



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 8 ماي 1945 قالمة



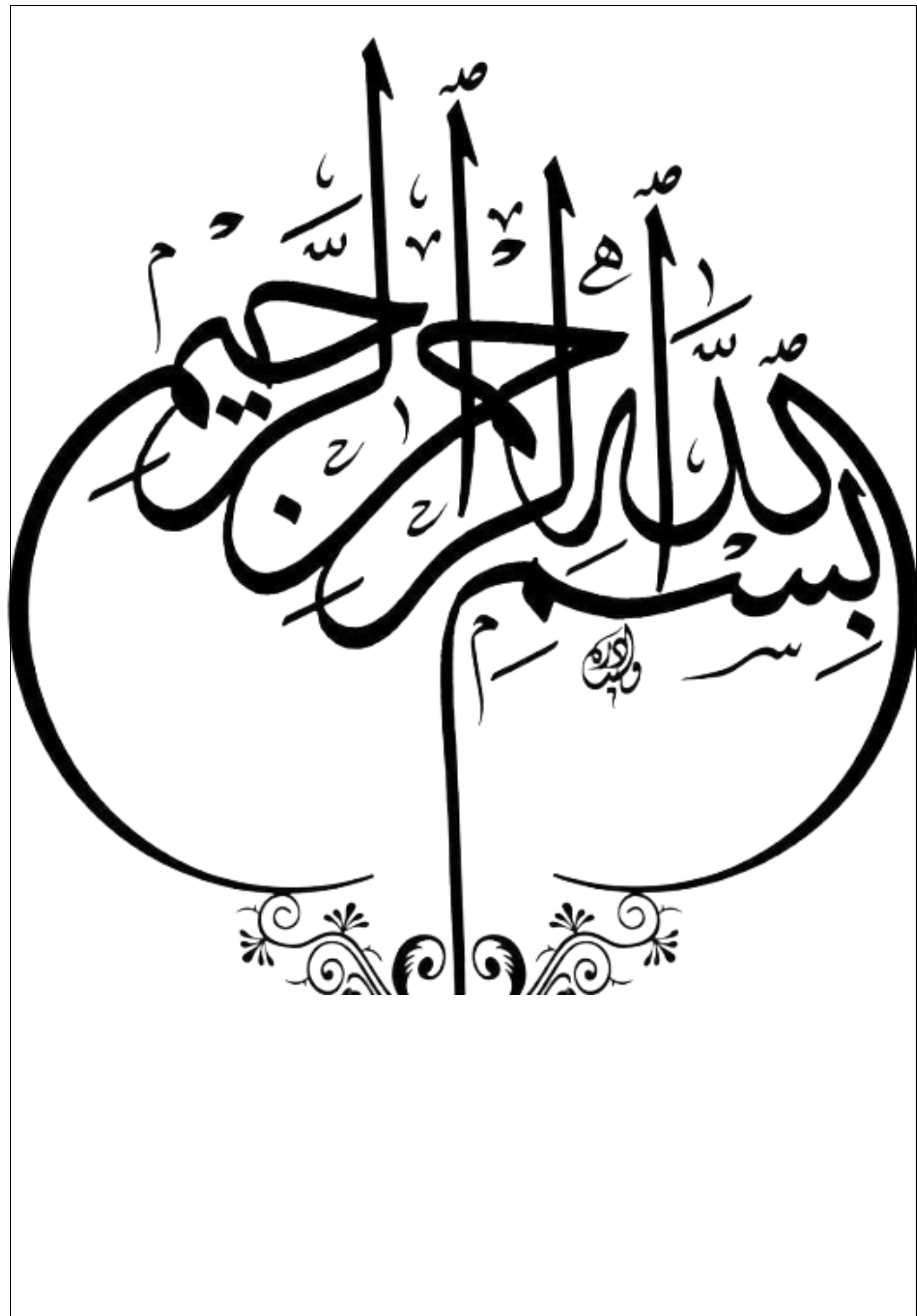
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التجارية
مذكرة تخرج لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر
تخصص: مالية وتجارة دولية
الموضوع:

دور التكنولوجيا المالية في تطوير التجارة الإلكترونية -شركة أمازون أنموذجا-

تحت إشراف:
أ/د نعمون وهاب

من إعداد الطالبة:
- حمري ريان

السنة الجامعية: 2025/2024



شكر وتقدير

إن الحمد والشكر لله أولاً طاحبه المنة والنعمة الذي
وفقني لإنجاز هذا العمل راجية أن يتقبله مني قبولاً حسناً
وينفعني وغييري به.

أتقدم بأسمى عبارات الشكر والثناء لأستاذي المشرف
الأستاذ الدكتور نعمون وهاب الذي تكرم بقبول
الإشراف على عملي، ولما قدمه لي من توجيهات ونصائح
علمية قيمة، وكذا مرصه الدائم على إتمام هذا العمل.

كما أتقدم بجزيل الشكر إلى الدكتور طبايبي سليمة
على كل مساعداتها السخية ولرشاداتها القيمة.

أتقدم بجزيل الشكر وعظيم الامتنان للسادة الأفاضل أعضاء
لجنة المناقشة الموقرين لقبولهم تقييم رسالتي وبما بذلوه
من جهد في قراءتها ولما يقدمونه من توجيهات قيمة.

وأقدم شكري لكل من اعانني على هذا العمل سواء من
قريب أو من بعيد قال رسول الله صلى الله عليه وسلم "
والله في عون العبد ما دام العبد في عون أخيه

أهـاء

من قال أنا لها نالها وإن أبت رغما عنها أتيت بها

الحمد لله حبا وشكرا وامتنانا على البدء والختام -وأخر دعواهم أن الحمد لله رب العالمين
ها أنا اليوم أتوج اللحظات الأخيرة في ذلك الطريق الذي كان يحمل في باطنه العثرات والأشواك ورغما عنها ظلت
قدمي تخطو بكل صبر وطموح.

وكم من أيام مرت شعرت بثقلها ومرارتها ولكن لم تعقني بل كانت ذكرى ثمر لتثير أحلام قلبي،

وها أنا الآن اكتب وللمدح بصمة تشهد فاحتها لكل تلك الكتب التي جفت مدمعها.

إلى من علمني أن القوة ليست في الجسد، بل في الصبر النبيل، إلى أبي الحبيب عبد الحق، الساكن في عمق قلبي، يا
من كنت الدعاء المستجاب حين ضاق الطريق، أهديك هذا العمل لأنه منك ابتداءً، وبك اكتمل.

إلى من حملتني في قلبها قبل أن تحتويني في ذراعيها، إلى أمي العظيمة حليلة يا نبع الحنان وأصل الحكاية، لك كل
نبضة من هذا الجهد، وكل حرف من هذا السعي.

إلى إخوتي الذين كانوا لي وطنًا صغيرًا حين تشتت العالم إلى حمدي سندي الأول إلى نانسي، رفيقة الروح وأجمل
أقدر لي، لول دؤكم لما كنت أنا ... ولكم أهدي هذا الحلم المحقق.

إلى أولئك الذين شاكوني الطريق إلى أصدقائي الذين كانوا عونًا وسندا، كوثر عبير، ميساء، شكرا على دعمكم.

إلى كل من أحبني بصمت، وآمن بي دون شرط واحتمل غيابي وانشغالي ... إلى أرواح كانت النور في عتمات.



الملخص

الملخص

تهدف هذه الدراسة ضمن إطار المنهج الوصفي والتحليلي إلى إبراز دور التكنولوجيا المالية في تطوير التجارة الإلكترونية، وذلك من خلال إستعراض العلاقة بين الطرفين وتحليل تأثير الأدوات الرقمية والخدمات المالية على بنية العمليات التجارية، وقد إعتمدت الدراسة على منهج نظري لدراسة المفاهيم الأساسية وتحليل تطبيقي تمثل في دراسة حالة شركة أمازون باعتبارها شركة رائدة في دمج التكنولوجيا المالية ضمن إستراتيجيتها، وقد توصلت الدراسة إلى أن أدوات التكنولوجيا المالية تطورت لم تعد تقتصر على تسهيل عمليات الدفع فقط بل تشمل تحسين تجربة المستخدم وتعزيز الثقة والأمان وتوفير الحلول التمويلية المبتكرة، وأظهرت نتائج الدراسة أن اعتماد هذه الأدوات يؤدي إلى توسيع قاعدة العملاء وتقليل التكاليف مما يساهم في تطوير التجارة الإلكترونية.

الكلمات المفتاحية: التكنولوجيا المالية التجارة الإلكترونية، ، شركة أمازون

Abstract :

This study, withing the framework of the descriptive and analytical method, aims to highlight the role of financial technology in the development of e-commerce by reviewing the relationship between both parties and analyzing the impact of digital tools and financial services on the structure of commercial operations. The study relied on a theoretical approach to examine the basic consepts, alongside an applied analysis represented by a case study of Amazon, considered a pioneer in integrating financial technology into its strategy. The findings revealed that fintech tools have evolved beyond merely facilitating payments, encompassing the improvement of user experience, enhancement of trust and security, and provision of innovative financing solutions. The results showed that adopting these tools leads to expanding the customer base and reducing costs, thereby contributing to the development of e-commerce.

Keywords : financial technology, E-commerce, Amazon.

فهرس

الصفحة	العنوان
...	البسمة
....	الشكر
.....	الاهداء
.....	ملخص
Erreur ! Signet non défini.	فهرس المحتويات
I	قائمة الجداول
I	قائمة الاشكال
أ-ث	المقدمة
الفصل الأول: الإطار النظري للتكنولوجيا المالية والتجارة الإلكترونية	
1	تمهيد
2	المبحث الأول: ماهية التكنولوجيا المالية
2	المطلب الأول: نشأة التكنولوجيا المالية ومفهومها
2	1. نشأة التكنولوجيا المالية
4	2. مفهوم التكنولوجيا المالية
7	المطلب الثاني: أهمية التكنولوجيا المالية وأهدافها
7	1. أهمية التكنولوجيا المالية
9	2. أهداف التكنولوجيا المالية
10	المطلب الثالث: خدمات ومجالات التكنولوجيا المالية
10	1. خدمات التكنولوجيا المالية
12	2. مجالات التكنولوجيا المالية
14	المطلب الرابع: تقنيات التكنولوجيا المالية
23	المبحث الثاني: عموميات حول التجارة الإلكترونية
23	المطلب الأول: نشأة التجارة الإلكترونية ومفهومها
23	1. نشأة التجارة الإلكترونية

25	2. مفهوم التجارة الإلكترونية
28	المطلب الثاني: أهمية التجارة الإلكترونية وأهدافها
28	1. أهمية التجارة الإلكترونية
29	2. أهداف التجارة الإلكترونية
30	المطلب الثالث: أنماط التجارة الإلكترونية ومتطلباتها
30	1. أنماط التجارة الإلكترونية
32	2. متطلبات التجارة الإلكترونية
33	المطلب الرابع: مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية
33	1. مزايا التجارة الإلكترونية
33	• المزايا بالنسبة للمؤسسات.
34	• المزايا بالنسبة للأفراد.
35	• المزايا على المستوى القومي
35	2. عيوب التجارة الإلكترونية:
37	المبحث الثالث: مساهمة التكنولوجيا المالية في تطوير التجارة الإلكترونية
37	المطلب الأول: التكنولوجيا المالية ودورها في تسهيل عمليات الدفع الإلكتروني في التجارة الإلكترونية
41	المطلب الثاني: التكنولوجيا المالية كأداة لتعزيز الثقة والأمان في التجارة الإلكترونية
48	المطلب الثالث: التكنولوجيا المالية ودورها في تحسين تجربة المستخدم في التجارة الإلكترونية
48	1. واجهات سهلة الاستخدام
48	2. لتطبيقات كأداة لتعزيز الراحة والثقة
48	3. دعم العملاء على مدار الساعة
49	المطلب الرابع: الحلول التمويلية المبتكرة التي وفرتها التكنولوجيا المالية لدعم التجارة الإلكترونية
49	1. التمويل الجماعي
49	2. منصات الإقراض النظير للنظير (P2P)
49	3. منصات مقارنة القروض
50	4. خدمة اشتر الآن وادفع لاحقاً (BNLP)
51	خاتمة الفصل
الفصل الثاني: التكنولوجيا المالية ومساهمتها في تطوير المعاملات التجارية الإلكترونية بشركة أمازون	

53	تمهيد
54	المبحث الأول: التقديم بشركة أمازون
54	المطلب الأول: لمحة عن شركة أمازون
57	1. التعريف بشركة أمازون
43	2. مهام شركة أمازون
63	المطلب الثاني: الخدمات التي تقدمها شركة أمازون
63	المطلب الثالث: موقع أمازون والخدمات التي يقدمها
63	1. التعريف بموقع أمازون
64	2. مميزات وخدمات التي يقدمها موقع أمازون
65	المطلب الثالث: استراتيجيات شركة أمازون
65	1. الاستراتيجيات العامة لشركة أمازون
71	المبحث الثاني: تحليل معطيات شركة أمازون
71	المطلب الأول: تحليل إيرادات شركة أمازون
72	المطلب الثاني: توزيع إيرادات شركة أمازون حسب القطاعات التشغيلية للفترة الممتدة من 2019 إلى 2023
73	المطلب الثالث: تحليل صافي الربح وهامش الربحية خلال الفترة الممتدة من سنة 2022 إلى الربع الأول من سنة 2025
75	المبحث الثالث: إستخدامات أدوات التكنولوجيا المالية في معاملات التجار على منصة أمازون
75	المطلب الأول: وسائل الدفع التي تقدمها شركة أمازون للتجار
75	1. أمازونPAY
75	2. البطاقات البنكية
76	3. اشتر الآن وادفع لاحقا
76	4. الشراء بنقرة واحدة Click Ordering
76	5. محفظة التاجر أمازون Seller Wallet
77	6. التحويل البنكي
78	المطلب الثاني: آليات تعزيز الثقة والأمان في شركة أمازون
79	المطلب الثالث: الحلول التمويلية التي توفرها شركة أمازون على منصتها
82	خلاصة الفصل

84	خاتمة	
88	قائمة المراجع	
قائمة الجداول		
الرقم	العنوان	الصفحة
1	أشهر العملات المشفرة	16
2	مصفوفة كوبل	32
3	بطاقة فنية حول شركة أمازون	59
4	خدمات شركة أمازون	61
5	إيرادات شركة أمازون	71
6	إيرادات شركة أمازون حسب القطاعات التشغيلية للفترة الممتدة من 2019 إلى 2023	72
7	صافي الربح وهامش الربح لشركة أمازون	73
8	مقارنة بين وسائل الدفع التي تقدمها أمازون	77
9	المقارنة بين الحلول التمويلية التي توفرها شركة أمازون	80

قائمة الاشكال		
الصفحة	العنوان	الرقم
12	خدمات التكنولوجيا المالية	1
14	قطاعات التكنولوجيا التنظيمية	2
21	تقنيات التكنولوجيا المالية	3
56	مراحل تطور شركة أمازون	4
57	شعار شركة أمازون	5

المقدمة

شهد العالم خلال العقود الأخيرة موجة غير مسبوقة من التحولات التكنولوجية المتسارعة، والتي طالت شتى مناحي الحياة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وكان للقطاع الاقتصادي النصيب الأكبر والأكثر وضوحاً من هذه التغيرات الجذرية. فقد أدت الثورة الرقمية إلى إعادة رسم خريطة النشاط الاقتصادي والتجاري بشكل جذري، من خلال تقديم أدوات تكنولوجية متقدمة غيرت من طبيعة الإنتاج والتوزيع والاستهلاك، وأسهمت في ظهور أنماط جديدة من المعاملات التجارية التي تتم عبر الإنترنت دون الحاجة إلى التفاعل المباشر بين الأطراف.

ومن أبرز مظاهر هذا التحول، هو الانتقال من الأنماط التقليدية في التبادل التجاري إلى أنماط رقمية تعتمد على البنية التحتية الرقمية الحديثة. وفي هذا السياق، برزت التجارة الإلكترونية كأحد أهم الإنجازات التي فرضتها البيئة الرقمية، لتكون بذلك ركيزة أساسية في بناء اقتصاد عالمي قائم على المعلومات والبيانات. وقد ساهم انتشار الإنترنت، وتطور تقنيات الإتصال، وتزايد اعتماد المستهلكين على القنوات الرقمية في تنفيذ عملياتهم اليومية، في دعم هذا النموذج الجديد من التجارة ودفعه نحو التوسع والترسيخ في مختلف الأسواق العالمية.

وبالتزامن مع هذا التوسع الكبير في نطاق التجارة الإلكترونية، ظهرت حاجة ملحة إلى تطوير نظم مالية مرنة وآمنة، قادرة على مواكبة حجم وسرعة المعاملات الرقمية المتزايدة. وقد فتح هذا الواقع الطريق أمام ظهور وتطور مفهوم التكنولوجيا المالية (FinTech)، الذي يجمع بين القطاع المالي والتقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي، والحوسبة السحابية، وتقنية سلسلة الكتل وغيرها من الحلول الرقمية المبتكرة، ويهدف هذا المجال إلى تحسين كفاءة العمليات المالية، وتعزيز الأمان السيبراني، وتقليل الزمن والتكاليف المرتبطة بالمعاملات، مما جعله عنصراً محورياً في دعم التجارة الإلكترونية وتمكينها من تحقيق أهدافها الإستراتيجية بكفاءة وفعالية.

وقد أفرز هذا التداخل بين التجارة الإلكترونية والتكنولوجيا المالية علاقة تكاملية متينة، تزداد قوة بمرور الوقت، إذ باتت حلول التكنولوجيا المالية جزءاً لا يتجزأ من منظومة التجارة الإلكترونية، سواء فيما يتعلق بخدمات الدفع الإلكتروني، أو التمويل الرقمي، أو إدارة البيانات المالية، أو حتى الخدمات اللوجستية والتأمين الرقمي. ومن هنا تأتي أهمية دراسة هذه العلاقة التفاعلية، ليس فقط من منظور نظري، بل أيضاً من خلال تحليل حالة عملية ممثلة في شركة أمازون، باعتبارها أحد أبرز الرواد العالميين في مجال التجارة الإلكترونية.

إشكالية الدراسة

تطورت التجارة الإلكترونية بشكل ملحوظ في السنوات الأخيرة بفضل الاعتماد الواسع على الحلول الرقمية والبنية التحتية التكنولوجية، وهو ما جعل تحديات جديدة تتطلب توافر أنظمة دفع آمنة وفعالة تواكب حجم وسرعة

التعاملات الرقمية. وفي هذا السياق، برزت التكنولوجيا المالية كعامل رئيسي في دعم وتطوير بيئة التجارة الإلكترونية، من خلال تقديم حلول ذكية ومبتكرة في مجالي الدفع والتمويل وإدارة البيانات المالية. ومع تصاعد أهمية هذه العلاقة، تظهر الإشكالية الرئيسية للدراسة في التساؤل الآتي:

كيف تساهم التكنولوجيا المالية في تطوير التجارة الإلكترونية بشركة أمازون؟

وللإجابة عن هذه الإشكالية، تطرح الدراسة مجموعة من الأسئلة الفرعية:

التساؤلات الفرعية

- كيف أثرت أدوات التكنولوجيا المالية على تسهيل عمليات الدفع الإلكتروني وسرعة تنفيذ المعاملات وتقليل زمن المعاملات في شركة أمازون؟
- كيف ساهمت تقنيات التكنولوجيا المالية في تعزيز مستويات الأمان والحماية في التعاملات التجارية على شركة أمازون؟
- هل يمكن اعتبار تجربة أمازون في دمج التكنولوجيا المالية تجربة رائدة وملهمة للشركات الأخرى في مجال التجارة الإلكترونية؟

فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية: تؤدي التكنولوجيا المالية دوراً محورياً في تطوير معاملات التجارة الإلكترونية في شركة أمازون.

وتنبثق عنها الفرضيات الفرعية التالية:

- الفرضية الفرعية الأولى: تساهم التكنولوجيا المالية في تسهيل عمليات الدفع الإلكتروني، وتقليل زمن المعاملات، وبالتالي تحسين تجربة المستخدم في شركة أمازون.
- الفرضية الفرعية الثانية: يؤدي توظيف أدوات التكنولوجيا المالية إلى تعزيز مستويات الأمان والثقة لدى التجار والمستهلكين في البيئة الرقمية لشركة أمازون.
- الفرضية الفرعية الثالثة: تمثل شركة أمازون نموذجاً ناجحاً في دمج تقنيات التكنولوجيا المالية ضمن عملياتها التجارية، مما أسهم في توسيع نطاق خدماتها عالمياً.

أهمية الدراسة

تبرز أهمية هذه الدراسة في تناولها لموضوع معاصر يشهد تطوراً متسارعاً واهتماماً عالمياً متزايداً، وهو التفاعل بين التكنولوجيا المالية والتجارة الإلكترونية، خاصة في ظل التحول الرقمي المتنامي الذي يشهده الاقتصاد العالمي.

كما تكتسب الدراسة أهمية مضاعفة من خلال اعتماد نموذج تطبيقي حي يتمثل في شركة أمازون، مما يمنحها بعدا عما يمكن من خلاله فهم ديناميكيات العلاقة بين الابتكار المالي والتجاري، واستكشاف الممارسات الفعلية التي تُسهم في تعزيز كفاءة وأمان المعاملات الإلكترونية.

أهداف الدراسة

- تهدف هذه الدراسة إلى:
- تحديد المفاهيم الأساسية للتكنولوجيا المالية والتجارة الإلكترونية.
- إبراز أهمية التكنولوجيا المالية في دعم التحول الرقمي للقطاع التجاري.
- توضيح العلاقة بين التكنولوجيا المالية والتجارة الإلكترونية من حيث التكامل والدور المشترك.
- تحليل أدوات التكنولوجيا المالية المستخدمة في تحسين الدفع وتعزيز تجربة المستخدم.
- دراسة الحالة التطبيقية لشركة أمازون في مجال دمج حلول التكنولوجيا المالية ضمن أنشطتها التجارية.

المنهج المتبع

تم اعتماد **المنهج الوصفي التحليلي** في هذه الدراسة، وذلك من خلال استعراض الأدبيات النظرية ذات الصلة بمجال التكنولوجيا المالية والتجارة الإلكترونية، ثم الانتقال إلى تحليل حالة شركة أمازون بوصفها نموذجًا عمليًا لتطبيق هذه المفاهيم. كما تم الاستعانة بالمنهج **الاستقرائي** في رصد العلاقة بين الظاهرتين، واستخلاص الاستنتاجات انطلاقًا من المعطيات الواقعية وتحليل بيانات الشركة.

صعوبات الدراسة

- واجهت الدراسة عددًا من التحديات أثناء مراحل الإنجاز، من أبرزها:
- محدودية المصادر الأكاديمية المتخصصة التي تتناول العلاقة التفاعلية بين التكنولوجيا المالية والتجارة الإلكترونية بشكل متكامل.
 - صعوبة الوصول إلى بيانات تفصيلية دقيقة حول أنظمة التكنولوجيا المالية المستخدمة داخل شركة أمازون، نظرًا للطبيعة التنافسية والسرية لهذه المعلومات.
 - الحاجة إلى التوفيق بين الجانب النظري والعملي، بما يضمن الربط المنهجي بين المفاهيم العامة والتطبيقات الواقعية.

◀ هيكل الدراسة:

يتكون هيكل هذه الدراسة من فصلين رئيسيين؛ حيث خصص الفصل الأول للإطار النظري، ويتضمن ثلاث مباحث أساسية. يتناول المبحث الأول ماهية التكنولوجيا المالية، من خلال استعراض نشأتها، ومفهومها، وأهميتها، وأهدافها، إضافة إلى خدماتها وتقنياتها الحديثة. أما المبحث الثاني، فيتناول عموميات حول التجارة الإلكترونية، من حيث النشأة والمفهوم، والأهمية والأهداف، وكذلك أنماطها ومتطلباتها، مع إبراز مزاياها وعيوبها. بينما يركز المبحث الثالث على العلاقة بين التكنولوجيا المالية والتجارة الإلكترونية، موضحة دور التكنولوجيا المالية في تسهيل عمليات الدفع، وتعزيز الثقة والأمان، وتحسين تجربة المستخدم، بالإضافة إلى تسليط الضوء على الحلول التمويلية المبتكرة التي تقدمها.

أما الفصل الثاني، فهو تطبيقي، ويتمحور حول دراسة حالة شركة أمازون، ويشمل ثلاث مباحث. يستعرض المبحث الأول تقديمًا عامًا للشركة من خلال التعريف بها، والخدمات التي تقدمها، وخصائص منصتها الإلكترونية. ويخصّص المبحث الثاني لتحليل بيانات الشركة، من خلال دراسة الإيرادات، وتوزيعها حسب القطاعات، وتحليل صافي الربح وهامش الربحية. في حين يركز المبحث الثالث على أدوات التكنولوجيا المالية المستخدمة في معاملات التجار على منصة أمازون، من حيث وسائل الدفع الرقمية، وآليات تعزيز الثقة والأمان، والحلول التمويلية المقدمة للتجار.

الفصل الأول:

الإطار المفاهيمي للتكنولوجيا المالية والتجارة الإلكترونية

تمهيد:

شهد العالم في السنوات الأخيرة تحولات جذرية في مختلف المجالات نتيجة التطورات التكنولوجية المتسارعة، ونتيجة لهذا التحول ظهر ما يعرف بالتكنولوجيا المالية (Fintech) التي غيرت بشكل كبير من طرق تقديم وتطوير الخدمات المالية من خلال دمج التكنولوجيا المالية المتطورة بالخدمات البنكية والمالية وهو ما ساهم في تحسين الكفاءة وتوسيع قاعدة المستخدمين.

وفي الوقت نفسه أصبحت التجارة الإلكترونية تمثل نمطا تجاريا يعتمد على الوسائط الرقمية في عمليات البيع والشراء، مما أتاحت للأفراد والمؤسسات فرصا أكبر للوصول إلى الأسواق العالمية بكفاءة أكبر وتكاليف أقل، وسنتطرق فهذا الفصل النظري إلى:

المبحث الأول: ماهية التكنولوجيا المالية

المبحث الثاني: عموميات التجارة الالكترونية

المبحث الثالث: العلاقة بين التكنولوجيا المالية والتجارة الإلكترونية

المبحث الأول: ماهية التكنولوجيا المالية

تعد التكنولوجيا المالية مجال يهتم بالمعاملات المالية بإستخدام وإستغلال كل ما أسفرت عنه التكنولوجيا الحديثة من هواتف ذكية، شبكات إتصال، تجارة إلكترونية، عملات رقمية... إلخ، كما كان تطورها مرتبطا بتطور الأنترنت، بحيث سيتم التعرف في هذا المبحث على نشأة التكنولوجيا المالية ومفهومها، ومراحل تطورها، وما تتخلله من خدمات ومجالات وتقنيات.

المطلب الأول: نشأة التكنولوجيا المالية ومفهومها

1 : نشأة التكنولوجيا المالية:

ظهر مفهوم التكنولوجيا المالية بعد ثورة الإنترنت، وإستخدام الهواتف الذكية، مما جعل من الضروري ظهور بعض التسهيلات لأي أعمال تجارية، وأصبحت متداولة بشكل كبير في الكثير من المجالات مثل: التعاملات بين الشركات وعملائها ورجال الأعمال وكذلك البنوك وغيرها.

في بداية نشأتها كانت تشير إلى التكنولوجيا المستخدمة في النظم الخلفية للمؤسسات المالية القائمة ثم بدأت في التطور لتشمل العديد من الخدمات الخاصة بالمستهلكين والتي تضم العديد من القطاعات والصناعات المختلفة مثل التعليم والخدمات المصرفية للأفراد وجمع الأموال والعملات الرقمية المشفرة كما ساهم في نشأتها الشركات الناشئة التي تم انشائها خصيصا لحل المشكلات المالية للأفراد والشركات، حيث تستخدم التكنولوجيا في تحسين الأنشطة في مجال التمويل المالي وتحسين الخدمات المالية الخاصة بالبنوك، ليتمكن العميل من إجراء معاملاته عبر الأنترنت من خلال أي جهاز سواء كان من الحاسوب الشخصي أو الهاتف الذكي وتوفير أدوات حديثة للإستثمار المالي عبر الأنترنت وكل الأنشطة التي تهدف إلى توفير الوقت والجهد وأصبحت الان تستخدم في عمليات التأمين والتجارة التداول ومنع الغش¹.

ولقد مرت التكنولوجيا المالية بعدة مراحل تتمثل في:

المرحلة الأولى (1866_1967): تميزت هذه المرحلة ببناء البنية التحتية التي ساهمت في عوامة الخدمات

المالية حيث تم إنشاء أول كابل أطلسي عام 1918 في الولايات المتحدة الأمريكية والذي يعتبر أول نظام إلكتروني

¹ نصيرة زعاف، أثر التكنولوجيا المالية على تحسين وإبتكار جودة الخدمة المصرفية، الملتقى العلمي الوطني حول صناعة التكنولوجيا المالية ودورها في تعزيز الشمول المالي بالدول العربية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة يحي فارس، المدينة، الجزائر، 26 سبتمبر 2019، ص3.

لتحويل الأموال وظهور التلغراف عام 1938 الذي سمح لأول مرة بنقل سريع للمعلومات المالية عبر الحدود وفي عام 1960 بدأت البنوك بإستخدام أجهزة الكمبيوتر المركزية لحفظ السجلات وتخزين البيانات.

المرحلة الثانية (2008_1967): عرفت هذه الفترة برقمنة الخدمات المالية التقليدية نتيجة لظهور تقنيات

المعلومات والاتصالات وانتشار شبكة الأنترنت، وبقي إستخدام التكنولوجيا المالية خلال هذه الفترة مقتصرًا على التعامل مع قطاع الخدمات المالية التقليدية، ليتم خلال هذه الفترة إطلاق أول جهاز صراف آلي تم تثبيته من قبل بنك Barclays سنة 1967 وتميزت هذه المرحلة بإنشاء أول بورصة رقمية في العالم NASDAQ والتي تعتبر بداية لرقمنة الأسواق المالية، وسنة 1973 تم تأسيس جمعية الإتصالات المالية العالمية بين البنوك (Swift) وهي عبارة عن هيئة إتصال بين المؤسسات المالية لتسهيل الحجم الكبير للمدفوعات عبر الحدود، في حين شهدت ثمانينات القرن العشرين ظهور أجهزة الكمبيوتر حيث تم من خلالها تقديم الخدمات المصرفية عبر الأنترنت عبر بقاع العالم والتي إزدهرت في التسعينات نتيجة تطور نماذج الأعمال الرقمية وعلى رأسها التجارة الإلكترونية¹.

المرحلة الثالثة (2008 _ إلى يومنا هذا): ما بعد الأزمة المالية 2008 أصبح عصر الشركات الناشئة،

مع وجود دافع الابتكار بين المستثمرين والمستهلكين الذين يقودون موجة من المنتجات والخدمات الجديدة، حتى البنوك الراسخة بدأت في التصرف وتصنيف نفسها كشركات ناشئة، تم فتح تقنيات جديدة لتسهيل إنشاء منتجات مصرفية رقمية بإستخدام الخدمات المصرفية المفتوحة، والتي تتيح لشركات الطرف الثالث الوصول إلى البيانات المالية². بعد أن عرفنا التسلسل الزمني لنشأة التكنولوجيا المالية، من المفيد أن نتناول العوامل المحفزة التي أسهمت في بروزها وتوسعها، والتي لا تقتصر على تطورها التقني بل تشمل كذلك تغيرات اقتصادية وتنظيمية عميقة منها:

الثورة الصناعية الرابعة: ساهمت الموجة الجديدة من التكنولوجيات الناشئة، مثل الذكاء الاصطناعي،

الحوسبة السحابية، إنترنت الأشياء، وسلسلة الكتل، في اختراق مختلف جوانب الحياة الاقتصادية والاجتماعية، خاصة مع بداية الألفية الثالثة. وعلى الرغم من المخاوف المرتبطة بهذه التحولات، كتأثيرها المحتمل على الوظائف البشرية، إلا أن الجيل الرقمي الجديد أبدى انفتاحا واسعا على تبني هذه الابتكارات، مما سرّع من وتيرة اعتمادها، لاسيما في القطاع المالي.

