرصدة المصرفية الصافية التي تسمى أرصدة التسديد و يقوم بإرسالها إلى نظام تسيير حسابات التسديد المفتوحة لدى البنك المركزي.²

ت2: المقاصة الآلية هي عملية تحويل النقود من حساب العمال إلى حسابات أفراد آخرين أو منظمات أخرى في أي فرع لأي بنك في الدولة، مثل دفع مرتبات شهرية من حساب صاحب العمل إلى حسابات الموظفين، و دفع المعاشات الشهرية من حساب هيئة التأمين و المعاشات إلى المستفيدين منها، كما أن المقاصة الآلية أصبحت تشمل نظام التسوية الإجمالية بالوقت الحقيقي، و بناء على ذلك أصبحت المستويات الآلية للمدفوعات بين المصارف المختلفة، تتم ضمن نظام المدفوعات الآلية للمقاصة.

2- أهداف المقاصة الإلكترونية (الآلية)

هناك العديد من الأهداف نذكر منها:

أ- الانتقال من نظام المقاصة الكلاسيكية إلى نظام المقاصة الإلكترونية للشيكات

ب- التوقف عن تداول الشيكات الورقية لغاية المقاصة عند مرحلة إيداعها في البنوك

ج- زيادة الثقة بالشيكات كأداة وفاء

د- الحد ما أمكن من حجم الشيكات المعادة

¹ الجريدة الرسمية المؤرخة في 14/04/1990، مرجع سبق ذكره.

² - الجريدة الرسمية المؤرخة في 14/04/1990، مرجع السابق

3- الفوائد من تطبيق نظام المقاصة الإلكترونية (الآلية)¹

- بالنسبة للبنوك:

- أ- معرفة وضع البنك المالي في وقت محدد مسبقا
- ب- التوظيف الأمثل للأموال لدى البنوك
- ج- الحصول على معلومات و إحصائيات دقيقة عن الشيكات
- د- التقليل من مخاطر الشيكات الورقية من و إلى البنك
- هـ- إمكانية الحصول على صور و بيانات عن الشيكات من خلال نظام المقاصة الإلكترونية بسرعة و سهولة، يعمل النظام على مدى 24 ساعة و بالتالي هناك متسع من الوقت لإرسال الشيكات مهما كان عددها

- بالنسبة للعملاء:

- أ- تحصيل الشيك في نفس اليوم الذي يتم إيداعه فيه
- ب- معرفة وضع الشيك مقبول أو مرفوض في نفس اليوم
- ج- تقييد الشيك في حساب المستفيد في نفس اليوم أو في يوم العمل التالي (في نفس اليوم إذا كان الإيداع قبل 12 ظهرا)
- د- زيادة الثقة بالشيكات و التعامل بها.

المطلب الثالث: الإجراءات التطبيقية للمقاصة

لمعرفة عملية المقاصة بصفة عامة سواء الكلاسيكية أو الإلكترونية (الآلية) قمنا بإجراء مقابلة مع رئيس المصلحة العامة للمقاصة للبنك حيث تضمنت المقابلة 21 سؤالاً مقسمة إلى محورين، محور خاص بالمقاصة الكلاسيكية و المحور الآخر بالمقاصة الإلكترونية(الآلية).

أولاً: الإجراءات التطبيقية للمقاصة الكلاسيكية

قبل أن نتعرف على عملية المقاصة الكلاسيكية يجب أن نتعرف على المصلحة التي تتولى تنفيذ هذه العملية والتي هي عبارة عن مكتب يتكون من عامل يقوم بجمع الصكوك التي تأتي من مصلحة المحفظة لكي يقوم بمقاصتها في بنك الجزائر ، و في غرفة تسمى ب " غرفة المقاصة " و هو المسؤول الأول عن تلك المصلحة ، وهو أيضا الممثل الرسمي لوكالة BADR بالاغواط 297 في البنك الجزائري .

¹ - الجريدة الرسمية المؤرخة في 14/04/1990، مرجع السابق

و تتم عملية المقاصة الكلاسيكية وفقا لما يلي:

1- داخل الولاية :

فمثلا نفترض أن هناك تاجران (X, Y) قاما بعملية تبادل تجاري حيث أن التاجر X لديه حساب جاري في بنك الفلاحة و التنمية الريفية وكالة BADR بالاغواط (003-297) وهو تاجر بالجملة، والتاجر Y لديه حساب جاري في بنك التنمية المحلية BDL بالاغواط (005) وهو تاجر بالتجزئة و تمت عملية الدفع بواسطة شيك . ويقوم الزبون Y بتسليم شيك للزبون X لتحصيله ، يقوم الزبون X بتسليم الشيك إلى بنكه و قبل أن يسلمه للبنكي يقوم بملاً ورقة تسمى " تسليم صكوك للتحويل " PF34 ثم يسلمها إلى موظف الشباك مع الشيك .

