

ج-امعة 8 ماي 1945 قالمة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية



مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية
تخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

تحت عنوان:

متطلبات تفعيل وسائل الدفع الإلكترونية في الاقتصاد الجزائري
دراسة ميدانية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية_وكالة قالمة_

إشراف الأستاذ:

د. غرودة عبد الواحد

من إعداد الطلبة:

بوصوفة أميرة ✓

رواحية إكرام ✓

السنة الجامعية:

2021/2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وتقدير

نشكر الله تعالى الذي وفقنا وسدد خطانا لإنجاز
هذا العمل المتواضع ونتقدم بالشكر الجزيل الأستاذ
محمدة عبد الواحد المشرف على هذا العمل
والذي مدنا بتوجيهاته ونصائحه المفيدة حتى أنصيناها.
كما أتوجه بالشكر والتقدير

إلى جميع موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية _ وكالة قالمة _
وإلى كافة عمال كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
أميرة وإخراة

إهداء

إلى من جرع الكأس فأرتقا ليستقيني قطرة حبه
إلى من كلبه أزمانه ليقدو لنا لحظة سعادة
إلى من صد الأشواق عن دروبي ليمهد لي طريق العلم أبي الغالي
إلى ملاحي في الحياة، إلى معني الحب والعنان والتفاني
إلى بسمة الحياة وسر الوجود إلى من كان دمانها
سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي إلى أغلى الناس أمي الحبيبة
إلى إخوتي الذين كانوا سندي وقوتي وأثروني
على أنفسهم صبة أمين، صبر
إلى أخواتي التي لم تلد من أمي،
إلى من تلو بالأخاء وتميزوا بالوفاء والعطاء
إلى من معهم سعدت، وبرفتهم في دروب الحياة الطوة والحزينة سرهم
إلى من كانوا معي على طريق النجاح والخير صبرينة، شيراز، وانبا.

إهداء

الحمد لله الذي أحانا وأكرمنا بالتقوى

إلى من جعل الله الجنة تحية أقدامن والتي لم تتوقف

بدعواتها لي يوما أمي الغالية "حورية" نوح العطاء والحنان،

والشمعة التي أنارت طريقتي - حفظها الله -

إلى صدر فخري واعتزازي إلى من غرس فينا

حب التعلم والكفاح وشقي من أجل أن أسير في طريق النجاح

أبي العزيز "رشيد" - حفظه الله - وستره من كل أذى

إلى من قاسموني الرجو والتلجوا الاسم أحواتي "رياض" أميرة

إلى خالتي الحبيبة "ليلي" التي لا طالما كان عمونا لي في حياتي حفظك الله لي

إلى أبناء أختي اللؤلؤة الغالية "أروى" والكثوب "محمد إسلام" وزوجما

إلى زوجة أختي

إلى خالتي "فتيحة" - حفظها الله ورعاها -

إلى عمي "موسى" - حفظه الله ورعاها -

إلى حبيبتي صبرينة وبناتها الكئيب "فردوس" "سجى نورسين" - حفظهم الله من كل مكروه -

إلى حبيبتي آسيا وأبنائها "لؤي" "أحمد" - حفظهم الله من كل مكروه -

إلى من شاركتني عملي صديقتي: أميرة بوحدة

رواية إكرام

الملخص:

عرفت وسائل الدفع الإلكترونية العديد من التطورات في العالم إذ توسع نطاقها ليشمل مختلف المجالات وأصبحت من أهم وسائل الدفع في الوقت الراهن، هذا وتعد البطاقة البنكية الإلكترونية من أهم طرق الدفع الحديثة استخداما في تسوية المعاملات، والهدف من هذه الدراسة هو التعرف على أهم متطلبات تفعيل وسائل الدفع الإلكترونية في الاقتصاد، والتعرف على واقع هذه الوسائل في البنوك الجزائرية من خلال الدراسة الميدانية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية، وقد توصلت هذه الدراسة إلى أن أكبر عائق لنجاح وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر هو تخلف البنية التحتية التقنية وغياب التشريعات القانونية والتنظيمية، بالإضافة إلى تدني خدمة شبكة الانترنت في الجزائر وأيضا نقص ثقافة المستخدمين للتقنية المصرفية.

الكلمات المفتاحية: وسائل الدفع الإلكتروني، البطاقات البنكية، البنوك الجزائرية، الاقتصاد الجزائري.

Résumé:

Les moyens de paiement électroniques ont connu de nombreux développements dans le monde leur champ d'application s'étant étendu à divers domaines et est devenu l'un des moyens de paiement les plus importants à l'heure actuelle, La carte bancaire électronique est l'un des moyens de paiement modernes les plus utilisés dans le règlement des transactions Le paiement électronique dans l'économie, et d'identifier la réalité de ces moyens dans les banques algériennes à travers une étude de terrain à la Banque de l'agriculture et du développement rural Service Internet en Algérie, ainsi que le manque de culture des utilisateurs de la banque La technologie.

Mots clés : moyens de paiement électroniques, cartes bancaires, banques algériennes économie algérienne.

الصفحة	العنوان
	شكر و التقدير
	الإهداء
I	الملخص
IV-II	قائمة المحتويات
V	قائمة الجداول
VI	قائمة الأشكال
VII	قائمة الملاحق
VIII	قائمة الاختصارات
أ-د	المقدمة العامة
الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الإلكترونية	
6	تمهيد
7	المبحث الأول: ماهية وسائل الدفع الإلكترونية
7	المطلب الأول: مفهوم وسائل الدفع الإلكترونية
9	المطلب الثاني: بيئة الدفع الإلكترونية
14	المطلب الثالث: تقييم وسائل الدفع الإلكترونية
15	المبحث الثاني: أشكال وسائل الدفع الإلكترونية
15	المطلب الأول: بطاقات الدفع الإلكترونية
25	المطلب الثاني: النقود والمحافظ الإلكترونية
31	المطلب الثالث: التوقيع والتحويلات الإلكترونية
37	المطلب الرابع: الأوراق التجارية الإلكترونية
40	المبحث الثالث: الوسائط المصرفية الإلكترونية
40	المطلب الأول: الهاتف والإنترنت المصرفي

قائمة المحتويات

41	المطلب الثاني: الصراف الآلي وخدمة المقاصة الإلكترونية المصرفية
44	المطلب الثالث: التلفزيون الرقمي ونقاط البيع الإلكتروني
46	خلاصة الفصل الأول
الفصل الثاني: متطلبات نجاح وانتشار وسائل الدفع الإلكترونية	
48	تمهيد
49	المبحث الأول: المتطلبات المتعلقة بالبنية التحتية التقنية
49	المطلب الأول: شبكة الاتصالات الحديثة
50	المطلب الثاني: وسائل الاتصال الحديثة
53	المطلب الثالث: الإعلان والدعاية المصرفية
61	المبحث الثاني: المتطلبات البشرية والتشريعية
61	المطلب الأول: الكفاءة الأدائية
63	المطلب الثاني: ثقافة المستخدمين للتقنية المصرفية
64	المطلب الثالث: التشريعات القانونية والتنظيمية
69	المبحث الثالث: مستقبل وسائل الدفع الإلكترونية
69	المطلب الأول: الأسباب المحتملة لتنامي استخدام وسائل الدفع الإلكترونية
71	المطلب الثاني: الصعوبات والمخاطر التي تواجه استخدام وسائل الدفع الإلكترونية
77	المطلب الثالث: الإجراءات الرقابية لوسائل الدفع الإلكترونية
80	خلاصة الفصل الثاني
الفصل الثالث: واقع وسائل الدفع الإلكترونية في الاقتصاد الجزائري دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة قالمة-	
82	تمهيد
83	المبحث الأول: واقع متطلبات وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر
83	المطلب الأول: الإنترنت وتكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجزائر
89	المطلب الثاني: الوسائط المصرفية الإلكترونية في الجزائر

قائمة المحتويات

91	المطلب الثالث: التشريعات القانونية الخاصة بالدفع الإلكتروني في الجزائر
94	المبحث الثاني: تقديم عام حول بنك الفلاحة والتنمية الريفية
94	المطلب الأول: نشأة وهيكل بنك الفلاحة والتنمية الريفية
96	المطلب الثاني: أهداف ومهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية
97	المطلب الثالث: مكانة بنك الفلاحة والتنمية الريفية في النظام المصرفي الجزائري
98	المبحث الثالث: واقع وسائل الدفع الإلكتروني في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة-
98	المطلب الأول: الهيكل التنظيمي لوكالة بدر "قالمة"
99	المطلب الثاني: الأجهزة ووسائل الدفع الإلكترونية المتواجدة لدى بنك بدر-وكالة قالمة-
104	المطلب الثالث: البطاقات البنكية المطلوبة في بنك بدر-وكالة قالمة-
105	المطلب الرابع: التحديات والصعوبات التي يواجهها بنك الفلاحة والتنمية الريفية في تطبيق وسائل الدفع الإلكترونية.
107	خلاصة الفصل الثالث
109	الخاتمة العامة
113	قائمة المراجع
122	الملاحق

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	عدد مستخدمي الإنترنت مقارنة مع التعداد السكاني خلال الفترة 2019-2021	85
02	ترتيب لبعض الدول العربية من حيث سرعة الإنترنت (بناء على سرعة التحميل ميغابايت في الثانية)	87
03	الدول الأكثر استخداما للهواتف الذكية في العالم	89
04	أجهزة الصراف الآلي GAB وDAB وأجهزة الدفع الإلكتروني TPE في الجزائر	90
05	عدد البطاقات المطلوبة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة قلمة-	104

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
19	أطراف التعامل بالبطاقة الائتمانية والعلاقة بينهم	01
27	مراحل التعامل بالنقود الالكترونية	02
69	متطلبات نجاح وانتشار وسائل الدفع الالكتروني	03
85	نسبة مستخدمي الإنترنت خلال الفترة 2019-2021	04
98	الهيكل التنظيمي للوكالة -قائمة-	05
105	التمثيل النسبي لطالبي البطاقات البنكية في سنة 2019-2021	06

الصفحة	العنوان	الرقم
122	الموزع الآلي للأوراق (GAB)	01
123	نقطة البيع الالكترونية	02
124	البطاقة البنكية (CIB)	03
124	البطاقة البنكية (CIB GOLDE)	04
125	البطاقة البنكية (CBR)	05
125	البطاقة البنكية (BADR TAWFIR)	06
126	دفتر التوفير	07
127	بطاقة ماستر كارت الكلاسيكية	08
128	بطاقة ماستر كارت تيتانيوم	09
129	الموقع الإلكتروني	10

قائمة الاختصارات

قائمة الاختصارات:

الاختصارات	المدلول	المدلول بالعربية
CACG	CARTE AFFAIRES GOLD	بطاقة عمل ذهبية
TAWF	CARTE INTERBANC TAWFIR LEB	بطاقة توفير بين البنوك
CBRI	CARTE DE RETRAIT INTERBANCAIR	بطاقة السحب بين البنوك
CIBG	CARTE INTERBANC RETR/PAIE GOLD	بطاقة سحب/دفع الذهب بين البنوك
CIBC	CARTE INTERBANC RETR/PAIE CLASSIQUE	بطاقة سحب بين البنوك/كشوف المرتبات الكلاسيكية
CACL	CARTE AFFAIRES CLASSIC	بطاقة عمل كلاسيكية
MCDC	MASTERCARD CLASSIQUE	ماستر كارد الكلاسيكية
MCDT	MASTERCARD TITANIUM	ماستر كارد تيتانيوم

المقدمة

يشهد العالم العديد من التغيرات الحديثة على الصعيد الدولي، ولعل أهم هذه التطورات ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال، التي عملت على اختصار المسافات بين البلدان، واختزال الزمن عبر قارات العالم مقلصة الفجوة الزمنية والمكانية.

والمصارف واحدة من القطاعات التي امتد إليها هذا التطور، حيث اهتمت البنوك اهتماما كبيرا بتكثيف الاستفادة من أحدث تقنيات المعلومات والاتصالات والحاسب الآلية، وتطويرها بكفاءة عالية بغية ابتكار خدمات مصرفية مستحدثة وتطوير أساليب تقديمها بما يكفل انسياب الخدمات المصرفية من البنوك إلى العميل بدقة وسهولة ويسر، حيث تبنت استراتيجية مألها وجوب تطوير بنيتها فقامت بتغيير أساليب نشاطها وابتكار وسائل دفع حديثة لم تكن معروفة من قبل، سعيا لزيادة أرباحها، وتقليل تكاليفها وأخطارها، حيث أن وسائل الدفع التقليدية لم تعد تستجيب لمتطلبات العصر الحديث الذي يتطلب السرعة في تسوية المعاملات والصفقات، فكانت وسائل الدفع الإلكتروني البديل العصري لها في العصر الحالي المعروف بعصر الرقمنة، وقد اتخذت العديد من الأشكال التي يتم من خلالها تنفيذ المعاملات المالية منها الشيك الإلكتروني، البطاقات البنكية والتحويل المصرفي الإلكتروني، إذ يوفر استعمالها جملة من المزايا كالسرعة في تسوية المعاملات المالية و اختصاره الجهد والوقت وتعرضها بدرجة أقل للجهد والنصب، كما فرضت هذه الوسائل أشكالا مختلفة لكيفية تداولها إذ هنالك العديد من الوسائط التي تستخدم في عملية الدفع الإلكتروني.

إلا أن مشروع الدفع الإلكتروني يحتاج إلى بيئة مناسبة لطبيعة عمله لكي يتمكن من تنفيذ ما هو مطلوب منه، حيث يتطلب الكوادر المتخصصة المدربة على بناء وتعميم البرنامج الإلكتروني وصيانته من أي تلاعب ، بالإضافة إلى المستلزمات التقنية و العلمية و المادية، ومنها الحاسب الآلي والبرمجيات والبيانات والعناصر الأساسية لنظام المعلومات في البيئة الرقمية المرتبطة بالصرافة الإلكترونية، بالإضافة إلى ضرورة توفر بيئة قانونية التي توفر وجود التشريعات والنصوص القانونية التي تسهل العمل المصرفي الإلكتروني وتضفي عليه المشروعية والمصدقية.

والجزائر كغيرها من الدول حاولت عصرت جهازها المصرفي إلى مستوى تلك التغيرات من خلال إدخال مختلف التقنيات التكنولوجية الحديثة في تقديم نشاطها، وإعداد القوانين و التشريعات حتى تستطيع الارتقاء إلى مستوى التحديات من أجل مواكبة الدخول في عصر كل من التجارة الإلكترونية والصرافة الإلكترونية، وكانت وسائل الدفع الإلكترونية من أهم التطورات التي اعتمدها البنوك الجزائرية في أعمالها، ويعتبر بنك الفلاحة والتنمية الريفية من البنوك الجزائرية التي سارعت إلى مواكبة التطورات التكنولوجية التي عرفها الجهاز المصرفي العالمي وخاصة

في مجال استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، لهذا سنقوم بدراسة ميدانية لأحد فروع وهو وكالة بدر- قالمة- والتي نحاول من خلالها الإجابة على الإشكالية التالية:

ماهي متطلبات تفعيل وسائل الدفع الإلكترونية في الاقتصاد الجزائري؟

وتدعيما للإشكالية الرئيسية قمنا بطرح مجموعة من الأسئلة الفرعية، يمكن صياغتها على النحو التالي:

- هل وسائل الدفع الإلكترونية تحقق مزايا للبنك أم للعميل أم الاثنين معا؟

- ما هي متطلبات تحديث نظام الدفع المصرفي؟

- كيف يمكن تقييم التجربة الجزائرية في مجال وسائل الدفع الإلكترونية؟

➤ فرضيات الدراسة:

- وسائل الدفع الإلكترونية تسمح لكل من البنك والعميل بالقيام بكم هائل من المعاملات في وقت قصير.

- لتحديث نظام الدفع المصرفي يجب توفر البنية التقنية والبنية البشرية والبنية التشريعية.

- لا يمكن للجزائر الاستغناء عن وسائل الدفع التقليدية وتعويضها بالإلكترونية لغياب المتطلبات اللازمة لنجاح مشروع وسائل الدفع.

➤ أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في الدور الذي تلعبه أنظمة الدفع الإلكترونية في المصارف التجارية، إذ تشكل هذه الأنظمة عاملا أساسيا في التطور الاقتصادي بالنظر لاستخدامها تسوية الصفقات بسهولة وتحقيق عوائد وأرباح من جهة وتقلل التكاليف و الأخطار من جهة أخرى وتحقق رضا العملاء وراحتهم، مما ينعكس إيجابا على جميع الأطراف.

➤ أسباب اختيار الموضوع:

لتسجام الموضوع مع التخصص الذي ندرسه.

للكشف عن أهمية وسائل الدفع الإلكترونية ومزاياها.

زيادة استخدام الجمهور الجزائري لتكنولوجيا الاتصال هذا ما دفع بنا إلى دراسة مدى توجه الجمهور إلى استخدام نظام الدفع الإلكتروني كتكنولوجيا حديثة من تكنولوجيا الاتصال.

حدثة موضوع وسائل الدفع الإلكترونية فضلا عن احتلالها مكانة هامة في حياتنا اليومية.

للتعرف عن قرب على واقع نظام الدفع الإلكتروني في المصارف الجزائرية.

-

➤ أهداف الدراسة:

- ترمي هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف نذكر منها ما يلي :
- معرفة المستجدات والتطورات التي طرأت على نظام الدفع.
- معرفة ما مدى توفر المتطلبات اللازمة لتفعيل وسائل الدفع الإلكتروني في الاقتصاد الجزائري.
- الوقوف على مدى تطور أنظمة الدفع الإلكتروني على مستوى بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

➤ منهج الدراسة:

اقتضت طبيعة البحث التعامل مع عدة مناهج من أجل الإلمام بمحاور الدراسة ومنه فقد تم الاعتماد على:

- استخدم في الجانب النظري من هذه الدراسة ، المنهج الوصفي إذ يتعلق بمختلف المفاهيم و التعاريف المقدمة في البحث ، كما تم الاعتماد على المنهج التحليلي لتحليل المتطلبات اللازمة لنجاح وسائل الدفع الإلكتروني.

- أما في الجانب التطبيقي استخدمنا منهج دراسة حالة عن طريق دراسة ميدانية لبنك الفلاحة و التنمية الريفية _ وكالة قلمة _ ، وذلك بالاعتماد على المقابلة في جمع المعلومات إضافة إلى الملاحظة والمعطيات الفعلية، وهذا ما يجسد في نظرنا أحد دوافع القيام بهذه الدراسة المتمثلة في إخراج البحث العلمي من المحيط الجامعي إلى المحيط الميداني.

➤ صعوبات الدراسة:

- ضيق الإطار الزمني الكافي لإنجاز مذكرة تدرس هذا المجال الواسع لوسائل الدفع الإلكتروني.
- عدم المرافقة في الجانب العملي لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية.
- صعوبة الحصول على المعلومات المتعلقة بوسائل الدفع الإلكترونية بالبنوك الجزائرية.

➤ هيكل الدراسة

من أجل معالجة هذا البحث قمنا بتقسيمه إلى ثلاث فصول، ويمكن تبيان مضمونهم كما يلي:

تناولنا في الفصل الأول الإطار النظري لوسائل الدفع الإلكترونية، قسم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث تطرقنا في المبحث الأول إلى ماهية وسائل الدفع الإلكترونية بمفهومها وبيئتها وتقييمها، أيضا تطرقنا في المبحث الثاني إلى أشكال وسائل الدفع الإلكترونية أما المبحث الثالث تعرضنا فيه إلى الوسائط المصرفية الإلكترونية.

الفصل الثاني جاء بعنوان: **متطلبات نجاح وانتشار وسائل الدفع الإلكترونية** قسم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث حيث تعرضنا في المبحث الأول إلى المتطلبات المتعلقة بالبنية التحتية بداية بالتعرف على شبكة ووسائل الاتصال الحديثة ثم الإعلان والدعاية المصرفية ثم انتقلنا إلى المتطلبات البشرية والتشريعية، أما المبحث الثالث تناولنا فيه مستقبل وسائل الدفع الإلكترونية.

أما الفصل الثالث بعنوان **واقع وسائل الدفع الإلكترونية في الاقتصاد الجزائري -دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة-** قسم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث تناولنا في المبحث الأول إلى دراسة إحصائية لواقع متطلبات وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر، أما المبحث الثاني يتمثل في تقديم بنك الفلاحة والتنمية الريفية والمبحث الثالث تعرضنا فيه إلى الدراسة الميدانية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة قالمة-.

الفصل الأول

الإطار النظري لموائل الدفع

الإلكترونية

تمهيد:

تعتبر وسائل الدفع الطريقة التي من خلالها يستطيع الأفراد تسوية التزاماتهم أو دفع أثمان السلع والخدمات التي يفتنونها، وقد تطورت وسائل الدفع على مر الزمان، وذلك تبعاً لتطور الحياة الاقتصادية وظروف السوق والتطورات التكنولوجية وقد حظيت بالقبول الاجتماعي لها، فقد بدأت بنظام المقايضة ثم بعد ذلك نظام المعدنين وبسبب محدودية هذا النظام ظهرت النقود الورقية التي تستمد قوتها من القانون، ومع التطورات غير المسبوقة في تكنولوجيا المعلومات ظهرت ما تعرف بوسائل الدفع الإلكترونية والتي تتواجد على أشكال مختلفة تتلاءم مع طبيعة العمليات و الصفقات الإلكترونية.

ومن هنا سنتعرف في فصلنا هذا على الإطار النظري لوسائل الدفع الإلكترونية من خلال المباحث

التالية:

المبحث الأول: ماهية وسائل الدفع الإلكترونية.

المبحث الثاني: أشكال وسائل الدفع الإلكترونية

المبحث الثالث: الوسائط المصرفية الإلكترونية.

المبحث الأول: ماهية وسائل الدفع الإلكترونية

لقد ظهرت وسائل الدفع الإلكترونية كنتيجة للتطور التكنولوجي وكحل للمشاكل والعراقيل التي أفرزتها وسائل الدفع التقليدية، وقد تمكنت هذه الوسائل من الانتشار بسرعة وساعد في ذلك الجهود الكبيرة من طرف البنوك لجذب أكبر عدد ممكن من العملاء.

المطلب الأول: مفهوم وسائل الدفع الإلكترونية

فرض التطور التكنولوجي في الوقت الحاضر وزيادة تطبيقه في جميع نواحي الحياة ومنها العمل المصرفي، استخدام وسائل دفع تختلف عن تلك الوسائل التقليدية تعرف بوسائل الدفع الإلكترونية.

الفرع الأول: تعريف وسائل الدفع الإلكترونية

وردت عدة تعاريف لوسائل الدفع الإلكترونية تتمحور معظمها حول عملية الدفع مقارنة بأنظمة الدفع التقليدية ويمكن إيجاز أهم هذه التعاريف في الآتي:

" نظم الدفع الإلكترونية هي النظم التي تمكن المتعاملين بتطبيقات التجارة الإلكترونية من التبادل المالي إلكترونيًا بدلًا من استخدام النقود المعدنية و الورقية أو الشيكات الورقية¹، حيث يستطيع شخص مثلًا أن يحاسب على فواتيره الكترونياً أو يقوم بتحويل النقود إلكترونيًا عبر حسابه البنكي الخاص"².

كما عرفت أيضًا: " نظام يتميز باستخدام الوسائط الإلكترونية بدلًا من الدعامات الورقية، حيث نشهد غيابًا شبه تام للورق مما يوفر السرعة في تسوية المعاملات، ويقلل من التكاليف الضخمة التي كانت تنجم عن الدفع التقليدي، فهو نظام يستجيب ويتلاءم والبيئة غير المادية المناسبة لمتطلبات التجارة الإلكترونية"³.

وعرفها آخر على أنها: " هي عبارة عن تحويل معاملات من خلال نقل معطيات من طرف إلى آخر أو من نظام إلى آخر وهذه المعطيات تتم معالجتها من طرف وسيط (نظام المعالجة) وتتم هذه العملية عن طريق مجموعة من الأدوات الإلكترونية التي تصدرها المصارف ومؤسسات الائتمان"⁴.

¹ محمد عبد الحسين الطائي، التجارة الإلكترونية المستقل الواعد للأجيال القادمة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة 1، الأردن، 2010، ص 178.

² محمد نور صلاح الجداية، تجارة إلكترونية، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة 2، الأردن، 2012، ص 231.

³ هداية بوعزة، النظام القانوني للدفع الإلكتروني، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة أبو بكر بالقائد، الجزائر، 2018-2019، ص 16.

⁴ رحييم حسين، الاقتصاد المصرفي، دار بقاء الدين للنشر والتوزيع منشورات اقرأ، الجزائر، 2009، ص 150.

وعليه يمكن القول بأن وسائل الدفع الإلكتروني ،هي مجموعة من الأدوات والتحويلات الإلكترونية التي تصدرها المصارف والمؤسسات كوسيلة دفع وسحب وتحويل، إذ يوفر استعمالها جملة من المزايا كالسرعة في تسوية المعاملات المالية و اختصاره ا للجهد وتقليلها للتكاليف.

الفرع الثاني: أهمية وسائل الدفع الإلكترونية

لوسائل الدفع الإلكترونية أهمية كبيرة يمكن إيجازها في النقاط التالية:

- أن النقود هي الوسيلة الرئيسية لتسوية المعاملات المالية، وقد يتم دفع النقود نقدا في صورة سائلة أو بوسيلة بديلة كالشيك، ولا تصلح تلك الوسائل المادية في تسهيل التعامل الذي يتم عن بعد في بيئة غير مادية، كالعقود الإلكترونية التي تبرم عبر شبكة الانترنت، حيث تتوارى المعاملات الورقية، ومن هنالك كانت أهمية ابتكار أسلوب سداد يتفق مع طبيعة التجارة الإلكترونية لهذا كان الدفع الإلكتروني.

- يمكن للعميل الوفاء بمقابل السلعة أو الخدمة بنفس الطرق التقليدية المتبعة في التعاقد بين غائبين، مثل إرسال الشيك أو رقم الكارت البنكي عن طريق البريد ، أو من خلال الفاكس ، أو إرسال البيانات الخاصة بحسابه البنكي.

ولكن هذه الوسائل لا تتفق وخصوصية التجارة الإلكترونية ومقتضيات السرعة فيها، فضلا على أنها تنطوي على مخاطر فض سرية رقم الحساب الكارت البنكي وسوء استخدامها، لذا كانت أهمية اللجوء إلى الدفع الإلكتروني من خلال شبكة اتصال لاسلكية موحدة عبر الحاسب¹.

- نتيجة لتضخم حجم المعاملات التجارية وتعدد مجالاتها بالإضافة إلى تزايد المخاطر الاقتصادية والقانونية المرتبطة بإصدار النقود الائتمانية، فقد ظهرت الحاجة إلى وسائل دفع جديدة تكفل تيسير انتقال وتداول رؤوس الأموال بشكل آمن وسريع.

- أدى استخدام الحاسب الآلي في إبرام التصرفات إلى ظهور شكل جديد من أشكال المعاملات التجارية أطلق عليها التجارة الإلكترونية وقد استلزم ظهور هذا النمط الجديد من أنماط النشاط التجاري إحداث تطوير مماثل في مجال الخدمات المصرفية لإيجاد وسائل دفع إلكترونية تتماشى مع الطبيعة الافتراضية أو اللامادية للتجارة الإلكترونية وتكفل أقصى درجات الأمان و الملائمة من الناحيتين الفنية والقانونية².

الفرع الثالث: خصائص وسائل الدفع الإلكترونية

¹ محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2007، ص ص 101، 102.

² أحمد السيد لبيب إبراهيم، الدفع بالنقود الإلكترونية ماهية والتنظيم القانوني دراسة تحليلية مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2009، ص ص 4، 3.

لوسائل الدفع الإلكترونية عدة خصائص مميزة يمكن إيجازها في ما يلي:

- يتسم الدفع الإلكتروني بالطبيعة الدولية: أي أنه وسيلة مقبولة من جميع الدول، حيث يتم استخدامه لتسوية الحسابات في المعاملات التي تتم عبر فضاء إلكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم.
- يتم الدفع باستخدام النقود الإلكترونية: وهي وحدات نقدية عادية كل ما هناك أنها محفوظة بشكل إلكتروني ويتم الوفاء بها إلكترونياً.
- يستخدم هذا الأسلوب لتسوية المعاملات الإلكترونية عن بعد: حيث يتم إبرام العقد بين أطراف متباعدة في المكان ويتم الدفع عبر شبكة الانترنت وفقاً لمعطيات إلكترونية تسمح بالاتصال المباشر بين طرفي العقد ، ويتم الدفع الإلكتروني بأحد الأسلوبين:

- الأسلوب الأول: من خلال نقود مخصصة سلفاً لهذا الغرض، بحيث يكون الثمن فيها مدفوعاً مقدماً.
- الأسلوب الثاني: من خلال البطاقات البنكية العادية حيث لا توجد مبالغ مخصصة مسبقاً لهذا الغرض، بل إن المبالغ التي يتم السحب عليها بهذه البطاقات قابلة للسحب عليها بوسائل أخرى كالشيك.

- يتم الدفع الإلكتروني من خلال نوعين من الشبكات:

- شبكة خاصة: ويقتصر الاتصال بها على أطراف التعاقد ويفترض ذلك وجود معاملات وعلاقات تجارية ومالية مسبقة بينهم.
- شبكة عامة: حيث يتم التعامل بين العديد من الأفراد لا توجد بينهم قبل ذلك روابط معينة¹.

- زيادة الثقة في نظم الدفع سواء للبنوك المحلية، أو الهيئات والبنوك الأجنبية.

- تقليل الوقت ونقل التحويلات المالية بطريقة آمنة ونقل المعلومات المتعلقة بها.

- زيادة السرية مع مراعاة الاتجاهات العالمية².

المطلب الثاني: بيئة الدفع الإلكتروني.

أفرز التطور التكنولوجي مصطلحات جديدة من بينها: مصطلح البنوك الإلكترونية، ومصطلح التجارة الإلكترونية واللدان يعتبران أساس التعامل بنظم الدفع الإلكتروني، وسنحاول في هذا المطلب التطرق إلى هذين المصطلحين.

الفرع الأول: البنوك الإلكترونية

¹ أحمد بवास، السعيد بريكة، أعمال الصيرفة الإلكترونية الأدوات والمخاطر، دار الكتاب الحديث، مصر، 2014، ص 35.

² أحمد عبد العليم العجمي، نظم الدفع الإلكترونية وانعكاساتها على البنك المركزي، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2013، ص 46.

أولاً: تعريف البنوك الإلكترونية: "هي منافذ إلكترونية تضم خدمات مصرفية متنوعة دون توقف وبدون عمالة بشرية، بينما أشار إليها آخرون بأنها منافذ لتسليم الخدمة المصرفية قائمة على الحسابات الآلية ذات مدى متسع زمنياً (خدمات لمدة 24 ساعة) ومكثافاً (في أماكن منتشرة جغرافياً)"¹.

كما عرفت على أنها: "بنك له وجود كامل على شبكة الانترنت ويحتوي موقعه على كافة البرمجيات اللازمة للأعمال المصرفية، حيث يتيح هذا البنك للعميل القيام بكافة الأعمال الخاصة بالبنك عن طريق أي مكان موجود به، وذلك بواسطة خ ط يوفره البنك يسمح له بإنجاز كافة معاملاته دون أن يضطر بنفسه الذهاب إلى مقر البنك"².

ثانياً: أهداف البنوك الإلكترونية:

للبنوك الإلكترونية عدة أهداف يمكن إيجاز أهمها في الآتي³:

- تحديد أسلوب تقديم الخدمات لكل مجموعة من العملاء.
- تحديد قنوات الاتصال والوسطاء (إذا كان ضرورياً) لكل خدمة.
- تحديد الخدمات حسب الطلب لكل شريحة من المتعاملين.
- تحديد كيفية الترويج للخدمات المصرفية الجديدة بالتكولوج الإلكتروني على الانترنت e. Cataloging.

ثالثاً: عوامل نجاح البنوك الإلكترونية.

إن إقامة نظام للصيرفة الإلكترونية يقتضي الالتزام بجملة من العوامل و التي هي بمثابة قواعد للعمل الإلكتروني والتي تتمثل فيما يلي⁴:

- وجود شبكة عريضة تضم كل الجهات ذات الصلة، وترتبط بالإنترنت وفقاً للأسس القياسية مع مراعاة التأمين في تصميم هذه الشبكة.
- وضع خطط للبدء في إدخال خدمات الصيرفة الإلكترونية.
- إعداد خطة لتدريب الموارد البشرية.
- العمل على إنشاء تنظيم إداري يعمل على التنسيق بين الأطراف المتعاقدة.

رابعاً: مزايا البنوك الإلكترونية.

¹ طارق طه، إدارة البنوك وتكنولوجيا المعلومات، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2007، ص128.

² وسيم مجد الحداد وآخرون، الخدمات المصرفية الإلكترونية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة 1، الأردن، 2012، ص 67.

³ فريد راغب النجار، الاستثمار بالنظم الإلكترونية والاقتصاد الرقمي، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2004، ص277.

⁴ يوسف حسن يوسف، البنوك الإلكترونية، المصدر القومي للإصدارات القانونية، الطبعة 1، مصر، 2012، ص 21، 22.

تتميز البنوك الإلكترونية بعدة مزايا والتي يمكن تلخيصها في ما يلي¹:

- القدرة على الحصول على الخدمات المطلوبة من خلال الإنترنت.
- الحصول على نصائح مالية من البنك سواء من خلال البريد الالكتروني أو بشكل مرئي من خلال الكاميرات.
- توفير الخدمات المالية للعملاء على مدار 24 ساعة، حيث تتيح لهم إمكانية طلب الخدمة في أي وقت وعلى طول أيام الأسبوع وهو ما يوفر الراحة للعميل.
- إمكانية الوصول إلى قاعدة أوسع من العملاء دون التقييد بمكان أو زمان معين.
- سرية المعاملات التي تتميز بها هذه البنوك مما يزيد من ثقة العملاء فيها.
- تقديم الخدمات المصرفية التقليدية، إلى جانب خدمات أكثر تطوراً عبر الإنترنت تميزها عن الأداء التقليدي.

الفرع الثاني: التجارة الإلكترونية

أصبح مصطلح التجارة الإلكترونية متداولاً بكثرة لدى مختلف القطاعات الاقتصادية في العقدين الأخيرين، ومثل هذا المصطلح كثير الانتشار يحتاج إلى بيان مدلوله وتمييزه عن ما يشابهه.

أولاً: تعريف التجارة الإلكترونية

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

كما تعرف أيضاً على أنها: "كل معاملة تجارية بين البائع والمشتري ساهمت فيها شبكة الانترنت بصفة إجمالية أو جزئية، كالتزود بمعلومات تخص خدمة أو سلعة معينة لاقتنائها لاحقاً، ويتم التسديد إلكترونياً"³.

كما تشير التجارة الإلكترونية أيضاً: "إلى عمليات بيع وشراء المنتجات وتبادل المعلومات بين البائعين والمشتريين من خلال شبكات الحاسبات الآلية¹، وتستعمل هذه التجارة مجموعة من الوسائل لإتمام الصفقات مثل الفاكس، الهاتف، الإنترنت، شبكة المعلوماتية"².

¹أنظر:

- مُجد الفاتح محمود البشير المغربي، التجارة الالكترونية، دار الجنان للنشر والتوزيع، الطبعة 1، الأردن، 2016، ص 181.

- عبد المطلب عبد الحميد، اقتصاديات التجارة الالكترونية، الدار الجامعية، مصر، 2014، ص 204.

- مُجد الفاتح محمود بشير المغربي، مرجع سبق ذكره، ص 164.

²عامر مُجد محمود، التجارة الإلكترونية، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الطبعة 1، مصر، 2006، ص 13.

³أسامة عبد السلام السيد، الاقتصاد الرقمي، دار غيداء للنشر والتوزيع، الطبعة 1، الأردن، 2019، ص 25.

ثانيا: أهمية التجارة الإلكترونية

تعد التجارة الإلكترونية من أهم اختراعات العصر، والتي يمكن من خلالها تحقيق أرباح لم يكن من الممكن تحقيقها سابقا بالطرق التقليدية والسبب يعود للأمور التالية³:

- **انخفاض التكلفة:** كانت عملية التسويق للمنتج مكلفة جدا في السابق، حيث إن الإعلان عن المنتج كان يتم بواسطة الوسائل التقليدية عبر التلفاز والجراند، أما الآن فيمكن تسويقه عبر شبكة الانترنت وبتكلفة ضئيلة جدا.
- **تجاوز حدود الدولة:** كانت الشركة تتعامل مع عملاء محليين فقط في السابق وإن رغبت في الوصول إلى عملاء دوليين كانت تتكبد مصاريف كبيرة غير مضمونة العائد، أما الآن فتستطيع الشركة أن تضمن اطلاع الجميع على منتجاتها دون أي تكلفة إضافية تذكر، خاصة أن شبكة الانترنت دخلت جميع الدول.
- **التحرر من القيود:** لقد كانت الشركة سابقا تحتاج إلى ترخيص معين والخضوع لقوانين عديدة وتكبد تكلفة إنشاء فرع جديد أو توكيل الغير في الدولة الأجنبية حتى تتمكن من بيع منتجاتها، أما الآن لم يعد أي من تلك الإجراءات ضروريا.

ثالثا: مزايا التجارة الإلكترونية

للتجارة الإلكترونية عدة مزايا نذكر منها:

1- بالنسبة للبنوك:

- دخول البنوك لعالم تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها الحديثة في مجال الأعمال المالية والمصرفية واستخدامها على نطاق واسع لتأدية الخدمات المصرفية.
- فتح محلات عمل مصرفية غير تقليدية تدر عوائد عالية للبنك نظير توفير الخدمة للعملاء وتسوية المعاملات التي تتم من خلالها.

- تطوير المعاملات المصرفية التقليدية (الاعتمادات المستندية، الشيكات المصرفية، التحويلات)⁴.

2- بالنسبة للأفراد:

- إن نظام التجارة الإلكترونية يقدم خدمات متنوعة بالنسبة للأفراد، هذه الخدمات غير موجودة في عمليات الشراء في المتاجر العادية، فالمشتري يستطيع رؤية مجموعات مختلفة من السلع مرتبة على شاشة الحاسوب الخاص

¹ طارق طه، التسويق بالإنترنت والتجارة الإلكترونية، دار الكتب، مصر، 2006، ص 331.

² محمد إبراهيم عبيد الرحيم، الاقتصاد الصناعي و التجارة الإلكترونية، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2007، ص 148.

³ هاني وجيه العطار، التجارة الإلكترونية، الأكاديميون للنشر والتوزيع، الطبعة 1، الأردن، 2016، ص ص 21، 22.

⁴ عبد الحميد عبد المطلب، التسويق المصرفي، الدار الجامعية، مصر، 2015، ص ص 388، 389.

بهم، فيمكنهم طلب الأصناف التي يريدونها مباشرة إما عن طريق مفتاح رقمي أو مجموعة البائعين الموجودين عبر الفضائيات، فمثلا الملابس تعرض حسب المقاسات واللون والقماش فلا يحتاج الزبون إلى التنقل إلى المتاجر وبالتالي تخفيض الوقت والتكاليف.

-تمكن التجارة الإلكترونية الأفراد من التمتع بفرص الشراء لمدة 24 ساعة في اليوم وطوال العام ومن أي مكان.
-إتاحة عدد أكبر من الاختيارات للعملاء نظرا لإمكانهم اختيار بين عدة بائعين وبين منتجات كثيرة¹.

3- بالنسبة للشركات:

-تخفيض تكلفة النقل والتخزين بخلاف المتبع في الأساليب التقليدية.
-تعزيز القدرات التنافسية لدى الشركات والمؤسسات².
-إمكانية الشركات من جمع المعلومات عن الأسواق من خلال التعرف على عمليات الشراء التي يقوم بها المستهلك وتمكن كذلك التعرف على ما تقدمه الشركات المنافسة من منتجات من حيث الخصائص والمواصفات والأسعار.

-إن الاستمرار الدائم وعلى مدار الساعة لشبكة المعلومات وعدم وجود أوقات معينة لفتح وإغلاق الأبواب يمكن من إيجاد مستهلكين جدد واختراق أسواق ومنافذ بيع جديدة³.

رابعا: عيوب التجارة الإلكترونية

تتيح التجارة الإلكترونية مزايا عديدة للتبادل التجاري ومن الطبيعي أن تكون لهذا النمط من التجارة بعض العيوب ويمكن تحديدها كالآتي:

-عدم تمكن المشتري من لمس أو تحسس البضاعة قبل طلبها والانتظار ليوم أو عدة أيام لاستلامها.
-عدم ثقة بعض الأفراد في التبادل التجاري الإلكتروني وما يصاحبه من إجراءات التسجيل والتوثيق خاصة في دول العالم الثالث مما يعرقل من ازدهار التجارة الإلكترونية⁴.
-تمثل بعض أنماط التجارة الإلكترونية مشاكل على صعيد عدم تحقق كل طرف من شخصية وأهلية الآخر⁵.