¹ طالم صالح، إسهامات تطبيقات التكنولوجيا المالية في تطوير الصناعة المالية الإسلامية -منصات التمويل الجماعي الإسلامية نموذجاً -، مجلة دفاتر إقتصادية، جامعة تيسمسيلت، الجزائر، المجلد 19، العدد 02، 2022، ص 250 - 249.

² شعيب مقلاتي، أثر التكنولوجيا المالية على أداء البنوك -الإمارات العربية المتحدة نموذجاً-، مذكرة ماستر في علوم التسيير، تخصص إدارة مالية، جامعة ميله، الجزائر، 2020/2021، ص 9.

➤ **الأزمة المالية العالمية:** أدت هذه الأزمة إلى اهتزاز الثقة بالمؤسسات المالية التقليدية، بعدما تكبد الأفراد خسائر كبيرة، وشعر كثير منهم بالخيانة نتيجة ما اعتبروه تواطؤا بين البنوك وشركات التصنيف الائتماني. هذا فقدان للثقة شكل دافعا قويا للبحث عن بدائل أكثر شفافية، وهو ما أتاح

➤ لشركات التكنولوجيا المالية فرصة للدخول إلى الساحة وتقديم خدمات مبتكرة تغطي بقبول أوسع من الجمهور، في مقابل تراجع صورة البنوك التقليدية بعد أن اضطرت إلى دفع غرامات ضخمة تخطت 500 مليار دولار.

➤ **التطور التكنولوجي:** كان للتقدم التكنولوجي دور جوهري في تغيير طبيعة تقديم الخدمات المالية، من خلال تسهيل وصولها للعملاء، وزيادة سرعتها وكفاءتها، وخفض تكاليفها التشغيلية. وقد ساعد الانتشار الواسع للهواتف الذكية في تمكين الأفراد من تنفيذ معاملاتهم البنكية في أي وقت ومن أي مكان.

➤ **تغير توقعات العملاء:** ساهمت التغيرات في سلوك وتطلعات العملاء في دفع المؤسسات المالية نحو تبني التكنولوجيا، حيث أصبح المستخدمون يبحثون عن خدمات مالية مرنة، سهلة الاستخدام، ومتوافقة مع أنماط حياتهم الرقمية، مما شجع المؤسسات على تطوير حلول تتماشى مع هذه الاحتياجات المتجددة.

➤ **الدعم التنظيمي والمؤسسي:** لعبت الحكومات والهيئات الرقابية دورا هاما في دعم التحول نحو التكنولوجيا المالية، سواء عبر إصدار التشريعات واللوائح المنظمة، أو عبر تطوير البنية التحتية الرقمية اللازمة، إلى جانب حماية حقوق المستهلكين وتشجيع الابتكار المالي ضمن بيئة تنظيمية ملائمة.

➤ **الإقصاء المالي وضعف الشمول:** أدى استمرار استبعاد فئات واسعة من السكان من الخدمات البنكية، سواء بسبب الموقع الجغرافي أو انخفاض الدخل، إلى ضرورة البحث عن بدائل أكثر شمولاً. وقد جاءت التكنولوجيا المالية لتسد هذه الفجوة، حيث مكنت الأفراد من الوصول إلى خدمات مالية رقمية تتسم بالبساطة والمرونة، دون الحاجة إلى التوجه إلى فرع بنكي أو استيفاء شروط تقليدية معقدة¹.

2- مفهوم التكنولوجيا المالية :

يتميز مفهوم التكنولوجيا المالية بغموض محتواه غير أنه يمكن القول إنه يشير إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مجال الخدمات المالية وعليه يمكن تعريف هذا المفهوم كالتالي:

¹ - حجرية، إلهام، دور التكنولوجيا المالية في تطوير الأداء المصرفي - دراسة حالة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد نقدي وبنكي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة غرداية، الجزائر، 2024، ص ص 8،9

يعود مصطلح التكنولوجيا المالية "Fin Tech" ذو أصول إنجليزية يتكون من مفهومين الخدمات المالية "Finance" والحلول القائمة على تكنولوجيا الإتصال "Technologie" وقد ترجمت هذه العبارة في قاموس أكسفورد كالتالي: التكنولوجيا المالية هي برامج الكمبيوتر وغيرها من التقنيات المستخدمة والتطبيقات لتدعيم أو تمكين الخدمات المصرفية والمالية¹.

حسب تقرير التكنولوجيا المالية الصادر عن مختبر ومضة وشركة بيرفورت payfort (احدى شركات أمازون): توصف التكنولوجيا المالية على أنها تلك المنتجات والخدمات التي تعتمد على التكنولوجيا لتحسين نوعية الخدمات المالية التقليدية، تتميز هذه التكنولوجيا بأنها أسرع وأرخص وأسهل ويمكن لعدد أكبر من الأفراد الوصول إليها، وفي معظم الحالات يتم تطوير هذه الخدمات والمنتجات بواسطة شركات ناشئة، الشركات الناشئة هي شركات صغيرة حديثة العهد تهدف إلى التوسع عن طريق إنشاء أسواق جديدة أو الإستحواذ على حصة كبيرة في الأسواق القائمة وذلك من خلال تقديم عروض ذات قيم، وبالتالي فإن الشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا المالية هي شركات صغيرة وحديثة تعد بتحسين الخدمات المصرفية للأفراد والشركات، بالتعاون أو المنافسة مع مقدمي الخدمات المالية القائمين².

ويعتبر معهد البحوث الرقمية في العاصمة البولندية دبلن أن التكنولوجيا المالية عبارة عن الإختراعات والإبتكارات التكنولوجية الحديثة في مجال قطاع المالية، وتشمل هذه الإختراعات مجموعة البرامج الرقمية التي تستخدم في العمليات المالية للبنوك والتي من ضمنها المعاملات مع الزبائن والخدمات المالية مثل تحويل الأموال وتبديل العملات وحسابات نسب الفائدة والأرباح ومعرفة الأرباح المتوقعة للإستثمارات وغير ذلك من العمليات المصرفية³.

¹ سعيدة نيس، التكنولوجيا المالية فرصة لتطوير الخدمات المالية، مجلة البحوث الإقتصادية المتقدمة، جامعة الوادي، الجزائر، المجلد 05، العدد 02، سبتمبر 2022، ص 229.

² وهيبة عبد الرحيم، اشواق بن قدور، توجهات التكنولوجيا المالية على ضوء تجارب شركات ناجحة، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المركز الجامعي لتامنغست، الجزائر، المجلد 07، العدد 03، 2018، ص 13.

³ عمارية بختي، غنية مجاني، دور التكنولوجيا المالية في دعم القطاع المصرفي، مجلة المدبر، جامعة الجزائر 03، الجزائر، المجلد 07، العدد 02، 2020، ص 98.

حسب مجلس الاستقرار المالي (Financial stability board): التكنولوجيا المالية هي " ابتكارات مالية باستخدام التكنولوجيا يمكنها استحداث نماذج عمل او تطبيقات او عمليات او منتجات جديدة لها أثر مادي وملموس على الأسواق والمؤسسات المالية وعلى تقديم الخدمات المالية".¹

وحسب (Tiberius Christoph Rosche Hrsg): التكنولوجيا المالية هي " مصطلح حديث نسبيا يجمع بن التكنولوجيا والخدمات المالية، أي تعني تقديم الخدمات المالية من خلال الإستخدام المكثف للتكنولوجيا وهي تشمل الخدمات المقدمة من الشركات إلى المستهلكين (b2c)، أو من الشركات إلى الشركات (b2b)، التي تتضمن أو تعدل أو تكمل أو تنفذ بطريقة مبتكرة من التي تقدمها المؤسسات المالية التقليدية".²

أما لجنة بازل للرقابة المصرفية فقد عرفت التكنولوجيا المالية بأنها: أي تكنولوجيا أو إبتكار مالي ينتج عنه نموذج أعمال أو عملية أو منتج جديد له تأثير على الأسواق والمؤسسات المالية.³

بشكل عام يمكن تعريف التكنولوجيا المالية بأنها: " إختراع أو إبتكار تعمل على تحسين عمليات الخدمات المالية، حيث تتميز بأنها أسرع وأسهل وأقل تكلفة ويمكن لعدد أكبر من الأفراد الوصول إليها.

ومن خلال ما سبق يمكن تلخيص اهم خصائص التكنولوجيا المالية فيما يلي:⁴

- تعتبر التكنولوجيا المالية مجموعة من المعارف والمناهج والطرق والأساليب في المجال المالي والمصرفي؛
- يعتبر القطاع المصرفي المجال الرئيسي لتطبيق الفنتك من خلال الخدمات المصرفية؛
- تعد التكنولوجيا المالية الوسيلة الأهم التي تستخدمها المؤسسات المالية والمصرفية لتحقيق أهدافها؛
- تتميز الشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا المالية بالمرونة والقدرة على تحمل التكاليف كما تتيح للعملاء شريحة واسعة من العروض وتوفير خيارات متعددة للدفع مقابل الخدمات المقدمة؛

¹ قدوري طارق وزغدي باديس، دور التكنولوجيا المالية في تطوير الخدمات المصرفية لتحقيق الشمول المالي في الجزائر، مجلة الاقتصاد والتنمية المستدامة، جامعة حمه لخضر الوادي، الجزائر، المجلد 05، العدد 01، 02 / 03 / 2022، ص 874.

² Victor Tiberius, Christoph Rasch Hrsg, Fintechs : Disruptive Geschäftsmodelle im Finanzsektor, Springer Gabler, Edition Bankmagazin, Wiesbaden, Deutschland, 2017, p2.

³ سعيدة حرفوش، التكنولوجيا المالية صناعة واعدة في الوطن العربي، مجلة افاق علمية، جامعة الشلف، كلية العلوم الاقتصادية، قسم علوم التسيير، المجلد 11، العدد 03، 2019، ص 727.

⁴ محمد امين زاخ، محمد يونس، دور التكنولوجيا المالية في تعزيز الشمول المالي في الوطن العربي _ تجربة المملكة العربية السعودية_، مجلة دفاتر البحوث العلمية، المركز الجامعي عبد الله مرسلتي بتيبازة، الجزائر، المجلد 10، العدد 01، 2022، ص 750.

- تصميم خدمات التكنولوجيا بدقة حسب إحتياجات العملاء حيث تقوم شركات التكنولوجيا المالية بالتركيز على طلبات المستخدمين عند تصميم المنتجات؛
- تتسم خدمات التكنولوجيا المالية بالسرعة، حيث تقوم شركات التكنولوجيا المالية بإتمام المعاملات في بضعة دقائق مستفيدة من الخوارزميات؛
- تقدم التكنولوجيا المالية آليات مبتكرة وعابرة للحدود لتلقي المدفوعات، تتسم بالكفاءة والشفافية والمردودية العالية مقارنة بآليات البنوك التقليدية أو شركات تحويل الأموال التي تعتمد على شبكات المراسلة المصرفية.

المطلب الثاني: أهمية التكنولوجيا المالية وأهدافها

1. أهمية التكنولوجيا المالية:¹

تكتسب التكنولوجيا المالية (Fintech) أهمية متزايدة في ظل التحول الرقمي العالمي، حيث أصبحت تشكل دورا بارزا في تحديث الأنظمة المالية والمصرفية وتطويرها، بفضل ما توفره من حلول مبتكرة، مرنة وفعالة. ولا تقتصر هذه الأهمية على المؤسسات المالية فحسب، بل تمتد لتشمل الأفراد، الشركات، والاقتصاد الوطني ككل. ويمكن إبراز هذه الأهمية من خلال الجوانب التالية:

◀ تعزيز الشمول المالي

تعد التكنولوجيا المالية وسيلة فعالة لتوسيع قاعدة المتعاملين مع النظام المالي، خصوصا في المجتمعات التي تعاني من نقص في التغطية البنكية التقليدية. فقد مكنت حلول مثل المحافظ الإلكترونية، والدفع عبر الهاتف المحمول، والوصول إلى الحسابات المصرفية عبر التطبيقات الذكية، شرائح واسعة من السكان من الاستفادة من الخدمات المالية. وتسهم هذه العملية في تقليص الفجوة المالية بين الفئات المختلفة، مما يدعم الإدماج الاقتصادي والاجتماعي.

◀ تحفيز النمو الاقتصادي والناتج المحلي الإجمالي

من خلال تسهيل عمليات الوصول إلى التمويل، وتحسين وسائل الدفع، وتبسيط التجارة الإلكترونية، تساهم التكنولوجيا المالية في رفع معدلات الإنتاجية، وزيادة حجم الاستهلاك، وتحفيز الاستثمارات، سواء على المستوى الفردي أو المؤسسي كما تعتبر هذه التأثيرات بمثابة دعامة أساسية لنمو الناتج المحلي الإجمالي، خاصة في الدول الساعية إلى تنويع مصادر دخلها وتطوير بنيتها الاقتصادية الرقمية.

◀ خفض التكاليف وتحسين الكفاءة التشغيلية:

¹ - David W. Arner, Janos Barberis, and Ross P. Buckley, **The Evolution of Fintech: A New Post-Crisis Paradigm**, Georgetown Journal of International Law 47, no 4, 2016, P P 1271–1319.

يساهم اعتماد التكنولوجيا المالية في تقليص التكاليف المرتبطة بتقديم الخدمات المالية، وذلك من خلال أتمتة عدد من العمليات البنكية مثل تحويل الأموال، فتح الحسابات، التحقق من هوية العملاء، وغيرها. كما يؤدي استخدام الخوارزميات وأنظمة الذكاء الاصطناعي إلى تقليص التدخل البشري، وتسهيل المعالجة السريعة للبيانات، مما يرفع من كفاءة الأداء المؤسسي ويقلل من الأخطاء.

➤ توسيع فرص التمويل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

لطالما واجهت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة صعوبة في الحصول على التمويل من القنوات المصرفية التقليدية، نظرا لضعف الضمانات وصعوبة تقييم الجدارة الائتمانية. غير أن التكنولوجيا المالية وفرت منصات تمويل جماعي، وإقراض مباشر بين الأفراد (P2P Lending)، مما مكن هذه المؤسسات من الوصول إلى مصادر تمويل بديلة وسريعة، تدعم استدامة أعمالها ونموها.

➤ تعزيز الثقة والامتثال التنظيمي

تعتمد المؤسسات المالية على أدوات التكنولوجيا المالية لضمان الامتثال للقوانين الوطنية والدولية، من خلال تطبيق تقنيات مثل "اعرف عميلك (KYC)" و "مكافحة غسل الأموال (AML)" هذه الأدوات تتيح جمع وتحليل بيانات المستخدمين بسرعة ودقة، ما يعزز من الشفافية ويقلل من مخاطر الغش والاحتيال، ويساهم في استقرار النظام المالي ككل.

➤ تحسين جودة الخدمات المصرفية

تمكن التكنولوجيا المالية البنوك والمؤسسات المالية من تقديم خدمات مصرفية أكثر مرونة، أسرع تنفيذاً، وأكثر تخصيصاً لاحتياجات العملاء. ويمكن للمستخدمين إجراء معاملاتهم في أي وقت ومن أي مكان، دون الحاجة إلى زيارة الفروع التقليدية.

➤ تسهيل التجارة والمدفوعات الدولية

في ظل الاقتصاد المعولم، أصبحت المعاملات التجارية العابرة للحدود أمراً شائعاً، وهنا تبرز أهمية التكنولوجيا المالية في توفير حلول دفع دولية سريعة وآمنة، تقلل من تكاليف التحويل، وتزيد من كفاءة العمليات التجارية الخارجية. وتعد هذه الوظيفة جوهرية في دعم التجارة الإلكترونية، وتخفيض تحويلات العاملين في الخارج، وبالتالي تقوية العلاقات الاقتصادية الدولية للدول النامية والمتقدمة على حد سواء.

2. أهداف التكنولوجيا المالية:

تسعى التكنولوجيا المالية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التي تتجاوز تطوير الخدمات المالية لتلامس أبعادًا تنموية وتنظيمية شاملة. وتتمثل أبرز هذه الأهداف فيما يلي:

➤ **إعادة هيكلة العلاقة بين المؤسسات المالية والعملاء:** تسعى التكنولوجيا المالية إلى نقل العلاقة بين البنوك والعملاء من نموذج تقليدي قائم على التعاملات المكتبية البيروقراطية، إلى نموذج رقمي تفاعلي يسمح بالاستجابة السريعة لحاجيات المستخدمين، عبر قنوات اتصال مباشرة وفورية، ما يعزز تجربة العميل ويخلق نوعًا من التفاعل الديناميكي المستمر.

➤ **المساهمة في الحد من الأزمات المالية المستقبلية:** واحدة من الأهداف الجوهرية للفتنك هي تطوير أدوات رقمية ذكية تمكن من الرصد المبكر للمخاطر المالية، وتحسين جودة البيانات التحليلية، ما يسمح باتخاذ قرارات استباقية على مستوى المؤسسات والهيئات الرقابية، لتفادي تكرار أزمات مثل تلك التي شهدتها العالم سنة 2008.

➤ **ربط النظام المالي بالتحول الرقمي للدولة:** تسعى التكنولوجيا المالية إلى مواءمة السياسات النقدية والمالية مع استراتيجيات التحول الرقمي، عبر تسهيل إجراءات الرقمنة، وتعزيز جمع البيانات المركزية، وربط الأنظمة البنكية بالإدارات العمومية ومؤسسات الدفع، مما يرفع من كفاءة الرقابة والتكامل المالي¹.

➤ **تحقيق العدالة المالية وتمكين الفئات المهمشة:** تعد التكنولوجيا المالية وسيلة استراتيجية تهدف إلى تقليص الفوارق في الوصول إلى الخدمات المالية، من خلال كسر الحواجز الجغرافية والبنوية، وتمكين الشرائح ذات الدخل المحدود من الحصول على حلول مالية رقمية دون الحاجة إلى ضمانات أو حسابات تقليدية.

➤ **خلق بيئة رقمية محفزة لريادة الأعمال:** تعمل التكنولوجيا المالية على دعم بناء منظومة أعمال رقمية جديدة، تشجع على ظهور شركات ناشئة (Startups) قادرة على تقديم حلول مالية مبتكرة، وتنافس البنوك التقليدية في مجالات مثل الإقراض، الدفع، وإدارة الأصول، ما يدفع بالاقتصاد نحو التنوع والتحول الرقمي الشامل.

➤ **تحقيق أهداف التنمية المستدامة:** لا تقف أهداف التكنولوجيا المالية عند حدود الخدمات المصرفية، بل تمتد إلى المساهمة في تحقيق التنمية المستدامة، من خلال دعم تمويل المشاريع البيئية والاجتماعية، وتسهيل الاستثمار في القطاعات ذات البعد المجتمعي، وتقليص الفجوة الاقتصادية بين المناطق².

¹ - فاطمة الزهراء قطار، أثر التكنولوجيا المالية على ربحية البنوك دراسة لعينة من الدول خلال فترة 2012_2021، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص إقتصاد نقدي وبنكي، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2024_2025، ص7.

² - مصطفى سلام عبد الرضا، حيدر محمد كريم، سنان عبد الله حرجان، التكنولوجيا المالية ودورها في تحقيق التنمية المستدامة، مجلة جامعة جيهان- أربيل للعلوم الإنسانية والاجتماعية، العراق، 2020، ص 129.

المطلب الثالث: خدمات ومجالات التكنولوجيا المالية

1. خدمات التكنولوجيا المالية: لقد جاءت التكنولوجيا المالية لتحويل سوق الخدمات المالية وتعاملت مع

مجموعة واسعة من الخدمات يمكن إنجازها في العناصر التالية:

➤ **خدمات الدفع:** تعني النشاطات المصرفية الأكثر نشاطا ومرونة والتي تقدمها التكنولوجيا المالية للعديد من

العملاء بحيث توفر لهم مجموعة من أساليب الدفع ومن أهمها ما يلي: ¹

الدفع عبر الهاتف النقال، مما يسهل عمليات الدفع وتنوع خيارات الدفع؛

- التحويلات المالية الدولية تكون بأقل تكلفة، تحويلات إلى الخارج بدون رسوم؛

- تبادل العملات بدون تكلفة؛

- إدارة تدفقات الدفع المتاحة للتجارة الإلكترونية، وتسهل عمليات الدفع عبر الأنترنت والتي تشمل على وسائل

الدفع المبتكرة؛

- تبسيط عمليات الدفع بين الأفراد.

➤ **الخدمات المصرفية الموجهة للأفراد:** تشمل الخدمات المصرفية البسيطة الموجهة للأفراد عبر الأنترنت، دون

وجود مادي للوكالة وبأقل التكاليف كما تشمل حلول لتسيير الميزانية، وأدوات متنوعة للإدارة المالية

الشخصية ².

- **خدمة التمويل والاستثمار:** تقوم بإستقطاب مدخرات الأفراد، من خلال تبسيط العروض المقدمة، وتوفير

منصات التمويل الجماعي للشركات والهيئات المالية سواء في شكل قروض أو استثمار في رأس المال وتقديم إستشارة

مالية عبر الأنترنت للأفراد ³.

- **خدمات مقدمة للبنوك على أساس قاعدة كبيرة للمعطيات:** وهي تقدم حلول موجهة للقطاع البنكي المصري

بالإعتماد على جمع وتحليل قاعدة كبيرة من البيانات، بهدف تحسين إدارة العلاقة مع العملاء (سلوك الشراء،

الإدخار، الملاءة المالية ⁴.

¹Matthieu Llorca, Les banques aux prises avec Les fintech, l'économie politique n°75, Dijon, France, 2017, p 46.)

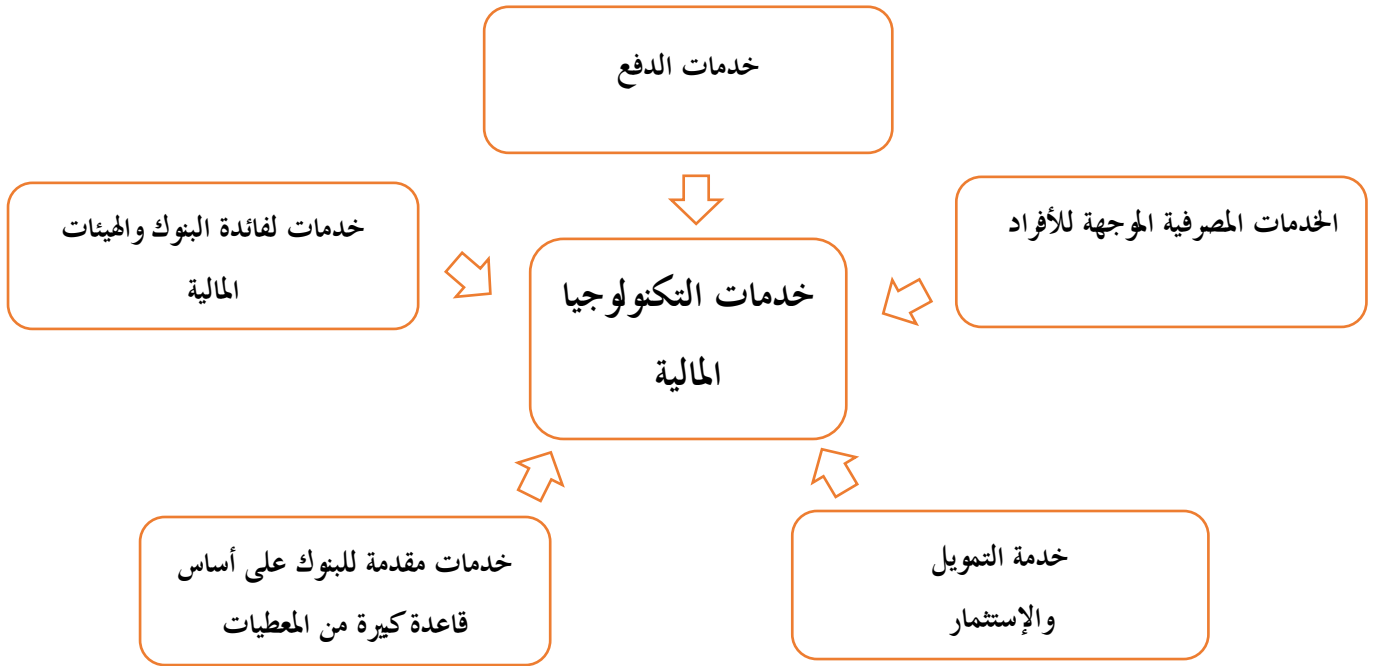
² سعيدة حروفش، التكنولوجيا المالية صناعة واعدة في الوطن العربي، مرجع سبق ذكره، ص 729.

³ كردوسي مروة، دور التكنولوجيا المالية في تعزيز الشمول المالي _ دراسة حالة مجموعة من البنوك الجزائرية _ أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الطور الثالث، تخصص مالية وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، قلعة، الجزائر، 2024/2023، ص 31.

⁴ مولودي عبد الغاني وعلائي فتيحة، الابتكار في التكنولوجيا المالية كآلية للرقمنة ومساهمتها في الحد من استخدام الورق والحفاظة على البيئة، مجلة الاقتصاد والبيئة، جامعة أحمد دراية، أدرار، الجزائر، المجلد 03، العدد 02، 2022، ص 16.

– خدمات لفائدة البنوك والهيئات المالية: تقدم التكنولوجيا المالية حلولاً عديدة تهدف إلى تحسين إدارة الشركات، فنجد منها الموجهة للبنوك مثل تقنية البلوك شين التي تستخدم لتسجيل المعاملات ومعالجة المعلومات بكفاءة وتحسين إدارة المخاطر وإدارة الضرائب.¹

الشكل رقم 1 : خدمات التكنولوجيا المالية



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على سعيدة حروفش، التكنولوجيا المالية صناعة واعدة في الوطن العربي، مجلة آفاق علمية، جامعة الشلف، كلية العلوم الاقتصادية، قسم علوم التسيير، المجلد 11، العدد 03، 2019، ص 729.

2. مجالات التكنولوجيا المالية :

◀ **قطاع المدفوعات:** يعتبر هذا القطاع أكثر تقدماً في التكنولوجيا المالية، فالشركات الناشئة تقدم خدمات دفع الفواتير وحلول الدفع عبر الأنترنت والأجهزة المحمولة وكذا المحافظ الإلكترونية، كما تعد خدمات الدفع من

¹ المرجع نفسه ص 16

أكثر الخدمات رواجاً مقارنة بباقي الخدمات والمنتجات المالية الأخرى، حيث أن الشركات التي تركز على هذا النوع من الخدمات تستقطب عملائها بشكل أسرع وبتكاليف أقل¹.

◀ **قطاع الإقراض وجمع رؤوس الأموال :** يشمل بالأساس التمويل الجماعي الذي يعمل على تمكين شبكات الأشخاص بالتحكم في إنشاء منتجات ووسائل إعلام وأفكار جديدة، ويشمل ثلاث أطراف هي الممول المشروع الذي يحتاج إلى التمويل، المساهمون الذين يرغبون في تمويل هذه المشروعات، والهيئة الوسيطة التي تتيح المعلومات لإيجاد الفرص من أجل تطوير الخدمات والمنتجات، كما يوجد إقراض النظير للنظير (P2P) ويعد من أكثر النماذج التي تعرف توجهاً كبيراً في التكنولوجيا المالية، وتعمل هذه المنصات على توفير المعلومات للأفراد والشركات بدافع الإقراض المتبادل بأسعار فائدة منخفضة وإجراءات أقل تعقيداً².

◀ **إدارة الثروات :** هي خدمة تتضمن كل من التخطيط المالي وإدارة المحافظ الإستثمارية وعدد من الخدمات المالية الموجهة للأفراد الأثرياء وأصحاب الأعمال الصغيرة، والأسر الذين يرغبون في مساعدة وإستشارة مالية يدعون متخصصين معتمدين لإدارة ثرواتهم من تنسيق خدمات مصرفية وتخطيط عقاري وموارد قانونية وإدارة الضرائب المهنية والإستثمار، لكنه وبذكر المصارف تحل المؤسسات الناشئة في التكنولوجيا المالية محل النشاطات المصرفية وتنافس عليها باغتنامها لفرصة شريحة الأفراد الذين لا يمتلكون حسابات مصرفية وكذا المغتربين والأفراد ذوي الدخل المرتفع باستثمار مدخراتهم³.

◀ **قطاع التأمين:** يشير إلى مجموعة من التقنيات الناشئة ونماذج الأعمال الحديثة التي لديها القدرة على تحويل أعمال التأمين، يتيح هذا النوع من التقنيات المالية الرقمية بتوفير حلول أكثر تخصيصاً وبتكلفة أقل للعملاء، وتعتبر البيانات عنصراً ضرورياً في عمل شركات التكنولوجيا التأمينية لأنها ترتبط بعملية تسعير المنتجات التأمينية وكذا إدارة المخاطر⁴.

¹ عبد الوهاب صخري وسمية بن علي، تحليل واقع التكنولوجيا المالية في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا: قراءة للتحديات والامكانات، مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبة، مخر المالية الدولية ودراسة الحوكمة والنهوض الاقتصادي، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، المجلد 06 العدد 01، 2021، ص 405.

² بن سعودة الزهرة صابرية وعراب خالدية، التكنولوجيا المالية في الجزائر الواقع والتحديات _دراسة ميدانية_، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص مالية وبنوك، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2023/2024، ص 15.

³ حمدي زينب، وأوقاسم الزهراء، مفاهيم أساسية حول التكنولوجيا المالية، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المركز الجامعي لتامنغست، الجزائر، المجلد 08، العدد 01، 2019، ص 409.

⁴ وفاء حمدوش، لمياء عماني، سمية بن علي، دور التكنولوجيا المالية في تعزيز القطاع المصرفي الجزائري: الواقع والتحديات، مجلة الاقتصاد الجديد، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، المجلد 12، العدد 04، 2021، ص 545.

◀ **قطاع الكتل Black Chain والعملات الرقمية المشفرة:** تقنية سلسلة الكتل "البلوك شاين" تعتبر قاعدة بيانات عامة ومشاركة تقوم بفحص المعاملات وتسجيلها بشكل دائم مما تسمح بتوفير الثقة بين المتعاملين دون اشتراط سلطة مركزية تتمتع بثقة الجميع، وتقدم خدمات ومنتجات جديدة بأقل تكلفة وبسرعة أكبر عبر منصات مصممة بدقة وتطبيقات الهواتف الذكية واللوحات الرقمية من خلال الشركات الناشئة، كما تمكن الأفراد من شراء العملة الرقمية المشفرة وإرسالها إلى جميع أنحاء العالم بسرعة تماثل سرعة إرسال بريد الكتروني دون امتلاك حساب مصرفي¹.