و يقوم موظف الشباك بتفحص البيانات الموجودة في الشيك وفي ورقة تسليم الصكوك للتحويل مثل (المبلغ المكتوب في الشيك بالأرقام و الأحرف ، الإمضاء ، رقم الحساب) و عندما يرى البنكي أن كل البيانات الموجودة صحيحة يقوم بإرسال الشيك وورقة تسليم صكوك للتحويل إلى مصلحة المحفظة ، ثم يقوم المكلف بهذه المصلحة بمراقبة الشيك وورقة تسليم صكوك للتحويل من خلال (ختم و إمضاء موظف الشباك) ثم يقوم بتسجيله محاسبيا ثم آليا و عند الإنتهاء من تسجيله يرسله إلى مصلحة المقاصة ، و يقوم المكلف بهذه المصلحة بتسجيله محاسبيا و آليا، و يضعه في حساب مؤقت و يكون هذا الحساب دائن بقيمة الشيك حيث يسجله في ورقة تسمى " situation individuelle " وهذا يحدث في اليوم الأول¹ .

أما في اليوم الموالي يقوم المكلف بمصلحة المقاصة بجمع الشيكات التي تدفع من طرف الزبائن و يأخذها إلى بنك الجزائر ثم يقوم بتوزيعها على ممثلي البنوك الأخرى ، إلا الشيك الذي يدفع إلى الخزينة العمومية يأخذه ممثل بنك الجزائر في غرفة المقاصة ، كما يقدم شيك التاجر Y إلى ممثله أي ممثل مصلحة المقاصة في بنك التنمية المحلية BDL يقوم بنكي التاجر Y بأخذ الشيك إلى بنكه لكي يقوم بدراسته من ناحية وجود رصيد في حسابه الخاص أولا ، و عند وجود رصيد يقوم البنكي بختمه و يسجله آليا و محاسبيا و يأخذ في اليوم الموالي إلى بنك الجزائر و يسلمه إلى ممثل المقاصة في بنك الجزائر، يسجله و يخصم رصيد بنك التنمية المحلية BDL بمقدار المبلغ الموجود في الشيك و يضعه في حساب بنك الفلاحة و التنمية الريفية ، و يسلم الشيك إلى المكلف بالمقاصة في بنك الفلاحة و التنمية الريفية يأخذه إلى مقره و يقوم بتحويل قيمة المبلغ الموجود في الشيك إلى رصيد التاجر X أما في حالة عدم وجود رصيد أو سبب آخر يقوم بنكي التاجر Y بأخذ الشيك مع وثيقة تسمى سبب عدم الدفع " Motif de Nom paiement " مع سبب عدم الدفع و يسلمها إلى ممثل المقاصة في بنك الجزائر .

ثم يقوم ممثل هذا البنك بتسجيل العملية و سبب عدم الدفع لكي يأخذ ذلك بعين الاعتبار، لأن بنك الجزائر يراقب الشيكات التي تكون غير قابلة للتحويل، وبعد ذلك يقوم بتسليم الشيك مع وثيقة سبب عدم

¹ بنك بدر الاغواط

الدفع لبنكي التاجر X، يأخذه البنكي و يسجل العملية مع سبب عدم الدفع و يسلم الشيك إلى التاجر X مع سبب عدم الدفع ، و في هذه الحالة يستطيع التاجر X رفع دعوى قضائية ضد التاجر Y أو يتفق معه بكتابة شيك آخر .

2- خارج الولاية :

فمثلا نفترض أن هناك تاجران (X, Y) قاما بعملية تبادل تجاري حيث أن التاجر X لديه حساب جاري في بنك الفلاحة و التنمية الريفية وكالة BADR بالاغواط (003- 297) وهو تاجر بالجملة، و أن التاجر Y لديه حساب جاري في بنك التنمية المحلية BDL بسطيف وعندما يقدم التاجر X الشيك إلى بنكه للتحصيل تكون نفس الإجراءات السابقة التي حدثت داخل الولاية إلا أن المكلف بمصلحة المقاصة يقوم بالتسجيل محاسبيا و آليا ثم يقوم بإرسال الشيك عن طريق البريد وورقة تسليم صكوك للتحصيل إلى ممثل مصلحة المقاصة في بنك الفلاحة و التنمية الريفية بسطيف لكي يقوم بعملية المقاصة في بنك الجزائر بسطيف قبل أن يأخذ الشيك يقوم بتسجيله محاسبيا و آليا ، و في اليوم الموالي من وصول الشيك حيث يأخذ الشيك مع وثيقة PF34 لكي يتقاص مع ممثل المقاصة في بنك التنمية المحلية BDL ويأخذه معه لكي يراقب وجود رصيد أو لا ، و عند وجود رصيد يقوم البنكي بختمه و تسجيله محاسبيا و آليا و يأخذه في اليوم الموالي إلى بنك الجزائر و يسلمه إلى ممثل المقاصة في بنك الجزائر بسطيف الذي يسجله و يخصم رصيد بنك التنمية المحلية BDL بمقدار المبلغ الموجود و يضعه في حساب بنك الفلاحة و التنمية الريفية بسطيف ، و يسلم الشيك إلى مكلف بالمقاصة في بنك الفلاحة و التنمية الريفية بسطيف ، ثم يقوم بإرسال نسخة من وثيقة PF34 إلى بنكي التاجر X مع الموافقة بتحصيل مبلغ الشيك .

