



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

الشعبة: إقتصاد

التخصص: بنوك

دور التجارة الإلكترونية في تحسين نوعية الخدمة المصرفية

(دراسة حالة بنك التنمية المحلية – وكالة الوادي)
في الفترة بين سنتي 2000 – 2015

إشراف الأستاذ:

• نذير غانية

إعداد الطالبتين:

• عائشة عوني

• هناء بوحمد

لجنة المناقشة

رئيسا	أستاذ محاضر صنف ب-	نور الدين جواوي
مشرفا ومقررا	أستاذ محاضر صنف ب-	نذير غانية
ممتحنا	أستاذ مساعد صنف أ-	عمر عطاء الله
ممتحنا	أستاذ مساعد صنف أ-	إبراهيم قعيد

الموسم الجامعي : 2015 / 2016

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

الشعبة: إقتصاد

التخصص: بنوك

دور التجارة الإلكترونية في تحسين نوعية الخدمة المصرفية

(دراسة حالة بنك التنمية المحلية – وكالة الوادي)

في الفترة بين سنتي 2000 – 2015

إشراف الأستاذ:

• نذير غانية

إعداد الطالبتين:

• عائشة عوني

• هناء بوحمد

لجنة المناقشة

رئيسا	أستاذ محاضر صنف ب-	نور الدين جواوي
مشرفا ومقررا	أستاذ محاضر صنف ب-	نذير غانية
ممتحنا	أستاذ مساعد صنف أ-	عمر عطاء الله
ممتحنا	أستاذ مساعد صنف أ-	إبراهيم قعيد

الموسم الجامعي : 2015 / 2016

دعاء

﴿ اللهم لا تجعلنا نصاب بالغرور إذا
نجحنا، ولا باليأس إذا أخفقنا، وذكرنا أن
الإخفاق هو التجربة التي تسبق النجاح،
اللهم إن أعطينا نجاحًا فلا تأخذ تواضعنا،
وإن أعطينا تواضعًا فلا تأخذ اعتزازنا
بكرامتنا ﴾

﴿ اللهم إن أصبنا فمناك وإن أخطأنا فمن
أنفسنا، ربنا وتقبل منا ﴾

الإهداء

نهدي ثمرة جهدنا إلى كل من
الوالدين الكريمين أطال الله في عمرهما
إلى كل الإخوة والأخوات
وإلى كل الأهل والأقارب
وإلى كل زملاء وزميلات تخصص بنوك
وفي الأخير إلى كل إنسان يحمل قلبا تقيا ، ينبض بحب
الآخرين

عائشة - هناء

شكر و عرفان

الحمد لله حمداً يليق بجلال سلطانه الذي وفقنا في بحثنا هذا
ولرسوله الكريم الذي غرس في قلوبنا حب العلم والإيمان
قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "من لم يشكر الناس لم يشكر الله
ومن أهدى لكم معروفاً فكافئوه فإن لم تستطيعوا فادعوا له إته ليقودنا
شرف الوفاء وجميل النبل"

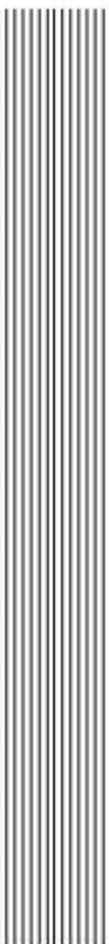
بعدما أتممنا هذا البحث المتواضع أن نتوجه بعظيم شكرنا إلى الأستاذ
الفاضل "نذير غانية" الذي اتسع صدره لنا وتفضل علينا وعلى ما بذله من
جهد جهيد ونصح وتوجيه رشيد، فكان نعم النموذج المشرف، فجزاه الله عنا
كل خير،

وأبقاه منبع نور للعلم ولطلبته،
وعلينا واجب الاعتراف بالفضل

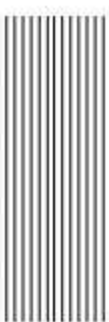
كما نتقدم بخالص الشكر والامتنان إلى الأخ الفاضل "جمال الدين غزال"
على طول صبره ومساعدته في إخراج هذا العمل

إلى كل من ساهم في مد يد العون لنا من قريب أو من بعيد
إلى هؤلاء نهدي ثمرة جهدنا: الوالدين والأخوة والأصدقاء
إلى الأساتذة الذين رافقونا طيلة دراستنا الجامعية فلهم منا جميعاً
خالص الشكر والامتنان وأسمى عبارات التقدير والاحترام

عائشة - هناء



ملخص الدراسة



ملخص الدراسة

1. باللغة العربية:

جاء ظهور التجارة الالكترونية عند حدوث تغييرات جذرية في جميع مناحي الحياة، فشملت تغيرات هيكلية غالبية الدول والمجتمعات سواء في محيطها الاقتصادي أو تنظيمات مؤسساتها، سلوكية الزبائن، الأنشطة الحكومية المختلفة وتعاملاتها.....الخ.

لقد أدى استخدام التكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتزايد الاعتماد عليها إلى ظهور ما يسمى بالثورة الرقمية والاقتصاد الرقمي وهو مصطلح يشير إلى الاقتصاد الذي يعتمد على تكنولوجيا الرقمية التي تتضمن شبكات الاتصال الرقمية (الانترنت، الاكسترنات).

فمن خلال هذا التطور وفي سبيل الوصول إلى تقديم خدمات تساعد الفرد والمجتمع لجأنا إلى الجانب المصرفي بالخصوص لمعرفة أهم التحسينات التي تقدمها هذه التجارة للمصارف من خلال التطورات الحاصلة في خدماتها التي تجلب بها العملاء وتكسبهم، من خلال توفير خدمات مميزة من بطاقات ائتمانية متطورة وأنظمة لدفع الكترونية تواكب التكنولوجيا تتماشى بتطورات الحاصلة.

الكلمات المفتاحية:

التجارة الالكترونية — الخدمات المصرفية — البنك.

2. باللغة الإنجليزية :

Abstract :

the International Trade appeared when a lot of Different changes Happened in varios domains of life. that covered changes of economic space, organisations structure, the clients behaviours, the various activities of the government of most countries and societies... etc.

The use of technology information and communication and increased reliability to the emergence of the so-called digital revolution and the digital economy has resulted in a term that refers to an economy that relies on digital technology, which includes digital communication networks (Internet, Extranet).

It is through this development in order to reach to provide services to help the individual and the community turned to the banking side in particular to see the most important improvements offered by this trade banks through changes in the services that bring their clients and cultivate developments, through the provision of special services of a sophisticated credit card systems and electronic payment keep pace with technology developments taking place in line.

key words:

The electronic trade, services, technology, bank.

المحتويات

الصفحة	العنوان
	الإهداء
	شكر وعرفان
	ملخص الدراسة
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
	قائمة الملاحق
أ- و	مقدمة
27-07	الفصل الأول التجارة الإلكترونية
08	تمهيد
09	المبحث الأول: ماهية التجارة الكترونية
09	المطلب الأول: نشأة ومفهوم التجارة الالكترونية
12	المطلب الثاني: خصائص وأهمية التجارة الالكترونية
13	المطلب الثالث: فوائد ودوافع التجارة الالكترونية
16	المبحث الثاني: التوجه إلى التجارة الالكترونية
16	المطلب الأول : من التجارة التقليدية إلى التجارة الالكترونية
17	المطلب الثاني: متطلبات تطبيق التجارة الالكترونية
19	المطلب الثالث: التجارة الالكترونية ومعطيات القانونية
20	المبحث الثالث: التجارة الالكترونية في الاقتصاد الرقمي
20	المطلب الأول: أثر التجارة الالكترونية على الاقتصاد
22	المطلب الثاني: الأمن في التجارة الالكترونية
24	المطلب الثالث: تحديات التجارة الإلكترونية
27	خلاصة الفصل

الفصل الثاني الخدمات المصرفية

29	تمهيد
30	المبحث الأول: ماهية الخدمة المصرفية
30	المطلب الأول: نشأة وتطور الخدمة المصرفية
31	المطلب الثاني: تعريف وخصائص الخدمة المصرفية
33	المطلب الثالث: التصنيف العام للخدمة المصرفية
35	المبحث الثاني: ماهية الخدمة المصرفية التقليدية
35	المطلب الأول: أنواع الخدمات المصرفية التقليدية
38	المطلب الثاني: أنواع وأشكال وسائل الدفع التقليدية
39	المطلب الثالث: دوافع التحول نحو الصيرفة الالكترونية
40	المبحث الثالث: ماهية الخدمة المصرفية الالكترونية
40	المطلب الأول: مفهوم البنوك الالكترونية وخصائصها.
42	المطلب الثاني: قنوات التوزيع الالكترونية.
44	المطلب الثالث: وسائل ونظم الدفع الالكترونية
47	خلاصة الفصل

الفصل الثالث دراسة حالة بنك التنمية المحلية

49	تمهيد.
50	المبحث الأول: تقديم عام لبنك التنمية المحلية
50	المطلب الأول: نشأة بنك التنمية المحلية وكالة الوادي
52	المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لبنك التنمية المحلية ومهامه
56	المبحث الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في بنك التنمية المحلية وكالة الوادي
56	المطلب الأول: وسائل الدفع الإلكترونية في بنك التنمية المحلية وكالة الوادي
64	المطلب الثاني: أنظمة تحويل المبالغ الكترونيا في بنك التنمية المحلية وكالة الوادي
66	خلاصة الفصل
71-67	الخاتمة

قائمة المراجع

الملاحق

فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	إستعمالات بطاقة فيزا كارد في بنك التنمية المحلية لوكالة الوادي	60

فهرس الأشكال

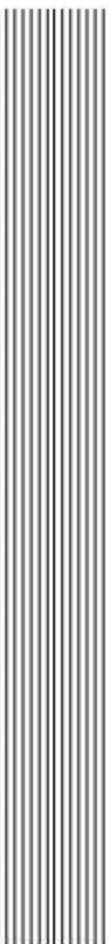
رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
1-1	تدفق البيانات عبر الانترنت النص-الصورة-والصوت	10
3-1	الهيكل التنظيمي بنك التنمية المحلية وكالة الوادي - 367 -	53
3-2	بطاقة CIB الخاصة ببنك التنمية المحلية	55
3-3	بطاقة CIB CARD CLASSIC الخاصة ببنك التنمية المحلية	56
3-4	بطاقة CIB CARD GOLD الخاصة ببنك التنمية المحلية	56
3-5	دفتر حساب التوفير الممغنط الخاص ببنك التنمية المحلية.	58
3-6	بطاقة VISA CARD الخاصة ببنك التنمية المحلية	59
3-7	شعار خدمة المونيغرام الخاصة ببنك التنمية المحلية	63

فهرس الرموز والمصطلحات

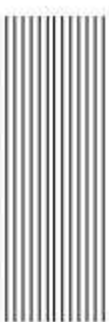
رقم الرمز/المصطلح	الاسم	الصفحة
الاونستيرال	اللجنة منبقة عن الأمم المتحدة والمتخصصة بالقانون التجاري الدولي المعروفة باسم UNCTRRAL.	19
TCP/IP	بروتوكول التحكم في الإرسال وبروتوكول الإنترنت .	23
(B2C).	الاتصال والتبادل بين الشركات التجارة بين الشركات وتعتبر من اشكال التجارة الالكترونية	27
(B2C)	الاتصال والتبادل بين الشركة والزبائن	27

قائمة الملاحق

رقم الملحق	عنوان الملحق
1	نموذج طلب بطاقة visa card
2	نموذج عقد تأمين حاملي visa card
3	نموذج طلب الاشتراك خدمة e-banking 1-3. بالنسبة للشركات 2-3. بالنسبة للمحترفين 3-3. بالنسبة للأشخاص العاديين
4	نموذج الإستفادة من خدمة e-banking
5	مراحل وخطوات التسجيل في خدمة ما قبل التوطين pré-domiciliation
6	سيرورة عمل المقاصة الإلكترونية



مقدمة



مُتَكَمِّمَة

1- تمهيد :

نشأت المصارف التجارية تزامنا مع ظهور النقود الورقية، ومن ثم فإن الشكل الأول والبدائي للبنوك التجارية هو الصراف أو الصيرفي الذي كان يتعامل ببيع وشراء العملات الأجنبية ومبادلتها بعملات وطنية، حيث كان التعامل سابقا يتم بالنقود المعدنية التي تتطلب التأكد من وزنها ومن عيارها.

وهكذا برزت أنشطة البنوك من خلال تطور نشاط الصيرافة و الصاغة الذين كانوا من أكثر المستفيدين من ذلك حيث كانوا يقبلون إيداع النقود مقابل إيصالات إيداع حيث لقيت قبولا في التداول وفاء للالتزامات المطلوبة من حاملها والتي تطورت فيما بعد إلى ما يسمى بالشيكات، ثم أخذ هؤلاء الصاغة والصيرافة يتقاضون عمولة من المودعين لقاء الحفظ الأمين كما أخذوا يتصرفون بجزء من الودائع التي لديهم بالاقتراض مقابل فائدة يتقاضونها بعد أن لاحظوا أنه لا يتم سحب الودائع كليا إذ أن جانبها كبيرا من هذه الودائع يظل راكدا دون أن يسحب.

لذلك فقد فكر الصراف في اقتراضها ومن هنا أخذ البنك في شكله الأول يدفع فوائد إلى أصحاب الودائع لتشجيع المودعين، فبعد أن كان العرض من عملية الإيداع هو حفظ المادة الثمينة من السرقة والضياع أصبح المودع يتطلب للحصول على فائدة، لذلك تطور البنك في مجال تلقي الودائع مقابل فائدة وتقديم القروض بناء على هذه الودائع لقاء فائدة كذلك، وعائد البنك يتمثل في الفرق بين الفائدة التي يتقاضاها على القروض والفائدة التي يدفعها لأصحاب الودائع.

حيث كانت نشأة أول بنك تجاري سنة 1517 بالبندقية ثم بنك أمستردام 1609م، وبعدها بدأت تنتشر البنوك في مختلف أنحاء العالم، وبدأ كل مصرف يزاوّل نشاطه المصرفي من قبول ودائع ومنح قروض، ثم طور من خدماته شيئا فشيئا إلى أن ظهرت الانترنت سنة 1971، وتطورت عبر مراحل عديدة ومعها تطورت الاستخدامات الالكترونية إلى أن أصبحت الوسيلة الأكثر تفاعلية بالصورة والصوت، فالإستخدام الأول للانترنت كان لأغراض أكاديمية وعسكرية ليتحول إلى الأغراض التجارية ومعها تحقيق الإستخدام الأوسع عبر العالم.

إن الانترنت كشبكة عالمية واسعة، شكلت بقدراتها وخصائصها مجالا عظيما لأعمال عامة وللتجارة خاصة، ففتحت المجال الأكثر كفاءة ومرونة في انبثاق نماذج الأعمال التجارية الجديدة، وأصبحت فعلا البنية التحتية للتجارة الإلكترونية في تنفيذ كل العمليات التجارية التقليدية أو المادية المجردة عن طريق شبكة الانترنت ولتسهيل

هذه العملية يتحتم على المصارف مواكبة العصرنة من خلال إدخال الانترنت في شتى معاملاتها المصرفية و إنتاج وسائل دفع الكترونية تسمح بممارسة تطبيقات التجارية الالكترونية.

وعلى الرغم من المجهودات المبذولة في الاستفادة من تطبيقات التجارة الالكترونية في تحسين نوعية الخدمات المصرفية، إلا أن التفاوت بين الدول العربية في استخدام الانترنت وثقافة المجتمع المعلوماتي والتأخر التكنولوجي، والجزائر واحد منها، حال دون تفعيل الانترنت كوسيلة للتبادل والتكامل الاقتصادية.

2- الإشكالية:

مع ظهور الانترنت وزيادة الخيارات وانفتاح الأسواق العالمية الالكترونية وزيادة رغبات الزبون الأمر الذي لا يمكن التحكم فيه، لذلك تسعى المصارف إلى تحسين من نوعية خدماتها بأحدث الطرق التي تتناسب مع العصر الراهن، ولكن هذا يتطلب مجهودات.

ومن هنا نبعت الإشكالية التالية:

- ما مدى مساهمة تطبيقات التجارة الإلكترونية في تحسين نوعية الخدمة المصرفية ؟

ولتوضيح الإشكالية تم طرح الأسئلة الفرعية التالية:

أ- ما هي أهم المبادئ التي تقوم عليها التجارة الإلكترونية حتى تحسن من نوعية الخدمة المصرفية؟

ب- هل المنظومة المصرفية الجزائرية ملزمة بإتباع تطبيقات التجارة الالكترونية ؟ وماهي الأساليب والوسائل التي تطبقها البنوك لتحسين خدماتها المصرفية في ظل التجارة الالكترونية؟

ج- ما مدى إهتمام بنك التنمية المحلية -وكالة الوادي- بتحسين نوعية خدماته عن طريق الإعتماد على التجارة الإلكترونية ؟

3- فرضيات الدراسة:

للإجابة على الأسئلة الفرعية نقترح الفرضيات التالية:

أ- تحسين نوعية الخدمة المصرفية في ظل مواكبة التجارة الالكترونية يلزم على بنوك تهيئة بنية تحتية مؤهلة، وتوفير كوادر بشرية متطورة، وتطبيق جميع أنظمة و أساليب الأمن في الموقع الالكترونية.

ب- التجارة الالكترونية ألزمت المصارف التعامل بها لمواكبة المنافسة القائمة بين البنوك، وتحسبا لانضمام في المنظمة العالمية للتجارة؛ إن تطبيق البنوك لوسائل وأساليب أكثر حداثة يؤدي إلى تحسين نوعية الخدمة المصرفية وجذب اكبر للعملاء.

ج- يظهر إهتمام بنك التنمية المحلية وكالة الوادي بتحسين خدماته جليا بالإعتماد على التحسينات المستمرة في

مجال التجارة الإلكترونية والخدمات البعدية عموما.

4- أسباب اختيار موضوع :

- أ- أنه يتناسب مع تخصصنا، خاصة مع التطورات الحاصلة في الخدمات المصرفية .
- ب- التعرف على آخر ما توصلت إليه المصارف من تطورات وأهم خدمات التكنولوجيا المقدمة، ومعرفة مكانة ومركز البنوك الجزائرية من الاستفادة من التكنولوجيا.
- ج- موضوع التجارة الإلكترونية يعد موضوعا مهما نظرا لعصر العولمة الذي يلزم استخدام التكنولوجيا في مختلف المعاملات.
- د- رغبة المتعاملين في توفير خدمات أكثر سرعة وأقل تكلفة.

5- أهمية الدراسة:

أدى التطور السريع والانتشار المتزايد لاستخدام تقنيات التجارة الإلكترونية إلى قيام العديد من الدول باتخاذ المبادرات التي تهدف إلى سرعة تنظيم التعامل وفق هذا النمط الجديد من أنماط التجارة، ومن أبرز المؤشرات على تزايد أهمية التجارة الإلكترونية ما شهدته السنوات الماضية من زيادة مضطردة في حجم ومعدلات نمو التجارة الإلكترونية.

ومن هنا نبعت أهمية الدراسة الحالية حيث أصبح للتجارة الإلكترونية تأثيرات جوهرية على أسلوب إدارة الأنشطة الاقتصادية وممارسة الأعمال التجارية وما يتصل بها من خدمات.

6- أهداف الدراسة:

- يهدف هذا البحث من خلال وجهة نظرنا إلى النقاط التالية:
- مواكبة العصر وتطوير الخدمات المصرفية بما يتطابق مع متطلبات تطبيقات التجارة الإلكترونية.
 - تلبية رغبات الأفراد المتزايدة، وهو الشعور الذي لا يمكن التحكم فيه، مع زيادة الخيارات و إنفتاح الأسواق العالمية عبر الانترنت.
 - محاولة إيجاد حلول للقضاء على عمليات تبيض الأموال.
 - رغبتنا في معرفة آخر التطورات التكنولوجية المطبقة في البنوك الجزائرية، ومعرفة نسبة مدى قبولها من طرف المتعاملين، وأهم الخدمات الإلكترونية المقدمة.

7- الدراسات السابقة:

- إعتدنا في دراستنا على مجموعة من الدراسات من كتب، رسائل، أطروحات، مقالات، مجلات وحتى جرائد الكترونية.

من خلالها سنقدم أهم ما تم الاعتماد عليه:

دراسة (خولة فرحات، 2008): بعنوان أثر التجارة الالكترونية على تحسين نوعية الخدمة المصرفية، دراسة حالة البنك الالكتروني، مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص إدارة أعمال، تدور إشكالية البحث حول: كيف تستفيد البنوك من التغيرات التي تفرضها تطبيقات التجارة الالكترونية على الأنشطة المصرفية، أين انطلقت الباحثة من فرضية: أن الاندماج ضمن الاقتصاد الجديد يدفع بالبنوك إلى تقديم خدمات ومنتجات جديدة من أجل ترسيخ فكرة جيدة، عميل وفي، وتدعيما للمركز التنافسي على المستوى المحلي والدولي، ومن النتائج المتوصل إليها أن تطور التجارة الإلكترونية يتحتم وجود بنية تحتية ضرورية ونقصد بها المنظومة المصرفية، والتي مازالت بعيدة عن المستوى العالمي الذي بدأ يتحدث عن الجيل الثاني للتجارة الإلكترونية.

دراسة (نادية عبد الرحيم، 2011): البحث في أطروحة ماجستير في العلوم الاقتصادية الذي جاء بعنوان تطور الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل نشاط الاقتصادي، دراسة حالة الجزائر، تدور إشكالية البحث حول: كيف كان أثر تطور الحاصل في الصناعة المصرفية والخدمة المصرفية بشكل خاص على نشاط اقتصادي بإعتبار أن الجهاز المصرفي ذو أهمية كبيرة في اقتصاديات الدول، أين انطلقت الباحثة من فرضية إن تطور الخدمة المصرفية مرتبط بتطور الهيئة المقدمة للخدمة المصرفية ألا وهي المصارف ومدى إستخدام هذه المصارف لما تقدمه التكنولوجيا الحديثة من إبتكارات؛ ومن النتائج التي توصلت إليها الباحثة: يجب أن تستجيب الخدمات المصرفية المقدمة من قبل الأجهزة المصرفية إلى التطور الحاصل في النشاط الاقتصادي والمجتمع ككل أين تجد تطورها الطبيعي، هذا لكي تتمكن من القيام بالدور الذي وجدت من أجله، ألا وهو إستجابة لهذه المتطلبات وتفعيل هذا النشاط للارتقاء بالمجتمع.

8- الإطار الزمني والمكاني:

لقد تمت دراستنا في بنك التنمية المحلية -BDL- وكالة الوادي الذي يتجاوب مع موضوع دراستنا حيث يضم العديد من الخدمات المصرفية الإلكترونية الحديثة، والذي مازال يحسن ويطور من تلك الخدمات حتى يتجاوب مع التطور الحاصل في المنظومة المصرفية العالمية.

وقد إرتأينا أن تكون دراستنا ممتدة في الفترة بين سنتي 2000 و 2015، وهي الفترة التي شهد فيها بنك

التنمية المحلية على غرار البنوك الجزائرية التحسينات والتحديثات على الخدمات المصرفية حتى تتجاوب والطلب المحلي في إطار التجارة الإلكترونية.

9- المنهج المستخدم :

بغية الإجابة على إشكالية البحث و إثبات مدى صحة الفرضيات تم إعتماها على المنهج الوصفي التحليلي فيما يخص الجانب النظري، بإعتباره ملائما لتقرير الحقائق وفهم المكونات الدراسة؛ و إستخدام المنهج وصفي تاريخي ومقابلة الشخصية لمدير الوكالة لاستعراض أهم محطات بعض المتغيرات المتعلقة بالدراسة. كل هذا من خلال الاستعانة بالمراجع العربية والفرنسية و أوراق بحثية وملتقيات علمية وبيانات صادرة من الوكالة.

10- صعوبات الدراسة:

- لا يخلو إنجاز أي بحث من مواجهة صعوبات او مصادفة بعض العقبات ، منها على الخصوص:
- صعوبة الحصول على المراجع المتخصصة في مجال البنوك الإلكترونية.
- تشعب الموضوع و اتساعه مما أوجد صعوبة التحكم فيه.
- شح المعلومات المقدمة من طرف البنك.
- انصداما بعدم وجود متطرقنا إليه في القسم النظري وبما هو عليه في القسم التطبيقي، وهذا سبب لنا عرقلة كبيرة في وضع معلومات كافية في القسم التطبيقي .
- تعلقنا بالوكالات المحلية رغبتا منا لمعرفة درجة عمل الوكالات لتطوير المنظومة المصرفية، وفضولا منا لمعرفة سبب تدهور حالة البنوك الجزائرية، مما سبب لنا عدم القدرة على وضع الإحصائيات اللازمة والكافية.

11- محتوى الدراسة :

للإجابة على الأسئلة المطروحة في إشكالية البحث، و بإستخدام الأسلوب الوصفي يتم حصر المقاربة النظرية في فصلين، حيث يضم الفصل الأول ثلاث مباحث يتطرق المبحث الأول إلى ماهية التجارة الالكترونية، أين حاولنا توضيح نشأة ومفهوم التجارة الالكترونية وأهم الخصائص المميزة لها، وأهمية التجارة الالكترونية وفوائدها ودوافعها. أما المبحث الثاني فقد تعرضنا فيه للتوجه التجارة الالكترونية حيث تم التطرق التجارة التقليدية ومتطلبات تطبيق التجارة الالكترونية وكما عرضنا أهم المعطيات القانونية، أما المبحث الثالث فربطنا التجارة الالكترونية بالاقتصاد الرقمي و تعرفنا على آثارها وطرق الأمن في التجارة الالكترونية وتحدياتها.

الفصل الثاني: تم فيه طرح ماهية الخدمة المصرفية من نشأة إلى مراحل التطور والتصنيف العام لها، أما في المبحث

الثاني جاء فيه أهم أنواع وأشكال الخدمات المصرفية التقليدية ووسائل الدفع ودوافع التحول نحو الصيرفة الالكترونية، والمبحث الثالث تطرقنا إلى ماهية الخدمة المصرفية الالكترونية حيث تم التعرف فيه على البنوك الالكترونية وخصائصها وقنوات التوزيع التي تمر خلالها الخدمة ووسائل ونظم الدفع الالكترونية. وفي الأخير تأتي المقاربة التطبيقية التي خصصناها في آخر فصل في هذه الدراسة وهو الفصل التطبيقي، الذي تطرقنا فيه لدراسة حالة بنك التنمية المحلية وكالة الوادي للاطلاع على نوعية الخدمات المقدمة ومدى جودتها وكيفية تحسينها من خلال التجارة الالكترونية.

الفصل الأول

1

التجارة الإلكترونية



تمهيد:

في هذا العصر الرقمي الذي ينتشر فيه الإنترنت انتشارًا هائلًا، شاع مفهوم التجارة الإلكترونية التي تُتيح العديد من المزايا، فبالنسبة لرجال الأعمال أصبح من الممكن تجنُّب مشقَّة السفر للقاء شركائهم وعُملائهم، وأصبح بمقدورهم الحُدُّ من الوقت والمال للترويج لبضائعهم، وعرضها في الأسواق. أمَّا بالنسبة للزبائن، فليس عليهم التنقُّل كثيرًا للحصول على ما يريدونه، أو الوقوف في طابور طويل، أو حتى استخدام النقود التقليدية؛ إذ يكفي اقتناء جهاز كمبيوتر، وبرنامج مستعرض للإنترنت، واشتراك بالإنترنت. ولا تقتصر التجارة الإلكترونية (E-Commerce) كما يظنُّ البعض على عمليات بيع وشراء السلع والخدمات عبر الإنترنت؛ إذ إن التجارة الإلكترونية منذ انطلاقتها كانت تتضمن دائمًا معالجة حركات البيع والشراء، وإرسال التحويلات المالية عبر شبكة الإنترنت، ولكن التجارة الإلكترونية في حقيقة الأمر تنطوي على ما هو أكثر من ذلك بكثير.

سنتطرق في هذا الفصل إلى ماهية التجارة الإلكترونية من نشأة إلى التطور وسنتحدث عن بعض خصائصها وفوائدها المختلفة بعدها نتطرق إلى المتطلبات الواجب إتباعها لتطبيق التجارة الإلكترونية لسييل الوصول للخدمات التي تقدمها هذه التجارة في تحسينها للخدمة البنكية، كما يلي:

المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية؛

المبحث الثاني: التوجه إلى التجارة الإلكترونية؛

المبحث الثالث: التجارة الإلكترونية والاقتصاد.

المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية

سنتناول في المبحث الأول من الفصل الأول نشأة التجارة الإلكترونية ومفهومها والخصائص المميزة لها التي تدفعنا إلى معرفة أهمية هذه التجارة ودوافعها.

المطلب الأول: نشأة ومفهوم التجارة الإلكترونية

أولاً- نشأة التجارة الإلكترونية:

استطاعت البشرية في اقل من قرن من الزمان وبفضل التقدم الهائل في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أن تنتقل من عصر الثورة الصناعية إلى عصر ثورة العلم والتكنولوجيا.

فلا يمكن الحديث عن نشأة التجارة الإلكترونية إلا من خلال الحديث عن نشأة الإنترنت حيث برز الإنترنت إلى الوجود تلبية لحاجة الجامعيين لتبادل المعلومات مع الآخرين، وكذا إرادة الجيش الأمريكي لوضع شبكة لامركزية تقاوم هجوما ذرياً، والباحثون على عكس ذلك وحاجتهم للدخول بسهولة إلى بنك عالمي للمعلومات.