¹ أسامة عبد السلام السيد، مرجع سبق ذكره، ص 27.

² محمد إبراهيم عبد الرحيم، الاقتصاد الصناعي والتجارة الإلكترونية، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2007، ص 154.

³ أسامة عبد السلام السيد، مرجع سبق ذكره، ص 28.

⁴ المرجع نفسه، ص 28.

⁵ مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، الأوراق التجارية ووسائل الدفع الإلكترونية الحديثة، مكتبة الوفاء القانونية، 2016، ص 462.

- غياب التعامل الورقي في التجارة الإلكترونية يهدد مصالح العملاء والشركاء والبنوك نتيجة إمكانية حدوث تزوير أو تلاعب بالفواتير والمستندات عند الطلب.
- سرقة وتزييف البطاقات الائتمانية يؤدي إلى تحميل أصحابها تكاليف سلع أو خدمات لم يتم شراؤها¹.
- حدوث اختراقات في شبكة الانترنت يؤدي إلى فضح أسرار العملاء والبنوك والشركات.
- تورط البعض بالاندفاع نحو شراء السلع التي قد لا يحتاج إليها الفرد نتيجة جاذبية الإعلان وسهولة الشراء ببطاقة الائتمان².

المطلب الثالث: تقييم وسائل الدفع الإلكترونية

يترتب على استخدام وسائل الدفع الإلكترونية مجموعة من المزايا تقابلها مجموعة من العيوب.

الفرع الأول: مزايا وسائل الدفع الإلكترونية

تتميز وسائل الدفع الإلكترونية بعدة مزايا³:

✚ **بالنسبة لحاملها:** تحقق وسائل الدفع الإلكترونية لحاملها مزايا عديدة أهمها سهولة ويسر الاستخدام،

كما تمنحه الأمان بدل حمل النقود الورقية وتفادي السرقة والضياع، كما أن لحاملها فرصة الحصول على الائتمان المجاني لفترات محددة، كذلك تمكنه من إتمام صفقاته فوراً بمجرد ذكر رقم البطاقة.

✚ **بالنسبة للتاجر:** تعد أقوى ضمان لحقوق البائع، تساهم في زيادة المبيعات كما أنها أزاحت عبء

متابعة ديون الزبائن طالما أن العبء يقع على عاتق البنك والشركات المصدرة.

✚ **بالنسبة لمصدرها:** تعتبر الفوائد والرسوم والغرامات من الأرباح التي تحققها المصارف والمؤسسات

المالية، فقد حقق city Bank أرباح من حملة البطاقات الائتمانية عام 1991 بلغت 1 بليون دولار.

الفرع الثاني: عيوب وسائل الدفع الإلكترونية

بما أن لوسائل الدفع مزايا وإيجابيات فهي أيضاً لها بعض السلبيات التي تعيبها وهي⁴:

¹ محمد صالح الحناوي وآخرون، مقدمة في الأعمال في عصر التكنولوجيا، الدار الجامعية للطباعة والنشر، مصر، 2004، ص 169.

² علي بن عزوز، هدى عبو، التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت، المنتدى العلمي الدولي حول: عصره نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية الاعتماد والتجارة الإلكترونية، المركز الجامعي بخميس مليانة، يومي 26-27 أبريل، 2011، ص 117.

³ هبة مصطفى كافي، التجارة الإلكترونية، ألفا للوثائق، الطبعة 1، الجزائر، 2017، ص ص 155، 156.

⁴ يوسف مصطفى، اقتصاديات الأعمال الإلكترونية، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص 269.

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

بالنسبة للتاجر: إن مجرد حدوث بعض المخالفات أو عدم التزامه بالشروط يجعل البنك يلغي التعامل معه ويضع اسمه في القائمة السوداء، وهو ما يعني تكبد التاجر صعوبات جمة في نشاطه التجاري.

بالنسبة لمصدرها: أهم خطر يواجه مصدرها هو مدى سداد حاملي البطاقات للديون المستحقة عليهم وكذلك تحمل البنك المصدر نفقات ضياعها.

المبحث الثاني: أشكال وسائل الدفع الإلكتروني

نتيجة للتقدم التكنولوجي وانتشار التجارة الإلكترونية عملت البنوك على تحويل أغلب وسائل الدفع إلى وسائل إلكترونية، تعددت هذه الأخيرة واتخذت أشكالاً تتلاءم مع طبيعة المعاملات عبر الإنترنت، ومن هنا سوف نعرض في هذا المبحث مجموعة من وسائل الدفع الإلكترونية.

المطلب الأول: بطاقات الدفع الإلكترونية

تعددت وتنوعت وسائل الدفع الإلكترونية واتخذت أشكالاً تتماشى ومتطلبات التجارة الإلكترونية وكذلك طبيعة المعاملات عبر شبكة الإنترنت وكان أولها ظهور البطاقات البلاستيكية.

الفرع الأول: البطاقة البنكية

أولاً: تعريف البطاقة البنكية

وردت عدة تعاريف للبطاقة البنكية نذكر منها:

"هي بطاقة بلاستيكية الصنع، مستطيلة الشكل طبع على وجهها وبشكل بارز رقمها واسم حاملها وتاريخ صلاحيتها، ويوضع غالباً عليها صورة حاملها كوسيلة لضمان التعرف عليه عند استعمالها ، فهي أداة مصرفية للوفاء بالالتزامات على نطاق واسع محلياً ودولياً لدى الأفراد ، و التجارة كبديل للنقود لدفع قيم السلع والخدمات المقدمة لحامل البطاقة مقابل توقيعه على إيصال قيمة التزامه الناشئ عن شرائه للسلعة أو حصوله على الخدمة على أن يقوم القابل بتحصيل القيمة من البنك المصدر للبطاقة عن طريق البنك الذي صرح له بقبول

البطاقة كوسيلة دفع، ويطلق على عملية التسوية بين البنوك اسم نظام الدفع الإلكتروني والذي تقوم بتنفيذه المنظمات العالمية الراعية للبطاقة"¹.

كما عرفت على أنها: "بطاقة بلاستيكية مغناطيسية بأبعاد قياسية معينة مدون عليها بيانات مرئية و غير مرئية تصدرها البنوك لعملائها للتعامل بها بدلا من حمل النقود، التي قد تتعرض لمخاطر السرقة أو الضياع أو التلف، وتكون مصنوعة من مادة يصعب العبث بها يذكر عليها اسم العميل الصادرة لصالحه ورقم حسابه، حيث يتم صرف هذه الأموال من البنك من خلال ماكينات الصرف المنتشرة، ويستطيع حاملها استخدامها في شراء معظم حاجاته أو أداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات دون الحاجة لحمل مبالغ كبيرة"².

ثانيا: أطراف التعامل في البطاقات البنكية

يمكن تقسيم أطراف التعامل بالبطاقات البنكية إلى³:

1- الهيئات الدولية : وهي المنظمة للعمل ببطاقات الائتمان والتي عن طريقها تتم عمليات المقاصة و التسويات الإلكترونية وتحويل الأموال بين بنك العميل حامل البطاقة وبنك التاجر القائم بعملية التحصيل، وتقوم هذه الهيئات بالسماح للمؤسسات المالية الكبيرة في جميع أنحاء العالم بالتكامل في نظام البطاقات الائتمانية سواء بإصدارها للعملاء أو تحصيل إيصالات المبيعات للتجار ، وأكثر تلك الهيئات انتشارا (هيئة الفيزا – هيئة الماستر كارد).

2- بنك الشخص حامل البطاقة: وهو البنك الذي له حق إصدار البطاقات البلاستيكية للعملاء ولا يكون للبنك الحق في ذلك إلا بعد حصوله على موافقة من الهيئة الدولية بالتعامل بهذا النظام.

3- الشخص حامل البطاقة: وهو الشخص الذي يحصل على بطاقة بلاستيكية من البنك المصدر لها بغرض استخدامها كوسيلة دفع من أجل الحصول على السلع و الخدمات في مختلف أرجاء العالم بدلا من المخاطرة بحمل النقود، ويحصل العميل على هذه البطاقة عن طريق تعاقد مع البنك المصدر لها وذلك من خلال توقيعه على طلب الحصول عليها والذي ينص على شروط استعمال هذه البطاقة، وتوقيع الشخص على هذا العقد يعتبر موافقة منه على إصدار البطاقة ، وأن استعماله لها محكوم بالشروط المحكومة بالطلب ولا يقوم البنك بإصدار

¹ تشارلز هور نجر، الجرائم الإلكترونية والمعلوماتية - بطاقات الائتمان، الكمبيوتر والإنترنت-، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2018، ص ص 93، 94.

² خالد وهيب الراوي، العمليات المصرفية الخارجية، دار المناهج للنشر والتوزيع، الطبعة 2، الأردن، 2005، ص 30.

³ محمد عمر الشويرف، التجارة الإلكترونية في ظل النظام العالمي الجديد، دار زهران للنشر والتوزيع، الطبعة 2، الأردن، 2015، ص ص 116-119.

البطاقة إلا بعد دراسته طلب العميل ج يدا، والتأكد من وجود الضمانات الكافية سواء أكانت عينية أو شخصية والتي تتناسب مع الحد المصرح به للبطاقة.

4- التجار ومقدموا الخدمات : هو الجهة التي تقبل بطاقات الائتمان من حاملها كوسيلة دفع لقيمة السلع والخدمات المقدمة لهم مقابل توقيعهم للتاجر على إيصالات بقيمة التزامهم الناشئ عن شرائهم لتلك السلع والخدمات، ولا يحق لأي جهة قبول البطاقات من العملاء كوسيلة دفع دون وجود تعاقد مع أحد البنوك العاملة في هذا المجال والذي يقوم بتزويد التاجر بالأدوات اللازمة للتعامل في هذا النشاط ، على أن يقوم التاجر بتحصيل قيمة تلك الإيصالات من البنك المتعاقد معه.

5- بنك التاجر: هو البنك الذي يقوم بالتعاقد مع التاجر لتقديم خدمة تحصيل إيصالات المبيعات له مقابل عمولة معينة يتفق عليها الطرفان، ويقوم التاجر بالتوقيع على العقد بناء عليه يوافق التاجر على الاشتراك في نظام الدفع بالبطاقات الائتمانية وذلك وفقا للشروط والأوضاع التي يحددها البنك.

ثالثا: أنواع البطاقات البنكية

للبطاقات البنكية عدة أنواع ومن أهمها:

1- البطاقة الائتمانية (القرضية) credit card

وردت عدة تعاريف للبطاقة الائتمانية نذكر منها:

هناك من عرفها على أنها: "وسيلة حديثة للوفاء بالتزامات أبرزتها البيئة التجارية، وطورتها التكنولوجيا الحديثة، وهي تتيح لحاملها استعمال الائتمان الممنوح له من البنك الذي أصدرها أو من غيره، حيث يمنح البنك حامل هذه البطاقة اعتمادا ماليا متفق على مقداره، يسمح له بشراء احتياجاته في حدوده"¹.

وعرفها آخر بأنها: "البطاقات التي تصدرها المصارف في حدود مبالغ معينة تمكن حاملها من الشراء الفوري لاحتياجاته مع دفع أجل لقيمتها مع احتساب فائدة مدينة على كشف الحساب بالقيمة التي تجاوزها العميل نهاية كل شهر²، وتتميز بتوفير الوقت و الجهد للعملاء وتزويد من إيرادات البنك المصدر لها"³.

كما أن بعض الفقهاء قد عرف بطاقة الائتمان بأنها: "بطاقة بلاستيكية أو ورقية مصنوعة من مادة يصعب العبث بها تصدرها جهة ما (بنك أو شركة استثمار)، يذكر فيها اسم العميل الصادرة لصالحه ورقم حسابه حيث

¹ عبد الحكيم أحمد محمد عمان، أحكام البطاقات الائتمانية في القانون و الآراء الفقهية الإسلامية، دار الفكر الجامعي للنشر، الطبعة 1، مصر، 2007، ص 26.

² وائل رفعت خليل، أساسيات الإدارة المالية، دار التعليم الجامعي، مصر، 2018، ص 133.

³ يوسف حسن يوسف، الاقتصاد الالكتروني، المركز القومي للإصدارات القانونية، الطبعة 1، مصر، 2012، ص 56.

يقوم العميل بتقديم تلك البطاقة للتاجر لتسديد ثمن مشترياته، ويقوم التاجر بتحصيل تلك القيمة من الجهة المصدرة التي تقوم بدورها باستيفاء تلك المبالغ من الحامل¹.

أ- أنواع البطاقة الائتمانية

تنقسم البطاقة الائتمانية إلى قسمين²:

➤ البطاقة الائتمانية المتجددة Revolving Credit Card

هي نوع من بطاقات الدفع تستخدم كأداة وفاء وائتمان في نفس الوقت، فهي تتيح لحاملها الحصول على السلع والخدمات فور تقديمها، والدفع الآجل لقيمة تلك السلع والخدمات وذلك للبنك المصدر لتلك البطاقة، ولحامل البطاقة الحق في أن يدفع كامل الرصيد الظاهر بكشف حساب البطاقة الشهري أو جزء منه، إذ يتوقف ذلك على الاتفاق المبرم بين البنك وحامل البطاقة حيث يمنحه البنك المصدر ائتمان يسمح له بسداد رصيد استخداماته بموجب البطاقة المصدرة له على آجال طويلة مقابل دفع عوائد مدينة عن رصيد الاستخدامات الظاهر بكشف حساب البطاقة في نهاية كل شهر والذي لم يسدد خلال الشهر التالي.

➤ بطاقة الخصم الشهري Charge Card بطاقة الائتمان غير المتجددة

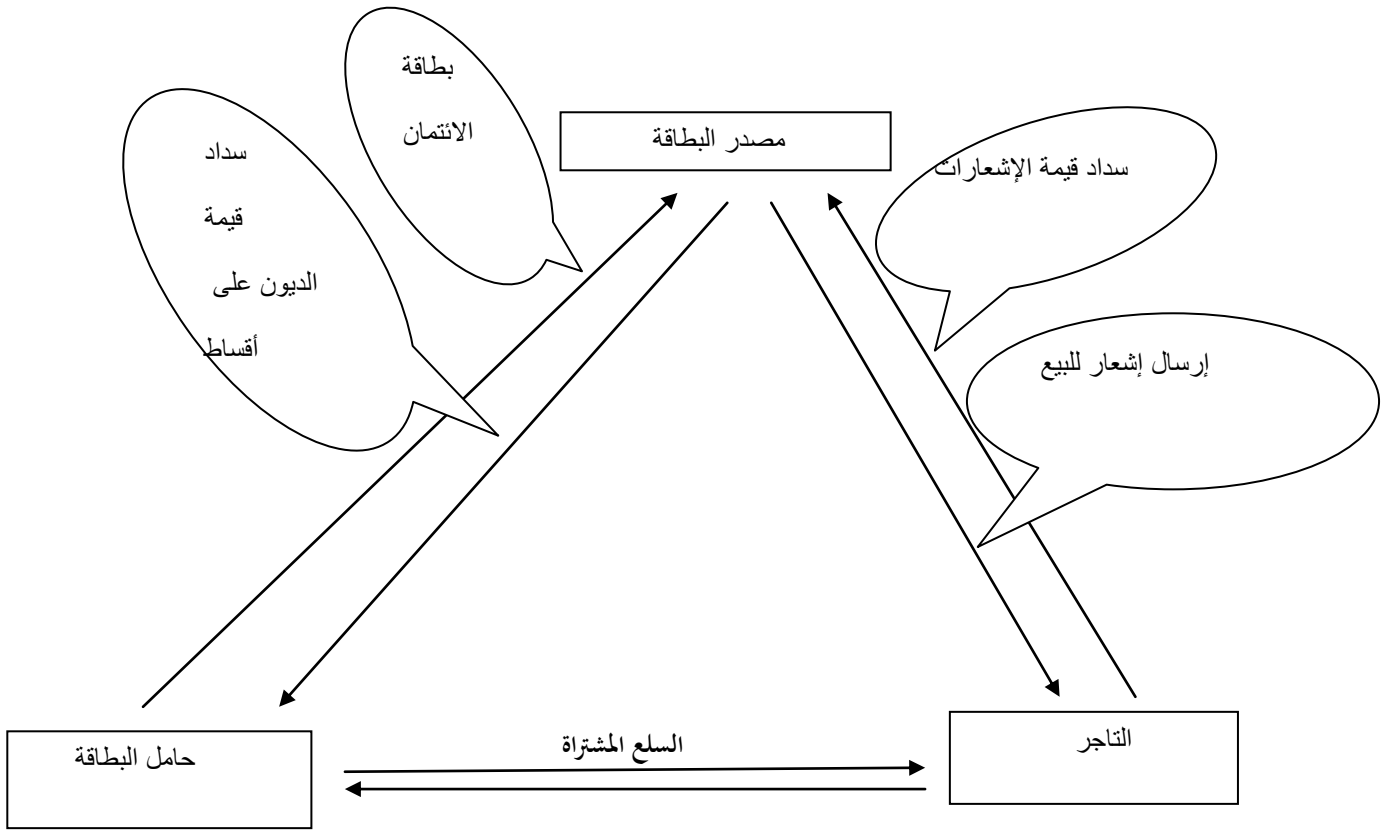
نوع من بطاقات الدفع تستخدم كأداة وفاء وائتمان عن فترة زمنية محددة يتم الاتفاق عليها ما بين البنك والعميل وغالبا لا تتعدى فترة الشهر، بمعنى أن يقوم حامل البطاقة باستخدام البطاقة كوسيلة دفع يحصل بمقتضاها على السلع والخدمات وعمليات الصرف النقدي من البنوك، و يصدر في تاريخ معين كشف حساب البطاقة والذي يظهر إجمالي استخدامات الفترة السابقة، و يلتزم حامل البطاقة بسداد ذلك الرصيد دون تحمل عوائد مدينة وذلك فور استخراج حساب البطاقة. ونلاحظ أن النوعين السابقين من البطاقات يمثلان أداة وفاء وائتمان في نفس الوقت.

ب- أطراف التعامل بالبطاقة الائتمانية والعلاقة بينهم

¹ جلال عايجي الشورة، وسائل الدفع الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة 1، الأردن، 2008، ص 22.

² نادر شعبان إبراهيم السواح، النقود البلاستيكية وأثر المعاملات الإلكترونية على المراجعة الداخلية في البنوك التجارية الدار الجامعية، مصر، 2006، ص ص 19، 20.

الشكل رقم (01): أطراف التعامل بالبطاقة الائتمانية والعلاقة بينهم



المصدر: فريد النجار، مرجع سبق ذكره، ص 39.

ت- المؤسسات العالمية المصدرة لبطاقات الائتمان

➤ منظمة فيزا Visa: تعتبر منظمة فيزا صاحبة الامتياز و المالكة للعلامة التي تحمل اسمها (visa)،

وهذه المنظمة ليست مؤسسة مصرفية ولا تقوم بإصدار هذه البطاقة ، إنما هي عبارة عن نادي يساعد البنوك في إدارة خدماتهم وتتكون إدارتها من ممثلي البنوك الأعضاء في هذا النادي.

➤ تمنح منظمة "فيزا" البنوك التي ترغب في إصدار بطاقتها مثل هذا الترخيص بإصدار البطاقة وفقا

للاتفاق المبرم معها، وتخضع البطاقة الصادرة عن بنوك الأعضاء في هذه المنظمة للأنظمة و المعايير التي

يضعها البنك المصدر للبطاقة دون أي تدخل من المنظمة، وبالتالي فإن البطاقة من الممكن أن تكون

بطاقة خصم شهري أو بطاقة ائتمان، طبقا للسياسة التي يتبعها البنك المصدر للبطاقة.

وترخص منظمة فيزا بإصدار ثلاثة أنواع من البطاقات هي:

-بطاقة فيزا الفضية: وحدودها الائتمانية منخفضة نسبيا.

-بطاقة فيزا الذهبية: وحدودها الائتمانية عالية.

-بطاقة فيزا إلكترون: وتستخدم هذه البطاقة من قبل حاملها في أجهزة الصرف الآلي الدولية، وفي الأجهزة التي تستطيع قراءة الشريط المغناطيسي.

➤ أمريكا إكسبريس **American Express**: وهي مؤسسة مالية كبيرة تقدم لعملائها خدمات الأعمال المصرفية باعتبارها أحد البنوك، وتقوم بإصدار البطاقات التي تحمل اسمها دون أن تمنح تراخيص إصدار البطاقة لأي بنك أو مؤسسة مصرفية أخرى، ولا تلزم حاملي البطاقة بفتح حسابات مصرفية لديها أو في أحد فروعها، ولكن من شروطها أن يتمتع الحامل بملاءة مالية محددة وفقا للمعايير المالية التي تضعها لتحقيق سياستها نحو إصدار هذه البطاقات.

وتصدر الأمريكيةان اكسبريس ثلاثة أنواع من البطاقات تتناسب مع متطلبات العميل و التسهيلات المصرفية التي يرغب في الحصول عليها، وهذه الأنواع هي : بطاقة الأمريكيةان اكسبريس الخضراء ، بطاقة الأمريكيةان اكسبريس الذهبية، بطاقة الأمريكيةان اكسبريس الماسية.

ولا تقبل مؤسسة الأمريكيةان اكسبريس بوضع اسم أي بنك آخر على البطاقات التي تصدرها، ماعدا البطاقة الذهبية ويشترط أن يكون لدى البنك المصدر لهذه البطاقة حساب للعميل الراغب في الحصول عليها، وأن يكون البنك ضامنا للعميل¹.

➤ شبكة الماستر كارد العالمية **Master card internationale**: هي ثاني أكبر شركة دولية في إصدار البطاقات الائتمانية مقرها في الولايات المتحدة الأمريكية، بطاقتها مقبولة لدى أكثر من 9.4 مليون محل تجاري استخدمت لتسوية معاملات بلغت أكثر من 200 مليون دولار.

➤ ديتز كلوب **Diter Club**: وهي من مؤسسات البطاقات الائتمانية الرائدة عالميا رغم صغر عدد حملة بطاقتها إلا أنها حققت أرباح وصلت إلى 16 مليون دولار، تصدر بطاقات متنوعة مثل:

- بطاقات الصرف البنكي لكافة العملاء
- بطاقات الأعمال التجارية لرجال الأعمال.
- بطاقات التعاون مع الشركات الكبرى مثل الطيران².

¹ محمد سعيد أحمد إسماعيل، أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى، لبنان، 2009، ص 311، 312.

² وائل رفعة خليل، مرجع سبق ذكره، ص 333، 334.

ج- مزايا بطاقة الائتمان

إن لبطاقة الائتمان عدة مزايا نذكر منها¹:

- تعتبر وسيلة فعالة للسداد.
- تعطي العميل ائتماناً يمكنه من شراء احتياجاته وتسديد قيمتها حسب الظروف.
- معترف بها عالمياً وهذا يتفق مع مقتضيات التجارة.
- توفر للتاجر ضماناً لاستفائه ثمن مبيعاته، وتعطي له الحماية من سرقة النقود.
- توفر لحاملها الأمان من سرقة النقود وتحقق للجهة المصدرة عمولة مقابل سداد ثمن المبيعات .

2- بطاقة الدفع : مع هذا النوع من البطاقات الإلكترونية يكون للمشتري أو صاحب البطاقة رصيد فعلي

بالحساب الخاص بالبنك وكل ما يحدث عند الشراء هو أن تنتقل قيمة المشتريات من حساب المشتري إلى حساب البائع في خلال يوم أو اثنين وهو ما يطلق عليه (Demand-deposit account)، ويستخدم البعض هذه البطاقات في سحب نقود من حساباتهم ولكن هذا ليس الغرض الأساسي منها ولكن الغرض هو الشراء. تعتبر شركتي Visa و Master Card هما الشركتين المسيطرتين على بطاقات الدفع على مستوى العالم².

3- بطاقة الدفع مقدما: هي بطاقة ابتدائية، سبقت استعمال البطاقة الذكية، فهي تقوم على أساس تثبيت مبلغ

محدد بحيث يمكن الدخول في البطاقة بذلك المبلغ كما يجري التخفيض التدريجي لمبلغ البطاقة آلياً كلما تم استعمالها، ومن بين الأمثلة على هذه البطاقة الجاري تداولها حالياً بطاقات النداءات الهاتفية (Telephone Calling Cards)، وبطاقات ركوب الجمهور بوسائل النقل الداخلي العام في المراكز الحضرية (Urban Mass Transit Systems Fare Cards)³.

4- بطاقة السحب الآلي (بطاقة الصراف الآلي) Cash Card ATM: استخدمت البنوك هذا النوع من

البطاقات تسهيلاً للعملاء وتوفيراً لاحتياجاتهم من النقود في فترات يكون البنك فيها مغلقاً، ثم تسهيلاً على البنك وتفادياً للتزاحم، وعن طريق هذا النوع من البطاقات يستطيع حامل البطاقة سحب مبلغ نقدي متفق عليه مع البنك، ويتم ذلك من خلال إدخال العميل ببطاقته إلى جهاز السحب الآلي حيث يدخل رقمه السري الذي يمثل توقيع العميل الإلكتروني، ثم يحدد المبلغ الذي يريد سحبه، ومن ثم وبعد تمام عملية السحب يسحب العميل

¹ نضال إسماعيل برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة 1، الأردن، 2004، ص 88.

² فريد النجار وآخرون، التجارة والأعمال الإلكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة، الدار الجامعية، مصر، 2006، ص 117.

³ خالد وهيب الراوي، مرجع سبق ذكره، ص ص 31، 32.

بطاقته بطريقة آلية، ومن الجدير بالذكر أن هذا النوع من البطاقات لا يمنح العميل ائتماناً ولكن هذا لا يمنع أن يقوم البنك وفق اتفاق خاص بتوفير غطاء معين من النقود -Over Draft¹.

أ- أنواع بطاقات السحب الآلي

يمكن تمييز بين ثلاثة أنواع من بطاقات الصرف الآلي كالتالي²:

➤ **بطاقات السحب غير المتعدية:** وهي التي تسمح بالسحب فقط من شبكة البنك المصدر للبطاقة.

➤ **بطاقة السحب الوطنية:** وهي التي تسمح لحامل البطاقة بسحب النقود من كافة أجهزة الصراف الآلي

للبنوك التي انضمت إلى الاتفاقية ضمن الدولة الواحدة.

➤ **بطاقة السحب الدولية:** وتتميز هذه البطاقات في إمكانية سحب النقود خارج البلاد من أجهزة الصراف

الآلي للبنوك الأجنبية التي صدقت الاتفاقية المبرمة مع البنوك الوطنية.

ويتم سحب النقود في الخارج بنفس العملة للدولة التي يوجد فيها جهاز الصراف الآلي، حيث ينتقل الرصيد

الشخصي لحامل البطاقة الصادرة من البنك الموجود لديه هذا الحساب الذي ينتقل مع حامل البطاقة أينما كان

وفي أي دولة يذهب إليها، وبذلك يتجنب حامل هذه البطاقة مخاطر حمل مبالغ نقدية وتؤمن له الطمأنينة

والأمان.

ب- مزايا بطاقات الصراف الآلي

انتشرت بطاقات الصرف الآلي بشكل واسع منذ نشأتها، ويرجع ذلك إلى المزايا العديدة التي تتمتع بها

ومن أهمها³:

- سهولة الحصول على هذه البطاقات مقارنة بغيرها، مثل بطاقة الائتمان.

- تعتبر بطاقات الصراف الآلي بديلاً عن حمل النقود أو الشيكات السياحية أو دفتر الشيكات.

- انتشار أجهزة الصراف الآلي بصورة واسعة في البنوك والأسواق التجارية والمطاعم والفنادق وغيرها.

- يستطيع حامل البطاقة أن يستخدمها على مدار الساعة 24 ساعة في اليوم، وسبعة أيام في الأسبوع، للسحب

الفوري النقدي.

¹ نضال إسماعيل برهم، مرجع سبق ذكره، ص 99.

² محمد سعيد أحمد إسماعيل، مرجع سبق ذكره، ص 318، 319.

³ المرجع نفسه، ص 317.

- 5- بطاقة السحب :** هي بطاقة بلاستيكية يصدرها البنك لأحد المستهلكين ، وصاحب البطاقة يستطيع أن يستعمل هذه البطاقة من أجل نقل النقد والمال من حسابه الشخصي في البنك المصدر إلى بنك البائع، وعند الشراء فإن مسجل النقد الإلكتروني يقوم بتسجيل قيمة البيع وتخزينها مع تسجيل اسم الجهة المصدرة للبطاقة، وفي وقت آخر أو في نفس الوقت أو في وقت متأخر من يوم البيع يقوم البائع بإرسال بيانات المعاملات المسجلة إلى بنكه الذي يمتلك حسابه، ومن ثم يقوم بنك البائع بمطالبة المستحقات من بنك المستهلك أو صاحب البطاقة ، وعندما يرسل بنك المستهلك موافقته لرد المستحقات فإن بنك البائع يزيد رصيد الحساب للبائع¹.
- 6- بطاقة الشيكات :** تعد هذه البطاقة وسيلة لضمان حصول التاجر أو مقدم الخدمة على المقابل الذي تم تسويته عن طريق الشيك، إذ يتعين على حامل البطاقة إبرازها مع الشيك حيث يقوم التاجر بتدوين بياناتها الرئيسية غالبا على ظهر الشيك، وبموجب ذلك يضمن الحصول على قيمة هذا الشيك من البنك مصدر البطاقة و الشيك، ومن ثم فإن هذه البطاقة لا تستخدم مستقلة عن الشيك وإنما تعمل إلى جانبه².
- 7- بطاقة الإنترنت Internet card:** وهي بطاقة بلاستيكية تلزم بها شركة Visa card وMastercard المصارف بإصدار هذه البطاقات ، إذ يكون عليها رقم شخصي افتراضي يسلم إلى حامل البطاقة وهي بطاقة الائتمان الخاصة بالتسوق عبر الإنترنت أو عبر وسائل إلكترونية بوجه عام، ويعين فيها حد السحب بشكل منخفض قياسا على غيرها من البطاقات 2000 دولار أمريكي تقريبا من أجل الحد من مخاطر الغش و الاحتيال وكذلك من أجل زيادة عامل الاطمئنان للحامل عند تعيين رقم بطاقته خلال إجراء عملياته عبر الشبكة لأن السحب من بطاقة الائتمان يكون في العادة مرتفعا ، كما يمكن لحامل البطاقة أن يطلب تعديل سقف السحب للبطاقة في العملية الواحدة أو بشكل دائم إذا كانت عملياته تتطلب ذلك شرط موافقة المصرف³.
- 8- البطاقة الذهبية Gold Card:** وهي بطاقة ذات حدود ائتمانية عالية وتصدر للعملاء ذوي القدرة المالية العالية، كما أنها تتيح لحاملها المزايا المجانية، كما أنها تعد في مرتبة أعلى من البطاقة الفضية، وتصدر لكبار عملاء البنك بحد أدنى عشرين ألف جنيه مصري⁴.

¹ مجموعة من الخبراء، "العقود والاتفاقات في التجارة الإلكترونية"، المنظمة العربية للتنمية الإدارية أعمال المؤتمرات، القاهرة، 2007، ص 8.

² عصام عبد الفتاح مطر، التجارة الإلكترونية في التشريعات العربية و الأجنبية، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2009، ص 83.

³ زهير زواش، دور نظام الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي-، 2010-2011، ص ص 26، 27.

⁴ د. عصام عبد الفتاح مطر، مرجع سبق ذكره، ص 84.

ومن المزايا التي يحصل عليها حامل البطاقة التأمين ضد الحوادث، الحصول على بطاقة بديلة في حالة الطوارئ أو الضياع، خدمة تليفونية مخفضة، أسبقية الحجز في الفنادق و شركات الطيران، الحصول على استشارات طبية وقانونية¹.

9-البطاقة الماسية: وهي بطاقة تتمتع بائتمان غير محدود بسقف معين، وتصدر للعملاء من ذوي القدرات المالية العالية، بالإضافة إلى أنها تتيح لحاملها بعض المزايا الإضافية المجانية مثل التأمين ضد الحوادث، أسبقية الحجز في الفنادق وشركات الطيران ، ومن أمثلة هذه البطاقة، بطاقة أمريكان إكسبريس، وتصدر لكبار العملاء وحدها الأدنى لا يقل عن خمسة آلاف دولار².

10- البطاقة الفضية Silver Card: تعتبر أكثر البطاقات استخداما في العالم، كونها تصدر بشروط ميسرة ومصاريف منخفضة تناسب أغلب الزبائن وتمثل هذه البطاقة وسيلة دفع وأداة وفاء وائتمان، وتقديم خدمات السحب النقدي وشراء السلع والاستخدام عن طريق الانترنت.

الفرع الثاني: البطاقة الذكية:

ظهرت هذه البطاقات تماشيا مع التطورات التكنولوجية ، وهي بطاقة بلاستيكية تحتوي على خلية الكترونية يتم عليها تخزين جميع البيانات الخاصة بحاملها مثل الاسم، العنوان، المصرف المصدر، أسلوب الصرف المبلغ المصرف وتاريخه، وتاريخ حياة الزبون المصرفية³، وتتيح تلك البطاقات للعميل شراء ما يحتاجه أو سحب مبلغ معين خصما من رصيد المبلغ المخزن بالبطاقة، وذلك حتى نفاذ إجمالي الرصيد الذي تحمله البطاقة والتي يمكن إعادة شحنها من جديد، لذا يطلق عليها البعض بالمحفظة الإلكترونية⁴.

ويمكن تعريفها على أنها "بطاقات ائتمان مدمج بها معالج الكتروني يمكن بواسطته نقل وتحويل وحدات النقد الالكتروني إما إلى بطاقة أخرى أو إلى قارئ للبطاقة متصل بالنهايات الطرفية الخاصة بالتاجر"⁵.

وتعتبر بطاقة الموندكس Mondex أحد أهم البطاقات الذكية المعروفة في العالم حيث يمكن تعريفها كما

يلي⁶:

¹ نادر شعبان إبراهيم السواح، مرجع سبق ذكره، ص 23.

² المرجع نفسه، ص 23.

³ محمد عبد الحسين الطائي، مرجع سبق ذكره، ص 187.

⁴ طارق طه، مرجع سبق ذكره، ص 179.

⁵ أبو عقيل لوسي عقيلان، التنظيم القانوني للنقود الالكترونية كأحد وسائل الدفع، دار الأيام للنشر والتوزيع، الطبعة 1، الأردن، 2018، ص 86.

⁶ طارق عبد العال حماد، التجارة الإلكترونية، الدار الجامعية، مصر، 2002-2003، ص ص 122-124.

"هي بطاقة ذكية تحمل وتوزع النقد الالكتروني وهي منتج لمؤسسة ماستر كارد العالمية وتكتسب القبول

على الانترنت وفي موقع السوق العام، وقد ظهرت البطاقة موندكس سنة 1990.

وتواجه الموندكس عدة تحديات فهي تتطلب تجهيزات خاصة، والتجار الذين يقبلون موندكس عليهم أن يكون لديهم قارئ البطاقة في موقع الفحص لديهم، وبطاقة موندكس باختصار يجب أن تكون على اتصال مادي بقارئ خاص للبطاقة وكذلك جهاز كتابة البيانات خلال ملء البيانات، ويمكن لمستخدمي الانترنت أن يحولوا النقد عبر الانترنت باستخدام موندكس، ولكنهم يجب أن يرفقوا قارئ موندكس للكمبيوتر الشخصي الخاص بهم وذلك من أجل استخدام البطاقة، وهذه المتطلبات أثبتت أنها حواجز للانتشار الواسع لاستخدام ونجاح موندكس. وباحتواء بطاقات موندكس على رقائق مايكروكمبيوتر فإن بطاقات موندكس يمكنها قبول النقد الإلكتروني مباشرة من حساب البنك للمستخدم، ويمكن لحملة البطاقات صرف نقدهم الإلكتروني مع أي تاجر لديه قارئ بطاقة موندكس.

المطلب الثاني: النقود والمحافظ الإلكترونية

شهدت الحركة المصرفية حديثا تطورا كبيرا ومن بين نتائج هذا التطور ظهور ما يعرف بالنقود و المحافظ الإلكترونية، ونظرا لمزاياها سعت المصارف إلى استغلالها في التعاملات المصرفية الالكترونية.

الفرع الأول: النقود الإلكترونية

أولا: تعريف النقود الإلكترونية

تعرف النقود الرقمية من الناحية القانونية على أنها: "عبارة على أرقام تتداول إلكترونيا ويمثل كل رقم قيمة مالية في حد ذاتها وتستحق هذه القيم للوفاء بإتقان السلع و الخدمات التي يتاعها المستهلك بدلا من النقود الحقيقية"¹.

عرفت كذلك على أنها: "نقود غير ملموسة تأخذ صورة وحدات إلكترونية تخزن في مكان آمن على الهارد ديسك لجهاز الكمبيوتر الخاص بالعميل يعرف باسم المحفظة الالكترونية ، ويمكن للعميل استخدام هذه المحفظة في القيام بعمليات البيع أو الشراء أو التحويل"².

¹ شريف مجد غنام، محفظة النقود الإلكترونية رؤية مستقبلية، الدار الجامعية، مصر، 2007، ص 33، 34.

² يوسف حسن يوسف، مرجع سبق ذكره، ص 25.

وقد عرفها البنك المركزي الأوروبي بأنها: "مخزون إلكتروني لقيمة نقدية على وسيلة تقنية يستخدم بصورة شائعة للقيام بمدفوعات لمتعهدين غير من أصدرها، دون الحاجة إلى وجود حساب بنكي عند إجراء الصفقة وتستخدم كأداة محمولة مدفوعة مقدما"¹.

وعليه يمكن القول أن النقود الإلكترونية عبارة عن نقود غير ملموسة، تأخذ صورة وحدات إلكترونية تخزن في مكان آمن جدا على الهارد ديسك (Hard Disk) لجهاز الكمبيوتر الخاص بالعميل الذي يستخدمها في إتمام عمليات البيع و الشراء و التحويل وغير ذلك من العمليات المالية ، وتعتمد فكرة النقود الإلكترونية (أو الرقمية) على قيام العميل بشراء عملات إلكترونية من المصرف الذي يقوم بإصدارها و تحميلها على الكمبيوتر الخاص بالعميل، فتكون في صورة وحدات إلكترونية تعمل محل العملات العادية، وتكون بنفس القيمة المحددة لتلك العملات العادية.

وتصدر الإشارة إلى أن النقود الإلكترونية مرت بعدة مراحل كالتالي:

ثانيا: مراحل استعمال النقود وصولا إلى استعمال النقود الإلكترونية

يمكن إبراز المراحل كالتالي²:

1- التبادل السلعي: بدأت النقود بشكل تبادل سلعي، كعملية تبادل السلع و الخدمات بسلع و خدمات أخرى وهو ما يعرف بنظام المقايضة، لكنها عجزت عن مواكبة مستلزمات التقدم الاقتصادي للوفاء بالاحتياجات المطلوبة، نظرا لعدم وجود مقياس مشترك للقيم، وعدم قابلية بعض السلع و الخدمات للتجزئة وصعوبة تخزين بعضها.

2- مرحلة النقود المعدنية: وهي تقوم على استعمال عدة معادن مثل البرونز و الفضة و الذهب وغيرها، التي تمثل قيمة معينة لإتمام عمليات البيع والشراء وغيرها.

3- مرحلة النقود الكتابية : وهي التي تتكون من الودائع المصرفية، وهي تنتقل بواسطة الشيكات و التحويلات وتستعمل إلى جانب النقود المعدنية والورقية في إجراء العمليات الاقتصادية، وهي تتميز بسهولة الانتقال بين المتعاملين، وكلفتها الزهيدة، وتساعد على التخفيف من خطورة الضياع أو السرقة، وتساهم في التعرف على هوية طرفي عملية البيع (المشتري و البائع).

¹ محمد عبد الله شاهين محمد، التجارة الإلكترونية العربية بين التحديات وفرص النمو، دار حميثرا للنشر، الطبعة 1، مصر، 2017، ص 256.

² نادر عبد العزيز شافعي، المصارف والنقود الإلكترونية، المؤسسة الحديثة للكتاب، الطبعة 1، ليبيا، 2007، ص 80-83.