أما في حالة عدم وجود رصيد أو سبب آخر يقوم بنكي التاجر Y بأخذ الشيك إلى ممثل البنك الجزائر بسطيف مع وثيقة سبب عدم الدفع، ثم يقوم ممثل المقاصة لهذا البنك بتسجيله و يسلمه إلى ممثل بنك الفلاحة و التنمية الريفية بسطيف مع سبب عدم الدفع و يرسلها إلى ممثل مصلحة المقاصة بالاغواط مع وثيقة سبب عدم الدفع و في هذه الحالة يستطيع التاجر X رفع دعوى قاضية ضد التاجر Y أو يتفق معه بكتابة شيك آخر¹ . و تجدر الإشارة إلى أن عمولة البنك على كل عملية يقوم بها سواء في وجود رصيد أو عدمه و كذلك كل العمليات التي يقوم بها داخل أو خارج الولاية تقدر ب: 234 دج.

¹ بنك بدر الاغواط

ثانيا: الإجراءات التطبيقية للمقاصة الإلكترونية (الآلية)

قبل أن نتعرف على عملية المقاصة الإلكترونية (الآلية) يجب أن نتعرف على المصلحة التي تتولى تنفيذ هذه العملية والتي هي عبارة عن مكتب يتكون من عامل يقوم بجمع الشيكات التي تأتي من مصلحة المحفظة لكي يحصلها عن طريق جهاز الإعلام الآلي في برنامج خاص بالمقاصة الإلكترونية و يتكون أيضا من جهاز يقوم بتصوير الشيكات التي ترسل عن طريق هذا البرنامج .

وتتم عملية المقاصة الإلكترونية (الآلية) عند تقديم شيك للصراف من بنك إلى آخر، آليا فمثلا نفترض أنه تم حصول عملية بيع سلعة من طرف تاجر جملة X لتاجر تجزئة y و كانت الصفقة بقيمة 70000 دج ، حيث أن التاجر X لديه حساب جاري لدى بنك الفلاحة و التنمية الريفية وكالة BADR بالاغواط(003-297) ، والتاجر y لديه حساب جاري في بنك التنمية المحلية وكالة BDL وهران (005) و تمت عملية بيع السلعة وكان الدفع بواسطة شيك بقيمة المبلغ ، يقوم التاجر X بإيداع الشيك لدى شبك بنك الفلاحة و التنمية الريفية وكالة BADR بالاغواط ، حيث يقوم موظف هذا الشباك بمأ وثيقة تسمى (تسليم صكوك للتحميل) ويرمز لها برمز(PF34) يحتفظ موظف الشباك بنسختين كأرشف لليومية(الأعمال اليومية)، ويقدم نسخة للتاجر X كإثبات بتقديم الشيك للبنك يرسل موظف الشباك الشيك مع وثيقة PF34 إلى مصلحة المقاصة الإلكترونية ، يسجل موظف هذه المصلحة العملية في نظام الإعلام الآلي (مصلحة المقاصة الإلكترونية ، عملية التحصيل)

حيث يقوم نظام الإعلام الآلي وبرنامج خاص بعملية المقاصة الإلكترونية للبنك بسحب مبلغ 234 دج من حساب التاجر X تلقائيا وهذا المبلغ كمصاريف لعملية تحصيل كل شيك ، ثم يقوم هذا الموظف بتصوير الشيك في جهاز التصوير (Scnaire) لتحويل صورته إلى المديرية العامة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR بالجزائر العاصمة وبالتحديد إلى مصلحة المقاصة في المديرية العامة ، حيث يقوم موظف مصلحة المقاصة الإلكترونية لدى المديرية BADR بإرسال كشف الشيك المبعوث من طرف وكالة بالاغواط إلى المصلحة العامة للمقاصة الإلكترونية في البنك الجزائر وهذه العملية تجرى في اليوم الأول وتسجل هذه العملية تلقائيا عند وصول الكشف بواسطة النظام المبرمج ، أما في اليوم الثاني تسجل هذه العملية في برنامج لدى بنك الجزائر ثم يقوم المكلف بالمقاصة في بنك الجزائر بإرسال الكشف إلى المديرية العامة لبنك التنمية المحلية BDL وبعدها يقوم المكلف بمصلحة المقاصة الإلكترونية في المديرية العامة لبنك التنمية المحلية بإرسال الشيك وصورته إلى المكلف بالمقاصة الإلكترونية في BADR وكالة وهران لكي يتحقق من الشيك، عندما يصل (الكشف +صورة الشيك) إلى وكالة BDL وهران يقوم موظف مصلحة المقاصة الإلكترونية بمراقبة ومعاينة الكشف وصورة الشيك من حيث عدة أمور¹