ثم أدركت المؤسسات الاقتصادية الأهمية البالغة للحصول على موقع على الإنترنت، هذا الموقع الذي يعتبر بالنسبة لها حيزاً لعرض بياناتها، فها رسها بشكل حي من خلال عرض المتوجات والخدمات التي تقدمها، وهذا يعني أن الإنترنت كان ركيزة إعلامية حديثة تركز تجارة تعكس هذا التطور تتمثل في التجارة الإلكترونية.¹

بحيث يعود ظهور التجارة الإلكترونية إلى بداية السبعينات في مجال البنوك والعمليات المصرفية بهدف استعمالها في تحويل الإلكتروني للأموال، وفي بداية الثمانينات أصبح التبادل الإلكتروني للبيانات هو وسيلة تبادل بين الشركات بهدف رفع كفاءة العمل الإلكترونية، بحيث وضح بأن التجارة الإلكترونية اشتمل من التجارة عبر الانترنت لان الأخير تعتمد فقط على المبادلات التجارية التي تتم عبر شبكة الانترنت.²

ويوضح أيضاً (الطيبي) بأن هناك زبائن أو عملاء من نوع مختلف ولهم سمات تختلف عن العملاء أو الزبائن السابقون بأنهم ذوي ثقافة عامة عالية من خلال ما وجد في حياتهم من تعليم وانتشار مدارس وجامعات وكذلك ثقافة الكمبيوتر في مختلف المستويات، ولذلك لبد من استخدام تقنيات جديدة.

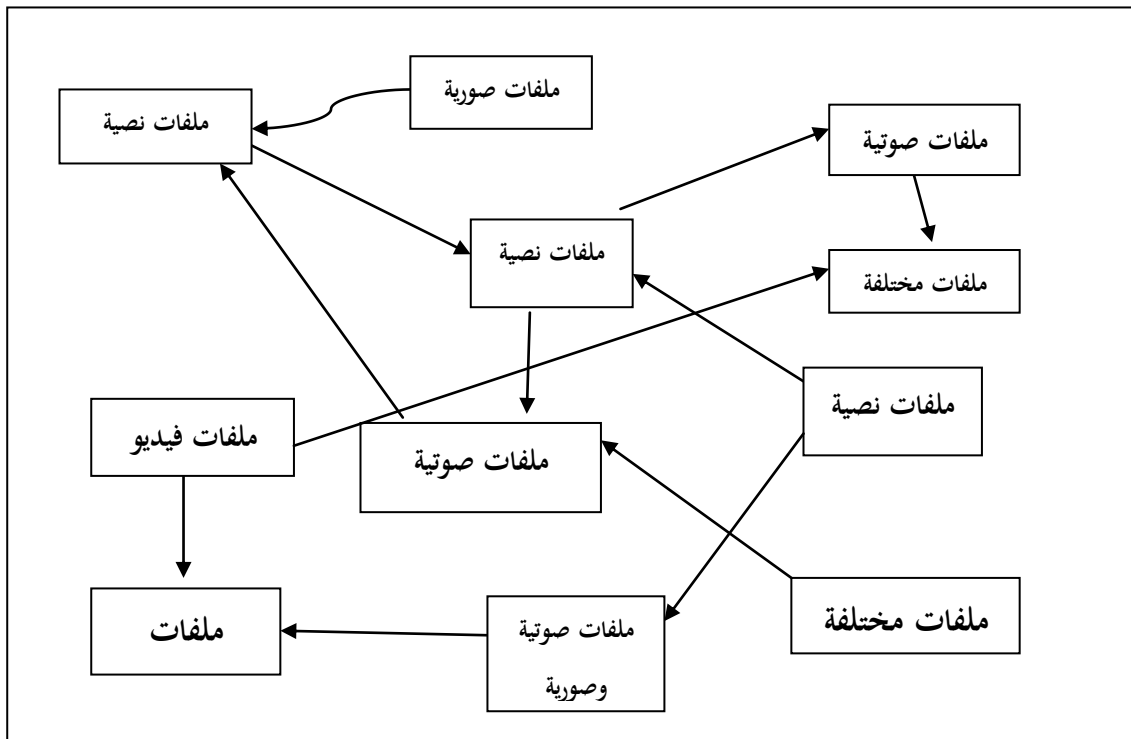
¹ أيمن سعد: مقدمة للتجارة الإلكترونية وتطوراتها، ورقة عمل مقدمة في ندوة اثر التجارة الإلكترونية العالمية على اقتصاديات البلدان العربية، جمهورية مصر العربية، أكتوبر 2010، ص149.

² منير نواري وإبراهيم جملط: مدخلة حول متجر سوق كوم الافتراضية كمؤشر لنجاح التجارة الإلكترونية في دولة الإمارات، ملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، عرض التجارب الدولية، الجزائر، يومين 26-27، ص4.

كالانترنت والكمبيوتر وغيرها في عملية التخاطب وعمليات الشراء والبيع لهم بأقل تكلفة وأقل وقت وأيضا تكون مناسبة لهم لذلك نبعت هته الفكرة لتغطي متطلباتهم.

فمن خلال الشكل الأتي يمكن توضيح الفكرة التي قامت من عليها التجارة الالكترونية لكي يتم التدفق الالكتروني.¹

شكل 1-1 يوضح تدفق البيانات عبر الانترنت النص-الصورة-والصوت



المصدر : خضر مصباح الطيطي: التجارة الالكترونية والأعمال الالكترونية من منظور تقني تجاري وإداري، دار حامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى 2010، ص 29.

ثانيا- مفهوم التجارة الالكترونية:

1- يمكن القول انه لا يوجد تعريف جامع للتجارة الالكترونية فالمعنى العام يتمحور حول ذلك النشاط الذي يتم عبر شبكة الكترونية تمثل شبكة عنكبوتية المنيئل ويقصد بها نظام التليفوني المتفاعل أو عبر علاقات خاصة والكترونية التي تتم مابين الحاسوب وحاسوب باستثناء الصفقات التي تتم عبر وسائل غير تفاعلية مثل الفاكس والهاتف.²

¹ خضر مصباح الطيطي: التجارة الالكترونية والأعمال الالكترونية من منظور تقني تجاري وإداري، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى 2010، ص 29-35.

² مغازي عبد الرحمن: اثر التجارة الالكترونية على المنتجات، ورقة عمل في مؤتمر التجارة الالكترونية... بلا حدود، عمان، ديسمبر، 2010، ص 51.

2- تعرفها المنظمة العالمية للتجارة على أنها توزيع السلع والخدمات وتسويقها بالوسائل الإلكترونية وهي برأي Reynolds Ellis et Korper (2001) مجرد وسيط لبيع المنتجات، الخدمات والمحتويات على الانترنت أما Reynolds (2004) فيرى أنها منصة يلتقي عليها، التي يتم عليها تجربة طرق جديدة لبيع وتوزيع وابتكار السلع والخدمات الكترونيا.¹

3- هي تنفيذ وإدارة الأنشطة التجارية المتعلقة بالبضاعة والخدمات بواسطة تحويل المعطيات عبر شبكة الانترنت* أو الأنظمة التقنية الشبيهة.²

4- هي عملية بيع وشراء ونقل أو تبادل المنتجات (السلع والخدمات والمعلومات) وغيرها من أنواع التعاملات التجارية (إبرام مختلف أنواع العقود والصفقات التجارية الإلكترونية) والتي تتم الكترونيا عبر شبكة المعلومات الدولية (باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات) سواء بين المنظمات بعضها ببعض (المنظمات المختلفة، منظمات التسويق أو التوزيع أو الإعلان)، أو بين المنظمات وبين زبائنهم، أو بين المنظمات والجهات الحكومية.³

5- هي أيضا تنفيذ وإدارة الأنشطة التجارية المتعلقة بالبضاعة والخدمات بواسطة تحويل المعطيات عبر شبكات الانترنت، وفي الواقع التطبيقي فإن التجارة الإلكترونية تتخذ أنماط عديدة، كعرض البضائع والخدمات عبر الانترنت وإجراء البيع بالوصف عبر مواقع الشبكة العالمية مع إجراء عمليات الدفع النقدي بالبطاقات المالية أو بغيرها من وسائل الدفع، والقيام بأنشطة تزويد والتوزيع عبر الوكالة التجارية عبر الانترنت وممارسة الخدمات المالية.⁴

6- من خلال التعريفات السابقة ومن خلال ما اطلعنا عليه يتضح لنا أن مفهوم التجارة الإلكترونية باختصار عبارة عن تقديم خدمات أو مجموعة من السلع عن طريق شبكة الانترنت بحيث تتكون من ثلاث أطراف على الأغلب البائع أو المؤسسات المالية، الزبون أو العميل، والبنك. بحيث يشترط وجود أنظمة تكون مرتبطة بشبكة الانترنت لدى الأطراف الثلاث على أن يكون العميل والمؤسسات المالية لديهم حساب في ذلك البنك لكي تتم عملية التزويد أو الاستفادة.⁵

¹ عماد علي السويح: دور التجارة الإلكترونية في خلق مزاي تنافسية، ورقة عمل في مؤتمر التجارة الإلكترونية... بلا حدود، عمان، ديسمبر، 2010، ص30.

² عدل رجب الزنداح وأسامة إبراهيم الأزرق: أثر التجارة الإلكترونية على مهنة المحاسبة والمراجعة، ورقة عمل مقدمة في مؤتمر التجارة الإلكترونية... بلا حدود، عمان، ديسمبر 2010، ص11.

* بشكل عام إلى ثلاثة أنواع من الأنشطة: الأول خدمات ربط أو دخول الانترنت وما تتضمنه خدمات الربط من خدمات ذات محتوى تقني، والثاني التسليم أو التزويد التقني للخدمات، والثالث استعمال الانترنت كوسيلة لتوزيع الخدمات وتوزيع البضائع.

³ محمد عبد حسين الطائي: التجارة الإلكترونية (المستقبل الواعد للأجيال)، دار الثقافة للنشر والتوزيع عمان الأردن، الطبعة الأولى 2013، ص ص 15-18.

⁴ دميثان المجالي وأسامة عبد المنعم: التجارة الإلكترونية، دار وائل للنشر عمان، الطبعة الأولى، 2013، ص11.

⁵ من إعداد الطالبتين، إعتقادا على المراجع سابقة الذكر.

المطلب الثاني: خصائص وأهمية التجارة الإلكترونية

تمتلك التجارة الإلكترونية مجموعة من السمات أو الخصائص التي تجعلها متميزة عن التجارة التقليدية كما أنها تتطلب تواجد بيئة تنظيمية وتشريعية تختلف عن تلك التي تنظم في التجارة التقليدية، ومن هذه الخصائص سنلجأ إلى ذكر الأهمية.

أولاً- الخصائص التجارية الإلكترونية:

تختلف خصائص التجارة الإلكترونية باختلاف وجهات النظر بحيث سنذكر هنا أهم الخصائص:¹

1-الطابع العالمي للتجارة الإلكترونية:

من خلال موقع تجاري على شبكة المعلومات الدولية تستطيع أي شركة أن تصل إلى أسواق ومستخدمي الشبكة عبر العالم كله، وكذلك يمكنها إدارة المعاملات التجارية من خلال موقعها الأمر الذي سيحقق في النهاية إلى عوامة المنتجات.

2-تطوير وحدات الأعمال في اتجاه تكنولوجيا:

يكون لتجارة الإلكترونية اثر كبير على الخطط معظم وحدات الأعمال، لتصبح هذه التكنولوجيا مألوفة لدى هذه الوحدات على نحو سريع من خلال تعلم وفهم تلك الوسائل التكنولوجية فهما كاملا إلى جانب فهم قوتها لإعادة تشكيل علاقاتها مع العملاء.

3-غياب المستندات الورقية في التجارة الإلكترونية:

خاصية أخرى تضاف للتجارة الإلكترونية حيث أنه بالإمكان إتمام صفقة تجارية كاملة بمختلف مراحلها بدءا من التفاوض وحتى عملية التسليم من دون تبادل مستندات ورقية، بحيث أيضا تم وضع قانون يعطي صفة شرعية للمحركات والعقود الإلكترونية والوفاء بالبنود الإلكترونية لعدم الوقوع في مشاكل في عمليات التثبيت.

4-التعامل من دون التعرف على هوية المتعاملين:

سهلت هذه الخاصية على أن تكون هناك علاقة مباشرة بين البائع والمشتري على عكس ما كان يتم في العمليات التجارية التقليدية، وعلى الرغم من هذه التسهيلات إلا أنه أيضا يوجد بعض المشاكل فيها، فلذا وجدت الكثير من الجهود من أجل الحفاظ على الخصوصية وتوفير الأمان والنزاهة في المعاملات التجارية من أبرزها نظام التشفير.

¹ محمد عمر الشويرف: التجارة الإلكترونية (في ضل النظام التجاري العالمي الجديد)، دار الزهران للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2013، ص 63-66.

5- خصائص أخرى نذكر منها:¹

- الإعلانات عن السلع والخدمات؛
- سداد الالتزامات المالية ودفعها؛
- الدعم الفني للسلع التي يقتنيها الزبون؛
- عقد صفقات وإبرام عقود؛
- توفير معلومات عن السلع والخدمات؛
- تبادل البيانات الكترونياً.

ثانياً- أهمية التجارة الإلكترونية:

يعتبر التوسع في استخدام المعاملات الإلكترونية في الأنشطة التجارية أمراً في غاية الأهمية لتمكين المؤسسات من تحقيق القدرة التنافسية لمنتجاتها محلياً وعالمياً، مما يؤدي إلى الحد من التعاملات النقدية في عملية الاستيراد والتصدير، أي أن التجارة الإلكترونية تتيح عمليات دعم المبيعات وخدمة العملاء.²

ونذكر أيضاً:³

- تعد وسيلة غير مسبقة للوصول إلى الأسواق؛
- تعمل على توفير المعلومات المناسبة في الوقت المناسب؛
- توفر الوقت والجهد في الحصول على السلع والخدمات والمعلومات؛
- تتعدى حاجز الزمان والمكان حيث يمكن التعامل معها 24 ساعة في اليوم وفي أي مكان في العالم.

المطلب الثالث: فوائد ودوافع التجارة الإلكترونية.

أولاً: فوائد التجارة الإلكترونية.

تتعدد أوجه الفوائد التي تحدثها أنشطة التجارة الإلكترونية، ولكونها عديدة نقتصرها كما يلي:

1- فوائدها للمنظمة:⁴

¹ بن عنية جلول وحواسني يمينة: مداخله بعنوان مفاهيم الأساسية حول الانترنت والتجارة الإلكترونية، ورقة عمل في مؤتمر التجارة الإلكترونية... بلا حدود، عمان، ديسمبر، 2010، ص10.

² اطلاع على <http://kenanaonline.com/users/ahmedkordy/posts/278279> في يوم 2016/02/14.

³ إياد زكي محمد أبو رحمة: أساليب تنفيذ عمليات التجارة الإلكترونية ونظم التسوية المحاسبية عنها (دراسة تطبيقية) على البنوك العاملة في قطاع غزة، رسالة ماجستير في المحاسبة والتمويل، جامعة الإسلامية غزة، كلية التجارة، 2009، ص33.

⁴ خيري مصطفى كنانة: التجارة الإلكترونية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الطبعة الأولى، 2009، ص 71- 76.

- أ- الوصول إلى أسواق العالمية: ساهمت للوصول إلى الأسواق الوطنية والعالمية دون انتظار سماح الدخول أو الحاجة إلى دفع رسوم للدخول بسهولة وسرعة للوصول إلى أفضل موردين بأسعار أقل؛
- ب- تحسين سلسلة التوريد: من خلال ربط المخزون بحاجات السوق وسرعة تلبية إحتياجات الزبائن؛
- ج- دعم الاختصاص بيع منتجات محددة: حيث بدأت تظهر مواقع الكترونية لبيع منتجات محددة؛
- د- تسويق أكثر فاعلية وأكثر أرباحا: يتيح اعتماد المنظمات على الانترنت في تسويق عرض منتجاتها في مختلف بقاع العالم، دون انقطاع طيلة ساعات اليوم مما يوفر لها فرصة أكبر لجني الأرباح.

2- فوائدها للزبائن وللمجتمع¹:

- أ- الحصول على منتجات وخدمات بأقل الأسعار؛
- ب- توفير مصادر جديدة للمنتجات والخدمات؛
- ج- تجنب الضرائب على المبيعات؛
- د- توفير المعلومات؛
- هـ- العمل عن بعد، دعم وتعزيز مستويات المعيشة (الرفاهية)، فتح أفاق جديدة للعالم الثالث، توفير الخدمات العامة (الخدمات الاجتماعية).

ثانيا- الدوافع²:

- 1- التسيير الفعال للمعاملات التجارية، من خلال تجاوز عائق الزمن والحواجز الجمركية؛
- 2- التبادل الإلكتروني للبيانات والوثائق، بدون تدخل بشري؛
- 3- تطوير أسواق جديدة، حيث يمكنها التمتع الاستراتيجي اللائق من إكتساب زبائن جدد؛
- 4- زيادة كفاءة استخدام الموارد المتاحة والوصول إلى مستوى عال من النجاعة في الإنتاج والتوزيع؛
- 5- التفاعل المتوازي في أن واحد بين أطراف المعاملات حيث يمكن أن يجتمع عدد كبير من المشاركين في أن واحد على موقع واحد.

6- دوافع أخرى نذكر منها³:

هناك العديد من العوامل المشتركة لدى المؤسسات والقطاعات التي تدفع إلى التجارة الإلكترونية:

¹ كتيب التجارة الإلكترونية قناة اليوم لإقتصاد المستقبل، مملكة البحرين، إدارة الصناعة والتجارة، إدارة التجارة الإلكترونية وتكنولوجيا المعلومات، النسخة العربية، إصدار رقم 2 فيفري 2014، مملكة البحرين، ص8. من الموقع : www.moic.gov.bh، فيفري 2016.

² محرز نور الدين ومريم صيد: نظام الدفع الإلكتروني ودوره في تفعيل التجارة الإلكترونية مع الإشارة إلى حالة الجزائر، ملتقى العالمي الدولي الرابع حول عصريّة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، عرض التجارب الدولية، الجزائر، يومي 26-27، 2011، ص12.

³ علي خلفي: محاضرة حول التجارة الإلكترونية وواقعها في العالم العربي، جامعة سعد دحلب بليدة، 2004 - 2005، ص ص 14-15 .

وهذا راجع إلى أن التجارة الإلكترونية ظهرت بالتدريج، وتطورها يكون حسب احتياجات قطاعات النشاطات المختلفة والتي تخلق دوافع للدخول في التجارة الإلكترونية.

ويمكن سردها في نقاط كما يلي:

أ- تسيير المعاملات التجارية:

إن التجارة الإلكترونية تسمح بتأدية جزء كبير من العمليات المختلفة والتي تدخل ضمن المعاملات التجارية العادية بين البائع والمشتري.

حيث تسمح الشيكات باختزال الزمن والمسافة مما يقلص الآثار السلبية للزمن والمسافة على الاقتصاد، وتشمل التجارة الإلكترونية على المعاملات المادية والغير مادية في نفس الوقت مما يسمح بتقليص التكاليف المتعلقة بكل أنواع المعاملات.

ب- الفعالية التجارية:

من أهم دوافع التجارة الإلكترونية القيام بالوصول إلى أعلى مستويات الإنتاج والتوزيع حيث أن اعتماد تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إطار الدعم والتطوير يسمح للمؤسسات بمواجهة التحديات المنتظرة في محيط تجاري عالمي.

كما أنه يمكن للمؤسسة من إنتاج معلومات حول معاملاتها والاحتفاظ بها بطرق آلية فتتم بذلك المعالجة والتوزيع بصفة سريعة كما يمكن أن تستعمل هذه المعلومات في تقييم السوق وتقييم مسارها وهذا ما يمكن أن تستعمله فيما بعد في التخطيط والتحسين.

المبحث الثاني: التوجه إلى التجارة الإلكترونية

في المبحث الثاني سنعرض ثلاث مطالب بحيث يرتبط كل مطلب بالآخر فستكلم في المطلب الأول على التجارة التقليدية بما ننتقل إلى التجارة الإلكترونية ومن ثم المطلب الثاني الذي يحتوي على أساسيات تطبيق التجارة الإلكترونية فمنها نصل إلى أهم القواعد القانونية المطبقة لسير هذه التجارة.

المطلب الأول: من التجارة التقليدية إلى التجارة الإلكترونية.

نجد في ظل التجارة التقليدية أن إتمام عملية البيع يعتمد وبشكل كبير على نوع العلاقة بين البائع والمشتري وعلى قدرة البائع في فرض الرغبة والقيمة أو الحاجة إلى زيادة المنتج من قبل المشتري، أما في التجارة الإلكترونية فإن إثارة رغبة المشتري تعتمد بشكل كبير على قوة وجهة المستفيد المتوافقة مع سلوكية البرمجيات الشخصية.¹ فعندما يكون الوكيل ملموسا والسلعة ملموسة والعملية ملموسة، فإن نوع التجارة سيكون تجارة تقليدية بحتة وعندما يكون الوكيل رقمي* والسلعة رقمية والعملية رقمية، فإن نوع التجارة ستكون تجارة إلكترونية بحتة، وإذا كان أحد العوامل الثلاثة رقمية والبقية ملموسة، فإنه سيكون هناك مزيج ما بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية ونطلق على هذا المزيج بالتجارة الإلكترونية الجزئية.²

وفي التجارة التقليدية لإثبات أي تعاملات ورقية وتوثيقها يتطلب توقيع خطي أو يدوي أما في التجارة الإلكترونية أصبح الإثبات بطرق إلكترونية سنتطرق لها بتفصيل في مطالب أخرى.³

للانتقال من التجارة التقليدية إلى التجارة الإلكترونية عوامل ضرورية لنجاحها ومراحل لتطبيقها، نذكرها كالآتي:

أولاً- مراحل انجاز عملية تجارية إلكترونية:

تقوم عملية التجارة الإلكترونية على مراحل متتالية نلخصها في النقاط التالية:⁴

1- تلقي الجواب من المؤسسة أو (الشركة)؛

2- دخول المستخدم إلى موقع التجارة الإلكترونية للشركة ما، قصد الاطلاع على معلومات خاصة

بالخدمات المعروضة؛

3- إمكانية تقديم طلب توضيح بخصوص بعض المنتجات (الخدمات) يتم بواسطة رسائل الكترونية؛

¹ محمد عبد حسن الطائي: التجارة الإلكترونية (المستقبل الواعد للأجيال)، مرجع سابق الذكر، ص22.

* يقصد بالرقمي كل عملية تمت عبر موقع الكتروني بواسطة الانترنت بإستعمال أرقام خاصة بدون وجود أي ملامسة .

² رشيد علام: عوائق تطور التجارة الإلكترونية في الوطن العربي دراسة حالة الجزائر، رسالة مقدمة ضمن نيل شهادة ماجستير في إدارة الأعمال، فرع التجارة الإلكترونية، الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي، 2009-2010، ص135.

³ سليم سداوي: عقود التجارة الإلكترونية دراسة مقارنة، دار الخلدونية لنشر والتوزيع الجزائر، الطبعة الأولى، 2008، ص79.

⁴ مغازي عبد الرحمن: اثر التجارة الإلكترونية على الأسعار المنتجات، ورقة عمل مقدمة في مؤتمر التجارة الإلكترونية بلا حدود، عمان، ديسمبر 2010، ص53.

4- اتخاذ قرار الشراء بإرسال طلب الشراء مع تحديد طريقة دفع قيمة ** المنتجات المشتراة.

ثانيا- عوامل نجاح التجارة الإلكترونية:

إن استخدام التقنية الإلكترونية في الأنشطة الاقتصادية عملية مرغوبة وضرورية، ولكن مخوفة بالمخاطر الفشل التي قد تضر بالوضع المالي للشركة وبسمعتها، ولذلك فقد حدد عدد من الباحثين *** في المجال أهم العوامل نذكر منها: ¹

- 1- يجب أن تكون تقنية الانترنت متكاملة كلياً في إستراتيجية شاملة للشركة أو (المؤسسات المالية)؛
- 2- الدعم من الإدارة العليا؛
- 3- شخصية الزبون؛
- 4- التسويق بسرعة؛
- 5- بنية تحتية سليمة للنظم؛
- 6- الرقابة الجيدة للتكاليف؛
- 7- تعليم وتدريب الجيد للإدارة والزبائن عن التجارة الإلكترونية؛
- 8- عرض السلع والخدمات ذات مستوى جيد؛
- 9- متابعة حصص السوق والمنافسين الجدد.

المطلب الثاني: متطلبات تطبيق التجارة الإلكترونية.

تتوافق وجهات النظر العديد من الدراسات حول شروط أو متطلبات التجارة الإلكترونية بحيث لبد من توفر ثلاث متطلبات كما يلي:

أولاً- البنية التحتية الإلكترونية:

تشمل البنية التحتية الداعمة للتجارة الإلكترونية ومن أبرز مكوناتها هي: قطاع تقنية المعلومات والاتصالات. وكذلك أجهزة الحاسوب وبرامج التطبيقات والتشغيل، وخدمات الدعم الفنية، ورأس مال ل مباشر المستخدم

** تشير هنا إلى تسوية العمليات التجارية الإلكترونية تتم بواسطة بطاقات اعتماد إلكترونية التي تسهل عمليات الدفع عن بعد إلا أن هناك تحفظ على استعمال هذه البطاقات لعدم وجود وسائل حماية كافية للصفقات التجارية الأمر الذي دفع إلى ابتكار طرق دفع جديدة تلائم التجارة الإلكترونية وأدى إلى نشوء ما يعرف بالبنوك الإلكترونية، ولا يخص الأمر بما يخص دفع قيمة المشتريات على بطاقات الائتمان بل تعداه إلى بطاقات شراء الذكية، والنقود الرقمية والنقود الإلكترونية.

*** منهم: Mougayar(1998) – (2001) Raisch – (2002) Turban.

¹ عماد علي السويخ: دور التجارة الإلكترونية في خلق ميزة تنافسية، ورقة عمل في مؤتمر التجارة الإلكترونية... بلا حدود، عمان، ديسمبر، 2010، ص 37 .

في الأعمال والتجارة الإلكترونية، وأيضا خدمة الشيك والربط بالانترنت ولبد من توفير البرمجيات والأدوات اللازمة في المعاملات التجارية كموقع الويب.¹

ثانيا- التشريعات والأنظمة للتجارة الإلكترونية:

وتشمل التشريعات والقوانين والقواعد التي تتلاءم مع طبيعة التجارة عبر الشبكة، وتمثل هذه التشريعات الإطار القانوني والتنظيمي الذي يضمن استمرار التجارة الإلكترونية وحماية حقوق الأطراف المتعاملة فيها؛

ثالثا-توفر الكوادر البشرية:

تشمل المتخصصين في قطاع تقنية المعلومات وشبكات الاتصال والانترنت والبرامج التطبيقية ذات العلاقة بالتجارة عبر الانترنت.²

رابعا-وتوجد متطلبات أخرى لتطبيق التجارة الإلكترونية، نذكر منها:³

1- السياسة الاقتصادية الملائمة:

يوجد اتفاق حول أهمية دور القطاع الخاص في قيام التجارة الإلكترونية ونموها فيتطلب من الحكومات إتباع سياسات اقتصادية تدعم هذا التوجه ومن أبرزها الامتناع عن فرض ضرائب على الرسائل الإلكترونية المتبادلة، وأيضا لبد أن تسعى الدولة على العمل ومساعدة على خفض التكلفة وزيادة في القيمة المضافة وتحرير الخدمات في مجال الاتصالات السلكية واللاسلكية.

2- تطور وتنويع الهيكل الاقتصادي:

لإنشاء تجارة إلكترونية يتطلب تعبئة مختلف القطاعات الاقتصادية المادية والخدمية وتوظيف تكنولوجيا المعلومات في خدماتها سواء في الإنتاج والتسويق والتوزيع والخدمات المرتبطة وكذلك الخدمات المستقلة.

3- الثقة والأمان:

لنمو التجارة الإلكترونية لبد من الثقة المتبادلة بين كل الأطراف الداخلة فيها وخاصة في ظل غياب التشريعات المنظمة لهذا النوع من التجارة.

¹ خيرى مصطفى كنانة: التجارة الإلكترونية، مرجع سابق الذكر، ص 69-70.

² إباد زكي محمد أبو رحمة: أساليب تنفيذ عمليات التجارة الإلكترونية ونظم التسوية المحاسبية عنها (دراسة تطبيقية)، مرجع سابق الذكر، ص 20.

³ محمد عمر الشويرف: التجارة الإلكترونية (في ظل النظام التجاري العالمي الجديد)، مرجع سابق الذكر، ص 96-97 .

المطلب الثالث: التجارة الإلكترونية ومعطيات القانونية.

تمارس التجارة الإلكترونية ضمن أطراف قانونية لا يمكن تجاوزها فممارستها بأدواتها الإلكترونية وهيمنتها على آلية تنفيذ النشاط تجاري في ميدان التجارة الإلكترونية خلق تحديا جديدا أمام النظم القانونية القائمة؛ وعلى هذا الأساس سنتطرق إلى أهم المعطيات القانونية الواردة بشأن التجارة الإلكترونية:

أولا- المعطيات القانونية:

لقد بدأ الاهتمام العالمي سواء على مستوى الشركات أو الأفراد أو الحكومات بهذا النوع من التجارة الإلكترونية يتزايد ويتطور يوما بعد يوم، الذي دفع اللجنة منبثقة عن الأمم المتحدة والمتخصصة بالقانون التجاري الدولي المعروفة باسم UNCTRAL والتي تتكون من مجموعة من اللجان الدولية لمناقشة المسائل المتعلقة بالسياسة الأمنية وأيضا المسائل "الاقتصادية والمالية".