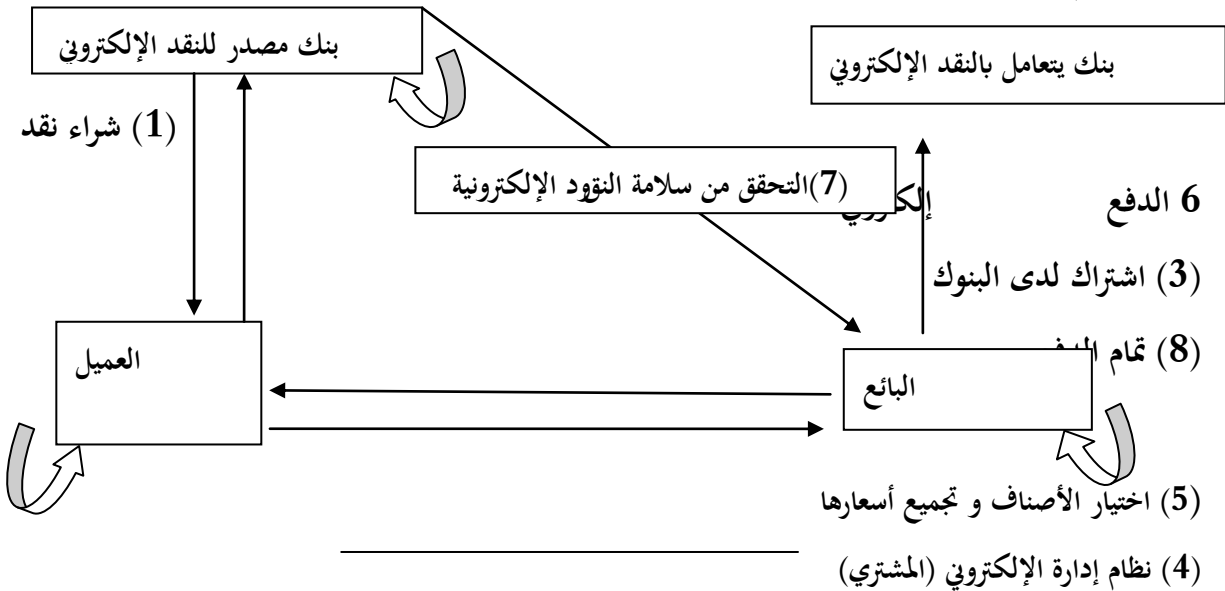
4- مرحلة ظهور الصراف الآلي (ATM): وهي المرحلة التي أدت إلى إجراء العمليات المصرفية الإلكترونية عن بعد، دون تدخل العنصر البشري من قبل المصارف وتخفيفا للنفقات التقليدية ودون الحاجة لفتح فروع جديدة للمصارف، وهي تعتبر الآن من الوسائل المسلم بها في أغلبية الدول لتسهيل قيام الزبون ببعض العمليات المصرفية على مدار الساعة، ومثال على ذلك قام مصرف " سيتي بنك " في الهند بزياة الصرافات الآلية لنشر خدماته المصرفية الإلكترونية للزبائن وتوفير فتح الفروع الجديدة في الهند وما تتطلبها من إجراءات إدارية وقانونية وموافقة البنك المركزي المسبقة لذلك.

5- مرحلة تقديم الخدمات الفورية عبر شبكة الانترنت: أو ما يسمى الخدمات على الخط (On-line Services)، وهي تركز على استخدام الكمبيوتر الشخصي على شبكة الانترنت للقيام بالعمليات المالية والتجارية المطلوبة، خاصة ضمن إطار التجارة الإلكترونية.

6- مرحلة استخدام النقود الإلكترونية: وهي مرحلة مرتبطة بالمرحلتين السابقتين اللتان تقومان على التعامل الإلكتروني عن بعد، وقد أدت إلى الحد من استعمال النقود التقليدية (الورقية و المعدنية)، وأصبح التعامل بها على درجة عالية وبنسبة كبيرة.

ثالثا: آلية التعامل بالنقود الإلكترونية: تمر عملية التعامل بالنقود الإلكترونية بعدة مراحل يتوجب على كل من البائع والمشتري المرور بها وهذه المراحل سيتم عرضها في الشكل التالي:

الشكل رقم (02): مراحل التعامل بالنقود الإلكترونية



(2) نظام إدارة النقد الإلكتروني (المشتري)

المصدر: مُجدد عمر الشويرف، مرجع سبق ذكره، ص 138.

رابعا: مزايا النقود الإلكترونية

تتميز النقود الإلكترونية بعدة مزايا يمكن إيجازها فيما يلي¹:

- **تكلفة تداولها زهيدة:** تحويل النقود الإلكترونية (أو الرقمية) عبر الانترنت أو الشبكات الأخرى أرخص كثيرا من استخدام الأنظمة البنكية التقليدية.

- **لا تخضع للحدود:** يمكن تحويل النقود الإلكترونية من أي مكان إلى آخر في العالم و في أي وقت كان وذلك لاعتمادها على الانترنت أو على الشبكات التي لا تعترف بالحدود الجغرافية، ولا تعترف بالحدود السياسية.

- **بسيطة وسهلة الاستخدام:** تسهل النقود الإلكترونية التعاملات البنكية إلى حد كبير فهي تغني عن ملء الاستمارات وإجراء الاستعلامات البنكية عبر الهاتف.

- **تسرع عمليات الدفع:** تجري حركة التعاملات المالية ويتم تبادل معلومات التنسيق الخاصة بها فوراً في الزمن الحقيقي دون الحاجة إلى أي وساطة، مما يعني تسريع هذه العملية على العكس مما لو كانت تتم قبل ذلك بالطرق التقليدية.

- **تشجع عمليات الدفع الآمنة:** تستخدم البنوك التي تتعامل بالنقود الإلكترونية أجهزة خادمة تدعم بروتوكول الحركات المالية الآمنة - S E T - كما تستخدم مستعرضات لشبكة الويب تدعم بروتوكول الطبقات الآمنة - S S L - مما يجعل عمليات دفع النقود الإلكترونية أكثر أماناً.

خامسا: عيوب النقود الإلكترونية

إلى جانب المزايا السابقة للنقود الإلكترونية توجد مجموعة من العيوب والتي من أهمها:

- **الإصرار على السرية المطلقة من قبل مصدري هذه النقود وكذلك من قبل المتعاملين بها يؤدي إلى زيادة الأنشطة الإجرامية عبر شبكة المعلومات الدولية وتسهيل عمليات التهرب الضريبي.**

- **الاعتماد الكامل على برامج الكمبيوتر يعني إمكانية نسخ هذه البرامج الأمر الذي يعني مضاعفة قيمة النقد الإلكتروني المصدر بصورة احتيالية مما يتسبب في خسائر الفادحة لشركات الإصدار.**

- **اقتصار استخدام النقود الإلكترونية على شبكة المعلومات الدولية دون إمكانية تداولها في العالم الواقعي يجعلها محدودة الفائدة الأمر الذي يعني محدودية الإقبال عليها².**

¹ منير مُجدّ الجنبهي، ممدوح مُجدّ الجنبهي، النقود الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2015، ص ص 14، 15.

² مُجدّ عمر الشويرف، مرجع سبق ذكره، ص ص 137، 138.

- ارتفاع تكلفة تطبيق واستخدام التقنية الجديدة للمجتمع عامة و للمشروعات خاصة، وعدم تأكد المشروعات من قدرتها على تغطية تلك التكلفة وتحقيق أرباح، فالتقنية الجديدة تعني تكلفة مرتفعة بالنسبة للمشروعات التي ترغب في الحصول على تلك التقنية ، وبالتالي فلا ترغب تلك المشروعات في الحصول على تلك التقنية إلا إذا اعتقدت أن عددا كبيرا من المستهلكين سوف يستخدم تلك التقنية فتمتكن بالتالي من استرجاع تكلفتها وتحقيق أرباح¹.

الفرع الثاني: المحافظ الإلكترونية

أولا: تعريف المحافظ الإلكترونية

وردت عدة تعاريف نذكر منها:

"هو برنامج يقوم المستخدم بتنصيبه على جهاز الحاسب الشخصي، ويتم تخزين المعلومات الشخصية وأرقام البطاقة 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 عن كل عملية"².

كما عرفت أيضا: "وسيلة دفع افتراضية تستخدم في سداد المبالغ قليلة القيمة بشكل مباشر أو غير مباشر".

وقد عرفها آخر على أنها: "عبارة عن بطاقة بلاستيكية ممغنطة يمكن تثبيتها على الكمبيوتر الشخصي أو قرصا مرنا يمكن إدخاله في فتحة القرص المرن في الكمبيوتر الشخصي ليتم نقل القيمة المالية منه أو إليه عبر الانترنت باستخدام برامج معينة"³.

ثانيا: خصائص المحفظة الإلكترونية

يمكن عرض الخصائص الرئيسية التي تميز المحافظ الإلكترونية فيما يلي⁴:

- المحفظة الإلكترونية تعطي حلا متطورا للدفع بمبالغ صغيرة، وعليه يمكن التخلص من أسعار معالجة الشيكات وباقي وسائل الدفع الورقية في كل عملية أو صفقة تجارية ذات المبالغ الصغيرة.
- تسمح بتخفيض عمليات الدفع بالنقد، وبالتالي التخلص من تكاليف المعالجة.

¹ مصطفى يوسف، مرجع سبق ذكره، ص15.

² ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبدالات، الصيرفة الإلكترونية، دار وائل للنشر، الطبعة 1، الأردن، 2008، ص 48.

³ هبة مصطفى كافي، مرجع سبق ذكره، ص 137.

⁴ أحمد برواس، السعيد بريكة، مرجع سبق ذكره، ص ص 234، 235.

- وسيلة ملائمة تماما للصفقات التجارية لما توفره من سرعة في العمل.
- المدفوعات التي تخص المحفظة الإلكترونية هي الموزع الآلي للنقود ، وآلات توزيع التذاكر من أجل ركن السيارات ودفع رسوم في الطرق السريعة للنقل وبطاقات الهواتف وبطاقات مختلفة (كبطاقات الزيارة، بطاقات أخذ الصور السريعة).

ثالثا: خطوات الدفع باستخدام المحفظة الإلكترونية

تم عملية الدفع باستخدام المحفظة الإلكترونية كآلي¹:

- يقوم حامل المحفظة الإلكترونية عند الوصول إلى النقطة الخاصة بالشراء بإظهار السلع المراد شراؤها، وتبدأ عملية الجمع المتتالية لعملية البضاعة.
- يتم إظهار المحفظة وتمريها على الجهاز المعد لقراءتها (وهي عادة تكون مخزنة في أجهزة الموبايل أو بطاقات ذكية).
- عند نقطة الشراء يقوم الجهاز بطلب تأكيد الهوية من صاحب المحفظة الإلكترونية وذلك بتمرير بصمة الإصبع أو إدخال رقم سري، وهنا توجد إمكانية تمرير ثلاث محاولات فقط من بصمة الإصبع أو وضع الكود الخاص به، وفي حالة تعدي الثلاث محاولات فإن البطاقة سوف يتم تجميدها.
- بعد التأكد من الهوية يقوم الجهاز بإظهار رسالة خاصة لاختيار نوع الدفعة المراد البدء بها.
- يتم الاختيار من أحد الأمرين إما عن طريق استخدام القيمة المخزنة بالمحفظة الإلكترونية أو الاختيار الثاني وهو عن طريق بطاقة الائتمان، ففي حالة الاختيار الأول (استقطاع من القيمة المخزنة) إن لم تحتوي على رصيد كاف فإنه يقوم بإظهار رسالة بذلك، وعليه أن يقوم باختيار الطريقة الثانية في الدفع.
- تظهر رسالة تأكيد من صحة العملية التي تمت و القيمة المراد دفعها وتحويلها إلى حساب الطرف الثاني.
- ظهور رسالة تأكيد (تمت العملية بنجاح) بأن القيمة تم خصمها من حسابك.
- يتم استخراج وطبع الإيصال للطرف الأول (المشتري).

¹ أحمد برواس، السعيد بريك، مرجع سبق ذكره، ص 99، 100.

المطلب الثالث: التوقيع والتحويلات الإلكترونية

من وسائل الدفع الإلكترونية التي ظهرت حديثاً التوقيع الإلكتروني و التحويلات المالية الإلكترونية والتي تستخدم في التجارة الإلكترونية بشكل عام، وفي العمليات البنكية بشكل خاص.

الفرع الأول: التوقيع الإلكتروني

أولاً: تعريف التوقيع الإلكتروني

وردت تعاريف عديدة للتوقيع الإلكتروني نذكر منها ما يلي:

"هو مجموعة من الإجراءات أو الوسائل التقنية التي يتيح استخدامها عن طريق الرموز أو الأرقام أو الشفرات، إخراج علامة مميزة لصاحب الرسالة المنقولة إلكترونياً ، فهو رقم أو رمز سري أو شيفرة خاصة لا يفهم معناها إلا صاحبه ومن يكشف له عن مفتاح ذلك الترميز أو التشفير أو التوكيد¹ ، حيث يختص البنك المركزي بوضع قواعد اعتماد التوقيع الإلكتروني والترخيص بمباشرة نشاط اعتماد التوقيع الإلكتروني طبقاً للقواعد والشروط والأسس المحددة"².

كما عرف بأنه: "البيانات التي تتخذ هيئة حروف أو أرقام أو رموز أو إشارات أو غيرها ، وتكون مدرجة بشكل إلكتروني أو ضوئي، ولها طابع يسمح بتحديد هوية الشخص"³.

وقد عرف التوقيع الإلكتروني من وجهة نظر القانون الخاص على أنه: "ما يوضع على محرر إلكتروني

(شريحة إلكترونية) ويتخذ شكل حروف أو أرقام أو رموز أو إشارات أو غيرها ويكون له طابع متميز ومنفرد يسمح بتحديد الشخص الموقع ويميزه عن غيره ، ويستخدم التوقيع الإلكتروني نظام التشفير والذي يعتمد مفتاحاً خاصاً ومفتاحاً عاماً: المفتاح الخاص Privat Key: وهو عبارة عن أداة إلكترونية خاصة بصاحبها، وتنشأ بواسطة عملية حسابية خاصة، ويستخدم في وضع التوقيع الإلكتروني على المحررات الإلكترونية ويتم الاحتفاظ بها على بطاقة ذكية مؤمنة وهو مثل البصمة لا يتكرر مع أي شخص آخر، أما المفتاح العام Public Key: فيكون لدى الجميع معلناً، لكنه خاص بالشخص نفسه ويتم إصداره من الشركة التي ستقوم بإصدار التوقيع الإلكتروني ويستخدم في التحقق من شخصية الموقع على المحرر الإلكتروني والتأكد من صحة وسلامة محتوى المحرر الإلكتروني

¹ أحمد سفر، العمل المصرفي الإلكتروني في البلدان العربية، المؤسسة الحديثة للكتاب، 2006، ص 195.

² حازم نعيم الصمادي، المسؤولية في العمليات المصرفية الإلكترونية، دار وائل للنشر، الطبعة 1، الأردن، 2003، ص 271.

³ ناهد فتحى الحموري، الأوراق التجارية الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة 1-2، الأردن، 2010، ص 8.

الأصلي ولمزيد من الأمان يتم وضع رقم سري Code Pin على الشريحة حتى لا يستطيع أحد استخدامها في حالة ضياعها أو سرقتها¹.

ثانيا: أشكال التوقيع الإلكتروني:

1- التوقيع باستخدام القلم الإلكتروني : ومعناه نقل التوقيع الإلكتروني المكتوب بخط اليد على المحرر إلى الملف المراد نقل هذا المحرر إليه باستخدام جهاز السكائر ، وعليه ينقل المحرر موقعا عليه من صاحبه إلى شخص آخر باستخدام شبكة الإنترنت.

إلا أن تلك الطريقة تواجه الكثير من المعوقات تتمثل في عدم الثقة حيث يمكن للمستقبل أن يحتفظ بهذا التوقيع الموجود على المحرر الذي استقبله عن طريق شبكة الانترنت عبر جهاز السكائر ووضعه على أي مستند آخر لديه دون وجود أي طريقة يمكن من خلالها التأكد من أن صاحب هذا التوقيع هو الذي وضعه على هذا المستند وقام بإرساله إلى هذا الشخص ، وعليه فإن تلك الطريقة مأخوذ ضدها انعدام الثقة، وهو ما يضعف الثقة في المحررات الموقع عليها الكترونيا وبالتالي يقلل من حجية التوقيع الالكتروني.

2- التوقيع باستخدام الخواص الذاتية: وهذا النوع يعتمد على الخواص الكيميائية والطبيعية للأفراد وتشمل تلك الطرق الآتي:

- البصمة الشخصية
- مسح العين البشرية.
- التحقق من مستوى ونبرة الصوت.
- خواص اليد البشرية.
- التعرف على الوجه البشري.
- التوقيع الشخصي².

3- التوقيع الرقمي: هو مجموعة بيانات منظمة بصورة شيفرة ويمكن للمرسل إليه من خلالها التأكد من مصدرها ومضمونها، ويعتبر ترميز المفاتيح (المفاتيح العمومية والمفاتيح الخاصة) الأكثر شيوعا بين التوقيعات الرقمية القائمة.

¹ السعيد بريكة، واقع عمليات الصيرفة الإلكترونية وآفاق تطورها في الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2010-2011، ص 170.

² منير الجنيبي، ممدوح الجنيبي، البنوك الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2006، ص ص 75، 76.

والتوقيع الرقمي يتم بواسطة برنامج كمبيوتر خاص بهذه الغاية، وباستخدام هذا البرنامج يكون الشخص قد وقع على الرسالة كما لو تم التوقيع ماديا في عالم الأوراق والوثائق الورقية من حيث آثار التوقيع ، وخاصة ما يتعلق بحجيته - التوقيع - مع الأخذ بعين الاعتبار أنه بالإمكان الاستعانة بالتوقيع الرقمي واستخدامه لإنشاء كافة الرسائل الإلكترونية والعقود الإلكترونية¹.

وهناك نوعان شائعان من التوقيعات الرقمية وهما:

أ- التوقيع المفتاحي: حيث يزود المستخدم بتوقيع مشفر مميز فيحدد هذا التوقيع الشخص صاحب التوقيع ومعلومات عن صاحب التوقيع إضافة إلى وقت التوقيع، وبوجود جهات محايدة تعرف باسم سلطات التصديق مهمتها الأساسية تصديق التوقيع الإلكتروني إضافة إلى تقديم خدمات أخرى متعلقة بالتوقيع الإلكتروني.

حيث أن المهمة الأساسية لهذه السلطة (التي من الممكن وصفها بأنها طريق محايد بالنسبة لأطراف المعاملات الإلكترونية) هو التأكد من صحة ملكية التوقيع الرقمي للأشخاص الذين يقومون بتوقيع الوثائق الإلكترونية، وقبل تسجيل التوقيع المفتاحي تقوم هذه الجهة بأخذ جملة معلومات من حامل التوقيع الإلكتروني المراد تسجيله بعد ذلك تصدر سلطات التصديق لهذا الشخص شهادة، وبصدور هذه الشهادة يتمكن حاملها من توقيع الوثائق الإلكترونية بعد تزويده بكلمة سر خاصة تمكنه من استخدام التوقيع الإلكتروني².

ب- التوقيع البيومتري: هذا النوع من التوقيع الإلكتروني يعتمد أساسا على الخصائص الذاتية للإنسان كالبصمة بكل أنواعها سواء أكانت بواسطة الإصبع أو شبكية العين أو الصوتية أو الشفاه، ومن الخصائص الذاتية الأخرى محاولة معرفة خط الإنسان عن طريق بعض الخصائص الذاتية³.

ثالثا: أهم تطبيقات التوقيع الإلكتروني

تتمثل في ما يلي⁴:

¹ ناهد فتحي الحموري، مرجع سبق ذكره، ص ص 84، 85.

² المرجع نفسه، ص ص 85، 86.

³ أحمد سفر، مرجع سبق ذكره، ص 197.

⁴ السعيد بريكة، نادبة شبانة، البنوك الإلكترونية، دار الكتاب الحديث، الطبعة 1، الجزائر، 2020، ص ص 104، 103.

- 1- المعاملات التجارية الإلكترونية: وتشمل كل معاملة ذات طابع تجاري في مجالات التعامل المختلفة، مثل البيوع وغيرها من العقود والتصرفات القانونية التجارية الأخرى والاستيراد والتصدير ، وباقي التعاقدات وحجز تذاكر السفر والفنادق، والمعاملات المصرفية بكل أنواعها والتي تتم في شكل محرر إلكتروني موقع توقيعاً إلكترونياً.
- 2- المعاملات المدنية الإلكترونية: وتشمل كل معاملة إلكترونية سواء بالنظر إلى طرفيها أو إلى أحد طرفيها والتي تخرج عن مفهوم المعاملات التجارية.
- 3- الحكومة الإلكترونية: وتشمل المعاملات الإدارية الحكومية ، وخدمات المواطنين بشكل عام ومنها التصاريح المختلفة والخدمات التي تقدمها الجمارك ومصالحة الأحوال المدنية وكذلك ما يقدم للجهات الحكومية من طلبات.
- 4- البطاقة الذكية: عبارة عن وسيط إلكتروني مؤمن يستخدم في عملية إنشاء وتثبيت التوقيع الإلكتروني على المحرر الإلكتروني ويحتوي على شريحة إلكترونية بها معالج إلكتروني وعناصر تخزين وبرمجيات التشغيل .

رابعاً: مزايا التوقيع الإلكتروني

للتوقيع الإلكتروني العديد من المزايا نذكر منها ¹:

- إمكانية استخدامه كبديل للتوقيع التقليدي بالإضافة إلى مسابته لنظم المعلومات الحديثة.
- يؤدي التوقيع الإلكتروني إلى رفع مستوى الأمن والخصوصية بالنسبة للمتعاملين على شبكة الانترنت خاصة في مجال التجارة الإلكترونية.
- إمكانية تحديد هوية المرسل والمستقبل إلكترونياً والتأكد من مصداقية الأشخاص والمعلومات.
- يساعد التوقيع الإلكتروني كل المؤسسات على حماية نفسها من عمليات التزيف وتزوير التوقيعات.
- يسمح التوقيع الإلكتروني بعقد الصفقات عن بعد ودون حضور المتعاقدين ، وهو بذلك يساعد في تنمية وضمان التجارة الإلكترونية.

خامساً: صعوبات التوقيع الإلكتروني

- هناك عقبات تواجه التجارة الإلكترونية تتمثل في بعض الإجراءات المطلوبة كتوقيع المستندات وأثر ذلك على صحتها وقبولها، بحيث يتعين على الموقع مراعاتها بوصفه مسؤولاً قانونياً إذا لم يلتزمها ويتخذ الاحتياطات الضرورية بشأنها وهي ²:
- بذل العناية المعتادة لتجنب التلاعب بأداة توقيعه، أو استخدامها بصورة غير مسموح بها من أي جهة أخرى.

¹ أحمد بوراس، السعيد بريكة، مرجع سبق ذكره، ص 147.

² أحمد سفر، مرجع سبق ذكره، ص 207.

- أن يحيط علماً الشخص المعني فور علمه ودونما تأخير غير مبرر، إذا تنامى إلى علمه شك بأن أداة التوقيع التي يستخدمها قد تعرضت للعبث، أو توفر لديه ما يثير الاشتباه بأن تلاعباً بها قد تم.

الفرع الثاني : التحويلات الإلكترونية

أولاً: تعريف التحويلات الإلكترونية

تعددت التعاريف الخاصة بالتحويلات الإلكترونية و التي يمكن ذكر بعضها كالآتي : "عقد بين الأمر بالتحويل المصرفي والبنك مصدر الحوالة يتم انعقاده أو تنفيذه كله أو جزء منه باستخدام وسيلة اتصال عن بعد، يلتزم بموجبه البنك بأن يدفع بنفسه أو بواسطة غيره مبلغاً من النقود يعادل قيمة الحوالة إلى المستفيد من الحوالة مقابل عمولة متفق عليها"¹.

كما عرفت على أنها "عملية يتم بموجبها منح الصلاحية لبنك ما للقيام بحركات التحويلات المالية الدائنة والمدنية إلكترونياً من حساب بنكي إلى حساب بنكي آخر، أي أن عملية التحويل تتم إلكترونياً عبر الهاتف وأجهزة الكمبيوتر عوضاً عن استخدام الأوراق، فهو عملية يتم بموجبها نقل مبلغ معين من حساب إلى آخر عن طريق تقييده في الجانب المدين للأمر والجانب الدائن للمستفيد سواء أتم هذا التحويل بين حسابين مختلفين في نفس البنك أم في بنكين مختلفين"².

وعرفه آخر: "التحويل البنكي الإلكتروني يشمل جميع العمليات التي يجريها البنك في إطار تسخيرهِ للتكنولوجيا الحديثة لخدمة عملائه، وعادة ما يتم التعارف على هذه العمليات وتسميتها بنفس اسم الوسيلة المادية التي تتم من خلالها كالبطاقات البنكية"³.

ثانياً: مراحل التحويل المصرفي الإلكتروني للأموال

تمر عملية التحويل المصرفي الإلكتروني بثلاث مراحل تتمثل في ما يلي⁴:

- **المرحلة الأولى: مرحلة إصدار أمر التحويل:** أمر التحويل المصرفي هو تمهيد لعملية التحويل المصرفي الذي يقوم البنك بإجرائها وهو أول ما تبدأ به عملية التحويل حيث يتلقاه البنك من الأمر، كما يجب أن يصدر عن شخص له سلطة تشغيل الحساب ويشترط في هذا الأمر أن يكون مكتوباً لصحته، ويجب بلن

¹ محمد عمر ذوابة، عقد التحويل المصرفي الإلكتروني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة 1، الأردن، 2006، ص 24.

² سميرة عباس، وسائل الدفع الإلكتروني في النظام البنكي الجزائري، مجلة العلوم الإنسانية، العدد السادس، جامعة أم البواقي، ديسمبر 2016، ص 349.

³ محمود محمد أبو فرة، مسؤولية البنك المدنية عن عمليات التحويل الإلكتروني، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة 1، الأردن، 2014، ص 51.

⁴ هداية بوعزة، مرجع سبق ذكره، ص 195، 196.

يتخذ هذا الأمر الشكل الاسمي أو الشكل الإذني، كما يجب إرضاء البنك أولاً ولا يجوز أن يكون هذا الأمر لحامله.

و أمر التحويل يكون مضمونه تحويل مبلغ معين من النقود من حساب إلى حساب غير أنه ولاعتباره أمر تحويل الكتروني يشترط توافر 3 شروط وهي:

- أن يكون مضمون هذا الأمر تحويل مبلغ محدد أو قابل للتحويل.

- ألا يكون أمر التحويل مشروطاً.

- أن يكون التحويل ائمانياً.

● **المرحلة الثانية: مرحلة تنفيذ أمر التحويل :** يتم تنفيذ أمر التحويل من قبل البنك طبقاً للمادة A-

4054 من التقنين التجاري الأمريكي بطرق عديدة تتمثل أهمها في إضافة إلى حساب المستفيد لدى البنك، وذلك بإضافة المبلغ المحددة قيمته في هذا الأمر إلى حساب المستفيد ، فيجب على البنك عند تلقيه أمر التحويل المصرفي تنفيذه بأسرع وقت ممكن لأنه التزام على البنك ، أما إذا تأخر البنك بتنفيذ هذا الأمر أو عدم تنفيذه بسبب عدم وجود رصيد للأمر أو وقوع حجز على حسابه أو عدم وضوح المعلومات الواردة في أمر النقل فإنه لا يكون مسئولاً عن هذا التأخير أو الرفض، ويجوز أيضاً تأخير تنفيذ أمر التحويل مع غيره من الأوامر التي صدرت في نفس التاريخ لآخر اليوم لتنفيذها دفعة واحدة، وإذا لم ينفذ أمر التحويل في يوم العمل التالي بعد تقديمه اعتبر هذا الأمر كأن لم يكن ويجب رده إلى من قدمه ولا يجوز للبنك عدم تنفيذ هذا الأمر ما دام كان حساب عميله الأمر دائناً.

● **المرحلة الثالثة: مرحلة إخطار أطراف العلاقة بتنفيذ أمر التحويل:** لا بد بعد إتمام أمر التحويل من

إشعار العميل الأمر من قبل البنك بالطريقة التي يختارها البنك في ذلك ، سواء بإرسال كشف حساب أو بالطريقة المعدة لهذا الغرض ، كما يجب على بنك المستفيد إشعاره بقيد هذا المبلغ في حسابه حتى يتسنى للمستفيد معرفة حجم السيولة الموجودة في حسابه لدى البنك حتى يتمكن من القيام بعمليات أخرى كما أن إشعار البنك المستفيد يعد قبولاً لأمر الدفع وقيده في حساب المستفيد كما نصت المادة A- 2094 من التقنين التجاري الأمريكي الموحد.

ثالثاً- منافع التحويلات الإلكترونية

للتحويلات الإلكترونية عدة منافع نذكر منها¹:

¹ منير مجد الجنيبي، مرجع سبق ذكره، ص ص 17، 18.

- تنظيم الدفعات: يكفل الاتفاق على وقت اقتطاع وتسديد قيمة التحويلات المالية تنظيم عمليات الدفع.
- تيسير العمل: ألغت عملية المقاصة الآلية حاجة العميل والتاجر إلى زيارة البنك لإيداع قيمة التحويلات المالية مما يعني تيسير الأمر ورفع فعالية نظام العمل.
- السلامة والأمن: ألغت المقاصة الآلية والتحويلات المالية الإلكترونية الخوف من سرقة الشيكات الورقية والحاجة إلى تناقل الأموال السائلة.
- تقليل الأعمال الورقية: يتمثل ذلك في تقليل الاعتماد على النماذج الورقية والشيكات التقليدية وغيرها من المعاملات الورقية.
- توفير المصاريف: قللت شبكة نظام المقاصة الآلية من تكاليف إدارة عمليات المقاصة.
- زيادة رضا العملاء: تكفل سرعة عمليات التحويل الإلكتروني وانخفاض كلفتها تحقيق رضا العملاء وتوطيد ثقتهم في التعامل مع التاجر أو الشركة.

المطلب الرابع: الأوراق التجارية الإلكترونية

الفرع الأول: الشيك الإلكتروني

أولاً: تعريف الشيك الإلكتروني

يمكن تعريف الشيك الإلكتروني على أنه: "رسالة إلكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك، ويقوم بمهمته كوثيقة تعهد بالدفع ويحمل توقيعاً رقمياً يمكن التأكد من صحته إلكترونياً، وهو يختلف عن التوقيع العادي المكتوب باليد حيث يتضمن ملفاً إلكترونياً آمناً يحتوي على معلومات خاصة بمحرر الشيك ووجهة صرف هذا الشيك بالإضافة إلى المعلومات الأخرى : تاريخ صرف الشيك، وقيمه، والمستفيد منه، ورقم الحساب المحول إليه"¹.

كما عرف بأنه: "محرر مكتوب وفق شروط مذكورة في القانون ويتضمن أمراً صادراً من شخص هو الساحب إلى شخص آخر قد يكون مصرفاً وهو المسحوب عليه بأن يدفع لشخص ثالث أو لأمره أو لحامل الشيك المستفيد مبلغاً معيناً بمجرد الاطلاع على الشيك، وتستخدم هذه الشيكات لإتمام عمليات السداد الإلكترونية بين الطرفين من خلال الوسيط ولا يختلف ذلك كثيراً عن نظام معالجة الشيكات العادية ، إلا أنه يتم إنشاء الشيكات الإلكترونية وتبادلها عبر الانترنت ويقوم الوسيط بالخصم من حساب العميل ويضيفه إلى حساب التاجر"².

¹ إبراهيم بختي، التجارة الإلكترونية مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة 2، الجزائر، 2005، ص 73.

² نضال إسماعيل برهم، مرجع سبق ذكره، ص 124.

و عرف أيضا على أنه: " أمر بدفع مبلغ معين من الساحب إلى المسحوب عليه لفائدة طرف ثالث هو

المستفيد بطريقة إلكترونية، ويحتوي الشيك على البيانات التالية: رقم الشيك، اسم الدافع، رقم حساب الدافع اسم البنك، اسم المستفيد، تاريخ الصلاحية، التوقيع الإلكتروني للدافع والتظهير الإلكتروني لشيك المستفيد"¹.

ثانيا: آلية عمل الشيكات الإلكترونية

- يقوم المشتري بفتح حساب جاري لدى البنك، ويتم تحديد التوقيع الإلكتروني للمشتري وتسجيله في قاعدة البيانات الخاصة بالبنك الإلكترونية

- يجب أن يكون البائع هو الآخر لديه حساب جاري بنفس البنك ويتم تحديد توقيع الكتروني خاص به .

- يقوم المشتري بتحرير شيكا الكترونيا للبائع مقابل السلعة أو الخدمة التي يرغب في شرائها ويوقع هذا الشيك توقيعاً الكترونياً مشفر ويرسله للبائع عبر البريد الإلكتروني المؤمن.

- يقوم البائع باستلام الشيك الإلكتروني الموقع من المشتري ويقوم بالتوقيع عليه _ كمستفيد _ بتوقيعه الإلكتروني المشفر ويقوم بإرساله للبنك.

- يقوم البنك بمراجعة الشيك والتحقق من صحة الأرصدة والتوقيعات ، وبناء على ذلك يقوم بإخطار كل من المشتري والبائع بإتمام إجراء المعاملة المالية (خصم الرصيد من المشتري وإضافته للبائع)².

ثالثاً: مزايا الشيكات الإلكترونية

تتميز الشيكات الإلكترونية بما يلي³:

- دفتر الشيكات الإلكتروني دفتر آمن مقارنة بدفتر الشيكات العادي ولا يختلف كلاهما عن الآخر إذ أنهما يحققان الهدف نفسه والوظيفة نفسها.

- تحذف الشيكات الإلكترونية من كلفة إدارة الآليات الخاصة بالدفع وتحل المشاكل المتعلقة بالشيكات الورقية كالنزول والنقل والطبع.

ومن المهم التنبيه إلى أن الشيكات الإلكترونية تخضع لطرق التدقيق نفسها التي تعتمد في الشيكات الورقية بحيث تخضع لكل المعالجات التطبيقية ما عدا التي تمس الطابع المادي.

- تخضع الشيكات الإلكترونية إلى الإطار القانوني نفسه المقرر في الشيكات الورقية⁴.

¹ محمد عبد الله شاهين محمد، مرجع سبق ذكره، ص 258.

² محمد أمين الرومي، المستند الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، الطبعة 1، مصر، 2007، ص ص 63، 64.

³ نضال إسماعيل برهم، مرجع سبق ذكره، ص ص 124، 125.

⁴ أحمد برواس، السعيد بريكة، مرجع سبق ذكره، ص 221.

الفرع الثاني: الاعتماد المستندي الإلكتروني

الاعتماد المستندي هو ترتيب مصرفي بين بنكين أو أكثر في شكل تعهد مكتوب تعمل فيه البنوك مصدره الاعتمادات المستندية بناء على تعليمات عملائها، وتلتزم بموجبه البنوك القابلة له و المتداخلة فيه بالدفع إلى المستفيدين من هذه الاعتمادات مقابل مستندات شحن أو مستندات تنفيذ أو أداء خدمة منصوص عليها بالاعتماد ومطابقة تماما لشروط أو قبول كمبيالات مستنديه مرتبطة بهذه الاعتمادات، أو تداخل مستندات شحن مطابقة لشروط هذه الاعتمادات¹.

ولقد كانت الاعتمادات المستندية تتم بطريقة يدوية إلا أن التطور التكنولوجي أدى إلى الاستغناء على تلك الطريقة، واستبدالها بطريقة أخرى تعتمد على التكنولوجيا و الانترنت، حيث أصبحت المبالغ المالية تحوّل إلكترونيا من رصيد المشتري إلى البائع بعد تقديمه لوثائق تسمح بذلك، مما يوفر درجة عالية من الأمان و الثقة لدى الطرفين، وتتضمن هذه الطريقة عدة مراحل يتم إجرائها إلكترونيا².

الفرع الثالث: السند لأمر الإلكتروني

هو محرر شكلي ثنائي الأطراف معالج إلكترونيا بصورة كلية أو جزئية يتضمن تعهدا من محرره بدفع مبلغ من النقود في تاريخ معين لإذن شخص آخر يسمى المستفيد.

والسند لأمر الإلكتروني يخضع لأحكام من ضرورة صدوره على نموذج مطبوع إذا كان ورقيا، ومن توافر بعض البيانات الإضافية مثل: اسم بنك المحرر ورقم حسابه³.

ولقد كانت الصورة التقليدية للسند لأمر الإلكتروني تتمثل في أن يقوم المحرر بتحرير السند في صورة رقمية، ثم يسلمه إلى المستفيد الذي يسلمه بدوره إلى مصرفه، هذا الأخير يقوم بنقل البيانات على الشريط المغنط ثم يحتفظ به لديه، وبعد ذلك يتم تداول الشريط المغنط الذي يتضمن بيانات السند من بنك المستفيد إلى الحاسب الآلي للمقاصة ثم إلى بنك المحرر الملتزم بالوفاء ، وعن هذا الطريق يتم تحديد السندات التي يتم الوفاء بها وغيرها التي لا يتم الوفاء بها وإشعار بنوك محرري السندات بذلك.

معنى ذلك إن الصورة الوحيدة التي وجدت للسند لأمر الإلكتروني هي الصورة الورقية ولكن ذلك لا يمنع من صدور هذا السند في شكل ممغنط من البداية، بل وإلى صدوره ليس في إطار التعامل مع البنوك فقط وإنما في إطار المعاملات التجارية الإلكترونية بين التجار وبعضهم البعض¹.

¹ أحمد غنيم، الاعتماد المستندي والتحصيل المستندي، دون دار النشر، الطبعة 5، مصر، 1997، ص 78.

² محمد عبد حسين الطائي، مرجع سبق ذكره، ص 189.

³ مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، مرجع سبق ذكره، ص 349.

المبحث الثالث: الوسائط المصرفية الإلكترونية

هناك العديد من الوسائط التي تستخدم في عملية الدفع الإلكتروني، حيث أن تطور وسائل الدفع في صورة وسائل إلكترونية فرض أشكالاً مختلفة لكيفية تداولها.

المطلب الأول: الهاتف و الإنترنت المصرفي

الفرع الأول: الهاتف المصرفي الإلكتروني

مع تطور الخدمات المصرفية على مستوى العالم أنشأت المصارف خدمة الهاتف المصرفي لتسهيل إدارة العملاء لعملياتهم البنكية وتفادي البنوك طوابير العملاء للاستفسار عن حساباتهم².

وهذا النظام هو عبارة عن آلية تسمح للعميل بالاتصال هاتفياً بمصرفه عبر رقم محدد، لل حصول على المعلومات أو الخدمات التي يريدها والتي يوفرها هذا النظام، كخدمة الرصيد وأسعار العملات أو طلب دفتر شيكات مصرفية³، أو الطلب من البنك تحويل مبلغ من المال مقابل السلعة أو الخدمة التي اشتراها عبر الإنترنت إلى البائع، ويتم ذلك بعد التأكد من شخصية العميل عن طريق إدخال الرقم السري الخاص بالعميل و المعطى له من قبل البنك، و التعرف كذلك على رقم هاتف العميل والذي يجري الاتصال به من خلال أرقام هاتفه المعروفة لدى البنك، وهذا النوع من الخدمات يتم على مدار اليوم⁴.

وقد تعددت الخدمات التي يقدمها الهاتف المصرفي للعملاء على مستوى العالم، إلا أننا نجد أن بعض العملاء يفضلون استخدام الهاتف المصرفي في العمليات المصرفية البسيطة أما عمليات الحصول على قرض أو فتح اعتمادات فيفضلون إجرائها وجها لوجه مع موظف المصرف نظراً لتعقيدها، ولتحاشي أي أخطاء⁵.

الفرع الثاني: الإنترنت المصرفي

أتاح انتشار شبكة الإنترنت للبنوك خدمات الصرف المنزلي، حيث أتجهت البنوك بدلاً من التوسع في إنشاء مقرات جديدة لها إلى إنشاء مواقع لها على هذه الشبكة يتم من خلالها توفير الخدمات المصرفية لكل عملائها فضلاً عن تحقيق الكفاءة والفعالية في عمليات تسويق خدماتها المالية حتى في المناطق البعيدة و النائية والتي لا تتوفر لهذه البنوك فروع فيها.

¹ المرجع نفسه، ص 495.

² محمد الفاتح، مرجع سبق ذكره، ص 175.

³ نادر عبد العزيز شافي، مرجع سبق ذكره، ص 72.

⁴ عبد الهادي مسعودي، مرجع سبق ذكره، ص 217.

⁵ عبد المطلب عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 290.

بالانترنت المصرفي يمكن العملاء أيضا من التأكد من أرصدهم لدى المصارف كما يقدم ويسر لهم طريقة دفع قيمة الكمبيالات المسحوبة عليهم إلكترونيا، ويساعدهم أيضا ويرشدهم إلى استخدام الطريقة المثلى في إدارة المحافظ المالية من أسهم وسندات.

كما يوضح الإنترنت المصرفي للعملاء أشكال النشرات الإلكترونية الإعلانية الخاصة بكل الخدمات المصرفية ويحدد طريقة تحويل الأموال من حسابات العملاء المختلفة، فضلا عن تحديد وبيان مدى إمكانية عقد الاجتماعات عن بعد على شاشات الكمبيوتر لمناقشة استفسارات العملاء واستقبال الردود والنصائح المالية من الخبراء المتخصصين في ذلك¹.