¹ بنك بدر الاغواط

أهمها :

* الإمضاء

* التاريخ (حيث تنتهي صلاحية الشيك بعد 3 سنوات و20 يوم)

* المكان(ربما موجه لبنك آخر في الحالة التي يكون فيها مبلغ الشيك أقل من 50000 دج لأنه يتم إرساله في الكشف فقط ولا يتم إرسال صورته بواسطة السكائير).

وعند وجود كل المعلومات وصحتها يقوم موظف الوكالة BDL وهران بإرسال كشف الموافقة على صرف الشيك ،ثم يرسل كشف الشيك يحتوي على الموافقة بصرفه وهذا في اليوم الثاني من العملية وقبل الساعة الثالثة زوالا(15:00) مرورا بنفس الطريق التي مر منها قدوما حيث يصل قبل الساعة 15:00 إلى بنك الجزائر فيتم سحب مبلغ الشيك من حساب بنك التنمية المحلية BDL و إدراجه في حساب بنك وكالة BADR و في اليوم الثالث يقوم موظف بنك الجزائر بإرسال كشف الشيك مع الموافقة إلى مديرية بنك BADR الذي تقوم بدورها بإرساله لنا،نقوم هنا بصرف الشيك لصاحبه غالبا في اليوم الرابع لكن يمكن صرفه في اليوم الثالث (بعد 72سا) أي يوم وصول كشف الموافقة .

أما أسباب عدم الموافقة على صرف الشيك هي كثيرة أهمها:

* عدم توفر الذخيرة في حساب التاجر Y

* عدم كفاية رصيده

*عدم كفاية المعلومات في الشيك

* صورة الشيك التي وصلت غير واضحة

وفي حالة عدم الموافقة على صرف الشيك يقوم موظف المقاصة الإلكترونية بتحويل كشف عدم الصرف للشيك لمديرية BDL في العاصمة و هذا في اليوم الثاني الذي يرسله بدوره إلى بنك الجزائر لكي يراقب العملية من حيث سبب عدم الصرف وتسجيل هذا التلاعب الخطير بوسائل الدفع (الشيك) حيث يقوم بتسجيل رقم الحساب و صاحبه و في حالة تكرار عملية التلاعب يقوم بنك الجزائر بإصدار أمر إلى بنك التنمية المحلية BDL لغلق حسابه و معاقبته بعدم فتح الحساب له مرة أخرى لمدة زمنية تقدر ب:5سنوات و يقوم بإشعار كافة البنوك التجارية بعدم فتح حساب لهذا الشخص ،وفي اليوم الثالث يقوم موظف بنك الجزائر بإرسال كشف عدم الموافقة chèque rejeté إلى مديرية (BADR) الذي يرسله لهم في نفس اليوم (72سا)،وعند وصول الكشف (شيك غير قابل للصرف) تقوم الوكالة بإرجاع الشيك لصاحبه (التاجر X) مع وثيقة تسليم صكوك للتحصيل ويذكر عليها سبب عدم الموافقة.

المطلب الرابع: الوضع الحالي لأداء BADR بنك

أولاً: أداء BADR بنك

إن أهم ما يشغل الزبون هو الحصول على أفضل خدمة بأسرع وقت ممكن، لذا تسعى معظم البنوك التجارية ومن بينها BADR بنك إلى تحسين أدائها بشكل يضمن لها البقاء ويحافظ على قدرتها التنافسية ، مما جعلها تتبنى كل المنظمة والتطورات العالمية الحديثة.

وقد قامت بطرح نوعين من البطاقات: بطاقة الدفع (CIB) وبطاقة السحب (CBRI) التي ساهمت بشكل كبير في تحقيق رضا الزبائن.

وعند تبني BADR بنك للتجارة الإلكترونية تحسن أدائه بنسبة 95% مما كان عليه سابقاً، إلا أن الداء في الحقيقة يتركز على كيفية تقديم الموظفين لأجود الخدمات المصرفية وطريقة تعاملهم مع الزبائن، لأن الزبون هو الملك (Le Client est un roi) فإذا ما وجد هذا الأخير أن تعاملاته تتم بسرعة وبشكل أفضل زاد تمسكه بالبنك .

ورغم مواكبة البنك للتطورات الحديثة إلا أنه لا يزال يعاني من بعض الصعوبات لعل من أهمها: انقطاع الشبكة أو التيار الكهربائي.