◀ **التكنولوجيا التنظيمية :** تعرف أنها إدارة العمليات التنظيمية ضمن الصناعة المالية من خلال إستخدام التكنولوجيا، وهي تشمل المراقبة التنظيمية وإعداد التقارير والإمتثال، تركز على رقمنة قواعد مكافحة غسيل الأموال بهدف تقليل العائدات المتحصلة بصورة غير مشروعة، وقاعدة إعرف عميلك التي يقصد بها العمليات التي تحدد وتتحقق من هوية العملاء في المؤسسات المالية لمنع الغش والممارسات غير السليمة، ومنذ الأزمة المالية عام 2008 واجهت الخدمات المالية سلسلة متعاضمة من التنظيمات، ما أدى إلى زيادة عبئ الإلتزام على المؤسسات المالي².

الشكل رقم 2: قطاعات التكنولوجيا التنظيمية



¹ نيس سعيدة، التكنولوجيا المالية فرصة لتطوير الخدمات المالية، مرجع سبق ذكره ص ص 232 233.

² طالم صالح، إسهامات تطبيقات التكنولوجيا المالية في تطوير الصناعة المالية الإسلامية، مرجع سبق ذكره، ص 255.

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على حمدي زينب، أوقاسم الزهراء، مفاهيم أساسية حول التكنولوجيا المالية، مجلة الإجتهد للدراسات القانونية والاقتصادية، المركز الجامعي لتامنغست، الجزائر، المجلد 08، العدد 01، 2019، ص 409

المطلب الرابع: تقنيات التكنولوجيا المالية:

إن التطور الذي شهدته التكنولوجيا المالية أسفر عنه تقنيات جديدة نذكر منها:

سلسلة الكتل أو block Chain: تعد سلسلة الكتل (Blockchain) من أهم التقنيات الداعمة للتكنولوجيا المالية الحديثة، كونها أصبحت تشكل أحد المرتكزات الأساسية لأنظمة المعاملات الرقمية، وخاصة في قطاع الخدمات المصرفية والمالية، كما انها نظام رقمي موزع ومفتوح يسمح بنقل أصل الملكية من طرف إلى آخر دون الحاجة إلى وسيط، مع تحقيق درجة عالية من الأمان بعملية التحويل لمواجهة محاولات الغش والتلاعب. ويشترك في هذا السجل جميع أفراد حول العالم، ويمكن اعتبار البلوك شين حاليا أكبر قاعدة بيانات موزعة عالميا بين الأفراد، وقد تم إستخدام هذا النظام لأول مرة من عام 2008، من ضمنها تطبيقاتها غير المحددة التي يمكن إستخدامها في العملات الرقمية المشفرة. كما يسمح بتوثيق وتبادل المعلومات بطريقة آمنة وشفافة، دون الحاجة إلى طرف ثالث أو وسيط تقليدي، مثل البنوك أو الهيئات المركزية، ومن بين خصائصها ما يلي:

- **اللامركزية: (Decentralization)** لا تتحكم أي جهة مركزية واحدة في سلسلة الكتل، بل يتم تخزين البيانات على آلاف الحواسيب (العُقد) المنتشرة عبر العالم، ما يجعل من الصعب جدًا اختراق النظام أو التلاعب بالبيانات.
- **الشفافية والمصادقية:** كل عملية تتم داخل السلسلة تُسجّل في "كتلة" جديدة، وتكون مرئية لجميع المشاركين في الشبكة، مما يعزز الثقة ويقلل من فرص الاحتيال.
- **الأمن العالي ضد التلاعب:** بفضل تقنيات التشفير المعقدة، فإن كل كتلة في السلسلة ترتبط بالكتلة التي تسبقها، وبالتالي فإن أي محاولة لتعديل معلومة واحدة تتطلب تغيير كل السلسلة، وهو أمر شبه مستحيل عمليًا.
- **إمكانية التتبع والتدقيق:** كل معاملة يتم تسجيلها بشكل دائم ولا يمكن حذفها، مما يوفر سجلاً زمنياً يمكن العودة إليه لتتبع أي عملية، وهو ما يعد ميزة مهمة للبنوك والمؤسسات المالية من حيث الامتثال والتدقيق.

- **تعدد الاستخدامات:** رغم ارتباط سلسلة الكتل في بداياتها بالعملات المشفرة مثل البيتكوين، إلا أن استخدامها توسّع ليشمل مجالات متعددة مثل: العقود الذكية، أنظمة التصويت الإلكتروني، إدارة سلسلة الإمداد، وخدمات الدفع والتحويلات الدولية¹.

العملات المشفرة: هي شكل من أشكال الأصول الرقمية التي تستخدم كوسيلة للتبادل، وتعتمد على تقنيات التشفير (cryptography) لتأمين المعاملات والتحقق منها، فضلا عن تنظيم إصدار وحدات جديدة منها. وأشهر هذه العملات هي البيتكوين (Bitcoin)، التي تعد أول عملة مشفرة تم إطلاقها عام 2009. كما العملات المشفرة لا تصدر من قبل جهة مركزية مثل البنوك المركزية، بل تعتمد على بنية لامركزية مدعومة بتقنية "سلسلة الكتل" أو البلوكتشين (Blockchain)، وهي سجل رقمي موزع يتيح تتبع المعاملات دون الحاجة إلى وسطاء تقليديين. ومن بين خصائصها ما يلي:

- **وسيط للتبادل:** تستخدم هذه العملات في شراء السلع والخدمات
- **قابلة للتداول مقابل العملات التقليدية:** يمكن شراء العملات المشفرة مقابل الدولار أو اليورو أو غيرها
- **قابليتها للاستخدام في الاقتصاد الحقيقي:** لا تقتصر استعمالاتها على الإنترنت فقط، بل بدأ استخدامها يمتد إلى قطاعات تجارية وسياحية وخدمية في بعض الدول.
- **تقلبها العالي:** تتميز بتذبذب كبير في قيمتها، وهو ما يجعلها غير مستقرة كأداة ادخار أو تقييم.
- **الغموض القانوني والتنظيمي:** هذه العملات ما تزال خارج إطار رقابي موحد على المستوى الأوروبي والدولي، ما يثير تساؤلات قانونية تتعلق بعمليات غسل الأموال والتهرب الضريبي وتمويل الأنشطة غير المشروعة².

¹ خالد بيلوطة ورمضان براغثة، أثر التكنولوجيا المالية على أداء البنوك راسة ميدانية لعينة من البنوك الجزائرية لمينة قاملة (BADR.BNA)، (CPA)، مذكرة تخرج مقدمة لإستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر في علوم التسيير، تخصص إدارة مالية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، قاملة، الجزائر، 2021 / 2022، ص 17.

² Robby Houben, Alexander Snyers, Cryptocurrencies and blockchain, Legal context and implications for Financial crime, money laundering and tax evasion, Brussels : European parliament, Policy Department for Economic, Scientific and Quality of Life Policies, - July 2018, p21)

الجدول رقم 1 : أشهر العملات المشفرة

العملة	وصفها
البيتكوين Bitcoin	وصفه Satoshi بأنه نسخة محدثة من المعاملات التي تتم من نظير إلى نظير إلكترونيًا، والتي تسمح بإرسال المدفوعات عبر الإنترنت مباشرة من طرف على آخر.
لايتكوين Litecoin	تعمل كنظام للسداد أو التحويل عبر الإنترنت مثل أي شبكة مصرفية على الإنترنت، يمكن للمستخدمين استخدامها لتحويل القيمة إلى بعضهم البعض.
أثيريوم Ethereum	هي عبارة عن منصة حوسبة تقوم على السجلات المتسلسلة ونظام تشغيل يتميز بوظائف العقود الذكية.
زيكاش Zcash	عملة مشفرة تهدف إلى استخدام التشفير لتوفير خصوصية محسنة لمستخدميها مقارنة بالعملات المشفرة الأخرى مثل البيتكوين.
ريبيل Ripple	عملة مشفرة معتمدة للمعاملات من نظير إلى نظير، مصممة للعمل بسلاسة مع الإنترنت لتوفير طريقة مباشرة وآمنة لإرسال المدفوعات على الويب.
داش Dash	عملة مشفرة وهي شكل من أشكال التنظيم الذاتي اللامركزي، تسمح العملة بالمعاملات السريعة التي لا يمكن تعقبها.
مونيرو Monero XMR	عملة مشفرة مفتوحة-أي في المتناول الحر لمجتمع مالكيها والمعاملين بها تم إنشائها في أبريل 2014 وتركز على تحقيق الخصوصية واللامركزية وإمكانية التوسع، وتعمل على أنظمة windows و macOS و Linux و Android و FreeBSD .
إيوس EOS.IO	من بروتوكولات السجلات المتسلسلة، يحاكي البروتوكول معظم سمات جهاز كمبيوتر حقيقي بما في ذلك الأجهزة المعالجة Processor، ذاكرة عشوائية RAM، تخزين القرص الصلب، مع موارد الحوسبة موزعة بالتساوي بين حاملي العملة، تعمل EOSIO كمنصة ذكية للعقود ونظام تشغيل لا مركزي مخصص لنشر التطبيقات اللامركزية على نطاق موسع وفقا لنموذج لا مركزي مستقل الحركة.
منصة Neo	تأسست Neo -المعروفة سابقا باسم أنتشيز Antshares- في عام 2014 وهي عبارة عن منصة مفتوحة المصدر للتطبيقات اللامركزية، وفي عام 2017 تم تغيير العلامة التجارية من Antshares إلى Neo. وتأسس رؤية مستحدثة مفادها تحقيق "إقتصاد ذكي" بإستخدام تكنولوجيا السجلات المتسلسلة Blockchain ورقمنة الأصول Digitization لتقومها بالنيو، ويتم إستخدام العقود الذكية لأتمتة إدارة هذه الأصول الرقمية.

هي منصة غير مركزية مفتوحة المصدر لعقود ذكية، تم إطلاقها في سبتمبر 2017 بواسطة تقنية السجلات المتسلسلة Blockchain، وعلى أساس هذا النظام ولدت عملة Cardano Ada وهي عملة مشفرة يمكن شرائها في البورصات المتخصصة.	كاردانو Cardano
--	-------------------------------

المصدر: فريد حبيب ليان، التكنولوجيا المالية جسر القطاع المالي إلى المستقبل، اتحاد شركات الإستثمار الكويت، نوفمبر 2019، ص 24-25.

الحوسبة السحابية: تعد الحوسبة السحابية من أبرز التقنيات التمكينية التي تعتمد عليها التكنولوجيا المالية الحديثة، إذ أحدثت تحولا جذريا في أسلوب إدارة البيانات وتقديم الخدمات الرقمية، فهي تعتبر كنموذج حديث يمكن من توفير الموارد الحاسوبية كخدمة عبر الإنترنت، دون الحاجة إلى امتلاك البنية التحتية المادية أو البرمجية محليا من قبل المستخدم.

فمن خلال الحوسبة السحابية، يتم نقل كل من عمليات المعالجة والتخزين من أجهزة الحاسوب الشخصية أو الخوادم المحلية إلى "السحابة"، فهي عبارة عن شبكة من الخوادم عالية الكفاءة تدار من قبل مزودي خدمة متخصصين، ويصل إليها المستخدمون عبر الإنترنت. وبهذا، لا يحتاج الأفراد أو المؤسسات إلى تثبيت برامج على أجهزتهم أو تخصيص مساحات تخزين محلية، بل يكتفون بالاتصال بالخدمة السحابية لإتمام أعمالهم.

كما أن نموذج الحوسبة السحابية يعتمد على مراكز بيانات ضخمة وموزعة جغرافيا، تحتوي على أنظمة تخزين ومعالجة متطورة. يقوم مقدمو الخدمة بإدارة هذه البنية التحتية وصيانتها، بينما يحصل المستخدمون على خدماتهم من خلال واجهات مرنة وآمنة. كما تنسم هذه الأخيرة بخصائص نذكر أهمها :

- **الوصول العالمي:** يمكن لأي مستخدم الوصول إلى بياناته أو خدماته من أي مكان وفي أي وقت، ما دام متصلا بالإنترنت.
- **التكلفة المنخفضة:** لا تحتاج المؤسسات إلى شراء أجهزة باهظة أو تعيين فرق تقنية لإدارة الأنظمة، مما يخفض التكاليف التشغيلية.
- **المرونة وسهولة التوسع:** يمكن توسيع أو تقليص قدرات التخزين والمعالجة حسب الحاجة دون الحاجة إلى تدخل مادي.
- **سهولة الاستخدام والصيانة:** تدار البنية التحتية وصيانة الأنظمة من طرف مزود الخدمة، ما يخفف العبء عن المستخدم النهائي.
- **الاستمرارية والنسخ الاحتياطي:** توفر مراكز البيانات بيئة آمنة تتضمن نظاما احتياطية تضمن استمرارية الأعمال وحماية البيانات من فقدان.

تساهم الحوسبة السحابية في تطوير الخدمات المالية الرقمية، إذ تتيح للمؤسسات المالية، مثل البنوك وشركات التكنولوجيا المالية، تشغيل التطبيقات والمنصات الرقمية في بيئة آمنة وسريعة التطور. كما تسهم في تمكين الوصول إلى البيانات الضخمة، وتشغيل أدوات التحليل المالي، وتطوير خدمات الدفع والتطبيقات المصرفية، وكل ذلك بتكلفة أقل ومرونة أعلى مقارنة بالنظم التقليدية¹.

- **الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence):** يعد الذكاء الاصطناعي من أبرز التقنيات الداعمة للتكنولوجيا المالية، وقد أحدث تحولاً عميقاً في طريقة معالجة البيانات واتخاذ القرارات داخل المؤسسات المالية. ويقصد به مجموعة من الأنظمة والبرامج التي تحاكي الذكاء البشري، من خلال قدرتها على التعلم الذاتي، التحليل، الاستنتاج، واتخاذ القرار، بناءً على بيانات ضخمة وسلوكيات سابقة للمستخدمين. فالذكاء الاصطناعي عبارة عن تطوير برامج حاسوبية تستطيع معالجة كم هائل من المعلومات بسرعة، وتستخدم خوارزميات معقدة لتحديد الأنماط، تحليل الاتجاهات، وتوقع التصرفات المستقبلية، مما يمكن المؤسسات من التفاعل بشكل أسرع وأكثر دقة مع السوق والعملاء.

يتم استخدامه في العديد من المجالات من بينها:

- **تحسين تجربة العملاء:** تستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحليل سلوكيات العملاء وتقديم توصيات مالية مخصصة لكل مستخدم، مثل العروض الائتمانية أو حلول الاستثمار.
- **أتمتة المعاملات البنكية:** تتيح خوارزميات الذكاء الاصطناعي تنفيذ عدد كبير من المعاملات المالية بشكل آلي (مثل التحويلات، مراجعة العمليات، فتح الحسابات)، دون الحاجة لتدخل بشري مباشر.
- **الكشف عن الاحتيال المالي:** يمكن للذكاء الاصطناعي اكتشاف الأنماط غير العادية في البيانات المصرفية، والتعرف على السلوكيات المشبوهة، مما يساعد على الحد من عمليات الاحتيال والتزوير.
- **اتخاذ قرارات ائتمانية دقيقة:** تعتمد بعض البنوك على تقنيات تعلم الآلة (Machine Learning) لتقييم الجدارة الائتمانية للعملاء، استناداً إلى عدد كبير من المعايير، بما في ذلك سلوكيات الإنفاق والتاريخ المالي، وهو ما يعزز من دقة اتخاذ القرار.

¹ إياد عماد علي، بحث الحوسبة السحابية (Cloud computing)، البنك المركزي العراقي دائرة تقنية المعلومات والاتصالات، العراق، 2014، ص 3.

يمنح الذكاء الاصطناعي المؤسسات المالية قدرة على العمل بشكل استباقي، حيث لم تعد البنوك تعتمد فقط على بيانات ماضية، بل أصبحت قادرة على التنبؤ بحاجات العملاء، والتكيف مع تقلبات السوق في الوقت الحقيقي، مما ينعكس إيجاباً على جودة الأداء والقدرة التنافسية.¹

- **العقود الذكية:** تعد العقود الذكية من أبرز تطبيقات تكنولوجيا سلسلة الكتل (Blockchain) في مجال

الخدمات المالية، وتمثل نقلة نوعية في طريقة إبرام وتنفيذ الاتفاقيات، فهي ببساطة برمجيات رقمية مشفرة تخزن وتنفذ بشكل تلقائي عند استيفاء شروط معينة متفق عليها مسبقاً بين الأطراف المعنية، دون تدخل بشري مباشر أو وسيط مركزي، كما العقود الذكية تكتسب أهمية خاصة في الصناعة المصرفية الإسلامية، نظراً لكونها توفر أداة تقنية تتماشى مع مبادئ الشفافية وعدم الغرر، وتقلل الحاجة إلى أطراف وسيطة، مما يجعلها مناسبة لتطبيقات التمويل الإسلامي مثل المراجعة والإجارة والمشاركة. من بين الخصائص ما يلي:

➤ **ذاتية التنفيذ (Self-executing):** ترمج العقود الذكية بحيث يتم تنفيذها تلقائياً عند تحقق شروط محددة مسبقاً، مثل تحويل دفعة مالية بعد استلام سلعة، مما يقلل من مخاطر التأخير والنزاعات.

➤ **غير قابلة للتغيير بعد النشر:** بمجرد تسجيل العقد على سلسلة الكتل، لا يمكن تعديله أو التلاعب به، مما يعزز عنصر الأمان والثقة بين الأطراف.

➤ **تعزز الكفاءة والسرعة:** تنفيذ المعاملات آلياً دون وسطاء يسهم في تقليل التكاليف الإدارية ويوفر الوقت، وهو ما يتوافق مع حاجات المصارف إلى أتمتة الإجراءات وتحقيق الكفاءة التشغيلية.

➤ **تدعم مبادئ الشريعة الإسلامية:** أن هذه العقود يمكن استخدامها في تمويل مطابقة للضوابط الشرعية، لأنها تتيح تنفيذ شروط التعاقد بدقة ووضوح، وتقلل احتمالات الغرر والجهالة.

➤ **قابلة للدمج مع أنظمة الدفع الرقمية:** العقود الذكية يمكن ربطها مباشرة بمحافظ رقمية، بحيث يتم تنفيذ العمليات المالية تلقائياً، وهو ما يفتح المجال أمام صيغ تمويل جديدة ومتطورة داخل البيئة المصرفية الإسلامية.

➤ **الأمن السيبراني:** تزامناً مع تطور تقنيات التكنولوجيا المالية دفعت الحاجة إلى تعزيز الأمن في تنفيذ العمليات المالية، وقد عرف الإتحاد الدولي للاتصالات الأمن السيبراني بأنه مجموع الأدوات والسياسات والمفاهيم والضوابط

¹ عبد الكريم مسعودي وقريشي خير الدين، التكنولوجيا المالية كآلية لتحقيق جودة الأداء المصرفي، مرجع سبق ذكره، ص 425.

والمبادئ التوجيهية وكذا إدارة المخاطر والإجراءات والتدريب وأفضل الممارسات وآليات الضمان والتكنولوجيات التي يمكن إستخدامها في حماية البيئة السيبرانية وأصول المؤسسات والمستخدمين¹.

➤ **البيانات الضخمة (Big Data):** تعد البيانات الضخمة من المرتكزات الأساسية في منظومة التكنولوجيا المالية الحديثة، حيث تشكل القاعدة التي تبنى عليها مختلف نماذج التحليل والتنبؤ وصنع القرار الذكي في القطاع المالي. كما أنه البيانات الضخمة تمثل كميات هائلة من المعلومات الرقمية التي تجمع من مصادر متعددة، وتحلل باستخدام تقنيات متقدمة بهدف استخراج أنماط واتجاهات تساعد المؤسسات المالية في تحسين أدائها وتوسيع نطاق خدماتها.

فالبيانات الضخمة ليست مجرد حجم كبير من المعلومات، بل هي أيضا متعددة المصادر، وسريعة التدفق، ومتغيرة باستمرار، وتشمل بيانات المعاملات المالية، تحركات الأسواق، نشاطات العملاء على الإنترنت، البيانات من شبكات التواصل الاجتماعي، وأجهزة إنترنت الأشياء. كما تكمن أهميتها في التكنولوجيا المالية فيما يلي:

- **تحسين فهم سلوك العملاء:** تسمح البيانات الضخمة للبنوك وشركات الفنتك بتحليل سلوك العملاء بشكل دقيق، مثل أنماط الإنفاق، وتفضيلات الدفع، ومستوى المخاطر، مما يساهم في تصميم خدمات أكثر تخصيصاً وفعالية.

- **دعم اتخاذ القرار الاستراتيجي:** تتيح تحليلات البيانات الضخمة للمؤسسات المالية اتخاذ قرارات مبنية على مؤشرات حقيقية وفي الوقت الحقيقي، خصوصا فيما يتعلق بمنح القروض، أو تقييم الأداء المالي، أو دخول أسواق جديدة.

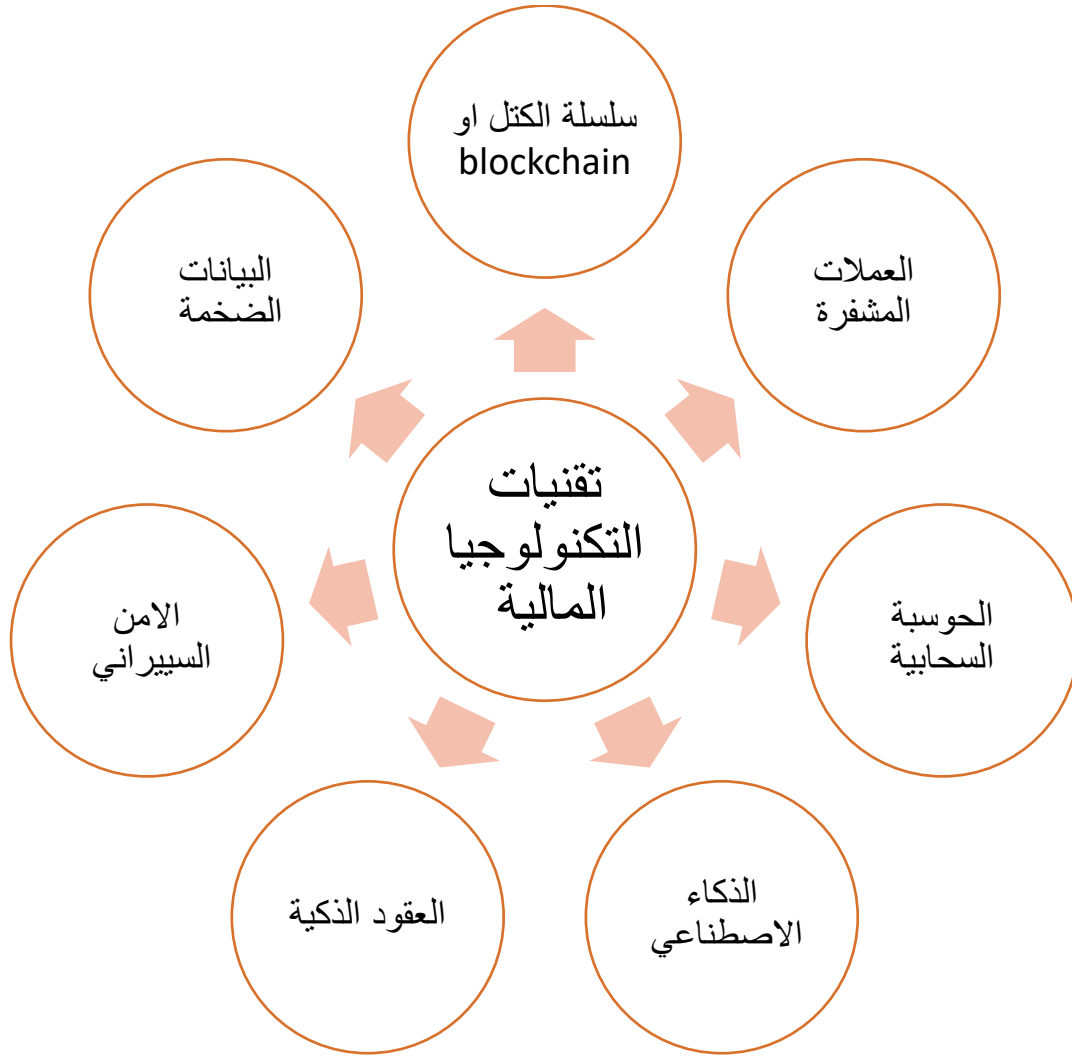
- **مكافحة الاحتيال والكشف المبكر عن المخاطر:** عبر النماذج التحليلية المتقدمة، يمكن الكشف عن الأنماط غير الاعتيادية التي قد تدل على نشاط مشبوه أو احتيالي، مما يعزز أمن النظام المالي ويحسن من الامتثال التنظيمي.

- **تحقيق الشمول المالي الرقمي:** كما أن البيانات الضخمة تستخدم لتعويض نقص المعلومات التقليدية حول الأفراد غير المتعاملين مصرفيا، من خلال تحليل سلوكهم الرقمي ومنحهم تقييمات ائتمانية بديلة، ما يفتح أمامهم فرصا جديدة للحصول على التمويل والخدمات المصرفية².

¹ محمد قوجيل ونبيلة قرزيز، إستخدامات التكنولوجيا المالية في الصناعة المصرفية الإسلامية – تجربة المصارف السعودية، مجلة الميادين الاقتصادية، جامعة حسيبة بن بوعلي شلف، الجزائر، المجلد 04 العدد 01، 2021، ص 251.

² المناسيع رابح امين، آليات رقمنة الخدمات المالية والمصرفية لإرساء الشمول المالي الرقمي – اعتماد ابتكارات التكنولوجيا المالية كسبيل، مجلة الدراسات الاقتصادية، جامعة الجزائر 3، الجزائر، المجلد 16، العدد 03، 2022، ص 638.

شكل رقم 3 : تقنيات التكنولوجيا المالية



المصدر: محمد قوجيل، نبيلة قرزیز، استخدامات التكنولوجيا المالية في الصناعة المصرفية الإسلامية _تجربة المصارف

السعودية، مجلة الميادين الاقتصادية، جامعة حسين بن بوعلين شلف، الجزائر، المجلد 04، العدد 01، 2021، ص 251.

وختاماً تمثل التكنولوجيا المالية عنصراً أساسياً في تطوير النظام المالي الحديث، حيث ساهمت في تحسين الخدمات وتسهيل الوصول إليها عبر استخدام تقنيات رقمية متقدمة، كما أصبحت وسيلة فعالة لتعزيز الكفاءة والابتكار في تقديم الحلول المالية، بما يتناسب مع متطلبات العصر الرقمي.

المبحث الثاني: عموميات حول التجارة الإلكترونية

تعتبر التجارة الإلكترونية من الركائز الأساسية للاقتصاد الرقمي الذي يقوم على تقنية المعلومات التي يرجع الفضل إليها في ظهور التجارة الإلكترونية ونموها باعتبارها تعتمد على الحواسيب والاتصالات ومختلف الوسائل التقنية لتنفيذ وإدارة النشاط التجاري، وعليه في هذا المبحث سنتطرق لنشأة ومفهوم التجارة الإلكترونية وأهميتها، بالإضافة إلى مختلف أنماطها ومتطلباتها ومناقشة المزايا والعيوب.

المطلب الأول: نشأة التجارة الإلكترونية ومفهومها

1. نشأة التجارة الإلكترونية:

ترجع نشأة التجارة الإلكترونية إلى سبعينيات القرن الماضي حيث أدركت العديد من الشركات والمؤسسات أهمية تسريع وتبادل المعلومات إذا كانت تريد أن تظل قادرة على المنافسة في قطاع الأعمال، وضمن هذا التوجه بدأت العديد من المؤسسات ومن أهمها البنوك في استخدام الشبكات الخاصة من أجل القيام بعمليات التحويل الإلكتروني للأموال " IFT " " Electronic Fund Transfer " سواء أكان بين البنك وفروعه أو مع البنوك الأخرى، وقد مكنت هذه الآلية فيما بعد العملاء من إجراء الإيداع المباشر والسداد الإلكتروني للمستحقات باستخدام أساليب حديثة مثل بطاقات الائتمان.¹

وبعدها أتى التبادل الإلكتروني للبيانات EDI والذي أسهم في توسيع نطاق التجارة الإلكترونية لتتجاوز المعاملات المالية وتدخل معاملات أخرى، وتسبب في إزدياد الشركات المساهمة في الأسهم هذه التقنية من مؤسسات مالية إلى مصانع وبائعي التجزئة ومؤسسات أخرى. كما ظهرت تطبيقات جديدة في مجالات متنوعة مثل بيع وشراء وتذاكر السفر على الأنترنت، وعلى شبكات خاصة وكانت تسمى بتطبيقات الاتصالات السلكية واللاسلكية وقيمتها الإستراتيجية كانت معلومة وظاهرة للعيان.²

ومع تحول الأنترنت إلى أداة ذات طابع مالي وربحي في التسعينيات من القرن الماضي وإنتشارها ونموها بدأ مصطلح التجارة الإلكترونية ثم تطورت تطبيقاتها بإنتشار شبكة الأنترنت ودخولها حيز الخدمة العامة في النصف الأول من التسعينيات، حيث بدأت الشركات في إستغلال البريد الإلكتروني كوسيلة للتواصل إلى جانب إنشاء مواقع إلكترونية خاصة بها لعرض أنشطتها ومنتجاتها وتوفير معلومات حول وسائل الإتصال بها وخدماتها.

¹ محمد عمر الشويرف، التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2015، ص 53.

² هاني وجيه العطار، التجارة الإلكترونية، الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2016، ص 9.

فتاريخ التجارة الإلكترونية يعود إلى أحد الشبان يبلغ من عمره 29 عاما يدعى JEFF/BEZOS ويعمل كمحلل ومدير مالي، أراد أن يستخدم الأنترنت كأداة للربح وكسب المال، فقام سنة 1994 بوضع قائمة من عشرين منتجا يمكنها أن تجد سوق رائعة لها على شبكة الأنترنت، وبعد قيامه بتحليل مكثف تأكد من أن الكتب جاءت في المرتبة الأولى لهذه القائمة ومن هذا المنطلق أسس هذا الشاب شركة أمازون والتي أصبحت من بين أهم الشركات في عالم التجارة الإلكترونية، وقد بلغ رقم أعمال الشركة التي أسسها أمازون COM. لبيع الكتب 2 مليون دولار في السنة، وبعد النمو السريع لشركة أمازون قرر BEZOS خلق روابط مع شركات بيع الكتب الأخرى ليتقاسم معهم الحصة عن طريق مواقعهم، إضافة إلى هذا ومع إستمرار الشركة وتوسعها بدأت بيع الأقراص المضغوطة الخاصة بالموسيقى والفيديو DVD وهذا في سنة 1998، وبعد ذلك قام BEZOS بتشجيع زبائنه الأولين على تقديم مراجعات للكتب من خلال الإنتقادات والتوصيات الودية وبالتالي أصبحت شركة أمازون تمثل سلة منتجات إستهلاكية متنوعة، بما فيها الإلكترونيات، البرمجيات، الفنون والأجهزة المنزلية، وبهذا صار BEZOS وشركته أمازون واحدة من قصص النجاح الأولية والملموسة بدرجة كبيرة في مجال التجارة الإلكترونية.¹

ولقد مرت التجارة الإلكترونية بين قطاعات الأعمال الإقتصادية إلى أن وصلت إلى هذا الحد من التعامل بثلاث مراحل أساسية بدأت منذ بدء إستخدام أجهزة الكمبيوتر في المؤسسات والمنشآت الإقتصادية:²

- المرحلة الأولى: وهي تعتبر مرحلة الارتباط بين الشركات الرئيسية والموردين الفرعيين Supply Chain أي بين الشركة الأم والفروع التي تتبعها.