المطلب الثاني: الصراف الآلي وخدمة المقاصة الإلكترونية المصرفية

الفرع الأول: الصراف الآلي

أولا: تعريف الصراف الآلي والخدمات التي يقدمها

"وهي تلك الآلات التي يمكن نشرها بالأماكن المختلفة سواء بالجدار أو بشكل مستقل ، وتكون متصلة بشبكة حاسب المصرف ويقوم العميل باستخدام بطاقة بلاستيكية ، أو بطاقة ذكية للحصول على الخدمات المختلفة وللاستفادة من خدمات الصراف الآلي يتطلب الحصول على بطاقة الفيزا إلكترون أو الماستر كارد."

ومن أهم الخدمات التي يقدمها الصراف الآلي:

- السحب النقدي.
- إيداع النقد و الشيكات.
- دفع الفواتير.
- الحصول على البطاقات المدفوعة مسبقا مثل: البطاقة التي تسمح بالدخول على الإنترنت.
- الاستفسار على الأرصدة والتحويل من الحسابات، وكذلك الاستفسار عن أسعار العملات.
- طلب كشف حساب.
- تغيير الرقم السري.
- طلب دفتر شيكات².

¹ أحمد مجّد غنيم، مرجع سبق ذكره، ص ص 241، 242.

² مجّد ناظم نوري الشمري، مرجع سبق ذكره، ص ص 75، 76.

وقد بدأ استخدام هذه الآلات بالشكل المتعارف عليه سنة 1967 كأحد فروع بنك Barclay بالمملكة البريطانية، وكانت تتيح فقط للعملاء خدمة السحب النقدي، لذا سميت آنذاك بالصراف النقدي Cash dispense، وعقب النجاح الذي صادفته تلك الآلات بدأ تطبيقها في الولايات المتحدة الأمريكية بواسطة بنك FirstNational بمدينة أطلنطا، ثم ما لبثت وان انتشرت آلات الصرف الذاتي في مجمل أنحاء العالم خاصة بعد دخول شركة IMB متعددة الجنسيات في مجال تصنيع تلك الآلات، فقد بلغ على سبيل المثال عدد ما تم تركيبه حتى نهاية عام 1998 في البنوك الأمريكية 140 ألف آلة تقريبا بعد أن كان العدد حتى نهاية عام 1995 يقدر بحوالي 122 ألف و 706 آلة.

ومما شجع البنوك أيضا على التوسع في استخدام آلات الصرف الذاتي، أن تكلفة الخدمة المصرفية المؤداة بواسطتها تقل كثيرا عن تكلفة الخدمة المؤداة من خلال مبنى البنك¹.

ثانيا: معوقات تشغيل الصراف الآلي

- تغذية خزانة الصراف الآلي بنقدية قديمة.
- عدم كفاية النقديّة المودعة بالخزينة.
- عدم تركيب الأدراج الخاصة بالماكينة بصورة جيدة.
- عدم نظافة الآلة من الخارج وتركها بدون غطاء معرضة للأتربة والمياه.
- عدم تنظيف الماكينة من الداخل بواسطة عمال شركة الصيانة².

الفرع الثاني: خدمة المقاصة المصرفية الإلكترونية

أولا: تعريف نظام المقاصة الإلكترونية:

عرفت على أنها: "نظام مرّن وقابل للتعديل Customizable، بحيث يستطيع أي بنك تشغيله بالطريقة التي تناسبه³، وهو نظام الكتروني ينطوي على عنصر اليقين حيث تتم المدفوعات في نفس اليوم بدون إلغاء أو تأخير وبنفس قيمة اليوم⁴.

كما تعرف أيضا " نظام لتسوية مدفوعات الشيكات إلكترونيا بين البنوك بدلا من المدفوعات الورقية في غرف المقاصة وتسجل المدفوعات الإلكترونية على شريط ممغنط¹.

¹ طارق طه، مرجع سبق ذكره، ص ص 266، 267.

² نادر شعبان إبراهيم السواح، مرجع سبق ذكره، ص 85.

³ وسيم محمد الحداد، مرجع سبق ذكره، ص 122.

⁴ محمد حسين منصور، مرجع سبق ذكره، ص 108.

ولإتمام عملية المقاصة الإلكترونية هناك حالتان²:

• الحالة الأولى: وجود وسيط

يقوم العميل بإرسال تحويل مالي عن طريق المودم إلى الوسيط الذي يقوم بإرساله إلى دار المقاصة المالية الآلية التي ترسل نموذج التحويل المالي الإلكتروني إلى بنك العميل، وفي حال عدم تغطية الرصيد لقيمة التحويل يتم إشعار الوسيط بذلك الذي يقوم بدوره بإشعار العميل، أما في حالة تغطية الرصيد لقيمة التحويل تتم عملية الاقتطاع وتحويلها إلى حساب المستفيد وقت السداد المحدد بالنموذج.

• الحالة الثانية: عدم وجود وسيط

في هذه الحالة يستلزم على التاجر أن يملك البرمجيات الخاصة التي تسمح بإجراء هذه العملية حيث تكون هذه البرمجيات مؤمنة بكلمة مرور خاصة بالتاجر، وعندها يقوم العميل باعتماد نموذج للدفع بشيك مصدق لصالح التاجر الذي يقوم بإرسال الاعتماد إلى دار المقاصة الآلية والتي بدورها ترسله إلى البنك لاقتطاع المبلغ من حساب العميل وتحويله إلى حساب التاجر، وعندها لا حاجة لتحقق كفاية رصيد العميل لأن الشيك المصدق يحقق ذلك.

ثانياً: أهداف المقاصة المصرفية الإلكترونية

- جاءت المادة الأولى من القرار رقم (2) أن غاية غرف المقاصة المنشأة في المركز الرئيسي لمصرف لبنان وفي فروعها هي أن تسهل عمل المصارف وفروعها العاملة في لبنان، عن طريق المقاصة اليومية فيما بينها وذلك كما يلي³:
- تسديد الشيكات المسحوبة بالعملة اللبنانية على صناديقها أو على صناديق مصرف لبنان الكائنة في بيروت ومختلف المناطق.
 - تسديد الشيكات المسحوبة بذات العملة الأجنبية على صناديقها أو على حساباتها لدى مصرف لبنان في بيروت.
 - تسديد الشيكات المسحوبة منها بالعملة الأجنبية على صناديق مراسليها في الخارج.

¹ حازم نعيم الصمادي، مرجع سبق ذكره، ص 32.

² أحمد بوراس، السعيد بريكة، مرجع سبق ذكره، ص 224، 225.

³ أحمد بوراس، السعيد بريكة، مرجع سبق ذكره، ص 174، 175.

-تسديد أوامر الدفع والحوالات الصادرة عن وزارة المالية لدفعها عن صناديق مصرف لبنان الكائنة في بيروت ومختلف المناطق.

المطلب الثالث: التلفزيون الرقمي ونقاط البيع الإلكترونية

الفرع الأول: التلفزيون الرقمي

يتم إجراء العمليات من خلال تشغيل مراكز الاتصالات وخدمة العملاء بواسطة التلفزيون باستخدام رقم سري خاص¹، وهي تمكن العميل من الحصول على المعلومات بواسطة شاشة المعلومات من قاعدة البيانات ويقوم بإرسال تعليماته إلى حاسوب المصرف للاطلاع على حساباته أو التحول من حساب لآخر أو دفع الفواتير بواسطة التلفزيون بالكوابل أو على لواقط الأقمار الصناعية².

وبدأت العديد من الشركات في التحول لتقديم هذه الخدمة بالمشاركة مع مؤسسات مالية لإيصال الخدمة للمشتركين، حيث أن السعة التي يتيحها التلفزيون لنقل المعلومات عبر الصورة تفوق تلك التي يمكن نقلها عبر تبادل البيانات التقليدي بحوالي ستة أضعاف³.

الفرع الثاني: نقاط البيع الإلكتروني

وهي الآلات التي تنتشر لدى المؤسسات التجارية والخدمية للقيام بأداء المدفوعات وخصم قيمة المشتريات لصالح التاجر آلياً مقابل عمولة معينة لحساب البنك، لذا يطلق عليه نظام الوفاء المباشر وهو ما يتطلب عادة لاستخدامه حياة المستهلكين للبطاقة الذاتية.

إن جهاز نقاط البيع هو نظام للتحويل النقدي الإلكتروني في المحلات التي تقبل سداد المشتريات إلكترونياً وهذه الأجهزة مبروطة بمحطات اتصال مع البنوك، حيث يتم خصم قيم المشتريات عن طريق التحويل الإلكتروني من حساب المشتري إلى حساب التاجر بتمرير بطاقة على هذه الأجهزة أين تخصم القيمة من رصيده وتضاف إلى رصيد المتجر الإلكتروني⁴.

ويعمل نظام خدمة نقاط البيع بنفس عمل خدمة الصراف الآلي إلا أنها تتواجد في المؤسسة أو المتجر وبهذا توفر نقاط البيع الشعور بالأمان والراحة والثوقية، حيث يتم إنجاز عمليات الشراء براحة وأمان دون الحاجة

¹ علي عبد الله شاهين، نظم الدفع الإلكترونية ومحاطرها ووسائل الرقابة عليها دراسة تطبيقية على بنك فلسطين، مجلة جامعة الأزهر، العدد 1، المجلد 12، الجامعة الإسلامية، فلسطين، ص 521.

² حازم الصمادي، مرجع سبق ذكره، ص 31.

³ أحمد بوراس، مرجع سبق ذكره، ص 108.

⁴ محمد الفاتح محمود بشير الغري، مرجع سبق ذكره، ص 174.

- e. حمل النقود، وبالتالي تقليل حجم المخاطر سواء على الزبون أو التاجر الأمر الذي جعل خدمة نقاط البيع e. Pos تنطوي على خصوصية فريدة في التعاملات التجارية وذلك نظرا للاعتبارات التالية:
- تقليص وجود النقد ما يعني تقليل المخاطر على الزبون والتاجر والبنك.
 - زيادة حجم مبيعات التاجر من خلال جذب حاملي البطاقات.
 - إمكانية الاستعلام عن الرصيد قبل تنفيذ العملية¹.

¹عبد الهادي مسعودي، مرجع سبق ذكره، ص 48-49.

خلاصة الفصل الأول:

إن التطور التكنولوجي وظهور شبكة الانترنت جاء كبديل لوسائل الدفع التقليدية لاعتماد هذه الأخيرة بدرجة كبيرة على الاستخدام الورقي والبشري واستنزافها الوقت، إذ أفرز هذا التطور وسائل دفع إلكترونية حديثة سمحت باختصار الوقت المخصص لمعالجتها والتقليل من الإفراط في الاستخدام الورقي والبشري الذي كان مخصصا لذلك والحصول على الخدمة طوال اليوم وخلال كل أيام الأسبوع، ومن أهم وسائل الدفع التي عرفت انتشارا واسعا في العقد الأخير نجد كل من البطاقات الائتمانية، والنقود الإلكترونية والشيك الإلكتروني، والسداد عبر الإنترنت.

الفصل الثاني

متطلبات نجاح وانتشار وسائل

الدفعة الالكترونية

تمهيد:

تسعى معظم الدول إلى تفعيل وتعميم استخدام وسائل الدفع الإلكترونية في مجتمعاتها، ذلك أن هذه الأخيرة أدت إلى تعديل عميق في تنظيم الأسواق والتبادل الإلكتروني وتخفيض التكاليف. إلا أن مشروع تفعيل نظم الدفع الإلكتروني يتطلب توفير عناصر مرتبطة بالبيئة المصرفية وذلك من خلال تطوير أنظمة الاتصالات، وتكوين العاملين بالقطاع المصرفي مع توعية وخلق ثقافة استخدام التقنية المصرفية لدى زبائن البنوك وذلك من خلال الترويج للمزايا التي تحققها تلك النظم، بالإضافة إلى ضرورة توفر بيئة قانونية التي تستلزم وضع قوانين لحماية وضمائم حقوق مستخدميها من خرق وإتلاف الملفات الضرورية. ورغم حداثة وسائل الدفع الإلكترونية، إلا أنها وصلت إلى مرحلة يمكن فيها تقييم هذه الوسائل واستنتاج أسباب تزايدها، كما يمكن ملاحظة الصعوبات والمخاطر التي تعرقل تقدم وتطور هذه الوسائل الحديثة وتؤدي إلى تهرب وتخوف الجمهور منها.

ومن هنا سنتعرف في فصلنا هذا على متطلبات نجاح وانتشار وسائل الدفع الإلكترونية من خلال

المباحث التالية:

المبحث الأول: المتطلبات المتعلقة بالبنية التحتية التقنية.

المبحث الثاني: المتطلبات البشرية والتشريعية.

المبحث الثالث: مستقبل وسائل الدفع الإلكترونية.

المبحث الأول: المتطلبات المتعلقة بالبنية التحتية التقنية

تعتبر نظم الاتصالات الحديثة من المتطلبات الضرورية لتفعيل البنية التحتية التقنية، حيث أصبح كل من الإنترنت والأجهزة الحديثة يعتبران عماد البنية التحتية الإلكترونية لما يتضمنانه من بيئة اتصالات سريعة وأجهزة حاسوب متطورة وأجهزة أخرى مساندة.

المطلب الأول: شبكة الاتصالات الحديثة

إن مواكبة التطورات الالكترونية تتطلب تطوير و تحديث البنية التحتية اللازمة لتطوير شبكات الاتصال على المستوى المحلي و الخارجي لتسهيل وتسريع ربط المعلومات داخليا ودوليا، وهذا يفرض توفير التمويل اللازم لتلك المشاريع، وهنا يأتي دور سوق رأس المال و المصارف التي تلعب دورا كبيرا في إنجاحها واستمرارها¹، و الحفاظ على مستوى عالي من تقديم الخدمات ومواكبة أي تطور يحدث في إطار التكنولوجيا والإدارة الالكترونية على مستوى العالم².

وعلى سبيل المثال، إن استخدام الهاتف الخليوي أو الانترنت كأحد الوسائل التكنولوجية لإجراء عملية مصرفية الكترونية (سحب أو تحويل أو غيرها)، يستوجب تطوير شبكة وأنظمة الاتصالات التي تعمل من خلالها لتسهيل و تسريع العملية المصرفية الالكترونية ونجاحها ومنع ارتفاع كلفتها³.

إن المتطلب الرئيسي لضمان أعمال إلكترونية ناجحة بل وضمان دخول آمن وسلس لعصر المعلومات يتمثل في كفاءة قطاع الاتصالات من خلال سلامة البنية التحتية وملائمة أسعار الربط بشبكة الإنترنت، فلا يمكن قيام البنوك الالكترونية في بيئة عدد المشتركين بشبكة الإنترنت قليل فمسألة توفر شبكة الإنترنت وملائمة تكاليفها تمثل أهم التحديات أمام بناء المصارف الالكترونية وتتطلب تدخلا جماعيا لرفع كل قيود تعترض تزايد استخدام الشبكة⁴، فعدم توافر شبكة اتصال قوية سوف يعوق بالطبع انتشار نظم الدفع الالكترونية، كما أن ارتفاع تكلفة الاتصال سوف يقلل من الاعتماد على النقود الإلكترونية كأداة للدفع، ويظهر هذا جليا في الدول النامية التي تكاد

¹ نادر عبد العزيز الشافعي، مرجع سبق ذكره، ص 158.

² أمل لطفي حسن جاب الله، أثر الوسائل الإلكترونية على مشروعية تصرفات الإدارة القانونية دراسة مقارنة، دار الفكر الجامعي، مصر، 2013، ص 39.

³ نادر عبد العزيز الشافعي، مرجع سبق ذكره، ص 158، 159.

⁴ عبد القادر بالهادي، عز الدين نزعي، متطلبات الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية من وجهة نظر عملها، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، العدد الاقتصادي 35، جامعة زيان عاشور بالجلفة، الجزائر، ص 446.

تختلف منها وسائل الدفع الالكترونية ويرجع هذا إلى ضعف البنية الأساسية لشبكة الاتصالات الموجودة في هذه الدول¹.

حيث ما يساعد على انتشار الصيرفة عبر الإنترنت هو تكلفتها الزهيدة وتقبل الزبائن لها والتأقلم معها والتدريب عليها حتى أنه أصبح ممكناً إقامة مصرف كامل يقدم خدماته للزبائن من خلال شبكة الإنترنت وأصبح ما يطلق عليها بالمصرف التخيلي أو الاعتباري (Virtual Bank). ولا ريب في أن هذه الخدمة المصرفية تحتاج إلى شبكات عريضة Wide Area Network داخل البلاد على الأقل وربطها بالشبكة العالمية "الإنترنت"، كما أنها تتطلب من العميل معرفة باستخدام برنامج التصفح Browser.

كما يمثل الأمان الهاجس الأكبر للزبائن كأنه حاجز نفسي يحول دون انتشار هذه الخدمة، لكن على الرغم من كل شيء يلاحظ أن التوسع قائم على قدم وساق في استخدام شبكة الإنترنت، وبالتالي إجراء الخدمات المصرفية عليها وإتاحة الفرص أمام العمل المصرفي للتوسع دونما حدود جغرافية ليصبح ميدانه العالم كله. ولقد امتازت الخدمة المصرفية بأهم عاملين يساعدان على نشر الخدمة: خدمة في متناول اليد ومريحة للعملاء وتوفرها طوال اليوم، والعامل الآخر نقص تكلفتها للمصارف².

المطلب الثاني: وسائل الاتصال الحديثة

لنجاح مشروع تفعيل وسائل الدفع الإلكترونية في المجتمعات لابد من توفر المستلزمات التقنية والعلمية والمادية ومنها الحاسب الآلي والعناصر الأساسية لنظام المعلومات في البيئة الرقمية المرتبطة بالمصارف الإلكترونية. **أولاً: الهواتف المحمول:**

وهي من أكثر الأجهزة التي انتشرت في الآونة الأخيرة في عملية استخدامها في الدفع الإلكتروني أو في التجارة المحمولة على وجه الخصوص M-Commerce، التي تستخدم بها جميع الأجهزة المحمولة ولكن أدى انتشار استخدام الهواتف المحمول بالتجارة المحمولة اعتقاد البعض بأن التجارة المحمولة تقتصر على استخدام الهواتف المحمول دون سواه من الأجهزة الأخرى.

¹ مصطفى يوسف كاني، النقود والبنوك الإلكترونية في ظل التقنيات الحديثة، دار رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة 1، سوريا، 2013، ص79.

² أحمد سفر، مرجع سبق ذكره، ص83.

وقد كان أول هاتف محمول ظهر بالإمكانات المطلوبة للدخول على الإنترنت من إنتاج شركة Nokin وقد أدخلت العديد من التطورات والتعديلات على هذا الجهاز الأول من حيث تصغير حجمه وخفض سعره واهتمت العديد من شركات الهواتف المحمولة بتطوير التكنولوجيا المطلوبة لتوفير إمكانية الدخول على الإنترنت بواسطة الهواتف المحمول، ومن ضمن هذه الشركات شركة نوكيا وشركة أريكسون وبالفعل تم تصميم بروتوكول يمكن من خلاله الدخول على شبكة الإنترنت بواسطة الأجهزة اللاسلكية وخاصة الهواتف المحمولة ويعرف هذا البروتوكول باسم WAP وقد تم تطبيق هذا البروتوكول على أول هاتف محمول بأوروبا في نهاية 1990.

ومنذ ذلك الحين انتشر تطبيق هذا البروتوكول على الهواتف المحمولة في جميع دول العالم وانتشر استخدام الهاتف المحمول في إجراء العمليات المصرفية الإلكترونية بشكل كبير خاصة في الدول الأوروبية والآسيوية الذين يفضلون استخدام الهاتف المحمول لإجراء عمليات البيع والشراء وتسديد ثمن المشتريات و قيم الفواتير عن أي جهاز آخر¹.

إن التكلفة العالية لفتح وإدارة فروع للمصارف في المناطق القروية والبعيدة خاصة في الدول النامية، وارتفاع تكلفة إدارة الحسابات يؤدي وبشكل عام إلى وضع قيود على عملية فتح الحسابات وطلب حد أدنى من الرصيد قد يمثل قيمة مرتفعة لفتح الحساب، وهو ما يمثل تحدي أمام الأفراد والفقراء ذوي الدخل المحدود لفتح حسابات مصرفية، وبالتالي حرمانهم من الخدمات المصرفية المهمة.

هذا وتؤكد العديد من الدراسات على أهمية ودور توسيع فرص الحصول على الخدمات المالية المختلفة في تحسين فرص النمو الاقتصادي وتحسين دخول الأفراد، وتعتبر خدمات الدفع عبر الهاتف المحمول من أهم هذه الوسائل حالياً لدمج الفقراء في النظام المالي أو ما يعرف بالشمول المالي، ويدعم البنك الدولي هذه الخدمة كونها تتيح المجال لفتح حسابات بدون حد أدنى ورسوم محدودة جداً وذلك من خلال الاستفادة من انتشار استخدام الهاتف المحمول وانتشار شبكاته وتغطيته لمعظم المناطق في مقابل محدودية التوسع في الخدمات المصرفية وعدم وصولها إلى المناطق النائية.

وبهذا تكون خدمة الدفع عبر الهاتف المحمول قادرة على تحقيق الأهداف الإستراتيجية الآتية:

- الشمول المالي.

- زيادة عدد المتعاملين مع القطاع المصرفي.

¹ خالد ممدوح ابراهيم، الإدارة الالكترونية، الدار الجامعية، الطبعة 1، مصر، 2010، ص 403.

- تحقيق فرص نمو اقتصادي من خلال زيادة الكتلة النقدية بالقطاع المصرفي¹.

ويتوقع للأجهزة بوجه عام، أن يتم استخدامها على نطاق واسع في مجال التعامل الإلكتروني من بيع وشراء وتسديد بشكل يفوق استخدام أي أجهزة بما فيها الحاسبات الشخصية².

ثانيا: التلفزيون ذو إمكانية الدخول على شبكة الإنترنت Net T.V Web T.V

بدأت عملية التفكير في استغلال جهاز التلفزيون في الدخول على شبكة الإنترنت استنادا على أنه جهاز مصمم منذ بادئ الأمر على أساس شبكي Net Work-Orientated، كما أنه مصمم لاستقبال الصوت والصورة في وقت واحد ولذلك فإن التلفزيون يعتبر من أنسب الأجهزة للدخول على الإنترنت واستقبال المواقع المختلفة الموجودة عليها والتي أصبحت تعتمد في تصميمها على الصوت والصورة بشكل كبير.

وقد بدأت بالفعل بعض المحاولات لإدخال بعض التعديلات المطلوبة على جهاز التلفزيون حتى يمكن استقبال مواقع الإنترنت عليه وكذلك إمكانية تفاعل الجهاز مع الشخص المستخدم له، إما عن طريق استخدام وحدة مفاتيح كالتى تستخدم في الحاسبات الشخصية Keyboard أو باستخدام أجهزة التحكم عن بعد الخاصة بأجهزة التلفزيون remote Control وقد ظهرت بالفعل بعض الوحدات من أجهزة الحاسب الآلي لديها إمكانية استقبال الإرسال التلفزيوني عليها وكذلك وحدات من أجهزة التلفزيون لديها إمكانية كتابة الرسائل الإلكترونية عليها Emails وإن كانت تلك الوحدات لم تلق رواجاً كبيراً لها في الأسواق.

ويوجد حالياً بالأسواق جهاز يتم تركيبه في جهاز التلفزيون ويعطى للمستخدم إمكانية الدخول على البريد الإلكتروني الخاص به، وكذلك التفاعل مع المواقع المختلفة الموجودة على الشبكة وإجراء التعاملات التجارية عليها ويعرف هذا الجهاز باسم Web T.V.

ويجب على أصحاب المواقع التجارية المختلفة الموجودة على شبكة الإنترنت تكييف الأوضاع الخاصة بمواقعهم وإدخال التعديلات اللازمة حتى تكون صالحة للاستقبال عن طريق أجهزة التلفزيون، فعلى سبيل المثال لا بد أن تعدل تلك المواقع بحيث يظهر محتواها الكتابي بحجم أكبر يتلاءم مع أحجام أجهزة التلفزيون وتعتمد على الصور بشكل أكبر وكذلك تمكن المطلع عليها من تصفحها دون الحاجة إلى وحدة مفاتيح Key Board³.

¹ عن الموقع <https://WWW.amf.org.ae>، تاريخ الاطلاع 2021/08/02.

² خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص ص 402، 403.

³ المرجع نفسه، ص ص 403، 404.

ثالثا: الحواسيب

ويقصد بها الأجهزة الإلكترونية التي تحمل البيانات عليها وتخزن على ذاكرتها الإلكترونية وعبر هذه الأجهزة يمكن استدعاء المعلومات التي خزنت ومطالعتها على شاشاتها وقت الحاجة، وأيضا يمكن طباعتها ورقيا، وكذلك نقلها من ذاكرة جهاز إلى آخر عن طريق شرائح وأقراص وظيفتها النقل والتخزين.

وقد كان لظهور الحاسوب أثر فعال في زيادة فعالية الأعمال الإدارية، وهو أول ما ظهر من الأجهزة التقنية وانتشر سريعا في الأوساط المكتبية وبعض دوائر العمل، ومنذ ظهور الحاسوب والدوائر الإدارية تتوجه إليه معتمدة على قدراته في إنجاز كثير من العمليات المعقدة في وقت قياسي، كما زاد الانبهار بالحاسوب في ظل التطوير الذي يدخل عليه كل يوم معليا من قدراته وإمكاناته.

واكتسبت الحواسيب خلال العقدين الماضيين مزيدا من الجاذبية بفعل ما أدخل عليها من برامج جعلت استخدامها ميسورا، وفي متناول جميع الفئات وليس المختصين فحسب، مما شجع على الإقبال عليها والاستفادة من برامجها الجديدة التي وسعت من دائرة استخدامات الحاسوب وتطبيقاته. وقد ازداد التعلق بالحاسوب بعد ظهور الأجيال الجديدة منه التي أصبحت تقوم مقام حقيبة الأوراق الخاصة وبات في ظل الأجيال الجديدة منه قادرا على استيعاب حجم غير متصور من الملفات والبيانات بفعل زيادة استيعاب الذاكرة الشخصية للحاسوب، وكذلك الزيادة المتنامية في سرعة الأجهزة التي حسنت كثيرا من تجربة الدخول على الإنترنت، فضلا عن ظهور أنواع متعددة من الأجهزة الملحقه على الحاسوب أتاحت تنوع استخدامه حسب رغبات المستفيدين واهتماماتهم وطبيعة أعمالهم.

فقد وفر الحاسوب المقومات اللازمة للعمل الإلكتروني بإتاحته إمكانية تخزين المعلومات بكميات ضخمة على أحجام صغيرة من أجياله ووسائط تخزينه التي تدهش العالم كل يوم بجديدها، مما أغرى الدوائر الإدارية بتعميم تطبيقات الحاسوب على كل العمليات الإدارية، كما جعل من الحاسوب خيارا لا بديل عنه للإدارات التي بدأت تعتمد عليه في كثير من أعمالها المعقدة التي كانت تكلفتها الكثير من الوقت والجهد والمال لإنجازها، وأصبح في مقدمة مكونات البنية التحتية للإدارات الإلكترونية¹.

المطلب الثالث: الإعلان والدعاية المصرفية

أولا: مفهوم الإعلان المصرفي

¹ محمد حسين الحسن، الإدارة الإلكترونية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة 1، الأردن، 2011، ص 132، 133.

من المعروف أن الدعاية و الإعلان يلعبان دورا هاما في تسويق السلع و الخدمات، وكذلك الأمر بالنسبة لنظم الدفع الإلكترونية فحدائثة وجودها وضعف الدعاية لها من شأنه أن يؤدي إلى ضعف انتشارها وعدم الإقبال عليها، فوسائل الدفع الإلكترونية في حاجة إذا للدعاية و الإعلان خاصة في المراحل الأولى للتعامل بها¹، والإعلان السليم يقتضي دراسة جيدة وواعية للمستهلك أو عميل السوق المصرفي و الظروف و المعطيات التي يعيشها أو يمر بها كل منهم، وأنواع الخدمات المصرفية و مستوي تقديم كل منهما سواء من ناحية البنك أو من ناحية البنوك المنافسة، و تصميم الحملة الإعلانية بحيث تنجح في تحقيق أهدافها وهي توصيل الرسالة الإعلانية و دفع و حث العميل على التعامل مع البنك أو زيادة استخدامه و قبل البدء في الإعلان عن الخدمة المصرفية ينبغي أن يكون هنالك فهما دقيقا وراء اختيار خدمة مصرفية معينة للإعلان عنها و التأثير المتوقع للمنافسة في السوق و سوف تؤثر هذه المعلومات على أهداف الإعلان و طبيعته وكذلك على الميزانية المطلوبة و على مستوى نشاط البنوك.

ومن هنا يمكن تعريف الإعلان المصرفي على أنه²:

وسيلة غير شخصية لتقديم الخدمات والأفكار المصرفية وترويجها بواسطة جهة معلومة مقابل أجر مدفوع. ويتضح من هذا المفهوم ما يلي:

- أن الإعلان كوسيلة غير شخصية للاتصال يتميز بمخاطبته عددا كبيرا من العملاء في نفس الوقت ، و يختلف الإعلان في هذا عن البيع الشخصي الذي يمثل وسيلة شخصية للاتصال.
- أن الإعلان يتم نظير أجر مدفوع.
- أن الإعلان قد يكون عن فكرة أو خدمة كما قد يكون عن منظمة (البنك بصفة عامة).
- أن الإعلان يختلف عن الإعلام الذي يقصد به نشر الحقائق والأخبار والمعلومات بين الجمهور لتنمية الوعي الثقافي والسياسي والاقتصادي والاجتماعي.

ثانيا: خطوات الإعلان المصرفي

تخطيط الحملة الإعلانية يستلزم بالضرورة الخطوات الآتية:

1- تحديد أهداف الحملة الإعلانية:

إن أول خطوة في تصميم البرنامج الإعلاني هي تحديد أهدافه بدقة ووضوح وأهم هذه الأهداف:

¹ مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص 80.

² عوض الحداد، التسويق استراتيجيات التسويق المصرفي والخدمات المصرفية، دار الكتاب الحديث، مصر، 2009، ص ص 259، 260.

- تعريف العملاء بخدمات البنك وأنواعها ومزاياها والمنافع التي تحققها لهم، وتعريفهم بالخدمات الجديدة وأهم ما يميزها.

- إقناع العملاء بالقدرة على تلبية رغباتهم من الخدمات في أسرع وقت.

- تذكير العملاء الحاليين والسابقين والمرتبين بمساهمات البنك الفعالة في مختلف الأنشطة عن طريق الخدمات المصرفية التي يقدمها¹.

2-تحديد طبيعة المنتج المعلن عنه:

والهدف من ذلك هو تحديد وإبراز خصائص المنتج ونقاط التميز والقوة التي يركز عليها الإعلان، كما أن تحديد طبيعة المنتج يساعد في تحديد فئة العملاء أو المستهلكين الذين توجه إليهم الحملة الإعلانية ويساعد أيضا في تحديد وسيلة أو وسائل نشر الإعلانات التي تتناسب مع طبيعة المنتج المعلن عنه.

3-تحديد فئة العملاء أو المستهلكين الموجه إليهم الإعلان:

تحديد المستهلكين أو العملاء الموجه إليهم الإعلان يعني التعرف على دوافعهم للشراء وبالتالي تصميم الرسالة الإعلانية المناسبة للتأثير عليهم وأيضا وسيلة أو وسائل النشر التي تتلاءم مع الجمهور المستهدف.

4-تحديد المخصصات المالية أو الميزانيات التقديرية للحملة الإعلانية:

كثيرا ما تثار العديد من المشكلات فيما يتعلق بحجم الإنفاق الإعلاني وتختلف وجهات النظر في هذا العدد فهناك من يرى تقليص الإنفاق الإعلاني وهناك من يرى العكس والبعض يعتقد بأهمية هذا الإنفاق، وبصرف النظر عن وجهات النظر المختلفة فإنه طالما كانت هناك حملة إعلانية فلا بد من توفير وتحديد المخصصات المالية اللازمة لتنفيذها.

5-وضع البرامج الزمنية لكل مرحلة من مراحل الحملة الإعلانية:

من مهام مخطط الحملة الإعلانية أن يختار من بين وسائل نشر الإعلانات ما ينقل الرسالة الإعلانية بالتكلفة وفي الوقت والمكان المناسب وعليه وضع الخطوط الرئيسية لجدول نشر الإعلانات طبقا للوسائل الإعلانية أو إعداد الجداول إعدادا نهائيا بحيث يلتزم القائمون على شؤون تنفيذ الحملة بما يرد في تلك الجداول من تفصيلات وتحتوي تلك الجداول على البيانات التالية:

- أسماء وسائل نشر الإعلانات.
- مواعيد نشر الإعلانات تفصيليا.

¹عبد الحميد عبد المطلب، مرجع سبق ذكره، ص 141.

- مقدار الحيز الإعلاني لكل إعلان.
- أسعار وحدات النشر¹.

6- تنفيذ الإعلان وعرض الخدمات المصرفية للعملاء:

ويتم ذلك إما عن طريق شركة الدعاية أو إدارة الإعلان بالبنك، ومن المهم في هذه المرحلة تذكر حقيقة أن العملاء يشتركون منافع وحلول لمشكلاتهم المالية والمصرفية، ولا يشتركون في الواقع الخدمات المصرفية ذاتها ولذلك من المهم التأكيد على بيع المنافع وليس بيع مواصفات وخصائص الخدمة، على سبيل المثال فإن بطاقات الصرف الآلي ليست مجرد استخدام بطاقة كبدل عن دفتر الشيكات لسحب النقود، ولكنها تمثل مجموعة من المنافع تتصل بتحقيق عنصر الملائمة والراحة للعملاء نتيجة سحب النقود خارج ساعات العمل في البنك وتجنب الوقوف في الطوابير².

ثالثا: الوسائل الإعلانية المتاحة للخدمات المصرفية

هناك العديد من الوسائل الإعلانية التي يمكن للمعلنين استخدامها ومن بينها:

1- الإنترنت: إذا كان الإعلان كوسيلة لنقل الأفكار والمعلومات إلى الناس بهدف تغيير آرائهم أو تعزيزها قديم قدم الإنسان، فليس من المستغرب أن نجد شبكة الإنترنت تعج بالإعلانات على اختلاف أنواعها، فالإمكانيات الكبيرة المتوفرة للإنترنت تجعلها من وسائل الإعلان والترويج الأكثر جاذبية وحضورا وانتشارا خاصة إذا عرفت أسرار وآلياته³، حيث تعتبر هذه الشبكة الوسيلة الأكثر حداثة وانتشارا وتأثيرا على الجماهير من وسائل الاتصال والإعلام، وهذا راجع إلى قدراتها الفائقة على توفير المعلومات بشكل جد متطور فهي سريعة وفعالة وأكثر من هذا أنها الكترونية تتم بفضل تقنيات الكمبيوتر⁴.

2- الصحف: تحظى الصحافة كوسيلة إعلامية بأهمية خاصة لدى جميع المهتمين بالنشاط الإعلاني (المنتج-الموزع-وكالة الإعلان-المستهلك) حيث يتم تداولها بشكل واسع، وكذلك فإنها من حيث التكلفة تعتبر سهلة التداول في أيدي الجميع بغض النظر عن إمكانياتهم، حيث تتميز الصحيفة بسهولة اختيار أماكن الإعلان لوصوله إلى الفئة التي يهدف المعلن التأثير عليها، إذ أنه يدرك مدى انتشار الصحيفة جغرافيا، كما أن الصحف من أسهل

¹ أحمد إبراهيم عبد الهادي، إدارة الحملات الإعلانية، مركز التعليم المفتوح، الطبعة 1، مصر، 2010، ص ص 112-126.

² عبد الحميد عبد المطلب، مرجع سبق ذكره، ص 147.

³ مصطفى عليان رجي، البيئة الإلكترونية، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة 1، الأردن، 2015، ص 259.

⁴ فضيلة آكلي، استهلاك المراهق للصورة التلفزيونية، مذكرة ماجستير، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر، الجزائر، 2006-2007، ص 76.

وأسرع وسائل الاتصال في نقل الرسالة الإعلانية من المعلنين إلى المستهدفين، وتتمتع بمرونة تعديل الإعلان إذا لزم الأمر، أو إضافة أمور جديدة إليه أو حذفها أو تغيير موقع نشره قبل صدور الصحيفة بيوم واحد¹.

أ-مزايا الصحف كوسيلة لنشر الإعلانات

تتميز الصحف كوسيلة إعلانية بما يلي²:

- تعتبر تكلفة الإعلان في الصحف منخفضة نسبياً مقارنة مع غيرها من الوسائل الأخرى.
- السرعة فيمكن للمعلن تسليم رسالته للجريدة في المساء ليتم نشرها في اليوم التالي.
- سهولة تكرار الإعلان في الصحف وذلك لصدور الصحف يومياً أو أسبوعياً.

ب-عيوب الإعلان في الصحف

على الرغم من المزايا التي تحققها الصحف إلا أن الإعلان فيها يعاني من بعض المشكلات ومن أبرزها³:

- قصر عمر الصحيفة إذ لا تعمر أكثر من يوم واحد في حالة الصحف اليومية، ومن ثم تقليل احتمال قراءة القراء.

- القراءة السريعة للجريدة تقلل من احتمالات رؤية القارئ للإعلان.

3-التلفزيون: يعتبر التلفزيون وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري الأكثر انتشاراً وشعبية في العالم التي تخاطب

المواطن في بيته خلال أوقات فراغه واسترخائه مما يجعله يألفها ويركن إليها للتسلية أو لقضاء الوقت أو الاستفادة من المعارف والمعلومات التي تقدمها هذه الوسيلة⁴.

أ-خصائص التلفزيون كوسيلة إعلانية

تتمثل خصائص التلفزيون كوسيلة إعلامية فيما يلي⁵:

-هو أحد أكبر الوسائل إقبالاً من الجماهير على اختلاف خصائصهم، مما يجعل المواد المعروضة من خلاله أكثر عرضة للمشاهدة.

¹ مصطفى يوسف كافي، إدارة الإعلان واقتصادياته، دار حامد للنشر والتوزيع، الطبعة 1، الأردن، 2015، ص 116.

² رشيد أزومور، قرار شراء المنتج الجديد بين تأثير الإعلان والعلامة التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2010-2011، ص ص 26، 27.

³ المرجع نفسه، ص 27.

⁴ مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص 116.

⁵ مريم زعتر، الإعلان في التلفزيون الجزائري، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2007-2008، ص 62.

- قيام التلفزيون على المزج بين عنصري الصورة بكل أنواعها وأشكالها وعنصر الصوت بكل مكوناته مما يجعله وسيلة مقنعة، ولافتة للنظر والسمع أكثر من غيرها من الوسائل التي تتعامل مع حاسة واحدة.
- يوفر فن التحريك في الصورة التلفزيونية تقديم المنتج المعلن عنه أثناء التشغيل وشرح أسلوب الاستخدام الأمثل خاصة للسلع الجديدة بالنسبة للجمهور وتوضيح الآثار الإيجابية المترتبة عنه.

ب- عيوب التلفزيون كوسيلة إعلانية

من أهم عيوب التلفزيون يمكن تقديمها من خلال النقاط التالية¹:

- **التكلفة:** يعتبر التلفزيون من الوسائل الإعلانية المكلفة، بالرغم من تديني نسبة البث التلفزيوني إلا أنه تبقى تكلفة الإعلان باهظة الثمن التي يجب أن يدفعها المعلن.

- **التزاحم:** أدى تزايد عدد إعلانات التلفزيون إلى تداخل عدد كبير منها في المنافسة مع إعلان المعلن من أجل جذب انتباه المشاهد، حيث تنتشر العديد من الإعلانات المتشابهة في الوسيلة الواحدة، وهذا يؤدي إلى التقليل من فاعلية الإعلان.

- **الانتباه المحدود للمشاهد:** فعدد المشاهدين في الفقرة الإعلانية يقل، لأن المشاهدين يمارسون بعض أمورهم خلال الفترة الإعلانية.

4- الإذاعة: تعد الإذاعة من أكثر وسائل الإعلام تعاملًا مع الإعلان التجاري، ويتخذ الإعلان عن طريقها صورًا مختلفة وأشكالًا متعددة فقد يكون رسالة مباشرة، أو محادثة بين شخصين أو أكثر، أو تمثيلية إذاعية أو غير ذلك، وباستعمال المؤثرات الصوتية المتميزة يمكن تهيئة أذهان جمهور المستمعين لتلقي الرسالة الإعلانية، وتوفير الجو النفسي المناسب لتقبل الفكرة والاقتناع بها².

أ- مزايا الإذاعة كوسيلة إعلانية

يحقق الإعلان من خلال الإذاعة المزايا التالية³:

- إمكانية وصول الرسالة الإعلانية إلى أكبر عدد ممكن من المستهلكين، نظرًا للانتشار الواسع للإذاعة ولسهولة توفير المذيع في مختلف أماكن المستهلكين.

¹ عن الموقع <https://e3arabi-com.cdn.ampproject.org>، تاريخ الاطلاع 2021/07/30.

² علي عبد الكريم محمد المناصير، الإعلانات التجارية مفهومها وأحكامها في الفقه الإسلامي، أطروحة دكتوراه، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، الأردن، 2007، ص 71.