ثانياً: الوضع الحالي لـ BADR بنك¹

لعل ما يطمح إليه BADR بنك كغيره من البنوك الجزائرية هو توزيع منتجاته من البطاقات ، ففي سنة 2025 قامت بطرح بطاقة Carte de Crédit وقامت بتجريبها على مستوى موظفي البنك، إلا أنها لم تلقى رواجاً كبيراً لأن العمال يسحبون أموالهم قبل تاريخ دفع أجورهم كما أنهم كانوا يسحبون بالبطاقة مرتين من وجهتين مختلفتين ، لأن العملية في الجهاز لا تسجل إلا بعد مرور يومين أو ثلاث أيام.

نظراً لفشلها قامت بسحبها وطرحت مولدها الجديد CBRI وكذا CIB وتوزيعها على الزبائن المعتمدين لديها وتزويد المتعاملين معها من تجار ومؤسسات بأجهزة TPE إلا أنها لم تستخدم وذلك نظراً للمشاكل التي كانت حجرة عثرة تحول دون تحقيقها من أبرزها:

- 1- تخوف التجار من ضرائب مما أدى بهم إلى الإحجام عن استعمالها.
- 2- غياب الثقافة المصرفية في المجتمع لأن جل الأفراد يفضلون استخدام النقود السائلة بدلا من حمل البطاقة في الجيب.
- 3- غياب عامل الثقة والأمان.

وفي المستقبل يسعى بنك بدر بوكالة الاغواط إلى استخدام أحدث البطاقات كبطاقة Visa وبطاقة Gold وهذا يبقى مجرد أفكار لم تجسد بعد لأن عالم المصارف في تطور مستمر ،ولا بد لبدر مواكبة كل هذه التطورات.

¹ بنك بدر الاغواط

المطلب الخامس: إيجابيات وسلبيات التجارة الإلكترونية في بدر: توجد سلبيات وإيجابيات التجارة الإلكترونية والتي نتطرق إليها كالاتي:

1- إيجابيات التجارة الإلكترونية بدر:

تعتبر التجارة الإلكترونية نشاطا جديدا يسمح بالاستفادة من الدراسات السابقة والتكنولوجيات الحديثة وهناك إمكانية التركيز على جهود التحديث من أجل الحصول على قطاعات خدمية أخرى ومن أبرز هذه الإيجابيات¹:

- أ- الاقتصاد في الوقت وتسهيل العمليات المصرفية.
- ب- تبني واعتماد التكنولوجيا من أجل حصر كل المخاطر.
- ج- نقص الجهد والضغط على عمال البنك وعمالته.
- د- عدم السماح بوجود أخطاء في الحسابات.
- هـ- ملفات العملاء تعطي قاعدة بيانات تسهل عمليات اكتساح السوق.
- و- انخفاض طوابير الانتظار وتوفير الخدمة على مدار الأربع والعشرين ساعة حتى في العطل الأسبوعية.
- ز- تحسين الأداء المصرفي ليتماشى مع حاجات العملاء.
- ح- التنوع في الخدمات المصرفية والزيادة في جودتها.
- ط- وضع إستراتيجية تنموية جيدة من أجل التوسع.

¹ المرجع السابق

2- سلبيات التجارة الإلكترونية: بدر

إن النشاط النقدي الإلكتروني في بدر بنك لا يزال في طور الإنجاز ، وذلك راجع لجمود النشاط الاقتصادي والثقافي ووجود البيروقراطية مما أفرز عدة نقاط ضعف نوجز أهمها فيما يلي :

أ- نقص الثقافة المصرفية لدى بعض العملاء.

ب- عدم توفير بديل للخدمة في حالة تعطل شبكة الاتصالات أو وجود خلل في التثبيت أو سوء صيانة الأجهزة.

ج- سيطرة بريد الجزائر على مجالي الإرسال والاستقبال.

د- نقص في مراكز قبول الدفع بسبب انعدام الثقة بين المتعاملين.

هـ- ضعف القدرة الشرائية لدى الجزائريين الذين يرون أن سعر البطاقة مرتفع جدا .

كل عميل يتحمل مسؤولية بطاقته عند ضياعها، فالبنك غير مسؤول عن أي سحب يجرى من أي شخص يحصل على البطاقة والرقم السري معا.

ومن المعروف أن أي نظام جديد تشوبه بعض المشاكل، ففي البداية واجه موظفون عدة عوائق عند تبني هذه التقنية ومع مرور فترة زمنية تم القضاء على بعضها. أما من الجانب العملاء فكانت ثقافتهم محدودة نتيجة نقص الإلمام بالتقنية "الصيرفة الإلكترونية" ، إلا أنه في الآونة الأخيرة ازداد عدد المتعاملين بالبطاقات الإلكترونية بشكل نسبي¹.