- المرحلة الثانية: فقد بدأت بالتبادل الإلكتروني بين الشركات الرئيسية ومختلف الموردين Electronic Data Interchange وذلك من خلال إستخدام شبكات القيمة المضافة Value Added Networks.

- المرحلة الثالثة: وهي مرحلة التبادل الإلكتروني للوثائق وإنجاز كافة المعاملات التجارية على شبكة الأنترنت Electronic Commerce وتعتبر المرحلة الراهنة من التعامل.

2. مفهوم التجارة الإلكترونية:

¹ جعيجع نبيلة، التجارة الإلكترونية في العالم العربي وأهم المعوقات التي تحد من تطورها، مجلة آفاق علوم الإدارة والإقتصاد، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، المجلد 02، العدد 02، 2018، ص 276-277.

² هبة مصطفى كافي، التجارة الإلكترونية، الناشر، الطبعة الأولى، 2017، ص 89.

أصبح مصطلح التجارة الإلكترونية (Electronic Commerce) متداولاً بكثرة لدى مختلف القطاعات الاقتصادية مؤخرًا، ومصطلح يمثل هذا الانتشار يحتاج إلى بيان مدلولاته بدقة في إطار قانوني، لتنظيم عمله وضبط التعاملات التي ينظمها. وتعبير التجارة الإلكترونية لغويًا ينقسم إلى مقطعين:

الأول – التجارة: وهي ممارسة البيع والشراء، وهي حرفة التاجر الذي يمارس الأعمال التجارية على وجه الإحتراف.¹
الثاني – الإلكترونية: والمقصود به هو القيام بأداء النشاط الاقتصادي "التجاري" باستخدام تكنولوجيا الاتصالات الحديثة مثل شبكة الأنترنت والشبكات والأساليب الإلكترونية.²

تعرف التجارة الإلكترونية **E-Commerce**: على أنها عملية البيع والشراء أو التبادل للمنتجات والخدمات والمعلومات عبر الشبكات الحاسوبية بما فيها الأنترنت وهي عبارة شاملة تستخدم للتعبير عن مجموعة من التقنيات المتاحة لنقل المعلومات إلكترونياً بهدف التجارة أما الأعمال الإلكترونية E-Business فهي استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لإدارة وتنفيذ مختلف أعمال المؤسسة.³

وعرفها عالم الاتصالات بأنها: وسيلة من أجل إيصال المعلومات أو الخدمات أو المنتجات عبر خطوط الهاتف أو عبر شبكات الأنترنت أو عبر أي وسيلة تقنية.⁴

حسب تعريف منظمة التجارة العالمية: تعرف على أنها أنشطة إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها وتسويقها أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الإلكترونية. وحسب هذا التعريف تشمل المعاملات التجارية ثلاثة أنواع من العمليات:⁵

1 / عمليات الإعلان عن المنتج وعمليات البحث عنه ؛

2 / عمليات تقديم طلب الشراء وسداد ثمن المشتريات ؛

3 / عمليات تسليم المشتريات.

¹ محمد سعيد أحمد إسماعيل، أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، الطبعة الأولى، 2009، ص29.

² ناصر خليل، التجارة والتسويق الإلكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، الطبعة الأولى، 2009، ص29.

³ محمد خليل أبو زلطه، زياد عبد الكريم القاضي، مدخل إلى التجارة الإلكترونية، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2009، ص65.

⁴ محمد متولي زايد، التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني، مؤسسة رؤية للطباعة والنشر، الإسكندرية – جمهورية مصر العربية، الطبعة الأولى، 2019، ص63.

⁵ صراع كريمة، كربالي بغداد، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة 2000 – 2018، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة وهران 02، الجزائر، المجلد 12، العدد 01، 2019، ص 211.

◀ حسب منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OCDE): فإن مصطلح التجارة الإلكترونية يدل بصفة عامة على: " جميع أشكال التعاملات ذات الصلة بالنشاطات التجارية التي تتم من قبل الأفراد والهيئات التي تعتمد على معالجة ونقل البيانات الرقمية شاملة النصوص والصوت والصورة من خلال شبكات مفتوحة مثل الأنترنت أو مغلقة مثل المينيتال التي يكون لها إتصال بشبكة مفتوحة.¹

◀ ومن جهة عرف الاتحاد الأوروبي التجارة الإلكترونية بأنها: كل الأنشطة التي تتم بوسائل إلكترونية سواء تمت بين المشروعات التجارية والمستهلكين أو بين كل منهما على حدى وبين الإدارات الحكومية كذلك تسليم السلع والخدمات بشكل مادي أو معنوي.²

مما سبق يمكن تعريف التجارة الإلكترونية بأنها: نشاط تجاري يتم عبر إجراءات تكنولوجية متطورة، متعلقة بتنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء وبيع السلع وتقديم الخدمات والمعلومات، وذلك من خلال تدفق بيانات ومعلومات عبر شبكات الإتصال والشبكات التجارية العالمية الأخرى، منها شبكة الأنترنت التي تعدت حدود الدول وحولت الركائز الورقية المستخدمة في المعاملات التجارية كالفواتير والعقود وقبض الثمن إلى وسائل إلكترونية تنجز بإستخدام الحاسوب الذي يتقابل بواسطته كل من البائع والمشتري والمنتج والمستهلك لتحقيق معاملاته التجارية رغم بعد المسافات وإختلاف الحدود الجغرافية حيث يتوقع العديد من المختصين أن تشهد التجارة الإلكترونية توسعا أكبر لتصبح الوسيط الأساسي والمهيمن على المعاملات التجارية بما يتيح للمستهلكين في أي مكان من العالم إمكانية الوصول إلى كافة المنتجات ومقارنتها، وحتى التعديل عليها بما يتناسب مع إحتياجاتهم. وعليه تتميز التجارة الإلكترونية بمجموعة من الخصائص، مما يجعلها خيار جذابا لكل من الشركات والعملاء، فيما يلي بعض خصائص التجارة الإلكترونية الرئيسية:

❖ الطابع العالمي للتجارة الإلكترونية: تتميز التجارة الإلكترونية بطابعها العالمي، وذلك بفضل الوسائط

الرقمية التي تستخدم في تنفيذ أنشطتها، وعلى رأسها شبكة الإنترنت، لا تعرف الحدود المكانية أو الجغرافية، فالنشاط التجاري عبر الأنترنت لا يلزم الشركات بالتواجد في منطقة معينة أو سوق محلي محدد، بل يتيح لها الوصول إلى جمهور واسع على مستوى العالم، ويمكن حتى للشركات الصغيرة من خلال إنشاء موقع

¹ بن عيسى فتيحة، المر سهام، التجارة الإلكترونية -دراسة في القانون رقم 18-05-، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المختبر المتوسطي للدراسات القانونية، المركز الجامعي مغنية، الجزائر، المجلد 12، العدد 03، 2023، ص360.

³ علاوي محمد حسن، مولاي لخضر عبد الرزاق، آليات التجارة الإلكترونية كأداة لتفعيل التجارة العربية البينية، الملتقى الدولي الرابع حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية التجارة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، 26-27 أفريل 2011، ص4.

إلكتروني أن تدخل الأسواق العالمية وتعرض منتجاتها أو خدماتها لمستخدمي الإنترنت أينما وجدوا، كما يمكن إدارة المعاملات التجارية بكفاءة من أي مكان، غير أن هذا الامتداد العالمي يخلق تحديات تنظيمية، مثل صعوبة فرض الضرائب الجمركية على السلع والخدمات الرقمية¹.

❖ الطابع المتداخل للتجارة الإلكترونية: أدت التجارة الإلكترونية إلى تراجع الفواصل التقليدية بين القطاعات

سواء بالنسبة للشركات الصغيرة أو الكبيرة، فقد أصبحت الحدود بين السلع والخدمات أقل وضوحا خاصة في ظل التشابه في الشكل الرقمي لوسائل التوزيع، وهذا أمر واضح في المنتجات التي يمكن تقديمها للمستهلك إما بشكل مادي أو إلكتروني، مثل الموسيقى وأفلام الفيديو، والأقراص المدمجة التي تحتوي على برامج كمبيوتر أو معلومات أو إحصاءات وغير ذلك، وهذه الخاصية تولد ضغوطا تنافسية متزايدة ويدفع الشركات إلى إعادة هيكلة نماذج أعمالها لمواكبة التحولات، خصوصا مع تقلص الفجوة بين ما يُعد سلعة وما يُعد خدمة. كما يُثير هذا الواقع تحديات تنظيمية، من أبرزها صعوبة تصنيف المنتج لأغراض ضريبية².

❖ غياب المستندات الورقية للمعاملات في التجارة الإلكترونية: أي أنه بالإمكان إتمام بعض الصفقات

التجارية إلكترونيا بشكل كامل، بدءا من التفاوض والتعاقد، مرورًا بعملية الدفع، وصولا إلى استلام السلعة أو الخدمة، وذلك دون الحاجة إلى تبادل أي مستندات ورقية³.

❖ التعامل دون الكشف عن هوية المتعاملين: تتم العديد من المعاملات التجارية الإلكترونية عبر الإنترنت

بين أطراف لا يعرف أحدهم الآخر، مما يفتح المجال أمام أحد الأطراف لتقديم معلومات خاطئة وتبرز هذه الإشكالية في حالات مثل استخدام بطاقات إئتمان مسروقة أو تقديم وعود كاذبة بشأن الضمانات أو خدمات ما بعد البيع وفي كثير من الأحيان، لا تتوفر آليات سهلة وفعالة للتحقق من صحة هذه المعلومات أو ضمان التزام الطرف الآخر بها، مما يُعرض المستهلك لمخاطر الاحتيال والغش التجاري⁴.

¹ إبراهيم العيسوي، التجارة الإلكترونية، المكتبة الأكاديمية للنشر، مصر، الطبعة الأولى، 2003، ص 11.

² جوامي زكرياء، دور تطبيقات التجارة الإلكترونية في تعزيز تنافسية المؤسسات الناشئة الجزائرية في السوق الدولي دراسة تطبيقية على شركة - جوميا-الجزائر -، مذكرة التخرج مقمة لإستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص: مالية وتجارة دولية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945 قلعة، الجزائر، 2021_2022، ص 5.

³ عبد المطلب عبد الحميد، إقتصاديات التجارة الإلكترونية، الدار الجامعية، الإسكندرية، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2014، ص 88.

⁴ المرجع نفسه، ص 89.

❖ **سرعة تغيير المفهوم وما يغطيه من أنشطة وما يحكمه من قواعد:** نتيجة للتغيرات المتسارعة في نوعية الأنشطة التي تندرج ضمن مفهوم التجارة الإلكترونية، وإرتباط هذا المفهوم بوسائل الإتصال الإلكترونية وتكنولوجيا المعلومات، التي بدورها تشهد تطورات متلاحقة، أصبح من الطبيعي أن تتأثر النظم والترتيبات القانونية والتنظيمية الخاصة بالتجارة الإلكترونية، إذ أصبحت هذه القواعد في حالة تغير مستمر، بما يواكب المستجدات التكنولوجية.¹

المطلب الثاني: أهمية التجارة الإلكترونية وأهدافها

1. أهمية التجارة الإلكترونية:²

- تتيح الوصول الفوري إلى الأسواق العالمية في وقت واحد وبأقل التكاليف حيث تساعد البائعين والمشتريين على تجاوز حواجز المسافات وربح الوقت؛
- تساهم في تحقيق منافع متبادلة بين المتعاملين، من بائعين ومشتريين، من خلال دعم قراراتهم بمعلومات دقيقة ومحدثة تقدم في الوقت المناسب وبطريقة منظمة؛
- تدعم الشركات في تطبيق نظم التصنيع الحديثة المعتمدة على الحاسوب، من خلال المساهمة في تنظيم تسلسل عمليات الإنتاج والتحكم في التشغيل، وتخطيط الموارد والوقت المحدد؛
- تساعد على تبسيط العمليات الإدارية داخل المؤسسات وتسريع إتخاذ القرارات مما يساهم في تحسين الأداء وتحقيق الأهداف بفعالية؛
- تقلل من النفقات الإدارية وتكاليف الإتصال وغيرها، وتعد بديلا عن تخصيص جزء كبير من رأس المال في علاقات مستمرة بين البائعين والمشتريين، كما تساهم في تسهيل عملية التوزيع؛
- تعد ذات أهمية كبيرة لكل من المنتجين والمستهلكين لاسيما في الدول النامية، حيث أنها تستطيع التغلب على الحواجز للمسافة وتوفير إمكانية الوصول إلى معلومات حول الفرص التصديرية؛
- تمكين الأفراد القاطنين في دول العالم الثالث من الحصول على منتجات وبضائع لا تتوفر في أسواقهم المحلية؛
- تساهم في توفير سلع بأسعار مناسبة، مما يمكن الفئات ذات الدخل المحدود من الحصول على احتياجاتهم الأساسية بسهولة أكبر، ويعزز قدرتهم الشرائية.

¹ محمد عمر الشويرف، التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد، مرجع سبق ذكره، ص 67.

² سعاد دعبوز، كريمة فرحي، التجارة الإلكترونية وإستعمال الدفع الإلكتروني في الجزائر، مجلة معارف، جامعة البويرة، الجزائر، المجلد 16، العدد 01، جوان 2021، ص 317-318.

2. أهداف التجارة الإلكترونية: تسعى التجارة الإلكترونية إلى تحقيق عدد من الأهداف، التي نستطيع حصرها بما يأتي:¹

- توسيع نطاق السوق، من خلال تجاوز الحدود الجغرافية والإقليمية أمام السلع، وهو من أبرز ما تميزت به التجارة الإلكترونية وأحد ركائزها الأساسية؛
- تعزيز دقة المؤسسات على الوصول إلى العملاء، وبناء علاقات قوية ومستدامة معهم، سواء كانوا عملاء حاليين أو محتملين؛
- تقليل التكاليف المرتبطة بعمليات الإنتاج والتسويق والتوزيع، مقارنة بما تتطلبه بالتجارة التقليدية، وفي ضوء طبيعة التجارة الإلكترونية؛
- تحقيق مستويات عالية من السرعة في أداء الأعمال، من خلال توظيف تقنيات المعلومات والاتصال والاستفادة من التطورات التكنولوجية الحديثة؛
- إستهداف شرائح جديدة من العملاء، والعمل على جذبهم نحو المنتجات والخدمات المعروضة، بفضل طبيعة التفاعل الإلكتروني والعروض التي تصمم خصيصا لتلائم إهتماماتهم وإحتياجاتهم؛
- تنفيذ مختلف مراحل العملية التجارية كالتفاوض، والتسويق، والبيع والشراء، إضافة إلى الدفع والتسديد، عبر شبكة الإنترنت، وما تقدمه من تسهيلات في كل هذه العمليات والإجراءات؛
- تعزيز جودة الخدمات المقدمة للعملاء وتحسين الانطباع العام عن المؤسسة، مقارنة بما تقدمه التجارة التقليدية، والصورة التي رسمتها وترسمها عند الكثير من الزبائن والعملاء.

المطلب الثالث: أنماط التجارة الإلكترونية ومتطلباتها

1. أنماط التجارة الإلكترونية :

للتجارة الإلكترونية مجموعة من الأنماط التي تدور حولها والشكل التالي يبين بعض تلك الأنماط:

- ✓ التجارة الإلكترونية بين مؤسسة أعمال_ مؤسسة أعمال (B2B) : يستخدم هذا النوع من التجارة الإلكترونية بين مؤسسات الأعمال فيما بينها، فتقوم منشأة الأعمال بإجراء الاتصالات وتقديم طلبات الشراء إلى مورديها عبر شبكة الاتصالات وتكنولوجيات المعلومات، كما يمكنها إصدار الفواتير وتنفيذ

¹ بورحلة زهرة، دراسة دور التجارة الإلكترونية في النمو الاقتصادي دراسة حالة عينة من الدول العربية، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في العلوم التجارية، تخصص: مالية وتجارة دولية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، 2023/2022، ص 120.

عمليات الدفع، هذا الشكل من التجارة هو الأكثر شيوعا في الوقت الحالي سواء على المستوى المحلي أو العالمي.¹

✓ **التجارة الإلكترونية بين مؤسسة أعمال_ مستهلك (B2C)** : يمثل هذا النمط من التجارة الإلكترونية البيع بالتجزئة في التبادل التجاري العادي وقد شهد توسع بشكل كبير بفضل انتشار الأنترنت، فهناك الآن ما يسمى بالمراكز التجارية للتسوق Shopping malls تقدم خدماتها من خلال عرض السلع والخدمات لصالح المؤسسات، وتنفذ الصفقات التجارية بما في ذلك عمليات الشراء والبيع إلكترونيا ويتم الدفع بطرق مختلفة أكثرها شيوعا بطاقات الائتمان أو الشيكات الإلكترونية أو نقدا عند التسليم.²

✓ **التجارة الإلكترونية بين مستهلك_ ومستهلك آخر (C2C)** : يتم هذا النوع من التجارة الإلكترونية بين مستهلك ومستهلك آخر من خلال شبكة الأنترنت، حيث يقوم الأفراد ببيع أو شراء المنتجات بشكل مباشر على شبكة الأنترنت ومن ثم يقومون بإعادة بيعها إلى المستهلكين الآخرين وذلك بقصد تحقيق الربح.³

✓ **التجارة الإلكترونية بين مستهلك_ شركة (C2B)** : في هذا النوع من التجارة الإلكترونية يكون أحد الطرفين شركة تجارية والطرف الآخر فرد أو زبون، حيث يقوم المستهلك ببيع منتجات أو تقديم خدمات إلى الشركة أو المؤسسة التجارية.⁴

✓ **التجارة الإلكترونية بين الحكومة_ والحكومة (G2G)** : يشمل هذا النوع من التجارة الإلكترونية كافة المعاملات والخدمات التجارية بين الحكومات، سواء تعلق الأمر بالتعاملات التجارية الإلكترونية أو تبادل المعلومات والتنسيق الإداري فيما بينها.⁵

✓ **لتجارة الإلكترونية بين الحكومة_ مؤسسة الاعمال (G2B)** : يتضمن هذا النمط من التجارة الإلكترونية استخدام المؤسسات الحكومية للشبكة العالمية للمعلومات في تبادل المعلومات مع الشركات مثل المعلومات الخاصة بالضرائب والرسوم الجمركية، إضافة إلى الخدمات التي تقدمها الجهات الحكومية للمؤسسات.⁶

¹ بنكوس المختار، ساحلي جميلة، أثر التجارة الإلكترونية في الجزائر: تشخيص الصعوبات واستشراف للحلول، مجلة دراسات مالية محاسبية وجبائية،

جامعة البليدة 02، الجزائر، المجلد 01، العدد 01، جويلية 2021، ص 11.

² محمد خليل أبو زلط، زياد عبد الكريم القاضي، مرجع سبق ذكره، ص 129.

³ محمد سعيد محمد إسماعيل، مرجع سبق ذكره، ص 43

⁴ محمد الفاتح محمود بشير المغربي، التجارة الإلكترونية، دار للنشر والتوزيع، البلد، الطبعة الأولى، السنة، ص 44.

⁵ جمال قاسم حسن، محمود عبد السلام، التجارة الإلكترونية، سلسلة كتيبات، 2021، ص 11.

⁶ المرجع نفسه، ص 12.

✓ **التجارة الإلكترونية بين الحكومة_ المستهلك (G2C)** : ويقصد بها كافة المعاملات التي تتم بين الحكومة والمستهلك، حيث تسعى الحكومة إلى تطوير ما تقدمه من خدمات للجماهير سواء من حيث الحصول على المعلومات والبيانات أو تلبية بعض المطالب وذلك بتكلفة منخفضة.¹

جدول رقم 2: مصفوفة كوبل

البيان	حكومة G	شركة B	مستهلك C
حكومة G	حكومة لحكومة G2G	حكومة لشركة G2B	حكومة لمستهلك G2C
شركة B	شركة لحكومة B2G	شركة لشركة B2B	شركة لمستهلك B2C
مستهلك C	مستهلك لحكومة C2G	مستهلك لشركة C2B	مستهلك لمستهلك C2C

المصدر: محمد عمر الشويرف، التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، محمد عمر الشويرف، التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2015، ص 68.

2. متطلبات التجارة الإلكترونية:

❖ **البنية التحتية الإلكترونية:** وتشمل شبكات الإتصال السلكي واللاسلكي بما في ذلك الفاكس، الهاتف، الأنترنت، الحواسيب الآلية، برامج التطبيقات والتشغيل، خدمات الدعم الفنية، رأس المال البشري، فهذه البنى التحتية تساهم في دعم ونمو التجارة الإلكترونية وتطويرها، كما تعزز من إنتشار إستخدام الأنترنت الذي يعد بدوره السوق الإلكتروني الذي تنفذ من خلاله المعاملات والمبادلات التجارية.²

❖ **توفر الكوادر البشرية:** يعد توفر الكفاءات البشرية المتخصصة في مجالات تكنولوجيا المعلومات وشبكات الاتصال والأنترنت والبرمجيات التطبيقية المرتبطة بالتجارة الإلكترونية، عاملاً حاسماً في نجاح هذا النوع من التجارة داخل أي مجتمع، كما يتطلب الأمر توفر إستعداد إلكتروني مرتفع، أي وجود مجتمع يمتلك المهارات والرغبة الكافية للإخراط في الأنشطة التجارية الإلكترونية، وهو ما يتحقق من خلال تطوير الأنظمة التعليمية بما يعزز الثقافة والمعرفة التكنولوجية لدى الأفراد.³

¹ بوجلخة ابالقاسم، التجارة الإلكترونية ودورها في تعزيز التجارة الدولية دراسة حالة الجزائر-المملكة العربية السعودية، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص: مالية وتجارة دولية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2021_2022، ص 8.

² بكوش كريمة، كواش زهية، شبكة الأنترنت والتجارة الإلكترونية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية إعتداد التجارة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، 26_27 افريل 2011، ص 9.

³ المرجع نفسه، ص 9.

❖ **القوانين والتشريعات:** يعد سن القوانين والتشريعات المنظمة للتجارة الإلكترونية خطوة أساسية لتنظيم هذا النشاط الاقتصادي سواء على المستوى المحلي أو الدولي، إذ تضمن هذه القوانين حقوق جميع الأطراف المتعاملة، وتحمي الأنظمة المالية والملكية والفكرية، كما توضح الإطار القانوني لممارسة التجارة الإلكترونية في أي مجتمع ومدى الاستفادة منها على اعتبارها ظاهرة عالمية تخطت الحدود الجغرافية، وأمثلة ذلك: شكل العقود وكيفية العمل بها، الدفع وغيرها.¹

❖ **الأهداف الواضحة:** ونقصد بها تلك الغايات التي تسعى المؤسسات، والحكومات، وحتى الأفراد إلى تحقيقها من خلال تبني نماذج التجارة الإلكترونية، وتختلف هذه الأهداف من مجتمع إلى آخر باختلاف العوامل الاقتصادية والاجتماعية والثقافية. كما قد تكون هذه الأهداف قصيرة أو بعيدة المدى، لكنها تشترك جميعاً في السعي نحو تحديث أساليب المعاملات التجارية مع الحفاظ على أخلاقيات العمل التجاري بوجه عام.²

❖ **ثقافة التعامل عن بعد:** إن شيوع ثقافة البيع والشراء وتبادل الخدمات عبر الأنترنت يسهم تدريجياً في تقليص الاعتماد على أنماط التجارة التقليدية، كما أن ارتفاع مستوى الوعي المجتمعي نسبياً يجعلها تستوعب أن هذه الممارسة الحديثة لا تتعارض مع القيم والثقافة السائدة في المجتمع مما يتطلب التشجيع على إستمرارها ووجودها وإنتشارها، الأمر الذي يؤدي لا محالة إلى المشاركة في بناء إقتصاد قوي بغ النظر عن الأساليب التقنية المعتمدة.³

المطلب الرابع: مزايا وعيوب التجارة الإلكترونية

1. مزايا التجارة الإلكترونية:

❖ **المزايا بالنسبة للمؤسسات:**⁴

¹ العمري سليمة، مدخل مفاهيمي للتجارة الإلكترونية متطلباتها ومعوقاتهما، مجلة راسات إنسانية واجتماعية، جامعة وهران2، الجزائر، المجلد 13، العدد 01، 2024/01/16، ص 480 .

² المرجع نفسه، ص 480.

³ المرجع نفسه، ص 481.

⁴ مداحي محمد، التجارة الإلكترونية وواقع إستخدامها على المستوى الدولي والعربي، الملتقى الدولي الرابع حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية التجارة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، 26_27 أفريل 2011، ص 13.

- **تسويق أكثر فعالية وأرباح أكثر:** إن اعتماد المؤسسات على الأنترنت كوسيلة للتسويق يتيح لها عرض منتجاتها وخدماتها على نطاق عالمي دون إنقطاع، على مدار الساعة وطوال أيام السنة، مما يساهم في توسيع قاعدة العملاء وزيادة فرص تحقيق الأرباح بشكل مستمر.

- **تحقيق مصارف المؤسسات:** تعد عملية إنشاء وصيانة مواقع التجارة الإلكترونية على الويب أقل تكلفة مقارنة ببناء الأسواق التقليدية أو تشغيل المكاتب الفعلية، وبالتالي لا تحتاج المؤسسات إلى الزيادة في الإنفاق الكلي على الأمور الترويجية.

- **تواصل فعال مع الشركاء والعملاء:** تساهم التجارة الإلكترونية في إزالة الحواجز الجغرافية وتجاوز الحدود الإقليمية، مما يتيح وسيلة فعالة لتبادل المعلومات والتنسيق بين المؤسسات وشركائها، كما تمكنها من الاستفادة من السلع والخدمات التي تقدمها مؤسسات أخرى.

❖ المزايا بالنسبة للأفراد:¹

- **خدمة مستمرة:** وفرت التجارة الإلكترونية للمستهلك إمكانية الإيجار عبر شبكة الأنترنت والتسوق وإجراء التعاملات الأخرى بشكل متواصل وعلى مدار الساعة.

- **حرية الاختيار:** أصبح بإمكان العميل الوصول إلى الأسواق العالمية ومنتجاتها وخدماتها المتنوعة بكل سهولة، مع إمكانية الإطلاع على المواصفات والتفاصيل الدقيقة، مما يتيح له حرية الاختيار بينها بكل حرية مما يعطيه فرصة للمفاضلة بين هذه السلع والخدمات.

- **إنخفاض أسعار المنتجات:** تتيح التجارة الإلكترونية فرصة التسوق من عدة مصادر وإجراء مقارنات فورية بين السلع والخدمات، ما يسمح للعملاء بالاستفادة من فروق الأسعار، والتي غالباً ما تكون لصالح المنتجات المعروضة إلكترونياً مقارنة بنظيرتها في المتاجر التقليدية.

- **تحقيق رضا العملاء:** من بين آثار التجارة الإلكترونية تعزيز التفاعل بين العملاء والشركات، حيث أصبح بإمكان العميل الحصول على معلومات وافية حول أي منتج أو خدمة خلال ثوانٍ، ما يساعده على اتخاذ قرارات شرائية أكثر دقة ووعي.

¹ صايم عبد الرحيم، **تحديات التجارة الإلكترونية في الجزائر الواقع والتحديات**، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، تخصص: إقتصاد وتسيير المؤسسة، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد المجيد ابن باديس، مستغانم، الجزائر، 2020_2021، ص10.

❖ المزايا على المستوى القومي:¹

- لم يعد العملاء مضطرين للتنقل من مكان إلى آخر من أجل التسوق، إذ تتيح التجارة الإلكترونية إمكانية إتمام عمليات الشراء من أي مكان وفي أي وقت عبر الإنترنت؛
- تسهم التجارة الإلكترونية في تقليل التكاليف الثابتة، مما يجعل السلع والخدمات في متناول ذوي الدخل المحدود؛
- توفر هذه التجارة فرصاً حقيقية لسكان المناطق الريفية والنائية للتفاعل مع الأسواق الإلكترونية؛
- تتيح التجارة الإلكترونية إمكانية إطلاق مشاريع صغيرة ومتوسطة بسهولة، وتمنح رواد الأعمال فرصة الوصول إلى الأسواق العالمية بأقل التكاليف، الأمر الذي يسهم في خلق فرص عمل جديدة.

2. عيوب التجارة الإلكترونية:

مقابل مزاياها السابقة توجد بعض العيوب والتي من أبرزها:²

- تتسم التجارة الإلكترونية بطابعها غير المادي والذي يؤدي إلى عدم قدرة المشتري على فحص السلعة بشكل مباشر قبل إتمام عملية الشراء، وهو ما يؤدي إلى حدوث بعض المشاكل بعد الشراء؛
- تتيح التجارة الإلكترونية إمكانية تقديم طلبات لشراء سلع قد تكون محظورة في السوق المحلية، الأمر الذي يترتب عليه ضياع أمواله في حالة عدم وصولها إليه؛
- تزداد احتمالية الوقوع في تعاقبات وهمية أو التعرض لعمليات الإحتيال نتيجة صعوبة التحقق من شخصية المتعاملين؛
- قد يحدث تلاعب في بيانات أو نسخ طلبات وشحنات البضائع بسبب غياب المستندات الورقية والتوقيع بخط اليد؛
- نظرا لإعتماد التجارة الإلكترونية على شبكة الأنترنت كوسيط أساسي، فإن مسألة أمن المعلومات تمثل أحد أبرز التحديات حيث يمكن أن تتعرض المواقع للاختراق، مما يؤدي إلى تسريب بيانات حساسة تخص الأفراد أو المؤسسات؛
- إمكانية استخدام بطاقات إئتمانية مزيفة أو سرقة بيانات بطاقات حقيقة قد يؤدي إلى تنفيذ عمليات شراء غير مشروعة، يتحمل أصحاب البطاقات نتائجها دون أن يكون لهم دور فعلي في تلك العمليات؛

¹ سالم بلخير الهاشمي، غلام الله نجيب محي الدين، تبنى أساليب وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة كآليات لفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص: مالية وتجارة دولية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة ابن خلدون، تيارت، الجزائر، 2024/2023، ص 14-15.

² محمد عمر الشويرف، التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد، مرجع سبق ذكره، ص 86-88.

صعوبة فض النزاعات الناشئة عن معاملات التجارة الإلكترونية وذلك لعدم وجود المستندات الورقية بالإضافة إلى أن طرفي التعامل قد لا يعرف بعضهما الآخر.

في ضوء ما تم تناوله في هذا المبحث، يمكن القول إن التجارة الإلكترونية أصبحت وسيلة فعالة وسهلة للوصول إلى الأسواق العالمية، وهو ما يمنح الشركات والأفراد فرصاً أوسع لتوسيع أنشطتهم التجارية، وبالرغم مما توفره من مزايا مهمة كزيادة السرعة وتحسين الكفاءة، إلا أنها لا تخلو من تحديات تتطلب إستجابة مدروسة لضمان نجاحها وإستمراريتها في ظل البيئة الرقمية المتغيرة.

المبحث الثالث: مساهمة التكنولوجيا المالية في تطوير التجارة الإلكترونية

أصبحت التكنولوجيا المالية عنصرا محوريا في دعم منظومة التجارة الإلكترونية، لما توفره من حلول رقمية تسهم في تسريع المعاملات، وتبسيط الإجراءات، وتعزيز كفاءة العمليات المالية. وفي هذا السياق، يتناول هذا المبحث أهم أوجه الترابط بين التكنولوجيا المالية والتجارة الإلكترونية، وذلك من خلال استعراض أربعة محاور رئيسية تُبرز الأدوار المتعددة التي تؤديها هذه التقنيات في تطوير هذا القطاع الحيوي.