فحاولت UNCTRAL تضمين مشروع القانون الموحد لتجارة الإلكترونية إلا أنه ومع ذلك جاء هذا المشروع خاليا من هذا التعريف على رغم من تعلق هذا المشروع وارتباطه الوثيق بموضوع هذه التجارة، حيث لم يتضمن إلا تعريف لتبادل المعلومات عبر أجهزة الحاسوب والتي تحتوي بين طياتها التجارة الإلكترونية.¹ فبدلت هيئة الأمم المتحدة نشاطا واسعا في توحيد قانون التجارة الإلكترونية منذ إنشاء (الاونسيترال)*، حيث يرجع الفضل إلى دولة المجر في جذب الانتباه لأهمية توحيد أحكام القانون التجارة الدولية، فأعد تقرير بهذا الشأن، وبعد مناقشة الموضوع اتخذت الجمعية قرار للعمل على تطوير وتنسيق وتوحيد أحكام قانون التجارة الدولية.²

ثانيا- القواعد القانونية:

لم يكن هناك قواعد قانونية دولية تحكم التجارة الإلكترونية، لذلك قامت المنظمات الدولية ذات الصلة بإعداد قواعد تعاقدية هدفها تسهيل عمليات التجارة الإلكترونية من خلال الاسترشاد بها. ومن أهم ماتوصلت إليه المنظمات الدولية هي القواعد العقدية الاسترشادية في مجال التجارة الإلكترونية تسمى بـ"القواعد الموحدة للسلوك" في مجال معادلة المعطيات التجارية بوسائل الاتصالات والتي وضعتها لجنة الأمم

¹ خضر مصباح الطيطي: التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية من منظور تقني تجاري وإداري: مرجع سابق الذكر، ص 350.

* United Nations Commission on International Trade Law وقد انشأ هذه اللجنة بقرار الجمعية العامة للأمم المتحدة رقم 2205 الصادر في دورتها الحادية وعشرون في 17 ديسمبر 1966 بغرض توحيد وتنسيق قانون التجارة الدولية.

² أيمن سعد: مقدمة للتجارة الإلكترونية وتطوراتها، ورقة عمل مقدمة في ندوة أثر التجارة الإلكترونية العالمية على اقتصاديات البلدان العربية، مرجع سابق الذكر، ص 197-198.

المتحدة للقانون التجاري الدولي، وهي عبارة عن مجموعة من النصوص والقواعد العامة المخصصة لاستخدام المتعاملين في حقل التجارة الدولية، والذين يستخدمون أنظمة التجارة الإلكترونية في هذه المعاملات.¹

وبالنسبة إلى القوانين والتشريعات في الدول العربية لم تتطور بعد لتأخذ باعتبار تطور التكنولوجيا المعلومات والاتصالات وما نتج عنها من تطبيقات جديدة مثل التجارة الإلكترونية.

فالدول العربية لا تغطي نواحي مهمة مرتبطة بالتطور التكنولوجي، وبالأخص قوانين الملكية والفكرية حيث أنها لا تحمي مؤلف المنشورات الإلكترونية أو البرمجيات، وحتى عندما ظهرت هذه القوانين فإنه لا تتوفر أدوات تنفيذها ولا تتخذ إجراءات الضرورية لوضعها في التطبيق.

ومنه ولنجاح القواعد القانونية المنصوصة لتطبيق التجارة الإلكترونية بطريقة آمنة لا بد من التعامل الإلكتروني الذي يحتاج إلى تعديل الأنظمة والقوانين لتتماشى وممارسات الحديثة مثل: إجراءات الأمان في التعامل الإلكتروني، التوقيع الإلكتروني، خصوصية معلومات (سرية تجارية ومصرفية)، التعامل المصرفي عن بعد والنقل الإلكتروني للأموال.²

المبحث الثالث: دور التجارة الإلكترونية في الاقتصاد الرقمي.

سنتطرق في المبحث الثالث إلى معرفة الأثر الذي تركته التجارة الإلكترونية على الاقتصاد الرقمي وأهم ووسائل وطرق الأمن في التجارة الإلكترونية والتطرق إلى التحديات ومعيقات التجارة الإلكترونية.

المطلب الأول: أثر التجارة الإلكترونية على الاقتصاد الرقمي ومميزاته

تعرف المنافسة على أنها العامل الأساسي لتعزيز ونشر الفوائد تقنيات الجديدة، علما بأن زيادة استخدام التجارة الإلكترونية سوف تقلل من تكاليف الصفقات والإنتاج والأمر الذي يؤدي إلى إنشاء مشاريع جديدة مما يدفع إلى المنافسة وهذا بدوره سوف يؤدي إلى تخفيض الأسعار ويزيد من جودة الإنتاج وينتج عنه منتجات جديدة متعددة الأشكال.³

أحدث التطور التكنولوجي الذي شهده العالم ثورة معلوماتية بحيث يتوقع بأن تقود هذه الثورة المعلوماتية إلى قيام اقتصاد عالمي جديد يطلق عليه اقتصاد المعلومات، وتوقعت الدراسات التي قامت بها منظمة التعاون

¹ رضوان ربيع: الاقتصاد الرقمي نموذج التجارة الإلكترونية عبر شبكة الانترنت (دراسة وصفية تحليلية)، شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر كلية العلوم السياسية والإعلام قسم علوم الإعلام والاتصال، 2006-2007، ص 173.

² بوكساني رشيد: معوقات التجارة الإلكترونية في البلدان العربية، ورقة عمل مقدمة في مؤتمر التجارة الإلكترونية... تجارة بلا الحدود، الاردن، ديسمبر 2010، ص 85.

³ بلحشر عائشة: واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية تخصص نقود وبنوك ومالية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2003-2004، ص 54.

الاقتصادي أن يهيمن هذا الاقتصاد الجديد على 80 % من حجم نشاط اقتصادي إجمالي بحلول 2012 فمن أثارها نذكر ما يلي:¹

أولاً- أثر التجارة الإلكترونية على الاقتصاد الرقمي

1- أثارها على مستوى قطاع الأعمال:

توسيع نطاق السوق، تفعيل مفهوم المنافسة الكاملة في السوق، انخفاض التكاليف عماليات التجارية، تحكم أفضل في إدارة المخزون حيث يسلم المنتج مباشرة إلى مشتري نهائي.

2- أثارها على مستوى المستهلكين:

سرعة وسهولة التسوق، تعدد الخيارات، انخفاض الأسعار وسرعة الحصول على منتج.

3- أثارها على المستوى القومي:

- دعم التجارة الخارجية؛

- دعم التنمية الاقتصادية؛

- دعم التوظيف؛

- دعم القطاعات التكنولوجية.

فمن خلال أثر التجارة الإلكترونية على الاقتصاد الرقمي ظهرت العديد من الخصائص وصنفت لها العديد من الأسماء، نذكر منها:²

أ- خاصية التمويل الإلكتروني:

يقصد به في التجارة الإلكترونية بتبادل الإلكتروني للبيانات والتقارير المالية بما يساعد على تحقيق الأهداف المالية المتمثلة في تخفيض التكاليف وتنشيط الطلب على الإيرادات الكلية وتنفيذ المعاملات المالية والتجارية.

ب- خاصية الاقتصاد الرقمي: يقصد به التفاعل والتكامل والتنسيق المستمر بين تكنولوجيا المعلومات

فالإقتصاد له دور استراتيجي في زيادة معدلات النمو الاقتصادي وإصلاح الآليات الاقتصادية والتجارية والمالية، ويساعد الاقتصاد الرقمي على زيادة اندماج اقتصاد الدولة في الاقتصاد العالمي وزيادة فرص التجارة العالمية والوصول إلى الأسواق العالمية.

¹ محمد خليل أبو زلطة وزيد عبد الكريم القاضي: مدخل التجارة الإلكترونية، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2009 عمان، الأردن، ص 38-39.

² فريد النجار: الاستثمار بالنظم الإلكترونية والاقتصاد الرقمي، مؤسسة الشباب الجامعة للنشر، الإسكندرية الطبعة الأولى، 2004، ص 11-12.

ثانيا-مميزات الاقتصاد الرقمي:

يتميز بالعمل على نشر المعلومات والمعرفة في المجتمع ومن ثم تشجيع بناء حكومة الالكترونية وشركة المساهمة الالكترونية، والتجارة الالكترونية والبنوك والصيرفة الالكترونية، والإدارة الالكترونية، ويوفر سهولة للوصول إلى مصادر المعلومات (شبكة-الانترنت)، ويوفر أيضا معلومات لإيجاد القرارات، بحيث تكون هناك منافسة في السوق تضمن مستقبل إقتصاد كلي في ظل إقتصاد رقمي.¹

المطلب الثاني: الأمن في التجارة الإلكترونية.

التجارة الإلكترونية تنطوي على عناصر وتثير تحديات في سائر الميادين والموضوعات مثل: أمن المعلومات ووسائل الدفع الإلكتروني والملكية الفكرية والتعاقد الإلكتروني والمعايير وتكنولوجيا المعلومات التي تتطور باستمرار. ونجد أن أهم عاملين قد يؤثران على مستقبل التجارة الالكترونية هما تكنولوجيا المعلومات وقضايا الأمن. فالعامل الأول وهو تكنولوجيا المعلومات ببعديها الرئيسيين شبكات المعلومات والاتصالات اللاسلكية، لها تأثيرها الواضح على التجارة الإلكترونية، فتكنولوجيا المعلومات هي التي خلقت الوجود الواقعي والحقيقي للتجارة الإلكترونية لتنفيذ النشاط التجاري على شبكات المعلومات وأبرزها الانترنت، وإن أي تطور في البنية التحتية للاتصالات والانترنت سيكون له الأثر الأكبر.²

أما بالنسبة للعامل الثاني وهو الأمن الإلكتروني وطرق الدفع، حيث تعد قضية الأمان من أخطر القضايا في التعامل مع الإنترنت كأداة لصالح التسويق الإلكتروني وبدونه لا وجود للتجارة الالكترونية، إذ يعد تأمين البيانات والمعلومات المالية الخاصة بالمتعاملين على شبكة المعلومات من الأمور الهامة للغاية، فعلى سبيل المثال يجب على الشركات التي تمارس نشاط التسويق من خلال التجارة الإلكترونية أن تبذل كل ما من شأنه تقليل هذه المخاوف بعد أن يضع المستهلك رقم بطاقته الائتمانية، لذلك فإن أكثر الأمور التي تناقش عند دراسة مستقبل التجارة الإلكترونية هي قضايا الأمن.

لذلك ظهرت تقنيات كثيرة للحفاظ على أمن التجارة الإلكترونية التي نذكر من أهمها ما يلي:

أولاً- تقنية طبقة الفتحات الآمنة SSL:

هو بروتوكول تشفير متخصص لنقل البيانات والمعلومات المشفرة، يوضع هذا البرنامج بين جهازين

¹ فريد النجار: الاستثمار بالنظم الالكترونية والاقتصاد الرقمي، مرجع سابق الذكر، ص 13.

² موسوعة تكنولوجيا المعلومات: امن التجارة الالكترونية، اطلع على <http://www.abahe.co.uk/information-technology-enc/71103-ecommerce-security.html>، في يوم 2016/04/04.

موصولين بشبكة الإنترنت، بحيث يكون جهاز الكمبيوتر (شخصي) مؤمن، حيث لا يمكن لباقي الأشخاص قراءة الرسائل من غير المرسل والمرسل إليه، وتكون قوة التشفير في الجهاز قوية ويصعب فكها. ويعد هذا الأخير من أهم بروتوكولات النقل الآمن للبيانات عبر شبكة الويب.

1- كيفية عمل هذه التقنية:

يقوم هذا البرنامج بربط المتصفح الموجود على جهاز المستخدم (المشتري) بجهاز الخادم الخاص بالموقع المراد الشراء منه وهذا طبعاً إذا كان الخادم مزود بهذه التقنية أساساً، ويقوم هذا البرنامج بتشفير أي معلومة صادرة من ذلك المتصفح وصولاً إلى جهاز الخادم الخاص بالموقع، باستخدام بروتوكول التحكم في الإرسال وبروتوكول الإنترنت وهو ما يعرف بـ TCP/IP.¹

2- خطوات استخدام هذه التكنولوجيا: وذلك في ثلاث خطوات وهي:²

أ- يقوم الموقع بالتقدم إلى إحدى الهيئات المستقلة والتي تصدر شهادة رقمية تثبت صحة هوية الموقع، وبعد التأكد من نشاط وحسن سيرة تلك المواقع المتقدمة تقوم تلك الهيئة بإصدار الشهادة الرقمية الخاصة بالموقع بحيث يدون فيه كل المعلومات الهامة، وكذلك يتم إصدار المفتاح العام والمفتاح الخاص للموقع، ويقوم الموقع أيضاً بتأمين جهاز خادم مزود ببرنامج التشفير SSL ليتم تخزين المفتاح العام للموقع به.

ب- عند دخول المشتري للصفحة الآمنة يقوم المتصفح المزود بهذا البرنامج بالارتباط بالجهاز الخادم الآمن للموقع ويطلب منه التالي: الشهادة الرقمية، مصدرها، تاريخ انتهاءها وكذلك تتم المقارنة بين اسم الموقع على الشهادة مع اسم الموقع في جهاز الخادم والمقارنة بين الرقم العام المرسل من الجهاز الخادم إلى المتصفح مع التوقيع الإلكتروني للشركة، وكل هذه الخطوات تتم للتأكد من مصداقية الموقع وحماية المشتري من الشركات الوهمية علماً بأن جميع هذه الخطوات تتم بواسطة المتصفح لدى المشتري دون علمه أو تدخله، وبعدما يتم التأكد من كل ذلك يقوم المتصفح بإعلام المشتري بالنتيجة في حال عدم المطابقة أو إذا كانت هناك ملاحظات.

ج- بعد خطوة التأكد من مصداقية الموقع والارتباط بجهاز الخادم الآمن يتم تشفير المعلومات على أساس المفتاح العام لذلك الموقع ليتم نقل المعلومات بطريقة آمنة دون أي تدخل منك ولا يستطيع أحد سرقة المعلومات

¹ مرتضى صلاح الدين: مستقبل التجارة الإلكترونية، مجلة الأهرام للكمبيوتر والانترنت والاتصالات، 20 مارس 2016، اطلع على

<http://www.abahe.co.uk/information-technology-enc/71103-ecommerce-security.html>، في يوم 2016/04/04.

² موسوعة تكنولوجيا المعلومات: أمن التجارة الإلكترونية، اطلع على <http://www.abahe.co.uk/information-technology-enc/7110-ecommerce-security.html>، في يوم 2016/04/05.

أو الإطلاع عليها سوى الموقع المعتمد في الطرف الآخر والذي يملك المفتاح الخاص لفتح وإعادة المعلومات إلى وضعها الطبيعي.

ثانيا- أدلة الإثبات الإلكترونية:¹

تعتبر أدلة الإثبات الإلكترونية تلك الصور والنصوص ومقاطع الفيديو وهي نوع جديد من أدلة ويقصد بها تلك المستندات المستخرجة من تقنيات المعلومات الحديثة كوسائل بريد الالكتروني.

إن وسائل إثبات الأدلة تختلف حسب نوع النشاط المراد إقامة الحجة عليه، لذا فإن العقود التجارية وكافة التعاملات التجارية الإلكترونية إذا كانت بين تاجرين فإنها تكون قابلة للإثبات عن طريق مستندات ووثائق إلكترونية المنتجة من قبل الحاسوب تدعى بمخرجات حاسوب Computer Output.

ونذكر أيضا من أدلة الإثبات الإلكترونية التي لها دور في الحماية والأمن في إطار مسائل التجارة الإلكترونية، نجد العديد من أنواع التوقيع الإلكتروني، نذكر منها:²

1-التوقيع الكودي: يتم التوقيع الالكتروني باستخدام مجموعة من الأرقام أو الحروف أو الإثنان معا يختارها صاحب التوقيع لتحديد شخصيته، يرتبط هذا التوقيع بالبطاقات البلاستيكية والممغنطة، ينشر استعمالها في البنوك مثل:

Visa –Master –American express.

2-التوقيع البيومتري: يتميز التوقيع الرقمي بالتحقق من شخصية العميل بالاعتماد على الخواص الفيزيائية والطبيعية والسلوكية الأفراد أهمها: البصمة الشخصية، التحقق من نبرات الصوت، مسح العين البشرية، التعرف على الوجه.

3-التوقيع الرقمي: وهو عبارة عن أرقام مطبوعة « hash »، يتم هذا التوقيع باستخدام الأرقام وتتم الكتابة الرقمية عن طريق التشفير باستخدام مفاتيح سرية وطرق حسابية معقدة.

المطلب الثالث: تحدّيات التجارة الإلكترونية.

أولا- التحديات التقنية للتجارة الإلكترونية:

1- هناك نقص في الاعتمادية والأمان، والمعايير والبروتوكولات؛

2- ليس هناك حيز حتمي كاف للاتصالات السلكية واللاسلكية؛

3- أدوات تطوير البرمجيات ما زالت تتغير باستمرار وبسرعة؛

¹ خضر مصباح الطيطي: التجارة الالكترونية والأعمال الالكترونية من منظور تقني تجاري وإداري، مرجع سابق الذكر، ص 351.

² سليم سعداوي: عقود التجارة الالكترونية، دراسة مقارنة، دار الخلدونية لنشر والتوزيع، القبة القديمة، الجزائر، الطبعة الاولى، 2008، ص ص 80-83.

4- تصعب عملية وصل الإنترنت، وبرمجيات التجارة الإلكترونية مع بعض التطبيقات وقواعد البيانات المستخدمة حالياً؛

5- قد يحتاج المزودون إلى مزودات خاصة للويب، ولبنى تحتية أخرى، بالإضافة إلى مزودات الشبكات؛

6- بعض برمجيات التجارة الإلكترونية لا تتناسب برمجياً وتقنياً مع بعض المكونات الصلبة، أو مع بعض أنظمة التشغيل.¹

ثانياً: التحديات غير التقنية للتجارة الإلكترونية:

1- **الكلفة والتسويق:** كلفة تطوير التجارة الإلكترونية بواسطة الشركة بنفسها قد تكون عالية جداً، والأخطاء الناتجة عن قلة الخبرة قد تسبب تعطيل التجارة الإلكترونية، هناك عدة فرص لمنح شركات تقنية القيام بهذه المهام، ولكن ليس من السهل معرفة أيّ شركة هي المناسبة، ولتسويق هذا النظام، فإن على المدير أن يتعامل مع فوائد غير حسية، وهي صعوبة الحساب؛

2- **الأمن والخصوصية:** هذه الأمور مهمة جداً في عالم الشركة للمستهلك خصوصاً في ميدان الأمن والأمان، والتي يظن الكثير من الناس أنّها منيعة 100%، والكثير من الناس تحجم عن المشاركة في التجارة الإلكترونية بدواعي الخوف من الكشف عن خصوصياتهم؛

3- **انعدام الثقة ومقاومة المستخدم:** بعض من الزبائن لا يثق بالباعة المجهولين الذين لا يرونهم، ولا يثقون بالمعاملات غير الورقية، ولا بالنقد الإلكتروني.²

ثالثاً- معوقات استخدام التجارة الإلكترونية:

يعود ضعف التعامل بالتجارة الإلكترونية في الدول النامية إلى عدة أسباب، أهمها:

1- انخفاض مستوى دخل الفرد؛

2- عدم وجود وعي لما يمكن أن توفره تكنولوجيا المعلومات والتجارة الإلكترونية، والافتقار إلى ثقافة مؤسسات أعمال منفتحة على التغيير والشفافية؛

3- عدم كفاية البنية التحتية للاتصالات اللاسلكية، والوصول بشبكة الإنترنت أو ارتفاع كلفة الوصول إلى شبكة الإنترنت؛

4- الافتقار إلى الأطر القانونية والتنظيمية المناسبة؛

^{1, 2} يزيد بن عبد العزيز الطويل، التجارة الإلكترونية في المملكة: التحديات والمعوقات، جريدة الرياض النسخة الإلكترونية، اطلع على <http://www.alriyadh.com/469957>، في يوم 2016/04/04.

- 5- عدم استعمال اللغة المحلية والمحتوى المحلي؛
- 6- نقص المبادرة الفردية؛
- 7- الافتقار إلى نظم دفع يمكن في دورها أن تدعم الصفقات التجارية التي تجرى على شبكة الإنترنت؛
- 8- المقاومة الثقافية للتجارة الإلكترونية على شبكة الإنترنت.¹

¹ التجارة الإلكترونية: منتديات عز الدين لكل الجزائريين، اطلع على : <http://goundi.yoo7.com/t5-topic> ، في يوم 20/03/2016.

خلاصة الفصل:

التجارة الإلكترونية هي إحدى أهم المظاهر الحديثة في الإقتصاد المعرفة والمحرك الأساسي له، وتمثل القطاع الأسرع نمواً في الإقتصاد العالمي وقد أصبحت واقعا ملموسا في ظل البيئة الحالية، ومن المتوقع أن يتعاظم دورها في المستقبل القريب نظرا لتأثيرها الفعال على بيئة الأعمال، وتستخدم التجارة الإلكترونية أنماط مختلفة في عملها مثل الاتصال والتبادل بين الشركات (B2B)، ونمط الاتصال والتبادل بين الشركة والزبائن (B2C).

إن الصفة العالمية للتجارة الإلكترونية ألغت الحدود والقيود أمام دخول الأسواق التجارية، حيث تحول العالم إلى سوق مفتوح أمام المستهلك بغض النظر عن الموقع الجغرافي للبائع أو المشتري، وقد ترتب على الخصائص المميزة للتجارة الإلكترونية والزيادة في معدل مستخدمي الإنترنت إلى سرعة إنتشارها بين العديد من المنتجين والمستهلكين وإحداث تطور في حجم التجارة الإلكترونية على المستوى العالمي.

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

الفصل الثاني

2

الخدمات المصرفية



تمهيد:

يعتبر القطاع المصرفي عنصرا فاعلا في عملية التنمية الاقتصادية و الاجتماعية فهو الأداة التي تطبق الدولة من خلالها سياستها النقدية، وتتجلى أهمية البنوك من خلال ما تقدمه من خدمات متنوعة ومتعددة، تساعد في تسريع عجلة الاقتصاد نحو الأمام، ونظرا لكثرة المتعاملين مع البنوك من قطاعات وأشخاص طبيعيين ومعنويين كزبائن أو عملاء أو مقترضين أو مستثمرين... إلخ، فلا بد من الحرص على تطوير الخدمات المصرفية والتحسين من جودتها بما يتلاءم مع رغبة وحاجة المتعاملين.

وذلك لتسهيل أدائهم لمختلف الأنشطة والمعاملات التجارية الإلكترونية التي يتم من خلالها ممارسة خدمات مصرفية إلكترونية لتسرع كافة المعاملات بما يتناسب مع تطور التجارة الإلكترونية. ولتوضح أكثر تم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث ويحتوي كل مبحث على:

المبحث الأول: ماهية الخدمة المصرفية؛

المبحث الثاني: ماهية الخدمات المصرفية التقليدية؛

المبحث الثالث: الخدمة المصرفية الإلكترونية.

المبحث الأول: ماهية الخدمة المصرفية.

سنتطرق في هذا المبحث إلى نشأة وتطور الخدمة المصرفية وتعريفها والخصائص المميزة لها وكما سنتطرق إلى التصنيف العام للخدمات المصرفية.

المطلب الأول: نشأة وتطور الخدمات المصرفية.

مرت الخدمات المصرفية بعدة مراحل نذكر منها:

أولاً: الخدمة المصرفية في مرحلة ما قبل التصنيع:

لقد اعتمدت المجتمعات في هذه المرحلة على الزراعة والصيد في توفير احتياجاتها، ولقد تميزت هذه المرحلة بالخصائص التالية:¹

1-الاكتفاء الذاتي: أي أن كل أسرة تنتج ما تحتاجه من سلع وخدمات وتميزت هذه المرحلة بعدم وجود نشاط تسويقي وأيضاً عدم وجود نشاط مالي ومصرفي؛

2-تبادل الفائض من الإنتاج: في هذه المرحلة ظهرت عملية التبادل من خلال المقايضة، وذلك بعد توجه الأسرة إلى التخصص في الإنتاج؛

3-ظهور النقود: نظراً لصعوبة عملية التبادل والمقايضة وعدم تكافؤ السلع والخدمات، دفع ذلك إلى إيجاد سلعة وسيطة تمكن من التوصل إلى عملية تبادل مرضية مما أدى إلى ظهور النقود؛

4-الإيداع: بعد ظهور المسكوكات الذهبية والفضية والنقود وأصبح ملاك الثروات يخشون السرقة والضياع، قاموا بإيداعها في معابد، وبذلك تعتبر هذه المرحلة البداية لفكرة المصارف والخدمات المصرفية بشكل بسيط ألا وهو الإيداع؛

5-الإيداع والقروض: لجأ أصحاب الثروات إلى إيداع ثرواتهم لدى الصياغ، وهؤلاء الصياغ أخذوا يقومون بإعطاء القروض لقاء فائدة معينة، وهنا ظهرت الخدمة المصرفية خدمة القروض؛

6-بداية المصارف: أصبح عمل الصياغ التنسيق والتعاون فيما بينهم بإنشاء البنوك وإصدار أوراق البنوك لإجراء عملية المقايضة.

¹ سليمة عبد الله: دور تسويق الخدمات المصرفية الإلكترونية في تفعيل النشاط البنكي، رسالة الماجستير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2008-2009، ص 29.

ثانيا: الخدمات المصرفية في مرحلة التصنيع: تميزت هذه المرحلة بتراكم رأس المال، مما دفع أصحابه إلى استثمار في مشاريع صناعية، وهذا الأخير أدى إلى زيادة الثروات، وهنا ظهرت الحاجة إلى البنوك أكثر تخصص من الفترات السابقة.

ثالثا: الخدمة المصرفية في مرحلة التقدم الصناعي: تتميز هذه المرحلة باستخدام التكنولوجيا المتطورة في تقديم الخدمات المصرفية، حيث زادت المنافسة بين المؤسسات لتلبية حاجات ورغبات الزبائن.¹

رابعا: الخدمات المصرفية في مرحلة ما بعد التقدم الصناعي والظروف الحالية: العمل على تحقيق الاستفادة القصوى من ثمار التكنولوجيا بغية تطوير الخدمات المصرفية وابتكار تطبيقات جديدة تتسم بالكفاءة والسرعة في الأداء.²

المطلب الثاني : تعريف وخصائص الخدمة المصرفية.

سيتم التطرق في هذا المطلب إلى تعريف الخدمة المصرفية والخصائص المميزة لها.

أولاً: تعريف الخدمة المصرفية: هناك عدة تعاريف حظي بها موضوع الخدمة المصرفية ولكن قبل التطرق لهذه الخدمات يجب أن نعرف بالمؤسسة التي تقوم بها.

1-تعريف البنك: أصل كلمة بنك هو ترجمة لعبارة BANK الأوروبية التي تعني المصرف، حيث كان التجار في إيطاليا يستعملون مناضد يصرفون فيها النقد ويتداولون مختلف العملات، فنشأت الكلمة وتطورت. كما أن الودائع نفسها كانت عبارة عن أمانات تقدم لهؤلاء الصرافين لأن لهم خزائن متينة وقدرة على حفظ الأموال إلا أن تغير الزمان جعل هؤلاء الصرافين بدل أن يحتفظوا بهذه الودائع حتى يعيدها لأصحابها تصرفوا فيها وأعطوا أصحابها مقابل معين.³

هناك عدة تعاريف متنوعة للبنك باعتباره مؤسسة مالية ووسيطا وتاجر في الأموال بين الممولين من المستثمرين وأصحاب المشاريع حيث يتوسط البنك بين المقرضين والمقترضين.

أ-البنك عبارة عن منشأة مالية تقوم بجمع الودائع وقبولها ثم إقراضها قصد توظيف المال وإمداد المشاريع الاقتصادية بمصادر التمويل.⁴

¹ محمد محمود مصطفى: التسويق الإستراتيجي للخدمات، دار المناهج، الأردن، 2003، ص60.

² عيدات سليمة: تسويق الخدمات البنكية وأثرها على رضاء الزبون، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة 458، البويرة، شهادة الماستر، المركز الجامعي العقيد أكلي محمد

أولحاج، 2011 2012، ص 25، إطلع على: <http://www.kantakji.com> ، في يوم 04/10 /2016.

³ زياد سليم رمضان محمد أحمد: جودة إدارة البنوك، دار الميسر للنشر والتوزيع، عمان، 1996، ص8.

⁴ رشاد العصار ورياض الحلبي: النقود والبنوك، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2000، ص67.