¹ المرجع السابق

خلاصة الفصل:

من خلال تريضنا بوكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية بولاية الاغواط اتضح لنا أن البنك منشأة مالية خدمتية وهو بذلك يمثل ركنا هاما في الدورة النقدية الإلكترونية للبلاد ، كما أنه من خلال العمليات المصرفية التي يقوم بها يساهم بشكل كبير في تنمية الاقتصاد الوطني وتقدم أجود الخدمات بأداء متميز مما يؤدي إلى كسب ثقة أكبر عدد من الزبائن.

كما تبين لنا طبيعة الخدمات الإلكترونية التي يقدمها لزيائنه بالإضافة إلى آلية عمل كل مصلحة من مصالحه، إلا أنه ورغم كل التطورات التي حققها بنك BADR ما زال يعاني من بعض المشاكل التي تحول دون تحقيقه للأهداف المرجوة .

وفيما يخص التجارة الإلكترونية فإن تخطيطها الحدود العالمية في انتشارها لدى الدول القريبة بصفة عامة وبعض الدول العربية التي بدأت تخطو خطوات مهمة رغم تواضعها إلا أن اعتمادها لدى الجزائر لم يرق إلى المستوى الذي يمكن اعتبارها تقنية قانونية متطورة للتجارة، وبذلك يصل الاقتصاد الجزائري ناقصا لعدم اعتمادها.

خاتمة

الخاتمة:

تلعب شبكة الانترنت التي أنتجتها ثورة المعلومات دورا كبيرا في مجال التجارة الالكترونية، باعتبارها أكبر شبكة معلومات، إذ تتم من خلالها مجمل العمليات الاقتصادية، من مفاوضات وإتمام صفقات بيع وشراء وتسويق وتبادل للأموال، لدرجة أنها ستصبح بمثابة قوة أساسية مساهمة في النمو الاقتصادي في كل الدول. ومن الاسباب التي مكنت التجارة الالكترونية من نموها وتطورها بالشكل التي هي عليه الآن، هو تقديمها الكثير من الامتيازات خاصة اختزالها الكثير من التكاليف المرتبطة بالزمن والمسافة، علاوة على هذا فإنها تعد بمثابة مفتاحا للأسواق خاصة المتعلقة بالقطاع الخدمي.

لقد غيرت التجارة الالكترونية من طبيعة الانشطة المختلفة ذات الصلة، مما أدى إلى استخدام أساليب جديدة مختلفة عما هو مستخدم بالصورة التقليدية، حيث ظهر سوقان أحدهما تقليدي والثاني إلكتروني، إلا أن الامر لن يبقى على ما هو عليه لأن الكفة مرجحة لإتجاه السوق الإلكتروني على حساب التقليدي، وبالتالي فإن ضرورة النمو والبقاء وتحتم على المؤسسات التكيف مع السوق الجديد من خلال التركيز على التجارة الالكترونية، وذلك بهدف تحسين الاداء والخدمات، وتسهيل الاتصال بين المتعاملين لمواكبة التقدم والتطور.

تحقق التجارة الالكترونية مزايا عديدة للفرد والمؤسسة والمجتمع ككل، فهي تساهم في توفير العديد من الفرص في دنيا الاعمال للأفراد سواء كانوا زبائن أو موردين أو غيرهم، أما بالنسبة للمؤسسات تعمل على تحسين جودة العمل من خلال أساليب جديدة أكثر كفاءة وسرعة إضافة إلى تخفيض التكاليف وتوفير المعلومات المتعلقة بالأسعار والصفقات وطلبات الأسواق، وفيما يخص المجتمع فتؤدي إلى تنمية الصادرات ونظرا لما تحققه من سهولة الوصول إلى مراكز الاستهلاك الرئيسية والسرعة في عقد وإنهاء الصفقات.

نتائج دراسة :

ومن خلال الدراسة التطبيقية في وكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالاغواط توصلنا إلى النتائج

التالية:

- عدم اهتمام ادارة البنك بتطوير وتنمية الكوادر البشرية تكون على اطلاع بمجالات التجارة الالكترونية وذلك من خلال الدورات التدريبية وزيادة عددها لكي يحصل البنك على موظفين علي درجة عالية من الكفاءة.
- حجم التعامل بالتجارة الالكترونية ما بين الضعيف والمتوسط وهذا ما يدل على أن هناك تعامل في بعض مجالات التجارة الالكترونية وليس كل مجالات التجارة الالكترونية.
- نظم التسوية المطبقة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية تعتبر ضعيفة مقارنة بما هو متعارف عليه دوليا وذلك يرجع إلى عدم وجود الكفاءات المتخصصة في مجال التجارة الالكترونية ونظم التسوية الالكترونية للحسابات.

