

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الحاج لخضر - باتنة -
كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير
قسم التجارة

أثر التجارة الإلكترونية على تحسين نوعية الخدمة المصرفية دراسة حالة البنك الإلكتروني **monabanq.**

مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص إدارة أعمال

إشراف الدكتور:
محمود سحنون

إعداد الطالبة:
خولة فرحت

أعضاء لجنة المناقشة

الصفة	الجامعة	الرتبة العلمية	الاسم ولقب
رئيسا	باتنة	أستاذ التعليم العالي	أ. د صالح عمر فلاحي
مشرفا	قسنطينة	أستاذ محاضر	د. محمود سحنون
مناقشا	باتنة	أستاذ التعليم العالي	أ. د فارس بوباكور
مناقشا	باتنة	أستاذ محاضر	د. محمد الطاهر سعودي

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الحاج لخضر - باتنة -
كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير
قسم التجارة

أثر التجارة الإلكترونية على تحسين نوعية الخدمة المصرفية دراسة حالة البنك الإلكتروني **monabanq.**

مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص إدارة أعمال
نوقشت وأجيزت بتقدير جيد بتاريخ 29 جوان 2008

إعداد الطالبة: خولة فرجات
إشراف الدكتور: محمود سحنون

أعضاء لجنة المناقشة

الصفة	الجامعة	الرتبة العلمية	الاسم ولقب
رئيسا	باتنة	أستاذ التعليم العالي	أ. د صالح عمر فلاحي
مشرفا	قسنطينة	أستاذ محاضر	د. محمود سحنون
مناقشا	باتنة	أستاذ التعليم العالي	أ. د فارس بوباكور
مناقشا	باتنة	أستاذ محاضر	د. محمد الطاهر سعودي

فهرست الم章ئ

الموضوع	الصفحة
المقدمة.....	1.....
الفصل الأول: التجارة الإلكترونية وظهور الاقتصاد الرقمي:	6.....
المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية:.....	7.....
1. تعريف التجارة الإلكترونية واحتياجاتها التقنية:.....	7.....
1 - التعريف بالتجارة الإلكترونية:.....	7.....
2 - الاحتياجات التقنية للتجارة الإلكترونية:.....	10.....
2- أشكال التجارة الإلكترونية ومستوياتها:.....	12.....
1 - أشكال التجارة الإلكترونية:.....	12.....
2 - مستويات التجارة الإلكترونية:.....	15.....
3 - الفرق بين الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية:.....	16.....
المبحث الثاني: الانتقال من التجارة التقليدية إلى التجارة الإلكترونية:.....	21.....
1 - التحول نحو تطبيق التجارة الإلكترونية:.....	21.....
1 - دوافع التحول:.....	21.....
2 - مراحل التحول نحو التجارة الإلكترونية:.....	22.....
2- مؤشرات حول تطور ونمو التجارة الإلكترونية:.....	28.....
المبحث الثالث: الاقتصاد الإلكتروني أو الرقمي:	33.....
1- مفهوم الاقتصاد الرقمي:.....	33.....
2- قواعد الاقتصاد الجديد:.....	36.....
أ. قانون الأصول الرقمية:.....	36.....
ب. اقتصاديات الحجم:.....	37.....
ج. اقتصاديات النطاق الجديدة:.....	37.....
د. الاقتصاد الرقمي هو اقتصاد السرعة الفائقة:.....	37.....
هـ. تكلفة المنتج الرقمي:.....	38.....
الفصل الثاني: دور التجارة الإلكترونية في تطوير المؤسسات المصرفية:	40.....
المبحث الأول: التطور التكنولوجي والعمل المصرفي:.....	41.....
أولاً : مدخل للخدمات المصرفية التقليدية:.....	41.....
1 - الخدمة المصرفية، ماهيتها وخصائصها:.....	41.....

43	- 2 العوامل المؤثرة في تسويق الخدمة المصرفية:.....
45	- 3 نظام المعلومات التسويقية للخدمة المصرفية:.....
46	- 4 تصنیف الخدمات المصرفية:.....
47	ثانياً: العمل المصري في الإلكتروني:
47	- 1 ماهية العمل المصري في الإلكتروني:.....
50	- 2 وسائل تقديم خدمات الصيرفة الإلكترونية:.....
52	- 3 دوافع التحول نحو الصيرفة الإلكترونية:.....
55	المبحث الثاني: البنوك الإلكترونية وأثرها على الخدمة المصرفية:.....
55	1. ماهية البنوك الإلكترونية:.....
57	2. خصائص البنوك الإلكترونية:.....
57	أ. أوقات العمل:.....
57	ب. كيفية الاتصال بالبنك:.....
57	ج. العمليات المصرفية التي يقدمها البنك:.....
58	د. الطبيعة القانونية للبنوك الإلكترونية:.....
59	3. أشكال البنوك الإلكترونية على الإنترنت:.....
59	أ. الموقع المعلوماتي:.....
60	ب. الموقع التفاعلي والاتصالي:.....
60	ج. الموقع التبادلي:.....
60	4. تقييم البنوك الإلكترونية:.....
60	- 1 مزايا البنوك الإلكترونية:.....
61	- 2 مخاطر البنوك الإلكترونية:.....
63	5. اتجاهات التعامل المالي على شبكة الإنترنت وواقع البنوك الإلكترونية:.....
63	- 1 اتجاهات البنوك العالمية في حقل العمل المصري في الإلكتروني:.....
65	- 2 حقائق حول العمليات المصرفية عبر الشبكة:.....
68	المبحث الثالث: وسائل ونظم الدفع الإلكترونية.....
68	- 1 نظم الدفع المعتمدة في التجارة الإلكترونية:.....
69	- 1 التسديد نقداً عند الاستلام:.....
69	- 2 الدفع باستخدام البطاقات البنكية:.....
74	- 3 الدفع باستخدام البطاقات الذكية: (Smart Card).....
76	- 4 الدفع باستخدام الشيكولات الإلكترونية:.....
78	- 5 الدفع باستخدام النقود الإلكترونية (الرقمية):.....
82	- 2 نظام التحويلات المالية الإلكترونية:.....
82	- 1 ماهيتها:.....

83	- 2 - منافع نظام التحويلات المالية الإلكترونية:
83	- 3 - أمن نظام التحويلات المالية الإلكترونية:
86	الفصل الثالث: أثر التجارة الإلكترونية على نشاط المصرف، حالة البنك الإلكتروني monabanq.
87	المبحث الأول: واقع التجارة الإلكترونية والبنوك الإلكترونية في الجزائر.....
87	الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية في الجزائر:
88	استخدام الإنترنت في الجزائر:
92	التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في الجزائر:
92	أ. النظام الشامل للهاتف النقال: (Global System for Mobile:GSM)
92	ب. الإنترنت:
93	ج. نظام "WESTERN UNION":
94	د. بطاقة السحب :CIB
99	- 4 - النظام البنكي وبطاقات المعاملات المالية:
100	- 4 - 1 خدمات بنك "BADR" الإلكترونية:
107	- 4 - 2 بطاقة الدفع لبنك الفلاحة والتنمية الريفية:
111	- 5 - محاولات إصلاح الجهاز المصري:
115.....	المبحث الثاني: دراسة حالة: البنك الإلكتروني "monabanq".
115	1. تقديم البنك الإلكتروني "monabanq".
115	1.1 التعريف بالبنك:
119	2.1 كيفية التسجيل في البنك:
122	2. تشكيلة "monabanq" الإلكترونية:
122	2.1 الخدمات الإلكترونية للبنك:
143	2.2 منتجات البنك الإلكتروني "monabanq":
159	3. النظام الأمني للبنك الإلكتروني "monabanq":
163	4. تقييم البنك الإلكتروني "monabanq".
166.....	خلاصة الدراسة.....
168	الخاتمة:
170.....	قائمة المراجع.....
175	الملاحق.....
186.....	الملخصات.....

فهرست الأشكال

الصفحة	الشكل
12	الشكل رقم 1: أنماط التجارة الإلكترونية
17	الشكل رقم 2 : موقع التجارة الإلكترونية من الأعمال الإلكترونية
18	الشكل رقم 3: معادلة الأعمال الإلكترونية
19	الشكل رقم 4: السلسلة المتصلة للأعمال الإلكترونية
29	الشكل رقم 5: تطور حجم التجارة الإلكترونية في الولايات المتحدة الأمريكية.
35	الشكل رقم 6: قطاعات الاقتصاد الجديد
70	الشكل رقم 7: أنواع البطاقات البنكية
73	الشكل رقم 8: مصدرو البطاقات البنكية
77	الشكل رقم 9: الشيك الإلكتروني
81	الشكل رقم 10: دورة استخدام النقد الإلكتروني في التعاملات الحديثة عبر شبكة الإنترنت
89	الشكل رقم 11: مختلف الهيئات المشتركة في الإنترنت سنة 1999
94	الشكل رقم 12: بطاقة السحب التابعة لبريد الجزائر
96	الشكل رقم 13: بطاقة الدفع البنوكية التابعة لبريد الجزائر
96	الشكل رقم 14: الولايات التي تعامل ببطاقة الدفع البنوكية التابعة لبريد الجزائر
97	الشكل رقم 15: جزء من قائمة المتاجر التي تعامل ببطاقة الدفع البنوكية في ولاية الجزائر.
100	الشكل رقم 16: الصفحة الرئيسية لبنك "BADR"
101	الشكل رقم 17: صفحة خدمات بنك "BADR" الإلكترونية
101	الشكل رقم 18: مخطط الموقع
102	الشكل رقم 19: طلب الاشتراك
103	الشكل رقم 20: إثبات الهوية
103	الشكل رقم 21: كشف الرصيد
104	الشكل رقم 22: الاستمارة الإلكترونية لطلب دفتر الشيكات.
105	الشكل رقم 23: طلب تغيير كلمة المرور
105	الشكل رقم 24: تغيير كلمة المرور

الشكل رقم 25: الصفحة الرئيسية للبنك الإلكتروني monabanq	115
الشكل رقم 26: بطاقة تعريف البنك	117
الشكل رقم 27: الإستماراة الإلكترونية	119
الشكل رقم 28: طلب إلكتروني لفتح الحافظة الرقمية	124
الشكل رقم 29: تقنيات زيادة سقف المسحوبات	126
الشكل رقم 30: تقنية "MonaScope"	128
الشكل رقم 31: عرض الحساب البنكي بطريقة الأعمدة البيانية.	129
الشكل رقم 32: عرض الحساب البنكي بطريقة المنحنى البياني .	129
الشكل رقم 33: عرض النفقات بواسطة نموذج تحليل العمليات	130
الشكل رقم 34: طلب التسجيل في الخزنة الرقمية	132
الشكل رقم 35: استماراة التسجيل في الخزنة الرقمية	133
الشكل رقم 36: حفظ الوثائق في الخزنة بواسطة الماسح الضوئي	134
الشكل رقم 37: حفظ الوثائق في الخزنة بواسطة الفاكس.	134
الشكل رقم 38: اختيار المنتج ضمن قائمة خيارات	136
الشكل رقم 39: عرض لجميع خصائص المنتج والشروط العامة لاستعماله	137
الشكل رقم 40: التأكيد على المنتج	137
الشكل رقم 41: الموافقة والتواقيع الإلكترونية .	138
الشكل رقم 42: رسالة إخطار العميل بنتيجة الدراسة	138
الشكل رقم 43: تقنية "MonaScan"	139
الشكل رقم 44: تحويل الملفات بواسطة تقنية "MonaScan"	140
الشكل رقم 45: نسخة عن طلب فتح الحساب البنكي للشباب	144
الشكل رقم 46: برنامج المحاكاة الخاص بالقروض المصغرة .	148
الشكل رقم 47: استماراة طلب القرض إلكترونيا (على الخط)	149
الشكل رقم 48: اختيار نوع الحساب المرغوب في محاساته.	154
الشكل رقم 49: تحليل تطورات حساب التوفير بيانيا.	155
الشكل رقم 50: نسبة التوفير بين "monabanq" والبنوك التقليدية	163

فهرست الجداول

الصفحة	الجدول
30	الجدول رقم 1: وزن التجارة الإلكترونية في مختلف أنحاء العالم
31	الجدول رقم 2: مختلف المنتجات التي يتم الإقبال عليها عبر الشبكة في الولايات المتحدة الأمريكية
39	الجدول رقم 3: مقارنة بين الاقتصاد الصناعي والاقتصاد الرقمي
49	الجدول رقم 4: نسبة التوفير بين استعمال القنوات التقليدية واستعمال الإنترنت.
50	الجدول رقم 5: تقدير التكلفة عبر قناعة الخدمات
74	الجدول رقم 6: أوجه التشابه والاختلاف بين البطاقات البنكية
95	الجدول رقم 7: توزيع البطاقات المغناطيسية حسب الولايات.
98	الجدول رقم 8: توزيع الشبابيك الآلية للأوراق البنكية
151	الجدول رقم 9: أقساط تسديد القروض المتعددة
154	الجدول رقم 10: حساب التوفير "PEL & CEL"
158	الجدول رقم 11: التوظيف والتكاليف المرافقة
165	الجدول رقم 12: نتائج المقارنة النهائية

المقدمة:

تواجه المؤسسات اليوم – على اختلاف أنواعها، أحجامها وطبيعة نشاطها – تحديات كبرى، خاصة وأنها أصبحت تعمل ضمن اقتصاد جديد له قوانينه وقواعد الخاصة به، يعتمد بالدرجة الأولى على المعرفة والتكنولوجيا، إذ أن أهمية رأس المال الفكري أضحت أكبر من أهمية النقود في حد ذاتها.

إن التطورات التي تشهدها اقتصاديات العالم منذ ما يناهز العقدين، والتحولات التي طرأت على المحيط من تكتلات اقتصادية واتفاقيات للتعاون والشراكة، فرضت على المؤسسات أن تبحث عن السبيل الذي يمكنها من مواكبة كل هذه التغيرات والسير باتجاه التيار، من أجل تحقيق أهدافها، وترسيخ قواعدها في السوق وذلك بالعمل على تطوير أنظمة معلوماتها بما يماثل مع الإستراتيجية التي تتجهها، وتحول لها الحصول على جميع المعلومات التي تحتاجها واستخدامها بشكل أفضل.

إن التحول من الاقتصاد التقليدي إلى الاقتصاد الرقمي، وظهور شبكة الإنترنت واستخدامها تقريراً في جميع المجالات جعل من العالم قرية صغيرة، ودفع بالشركات إلى الانتقال من مرحلة السعي للحصول على مكان لها في ذلك العالم والعمل على التوسع، إلى الدفع عن مكانها والحفاظ عليه، فالإنترنت وسط قائم بذاته، خصوصاً بعد ميلاد التجارة الإلكترونية التي جعلت – في أبسط صورة ممكنة - البيع لشخص في نهاية العالم يتم بنفس سهولة البيع لشخص في نهاية الشارع، رغم أنها لا تزال عالماً جديداً لم تكتمل مبادئه العلمية والنظرية بعد؛ لذلك سوف يكون إلزاماً على الشركات عامة، سواء كانت تتنمي إلى دول متقدمة أو نامية، أجنبية أم عربية، محلية أم عابرة للقارات، إعادة التفكير في الطرق التي تستخدمها لتسخير منتجاتها، خدماتها وكيفية تقديم العروض.