ب-البنك: شركة ينطوي عملها على استلام الودائع المختلفة والقيام بالعمل المصرفي اللازم للنشاط المالي والتجاري و الاقتصادي ويستهدف البنك من هذا العمل دعم المركز العمل والحصول على أرباح في كل عملية مالية يقوم بها.¹

ج-كما يمكن تعريف البنك: على أنه الشركات التي رخص لها بتعاطي الأعمال المصرفية وتقديم الخدمات للجمهور.²

2-تعريف الخدمة المصرفية:

أ-تعريف منظمة الإيزو للخدمة: عبارة عن النتائج المتولدة من خلال النشاطات المتعلقة بالتفاعل بين المورد والزبون، أو عن طريق النشاطات الداخلية للمورد بهدف إلتقاء إحتياجات الزبون.³

ب-تعريف الخدمة المصرفية: هي مجموعة من الأنشطة والعمليات ذات المضمون النفعي الكامن في العناصر الملموسة وغير الملموسة المقدمة من قبل البنك، والتي يدركها المستفيدون من خلال ملاحظها وقيمتها النفعية والتي تشكل مصدرا لإشباع حاجاتهم ورغباتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية، وفي نفس الوقت تشكل مصدرا لأرباح المصرف من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين.⁴

ج-تعريف الخدمة المصرفية: يمكن تعريفها على أنها عبارة عن أنشطة قدمها طرف لطرف آخر قصد تلبية رغبة ما من طرف وتحقيق ربح لطرف الثاني وهي بطبيعتها غير ملموسة لذلك لا يترتب على بيعها نقل للملكية.⁵

ثانيا: خصائص الخدمة المصرفية.

سنلخص أهم الخصائص فيما يلي:

1-اللاملموسية: الخدمات البنكية وثقة البنك ليس من الممكن الحكم عليها للمشتري، كذلك اللمس أو التجربة، لا نستطيع مشاهدة سماتها، أو حملها من المصرف لتسويقها.

¹ خباية عبد الله: الاقتصاد المصرفي البنوك الالكترونية، البنوك التجارية السياسة النقدية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير وعلوم التجارية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة الجزائر، مؤسسة شباب الجامعة، 2008، ص ص 87 - 88.

² من إعداد الطالبتين، بإعتماد على: رشاد العصار و رياض الخلي: النقود والبنوك، و خباية عبد الله، مرجع سابق الذكر.

³ عيلة مقداني: تأثير أبعاد جودة الخدمة المصرفية في الحفاظ على ولاء الزبون، دراسة حالة عينية من متعاملين بنك وطني جزائري، مذكرة شهادة ماستر أكاديمي، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2014-2015، ص3.

⁴ سليمة عبد الله: دور تسويق الخدمات المصرفية الإلكترونية في تفعيل النشاط البنكي، مرجع سابق ذكر، ص30.

⁵ من إعداد الطالبتين، بإعتماد على: مرجع سابق الذكر.

- 2-التلازم: تتصف الخدمة البنكية بالتلازمة وذلك لأن الإنتاج والاستهلاك متزامنان في نفس الوقت، حيث أن الاهتمام الرئيسي لرجال التسويق هو في العادة خلق منفعة الزمنية والمكانية، وتعد بطاقات الائتمان واستخدامها من بين وسائل التي تنقل الخدمة بشكل أكثر سلاسة.
 - 3-التكيف العالي لنظام التسويق: عادة ما يتم اختيار القناة التوزيعية المناسبة في القطاع الخدمي، وضمن برنامج تسويقي وفي مستويات مختلفة نظرا لطبيعة الخدمات وأهميتها.¹
 - 4-نقص التماثل الخاص: وذلك يعني أن خدمات الجمهور إلى حد ما تتشابه، لذا يجب على البنوك أن تجد طريقا لإيجاد التوافق وترسخ ذلك في ذاكرة الجمهور.
 - 5-المدى الواسع: ونقصد بها أن المؤسسات البنكية تعمل على تقديم مدى واسع للخدمات والمنتجات، لملاقة الحاجات المصرفية المتنوعة من قبل زبائن مختلفين في مناطق مختلفة.
 - 6-التشتت الجغرافي: أي أن البنك يمتلك فروع بشكل واسع لملاقة حاجات الزبائن على المستوى المحلي والوطني والدولي.
 - 7-تقلبات الطلب: قد يحدث تقلب في الطلب على بعض الخدمات البنكية لأسباب طارئة أو موسمية.
 - 8-المسؤولية الائتمانية: من أهم مسؤوليات المصرف حماية الودائع ومكاسب زبائنها.
 - 9-الموازنة بين النمو والمخاطرة: لا بد أن تكون هناك رقابة لإيجاد التوازن بين التوسع في البيع والحذر من ارتفاع المخاطر.
 - 10-كثافة العمل: قطاع الخدمات البنكية ذا كثافة عمل عالية، الأمر الذي يزيد من كلفة الإنتاج ويؤثر في سعر المنتجات، وفي الواقع إن الخدمة الشخصية عالية الكلفة، وهي مهمة لتعزيز ملائمة الخدمة لزبون، والخدمات البنكية مقابل ذلك تزيد من استخدامها لتكنولوجيا.²
- المطلب الثالث: التصنيف العام للخدمة البنكية.
- إن نوعية المخرجات التي يقدمها البنك هي عبارة عن "خدمات" وتتضمن عدة أوجه لتقديمها:
- أولا-الخدمات المصرفية: عمل خدمني يؤديه موظفو البنك، ومن قبيل ذلك: خدمات الاستشارة، الهندسة المالية... الخ.

¹ خولة فرحات: أثر التجارة الإلكترونية على تحسين نوعية الخدمة المصرفية دراسة حالة البنك الإلكتروني، شهادة الماجستير، تخصص إدارة أعمال، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2007-2008، صص 41-42.

² بكور حنان: الجهاز المصرفي الجزائري ومتطلبات العولمة المالية، شهادة الماجستير، جامعة أكلي محمد أولحاج البويرة، 2013-2014، صص 31-32.

ثانيا- الخدمات المختلطة: وهي الخدمات التي تجمع بين أداء عمل خدمي ومنتج للتجهيز في نفس الوقت، أي إدخال التكنولوجيا في معظم الخدمات المصرفية.

ثالثا- الخدمات الرأسمالية: هذا الرأسمال يكون في شكل قروض وودائع، وهذه الخدمات تنبع من وظيفة الوساطة المالية للبنك، وتعتبر من المميزات التي تتسم بها النشاطات التجارية والمالية في البنك.¹

رابعا- هناك نوعان بصفة عامة من الخدمات المقدمة من طرف البنوك:

1- خدمات بنكية شاملة محددة مسبقا: ومن الخدمات البنكية الشاملة المحددة مسبقا نجد ما يلي:

أ- الحق في إصدار عدد غير محدد من الشيكات؛

ب- صندوق لحفظ الأمانات ؛

ج- حماية ضد السحب على المكشوف؛

د- شيكات من أمين الصندوق؛

هـ- تحويلات نقدية؛

و- معدلات فائدة خاصة على دفعات القروض.

2-خدمات بنكية مصممة حسب رغبة كل زبون: ويقصد بها تسويق لخدمات بنكية معدة حسب ذوق

ورغبة كل زبون، عن طريق برنامج الصيرفي الشخصي الذي يقوم بخدمة هؤلاء الزبائن، باعتباره نقطة اتصال معهم بخصوص كافة المعاملات البنكية باستثناء المعاملات التجارية الروتينية مثل صرف الشيك أو استلام الإيداع.²

¹ نادية عبد الرحيم: تطور الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي، دراسة حالة الجزائر، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، فرع، نقود وبنوك، 2010-2011، ص 13-14.

² معراج هوارى: تأثير السياسات التسويقية على تطوير الخدمات المصرفية في المصارف التجارية الجزائرية، دراسة ميدانية، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005، ص 14.

المبحث الثاني: ماهية الخدمة البنكية التقليدية.

سيتم التطرق في هذا المبحث إلى أهم أنواع الخدمات البنكية التقليدية وأنواع وأشكال وسائل الدفع التقليدية والإلكترونية.

المطلب الأول: أنواع الخدمات البنكية التقليدية.

سيتم التطرق إلى أهم الخدمات البنكية التي يقوم بها البنك.

أولاً-قبول الودائع:

تعرف الوديعة بأنها المبالغ المصرح بها بأية عملة، والمودعة لدى البنك والواجبة الدفع أو التأدية عند الطلب أو بعد إنذار في تاريخ استحقاق معين.¹

حيث يعتبر قبول الودائع من أقدم الخدمات البنكية، إذ تقوم البنوك بصفة معتادة بقبول ودائع الأفراد والهيئات التي تدفع عند الطلب أو بناء على إخطار سابق أو بعد انتهاء أجل محدد.²

ثانياً-التسهيلات والقروض البنكية:

ويقصد بها كل الخدمات التي تيسر للعملاء تمويل نشاطهم بأقل جهد ممكن وبأقل قدر ممكن من التكاليف التي يتحملوها في سبيل تحقيق ذلك.³ ومن أنواع التسهيلات نجد:

1-إصدار خطابات الضمان: هو تعهد صريح صادر من المصرف بقبوله دفع مبلغ من المال عند الطلب إلى المستفيد الصادر لصالحه هذا الخطاب، وذلك نيابة عن العميل الذي لا يتمكن من الوفاء بالتزاماته تجاه هذا المستفيد خلال فترة محددة يتم تحديدها صراحة في خطاب الضمان، ومن أشكاله: خطاب ضمان ابتدائي، خطاب ضمان نهائي، والكفالات البنكية.⁴

2-فتح الإعتمادات: يقصد بفتح اعتماد قيام البنك بوضع مبلغ معين من المال تحت تصرف العميل، بحيث يمكنه الصرف في حدوده، وذلك بشرط أن يقدم هذا العميل ضمانا يقبله البنك، وما أن يسحب العميل من هذا الاعتماد، يتحول إلى قرض.

¹ بریش عبد القادر: التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2006، ص235.

² نادية عبد الرحيم: تطور الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي، مرجع سابق ذكر، ص16.

³ على محاد أمينة: فعالية الخدمة المصرفية في ظل العولمة المالية دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري وكالة البويرة 111، مذكرة ماستر، جامعة العقيد أكلي محمد أولحاج، البويرة، كلية العلوم الاقتصادية، ص21.

⁴ رفاه عدنان نجم: العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمة المصرفية، دراسة تطبيقية على عينة من المستفيدين في محافظة ننوي، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل، ص 6.

3-خدمات اعتماد الشيكات: تطلب بعض الجهات من عملائها شيكا معتمدا لتجهيزهم بالبضائع أو إبراء ذمتهم، وهنا يتقدم عملاء البنك بطلب التصديق أو اعتماد الشيكات المسحوبة لأمر تلك الجهات وذلك بوضع ختم وتوقيع المصرف عليها يتحمل مسؤولية الوفاء.¹

أما كلمة قرض فمرادفها هو الكلمة الفرنسية "Crédit" والتي أصلها اللاتيني هو "Créditum" والمشتقة من الفعل اللاتيني "Credre" والذي يقصد به وضع الثقة.

وتعرف هذه الخدمة على أنها الثقة التي يوليها البنك لشخص ما يضع تحت تصرفه مبلغا من المال لفترة محددة يتفق عليها بين الطرفين، حيث يقوم المقترض في نهاية المدة بالوفاء بالالتزام لقاء عائد معين يحصل عليه المصرف من المقترض يتمثل في الفوائد والعمولات والمصاريف.²

بحيث تصنف القروض إلى عدة تصنيفات:

أ-حسب آجالها: قروض قصيرة، متوسطة وطويلة.

ب-حسب طبيعة المقترضين: قروض عامة للدولة ومؤسساتها، وقروض خاصة للأفراد والمؤسسات غير الحكومية.

ج-حسب الضمانات المقدمة: قروض شخصية وقروض عينية.

د-حسب النشاط الاقتصادي المراد تمويله: قروض استغلال، قروض استثمار وقروض لتمويل التجارة الخارجية.³

ثالثا-الخدمات المصرفية التجارية.

تقدم المصارف مجموعة من الخدمات البنكية والتي سوف نذكر منها:⁴

1-خدمات الأمانات وتأجير الخزائن؛

2-استبدال النقد الأجنبي؛

3-عمليات الاكتتاب؛

4-العمليات المتعلقة بالاستثمار في الأوراق المالية.

¹ خالد صالح عيود: قياس رضا العملاء عن جودة الخدمات المصرفية الإسلامية دراسة ميدانية على بنك سورية الدولي الإسلامي، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية،

المجلد 28، العدد الثاني، قسم المصارف والتأمين، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، 2012، ص 561.

²AMMOUR BEN HALIMA: Pratique des techniques bancaire, DAHLAB, Alger 1997,p55.

³ على محاد أمينة: فعالية الخدمة المصرفية في ظل العولمة المالية، مرجع سابق، ذكر، ص 21.

⁴ محلوز ركية: أثر تحرير الخدمات المصرفية على البنوك العمومية الجزائرية، مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص: تجارة دولية، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، ص 48.

5-خدمات أخرى: تقوم البنوك بتقديم خدمات أخرى مثل:

أ-إدارة ممتلكات وتركات المتعاملين مع المصرف؛

ب-تحويل نفقات السفر والسياحة وإصدار صكوك المسافرين؛

ج-دفع الحوالات البرقية والبريدية الواردة؛

د-تسديد قوائم الكهرباء والماء والهاتف وغيرها.¹

رابعاً-خدمات التحصيل:

تساعد خدمات التحصيل على تسوية حسابات العملاء عن طريق إجراء عمليات المقاصة بين بعضهم والبعض الآخر، كما توفر الجهد والوقت الذي يبذله هؤلاء العملاء في عمليات الإيداع والسحب ومن بينها:

1-تحصيل وسداد قيمة الكوبونات: والكوبونات هي طابع تكون مصفوفة في أسفل شهادات الأسهم، ومطبوع على كل منها اسم المنظمة المصدرة لهذه الأسهم وعدد وأرقام الأسهم التي تحملها هذه الشهادة، وتقوم البنوك نيابة عن عملائها بتحصيل وسداد قيمة الكوبونات الخاصة بهم، وهي خدمة بنكية هامة.

2-خصم الأوراق التجارية: يمكن لحامل الورقة التجارية أن يتقدم إلى البنك التجاري قبل حلول ميعاد استحقاقها للحصول على نقود حاضرة تكون أقل من المبالغ الواردة في تاريخ استحقاقها.

3-خدمات التحصيل الداخلية: تمارس البنوك تسوية الديون عن طريق المقاصة أو الترحيل في الحساب دون الحاجة إلى تداول كميات كبيرة من العملة.

4-خدمات التحصيل الخارجية: ومنها على سبيل المثال أن يتم الاتفاق بين المصدر والمستورد على إرسال البضائع دون الحاجة إلى فتح اعتماد مستندي لصالح المصدر.

5-خدمات عمليات التحويل الخارجي: الحوالة البنكية أمر كتابي يصدره العميل إلى المصرف لدفع مبلغ من النقود إلى شخص آخر في جهة أخرى، فيتولى البنك المأمور بالاتصال بفرعه في الجهة المحددة لتنفيذ أمر العملية.

6-التحصيل نيابة عن الغير: تقوم البنوك نيابة عن بعض الجهات بتحصيل قيمة فواتير التليفون واستهلاك الكهرباء...إلخ.²

¹ بنك الشرق-ش م س، مجموعة بنك لبناني، اطلع على: www.bankalshark.com، في يوم: 2016/05/17.

² نادية عبد الرحيم: تطور الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي، مرجع سابق الذكر، ص 21-22.

7-تحصيل الشيكات: إذا كان الشيك مسحوبا لأمر العميل على البنك الذي يتعامل معه، فانه يقدم هذا الشيك للمصرف ليقوم بتحصيله نيابة عنه ويودعه بحسابه عنده، بينما إذا كان الشيك مسحوبا على حساب لدى البنك، فانه يقوم بقيده قيمته على حساب الساحب والحساب المستفيد.

8-التحصيلات المستندية: يقوم البنك باستلام المستندات المختلفة (شهادات الوزن، منشأ البضاعة، وثيقة الشحن... إلخ) والتي تثبت ملكية البائع للبضاعة، ثم يقوم بإرسالها إلى مراسله أو فروعه في جهة وصول البضاعة، ثم يطالب المشتري بقيمتها.¹

المطلب الثاني: أنواع وأشكال وسائل الدفع التقليدية.

إن لوسائل الدفع أشكال عديدة وتحدد لنا عادة الأنظمة النقدية ماهية الوسائل التي يمكن اعتبارها كوسيلة دفع، ومن أبرز هذه الوسائل نذكر:²

أولاً-النقود: تعتبر النقود وسيلة دفع تامة السيولة وهي الأكثر استعمالا من بين كل وسائل الدفع ويمكن تعريفها من حيث وظائفها على أنها شيء يستخدم كوسيط للتبادل كمعيار للقيمة.

ثانيا-الشيك: هو من بين وسائل الدفع الكتابية الأكثر انتشارا إلى جانب النقود، فهو عبارة عن وثيقة تتضمن أمرا بالدفع الفوري للمستفيد للمبلغ المحرر عليه.

وقد يكون المستفيد شخصا معروفا ومكتوب اسمه على الشيك، وقد يكون غير معروف إذا كان الشيك محررا لحامله.

ثالثا-السند لأمر: هو ورقة تجارية، تحرر بين شخصين لإثبات ذمة مالية واحدة، فهو عبارة عن وثيقة يتعهد بواسطتها شخص معين بدفع مبلغ معين لشخص آخر في تاريخ لاحق هو تاريخ الاستحقاق.

رابعا-السفتجة أو الكمبيالة: هي كذلك عبارة عن ورقة تجارية، ولكنها تختلف عنها في بعض الأمور الأساسية، فهي تظهر ثلاثة أشخاص في آن واحد وتسمح بإثبات قيمتين ماليتين في نفس الوقت وهي من جهة أخرى عبارة عن أمر بالدفع لصالح شخص معين ومن هذه النقطة يمكنها أن تتحول إلى وسيلة دفع.

¹ بنك دبي الاسلامي، خدمات التحصيل، اطلع على: www.dib.ae/ar ، في يوم: 2016/05/17.

² بن عزة محمد أمين و زوهري جلييلة ، مداخلة بعنوان: واقع المصارف الجزائرية في تطبيق نظام الدفع الالكتروني دراسة حالة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول، عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، عرض تجارب دولية، ص ص2-3.

المطلب الثالث: دوافع التحول نحو الصيرفة الالكترونية.

تسعى البنوك والمؤسسات المصرفية من خلال تقديم خدمات جديدة ومتنوعة لعملائها وإجراء المعاملات المصرفية إلكترونياً إلى تحقيق جملة من الأهداف أهمها:

أولاً-تحقيق ميزة تنافسية:

تحقق المعاملات المصرفية الإلكترونية ميزة للبنوك من خلال تمكينها من التعامل مع الأسواق المستهدفة وعناصر البيئة المحيطة بها بصورة أفضل، وحيث أن الهدف الأساسي هو كسب العديد من العملاء والحفاظ عليهم، فتقدم خدمات مصرفية متنوعة دون توقف وبسرعة فائقة بالإضافة إلى التطور في أنظمة الدفع النقدي الإلكتروني ساعد البنوك على المنافسة والتميز، كما أن التحويل الإلكتروني للأموال أعطى البنوك ميزة تنافسية في الأسواق العالمية، إذ يمكنها من إجراء التسويات الفردية، من دفع وتلقي الأموال عبر حساباتها الجارية لدى البنوك المركزية وتوفير دفع فوري لعملائها.

ثانياً-تحقيق الربحية في الأجل الطويل:

يساهم استخدام البنوك للأنظمة الإلكترونية في تحقيق معدلات ربحية أعلى في الأجل الطويل ويرجع ذلك إلى:

- 1- انخفاض تكلفة الخدمات البنكية المؤداة من خلال الإنترنت عن مثيلتها المؤداة بواسطة البنوك التقليدية.
- 2- ارتفاع ربحية قطاع عملاء الخدمة البنكية الإلكترونية، بسبب انخفاض حساسيتهم السعرية إذا ما قورنت بعملاء الخدمة البنكية التقليدية، حيث تأتي الملائمة الزمنية والمكانية للخدمة البنكية في مرحلة متقدمة بالنظر إلى أولويات المفضلة لديهم، مما يتيح للبنوك مرونة كبيرة في تسعير خدماتها البنكية.¹

ثالثاً-توفير فرصة تسويقية جديدة:

يتيح نظام توزيع الخدمات البنكية الإلكترونية من خلال برامج البحث إمكانية أكبر للعملاء لإجراء عمليات التسويق الإلكتروني، وبمقارنة الخدمات المختلفة المقدمة عبر مواقع البنوك المختلفة في العالم، يتوجه العملاء إلى البنوك المنافسة المقدمة للخدمات عبر الإنترنت، ولذلك تسعى البنوك إلى توفير أنواع مختلفة من الخدمات في الوقت والمكان المناسبين وبالجودة المطلوبة بما يتماشى وعصر التكنولوجيا (المعلومة الرقمية والاقتصاد الإلكتروني).

رابعاً-توزيع واسع الانتشار:

¹ عبد الكريم أحمد الغندوز: مقال عن المصارف الالكترونية، اطلع على: <https://sites.google.com/site/aaguendouz/project-updates> ، يوم: 2016/05/10.

تهدف الأنظمة الإلكترونية الحديثة إلى تغطية واسعة الانتشار، حتى تصل الخدمة للعميل في أي مكان، فيستطيع بذلك الحصول على ما يرغب من خدمات بنكية، دون الحاجة إلى الانتقال إلى مبنى البنك أو الوقوف المطول في طوابير الانتظار.

خامساً-تحسين جودة الخدمة البنكية:

تتم جميع المعاملات البنكية الإلكترونية بين البنك والعميل بصورة مبرمجة وسريعة، تنخفض فيها احتمالات الخطأ في الأداء إلى حدوده الدنيا.¹

المبحث الثالث: ماهية الخدمة البنكية الإلكترونية.

تعد الإلكترونية من أرقى ما توصل إليه الفكر المصرفي الحديث بالتزاوج مع تطور تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات مما وسع وعمق من تحرير هذا النشاط وتوسيع نطاقه وتعظيم أرباحه، ولذلك سيتم تناول في هذا المبحث مفهوم البنوك الإلكترونية وخصائصها وأهم قنوات التوزيع الإلكتروني ووسائل ونظم الدفع المعتمد عليها.

المطلب الأول: مفهوم البنوك الإلكترونية وخصائصها.

أولاً: تعريف البنوك الإلكترونية.

1-يمكن تعريف البنوك الإلكترونية: على أنها تلك البنوك أو المؤسسات المالية التي تقوم على الركائز الإلكترونية وتوظيف كافة التطورات الحديثة في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات لتقديم كافة الخدمات البنكية بأمان مطلق.²

2-وكما يمكن تعريفها: بأنها إجراء العمليات البنكية بشكل إلكتروني والتي تعد الانترنت من أهم أشكالها، وبذلك فهي بنوك افتراضية تنشئ لها مواقع إلكترونية على الانترنت لتقديم خدمات نفس خدمات موقع البنك من سحب ودفع وتحويل دون انتقال العميل إليها.³

ثانياً: خصائص البنوك الإلكترونية.

تفرد البنوك الإلكترونية في تقديم خدمات متميزة عن غيرها من البنوك التقليدية تلبية لاحتياجات العميل المصرفي وهو ما يحقق للبنك مزايا عديدة عن غيره من البنوك المنافسة. وفي مايلي يتم توضيح الخصائص التي تميز البنوك الإلكترونية:

¹ تطار محمد منصف، الصيرفة الإلكترونية الجهاز المصرفي، مجلة الباحث، العدد 02، جامعة بسكرة، 2002، ص12.

² ثائر عدنان قودمي، الصيرفة الإلكترونية في المصارف التجارية الأردنية، دراسة تطبيقية لدور خصائص الشخصية المعوقات ومقومات النجاح، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة المملكة الأردنية الهاشمية، ص 202.

³ منير محمد الجنيهي و ممدوح محمد الخبيهي، النقود الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2006، ص 24.

- 1- اختفاء الوثائق الورقية للمعاملات، حيث إن كافة الإجراءات والمراسلات بين طرفي الخدمة البنكية تتم إلكترونياً دون استخدام أي أوراق.
- 2- فتح المجال أمام البنوك صغيرة الحجم لتوسيع نشاطها عالمياً باستخدام شبكة الإنترنت، دون الحاجة إلى التفرغ خارجياً، وهذا التوسع سيؤدي للبنوك الصغيرة لزيادة الاستثمارات و زيادة لموارد البشرية وغيرها.¹
- 3- عدم إمكانية تحديد الهوية، حيث لا يرى طرفا التعاملات الإلكترونية كل منهما الآخر، وهو ما تعالجه التكنولوجيا بالعديد من وسائل التأمين للتعرف على الهوية إلكترونياً.
- 4- القدرة على إدارة العمليات البنكية للبنوك عبر شبكة الإنترنت بكفاءة من أي موقع جغرافي، بالتالي يستطيع البنك أن يختار أفضل الأماكن على مستوى العالم، من حيث النظم الاقتصادية المشجعة أو الأوضاع السياسية المستقرة، أو المعاملة الضريبية الأفضل ليمارس أعماله في بيئة مناسبة وينشرها في جميع أنحاء العالم.
- 5- إمكانية تسليم بعض المنتجات إلكترونياً، كالمنتجات الرقمية و كشف الحسابات والأرصدة وغيرها.
- 6- سرعة تغيير القواعد الحاكمة، وذلك لمواكبة التطور السريع في مجال المعاملات الإلكترونية مما يحتاج إلى سرعة في صياغة التشريعات اللازمة لمواكبة هذا التطور السريع.
- 7- فتح المجال أمام البنوك صغيرة الحجم لتوسيع نشاطها عالمياً باستخدام شبكة الإنترنت، دون الحاجة إلى التفرغ خارجياً، وزيادة الاستثمار والموارد البشرية وغيرها.
- 8- القدرة على إدارة العمليات البنكية للبنوك عبر شبكة الإنترنت بكفاءة من أي موقع جغرافي، بالتالي يستطيع البنك أن يختار أفضل الأماكن على مستوى العالم، من حيث النظم الاقتصادية المشجعة أو الأوضاع.²

¹ ناظم محمد نوري الشمري و عبد الفتاح زهير العبدالات: الصيرفة الإلكترونية الأدوات و التطبيقات و معيقات التوسع، دار وائل للنشر، 2008، الطبعة الأولى، ص28.

² ناظم الشمري وعبد الفتاح الات: مقال في الصيرفة الالكترونية في الاردن، مقدم الى المؤتمر العلمي الخامس في جامعة فيلادلفيا للفترة من 4-5 تموز/ 2007، ص17.

المطلب الثاني: قنوات التوزيع الالكترونية.

سيتم في هذا المطلب تناول أهم قنوات التوزيع الإلكترونية.

أولاً- آلة الصراف الآلي Automatic Teller Machine: وهي تلك الآلات التي يمكن نشرها بالأماكن المختلفة سواء بالجدار أو بشكل مستقل، وتكون متصلة بشبكة حاسب البنك، ويقوم العميل باستخدام بطاقة بلاستيكية أو بطاقة ذكية للحصول على الخدمات المختلفة مثل: السحب النقدي، والإيداع النقدي، والاستفسار عن الحساب وغيرها من الخدمات، ولقد أصبحت هذه الأجهزة منذ بدء تشغيلها في عام 1975م من المستلزمات اليومية في تنفيذ العمليات البنكية الحديثة للأفراد.

ثانياً- نقاط البيع الإلكتروني Electronic points of sale: وهي الآلات التي تنشر لدى المؤسسات التجارية والخدمية بمختلف أنواعها وأنشطتها، ويمكن للعميل استخدام بطاقات بلاستيكية أو بطاقات ذكية للقيام بأداء مدفوعات من خلال الخصم على حسابه إلكترونياً بتمرير هذه البطاقة داخل هذه الآلات المتصلة إلكترونياً بحاسب البنك.

ثالثاً- الصيرفة المنزلية Home Banking: وهي ذلك الحاسب الشخصي الموجود بالمنزل أو العمل أو أي مكان، والذي يتصل بحاسب المصرف ليتمكن من خلال كلمة سر أو رقم سري أو كليهما لإتمام العمليات البنكية المطلوبة.¹

رابعاً- الصيرفة المحمولة Mobile Banking: وهي تلك الخدمات البنكية التي تتاح من خلال التليفون المحمول، من خلال استخدام العميل رقم سري يتيح له الدخول إلى حسابه للاستعلام عن أرصده، وكذلك للخصم منه تنفيذاً لأي من الخدمات المصرفية المطلوبة.

خامساً- الصيرفة الهاتفية مركز خدمة العملاء Phone Banking: إذ تقوم البنوك بتشغيل مراكز لاتصالات وخدمة العملاء بحيث تتيح أداء الخدمة البنكية هاتفياً باستخدام رقم سري، وتعمل هذه المراكز على مدار الساعة.

سادساً- التلفزيون الرقمي Digital Television: وهو عبارة عن ربط عبر الأقمار الصناعية بين جهاز التلفزيون بالمنزل وبين حاسب البنك، بالتالي يمكن الدخول من خلال رقم سري إلى حساب البنك أو شبكة الإنترنت، وتنفيذ العمليات المطلوبة.

¹ محرز نور الدين و صيد مریم: نظام الدفع الإلكتروني ودوره في تفعيل التجارة الإلكترونية، مرجع سابق الذكر، ص06.

سابعاً-بنوك الانترنت **Internet Banking**: تعد بنوك الإنترنت الأعم و الأشمل والأيسر، وأكثر أهمية في مجال قنوات توزيع الخدمة البنكية إلكترونيا، وذلك بفضل اتساع شبكة الإنترنت، والزيادة اليومية لعدد مستخدميها، ويمكن تمييز بنوك الإنترنت إلى قسمين رئيسيين:

1. وهو ما يتعلق بأداء الخدمات البنكية من خلال شبكة الإنترنت الدولية، من خلال ربط البنوك لحواسيبها على الشبكة الدولية، فيتمكن العميل من أي مكان وفي أي وقت من الدخول على هذه الشبكة، ثم من خلال رقم سري شخصي يمكنه الدخول إلى حاسب البنك.