المطلب الاول: التكنولوجيا المالية ودورها في تسهيل عمليات الدفع الإلكتروني في التجارة الإلكترونية

التكنولوجيا المالية تلعب دورا حيويا في تسهيل عمليات الدفع الإلكتروني حيث تتمثل في استخدام التكنولوجيا الحديثة لتسهيل وتحسين عمليات الدفع الإلكتروني وتتمثل في:

➤ **البطاقات البنكية:** هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية مغناطيسية بأبعد قياسية معينة مدون عليها بيانات مرئية وغير 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 البنوك من خلال ماكينات الصرف الآلي المنتشرة.¹ ولها عدة أصناف:

➤ **بطاقة الائتمان (Credit Card):** وتعرف أيضا ببطاقة الإقراض والتسديد أو بطاقة الائتمان المتجدد، وهي بطاقة تتيح لحاملها الحصول على ائتمان (قرض) من مصدر البطاقة، أي البنك أو الجهة المصدرة لها دون الحاجة إلى الدفع المسبق، فيتم استخدامها كأداة وفاء وإئتمان لأنها تسمح لحاملها بإقتناء السلع والخدمات لأجل محدد على أن يدفع أجل لقيمتها وتحتسب فائدة مدنية على كشف الحساب بالقيمة التي تجاوزها العميل في النهاية لأنها تعتبر إقتراضا مقدما من المصارف، وتنقسم إلى قسمين:

➤ **بطاقة إئتمان متجددة:** هي نوع من بطاقات الدفع تستخدم كأداة وفاء وإئتمان في نفس الوقت، فهي تتيح لحاملها الحصول على السلع والخدمات للبنك المصدر لتلك البطاقة، فالإئتمان المتولد عن استخدام هذه البطاقة يعد دينا متجددا على صاحبها، أي أن صاحب البطاقة غير ملزم بدفع قيمة الفاتورة المرسلة إلى البنك كل شهر بل هو ملزم بدفع جزء منها فقط حسب الاتفاق بينه وبين مخير في الباقي بين أن

¹ سالم بلخير الهاشمي، غلام الله نجيب محي الدين، تبني أساليب وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة كآليات لتفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة التخرج ضمن متطلبات ميل شهادة الماستر في شعبة العلوم التجارية، تخصص مالية وتجارة دولية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة ابن خلدون، تيارت، الجزائر، 2023/2024، ص ص 21، 22.

يقضي في الموعد المحدد أو يدعه معلقا بذمته، وتلجأ بعض البنوك لمطالبة العميل بمبلغ مالي تبقىه وهنا مقابل عمليات البطاقة.

➤ **بطاقة إئتمان غير متجددة :** تسمى كذلك بطاقة الخصم الشهري أو بطاقة الوفاء المؤجل أو بطاقة الحساب والفرق الرئيسي بين هذه البطاقة وسابقتها أنه لا يمكن أن يكون لدى حاملها حساب لدى البنك المصدر، ومن ثم فعندما يقوم الفرد بإستخدامها فإنه يحصل آليا على قرض (إئتمان) مساو لقيمة السلعة أو الخدمة ولكل عميل حد أعلى للقرض يحدده العقد ويسمى خط الإئتمان، ويلتزم حامل البطاقة لشروط الإصدار بتسديد كامل مبلغ الفاتورة خلال فترة لا تزيد غالبا عن 30 يوم من تاريخ استلامه لها، وفي حالة المماطلة يقوم البنك المصدر بإلغاء عضوية حامل البطاقة وسحبها منه.¹

➤ **بطاقة الخصم الفوري (Debit Card):** هذا النوع من البطاقات يطلق عليه اسم بطاقة السحب المباشر، وتعتبر وسيلة إلكترونية للدفع الفوري وليس الدفع لأجل، وهي بطاقة بلاستيكية مغطاة تقوم البنوك التجارية أو المؤسسات المالية بإصدارها، تمكن حاملها من تحويل مبالغ من حسابه لدى البنك التجاري إلى حساب المستفيد، سواء كان هذا مطعما أو متجرا أو دائرة حكومية لنفس البنك، وتشترط هذه الخدمة أن تكون الجهة المستفيدة مشتركة في نظام التحويل الإلكتروني المعتمد لدى البنك المصدر للبطاقة. كما يجب أن يكون العميل قد فتح حسابا جاريا لدى نفس البنك ليتمكن من إستخدام هذه البطاقة، نظرا لكون العمليات تتم من خلال الخصم الفوري من الرصيد المتاح في حسابه البنكي.

➤ **بطاقة الصرف البنكي (Charge Card):** هذه البطاقة تختلف عن بطاقة الإئتمان التقليدية من حيث آلية السداد، إذ يشترط على حامل البطاقة تسديد كامل المبلغ المستخدم خلال نفس الشهر الذي تمت فيه عملية السحب، أي أن فترة الإئتمان لا تتجاوز شهرا واحدا، ولهذه البطاقة عدة أسماء، بطاقة الإئتمان المتجددة أو بطاقة الدفع الشهري، البطاقة على الحساب، بطاقة الوفاء المؤجل، وتقوم بعض المؤسسات المالية الكبرى بإصدارها هذا النوع من البطاقات "أمريكان اكسبريس American Express وداينرز كلوب Diner's Club وذلك ضمن الحد الأقصى المسموح به للعميل في البطاقة، يقوم البنك بتقاضي عمولة سحب يحدد مقدارها².

¹ مرجع نفسه، ص22.

² زايد محمد، البطاقات البنكية كأداة لتفعيل التجارة الإلكترونية، مجلة ضياء للدراسات القانونية، المركز الجامعي نور البشير، البيض، الجزائر، المجلد 03، العدد 02، 2023، ص 65.

➤ **بطاقة الدفع المسبق (Prepaid card):** يعرف بنك الكويت المركزي بطاقات مسبقة الدفع بأنها

" بطاقات يتم قيدها مباشرة على المبالغ المحولة لها من مصدر يخص العميل " أما البنك المركزي السعودي فقد عرفها بأنها "إمتلاك قيمة نقدية في سجل حسابي أو إلكتروني مسبق الدفع، تستخدم لشراء سلع أو خدمات من جهات تجارية مشاركة في نظام الدفع المسبق"، فيما عرفها البنك المركزي المصري بأنها "بطاقات الدفع الإلكترونية من قبل العملاء، كما يمكن استخدامها في عمليات الشراء والتحويلات والسحب التي يتم تغذيتها مسبقا بقيمة نقدية مقابل القيمة المتاحة فيها"، وبالتالي تركز بطاقات الدفع المسبق على وجود رصيد بالبطاقة قبل إجراء أي عملية شراء أو سحب أو تحويل.¹

➤ **البطاقة الذكية:** تعتبر من أحدث الابتكارات التي تبنتها الصناعة المصرفية الإلكترونية، وتتميز بوجود شريحة إلكترونية مدمجة ضمن البطاقة البلاستيكية الممغنطة مشابهة في الحجم، تخزن على هذه الشريحة المعلومات الإلكترونية وبعض البرامج المحمية ببعض أنظمة الحماية المتطورة، وتشكل البطاقة الذكية مع القارئ نظاما متكاملًا لخدمة كثير من التطبيقات المختلفة، وتتميز عن البطاقة البنكية بما يلي:

➤ تمكن البطاقة الذكية حاملها من اختيار طريقة التعامل بها سواء كان هذا التعامل ائتماني أو عن طريق الدفع الفوري.

➤ تتسم بسهولة الحصول عليها وذلك من خلال منافذ الصرف الإلكتروني ومراكز البيع التجارية والهواتف وأجهزة التلفزيون التفاعلي ويعلق البعض قائلا: "إن هذه البطاقة الذكية قد تصبح دفتر شيكات المستقبل".²

➤ **خدمات الدفع عبر الأنترنت:** تعد خدمات الدفع عبر الأنترنت من أبرز الوسائل الحديثة التي تتيح

للمستخدمين إجراء التحويلات المالية وشراء السلع والخدمات عبر الشبكة العنكبوتية، فإن نظام paypal

يبدو أنه الأوسع إنتشارا بين طرق الدفع المعتمدة على الأنترنت في الدول المتميزة بجودة خدمات الأنترنت،

يتيح هذا النظام للمستخدمين إرسال وإستقبال الأموال عبر البريد الإلكتروني، ويجب على من يريد إستخدام

¹ السائس إبتسام، نيلي صفاء، وسائل الدفع في التجارة الإلكترونية، مذكرة لإستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، تخصص: قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2020/2019، ص 40.

² سالم مجدي عادل، وسائل الدفع الإلكتروني وأثرها على تحسين نوعية الخدمة ورفع أداء المؤسسات المالية -مؤسسة بريد الجزائر نموذجًا-، مجل شعاع للدراسات الاقتصادية، جامعة تيسمسيلت، مخبر الاقتصاد الحديث والتنمية المستدامة، الجزائر، المجلد 09، العدد 01، 2025، ص 285.

هذا النظام الإشتراك فيه أولا حتى يتمكن من إستقبال وإرسال الأموال من خلال إدخال عنوان المرسل إليه والمبلغ الذي يرغب بإرساله أو إستقباله ويتم الخصم من بطاقة الإئتمان¹.

➤ **التحويل المالي الإلكتروني :** يشير إلى عملية نقل الأموال من حساب مصرفي لحساب مصرفي آخر سواء كان الحسابان تابعين لنفس الشخص أو شخص آخر، وسواء أكان التحويل في نفس البنك أو بنك آخر أو عدة بنوك أخرى عن طريق إستخدام أدوات التقنية الشبكية والعمليات الإلكترونية، وهنا تجرد العمليات المادية وتنتقل إلى العمليات الرقمية بما يسمى البنوك الإلكترونية التي يكون حل نشاطها عبر قنوات الإتصال ومراسلات بيانية على شبكة الأنترنت، وتنفذ عملية التحويل المالي الإلكتروني الأموال من خلال وسائل متعددة كالهاتف الذكي، الحاسوب أو شريط مغناطيسي بهدف أمر أو توجيه أو تفويض منشأة مالية بإجراء قيد دائن او مدين في الحساب².

➤ **المحافظ الرقمية أو الإلكترونية:** تعد إحدى التقنيات المالية الحديثة التي تتيح للمستخدمين تنفيذ عمليات الدفع والسداد بشكل ميسر وآمن، وذلك من خلال تطبيق يتم تثبيته على الهواتف الذكية أو الأجهزة الرقمية الأخرى، وتمثل هذه المحافظ نسخة رقمية لبطاقات الإئتمان أو الخصم المباشر، حيث تخزن بياناتها داخل التطبيق. وتتكون المحفظة الرقمية من برنامج يقوم بتخزين المعلومات الشخصية، إضافة إلى قاعدة بيانات تحتوي على تفاصيل المستخدم، مثل الاسم، عنوان التوصيل، طرق الدفع المعتمدة، المبالغ المستحقة، ومعلومات بطاقات الدفع. وتوفر هذه التقنية وسيلة فعالة لتسهيل التعاملات المالية دون الحاجة إلى استخدام البطاقات المادية³.

➤ **منصات الدفع الإلكتروني:** أو ما يطلق عليها بوابات الدفع، تعرف بأنها من أكثر الوسائل تطورا في مجال المعاملات المالية الرقمية، وتشكل الركيزة الأساسية لنمو وتطور التجارة الإلكترونية. وتتمثل مهمتها الرئيسية في تسهيل العمليات المالية للمستخدمين، حيث تمكنهم من إتمام عمليات البيع والشراء دون الحاجة إلى استخدام النقود الورقية. كل ما يتطلبه الأمر هو ربط الحساب المالي للمستخدم بإحدى بوابات الدفع، والتي تتولى بدورها تنفيذ وتوثيق كافة المعاملات بشكل آمن. ولا تقتصر وظيفة هذه المنصات على تحويل

¹ زحوي نور الدين، زمالة عمر، التحويل المالي الإلكتروني: آليات التعامل والمخاطر في ظل عصرة وسائل الدفع، مجلة الاقتصاد الدولي والعولمة، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة، الجزائر، المجلد 01، العدد 01، 2018 ص 254.

² زحوي نور الدين، زمالة عمر، التحويل المالي الإلكتروني: آليات التعامل والمخاطر في ظل عصرة وسائل الدفع، مجلة الاقتصاد الدولي والعولمة، مرجع سبق ذكرهن ص 257.

³ ولأء سعد أبو زيد، المحفظة الإلكترونية، سلسلة كتيبات تعريفية، العدد 07، 2021، ص 6.

واستقبال الأموال فقط، بل تتعداها إلى تأمين المعاملات من محاولات الاحتيال، وتشفير خطوات الدفع لحماية بيانات المستخدمين. وتدار بوابات الدفع من قبل مؤسسات مرخصة لتقديم خدمات الدفع، وقد تشمل هذه المؤسسات جهات مالية تقليدية كالبنوك، أو جهات غير مصرفية مثل شركات الاتصالات والإنترنت التي تسعى لتقديم حلول دفع إلكترونية لعملائها.¹

المطلب الثاني: التكنولوجيا المالية كأداة لتعزيز الثقة والأمان في التجارة الإلكترونية

تعد الثقة والأمان من الركائز الأساسية لنجاح التجارة الإلكترونية، وهنا كان للتكنولوجيا المالية دور محوري في تقديم تقنيات متقدمة لحماية المعاملات المالية من الإحتيال والإختراق مما يزيد من ثقة العملاء، وتتمثل هذه التقنيات في:

❖ **التشفير Encryption:**² يعد من أهم الوسائل التقنية المستخدمة لضمان سرية المعلومات أثناء نقلها عبر

الشبكات الرقمية، أي أن التشفير هو استبدال مستند أو رسالة باستخدام خوارزميات خاصة حتى لا يمكن الإطلاع على محتواها أو تعديلها أو تغييرها إلا من قبل الجهة المخولة بفك تشفيرها، لهذا تنطوي عملية التشفير على تحويل البيانات الأصلية إلى رموز، حروف، أو إشارات قبل إرسالها إلى مستقبلها شريطة أن يكون لهذا الأخير القدرة على فك الشفرة وتحويل الرسالة إلى صيغتها الأصلية باستخدام مفتاح التشفير.

وينقسم التشفير وفقا للمفتاح المستخدم إلى نوعين رئيسيين هما:

أولاً: التشفير باستخدام المفتاح المماثل (المفتاح السري): ويعتمد هذا النمط على استخدام

نفس المفتاح لدى كل من المرسل والمستقبل، سواء لتشفير الرسالة أو لفك تشفيرها، مما يتطلب تبادل المفتاح بشكل آمن بين الطرفين قبل الشروع في التواصل.

ثانياً: التشفير باستخدام مفتاح اللاتماثل (المفتاح العام): ظهر هذا النظام بغرض معالجة نقائص

نظام التشفير بالمفتاح المتناظر والمتمثلة في تعرض المفتاح إلى أخطار أمنية أثناء تبادله، فبفضل نظام المفتاح العام أصبح من الممكن تجنب هذه الأخطار عن طريق تشفير باستخدام المفتاح السري.

¹ دحية رباب، أثر التطور التكنولوجي على أنظمة وسائل الدفع مع الإشارة إلى حالة الجزائر -دراسة تحليلية-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص: مالية، بنوك وأمنيات، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2020، ص85.

² شيماء مرجة، صبيحة عبد اللاوي، دور خدمات الدفع الإلكتروني في ترقية التجارة الإلكترونية، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، جامعة لونسلي علي، البلدة 2، الجزائر، المجلد 07، العدد 02، 2023، ص 110.

❖ التوقيع الإلكتروني **Electronic signature**:¹ عرفت المادة (2 / أ) من القانون النموذجي

المتعلق بالتوقيعات الإلكترونية الصادر عن لجنة الأمم المتحدة لقانون التجارة الدولي سنة 2001 التوقيع الإلكتروني بأنه مجموعة من البيانات في شكل إلكتروني، تدرج أو تربط منطقيا برسالة إلكترونية، وتستخدم لتعيين هوية الموقع وتأكيد موافقته على محتوى الرسالة، ويعد التوقيع الإلكتروني أداة قانونية وتقنية مهمة لضمان مصداقية وسلامة الوثائق الرقمية في البيئات الإلكترونية.

ومن بين المزايا التي يحققها التوقيع الإلكتروني نجد:

- يسهم في تطوير وتسهيل التجارة الإلكترونية وتبسيط إجراءاتها، من خلال تمكين الأطراف المتعاقدة من إبرام صفقات عن بعد آلاف الكيلومترات؛
- يعد التوقيع الإلكتروني وسيلة قانونية موثوقة لإثبات صحة المستندات الإلكترونية، حيث تتمتع العقود التجارية والوثائق الموقعة إلكترونيا بقوة الإثبات دون الحاجة إلى مصادقة من جهات خارجية؛
- توفر تقنية التوقيع الإلكتروني الحرية الكاملة للأفراد في اختيار نوع التوقيع الذي يناسبهم، دون أن يؤثر ذلك على القيمة القانونية أو على طريقة التعامل مع الرسائل الإلكترونية الموقعة.

كما يتكون التوقيع الإلكتروني من عدة أشكال نذكر منها مايلي²:

- التوقيع باستخدام القلم الإلكتروني:
- ومعناه نقل التوقيع الإلكتروني المكتوب بخط اليد على المحرر إلى الملف المراد نقل هذا المحرر إليه باستخدام جهاز إسكانر 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 الإنترنت عبر جهاز الإسكانر - ووضعه على أي مستند آخر لديه دون وجود أي طريقة يمكن من خلالها التأكد من أن صاحب هذا المستند وقام بإرساله إلى هذا الشخص وعليه فإن تلك الطريقة مأخوذ ضدها انعدام الثقة. وهو ما يضعف الثقة في المحررات الموقعة عليها إلكترونيا وبالتالي يقلل من حجية التوقيع الإلكتروني.
- التوقيع باستخدام الخواص الذاتية:

¹ شيماء مرجة، صبيحة عبد اللاوي، مرجع سبق ذكره، ص 110.

² - منير الجنبهي، ممدوح الجنبهي، البنوك الإلكترونية، الناشر دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006، ص 52.

وهذا النوع من التوقيع يعتمد على الخواص الكيميائية والطبيعية للأفراد وتمثل تلك الطرق في الآتي:

- البصمة الشخص
- مسح العين البشرية
- التحقق من مستوى ونبرة الصوت؛
- خواص اليد البشرية
- التعرف على الوجه البشري؛
- التوقيع الشخصي.

وهو ما يعني أنه يتم تعيين الخواص الذاتية للعين مثلاً عن طريق أخذ صورة دقيقة لها وتخزينها في الحاسب الآلي لمنع أي استخدام من أي شخص آخر بخلاف الشخص المخزنه الخواص الذاتية لعيته.

- التوقيع الرقمي Signature Numerique :

وتعني منظومة بيانات في صورة شفرة بحيث يكون في إمكان المرسل إليه التأكد من مصدرها ومضمونها ولكن أكثرها شيوعاً التوقيعات الرقمية القائمة على ترميز المفاتيح.

- المفاتيح العمومية Public keys

- المفاتيح الخاصة Private keys

المفاتيح العامة هي التي تسمح لكل من يهتم بقراءة الرسالة أن يقرأها دون أن يستطيع إدخال أي تعديل عليها فإذا ما وفق على مضمونها وأراد إبداء قبول بشأنها وضع توقيعها عليها من خلال مفتاحه الخاص وعليه تعود تلك الرسالة إلى مرسلها مزيلة بالتوقيع.

❖ **الشهادات الرقمية Certification:**¹ تمثل وثائق إلكترونية تصدر من قبل جهة موثوقة تعرب ب

"هيئة الإعتماد"، وتقوم هذه الهيئة بإثبات أن صاحب الرسالة أو المعاملة الإلكترونية هو الشخص ذاته المحدد بهذه الرسالة، وبفضل هذه الشهادات، تصبح كافة المعلومات المرتبطة بالمعاملة الإلكترونية محل ثقة، بما يعزز من مصداقية التعامل ويحقق مستوى عال من الأمان، وهو ما ينعكس إيجاباً على ازدهار وانتشار التجارة الإلكترونية.

¹ شيماء مرجة، صبيحة عبد اللاوي، مرجع سبق ذكره، ص 111.

وتتضمن الشهادات الرقمية مجموعة من البيانات والمعلومات الإلكترونية، أين قامت هيئة المواصفات القياسية العالمية ISO بتحديد كالأتي :

- بيانات عن المرسل وتحديد هويته؛
- نسخة من المفتاح العام للمرسل؛
- الرقم التسلسلي للشهادة وتاريخ انتهاء صحتها؛
- التوقيع الرقمي للمرسل.

❖ نظام المعاملات الإلكترونية الآمنة **secure Electronic transaction**:¹ هو عبارة عن

بروتوكول متطورا تم تصميمه من قبل تحالف الشركات العالمية للإئتمان كفيزا (Visa) و ماستر كارد (card master)، ووظيفته الأساسية هي تعزيز الأمان لمدفوعات البطاقات المصرفية (الإئتمانية) أثناء عبورها الأنترنت بين حاملي البطاقات والتجار والمصارف.

ويستطيع هذا البروتوكول ضمان أمن المعاملات المالية للبطاقات الإئتمانية من خلال إصدار شهادات رقمية للمستهلكين والتجار تشهد بصحة هويتهم أثناء قيامهم بمعاملات التجارة الإلكترونية، ويتم الاحتفاظ بهذه الشهادة في برمجيات المحفظة الإلكترونية، والتي تحتوي بالإضافة إلى شهادة معلومات أخرى مثل رقم البطاقة الإئتمانية وتاريخ انتهائها، ويتم حفظ هذه المحفظة على جهاز المستخدم ليتاح له إستخدامها عند إجراء عمليات الدفع عبر الأنترنت في أي وقت.

ويسعى هذا البروتوكول إلى تحقيق مجموعة من الأهداف تتمثل في:

- حماية سرية بيانات الدفع من خلال تقنية التشفير؛
- ضمان سلامة المعلومات أثناء نقلها، بحيث تبقى كاملة وغير قابلة لأي تغيير أو نقصان بفضل إستخدام التوقيع الإلكتروني؛
- التحقق من هوية كل من التاجر وصاحب البطاقة، حيث تضيفي الشهادات الرقمية المصادقية والشرعية على الأطراف المتعاملة، وتؤكد أن المصرف قد قام بالتثبت من هويتهم مسبقا.

¹ شيماء مرجة، صبيحة عبد اللاوي، مرجع سبق ذكره، ص 111.

بروتوكول الطبقات الآمن "SSL" secure socket layer: أحد أهم بروتوكولات التشفير المستخدمة لحماية البيانات أثناء إنتقالها عبر الأنترنت، ويعمل ضمن متصفحات الويب (web browser)، ويمنع إعتراض البيانات والمعلومات المتبادلة بين المستخدم والخادم، ويتميز هذا البروتوكول بأنه يقوم بتشفير البيانات تلقائيا دون حاجة لتدخل المستخدم، وبكفي لإستخدامه أن يتم الدخول إلى موقع يبدأ عنوانه بـ **HTTPS**، ويظهر بجانبه رمز القفل المغلق، ما يدل على أن الاتصال آمن تُعد التكنولوجيا المالية (Fintech) من أبرز الأدوات التي ساهمت في إحداث تحول جذري في طبيعة العمليات التجارية والمالية، لاسيما عبر الإنترنت. ويأتي بروتوكول الطبقات الآمن في طليعة الآليات التقنية التي وقّرتها التكنولوجيا المالية لتعزيز الحماية المعلوماتية، وضمان سرية البيانات، وبالتالي رفع درجة الثقة في البيئة الإلكترونية للتجارة.¹

يعمل بروتوكول SSL على تأمين قنوات الاتصال بين المستخدمين والمواقع الإلكترونية من خلال إنشاء رابط مشفّر يصعب اختراقه من قبل المتطفلين أو القراصنة. وهذا التشفير يُعد عنصراً جوهرياً في المعاملات الرقمية، خصوصاً في المجالات التي تتطلب تداول معلومات حساسة مثل بيانات البطاقات البنكية، أو الحسابات الشخصية، أو سجلات الطلبات كما ان استخدام بروتوكول SSL يعتبر من الممارسات الضرورية لتأمين المعاملات الإلكترونية، حيث يوفر هذا الأخير الحماية من الاعتراض والتجسس، ما يعزّز من مصداقية المواقع التجارية ويشجع المستخدمين على إتمام عمليات الشراء دون تردد.

إن التكنولوجيا المالية لا تقتصر فقط على التطبيقات البنكية والدفع الرقمي، بل تمتد لتشمل البنية التحتية التقنية للثقة، مثل التشفير، والتوثيق، والحماية من البرمجيات الخبيثة. وفي هذا السياق، يُعد SSL أداة تنفيذية مباشرة تترجم البعد الأمني للتكنولوجيا المالية، وتجعل من البيئة الإلكترونية فضاءً أكثر أماناً، خاصة في الدول النامية مثل الجزائر، حيث ما تزال ثقة المستخدم محدودة نسبياً بسبب المخاوف المرتبطة بالأمان السيبراني.

و من أبرز التحديات التي تواجه التجارة الإلكترونية في الجزائر هي مسألة ضعف الثقة لدى المستهلك، والخوف من تسريب بياناته أو استخدامها بشكل غير مشروع. ومن هنا تأتي أهمية دمج حلول تكنولوجية مثل SSL في جميع

¹ تباري أمل، مريمدة سعدة، واقع ومستقبل التجارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة تخرج مقدمة لإستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص: مالية وتجارة دولية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، الجزائر، 2019_2020، ص 54.

المواقع والمنصات التي تتعامل مع المستخدمين، ليس فقط لحماية البيانات، وإنما أيضًا لتشكيل انطباع إيجابي لدى الزبائن يعزز تفاعلهم ويحفز سلوكهم الشرائي¹.

يمكن القول إن بروتوكول SSL يُجسد أحد أوجه التكنولوجيا المالية التي تلعب دورًا غير مباشر ولكنه حاسم في تطوير التجارة الإلكترونية، عبر ضمان عنصر الثقة، وهو أحد الشروط الأساسية لنمو السوق الرقمي ونجاح المبادرات الإلكترونية الحديثة في الجزائر والعالم العربي

❖ **الجدران النارية Firewalls:** هي عبارة عن برمجيات هدفها الأساسي تأمين المعلومات داخل المؤسسة والقضاء على كل عمليات الاختراق والتدمير التي تتعرض لها ملفات خوادم الويب، من خلال إقامة حاجز بين شبكة الانترنت والشبكة الداخلية للمؤسسة، ليقوم هذا الحاجز بتصفية وفحص كل عمليات الدخول والخروج إلى الشبكة لمنع دخول المستخدمين غير المصرح لهم ولتجنب خطر الفيروسات والبرامج الضارة مما يضمن سلامة بيانات المؤسسة وخوادمها.²

تُعد الجدران النارية أنظمة أمنية تقوم بفصل الشبكة الداخلية الخاصة بالمؤسسة عن الشبكات الخارجية غير الموثوقة، وعلى رأسها الإنترنت، وذلك من خلال **تصفية وفحص حركة البيانات الداخلة والخارجة** استنادًا إلى سياسات أمنية محددة مسبقًا. ويهدف هذا الحاجز الأمني إلى **منع محاولات التسلل، واكتشاف الفيروسات، والتصدي للبرمجيات الخبيثة**، بما يضمن سلامة الأنظمة المعلوماتية للمؤسسة وخصوصية البيانات المتداولة بين المستخدمين والخوادم.

ومع التطور التقني، ظهرت **الجدران النارية من الجيل التالي (Next Generation Firewalls)** التي لا تقتصر على تحليل الحزم التقليدي، بل تقدم إمكانيات متقدمة مثل **التفتيش العميق للبيانات، والتحكم في التطبيقات، والتكامل مع أنظمة كشف التسلل**، ما يُساهم في إضفاء طبقة أمنية إضافية على العمليات التجارية والمالية الرقمية.

إن دمج الجدران النارية ضمن البنية التحتية للمؤسسات العاملة في التجارة الإلكترونية لا يقتصر فقط على الحماية التقنية، بل له **أثر نفسي وسلوكي** على المستخدم، إذ يُشعره بأن بياناته الشخصية والمالية مؤمنة، وهو ما يعزز من ثقته بالمنصات الإلكترونية ويدفعه إلى إتمام معاملاته بثقة واطمئنان. وهذا يتماشى مع أحد الأهداف

¹ Arner, D. W., Barberis, J., & Buckley, R. P. (2016). *The Evolution of Fintech: A New Post-Crisis Paradigm?* Georgetown Journal of International Law, 47, 1271–1319.-

² مرجع نفسه، ص 55.

الأساسية للتكنولوجيا المالية، والمتمثل في تحقيق بيئة رقمية آمنة وموثوقة تتيح النمو المستدام للتجارة الإلكترونية، خاصة في الدول التي تشهد فجوة في الثقة الرقمية مثل الجزاء¹.

❖ **المصادقة متعددة العوامل:** تعد من أهم تقنيات تعزيز الأمان الرقمي من خلال مطالبة المستخدمين بتقديم أشكال متعددة من التحقق عادة تتضمن شيئاً يعرفه المستخدم كلمة المرور، وشيئاً يمتلكه رمز الأمان أو تطبيق الهاتف الذكي، وشيئاً يمثلته التحقق البيومتري، وتقل بشكل كبير من احتمال الوصول غير المصرح به مما يوفر مستوى أعلى من الحماية للأنظمة والمعلومات في بيئة التجارة الإلكترونية الحديثة، حيث تتزايد التهديدات الإلكترونية وتتعقد أساليب اختراق الحسابات، لم تعد كلمات المرور التقليدية كافية لضمان أمان المعلومات الحساسة، خاصة في التعاملات المالية عبر الإنترنت. ولهذا برزت تقنية المصادقة متعددة العوامل (Multi-Factor Authentication (MFA) - كواحدة من أهم آليات الأمن السيبراني ضمن التكنولوجيا المالية، والتي تهدف إلى تعزيز ثقة المستخدمين من خلال توفير طبقات إضافية من الحماية.

تقوم هذه التقنية على مبدأ التحقق من هوية المستخدم عبر عدة عناصر مستقلة، لا يقتصر الأمر فيها على "شيء يعرفه المستخدم" مثل كلمة المرور، بل يُضاف إليها "شيء يملكه" كرمز تحقق يُرسل إلى هاتفه المحمول أو تطبيق مصادقة، و"شيء يمثله" مثل بصمة الإصبع أو التعرف على الوجه. وبذلك، فإن اختراق الحساب يصبح شبه مستحيل ما لم تتوفر كل عناصر التحقق، وهو ما يقلل بشكل كبير من مخاطر الوصول غير المصرح به.

كما أن اعتماد المصادقة متعددة العوامل يُعد من الحلول المحورية في التصدي لهجمات الاحتيال الرقمي والقرصنة، خاصة مع ازدياد استخدام المنصات الإلكترونية في إجراء التحويلات البنكية، والتسوق، والتوقيع الرقمي. كما أشار إلى أن هذه التقنية لا توفر الحماية فحسب، بل تعزز من ثقة المستخدمين تجاه الأنظمة الرقمية، مما يشجعهم على الانخراط بشكل أكبر في الاقتصاد الرقمي.