³ المرجع نفسه، ص 72.

- إمكانية تكرار بث الإعلان مرات عديدة في اليوم الواحد.
- انخفاض سعره مقارنة بالإعلان في التلفاز.
- قدرة الرسائل الإعلانية الإذاعية على إحداث التأثير المطلوب في المستمعين من خلال استخدام المؤثرات الصوتية المتميزة.

ب- عيوب الإذاعة كوسيلة إعلامية

- على الرغم من مزايا هذه الوسيلة الإعلانية إلا أن الأمر لا يخلو من بعض العيوب منها¹:
- سرعة نسيان المستمع للإعلان الإذاعي، لأن المستمع لا يمكنه الاحتفاظ برسالة المعلن بالشكل الذي يمكنه به الاحتفاظ برسالة المعلن المنشورة في الصحيفة مثلاً.
- اقتصار دور الإعلان الإذاعي على الأوصاف اللفظية للسلعة، بسبب عدم تمكن المعلن عن دعم إعلانه بالصور والرسوم التي تكون ضرورية في بعض الأحيان.

5-السينما: تعتبر من الوسائل الإعلانية المرئية، وتشارك التلفزيون مزاياه الإعلانية مثل الصوت والصورة والحركة، يضاف إلى ذلك اتساع الشاشة وبالتالي كبر حجم الصورة المعروضة، وتأتي السينما في آخر قائمة الوسائل الإعلانية لأن نصيبها من جملة الإنفاق الإعلاني نسبة ضئيلة، وهذه ظاهرة عامة في كل الدول، وسببها يعود إلى التناقض المستمر في جمهور السينما².

أ- مزايا الإعلان في السينما

للإعلان في السينما مزايا منها³:

- بما أن السينما وسيلة إعلان محلية فإنها تصلح لاختبار الحملات الإعلانية قبل نشرها على نطاق واسع.
- الحجم الكبير للإعلان نتيجة كبر حجم الشاشة.

ب- عيوب الإعلان في السينما:

- من بين ما يعاب عن السينما كوسيلة إعلانية هو أن الإعلانات غالباً ما تعرض في وقت الاستراحة حيث يكون عدد كبير من المتفرجين قد تركوا مقاعدهم، إضافة إلى ذلك صعوبة التغطية الشاملة على المستوى الوطني⁴.

¹ المرجع نفسه، ص 72

² رشيد أزموور، مرجع سبق ذكره، ص 32

³ المرجع نفسه، ص 23.

⁴ المرجع نفسه، ص 32

6- الإعلانات الخارجية: تضم هذه الوسيلة لنشر الإعلانات كل من لافتات الطرق ووسائل المواصلات وتشمل أيضا الإعلانات المألوفة والتي نجدها في محطات مترو الإنفاق على أسطح المباني وتلك التي توجد داخل المتاجر والسوبر ماركت أو حتى خارجها كما تشمل الإعلانات الخارجية المواد الإعلانية (الملابس، المفكرات، الأفلام..)¹.

7- البريد الإلكتروني: تعتبر خدمة البريد الإلكتروني من أهم الخدمات الموجودة على شبكة الإنترنت وتقوم خدمة البريد الإلكتروني بإرسال واستقبال رسائل الكترونية بين شخصين أو أكثر ويسمح البريد الإلكتروني بإرسال أي نوع من الوثائق المخزنة على الحاسب الآلي وذلك من خلال الاشتراك في إحدى الشركات التي تقدم خدمة البريد الإلكتروني مجاناً مثل Yahoo/Hotmail²، وهي خدمة باتت تشغل ما يقارب 90% من حيز الرسائل المتبادلة الآن بين الشركات والمؤسسات والهيئات والأفراد على مستوى العالم، عبر تناقل الرسالة من خلال برنامج البريد الإلكتروني عبر مواقع شبكة الإنترنت أو على مواقع الشركات والأفراد التي لديها صناديق بريد خاصة على مواقعها التي أنشأتها الشبكة، أما الأفراد فيمكنهم تخصيص صناديق بريدية لهم على أحد المواقع العالمية التي تتيح هذه الخدمة للأفراد، وهي خدمات مجانية لمن أراد، ولعل عدم تكلفة خدمة البريد الإلكتروني وسرعتها والأمان الذي يتمتع به نقل الوثائق عبرها حفز كثيرا من الشركات والأفراد على الاعتماد عليها، حتى أصبح الذهاب إلى الوكالات والمكاتب البريدية في كثير من دول العالم، مقصورا على بعض الرسائل والطرود³.

ومن هنا يجب نشر ثقافة استخدام النظم الالكترونية و طرق ووسائل استخدامها للمواطنين وذلك من خلال وسائل الإعلام الوطنية من إذاعة تلفزيون وصحف، وإقامة الندوات و المؤتمرات واستضافة المسؤولين و الوزراء و المواطنين في حلقات نقاش حول الموضوع، وذلك لتهيئة مناخ شعب قادر على التعامل مع مفهوم النظم الالكترونية⁴.

¹ مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص 120.

² محمد سمير أحمد، التسويق الإلكتروني، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة 1، لأردن، 2009، ص 129.

³ حسين محمد الحسن، مرجع سبق ذكره، ص 140.

⁴ أمل لطفي جاب الله، مرجع سبق ذكره، ص ص 41، 42.

المبحث الثاني: متطلبات متعلقة بالبيئة البشرية والتشريعية

إن عملية التحول من الأعمال التقليدية إلى الأعمال الالكترونية، يتطلب تهيئة البنية التحتية للأعمال بما فيها الموارد البشرية الكفأة التي تعمل على دعم وتسريع عملية التحويل هذه، مع ضرورة توفر لدى المستخدمين ثقافة العمل الإلكتروني، بالإضافة إلى حتمية وجود التشريعات القانونية التي تسهل العمل الإلكتروني وتضفي عليه المشروعية والمصادقية.

المطلب الأول: الكفاءة الأدائية

تلعب الكفاءة المهنية دورا هاما في تنمية العمل في سبيل تحقيق أهداف المؤسسة، ومن هنا سوف نتطرق في هذا المطلب إلى تعريف الكفاءة المهنية وضرورة إعداد الموارد البشرية لنجاح مشروع تفعيل نظم الدفع الإلكتروني.

أولا: تعريف الكفاءة الأدائية

للکفاءة المهنية عدة تعاريف نذكر منها:

" نقصد بها الأداء الجيد لكافة الوظائف والأنشطة التقنية والمالية والتسويقية والقانونية ذات العلاقة بالأعمال المصرفية الإلكترونية"¹.

وعرفت أيضا: "مجموعة من المهارات و القدرات المهنية التي تسمح للفئات الفاعلة بأداء أدوارها بشكل فعال، مما يسمح لها بمناقشة وفحص واتخاذ القرارات في كل ما يخص المهنة"².
وعرفها آخر على أنها: "محصلة المعارف و الخبرات و السلوكيات المكتسبة و الممارسة من طرف الفرد لتوظيفها من أجل أداء وظيفة محددة بكفاية وفعالية، فهي القدرة الدائمة على تسيير الوضعيات المعقدة وغير المستقرة"³.

ومما سبق يمكن تعريف الكفاءة المهنية على أنها:

¹ هبة مصطفى كافي، مرجع سبق ذكره، ص 160.

² أحلام عرسلان، الكفاءة المهنية وعلاقتها بالتمثال التنظيمي، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2017-2018، ص 09.

³ يعقوب المسوس، تقويم الكفاءة المهنية والدافعية الشخصية والثقافة التنظيمية وعلاقته بتحقيق الإدارة بالجودة الشاملة في مؤسسات التعليم العالي، أطروحة دكتوراه في العلوم في علم النفس، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة وهران 2، الجزائر، 2015-2016، ص 45.

" مجموعة من المعارف والمهارات والخبرات، التي تترجم إلى تصرفات أو أعمال أو نشاطات في ميدان العمل، أو أثناء تأدية وظيفة ما في إطار محدد وقابل للملاحظة والقياس، وذلك من أجل مواجهة تحديات العمل المفروض أو الخروج من مواقف عملية حرجة في إطار المهنة المنوطة به."

ثانيا: إعداد الموارد البشرية المؤهلة والمتخصصة

يعتبر العنصر البشري من أهم الموارد التي يمكن استثمارها لتحقيق النجاح في أي مشروع وفي أي منظمة، حيث يعتبر هو المنشأ لنظم الدفع فهو الذي اكتشفها ثم طورها وسخرها لتحقيق أهدافه التي يصبوا إليها، فلن تتمكن أي منظمة من المنظمات من تحقيق أهدافها حتى وإن امتلكت أضخم المعدات والآلات والأجهزة ما لم تتوفر على العناصر البشرية المؤهلة تأهيلا جيدا وعلى مستوى عال من الكفاءة¹.

وفي ضل الحركات الفكرية الجديدة التي تهتم بالفرد أصبح الإنسان أو العامل محور الاهتمام ليس داخل المؤسسة فقط بل خارجها أيضا من خلال توفير جملة من العوامل التي تساعد العامل على الأداء الجيد، هذا من جانب ومن جانب آخر زاد الاهتمام بتطوير القدرات المهنية للعامل من أجل مواكبة التطور الحاصل في ضل حركة تكنولوجيا رهيبه مما يتطلب من العامل المسايرة والمواكبة لهذه الحركة والتحكم في تلك التكنولوجيات، فإعداد الموارد البشرية المؤهلة والمخصصة لها دور كبير في تحسين أداء الخدمات المصرفية.

إن تنمية رأس المال البشري هي أولا عملية تعليمية يتزود فيها الفرد بالأسس العلمية المطلوبة، وهي ثانيا عملية تدريبية فنية يكتسب فيها الفرد قدرات علمية مخصصة ومهارات معينة، وهي ثالثا عملية تنظيمية إدارية يتم فيها تأهيل الأشخاص لإدارة وتنفيذ النشاط المصرفي الإلكتروني، وهي أخيرا عملية سلوكية تهدف إلى التأثير في السلوك الاجتماعي للأفراد وتنمية القيم².

ويتم تنفيذ ذلك من خلال وضع مجموعة من البرامج التدريبية التي تساعد في إعداد الكوادر البشرية الفنية المطلوبة لتحقيق الكفاءة عند تنفيذ تطبيقات الإدارة الإلكترونية، ومن أهم المتطلبات البشرية اللازمة لهذا التطبيق ما يلي:

- تحديد الاحتياجات الحالية والمستقبلية من الأفراد المؤهلين في نظم المعلومات والبرمجيات والعمل على الإنترنت.

- استقطاب أفضل الأفراد المؤهلين في مجالات نظم المعلومات والبرمجيات.

¹كافية عبدوي، حميد بن حجوبه، الإدارة الإلكترونية في العالم العربي وسبل تطبيقها (واقع وآفاق)، مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، العدد الثاني، جامعة الجزائر 3، 2017، ص 230.

²عباش عزوز مرابط، الكفاءة المهنية وتكنولوجيا المعلومات، دار اقرأ للكتاب، الطبعة 1، الجزائر، 2018، ص 07.

- إيجاد نظم فعالة للمحافظة على الأفراد وتطويرهم وتحفيزهم.
- التمكين الإداري للأفراد من أجل إتاحة الفرصة أمامهم للتعامل السريع مع المتغيرات في البيئة التكنولوجية.
- العمل على تنمية وتطوير الموارد البشرية من أجل إيجاد كوادر متخصصة على درجة عالية من المهارات المختلفة والمرتبطة بالبيئة الأساسية لنظم المعلومات وقواعد البيانات ونظم العمل على شبكة الإنترنت¹.
- إنشاء مراكز التعليم المتخصصة في معاملات البنوك الإلكترونية وتطوير القوائم منها.
- تخصيص الحكومات لمبالغ معتبرة من ميزانياتها لصالح قطاع البحث العلمي مع ضرورة تعزيز بيئة الإبداع والابتكار وروح المبادرة.
- تنظيم برامج ودورات تدريبية خاصة بالأعمال الإلكترونية.
- الاستعانة ببيوت الخبرة ومكاتب الاستشارة الدولية في تكوين الإطارات المصرفية².
- مما سبق يمكن اعتبار التدريب والتنمية تلك الخطة المنظمة لإيفاء الطاقم الإداري من الموارد البشرية بمختلف المعارف والرفع من كفاءتهم ومهارتهم من الناحية الوظيفية والتحكم في الجوانب النفسية وكذا اتجاهاتهم بطريقة إيجابية وفعالة³.

المطلب الثاني: ثقافة المستخدمين للتقنية المصرفية

على الرغم من الثورة التي عرفها عالم الاتصالات و المعلومات في مختلف المجالات، وتطور أساليب التجارة الإلكترونية التي أدت إلى خلق تغييرات جوهرية في طبيعة عمل القطاع المصرفي و المالي لا يزال كثيرون يرفضون تماما فكرة الخدمات المصرفية الإلكترونية لاعتقادهم بإمكانية تعرض الحسابات للاختراق، فضلا عن المخاطر التشغيلية و الاستراتيجية، وفي المقابل تعتقد شريحة كبيرة من الناس أننا بتنا في زمن يستحيل الاستغناء فيه عن الخدمات المصرفية الإلكترونية التي تمكن العميل من سحب المال وإيداعه في أي وقت حتى وإن كان البنك مغلقا، وذلك يضمن و يعزز مسألة السرية المصرفية وأيضا يخفف من الأعمال و الإجراءات المطلوبة ويختصر الجهد والوقت.

¹ عنتر بن مرزوق وآخرون، إدارة الموارد البشرية في عصر الإدارة الإلكترونية، مركز الكتاب الأكاديمي، الطبعة 1، الأردن، 2018، ص 134، 135.

² هبة مصطفى كافي، مرجع سبق ذكره، ص 159، 160.

³ فاطمة طويهي، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء الموارد البشرية في المؤسسة الجزائرية، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران 2، الجزائر، 2014-2015، ص 36.

إن نجاح وانتشار استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية أو غيرها من الخدمات الإلكترونية لا يعتمد فقط على مزود الخدمة وطبيعة هذه الخدمات فهناك عوامل عدة تلعب دوراً رئيسياً في تشجيع الأفراد على تبني التكنولوجيا لتنفيذ الخدمات الإلكترونية من هذه العوامل هو مدى إدراك الأفراد لهذه الخدمات و المزايا التي يجب أن تتوفر في الخدمة الجديدة، فإذا كانت هذه الخدمة تعمل على توفير مزايا أفضل من الطرق التقليدية فهذا سيدفع الأفراد إلى استخدام الخدمات الإلكترونية، ففي دراسة Gerrard and Cunningham 2003، وصلت الدراسة إلى نتيجة أن مزايا مثل سرعة الخدمة المصرفية الإلكترونية وملاءمتها إذا توفرت تعتبر من المزايا التي تعمل على تبني الأفراد لها، وفي دراسة ChandonK 2000 فالمزايا المادية مثل انخفاض تكلفة الخدمة يعتبر عامل آخر لتبني الخدمات الإلكترونية، فتكلفة الخدمة الإلكترونية تمثل جزء بسيط من تكلفة الخدمات التقليدية فتكلفة الخدمة المصرفية عن طريق الفرع تبلغ 1.070 دولار وعن طريق الصراف الآلي 0.270 دولار أما عن طريق الإنترنت فتصل تكلفتها إلى 0.010 دولار، أما في دراسة Law and Leung 2000 فموقع مزود الخدمة لا يعتبر عائق أمام تبني الأفراد للخدمة الإلكترونية على اعتبار أنه يمكن الوصول إلى مزود الخدمة من خلال الإنترنت من أي مكان وفي أي وقت، في دراستان ل Featherman and pavlou 2002 كان لحجم المخاطر ودرجة أمان الخدمات الإلكترونية و المركز المالي لمزود الخدمة وحجمه دور كبير في تبني العملاء لهذه الخدمات، وهنالك عوامل أخرى تم تحديدها في دراسة Lee and Lee 2001، و دراسة Geard and Cunningham 2003، هي الخبرة السابقة لمستخدمي الإنترنت من العملاء المتوقع تبنيهم للخدمات الإلكترونية، فالأفراد الذين يستخدمون الخدمات الإلكترونية كان لهم خبرة سابقة بتكنولوجيا الحاسوب و الاتصالات و الشراء عبر الإنترنت، وعليه فإن جميع العوامل السابقة الذكر إن توفرت مجتمعة يعني التوسع في استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية¹.

المطلب الثالث: التشريعات القانونية والتنظيمية

في إطار تنفيذ العمليات المصرفية الإلكترونية وما يرافقها من تغيرات في بيئة الأعمال نشأت العديد من المخاطر مقارنة بالمخاطر المرتبطة بالعمل المصرفي التقليدي، إلا أن تلك المخاطر قد تزداد أو تقل في ضوء ما يتوفر من تشريعات لمواجهة تلك المخاطر.

أولاً: الجرائم الإلكترونية:

يمكن تعريف الجريمة على أنها: "فعل غير مشروع صادر عن إرادة جنائية يقرر لها القانون عقوبة أو تديراً

احترازياً".

¹ عبد القادر بالهادي، عز الدين نزعي، مرجع سبق ذكره، ص ص 446، 447.

من هذا المنطلق يعرف خبراء منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OECD الجرائم الإلكترونية على أنها:

" كل سلوك غير مشروع أو غير أخلاقي أو غير مصرح به يتعلق بالمعالجة الآلية للبيانات أو نقلها".

وعرفت بأنها: "مجموعة من الأفعال المرتبطة بالمعلوماتية والتي يمكن أن تكون جديرة بالعقاب"¹.

كما أيضا تعرف على أنها: "فيروسات لتدمير الأنظمة والبرامج الإلكترونية، مواقع مزورة لمؤسسات أو

بنوك قرصنة للمعلومات من المواقع الرسمية، رسائل إلكترونية خادعة تمثل خطرا حقيقيا على مستخدميها"².

وقد كان لظهور وسائل الدفع الإلكترونية عاملا مساهما في ظهور هذا النوع من الجرائم كما يلي:

1-انتحال شخصية الفرد : تتم عندما يستغل اللصوص بيانات (كالعنوان وتاريخ الميلاد ورقم الضمان

الاجتماعي..) شخص ما على الشبكة الإلكترونية، من أجل الحصول على بطاقات بنكية ائتمانية، حيث أن

تلك البيانات تمكنهم من التقدم بطلبات لاستخراج البطاقات البنكية عبر الإنترنت غالبا من خلال الهيئات التي

لا تتخذ إجراءات أمنية صارمة عبر الشبكة.

2- جرائم السطو على أرقام البطاقات : أصبح السطو على أرقام البطاقات عبر شبكة الإنترنت عملية سهلة،

لذلك تزايدت هذه الحوادث التي أعقبتها عمليات الابتزاز لإرجاع تلك الأرقام أو لعدم نشرها أو لعدم

استخدامها.

3-غسيل الأموال باستخدام البطاقات البنكية : غسيل الأموال هي عملية تحويل المصدر غير المشروع للأموال

كالمخدرات إلى أموال مصدرها مشروع كالتجارة بالسيارات، وأبسط الطرق لهذه العملية هي القيام بسحب مبالغ

كبيرة على دفعات من الصراف الآلي في بلد أجنبي من ثم يقوم فرع المصرف الذي سحب مبلغ من ماكينته بطلب

تحويل المبلغ من الفرع الذي أصدر البطاقة، فتتم عملية التحويل بخصم المبلغ من رصيد العميل الذي يكون قد

تهرب من دفع رسوم التحويل واستطاع أن يغسل أمواله.

كذلك تعتبر الإنترنت من أحدث طرق غسيل الأموال المشبوهة خاصة أنها تسهل استخداما أيسر في

التعامل مع البنوك، وضغطة مفتاح تفتح له آفاق الدخول في حسابات وأنشطة مالية ومصرفية من أي جهة في

العالم، فيقوم المجرمون بالاعتماد على عملية التحويل الإلكتروني للأموال من خلال البنوك بإيداع الأموال المسروقة في

حسابات متعددة بالبنوك، ثم تحول إلى عدة فروع في بلدان مختلفة.

¹ تشالزهورنجور، مرجع سبق ذكره، ص 11، 12.

² سعدية قصاب، فائزة بوردبالة، تقييم وسائل الدفع الإلكترونية: المزايا والمخاطر، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول: عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر3، الجزائر، ص 6.

4-السلب بالقوة الإلكترونية : بحيث يتم استخدام الحاسوب في التلاعب بالمعلومات وذلك بإدخال بيانات زائفة من جانب المتحايل باختلاق دائنين كأجور يجب دفعها أو فواتير يجب سدادها¹.

5-فيروس الكمبيوتر: يعتبر فيروس الكمبيوتر أنه الجرثومة التي تصيب برامج أو معلومات أو جهاز الكمبيوتر محدثة الضرر الذي قد يصل إلى حد تعطيله كلياً أو جزئياً، وينتقل هذا الفيروس من جهاز آخر عندما تكون الأجهزة متصلة ببعضها البعض ضمن شبكة اتصال أو عن طريق استعمال مترابط للاتصالات، وينتقل الفيروس إلكترونيا ويؤدي إلى تخريب أو فقدان المعلومات التي يخزنها الجهاز المصاب.

6-تخريب الأنظمة الإلكترونية : يعتمد الشخص الذي يستطيع الوصول إلى الأنظمة الإلكترونية إلى إلغاء عدد كبير من المعلومات المخزنة في الأجهزة بقصد الإضرار بالغير، ويقع التخريب بتعطيل نظام المعلوماتية عبر إرسال فيروسات قادرة على التسبب في تعطيل أجزاء كبيرة من المعطيات المخزنة في الكمبيوتر وذلك بإرسال بريد الكتروني يحمل الفيروس إلى أنظمة معلوماتية لأي شركة أو مصرف.

7- سرقة المعلومات عبر الوسائل الإلكترونية: تتم السرقة في المجال الإلكتروني عبر سرقة المعلومات والنقود والبرامج المخزنة في الوسائل الإلكترونية، وقد حصل انتقاد واسع حول ما إذا كان أخذ المعلومات دون وجه حق يشكل جريمة سرقة استناداً إلى مدى إمكانية اعتبار المعلومات مالا، لكن تلك الانتقادات لم تلقي تأييداً في النظام القانوني والمالي لأن المعلومات هي سلعة ذات قيمة مرتفعة جداً تولى مالكيها حق الحصول على مردود مالي².

ثانيا: التشريعات القانونية والتنظيمية

إن توفير بيئة قانونية وتنظيمية أمر في غاية الأهمية للسير الفعال لوسائل الدفع الإلكتروني ويتطلب خلق هاته البيئة تكاتف جهود كل من الحكومات وقطاعات الأعمال والمستهلكين، فبالرغم من المزايا المتعددة للعمل المصرفي الإلكتروني إلا أن هذا العمل محاط بالمخاطر حيث أن هنالك ارتباط وثيق بين هذه العمليات الإلكترونية وأمن المعلومات والتي قد تؤدي إلى العبث في أرصدة العملاء ذاتها أو إجراء عمليات تحويل ودفع إلكترونية مبتكرة من خلال حسابات العملاء، ولمواجهة هذه التحديات شرعت العديد من الدول إلى سن تشريعات خاصة بحماية الدفع الإلكتروني، من خلال وضع نصوصاً قانونية صريحة تعاقب على الجرائم المعلوماتية لحماية للمتعاملين عبر الشبكة العنكبوتية.

¹ وهيبة عبد الرحيم، تقييم وسائل الدفع الإلكترونية ومستقبل وسائل الدفع التقليدية في ظل وجودها، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول: عصره نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر، معهد العلوم الاقتصادية، المركز الجامعي لمتراست، الجزائر، ص 8، 9.

² منير الجنيبي، ممدوح الجنيبي، مرجع سبق ذكره، ص 242.

ففي حال دخول المؤسسات المصرفية في مشروع العمل المصرفي الإلكتروني فإنه يتطلب إصدار التشريعات اللازمة، أو إدخال تعديلات على التشريعات القائمة وتطويرها وفقا للمستجدات، لذا يجب على الدولة أن ترضى مصالح تلك المؤسسات، وأن توفر لها البيئة القانونية التي تعين تلك المصارف على التوسع في نشاطها الذي سيصب في خانة الوطن، حيث يجب إعداد بيئة تشريعية ملائمة، ومناخ قانوني يستجيب لمتطلبات العمل المصرفي الإلكتروني، ويسهل معاملاته، ويضعه موضع الاعتراف الوطني والدولي، إضافة إلى ضمان القضايا الخاصة بتدابير الأمن والحماية والسرية.

فالعمل المصرفي الإلكتروني أصبح واقعا معاشا، وثمرة من ثمار التقدم التقني، مما يجعل كثيرا من المؤسسات المصرفية في حاجة إلى وجود التشريعات التي تنظم لها خوض تجربة التعاملات المالية الإلكترونية التي لا شك في أنها ستدر كثيرا من الفوائد على تلك المؤسسات وستقلها نقلات كبيرة، خاصة بعدما شاع استخدام وسائل الدفع الإلكترونية وأصبح تداولها يشكل وسيلة سهلة للمستهلك للشراء دون الحاجة إلى حمل النقود، لكن البدء بممارسة هذا النوع من التعاملات والترويج له يتطلب وضع الأسس القانونية للتعامل عن طريق الشبكات، إذ أن التعامل المالي الإلكتروني في غياب الضوابط والقوانين التي تنظم وتنظر له من شأنه إفساح المجال للقيام بعمليات غير مشروعة قد تجعل المتعاملين يجمعون عن تلك المعاملات غير المضمونة ويتراجعون عنها، وتعلق تلك التشريعات بكثير من التفاصيل التي يساور الراغب في التعامل إلكترونيا القلق بشأنها، منها ما يتعلق بالسرية وخصوصية البيانات المتداولة على الشبكات والحفاظ على أموالهم، وتبقى الثقة مطلبا عريضا من مطالب المؤسسات المصرفية الساعية إلى التعامل المالي إلكترونيا، فتبقى الحاجة ماسة إلى الحماية القانونية التي تضمن لهؤلاء حقوقهم المادية، وتضمن من جهة أخرى للعملاء عدم السطو على أرقام بطاقتهم أو الدخول إلى حساباتهم بطرق غير مشروعة وغيرها من التعديلات، مما يحتاج إلى وجود القاضي الإلكتروني والشرطي الإلكتروني لتطبيق القانون الإلكتروني في العالم الإلكتروني الجديد.

وحتى تضمن الجهات القائمة على وضع التشريعات والأنظمة والقوانين الخاصة بالتعاملات المالية الإلكترونية فعالية هذه التشريعات والأنظمة، ودقتها في ضبط الأداء النظامي القانوني للتعاملات الإلكترونية فإن على هذه الجهات المشرعة مراعاة الآتي:

- شمولية الأنظمة لجميع أنشطة عمل المنظمة ومجالاتها، حتى لا تحتاج إلى وضع قوانين لكل نشاط، مما قد يفتح بابا للتعارض أو تضارب القوانين فيما بعد.

- استقرار هذه الأنظمة والقوانين ووضوحها، مما يعين على سهولة العمل بمقتضاها.

- على الجهة المشرعة ألا تتعجل أمرها، وأن تفحص النظر كثيرا في تلك التشريعات قبل إشهارها واعتمادها للعمل، للتأكد من عدم وجود خلل أو ثغرات بها، والتأكد من ملاءمتها ومراعاتها لظروف الأنشطة الإلكترونية.

- مشاركة المختصين في الشأن التقني في وضع هذه التشريعات إلى جانب القانونيين، فالمشرع في حاجة إلى المتخصص للاهتمام به في واقع التقنية الذي يزخر بكثير من التفاصيل التي قد لا ينتبه المشرع غير المتخصص إليها ولا تفوت التقني.

- أن تكون تلك التشريعات والقوانين سهلة الفهم، ممكنة التطبيق سواء لمنفذها، أو للجهة المستهدفة في العمل وفق ضوابطها¹.

- ضرورة تكييف القوانين التجارية و المالية مع عمليات البنوك الإلكترونية أي الاعتراف بهذه العمليات وجعلها محل التنفيذ².

ولا يلزم وضع تلك التشريعات دفعة واحدة، فيمكن أن يحدث ذلك على مراحل ثلاث³:

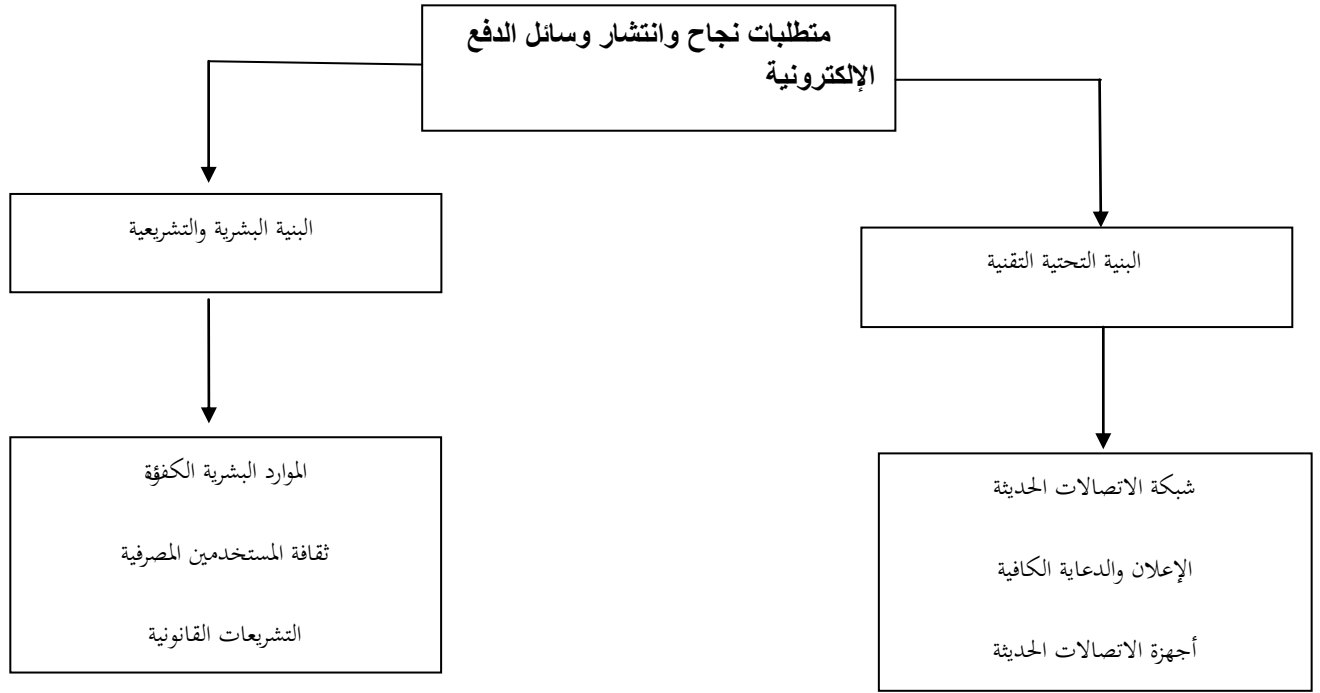
- المرحلة الأولى: الوقوف على الشكل القانوني التنظيمي للجهة التي ستتولى الإعداد لتطبيق التحول للتعامل المصرفي الإلكتروني، لتكون على اطلاع تام على المراحل المختلفة التي سيمر بها ذلك التحول فيمكنها معرفة البنود النظامية اللازمة لضبط كل مرحلة من تلك المراحل.
- المرحلة الثانية: وضع منظومة القوانين التي تم التوصل إلى كفاءتها لتنظيم العمل المصرفي الإلكتروني، على أن يسبق جزء من هذه القوانين بدء التطبيق الفعلي للتعامل المصرفي الإلكتروني، ويؤخر قسم منها لمواكبة عملية التطبيق في مراحل لاحقة.
- المرحلة الثالثة: استكمال العملية التشريعية ووضع القوانين في الأطوار اللاحقة من التطبيق، وخاصة تلك القوانين التي تربطها علاقة غير مباشرة بالتطبيق.

شكل رقم 03: متطلبات نجاح وانتشار وسائل الدفع الالكترونية

¹ محمد حسين الحسن، مرجع سبق ذكره، ص ص 145-157.

² محمد عبد الله شاهين محمد، مرجع سبق ذكره، ص 265.

³ محمد حسين الحسن، مرجع سبق ذكره، ص 158.



المصدر: من إعداد الطلبة

المبحث الثالث: مستقبل وسائل الدفع الإلكترونية

تواجه وسائل الدفع الإلكترونية جملة من المشاكل التي أدت إلى انعدام الثقة بها، ولتعزيز انتشار وسائل الدفع الإلكترونية في تطورها وتزايد استخدامها يحتاج إلى إجراءات ووسائل حماية للمتعاملين بها للحد من مخاطر تلك الوسائل.

المطلب الأول: الأسباب المحتملة لتنامي استخدام وسائل الدفع الإلكترونية

يتجه حجم وسائل الدفع الإلكترونية المستخدمة إلى التزايد، لعدة أسباب نذكر منها¹:

يعمد مصدري هذه البطاقات إلى تبني التقنيات التكنولوجية المبتكرة التي عادة ما تكون عاملاً من عوامل إنقاص المخاطر، وعلى الأخص خطر استخدام البطاقات بطريقة تنطوي على غش (في حالة سرقة البطاقة أو فقدها)، ومن تلك التطورات التكنولوجية المستخدمة في إصدار بطاقات الدفع الإلكترونية ما يلي:

1- وضع كود سري للبطاقة PIN COD

تحتوي البطاقة على كود سري رباعي لا يعلمه سوى حائز البطاقة، ولا يوجد في البطاقة أي عنصر يسمح بتحديد هذا الكود، فإذا حاول البعض إدخال أرقام خاطئة فإن البطاقة تبتلعها ماكينة الصراف الآلي،

¹ أحمد عبد العليم العجمي، مرجع سبق ذكره، ص 172-176.

فهناك ثلاث محاولات من بين 10 آلاف محاولة لتكوين الكود الرباعي للبطاقة، بعدها تحتفظ الماكينة بالبطاقة أوتوماتيكيا.

2- تقييد عملية الإنفاق أو السحب المسموح بها (الحماية المسبقة)

نجد الكثير من محاولات الغش مصدرها استغلال فترات عبور المعلومات، وهنا يلاحظ أن وضع سقف للمبلغ الذي يمكن أن يعبأ على البطاقة أو على الديسك الصلب أو التي يمكن دفعها خلال التعامل يحد كثيرا من مخاطر البطاقات، من خلال استبعاد جزء هام من الاستخدام المتعسف للبطاقة أو الذي ينطوي على غش، فهذا النظام يخفق كل تجاوز في مجموع الرصيد سواء في سحب النقود أو في تسوية المشتريات لدى التجار المجهزين بجهاز يرتبط بالبنك المصدر، كما أنه يخفق محاولات التعامل ببطاقات مرفوضة من قبل مصدر البطاقة، وهكذا يسمح تحديد عمق الدفع بالبطاقة بتقليص مخاطر الاستخدام المتعسف أو الغش في استخدام البطاقة (بواسطة الغير)، في كل مرة يلزم فيها الحصول على إذن من مصدر البطاقة لإجراء بعض العمليات التي تتجاوز سقفا معينا، بل إن بعض الشبكات المجهزة تسمح بتفادي حالات الغش حتى قبل تجاوز العمق المحدد، في حالة الاستخدام غير العادي للبطاقة (شراء متكرر باستخدام البطاقة في فترة وجيزة)، بحيث توجد مكنة الاتصال المبكر بالتاجر ليتأكد من أن المشتري هو الحائز الشرعي للبطاقة.

3- الحماية الذاتية للبطاقات من خلال نظام الشريحة الإلكترونية (البطاقات الذكية) Chip Cards Smart :

عرف تصنيع البطاقات تطورات مهمة جعلت البطاقات أكثر صعوبة في تقليدها أو تزيفها، فكل بطاقة يمكن أن تكون أداة لمخزون من المعلومات، وفي هذا الصدد يمكن أن نميز بين مرحلتين أساسيتين من التطورات التقنية:

• المرحلة الأولى: الشريط الممغنط MagneticStripCard: صنع من نوع خاص (عالي الضغط) لا يقبل

التزييف تقريبا، ويستحيل عمليا أن يفقد مغناطيسيته، على عكس القطع المغناطيسية التقليدية المماثلة في الكاسيت، وتعتبر هذه البطاقات ممثلة للتكنولوجيا التقليدية في صنع البطاقات، وهي التي تمثلها البطاقات الأمريكية التي تمثل نحو نصف السوق العالمية للبنوك، حتى أن عددها يقدر في بداية التسعينات من القرن العشرين بنحو مليار بطاقة مقابل 50 مليون بطاقة ذات ذاكرة فحسب، ولا يزال يوجد مئات الملايين من هذه البطاقات في باقي دول العالم.

وقد ظهر هذا الشريط في البطاقة للسماح باستخدام البطاقة في محيط الصراف الآلي للنقود، لهذا يستخدم في كل حالات سحب النقود (في الداخل والخارج)، كما يستخدم لتسوية المدفوعات في الخارج.

• المرحلة الثانية: الشريحة الإلكترونية Chip Cards أو البطاقات الذكية أو ذات الذاكرة أو المايكروبروسي

سور، وتمثل التكنولوجيا الأكثر تقدماً في صنع البطاقات التي حقق اختراعها تفادي ما لا يقل عن 75% من مشكلات الشريط الممغنط، وهي التقنية المنتشرة بعمق في فرنسا والتي ينتظر أن تكون بطاقة التعامل في المستقبل في العالم بأسره، وتستخدم لتسوية نحو 96% من إجمالي المدفوعات في فرنسا في أواسط التسعينات من القرن العشرين، بالنظر إلى أن نقاط البيع غير المجهزة بماكينات إلكترونية لا تتجاوز 4% من إجمالي البيع.

والشريحة الإلكترونية المندمجة بالبطاقة تحقق العديد من المزايا أهمها:

- أن هذه الشريحة تسمح بالتحقق من الحائز من خلال كتابة الكود السري الذي يطابق على الكود المسجل بالذاكرة بحيث تتحقق هذه الرقابة على عين المكان دون أن يحتاج هذا الكود أن يمر عبر خطوط تليفزيونية فهي مجهزة بنظام حسابي يسمح برقابة الكود السري للحائز حال إجراء عملية الدفع، بدون اتصال شبكة المصدر، وهي تقبل ثلاثة محاولات، بعدها تجمد قدرة الذاكرة على تسوية التعاملات فلا يتبقى إلا القدرة على السحب باستخدام الشريط الممغنط (والمدفوعات في الخارج).

- أنها تضمن المماثلة والمطابقة للبطاقة بحيث يتعذر وجود أكثر من بطاقة واحدة، ذلك الذي يعود إلى نظام الذاكرة التي تمنع أية محاولة لمضاعفة أعداد البطاقة.

- كما يعد تقليد وتزييف هذه البطاقات في حكم المستحيل حتى الآن، بالنظر إلى أنها تنطوي على تقنيات متقدمة ومعقدة للتشفير يصعب اختراقها، وكل محاولة لتزييف الميكرو بروسي سور تقود إلى الإتلاف الذاتي له، بعكس نظام الشريط الممغنط الذي كان من الممكن تقليده.

المطلب الثاني: الصعوبات والمخاطر التي تواجه استخدام وسائل الدفع الإلكترونية

الفرع الأول: الصعوبات والمخاطر التي تواجه المستخدمين

يواجه مستخدمو وسائل الدفع الإلكترونية العديد من الصعوبات والمخاطر، وهي تلك التي تتمثل فيما يمكن أن يتعرض له المستهلكون والتجار من مخاوف من جراء استخدام تلك النقود¹:

أولاً: المناخ العام للتعامل الإلكتروني

إن أعمال البنوك بصفة عامة منذ نشأتها تواجه تحديات ومخاطر متعددة وذلك نتيجة حركة الأموال وتحويلها ما بين أطراف العمليات التجارية والعمليات المالية، ومع سرعة حركة تحويل أو انتقال الأموال من خلال

¹ أحمد عبد العليم العجمي، مرجع سبق ذكره، ص ص 122-145.

العمل بالأنظمة الإلكترونية، ومن خلال شبكات الأعمال المحلية والعالمية التي تتسم بالسرعة العالية وظهور الأسواق الإلكترونية أصبحت هناك ضرورة بزيادة الطلب على سرعة نقل الأموال بين تلك الأسواق وبالتالي زيادة المخاطر المرتبطة بها.

فلا بد أن تتسم نظم الدفع الحديثة بقوتها على مواجهة المتغيرات التي تهدد الاستقرار الاقتصادي واستخدام أدوات السياسة النقدية، حرصا على توفير أكبر قدر من السيولة لدفع النشاط الاقتصادي دون الإخلال بمقتضيات الحفاظ على الاستقرار النقدي.

ومن الطبيعي عند تطبيق أي نظام جديد أن يواجه تحديات ومشاكل، وكان من أهم التحديات التي واجهت تطبيق نظم الدفع الحديثة هي تهيئة المناخ العام للقبول بالتعامل الإلكتروني، حيث أن نظم الدفع التقليدية اعتمدت في التعامل على الأساس الورقي.