على الرغم من المجهودات المبذولة على مستوى الدول العربية للاستفادة من الخدمات التي توفرها تطبيقات التجارة الإلكترونية، من أجل دعم التجارة العربية البينية، إلا أن التفاوت بين الدول العربية من حيث استخدام الإنترت، وثقافة المجتمع المعلوماتي والتأخر التكنولوجي، والجزائر واحدة منها، حال دون

تفعيل الإنترن特 كوسيلة للتبادل والتكامل الاقتصادي، إذ يغلب على استخدام الإنترن特 أغراض الاتصال والبحث وجمع المعلومات، في حين تنتهز الدول المتقدمة الفرصة للافادة من التجارة الإلكترونية.

إشكالية البحث:

تعتبر البنوك والمؤسسات المالية من أهم مستخدمي التجارة الإلكترونية في الدول المتقدمة، حيث يشهد القطاع المصري في تفاصلا شديدا منقطع النظير بسبب ما يفرضه الاقتصاد الجديد من تغيرات في المحيط من جهة، وتوسيع اهتمامات ونشاطات العملاء من جهة أخرى، فاستخدام الإنترن特 للتسوق، عقد الصفقات وتنفيذها وغيرها من النشاطات التي يمكن ممارستها عبر الشبكة العالمية، سيؤدي حتما إلى تغيير أنظمة الدفع وتطورها، وسيجد العميل نفسه في حاجة إلى وسائل أخرى أكثر حداثة وتطورا لتلبية احتياجاته تكون أكثر سرعة وأمنا، مما يحتم على المؤسسات المصرفية التفاعل مع هذه التغيرات خاصة وأن القيمة الأكبر في أي اقتصاد تكون للشيء الأكثر ندرة، وفي اقتصاد اليوم ذلك الشيء هو رضا المستهلك، وهو ما لا يمكن شراؤه أو التحكم فيه، لذلك تسعى البنوك إلى تقديم خدمات أحسن لعملائها وهذا يتطلب جهودا كبيرة، لا سيما بعد تزايد أهمية الخدمات في الاقتصاديات العالمية، أضف إلى أن العميل أصبح أمام خيارات عديدة من المنتجات والخدمات وإمكانية المفاضلة بين المنتجات العالمية، فالعالم الآن أصبح هو السوق واتسعت بذلك رقعة المنافسة وحدتها.

استنادا لما سبق يُطرح السؤال التالي:

كيف تستفيد البنوك من التغيرات التي تفرضها تطبيقات التجارة الإلكترونية على

الأنشطة المصرفية؟

ولتوسيع السؤال الرئيسي يتم طرح السؤالين التفصيليين الآتيين:

1. ما هي الأساليب والوسائل التي تطبقها البنوك لتحسين الخدمة المصرفية، في ظل التجارة الإلكترونية؟

2. هل المصارف الجزائرية معنية بالتجارة الإلكترونية، وما هي الإستراتيجيات المتبعة لمواكبة

العولمة والاقتصاد الرقمي؟

فرضيات البحث:

تستند الطالبة في انجازها لهذا العمل والإجابة على تساؤلات الإشكالية إلى الفرضيات التالية:

إن الاندماج ضمن الاقتصاد الجديد، يدفع بالبنوك إلى تقديم خدمات ومنتجات جديدة من -

أجل ترسیخ فكرة خدمة جيدة، عميل وفي، وتدعيمها للمركز التافسي على المستوى

المحلية والدولية،

إن تطبيق البنوك لوسائل حديثة وأكثر أمناً يؤدي إلى تحسين نوعية الخدمة المصرفية -

وتجذب أكبر للعملاء،

إن غياب ثقافة الاقتصاد الرقمي على المستوى الوطني وقصور أنظمة المعلومات، جعل البنوك -

الجزائرية أقل تطوراً، وأكثر عرضة للجرائم المصرفية،

يعمل الجهاز المصري الجزائري على إتباع أساليب حديثة، تتماشى والتغيرات الحاصلة في -

الاقتصاد الجديد، تحسباً للانضمام إلى منظمة التجارة العالمية.

أهمية البحث:

يستمد هذا الموضوع أهميته من خلال النقاط التي حاولت الطالبة التطرق إليها، بعد الملاحظة

والبحث، إذ تعتبر التجارة الإلكترونية من المواضيع الهمة التي أسالت حبر الكثير من المفكرين ورجالات

الاقتصاد، لأنها فتحت أبواباً واسعة أمام الأفراد والأعمال التجارية الصغيرة، المتوسطة وكذلك الكبيرة

للاندماج ضمن الاقتصاد الجديد، وهو ما يعكس تزايد أهمية المعاملات المالية التي تم عبر شبكة

الإنترنت سواء بين الأفراد أو الشركات والتي يكون لها حتماً بالغ الأثر على أنظمة الدفع في البنوك المحلية

وحتى العالمية، الشيء الذي دفع بالبنوك إلى تقديم خدمات ومنتجات جديدة تأمل على إقناع الجمهور

بفوائدها وخاصية في الدول النامية.

أهداف البحث:

يمكن حصر أهداف هذا العمل في النقاط التالية:

1. رغبة الطالبة في دراسة موضوع جديد يواكب الأوضاع السائدة في اقتصاد اليوم، ويتماشى

مع تغيرات، معطيات العصر والألفية الثالثة،

2. محاولة التعرف على الأثر الذي تخلفه التجارة الإلكترونية على الخدمة المصرفية، ومدى

تفاعل البنوك مع التغيرات الحاصلة،

3. تبيان أهمية الخدمة المصرفية المقدمة للعملاء، والتأكيد على أن تحسين نوعية الخدمة

وتطوير المنتج المصري في أحد عوامل تحقيق الميزة التنافسية، خاصة في الدول النامية، لمواجهة

غزو المصارف العالمية لأسواقها بسبب شدة المنافسة في الدول المتقدمة والأسواق الغربية،

4. الرغبة في معرفة المكانة التي يحتلها التسويق المصري وأنظمة المعلومات في البنوك

الجزائرية والاطلاع على المحاولات التي تبذلها في سبيل تطوير خدماتها المصرفية بما يتماشى

والثورة التكنولوجية، ومشروع الانضمام لمنظمة التجارة العالمية.

خطة ومنهجية البحث:

للإجابة على الأسئلة المطروحة في إشكالية البحث، وباستخدام الأسلوب الوصفي التحليلي تم حصر

المقاربة النظرية في فصلين اثنين، يضم الفصل الأول ثلاثة مباحث، يتطرق البحث الأول إلى الإطار

المفاهيمي للتجارة الإلكترونية أين حاولت الطالبة توضيح صورة هذا النشاط من خلال عرض مجموعة

من التعريف، بالإضافة إلى تحديد طبيعة هذا النشاط أما المبحث الثاني فقد تعرضت الطالبة فيه إلى

أسباب الانتقال من التجارة التقليدية إلى التجارة الإلكترونية والدافع التي تحمل الشركات ومؤسسات

الأعمال إلى اتخاذ هذه الخطوة، فضلا عن الكيفية التي يتم بها هذا التحول، وفي الأخير يأتي المبحث

الثالث الذي تتطرق الطالبة فيه إلى الشكل الجديد الذي سيؤول إليه الاقتصاد العالمي، ألا وهو الاقتصاد

الرقمي، الذي سيدفع بالشركات إلى بذل المزيد من الجهد للتكييف ومتطلبات هذا الاقتصاد.

أما الفصل الثاني فتعرج الطالبة فيه إلى التجارة الإلكترونية ودورها في تطوير المؤسسات المصرفية من خلال ثلاثة مباحث وهي: تكنولوجيا المعلومات والعمل المصري، البنوك الإلكترونية وأثرها على الخدمة المصرفية وأخيراً وسائل ونظم الدفع المستخدمة في التجارة الإلكترونية والتي تعتبر مرحلة ضرورية في تدفق السلع والخدمات بين البائع والمشتري، والهدف من وراء هذا الفصل هو معرفة انعكاسات التجارة الإلكترونية على نشاط ووظائف المؤسسات المصرفية ومدى سعي هذه الأخيرة إلى مواكبة التغيرات المفروضة عليها.

في الأخير، تأتي المقاربة التطبيقية لتتضمن فصلاً وحيداً وهو الفصل التطبيقي، الذي تطرقت الطالبة فيه لدراسة حالة لأحد البنوك الإلكترونية ألا وهو "monabanq" للإطلاع على نوعية وطبيعة الخدمات المقدمة في مثل هذا النوع من البنوك كمثال عما تم خوض عن التطورات التي عرفها الاقتصاد العالمي، فضلاً عن ذلك إلقاء نظرة عامة حول المشاريع الوطنية المنجزة في هذا المجال استعداداً لانضمام الجزائر إلى منظمة التجارة العالمية.

الفصل الأول:

التجارة الإلكترونية وظهور الاقتصاد الرقمي:

تمكنت شبكة الإنترنت منذ نهاية القرن الماضي وبداية القرن الحالي من فرض نفسها كأساس قوي وإحداث ثورة تكنولوجية ومعلوماتية بكل أبعادها ، إلى جانب التحول العميق في نمط التفكير وفي سلوك المنتجين والمستهلكين وحتى الحكومات على حد سواء ، والذي تجلى في تغيير قواعد المنافسة وطرق العمل ووسائله ، وتعد التجارة الإلكترونية من أبرز هذه التحولات في مجال الأعمال ، وعلى الرغم من تضارب الأرقام حول تقدير حجمها على مستوى العالم إلا أن هناك اتفاقاً عاماً حول الدعم الكبير الذي أصبحت تقدمه للتبادل الدولي ومع ذلك تبقى التجارة التقليدية هي المسيطرة على التبادل الدولي إلى حد الآن.. وستتم الدراسة في هذا الفصل من خلال المباحث التالية:

- **المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية ،**
- **المبحث الثاني: الانقال من التجارة التقليدية إلى التجارة الإلكترونية ،**
- **المبحث الثالث: الاقتصاد الإلكتروني أو الرقمي.**

المبحث الأول:

الإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية:

تعتبر التجارة الإلكترونية واحدة من المصطلحات الحديثة التي شاع استخدامها في العديد من الأنشطة الحياتية، المرتبطة ارتباطاً وثيقاً بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وعلى الرغم من أنه لا يوجد لغوية الآن تعريف واضح وصريح معترف به دولياً إلا أنه يمكن القول بأن كافة التعريفات التي أعطيت لهذا المصطلح تقود إلى مفهوم واحد ولكنه يختلف باختلاف الزاوية التي يُنظر من خلالها للتجارة الإلكترونية ولكنها تتفق على أنها تعبير يمكن تقسيمه إلى مقطعين: "التجارة" و "الإلكترونية"، فيشير المقطع الأول إلى نشاط اقتصادي يتم من خلاله تداول السلع والخدمات بين الحكومات، المؤسسات والأفراد، تحكمه عدة قوانين وأنظمة معترف بها دولياً، أما المقطع الثاني فهو وصف لمجال أداء النشاط التجاري باستخدام الوسائل وأساليب الإلكترونية والتي تدخل الإنترت كواحدة منها.¹

1. تعريف التجارة الإلكترونية واحتياجاتها التقنية:

- 1 - التعريف بالتجارة الإلكترونية:

التعريف الأول: أعطى الخبير الاقتصادي الأمريكي "نيكولاس بيرتلي" مفهوماً للتجارة الإلكترونية كما يلي: «يشير مفهوم التجارة الإلكترونية إلى تسويق المنتجات عبر شبكة الإنترت الدولية وتفريج البرامج الإلكترونية دون الذهاب إلى المتجزأ أو الشركة، وعلاوة على ذلك فإن التجارة الإلكترونية تشتمل على الاتصالات بين مختلف الشركات على المستوى المحلي أو الدولي بما يسهل عملية التبادل التجاري ويزيد من أحجامها».²

¹ مهند سهوانة، "التجارة الإلكترونية وأثرها على الصناعة"، ورقة عمل مقدمة إلى المنظمة العربية للتنمية الصناعية والتعدين، الأردن: الجمعية العلمية الملكية، 2004، ص. 02.

² محمد زيدان وعبد القادر بريش، "دور البنوك الإلكترونية في تطوير التجارة الإلكترونية"، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسويق، جامعة الشلف، (<http://www.douis.free.fr/article/e-commerce-ogx/zidane.pdf>) 28/11/2006

التعريف الثاني: للمنظمة العالمية للتجارة:

«التجارة الإلكترونية مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات، تأسيس الروابط التجارية،

توزيع، تسويق وبيع المنتجات والخدمات بوسائل إلكترونية».¹

التعريف الثالث: للمؤسسة العربية لضمان الاستثمار:

«التجارة الإلكترونية هي التجارة التي تتم باستخدام التقنيات التي وفرتها ثورة المعلومات،

الاتصالات وشبكة المعلومات عبر التبادل الإلكتروني لبيانات متزايدة في الزمن والمكان، تغطي قطاعات

عديدة، وتضع قواعد جديدة لعمليات البيع والتسليم».²

التعريف الرابع: لوزارة الصناعة والتجارة الفرنسية:

«التجارة الإلكترونية تشمل جميع المبادرات الإلكترونية ذات العلاقة بالنشاطات التجارية، فهي

تعني بذلك العلاقات بين المؤسسات والإدارات والمبادرات بين المؤسسات والمستهلكين؛ التجارة الإلكترونية

تغطي في نفس الوقت: تبادل المعلومات والمعاملات الخاصة بالمنتجات، التجهيزات أو السلع الاستهلاكية

والخدمات (المالية والقانونية)؛ تميز بتنوع وسائل وطرق الاتصالات المستعملة، خصائصها المشتركة هي

معالجة المعلومة الرقمية التي تحوي المعطيات، النصوص، الأصوات والصور».³

التعريف الخامس: لمنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية:

«يدل مصطلح التجارة الإلكترونية بصفة عامة، على جميع أشكال المعاملات ذات الصلة

بالنشاطات التجارية التي تجمع الأفراد والمنظمات، بالاعتماد على المعالجة والنقل الإلكتروني للمعطيات

خاصة النصوص، الأصوات، الصور، ويدل ذلك على الآثار التي يمكن أن يحدثها التبادل الإلكتروني

للمعلومات التجارية في المؤسسات والإجراءات التي تسهل وتحيط بالنشاطات التجارية، تسير المنظمات،

¹ زيدان، بريش، المرجع السابق، ص. 02.

² بهاء شاهين، العولمة والتجارة الإلكترونية، القاهرة: دار الفاروق الحديثة للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، 2000، ص. 62.

³ إبراهيم بختي، التجارة الإلكترونية، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2005، ص. 40.

المفاوضات التجارية والعقود، الأطر القانونية والتنظيمية، التسويات فيما يخص التسديدات والجباية كأمثلة بسيطة».¹

انطلاقاً مما سبق يمكن تعريف التجارة الإلكترونية من أربعة جوانب وهي:²

- عالم الاتصال: يُعرف التجارة الإلكترونية بأنها وسيلة إيصال المعلومات والخدمات أو المنتجات عبر خطوط الهاتف، شبكات الكمبيوتر أو عبر أي وسيلة تقنية،
- الأعمال التجارية: هي عملية تطبيق التقنية من أجل جمع المعلومات التجارية وتجري بصورة تلقائية وسريعة،
- عالم الخدمات: يعرفها بأنها أداة تستخدم لتلبية رغبات الشركات، المستهلكين والمدراء في خفض تكالفة الخدمة والرفع من كفاءتها والعمل على تسريع إيصالها،
- عالم الإنترنت: يعرفها بأنها التجارة التي تفتح المجال لبيع وشراء المنتجات، الخدمات والمعلومات عبر الشبكة (Web) أو الواب (Wap).