2. فإنه يتعلق بالتجارة الالكترونية والتي تتم عبر شبكة الإنترنت بين بائع ومشتري، وكل من بنكي البائع والمشتري لتسوية مبالغ الصفقة.¹

المطلب الثالث: وسائل ونظم الدفع الالكترونية

يشير هذا النظام إلى أن عملية الدفع تتم إلكترونياً، بدون استخدام الورق (النقد، والشيكات، والمستندات، وغيرها) ومن أهم طرق الدفع الإلكتروني تتمثل في:²

أولاً-بطاقات الدفع **Payment Cards**:

وهي بطاقات بلاستيكية، تستخدم لأغراض الدفع وهناك ثلاثة أنواع من بطاقات الدفع وهي:³

1-البطاقات الإئتمانية **Credit Cards**: وهي البطاقات التي تمنح الحامل سقف ائتماني محدد للسحب، وتكون هذه البطاقات عادة برسوم سنوية للإصدار، وفائدة على الرصيد غير المدفوع، ومن أهم الجهات المصدرة لتلك البطاقات شركة (Visa)، وشركة (Master card).

2-البطاقات الوفائية **Charge Cards**: وهي البطاقات التي تعطي بسقف محدد، و يقوم العميل في العادة بدفع قيمة المطالبة كاملة خلال فترة ما بين ثلاثين إلى خمسة وأربعين يوماً، ويوجد عادة رسوم سنوية، ومن أهم الجهات المصدرة شركة (American Express).

3-البطاقات المدينة **Debit Card**: وهنا يتم خصم قيمة فاتورة الشراء مباشرة من حساب العميل، ومن أهم الجهات المصدرة هي (Visa)، (Master Card).

¹ دغوش العطرة: استخدام الانترنت كأداة لتقديم الخدمات البنكية وأثرها على العمل البنكي دراسة حالة البنوك الجزائرية، جامعة الجزائر، أبحاث اقتصادية وإدارية العدد الثامن عشر ديسمبر 2015، ص 272.

² حسين شني: التجارة الإلكترونية كخيار استراتيجي للتواجد في الأسواق الدولية ومقومات إقامتها في الوطن العربي واقع وتحديات، أطروحة دكتوراه، جامعة قاصدي مراح، ورقلة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، 2013-2014، ص ص 210-216.

³ جاري شنيدر Gary Shneider : التجارة الإلكترونية، ترجمة على إبراهيم سرور، تقديم عبد المنعم بن إبراهيم عبد المنعم، دار مريخ للنشر، الرياض، مملكة العربية السعودية، الطبعة الإنجليزية، 2008، ص ص 593-594.

ثانيا-بطاقات الائتمان الوهمية Pseudo Credit Cards: وهي من الابتكارات الجديدة، تمثل نظام دفع إلكتروني إذ تعطي الجهة المصدرة للبطاقة رقم خاص يمكن استخدامه بدلا من أرقام البطاقات الاعتيادية، فالمستخدم يعطي رقم عملية بدلا من رقم بطاقة.

ثالثا-الحسابات الجارية المدينة Debiting Checking Accounts: نتيجة ازدياد عدد البائعين الذين يعرضون خدماتهم وسلعهم للمتسوقين عن طريق الإنترنت، فقد ازداد استخدام الحسابات الجارية لدفع قيمة المطالبة إلكترونيا، وبالذات من الذين يخافون استخدام البطاقات الائتمانية للدفع الإلكتروني، وتسمى هذه الخدمة (Money Zap Wallets)، ويجب تعبئة نموذج خاص للحصول على الخدمة، وبالتالي الحصول على رقم سري، وعملية الخصم تتم إلكترونيا خلال ثوان.

رابعا-المحافظ الإلكترونية Electronic Wallets: وهو برنامج يقوم المستخدم بتنصيبه على جهاز الحاسب الشخصي، ويتم تخزين المعلومات الشخصية وأرقام البطاقات الائتمانية في هذا البرنامج، وعندما يقوم المستخدم بعملية الشراء يضغط على كبسة واحدة على هذا البرنامج ليتم تعبئة المعلومات المطلوبة آليا، وظهرت هذه الطريقة بدلا من قيام العميل بتعبئة نموذج الشراء من كل عملية، ومن أهم الشركات المصدرة (Visa card)، (Master Card)

خامسا-البطاقات الذكية Smart Cards: وهي من الاختراعات الحديثة التي دعمت نظام الدفع الإلكتروني، وهي بطاقة دفع بلاستيكية تتميز بوجود قرص رقيق محفور على البطاقة قادر على التحكم والمحافظة على البيانات المخزنة من أي شطب أو إضافة، وهذه البيانات يمكن قراءتها من خلال القارئ عندما تمرر البطاقة عليه.¹

سادسا-النقود الإلكترونية Electronic Cash: وهي نقود رقمية أو إلكترونية تكافئ النقود الورقية والمعدنية، وتدعم الدفعات الإلكترونية التي لا تتم عن طريق بطاقات الدفع وبالذات للمبالغ الصغيرة.²

سابعا-بطاقات القيمة المخزنة Stored-Value Cards: هي بطاقات ذكية لها استخدامات أكثر من النقود الإلكترونية، وتستخدم لدفع قيمة الفواتير، فمثلا قد تستخدم لدفع الضريبة، وأجرة الكراج، بالإضافة إلى التسوق عبر الإنترنت.

¹ أحمد بوارس و السعيد بريكة: أعمال الصيرفة الإلكترونية الأدوات والمخاطر، دار الكتاب الحديث، 2014، ص 225-226.

² أحمد عبد الله العوضي: العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد 6، كلية الدراسات التجارية، الكويت، 2010، ص 167.

ثامنا-طريقة الدفع من شخص إلى شخص آخر **Person to Person Payments**: وهي إحدى وسائل الدفع الجديدة والسريعة التي تسمح بتحويل الأموال بين الأشخاص لأغراض مختلفة مثل: الحوالات النقدية.

تاسعا-ال شيكات الإلكترونية **Electronic Cheeks**: هو صورة أو نسخة إلكترونية للشيك الورقي ويتضمن نفس المعلومات ونفس الإطار القانوني الموجود في تلك الشيكات، لكن يأخذ شكل إلكتروني، ويمتاز الشيك الإلكتروني بأنه أسرع وأرخص وأكثر أمانا، ويستطيع العملاء الذين لديهم حسابات جارية تحريره لشراء السلع والخدمات مثلا، وفي حالة المشتريات الحكومية أو التجارة الإلكترونية بين شركات الأعمال يتضمن إصدار الشيك الإلكتروني إجراءات أكثر أمانا حيث إن الشيك يكون بملغ كبير.¹

وفي التجارة الإلكترونية بين مؤسسات الأعمال (Business To Business) يتم استخدام طرق الدفع الإلكتروني أهمها:²

- الاعتماد المستندي **Letter of Credit**: وهو اتفاقية مكتوبة من قبل البنك بالاتفاق مع المشتري يتم بموجبها الدفع للبائع والتقييد على حساب المشتري، وذلك مقابل الحصول على مستندات محددة، والاعتماد المستندي مكلف، لذا تم اللجوء إلى الوسائل الآتية:

- 1-نظام البطاقة التجارية **Tard Card System**: وأنشأتها شركة (Master Card) وشركة البطاقة التجارية، وتسمح بالدفع الإلكتروني من خلال الحصول على عضوية في تلك الشركات، ويتم تقييم جدارتهم الائتمانية قبل قبول عضويتهم، ويسمح هذا النظام بالدفع الإلكتروني سواء داخل البلد أو خارجها وبنفس مبلغ.
- 2-الفواتير الإلكترونية **Electronic Belling**: هي نظام يسمح بإرسال الفاتورة إلكترونيا إلى العميل عبر الإنترنت، والمعلومات المطلوبة تكون مطبوعة على الفاتورة، ويتم تسديد قيمتها من خلال حساب العميل الجاري إلكترونيا.

¹ مسعداوي يوسف و سعيدي جميلة: مداخله بعنوان وسائل الدفع الالكترونية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول، عصرة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، عرض تجارب دولية، ص 4- 5.

² -ناظم محمد نوري الشمري و عبد الفتاح زهير العبد اللات: مرجع سابق الذكر، ص 51.

خلاصة الفصل:

لقد تطورت الخدمة البنكية كغيرها من النشاطات الاقتصادية، إذ بتطور المجتمعات وتغير احتياجات العملاء، كان لزاما على البنوك أن تواكب هذا التغير وتقدم خدمات تتماشى مع متطلبات المجتمع، فكان لظهور التبادل والنقود والإيداع الأثر الكبير على ظهور الخدمات البنكية، إلى أن قامت البنوك بالإقراض، وبالتالي ظهر جليا دور البنوك في المجتمع، ألا وهو دور الوسيط بين المودعين والمقترضين، ومع مرحلة التصنيع وتلاها التطور الصناعي في العالم، عمدت البنوك إلى تقديم خدمات أخرى للمجتمع، تلائم متطلبات ذلك العصر، إذ ظهرت عمليات بنكية أخرى زيادة على عمليات الإيداع والإقراض، كعمليات البنكية التجارية، وخدمات التحصيل وغيرها، ولتقديم هذه الخدمات يجب أن تتوفر أشكال ووسائل دفع حتى تسهل عملية التبادل، ولكن هذا لا يكفي مع ظهور التكنولوجيا حيث أدى النمو المتسارع لوسائل الدفع الحديثة وتكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى آثار كبيرة على المصارف، إما من ناحية أشكال هذه المصارف أو تسويق خدماتها، لذا أصبح من الضروري تطوير الأساليب المصرفية لكي لا تبقى المصارف بعيدة عن المتغيرات الجديدة في ظل نمو الأسواق والمصارف الشاملة والتكتلات الاقتصادية.

فلابد من إنتاج وسائل دفع الكترونية من أجل ربحية أكثر وتحقيق ميزة تنافسية والأهم تحسين جودة الخدمة البنكية ولتقديم هذه الخدمات الالكترونية يستوجب على البنك توفير قنوات توزيع الكترونية لتسهيل كافة المعاملات المالية والتجارية التي تساهم بشكل كبير في نجاح التجارة الالكترونية. وبالتالي وجب على البنوك حتى لا تخرج من المنافسة العالمية، مسايرة التطورات الحاصلة في مجال المعاملات المالية الإلكترونية، وذلك بتبنيها الصيرفة الإلكترونية غير أن وسائل الدفع تختلف من جهاز مصرفي إلى آخر حسب تطور الدول، فمن هذا المنطلق سنتوجه إلى دراسة حالة التي خصصناها في بنك التنمية المحلية لولاية الوادي -BDL-.

الفصل الثالث

3

دراسة حالة بنك التنمية المحلية - وكالة الوادي



تمهيد:

في إطار المتابعة الميدانية لموضوع الدراسة، والتي تمت بوكالة الوادي بنك التنمية المحلية، التي تم تخصيصها لدراسة نوعية الخدمة المصرفية المقدمة و دور التجارة الإلكترونية في تحسين من نوعية هذه الخدمات لتصبح الكترونية لمواكبة متطلبات العصر وتلبية لرغبات الزبائن، وعليه تم عرض أهم الخدمات الالكترونية التي يقدمه بنك التنمية المحلية والأهداف التي يسعى لتحقيقها لزيادة تطوير نوعية خدماته بناء على متطلبات التجارة الإلكترونية، وذلك من خلال تقديم بعض الملاحق التي تزود الدراسة المعنى الحقيقي والصحيح لها.

ومنه قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين:

المبحث الأول: تقديم عام لبنك التنمية المحلية.

المبحث الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في بنك التنمية المحلية.

المبحث الأول: تقديم عام لبنك التنمية المحلية.

سنحاول من خلال هذا المبحث التعرف على بنك التنمية المحلية من خلال التطرق إلى نشأته وأهدافه التي يسعى لتحقيقها، ومهامه وهيكله التنظيمي.

المطلب الأول: نشأة بنك التنمية المحلية وكالة الوادي.

جاءت نشأة بنك التنمية المحلية من خلال الانشقاق عن القرض الشعبي الجزائري وأسس بمرسوم رئاسي بتاريخ 30 أفريل 1985م، وفقا لبداية إنشاء البنوك العمومية الجزائرية الأخرى بصيغة شركة وطنية للبنوك، وتشمل وظائف هذا البنك كل الوظائف التجارية من قبول الودائع ومنح للقرض وتمويل للمشاريع والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

أولا: تأسيس بنك التنمية المحلية.

بنك التنمية المحلية مؤسسة عمومية ذات أسهم، مقرها الاجتماعي ب 15 شارع قاسي عمار بسطاوالي ولاية تيبازة؛ وكان هذا في استقلالية المؤسسات العمومية وتحويل البنك إلى شركة مساهمة بتاريخ 20 أفريل 1989م وهذا بانبثاقه عن القرض الشعبي الجزائري عن طريق هياكل هذا الأخير، بتحويل 40 وكالة و550 عامل وإطار و890000 حساب زبون.

أسس هذا البنك وفق المرسوم رقم 86/85 بتاريخ 1985/04/30، والمؤرخ بالقانون رقم 88/01 بتاريخ 1988/01/12، والمعدل بالقانون رقم 88/06 بتاريخ 1988/06/12.

بنك التنمية المحلية عبارة عن مؤسسة عمومية اقتصادية برأسمال قدره 36 800 000 000,00 دج يمتلك البنك 152 وكالة على المستوى الوطني، وعدد العمال 4073 عامل، و 917000 حساب زبون من بينها 319000 حساب بالعملة الصعبة.¹

ولقد تأسست وكالة بنك التنمية المحلية بالوادي سنة 1985م ومقرها الاجتماعي حي 400 مسكن بالوادي، وهي وكالة مركزية تابعة إداريا لمديرية الاستغلال الجهوية بباتنة، ويعتبر بنك المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومعظم الزبائن من أصحاب المهن الحرة وبعض المؤسسات العمومية الصغيرة.

¹ اطلع على: <http://www.bdl.dz/parcour.html> يوم: 2016/05/03.

ثانيا: أهداف بنك التنمية المحلية.

1- الأهداف المعلنة لبنك التنمية المحلية.

يسعى بنك التنمية المحلية عام 2016 إلى تمويل أكبر للاقتصاد الوطني من خلال توفير خدمات متنوعة في مستوى تطلعات الزبائن أهمها تطوير الدفع الإلكتروني و هو ما تصبو إليه الأبواب المفتوحة التي ينظمها البنك في مختلف الولايات.

وفي هذا الإطار قال الرئيس المدير العام لبنك التنمية المحلية "كريم محمد" سنعمل كل ما في وسعنا عام 2016 من أجل التقرب أكثر من الزبائن عن طريق e-banking و e-paiement .

وأضاف الرئيس المدير العام لبنك التنمية المحلية أن "عام 2016 سيكون منتج e-paiement بالنسبة لكل البنوك، و نعمل كثيرا من أجل الاحتواء المالي، حتى تدخل الأموال الموجودة خارج النطاق المصرفي والبنكي لكي نستطيع تمويل الاقتصاد الوطني أكثر.

من جهته أوضح رئيس الجمعية المهنية للبنوك "بوعلام جبار" أن العملية تدخل في إطار تحسين الخدمات العامة للبنوك و هي تكملة لمجموعة المنتوجات خاصة فيما يتعلق بتطوير الدفع الإلكتروني عن طريق البطاقة المغناطيسية على مستوى التجارة التي تشهد حركية هذه الأيام.

نشير إلى أن "الأبواب المفتوحة" على بنك التنمية المحلية نظمت في ذكرى تأسيسه الثلاثين، وقد استقطبت التظاهرة على هذه المؤسسة المالية أعدادا من المواطنين الذين اطلعوا على مختلف الخدمات المستحدثة على غرار صيغة الخدمات عن بعد وخدمات أخرى عادية وسريعة ومتوفرة على مدار الـ 24 ساعة فضلا عن الكشف عن الحسابات وطلب الصكوك.

كما تهدف هذه التظاهرة إلى إبراز العصرية التي عرفها بنك التنمية المحلية وتقييم انجازاته فيما يخص مرافقته للمشاريع التنموية و تمويل الأنشطة الاقتصادية وكذا الإطلاع على المنتج البنكي الجديد الرامي إلى تقليص التعامل بالسيولة و تعويضها بالبطاقات و استعمال شبكة الانترنت.¹

¹ اطلع على: <http://www.radioalgerie.dz/news/ar/article/20151227/62661.html> ، في يوم: 2016/04/07.

2- الأهداف المستقبلية لوكالة الوادي.

عند مقابلة التي أجريتها مع مدير الوكالة تما إبلاغنا ببعض الأهداف التي يسعى لتحقيقها التي ذكر لنا منها مايلي:¹

- 1- يسعى لعدم وجود أوراق لتعامل، بتعامله مع الوكالات عبر البريد الالكتروني؛
- 2- وصول لاستخدام عماليات بين الوكالات في وقت واحد؛
- 3- تحسين إجراءات السحب وتحويل في أن واحد؛
- 4- تحسين الخدمات الالكترونية وتطويرها؛
- 5- يهدف أيضا لجذب الزبائن وعمل براحة للعملاء والمتعاملين؛
- 6- بمأن التجارة الالكترونية توفر السهولة والسرعة في الآن واحد فيعمل على تحسين البنية التحتية للبنك؛
- 7- يعمل على توفير أنظمة للأمن مواقع الكترونية من القرصنة.

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لبنك التنمية المحلية ومهامه.

أولا- الهيكل التنظيمي لبنك التنمية المحلية.²

سيتم شرح هيكل التنظيمي لبنك التنمية المحلية.

1-مدير الفرع:

تقوم وزارة المالية بتعيين المدير بموجب مرسوم رئاسي حيث يكلف المدير بالمهام التالية:

- تمثيل البنك لدى المحاكم.
- توقيع جميع العقود والمستندات والاتفاقيات.
- يقوم بتعيين وعزل المستخدمين.
- يقدم دوريا إلى وزارة المالية نشاط البنك.

2-مصلحة الصندوق:

تعتبر من أهم المصالح في البنك حيث تضم:

- الشباك: يقوم بقبض الشيكات الخاصة بالسحب والإيداع.

¹ مقابلة شخصية مع مدير شرقي بوجمعة وكالة الوادي، في يوم 2016/04/07، على الساعة 11:45.

² من إعداد الطالبتين، اعتمادا على معلومات مقدمة من بنك التنمية المحلية - وكالة الوادي.-.

- الصندوق: يقوم بإدارته أمين الصندوق حيث ينظم الإيداعات النقدية والدفع، ويقوم خلال نهاية كل يوم بمراجعة وثائق السحب والإيداع ثم مقارنتها بما لديه من أموال.
- التحويلات (من حساب إلى حساب): في هذه المصلحة يتم نقل مبلغ من حساب إلى حساب آخر حيث يجعل حساب مدين آخر دائن بنفس المبلغ المحول.
- المقاصة: في آخر كل يوم يتم تداول الدين ما بين البنوك.

3-مصلحة وسائل الدفع:

تهتم بتسيير كل المعاملات التي أجريت بوسائل الدفع التقليدية أو الالكترونية المستعملة.

4-الخلية القانونية والتحصيل:

تهتم هذه الخلية بالشؤون القانونية أي توكيل المحامين لحل النزاعات المتعلقة بالبنك مثل كيفية استرداد كل ما يتعلق بحقوق البنك كالقروض التي منحت ولم تسترد، ومساندة الوكالات من الجانب القانوني...إلخ. وتضم هذه المصلحة فصيلتين:

أ-فصيلة رقابة الحسابات.

ب-فصيلة الشؤون القانونية.

5-الخلية الإدارية:

تهتم هذه الخلية بكافة الشؤون الإدارية وكل ما يتعلق بالمستخدمين والرقابة والشؤون المالية، والإدارة السكرتارية.

6-المصلحة التجارية والتعهدات:

حيث تقوم هذه المصلحة بالعمليات التالية:

- التوطين: من خلالها يتم تقديم ترخيص للحسابات البنكية لتباشر في عملية تحويل من و إلى الخارج.
- إصدار وثائق الخاصة بالتعاملات المالية وكذا تسيير الحسابات.
- القيام بالتحويلات.

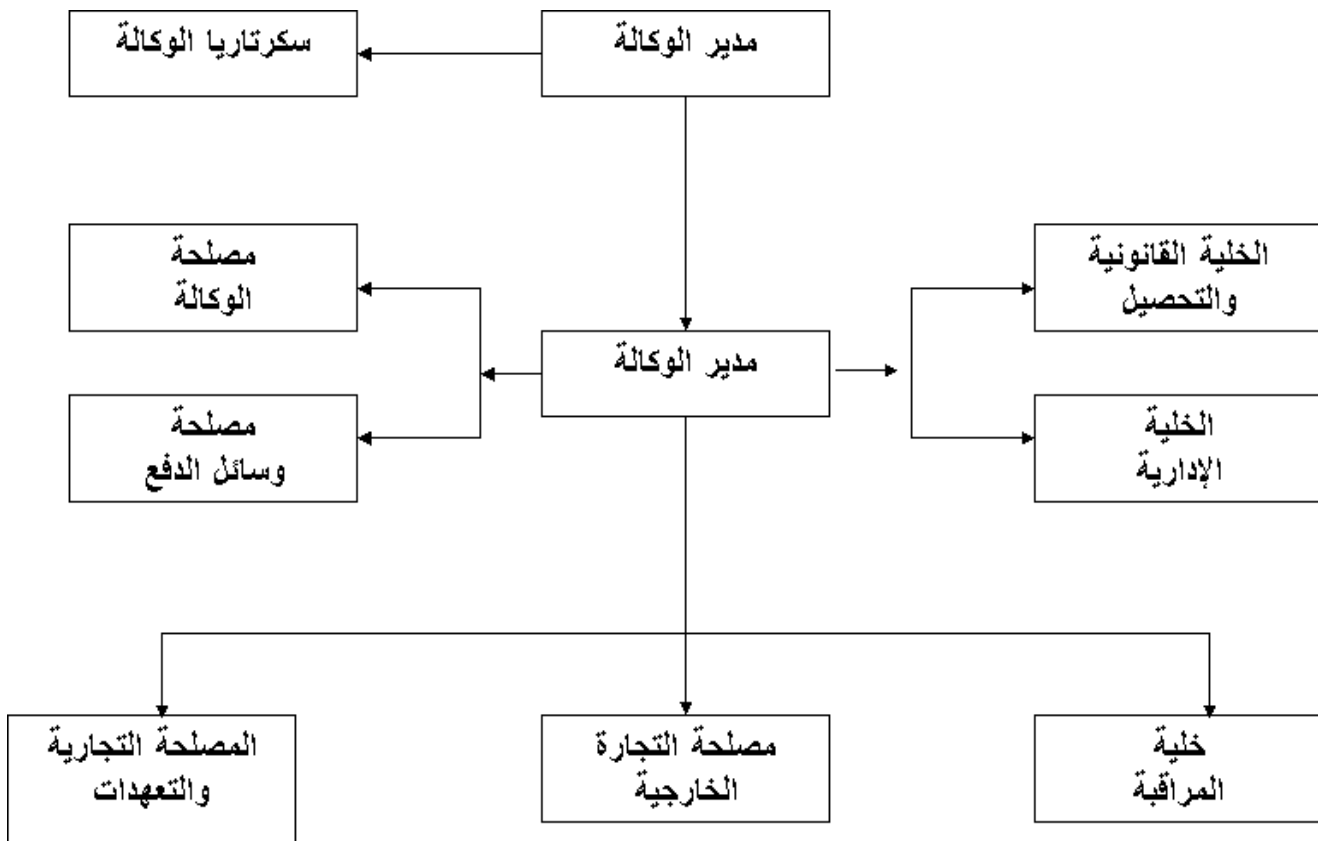
7-مصلحة التجارة الخارجية:

تهتم بما يتعلق بالتجارة الخارجية كالاستيراد والتصدير وتقديم الخدمات المتعلقة بالنشاط التجاري للزبائن

8-خلية المراقبة:

تعمل هذه الخلية على رقابة جميع العمليات التي مرت على جهاز الكمبيوتر والتي تتعلق بالسحب والإيداع وعملية التحويل، وكذلك العمليات التي تتم داخل البنك أو العمليات التي يجريها مع الغير كالبنوك الأخرى والبنك المركزي والخزينة وكذا المعاملات المتعلقة بمختلف الزبائن.

الشكل رقم 3-1: يمثل الهيكل التنظيمي بنك التنمية المحلية وكالة الوادي - 367 -



المصدر : من إعداد الطالبتين حسب معلومات مقدمة من الوكالة

ثانيا: وظائف بنك التنمية المحلية.

باعتبار بنك التنمية المحلية بنك مملوك لدولة وخاضع للقانون التجاري فانه يتولى كل العمليات المألوفة لبنوك الودائع التجارية والتي من أهمها:

1- القيام بعمليات منح القروض بكافة أنواعها لصالح المؤسسات العمومية المحلية وكذلك مؤسسات القطاع الخاص بالإضافة إلى القروض العقارية والاستهلاكية، فتشمل الأولى تمويل شراء أو بناء مساكن، والثانية تهتم بالتمويل الاستهلاكي الخاص بشراء أجهزة منزلية.

وهذا يساهم في خدمات المؤسسات المحلية لأنه مخصص للأجهزة المصنعة أو المركبة محليا وذلك لتسهيل المعاملات بين التاجر والأفراد، والأعمال الحرة وكذلك يتوجه البنك إلى منح قروض من نوع حديث الموجهة نحو تمويل و تشغيل الشباب وكذلك تميزها بالدخل الثابت الذي يساعد البنك على تجنب أكبر قدر ممكن من الأخطار.

2- استقبال الودائع وجميع الإدخارات سواء الخاصة بالمؤسسات أو الأفراد والعائلات وكذلك الودائع بالعملة الصعبة.

3- المساهمة في تأسيس وتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

4- تمويل عمليات الاستيراد والتصدير والتبادل التجاري.

وبالإضافة إلى هذه الوظائف يقوم البنك بكافة الأعمال المصرفية الأخرى المتعلقة باستقبال العملاء وتقديم النصائح لهم وتلبية رغباتهم في أقصر مدة ممكنة، وكذلك عمليات الصندوق والأوراق المالية المتمثلة في إيداع وتحصيل الشيكات، وفتح الاعتماد وحفظ الأوراق المالية الخاصة بالبنك وزبائنه.¹

¹ من إعداد الطالبتين، اعتمادا على معلومات مقدمة من بنك التنمية المحلية - وكالة الوادي -.

المبحث الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في بنك التنمية المحلية وكالة الوادي.

بدأ بنك التنمية المحلية نشاطه مثله مثل باقي البنوك الأخرى، من خلال تقديمه لخدمات تقليدية قبول ودائع ومنح القروض، فمع ظهور التكنولوجيا ومتطلبات العصر اضطر بنك التنمية المحلية في تطبيق خدمات إلكترونية وهذا الأمر الذي وجهه البنك المركزي له، فأصبح البنك يمارس نشاطاته الإلكترونية ولكن بتحفظ.

المطلب الأول: وسائل الدفع الإلكترونية في بنك التنمية المحلية وكالة الوادي.

استخدم بنك التنمية المحلية مجموعة من الوسائل الإلكترونية التي تساعده على عمليات السحب و الإيداع والتحويل التي سيتم ذكرها كمايلي:

أولاً: بطاقة السحب بين البنوك (CIB).¹

دخلت لتعامل سنة 2000 بحيث لم تلقى القبول العام في وقتها، فعمل البنك على وضع إستراتيجية تجعل لهته الخدمة تدخل حيز التعامل، بإجبار الزبائن عند طلبهم لفتح حساب بنكي لدى التنمية المحلية أن يقتنوا هذه الخدمة بدلا من فتح حساب بنكي تقليدي وخاصة فئة المتقاعدين، تصلح هذه البطاقة لدى مختلف البنوك الأخرى من خلال رمزها المتمثل في تعددية البنوك و الرمز الخاص لبنك التنمية المحلية (البنك المودعة)، تحتوي هذه البطاقة على وحدة معالجة تسمى إجماعا بطاقة ذكية التي تمنح للعمليات البنكية أكثر أمان.

الشكل رقم 2-3: يمثل بطاقة CIB الخاصة ببنك التنمية المحلية



المصدر: إطلع على الموقع: <http://www.bdl.dz/images/carte1.jpg>، يوم 2016/05/04.

¹ شربني بوجمعة: مدير وكالة بنك التنمية المحلية وكالة الوادي، مقابلة شخصية، في يوم 2016/04/06.

1-أصناف البطاقات: البطاقتان لهما نفس الشكل لكن بلون مختلف: بطاقة GOLD هي بلون ذهبي في حين أن البطاقة الكلاسيكية ذات لون أزرق.

أ-البطاقة الكلاسيكية:

-تعرض خدمات الدفع والسحب ما بين البنوك؛

-تعرض هذه البطاقة على الزبائن حسب المعايير الموضوعة من طرف البنك؛

الشكل رقم 3-3: يمثل بطاقة CIB CARD CLASSIC الخاصة ببنك التنمية المحلية



المصدر: إطلع على الموقع: <http://google.com> يوم 2016/05/04.

ب-بطاقة GOLD:¹

تعرض أيضا على الزبائن حسب المعايير الموضوعة من طرف البنك بغض النظر عن كونها بطاقة دفع و سحب.

هذه البطاقة تقدم وظائف إضافية و أسقف سحب و دفع أكثر أهمية.

الشكل رقم 3-4: يمثل بطاقة CIB CARD GOLD الخاصة ببنك التنمية المحلية



المصدر: إطلع على الموقع: <http://google.com> يوم 2016/05/04.