ثانيا: المخاطر بالنسبة للمستخدمين

يشير انتشار وسائل الدفع الإلكترونية ثلاثة أنواع من المخاطر تحيط بالمستخدمين وهي:

1- مخاطر على المستخدمين ذوي الدخل المنخفضة: تقدم وسائل الدفع الإلكترونية مزايا هامة للمستهلكين حيث تيسر عليهم إجراء عمليات الشراء وتحقق قدرا عاليا من الملائمة وسهولة الاستخدام والأمان غير أن بعض المراقبين يعبرون عن خشيتهم من أن يقتصر استخدام وسائل الدفع الإلكترونية على الشرائح الاجتماعية المميزة، ومن ثم لا يكون في مقدور المستهلكين أصحاب الدخل المنخفضة استخدام هذه الوسائل والتمتع بمزاياها على نحو فعلي، فالواقع أن طبيعة النظم الإلكترونية التي تعتمد على استخدام الانترنت تحد من انتشارها بين المستهلكين ذوي الدخل المحدود، لأنها تتطلب القدرة على استخدام أجهزة الحاسب والدخول إلى شبكة الإنترنت والتدريب على التعامل معها، وهي أمور جد صعبة بالنسبة لهؤلاء كذلك فإن نقص المعلومات قد يسبب اتخاذ المستهلكين من هذه الفئات قرارات بدون تقدير ملائم لآثارها على حقوقهم والتزاماتهم في بعض الظروف، لذلك يقتضي أن تقوم السلطات الحكومية المعنية باتخاذ مبادرات للقضاء على الأمية التكنولوجية والمالية لدى مستخدمي نظم الدفع الإلكترونية.

2- المخاطر التي تحيط بالمستخدمين بسبب خطر إفلاس مؤسسة الإصدار: من الممكن أن يصادف مصدرو وسائل الدفع الإلكترونية خطر عدم الملاءة المالية بالقدر الذي يلتزمون فيه بتحويل قيمة هذه الوسائل إلى نقود قانونية، وهو الأمر الذي يظهر خطره بصفة خاصة مع حدوث حالات الغش والتزييف التي لا يتم اكتشافها في

وقت مبكر أو مع سياسة التوظيف السيئ للأصول المقابلة للوسيلة الإلكترونية، إذ يؤثر ذلك تأثيراً واضحاً على الملاءة المالية لمصدري النقود الإلكترونية.

وتكمن خطورة هذا النوع من المخاطر في أن معظم الحائزين للبطاقات لا تتوافر لديهم القدرة على التحقق من درجة ملاءة مصدر البطاقات لأسباب عديدة قد ترجع إلى عدم شفافية السوق أو تعذر الحصول على المعلومات المناسبة في الوقت المناسب، أو عدم التمكن من فهم طبيعة ومدى هذه المخاطر بالنظر للطبيعة المعقدة لنظم وعمليات تخزين القيمة النقدية.

3- المخاطر التي تحيط بالمستخدمين وتصدر عن التجار: من الممكن أن يصدر الخطر عن التاجر نفسه فمثلاً

حينما ندخل مطعم أو محل تجاري نعطي بطاقة الائتمان له ونعطي له أيضاً الرقم السري لها، وبعد هذه الخطوة يمكن للتاجر غير الأمين أن يضيف على الماكينة مبالغ يضاعف بها المبلغ الواجب الدفع فكل ذلك من الممكن أن يحدث ومع ذلك تشير الممارسات العملية إلى أن ذلك شيء نادر الحدوث، والحل النموذجي يتمثل في تنبيه العميل إلى ضرورة أن يطلب من التاجر الفاتورة المحتفظ بها لديهم، ليقارن بينها وبين الفاتورة التي سلمت له من قبل هذه الجهة، لكن هذا الإجراء ليس كافياً لتغطية كافة حالات التعسف المرتبطة بذلك، لصعوبة العملية في تطبيقه دائماً من قبل العملاء.

الفرع الثاني: المخاطر التي تواجه مؤسسات الإصدار

يضاف إلى المخاطر التي تحيط بمستخدمي وسائل الدفع الإلكترونية والمتعاملين بها، المخاطر التي قد تتعرض لها مؤسسات إصدار تلك الوسائل.

أولاً: المخاطر المالية

وتتنقسم هذه المخاطر بدورها إلى مخاطر من الهجمات الداخلية، ومن الهجمات الخارجية والمخاطر السوقية.

1- مخاطر من داخل مؤسسات الإصدار

قد تنجم المخاطر المالية عن غش وتلاعب العاملين بمؤسسات الإصدار، فقد يحصلون على المعلومات الخاصة بالتوثيق بهدف اختراق حسابات العملاء أو سرقة البطاقات مخزنة القيمة، وكذلك دخول واختراق غير المرخص لنظم حسابات البنك المصدر، بهدف التعرف على المعلومات الخاصة بالعملاء واستغلالها سواء تم ذلك من خارج البنك أو من العاملين به، بما يستلزم توفر إجراءات كافية لكشف وإعاقة ذلك الاختراق.

وتلك المخاطر تمثل عقبات هامة تحول دون الانتشار الكبير والسريع لوسائل الدفع الإلكترونية لغياب ثقة المستهلكين في قدرة مؤسسة الإصدار على توفير السرية والخصوصية، فالمعلومات التي يطلع عليها مصدر وسيلة الدفع الإلكترونية عن تعاملات المستهلكين مع التجار قد يقوم بنقلها إلى الشركات التابعة له أو المرتبطة به، أو حتى إلى أطراف أخرى كذلك فإن المعلومات الشخصية المجمعة عبر طرق الدفع الإلكترونية قد لا تكون مؤمنة ضد أي اختراق أو استخدام غير مشروع أو غير مأذون به.

2-الهجمات الخارجية

تعرض مؤسسات الإصدار لهجمات خارجية منظمة من قبل قرصنة وسائل الدفع الإلكترونية وقرصنة المعلومات ويأتي على رأسها مخاطر الغش والتزيف الإجرامي، خاصة إذا تم اكتشاف ذلك بعد مراحل طويلة من استخدام البطاقات المغشوشة أو المزيفة.

وهنالك نوع خاص من هذه المخاطر ينسب لحائزي البطاقات هو خطر التعسف في استعمالها، بمعنى أن يتجاوز بها حدود حقه ويتمثل ذلك في الأغلب من سحب نقود أو تسوية مشتريات تتجاوز مجموع رصيده البنكي وذلك نتيجة خطأ في النظام.

وتوجد حالات أخرى كأن يدعي المستخدم أن بطاقته سرقت أو فقدت، ويطلب إجراء عملية رفض للبطاقة ويستفيد من الفترة اللازم مرورها لنشر هذا الرفض لإتمام سحب أو دفع بالبطاقة بمبلغ مرتفع ويكون الالتزام بأعباء المبلغ اللاحق لرفض البطاقة على عاتق البنك أو مؤسسة الإصدار.

3-مخاطر سوقية

تقوم مؤسسة الإصدار بتوظيف أموال حائزي البطاقات المودعة لديها كي تدر عليها ربحاً فإذا كانت سياسات التوظيف غير موفقة قد تتعرض هذه الأموال للفقْد إلى الحد الذي يدفعها إلى إعلان الإفلاس.

أيضاً قد تتسبب البطاقات الدولية في تحقيق خسائر ضخمة لمصدريها بمناسبة استخدام هذه البطاقات خارج الحدود فطبقاً لعالم اليوم الذي يبني على نظام الاقتصاد المفتوح، يمكن تحويل النقود المخزنة على البطاقة الإلكترونية التي تغطي بعملة وطنية إلى عملة الدولة التي يجري في إطارها التعامل، فإذا ما حدث تطور غير ملائم في أسعار الصرف حال إجراء المقاصة والتسوية الدولية، سيؤدي ذلك إلى تحقيق خسائر محققة لمؤسسة الإصدار.

ومثل هذا الخطر يمكن أن ينتج عن عوامل متنوعة منها:

- الإدارة السيئة لمصدري وسائل الدفع الإلكترونية لتدفقات هذه النقود أو لأنشطة هذه التدفقات.
- إدخال نقود إلكترونية مزيفة أو استخدام البطاقات الإلكترونية المفقودة أو المسروقة.

- الإشكاليات الفنية التي قد تؤثر على الاستخدام السليم للبطاقات الإلكترونية، كتلك الناتجة عن أخطاء البرمجيات.

هذا ويمكن أن تؤثر الأعراض السابقة على الاستقرار المالي للمصدرين إلى درجة قد تدفعهم إلى الإفلاس بحيث تنعدم قيمة البطاقة الإلكترونية، فمصدري وسائل الدفع الإلكترونية يستثمرون المبالغ التي دفعها مسبقا مستخدمو البطاقات، ولا شك أن سياسة الاستثمار السيئة و التي تنطوي على الغش من الممكن أن تسبب نقص قيمة الأصول المصدرة بالمقارنة بمجموع الالتزامات في مواجهة المستخدمين، في نفس الوقت فإن إدخال نقود مغشوشة في نظام المدفوعات ينتج عنها مباشرة زيادة مجموع التزامات المصدر بدون أن يقابلها ودائع مسبقة لهذا لا بد أن تؤثر على الاستقرار المالي للمصدر.

وفي حالة إفلاس واحد من مصدري البطاقات الإلكترونية فإن إفلاسه قد يسبب إفلاس الآخرين وهؤلاء بدورهم يؤثرون على غيرهم، بحيث نرى في النهاية تعرض نظام البطاقات الإلكترونية ذاته للخطر، فالتأثير على ثقة العامة في أنظمة إصدار وسائل الدفع الإلكترونية تؤثر على استقرار الأنظمة البنكية، لأن حدوث أزمة ثقة إزاء البطاقات الإلكترونية يضع البنوك أمام مشكلة خاصة تتمثل في العجز عن الاستجابة لمطالب حائزي هذه البطاقات بتحويلها على وسائل الدفع التقليدية التي تحل محلها.

ثانيا: المخاطر الفنية

من المخاطر الفنية عدم ملائمة تصميم النظم أو بطء إنجاز العمل أو أعمال الصيانة، وهي تنشأ من إخفاق النظم أو عدم كفاءتها لمواجهة متطلبات المستخدمين وعدم السرعة في حل هذه المشاكل وصيانة النظم وخاصة إذا زاد الاعتماد على مصادر خارج البنوك لتقديم الدعم الفني بشأن البنية الأساسية اللازمة فمثل هذا النظام قد يتعرض للتوقف أو للأداء البطيء كما أنه قد لا يتناسب مع متطلبات المستخدمين.

وأیضا من المخاطر الفنية إساءة الاستخدام من قبل العملاء، ويرد ذلك نتيجة عدم إحاطة العملاء بإجراءات التأمين الوقائية أو بسماحهم لعناصر إجرامية بالدخول إلى حسابات عملاء آخرين أو القيام بعمليات غسيل الأموال باستخدام معلوماتهم الشخصية أو قيامهم بعدم إتباع إجراءات التأمين الواجبة.

ثالثا: المخاطر القانونية

بالنظر للطبيعة الحديثة نسبيا لأنشطة إصدار وإدارة نظم البطاقات الإلكترونية فإن حقوق والتزامات أطراف المعاملات النقدية تكون أحيانا غير مؤكدة وأحيانا أخرى غير واضحة، وهو ما يقود إلى وقوع مؤسسات الإصدار في مخاطر قانونية كخرق القوانين واللوائح أو عدم التكيف مع متطلباتها.

وباعتبار أن نظم الدفع الإلكترونية تقدم نفسها عادة كنظم مصممة للتعامل العالمي الذي يتعدى أطر الحدود الإقليمية، فإن ذلك قد يعرضها لمخاطر عالية لا توجد في حالة التعامل بالعملة المحلية التقليدية. وللإحاطة بأهمية المخاطر الناجمة عن إصدار واستخدام وسائل الدفع الإلكترونية عبر الحدود فإنه يجب التفرقة بين احتمالين:

- **الاحتمال الأول:** هو استخدام المستهلكين لبطاقات سابقة الدفع صادرة عن مؤسسات وطنية لإجراء مدفوعات لصالح تجار مقيمين بالخارج، وذلك سواء أثناء سفر المستخدمين أو عبر شبكة الإنترنت، وفي هذه الحالة قد يوجد تفاوت في الحقوق القانونية إذا اختلفت النظم القانونية والقضائية التي يخضع لها في بلده كل من المصدر والمستهلك والتاجر، وهذه المسألة مثارة من قبل في نظم المدفوعات الدولية الأخرى كبطاقات الائتمان والشيكات السياحية.
- **الاحتمال الثاني:** هو أن تقوم إحدى المؤسسات الموجودة في بلد ما بإصدار بطاقة دفع إلكترونية لصالح مستهلكين مقيمين في دولة أخرى لاستخدامها في تسديد مدفوعاتهم لصالح تجار مقيمين في دولتهم أو فيدول أجنبية، ويثير هذا الاحتمال صعوبات قانونية أكبر من الاحتمال الأول لأن إصدار البطاقات الإلكترونية عبر الحدود يمكن أن يقلل من نطاق نفاذ القوانين واللوائح الوطنية داخل الحدود وخارجها، كما يخلق بعض التضارب في تحديد الاختصاصات القضائية وقد يشكل تداول البطاقات الإلكترونية في غير بلد المصدر انتهاكا لاحتكار البنك المركزي لعملية إصدار النقود الورقية داخل حدود دولته، وهو احتكار عادة ما يكون محميا بالقانون.

رابعاً: تزيف البطاقات

يتمثل ذلك الخطر في تصنيع بطاقة ماثلة باستخدام تقنيات شبيهة لتلك المستخدمة في البطاقات الأصلية، وهو خطر مرتكب من قبل الغير، مثله مثل الغش في استخدام البطاقات المسروقة أو المفقودة.

خامساً: المخاطر بالنسبة للمشروعية وإنفاذ القوانين

اهتمت الأجهزة المسؤولة عن إنفاذ القوانين في الدول الصناعية بدراسة كيفية تحقيق أهدافها في المجال الجديد لوسائل الدفع الإلكترونية، وذلك سواء فيما يتعلق بالوقاية أو التحقيق أو عقب الأنشطة الإجرامية التي تؤثر على النظام النقدي.

كما يتعين القول بأن العديد من منتجات وسائل الدفع الإلكترونية المطروحة حالياً في الأسواق ليست جذابة لتحويل الأموال الغير مشروعة كما لا تشكل هدفاً لعمليات كبيرة للغش والتزيف بسبب كونها موجهة

أساسا للتعاملات محدودة القيمة، ومع ذلك فإن قيمة بعض خصائص النظم الإلكترونية قد تجذب نحوها أنشطة غسيل الأموال.

والواقع أنه مع انتشار وسائل الدفع الإلكترونية سيتعين على المؤسسات المصدرة لها أن توازن بين اعتبارين أولهما هو نفقة تطبيق عناصر الأمان، وثانيهما هي الخسائر المحتملة الراجعة إلى الغش والتزيف، فعلى سبيل المثال إذا كانت مبادرات خفض النفقات واعتبارات احترام خصوصية المستهلكين تدفع مطوري البطاقات الإلكترونية إلى تبني اختيارات تقلل من الاحتفاظ بتسجيلات المدفوعات التي تتم ومتابعتها أو فحصها بشكل مركزي منتظم فإن اعتبارات محاربة الغش والتزيف والاستخدام في غسيل الأموال تحفز لتبني نظم للرقابة أكثر فاعلية. وجدير بالذكر أن تقنية النقود الإلكترونية إحدى وسائل الدفع الالكترونية قادرة على تقديم منتجات ذات آثار متفاوتة على الخصوصية تتراوح بين نقود غير مسماة تماثل النقود السائلة لا يتم تسجيل التعاملات التي تتم بها ولا يمكن التعرف على كل تعامل يتم بواسطة المستهلك وتسجيله، ومع تطور التكنولوجيا ستتطور دون شك هذه المنتجات ولا جدال في أن المدى الذي ستصل إليه استجابة المنتجات الجديدة لاعتبارات الخصوصية سيخضع لتأثير عوامل عديدة تشمل تفاصيل المستهلكين من جانب آخر، ويكاد يتفق الخبراء على أنه حتى الآن وبسبب قلة انتشار نظم النقود الإلكترونية فإنه لا يزال من السهل متابعة التعاملات التي تتم واكتشاف الحالات التي تثير الشبهات.

المطلب الثالث: الإجراءات الرقابية لوسائل الدفع الإلكترونية

للتغلب على العيوب التي تحصل على مستوى استعمال البطاقات البنكية يجب على كل أطراف التعامل اتخاذ الإجراءات التالية¹:

أولاً: الإجراءات التي يجب على حامل البطاقة إتباعها للحد من المخاطر

- 1- المحافظة على البطاقة من الضياع، والإبلاغ عن فقدانها فوراً هاتفياً ثم تعزيز ذلك بخطاب مكتوب.
- 2- التقيد باستعمال البطاقة في الأغراض المخصصة لها وفي حدود الحد الأقصى لها.
- 3- الإبلاغ عن التجار الذين يرفضون قبول البطاقة لدى البنك المصدر أو الذين يبيعون بسعر أعلى مما يجب البطاقة.

¹ محمد عبد الحليم عمر، الجوانب الشرعية والمصرفية والمحاسبية لبطاقات الائتمان، إيتراك للنشر والتوزيع، الطبعة 1، مصر، 1997، ص 153-156.

4-بالرغبة للبطاقة الصادرة من بنوك إسلامية، عدم استخدامها في معاملات محرمة وإلا فإن البنك لن يسدد قيمتها نيابة عنه وهذا ما يتفق مع الإجماع الفقهي حيث جاء " من شروط المكفول به ألا يكون حراما " .

5-الاحتفاظ بصورة القسائم التي يشتري بموجبها لمراجعتها على كشف الحساب الذي يرد إليه من البنك.

6- سرعة الرد على البنك المصدر، والمبادرة بتغطية الحساب الجاري إذا وصل للحد الأدنى أو السداد المطلوب منه.

ثانيا: الإجراءات التي يجب أن يتبع التاجر للحد من المخاطر

1-التحقق من صحة البطاقة وأن مقدمها هو صاحبها، وكذا التحقق من صلاحيتها وعدم وجود رقمها ضمن قائمة البطاقات الموقوفة - Hot List - .

2-التحقق من أن مبلغ العملية لا يتجاوز الحد الأقصى للمرة الواحدة، والحصول على التفويض المطلوب في حالة التجاوز.

3-في حالة الشك الاتصال هاتفيا أو من خلال الآلة الإلكترونية إذا كانت لديه، للتأكد من عدم تجاوز حامل البطاقة للحد الأقصى للبطاقة.

4- التقيد بمواعيد إرسال إشعار البيع في المواعيد المحددة في التعاقد.

5- الدقة في ملء البيانات وطبعا ومطابقة توقيع العميل على الإشعارات مع توقيعه على البطاقة.

ثالثا: الإجراءات المتخذة من طرف البنك المصدر

1-حسن اختيار العملاء الذين يقرر البنك إصدار البطاقات لهم من خلال وضع معايير لدراسة حالة العميل، والاستعلام عن العميل من المراجع الائتمانية والمهنية لهم ومن الوثائق المقدمة منهم والتأكد من صحتها.

2- تحديد الحد الأقصى المسموح لحملة البطاقات الشراء به بموجب البطاقة شهريا أو أسبوعيا بما يتناسب مع قدراتهم المالية والبطاقات الأخرى الممنوحة للعميل من نفس البنك أو بنوك أخرى وسائر الالتزامات المالية الدورية المطلوب منهم سدادها شهريا.

3-حسن اختيار التجار من المؤسسات التي تتمتع بسمعة طيبة واستقرار مهني ومالي وقانوني وفي موقع مناسب وأن يكون نشاطهم يتضمن سلعا متنوعة وعليها طلب ملحوظ من حملة البطاقات.

- 4- التسويق المناسب للبطاقة من خلال الترويج الشخصي والإعلانات والدعاية والإعلام.
- 5- حسن اختيار العاملين في قسم البطاقات ممن تتوافر فيهم الكفاءة المهنية والشخصية السليمة وإعدادهم من خلال برامج تدريبية، ومتابعة هذا الإعداد والتأهيل بصورة مستمرة.
- 6- متابعة حركة السداد من العملاء أولاً بأول.
- 7- المتابعة المستمرة للتجار والتأكد من التزامهم ببنود وشروط الاتفاق الموقع معهم وحل أي مشكلات تواجههم بهذا الخصوص.
- 8- محاولة الأخذ بالأساليب الحديثة للتعامل بالبطاقة سواء في إصدار بطاقات إلكترونية أو إمداد التاجر بالآلة الإلكترونية P.O.S.
- 9- المعالجة المحاسبية السليمة للعمليات المالية المتعلقة بالبطاقات والاحتفاظ بالمستندات بطريقة سليمة.

خلاصة الفصل الثاني:

إن مشروع تفعيل وسائل الدفع الإلكتروني شأنه شأن أي مشروع أو برنامج آخر يحتاج إلى تهيئة البيئة المناسبة و المواتية لطبيعة عمله كي يتمكن من تنفيذ ما هو مطلوب منه وبالتالي يحقق النجاح و التفوق وإلا سيكون مصيره الفشل و سبب ذلك خسارة في الوقت و الجهد و المال و نعود عندها إلى نقطة الصفر .

فتفعيل نظم الدفع الإلكترونية تتطلب وجود مستوى مناسب إن لم نقل عال من البنية التحتية التي تتضمن شبكة حديثة للاتصالات و البيانات و بنية تحتية متطورة للاتصالات السلكية و اللاسلكية تكون قادرة على تأمين التواصل و نقل المعلومات بين المؤسسات المالية نفسها من جهة و بين المؤسسات و المواطن من جهة أخرى، بالإضافة إلى وجود كوادر بشرية مدربة من مبرمجين و محللين و مهندسين مع ضرورة تأمين النظام المعلوماتي من أي تخريب أو تدمير أو سرقة، لأن هذه الجرائم التي ترتكب في حق الإعلام الآلي و البطاقات البنكية جعلت من هذا النظام ناقصاً، مما أفرز مخاطر المعاملات المصرفية بالوسائل الإلكترونية وإلى أن تثبت أساليب الحماية والأمن جدواها وفعاليتها ضد مثل هذه التصرفات، فإن شيوع استخدام النقود الإلكترونية سيضل متواضعاً.

الفصل الثالث

واقع وسائل الدفع الإلكترونية

في الاقتصاد الجزائري

- دراسة حالة بنك الفلاحة

والتنمية الريفية "وكالة قالمة"

تمهيد:

إن توجه الجزائر نحو الدخول إلى الاقتصاد الرقمي ومواكبة منها لتطورات التكنولوجيا العالمية واتجاهها نحو اقتصاد السوق فرض على المصارف الجزائرية مواجهة هذه التغيرات المستجدة، فانتقال المصارف الجزائرية إلى عصر المعلوماتية يحتم عليها ضرورة التكيف مع تغيرات وتطورات المحيط الجديد وهذا بالسعي لابتكار منتجات وخدمات جديدة تتناسب مع تطلعات زبائنها الذين أصبحوا يطمحون لخدمات أرقى وأسرع، بالإضافة إلى ضرورة توفير بيئة آمنة للتعاملات الإلكترونية من خلال سن قوانين لحماية هذه الأخيرة من أي عمليات إجرامية.

وسنحاول في هذا الفصل إسقاط الجانب النظري على الجانب التطبيقي لمعرفة واقع متطلبات تفعيل وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر من خلال دراسة حالة وكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية "قلمة"، باعتبار هذا البنك العمومي أحد أهم البنوك على الساحة الوطنية، وكذلك بالنظر إلى التجربة والخبرة التي تحوزها المديرية النقدية لهذا البنك في مجال التعامل بالبطاقات البنكية.

المبحث الأول: واقع متطلبات وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر

تسعى الدول إلى تطوير أنظمة الدفع الإلكتروني والاستفادة منها، والجزائر كغيرها من الدول الساعية للنمو والتطور تحاول الالتحاق بهذه التطورات والعمل على توفير الشروط اللازمة لنجاحها، وبهدف تفعيل هذه الأنظمة لا بد أن تدرك الجزائر أن مسار التحول إلى أنظمة دفع الكترونية يتطلب جملة من التغييرات ويتم ذلك من خلال استكمال البنية التحتية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، وتحديث البيئة التشريعية والقانونية لتصبح أكثر تلاءمًا مع نظام الدفع الإلكتروني الجزائري.

المطلب الأول: شبكة الإنترنت وتكنولوجيا الهاتف النقال في الجزائر

الفرع الأول: شبكة الإنترنت في الجزائر

عملت الجزائر إلى الاستفادة من خدمات شبكة الإنترنت والتقنيات المرتبطة بها، من خلال ارتباطها بشبكة الانترنت في شهر مارس عام 1994 عن طريق مركز البحث والإعلام العلمي والتقني "CERIST" (Centre De Recherche Sur L'information Scientifique Et Technique) الذي أنشئ في مارس سنة 01986 من قبل وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، والذي كان من مهامه الأساسية آنذاك هو العمل على إقامة شبكة وطنية وربطها بشبكات إقليمية ودولية.

ومنذ سنة 1994 عرفت الجزائر تقدما ملحوظا في مجال الاهتمام والاشتراك والتعامل مع الانترنت عن طريق إيطاليا، وكانت تقدر سرعة الارتباط بـ 9600 حرف ثنائي في الثانية (ko9.6)، وهي سرعة جد ضعيفة وقد تم ذلك في إطار مشروع تعاون مع منظمة اليونسكو، بهدف إقامة شبكة معلوماتية في إفريقيا، تسمى بـ RINAF، وتكون الجزائر هي النقطة المحورية للشبكة في شمال إفريقيا. وفي سنة 1996، وصلت سرعة الخط إلى 64000 حرف في الثانية يمر عن طريق العاصمة الفرنسية باريس، وتم في نهاية 1998 ربط الجزائر بواشنطن عن طريق القمر الصناعي بقدرة واحد ميغابايت في الثانية، وتم إنشاء أكثر من 30 خطا هاتفيا جديدا من خلال نقاط الوصول التابعة للمركز والمتواجدة عبر مختلف ولايات الوطن المربوطة بنقطة خروج وحيدة هي الجزائر العاصمة.

وفي سنة 1996، أي بعد سنتين من دخول الإنترنت إلى الجزائر قدر عدد الهيئات المشتركة في الانترنت بحوالي 130 هيئة، وفي سنة 1999، وصل عدد الهيئات إلى 800 هيئة، منها 100 في القطاع الجامعي، 50 في القطاع الطبي، 500 في القطاع الاقتصادي، و 150 في القطاعات الأخرى، وفي نفس السنة أي 1999 كان لمركز البحث في الإعلام العلمي والتقني حوالي 3500 مشترك.

وبعد إصدار المرسوم التنفيذي رقم 257-98 بتاريخ 25 أوت 1998، وتعديله بمرسوم تنفيذي آخر يحمل رقم 2000-307 بتاريخ 14 أكتوبر 2000، الذي تم من خلال تحديد شروط وكيفيات وضع استغلال خدمات الإنترنت، ظهر مزودون جدد خواص وعموميين إلى جانب مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني، مما زاد في عدد مستخدمي الشبكة، وقد وصل عدد الرخص الممنوحة إلى الخواص عبر القطر الجزائري إلى 65 رخصة حتى نهاية 2001 فوجود هذه المؤسسات في سوق الانترنت سوف يحسن من خدمات الوصول إلى الشبكة، ويساهم في تقديم أسعار تنافسية للاشتراك بخدمات الإنترنت.

وفي شهر فيفري 2005 تم انجاز شبكة الإنترنت السريع ADSL Asymmetric Digita Subscriber Line بالشراكة بين مؤسسة اتصالات الجزائر والفرنسي آلاكتال، وتقدر نسبة سرعة تدفق الإنترنت في الجزائر ب1.06 ميغا بايت في الثانية¹.

وقد اختارت الجزائرية للاتصالات العديد من الشركاء الأجانب لتطوير خدمات الإنترنت ومنهم المجموعة الألمانية التي عملت على توظيف آخر التكنولوجيات المعتمدة في أوروبا لتدعيم قدرات الشبكة الجزائرية التي لا تزال تعاني من النقص، وهذا ما يساعد على توفير خدمة تتوافق وقدرات الاستعمال الفعال للإنترنت. كما عملت مؤسسة اتصالات الجزائر على تدارك التأخير الكبير فيما يخص البنية التحتية للاتصالات، ووفرت عمودا فقريا من الألياف الضوئية يسمح بالربط بين شمال البلاد وجنوبها لأجل تلبية احتياجات كل من مزودي خدمات الانترنت والبنوك والمؤسسات، ويتكون العمود الفقري من الأجزاء التالية:

- ❖ العمود الفقري الشمالي وتبلغ قدرته 2.5 Gbit/s، وهو عملي منذ سبتمبر 2002.
 - ❖ العمود الفقري الشمالي وتبلغ قدرته 10 Gbit/s، وهو عملي منذ جوان 2004.
 - ❖ العمود الفقري الجنوبي وتبلغ قدرته 2.5 Gbit/s وهو عملي منذ مارس 2005².
- والجدول الموالي يوضح آخر الإحصائيات حول عدد مستخدمي الإنترنت في الجزائر.

¹ العطرة دغوش، استخدام شبكة الإنترنت كأداة لتقديم الخدمات البنكية وأثرها على الأداء البنكي، رسالة دكتوراه، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، الجزائر، 2016-2017، ص ص 175-177.

² عباس لحمر، محمد عمراي، تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجزائر وآليات تفعيل وسائل الدفع الإلكتروني، ملتقى وطني حول آليات تفعيل وسائل الدفع الحديثة، جامعة البويرة، يومي 13 و15 مارس، 2017، ص ص 70، 71.

الجدول رقم 01: عدد مستخدمي الإنترنت مقارنة مع التعداد السكاني خلال الفترة 2019-2021

الوحدة: مليون مستخدم

السنوات	2019	2020	2021
عدد المستخدمين	20.50	22.71	26.35
عدد السكان	43.4	43.9	44.23
النسبة من عدد السكان	%50	%52	%59.6

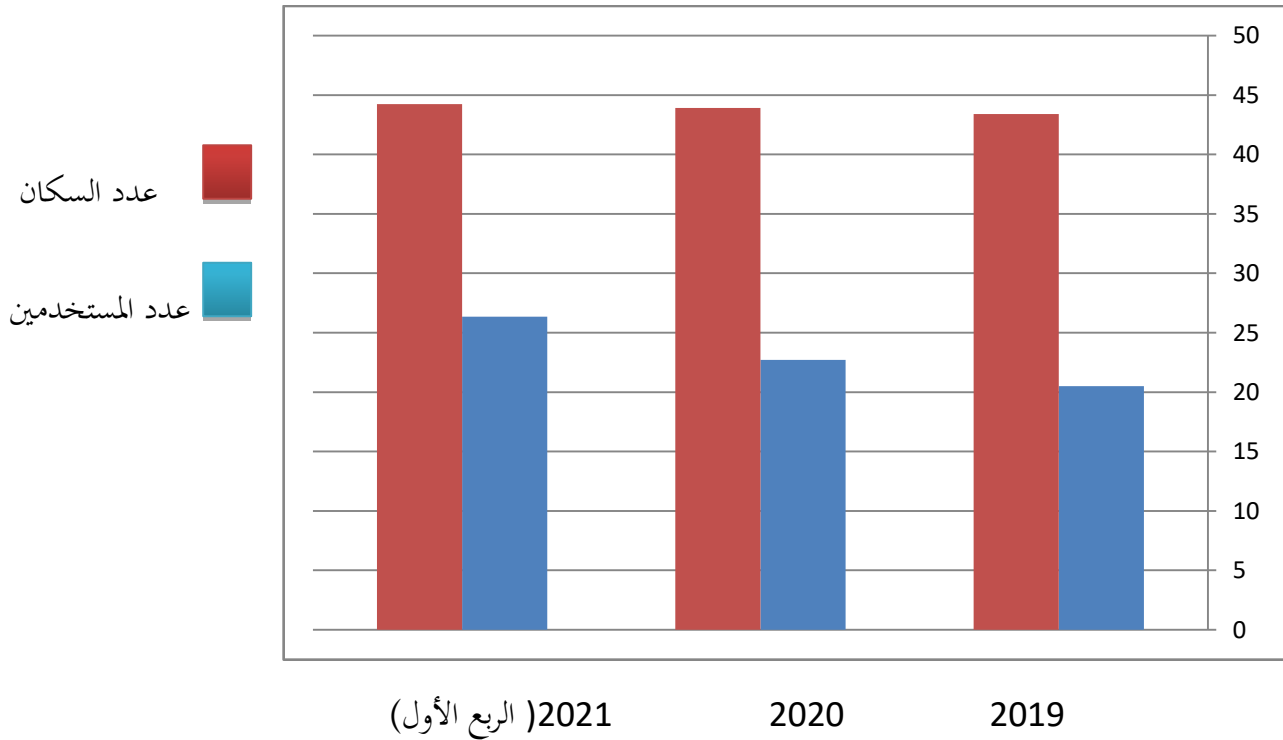
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على:

وكالة الأنباء الجزائرية، على الموقع <https://www.aps.dz>، تاريخ الإطلاع 2021/07/11.

عبد الرزاق بن عبد الله، الجزائر تعداد السكان يلامس 44 مليونا مطلع 2020، على الموقع <https://WWW.aa.com.tr>، تاريخ

الاطلاع 2021/07/11.

الشكل رقم 04: نسبة مستخدمي الإنترنت خلال الفترة 2019-2021



المصدر: من اعداد الطلبة

يتبين لنا من خلال الشكل أعلاه أن نسبة مستخدمي الإنترنت في تطور مستمر وبطيء حيث بلغت

النسبة سنة 2020، 22.71 مليون مستخدم بعدما كانت في سنة 2019، 20.50 مليون مستخدم لتشهد

ارتفاع وتحسن ملحوظ بعدها حيث بلغت النسبة سنة 2021، 26.35 مليون مستخدم.

- ولكن هذه الزيادة تعتبر ضئيلة بالمقارنة مع الدول الأوروبية وبعض الدول العربية، فعلى سبيل المثال¹:
- تحتل الصين المرتبة الأولى عالميا من حيث عدد مستخدمي الإنترنت ب 746 مليون مستخدم.
 - الهند 699 مليون مستخدم للإنترنت.
 - الولايات المتحدة الأمريكية 245 مليون مستخدم للإنترنت أيما يعادل 80 بالمائة من عدد السكان.
- أما على المستوى العربي فعلى سبيل المثال²: احتلت مصر الصدارة في الدول العربية من حيث استخدام الإنترنت، ويقارب عدد مستخدمي الإنترنت في البلاد 37.5 مليون شخص وهو ما يعادل 40 في المائة من سكانها، بينما تأتي في المركز 18 من حيث عدد المستخدمين في العالم.
- المملكة العربية السعودية بلغ عدد مستخدمي الإنترنت بها 24 مليون مستخدم، أي قرابة 74 في المائة من عدد السكان البالغ 33 مليون نسمة، بينما كانت في المركز 30 عالميا.
 - المغرب 20 مليون مستخدم، بنسبة 58 في المائة من عدد السكان، بينما كانت في المركز 33 على مستوى العالم.
- لتأتي الجزائر رابعة ب 26.35 مليون مستخدم، بنسبة 59.6 في المائة وتصبح في الترتيب 36 على مستوى العالم لسنة 2021.

¹ على الموقع <https://ar.history-hub.com>، تاريخ الاطلاع 2021/07/08

² على الموقع <https://pulse.mubasher.info>، تاريخ الاطلاع 2021/07/08

الجدول رقم 2: يوضح ترتيب لبعض الدول العربية من حيث سرعة الإنترنت (بناءا على سرعة التحميل ميغابايت في الثانية)

الوحدة: ميغابايت

الدولة	سرعة الانترنت
الإمارات	178.58
قطر	167.4
السعودية	133.73
الكويت	92.94
البحرين	68.31
لبنان	39.62
المغرب	36.36
العراق	31.6
تونس	29.34
الأردن	22.18
ليبيا	16.48
الجزائر	15.07
الصومال	11.86
السودان	11.33
فلسطين	7.34

المصدر: على الموقع <https://arabic-cnn-com.cdn.ampproject.org>، تاريخ الاطلاع 2021/07/10.

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن خدمة الإنترنت في الإمارات العربية المتحدة صنفت كالأسرع في العالم العربي خلال الربع الأول من العام 2021، وبلغت سرعة الإنترنت الخليوي في الدولة 178.52 ميغابايت في الثانية في حين تليها قطر في المركز الثاني عربيا بسرعة 167.4 ميغابايت/ث، لتحتل السعودية المرتبة الثالثة في الترتيب العربي بسرعة 133.73 ميغابايت/ث، ومن الجانب الآخر سجلت فلسطين أسوء إنترنت عربيا بسرعة

تصل إلى 7.34 ميغابايت/ث، بينما جاءت السودان في المرتبة الثانية من حيث أسوأ إنترنت عربيا بسرعة لم تتجاوز 11.33 ميغابايت/ث، كما جاءت الصومال في المرتبة 3 عربيا من حيث أسوأ إنترنت بسرعة لم تتجاوز 11.86 ميغابايت في الثانية، لتأتي الجزائر في المرتبة الرابعة عربيا بسرعة 15.07 ميغابايت/ث من حيث أسوأ سرعة إنترنت.

يمكن أن نرجع هذا التأخر لشبكة الإنترنت في الجزائر من وجهة نظرنا إلى الأسباب التالية:

- رداءة التوصيل بشبكة الإنترنت ومحدودية سرعتها.
- الانقطاعات المتكررة التي تعرفها هذه الشبكة وبدون تبريرات.
- ارتفاع أسعار الهاتف الثابت وكذا أسعار الاشتراك في الشبكة، حيث تعتبر الجزائر من الدول التي تعرف ارتفاعا كبيرا في أسعار الإنترنت خاصة ADSL مقارنة بالدول الأخرى.
- احتكار اتصالات الجزائر للخدمة.
- قلة الوعي بأهمية الانترنت في شتى المجالات لدى المواطنين خاصة كبار السن.

الفرع الثاني: تكنولوجيا الهاتف النقال في الجزائر:

عرف الهاتف النقال أول دخول له في الجزائر سنة 1994 من نوع Radio Téléphone Mobile: NMT/ Nokia Analogique وانطلاقا من سنة 1999 باشرت الدولة الجزائرية إصلاحات عميقة مست قطاع البريد و المواصلات، وقد أفرزت عن سن قانون جديد للقطاع في أوت 2000 م، وهو القانون الذي وضع حدا لاحتكار الدولة لنشاطات الاتصالات وكرس لفصل بين نشاطي التنظيم واستغلال وتسيير الشبكات وتطبيقا لهذا المبدأ تم إنشاء سلطة ضبط مستقلة إداريا وماليا، ومتعاملين أحدهما يتكفل بالنشاطات البريدية و الخدمات المالية البريدية المتمثلة في مؤسسة بريد الجزائر، وثانيهما مختصة بالاتصالات ممثلة في اتصالات الجزائر بما يسمح بنقل الصورة و الصوت و الرسائل المكتوبة و المعطيات الرقمية، تطوير واستمرار وتسيير شبكات الاتصالات الداخلية العامة و الخاصة، إنشاء واستثمار وتسيير الاتصالات الداخلية مع كل متعاملي شبكة الاتصالات، وفي إطار فتح سوق الاتصالات للمنافسة بيعت في شهر جوان عام 2001 م رخصة إقامة واستغلال شبكة للهاتف النقال، وبذلك بدأت استثمارات النقال في الجزائر، حيث تعرف سوق هذا الأخير وجود ثلاث متعاملين هم: جيزي التي

حصلت على الترخيص سنة 2001 م، موبيليس التي تأسست سنة 2003 م كأحد فروع مؤسسة اتصالات الجزائر، نجمة التي دخلت على الجزائر سنة 2003م¹.

والجدول الموالي يوضح بعض الدول الأكثر استخداما للهواتف الذكية من بين ال 50 دولة الأولى عالميا:

الجدول رقم 3: الدول الأكثر استخداما للهواتف الذكية في العالم

الوحدة: مليون مستخدم

الدولة	الصين	الهند	أمريكا	روسيا	الجزائر	المغرب	مصر
عدد المستخدمين	782	374	251	91	12	13	27
المركز (عالميا)	1	2	3	4	37	34	20

المصدر: على الموقع <https://www.alanews.dz>، تاريخ الاطلاع: 2021/07/12.

نلاحظ من خلال الجدول أن الصين أتت في صدارة الدول الغربية من حيث عدد مستخدمي الهواتف الذكية، حيث يقارب عدد المستخدمين في الدولة 782 مليون مستخدم، لتأتي الهند في المرتبة الثانية ب 374 مليون مستخدم، ثم كل من الولايات المتحدة الأمريكية و روسيا ب 251 مليون مستخدم، 91 مليون مستخدم على التوالي، أما عربيا صنفت الجزائر ضمن الدول ال 50 الأولى عالميا في استخدام الهواتف الذكية حيث احتلت المرتبة 37 بمعدل 12 مليون مستخدم، فيما احتلت الجارة المغرب المرتبة 34 في ذات التصنيف ب 15 مليون مستخدم، وتصدرت مصر الترتيب العربي ب 27 مليون مستخدم في المرتبة 20 عالميا. ومن هنا يمكن القول أن الجزائر تحتل مكانة لا بأس بها من حيث عدد مستخدمي الهواتف الذكية في العالم.