لا تزال بعض فئات المستخدمين متوجسة من التعامل عبر الإنترنت خوفاً من سرقة البيانات أو التعرض للاحتيال، فإن دمج المصادقة متعددة العوامل في المنصات التجارية والخدمات المالية الرقمية يُعد خطوة ضرورية نحو بناء

¹Stallings, W. *Network Security Essentials: Applications and Standards* (6th ed.). Pearson Education 2019

الثقة الرقمية. فهي لا تُظهر فقط مدى جدية المؤسسات في حماية بيانات العملاء، بل ترفع أيضًا من مستوى الاحترافية التكنولوجية وتتماشى مع المعايير العالمية في حماية المعاملات..¹

المطلب الثالث: التكنولوجيا المالية ودورها في تحسين تجربة المستخدم في التجارة الإلكترونية

ساهمت التكنولوجيا المالية بشكل كبير في تحسين تجربة المستخدم إذ تعد أحد الأهداف الأساسية التي تسعى إليها منصات التجارة الإلكترونية ويتجلى ذلك من خلال عدة جوانب تتمثل في:²

1. واجهات سهلة الإستخدام:

- استخدام لغة واضحة وسهلة الفهم وتجنب المصطلحات التقنية المعقدة، مع تقديم شروحات مبسطة ونصائح إرشادية للمفاهيم غير المألوفة لدى المستخدمين؛
- تصميم قوائم تنقل فعالة تساعد المستخدمين على الوصول السريع إلى ما يحتاجونه دون تعقيد؛
- توفير مسارات إستخدام منطقية، ترشد المستخدم من خطوة إلى أخرى بسلسلة دون تحويلات غير ضرورية؛
- استخدام أنماط تنقل مألوفة وتخطيطات منظمة تساهم في خلق تجربة متماسكة ومألوفة لدى المستخدم.

2. التطبيقات كأداة لتعزيز الراحة والثقة:

- تمكين المستخدم من تخصيص تجربته داخل التطبيق من خلال الإعدادات القابلة للتعديل مثل السمات، الإشعارات، وتصميمات لوحة التحكم، مما يمنحه شعورا بالسيطرة والراحة.
- إستغلال البيانات لتقديم رؤى وتوصيات شخصية تساعد المستخدمين في إتخاذ قرارات مالية مدروسة.
- إقتراح فرص إستثمارية تتناسب مع قدرات المستخدمين على تحمل المخاطر وتتماشى مع أهدافهم المالية.
- تعزيز أمن التطبيقات باستخدام تقنيات التشفير القوي والمصادقة الآمنة (مثل المصادقة البيومترية)، مع تجنب الإجراءات المعقدة التي قد تعيق تجربة المستخدم، مما يحقق التوازن بين الأمان وسهولة الاستخدام.

3. دعم العملاء على مدار الساعة:

- توفير أنظمة رد تلقائي قادرة على التعامل مع إستفسارات المستخدمين وحل مشكلاتهم بشكل فوري.
- تنويع قنوات الدعم مثل الروبوتات الذكية، والبريد الإلكتروني، مما يساهم في تحسين تجربة المستخدم وبناء صورة إيجابية عن العلامة التجارية.
- تسريع الاستجابة لخدمة العملاء يعزز رضا المستخدمين ويزيد من ثقتهم بالموقع أو التطبيق.

¹ Srikanth Mandru, **the role of cybersecurity in protecting financial Transaction**, journal of Scientific and Engineering Research, 2018, 5(3), p 507.

² <https://www.webstacks.com/blog/fintech-ux-design> تاريخ الإطلاع 24mai 2025 الساعة 21 :26

المطلب الرابع: الحلول التمويلية المبتكرة التي وفرتها التكنولوجيا المالية لدعم التجارة الإلكترونية

أسهمت التكنولوجيا المالية في توفير حلول تمويلية مبتكرة تواكب التجارة الإلكترونية وتدعم نشاطها، حيث جاءت هذه الحلول لتبلي إحتياجات التجار والعملاء بكفاءة ومرونة أعلى وهي كالتالي:

1. التمويل الجماعي: يمثل آلية لتمويل المشاريع، حيث يتيح جمع مبالغ مالية أحيانا تكون مبالغ منخفضة جدا من عدد كبير من الأفراد، بحيث يوفر هذا المنهج أساليب وأدوات لمعاملة مالية تقوم على إلغاء الوساطة مع الجهات التقليدية، مما يفتح المجال أمام جميع فئات المجتمع للمساهمة في تمويل مشروع معين مهما كانت قيمة قيمته، وخلافا للنظام المصرفي التقليدي فإن التمويل الجماعي لا يهدف إلى تحقيق الربح من الإستثمار فقط، بل يهدف أيضا إلى مساعدة ودعم رواد الأعمال لتنفيذ أفكارهم.¹

2. منصات الإقراض النير للنظير (P2P): أو ما يعرف بالإقراض المباشر، أحد النماذج الحديثة لإقراض الأفراد أو الشركات، ويحصل المقرض على فائدة ويسترد أمواله عند سداد القرض، فهي تعمل مثل الأسواق وتجمع هذه المنظومة الأشخاص أو الشركات التي ترغب في إقراض الأموال مع من يريدون الحصول على القروض، وتقوم هذه المنصات الرقمية بتوفير القروض بدون وساطة مصرفية بينما يتاح لبعض المقرضين إختيار المقترضين مباشرة في حين يستخدم آخرون أدوات تصفية وإختيار تعتمد على تصنيفات المخاطر، وهذه المنصات تربط بين المقرضين والمقترضين بشكل مباشر، ويمكنهم الإختيار من حزمة القروض وغالبا ما تستخدم المزادات عبر الإنترنت، وتستخدم هذه المنصات تقنيات متقدمة من بينها الخوارزميات من أجل فحص البيانات الضخمة للمقترضين.²

3. منصات مقارنة القروض: تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خاصة في الأسواق الناشئة حاليا فجوة تمويل كبيرة، وبرزت هذه المنصات كحلول بديلة فعالة لدعم نمو قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والذي يعد بمثابة العمود الفقري للإقتصاد والذي لا يحظى بالدعم المطلوب، توفر منصات المقارنة مختلف العروض التمويلية المتاحة في السوق، حيث تستعرض تفاصيل كل عرض من حيث الصيغ التمويلية، الشروط،

¹ أسماء بللعماء، التمويل الجماعي آلية مبتكرة لزيادة فرص تمويل الشركات الناشئة -إشارة إلى منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا-، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، جامعة أحمد درارية، أدرار، الجزائر، المجلد 05، العدد 02، 2020، ص 4.

² صخري عبد الوهاب، دور التكنولوجيا المالية في تعزيز القدرات التمويلية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة عبر المنصات الرقمية، في الكتاب الجماعي، مخبر التنمية المحلية المستدامة، جامعة يحي فارس، المدية، الجزائر، 17 جوان 2021، ص 179.

التكلفة، والفرص المتاحة، وهذا يمكن المؤسسات من إختيار العرض الأنسب لإحتياجاتها بأقل جهد ووقت، دون الحاجة للبحث اليدوي بين جهات التمويل المختلفة.¹

4. خدمة اشتر الآن وادفع لاحقا (BNLP): هي طريقة دفع بديلة تتيح للعملاء شراء المنتجات والخدمات دون الحاجة إلى الإلتزام بدفع كامل المبلغ مقدما، وبذلك يتمكن العملاء من تمويل المشتريات فورا وسدادها على أقساط ثابتة بمرور الوقت.²

يبرز هذا المبحث الأهمية المتزايدة التي أصبحت تكتسبها التكنولوجيا المالية في دعم وتطوير التجارة الإلكترونية، وذلك بفضل ما تقدمه من حلول رقمية مبتكرة وخدمات مالية فعّالة، فقد ساهمت هذه التقنيات في تسهيل عمليات الدفع، وتحسين تجربة المستخدم، وتعزيز مستويات الأمان والثقة في البيئة الرقمية، كما وفرت أدوات تمويل مرنة ساعدت في تخفيض التكاليف ورفع كفاءة الأداء. وبناء على ذلك فإن العلاقة التكاملية بين التكنولوجيا المالية والتجارة الإلكترونية ضرورة حتمية في ظل التحولات المتسارعة التي يشهدها الاقتصاد الرقمي العالمي، الأمر الذي يستدعي تعزيز البنية التحتية المالية الرقمية بما يضمن استدامة هذا النمو وتوسّعه في المستقبل.

¹ مرجع نفسه، ص 180.

² <https://stripe.com/guids/buy-now-pay-later> 23 mai 2025 الساعة 18 :53 تاريخ الإطلاع

خلاصة الفصل

تم من خلال هذا الفصل التطرق إلى المفاهيم الأساسية للتكنولوجيا المالية والتجارة الإلكترونية وصولاً إلى تحليل العلاقة التفاعلية والتكاملية بينهما، وقد تبين أن التكنولوجيا المالية أسهمت بشكل كبير في تطوير بيئة التجارة الإلكترونية من خلال توفير حلول دفع رقمية، وخدمات تمويل مبتكرة، ووسائل تكنولوجية تعزز الثقة وتحسن تجربة المستخدم.

ويظهر هذا التحليل أن الاستفادة من هذه التقنيات أصبحت ضرورة إستراتيجية لأي منظومة تجارية تسعى إلى الإستمرارية والمنافسة في ظل التحول الرقمي المتسارع، وعليه يتضح أن كلا من التكنولوجيا المالية والتجارة الإلكترونية يمثلان عنصرتين أساسيتين في هيكل الإقتصاد الرقمي المعاصر، حيث يشكل التفاعل بينهما أساساً مهماً لتحسين الأداء التجاري وتقديم خدمات أكثر مرونة وكفاءة.

الفصل الثاني:

التكنولوجيا المالية ومساهمتها في تطوير المعاملات التجارية

الالكترونية بشركة امازون

تمهيد

في ضوء ما تم عرضه في الفصل النظري من مفاهيم وأسس نظرية حول التكنولوجيا المالية والتجارة الإلكترونية والعلاقة التكاملية بينهما، يأتي هذا الفصل بهدف التحقق من مدى تجسيد تلك العلاقة في الواقع العملي، وذلك من خلال تسليط الضوء على واحدة من أكبر شركات التجارة الإلكترونية في العالم وهي شركة أمازون، حيث تهدف هذه الدراسة التطبيقية إلى الربط بين الجانب النظري والتحليل الواقعي وتقديم رؤية معمقة حول أثر التكنولوجيا المالية في تطوير التجارة الإلكترونية من خلال تجربة واقعية ملموسة.

وتم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث:

المبحث الأول: تقديم عام لشركة أمازون

المبحث الثاني: تحليل بيانات شركة أمازون

المبحث الثالث: إستخدامات أدوات التكنولوجيا المالية في معاملات التجار على منصة أمازون

المبحث الأول: تقديم عام بشركة أمازون

تعد شركة أمازون من أبرز رواد التجارة الإلكترونية عالمياً، حيث حققت نمواً متسارعاً منذ تأسيسها عام 1994، بفضل اعتمادها على الحلول الرقمية والتكنولوجيا المالية، وقد أصبح نموذجها التشغيلي مثلاً يحتذى به في توظيف أدوات الدفع الإلكتروني ودعم البائعين عبر منصتها وتحسين تجربة المستخدم، وفي ها المبحث سيتم تقديم نظر عامة عن الشركة والخدمات التي توفرها مع التركيز على موقعها الإلكتروني كمنصة رقمية متكاملة.

المطلب الأول: النشأة ومفهوم

1. نشأة وتطور شركة أمازون.

تأسست شركة أمازون في 5 يوليو 1994 على يد جيف بيزوس في مدينة سياتل بولاية واشنطن، الولايات المتحدة الأمريكية. جاءت فكرة إنشاء الشركة استجابة للنمو السريع لاستخدام الإنترنت خلال تسعينيات القرن الماضي، حيث لاحظ بيزوس الزيادة الكبيرة في عدد مستخدمي الشبكة عالمياً، مما دفعه إلى ترك منصبه التنفيذي في شركة استثمارية والاتجاه نحو ريادة الأعمال الرقمية. أطلق بيزوس شركته بدايةً تحت اسم "Cadabra"، لكن الاسم تغير لاحقاً إلى "أمازون" بعد ملاحظات بأن الاسم الأول قد يُساء فهمه لفظياً. وقد وقع الاختيار على اسم "أمازون" تيمناً بنهر الأمازون، الأكبر في العالم، تعبيراً عن طموحه في بناء أكبر متجر إلكتروني عالمي.

بدأت أمازون نشاطها في عام 1995 كمكتبة إلكترونية متخصصة في بيع الكتب عبر الإنترنت، وتمكنت خلال أشهرها الأولى من تحقيق مبيعات تجاوزت 20,000 دولار أسبوعياً، ما شجّع على التوسع التدريجي في مجالات جديدة. وبفضل تركيزها على الابتكار في تجربة المستخدم وسرعة التسليم، توسعت الشركة لتشمل منتجات متنوعة وخدمات رقمية، أبرزها خدمات الحوسبة السحابية عبر "أمازون Web Services (AWS)" التي أصبحت لاحقاً العمود الفقري لنموها المالي والتقني. وفي عام 1997، تم إدراج الشركة في بورصة ناسداك تحت الرمز "AMZN"، ما وقر لها رأس المال اللازم للتوسع عالمياً.

وبحلول العقد الثاني من القرن الحادي والعشرين، تحولت أمازون من متجر إلكتروني بسيط إلى تكتل تكنولوجي عالمي يهيمن على مجالات متعددة تشمل التجارة الإلكترونية، الحوسبة السحابية، الذكاء الاصطناعي، وسائل الإعلام الرقمية، والرعاية الصحية، وتوظف الشركة اليوم مئات الآلاف من العاملين حول العالم¹

¹ Kantor, J., & Streitfeld, D. (2021). *Amazon unbound: Jeff Bezos and the invention of a global empire*. Simon & Schuster.(.

3. تاريخ ظهور شعار أمازون

عندما تأسست شركة أمازون عام 1995، كان شعارها بسيطاً ويعكس طبيعة بدايتها كمكتبة إلكترونية. فقد تضمن الشعار الأصلي كلمة "أمازون .com باللون الأسود، مع حرف "A" جريء تحاكي أطراف نهر الأمازون كرمز للحجم الكبير والطبيعة الفريدة .

◀ مراحل تطور الشعار

1. — 1995-1997 الشعار الأول: حرف "A" مميز يحاكي مجرى نهر الأمازون، واسم الموقع كاملاً "أمازون .com بنمط بسيط، تعبيراً عن بداية أولى الشركة .
 2. — 1997-1998 تعديل بسيط: الشعار بقي أحادي اللون؛ أُضيفت خطوط إلى حرف "A" ، لتبدو وكأنها جذوع أشجار أو نمط حيوان الحمار الوحشي، في محاولة لتوسيع معاني الشعار .
 3. — 1998 تجربة لانفصال العناصر : تم استخدام "Amazon.com" فقط بخط سيريف مع عبارة "Earth's Biggest Bookstore" ، ثم أُضيف اللون البرتقالي لأحد الحروف، وكان التغيير تمهيداً لمرحلة أكثر تطوراً.
 4. نهاية 1998-2000 — ظهور الخط المنحني (swish) أُضيف خط برتقالي منحني أسفل الاسم، مما ربط بين الماضي والحاضر، وإن كان الشعار لا يزال يحمل com .
 5. من عام 2000 حتى الآن — الشكل النهائي: تم تقديم الشعار بشكله الحالي الذي نعرفه اليوم. يتضمن اسم "أمازون" بالأحرف الصغيرة، ويظهر سهم/ابتسامة برتقالية تمتد من الحرف "A" إلى "Z" ، رمزاً لتنوع المنتجات "من الألف إلى الياء" ، وللتأكيد على تركيز الشركة على رضا العملاء.
- الشكل رقم 4: مراحل تطور شعار أمازون



◀ دلالات الشعار

- **السهم المنحني (الابتسامة):** يعكس شعور الرضا والسعادة لدى العملاء عند وصول طلباتهم، ويحاكي فمًا مبتسما.
- **الاتصال من A إلى Z:** يوضح تنوع المنتجات والخدمات الشامل، ويؤكد أن أمازون تهدف لتلبية كل حاجة ممكنة للمستخدم.
- **اللون البرتقالي نفسه:** يعبر عن الحيوية والودّ والجاذبية — صفات تسعى الشركة لترسيخها لدى العملاء.

الشكل رقم 5: شعار شركة أمازون



2. التعريف بشركة أمازون:

"أمازون" هي مؤسسة أمريكية للتجارة الإلكترونية، بدأت ببيع الكتب ثم توسعت منتجاتها، لتحدث ثورة في عالم التسوق والمتاجر الإلكترونية، فتحت مؤسسة أمازون أبوابها الافتراضية على شبكة الويب العالمية في جويلية 1995 بولاية واشنطن على يد "جيف بيزوس" الذي بدأ بتأسيس شركة خاصة للبيع عبر الانترنت، إختار بيزوس اسم أمازون إشارة إلى نهر الأمازون الذي يعد الأكبر في العالم مما يتوافق مع هدفه بأن يكون له أكبر متجر في العالم، حيث يركز على أربعة مبادئ: هوس العملاء بدلا من التركيز على المنافسين، والشغف بالابتكار، والإلتزام بالتميز التشغيلي، والتفكير على المدى الطويل في كل جزء من الشرائح، ومنذ سنة 2000 ظهر شعار أمازون سهما يشبه الإبتسامة يمتد من حرف A إلى آخر حرف في الأبجدية اللاتينية Z ويشير إلى أن المؤسسة توفر كل المنتجات أي من الألف إلى الياء، وتهدف إلى رضا الزبون¹

¹ حليلة خنوس وآخرون، إستراتيجيات المؤسسات الإقتراضية - دراسة حالة مؤسسة أمازون، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية ABPR، جامعة ورقلة، الجزائر، العدد 15، 2019، ص 92.

أهداف أمازون.

تسعى شركة أمازون إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الاستراتيجية التي تشكل جوهر رؤيتها ورسالتها، والتي ساهمت بشكل كبير في تميزها العالمي في مجال التجارة الإلكترونية. ومن أبرز هذه الأهداف:

1. تمكين الموظفين وتعزيز ثقافة الاستقلالية

تركز أمازون بشكل كبير على تمكين موظفيها ومنحهم درجة عالية من الاستقلالية في اتخاذ القرارات، حيث تشجعهم على قيادة المشاريع بأنفسهم ضمن فرق صغيرة، مما يساهم في تعزيز روح الابتكار والإبداع داخل المؤسسة. وتعتبر هذه السياسة من أهم العوامل التي أسهمت في نجاح الشركة، إذ تؤمن بأن الثقة بالموظفين هي مفتاح الإنتاجية والتميز.

2. تحقيق رؤيتها كـ "متجر شامل لكل شيء"

من الأهداف الأساسية التي تسعى أمازون لتحقيقها أن تكون منصة قادرة على توفير كل ما يحتاجه المستهلك في مكان واحد، وبأقل تكلفة ممكنة. وتعمل الشركة على تجسيد هذه الرؤية من خلال تنويع منتجاتها وخدماتها، وتوسيع نطاق نشاطها ليشمل مختلف القطاعات، سواء مادية أو رقمية، بما يسهل على العملاء الوصول إلى احتياجاتهم بسهولة وكفاءة.

3. أولوية رضا العملاء قبل الأرباح

تحتل تجربة العميل مكانة محورية في أهداف أمازون، حيث تعتبر أن نجاحها مرتبط بشكل وثيق بمدى رضا العملاء عن خدماتها. ولهذا، تركز الشركة على تقديم خدمة عالية الجودة، وتلبية توقعات الزبائن بدقة، حتى لو كان ذلك على حساب تحقيق أرباح قصيرة المدى. وقد ساهم هذا النهج في بناء قاعدة وفية من العملاء وأسهم في ترسيخ سمعة الشركة عالميًا.

4. الهيمنة السوقية والتوسع المستمر

تسعى أمازون إلى بسط نفوذها في مختلف الأسواق، سواء التقليدية أو الرقمية، من خلال فهم عميق لاحتياجات المستهلكين والسعي الدائم لتلبيتها. كما تضع ضمن أهدافها الرئيسية تعزيز وجودها العالمي، والبحث المستمر عن

فرص التوسع والنمو في الأسواق الجديدة، وذلك في إطار سعيها نحو الهيمنة على قطاع التجارة الإلكترونية بمختلف أبعاده¹

جدول رقم 3: بطاقة فنية حول شركة أمازون

المعلومة	الوصف
إسم الشركة	أمازون، كوم، وشهرتها أمازون بالإنجليزية أمازون Inc.,.com
المقر الرئيس	سياتل، واشنطن، الولايات المتحدة الأمريكية
تاريخ التأسيس	5 يوليو 1994
الفروع	ألمانيا سنة 1998، بريطانيا سنة 1998، فرنسا سنة 2000، اليابان سنة 2000، كندا سنة 2002، الصين سنة 2004، إيطاليا سنة 2010، إسبانيا سنة 2011، الهند سنة 2012، المكسيك سنة 2013، أستراليا سنة 2013، هولندا سنة 2014.
المؤسس	"جيف بيزوس"
الرئيس التنفيذي	"أندي جاسي"
القطاع	تجارة إلكترونية، حوسبة سحابية، ذكاء اصطناعي، خدمات رقمية.
الموظفون	أكثر من 1.6 مليون موظف
الإيرادات	469.8 مليار دولار أمريكي
القيمة السوقية	تريليون دولار أمريكي 1.1
الموقع الإلكتروني	https://www.أمازون.com

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على موقع أمازون.com.

من خلال الجدول يلاحظ أن بأن شركة أمازون هي شركة أمريكية تقع بالولايات المتحدة وتأسسها كان سنة 1994. كما للشركة عدة فروع خارج الولايات المتحدة الأمريكية.

المطلب الثاني : خدمات شركة وموقع أمازون

1. خدمات شركة أمازون:

تتمثل مهام شركة أمازون في أن تكون الشركة الأكثر إستحواذا وتمركزا على العملاء في العالم، وهذه المهمة هي أساس العمل وفق التنوع والشمولية، ويكون للفرق المتنوعة والشاملة تأثير إيجابي على المنتجات والخدمات، كما تساعد على تقديم أفضل خدمة للعملاء، وشركات البيع، ومنشئ المحتوى والموظفين وأصحاب المصلحة من المجتمع من كل

¹ اميلود بن خيرة، هذلي فوز، أنفال عائشة ديناوي، واقع أداء الشركات الإلكترونية في ظل إنتشار فيروس كورونا دراسة حالة شركة أمازون، مجلة القيمة النضافة لإقتصاديات الأعمال، جامعة حسيبة بن بوعلي شلف، الجزائر، المجلد 02، العدد 01، 2020، ص 13

خلفية والشركة دائما في حالة من التعلم والتكرار المستمر من خلال البرامج أو العمل ضمن فرق العمل، وأيضا الإعتماد على البرامج المحلية والإقليمية والعالمية، وسنذكرها بإيجاز:

الحوسبة السحابية AWS

تعتبر أمازون Web Services (AWS) واحدة من أكثر البنى السحابية تطورًا واعتمادًا عالميًا، حيث تقدم أكثر من 200 خدمة متنوعة عبر مراكز بيانات منتشرة في كافة أنحاء العالم. تمكن AWS الشركات من خفض التكاليف، وزيادة المرونة، وتسريع وتيرة الابتكار. وقد صنّفها تقرير Gartner Magic Quadrant لعام 2021 ضمن الشركات الرائدة من حيث القدرات والرؤية .

صفقات اليوم Lightning Deals

تقدم أمازون عروضًا ترويجية محدودة المدة (4 إلى 12 ساعة) عبر Lightning Deals ، وهي تخفيضات حصرية على منتجات مختارة غالبًا ما تتاح قبل 24 ساعة. كما تُتاح بعض هذه الصفقات حصريًا لأعضاء أمازون Prime خلال مناسبات مثل Prime Day ، مما يحفز على الشراء السريع ويمنح البائعين فرصة لجذب عملاء جدد.

منصة البيع عبر أمازون أمازون Marketplace

تتيح هذه المنصة لأصحاب المشاريع والبائعين عرض منتجاتهم ضمن موقع أمازون، سواء عبر البيع الذاتي (FBM) أو من خلال خدمة التخزين والشحن عبر أمازون (FBA) حيث تتولى الشركة التخزين والخدمة اللوجستية.

برنامج شركاء أمازون أمازون Associates

هو برنامج تسويق بالعمولة يمكن منشئي المحتوى من الترويج لمنتجات أمازون عبر مدوناتهم أو مواقعهم، والحصول على عمولة عند كل عملية شراء تتم عبر روابطهم.

خدمة المدفوعات أمازون Payment

توفر أمازون خيار دفع فوري وآمن عبر زر "Pay with" أمازون "المستخدم في مواقع وتطبيقات متعددة دون الحاجة إلى إنشاء حساب جديد، مستفيدة من نظام تشفير متطور للحماية من الاختراقات.

Fulfillment by أمازون – أمازون FBA

تمكن هذه الخدمة أصحاب المنتجات من تخزينها لدى مراكز توزيع أمازون، حيث تتولى الشركة تغليفها وشحنها والاهتمام بخدمة العملاء، مما يمنح البائعين عرضًا أوسع وإدارة أسهل للمخزون.

➤ عضوية برايم أمازون Prime

يتيح نظام Prime مزايا مذهلة للمتسوقين مثل الشحن المجاني السريع خلال أيام أو ساعات، وصول حصري للمحتوى الرقمي، فضلاً عن العروض والخصومات المميزة.¹

جدول رقم 4 : خدمات شركة أمازون

الخدمة	محتوى الخدمة
متجر أمازون	بيع بالتجزئة عبر الإنترنت.
Amazon Prime	خدمة اشتراك سنوي تمنح المستخدمين مزايا تشمل بث الفيديو، التخزين السحابي، شحن مجاني سريع.
Amazon web services	خدمات سحابية متكاملة.
Amazon Marketplace	منصة إلكترونية لبيع المنتجات.
Amazon Alexa	مساعد افتراضي يعمل بالذكاء الاصطناعي.
Amazon prime video	خدمة بث فيديو.
Amazon Go	متاجر ذكية دون صناديق دفع.
Amazon Fresh	خدمة توصيل مواد غذائية للمنازل.
Amazon Kindel	كتب إلكترونية رقمية.
Amazon logistics	شحن وتوصيل سريع.
خدمات جديدة محتملة	قد تشمل مجالات عديدة مثل: الذكاء الاصطناعي، التعلم الآلي، الرعاية الصحية، الطاقة المتجددة.

المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على موقع <https://www.أمازون.com>. تاريخ الإطلاع 3 juin 2025

على الساعة 30 : 22

من خلال الجدول يلاحظ بأن شركة أمازون تعمل بشكل مستمر على تطوير خدماتها من خلال توظيف تقنيات حديثة، وهذا ما يدل على سعيها الدائم لمواكبة التطورات التكنولوجية وتقديم خدمات جديدة تلبي متطلبات المستخدمين.

كما يوضح هذا الجدول مميزات وتفضيلات الشركة

الصفة المستجيبة	حصة المستجيبين
شحن سريع ومجاني	79.8 %
مجموعة واسعة-بيع كل ما يحتاجه الزبون	68.9 %
العضوية الرئيسية	65.7 %

¹ يحي سارة، رافعي سارة، مساهمة شركات التجارة الإلكترونية في التجارة الدولية دراسة حالة شركة أمازون Amazon، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات ميل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص مالية و تجارة دولية، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر -بسكرة- الجزائر، 2021_2022، ص 27- 28.

أفضل الأسعار	49.2 %
سهولة عملية الإرجاع	43.7 %
تسويق رقمي	42 %
تقييمات وتوصيات المنتج	40.5 %
عناصر فريدة لا تتوفر في منتج آخر	22.3 %
التواصل الاستباقي أثناء التسليم	17.8 %
أخرى	2.4 %

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على موقع Statista.com

من خلال الجدول بالخط أن أبرز المميزات التي تجذب المستخدمين للشراء من شركة أمازون تتمثل في خدمات الشحن السريع والمجاني (79.8%)، وتوفير مجموعة واسعة من المنتجات (68.9%)، بالإضافة إلى العضوية المدفوعة 65.7 أمازون Prime، وهي عوامل تعكس استراتيجية الشركة في تعزيز تجربة المستخدم وتوفير قيمة مضافة للزبائن. كما تحظى عناصر مثل الأسعار التنافسية (49.2%)، وسهولة الإرجاع (43.7%)، والتسويق الرقمي (42%) باهتمام كبير، ما يشير إلى دمج فعال بين الخدمات التشغيلية والتقنيات المالية. من جهة أخرى، فإن نسبة معتبرة من المستخدمين تقدر ميزات مثل تقييمات المنتجات والمنتجات الفريدة والتواصل أثناء التسليم، وهي خدمات تعتمد في أساسها على أنظمة مالية رقمية متكاملة تشمل حلول الدفع الإلكتروني، والتحليلات الذكية، والاشتراكات الرقمية، ما يعزز من قدرة الشركة على بناء علاقة مستدامة مع العملاء وعليه نستنتج أن نجاح شركة أمازون في التجارة الإلكترونية لا يعود فقط إلى تنوع منتجاتها أو أسعارها التنافسية، بل إلى قدرتها على توظيف التكنولوجيا المالية بفعالية لتقديم خدمات عالية الجودة مثل الدفع السريع الاشتراكات المدفوعة، وسياسات الإرجاع المرنة، مما يعزز من ثقة العملاء ويساهم في تحسين تجربتهم الشرائية واستمراريتهم في التعامل مع المنصة.

2. موقع أمازون والخدمات التي يقدمها

التعريف بموقع أمازون:

وهو أكبر متاجر التجزئة القائمة على الإنترنت في العالم من حيث إجمالي المبيعات والقيمة السوقية، بدأ كمكتبة على الإنترنت، وتنوع لاحقاً، ومنتجات موقع أمازون تتمثل في صناعات متعددة كالملابس والسلع الرياضية والكتب ومواد التجميل، أقراص الفيديو وأقراص بلو-راي، والأقراص المدججة، تنزيل وبث ملفات MP3، وتنزيل الكتب الصوتية، والبرمجيات، وألعاب الفيديو، والأثاث، والمجوهرات، والإلكترونيات الاستهلاكية وغيرها، حيث تتجاوز قيمة سلع موقع أمازون العالمي مئة مليار دولار سنوياً، ويوجد له مواقع منفصلة للبيع بالتجزئة في

الولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة وإيرلندا وفرنسا وكندا وألمانيا وإيطاليا وإسبانيا وهولندا وأستراليا والبرازيل واليابان والصين والهند والمكسيك، كما يقدم أمازون خدمة الشحن الدولي لبلدان أخرى.¹

مميزات وخدمات التي يقدمها موقع أمازون:

هناك مميزات وخدمات يقدمها موقع التسوق الأفضل في العالم أمازون من أهمها:²

- **صفقة اليوم من أمازون Today's Deal:** تمثل صفقة اليوم واحدة من أهم مميزات موقع أمازون لأنها عبارة عن منتجات منخفضة السعر بشكل كبير لذلك تسمى صفقة، فبعد الدخول إلى الحساب يتم النقر على صفحة اليوم، ثم يمكن التنقل بين التبويبات المختلفة لمشاهدة المنتجات ونسبة تخفيضات عليها.
- **الشحن الدولي من أمازون أمازون Global:** هي خدمة شحن تقدمها أمازون للمتسوقين من خارج الولايات المتحدة، حيث في الجزء الخاص بتفاصيل المنتج تحت تبويب تفاصيل الشحن، كذلك يقوم أمازون بتقدير الضرائب الجمركية على المنتج ثم القيام بعملية التخليص الجمركي نيابة عن المشتري.
- **خدمة إرسال وإستقبال الأموال من أمازون Amazon payment:** خدمة دفع جديدة ماثلة لخدمات بايال وجوجل ووليت وسكرايل وغيرها، من ناحية إمكانية إختراق البيانات فنسبة الإختراق هي الصفر، ولا تتطلب الخدمة عمل حساب خاص منفصل بل هو نفس الحساب العادي الذي تستخدمه للتسوق عبر موقع أمازون، فقط عند إضافة المنتج للعربة يتم النقر على "دفع مع أمازون" ويمكن كذلك وضع هذه الخاصية على المتجر الخاص بالبائع بعد إتباع التعليمات الخاصة بحساب الخاص بالبائعين عبر أمازون.
- **خدمة أمازون السحابية أمازون Cloud Drive:** هي خدمة تخزين سحابية تعمل فقط بتسجيل الدخول إلى الحساب ثم النقر على Your Account ثم Your Cloud Drive وتعطي مساحة مجانية قدرها خمسة جيجا لتخزين الصور والملفات، ويمكن شراء مساحات إضافية بعد ذلك.
- **صفقات المخزن Warehouse Deals:** هو متجر تابع لموقع أمازون يقوم ببيع أجهزة إلكترونية من هواتف محمولة، شاشات تلفاز مسطحة، أجهزة كيندل، أجهزة وملحقات الحواسيب إلخ، بحالة شبه جديدة وبأسعار منخفضة تصل إلى 60 % من السعر الأصلي.