- القواعد والأسس والإجراءات التي تحكم عملية التبادل التجاري الإلكتروني تواجه صعوبات في التطبيق وهذه الصعوبات موجودة فعلا لعدم وجود الكوادر البشرية المتخصصة، وكذلك لقلة خبرة العاملين في مجال التجارة الإلكترونية.

- أساليب تنفيذ عمليات التجارة الإلكترونية ونظم التسوية في البنك تسير بصورة بطيئة نوعا ما مع توافر بعض مقومات التجارة الإلكترونية من بنية تحتية مثل توفر وسائل الاتصالات وأجهزة الحاسوب المتطورة إلا أن النمو لعمليات التبادل التجاري الإلكتروني يسير بصورة بطيئة.

الاقتراحات والتوصيات:

- على ضوء النتائج المتوصل إليها من خلال الدراسة التطبيقية في وكالة بنك نتقدم بجملة من التوصيات والاقتراحات والتي تقوم أساسا على استغلال نقاط القوة التي يتمتع بها البنك حتى يرتقي بأدائه إلى مستوى أفضل يزيد من كفاءته وفعاليته.
- ضرورة توجيه تفكير إدارة البنك إلى أن التجارة الإلكترونية هي طريقة جديدة لأداء الاعمال والوصول إلى العملاء ومساعدتهم وتقديم الخدمات لهم بأكبر كفاءة وفعالية.
- ضرورة الاستمرار في توفير المعلومات وتسهيل الوصول إلى الخدمات التي يقدمها البنك من خلال التجارة الإلكترونية.
- ضرورة اتباع سياسات تسويقية من شأنها زيادة قدرة البنك، وتعزيز دوره من خلال الموقع الإلكتروني للبنك نفسه.
- ضرورة إجراء المزيد من الأبحاث المتعلقة بالتجارة الإلكترونية وأثرها على أداء البنوك التجارية وعلى مختلف القطاعات الاقتصادية في الجزائر.
- وضع خطة للحد من اتساع الفجوة الرقمية والتكنولوجية بين الجزائر وغيرها من الدول وتلبية متطلبات الاساسية للتنمية التكنولوجية
- توجيه وتخصيص الاستثمارات المحلية وجذب رؤوس الاموال الاجنبية في مجال قطاع تقنية المعلومات والاتصال من خلال بيئة مناسبة للمستثمرين
- زيادة الاستثمار في مجال تأهيل الموارد البشرية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتعزيز روح الابداع والابتكار وتطوير البحث العلمي

افاق دراسة :

في الاخير وبالنظر الى ماجاء في هذه الدراسة نجد ان مجال البحث العلمي لزال مفتوحا بالنظر الى اتساع موضوع المجال البنكي وعلاقته بالتكنولوجية التي تنتجها انظمة المعلومات في المؤسسة البنكية وع يرتبط بها من متغيرات لذلك من الضروري التفكير الجدي في كيفية تقديم دراسات علمية وعملية, تطوير اليات تسمح بتوفير اداء افضل ذات جودة عالية لي تكون اداة فعالة في تطوير المنظمة المصرفية لتحسين اداء المؤسسات المصرفية وبالتالي هناك مجموعة من الافاق البحثية في هذا الموضوع التي ممكن ان تكون محل بحث في المستقبل منها :

- الخدمات المصرفية الالكترونية في ضل الازمات
- سبل تنمية القطاع المصرفي الحديث

قائمة

المراجع

قائمة المراجع

أولاً: باللغة العربية

- الكتب :

- 1) أحمد محمد غنيم، صناعة قرارات الائتمان والتمويل في إطار الإستراتيجية الشاملة للبنك، مطابع المستقبل، ط1، 1998.
- 2) أسعد طلعت عبد الحميد، الإدارة الفعالة لخدمات البنوك الشاملة، المتحدة للإعلام، القاهرة، 1998.
- 3) بهاء شاهين، العولمة والتجارة الإلكترونية «رؤية إسلامية»، الفاروق الحديثة للطباعة والنشر، القاهرة، 2000.
- 4) حمزة محمود الزبيدي التحليل المالي: تقييم الأداء والتنبؤ بالفشل، مؤسسة الوراق، 2000.
- 5) رأفت رضوان، عالم التجارة الإلكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة 1999.
- 6) رشاد العصار، رياض الجبلي، النقود والبنوك، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان 2010
- 7) زياد رمضان، الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك، دار وائل للنشر، ط3، 2006.
- 8) شاكر القزويني، محاضرات في اقتصاد البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1989.
- 9) الطاهر لطرش، تقنيات البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، 2001.
- 10) عبد الغفار حنفي وآخرون: " الإدارة الحديثة في البنوك التجارية"، الإسكندرية، الدار الجامعية، 1991.
- 11) عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، الكتاب الول نظام التجارة الإلكترونية وحماتها مدنيا، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2002.
- 12) عبد المعطي رضا رشيد محفوظ أحمد جودة، "إدارة الائتمان" - عمان - دار وائل للنشر .
- 13) عبد الوهاب أعراب، بحث حول العقبات والمشاكل التي تواجه نمو التجارة الإلكترونية كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة البليدة.
- 14) عقيل جاسم عبد الله، مدخل في تقييم المشروعات، دار الحامد 1990.
- 15) فلاح الحسن الحسني، مؤيد عبد الرحمان، "إدارة البنوك، مدخل كمي واستراتيجي معاصر" دار وائل للنشر، عمان
- 16) للمزيد من التفصيل راجع: صلاح الدين حسن السيبي: " التسهيلات المصرفية للمؤسسات والأفراد"، دار الوسام للطباعة والنشر، 1998.
- 17) مصطفى رشدي شيحة: " الاقتصاد النقدي والمصرفي والبورصات " دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 1998