المطلب الثاني: الوسائط المصرفية الإلكترونية في الجزائر

عرف الدفع والسحب الإلكتروني قفزة نوعية في سنة 2020 بفعل جائحة كورونا التي شجعت استخدام هذا النوع من المعاملات المالية عبر الإنترنت، حيث نقلت وكالة الأنباء الجزائرية عن وزير البريد و المواصلات السلوكية و اللاسلوكية إبراهيم بوماز قوله أن " القطاع واجه صعوبات سنة 2020 بسبب الوضع الوبائي الناجم عن كوفيد-19، ومع ذلك كان لهذه الأزمة الصحية تأثير إيجابي في توعية المواطنين بأهمية تكنولوجيا الإعلام و

¹ نوال مغزيلي، تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجزائر: دراسة للمؤشرات وتشخيص للمعيقات، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، العدد 12، جامعة قسنطينة، جانفي 2018، ص 176.

الاتصال الحديثة، لاسيما الدفع الإلكتروني لتسهيل الحياة اليومية، وحددت وزارة التجارة تاريخ 31 ديسمبر 2020 لبداية نهاية الأسلوب التقليدي في الدفع الذي ظل يسيطر على جميع المعاملات التجارية منذ استقلال الجزائر عام 1962، ويهدف القرار لتوزيع أكثر من نصف مليون جهاز قارئ للبطاقات المالية المغناطيسية على التجار البالغ عددهم حوالي مليون تاجر يعملون في الجزائر، ويأتي الإعلان عن هذا القرار بعد أزمة السيولة المالية التي عرفتها العديد من مراكز البريد في الجزائر حيث تناقلت مواقع التواصل على مدار ثلاثة أشهر صور لطواير المواطنين أمام مراكز البريد لسحب واستلام أموالهم، مما جعل فرض قواعد التباعد الاجتماعي أمرا صعبا، إلا أن هذا القرار لم يطبق بعد¹.

يوضح الجدول الموالي واقع الوسائط المصرفية الإلكترونية في الجزائر

الجدول رقم (4): أجهزة الصراف الآلي GAB وDAB وأجهزة الدفع الإلكتروني TPE في الجزائر

السنوات	العدد الكلي ل Dap و Gap	العدد الكلي لعمليات السحب	المبلغ الكلي لعمليات السحب	العدد الإجمالي للمستعملة TPE	العدد الإجمالي لمعاملات الدفع	المبلغ الإجمالي لمعاملات الدفع
2016	1370	6868031	98822524500.00DZ	5049	65501	444508902.40DZ
2017	1443	8310170	126398291000.00DZ	11985	122694	861775368.90DZ
2018	1441	8833913	136233452000.00DZ	15397	190898	1335334130.76DZ
2019	1621	9929652	164116233000.00DZ	23762	274624	1916974721.11DZ
2020	3030	58428933	1073004953000.00DZ	33945	711777	4733820043.01DZ
الربع الاول 2021	3030	5746786	114855470500.00DZ	34816	139364	892240174.23DZ

المصدر: على الموقع www.gienmonetique.dz، تاريخ الاطلاع: 2021/07/10

من خلال الجدول نلاحظ أن عدد كل من أجهزة الدفع GAB وDAB بلغ سنة 2016 م 1370 جهاز ليرتفع إلى 1443 جهاز سنة 2017 م ثم انخفض عددها بجهازين سنة 2018 وذلك يمكن أن يكون راجع لعطل بمذاين الجهازين، ليلعب عددها سنة 2019 م 1621 جهاز، أما سنتي 2020 م و 2021 م فنلاحظ ارتفاع كبير لعدد أجهزة GAB وDAB ليلعب عددها 3030 جهاز، كما نلاحظ أن عدد أجهزة الدفع الإلكتروني TPE في المحلات التجارية المختلفة ارتفع إلى 34816 جهاز حتى جانفي 2021 مقابل 5049

¹ على الموقع <https://alarab.co.uk.cdn.ampproject.org>، تاريخ الاطلاع 2021/07/11.

جهاز في عام 2016، العام الذي شهد انطلاق الدفع الإلكتروني وهي زيادة معتبرة وبوتيرة سريعة، خاصة خلال هذه الفترة متأثرة بالأزمة الوبائية.

المطلب الثالث: التشريعات القانونية الخاصة بالدفع الإلكتروني في الجزائر

تعتبر مسألة الأمن المعلوماتي من أهم المخاطر التي تواجه الدفع الإلكتروني، ولخلق بيئة آمنة للتعامل عبر الإنترنت ونظرا لأهمية وسائل الدفع الإلكترونية في ترقية العمل المصرفي، أصدر المشرع الجزائري مجموعة من القوانين بغية حماية المعاملات الإلكترونية.

أولا: مفهوم وسائل الدفع الإلكترونية في القانون الجزائري

عرفت وسائل الدفع الإلكترونية في القانون الجزائري على أنها¹:

بدأ الحديث عن التعاملات الإلكترونية في القانون الجزائري في القانون 10/90، حيث تنص المادة 112 " يمكن اعتبار وسيلة دفع أداة دفع تسمح لأي كان بتحويل الأموال مهما كانت الركيزة أو الإجراء التقني المستعمل"، و عدلت بالمادة 69 من الأمر 11/03 المتعلق بالنقد و القرض التي تنص على "تعتبر وسائل الدفع كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل الأموال مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل" فالمشرع انتقل من وسائل الدفع التقليدية إلى وسائل الدفع الإلكترونية، كما أضاف المشرع الجزائري في تعديله للقانون التجاري بموجب القانون 02/05 بابا رابعا بعنوان " في بعض وسائل وطرق الدفع" إلى الكتاب الرابع المتعلق بالسندات التجارية ولم يحدد المشرع الجزائري وسائل الدفع الإلكترونية من خلال عبارة "مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل" الواردة بالمادة 69 من الأمر 11/03 بل ترك المجال مفتوح ليشمل أي وسيلة أو أسلوب تقني مطور، وبسبب تنوع هذه الوسائل واختلاف خصائصها أصبح من الصعب تقديم تعريف موحد لها، وبذلك يمكننا أن نعرف وسائل الدفع الإلكترونية بأنها مجموع الأدوات والتحويلات الإلكترونية التي تصدرها المصارف و المؤسسات المالية في الجزائر، أو أنها إمكانيات وجدت قصد تبادل منتجات و خدمات بأبسط طريقة مع توفر عنصر الأمان، وتشمل وسائل الدفع التقليدية المطورة ووسائل الدفع المستحدثة، و المنصوص عليها قانونا وتلك التي لم تشملها النصوص القانونية بصريح العبارة وهذا أخذا بالمعنى الواسع لوسائل الدفع الذي تبناه المشرع الجزائري، وهذا ما أكدته المشرع من خلال الملحق المرفق بالنظام 06/05 الصادر عن بنك الجزائر المتعلق بمقاصة الصكوك و أدوات الدفع الخاصة بالجمهور العريض الأخرى، حيث عرف وسيلة الدفع بأنها أداة تسمح بغض

¹ غزالي نزيهة، الآليات القانونية لحماية وسائل الدفع الإلكتروني في القانون الجزائري، مجلة البحوث السياسية والإدارية، العدد العاشر، جامعة محمد السادس دباغين، سطيف 2، ص 288، 289.

النظر عن السند أو العملية الفنية المستعملة بتحويل الأموال وتتمثل وسائل الدفع الأساسية في الصكوك، التحويل والبطاقة المصرفية... الخ.

ثانيا: الحماية القانونية للدفع الإلكتروني في التشريع الجزائري

تسعى الجزائر كغيرها من الدول إلى مواكبة التطورات التكنولوجية الحاصلة في العالم والتي مست مختلف القطاعات وبالأخص القطاع المصرفي، حيث سجل اهتمام المشرع الجزائري مؤخرا بتنظيم المعاملات الإلكترونية في مختلف الميادين واتجاهه شيئا فشيئا نحو عصره مختلف القطاعات بما فيها القطاع المصرفي¹. ولقد تسارعت وتيرة الاعتماد على المعلوماتية في شتى المجالات حتى باتت ضرورة لا يمكن الاستغناء عنها وأصبحت مقياسا لتطور الدول، والجزائر ليست بمنأى عن هذا التحول المعلوماتي، الذي جمع في طياته مصالح جديدة غير تلك التي يحميها قانون العقوبات، فبدأت الحاجة الشديدة لوضع نصوص جديدة. ولقد جاء في عرض أسباب هذا التعديل لقانون العقوبات أن التقدم التكنولوجي وانتشار وسائل الاتصال الحديثة أدى إلى بروز أشكال جديدة للإجرام²، الأمر الذي دفع بالمشرع الجزائري إلى ضرورة توفير حماية جزائية للأنظمة المعلوماتية وأساليب المعالجة الآلية للمعطيات وكان الأمر رقم 05/03 المتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة، أول قانون أشار إلى الحماية القانونية للجريمة الإلكترونية، من خلال نصه في المادة الرابعة منه على الخدمات المحمية، حيث أشار إلى برامج الحاسوب ضمن نطاق الملكية الفكرية المحمية، والتي يعاقب على التعدي عليها من طرف الغير دون رخصة من مالكيها الأصليين.

ثم صدر القانون رقم 15/04 المعدل والمتمم بالأمر رقم 156/66، والمتضمن قانون العقوبات فتضمن قسما كاملا (القسم السابع مكرر) تحت عنوان المساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات، في المواد من 394 مكرر إلى 394 مكرر 7.

بالرجوع لأحكام مختلف هذه المواد، فإنه تشكل جريمة الدفع الإلكتروني كل من:

- يدخل أو يبقى أو يحاول عن طريق الغش في كل أو جزء من منظومة للمعالجة الآلية للمعطيات.
- إذا ترتب على ذلك حذف أو تغيير لمعطيات المنظومة.

¹ بوعزة هداية، الدفع الإلكتروني في القانون الجزائري، مجلة الدراسات القانونية، العدد 2، مجلد 6، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران 2، ديسمبر 2020، ص 195.

² يوسف ولقيد، النظام القانوني للدفع الإلكتروني، مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون، قسم القانون العام، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011، ص 179.

- تخريب نظام اشتغال المنظومة.
- إدخال بطريق الغش معطيات في نظام المعالجة الآلية أو إزالة أو تعديل عن طريق الغش المعطيات التي يتضمنها.
- القيام عمدا أو عن طريق الغش بتصميم أو بحث أو تجميع أو توفير أو نشر أو الاتجار في معطيات مخزنة، أو معالجة أو مراسلة عن طريق منظومة معلوماتية يمكن أن ترتكب بها الجرائم السالفة الذكر.
- حيازة أو إفشاء أو نشر أو استعمال لأي غرض كان المعطيات المتحصل عليها من إحدى الجرائم سالفة الذكر.
- هذا وتضاعف العقوبات إذا استهدفت الجريمة الدفاع الوطني أو الهيئات والمؤسسات الخاضعة للقانون العام.
- كما اعترف المشرع الجزائري بمعاقة الشخص المعنوي الذي يرتكب إحدى الجرائم السالفة الذكر بغرامة مالية تعادل 05 مرات الحد الأقصى للغرامة المقررة للشخص الطبيعي.
- هذا وقد أضاف المشرع عقوبة المصادرة للأجهزة والبرامج والوسائل المستخدمة مع إغلاق المواقع التي تكون معجل للجريمة، بالإضافة إلى إغلاق المحل أو مكان الاستغلال إذا كانت الجريمة قد ارتكبت بعلم مالكها.
- ولا يعاقب المشرع الجزائري على الجريمة التامة فقط وإنما حتى على الشروع فيها.
- كما كانت مواجهة الجريمة الإلكترونية إحدى مواد اتفاق الشراكة بين الجزائر والاتحاد الأوروبي في أبريل 2002 حسب المادة 86 منه.
- كما نجد في المنظومة القانونية الجزائرية حماية أخرى لوسائل الدفع الالكتروني، من خلال قانون النقد والقرض الذي تصدر عنه أنظمة داخلية لبنك الجزائر، من أبرزها النظام رقم 07/05 المتعلق بأمن أنظمة الوفاء، حيث تقوم فكرة أمن أنظمة الدفع على ضمان البنية التحتية للنظام ووسائل الدفع المختلفة، ويتعلق الأمر بالبنية التحتية والمكونات المركزية للإنتاج مع التجهيزات التقنية أو البرامج الموضوعة تحت تصرف المشتركين المعتمدين ومدى نجاعة العملية للبنية التحتية.
- كما قامت سلطة التنظيم التابعة للبريد والمواصلات بإعداد مشروع قانون حول الشهادة الالكترونية وذلك لضمان حماية فعالة للعمليات الالكترونية وتأمين المعاملات عبر شبكة المواصلات، ولقد تم تنظيم لأجل تحقيق ذلك مناقصة وطنية ودولية سنة 2009، لأجل إيجاد شركة مختصة في مجال الشهادات الالكترونية، التي تتولى وضع الآليات والميكانيزمات الضرورية لإنشاء ومتابعة استعمال هذه الشهادات أثناء تبادل المعلومات عبر الانترنت.
- غير انه لم يتم إلى يومنا هذا المنح النهائي للصفقة وذلك نظرا لحساسيته ورغبة السلطات المحلية في فرض رقابة صارمة وفعالة على هذا المشروع.

كما تم إصدار القانون رقم 09 / 04 المتعلق بالقواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال ومكافحتها، والذي حصر هذه الجرائم في:

تلك الماسة بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات المحددة في قانون العقوبات وأي جريمة أخرى ترتكب أو يسهل ارتكابها عن طريق منظومة معلوماتية أو نظام للاتصالات كما انشأ هذا القانون هيئة وطنية للرقابة من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها، وخولها صلاحية تنشيط وتنسيق عمليات الوقاية من هذه الجرائم، ومساعدة السلطات القضائية ومصالح الشرطة القضائية في التحريات التي تجريها في مختلف الجرائم ذات الصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال، بالإضافة إلى تبادل المعلومات مع نظيراتها في الخارج بهدف جمع كل المعطيات اللازمة للتعرف على مرتكبي هذه الجرائم وتحديد مكان تواجدهم¹.

المبحث الثاني: تقديم عام حول بنك الفلاحة والتنمية الريفية

قبل التطرق إلى أنظمة ووسائل الدفع الإلكتروني في المؤسسة المختارة قمنا باختيارها للتعرف عليها أولاً، وعليه قمنا بتقسيم هذا المبحث إلى ثلاث مطالب، المطلب الأول تناول نشأة وهيكل بنك الفلاحة والتنمية الريفية، أما المطلب الثاني يتناول أهداف ومهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية، والمطلب الثالث يحتوي على مكانة بنك الفلاحة والتنمية الريفية في المحيط المصرفي الجزائري.

المطلب الأول: نشأة وهيكل بنك الفلاحة والتنمية الريفية

شهد النظام البنكي الجزائري عدة تطورات عبر العديد من المراحل نتج عنها بنك الفلاحة والتنمية الريفية، ومع مرور الوقت وتطور الاقتصاد أصبح بمثابة العنصر الفعال في المنظومة البنكية الجزائرية ككل، ومن خلال هذا المطلب سيتم التطرق إلى نشأة بنك بدر وهيكله التنظيمي.

الفرع الأول: نشأة بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

بنك الفلاحة والتنمية الريفية هو بنك عمومي، إذ يعتبر وسيلة من وسائل سياسة الحكومة الرامية إلى المشاركة في تنمية القطاع لفلاحي وترقية العالم الريفي، تم تأسيسه في 13 مارس 1982 بمقتضى المرسوم 206/82 تبعا لإعادة هيكلة البنك الوطني الجزائري، حيث ارتبط تأسيسه بتمويل هياكل ونشاطات الإنتاج الزراعي والحرف التقليدية في الأرياف وكل المهن الحرة والمنشآت الخاصة المتواجدة في الأرياف وبالتالي فإنه في بداية نشأته كان بنك متخصص مهمته تمويل القطاع لفلاحي والأنشطة المختلفة في الري، وذلك بغرض تطوير الإنتاج

¹ بالحارث ليندة، والي نادية، مداخلة الحماية القانونية لوسائل الدفع الإلكتروني، الملتقى الوطني الثامن حول: آلية تفعيل وسائل الدفع الحديثة في النظام المالي والمصرفي الجزائري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البويرة، يومي 13-14 مارس 2017، ص ص 4-7.

الغذائي على الصعيد الوطني، وهو أيضا بنك تجاري حيث يمكنه جمع الودائع من أي شخص مادي أو معنوي ويقترض الأموال بآجال مختلفة، تستهدف تكوين أو تحديد رأس المال الثابت وهو يعطي امتياز للمهن الفلاحية الريفية بمنحها قروضا بشروط سهلة وسعر فائدة أقل.

وقدر رأس مال البنك عند التأسيس ب 1 مليار دينار جزائري وفي إطار الإصلاحات الاقتصادية تحول البنك بعد عام 1988 إلى شركة مساهمة ذات رأس مال قدره 22 مليار دينار جزائري، مقسم إلى 2200 سهم بقيمة 1000000 دينار جزائري للسهم الواحد، لكن بعد صدور قانون النقد والقرض في 14/04/1990 والذي منح استقلالية أكبر للبنوك من خلال نظام التخصص، أصبح بنك الفلاحة والتنمية الريفية كغيره من البنوك يباشر جميع الوظائف التي تقوم بها البنوك التجارية والمتمثلة في منح التسهيلات الائتمانية، وتشجيع عملية الادخار والمساهمة في التنمية، حيث وصل رأسماله سنة 1999 إلى 33 مليار دينار جزائري، ولتحقيق أهدافه والاستعداد للمرحلة الراهنة وضع البنك استراتيجية شاملة من خلال التغطية الجغرافية لكامل التراب الوطني بما يقارب 310 فرعاً و 39 مديرية جهوية، من بينها المديرية الفرعية لولاية قلمة التي هي محل تربصنا والتي تضم ولايتي قلمة وسوق أهراس، كما تضم 9 وكالات هي:

1. وكالة قلمة: تضم أربعة وكالات: وكالة قلمة 821، وكالة واد الزناتي 819، وكالة عين مخلوف 816، وكالة بوشقوف 820.

2. وكالة سوق أهراس: تضم خمسة وكالات: وكالة سدراته 818، وكالة تاورة 825، وكالة مداوروش 824 ووكالة سوق أهراس 817، وكالة سوق أهراس¹ 822.

الفرع الثاني: الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية

يخضع بنك الفلاحة والتنمية الريفية للنظامين المركزي واللامركزي، فالأول تمثله المديرية المركزية الموجودة تحت إدارة الرئيس مدير عام، بمساعدة مديرين مركزيين بالإضافة إلى أقسام تضم كل منها عدة مديريات تحت سلطة رئيس القسم، ومهمتها الإشراف على مختلف العمليات البنكية.

أما اللامركزية فتتمثل في فروع البنك الممتدة عبر التراب الوطني، تقوم بالإشراف والعمل على التسيير الحسن عبر النطاق المحدد لها، أما الوكالات فهي الخلية القاعدية لنشاطات البنك، وهذا التوزيع الشامل لفروع

¹ وثائق مقدمة من البنك.

التنمية الريفية عبر مختلف مناطق الوطن، الغرض منه هو تحقيق تنمية شاملة، أيضا تقديم خدمات مختلفة من إقراض وغيرها لجميع المواطنين¹.

المطلب الثاني: أهداف ومهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية

الفرع الأول: أهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية

من بين أهم الأهداف المسطرة من طرف إدارة البنك نذكر ما يلي²:

- توسيع نشاط البنك وتنويع مجالات تدخله كمؤسسة مصرفية شاملة.
- جذب أكبر قدر ممكن من الزبائن والعمل على تحسين العلاقات معهم.
- تحسين جودة الخدمات المقدمة.
- تطوير العمل المصرفي بغرض تحقيق مردودية أكبر.
- الحصول على أكبر حصة في السوق.
- إشراك الزراعة وتنمية حصتها في مجال الإنتاج الوطني.
- توسيع الأراضي الفلاحية وتحسين الخدمات.
- تحسين العلاقات مع الزبائن.

- فتح المزيد من الوكالات على المستوى الوطني، سعيا لكسب مكانة إستراتيجية ضمن الجهاز المصرفي الجزائري.

الفرع الثاني: مهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية

يسعى بنك الفلاحة والتنمية الريفية إلى تحقيق أهدافه وذلك من خلال القيام بالعديد من المهام، وفقا للقوانين والقواعد المعمول بها في المجال البنكي ويمكن إجمال هذه المهام في ما يلي³:

- فتح الحسابات لكل شخص طالب لها إلى جانب قبول الودائع.
- القيام بجميع العمليات المصرفية سواء تعلق الأمر بالقروض، الصرف، الصندوق وغيرها طبقا للتشريعات المعمول بها.

- محاولة تطوير الخدمات المصرفية القائمة بالإضافة إلى استخدام خدمات مصرفية جديدة.

¹ على الموقع <https://badrbanque.dz>، تاريخ الاطلاع 2021/07/08.

² مقابلة مع رئيس مصلحة العتاد وممتلكات المؤسسة، يوم 16/03/2021، على الساعة 11:30.

³ المرجع نفسه.

- المشاركة في تجميع الادخارات.
- تمويل عمليات التجارة الخارجية.
- توسيع شبكة معاملاته النقدية باستحداث بطاقة القرض.
- تقسيم السوق المصرفي والتقرب أكثر من أصحاب المهن الحرة والتجار، وأصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- تنمية موارد واستخدامات البنك من خلال ترقية عمليتي الادخار والاستثمار.
- الاستفادة من التطورات العالمية في مجال النشاط المصرفي.
- التنفيذ تطبيقا للقوانين والتنظيمات سارية المفعول بما لكل عمليات البنك، ومنح القروض والاعتمادات تحت كل أشكالها.
- المساهمة في تطبيق سياسة الحكومة والتي تتمثل في التنمية لجميع القطاع الفلاحي والترقية للنشاطات الفلاحية الحرفية والزراعية الصناعية.

- احترام القواعد المطبقة على الهياكل والنشاطات في شأن تسيير النظام المالي والمحاسبي.

- تلقي الودائع الفورية والأجلة سواء من الأشخاص الطبيعيين أو المعنويين.

المطلب الثالث: مكانة بنك الفلاحة والتنمية الريفية في النظام المصرفي الجزائري

يحتل بنك الفلاحة والتنمية الريفية موقعا متميزا ضمن الهيكل المصرفي الجزائري، فهو يعتبر كأكبر بنك

تجاري في البلد نظرا لما يشهده من تحولات هيكلية وعملية هامة منذ نشأته والتي يمكن إيجازها فيما يلي¹:

- يمتاز بكثافة شبكته وأهمية تشكيلاته البشرية حيث صنف من طرف مجلة قاموس البنوك سنة 2001

في المركز الأول في ترتيب البنوك الجزائرية وهو بنك يحتل مركز 668 في الترتيب العالمي من بين 4100

بنك مصنف، كما صنف سنة 2002 في المراتب 10 الأوائل للبنوك الإفريقية.

- يعمل في كافة القطاعات الاقتصادية، كما يمول كافة المؤسسات على اختلاف نشاطها وطبيعتها

القانونية.

- استعمال الإعلام الآلي في جميع عمليات التجارة الخارجية.

- تمثل التجارة الخارجية 30 بالمائة من حجم معاملاته.

- القيام بالعمليات البنكية في الوقت الحقيقي وعن بعد télétransmission.

¹ على الموقع <https://badrbanque.dz>، تاريخ الاطلاع 2021/07/08.

-تعميم استعمال الإعلام الآلي على كل الشبكة بفضل برمجيات خاصة ملك للبنك مصمم من طرف مهندسي المؤسسة.

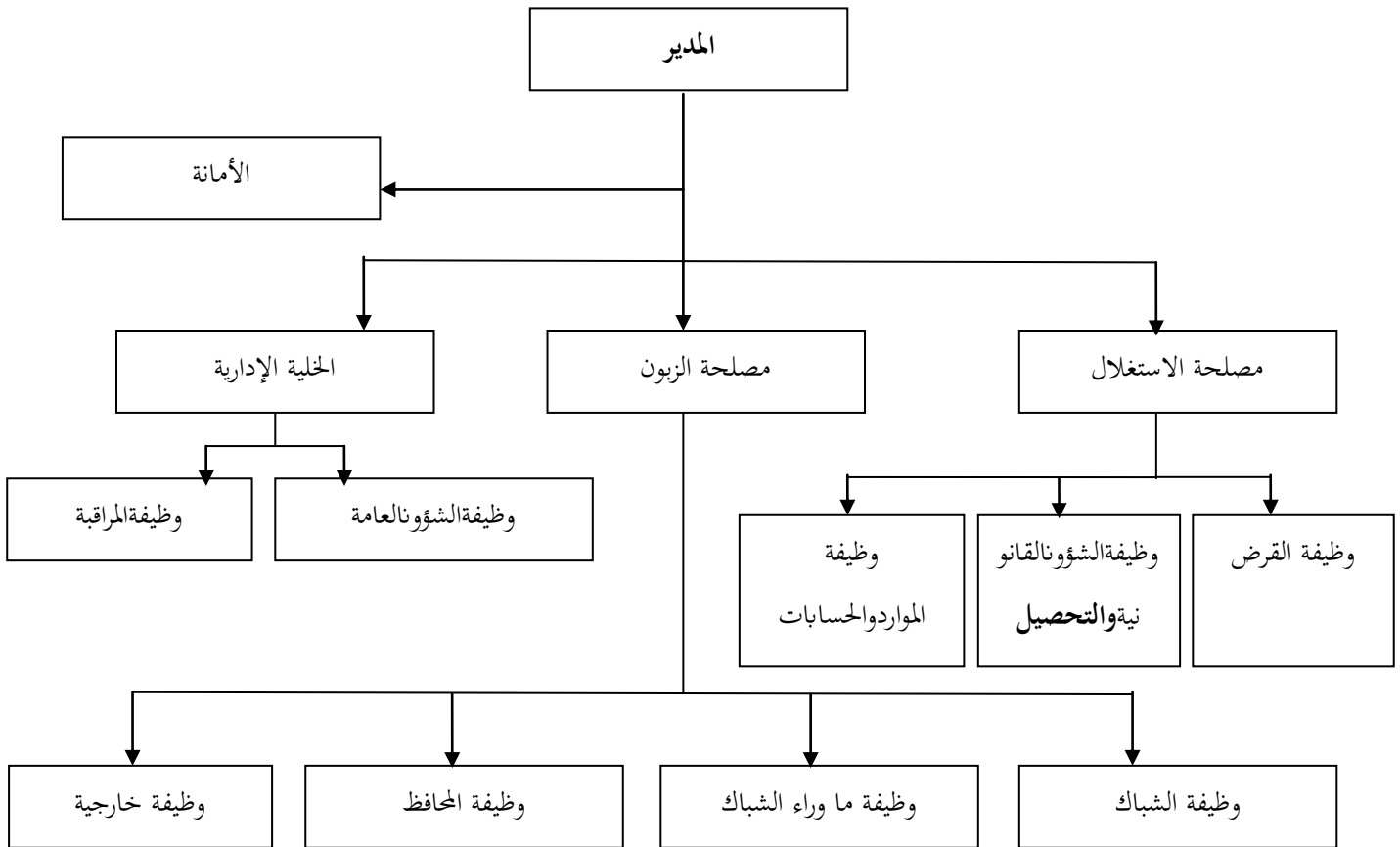
المبحث الثالث: واقع وسائل الدفع الالكتروني في بنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة قالمة-

تدعيما لدراستنا ومن أجل معرفة واقع وسائل الدفع الإلكترونية في البنوك الجزائرية قمنا بدراسة ميدانية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة-، وحسب هذه الدراسة سوف يتم تقسيم هذا المبحث إلى أربعة مطالب حيث يتضمن المطلب الأول الهيكل التنظيمي للوكالة محل التبرص أما المطلب الثاني تناولنا فيه الأجهزة ووسائل الدفع الإلكترونية المتواجدة لدى وكالة بدر والمطلب الثالث تم فيه عرض إحصائيات حول عدد البطاقات المطلوبة في الوكالة، بينما تناولنا في المطلب الرابع الصعوبات والتحديات التي تواجه هذه الأخيرة في تطبيق وسائل الدفع الالكترونية.

المطلب الأول: الهيكل التنظيمي لوكالة بدر قالمة

يمكن تلخيص الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -قالمة- في المخطط الآتي:

الشكل رقم(5):الهيكل التنظيمي للوكالة (قالمة)



المصدر: بناء على وثائق مقدمة من بنك الفلاحة والتنمية الريفية (قالمة).

المطلب الثاني: الأجهزة ووسائل الدفع الإلكترونية المتواجدة على مستوى بنك بدر-وكالة قالمة-

الفرع الأول: أجهزة الدفع الإلكترونية المتواجدة لدى بنك بدر-وكالة قالمة-

تمثل الأجهزة الإلكترونية المتواجدة على مستوى بنك بدر-وكالة قالمة¹ في:

أولاً: الشباك الأوتوماتيكي للأوراق (DAB)²: هو جهاز أوتوماتيكي يسمح للمستهلك بسحب مبلغ من المال

دون اللجوء إلى الفرع وذلك لربح الوقت، فهو جهاز متصل بشبكة تستخدم عن طريق البطاقات الإلكترونية

بالإضافة إلى مهمة سحب الأموال، وتسمح بالقيام بالعديد من العمليات مثل قبول الودائع، طلب صك،

عمليات التحويل من حساب إلى آخر... الخ، هذا الشباك كان متوفر بينك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة قالمة-

إلا أنه تعرض لعطب سنة 2007 هذا ما دفع بالوكالة إلى التخلي عن خدماته إلى يومنا هذا.

ثانياً: الموزع الآلي للأوراق (GAB)³: هو آلة أوتوماتيكية تستخدم عن طريق بطاقة إلكترونية تسمح للمستهلك

بسحب مبلغ من المال دون اللجوء إلى الفرع، ومنه فالمهنة الرئيسية للموزع الآلي للأوراق هي تقديم الخدمة الأكثر

ضرورية للمستهلك والتي تسمح له بربح الوقت، وقد بدأ استخدامه على مستوى بنك بدر بقالمة سنة 2006،

يعمل هذا الجهاز يومياً 24/24 ساعة ونسبة الخطأ فيه 0%.

ثالثاً: نهائي نقطة البيع الإلكترونية (TPE)⁴: بدأ استخدام هذا الجهاز في بنك بدر-وكالة قالمة- سنة

2014، وهو عبارة عن جهاز يوضع في المحلات حيث يسمح للعميل بتسوية عملياته التجارية بالبطاقات أثناء

التسديد، فإذا كان الزبون يحمل بطاقة ائتمان فيمكنه موظف نقطة البيع أن يمرر البطاقة على القارئ الإلكتروني

الخاص ببطاقات الائتمان، والموصول مباشرة بالحاسوب المركزي للبنك المعني والذي بدوره يقوم بالتأكد من كفاية

الرصيد الخاص بالزبون بعد أن يدخل الزبون رمزاً أو رقماً سرياً خاصاً به على جهاز TPE، يقوم الحاسوب المركزي

بعد ذلك بإضافة القيمة لرصيد حساب المتجر يعيد بعدها التاجر للعميل بطاقته ووصله، وكل هذه العملية تتم في

جزء من الثانية

الفرع الثاني: وسائل الدفع الإلكترونية المتواجدة لدى بنك بدر وكالة قالمة-

²مقابلة مع المكلف بالزبائن - وكالة قالمة-، يوم 2021/06/26 على الساعة 14:42.

³ أنظر الملحق رقم 01.

⁴ أنظر الملحق رقم 02.

أولاً: البطاقات البنكية المتواجدة ببنك الفلاحة والتنمية الريفية بوكالة قالمة

بدأ استخدام البطاقات البنكية في بنك بدر_وكالة قالمة_ سنة 2006 حيث أتاح البنك لعملائه أربعة أنواع غير أن هذه البطاقات كان يتم التعامل بها في الشبايبك الآلية للوكالة فقط، إلا أنه في سنة 2014 تم إدخال تعديلات لهذه البطاقات ليصبح التعامل بها في الشبايبك الآلية لبنك بدر وما بين البنوك وتتمثل هذه البطاقات في:

1-البطاقة البنكية (CIB) الكلاسيكية¹: هي بطاقة سحب ودفع وطنية خاصة صالحة للاستعمال فقط في الجزائر تمكن حاملها القيام بعمليات السحب من جهاز الشباك الآلي النقدي من خلال إدخال الرقم السري في أي وقت 7/7 أيام و 24/24 ساعة بما في ذلك أيام العطل الرسمية للوكالة، إذ توفر الوقت، تمكن صاحبها من دفع قيم مشترياته من المحلات المزودة بأجهزة الدفع الآلي وفق سقف ائتماني لا يتجاوز 50.000دج، وهي بطاقة زرقاء اللون تحتوي على معلومات عديدة منها: شعار مؤسسة الإصدار وصاحب البطاقة، شعار البنك، تاريخ نهاية الصالحة، اسم ولقب الزبون، الشريحة التي تمثل العنصر الرئيسي لحماية النظام، رقم البطاقة حيث تحتوي على "16" رقم، لوحة الإمضاء، عنوان مؤسسة الإصدار، رقم الشفرة البصرية حيث الأرقام الثلاثة الأخيرة الظاهرة على ظهر البطاقة هي عنصر إضافي لتأمين الدفع عن بعد، الشريط المغناطيسي على الترتيب.

أ-مزايا بطاقة CIB الكلاسيكية

تحقق هذه البطاقة مزايا متعددة نذكر منها²:

- دفع عن بعد مستحقات السلع والخدمات المقتنية عبر المواقع التجارية لشبكة CIB.
- يضمن الدفع بواسطة بطاقة CIB، المزيد من الأمان والخصوصية (الشريحة تعزز الأمن).
- اقتصاد الوقت وسهولة الاستخدام على جميع شبكات CIB وتكون صالحة لمدة محدودة.
- تسمح بالدفع والسحب "07" أيام على "07" أيام و "24"/ "24" سا
- تغني حاملها عن عناء التنقل بالنقود.
- تسمح بالسحب النقدي.

¹أنظر الملحق رقم 03.

²وثائق مقدمة من البنك.

2- البطاقة البنكية (CIB GOLDE)¹: تعرض هذه البطاقة على العملاء وفقا لمعايير محددة كأصحاب الدخل المرتفع والتجار ورجال الأعمال، حيث تتيح هذه البطاقة لحاملها عملية السحب والدفع النقدي ويقدر أعلى سقف السحب 20.0000 دج وفق اشتراك سنوي يقدر ب 1200 دج.

أ-مزايا البطاقة البنكية(CIB GOLDE)

إن البطاقات الذهبية توفر لحاملها مجموعة من المزايا التي تم تصميمها لتناسب مع احتياجات العميل وأسلوب حياته والمتمثلة في²:

- يتم إصدار البطاقة مجانا للسنة الأولى.
- التأمين على الحياة والعجز الكلي.
- قبول محلي وعالمي للبطاقة.
- البطاقة مزودة بشريحة ذكية مما يوفر عنصر الأمان.
- إجراء مختلف عمليات السحب ودفع الأموال على حساباتهم البريدية عبر الإنترنت.
- تسديد الفواتير الاستهلاكية الخاصة بالكهرباء والغاز والماء.
- خدمة دفع الوقود بعد تحميل تطبيق نפטال.

3- البطاقة البنكية (CBR)³: هي بطاقة وطنية خاصة صالحة فقط بالسحب داخل الجزائر تمنح للعملاء الخاصين بعد التأكد من سمعتهم وموثوقيتهم في الدفع، تمكن لحاملها القيام بعمليات السحب النقدي من جهاز الشباك الآلي النقدي من خلال إدخال الرقم السري في أي وقت 7/7 أيام و 24/24 ساعة بما في ذلك أيام العطل الرسمية للوكالة، كما تمكنه من عمل دفتر شيكات، مدة صلاحية البطاقة سنتين من تاريخ تقديم البطاقة، قابلة للتجديد تلقائيا.

❖ - **كيفية الحصول على البطاقة البنكية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية: للحصول على إحدى**

البطاقات السابقة يتقدم العميل إلى البنك مرفقا بالوثائق المطلوبة التالية⁴:

صورتين شمسيتين، شهادة ميلاد، بطاقة إقامة، صورة طبق الأصل عن بطاقة التعريف الوطنية، صورة طبق الأصل عن كشف الراتب الشهري للموظفين، صورة طبق الأصل عن دفتر التجارة مصادق عليه من غرفة التجارة

¹ أنظر الملحق رقم 04.

² وثائق مقدمة من البنك.

³ أنظر الملحق رقم 05.

⁴ مقابلة مع مكلف بالدفع الالكتروني _وكالة قالمة_، يوم 2021/06/14، على الساعة 10:00.

بالنسبة للخوادم الحرفيين والتجار، بالإضافة إلى أنه يجب أن يكون للعميل حساب جاري أو بنكي لدى البنك ويكون رصيد العميل لا يقل عن 50.000 دج بالإضافة إلى الاستمارة المقدمة من قبل الوكالة، وبعد شهر يستلم العميل بطاقته من البنك مرفقة بظرف يحتوي على رقمها السري الذي لا يعلمه غير صاحبها، ويدفع 20 دج مقابل البطاقة.

4- بطاقة بدر توفير (BADR TAWFI)¹: هي بطاقة سحب وتحويل للأموال وطنية خاصة صالحة للاستعمال فقط في الجزائر موجهة لزبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية العاملين في القطاع الزراعي الراغبين في التوفير والذين يجب أن يتوفر لديهم دفتر التوفير²، المتوفر على مستوى كامل شبكة بنك الفلاحة والتنمية الريفية حيث تمكن حاملها من القيام بعمليات السحب من الشبايك الآلية لشبكة الخدمات المصرفية الإلكترونية لبنك بدر وما بين البنوك، والتحويل من حسابه البنكي نحو حسابه التوفير عبر الشبايك الآلية بدر، مدة صلاحية البطاقة سنتين من تاريخ تقديم البطاقة قابلة للتجديد تلقائياً.

أ- مزايا بطاقة التوفير:

يمكن حصرها فيما يلي³:

- سهولة الاستعمال ومفيدة.

- تتميز بوضوح العروض والمصادقية في الخصومات.

- تمنح هذه البطاقة خصم فوري دون طلب مسبق.

- تسمح للعميل بسحب وتحويل الأموال من رصيده إلى الدفتر من خلال الموزع الآلي.

ملاحظة: تتغير قيمة العمولة التي يحتسبها البنك نظير قيامه بعمليات الدفع، والسحب، والتحويل من عملية

لأخرى وذلك حسب قيمة مبلغ العملية، وحسب دخل العميل حيث يقدر الحد الأدنى للعمولة ب 11 دج.

5- بطاقة الماستر كارد MASTER CARD: أطلق بنك الفلاحة والتنمية الريفية مؤخراً بطاقة الماستر كاد وهي

بطاقة بنكية دولية أونلاين وإجراء مختلف التعاملات البنكية وكذلك السحب من الموزعات التي تحمل شعار الماستر

كارد كما تستخدم في استقبال وتحويل الأموال بالعملة الصعبة أو حتى المعاملات المحلية والشراء والتسوق عبر

الإنترنت⁴.

¹ أنظر الملحق رقم 06.

² انظر الملحق رقم 07.

³ مقابلة مع رئيس مصلحة وسائل الدفع الحديثة والمقاصة، يوم 14-06-2021، على الساعة 14:00.

⁴ وثائق مقدمة من البنك

أنواع بطاقة الماستر كارد

هناك نوعان من بطاقة ماستر كارد هما:

أ- ماستر كارد كلاسيك **MastercardClassique**¹: هي بطاقة الماستر كارد العادية صالحة للسحب والدفع أونلاين، ولها ميزات وشروط خاصة بها، وتمثل شروط الحصول على بطاقة ماستر كارد الكلاسيكية من بنك الفلاحة والتنمية الريفية فيما يلي:

- يجب أن يتوفر في حساب طالبها مبلغ 100 أورو على الأقل.
- فتح حساب بالدينار وآخر بالأورو.
- إيداع 100 يورو على الأقل في حساب اليورو بالإضافة إلى مبلغ الدينار.
- يتم السحب بها مبلغ بقيمة 800 أورو في الأسبوع كحد أقصى.
- يتم الدفع بها مبلغ بقيمة 2500 أورو.