التعريف الإجرائي للتجارة الإلكترونية:

«التجارة الإلكترونية نشاط اقتصادي، يتمثل في بيع وشراء المنتجات المادية وغير المادية، تحويل الأموال من وإلى الأفراد والمنظمات، محلياً ودولياً بالإضافة إلى تبادل جميع المعلومات والبيانات المرتبطة بهذا النشاط، باستخدام تقنيات متقدمة غير محدودة الزمان والمكان، وفترتها شبكة المعلومات والاتصالات الدولية».

إن محاولة تحديد الإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية يؤدي إلى استخلاص مجموعة من الخصائص وهي:

¹ بختي، المرجع السابق، ص. 40

² فوي بوحنية، "الاطار المؤسساتي والقانوني للتجارة الإلكترونية: المفاهيم والمرتكزات"، (<http://www.douis.free.fr/article/e-commerce-ogx/bouhania.pdf>) 28/11/2006

- التجارة الإلكترونية مرحلة متقدمة من التجارة، طبقت تكنولوجيا المعلومات والاتصال في إنتاج وتوزيع السلع والخدمات على المستوى العالمي، هدفها هو بيئة تجارية جديدة مع إمكانية إلغاء مرحلة الوساطة بين المنتج والمستهلك،
- لا يقتصر مفهوم التجارة الإلكترونية على السلع والبضائع المادية، إذ أن هناك عناصر من التجارة الإلكترونية غير تبادلية موجهة للتزويد بمعلومات عن المنتجات والخدمات،
- يشترك في أداء المعاملات التجارية الإلكترونية ثلاث مجموعات أساسية، وهي: المؤسسات، الأفراد والسلطات العمومية، في الوقت الحاضر، تتم أهم التعاملات بالنسبة للتجارة الإلكترونية على مستوى المؤسسات سواء داخل المؤسسة ذاتها أو علاقة المؤسسات مع بعضها أو من خلال علاقاتها مع السلطات العامة في مجال الوظائف الإدارية كالجمارك والضرائب،
- احتفاء الوثائق الورقية للمعاملات، حيث لا ترتبط المعاملة الورقية بوجود أي وثائق متبادلة في إجراء المعاملة، وبالتالي تصبح الرسالة الإلكترونية هي السندي القانوني المتاح لكلا الطرفين في حالة نشوء أي نزاع بينهما.¹
- يمكن التعامل من خلال تطبيق التجارة الإلكترونية مع أكثر من طرف في نفس الوقت، وبذلك يمكن كل طرف من إرسال الرسائل الإلكترونية لعدد من المستقبليين وفي نفس الوقت،
- يمكن أن يتم بيع وشراء السلع غير المادية مباشرة ومن خلال شبكة الاتصالات، وبهذا تكون التجارة الإلكترونية قد انفردت عن مثيلاتها من الوسائل التقليدية المستخدمة في عملية البيع والشراء ومثال على ذلك التقارير والأبحاث والصور وما شابه ذلك،
- استخدام أنظمة الحاسوبات المتوفرة في مؤسسات الأعمال لانسياب البيانات والمعلومات بين الطرفين دون أن يكون هناك أي تدخل مباشر للقوى البشرية مما يساعد على إتمام العملية التجارية بأقل التكاليف وبكفاءة عالية.²

¹ التهامي طواهر محمد، شقيقة حني وعبد الوهاب دادن، "تحديات التجارة الإلكترونية للنظم الضريبية"، ص. 02، (<http://www.douis.free.fr/article/e-commerce-ogx/touaher.pdf>) 28/11/2006

² سهاونة، المرجع السابق، ص. 07

١-٢- الاحتياجات التقنية للتجارة الإلكترونية:

تتمثل الاحتياجات التقنية للتجارة الإلكترونية في أربع مكونات:

أ- الأجهزة، وتشمل:

- حواسيب آلية،
- مُسیر و موجة المعلومات،
- وصلات وتقنيات حديثة للاتصالات.

ب- البرمجيات، وتشمل:

- أنظمة التشغيل،
- برمجيات الإبحار في الإنترنط،
- حزم برمجيات التجارة الإلكترونية وهي برمجيات خاصة تسمح بإتمام عمليات البيع والشراء الآنية عبر الإنترنط.

ج- مقدمو خدمات التوصيل بالشبكات العامة المفتوحة: كالإنترنط (Internet)، ويعنى بذلك الجهات التي تقوم بتوفير خدمة الإنترنط في الدول (Internet Service Provider)

د- الخدمات المحولة: وهي خدمات تتعلق بإتمام الصفقات التجارية كالإعلان، طرق الدفع، التسليم وخدمات التحقق من الأهلية،

• البنية القانونية: يجب لزرع الثقة والأمان وجود تنظيم قانوني ملائم ومناسب لوضع القواعد المنظمة لمختلف جوانب التجارة الإلكترونية، لذلك فالأمر يتطلب إجراء تعديلات عديدة على التشريعات المدنية، التجارية والاقتصادية^١ وهنا سعت التنظيمات الدولية المعنية بحركة التجارة الدولية قد إلى وضع القواعد القانونية التي تحكم حرفة هذه التجارة، ومن أهم الجهات المعنية بحركة التجارة الإلكترونية، الهيئة الدولية التابعة للأمم المتحدة "اليونستروال"^٢.

^١ أحمد المهدى، *الإثبات في التجارة الإلكترونية*، مصر: دار الكتب القانونية، 2004، ص. 33

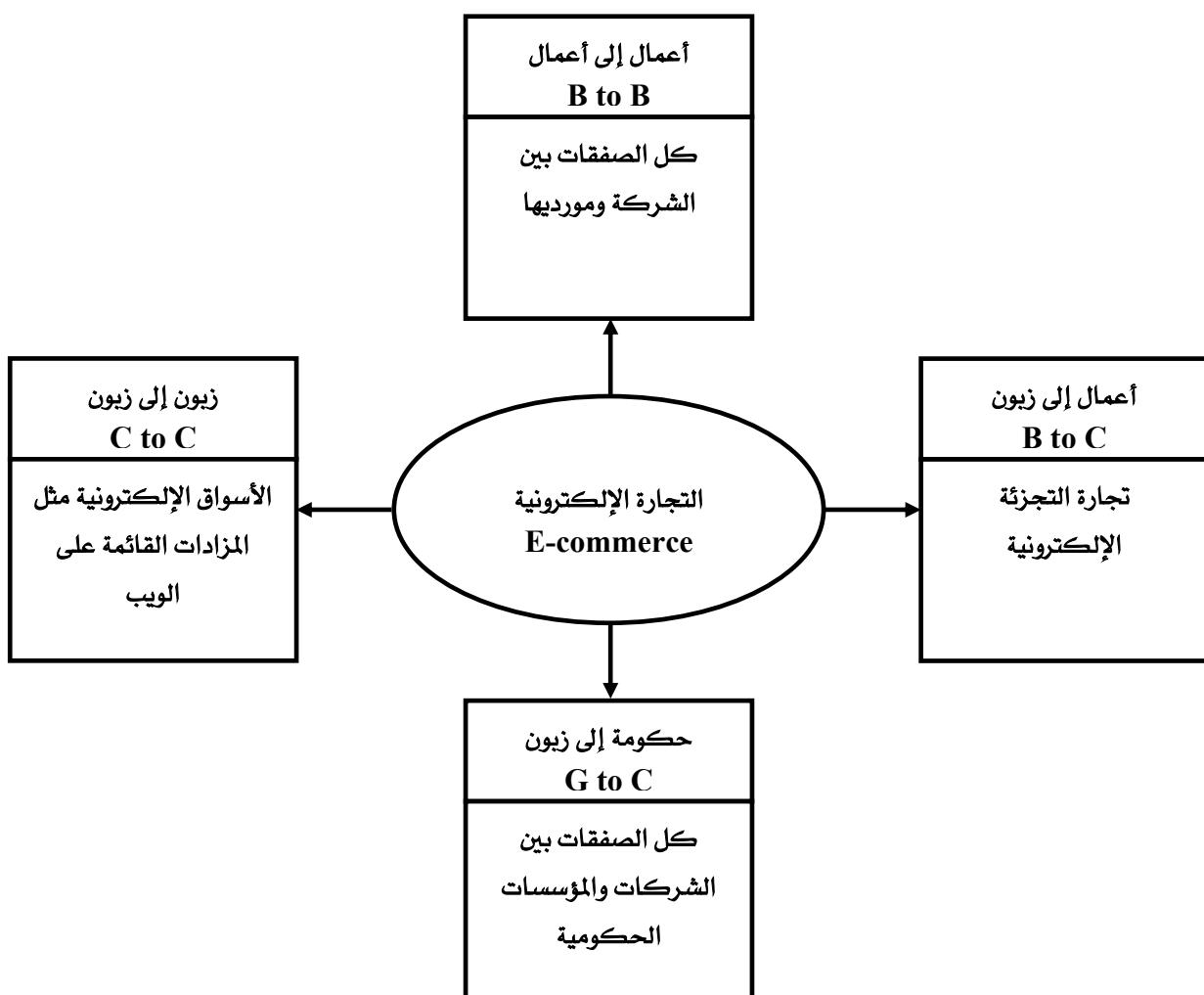
^٢ هاروق محمد أحمد الإباصرى، *عقد الاشتراك في قواعد المعلومات عبر شبكة الإنترنط*، الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة للنشر، 2002، ص. 11

- 2 - أشكال التجارة الإلكترونية ومستوياتها:

- 1 - أشكال التجارة الإلكترونية:

تقسم التجارة الإلكترونية من حيث النشاط إلى أقسام مختلفة كما يوضحها الشكل:¹

الشكل رقم 1: أنماط التجارة الإلكترونية



المصدر: نجم عبود نجم، الإدارة الإلكترونية: الإستراتيجية، الوظائف والمشكلات، السعودية: دار المريخ، 2004، ص. 41

¹ علاء عبد الرزاق محمد السالمي وحسين علاء عبد الرزاق السالمي، شبكات الإدارة الإلكترونية، الأردن: دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، 2005، ص. 245 - 246

(Business To Business : B To B)

تقوم مؤسسات الأعمال التي تطبق التجارة الإلكترونية بتقديم طلبات الشراء إلى مورديها واستخدام الفواتير، باستعمال شبكة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، كما تقوم بإجراء عملية الدفع من خلال وسائل إلكترونية عديدة، ويعتبر هذا الشكل من أكثر الأنواع شيوعاً والمطبق بين مؤسسات الأعمال داخل الدولة وخارجها، حيث يتم إجراء كافة المعاملات التجارية إلكترونياً بما في ذلك تبادل الوثائق.

(Business To Customer :B To C)

يتواجد على شبكة الإنترنت العالمية مواقع لمرافق تجارية متعددة (Shopping Malls) يستطيع المستهلك ومؤسسة الأعمال إتمام عمليات البيع والشراء فيما بينهما إلكترونياً، حيث تقوم المؤسسات بعرض كافة السلع والخدمات المتوفرة وتنفيذ إجراءات البيع والشراء، وتتم عملية الدفع بطريق مختلف، أكثرها شيوعاً استخدام بطاقات الائتمان أو الشيكات الإلكترونية أو نقداً عند التسليم، أو بأية طريقة أخرى،

(Business To Government : B To G)

تقوم الحكومة بعرض الإجراءات، واللوازم، والرسوم ونماذج المعاملات على شبكة الإنترنت ثم إجراء المعاملات إلكترونياً من غير أن يكون هناك تعامل مع مكاتب المؤسسات والدوائر الحكومية، ويعتبر هذا النمط أو الشكل حديث الولادة إلا أنه سوف يتطور بشكل أوسع إذا قامت الحكومات باستخدام أوسع للتجارة الإلكترونية.¹

(Government To Costumer: G To C)

يتم هذا النوع من التجارة بين المستهلك والإدارات المحلية، كأن يقوم المستهلك مثلاً بدفع مستحقات الضرائب الإلكترونية ومن دون الحاجة إلى مراجعة الدوائر الحكومية الخاصة بذلك.

¹ رأفت عبد العزيز غنيم، "دور الجامعة العربية في تطوير وتنمية التجارة الإلكترونية بين الدول العربية"، ملحق أول نوفمبر، 2002، (<http://www.ecommercetechonology.org/data/42htm> 23/03/2007)

٥- التجارة الإلكترونية بين المستهلكين: (Costumer To Costumer: C To C)

في هذا الأسلوب من التجارة الإلكترونية، يتلخص دور التاجر في الجمع بين الراغبين بالبيع والراغبين بالشراء مقابل الحصول على عمولة، مثل شركة "eBay" التي تتيح لأي شخص يملك شيئاً يريد بيعه بطرحه على الموقع وعرضه للبيع من يرغب في شرائه إما عن طريق المزاد أو عن طريق تحديد سعر ثابت للمنتج

٦- تجارة إلكترونية غيرربحية: تستعمل الكثير من الشركات غيرالربحية مثل المؤسسات الدينية الاجتماعية أنواعاً مختلفة من التجارة الإلكترونية من أجل خفض تكاليف إدارة المؤسسة أو تحسينها بالإضافة إلى خدمة الزبائن، دون أن يكون الغرض من نشاطها تحقيق أرباح أو ما شابه.^١

بالإضافة إلى الأنماط المذكورة أعلاه، وهي الأكثر شيوعاً، توجد أنماط أخرى تمثل في:

١. شركات أعمال - عاملين: (Business To Employees: B To E)

تسعى الشركات في هذا الصنف إلى استخدام التجارة الإلكترونية لتحسين عملياتها وتقديم التسهيلات لعاملين فيها وتحفيزهم، فتكون الشركة هي البائع والعاملون هم المشترون، ويسمى هذا النوع أيضاً بالأعمال الداخلية (Intra Business)^٢ لأن جميع نشاطات الشركة تتم عبر الشبكة الداخلية والتي تشمل تبادل المنتجات أو الخدمات أو المعلومات بالإضافة إلى النشاطات التي تهدف للحد من كلفة إدارة المؤسسة وتدريب العاملين باستخدام الشبكات.^٣

٢. شركات أعمال - شركاء: (B To Partners)

تتم الصفقات في هذه الحالة بين الشركة وشركائها الذين يعملون معها إلكترونياً كما هو الحال في صفقات الشركاء في سلسة التوريد.

^١ السالمي، المرجع السابق، ص. 246

^٢ نجم عبود نجم، الإدارة الإلكترونية: الاستراتيجية، الوظائف، والمشكلات، السعودية: دار المريخ، 2004، ص. 41

^٣ السالمي ، المرجع السابق، ص. 246

3. الصفقات الخلوية:

وهو النمط الذي أخذ في التوسيع والتطور بعد الموجة الخلوية، التي أخذت تعطي مرونة أوسع بعقد صفقات التجارة الإلكترونية من خلال الهواتف الخلوية بما يمثل التجارة المتقللة (Mobile Commerce).