¹ شريفي بوجمعة: مدير وكالة بنك التنمية المحلية وكالة الوادي، مقابلة شخصية، في يوم 2016/04/06.

2-مميزات بطاقة ما بين البنوك CIB:

-تسوية عمليات الشراء و الخدمات من خلال آلات الدفع الإلكترونية (TPE)، الموضوعة لدى التجار المتعاقدين؛

-القيام بعمليات سحب لدى الموزع الآلي للأوراق النقدية (DAB) المتصل بالشبكة النقدية بين البنوك CIB على مستوى التراب الوطني؛

-تسمح بإجراء عمليات السحب والدفع 7 أيام على 7 و على مدى 24 ساعة؛

-توفر ضمان و أمان أكثر (بطاقة ذكية)؛

-ريح الوقت، سهولة الإستعمال.

3-كيفية استعمال البطاقة:

-القيام بتقديم البطاقة على مستوى الشباك؛

-التاجر يدخل مبلغ المقتنيات؛

- إدخال البطاقة على مستوى محطة الدفع الآلي؛

-إدخال الرقم السري على مستوى محطة الدفع الآلي؛

-وفي الأخير يسلم التاجر البطاقة والتذكرة.

4-صلاحية البطاقة:

-تبلغ مدة صلاحية البطاقة أربع (04) سنوات تجديدها يكون بطريقة آلية، إلا في حالة الإلغاء من طرف البنك.

- السقف الأسبوعي تم تبديله بسقف شهري حدد بثلاثين ألف (30,000) دج للبطاقات الكلاسيكية وثمانون ألف (80,000) للبطاقات GOLD.

-عملية الإطلاع على الرصيد أصبحت بمقابل 11.70 دج (TTC)، إبتداء من 01 سبتمبر 2010 على مستوى الشبكة الداخلية، أما الشبكة ما بين البنوك ستكون معنية في وقت لاحق.

-يتم إستبدال البطاقة في حالة السرقة، الضياع و الإتلاف، مع تجديد الرقم السري حسب طلب الزبون الموجه إلى وكالته.

ثانيا: دفتر حسابات التوفير الخاص ببنك التنمية المحلية.

بدأ التعامل بخدمة دفتر التوفير الممغنط سنة 2012 بوكالة الوادي.¹

الشكل رقم 5-3: يمثل دفتر حساب التوفير الممغنط الخاص ببنك التنمية المحلية.



المصدر: إطلع على الموقع: <http://google.com> يوم 2016/05/04.

1- أهداف و فوائد دفتر حساب التوفير الجديد:

- أ- صمم بتصميم جديد، فإن دفتر حساب التوفير الجديد يوفر العديد من عوامل الجذب، شكله المشابه للجيب يجعله دائما مريحا وسهل المنال.
- ب- بدأ التعامل بصفة عام ببنك التنمية المحلية سنة 2004 بعد سلسلة من التجارب الناجحة، ولقد إمتد دفتر حساب التوفير المعالج بالطرق المعلوماتية تدريجيا لجميع وكالات الشبكة التجارية التابعة لبنك التنمية المحلية، والتي تلغي تدريجيا من الطريق، الدفتر القديم.
- ج- وجود مسار ممغنط على دفتر حساب التوفير الجديد يسمح للزبون القيام بعمليات السحب والدفع الفوري.
- د- بالإضافة إلى الشفافية والسهولة والوضوح الذي يجدها الزبون خلال استعمال الدفتر الجديد، فإن وكلاء خدمة حسابات التوفير يكسبون وقتا معتبرا يمكنهم تكريس استقبال أفضل للزبون المدخر هذا الأخير، بدوره يمكنه بالضرورة وقتا أقل في الشباك.

¹ شريتي بوجمة: مدير وكالة بنك التنمية المحلية وكالة الوادي، مقابلة شخصية، في يوم 2016/04/06.

و- ويسمح دفتر حساب التوفير الجديد للزبون، في النهاية القيام بعمليات الإيداع والسحب في الوكالات التابعة لبنك التنمية المحلية المتواجدة في جميع أنحاء البلاد.

هـ- دفتر حساب التوفير لبنك التنمية المحلية، يقوم بتحسين الخدمة المقدمة بصفة كبيرة وذات نوعية، باعتبارها المحور الرئيسي لإستراتيجية التنمية للبنك.¹

ثالثا: فيزا كارد VISA CARD:

هي وسيلة سحب ودفع الكتروني تسمح بإجراء العمليات بالعملة الصعبة على الموزعات الآلية للأموال ونقاط البيع الإلكترونية، وعلى شبكة الإنترنت في جميع دول العالم، و هي تصدر إلى أي زبون مهتم، لديه حساب جاري في بنك التنمية المحلية، وبحوزته العملة الصعبة.

حيث بدأ التعامل بها في بنك التنمية المحلية لوكالة الوادي في سنة 2013، فلم تلقى القبول عام في أول ظهور لها بوكالة الوادي وهذا يرجع لثقافة الأفراد، وقدرت نسبة التعامل بها ب10% أما في باقي ولايات الوطن فقدرت ب40%.²

الشكل رقم 3-6: يمثل بطاقة VISA CARD الخاصة ببنك التنمية المحلية.



المصدر: إطلع على الموقع: <http://google.com> يوم 2016/05/04.

الجدول رقم (02): إستعمالات بطاقة فيزا كارد في بنك التنمية المحلية لوكالة الوادي.

السنوات	2013	2014	2015
عدد المتعاملين بالفيزا كارد	09	23	46

المصدر: من اعداد الطالبتين حسب المعطيات المقدمة.

¹ شريتي بوجعة: مدير وكالة بنك التنمية المحلية وكالة الوادي، مقابلة شخصية، في يوم 2016/04/06.

² نفس المرجع.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن هناك تزايد في عدد استعمالات بطاقة فيزا كارد فبالنسبة لسنة 2013 كانت عددها 09 بطاقة وفي سنة 2014 ازداد استعمالها ليصل إلى 23 بطاقة مستعملة من مختلف المتعاملين ونظرا لمميزات هذه البطاقة كثر الطلب عليها حيث وصل عدد البطاقات الممنوحة سنة 2015 إلى 46 بطاقة، وهذا دليل على قبولها من طرف المتعاملين.

1-أنواع بطاقة فيزا كارد:

هناك نوعان من بطاقات فيزا الخاصة ببنك التنمية المحلية:¹

أ-بطاقة فيزا الدولية لبنك التنمية المحلية "الدفع المسبق".

و هي تصدر إلى أي زبون، لديه حساب جاري بالعملة الصعبة أو بالدينار في شبائيك بنك التنمية المحلية؛ وهي مدعومة إما من حساب بالعملة الصعبة أو بدفع نقود من العملة الصعبة في خزانة الوكالة خلال يوم طلب المقدم من طرف المعني بالأمر.

أ-مميزات بطاقة فيزا.

- بطاقة الدفع المسبق تعمل على أساس التحويل التي يقوم به حاملها؛
- المبلغ المحدد لتحويل البطاقة الواحدة هو 1000 يورو شهريا؛
- يجب أن لا يتجاوز الحد الأقصى للعملة 500 يورو في الأسبوع؛
- تسمح بطاقة الدفع المسبق لحاملها القيام بعمليات الدفع و السحب على الموزعات الآلية للأموال ونقاط البيع الإلكترونية، 24/24 سا و 7/7 أيام على جميع شبكة فيزا الدولية؛
- كما تستعمل بطاقة فيزا للدفع المسبق على شبكة الإنترنت؛
- البطاقة صالحة لمدة (02) سنتين؛
- تخصم مبالغ المعاملات باليورو على الحساب الموقوف باليورو الموافق للرصيد المتوفر في البطاقة؛
- تخصم مبالغ الرسوم بالدينار من رصيد الحساب الموقوف بالدينار؛
- البطاقة مرفقة بتأمين مجاني على الحياة للزبون؛
- يتم تحميل وتحديد البطاقة بناء على طلب الزبون.

¹ شريتي بوجمة: مدير وكالة بنك التنمية المحلية وكالة الوادي، مقابلة شخصية، في يوم 2016/04/06.

2-بطاقة فيزا الدولية الذهبية لبنك التنمية المحلية.

يتم إصدار بطاقة فيزا الدولية الذهبية إلى أي زبون صاحب حساب بالعملة الصعبة وبالدينار مفتوح في دفاتر بنك التنمية المحلية. (أنظر الملحق رقم 01).

أ-مميزاتها:

- تعمل على أساس توفر حساب الزبون؛
- إيداع مبلغ 5000 يورو يتم عن طريق البطاقة لضمان تسوية المعاملات الصادرة من قبل الزبون على حسابه بالعملة الصعبة؛
- إدارة هذه الودائع (ودائع وإرجاع) تعود على مدير الوكالة باعتباره المسؤول الشخصي و الحصري على ذلك؛

- يجب أن لا يتجاوز الحد الأقصى للعمليات 1000 يورو في الأسبوع؛
- كما تستعمل بطاقة فيزا الذهبية على شبكة الإنترنت؛
- يجب أن يكون لدى الزبون حساب بالعملة الصعبة وحساب بالدينار؛
- البطاقة صالحة لمدة (02) سنتين؛
- تخصم مبالغ المعاملات من حساب الزبون بالعملة الصعبة؛
- تخصم مبالغ الرسوم بالدينار من رصيد حساب الزبون بالدينار؛
- البطاقة مرفقة بتأمين مجاني على الحياة و السفر للزبون؛
- يكون تجديد البطاقة تلقائيا كلما انتهت صلاحيتها.

3-شروط طلب البطاقة على مستوى الوكالة:

- يجب أن يكون هناك حساب جاري بالدينار أو بالعملة الصعبة ويجب أن يكون سليم من حوادث الاستعمال حظر أو حجز دفتر الشيكات؛
- توفر الأهلية القانونية؛

- يجب أن يكون حساب جاري غير متابع من قبل مصلحة تحصيل الديون؛
- يمكن للزبائن الذين ليس لهم حساب جاري في بنك التنمية المحلية الحصول على بطاقة الدفع المسبق فيزا إلكترون، بدون حوزتهم بالضرورة على حساب بالعملة الصعبة ولكن يجب عليه، مع ذلك، إثبات هويتهم في

نفس الظروف عند فتح حساب في بنك التنمية المحلية، إذا كان يمكن أن تعطي لهم الحق في الحصول على التحويلات بالعملات الصعبة.

أ-شروط طلب بطاقة الدفع المسبق بصفة خاصة:

يجب على الزبائن الذين ليس لديهم حساب في الوكالة، عند التوقيع على استمارة طلب البطاقة، دفع مايلي:

- بالعملة الصعبة، المبلغ المساوي عند تحميل البطاقة؛
- بالدينار، المبلغ الذي يمثل تكلفة تخصيص البطاقة؛
- بالدينار، مبلغ الخصومات المتفق عليها على المعاملات (وفقا لأحكام البنك).

ب-شروط طلب البطاقة الذهبية:

يجب على الزبائن الراغبين في شراء البطاقة الذهبية، عند التوقيع على استمارة طلب البطاقة، ما يلي:

- وجود رصيد بالدينار أعلى بـ 50 ٪ من ثمن البطاقة، وسيتم إكمالها عند إصدار البطاقة؛
- إيداع بالعملة الصعبة، أثناء مدة صلاحية البطاقة، والتي سوف تستخدم فقط عند غياب الرصيد(غير المدفوعة) فإن رصيد الودائع يرد إلى الزبون عند نهاية صلاحية البطاقة. في حالة التجديد ، يتم إتباع نفس الإجراء.

4- تأمين بطاقة فيزا الدولية.

هناك شراكة مع الشركة الجزائرية للتأمين "ش.ج.ت. "SAA"، يوفر بنك التنمية المحلية التأمين لحاملي بطاقة فيزا الدولية " الذهبية" و "الدفع المسبق".¹ (أنظر الملحق رقم 02).

أ-المخاطر التي يغطيها شركة التأمين S.A.A :

أ-1-بطاقة فيزا"الدفع المسبق":

أصل الأموال المستحقة في حالة وفاة تدفع لأصحاب الحقوق 500.000,00 دينار جزائري.

أ-2-بطاقة فيزا الذهبية:

- في حالة الإصابات الجسدية (المساعدة الطبية في الخارج والرعاية في حالات استعجالية)؛
- التكفل بإعادة جثمان الفقيد إلى تراب الوطن في حالة وفاة؛
- أصل الأموال المستحقة في حالة وفاة تدفع لأصحاب الحقوق: 1000.000,00 دينار جزائري.

المطلب الثاني: أنظمة تحويل المبالغ الكترونيا.

¹ شريفي بوجمعة: مدير وكالة بنك التنمية المحلية وكالة الوادي، مقابلة شخصية، في يوم 2016/04/07.

أولاً: نظام تحويل مبالغ مالية كبيرة ARTS:

1-التعريف بنظام ARTS:

نظام ARTS " الجزائرية للتسوية في الوقت الحقيقي " كما هو الحال بالنسبة لنظام الدفع الذي هو جزء من التحديث، بدأ العمل بنظام ARTS في 08 فيفري 2006 بحيث ينطبق نظام ARTS على عمليات التحويل بالدينار فقط لتسهيل عمليات المقاصة الالكترونية ويستعمل نظام ARTS من قبل شبكة بنك التنمية المحلية عامة.

2-فوائد نظام تحويل مبالغ مالية كبيرة:

- تنفيذ التحويلات في فترة لا تتجاوز ثلاثة أيام، تأمين العمليات.
- بالنسبة للزبائن ينحصر الأمر في التحويل المقوم بالدينار طبقاً للشروط التالية:
 - أ-إذا كان المبلغ المحوّل أكبر من أو يساوي واحد مليون دينار، فإن العملية تمر بالضرورة عبر النظام.
 - ب-إذا كان المبلغ المحوّل أقل من واحد مليون دينار، يمكن للزبون (بمحض إرادته) جعل العملية تمر عبر هذا النظام، وفي هذه الحالة يقال على التحويل انه عاجل.

ثانياً: نظام المونيغرام.

1- تعريف بالمونيغرام:

هي الشركة الرائدة عالمياً في خدمة تحويل الأموال الدولية، وبنك التنمية المحلية يعمل مع شركاء ذو جودة في أكثر من 150000 نقطة بيع بالتجزئة في 170 بلداً وإقليماً من أجل توفير وسيلة آمنة وسريعة لإستقبال الأموال في جميع أنحاء العالم.¹

الشكل رقم 7-3: يمثل شعار خدمة المونيغرام الخاصة ببنك التنمية المحلية.



المصدر: إطلع على الموقع: <http://google.com> يوم 2016/05/04.

2- كيفية استعمال المونيغرام:

¹ شريفي بوجمعة: مدير وكالة بنك التنمية المحلية وكالة الوادي، مقابلة شخصية، في يوم 2016/04/07.

الذهاب إلى نقطة بيع للمونيغرام Money Gram، بعدها لقيام بملء الاستمارة المخصصة للمونيغرام ثم القيام بتضمين رسالة من 10 كلمات.¹

أ- لإرسال الأموال من الخارج:

الذهاب إلى نقطة بيع للمونيغرام Money Gram مرفقون ببطاقة الهوية، القيام بملاً و تقديم الاستمارة المخصصة لمونيغرام، ثم تقديمها إلى الشباك، بما في ذلك قيمة المبلغ المراد إرساله نقداً مع رسوم التحويل، بعدها يتم الإبلاغ من طرف العميل بالرقم المرجعي، بحيث تبليغ الرقم المرجعي خاص بالمستفيد فقط، في خلال 10 دقائق فقط، بهذا ستكون الأموال بحوزة المستفيد.

ب-الحصول على المال:

الطلب من المرسل الرقم المرجعي، الذهاب إلى نقطة بيع للمونيغرام Money Gram مرفقاً ببطاقة الهوية والرقم المرجعي لملء استمارة الاستلام ثم إعادتها إلى الشباك، وعندئذ يقدم المال المحول بالعملة المحلية لبلد.

ثالثاً: نظام E-BANKING.

بدأت خدمة البنك الإلكتروني في بنك التنمية المحلية وكالة الوادي في أواخر 2012، وللحد الآن لا تزال لم تلقى القبول العام والاهتمام من طرف المتعاملين، ولكن حسب ما ورد لنا مدير الوكالة انه يوجد بعض من مستخدميها مرتحين بهذه الخدمة وناجحة معهم.² (أنظر الملحق رقم 03).

رابعاً: خدمات الكترونية أخرى نذكر منها:

1- التجارة الخارجية عبر الانترنت.

بدأ التعامل بها في 2016/03/17 حسب ما ذكره لنا مدير الوكالة فهي حديثة الاستخدام رغم أنها أحدثت تغيير إيجابي في تسير عمليات التجارة الخارجية، وسنوضح كيف تتم العملية بالانترنت (أنظر الملحق رقم 04).

2- المقاصة الإلكترونية.

بدأ التعامل بها في بنك التنمية المحلية لوكالة الوادي سنة 2005 وهي ناجحة 100% لما توفره من سهولة وتوفير وقت وجهد، وسنزود كيفية التعامل بها (أنظر الملحق رقم 05).

¹ شربي بوجعة: مدير وكالة بنك التنمية المحلية وكالة الوادي، مقابلة شخصية، في يوم 2016/04/10.

² نفس المرجع.

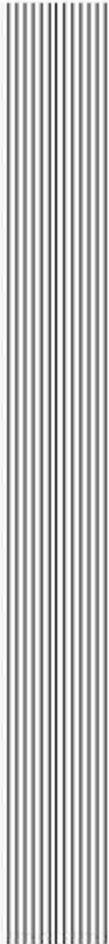
خلاصة الفصل:

من خلال الدراسة التي أجريت يتبين أن هناك فرق بين ما قدم في الجانب النظري والمعلومات المقدمة في الجانب التطبيقي في هذه الدراسة والمتعلقة ببنك التنمية المحلية لوكالة الوادي، وما أدرج في دراسة حالة خاصة بالبنك.

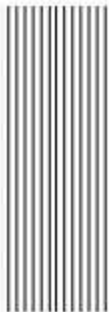
فمن خلال دراسة حالة بنك التنمية المحلية BDL لوكالة الوادي تبين لنا أن تطبيقات خدمات التجارة الالكترونية مطبقة نسبيا، بحيث توجد وسائل دفع الكترونية مطبقة وأخرى لا تزال لم يتعامل بها بعد.

وذلك راجع إلى سببين:

- عدم استجابة الزبائن لهذه الخدمات.
- لازالت بعض الخدمات غير موجودة في بنك التنمية المحلية لعدم توفر بنية تحتية جيدة، فلبد من تقوية البنية التحتية للجهاز المصرفي وذلك بزيادة الإنفاق الاستثماري في مجال تكنولوجيا المعلومات، و التوسع في استخدام شبكة الانترنت لتقديم تشكيلة متنوعة من الخدمات الحديثة للعملاء بكفاءة أعلى و تكلفة أقل.
- عدم توفر أنظمة للأمنح الخدمات الالكترونية التي بها سيتم جذب ثقة المتعاملين .
- عدم وجود رقابة متخصصة للبنك تحرص على المتابعة الدورية للبنك، بحيث تعمل اللجنة الرقابة على عدم تعرض البنك للمخاطر الناتجة عن انتهاك القوانين التي تضبط عمل البنك خاصة المتعلقة بمكافحة غسيل الأموال.
- انخفاض كفاءة العاملين و غياب روح الابتكار لديهم بالإضافة إلى ضعف مخصصات تدريب العاملين.
- غياب الثقافة المصرفية لدى موظفي البنوك.
- ضعف استخدام التكنولوجيا الحديثة بالبنوك الجزائرية.



الغائمة



الخاتمة

تدور إشكالية موضوعنا حول ما مدى مساهمة تطبيقات التجارة الالكترونية في تحسين نوعية الخدمة المصرفية، وبالتالي تم تناول موضوعنا في ثلاث فصول معززين بخاتمة عامة تتضمن ملخصا شاملا لهذه الفصول الثلاث، إختبار فرضيات، ثم النتائج العامة لدراسة تليها التوصيات والاقتراحات.

1-ملخص الدراسة:

تعتبر البنوك الالكترونية العمود الفقري لتجارة الالكترونية والريخ من الانترنت، والتي أصبحت اليوم أقوى من ذي قبل، وهذا ما نلاحظه مع أكبر وسائل الدفع الالكترونية العالمية، بحيث بدأ العالم يتقبلها ويتعامل معها في تحويل الأموال عبر الانترنت بأمان، فهي عملة فرضت نفسها على السوق لفكرة عملها الذكية. إن الريخ في الانترنت يعني إيداع الأموال المربوكة من الشركات إلى إحدى حسابات في نقود الالكترونية، ومن ثم سحبها بأكثر من طريقة: حوالة بنكية، سحب من ماكينة، الصراف الآلي وطرق أخرى. فأصبح إذن العمل المصرفي إلكتروني يتجاوز الوظائف التقليدية ويهدف إلى تطوير وسائل تقديم الخدمات المصرفية، فتطورات الحاصلة على مستوى البنوك وخدماتها الالكترونية على مستوى العالمي وتزايد مستوى المنافسة في هذا القطاع حتم على المصارف في الجزائر مواكبة هذه التطورات وتقديم خدمات مصرفية عبر الانترنت ذات جودة، من خلال التركيز على أهم متطلباتها لإرضاء الزبائن، خاصة في ظل الإصلاحات البنكية التي تشهدها الجزائر؛ فكل هذه الحركية والتطور الحاصل في مجال المصارف والخدمات المصرفية كان لابد أن يلقي أثاره على النشاط الاقتصادي لارتباطهما الوثيق ببعضهما البعض.

فلبناء المصارف يتوقف إلى حد كبير على سلامة وفعالية البنية التحتية وخاصة في الوقت الحالي، فيعتبر المصرف متطورا إذا توفرت فيه بنية تحتية مؤهلة لمواكبة التطورات الحاصلة، لكي يستطيع الدخول في عالم المنافسة. فبدون تهيئة ستعتبر المنظومة المصرفية الجزائرية منظومة تقليدية ولا تعني شيئا بالنسبة للدول الأخرى.

2- اختبار الفرضيات:

بعد دراسة الموضوع في هذا البحث ومحاولة الإحاطة ببعض جوانبه، يمكننا إجراء اختبار لبعض فرضياته كمايلي: **الفرضية أ:** في ظل مواكبة التجارة الالكترونية يلزم على البنوك توفير بنية تحتية جيدة وكاملة تلائم التطورات الحالية، وتأهيل وتدريب الكوادر البشرية باعتبارها جزء هام في تفعيل وتنشيط حركة ونشاط البنوك بطريقة متطورة، وتوفير مختلف الأنظمة والأساليب الأمنية لحماية المنظومة المصرفية من أعمال القرصنة والسرقة والتجسس لجذب ثقة المتعاملين ومن هنا أثبتت صحة الفرضية الأولى.

الفرضية ب: ألزمت التجارة الالكترونية البنوك التعامل بها لنجاحها ولمميزاتها وفوائدها التي تقدمها للمصارف، ولجودتها في تحسين نوعية الخدمة المصرفية، بحيث يمكن القول إن هذه الفرضية صحيحة من جانب التطورات الواقعة في البنوك ومن الجانب الايجابي التي تقدمه التجارة الالكترونية للبنوك، بحيث إستخدام التجارة الالكترونية في البنوك سيخلق هياكل رئيسية لبناء اقتصاد رقمي، ويساهم أيضا في تقليص فجوة رقمية في البنوك؛ إن تطبيق البنوك لوسائل أكثر حداثة يؤدي إلى تحسين الخدمة المصرفية فعلا، ولكن من ناحية جذب العملاء فهذا يرجع إلى أسلوب وثقافة المجتمع وثقته بالتطورات الراهنة.

الفرضية ج: يهتم بنك التنمية المحلية -وكالة الوادي- بتحسين نوعية خدماته عن طريق التفاعل المستمر مع التطورات الحاصلة بتقديمه لبعض الخدمات الكترونية وسعيه لتقديم خدمات أخرى في المستقبل، وبهذا نؤكد صحة الفرضية وهذا راجع للتقبل ونجاح الخدمات الالكترونية لما تقدمه من مزايا عديدة.

3- النتائج الدراسة:

- إن التجارة الالكترونية لها فوائد ومميزات كبيرة تجعل كل من البنوك التي تتماشى مع تطبيقاتها في تطور كامل وفي مكانة متقدمة، بحيث توصل إلى أن التجارة الالكترونية تؤثر إيجابا على نوعية الخدمة مصرفية على رغم من وجود بعض المخاطر.

- تطبيق التجارة الالكترونية يتطلب توفير عناصر وهذه العناصر تكمل بعضها البعض كالبنية التحتية، توفير أنظمة أمان وتأهيل الكوادر البشرية.

- تحول أعمال مصرفية للبنوك لصورة الكترونية أدى لظهور نوع جديد من المعاملات وهي معاملات التجارة الالكترونية.

- يوجد فرق كبير نوعا ما بين المعلومات المقدمة في القسم النظري لهذه الدراسة وما قدم في القسم التطبيقي لها ويتضح ذلك في:

- الخدمة المصرفية في وكالة الوادي - BDL - تسعى لتطور، لتوفيرهم بعض الخدمات الالكترونية إلا أنه ينقصها البنية التحتية اللازمة والتجاوب والقبول من طرف المتعامل.

- يسعى بنك التنمية المحلية لوكالة الوادي من أجل التطوير وتوسيع في خدماته وذلك من خلال سعيه لتقديم خدمة جديدة هي الكفالة الالكترونية التي يعتبرها البنك كتحدٍ له عند نجاحها.

- يساهم البنك في توفير الوقت والتكلفة من خلال الوسائل المتبعة في تقديم خدماته والتي تتم بطريقة الكترونية مثل: توفير موقع خاص للبنك بحلة جديدة ومتطورة يستطيع من خلالها العميل الدخول بكل سهولة لمعرفة آخر المستجدات.

- هناك خدمات الكترونية مشهورة على المستوى الدولي ولكن لم تطبق بعد في وكالة بنك التنمية المحلية مثل: خدمة Master Card.

4-الاقتراحات الدراسة:

- يتعين على الحكومات تطوير البنية التحتية التي يقتضيها تشييد اقتصاد رقمي، وإقامة حكومة الكترونية، وتحديث من تشريعاتها بحيث تشمل التجارة الالكترونية والاقتصاد الالكتروني.

- تأهيل وتدريب الكوادر البشرية باعتبار أن الكوادر البشرية عنصر فعال لتحسين نوعية الخدمة وتقديمها بما فيها العمال والمتعاملين.

- تقديم وتوفير أنظمة للأمن في المصارف تحمي أموال العملاء وتجلب ثقتهم.

- فتح الباب للبنوك الخاصة لزيادة المنافسة محليا، وتطوير المنظومة المصرفية الجزائرية بشرط أن تتوفر فيها كل المقومات التكنولوجية الحالية.

- ترويج بعض الخدمات المقدمة والتحفيز لإستخدام خدمات متطورة لما تحتويه على مزايا عديدة.

- يتوجب على البنوك المركزية عند اصدارا النقد الالكتروني أن تكون قادرة على مراقبة الكتلة النقدية الجديدة، لأن التوسع سيؤثر على مستوى الأسعار وبالتالي سيؤثر على مستوى الاقتصاد.

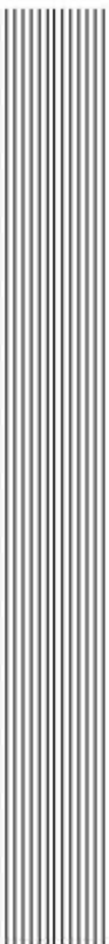
- إن أكبر تحدي تواجهه البنوك المصدرة لنقد الالكتروني هو ضرورة في التجديد طرق ووسائل الدفع، والأخذ بعين الاعتبار أمان الزبائن.

- المساهمة في نجاح الحكومة الالكترونية من خلال مشروع الجزائر الالكترونية 2013، فتتطلب الحكومة الالكترونية وجود خدمات مصرفية الكترونية حديثة، فعند توفير مثل هذه الخدمات سيكون من السهل نجاح حكومة الكترونية التي لها دور كبير في تطور المجتمع.
- عدم إغفال عن حجم المخاطر التي تتولد عن هذا النوع من خدمات إذا تم اعتماده بشكل متسرع وغير واعي، خاصة في ظل هشاشة الجهاز المصرفي الجزائري.

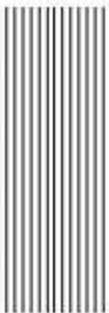
-أفاق الدراسة:

لعبت التجارة الالكترونية دورا هاما في تحسين نوعية الخدمة المصرفية التي أجبرت البنوك على ضرورة التحسين خدماتها لتفاعل مع التطورات الحاصلة في العالم والالتحاق بالتطورات التكنولوجية، لذا فإن الخدمات الحديثة في المصارف لن تتوقف عن ظهور، وكل وفد جديد على الصناعة المصرفية يعتبر موضوعا للدراسة في حد ذاته. ولكن المنظومة المصرفية الجزائرية لم تتجاوب مع هذه التطورات بحيث توجد وكالات لحد الآن لم تصل لدرجة قبول وسائل الدفع الالكترونية والخدمات الالكترونية. لهذا نترك المجال مفتوحا لدراسات القادمة لمعرفة هل سبب تدهور المصارف الجزائرية راجع إلى ثقافة المجتمع أو إلى عدم وجود متطلبات كافية لتطبيق هذه التطورات أو لاثنتين معا؟ ونترك المجال مفتوحا للدراسات القادمة لمعرفة ما إذا يوجد تطورات في أهم نقاط التي توقفت فيها الدراسة التي نذكر منها:

- ✓ تفعيل بنية تحتية.
- ✓ تقبل وتجاوب لهذه الخدمات.
- ✓ تعمل وكالة الوادي الآن على تنشيط الكفالة الالكترونية فهل السنوات القادمة ستتمكن من تطبيق هذه الخدمة أم لا.
- ✓ متمنين أن تكون دراستنا بداية لدراسات قادمة وتعطي اقتراحات مناسبة لحل بعض المشاكل التي تعاني منها المنظومة المصرفية الجزائرية.
- ✓ ونقدم اقتراحات لبعض المواضيع كاملي:
- ✓ دور التسويق الالكتروني في تحسين الخدمة المصرفية.
- ✓ أثر الاقتصاد الرقمي على الخدمة المصرفية.