¹ سميرة عميش، محفوظ بولقصيات، أهمية الرؤية الإستراتيجية في نجاح إستراتيجيات المؤسسات الاقتصادية -شركة أمازون نموذجاً-، مجلة التنمية والإقتصاد التطبيقي، جامعة المسيلة، الجزائر، المجلد 06، العدد 02، 2022، ص 51.

² مراد مهدي، التسويق الفيروسي آلية إلكترونية معاصرة لنجاح حملات تسويق المنتجات عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع الإشارة إلى شركة أمازون نموذجاً، مجلة دراسات في الاقتصاد وإدارة الأعمال، جامعة العربي التبسي، تبسة، الجزائر، المجلد 05، العدد 02، ديسمبر 2022، ص 380-381.

- **بطاقات الهدايا من أمازون Gift Cards:** عبارة عن خدمة تمكن أصدقاء أو أقارب المستخدم أو صاحب الحساب من التسوق بواسطة بطاقات الهدايا وهي عبارة عن بطاقات تحمل أرقاماً يتم كتابتها عند دفع ثمن المنتج، وهي مشابهة لبطاقات شحن الرصيد الهاتفية يتم إهدائها من قبل صاحب الحساب إلى أصدقائه أو أقاربه.
- **خدمة أمازون بالعمولة أمازون Associates:** هو برنامج "أفيليت" يقدمه موقع أمازون لصناع المحتوى، يتم فيه تسويق المنتجات في قنوات نشر المحتوى المكتوب والمرئي والحصول على عمولة عند شراء تلك المنتجات من قبل أحد المستخدمين.
- **خدمة بيع المنتجات أمازون FBA:** هي واحدة من خدمات التجارة الإلكترونية الناجحة والمربحة للغاية، توصيل مجاني وسريع خلال يوم واحد أو بسعر منخفض لنفس اليوم بدون حد أدنى للشراء للمنتجات المحلية.

المطلب الثالث : استراتيجيات شركة أمازون

1. الاستراتيجيات العامة لشركة أمازون: تركيز على الزبائن، خفض التكاليف، وتعزيز التفاعل

الاستهلاكي

اعتمدت شركة أمازون على مجموعة متكاملة من الاستراتيجيات التي مكّنتها من احتلال موقع ريادي في السوق الافتراضي العالمي، من خلال تبني نهج يركز على فهم سلوك المستهلك وتلبية احتياجاته بكفاءة عالية، إلى جانب السعي الدائم لتقليل التكاليف التشغيلية وتعزيز تفاعل العملاء مع منتجاتها. وتتجلى هذه الاستراتيجيات في ثلاثة محاور رئيسية، تتمثل في: تعظيم القيمة المقدمة للزبائن، ترشيد النفقات التشغيلية، وتفعيل دور المستهلك في العملية التسويقية.

استراتيجية محورها الزبائن لتعزيز المشتريات وتوسيع قاعدة العملاء

استطاعت أمازون أن تؤسس قاعدة زبائن عالمية واسعة تضم ملايين العملاء موزعين على أكثر من 160 دولة حول العالم، وذلك بفضل تبنيها سياسة توسعية مدروسة تمثلت في فتح فروع محلية في عدد من البلدان. وقد مكّنتها هذه الخطوة من الاقتراب أكثر من المستهلكين وتقديم خدمات أكثر ملائمة لاحتياجاتهم المحلية، مما أدى إلى تعظيم حجم المشتريات وزيادة الإيرادات.

تتميز أمازون بتركيزها الشديد على تجربة الزبون، حيث تسعى إلى تلبية توقعاته وتجاوزها، مما يعزز ولائه ويدفعه إلى تكرار عمليات الشراء. وتُعد هذه الاستراتيجية من الركائز الأساسية التي تعتمد عليها الشركة في بناء علاقتها طويلة الأمد مع عملائها.

استراتيجية خفض التكاليف وتحقيق الكفاءة التشغيلية

تعتمد أمازون على سياسة خفض التكاليف كأحد محاورها الجوهرية لتعزيز قدرتها التنافسية في السوق. وتتمثل إحدى وسائلها الفعالة في هذا المجال في تخزين المنتجات الأكثر طلبًا وتداولًا، الأمر الذي يقلل من تكاليف التخزين ويضمن توفر المنتجات بسرعة للمستهلكين. كما تعمل الشركة على تحقيق وفورات اقتصادية من خلال تحسين سلسلة الإمداد وتقليص الفاقد في الوقت والموارد.

ومن الأمثلة البارزة على كفاءة أمازون في خفض التكاليف، تطويرها لواجهة رقمية تفاعلية منذ عام 1997، تمكن المستخدم من تنفيذ عمليات الشراء بسهولة وسرعة. إذ تحتفظ المنصة ببيانات المستخدم الخاصة بالدفع والتوصيل، مما يسمح بتنفيذ عملية الشراء بنقرة واحدة فقط، وهو ما يقلل من الجهد والوقت المبذولين، ويعزز من رضا العملاء.

وتعتمد أمازون كذلك على أحدث الوسائل التكنولوجية في مجال التسويق الإلكتروني، مما يساهم في خفض تكاليف الإعلان التقليدي وجذب شرائح جديدة من الزبائن بكفاءة أكبر، مع الحفاظ على رضا الزبائن الحاليين وتحقيق مستويات عالية من الولاء.

استراتيجية تفاعلية تركز على إشراك المستهلك في التسويق

أدركت أمازون أهمية تمكين المستهلك في عملية التسويق، فعملت على بناء منصة تتيح للمستخدمين المساهمة بشكل مباشر في وصف المنتجات وتقييمها. ومن خلال توفير أدوات متعددة مثل الفيديوها، الصور، والمراجعات النصية، أصبح بإمكان العملاء التعبير عن آرائهم وتجاربهم، مما أضفى مصداقية أكبر على المنتجات من خلال شهادات واقعية من مستهلكين فعليين.

هذا النوع من التفاعل يعزز من ثقة المستهلك في العلامة التجارية، ويخلق علاقة تشاركية تسويقية مبنية على الشفافية والتواصل المباشر. كما أن إشراك الزبائن في وصف وتقييم المنتجات يساهم في توجيه التحسينات المستمرة، وتقديم عروض تتوافق مع تطلعاتهم المتغيرة، مما يزيد من مستوى الرضا، ويحفّز الزبائن على تكرار الشراء.

بفضل اعتمادها على مزيج ذكي من استراتيجيات تركز على الزبائن، وتسعى إلى تقليص التكاليف، وتعمل على إشراك المستهلك في خلق القيمة، تمكنت أمازون من ترسيخ موقعها كشركة رائدة عالميًا في مجال التجارة الإلكترونية.

إن هذا التكامل الاستراتيجي لم يسهم فقط في تعزيز قدرتها التنافسية، بل مكّنها أيضًا من زيادة حصتها السوقية وتحقيق أرباح مستدامة في بيئة رقمية تتسم بالتغير الدائم¹.

الاستراتيجيات التسويقية للشركة

كما اعتمدت شركة أمازون مجموعة من الاستراتيجيات التسويقية التي مكنتها من تحقيق الريادة العالمية في مجال التجارة الإلكترونية. وتتميز هذه الاستراتيجيات بكونها متعددة الأبعاد، تهدف إلى تنويع المنتجات، التوسع الجغرافي، تعزيز الابتكار، وتسهيل تجربة المستخدم، ويمكن إبراز أبرز هذه الاستراتيجيات من خلال الفروع التالية:

الفرع الأول: استراتيجية التنويع

بدأت شركة أمازون نشاطها كمتجر إلكتروني لبيع الكتب، ثم اتجهت إلى تنويع منتجاتها لتشمل أقراص الفيديو الرقمية، الأسطوانات الموسيقية، برامج الحاسوب، وغيرها، حتى أصبحت توصف بمنصة "بيع كل شيء" على الإنترنت. وشمل التنوع كذلك مجموعة من الخدمات المبتكرة التي تعزز تجربة المستخدم، من بينها:

- **محرك البحث: A9.com** أطلقت أمازون هذا المحرك سنة 2004 كنسخة تجريبية مستقلة، يتيح خصائص متقدمة مثل "البحث داخل الكتب" و"عرض معلومات عن المواقع دون مغادرة صفحة البحث"، مما جعله منافسًا حقيقيًا لمحرك كبرى مثل غوغل.
- **خدمة أمازون Checkout:** تُمكن المستخدمين من شراء المنتجات بسهولة من أي موقع يستخدم نظام أمازون للدفع، دون الحاجة إلى إعادة إدخال بياناتهم الشخصية، كما تتيح تتبع الشحنات، وتسهيل عمليات الدفع على غرار خدمة "PayPal".
- **خدمة أمازون Key:** خدمة موجهة لمشتري أمازون Prime، تتيح تسليم الطرود داخل منازل العملاء عبر استخدام أقفال ذكية وكاميرات مراقبة، مع إشعارات لحظية وفيديوهات توثق عملية التوصيل.
- **تقنية الواقع المعزز: AR:** توفر للمستخدمين خاصية "عرض المنتج في الغرفة View in Your Room"، لتصور المنتجات في بيئتهم المنزلية قبل شرائها، مما يسهم في تحسين قرار الشراء وتقليل نسب الإرجاع.

تُعَدُّ هذه الاستراتيجيات مناسبة بالنظر إلى تنوع خطوط إنتاج أمازون، وقد أسهمت في جذب شرائح واسعة من العملاء من مختلف الثقافات حول العالم، ورفع مستويات رضاهم وثقتهم بالشركة.

¹ يحي سارة، رافعي سارة، مرجع سبق ذكره، ص35

الفرع الثاني: استراتيجية التدويل

انطلاقاً من كونها شركة إلكترونية، تبنت أمازون استراتيجية التدويل عبر إنشاء فروع تابعة لها في عدد من دول العالم، حيث افتتحت أول فروعها الخارجية سنة 1998 في بريطانيا وألمانيا، اللذين شكلا آنذاك 25% من مبيعات الشركة الأم سنة 2001، ثم توسعت إلى فرنسا (2000)، وإلى أكثر من 220 دولة.

تشمل التوسعات مواقع منفصلة للبيع بالتجزئة في دول مثل: الولايات المتحدة، إيرلندا، كندا، فرنسا، ألمانيا، إيطاليا، إسبانيا، هولندا، أستراليا، البرازيل، اليابان، الصين، الهند، والمكسيك. كما أطلقت نسخاً محلية بلغات متعددة مثل الهولندية، البولندية، والتركية.

أما في العالم العربي، فقد دخلت أمازون السوق عبر بوابة التجارة الإلكترونية لتوفير منتجاتها لمستخدمي الإنترنت في المملكة العربية السعودية والشرق الأوسط عمومًا، من خلال شراكات استراتيجية محلية.

الفرع الثالث: استراتيجية التوسع والنمو

تسعى أمازون إلى تحقيق النمو من خلال توسيع عملياتها على مختلف المستويات، مستفيدة من إمكانياتها الإنتاجية واللوجستية العالية. وتشمل محاور التوسع ما يلي:

- زيادة تنوع المنتجات والخدمات لتشمل جميع الاحتياجات من المنتجات التعليمية والثقافية إلى الأجهزة المنزلية والرحلات.

- دخول أسواق جديدة عبر توسعة الانتشار الجغرافي.

- توسيع شبكة الباعة والموزعين وتعزيز الشراكات الدولية.

- تقديم خدمات تكنولوجية متقدمة تحسّن من تجربة المستهلك.

وقد ساهم هذا التوسع في تعزيز قدرة أمازون على اختراق الأسواق العالمية، وتلبية الطلب المتزايد بكفاءة ومرونة، ما جعلها أكبر موزع تجزئة على مستوى العالم.

الفرع الرابع: استراتيجية الإحالة

تُعد استراتيجية الإحالة (Referral Strategy) من الأدوات التسويقية الفعالة التي تعتمد عليها أمازون لاستقطاب عملاء جدد، حيث تستفيد من خدمات شركات كبرى مثل غوغل لتوجيه الإعلانات وتعزيز الوصول. تتيح هذه الاستراتيجية التعريف بخدمات الشركة على نطاق عالمي، وتقليل تكلفة اكتساب الزبائن، كما تسرّع من وتيرة التوسع الرقمي لأمازون.

الفرع الخامس: استراتيجية التجديد

تقوم أمازون باستمرار بتجديد خدماتها وتطوير تقنياتها لتلبية تطورات السوق واحتياجات المستهلكين، حيث بدأت ببيع الكتب ثم تحولت تدريجياً إلى منصة شاملة لتجارة التجزئة. وتتمثل مظاهر التجديد فيما يلي:

- تحسين تجربة المستخدم من خلال تصميم الموقع وسهولة التنقل والدفع.
 - تقديم خدمات جديدة باستمرار لتسهيل العمليات التجارية.
 - التركيز على أمن وحماية بيانات المستخدمين.
 - دمج الذكاء الاصطناعي والواقع المعزز في تجربة الشراء.
- وقد مكّن هذا التجديد المستمر أمازون من الحفاظ على مكانتها التنافسية في بيئة الأعمال الرقمية المتغيرة، وجعلها أكثر قرباً من عملائها..¹

¹ سمير عميش، محفوظ بولقصبيا، مرجع سبق ذكره، ص 93-97

المبحث الثاني: تحليل معطيات شركة أمازون

المطلب الأول: تحليل إيرادات شركة أمازون

جدول رقم 5: إيرادات شركة أمازون

الوحدة: مليار دولار

السنة	الإيرادات
2019	280,52
2020	286,06
2021	469,82
2022	513,98
2023	574,78

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على موقع Statista.com

من خلال الجدول نلاحظ أن شركة أمازون شهدت نموا ملحوظا في إيراداتها خلال الفترة من 2019 إلى 2023، حيث حققت في سنة 2020 (286,06 مليار دولار) مقارنة بالسنة التي قبلها 2019 التي حققت 280,52 مليار دولار ويعود هذا النمو الكبير إلى زيادة الطلب على التجارة الإلكترونية خلال جائحة كوفيد19، وفي سنة 2021 حققت زيادة في إيراداتها التي بلغت 469,82 مليار دولار نتيجة للتوسع في خدمات الحوسبة السحابية AWS، أما في سنة 2022 فقد وصلت الإيرادات إلى 574,78 مليار دولار نتيجة توسع أمازون في مجالات التكنولوجيا المالية وتحسين البنية التحتية الرقمية، ومن هذا التحليل نستنتج أن شركة أمازون إستطاعت تحقيق نمو مستدام في إيراداتها وذلك نتيجة توسعها في مجالات متعددة كتعزيز خدمات الإشتراك والإعلانات الرقمية، وها التنوع في مصادر الدخل ساعد الشركة على الإحتفاظ بمكانتها الرائدة في الأسواق العالمية.

المطلب الثاني: توزيع إيرادات شركة أمازون حسب القطاعات التشغيلية للفترة الممتدة من 2019 إلى 2023

تعد شركة أمازون من أبرز الشركات العالمية التي نجحت في تنوع مصادر إيراداتها عبر عدة قطاعات، مما يعكس إستراتيجيتها في التوسع وتبني التكنولوجيا المالية، يوضح الجدول التالي تطور إيرادات أمازون حسب القطاعات التشغيلية خلال الفترة من 2019 إلى 2023:

جدول رقم 6: إيرادات شركة أمازون حسب القطاعات التشغيلية للفترة الممتدة من 2019 إلى 2023

الوحدة: مليار دولار

السنة	المتاجر الإلكترونية	البيع بالتجزئة	المتاجر المادية	الويب من amazon AWS	الدعاية	خدمات الإشتراك	أخرى
2019	141.25	53.76	17.19	35.03	14.09	19.21	4
2020	197.35	80.44	16.22	45.37	12.33	25.21	14.13
2021	222.08	103.37	17.08	62.20	31.16	31.72	2.18
2022	220	117.72	18.96	80.10	37.74	35.22	4.25
2023	231.87	140.05	20.03	90.72	46.91	40.21	4.96

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على موقع Statista.com

من خلال الجدول نلاحظ أن شركة أمازون شهدت نموا ملحوظا في إيراداتها عبر مختلف القطاعات التشغيلية خلال الفترة من 2019 إلى 2023 مما يعكس إستراتيجيتها الناجحة في تنويع مصادر الدخل وتبني التكنولوجيا المالية -المتاجر الإلكترونية: شهدت إيرادات هذا القطاع نموا من 141.25 مليار دولار في 2019 إلى 231.87 مليار دولار في 2023 مما يعكس إستمرار أهمية التجارة الإلكترونية في نموذج أعمال أمازون.

-أما خدمات الإشتراك: إرتفعت إيراداتها من 19.21 مليار دولار في 2019 إلى 40.21 مليار دولار في 2023 مما يدل على نجاح الخدمات مثل أمازون prime .

-أما خدمات الويب من أمازون (AWS): نمت الإيرادات من 35.03 مليار دولار في 2019 إلى 46.91 مليار دولار في 2023، مما يؤكد دور AWS كأحد أبرز محركات النمو للشركة.

-أما المتاجر الفعلية: نمت الإيرادات من 17.19 مليار دولار في 2019 إلى 20.03 مليار دولار في 2023، مما يشير إلى إستقرار أداء المتاجر الفعلية.

-الدعاية: شهدت زيادة ملحوظة من 14.09 مليار دولار في 2019 إلى 46.91 مليار دولار في 2023، مما يعكس توسع أمازون في سوق الإعلانات الرقمية.

- أخرى: تفاوتت الإيرادات في هذا القطاع حيث بلغت 4 مليار دولار في 2019 وإرتفعت إلى 4.96 مليار دولار في 2023 مما يعكس تنوع مصادر الدخل الأخرى.

المطلب الثالث: تحليل صافي الربح وهامش الربحية خلال الفترة الممتدة من سنة 2022 إلى الربع الأول من سنة 2025

تعد مؤشرات صافي الربح وهامش الربح من أهم المعايير المالية التي تستخدم لتقييم الأداء المالي لأي مؤسسة لاسيما الشركات التكنولوجية منها شركة أمازون، فيما يلي جدول يلخص تطور هذه المؤشرات خلال الفترة الممتدة من سنة 2022 إلى الربع الأول من سنة 2025.

الجدول رقم 7: صافي الربح وهامش الربح لشركة أمازون

السنة	صافي الربح (مليار دولار)	هامش الربح %
2022	2.722	0.53%
2023	30.425	5.29%
2024	50.248	9.29%
Q1 2025	65.944	10.14

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على الموقع [Macrotrends.com](https://www.Macrotrends.com)

يتضح من خلال الجدول أن شركة أمازون في سنة 2022 واجهت خسارة في صافي الربح قدرها -2.722 مليار دولار إلى جانب هامش الربح بخسارة بلغت -0.53 % وهذا الأداء الضعيف يعود إلى عدة عوامل مثل التكاليف التشغيلية المرتفعة نتيجة الأزمة الاقتصادية التي أعقبت جائحة كوفيد 2019.

-وفي سنة 2023 تحسن الوضع المالي للشركة حيث ارتفع صافي الربح إلى 30.425 مليار دولار مع هامش ربح بلغ 5.29 % وهذا يدل على تحسن الأنشطة التشغيلية وإستعادة جزء من القوة السوقية.

-تواصل هذا النمو في سنة 2024 حيث تضاعف صافي الربح ليصل إلى 59.248 مليار دولار وارتفع هامش الربح إلى 9.29 %.

-أما خلال فترة الربع الأول من سنة 2025 حققت الشركة صافي الربح قدره 65.944 مليار دولار، مع تسجيل هامش ربح بلغ 10.14 % وهذا يشير إلى إستمرار الاتجاه الإيجابي لنمو الأرباح وقدرة أمازون على تعزيز ربحيتها من خلال تحسين إدارة التكاليف.

ونستنتج من خلال هذا التحليل أن شركة أمازون تمكنت من تجاوز الخسائر وإستعادة النمو بوتيرة أكبر، كما يبرز أيضا أهمية المرونة التشغيلية والتكامل بين قطاعات التجارة الإلكترونية.

المبحث الثالث: استخدامات أدوات التكنولوجيا المالية في معاملات التجار على منصة أمازون

المطلب الأول: وسائل الدفع التي تقدمها شركة أمازون للتجار

تعد وسائل الدفع التي تتيحها شركة أمازون للتجار من أهم عناصر دعم بيئة التجارة الإلكترونية حيث تسعى الشركة إلى توفير حلول مالية مرنة وآمنة تمكن البائعين من إستلام أرباحهم بسهولة سواء داخل الولايات المتحدة الأمريكية أو خارجها، وفيما يلي أبرز هذه الوسائل:

1. أمازون PAY :

تعد من أبرز الأدوات التي توفرها أمازون للتجار حيث تتيح لهم دمج وسيلة دفع موثوقة وسريعة على متاجرهم الإلكترونية خارج منصة أمازون، وتعتمد هذه الخدمة على معلومات الدفع المحفوظة مسبقاً في حسابات عملاء أمازون، مما يجعل تجربة الدفع أكثر مرونة ويقلل من معدلات التخلي عن سلة التسوق، كما تتكامل الخدمة بسهولة مع العديد من المنصات مثل Shopify وغيرها وتوفر واجهات برمجة التطبيقات لتخصيص تجربة الدفع بما يتناسب مع طبيعة المتجر.¹

2. البطاقات البنكية

- **بطاقات الإئتمان (credit card) :** هي وسيلة دفع إلكترونية تسمح للمستخدم بشراء منتجات أو خدمات على أن يسدد لاحقاً لمصدر البطاقة (البنك أو الجهة المصدرة) بينما يحصل التاجر على مستحقاته مباشرة وتوفر أمازون هذه الوسيلة لعملائها ما يعود بفائدة مباشرة على التجار من حيث زيادة معدل إتمام الشراء، خصوصاً للمنتجات مرتفعة السعر وبالتالي فإن قبول بطاقات الإئتمان عبر منصة أمازون يتيح الوصول إلى شريحة واسعة من العملاء المعتادين على الدفع المؤجل، كما أن شركات البطاقات تتحمل مسؤولية التحصيل والمخاطر الائتمانية وهو ما يقلل من المخاطر المالية على البائعين.²

- **بطاقات الخصم:** وهي بطاقة تخصم الأموال مباشرة من الحساب المصرفي للعميل عند تنفيذ عملية الشراء، وتعد من الوسائل الأكثر استخداماً في بعض الأسواق خاصة لدى المستهلكين الذين يفضلون الدفع عن أموالهم الخاصة بدلاً من الاقتراض، أمازون تقبل هذه البطاقات على نطاق واسع مثل Visa وDebit وMasrercard Debit، فإن الدفع عبر هذه البطاقة يضمن إستلام الأموال بسرعة كما

¹ <https://pay.amazon.com/business> تاريخ الإطلاع 01 juin 2025 الساعة 00 :34

² <https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?nodeId=G2Q5QPH8WDMKQ7K> تاريخ الإطلاع 04/06/2025 الساعة 12.50

يقلل من نسب التراجع عن الدفع أو النزاعات المتعلقة بالإئتمان، كما أنها ترضي فئة من العملاء الذين لا يملكون بطاقات إئتمان مما يوسع القاعدة الشرائية.¹

3. اشتر الآن وادفع لاحقاً:

توفر أمازون خدمة الدفع المؤجل بالتعاون مع شركات مثل Affirm وتسمح هذه الميزة للمستخدمين بشراء المنتجات وسداد قيمتها لاحقاً على أقساط دون تحميل التاجر أي مخاطرة مالية، حيث يحصل على مستحقاته فوراً، بينما تتولى الجهة الشريكة مسؤولية التحصيل من العميل وتعد هذه الوسيلة مفيدة جداً للتجار إذ تزيد من حجم الطلبات وتقلل من حواجز الشراء خاصة بالنسبة لسلع ذات القيمة المرتفعة.²

4. الشراء بنقرة واحدة Click Ordering:

تتيح هذه الميزة إتمام عملية الدفع بنقرة واحدة باستخدام بيانات محفوظة مسبقاً في الحساب، ما يقلص عدد الخطوات ويحسن تجربة الشراء وتعرف الميزة بأنها تقنية تمكن العميل من إتمام الشراء بدون استخدام سلة التسويق التقليدية، كما تعود بالمنفعة على التجار من خلال زيادة معدل التحويل وتقليل التخلي عن السلة مما يؤدي على نمو المبيعات.³

5. محفظة التاجر أمازون Seller Wallet :

أطلقت أمازون مؤخراً أمازون Seller Wallet التي تتيح للتجار إدارة مدفوعاتهم بشكل مرن داخل النظام البيئي لأمازون، تسمح هذه المحفظة الرقمية بالاحتفاظ بالعائدات داخل الحساب، وإجراء تحويلات إلى الحسابات البنكية المرتبطة أو الدفع للموردين والشركاء، وتوفر هذه الخدمة خيارات متعددة للعملاء، وتعد أداة فعالة للتجار الدوليين الذين يعملون في عدة أسواق.⁴

6. التحويل البنكي:

يعتبر الوسيلة الأساسية التي تعتمد عليها أمازون لتحويل عائدات المبيعات إلى التجار وذلك من خلال منصة Seller Central، يتم تحويل الأرباح مباشرة إلى الحساب البنكي المرتبط بحساب التاجر وفق جدول زمني محدد

¹ المرجع نفسه.

² تاريخ الإطلاع <https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?nodeId=G2Q5QPH8WDMKQN7K>

12.50 على الساعة 04/06/2025

³ تاريخ الإطلاع <https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?nodeId=G2Q5QPH8WDMKQN7K>

12.50 على الساعة 04/06/2025

⁴ تاريخ الإطلاع <https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?nodeId=G2Q5QPH8WDMKQN7K>

12.50 على الساعة 04/06/2025

عادة كل 14 يوما، مع إمكانية تتبع كافة المعاملات والمدفوعات من خلال لوحة التحكم، وتوفر هذه الآلية وسيلة آمنة وشفافة لإستلام المستحقات المالية الناتجة عن عمليات البيع

جدول رقم 8: مقارنة بين وسائل الدفع التي تقدمها أمازون

الوسيلة	مستوى اعتماد Fintech	سرعة التحصيل	فائدة مباشرة	التكاليف	ملائمة الأسواق العالمية
أمازون pay	مرتفع	عالية	توسيع قاعدة العملاء	متوسطة	ممتازة
محفة التاجر	متوسط	عالية	إدارة مالية متطورة	منخفضة	ممتازة
اشتر الآن وادفع لاحقا	مرتفع جدا	فورية	تحفيز الشراء	منخفضة	ممتازة
الدفع بنقرة واحدة	مرتفع	فورية	تحسين تجربة المستخدم	منخفضة	ممتازة
بطاقة الإئتمان	متوسط	متوسطة	دعم وسائل الدفع التقليدية	مرتفعة	جيدة
بطاقة الخصم	منخفض	متوسطة	التقليل من الرفض	منخفضة	جيدة
التحويل البنكي	ضعيف	بطيئ	مناسب للمبالغ الضخمة	منخفضة	محدودة

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على موقع أمازون.com.

من خلال الجدول نلاحظ أن شركة أمازون توفر وسائل دفع متنوعة لتسهيل المعاملات التجارية وتحسين أداء التجار.

-أمازون pay وسيلة تتيح للمستخدمين إجراء عملية الدفع من خلال بيانات حساباتهم على أمازون مما يعزز من سرعة التحصيل بالنسبة للتاجر.

-أما بطاقة الإئتمان والخصم: وتعتبر أقل تطورا مقارنة بوسائل الدفع الإلكترونية لكن تظل من الوسائل الأكثر إستخداما وتوفر تنوع في خيارات الدفع للمستهلك مما ينعكس إيجابيا على التاجر.

-بالنسبة لمحفظة التاجر: تمكن من تحليل الأداء المالي وإدارة المعاملات.

- أما خاصية اشتر الآن لاحقا وسيلة تمويلية تشجع المستهلك على إتخاذ قرار الشراء كما تحقق زيادة في المبيعات وتضمن للتاجر الحصول على مستحقاته بشكل فوري.

-وبالنسبة للتحويل البنكي: لا يعتبر من أدوات التكنولوجيا المالية الحديثة لكنه يستخدم في بعض الحالات الخاصة مثل التعامل مع الأسواق الأقل تطورا.

ومن هذا التحليل نستنتج أن شركة أمازون تستفيد من حلول التكنولوجيا المالية من خلال وسائل دفع مختلفة مما يتيح للتاجر منصة سريعة وآمنة في إدارة المدفوعات، كما أن تنوع خيارات الدفع يتيح للتاجر إختيار الوسيلة الأنسب لنشطه وسوقه المستهدف، وهذا ما يعكس مدى مساهمة التكنولوجيا المالية في تطوير التجارة الإلكترونية.

المطلب الثاني: آليات تعزيز الثقة والأمان في شركة أمازون

تعد الثقة والأمان من العوامل التي تؤثر بشكل كبير على قرارات التجار، حيث أن توفير بيئة آمنة وموثوقة يعزز رغبة التاجر في عرض منتجاته وتحفيزه على توسيع نشاطه التجاري، حيث حرصت أمازون على تبني العديد من التقنيات والإجراءات الأمنية التي تضمن حماية المعاملات الإلكترونية ومن بين هذه الآليات ما يلي:

- نظام كشف الاحتيال: تعتمد أمازون على تقنيات متقدمة مبنية على خوارزميات التعلم الآلي والذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات المالية وسلوكيات المستخدمين بشكل مستمر، وذلك من أجل الكشف عن أي عملية احتيال أو تلاعب في الأنشطة، وهذا الإجراء يقلل من الخسائر المالية المحتملة وتحمي التجار من التعرض للاحتيال مما يعزز ثقتهم ويشجعهم على الإستمرار في البيع عبر هذه المنصة.