2-2 مستويات التجارة الإلكترونية:

يؤدي تنفيذ الأنشطة الفرعية ذات الارتباط المباشر بأداء المعاملات التجارية إلى تحديد مستويات التجارة الإلكترونية وذلك على النحو التالي¹:

أ. التجارة الإلكترونية ذات المستوى البسيط:

يشتمل هذا النوع من التجارة الإلكترونية على الترويج للسلع والخدمات، إضافة إلى الإعلان والدعاية حيث تحتوي هذه الأخيرة في مضمونها على خدمات قبل وبعد عملية البيع، والتي تتطلب درجة متقدمة من التبادلات التجارية مما يدفع بالمؤسسات (في الدول المتقدمة) إلى البحث عن وسائل جديدة لزيادة درجة ونوعية الخدمات المقدمة والمطلوبة منها، قبل البيع وبعده، وتتضمن التجارة الإلكترونية ذات المستوى البسيط عملية التوزيع الإلكترونية للسلع والخدمات خصوصاً غير المادية منها، إضافة إلى التحويلات البسيطة للأموال.

ب. التجارة الإلكترونية ذات المستوى المتقدم:

يركز هذا النوع في مضمونه على عمليات وإجراءات الدفع التي تتم عبر الإنترنت، والتي تعتبر عملية تحتاج إلى توعية كبيرة من قبل المتعاملين على هذا المستوى، بالإضافة إلىأخذ الحيطة والحذر عند التعامل.

3- الفرق بين الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية:

تعتبر الأعمال الإلكترونية (E-Business)، المصطلح الأكثر تأثيراً في اقتصاديات اليوم، كما كانت التجارة الإلكترونية خلال النصف الثاني من عقد التسعينيات من القرن الماضي.

¹ سهاونة، المرجع السابق، ص. ص. 9-10

إن أول من استخدم مصطلح الأعمال الإلكترونية هي شركة "IBM" سنة 1997¹، فحتى ذلك الحين كانت التجارة الإلكترونية هي مركز الاهتمام الذي تحول شيئاً فشيئاً إلى الأعمال الإلكترونية.

إن التجارة الإلكترونية تشير إلى عمليات البيع والشراء كعلاقات بين البائعين والمشترين عبر الإنترنت، فهي بذلك ليست سوى جانباً واحداً من الأعمال الإلكترونية شأنها شأن الجوانب الأخرى كالبريد والتسويق الإلكترونيين، ومن أجل معرفة الفرق بين التجارة والأعمال الإلكترونية، لا بد من

مراجعة ما يلي:

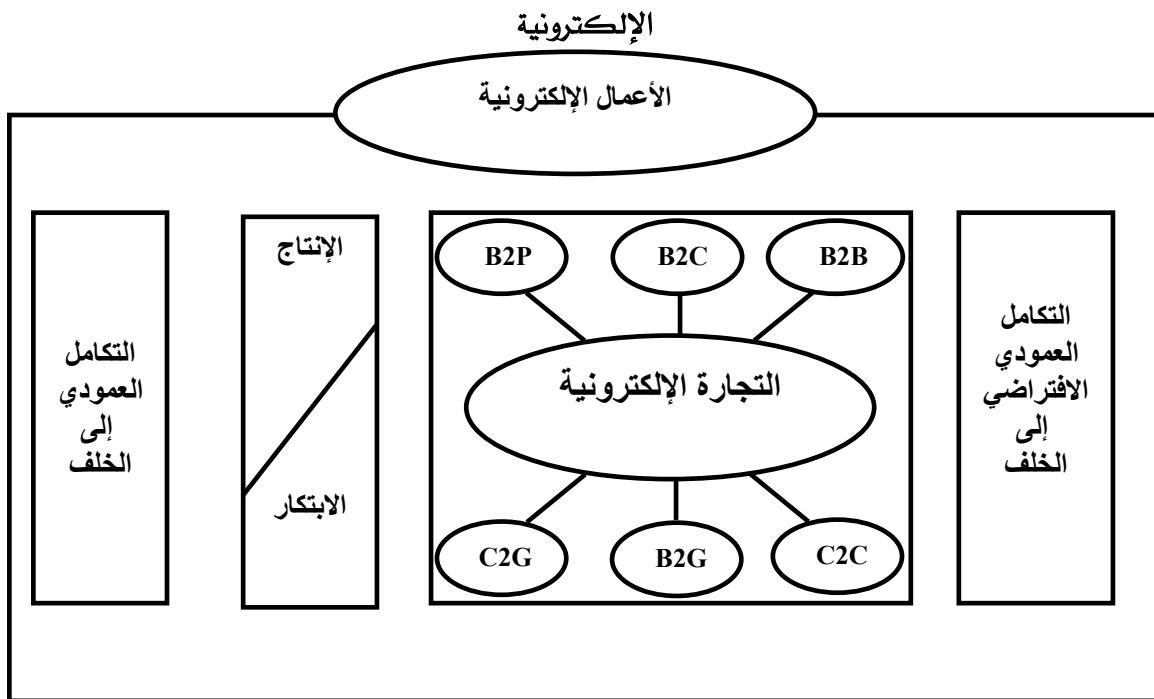
أولاً: أن الشركة وحدة متكاملة وإطار شامل لوظائف وأنشطة عديدة كالإنتاج، التسويق، الموارد البشرية والمالية،

ثانياً: أن الشركة معنية بإنشاء القيمة من جميع وظائفها، وهذا يفسر الاهتمام المتزايد بسلسلة القيمة (value chain) حيث أن كل مرحلة من مراحل هذه السلسلة هي تكالفة مضافة مقابلها قيمة مضافة للزبون²، هذه السلسلة تبدأ من موردي المواد الأولية (التمويل)، مروراً بالعمليات التحويلية (الإنتاج) ومن ثم الموزعين، تجار التجزئة فالزبون النهائي (التوزيع)، ويمكن أن تتشارك القيمة في كل هذه المراحل وبدرجة أكبر في الإنتاج وليس فقط في عملية البيع والشراء والذي هو قلب التجارة.

¹ نجم عبود، المرجع السابق، ص. 45.

² المرجع نفسه، ص. 46.

الشكل رقم 2 : موقع التجارة الإلكترونية من الأعمال



المصدر: نجم عبود نجم، الادارة الإلكترونية: الوظائف والأهداف، المملكة العربية السعودية: دار المریخ، 42، ص. 2004

يمكن تعريف الأعمال الإلكترونية بأنها استخدام الإنترنت والتكنولوجيا الرقمية الأخرى من أجل الاتصال، التسويق التنظيمي وإدارة الشركة فهي الإطار الشامل الذي يصف طريقة القيام بالأعمال باستخدام الوصلات الإلكترونية (القائمة على الإنترنت) مع الأطراف الأخرى كالعاملين، المديرين، الزبائن، الموردين بكفاءة وفاعلية، من أجل تحقيق أهداف الشركة، بمعنى هي مجموع الأنشطة التي يتم من خلالها التسويق بين الشبكة الداخلية (Intranet) والشبكة الخارجية (Extranet)، وعليه فالتجارة

¹ الإلكترونية لا تشكل إلا مرحلة مبكرة من مراحل تطور الأعمال الإلكترونية وهذه المراحل هي:

- مرحلة أهلا، أنا على الإنترنت،

- موقع الويب (Web) مع هيكل مقبول،

- تجربة التجارة الإلكترونية،

- القيام بالأعمال الإلكترونية،

¹ D. Amor, The E-Business Revolution, New jersey : Prentice Hall, 2000, PP. 10 -11

- عالم واحد، حاسوب واحد.
- يشير الاقتصادي "D.Tapscott" - ليس في إطار تحديد المراحل وإنما في إطار تحديد المجال - إلى أن أعمال الويب (Web Business) أي الأعمال الإلكترونية تمثل نظاماً متميزاً من الموردين، الموزعين، مقدمي الخدمة، التجار والزبائن الذين يستخدمون الإنترنت من أجل اتصالات الأعمال الأساسية وصفقاتها.¹

في نفس الاتجاه أكد كل من "Strauss and Frost" على أن الأعمال الإلكترونية هي أوسع بكثير من التجارة الإلكترونية، مضيفاً إليها أنشطة عديدة من خلال المعادلة التالية:

الشكل رقم 3: معادلة الأعمال الإلكترونية

$$\text{الأعمال الإلكترونية} = \text{التجارة الإلكترونية} + \text{إدارة علاقات الزبائن} + \text{إدارة سلسلة التوريد} + \text{تخطيط موارد المشروع}$$

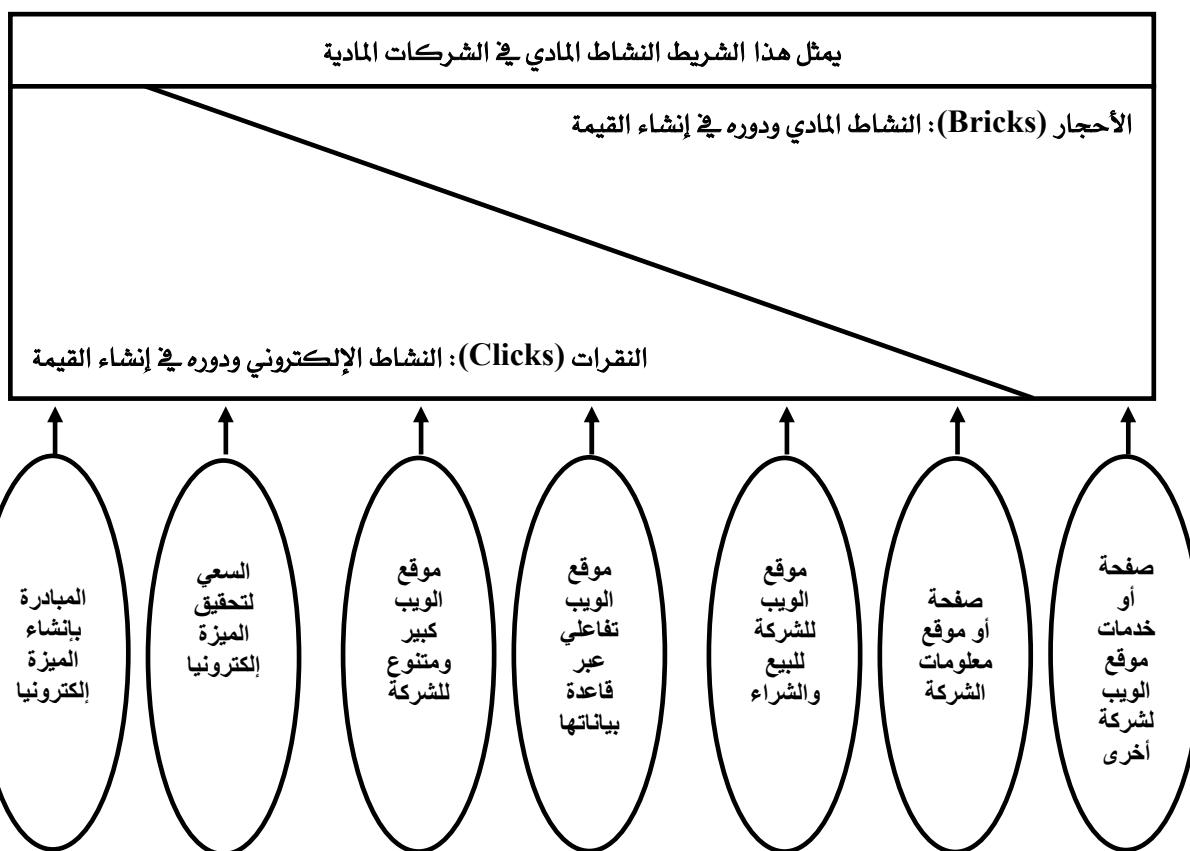
$$(ERP) + (SCM) + (CRM) + (EC) = (EB)$$

Source: Judy Strauss & R. Frost: E-marketing, New York: Prentice Hall, 2001, P. 6

يمثل الشكل التالي السلسلة المتصلة لتطور عملية تحول الشركات إلى الأعمال الإلكترونية بانتقالها من مرحلة الأحجار (Bricks) والتي يسيطر فيها النشاط المادي للشركة التقليدية، إلى مرحلة النقرات (Clicks) أين يسيطر النشاط الرقمي،

¹ Don TAPSCOTT, Digital Capital, Boston: Harvard Business School Press, 2000, P.17

الشكل رقم 4: السلسلة المتصلة للأعمال الإلكترونية



Source: Don TAPSCOTT, Digital Capital, Boston: Harvard Business School Press, 2000, P.17

وفق هذه الرؤية فإن الشركات تكون قد غادرت مرحلة التجارة الإلكترونية وولجت إلى الأعمال الإلكترونية، مع تشبّيك بيّني واسع واسترجاع المعلومات من قواعد البيانات الداخلية واستخدام بروتوكولات أمنية تربط بين الشركة وأطراف وشبكات خارجية، وبينها وبين مورديها وزبائنها والأطراف الأخرى ذات العلاقة، مما يولد المزيد من المرونة في العمل من خلال تبني نمط جديد من العمل عن بعد والقائم على الحاسوب (Telecommuting) وهو الاسم المعطى للعمل الذي يمارسه العامل غير المنظور عن طريق الحاسوب وبمساعدة شبكات الأعمال لصالح الشركة من موقع بعيد قد يكون المنزل أو أي مكان آخر، ويفسر هذا، ما يتم الحديث عنه من إنشاء جيل جديد من العاملين هو

جيل الشبكة. وبنفس القدر يتم الحديث عن جيل جديد من المواطنين هم مواطنو النت (Netizens) الذين يرتبطون أكثر فأكثر بالاقتصاد الرقمي الشبكي من بيوتهم، مكاتبهم وأينما يكونوا.

المبحث الثاني:

الانتقال من التجارة التقليدية إلى التجارة الإلكترونية:

ثُبَرَ التجارة الإلكترونية والاقتصاد الرقمي عن نوعية جديدة من الاقتصاديات التي تخرج عن المسار التقليدي، لتحول إلى آخر ذي بعد تكنولوجي يستلزم في الأساس فهما لكيفية الاستغلال الأمثل لهذه الوسيلة الإلكترونية.