قائمة المراجع



قائمة المصادر والمراجع

أ- باللغة العربية:

- 1) أحمد بوارس و السعيد بريكة: أعمال الصيرفة الإلكترونية الأدوات والمخاطر، دار الكتاب الحديث، 2014.
- 2) أحمد عبد الله العوضي: العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد 6، كلية الدراسات التجارية، الكويت، 2010.
- 3) إياد زكي محمد أبو رحمة: أساليب تنفيذ عمليات التجارة الإلكترونية ونظم التسوية المحاسبية عنها (دراسة تطبيقية) على البنوك العاملة في قطاع غزة، رسالة ماجستير في المحاسبة والتمويل، جامعة الإسلامية غزة، كلية التجارة، 2009.
- 4) جاري شنايدر Gary Shneider : التجارة الإلكترونية، ترجمة على إبراهيم سرور، تقدم عبد المنعم بن إبراهيم عبد المنعم، دار مريخ للنشر، الرياض، مملكة العربية السعودية، الطبعة الإنجليزية، 2008.
- 5) خبابة عبد الله: الاقتصاد المصرفي البنوك الإلكترونية، البنوك التجارية السياسة النقدية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير وعلوم التجارة، جامعة محمد بوضياف، المسيلة الجزائر، مؤسسة شباب الجامعة، 2008.
- 6) خضر مصباح الطيطي: التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية من منظور تقني تجاري وإداري، دار حامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى 2010.
- 7) خيرى مصطفى كتانة: التجارة الإلكترونية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الطبعة الأولى، 2009.
- 8) دغوش العطرة: استخدام الانترنت كأداة لتقديم الخدمات البنكية وأثرها على العمل البنكي دراسة حالة البنوك الجزائرية، جامعة الجزائر، أبحاث اقتصادية وإدارية العدد الثامن عشر ديسمبر 2015.
- 9) دميثان الجحالي وأسامة عبد المنعم: التجارة الإلكترونية، دار وائل للنشر عمان، الطبعة الأولى، 2013.
- 10) رشاد العصار و رياض الحلبي: النقود والبنوك، عمان، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2000.
- 11) زياد سليم رمضان محمد أحمد: جودة إدارة البنوك، دار الميسر للنشر والتوزيع، عمان، 1996.

- (12) سليم سعادوي: عقود التجارة الالكترونية دراسة مقارنة، دار الخلدونية لنشر والتوزيع الجزائر، الطبعة الأولى، 2008.
- (13) سليم سعادوي: عقود التجارة الالكترونية، دراسة مقارنة، دار الخلدونية لنشر والتوزيع، القبة القديمة، الجزائر، الطبعة الاولى، 2008.
- (14) فريدرين النجار: الاستثمار بالنظم الالكترونية والاقتصاد الرقمي E.Investment et digital economy، مؤسسة الشباب الجامعة للنشر، الإسكندرية الطبعة الأولى، 2004.
- (15) محمد خليل أبو زلطة وزيايد عبد الكريم القاضي: مدخل التجارة الالكترونية Introduction To E-commerce، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2009 عمان، الأردن.
- (16) محمد عبد حسين الطائي: التجارة الالكترونية (المستقبل الواعد للأجيال)، دار الثقافة للنشر والتوزيع عمان الأردن، الطبعة الأولى 2013.
- (17) محمد عمر الشويرف: التجارة الالكترونية (في ضل النظام التجاري العالمي الجديد)، دار الزهران للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2013.
- (18) محمد محمود مصطفى: التسويق الإستراتيجي للخدمات، دار المناهج، الأردن، 2003.
- (19) منير محمد الجنبهي و ممدوح محمد الحنبهي، النقود الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2006.
- (20) ناظم محمد نوري الشمري و عبد الفتاح زهير العبد اللات: الصيرفة الإلكترونية الأدوات و التطبيقات ومعوقات التوسع، دار وائل للنشر، 2008، الطبعة الأولى.
- (21) بريش عبد القادر: التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، فرع: نقود ومالية كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006.
- (22) بلحشر عائشة: واقع وآفاق التجارة الالكترونية في الجزائر، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية تخصص نقود بنوك ومالية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2004/2003.
- (23) حسين شنيبي: التجارة الإلكترونية كخيار استراتيجي للتواجد في الأسواق الدولية ومقومات إقامتها في الوطن العربي واقع وتحديات، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علوم التسيير، تخصص إدارة

أعمال، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، 2013-2014.

(24) خولة فرحات: أثر التجارة الإلكترونية على تحسين نوعية الخدمة المصرفية دراسة حالة البنك الإلكتروني monabanq، مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص إدارة أعمال، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2007-2008.

(25) رشيد علام: عوائق تطور التجارة الالكترونية في الوطن العربي دراسة حالة الجزائر، رسالة مقدمة ضمن نيل شهادة ماجستير في إدارة الأعمال، فرع التجارة الالكترونية، الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي، 2009-2010.

(26) رضوان ربيع: الاقتصاد الرقمي نموذج التجارة الالكترونية عبر شبكة الانترنت (دراسة وصفية تحليلية)، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر كلية العلوم السياسية والإعلام قسم علوم الإعلام والاتصال، 2006-2007.

(27) سليمة عبد الله: دور تسويق الخدمات المصرفية الإلكترونية في تفعيل النشاط البنكي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية تخصص تسويق، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2008/2009.

(28) عبدات سليمة: تسويق الخدمات البنكية وأثرها على رضا الزبون، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة 458، البويرة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم تسويق، المركز الجامعي العقيد أكلي محمد أولحاج، 2011/2012.

(29) عبلة مقداني: تأثير أبعاد جودة الخدمة المصرفية في الحفاظ على ولاء الزبون، دراسة حالة عينية من متعاملين بنك وطني جزائري، مذكرة شهادة ماستر أكاديمي، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2014/2015.

(30) على محاد أمينة: فعالية الخدمة المصرفية في ظل العولمة المالية دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري وكالة البويرة 111، مذكرة ماستر، تخصص اقتصاديات المالية والبنوك، جامعة العقيد أكلي محمد أولحاج، البويرة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.

(31) محلول زكية: أثر تحرير الخدمات المصرفية على البنوك العمومية الجزائرية، مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص: تجارة دولية، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة.

(32) معراج هوارى: تأثير السياسات التسويقية على تطوير الخدمات المصرفية في المصارف التجارية الجزائرية، دراسة ميدانية، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005.

(33) نادية عبد الرحيم: تطور الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي، دراسة حالة الجزائر، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، فرع، نقود وبنوك، 2010-2011.

(34) أيمن سعد: مقدمة للتجارة الالكترونية وتطوراتها، ورقة عمل مقدمة في ندوة اثر التجارة الالكترونية العالمية على اقتصاديات البلدان العربية، جمهورية مصر العربية، أكتوبر 2010.

(35) تطار محمد منصف، الصيرفة الالكترونية الجهاز المصرفي، مجلة الباحث، العدد 02، جامعة بسكرة، 2002.

(36) ثائر عدنان قودمي، الصيرفة الإلكترونية في المصارف التجارية الأردنية، دراسة تطبيقية لدور خصائص الشخصية المعوقات ومقومات النجاح، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة المملكة الأردنية الهاشمية.

(37) خالد صالح عبود: قياس رضا العملاء عن جودة الخدمات المصرفية الإسلامية دراسة ميدانية على بنك سورية الدولي الإسلامي، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 28، العدد الثاني، قسم المصارف والتأمين، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، 2012.

(38) كتيب التجارة الإلكترونية قناة اليوم لإقتصاد المستقبل، مملكة البحرين، إدارة الصناعة والتجارة، إدارة التجارة الإلكترونية وتكنولوجيا المعلومات، النسخة العربية، إصدار رقم 2 فيفري 2014، مملكة البحرين.

(39) ناظم الشمري وعبد الفتاح الات: مقال في الصيرفة الالكترونية في الاردن، مقدم الى المؤتمر العلمي الخامس في جامعة فيلادلفيا للفترة من 4-5 تموز / 2007.

(40) بن عزة محمد أمين و زوهري جلييلة ، مداخلة بعنوان: واقع المصارف الجزائرية في تطبيق نظام الدفع الالكتروني دراسة حالة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول، عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، عرض تجارب دولية.

- 41) بن عنية جلول وحواسني يمينة: مداخللة بعنوان مفاهيم الأساسية حول الانترنت والتجارة الالكترونية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول، عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، عرض تجارب دولية.
- 42) بوكساني رشيد: معوقات التجارة الالكترونية في البلدان العربية، ورقة عمل مقدمة في مؤتمر التجارة الالكترونية ... تجارة بلا الحدود ، ديسمبر 2010.
- 43) رفاه عدنان نجم: العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمة المصرفية، دراسة تطبيقية على عينة من المستفيدين في محافظة نينوي، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل.
- 44) عدل رجب الزنداح وأسامه إبراهيم الأزرق: أثر التجارة الالكترونية على مهنة المحاسبة والمراجعة، ورقة عمل مقدمة في مؤتمر التجارة الالكترونية .. بلا حدود، عمان، ديسمبر 2010.
- 45) علي خلفي: محاضرة حول التجارة الالكترونية وواقعها في العالم العربي، جامعة سعد دحلب بليدة، 2004 - 2005.
- 46) علي قابوسة، المصارف الالكترونية الفرص والتحديات حالة الجزائر، المؤتمر العلمي المغاربي الأول حول المعلوماتية والقانون، المنعقد في الفترة من 28 إلى 29 أكتوبر 2009 أكاديمية الدراسات العليا - طرابلس - ليبيا.
- 47) عماد علي السويح: دور التجارة الالكترونية في خلق مزايا تنافسية، اثر التجارة الالكترونية على المنتجات، ورقة عمل في مؤتمر التجارة الالكترونية... بلا حدود، عمان، ديسمبر، 2010.
- 48) محرز نور الدين و صيد مريم: مداخللة بعنوان نظام الدفع الالكتروني ودوره في تفعيل التجارة الالكترونية مع الإشارة لحالة الجزائر، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول، عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، عرض تجارب دولية.
- 49) مرتضى صلاح الدين: مستقبل التجارة الإلكترونية، مجلة الأهرام للكمبيوتر والانترنت والاتصالات، 20 مارس 2016.
- 50) مسعداوي يوسف وسعيد جميل: مداخللة بعنوان وسائل الدفع الالكتروني، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول، عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، عرض تجارب دولية.

51) مغازي عبد الرحمن: اثر التجارة الالكترونية على المنتجات، ورقة عمل في مؤتمر التجارة الالكترونية... بلا حدود، عمان، ديسمبر، 2010.

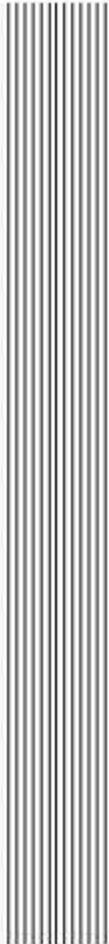
52) منير نوازي وإبراهيم جملط: مداخله حول متجر سوق كوم الافتراضية كمؤشر لنجاح التجارة الالكترونية في دولة الإمارات، ملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر، عرض التجارب الدولية.

II. باللغة الاجنبية:

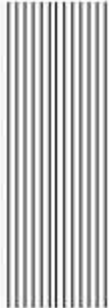
53) AMMOUR BEN HALIMA: Pratique des techniques bancaire, DAHLAB, Alger 1997.

III. مواقع الويب:

- 54) <http://ar.wikipedia.org>
- 55) <http://goundi.yoo7.com>
- 56) <http://kenanaonline.com>
- 57) <http://www.abahe.co.uk>
- 58) <http://www.abahe.com>
- 59) <http://www.alriyadh.com>
- 60) <http://www.bankalshark.com>
- 61) <http://www.bdl.dz>
- 62) <http://www.kantakji.com>
- 63) <http://www.moic.gov.bh>
- 64) <http://www.radioalgerie.dz>
- 65) <http://www.dib.ae/ar>



الفهرس



الفهرس

الصفحة	العنوان
	شكر وعرفان
	الإهداء
	المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
	ملخص الدراسة
أ- و	مقدمة
أ	1- توطئة
ب	2- الإشكالية
ب	3- فرضيات الدراسة
ج	4- أسباب إختيار الموضوع
ج	5- أهمية الدراسة
ج	6- أهداف الدراسة
د	7- الدراسات السابقة
د	8- الإطار الزماني والمكاني
هـ	9- المنهج المستخدم
هـ	10- صعوبات الدراسة
هـ	11- محتوى الدراسة

27-07 الفصل الأول التجارة الإلكترونية

08	تمهيد
09	المبحث الأول: ماهية التجارة الكترونية
09	المطلب الأول: نشأة ومفهوم التجارة الالكترونية
09	أولاً- نشأة التجارة الإلكترونية
10	ثانياً- مفهوم التجارة الالكترونية

12	المطلب الثاني: خصائص وأهمية التجارة الالكترونية
12	أولاً- الخصائص تجارة الالكترونية
12	1-الطابع العالمي للتجارة الالكترونية
12	2-تطوير وحدات الأعمال في اتجاه تكنولوجي
12	3-غياب المستندات الورقية في التجارة الالكترونية
12	4-التعامل من دون التعرف على هوية المتعاملين
13	5-خصائص أخرى نذكر منها
13	ثانياً- أهمية التجارة الإلكترونية
13	المطلب الثالث: فوائد ودوافع التجارة الالكترونية
13	أولاً: فوائد التجارة الالكترونية
13	1- فوائدها للمنظمة
14	2- فوائدها للزبائن وللمجتمع
14	ثانياً-الدوافع
16	المبحث الثاني: التوجه إلى التجارة الالكترونية
16	المطلب الأول : من التجارة التقليدية إلى التجارة الالكترونية
16	أولاً- مراحل انجاز عملية تجارية الكترونية
17	ثانياً- عوامل نجاح التجارة الالكترونية
17	المطلب الثاني: متطلبات تطبيق التجارة الالكترونية
17	أولاً- البنية التحتية الالكترونية
18	ثانياً-التشريعات والأنظمة للتجارة الالكترونية
18	ثالثاً-توفر الكوادر البشرية
18	رابعاً- متطلبات أخرى
18	1- السياسة الاقتصادية الملائمة
18	2- تطور وتنويع الهيكل الاقتصادي
18	3- الثقة والأمان
19	المطلب الثالث: التجارة الالكترونية ومعطيات القانونية
19	أولاً- المعطيات القانونية
19	ثانياً- القواعد القانونية
20	المبحث الثالث: التجارة الالكترونية والاقتصاد
20	المطلب الأول: أثر التجارة الالكترونية على الاقتصاد الرقمي ومميزاته
21	أولاً- أثر التجارة الالكترونية على الاقتصاد الرقمي

21	1- أثارها على مستوى قطاع الأعمال
21	2- أثارها على مستوى المستهلكين
21	3- أثارها على المستوى القومي
22	ثانيا- مميزات الإقتصاد الرقمي
22	المطلب الثاني: الأمن في التجارة الإلكترونية
22	أولا- تقنية طبقة الفتحات الآمنة SSL
23	1- كيفية عمل هذه التقنية
23	2- خطوات استخدام هذه التكنولوجيا
24	ثانيا- أدلة الإثبات الإلكترونية
24	1- التوقيع الكودي
24	2- التوقيع البيومتري
24	3- التوقيع الرقمي
24	المطلب الثالث: تحديات التجارة الإلكترونية
24	أولا- التحديات التقنية للتجارة الإلكترونية
25	ثانيا: التحديات غير التقنية للتجارة الإلكترونية
25	1- الكلفة والتسويق
25	2- الأمن والخصوصية
25	3- انعدام الثقة ومقاومة المستخدم
25	ثالثا- معوقات استخدام التجارة الإلكترونية
27	خلاصة الفصل
47-28	الفصل الثاني الخدمات المصرفية
29	تمهيد
30	المبحث الأول: ماهية الخدمة المصرفية
30	المطلب الأول: نشأة وتطور الخدمة المصرفية
30	أولا: الخدمة المصرفية في مرحلة ما قبل التصنيع
30	1- الاكتفاء الذاتي
30	2- تبادل الفائض من الإنتاج
30	3- ظهور النقود
30	4- الإيداع
30	5- الإيداع والقروض

30	6- بداية المصارف
31	ثانيا: الخدمات المصرفية في مرحلة التصنيع
31	ثالثا: الخدمة المصرفية في مرحلة التقدم الصناعي
31	رابعا: الخدمات المصرفية في مرحلة ما بعد التقدم الصناعي والظروف الحالية
31	المطلب الثاني: تعريف وخصائص الخدمة المصرفية
31	أولا: تعريف الخدمة المصرفية
31	1- تعريف البنك
32	2- تعريف الخدمة المصرفية
32	ثانيا: خصائص الخدمة المصرفية
32	1- اللاملموسية
33	2- التلازم
33	3- التكيف العالي لنظام التسويق
33	4- نقص التماثل الخاص
33	5- المدى الواسع
33	6- التشتت الجغرافي
33	7- تقلبات الطلب
33	8- المسؤولية الائتمانية
33	9- الموازنة بين النمو والمخاطرة
33	10- كثافة العمل
33	المطلب الثالث: التصنيف العام للخدمة المصرفية
33	أولا- الخدمات الصرفة
34	ثانيا- الخدمات المختلطة
34	ثالثا- الخدمات الرأسمالية
34	رابعا- نوعا الخدمات المقدمة من طرف البنك
34	1- خدمات بنكية شاملة محددة مسبقا
34	2- خدمات بنكية مصممة حسب رغبة كل زبون
35	المبحث الثاني: ماهية الخدمة المصرفية التقليدية
35	المطلب الأول: أنواع الخدمات المصرفية التقليدية
35	أولا- قبول الودائع
35	ثانيا- التسهيلات والقروض البنكية
35	1- إصدار خطابات الضمان
35	2- فتح الإعتمادات

36	3-خدمات اعتماد الشيكات
36	ثالثا-الخدمات المصرفية التجارية
37	رابعا-خدمات التحصيل
37	1-تحصيل وسداد قيمة الكوبونات
37	2-خصم الأوراق التجارية
37	3-خدمات التحصيل الداخلية
37	4-خدمات التحصيل الخارجية
37	5-خدمات عمليات التحويل الخارجي
37	6-التحصيل نيابة عن الغير
38	7-تحصيل الشيكات
38	8-التحصيلات المستندية
38	المطلب الثاني: أنواع وأشكال وسائل الدفع التقليدية
38	أولا-النقود
38	ثانيا-الشيك
38	ثالثا-السند لأمر
38	رابعا-السفينة أو الكمبيالة
39	المطلب الثالث: دوافع التحول نحو الصيرفة الالكترونية
39	أولا-تحقيق ميزة تنافسية
39	ثانيا-تحقيق الربحية في الأجل الطويل
39	ثالثا-توفير فرصة تسويقية جديدة
40	رابعا-توزيع واسع الانتشار
40	خامسا-تحسين جودة الخدمة البنكية
40	المبحث الثالث: ماهية الخدمة المصرفية الالكترونية
40	المطلب الأول: مفهوم البنوك الالكترونية وخصائصها.
40	أولا: تعريف البنوك الإلكترونية
40	1-يمكن تعريف البنوك الإلكترونية
40	2-وكما يمكن تعريفها
41	ثانيا: خصائص البنوك الإلكترونية
42	المطلب الثاني: قنوات التوزيع الالكترونية.
42	أولا-آلة الصراف الآلي Automatic Teller Machine
42	ثانيا- نقاط البيع الإلكترونية Electronic points of sale
42	ثالثا-الصيرفة المنزلية Home Banking

42	رابعاً-الصيرفة المحمولة Mobile Banking
42	خامساً-الصيرفة الهاتفية مركز خدمة العملاء Phone Banking
42	سادساً-التلفزيون الرقمي Digital Television
43	سابعاً-بنوك الانترنت Internet Banking
44	المطلب الثالث: وسائل ونظم الدفع الالكترونية
44	أولاً-بطاقات الدفع Payment Cards
44	1-البطاقات الائتمانية Credit Cards
44	2-البطاقات الوفائية Charge Cards
44	3-البطاقات المدينة Debit Card
44	ثانياً-بطاقات الائتمان الوهمية Pseudo Credit Cards
44	ثالثاً-الحسابات الجارية المدينة Debiting Checking Accounts
45	رابعاً-المحافظ الإلكترونية Electronic Wallets
45	خامساً-البطاقات الذكية Smart Cards
45	سادساً-النقود الإلكترونية Electronic Cash
45	سابعاً-بطاقات القيمة المخزنة Stored-Value Cards
45	ثامناً-طريقة الدفع من شخص إلى شخص آخر Person to Person Payments
45	تاسعاً-ال شيكات الإلكترونية Electronic Cheeks
47	خلاصة الفصل

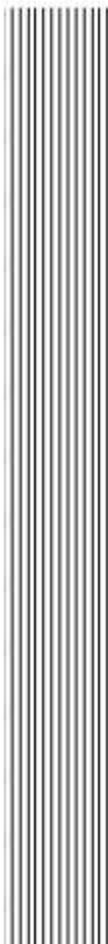
65-47	الفصل الثالث دراسة حالة بنك التنمية المحلية
48	تمهيد.
49	المبحث الأول: تقديم عام لبنك التنمية المحلية
49	المطلب الأول: نشأة بنك التنمية المحلية وكالة الوادي
49	أولاً: تأسيس بنك التنمية المحلية
50	ثانياً: أهداف بنك التنمية المحلية
50	1-الأهداف المعلنة لبنك التنمية المحلية
51	2-الأهداف المستقبلية لوكالة الوادي
51	المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لبنك التنمية المحلية ومهامه
51	أولاً- الهيكل التنظيمي لبنك التنمية المحلية
51	1-مدير الفرع
51	2-مصلحة الصندوق
52	3-مصلحة وسائل الدفع

52	4-الخلية القانونية والتحصيل
52	5-الخلية الإدارية
52	6-المصلحة التجارية والتعهدات
52	7-مصلحة التجارة الخارجية
53	8-خلية المراقبة
54	ثانيا: وظائف بنك التنمية المحلية
55	المبحث الثاني: واقع التجارة الإلكترونية في بنك التنمية المحلية وكالة الوادي
55	المطلب الأول: وسائل الدفع الإلكترونية في بنك التنمية المحلية وكالة الوادي
55	أولا: بطاقة السحب بين البنوك (CIB)
56	1-أصناف البطاقات
57	2-مميزات بطاقة ما بين البنوك CIB
57	3-كيفية استعمال البطاقة
57	4-صلاحية البطاقة
58	ثانيا: دفتر حسابات التوفير الخاص ببنك التنمية المحلية
58	1-أهداف و فوائد دفتر حساب التوفير الجديد
59	ثالثا: فيزا كارد VISA CARD
60	1-أنواع بطاقة فيزا كارد
61	2-بطاقة فيزا الدولية الذهبية لبنك التنمية المحلية
61	3-شروط طلب البطاقة على مستوى الوكالة
62	4-تأمين بطاقة فيزا الدولية
63	المطلب الثاني: أنظمة تحويل المبالغ الكترونيا في بنك التنمية المحلية وكالة الوادي
63	أولا: نظام تحويل مبالغ مالية كبيرة ARTS
63	1-التعريف بنظام ARTS
63	2-فوائد نظام تحويل مبالغ مالية كبيرة
63	ثانيا: نظام المونيغرام
63	1-تعريف بالمونيغرام
64	2-كيفية استعمال المونيغرام
64	ثالثا: نظام E-BANKING
64	رابعا: خدمات الكترونية أخرى
64	1-التجارة الخارجية عبر الانترنت
64	2-المقاصة الالكترونية
65	خلاصة الفصل

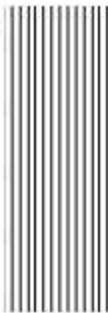
71-65	الخاتمة
67	1-ملخص الدراسة
68	2-إختبار الفرضيات
68	3-نتائج الدراسة
69	4-إقتراحات الدراسة
70	5-آفاق الدراسة

قائمة المراجع

الملاحق



الملاحق



ملحق رقم 01
نموذج طلب بطاقة Visa Card

**VISA**

**Manuel de procédure Monétique :
PARTIE IV « La Carte VISA Internationale »**

**CONTRAT
CARTE BDL / VISA INTERNATIONAL**

SUCCURSALE : _____ AGENCE : _____ CODE : _____

N° du contrat _____ Date _____

Type de carte : Retrait paiement prépayée ☐ Retrait paiement Gold ☐

Titulaire du compte

Je soussigné(e) Mr, Mme, Melle (1) : Nom _____ et prénoms _____

Raison sociale : _____

Adresse du domicile : _____

Commune _____

Daira _____

Wilaya _____

Code postal : _____ Ville _____ Tel _____

Compte Devises n° _____

Compte Dinars n° _____

Nature du compte : Particulier ☐ Société ☐ Client de passage ☐

Date d'ouverture : _____

Salaire mensuel ou chiffre d'affaires mensuel : _____

Sollicite de la banque la délivrance d'une carte BDL / VISA International et reconnais avoir pris connaissance des conditions générales de fonctionnement de la carte de paiement et y adhère sans réserve

à mon nom ☐ au nom du porteur ci-après désigné ☐

Titulaire de la carte

Mr, Mme, Melle (1) : Nom _____ et prénoms _____

Date et lieu de naissance : _____ à _____ Wilaya _____

Profession : _____ tel _____

Adresse : _____ Code postal : _____

Commune : _____ Daira : _____ wilaya : _____ Pays _____

Plafond hebdomadaire de retrait : _____ EURO)

Plafond hebdomadaire de paiement : _____ EURO) à la date de signature du contrat

Montant limite des paiements sur TPE en off line : _____ EURO

Limite de toutes les transactions : _____ EURO

N° de la carte : _____

Date de délivrance de la carte _____

Date d'expiration _____

(1) Rayer la mention inutile

LES PARTIES ONT CONVENU DE CE QUI SUIT :

ملحق رقم 02

نموذج عقد تأمين حاملي Visa Card

شركة التأمين الإحتياط و الصحة

Société d'Assurance de Prévoyance et de Santé

Société par actions au capital social de 1.000.000.000 de dinars algériens
40, Chemin El Mouiz Ibn Badis (Ex Poirson) El Biar, Alger

طلب الانخراط

في عقد التأمين الجماعي لحاملي بطاقات الائتمان فيزا الممنوحة من طرف بنك التنمية المحلية

Demande d'adhésion

au contrat d'assurance collective des titulaires de cartes de crédit visa
délivrées par la Banque de Développement Local

Police d'assurance N°: 1507/08/001

عقد التأمين رقم : 001/08/1507

Souscripteur :

المكتب :

Agence SAPS gestionnaire : Agence Principale

وكالة التأمين المسيرة : الوكالة الرئيسية

Titulaire de la carte de crédit visa

حامل بطاقة الائتمان فيزا

Nom et Prénom :

Date et lieu de naissance : تاريخ ومكان الولادة

Adresse : العنوان

Je demande à adhérer au contrat cité ci-haut et donne mon consentement par la présente à mon assurance en cas de décès suivant les conditions de couvertures et le montant garanti prévus dans le contrat précité.

اطلب الانخراط في العقد المذكور أعلاه وأعطي موافقتي وفق هذا الطلب لتأميني في حالة الوفاة حسب شروط التغطية والمبلغ المضمون المذكورون في العقد السالف الذكر.

Je désigne comme bénéficiaire (e) du capital garanti en cas de décès, les personnes suivantes :

أعين كمستفيد من رأسمال المضمون في حالة الوفاة الأشخاص الآتية :

Nom et Prénom الاسم واللقب	Date de naissance تاريخ الميلاد	Lien de parenté علاقة القرابة	Adresse العنوان

Fait à le بتاريخ حرر في

Signatures :

الإمضاءات

Le Titulaire de la carte حامل البطاقة

Le Souscripteur المكتب

QUESTIONNAIRE MEDICAL RELATIF A L'ETAT DE SANTE DU TITULAIRE BDL POUR
DE LA CARTE DE CREDIT VISA DELIVREE PAR LA BDL POUR UNE ADHESION A L'ASSURANCE VOYAGE.