- تشفير المعاملات: تعتمد أمازون على بروتوكولات تشفير متقدمة لضمان أن جميع البيانات الحساسة المتبادلة بين العميل والتاجر ومنصة أمازون تمر عبر قنوات اتصال مشفرة وآمنة، حيث يعتبر تشفير المعاملات أحد الركائز الأساسية لتعزيز الأمن السيبراني في منصة أمازون مما يضمن حماية سرية البيانات، ويشعر المشتري والتاجر بالإطمئنان والثقة عند إجراء الصفقات الإلكترونية.

- التوقيعات الرقمية والمصادقة على المعاملات: تلجأ أمازون إلى إستخدامها لضمان صحة العقود والمعاملات التي تتم عبر منصتها، حيث تعمل هذه التوقيعات الرقمية على التحقق من هوية الأطراف وتؤكد أن محتوى العقد لم يتم تعديله أو التلاعب به بعد توقيعه، بالإضافة إلى ذلك تعتمد المنصة على أنظمة المصادقة للتحقق من هوية المشتري والتاجر مما يحد من احتمالية الدخول غير المصرح به، هذه الإجراءات تعتبر ضرورية لتوفير بيئة تجارية رقمية موثوقة.

- برنامج ضمان أمازون A to Z: يعد آلية مالية وقانونية تضمن حقوق كل من العملاء والتجار حيث يمنح للعملاء حق إسترجاع أموالهم في حالة إستلام منتجات غير مطابقة للمواصفات أو تعرضهم لمشاكل في الشحن، ومن جهة أخرى يوفر للتجار منصة للطعن لأي نزاع، يعزز هذا البرنامج مستوى المصادقية والشفافية في المعاملات

التجارية على منصة أمازون كما يسهم بشكل مباشر في رفع ثقة التجار واستمرارهم في تقديم منتجاتهم وخدماتهم عبر هذه المنصة دون تعرضهم لخسائر غير مبررة.

يتضح من خلال هذه الآليات أن شركة أمازون تعتمد على إستراتيجية واضحة لتعزيز الثقة والأمان لدى التجار من خلال تقنيات رقمية متطورة، وتساهم هذه الإجراءات في الحد من المخاطر المحتملة مما يدعم التجار وتوسيع نطاق أعمالهم داخل المنصة، ويعزز من إستقرار بيئة التجارة الإلكترونية.

المطلب الثالث: الحلول التمويلية التي توفرها شركة أمازون على منصتها

يعد التمويل من أهم التحديات التي تواجه التجار عند رغبتهم في توسيع نشاطهم التجاري، حيث سعت شركة أمازون لتقديم حلول تمويلية تمكن البائعين على منصتها الاستفادة من التمويل السلس ومن بين هذه الحلول ما يلي:

- خدمة أمازون Lending : وهي خدمة تمويل مباشرة أطلقتها أمازون للتجار سنة 2011 تقوم بتوفير قروض قصيرة ومتوسطة الأجل للتجار، تعتمد هذه الخدمة على سجل التاجر داخل المنصة بما في ذلك حجم المبيعات والتقييمات وغيرها كما ترسل عروض التمويل مباشر داخل حساب التاجر في أمازون مما يسهل عليه القبول أو الرفض، وتمكن هذه الخدمة التجار من تمويل المخزون بسرعة وتساهم في تخفيض الإعتماد على القروض البنكية، وتتيح أيض للتجار مرونة في إدارة السيولة التشغيلية.

- خدمة التحويل السريع للأرباح (Daily D): وهي خدمة تقدمها أمازون لبعض البائعين المؤهلين والتي تتيح لهم الحصول على مستحقاتهم المالية بشكل يومي بدلا من الإنتظار لفترات طويلة، كما تتم من خلال التعاون مع مؤسسات مالية حيث يحصل التاجر على تدفقات نقدية يومية تسهل عليه إدارة نفقاته، وإعادة إستثمار الأرباح في شراء المخزون أو تنفيذ الحملات التسويقية بشكل مستمر، وعليه فإن هذا الحل التمويلي يعتبر أداة لتحسين دوران المال وتمكين التاجر من مواكبة تغيرات السوق.

-رصيد التمويل الإعلاني أمازون Ads Credit : وهو تمويل تقدمه أمازون لدعم التجار الجدد أو ذوي النشاط المتزايد، ويتيح هذا الرصيد للتجار ترويج منتجاتهم داخل المنصة دون الحاجة إلى الدفع النقدي إلا أنه يمثل فرصة تمويلية حقيقية حيث يسمح لهم بتحقيق مبيعات إضافية دون تحمل تكاليف التسويق مباشرة مما يعزز من الأرباح ويسرع من دوران رأس المال.

جدول رقم 9: جدول المقارنة بين الحلول التمويلية التي تقدمها أمازون لدعم التجار

الحل التمويلي	الجهة المقدمة	الفئة المستهدفة	الفائدة للتجار
أمازون Lending	شركة أمازون	التجار ذو أداء عالي	تمويل مباشر
التحويل السريع للأرباح	أمازون payment	التجار النشطون في البيع يوميا	السرعة في سحب الأرباح في نفس اليوم
رصيد التمويل الإعلاني	أمازون للإعلانات	التجار الجدد	إعلانات مجانية لزيادة المبيعات

المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على موقع أمازون.com.

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن شركة أمازون تعتمد مجموعة من الحلول التمويلية التي تهدف إلى دعم التجار وتمكينهم من تنمية أعمالهم حيث يعد:

-برنامج أمازون Lending أحد أشكال التمويل المباشر الذي يساعد التجار على التوسع.

-أما التحويل السريع للأرباح: يوفر دعم فوري يحسن من التدفق المالي، وهو عنصر بالغ الأهمية خاصة للتجار الذين يعملون برأسمال محدود.

-رصيد التمويل الإعلاني: هي أداة تحفيزية غير مباشرة تمكن التاجر من تحسين مبيعاته دون تكاليف إعلانية مباشرة.

وعليه نستنتج من خلال المقارنة بين الحلول التمويلية المقدمة من شركة أمازون تبين أن هذه الآليات توفر بيئة مالية تساهم في زيادة السيولة وتوسيع حجم النشاط التجاري وتعزيز القدرة الترويجية للتاجر، مما يؤدي إلى خلق بيئة أعمال مستقرة تشجع على الإستمرار والتوسع داخل المنصة.¹

تاريخ الإطلاع <https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?nodeId=G2Q5QPH8WDMKQN7K> 12.50 على الساعة 04/06/2025

خلاصة الفصل:

من خلال ما تقدم يمكن القول بأن شركة أمازون تعد واحدة من أبرز النماذج العالمية في دمج التكنولوجيا المالية لدعم وتطوير التجارة الإلكترونية، وقد تبين من خلال الدراسة أن الشركة نجحت في تكوين بيئة تجارية رقمية متكاملة من خلال تبني أدوات التكنولوجيا مما ساهم في تسهيل العمليات التجارية، وتمكين التجار من تحقيق أداء أفضل وتعزيز ثقتهم بالمنصة، وتعد هذه التجربة مثالا رائدا على الدور الذي تلعبه Fintech في تطوير التجارة الإلكترونية عالميا.

الخاتمة

خاتمة:

تهدف هذه المذكرة إلى دراسة دور التكنولوجيا المالية (Fintech) في تطوير التجارة الإلكترونية، من خلال الجمع بين المعالجة النظرية والتحليل التطبيقي لتجربة رائدة تمثلت في شركة أمازون، باعتبارها أحد أبرز النماذج العالمية التي جسدت هذا التكامل في بيئة الاقتصاد الرقمي.

قدم الجانب النظري أرضية مفاهيمية واضحة لفهم ماهية التكنولوجيا المالية، من حيث نشأتها، تطورها، وآليات عملها، مع التطرق إلى أهم تطبيقاتها في المجال التجاري، مثل أنظمة الدفع الإلكتروني، المحافظ الرقمية، التحقق البيومتري، والتمويل الرقمي. كما تم تحليل كيفية تقاطع هذه التكنولوجيا مع التجارة الإلكترونية، باعتبارها عاملاً جوهرياً في تسهيل المعاملات، وتعزيز الثقة، وتوسيع نطاق الوصول إلى الأسواق. وقد كشفت الدراسة عن الأثر المتبادل بين الطرفين، حيث تسهم التكنولوجيا المالية في تسريع العمليات التجارية وتحسين الكفاءة، بينما تدفع التجارة الإلكترونية باتجاه ابتكار حلول مالية رقمية أكثر تكيفاً مع حاجيات المستخدمين.

أما في الجانب المرتبط بالتجارة الإلكترونية، فقد أظهرت الدراسة أن تطورها لم يعد مرهوناً فقط بالمنصات الرقمية وأساليب التسويق، بل أصبح يتطلب بنية مالية ذكية قادرة على الاستجابة الفورية لتغيرات السوق، وتوفير أدوات دفع وتمويل آمنة، مرنة، وشاملة. وقد تم تسليط الضوء على الإطار التشريعي، والتحديات التقنية، والعوائق التنظيمية التي قد تحول دون الاستفادة القصوى من هذه الأدوات في بعض الأسواق.

في الجانب التطبيقي، تم التركيز على تجربة شركة أمازون كنموذج متقدم في تكامل التكنولوجيا المالية مع أنشطتها التجارية، حيث كشفت البيانات أن الشركة طورت حلولاً مالية داخلية مثل أمازون Pay، كما استثمرت في بنيتها الرقمية لتوفير تجربة مستخدم سلسة تشمل الشراء، التمويل، والدفع في آن واحد. وقد برزت أمازون كمثال على قدرة الشركات الكبرى على الجمع بين التجارة والتكنولوجيا المالية لتحقيق مكاسب تشغيلية، توسيع قاعدة العملاء، وتعزيز الثقة في المعاملات الرقمية. كما أظهرت المؤشرات أن الشركة استفادت من تحليلات البيانات الضخمة وتعلم الآلة في تقديم عروض تمويل مخصصة، مما عزز من معدلات التحويل والاحتفاظ بالعملاء.

وتشير نتائج الدراسة إلى أن العلاقة بين التكنولوجيا المالية والتجارة الإلكترونية تتسم بالترابط البنوي، حيث يدفع كل منهما الآخر نحو التطوير والتوسع. وقد أثبتت التجربة أن الاستخدام المبتكر للتكنولوجيا المالية يسهم في تجاوز العقبات التقليدية المرتبطة بالدفع، الأمن، والتحقق من الهوية، ما يفتح آفاقاً جديدة لنمو التجارة الإلكترونية عالمياً.

نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- أكدت النتائج صحة الفرضية الفرعية الأولى: تسهم التكنولوجيا المالية في تسهيل عمليات الدفع الإلكتروني، وتقليل زمن المعاملات، وبالتالي تحسين تجربة المستخدم في شركة أمازون، حيث ساهمت أدوات التكنولوجيا المالية مثل بوابات الدفع الرقمية، والمحافظ الإلكترونية، وتقنيات الدفع عبر الهواتف الذكية، في تسريع إجراء المعاملات وتقليل زمن تنفيذها بشكل ملحوظ، وقد أسهم ذلك في تحسين تجربة المستخدم، من خلال توفير خيارات دفع آمنة وسريعة، مما زاد من معدلات رضا العملاء.
- أظهرت النتائج توافقاً واضحاً مع الفرضية الفرعية الثانية: يؤدي توظيف أدوات التكنولوجيا المالية إلى تعزيز مستويات الأمان والثقة لدى التجار والمستهلكين في البيئة الرقمية لشركة أمازون، حيث ساعدت تقنيات التشفير، وتحليل البيانات الضخمة باستخدام الذكاء الاصطناعي، وأنظمة الكشف عن الاحتيال في الحد من المخاطر المرتبطة بالمعاملات الرقمية. وقد ساهم هذا التحسن الأمني في بناء الثقة لدى كل من التجار والمستهلكين، ما عزز من استقرار البيئة التجارية الرقمية على منصة أمازون.
- أثبتت الدراسة، من خلال تحليل عمليات أمازون، صحة الفرضية الفرعية الثالثة: تمثل شركة أمازون نموذجاً ناجحاً في دمج تقنيات التكنولوجيا المالية ضمن عملياتها التجارية، مما أسهم في توسيع نطاق خدماتها عالمياً، حيث تمكنت الشركة من دمج تقنيات التكنولوجيا المالية بشكل فعال في مختلف جوانب عملياتها، بما في ذلك الدفع الإلكتروني، التمويل للموزعين الصغار، وإدارة المخاطر من خلال حلول تمويلية رقمية وخدمات مالية مبتكرة، حيث ساهمت البنية التحتية الرقمية التي تبنتها والمتمثلة في أمازون باي (Amazon Pay) وغيرها من الأدوات المالية في تسهيل عمليات الدخول إلى الأسواق الجديدة، وتوسيع نطاق الخدمات التي تقدمها الشركة على المستوى الدولي، مما يجعل منها نموذجاً رائداً يستحق الدراسة.
- تبين من خلال دراسة توسع أمازون في أسواق مثل الهند والبرازيل أن توفير أنظمة دفع إلكترونية محلية متوافقة مع التحديات البنكية في هذه الأسواق ساعد الشركة على ترسيخ حضورها الدولي، مما يدعم صحة الفرضية الفرعية الرابعة: يعد توظيف التقنيات المالية المتقدمة عاملاً في زيادة انتشار التجارة الإلكترونية في الأسواق الدولية، ويبرز أهمية تكيف التكنولوجيا المالية مع السياق المحلي.

➤ توصيات الدراسة:

- تشجيع الاستثمار في الحلول المالية الرقمية المبتكرة التي تتكامل مع التجارة الإلكترونية؛
- وضع أطر تنظيمية واضحة ومرنة لضمان الاستخدام الآمن والعاقل للتكنولوجيا المالية؛
- تعزيز التعاون بين شركات التكنولوجيا والمؤسسات المالية لابتكار خدمات مخصصة للمستهلك الرقمي؛

- العمل على سد الفجوة الرقمية في الأسواق الناشئة لضمان شمول مالي وتجاري أوسع؛
 - دعم البحث والتطوير في مجال Fintech لتقديم أدوات مالية تواكب تسارع التحول الرقمي.
- ويمكن القول في الختام إن هذه المذكرة تؤكد أن التكنولوجيا المالية لم تعد مجرد عنصر داعم للتجارة الإلكترونية، بل أصبحت مكوناً استراتيجياً في بنائها وتوسعها. كما أن تجربة أمازون توفر دليلاً عملياً على إمكانية خلق بيئة تجارية رقمية شاملة تجمع بين الكفاءة المالية وسلسلة الخدمة، وهو ما يُعد مساراً واعداً يمكن أن تتخذي به الشركات الرقمية الأخرى

قائمة المراجع

قائمة المراجع

الكتب

- إبراهيم العيسوي، التجارة الإلكترونية، المكتبة الأكاديمية للنشر، مصر، الطبعة الأولى، 2003. 
- إياد عماد علي، بحث الحوسبة السحابية (Cloud computing)، البنك المركزي العراقي دائرة تقنية المعلومات والاتصالات، العراق، 2014. 
- عبد المطلب عبد الحميد، اقتصاديات التجارة الإلكترونية، الدار الجامعية، الإسكندرية، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2014. 
- محمد الفاتح محمود بشير المغربي، التجارة الإلكترونية، دار للنشر والتوزيع، البلد، الطبعة الأولى. 
- محمد خليل أبو زلطة، زياد عبد الكريم القاضي، مدخل إلى التجارة الإلكترونية، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2009. 
- محمد سعيد أحمد إسماعيل، أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، الطبعة الأولى، 2009. 
- محمد عمر الشويرف، التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2015. 
- محمد متولي زايد، التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني، مؤسسة رؤية للطباعة والنشر، الإسكندرية - جمهورية مصر العربية، الطبعة الأولى، 2019. 
- ناصر خليل، التجارة والتسويق الإلكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، الطبعة الأولى، 2009. 
- هاني وجيه العطار، التجارة الإلكترونية، الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2016. 
- هبة مصطفى كافي، التجارة الإلكترونية، الناشر، الطبعة الأولى، 2017. 
- ولاء سعد أبو زيد، الحفظة الإلكترونية، سلسلة كتيبات تعريفية، العدد 07، 2021. 



صخري عبد الوهاب، دور التكنولوجيا المالية في تعزيز القدرات التمويلية للمؤسسات الصغيرة

والمتوسطة عبر المنصات الرقمية، في الكتاب الجماعي، مخبر التنمية المحلية المستدامة، جامعة يحي فارس،

المدية، الجزائر، 17 جوان 2021.

المجلات والمنشورات

أسماء بلعما، التمويل الجماعي آلية مبتكرة لزيادة فرص تمويل الشركات الناشئة -إشارة إلى منطقة

الشرق الأوسط وشمال إفريقيا-، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، جامعة أحمد درارية، أدرار، الجزائر،

المجلد 05، العدد 02، 2020.

بن عيسى فتيحة، المر سهام، التجارة الإلكترونية -دراسة في القانون رقم 18-05-، مجلة الاجتهاد

للدراستات القانونية والاقتصادية، المختبر المتوسطي للدراسات القانونية، المركز الجامعي مغنية، الجزائر، المجلد

12، العدد 03، 2023.

بنكوس المختار، ساحلي جميلة، أثر التجارة الإلكترونية في الجزائر: تشخيص الصعوبات واستشراف

للحلول، مجلة دراسات مالية محاسبية وجبائية، جامعة البليدة 02، الجزائر، المجلد 01، العدد 01، جويلية

2021.

جميع نبيلة، التجارة الإلكترونية في العالم العربي وأهم المعوقات التي تحد من تطورها، مجلة آفاق علوم

الإدارة والإقتصاد، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، المجلد 02، العدد 02، 2018.

جمال قاسم حسن، محمود عبد السلام، التجارة الإلكترونية، سلسلة كتيبات، 2021.

حليمة خنوس وآخرون، إستراتيجيات المؤسسات الافتراضية -دراسة حالة مؤسسة أمازون-، مجلة أداء

المؤسسات الجزائرية ABPR، جامعة ورقلة، الجزائر، العدد 15، 2019.

حمدي زينب، أوقاسم الزهراء، مفاهيم أساسية حول التكنولوجيا المالية، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية

والاقتصادية، المركز الجامعي لتامنغست، الجزائر، المجلد 08، العدد 01، 2019.

زحوني نور الدين، زمالة عمر، التحويل المالي الإلكتروني: آليات التعامل والمخاطر في ظل عصنة وسائل

الدفع، مجلة الاقتصاد الدولي والعولمة، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة، الجزائر، المجلد 01، العدد

01، 2018.

- سالم مجدي عادل، وسائل الدفع الإلكتروني وأثرها على تحسين نوعية الخدمة ورفع أداء المؤسسات المالية -مؤسسة بريد الجزائر نموذجاً-، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، جامعة تيسمسيلت، مخبر الاقتصاد الحديث والتنمية المستدامة، الجزائر، المجلد 09، العدد 01، 2025
- سعاد دعبوز، كريمة فرحي، التجارة الإلكترونية وإستعمال الدفع الإلكتروني في الجزائر، مجلة معارف، جامعة البويرة، الجزائر، المجلد 16، العدد 01، جوان 2021.
- سعيدة حرفوش، التكنولوجيا المالية صناعة واعدة في الوطن العربي، مجلة افاق علمية، جامعة الشلف، كلية العلوم الاقتصادية، قسم علوم التسيير، المجلد 11، العدد 03، 2019.
- سعيدة نيس، التكنولوجيا المالية فرصة لتطوير الخدمات المالية، مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة، جامعة الوادي، الجزائر، المجلد 05، العدد 02، سبتمبر 2022.
- سميرة عميش، محفوظ بولقصيات، أهمية الرؤية الإستراتيجية في نجاح إستراتيجيات المؤسسات الاقتصادية -شركة أمازون نموذجاً-، مجلة التنمية والإقتصاد التطبيقي، جامعة المسيلة، الجزائر، المجلد 06، العدد 02، 2022.
- شيماء مرجة، صبيحة عبد اللاوي، دور خدمات الدفع الإلكتروني في ترقية التجارة الإلكترونية، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، جامعة لونسي علي، البلدة 2، الجزائر، المجلد 07، العدد 02، 2023.
- صراع كريمة، كربالي بغداد، واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة 2000 -2018، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة وهران 02، الجزائر، المجلد 12، العدد 01، 2019.
- طالم صالح، إسهامات تطبيقات التكنولوجيا المالية في تطوير الصناعة المالية الإسلامية -منصات التمويل الجماعي الإسلامية نموذجاً -، مجلة دفاتر إقتصادية، جامعة تيسمسيلت، الجزائر، المجلد 19، العدد 02، 2022.
- عبد الكريم مسعودي وقريشي خير الدين، التكنولوجيا المالية كآلية لتحقيق جودة الأداء المصرفي - دراسة حالة وكالة بنك التنمية المحلية بأدرار _BDL_، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والادارية، مخبر التكامل الاقتصادي الإفريقي، الجزائر، المجلد 10، العدد 01، جوان 2023.

عبد الوهاب صخري وسمية بن علي، تحليل واقع التكنولوجيا المالية في منطقة الشرق الأوسط وشمال

إفريقيا: قراءة للتحديات والامكانات، مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبة، مخبر المالية الدولية ودراسة

الحكومة والنهوض الاقتصادي، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، المجلد 06 العدد 01، 2021.

عمارية بختي، غنية مجاني، دور التكنولوجيا المالية في دعم القطاع المصرفي، مجلة المدبر، جامعة الجزائر

03، الجزائر، المجلد 07، العدد 02، 2020.

العمرى سليمة، مدخل مفاهيمي للتجارة الالكترونية متطلباتها ومعوفااتها، مجلة راسات إنسانية واجتماعية،

جامعة وهران2، الجزائر، المجلد 13، العدد 01، 2024/01/16.

قدوري طارق وزغدي باديس، دور التكنولوجيا المالية في تطوير الخدمات المصرفية لتحقيق الشمول

المالي في الجزائر، مجلة الاقتصاد والتنمية المستدامة، جامعة حمه لخضر الوادي، الجزائر، المجلد 05، العدد

01، 02 / 03 / 2022.

المانسبع رابح امين، آليات رقمنة الخدمات المالية والمصرفية لإرساء الشمول المالي الرقمي _ اعتماد

ابتكارات التكنولوجيا المالية كسبيل، مجلة الدراسات الاقتصادية، جامعة الجزائر 3، الجزائر، المجلد 16،

العدد 03، 2022.

محمد امين زاويخ، محمد يونس، دور التكنولوجيا المالية في تعزيز الشمول المالي في الوطن العربي _ تجربة

المملكة العربية السعودية، مجلة دفاثر البحوث العلمية، المركز الجامعي عبد الله مرسلتي بتيبازة، الجزائر،

المجلد 10، العدد 01، 2022.

محمد قوجيل ونبيلة قرزيز، إستخدامات التكنولوجيا المالية في الصناعة المصرفية الإسلامية - تجربة

المصارف السعودية، مجلة الميادين الاقتصادية، جامعة حسيبة بن بوعلي شلف، الجزائر، المجلد 04 العدد

01، 2021.

مراد مهدي، التسويق الفيروسي آلية إلكترونية معاصرة لنجاح حملات تسويق المنتجات عبر مواقع

التواصل الاجتماعي مع الإشارة إلى شركة أمازون نموذجاً، مجلة دراسات في الاقتصاد وإدارة الأعمال،

جامعة العربي التبسي، تبسة، الجزائر، المجلد 05، العدد 02، ديسمبر 2022.

مصطفى سلام عبد الرضا، حيدر محمد كريم، سنان عبد الله حرجان، التكنولوجيا المالية ودورها في تحقيق

التنمية المستدامة، مجلة جامعة جيهان-أربيل للعلوم الإنسانية والاجتماعية، العراق، 2020.

ملودي عبد الغاني وعلاي فتيحة، الابتكار في التكنولوجيا المالية كألية للرقمنة ومساهمتها في الحد من استخدام الورق والمحافظة على البيئة، مجلة الاقتصاد والبيئة، جامعة أحمد دراية، أدرار، الجزائر، المجلد 03، العدد 02، 2022.

وفاء حمدوش، لمياء عماني، سمية بن علي، دور التكنولوجيا المالية في تعزيز القطاع المصرفي الجزائري: الواقع والتحديات، مجلة الاقتصاد الجديد، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، المجلد 12، العدد 04، 2021.

وهيبة عبد الرحيم، اشواق بن قدور، توجهات التكنولوجيا المالية على ضوء تجارب شركات ناجحة، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المركز الجامعي لتامنغست، الجزائر، المجلد 07، العدد 03، 2018.

العمرى سليمة، مدخل مفاهيمي للتجارة الالكترونية متطلباتها ومعوقاتهما، مجلة راسات إنسانية واجتماعية، جامعة وهران2، الجزائر، المجلد 13، العدد 01، 2024/01/16.

محمد سعيد أحمد إسماعيل، أساليب الحماية القانونية لمعاملات التجارة الإلكترونية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، الطبعة الأولى، 2009.

ميلود بن خيرة، هذلي فوز، أنفال عائشة ديناوي، واقع أداء الشركات الإلكترونية في ظل إنتشار فيروس كورونا دراسة حالة شركة أمازون، مجلة القيمة النضافة لإقتصاديات الأعمال، جامعة حسيبة بن بوعلي شلف، الجزائر، المجلد 02، العدد 01، 2020.

حليمة خنوس وآخرون، إستراتيجيات المؤسسات الإقتراضية - دراسة حالة مؤسسة أمازون، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية ABPR، جامعة ورقلة، الجزائر، العدد 15، 2019.

سميرة عميش، محفوظ بولقصبيات، أهمية الرؤية الإستراتيجية في نجاح إستراتيجيات المؤسسات الاقتصادية - شركة أمازون نموذجا مجلة التنمية والإقتصاد التطبيقي جامعة المسيلة الجزائر، المجلد 06، العدد 02، 2022.

مهدي، التسويق الفيروسي آلية إلكترونية معاصرة لنجاح حملات تسويق المنتجات عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع الإشارة إلى شركة أمازون نموذجا، مجلة دراسات في الاقتصاد وإدارة الأعمال جامعة العربي التبسي، تبسة الجزائر، المجلد 05 العدد 02 ديسمبر 2022.

الملتقيات

بكوش كريمة، كواش زهية، شبكة الأنترنت والتجارة الإلكترونية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، 26_27 أفريل 2011.

مداحي محمد، التجارة الإلكترونية وواقع إستخدامها على المستوى الدولي والعربي، الملتقى الدولي الرابع حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية التجارة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، 26_27 أفريل 2011.

نصيرة زعاف، أثر التكنولوجيا المالية على تحسين وإبتكار جودة الخدمة المصرفية، الملتقى العلمي الوطني حول صناعة التكنولوجيا المالية ودورها في تعزيز الشمول المالي بالدول العربية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة يحي فارس، المدينة، الجزائر، 26 سبتمبر 2019.

علاوي محمد لحسن، مولاي لخضر عبد الرزاق، آليات التجارة الإلكترونية كأداة لتفعيل التجارة العربية البيئية، الملتقى الدولي الرابع حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية التجارة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، 26 - 27 أفريل 2011.

مذكرات واطروحات

بن سعودة الزهرة صابرية وعراب خالدية، التكنولوجيا المالية في الجزائر الواقع والتحديات _دراسة ميدانية_، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص مالية وبنوك، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2024 / 2023

بوجلخة ابالقاسم، التجارة الإلكترونية ودورها في تعزيز التجارة الدولية دراسة حالة الجزائر-المملكة العربية السعودية، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص: مالية وتجارة دولية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2022_2021.

بورحلة زهرة، دراسة دور التجارة الإلكترونية في النمو الإقتصادي دراسة حالة عينة من الدول العربية، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في العلوم التجارية، تخصص: مالية وتجارة دولية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، 2023/2022.

تباي أمل، مريضة سعدة، واقع ومستقبل التجارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة تخرج مقدمة لإستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص: مالية وتجارة دولية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، الجزائر، 2019_2020

جوامي زكرياء، دور تطبيقات التجارة الإلكترونية في تعزيز تنافسية المؤسسات الناشئة الجزائرية في السوق الدولي دراسة تطبيقية على شركة -جوميا-الجزائر-، مذكرة التخرج مقدمة لإستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص: مالية وتجارة دولية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945 قالمه، الجزائر، 2021_2022

خالد بيلوطه ورمضان براغنة، أثر التكنولوجيا المالية على أداء البنوك راسة ميدانية لعينة من البنوك الجزائرية لمينة قالمه (CPA، BADR،BNA)، مذكرة تخرج مقدمة لإستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر في علوم التسيير، تخصص إدارة مالية، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، قالمه، الجزائر، 2021 / 2022.

دحية رباب، أثر التطور التكنولوجي على أنظمة وسائل الدفع مع الإشارة إلى حالة الجزائر -دراسة تحليلية-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص: مالية، بنوك وتأمينات، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2019-2020.

سالم بلخير الهاشمي، غلام الله نجيب محي الدين، تبني أساليب وسائل الدفع الالكتروني الحديثة كآليات لفعل التجارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص: مالية وتجارة دولية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة ابن خلدون، تيارت، الجزائر، 2023/2024.

السايس إبتسام، نيلي صفاء، وسائل الدفع في التجارة الإلكترونية، مذكرة لإستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، تخصص: قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2019/2020.

شعيب مقلاتي، أثر التكنولوجيا المالية على أداء البنوك -الإمارات العربية المتحدة نموذجاً-، مذكرة ماستر في علوم التسيير، تخصص إدارة مالية، جامعة ميلة، الجزائر، 2021/2020

صايم عبد الرحيم، تحديات التجارة الإلكترونية في الجزائر الواقع والتحديات، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، تخصص: إقتصاد وتسيير المؤسسة، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد المجيد ابن باديس، مستغانم، الجزائر، 2020_2021.

فاطمة الزهراء قطار، أثر التكنولوجيا المالية على ربحية البنوك دراسة لعينة من الدول خلال فترة 2012_2021، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص إقتصاد نقدي وبنكي، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2024_2025.

كردوسي مروة، دور التكنولوجيا المالية في تعزيز الشمول المالي _ دراسة حالة مجموعة من البنوك الجزائرية _، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الطور الثالث، تخصص مالية وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، قلمة، الجزائر، 2023/2024.

يحي سارة، رافعي سارة، مساهمة شركات التجارة الإلكترونية في التجارة الدولية دراسة حالة شركة أمازون أمازون، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات ميل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص مالية و تجارة دولية، كلية العلوم الإقتصادية و التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر -بسكرة- الجزائر، 2021_2022،

مراجع باللغة الأجنبية

- Matthieu Llorca, Les banques aux prises avec Les fintech, l'économie politique n°75, Dijon, France, 2017.
- Robby Houben, Alexander Snyers, Cryptocurrencies and blockchain, Legal context and implications for Financial crime, money laundering and tax evasion, Brussels : European parliament, Policy Department for Economic, Scientific and Quality of Life Policies, - July 2018
- Srikanth Mandru, the role of cybersecurity in protecting financial Transaction, journal of Scientific and Engineering Research, 2018, 5(3).
- Victor Tiberius, Christoph Rasch Hrsg, Fintechs : Disruptive Geschäftsmodelle im Finanzsektor, Springer Gabler, Edition Bankmagazin, Wiesbaden, Deutschland, 2017

مواقع الكترونية

- <https://pay.amazon.com/business>
- <https://stripe.com/guids/buy-now-pay-later>.
- <https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?nodeId=G2Q5QPH8WDMKQN7K>
- <https://www.amazon.fr>
- <https://www.webstacks.com/blog/fintech-ux-design>