١ - التحول نحو تطبيق التجارة الإلكترونية:^١

- ١ - دوافع التحول:

توجد العديد من العوامل التي تدفع المؤسسات وشركات الأعمال إلى تطبيق التجارة الإلكترونية، فعلى الرغم من أن هذه الأخيرة لم تظهر دفعة واحدة، وتطورها سيكون مختلفاً باختلاف طبيعة ونشاط المؤسسات إلا أن هناك دوافع مشتركة تجعل من التحول نحو التجارة الإلكترونية ضرورة اقتصادية وهي:

﴿تسهيل المعاملات التجارية﴾: تسمح التجارة الإلكترونية بدمج جزء كبير من المراحل المختلفة الدالة بصفة عادلة في المعاملات التجارية بين البائع والمشتري، فالشبكات تسمح بتقليل الآثار الاقتصادية للزمن والمسافة، زيادة على هذا تستطيع المعاملات التجارية أن تشمل منتجات مادية وغير مادية، لذلك يجب أن تستجيب التجارة الإلكترونية إلى مجموعة كبيرة من الشروط لنقل علاقات السوق الحالية إلى سوق الكتروني والسماح بإنشاء علاقات سوقية جديدة تتلاءم مع كل من التشريعات وطرق التسيير داخل المؤسسات، ويعتبر تخفيض تكاليف المعاملات التجارية والتسهيل الفعال للمؤسسات واحداً من الاهتمامات الأساسية الدافعة للتجارة الإلكترونية،

﴿الفعالية التجارية﴾: تتطلب الطرق العصرية في تسهيل الإنتاج تدفقاً عالًّا للمعلومات في سلاسل التموين، حيث تمكّن التجارة الإلكترونية من إنتاج معلومات حول المعاملات بالإمكان حجزها وحفظها بطريقة آلية، إذ تتم المعالجة بصفة متقدمة ويتم التوزيع بصفة سريعة، بحيث يمكن لهذه المعلومات أن تستعمل فيما بعد في تقييم السوق، التخطيط، التطوير والتحسين،

^١ D. Amor, op-cit , P.19

«تطوير أسواق جديدة»: إن الصفة العالمية للتجارة الإلكترونية ألغت الحدود والقيود أمام دخول الأسواق التجارية، وبفضلها تحول العالم إلى سوق مفتوح أمام المستهلك بغض النظر عن الموقع الجغرافي للبائع أو المشتري، وإذا كانت اتفاقيات التجارة الدولية تسعى إلى تحرير التجارة في السلع والخدمات، فإن التجارة الإلكترونية بطبيعتها تحقق هذا الهدف، وفتح المجال أمام المؤسسات لاعتماد موقف أكثر فعالية وحركية لتطوير التجارة الإلكترونية عن طريق إيجاد منافذ وأسواق تجارية جديدة من أجل تمويع

استراتيجي لائق في هذه الأسواق.¹

- 1 - مراحل التحول نحو التجارة الإلكترونية:

يجب على المؤسسة التي تريد التحول إلى التجارة الإلكترونية ألا تتقلّل مباشرةً إلى تصميم الموقع التجاري الخاص بها، إذ عليها أولاً المرور بمجموعة من المراحل لجعل المشروع ذات نتائج مهمة في نهاية

المطاف ويمكن ذكر هذه المراحل باختصار في:²

أ. التعرف على الإنترنت:

يستخدم مسؤول الشركة على الإنترنت في هذه المرحلة كأي مستخدم عادي، فيتجول في مجموعة من الواقع ذات الاهتمام لمعرفة فائدة الإنترنت ومدى ارتباطها بأعماله، وعادةً ما يعتمد التطور في العلاقة بين مسؤول الشركة والإنترنت خلال هذه المرحلة على مدى التوفيق والنجاح الذي يحالفه في الوصول إلى مواقع ذات فائدة بالنسبة له؛ وطبقاً للتطور المتوقع، فإن مسؤول الشركة غالباً ما يتخذ قراره بالانتقال من مرحلة الدخول العشوائي القائم على المصادفة والهواية إلى الدخول المنظم المحدد بهدف مسبق وعمليات بحث لها غايات واضحة.

ب. استكشاف أدوات الإنترنت:

يمكن للشركة استكشاف مدى الاستفادة من البريد الإلكتروني في خفض تكاليف مراسلاتها الداخلية والخارجية وإحلاله تدريجياً محل الهاتف والفاكس، والأمر هنا يجب أن لا يتم بالطريقة التي يتعامل بها شخص هاو مع البريد الإلكتروني، ولكن يجب تقويمه بحسابات الربح والخسارة بالنسبة للشركة،

¹ بختي، المرجع السابق، ص.47

² <http://www.opendirectorysite.info/e-commerce/02.htm>

وعلى الشركة في هذه المرحلة أيضاً أن تطور وتكشف من مستوى دخولها على الشبكة، وترفع زياراتها للموقع الخارجية وتدرك إطاراتها، على أن يتم ذلك بشكل انتقائي يولد قيمة مضافة لمعلوماتها؛ والمشكلة الشائعة في هذه المرحلة أن العديد من الشركات لا يتوافر لديها شبكة محلية، مما يؤدي إلى صعوبة السيطرة على عمليات الاستخدام، فتتوقف الأمور عند هذا الحد ويقتصر تأثير الإنترنت في هذه الحالة على خفض تكاليف الاتصال وتنظيمه ويصعب على الشركة الانتقال للمرحلة الثالثة.

ج. بناء موقع إلكتروني ساكن:

إذا نجحت الشركة في الحصول على قيمة مضافة من تجوالها على الإنترنت، فإن الأمور تكون مهيأة أمامها للانتقال للمرحلة الثالثة التي تحقق فيها وجوداً دائماً على الشبكة لكي يقوم الآخرون بزيارتها بعد أن كانت تقوم هي بزيارة الآخرين، والوجود الدائم يتحقق من خلال حجز اسم موقع يقترب من اسمها ثم تقوم ببناء موقع ساكن بمعنى غير متعدد سواء بنفسها أو من خلال إحدى الشركات المتخصصة، وفي هذه المرحلة يجب عليها مراعاة مجموعة من النقاط، منها أن يكون الموقع باسمها وليس صفحة على موقع تابع لجهة أخرى، وأن يكون المسؤول الإداري عن الموقع هو صاحب أو مدير الشركة، وليس الشركة المصممة.

د. الدعاية للموقع:

غالباً ما تكتشف الشركة بعد بناء الموقع أن عدد الزيارات للموقع محدود، وهنا يكون عليها البدء في المرحلة الرابعة وهي تفيذ خطة دعاية للموقع وتسجيلاً بموقع وأدوات البحث العالمية القوية على الشبكة حتى يتم تعريف العالم به، لتقى زيارته وبالتالي يمكن للشركة أن تؤثر في حجم المبيعات والانتشار الخارجي بشكل إيجابي وغالباً ما يكون بطبيعة متدرجاً لكنه قد يسجل نمواً متسارعاً في بعض الأحيان.

هـ. تقييم الموقع: في هذه المرحلة تقوم الشركة بإجراء تقييم دقيق لما تم في المحلة السابقة.
وـ. التحول إلى موقع ديناميكي: إذا رأت الشركة أن القيمة المحققة من وراء موقعها على الإنترنت ذات جدوى وتحمل احتمالات نجاح ودعم أكبر لأعمالها يمكنها تأجير خط اتصال مباشر ومفتوح مع الإنترنت

طوال الوقت من خلال أحد مقدمي الخدمة؛ وتتنوع تكلفة هذه العملية طبقاً لسرعة الخط وتتيح هذه المرحلة فائدة مهمة جداً، وهي أن الشركة ستكون متصلة بالإنترنت على الدوام، وبالتالي لا تحتاج إلى اتصالات هاتفية إنما تصلها الرسائل ببريد الإلكتروني من الآخرين بعد ثوان أو دقائق من إرسالها؛ وعليها في هذه المرحلة أن تقوم بتحويل موقعها إلى موقع ديناميكي متعدد المعلومات سواء على مدار الساعة أو اليوم أو الأسبوع، وأن تنشأ لديها القدرة على الاستجابة السريعة لزوار الموقع وطلباتهم، وكل ذلك يكون في ضوء موازنة التكلفة بالعائد ليتم الشروع بعد ذلك بممارسة التجارة الإلكترونية.

ز. التحول إلى الأعمال الإلكترونية: إذا ما رأت الشركة أن العائد يفوق التكلفة، يمكنها في هذه الحالة التفكير في الدخول للمرحلة السابعة والأخيرة وفيها تبدأ عملية الدمج والارتباط الكامل بين الإنترن트 والبنية الأساسية للأعمال الإلكترونية الموجودة في نظام عملها الداخلي، وهنا تبدأ ممارسة الأعمال الإلكترونية بمفهومها الشامل وليس فقط التجارة الإلكترونية بحيث يصبح موقعها على الشبكة نافذة أو قناة ربط بين معلوماتها الداخلية وبين الآخرين عبر الشبكة.

2- شروط وأساسيات قيام التجارة الإلكترونية:

تُبني التجارة الإلكترونية على أساس من الثقة والأمان، فمن أجل أن تباشر السوق الإلكترونية انطلاقتها سواء على مستوى الأفراد أو المؤسسات يجب أن تستطيع كل الأطراف التقيد بمستوى ثقة يكون على الأقل مساوًيا لتلك المستويات المتعلقة بأشكال المعاملات التجارية التقليدية (هاتف، فاكس، بريد عادي) فكل طرف في المعاملات الإلكترونية يجب أن يضمن أن معاملاته وبيئة السوق الموجود فيها يوفر ما يلي:

• البائع والمشتري المشاركان في المعاملة الإلكترونية هما المعنيان بإجراء وإتمام الصفقة،

• أن يكون للبائع الحق في بيع السلعة أو الخدمة محل المعاملة،

• يجب أن يتوفّر لدى المشتري الموارد المالية التي تضمن له تسديد قيمة المشتريات،

• آليات التعامل والتسليد يجب أن تكون متوفرة، مشروعة وآمنة،

• السلعة أو الخدمة المباعة توافق خصائصها وتستجيب للطلب،

• السلعة أو الخدمة المشتراء لها إمكانية التسليم إلى المشتري،

• أن ترتفع الأطراف المشاركة في العملية جني فوائد من المعاملات.

كل هذه المسائل تتطلب جملة من العوامل الأساسية وهي:¹

أ. حماية المستهلك:

إن المعاملات الإلكترونية التي ينجزها الأفراد عبر شبكة الإنترنت تسهم في بروز مجموعة من المسائل التي تلعب دورا أساسيا في إقامة الثقة في التجارة الإلكترونية لجعلها أداة مقبولة وكمشكل للمعاملات التجارية، فحماية خصوصية المستهلك أمر ضروري يفرض إيجاد الآليات التي تمنع استعمال المعلومات الناتجة عن التعاملات التجارية لأهداف وأغراض غير معلنة ومن أهم العوائق التي تواجه استعمال التجارة الإلكترونية:

• صعوبة تحديد المنتجات وتحديد المسؤوليات عندما يتضح أنها لا تتوافق النوعية المعلن عنها،

• رغبة المستهلك في الحصول على المنتجات المرغوبة في الوقت المناسب وبالنوعية المطلوبة، قد يطرح مشكلاً وخاصة في المنتجات غير المادية عندما تكون شبكات الربط غير قادرة على تأمين الوصول أو توفير قدرة نقل كافية.

ب. ضمان التوعي والمنافسة داخل السوق:

يعتمد النجاح في مجال التجارة الإلكترونية على اختيار ما يناسب الشركة أكثر مما يعتمد على بيع المنتجات أو الخدمات، وتعتبر التجارة عبر الويب مجالاً واسعاً لاستقطاب العديد من المنتجين والمستهلكين على حد سواء بتوفير المعلومات الآنية والسليمة، في هذه الحالة، يتبع على الشركة اختيار المكان المناسب للبيع وسط الاقتصاد الجديد، فلقد أتاحت الإنترنت العديد من الفرص أمام المستهلكين ورجال الأعمال وما ينبع على هذه الشركات القيام به هو اكتشاف هذه الفرص واستغلالها بالإضافة إلى الأعمال وتوظيفها من أجل تحقيق الربح وتوفير عروض تختلف عن منافسيها خصوصاً وأن هناك إمكانية لجمع المعلومات عن المنافسين والبحث عن الواقع المنافسة وزيارتها من خلال محركات البحث،

¹ بختي، المرجع السابق، ص. 47 - 53

ومثال ذلك الموقع "www.hoovers.com" الذي يسمح بالإطلاع على ميزانية ما يقارب 2500 شركة عامة، والموقع "www.deja.com" الذي يعرض آراء ومناقشات المستهلكين حول المنافسين وأهم المنتجات المعروضة على الشبكة.¹

ج. تقليل المخاطر ورفع مستوى الأمان والثقة:

أصبح التبادل عبر الإنترنت يستحوذ يوما بعد يوم على المزيد من الزبائن، حيث تقوم التجارة الإلكترونية على أربعة عناصر: بائعون، مشترون، شبكة إنترنت ووسائل دفع إلكترونية، وبالتالي فلابد من تطوير طرق ووسائل الدفع عن بعد، ذلك أن أكبر وأخطر مشكلة يواجهها نمو التجارة الإلكترونية هي مشكل الثقة، فحتى تتم عملية البيع عن بعد يتوجب ضمان استلام السلعة أو الخدمة أو حتى المعلومة المباعة من طرف المشتري وضمان استيفاء الثمن من قبل البائع، بمعنى آخر يجب أن تتأكد الأطراف المشاركة في المعاملة الإلكترونية أن التحويل الإلكتروني للأموال لم يحد عن وجهته وأن المبالغ المقبوسة هي نفسها المبالغ المدفوعة، ويتم هذا الأمر عن طريق التشفير لزيادة أمن التسديدات.

د. الجباية:

تعرف الجباية الإلكترونية على أنها فرض الضرائب على التعاملات التي تتم على شبكة الإنترنت؛ إلا أن هناك اختلافا بين الفقهاء والباحثين حول قضية إخضاع أو إعفاء المعاملات التي تتم إلكترونيا وكل له حجته، فالذين يرون الإعفاء يستندون إلى أنه يحقق المزايا التالية:²

- تشجيع رجال الأعمال والمستثمرين على عقد الصفقات عبر شبكة الإنترنت مما يساعد على نمو وتطور البنية التحتية للشبكة،
 - اجتناب الازدواج الضريبي الذي قد يحدث جراء فرض الضريبة على عمليات التجارة الإلكترونية،
- أما الذين يريدون الإخضاع فيستندون إلى أن:

¹ يورك برس، استراتيجيات التسويق الإلكتروني، لبنان: مكتبة لبنان ناشرون، الطبعة الأولى، 2003، ص. 31 - 33

² طارق عبد العال حماد، التجارة الإلكترونية، المفاهيم، التجارب، الأبعاد التكنولوجية، المالية، التسويقية والقانونية، مصر: الدار الجامعية، 2003، ص. 07

- إعفاء المعاملات الإلكترونية وإخضاع المعاملات التقليدية يعتبر إخلالاً بمبدأ العدالة،
- حجم المعاملات التجارية الإلكترونية في نمو وتزايد مستمر، وعدم إخضاع هذه المعاملات للضرائب من شأنه أن يضعف حصيلة الدولة من إيرادات هي في حاجة إليها.

وهناك فريق آخر يرى أنه يجب التفريق بين الصفقات التي تبرم بين المتعاملين وهي على نوعين:

- النوع الأول:** يتمثل في الصفقات التي يتم فيها الاتفاق بين الطرفين إلكترونياً ثم يتم التسليم بالطرق التقليدية، وهنا تخضع المعاملة إلى الضريبة العادلة حسب القواعد العامة المطبقة في هذا الشأن،
النوع الثاني: يتمثل في الصفقات التي تتم إلكترونياً وبشكل كامل، حيث يرى أصحاب هذا الرأي عدم إخضاعها وذلك لـ:

- تشجيع حركة التجارة الإلكترونية،
- منع الإزدواج الضريبي،
- صعوبة فحص وحصر هذه المعلومات.

٥. حقوق الملكية الفكرية:

يبين التشريعات الحالية أنه لحماية حقوق الملكية الفكرية يجب تسجيل هذه الأفكار وكتابتها على حوامل (ملمودة) فيزيائية: مطبوعات، أشرطة سمعية، أشرطة فيديو، فالتحدي الأكبر الذي يجب أن تجابه الحكومات الآن، هو إعادة النظر في صياغة التشريعات لأجل أن تأخذ في عين الاعتبار خدمات المعلومات الإلكترونية، حيث يحتوي موضوع تشريعات حقوق الملكية الفكرية على عنصر حقوق الطبع بالنسبة للحقوق المكتوبة، وعنصر براءات الاختراع بالنسبة للمواصفات والتطورات التكنولوجية، فتوسيع الشبكات التجارية طرح إشكالية الوسائل التي يمكن بواسطتها احترام نظام حقوق الملكية الفكرية، فالمعلومات الموزعة عن طريق خطوط إلكترونية يمكن نسخها بسهولة وإعادة توزيعها بطريقة حرفة وغير مكتشوفة.¹

¹ بختي، المرجع السابق، ص. 53.