18) منير إبراهيم هندي: " إدارة البنوك التجارية، مدخل اتخاذ القرارات"، المكتب العربي الحديث، الطبعة 03، 2000.

- الجرائد والوثائق الرسمية:

- 1) الجريدة الرسمية المؤرخة في 14/04/1990 و المتضمنة قانون النقد و القرض.
- 2) المرسوم رقم 97-03 المؤرخ في 17/11/1997 و المتعلق بغرفة المقاصة في البنك المركزي
- 3) المصدر: بنك الفلاحة والتنمية الفلاحية - بوكالة الاغواط- (297-2025)
- 4) مصلحة النقد الدولي

مجلة :

مجلة شعاع لدراسات الاقتصادية المجلد 04/العدد: 02-2020، ص 11-24 واقع الصيرفة الالكترونية في البنوك التجارية -علي محبوب

- مذكرات التخرج:

- 1) بريقة واقع عمليات الصيرفة الالكترونية وفاق تطورها في الجزائر اطروحة الدكتوراة في العلوم الاقتصادية تخصص مالية بنوك جامعة ام البواقي-2021-2022
- 2) علي بطاهر، اصطلاحات النظام المصرفي الجزائري وآثارها على تعبئة المدخرات وتمويل التنمية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، فرع التحليل الاقتصادي، جامعة الجزائر، 2014-2015.
- 3) شعيب أنشي وآخرون، الإعتمادات المستندية في عهد التجارة الإلكترونية (مذكرة تخرج لنيل شهادة ليسانس) معهد العلوم الاقتصادية بالخروبة، الجزائر 2001.
- 4) فتحي سخري وآخرون، النظام المصرفي الجزائري، تحولات وآفاق، مذكرة تخرج لنيل شهادة ليسانس في العلوم التجارية، فرع مالية، جامعة المسيلة، سنة 2021-2022.
- 5) ابتسام دومي/سمية حمودي ، أثر استخدام التجارة الالكترونية على اداء البنك التجارية، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر ، جامعة مسيلة كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير سنة 2021-2022
- 6) تباني أمل مذكرة ' واقع ومستقبل التجارة الإلكترونية في الجزائر ' كلية العلوم الاقتصادية والتجارية جامعة 8 ماي 1945 قلماة ,سنة 2019-2020
- 7) حومبو زكرياء -دور تطبيقات التجارة الالكترونية في تعزيز تنافسية المؤسسات الناشئة مذكرة تخرج نيل شهادة ماستر جامعة 8 ماي 1945 السنة الجامعية 2021-2022

8) بلولة رستم/غير محمد - فعالية الخدمات المصرفية الالكترونية في رفع اداء البنوك التجارية - اشراف
الاستاذ ردون جمال مذكرة تخرج نيل شهادة ماستر تخصص اقتصاد النقدي وبنكي - قسم علوم اقتصادية-
جامعة بالحاج بوشعيب عين تموشنت سنة 2023-2024

- مواقع الكترونية :

- 1) بسام البسكني، حول التجارة الإلكترونية www.cuarab.com
- 2) مهندس سهاونة، " التجارة الإلكترونية وأثرها على العمالة"، نقلا عن موقع تاريخ التحميل
08 جانفي 2007 www.rss.gov.jo/e-comm..doc
- 3) www.itep.co.ae/itportal/arabic/main.asp
- 4) www.Yusuf-qbufara.net
- 5) www.ALAMSSAR.COM
- 6) www.e-commerce.fr

ثانيا: باللغة الفرنسية

- الكتب :

- 1) Mostapha Hashem sherif. Ahamed serhrouchni .la monnaie
électronique systèmes de paiement sécurises .édition eyrolles. Paris
2000 .

- مذكرات التخرج :

- 2) BETTIL Mohamed Nadjb. Commerce électronique (mémoire de
fin d'étude) institut de science de gestions. Centre universitaire de
Médéa .ALG .