ب- ماستر كارد تيتانيوم **MASTER CARD TITANIM**²: وهي بطاقة الماستر كارد ذات العروض أفضل من الكلاسيكية ولها شروط وميزات خاصة بها، وتمثل شروط الحصول على بطاقة ماستر كارد تيتانيوم من بنك BADR فيما يلي:

- فتح حساب بالدينار وآخر باليورو.
- إيداع 200 يورو على الأقل في حساب اليورو بالإضافة إلى مبلغ الدينار.
- يتم السحب بها مبلغ بقيمة 1000 أورو في الأسبوع كحد أقصى.
- يتم الدفع بها مبلغ بقيمة 5000 أورو.

مميزات بطاقة ماستر كارد من بنك بدر

- تتميز بطاقة الماستر كارد في³:
- سحب 800 أورو في الأسبوع.
- الدفع أو الشراء أونلاين بمبلغ 2500 أورو في الأسبوع.
- السحب من الموزعات النقدية التي تحمل شعار ماستر كارد.

¹ أنظر الملحق رقم 08.

² أنظر الملحق رقم 09.

³ مقابلة مع رئيس مصلحة وسائل الدفع الحديثة و المقاصة، يوم 2021/06/14، على الساعة 14:00.

ثانيا: الموقع الإلكتروني الخاص ببنك الفلاحة والتنمية الريفية_وكالة قالمة¹: يمكن هذا الموقع العملاء من اقتناء السلع التي يرغبون بها وذلك كالاتي: يتصفح العميل الموقع التجاري ويختار السلعة التي يريد شرائها يضغط على شعار CIB للشروع في الدفع، ثم يقوم بإدخال معطيات البطاقة ورقمه السري الخاص بالدفع عبر الانترنت، في نهاية العملية يقوم باختيار طريقة الحصول على وصل الدفع.

المطلب الثالث: البطاقات البنكية المطلوبة على مستوى بنك بدر-وكالة قالمة-

قمنا في الدراسة التطبيقية في بنك بدر-وكالة قالمة- بجمع إحصائيات حول عدد البطاقات المطلوبة في

بنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة قالمة- قصد معرفة ثقافة المستخدمين في الجزائر

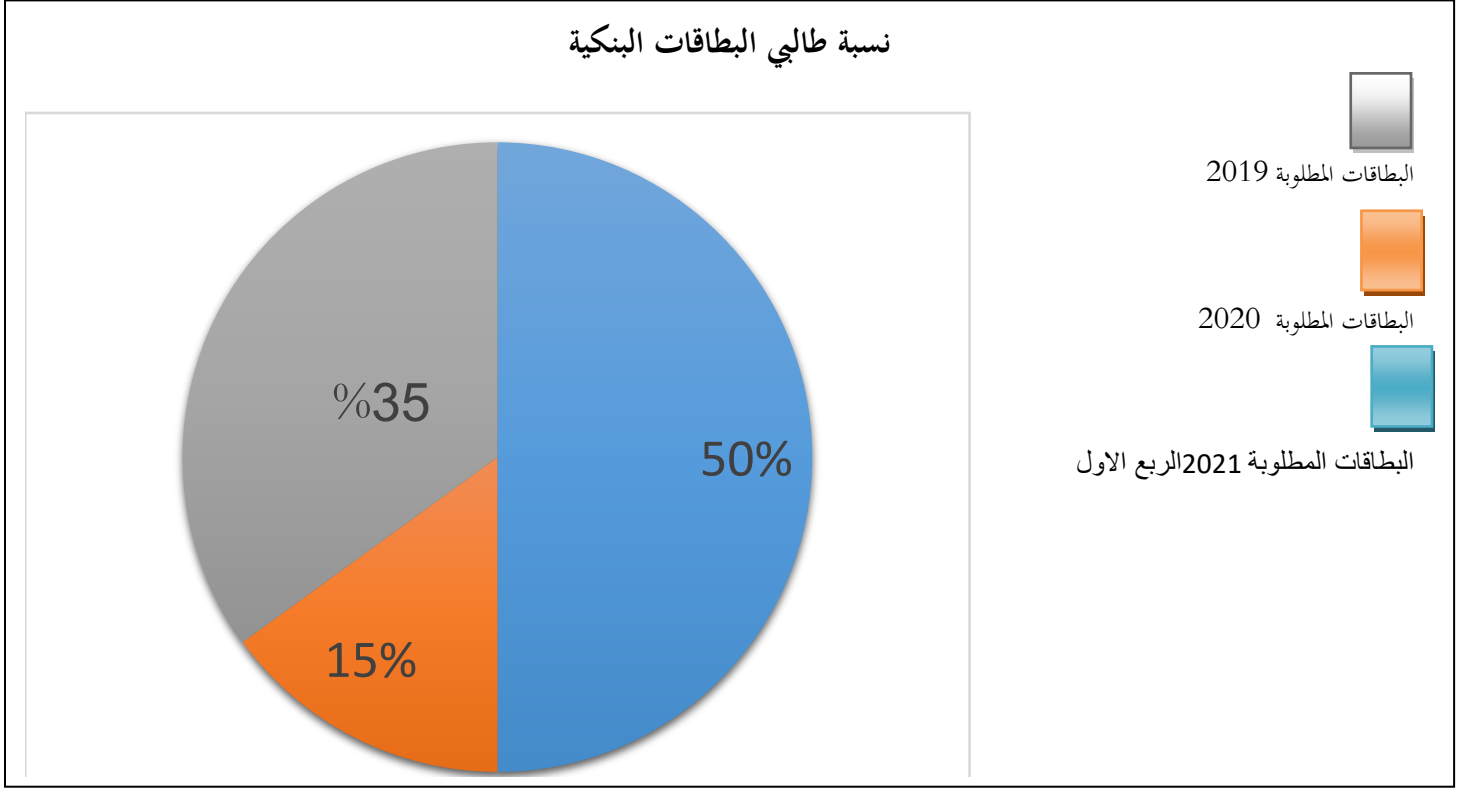
الجدول رقم 05: عدد البطاقات المطلوبة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة قالمة-

السنوات	CACG	TAWF	CBRI	CIBG	CIBC	CACL	MCDC	MCDT	المجموع
2019	2	8	127	1	20	/	/	/	158
2020	/	4	3	1	11	1	/	/	20
2021	/	86	11	192	81	/	4	3	377

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على وثائق مقدمة من البنك

¹ انظر الى الملحق رقم 10.

الشكل رقم (06): التمثيل النسبي لطالبي البطاقات البنكية في سنة 2019-2021



المصدر: من اعداد الطلبة

نلاحظ من خلال الشكل أعلاه أن نسبة البطاقات المطلوبة في سنة 2019م قدرت بـ 35% لتتخف في السنة الموالية إلى 15% مرتفعة بوتيرة سريعة سنة 2021م مسجلة بذلك 50% وهذه الزيادة الكبيرة يمكن تفسيرها بالوضع الصحي الذي سده العالم حيث سرع فيروس كورونا خطة الرقمنة في الجزائر نظرا للقواعد الصحية التي فرضتها الدولة مما دفع العديد من المواطنين إلى الدفع الإلكتروني وإجراء المعاملات المالية عبر الإنترنت وغيرها من المعاملات الرقمية لتلبية العديد من الخدمات.

المطلب الرابع: التحديات والصعوبات التي يواجهها بنك الفلاحة والتنمية الريفية في تطبيق وسائل الدفع الإلكترونية

هناك العديد من المشاكل والصعوبات التي يواجهها بنك الفلاحة والتنمية الريفية والتي يمكن إدراجها كالآتي¹:

¹ مقابلة مع رئيس مصلحة العتاد وممتلكات المؤسسة-وكالة قالة-، يوم 20/06/2021، على الساعة 14:30.

- عدم ثقة العميل بوسائل الدفع الحديثة كالبطاقة الائتمانية، فما زالت المفاهيم التقليدية مرسخة حيث تعتبر النقود الورقية هي وسيلة الدفع الرئيسية والأكثر أمانا بالنسبة له.
- لا يستعمل أغلبية الفلاحين البطاقات البنكية بسبب نسيانهم للرقم السري، وخوفهم من عدم توفر النقود على مستوى الموزعات ولهذا اكتفوا باستعمال الطرق التقليدية لسحب الأموال.
- نقص الوعي المصرفي لدى المتعاملين، أي عدم وجود اهتمام كبير من طرف المتعاملين ببطاقة السحب ما بين البنوك وهذا ما يدل على عدم وجود وعي مصرفي في هذا المجال، خاصة أن معظم زبائن البنك هم من الفلاحين الذين ليس لهم مستوى ثقافي وبعضهم أمي، وبالتالي لا يعرفون كيف يتعاملون بهذه البطاقات.
- ضعف التسويق البنكي في مجال البطاقات البنكية، إذ أن أغلب عملاء البنك لا يعرفون مزايا استخدام البطاقة البنكية.
- ضعف التكوين القاعدي للأطر البشرية ذات الكفاءة على مستوى البنك، فبالرغم من توفر الكفاءات والموارد البشرية، إلا أنها تعاني من قلة مردوديتها وضعف فاعليتها وانعدام روح المبادرة والإبداع فيها.
- الخوف من مخاطر التعامل بهذه الوسائل منها خطر النصب والاحتيال، وقرصنة البيانات، وغسيل الأموال.
- ويرجع كذلك عدم إقبال الأفراد على التعامل المصرفي عبر الانترنت إلى نقص الإعلام والاتصال خاصة بالنسبة للفلاحين فهم يفضلون دائما التعامل الشخصي مع البنك.
- عدم وضوح البيئة القانونية والتشريعية المتعلقة بتنظيم الصيرفة الإلكترونية بالإضافة إلى تعدد المخاطر المترتبة عنها.
- ضعف شبكة الاتصالات، حيث انه إذا كانت هذه الشبكة فعالة ومتاحة في أي وقت هذا يشجع البنوك على القيام بخدماتها.
- عدم القدرة على خلق شبكة مصرفية تكون بمثابة حلقة وصل إلكترونية بين بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة قلمة- من جهة وبين الشركات والعملاء من جهة أخرى.
- ضعف البنية التحتية اللازمة للدفع الإلكتروني، مثلا عدم توفر العدد المناسب لأجهزة الموزع الآلي للنقود حيث أنه يوجد "9" أجهزة صراف آلي تابعين لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قلمة-، نجد جهاز صراف آلي واحد في كل من: قلمة، واد زنائي، بوشقوف، سدراته، عين مخلوف، تاورة، مداوروشواتنين بسوق أهراس.

خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل حاولنا معرفة واقع متطلبات نجاح وسائل الدفع الالكتروني في الجزائر، وواقع استعمالها بالوكالة البنكية لبنك الفلاحة و التنمية الريفية _ قلمة - ، وذلك بالقيام بدراسات إحصائية حيث توصلنا إلى أن المنظومة البنكية الجزائرية قد شهدت تطورات وإصلاحات مهمة في ظل الاقتصاد الرقمي، حيث حاولت أن تنظم إلى الدول الساعية لترقية العمل المصرفي، ومن خلال هذه الدراسة لاحظنا تحسن ملحوظ في السنة الحالية للدفع الالكتروني بسبب الوباء الصحي الذي شهده العالم والذي كشف العديد من العيوب في الممارسة الاقتصادية في البلاد، حيث ساهم ضعف الدفع الالكتروني من انتشار الطوابير الطويلة أمام المحلات التجارية والبنوك والبريد، فرغم الجهود المبذولة لم يرقى النظام المالي و المصرفي الجزائري لمستوى التحديات المطلوبة مواصلا السير بصورة تدريجية وبطيئة وذلك بسبب ضعف كل من البنية التحتية التقنية و ثقافة المجتمع الجزائري وصعوبة تقبله لوسائل الدفع الإلكترونية وتخوفه منها وكذلك ضعف البنية التشريعية حيث لاحظنا غياب قانون خاص بحماية البيانات والمعلومات الشخصية لحماية الأطراف المتعاملة عبر الانترنت، بالإضافة إلى عدم إلزام الهيئات العمومية التي تتعامل بوسائل الدفع الالكتروني في تعاملاتها المالية مع المواطن من دفع الضرائب و تسديد الفواتير، وهو ما ينجم عنه عدم ثقة المواطن والتهرب الضريبي وبالتالي عدم زيادة موارد ومداخيل الدولة.

كما توصلنا من خلال الدراسة الميدانية أن البنك محل الدراسة يتيح لعملائه إمكانية التعامل ببعض هذه الوسائل كالبطاقات البنكية والتسديد عن طريق موقعه الإلكتروني، غير أنه وعلى الرغم من الجهود التي يبذلها هذا البنك لتعميم استعمال وسائل الدفع الإلكتروني على شريحة واسعة من عملائه، إلا أن الواقع العملي يثبت أن استعمالها لا يزال محدودا جدا و يقتصر على فئة قليلة من العملاء، وذلك راجع إلى أن معظم زبائن هذا البنك فلاحين ذو مستوى علمي منخفض، بالإضافة إلى أن بقية العملاء يرفض التعامل بها إلا قليلا معطيا الأولوية للسيولة النقدية في تعاملاته.



الخاتمة

لقد غيرت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات جوانب كثيرة من حياة المجتمعات، وأوجدت عدة خدمات جديدة كأنظمة الدفع الإلكترونية التي بدورها قدمت آفاقا واسعة لكل من الأنظمة والمتعاملين بها، وكان هدفها دفع عجلة التنمية الاقتصادية وتقديم خدمات متنوعة ومتطورة ذات جودة عالية.

إذ يعتبر نظام الدفع لأي اقتصاد مؤشرا على مدى سيره وعمله، وهو ما جعل المصارف في مختلف دول العالم تدرك بأن تطوير العمل المصرفي والقفز به إلى اتجاهات معاصرة تتماشى مع الوسائل التكنولوجية المتطورة يتطلب السرعة في معالجة المعاملات والصفقات من حيث التنظيمات القانونية ودرجة الأمان العالية.

والجزائر ليست بمنأى عن هذه التطورات والمستجدات في المجال الاقتصادي، إذ عملت البنوك الجزائرية قبل كل شيء على تفعيل شبكة الإنترنت كونها من أهم عوامل نجاح البنوك والمؤسسات المالية كما سعت إلى إصلاح جهازها المصرفي وتحديث وتطوير أنظمة مدفوعاتها، غير أن الجهود المبذولة في هذا الشأن تسير بخطى بطيئة وه ما يفسر الفجوة التكنولوجية الكبيرة بين البنك الجزائرية مقارنة بالبنوك الغربية.

. ويبقى بنك الفلاحة والتنمية الريفية لوكالة _ قالملة _ مجرد عينة حاولنا من خلالها الإجابة على الإشكالية القائمة والمتعلقة بواقع متطلبات تفعيل وسائل الدفع الإلكتروني في الوكالة محل الدراسة، والتي استخلصنا منها عدة نتائج.

➤ اختبار الفرضيات:

بعد وضعنا لمجموعة من الفرضيات التي اعتمدنا عليها في الدراسة، أدت معالجة الموضوع إلى النتائج التالية:

- الفرضية الأولى صحيحة إذ أن وسائل الدفع الإلكترونية تسمح للبنك بالقيام بكم هائل من المعاملات في وقت قصير وبالنسبة للعميل توفر له الجهد والوقت أثناء القيام بعملياته كالسحب وغيرها وغير مكلفة له.
- الفرضية الثانية صحيحة حيث أن متطلبات تحديث نظام الدفع المصرفي تتمثل في البنية التقنية و العلمية و المادية، منها الحاسب الآلي و العناصر الأساسية لنظام المعلوماتي البيئية الرقمية، بالإضافة إلى وجود كوادر بشرية مدربة على التعامل بأنظمة الدفع الإلكترونية، مع ضرورة تأمين النظام المعلوماتي من أي تخريب أو تدمير أو سرقة.
- الفرضية الثالثة صحيحة فلا يمكن الاستغناء عن وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر نظرا لضعف شبكة الإنترنت وارتفاع تكاليفها، بالإضافة لعدم وجود ثقافة مصرفية لدى الجمهور وعدم كفاءة العاملين في هذا المجال وكذلك غياب القوانين اللازمة للحد من مخاطرها ولذلك يتم التعامل بوسائل الدفع التقليدية دون الحاجة للحد منها.

➤ النتائج العامة للدراسة:

- في ظل التطورات التكنولوجية التي يعرفها الاقتصاد العالمي لم تعد وسائل الدفع التقليدية ملائمة لهذه التطورات لا من حيث السرعة ولا من حيث الفعالية، فأصبح من الضروري إيجاد بدائل عنها وهذا ما أدى إلى ظهور وسائل الدفع الحديثة التي حظيت بقبول واسع وتمكنت من الانتشار السريع عبر كل أنحاء العالم.
- يعتبر نظام الدفع الإلكتروني من عوامل تطور البنوك والرفع من أدائها ومواكبة التحديات البنكية وجذب الزبائن والرفع من القدرة التنافسية وهو ما يؤثر إيجابيا على أدائها.
- حتى تؤدي وسائل الدفع الإلكترونية دورها بفاعلية فإنه يجب توفر كل من البيئة التقنية و البشرية و التشريعية.
- الجزائر كغيرها من دول العالم حاولت عصرت نظامها البنكي من خلال إدخال استعمال الوسائل التكنولوجية الحديثة في تعاملاتها، حيث حاولت بشتى الطرق أن تنضم إلى الدول الساعية لترقية العمل المصرفي داخل الاقتصاد واستطاعت بذلك إنشاء هيئات وشركات متخصصة في رقمته وتطوير النظام المصرفي.
- يعود تعثر الجزائر فيما يتعلق بتحديث وسائل الدفع إلى جملة من المعوقات نذكر منها: غياب ثقافة الصيرفة الإلكترونية بسبب صغر الحملة الإعلانية المخصصة للتعريف بالمنتجات الجديدة، و عدم وضوح البيئة التشريعية والقانونية فيما يتعلق بتنظيم وسائل الدفع الإلكترونية.
- على الرغم من الجهود المبذولة لتحديث النظام المالي والمصرفي الجزائري إلا أن التطور النقدي في الجزائر يسير بصورة تدريجية وبطيئة نظرا للعوائق التي تقف في وجه هذا التطور سواء كانت عقبات تقنية، بشرية، قانونية أو مالية.
- تتمثل وسائل الدفع الإلكترونية المتواجدة على مستوى بنك الفلاحة والتنمية الريفية - قالمة- في خمسة بطاقات بنكية وهي : البطاقة الكلاسيكية، بطاقة بدر للتوفير، البطاقة الذهبية ، (البطاقة البنكية CBR)، بطاقة الماستر كارد، والموقع الإلكتروني الخاص بالبنك.
- هنالك محدودية في استعمال البطاقات البنكية من طرف عملاء بدر قالمة ، ويرجع سبب نقص استعمال وسائل الدفع الإلكترونية إلى نقص الوعي المصرفي للأفراد بالإضافة إلى أن معظم عملاء هذا البنك هم الفلاحين.

التوصيات والاقتراحات:

على ضوء النتائج المتوصل إليها من خلال الدراسة ارتأينا تقديم بعض الاقتراحات والتوصيات من أجل تطوير وتحديث وسائل الدفع في الجزائر:

-توسيع وتعميم التعامل بشبكة الإنترنت، وفتح المجال للمنافسة في مجال الاتصالات من أجل التخفيض من شدة الاحتكار وتخفيض تكاليف الحصول عليها.

-لا بد من انتهاج سياسة تسويقية فعالة من طرف البنوك قائمة على الدعاية والإعلام والتي من شأنها إعادة الثقة في البطاقات البنكية وجعلها ضمن رغبات العملاء.

-يتعين على المصارف التجارية أن تقوم برصد مخصصات مالية معينة بهدف تنفيذ حملة تثقيفية وتوعية شاملة ومكثفة لعملائها لتسويق ونشر ثقافة الصيرفة الالكترونية بينهم وتشجيعهم على استعمالها فضلا عن عقد دورات تعليمية لكيفية استخدام وتنفيذ الخدمات المصرفية الالكترونية.

-لا بد من توضيح البيئة التشريعية في مجال الدفع الالكتروني وذلك بسن مجموعة من القوانين العقابية لمرتكبي الجرائم الالكترونية.

-تعميم أجهزة الدفع الالكتروني TPE خاصة في المحلات التجارية والفنادق.

-تحديث برنامج وزارة التعليم العالي على مستوى التخصصات المتعلقة بمجال البنوك والمالية بما يتوافق والصيرفة الالكترونية وفتح الآفاق للأقطاب الجامعية للاطلاع والمشاركة في تطوير هذا المجال خدمة للعلم من جهة وخدمة للمصارف والهيئات ذات العلاقة من جهة أخرى.

المراجع

قائمة المراجع

الكتب:

- 1 - أبو فروة محمود مُجَّد، مسؤولية البنك المدنية عن عمليات التحويل الإلكتروني ، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة1، الأردن، 2014.
- 2 - أحمد مُجَّد سمير، التسويق الإلكتروني، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة 1، الأردن، 2009.
- 3 - إسماعيل مُجَّد سعيد أحمد، أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية ، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة 1، لبنان، 2009.
- 4 - الجداية مُجَّد نور صلاح، تجارة إلكترونية، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة 2، الأردن، 2012.
- 5 - الجنبهي منير مُجَّد، الجنبهي ممدوح مُجَّد، النقود الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2015.
- 6 - الجنبهي منير، الجنبهي ممدوح، البنوك الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2006.
- 7 - الحداد عوض، التسويق استراتيجيات التسويق المصرفي والخدمات المصرفية، دار الكتاب الحديث، مصر، 2009.
- 8 - الحداد وسيم مُجَّد وآخرون، الخدمات المصرفية الإلكترونية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة 1، الأردن، 2012.
- 9 - الحسن مُجَّد حسين، الإدارة الإلكترونية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة 1، الأردن، 2011.
- 10 - الحموري ناهد فتحي، الأوراق التجارية الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة 1-2، الأردن، 2010.
- 11 - الحناوي مُجَّد صالح وآخرون، مقدمة في الأعمال في عصر التكنولوجيا، الدار الجامعية للطباعة والنشر، مصر، 2004.
- 12 - الراوي خالد وهيب، العمليات المصرفية الخارجية ، دار المناهج للنشر والتوزيع، الطبعة 2، الأردن، 2005.
- 13 - الرومي مُجَّد أمين، المستند الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، الطبعة1، مصر، 2007.
- 14 - السيد أسامة عبد السلام، الاقتصاد الرقمي، دار غيداء للنشر والتوزيع، الطبعة1، الأردن، 2019.

قائمة المراجع

- 15 - السيد لبيب إبراهيم أحمد، الدفع بالنقود الإلكترونية الماهية والتنظيم القانوني دراسة تحليلية مقارنة ، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2009.
- 16 - الشافعي نادر عبد العزيز، المصارف والنقود الإلكترونية، المؤسسة الحديثة للكتاب، الطبعة 1، ليبيا، 2007.
- 17 - الشمري ناظم مُجَّد نوري، عبد الفتاح زهير العبدالات، الصيرفة الإلكترونية، دار وائل للنشر، الطبعة 1، الأردن، 2008.
- 18 - الشورة جلال عايد، وسائل الدفع الإلكترونية ، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة 1، الأردن، 2008.
- 19 - الشويرف مُجَّد عمر، التجارة الإلكترونية في ظل النظام العالمي الجديد، دار زهران للنشر والتوزيع، الطبعة 1، الأردن، 2015.
- 20 - الصمادي حازم نعيم، المسؤولية في العمليات المصرفية الإلكترونية ، دار وائل للنشر، الطبعة 1 ، الأردن، 2003.
- 21 - الطائي مُجَّد عبد الحسين، التجارة الإلكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة ، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة 1، الأردن، 2010.
- 22 - العجمي أحمد عبد العليم، نظم الدفع الإلكترونية وانعكاساتها على البنك المركزي ، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2013.
- 23 - العطار هاني وجيه، التجارة الإلكترونية، الأكاديميون للنشر والتوزيع، الطبعة 1، الأردن، 2016.
- 24 - المغربي مُجَّد الفاتح محمود البشير، التجارة الإلكترونية، دار الجنان للنشر والتوزيع، الطبعة 1، الأردن، 2016.
- 25 - النجار فريد وآخرون، التجارة والأعمال الإلكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة، الدار الجامعية، مصر، 2006.
- 26 - النجار فريد راغب، الاستثمار بالنظم الإلكترونية والاقتصاد الرقمي ، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2004.
- 27 - بختي إبراهيم، التجارة الإلكترونية مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة ، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة 2، الجزائر، 2005.

- 28 - برهم نضال إسماعيل، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة 1، الأردن، 2004.
- 29 - بريكة السعيد، شبانة نادية، البنوك الإلكترونية، دار الكتاب الحديث، الطبعة 1، الجزائر، 2020.
- 30 - بن مرزوق عنتره وآخرون، إدارة الموارد البشرية في عصر الإدارة الإلكترونية، مركز الكتاب الأكاديمي، الطبعة 1، الأردن، 2018.
- 31 - بوراس أحمد، بريكة السعيد، أعمال الصيرفة الإلكترونية الأدوات والمخاطر، دار الكتاب الحديث، مصر، 2014.
- 32 - حسن جاب الله أمل لطفي، أثر الوسائل الإلكترونية على مشروعية تصرفات الإدارة القانونية دراسة مقارنة، دار الفكر الجامعي، مصر، 2013.
- 33 - حسن رحيم، الاقتصاد المصرفي، دار بهاء الدين للنشر و التوزيع منشورات اقرأ، الجزائر، 2009.
- 34 - حماد طارق عبد العال، التجارة الإلكترونية، الدار الجامعية، مصر، 2002-2003.
- 35 - ذوابة مُجَّد عمر، عقد التحويل المصرفي الإلكتروني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة 1، الأردن، 2006.
- 36 - ربحي مصطفى عليان، البيئة الإلكترونية، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة 1، الأردن، 2015.
- 37 - سفر أحمد، العمل المصرفي الإلكتروني في البلدان العربية، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، 2006.
- 38 - طه طارق، إدارة البنوك وتكنولوجيا المعلومات، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2007.
- 39 - طه طارق، التسويق بالإنترنت والتجارة الإلكترونية، دار الكتب، مصر، 2006.
- 40 - طه مصطفى كمال، بندق وائل أنور، الأوراق التجارية ووسائل الدفع الإلكترونية الحديثة، مكتبة الوفاء القانونية، مصر، 2016.
- 41 - عبد الحليم عمر مُجَّد، الجوانب الشرعية والمصرفية والمحاسبية لبطاقات الائتمان، إيتراك للنشر والتوزيع، الطبعة 1، مصر، 1997.
- 42 - عبد الرحيم مُجَّد إبراهيم، الاقتصاد الصناعي والتجارة الإلكترونية، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2007.
- 43 - عبد المطلب عبد الحميد، اقتصاديات التجارة الإلكترونية، الدار الجامعية، مصر، 2014.
- 44 - عبد المطلب عبد الحميد، التسويق المصرفي، الدار الجامعية، مصر، 2015.

قائمة المراجع

- 45 - عبد الهادي أحمد إبراهيم، إدارة الحملات الإعلانية، مركز التعليم المفتوح، الطبعة 1، مصر، 2010.
- 46 - عبد الرحيم مُجَّد إبراهيم، الاقتصاد الصناعي و التجارة الإلكترونية ، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2007.
- 47 - عصام عبد الفتاح مطر، التجارة الإلكترونية في التشريعات العربية و الأجنبية، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2009.
- 48 - عمان عبد الحكيم أحمد مُجَّد، أحكام البطاقات الائتمانية في القانون والآراء الفقهية الإسلامية ، دار الفكر الجامعي للنشر، الطبعة 1، مصر، 2007.
- 49 - غنام شريف مُجَّد، محفظة النقود الإلكترونية رؤية مستقبلية، الدار الجامعية، مصر، 2007.
- 50 - غنيم أحمد، الاعتماد المستندي والتحصيل المستندي، دون دار النشر، الطبعة 5، مصر، 1997.
- 51 - كافي مصطفى يوسف ، إدارة الإعلان واقتصادياته، دار حامد للنشر والتوزيع، الطبعة 1، الأردن، 2015.
- 52 - كافي مصطفى يوسف، النقود والبنوك الإلكترونية في ظل التقنيات الحديثة ، دار رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة 1، سوريا، 2013.
- 53 - كافي هبة مصطفى، التجارة الإلكترونية، ألفا للوثائق، الطبعة 1، الجزائر، 2017.
- 54 - لوسي عقيلان أبو عقيل، التنظيم القانوني للنقود الإلكترونية كأحد وسائل الدفع، دار الأيام للنشر والتوزيع، الطبعة 1، الأردن، 2018.
- 55 - مجموعة من الخبراء، "العقود والاتفاقات في التجارة الإلكترونية"، المنظمة العربية للتنمية الإدارية أعمال المؤتمرات، القاهرة، 2007.
- 56 - مُجَّد عبد الله شاهين مُجَّد، التجارة الإلكترونية العربية بين التحديات وفرص النمو ، دار حميثرا للنشر، الطبعة 1، مصر، 2017.
- 57 - محمود عامر مُجَّد، التجارة الإلكترونية، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الطبعة 1، مصر، 2006.
- 58 - مرابط عياش عزوز ، الكفاءة المهنية وتكنولوجيا المعلومات، دار اقرأ للكتاب، الطبعة 1، الجزائر، 2018.
- 59 - مسعودي عبد الهادي، الأعمال المصرفية الإلكترونية ، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة العربية، الأردن، 2016.

- 60 - مصطفى يوسف، اقتصاديات الأعمال الإلكترونية، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.
- 61 - ممدوح إبراهيم خالد، الإدارة الإلكترونية، الدار الجامعية، الطبعة 1، مصر، 2010.
- 62 - منصور محمد حسين، المسؤولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2007.
- 63 - نادر شعبان إبراهيم السواح، النقود البلاستيكية وأثر المعاملات الإلكترونية على المراجعة الداخلية في البنوك التجارية، الدار الجامعية، مصر، 2006.
- 64 - نادر عبد العزيز الشافعي، المصارف والنقود الإلكترونية، المؤسسة الحديثة للكتاب، الطبعة 1، ليبيا، 2007.
- 65 - هور نجور تشارلز، الجرائم الإلكترونية والمعلوماتية، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2018.
- 66 - وائل رفعت خليل، أساسيات الإدارة المالية، دار التعليم الجامعي، مصر، 2018.
- 67 - يوسف حسن يوسف، الاقتصاد الإلكتروني، المركز القومي للإصدارات القانونية، الطبعة 1، مصر، 2012.
- 68 - يوسف حسن يوسف، البنوك الإلكترونية، المصدر القومي للإصدارات القانونية، الطبعة 1، مصر، 2012.

المذكرات:

- 1 - آكلي فضيلة، استهلاك المراهق للصورة التلفزيونية، مذكرة ماجستير، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر، الجزائر، 2006-2007.
- 2 - أزمو رشيد، قرار شراء المنتج الجديد بين تأثير الإعلان والعلامة التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بالقائد، تلمسان، 2010-2011.
- 3 - المسوس يعقوب، تقويم الكفاءة المهنية والدافعية الشخصية والثقافة التنظيمية وعلاقته بتحقيق الإدارة بالجودة الشاملة في مؤسسات التعليم العالي، أطروحة دكتوراه في العلوم في علم النفس، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة وهران 2، الجزائر، 2015-2016.
- 4 - المناصير علي عبد الكريم محمد، الإعلانات التجارية مفهومها وأحكامها في الفقه الإسلامي، أطروحة دكتوراه، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، الأردن، 2007.

قائمة المراجع

- 5 - بريكة السعيد، واقع عمليات الصيرفة الإلكترونية وآفاق تطورها في الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2010-2011.
- 6 - بوعزة هداية، النظام القانوني للدفع الإلكتروني، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة أبو بكر بالكايد، الجزائر، 2018-2019.
- 7 - دغوش العطرة، استخدام شبكة الإنترنت كأداة لتقديم الخدمات البنكية وأثرها على الأداء البنكي، رسالة دكتوراه، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، الجزائر، 2016-2017.
- 8 - زعتر مريم، الإعلان في التلفزيون الجزائري، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2007-2008.
- 9 - زواش زهير، دور نظام الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، الجزائر، 2010-2011.
- 10 - طويهري فاطمة، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء الموارد البشرية في المؤسسة الجزائرية، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران 2، الجزائر، 2014-2015.
- 11 - عرسلان أحلام، الكفاءة المهنية وعلاقتها بالتمثال التنظيمي، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2017-2018.
- 12 - ولقيد يوسف، النظام القانوني للدفع الإلكتروني، مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون، قسم القانون العام، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2011.

المجلات:

- 1 - بالهادي عبد القادر، عز الدين نزعي، متطلبات الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية من وجهة نظر عملها، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، العدد الاقتصادي 35، جامعة زيان عاشور بالجلفة، الجزائر.
- 2 - بوعزة هداية، الدفع الإلكتروني في القانون الجزائري، مجلة الدراسات القانونية، العدد 2، مجلد 6، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران 2، ديسمبر 2020.
- 3 - عباس سمية، وسائل الدفع الإلكتروني في النظام البنكي الجزائري، مجلة العلوم الإنسانية، العدد السادس، جامعة أم البواقي، ديسمبر 2016.
- 4 - علي عبد الله شاهين، نظم الدفع الإلكترونية ومخاطرها ووسائل الرقابة عليها دراسة تطبيقية على بنك فلسطين، مجلة جامعة الأزهر، العدد 1، المجلد 12، الجامعة الإسلامية، فلسطين.
- 5 - عيدوني كافية، بن حجوبه حميد، الإدارة الإلكترونية في العالم العربي وسبل تطبيقها (واقع وآفاق)، مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، العدد الثاني، جامعة الجزائر 3، 2017.
- 6 - غزالي نزيهة، الآليات القانونية لحماية وسائل الدفع الإلكتروني في القانون الجزائري، مجلة البحوث السياسية والإدارية، العدد العاشر، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف 2.
- 7 - مغزيلي نوال، تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجزائر: دراسة للمؤشرات وتشخيص للمعيقات، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، العدد 12، جامعة قسنطينة، جانفي 2018.

الملتقيات:

- 1 - بالحارث ليندة، والي نادية، مداخلة الحماية القانونية لوسائل الدفع الإلكتروني، الملتقى الوطني الثامن حول: آلية تفعيل وسائل الدفع الحديثة في النظام المالي والمصرفي الجزائري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البويرة، يومي 13-14 مارس 2017.
- 2 - بن عزوز علي، عبو هدى، التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت، الملتقى العلمي الدولي حول: عصره نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية الاعتماد والتجارة الإلكترونية، المركز الجامعي بخميس مليانة، يومي 26-27 أبريل، 2011.

قائمة المراجع

- 3 - عبد الرحيم وهيبية ، تقييم وسائل الدفع الإلكترونية ومستقبل وسائل الدفع التقليدية في ظل وجودها، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول: عصره نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، معهد العلوم الاقتصادية، المركز الجامعي لتمنراست، الجزائر.
- 4 - قصاب سعدية، بودريالة فايزة، تقييم وسائل الدفع الإلكترونية: المزايا والمخاطر، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول: عصره نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة ال جزائر3، الجزائر.
- 5 - لحمر عباس، مُجد عمراي، تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجزائر وآليات تفعيل وسائل الدفع الإلكتروني، ملتقى وطني حول آليات تفعيل وسائل الدفع الحديثة، جامعة البويرة، يومي 13 و 15 مارس، 2017.

المواقع الإلكترونية:

- 1 - <https://WWW.amf.org.ae>
- 2 - <https://e3arabi-com.cdn.ampproject.org>
- 3 - <https://www.alanenews.dz>
- 4 - WWW.gienmonetique.dz
- 5 - <https://www.aps.dz>
- 6 - <https://ar.history-hub.com>
- 7 - <https://pulse.mubasher.info>
- 8 - <https://.arabic-cnn-com.cdn.ampproject.org>
- 9 - <https://www.alanenews.dz>

الملاحق



01:م



م: 02



م: 03



م: 04



م: 05



م: 06



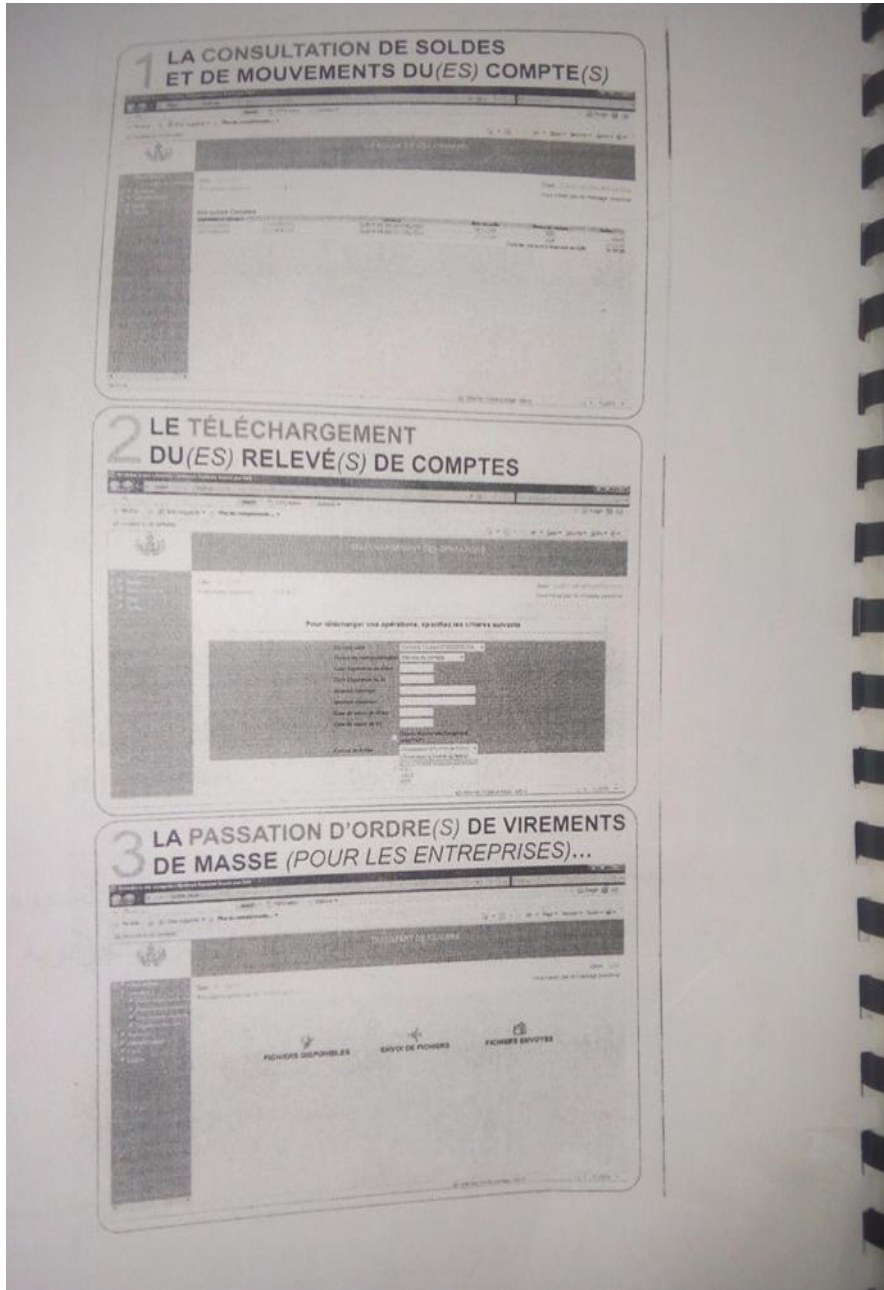
م: 07



م: 08



م: 9



م: 10



قلمة، في 2021/04/19

رقم: 14/1/ع.ا.ك.ع.ا.ت.ع.ت.ج.ق. 2021/

إلى السيد مدير بنك الفلاحة والتنمية الريفية - قلمة -
الموضوع: طلب إجراء دراسة ميدانية للطلبة بمؤسستكم.

يشرفني أنا رئيس قسم العلوم الاقتصادية أن أشهد بأن الطالبتين:

✓ بوضوفة أميرة.

✓ رولحية إكرام

والمسجلتين بالسنة الثانية ماستر، تخصص: (اقتصاد نقري وبنكي،

في حاجة ماسة لإجراء دراسة ميدانية بمؤسستكم، وذلك لاستكمال متطلبات انجاز بحث في العلوم الاقتصادية، بعنوان:

متطلبات تفعيل وسائل الرفع الالكترونية في الاقتصاد الجزائري

و عليه، نرجو من سيادتكم التفضل بقبول الطلبة المذكورين و مد يد المساعدة لهما بتوفير الوثائق و المستندات ذات الصلة لتحقيق الغاية المرجوة.

تقبلوا السيد المدير تحياتنا الخاصة.

تأشيرة المؤسسة المستقبلية.

Sous Directeur Administratif
Sous Directeur Comptabilité
Sous Directeur Et Comptabilité
Ahmed Fehat MEKKI
Ahmed Fehat MEKKI
قلمة



رئيس القسم.

الأستاذ الدكتور: بعباش عبد الوهاب
رئيس قسم العلوم الاقتصادية