2- مؤشرات حول تطور ونمو التجارة الإلكترونية:

على الرغم من صعوبة القياس المادي للتجارة الإلكترونية، نظراً لتزايدتها السريع من جهة، وعدم تواجد مكاتب إحصاء دقيقة معتمدة لهذا الخصوص من جهة أخرى، فإن الإحصائيات النسبية تظهر تزايداً لحجم التجارة الإلكترونية، حيث يظهر من واقع سوق التقنية وتقارير المؤسسات البحثية التي تعنى بالأنشطة المالية على الإنترنت، حصول زيادة كبيرة في اللجوء إلى التجارة الإلكترونية، فقد حققت شركة "DELL" الشهيرة في عالم الكمبيوتر زيادة كبيرة في مبيعاتها على الخط بلغت 19 بليون سنة 1999 في حين أنها كانت تقدر بـ 14 بليون سنة 1998، أي بمعدل 5.5 بليون خلال الربع الأول لتصل إلى 30 مليون في نهاية السنة؛ أما شركة "Travelocity" فقد حققت خلال الربع الأول لعام 1999 مبيعات بلغت 128 مليون دولار بنسبة زيادة تقدر بـ 156% عن مقدار المبيعات عن نفس الفترة من عام 1998، بالإضافة إلى هذا، فقد تمكّن الوسطاء من زيادة عدد عملائهم عن الربع الأخير لعام 1998 بـ 12 مليون وبلغت الزيادة في الاستثمارات 100 بليون دولار بزيادة يومية قدرت بـ 49٪.

قدر تقرير صادر عن وزارة التجارة الأمريكية سنة 1998 أعمال التجارة الإلكترونية بين قطاعات الأعمال (B2B) بـ 300 بليون عام 2002، لكن ما تحقق في الواقع كان أكثر بكثير، فقد بلغت 995 بليون دولار سنة 2001 أو 93.3% من مجموع التجارة الإلكترونية للولايات المتحدة الأمريكية، أما عن أعمال التجارة الإلكترونية الخاصة بالبيع للمستهلك، فقد كانت تقديرات عام 1998 تشير إلى أنها ستبلغ ما بين 7 إلى 15 بليون دولار لنفس الفترة في حين جاءت التقديرات اللاحقة لتشير إلى تحقيق معدلات نمو أعلى، حيث أشار التقرير الأمريكي للتجارة الإلكترونية لعام 2000 الصادر عن وزارة التجارة الأمريكية إلى أن حجم أنشطة مؤسسات البيع في حقل التجارة الإلكترونية بلغ 8.4 بليون دولار في نهاية الربع الثالث لعام 2000.¹

وتتجدر الإشارة إلى أن 80% من حجم التجارة الإلكترونية في العقد الأول من القرن الواحد والعشرين يتمركز في الولايات المتحدة والباقي يتوزع في أوروبا الغربية بنسبة 15% وآسيا بـ 5% معظمها في اليابان

¹ <http://www.opendirectorysite.info/e-commerce/03.htm>. 28/11/2006

بـ 4%. وحسب تقرير صدر عن مؤسسة المعلومات الدولية - لندن- أن سوق التجارة الإلكترونية الأوروبية

قد بلغ حجم تعاملاته 349 مليون دولار بنهاية عام 1996، ليصل إلى 26 بليون دولار سنة 2001 ثم ما بين

185 و 200 بليون دولار سنة 2002 والمستقبل سوف يكون للأعمال التي تتم بين المستهلك والبائع عبر

شبكة الإنترنت مع التوسع في استخدام وتطبيق هذا الأسلوب في الأعمال والصفقات في أوروبا، ففي بعض

المناطق حيث ترتفع ثقافة التسوق عبر الإنترنت مثل الدول الاسكندنافية وألمانيا، فإن حركة الشراء

وتقديم الخدمات تشهد ازدهاراً حقيقياً وفعلاً، وأوضح التقرير أيضاً أن مستوى التجارة الإلكترونية في

أوروبا يختلف من منطقة إلى أخرى ففي الشمال استقرت مبادئ التجارة الإلكترونية، وفي وسط أوروبا

(إنجلترا، فرنسا، ألمانيا، وبليجيكا) فهي في مرحلة النمو والتطور بينما تمر بالمرحلة التجريبية في الجنوب.¹

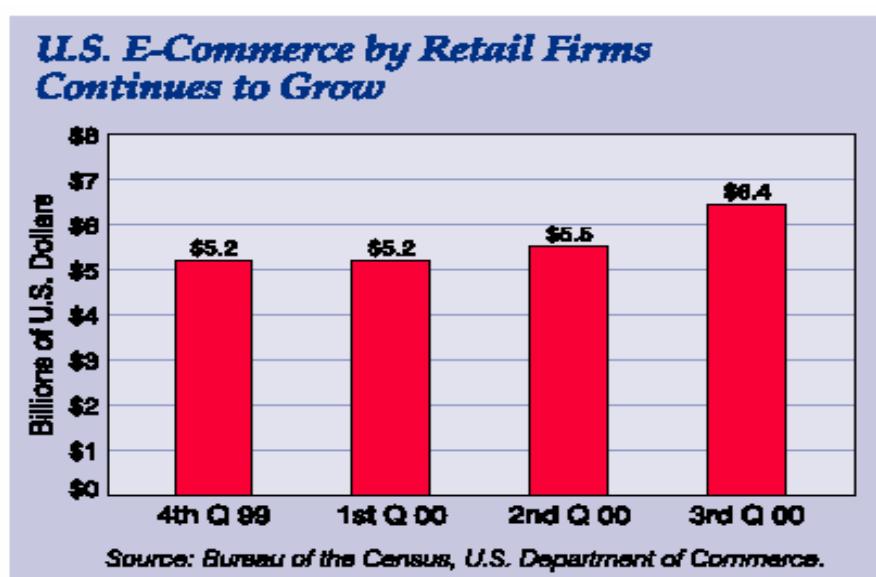
وفي منطقة آسيا والمحيط الهادئ فقد بلغت التجارة الإلكترونية حوالي 120 إلى 300 بليون دولار في

سنة 2004، أما بالنسبة لأمريكا اللاتينية فتقدير قيمة الصفقات التجارية بين مؤسسات الأعمال على

الشبكة مباشرة بـ 6.5 بليون سنة 2002 لتصل على 12.5 بليون سنة 2003.²

ويلخص الشكل التالي مؤشرات تطور التجارة الإلكترونية في الولايات المتحدة الأمريكية:

الشكل رقم 5: تطور حجم التجارة الإلكترونية في الولايات المتحدة الأمريكية



Source: <http://www.opendirectorysite.info/e-commerce/02.htm>. 28/11/2006

¹ السيد عليوة، *التجارة الإلكترونية ومهارات التسويق العلمي*، القاهرة: الأمين للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2002، ص. 71.

² سهوانة، المرجع السابق، ص. 10.

أما عن وزن التجارة الإلكترونية في مختلف أنحاء العالم فهو كما يلي:

الجدول رقم 1 : وزن التجارة الإلكترونية في مختلف أنحاء العالم

الوحدة: بليون دولار

نسبة المبيعات الإجمالية لسنة 2004	2004	2002	2000	المنطقة
%12.8	3456.4	1495.2	509.3	أمريكا الشمالية
%8.0	1649.8	286.6	53.7	شرق آسيا
%6.0	1533.2	422.1	87.4	أوروبا الغربية
%2.4	81.8	13.7	3.6	أمريكا الجنوبية
%2.4	68.6	13.5	3.2	بقية العالم

Source : Jacques Colin : "les effets du commerce électronique sur le transport", session 2 (E-commerce et logistique), Séminaire conjoint OCDE/CEMT, Paris, 2001

يتضح من خلال بيانات هذا الجدول أن التجارة الإلكترونية في تزايد وتوسيع مستمر في السنوات الأولى من العقد الأول للقرن الواحد والعشرين، وإن كانت هذه الزيادة متباينة من منطقة إلى أخرى فهي تعكس التوجه العالمي نحو هذا النشاط، فنجد مثلاً أن معدل الزيادة على مستوى أمريكا الشمالية في سنة 2002 قد قدر بحوالي 193.6% مقارنة بما كان عليه في سنة 2000، أما عن أمريكا الجنوبية فقد قدر بحوالي 280.6% ، ولعل السبب وراء ارتفاع هذه المعدلات وتزايدها من سنة إلى أخرى يكمن في الإقبال المتزايد والمكثف على شبكة الإنترنت سواء بغرض البحث أو التسوق خاصة في الولايات المتحدة أين توفر البنية التحتية لقيام مثل هذا النشاط وازدهاره؛ ولكن يجب التنبيه إلى أن انتشار استخدام الإنترنت لا يشكل ضماناً أكيداً لقيام ورواج التجارة الإلكترونية، فقد بينت دراسة أعدتها شركة IBM عن واقع التجارة الإلكترونية في كندا أنه على الرغم من تبني هذه الأخيرة الإنترنت منذ مدة طويلة وأن نسبة مستخدمي الشبكة فيها تفوق نظيرتها في الولايات المتحدة الأمريكية (16% سنة 1997

و 23% سنة 1998 مقارنة بالولايات المتحدة الأمريكية 10% سنة 1997 و 17% سنة 1998) فإن عدد

المتسوقين من خلال الشبكة وصل إلى 10% في كندا مقابل 34% في الولايات المتحدة الأمريكية.¹

ويوضح الجدول أدناه نسبة الإقبال على شبكة الإنترنت بفرض التسوق من طرف المتعاملين في الولايات المتحدة الأمريكية، ومختلف المنتجات المطلوبة والتي تلقى اهتماماً متزايداً عبر الشبكة،

الجدول رقم 2 : مختلف المنتجات التي يتم الإقبال عليها عبر الشبكة في الولايات المتحدة

الأمريكية

رجال		نساء	
%	المنتجات	%	المنتجات
76	حواسيب	64	كتب
60	أقراص مدمجة	60	أقراص مدمجة
59	كتب	57	حواسيب
44	منتجات إلكترونية	42	أدوات التجميل
38	أشرطة فيديو	41	ألعاب
34	أسفار	39	ألبسة نسائية
31	مجلات	31	ملابس أطفال
29	ألبسة رجالية	28	أشرطة فيديو
29	ألعاب	27	مجلات
26	حجوزات فندقية	26	منتجات إلكترونية
21	ألبسة نسائية	24	أسفار
19	أدوات التجميل	21	ورود
19	لوازم رياضية	20	ألبسة رجالية

Source : Jacques Colin : "les effets du commerce électronique sur le transport", session 2 (E-commerce et logistique), Séminaire conjoint OCDE/CEMT, Paris, 2001

إن الملاحظة المبدئية لبيانات هذا الجدول توضح النسبة المتفاوتة للإقبال على مختلف المنتجات من

طرف الجنسين، وإن كانت الكتب، الأقراص المدمجة والحواسيب تحظى بحصة الأسد عند كليهما،

¹ زيدان وبريش، المرجع السابق، ص. 04.

فإن الطلب على باقي المنتجات يختلف باختلاف الاهتمامات والأذواق بين الجنسين، فمثلاً نسبة الإقبال على المنتجات الإلكترونية عند النساء تقدر بـ 26% بينما عند الرجال يصل إلى 44% في حين يقدر الطلب على أدوات التجميل بـ 42% عند النساء و 19% فقط عند الرجال ولكن مهما تعددت الفروق والأذواق وتوجه المستهلكين إلا أن الحقيقة الأكيدة تمثل في اتساع نشاط التجارة الإلكترونية وتعدد مستوياتها ومجالاتها.

المبحث الثالث:

الاقتصاد الإلكتروني أو الرقمي:

¹ قبل البدء في تحديد مفهوم الاقتصاد الرقمي يجب أولاً الإشارة إلى مجموعة من النقاط التالية:

1. اقتصاد المعلومات، اقتصاد المعرفة، الاقتصاد الرقمي، الاقتصاد الشبكي أو الاقتصاد القائم على الإنترنت، وكل التسميات الأخرى ذات العلاقة بالمعرفة، الرقميات أو شبكات وتكنولوجيا المعلومات، تعتمد على أن جوهر إنشاء الثروة قد انتقل من المواد والآلات، الأبنية والأدوات إلى المعلومات، المعرفة، المادة الرمادية والرقميات،
2. إن التحول الاقتصادي يقوم على التحول من إنشاء الذرات (atoms) أي السلع الصناعية إلى إنشاء السلع والخدمات بالاعتماد على الومضات الرقمية (Digital Bits)،
3. إن الاقتصاد الرقمي لا زال لم يستكمل تطوره من حيث البنية المفاهيمية أو من حيث أدوات التحليل العلمي للأسس المرشدة لممارساته المختلفة،
4. إن الاقتصاد الرقمي الذي يقوم على أنظمة المعلومات الرقمية والتي تمثل مصدراً أساسياً لترشيد القرارات والعمليات، تؤدي إلى نتائج مهمة على صعيد الأعمال، وحسب إحدى الدراسات التي أعدت على عينة من الشركات فإن هذه المعلومات يمكن أن تؤدي إلى تحسين الإنتاجية في 51% من الشركات، خفض التكاليف في 39%， تحسين القرارات 36%， إثراء علاقات الزبائن 33%， وتطوير تطبيقات تكنولوجيا جديدة.

-1 مفهوم الاقتصاد الرقمي:

يشير الاقتصاد الرقمي إلى الاقتصاد القائم على الإنترنت أو الويب، وهو الاقتصاد الذي يتعامل مع الرقميات أو المعلومات الرقمية، الزبائن الرقميين، الشركات والتكنولوجيا الرقميتين مثل تكنولوجيا الاتصالات عن بعد، الوسائل المتعددة، التكنولوجيا الخلوية، بالإضافة إلى المنتجات الرقمية مثل قواعد

¹ نجم عبود، المرجع السابق، ص.ص. 80-82

ومستودعات البيانات، المعلومات، البرمجيات، كتب ودوريات الويب، الألعاب الإلكترونية، الموسيقى وكذلك المنتجات المادية المزودة بمعالجات المصغرة.