Aucune question ne doit être laissée sans réponse, ces dernières doivent être écrites en toutes lettres

1. Etes-vous assuré pour le même risque ? Si oui, numéro de la police et capitaux assurés	1.....
2. Durée d'assurance sollicitée?	2.....
3. Motif du voyage ?	3.....
4. D'urée de voyage par pays de destination ?	4.....
5. Avez-vous souffert d'une incapacité ou d'une maladie quelconque? Si oui, préciser.	5.....
6. Etes vous complètement guéri ou consolidé? Si non, dans quel établissement hospitalier ou chez quel médecin vous vous soignez ? Et pour quel type de maladie?	6.....
7. Etes vous en cours de traitement? Si oui, préciser.	7.....
8. Avez-vous souffert d'une des affections suivantes :	8.....
a/ paralysie, épilepsie, crise de nerfs ou autre maladie psychique ou nerveuse?	a.....
b/tuberculose, pleurésie, asthme, bronchite, ou autre infection pulmonaire ou pharyngée?	b.....
c/rhumatisme articulaire aigu ou troubles quelconques du cœur ou du système cardiovasculaire?	c.....
d/ dyspepsie chronique, ulcère gastrique ou duodénal ou toute autre maladie du foie ou des intestins?	d.....
e/ diabète, goutte ou maladie des reins ou de la vésicule biliaire?	e.....
9. Avez-vous soumis à la SAPS ou à une autre société une proposition d'assurance vie ou d'invalidité qui n'a pas été acceptée aux conditions normales?	9.....
10. Existe-t-il d'autres facteurs d'avoir une incidence sur votre assurabilité ? Si oui , préciser.	10.....

Déclaration

Je soussigné(e) certifie que les informations fournies sur mon état de santé ci-dessus sont exactes en l'état actuel de mes connaissances.

Date:

Signature avec mention lu et approuvé

La présente couverture est accordée sur la base des déclarations de bonne foi de l'assuré sur son état de santé, en cas de rejet ou de refus de prise en charge par l'assureur pour fausse déclaration intentionnelle, la SAPS ne sera nullement responsable de ce rejet et l'assuré en subira seul les conséquences de ses fausses déclarations " article 21 de la loi sur les assurances".

ملحق رقم 03

نموذج طلب الاشتراك خدمة e-banking

3-1. بالنسبة للشركات

3-2. بالنسبة للمحترفين

3-3. بالنسبة للأشخاص العاديين

Une banque qui se modernise pour mieux vous servir

Formulaire d'abonnement au service e-BDL

CLIENT ENTREPRISE

FORMULAIRE [1] : ENREGISTREMENT DE L'ENTREPRISE		N° d'abonné :
Raison sociale :		
N° de téléphone fixe :		
N° de Fax :		
Adresse postale :		
Adresse de contact :		
Agence de domiciliation :	Code : Nom :	

N° DE COMPTES DU CLIENT (RIB) : Utilisez une feuille blanche si nécessaire			
Réf.*	Code agence	N° Compte	Code Monnaie
01	Compte Principal de facturation du service e-BDL		DZD
02			
03			
04			
05			
06			

CHOIX DE L'OFFRE	
« Cochez une seule case »	☐ Pack Corporate ☐ Pack Corporate+
« En Option »	☐ Pack Mobile Banking (100 DA par mois par interlocuteur sur chaque compte)

(*) Référence : numéro séquentiel à reprendre dans le formulaire [2] ci-dessous.

Fait à, Le

Cachet et Signature Client avec mention
« Lu et approuvé »

Agence BDL

Une banque qui se modernise pour mieux vous servir

ENTREPRISE ABONNEE :	N° d'abonné :
-----------------------------------	-------------------------------

FORMULAIRE [2] : ENREGISTREMENT DE L'INTERLOCUTEUR		Identifiant :
Nom & Prénom :		
N° de téléphone portable (Obligatoire) :		
Adresse e-mail :		

Section 1 : Abonnement au service WEB (consultation des comptes sur internet)		
L'interlocuteur est-il autorisé à consulter les comptes de l'entreprise ?	☐ OUI	☐ NON

Réf.		Réf.	
01	☐	04	☐
02	☐	05	☐
03	☐	06	☐

Section 2 : Abonnement au service SMS	
L'interlocuteur est-il autorisé à recevoir des SMS contenant le solde des comptes de l'entreprise ? ☐ OUI ☐ NON	Si oui, précisez le jour d'envoi du SMS (ex. tous les jeudis) Tous lesde la semaine.

Réf.		Réf.	
01	☐	04	☐
02	☐	05	☐
03	☐	06	☐

Section 3 : Abonnement au service EDI (ENVOI DE REMISES DE VIREMENTS)		
L'interlocuteur est-il autorisé à effectuer des remises de virements ?	☐ OUI	☐ NON

Réf.		Réf.	
01	☐	04	☐
02	☐	05	☐
03	☐	06	☐

ATTENTION :

Un interlocuteur ne peut être autorisé à envoyer des remises de virements depuis un compte (RIB) sans avoir, au préalable, un abonnement au service WEB (Consultation des comptes) sur ce même compte (RIB).



Une banque qui se modernise pour mieux vous servir

A renseigner seulement si l'interlocuteur dispose d'une autorisation EDI (Section 3).

N° d'abonné :

.....

Identifiant :

.....

DECLARATION DU PROFIL DE L'INTERLOCUTEUR (CO-ABONNE)

Code profil ():**

« Cochez une seule case »

☐ Profil 0

☐ Profil 1

☐ Profil 2

☐ Profil 3

☐ Profil 4

☐ Profil 5

() Code profil**

Profil 0 (ne peut effectuer aucun virement) : L'interlocuteur n'est pas autorisé à effectuer de virements entre les comptes déclarés ; ni même de virements vers une tierce personne (virement vers bénéficiaire ou virement multiple).

Profil 1 (saisie/envoi de fichiers uniquement) : L'interlocuteur est autorisé uniquement à saisir des virements et/ou à envoyer le fichier sur le site e-Banking (uploader puis envoyer le fichier) sans pouvoir en consulter le détail (la liste des bénéficiaires, leur compte, leur salaire).

Profil 2 (saisi/envoi de fichiers et consultation) : L'interlocuteur est autorisé à saisir des virements et/ou à envoyer le fichier de virement puis à consulter le détail de son contenu sur la plateforme de banque en ligne.

Profil 3 (saisie/envoi et signataire unique) : L'interlocuteur est autorisé à saisir des virements et/ou à envoyer le fichier puis à le signer. La signature de cet interlocuteur est définitive, elle permet la transmission du virement à la banque pour exécution.

Profil 4 (2^{ème} signataire ou signataire unique si ce profil dépose le 1^{er} sa signature) : L'interlocuteur est autorisé à saisir des virements et/ou à envoyer le fichier puis à apposer, soit une 1^{ère} signature qui donne ordre d'exécution du virement ou alors, une 2^{ème} signature après que le fichier ait été signé une 1^{ère} fois par un autre interlocuteur.

Ce profil sera attribué à une personne qui peut engager seule ou avec une autre personne des paiements.

Profil 5 (1^{er} signataire et/ou 2^{ème} signataire) : L'interlocuteur est autorisé à apposer une 1^{ère} signature qui requiert, obligatoirement, une seconde signature pour que le virement soit exécuté ; Ou alors, une 2^{ème} signature si la remise de virement a déjà été signée une 1^{ère} fois.

Ce profil sera attribué aux personnes ne pouvant, en aucun cas, engager seules des paiements (nécessité de deux personnes au moins pour l'engagement).

Fait à le

Cachet et Signature
du client



Formulaire d'abonnement au service e-BDL

CLIENT PROFESSIONNEL

RUBRIQUE [1] : ENREGISTREMENT DU CLIENT ABONNE		N° d'abonné :
Nom & Prénom :		N° Identifiant :
N° de téléphone fixe :		
N° de téléphone portable (Obligatoire) :		
Adresse e-mail :		
Agence de domiciliation :	Code : Nom :	

RUBRIQUE [2] : N° DE COMPTES DU CLIENT (RIB)			
Réf.	Code agence	N° Compte	Code Monnaie
Compte Principal de facturation du service e-BDL			
01			DZD
Autres Comptes			
02			
03			
04			
05			

RUBRIQUE [3] : CHOIX DE L'OFFRE		
<u>« Cochez une seule case »</u>	☐ Pack Pro	☐ Pack Pro+ ☐ Profil 0 ☒ Profil 3
<u>« En Option »</u>	☐ Pack Mobile Banking (80 DA par mois par interlocuteur sur chaque compte) Si oui, précisez le jour d'envoi du SMS (ex. tous les jeudis) Tous lesde la semaine. ☐ Option SMS+ (10 DA / SMS)	

NB : Déclaration d'autres interlocuteurs si nécessaire en **Page 2**.

Fait à, Le

Signature Client avec mention
« Lu et approuvé »

Agence BDL



CLIENT ABONNE :

N° d'abonné :

Je soussigné(e), Mme / M., autorise les personnes, désignées ci-dessous comme interlocuteurs, à disposer de la même offre précisée à la Rubrique [3] sur mon/mes compte(s) déclaré(s) à la Rubrique [2] du présent formulaire.

INTERLOCUTEUR 1 : Mme / M.

N° de téléphone portable (**Obligatoire**) :

Adresse e-Mail :

« Cochez une seule case » ☐ Profil 0 ☐ Profil 3

☐ Envoi de SMS

Si oui, précisez le jour d'envoi du SMS (**ex. tous les jeudis**)

Tous les de la semaine.

☐ Option SMS+ (10 DA / SMS)

N° Identifiant :

INTERLOCUTEUR 2 : Mme / M.

N° de téléphone portable (**Obligatoire**) :

Adresse e-Mail :

« Cochez une seule case » ☐ Profil 0 ☐ Profil 3

☐ Envoi de SMS

Si oui, précisez le jour d'envoi du SMS (**ex. tous les jeudis**)

Tous les de la semaine.

☐ Option SMS+ (10 DA / SMS)

N° Identifiant :

Profil 0 (ne peut effectuer aucun virement) : L'interlocuteur n'est pas autorisé à effectuer de virements entre les comptes déclarés ; ni même de virements vers une tierce personne (virement vers bénéficiaire).

Profil 3 (saisie/envoi et signataire unique) : L'interlocuteur est autorisé à saisir des virements et/ou à envoyer le fichier puis à le signer. La signature de cet interlocuteur est définitive, elle permet la transmission du virement à la banque pour exécution.

Signature du Client



Formulaire d'abonnement au service e-BDL

CLIENT PARTICULIER

RUBRIQUE [1] : ENREGISTREMENT DU CLIENT ABONNE		N° d'abonné :
Nom & Prénom :		N° Identifiant :
N° de téléphone fixe :		
N° de téléphone portable (Obligatoire) :		
Adresse e-mail :		
Agence de domiciliation :	Code :	Nom :

RUBRIQUE [2] : N° DE COMPTES DU CLIENT (RIB)			
Réf.	Code agence	N° Compte	Code Monnaie
Compte Principal de facturation du service e-BDL			
01			DZD
Autres Comptes			
02			
03			
04			
05			

RUBRIQUE [3] : CHOIX DE L'OFFRE		
« Cochez une seule case »	☐ Pack e-BDL	☐ Pack e-BDL+ ☐ Profil 0 ☒ Profil 3
« En Option »	☐ Pack Mobile Banking (50 DA par mois par interlocuteur sur chaque compte) Si oui, précisez le jour d'envoi du SMS (ex. tous les 30 du mois) Tous les du mois. ☐ Option SMS+ (10 DA / SMS)	

NB : Déclaration d'autres interlocuteurs si nécessaire en **Page 2** (Exemple : conjoint, parents).

Fait à, Le

Signature Client avec mention
« Lu et approuvé »

Agence BDL



CLIENT ABONNE :

N° d'abonné :

Je soussigné(e), Mme / M., autorise les personnes, désignées ci-dessous comme interlocuteurs, à disposer de la même offre précisée à la Rubrique [3] sur mon/mes compte(s) déclaré(s) à la Rubrique [2] du présent formulaire.

INTERLOCUTEUR 1 : Mme / M.

N° de téléphone portable (**Obligatoire**) :

Adresse e-Mail :

« Cochez une seule case » ☐ Profil 0 ☐ Profil 3

☐ Envoi de SMS

Si oui, précisez le jour d'envoi du SMS (ex. tous les 30 du mois)

Tous les du mois.

☐ Option SMS+ (10 DA / SMS)

N° Identifiant :

INTERLOCUTEUR 2 : Mme / M.

N° de téléphone portable (**Obligatoire**) :

Adresse e-Mail :

« Cochez une seule case » ☐ Profil 0 ☐ Profil 3

☐ Envoi de SMS

Si oui, précisez le jour d'envoi du SMS (ex. tous les 30 du mois)

Tous les du mois.

☐ Option SMS+ (10 DA / SMS)

N° Identifiant :

Profil 0 (ne peut effectuer aucun virement) : L'interlocuteur n'est pas autorisé à effectuer de virements entre les comptes déclarés ; ni même de virements vers une tierce personne (virement vers bénéficiaire).

Profil 3 (saisie et signataire unique) : L'interlocuteur est autorisé à saisir des virements puis à le signer. La signature de cet interlocuteur est définitive, elle permet la transmission du virement à la banque pour exécution.

Signature du Client

ملحق رقم 04

مراحل وخطوات التسجيل في خدمة ما قبل التوطين

Pré-domiciliation

INTRODUCTION :

En perspective de la mise en place d'un mécanisme permettant la domiciliation électronique dont l'objectif est le contrôle des opérations IMPORTS/EXPORTS et la facilitation de leurs traitements au niveau agence, la BDL va mettre à la disposition de sa clientèle et aux agents de contrôle un site WEB dynamique à partir duquel se fera l'accès.

Le système web future contiendra un portail pour le traitement des pré-domiciliations soumises par les clients BDL par internet ainsi leur traitement à distance sans avoir à se présenter aux agences par des structures de contrôles internes dédiées à cet effet pour ensuite inviter les clients à se rapprocher de leurs agences dans le cas d'acceptation de leurs demandes.

DESCRIPTION GENERALE

La pré-domiciliation électronique est un service en ligne destiné exclusivement aux clients de la BDL, institutions, particuliers et entreprises.

Eu égard de l'existence de notre site web : www.bdl.dz, ce nouveau site sera un service dédié à cette opération.

Les cibles :

1. **Cible1** : entreprises publiques, institutions publiques, entreprises privées et particuliers.
2. **Cibles 2** : personnels BDL (agents de contrôle et agents d'exploitations).
3. **Cible 3** : organismes de contrôles étatiques : la douane, banque d'Algérie, BDL.

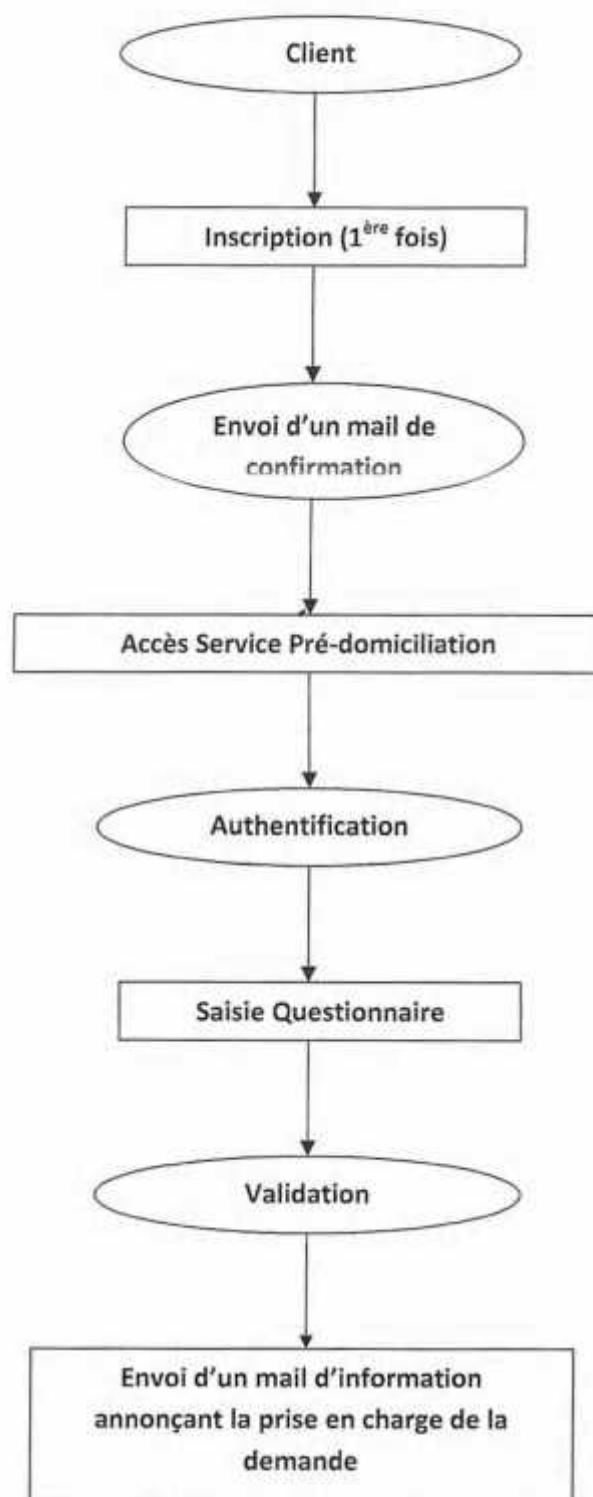
Ce service permet à la clientèle de :

- Demander une domiciliation depuis un ordinateur, 7 jours/7, 24h/24.
- Faire le suivi de la pré-domiciliation à travers le site web.
- Recevoir des emails de réponses.

Ce service permet aux agents BDL:

- La centralisation de l'opération de domiciliation.
- Le contrôle au niveau des douanes, CNRC et impôts avant l'accord de domiciliation.
- Le Contrôle des informations émises par le client avant sa réception.
- De garder une traçabilité des opérations.
- D'identifier le contrôleur de chaque pré-domiciliation.

I-Volet technique
Processus :



Acheminement des opérations :

1. Pour le client :

- Le site de la pré-domiciliation pointe sur la page d'authentification (figure ci-dessus).

e-Pré-domiciliation

The image shows a web form titled "Authentification" in a grey header bar. Below the header, there are two input fields. The first is labeled "Utilisateur:" and the second is labeled "Mot de passe:". To the right of the password field is a link that says "Mot de passe oublié?". At the bottom right of the form is a button labeled "OK". At the bottom left, there is a link that says "Vous n'avez pas un compte? Inscrivez vous".

- Figure 1 -

- Routage vers le masque d'inscription (figure ci-après).

Renseignements client

Nom :

Prénom :

Utilisateur :

N° compte :

N° d'identification Fiscale :

Téléphone :

Mot de passe

Mot de passe :

Confirmation Mot de passe :

Email

Email :

Confirmation email :

Valider

- Figure 2 -

- Vérification de l'existence du client sur le fichier agence, (si le client n'existe pas, un message l'invitant à se présenter à l'agence va lui être affiché).
- Si c'est un client BDL, un mail de confirmation de l'inscription contenant le nom d'utilisateur et le mot de passe va lui être envoyé.
- Retour automatique sur la fenêtre de la e - pré-domiciliation (figure1).
- Identification du client (utilisateur, mot de passe) puis validation.
- Passage au masque « formulaire pré-domiciliation » sous la forme du schéma (figure3).

Client

Nom & raison sociale : FETTOUHI LYES

Adresse : 01 AVENUE LES FRERES FARSADOU KOLEA TIPAZA

Téléphone :

Code agence : 119

N° compte : 00500119400204072039

N° d'identification Fiscale : 197542350034234

N° registre de commerce : 12 D 2644837

N° licence d'importation :

Fond propre :

Catégorie opérateur : Choisissez une catégorie ▼

Marchandise:

N° Facture :

Montant :

Position tarifaire correspondante au montant de l'article le plus important :

Monnaie : Choisissez une monnaie ▼

Description : Choisissez une catégorie ▼

Veillez vous munir des documents cochés ci-dessus figure 3 -

- ☐ - La demande de domiciliation model en vigueur, dûment renseignée et signée par client importateur ou le gérant dûment mandaté à remplir ci-dessous.
- ☐ - Une copie de la facture pro forma ou contrat commercial ou autres documents prévus par le règlement 07/01 du 23/02/2007 et le décret 05-468 du 10/12/2005 et le décret 05-468 du 10/12/2005, fixant les conditions et les modalités d'établissement de la facture, du bon de transfert, du bon de livraison et de la facture facultative.
- ☐ - Copie du registre du commerce.
- ☐ - Carte N° Identification fiscale (NIF).
- ☐ - Carte N° Identification Nationale.
- ☐ - Attestation fiscale et parafiscale.
- ☐ - Attestation de conformité pour les revendeurs en l'état, délivrée par les services du ministère du commerce.
- ☐ - Quitittance de la taxe de domiciliation pour les opérations de bien destinées à la revente en l'état, délivrée par la direction des impôts de wilaya/ recette des impôts.
- ☐ - Autorisation ou visa technique délivré par les ministères concernés pour l'importation de certains produits réglementés.
- ☐ - Attestation de domiciliation bancaire pour les opérations d'importation de service, délivrée par la direction des impôts territorialement compétente.
- ☐ - Bilan et le tableau des comptes de résultat de l'entreprise tels que déclarés à l'administration fiscale (bilan fiscal).
- ☐ - la provision de couverture (PREG) qui doit être constituée d'une valeur de 105% du montant de la facture, pour les importations couverte sur la trésorerie de l'opérateur.
- ☐ - Autorisation de financement dans le cas de financement bancaire.
- ☐ - Attestation du service fait ou réalisation dans le cas des travaux réalisés, pour les importations destinées aux besoins aux besoins de l'exploitation, une lettre d'engagement de l'opérateur certifiant que la marchandise à importer ne sera pas destinée à la revente en l'état.
- ☐ - Contrat de travail dûment visé par la direction générale de la fonction publique (ministère de travail) ou autorisation de travail temporaire ou récépissé de déclaration, copie permis de travail pour les salariés.

Conditions

- ☐ Je certifie sur l'honneur que les informations figurant dans le présent formulaire sont exactes.

Télécharger la demande de domiciliation:

[Télécharger](#)

[Valider](#)

-Le client doit remplir les champs le concernant ainsi que ceux relatifs à la marchandise.

- Le champ désignant la catégorie (revente en état, production, prestation de service) sert à la désignation des documents nécessaires (pour chaque catégorie, il faut des documents spécifiques).
- Une fois les champs bien remplis, demande de domiciliation téléchargée (figure4) et le bouton OKpressé, un message d'information va s'afficher : « votre pré-domiciliation est en cours de traitement, une message vous parviendra sur votre boîte mail »
- Un mail (validation ou rejet) lui sera envoyé dès le traitement de sa pré-domiciliation.
- Le client peut suivre l'avancement du traitement avec sa session.

2. Pour le banquier (agence) :

un masque d'identification doit s'afficher (figure 5) après accès à l'adresse : **www.bdl.dz/client/authentificationControle.php**



e-pré-domiciliation

Utilisateur

Login :

Password :

Valider

- figure 5 -

- des nom d'utilisateurs et mot de passes seront communiqués pour chaque agence.

La domiciliation électronique

Désormais

Date: 03-03-2016
Heure: 09:23

Matricule : 1919
Nom et Prénom : arau badi

Affichage de toutes les demandes de domiciliation

Rechercher un Client

NIF:

-figure8 -

- Après contrôle des informations, un masque « contrôle des pré-domiciliations » est affiché (figure 8).
- Le nom et prénom chaque exploitant va être affiché ainsi que son matricule puis sauvegardé pour une bonne gestion dans le temps.
- Un tableau regroupant les domiciliations avec des informations y afférentes (agence, nom & raison sociale, désignation marchandise, montant, monnaie, état domiciliation (validée ou rejetée), motif du rejet.
- Un masque de recherche du client par le NIF (Numéro d'Identification Fiscale) permet à l'agent BDL de cibler son client facilement.
 - o Les informations concernant le client ainsi que la marchandise sont affichées telles qu'introduites par le client lors de sa demande.
 - o Dans le cas d'un rejet par le système, le motif du rejet est affiché en bas de page.

ملحق رقم 05
سيرورة عمل المقاصة الإلكترونية

Volet Technique



- La saisie des abonnés:
 - Actuellement se fait au niveau central via l'application « GEN_ED1 ».

Prochainement:

- La saisie se fera au niveau agence via une application de saisie des abonnés.
- Génération du fichier « client » qui sera transféré vers le siège via « Auto_Collecte ».

- Exécution d'un virement de salaire:

|

CLIENT

| - génération et transmission du fichier

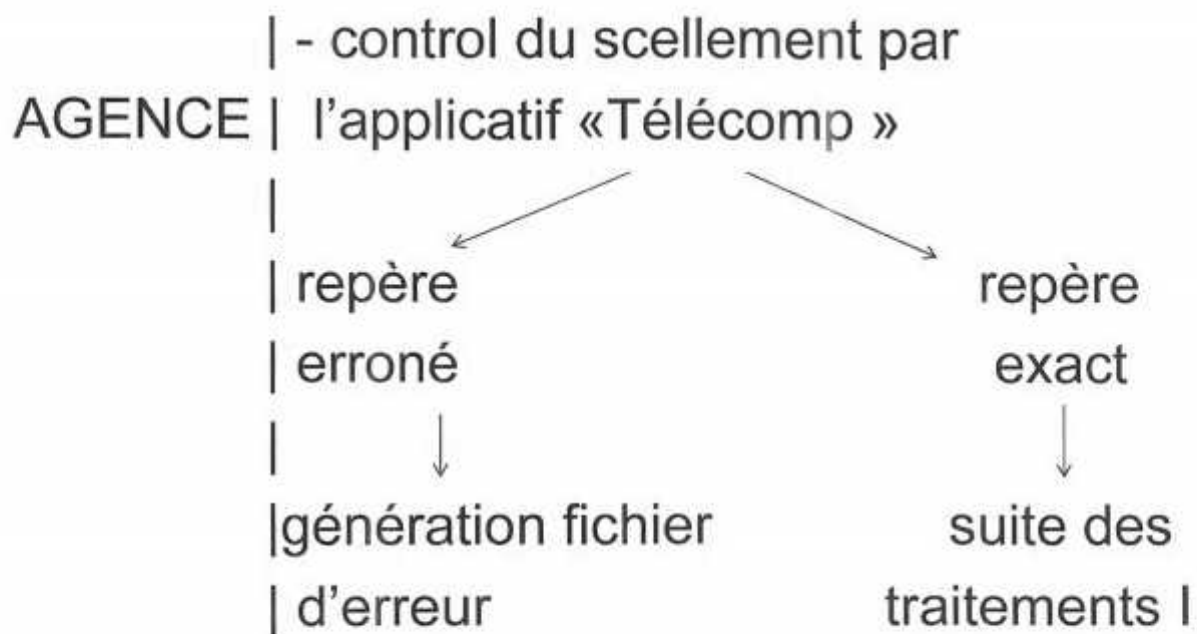
| virement salaire scellé via une

| connexion internet.

|

DMP

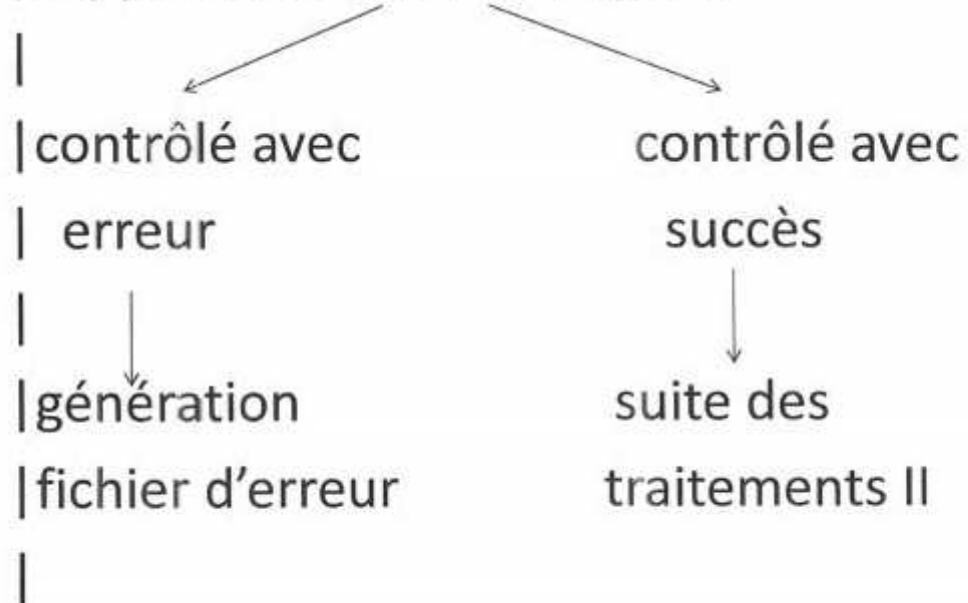
- | - récupération et scellement du
- | fichier salaire.
- | - transmission du fichier salaire
- | scellé vers l'agence de
- | l'ordonnateur du virement via
- | « Auto_Collecte »
- |



DMP | - réception des fichiers du repère
| erroné via « Auto_Collecte ».
| - recèlement des fichiers salaires
| erronés et retransmission de ces
| fichiers vers les agences via
| « Auto_Collecte ».
|

Agence | suite des traitements I:

| - control du fichier virement salaire par
| l'application du SI de l'agence



DMP | - réception des fichiers du d'erreur
| via « Auto_Collecte ».
| - routage des fichiers erreurs vers
| le client.
| - les fichiers erreurs peuvent
| contenir les motifs de rejets suivants:
| * RIB erroné
| * Coordonnées bancaires invalides
| * bénéficiaire non domiciliés
| * solde insuffisant

Agence | suite des traitements II:

| - génération de l'accusé de réception

| et des fichiers ENV.

| - transmission des fichiers générés vers

| le siège via « Auto_Collecte ».

|

DMP | - routage de l'accusé d'acceptation de
| l'ordre de virement vers le client
| - dispatching des virements vers les
| confrères (INTER), et vers les agences BDL
| (INTRA).
|