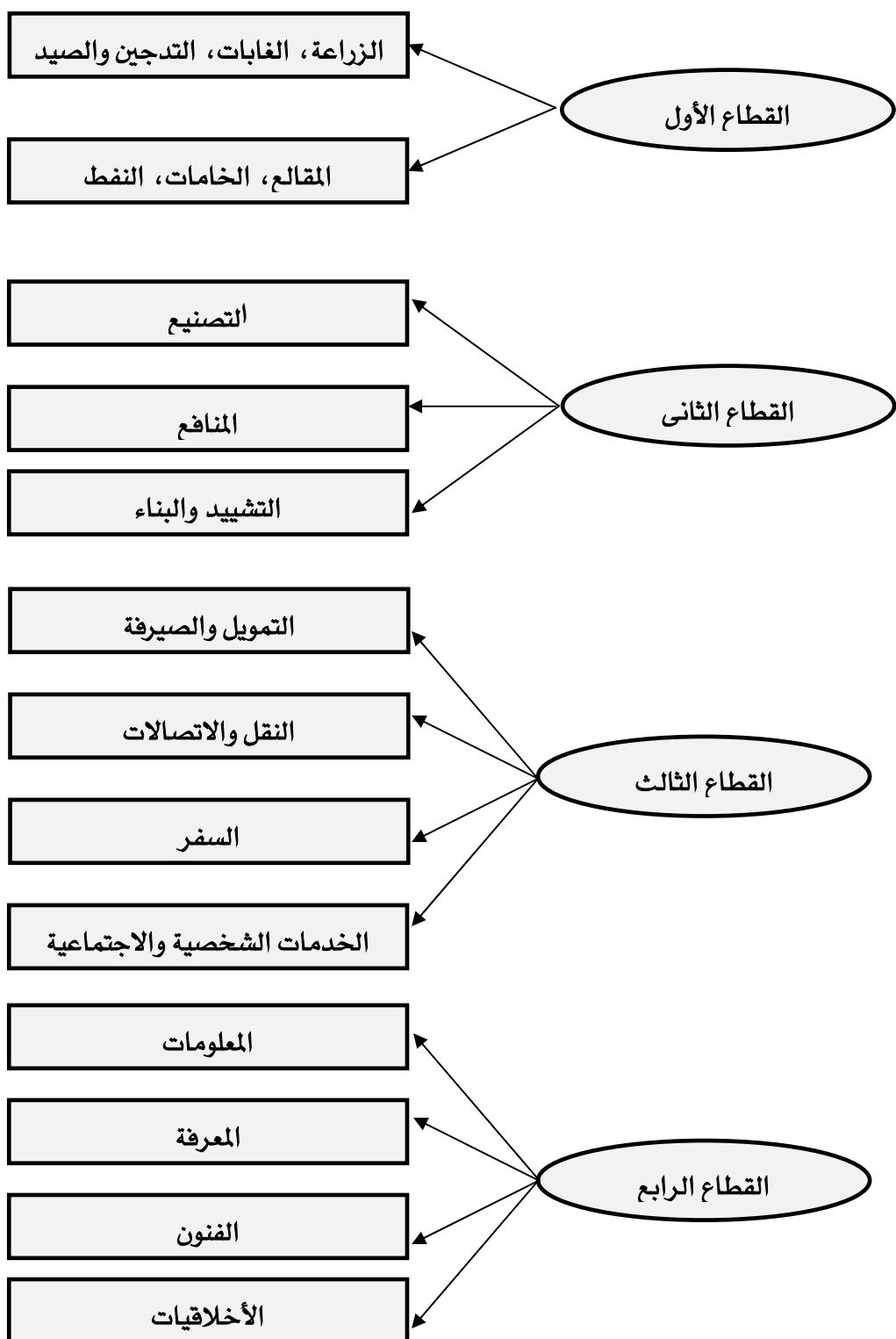
مثلاً كان القطاع الصناعي خلال النصف الأول من القرن العشرين في الدول الصناعية هو الذي يحوز على الاستثمار ويستخدم النسبة الأكبر من القوى العاملة وألمع العقول والقدرات الذهنية، فإن العصر الرقمي هو الذي يتسع ليحل محله في هذه الخصائص في الوقت الحاضر مع فارق واضح هو أن القطاع الصناعي تطور ببطء منذ الثورة الصناعية في القرن الثامن عشر وحتى العقود الأخيرة من القرن العشرين، في حين أن القطاع الرقمي في الاقتصاد الجديد تطور بسرعة غير معتادة، لهذا يبدواليوم هو الأقوى في نماذج الأعمال، حجم الاستثمارات، الاستخدام المتزايد للقوى العاملة وألمع العقول والأفراد وهو القطاع ذو العائد الحدي الأكبر والإنتاجية الأعلى والأكثر كفاءة في صنع الثروة.¹

كما أن الاقتصاد الرقمي هو الاقتصاد الذي أصبح يقوم على قواعد وخصائص جديدة تتجاوز قواعد وخصائص الاقتصاد التقليدي بشكل عام والاقتصاد الصناعي بشكل خاص، ولعل أهم هذه الخصائص هو أن الاقتصاد التقليدي اقتصاد أشياء (ذرات) في حين أن الاقتصاد الرقمي هو اقتصاد الرقمنيات أو البيتا^ts (Bits) مع ملاحظة أن الأشياء تخضع لقواعد اقتصاديات الحجم، العوائد المتراصة، علاقة العرض والطلب وتكلفة الصفقة المحددة لحجم الشركة وغيرها، والتي تختلف تماماً عن اقتصاد الرقمنيات الذي لا تطبق عليه الكثير من هذه القواعد والخصائص.

ويوضح الشكل التالي مختلف قطاعات الاقتصاد الجديد

¹ نجم عبود، المرجع السابق، ص. ص. 88 - 89

الشكل رقم 6: قطاعات الاقتصاد الجديد



المصدر: نجم عبود نجم، **الادارة الالكترونية: الاستراتيجية، الوظائف والمشكلات**، المملكة العربية السعودية: دار المريخ، 2004، ص. 41

يعتبر القطاع الرابع الركيزة الأساسية للاقتصاد الرقمي الذي تؤدي فيه المعرفة والمعلومات دور حجر الأساس، حيث أنه يرتبط بالتغييرات الكثيرة التي تجري في البيئة الصناعية وخاصة ما يتعلق بتكنولوجيا المعلومات والإنترنت، الاتصالات والشبكات مما يعني أن التكنولوجيا هي التي تلعب الدور الأساسي في تطوير الاقتصاد الرقمي.

2- قواعد الاقتصاد الجديد:

يعتمد الاقتصاد الرقمي على مجموعة من الأسس والقواعد التي أخذت تتطور لتفسير الظواهر الرقمية والممارسات السائدة على نطاق واسع قدر اعتماده على تكنولوجيا المعلومات الرقمية، وتلخص هذه القواعد فيما يلي:¹

أ. قانون الأصول الرقمية:

لأن الأصول الرقمية لا تشبه الأصول المادية ولا تستهلك عند استخدامها، فإن الشركة تستطيع أن تتشكل القيمة من استخدام هذه الأصول في عدد لا متناهٍ من الصفقات مما يتطلب تغيير الآلية التنافسية في مجالها.

والواقع أن الشركة تحمل تكالفة الإعداد الأول للمعلومات ليصبح التكالفة الإضافية لإعادة إنتاجها رقمياً أقرب إلى الصفر، وهذا ما يعبر عن قانون تزايد العوائد في مجال الأصول الرقمية في مقابل قانون تناقص العوائد فيما يتعلق بالأصول والسلع المادية، ولإشارة، فإن الاقتصاد ينقسم إلى قطاعات مختلفة بعضها ينتج منتجات مادية كالغذية، السيارات، الملابس، النفط وهذه تخضع لقانون العوائد المعروف في الاقتصاد حيث تبدأ في الارتفاع في المرحلة الأولى حتى تصل إلى مستوى معين ثم يظهر تناقص العوائد (Diminishing Returns) بعد ذلك المستوى، أما البعض الآخر فيقدم منتجات ترتكز على المعلومات حيث تكون التكالفة الأولية (وهي التكالفة الثابتة) لتطوير البرمجية عالية جداً ولكن تكالفة إنتاج النسخ الإضافية (وهي التكالفة المتغيرة) منخفضة، والنتيجة هي زيادة العوائد (Increasing Returns) حيث أن الربحية ترتفع بسرعة مع زيادة الإنتاج.

¹ نجم عبود، المرجع السابق، ص.ص. 95- 104 متفرقة 61

بـ. اقتصadiات الحجم:

إن اقتصadiات الحجم التقليدية تقوم على إنتاج الحجم الصغير الذي يتم من خلال شركات صغيرة، وكلما زاد الحجم يصبح من دواعي الجدوi الاقتصادية انجازها من قبل شركة كبيرة، فتقديم الخدمة المصرفية المرتبطة بصفقات العملاء في نفس الوقت، يتطلب توفير موظف مصرفي لـكل صفقة للعمل عليها وإن خط الانتظار سيزداد، ولكن مع الإنترنـt والسمـاح للأفراد بإجراء الصفقات، أصبح بالإمكان إجراء جميع الصفقات من قبل جميع المتعاملين مع المصرف في نفس الوقت تطبيقاً للشعار القائل

« Why wait in line... Go on line»

إن التكالفة المتوسطة بالعلاقة مع اقتصadiات الحجم للمنتجات المادية تميل للانخفاض مع زيادة حجم الإنتاج حتى تصل إلى مستوى معين ثم تأخذ بالزيادة لأن الحجم الأكبر سيطلب إضافة تسهيلات أو آلات إنتاجية جديدة إلا أن هذا لا ينطبق على التكالفة الثابتة في اقتصadiات الحجم الجديدة للمنتجات الرقمية.

جـ. اقتصadiات النطاق الجديدة:

إن تقديم الخدمات عبر الأصول الرقمية، لا يوفر الخدمة للجميع في نفس الوقت وفي مجال أو سوق معينة فقط بل إنه يمكن من تقديم الخدمة في المجالات والأسواق المختلفة والمتباعدة.

إن اقتصadiات النطاق (Economies Of Scope) في العصر الصناعي كانت تعمل على إنتاج عدد من المنتجات المتعددة على آلات الخط الإنتاجي إلا أنها ظلت تعاني من ضعف التنوع والمرنة مما يحد من القدرة على الاستجابة، ولكن في العصر الرقمي فإن اقتصadiات النطاق الجديدة ذات مدى واسع في التنوع لعدد لا متناه من الزبائن، ليتم الحديث عن مشروع فرد لفرد، تسويق فرد لفرد.

دـ. الاقتصاد الرقمي هو اقتصاد السرعة الفائقة:

يتميز الاقتصاد الرقمي بالحركة السريعة، ووسيلته الأقمار الصناعية والبريد الإلكتروني، هذه السرعة أدت إلى الحاجة إلى شركات تتسم بالمرنة في الحجم (التحجيم: Downsizing)، وفي التنظيم (العلاقات الشبكية) وفي المعلومات (تقاسم المعلومات الفوري)، ولعل التبادل الواسع والمفتوح للمعلومات

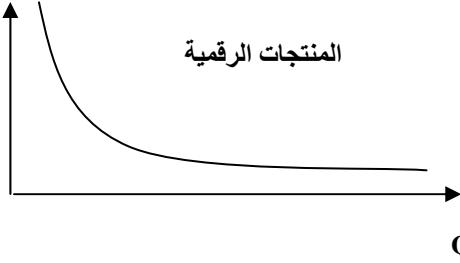
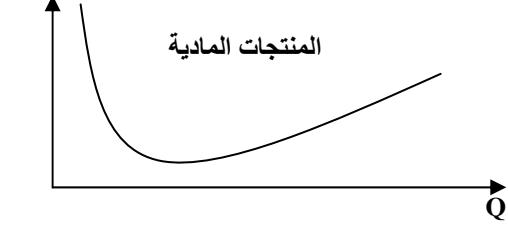
على شبكة الأعمال والإنترنت هو الذي أدى إلى إلغاء أحد أسس الاقتصاد التقليدي للمعلومات القائم على المبادلة.

٥. تكلفة المنتج الرقمي:

تتميز المنتجات الرقمية (Digital Products) (كالكتب، الأفلام، الألعاب، الموسيقى، الاستشارات وبرمجيات التطبيق) بهيكل تكلفة مختلف جداً عن هيكل المنتجات المادية حيث أن إنتاج النسخة الأولى يكون في الغالب مكلفاً جداً ولكن إنتاج النسخ الأخرى عنها يكون منخفضاً جداً، فالتكلفة الثابتة للمنتج الرقمي تكون غير مغطاة عند التوقف أو التعرّض وهذا على خلاف المنتجات المادية عموماً، فإذا قرر شخص معين الاستثمار مثلاً في بناء مكتب أو مصنع جديد ثم ظهرت عدم الحاجة إليه، فيكون بالإمكان بيعه، ولكن إذا قام الشخص بالعمل على كتاب أو فيلم فعلى الأرجح لن يكون قادرًا على بيع المخطوطة أو مسرح الفيلم عند عدم إكماله، كما أن التكلفة المتغيرة لإنتاج المنتجات الرقمية لها سمة خاصة، حيث أن تكلفة الوحدة للنسخ الإضافية لا تزيد حتى إذا كان الحجم المنتج منها كبيراً جداً، مما يعني أن لدى المنتجين القليل من قيود السعة الإنتاجية خلافاً لشركات المصنعة للمنتجات المادية التي إن ازدادت مبيعات منتجاتها إلى حد معين فإن عليها أن تقوم باستثمارات كبيرة في مصنع جديد أو آلات جديدة للاستجابة للطلب.

ويلخص الجدول التالي أهم الاختلافات والفوارق بين الاقتصاد الصناعي والرقمي كما يلي:

الجدول رقم 3 : مقارنة بين الاقتصاد الصناعي والاقتصاد الرقمي

الاقتصاد الرقمي	الاقتصاد الصناعي
<ul style="list-style-type: none"> زيادة العوائد التكلفة المتوسطة:  <p>المنتجات الرقمية</p>	<ul style="list-style-type: none"> تناقص العوائد التكلفة المتوسطة:  <p>المنتجات المادية</p>
<ul style="list-style-type: none"> إمكانية التنوع قصوى المعرفة متقاسمة الابتكار دائمًا 	<ul style="list-style-type: none"> ضعف التنوع والمرونة المعرفة منتشرة الابتكار عند الضرورة

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على كتاب الإدارة الإلكترونية، الإستراتيجية، الوظائف والمشكلات، مؤلفه نجم عبود

نجم، 2004

الفصل الثاني:

دور التجارة الإلكترونية في تطوير المؤسسات المصرفية:

أمدت التجارة الإلكترونية القطاع المصرفي بالآليات حديثة جعلته أكثر مرونة، ديناميكية وسرعة في تقديم خدماته، فقد ظهر ما يسمى بالبنوك الإلكترونية، الصيرفة الإلكترونية، الصيرفة عبر الهاتف وعبر الهاتف الجوال وغيرها من الآليات المتطورة جداً؛ لذلك سيتم التعرف من خلال هذا الفصل على ماهية العمل المصرفي الإلكتروني كإحدى روافد التجارة الإلكترونية واستعمالاتها والبنية التحتية الازمة له وما تميز به من نظم إلكترونية للدفع بالإضافة إلى أهم التغيرات التي أحدثتها التجارة الإلكترونية على العمل المصرفي، وذلك من خلال:

المبحث الأول: التطور التكنولوجي والعمل المصرفي،

المبحث الثاني: البنوك الإلكترونية وأثرها على الخدمة المصرفية،

المبحث الثالث: وسائل ونظم الدفع الإلكترونية.

المبحث الأول:

التطور التكنولوجي والعمل المصرفي:

يشهد العالم منذ نهاية القرن الماضي وبداية القرن الجديد توسيعاً وتطوراً في سوق المعلومات والاتصالات، حيث ارتبطت تقنيات المعلومات والاتصال بالعديد من الأنشطة الاقتصادية على تنويعها وأختلافها، وأصبحت هذه التقنيات ركيزة وعنصراً هاماً للتقدم، التطور وتحقيق الميزة التنافسية في تلك الأنشطة، ولعل القطاع المصرفي من أبرز القطاعات التي تأثرت بتلك التحولات وأصبح العمل المصرفي الإلكتروني السمة الجديدة للبنوك الرائدة والمتطورة.

ولكن يتعين قبل ذلك إلقاء نظرة عامة وشاملة على الخدمة المصرفية ومحاولة تحديد ماهيتها، خصائصها وأهم العناصر المرتبطة بها من حيث تسويقها والدور الذي تلعبه نظم المعلومات في ذلك.

أولاً : مدخل للخدمات المصرفية التقليدية:

-1 الخدمة المصرفية، ماهيتها وخصائصها:

-1-1 تعريف الخدمة المصرفية:

تعرف الخدمة المصرفية على أنها مجموعة من الأنشطة والعمليات ذات المضمون النفعي الكامن في العناصر الملموسة وغير الملموسة، المقدمة من قبل المصرف، والتي يدركها المستفيدون من خلال ملامحها وقيمتها النفعية والتي تشكل مصدراً لإشباع حاجاتهم ورغباتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية، وفي نفس الوقت تشكل مصدراً لأرباح المصرف من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين.¹

-1-2 خصائص الخدمة المصرفية:

تتمتع الخدمة المصرفية بمجموعة من الخصائص يمكن تلخيصها في:²

¹ تيسير العجارمة، **التسويق المصرف**، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2005، ص. 32.

² المرجع نفسه، ص. 32.

- أ- عدم الملموسة:** تتسم الخدمة المصرفية بكونها في طبيعتها غير ملموسة وغير مرئية، ولا تمتلك أية صفات مادية ولكن عندما ترغب المصارف في إيجاد وابتكار خدمات جديدة في القطاع المصرفي فإنه يفترض الاستعانة بالظواهر والجوانب المادية التي يمكن أن تظهر من خلالها الخدمة المصرفية، كظهور الآلية الجديدة الكفيلة بتقديم الخدمات المصرفية، فاستخدام البطاقات المصرفية لم يكن ليتحقق لو لا وجود الآلات الحديثة والأنظمة الإلكترونية الكفيلة بتقديم الخدمات من خلالها، الأمر الذي يعني ضرورة تواجد العنصر المادي،
- ب- التلازم:** غالباً ما تتجزء الخدمات المصرفية وتتحقق للمستفيد على نحو ملائم للإنتاج، أي أن الخدمة المصرفية تتبع وتسهل في نفس الوقت، وأن انعدام ظاهرة التخزين للخدمة لمواجهة الطلبات المستقبلية مسألة واردة، بالإضافة إلى أنه عند ابتكار خدمات جديدة فإن التكلفة والنوعية تظهران بشكل واضح في مثل هذه الحالة،
- ج- التنوّع (عدم التجانس):** تتصف الخدمات المصرفية بتنوعها وعدم تجانسها مما يجعلها خدمات غير معيارية ومن الصعب إخضاعها لقياس ما دامت تستند في أدائها على اعتبارات الخبرة، المهارة والنوعية في تقديمها، وبالتالي فإن التنوّع الظاهر في الخدمة يأخذ مكانة واضحة في القطاع المصرفي،
- د- التكيف العالمي لنظام التسويق:** عادة ما يتم اختيار القناة التوزيعية المناسبة في القطاع الخدمي، ضمن برنامج تسويقي ويُناسب مستويات مختلفة نظراً لطبيعة الخدمات وأهميتها،
- هـ- التمايز (المدى الواسع):** تعمل المؤسسات المصرفية على تقديم مدى واسع للخدمات والمنتجات لتلبية الحاجات المصرفية المتنوعة من قبل زبائن مختلفين، وفي مناطق مختلفة، حيث تقدم من جهة خدمة خاصة لزيتون صناعي مثلاً وفي الجهة الأخرى تقدم خدمة لزيتون عادي،
- وـ- التشّتت الجغرافي:** إن امتلاك شبكة فروع في أي مصرف ذي حجم و المجال واسعين، وبشكل متتابع للتزويد بالمنافع وتلبية الحاجات المحلية، الوطنية وحتى العالمية يجعل من الخدمات والترويج ذات تطبيق واسع،

ز- الموازنة بين النمو والمخاطر: عندما تكون المنتجات المصرفية ذات درجة معينة من المخاطرة

يصبح من الضروري أن تكون هناك رقابة لإيجاد التوازن في البيع والحد من ارتفاع المخاطرة،

ح- تقلبات الطلب: قد يحدث تقلب في أصناف معينة من الخدمة لأسباب طارئة أو ظروف موسمية

مثل الطلب على القروض الموجهة للمشاريع السياحية الموسمية أو بطاقة الائتمان أو مواسم زراعية معينة

مما يخلق ضغطاً كبيراً على وظائف التسويق في المصارف،

ط- المسئولية الائتمانية: من أهم المسؤوليات التي يُعنى بها أي مصرف هي حماية ودائع

ومكاسب زبائنه، وهذا مهم ليس فقط في المصارف وإنما في غالب المؤسسات المالية الأخرى،

ي- كثافة العمل: يبقى قطاع الخدمات المصرفية ذو كثافة عمل عالية، الأمر الذي يزيد من

تكلفة الإنتاج و يؤثر في سعر المنتجات.

2- العوامل المؤثرة في تسويق الخدمة المصرفية:

يتأثر تسويق الخدمة المصرفية عموماً بخمسة عوامل هي:¹

أ- التغير في سلوك الزبائن:

من أهم الظواهر الخاصة بالتغيير في سلوك الزبائن تلك التي تتطلب اكتساب المعرفة في كيفية

استخدام الآلة والتعامل مع الأجهزة الحديثة والبطاقات المصرفية، عند طلب كمية من النقود، إيداعها أو

تحويلها، مما يعني ضرورة التوجّه نحو الزبائن وتعليمهم كيفية استخدام هذه التقنيات والتعامل مع آلياتها،

ب- قلة القوانين والتدخلات الحكومية:

نظراً لوضوح صفة التعامل في قطاع الخدمات المصرفية، فإن ما يصدر من قوانين وتشريعات

يكون في الغالب محدوداً نسبياً، كما أن التشريعات الحكومية هي الأخرى تكون قليلة لوضوح الصورة

في التعامل وإعطاء الوحدات المصرفية الحرية في استخدام ما تراه مناسباً لمعالجة أية ظواهر،

¹ العجارة، المرجع السابق، ص.ص. 34 - 35، بتصرف

ج- المنافسة:

إن اقتتاء التقنيات الحديثة والتشجيع على استخدامها يؤدي إلى توسيع الخدمة وتطويرها بمرور الوقت، مما يخلق جوا من المنافسة بين المصارف نتيجة لمرنة التعامل في هذا الجانب والسرعة في التغيير، التبديل وسرعة اتخاذ القرار أمام أية ظاهرة تصدر من المصارف المنافسة الأخرى،

د- الإبداع التكنولوجي:

يسهم استخدام التكنولوجيا في توسيع موارد البنك (المصرف) وزيادة قدرته التافسية، وتعد أنظمة المدفوعات الحديثة إطاراً جديداً للتوزيع، التسليم وتعزيز إدارة المعلومات مما يرفع حجم الطلب على التكنولوجيا التي تؤدي إلى تقليل التكاليف بما فيها تكاليف التجهيز وزيادة الربحية في المستقبل،

هـ- علاقات الزبائن والجودة:

تكمن المهمة الرئيسية للتسويق في جذب الزبائن واستمرارية تعزيز العلاقات معه، كما تهدف إلى بناء علاقات الخدمة المتعددة على المدى الطويل، وتحصيل الرضا الكلي له عن الخدمات المصرفية فالزبائن لم يعد ذلك الفرد التقليدي في تعاملاته، وإنما يحاول أن يضع جودة الخدمة في مقدمة الأمور المطلوبة، فالإيداع، السحب والتحويل كلها أمور ترتبط بعنصر الجودة من حيث السرعة، الدقة والكفاءة في العمل، وفي هذا الجانب، تسعى البنوك إلى تطوير المزيد من العلاقات الشخصية مع الزبائن لكونها

ذات أهمية مستقبلية، ويمكن تمييز خمس مستويات لجودة الخدمة¹:

• **الجودة التي يتوقعها الزبائن:** وتمثل الجودة التي يرى الزبائن وجوب توفرها في الخدمة المقدمة،

• **الجودة المُدرَّكة:** وتمثل الجودة التي يرى المصرف بأنها مناسبة،

• **الجودة القياسية:** وهي تلك التي تتحدد بالمواصفات النوعية للخدمة،

• **الجودة الفعلية:** وهي الجودة التي تؤدي بها الخدمة فعلاً،

• **الجودة المروجة للزبائن:** وهي الجودة التي وعد بها الزبائن من خلال الحملات الترويجية.

¹ العجارمة، المرجع السابق، ص. 331

3- نظام المعلومات التسويقية للخدمة المصرفية:

3 - 1 - ماهيته:

يُعرف النظام عموماً بأنه مجموعة مصممة من الطرق والإجراءات تضمن تدفقاً مناسباً للمعلومات الدقيقة لغرض استخدامها في اتخاذ القرارات وتزويد الإدارة بحقائق آنية عن السوق، يضاف إلى ذلك مؤشرات حول استجابة السوق لأنشطة المشروع وموافق المنافسين.¹

و نظام المعلومات المصرفية لا يخرج في المفهوم العام عن التعريف السابق إذ يتمثل بمجموعة من العاملين، الرسائل، المنظمات المختلفة، الحكومة، التشريعات والعملة مما جعله يتميز بالخصائص التالية:

- العمليات المصرفية محددة وبدقة متاهية فيما يخص تاريخ العمليات، متى جرت وكيف، إذ يجب مراعاة الدقة أثناء ثبيت التواريخ وتحديد لها لكونها مقترنة بالاعتبارات المالية، وما يتربّع عن المبالغ من تبعات مالية في حالة الزيادة أو النقصان،

- لا تعامل المصارف إلا وفق منهج الوضوح، فإذا كانت المتاجر تتبع منتجاتها للجمهور فإنها غير ملزمة بالتعرف على هوية الزبون، خاصة في حالة المبيعات الواسعة، إذ يعد ذلك استحالة على المتجر، بينما لا يمكن القيام بأية عملية مصرفية تخص السحب، الإيداع، التحويل أو الإقراض دون معرفة من هو المستفيد،

- سرعة الاستجابة للمتغيرات الخارجية بمختلف صورها وخاصة تلك المتعلقة بالجوانب القانونية والتشريعات، إذ لا يمكن لمصرف ما أن ينفرد عن المصارف الأخرى في الاستعانة بما تصدره الدولة، الوزارات أو الهيئات المالية من تعليمات، تشريعات وقوانين تحدد سياسة السوق المصرفية على المستوى الكلي.

3 - 2 - البيانات والمعلومات المستخدمة:

تتّخذ المعلومات التسويقية للخدمة المصرفية ثلاثة أشكال:

¹ العجارة، المرجع السابق، ص. 332

- أ- معلومات متكررة الوقوع:** وهي المعلومات المتعلقة بأسعار الصرف اليومية للعملات، معدل الزيادة المتوقعة في عدد الأرصدة، معدل الزيادة والنقصان في القروض اليومية ومقدارها وغيرها من المعلومات التي تتلقاها الإداره المصرفية يوميا والتي تتسم بالدقة،
- ب- معلومات إرشادية:** ترتبط هذه المعلومات بالجانب الإرشادي والتبيهي في عمل المصرف، كملاحظة الوضعية التنافسية للمصارف الأخرى ومراقبة أعمالها وسياساتها المستمرة في السوق، والملاحظة الدقيقة للمتغيرات المتعلقة بالقوانين والتشريعات الحكومية،
- ج- معلومات ضرورية:** يتم من خلالها الإشارة إلى حالة السوق ككل، من حيث الاتجاهات والميول حول الخدمات التسويقية المصرفية، ومستقبل العمل في المصرف على ضوء التقنيات الحديثة التي يتم إدخالها للسوق المصرفية بين فترة وأخرى، حيث تعتبر هذه المعلومات الركيزة الأساسية التي يعتمد عليها عند اتخاذ القرارات من طرف الإداره المصرفية.

4- تصنیف الخدمات المصرفية:

يمكن أن تصنف الخدمة المصرفية إلى الأشكال التالية:¹

- أ- خدمات مُيسّرة:** وهي الخدمات التي يمكن للزيون أن يحصل عليها متى احتاج لذلك دون أن يلاقي أية مشكلة أو صعوبة، لكونها ميسّرة وسهلة المال، كخدمات السحب والإيداع أو استخدام البطاقة المصرفية، وكذلك الاستخدام الآلي من خلال الماكينات والمعدات المتوفرة في المصرف أو خارجه والتي غالبا ما تكون منخفضة الثمن أو تقدم مجانا دون أي مقابل، إذ تلجأ المصارف إلى تقديمها للزيائن بصور عديدة و مختلفة طمعا في إرضائهم، وذلك إما يوميا أو أسبوعيا أو وقت الحاجة تبعا لشكلها أو نوعيتها،
- ب- خدمات ثُسْوق:** بمعنى التعامل مع الخدمة المصرفية كمنْتج، وهي الخدمات التي غالبا ما يبذل الزيون جهدا في الحصول عليها والتي قد لا يتكرر استخدامها إلا في فترات زمنية متباينة نسبيا أو في مواسم معينة، فقد يبذل الزيون جهدا للحصول على قرض وفق مواصفات وشروط معروفة، أو أن الخدمة لا تقدم إلا في وقتها ولا تتاح في أي وقت كان فالقروض لا تمنح على نحو عشوائي وإنما يتطلب الأمر توفر

¹ العجارة، المرجع السابق، ص.ص. 135 - 136

شروط معينة تُمكِّن من الحصول على هذا القرض كالقدرة على الوفاء، ضمان القرض، السمعة الطيبة للعميل،

جـ- خدمات خاصة: لا يُقدم هذا النوع من الخدمات إلا بشكل خاص للمستفيدين منه، حيث أن لها خصوصية معينة ينفرد بها مصرف عن آخر، فبعض المصارف قد لا تقبل الودائع أو فتح الحسابات لديها إلا بعد الحصول على عمولات مقابل ذلك، أو أن تكون الخدمات المقدمة مقتربة أساساً بخصوصية من الزبائن (Customization) أو قروض استثمارية، إذ يتم تصميم الخدمة وفق رغبة الزبائن وحاجته لها وعلى النحو الذي يراه مناسباً لعمله أو نشاطه.

ثانياً: العمل المصرفي الإلكتروني:

يعتبر العمل المصرفي الإلكتروني من الأمور التي أفرزها التطور التكنولوجي الهائل في مجال الاتصال، حيث تم استخدام منتجات وخدمات جديدة تكون ملائمة لطبيعة ومتطلبات التجارة الإلكترونية، بغية تطوير نظم ووسائل تقديم الخدمات المصرفية ورفع كفاءتها ومستوى أدائها حتى يتم التعامل بдинاميكية مع الأنماط الجديدة للتكنولوجيا.

1- ماهية العمل المصرفي الإلكتروني:

1-1- مفهوم العمل المصرفي الإلكتروني¹:

يضم العمل المصرفي الإلكتروني كل العمليات والنشاطات التي يتم عقدها أو تنفيذها أو الترويج لها بواسطة الوسائل الإلكترونية أو الضوئية (مثل الهاتف، الحاسوب، الصراف الآلي والإنترنت)، وكذلك العمليات التي يجريها مُصدروها ببطاقات الدفع أو الائتمان الإلكترونية وأيضاً المؤسسات التي تحصل على التحويلات النقدية إلكترونياً ولها موقع للشراء والبيع.

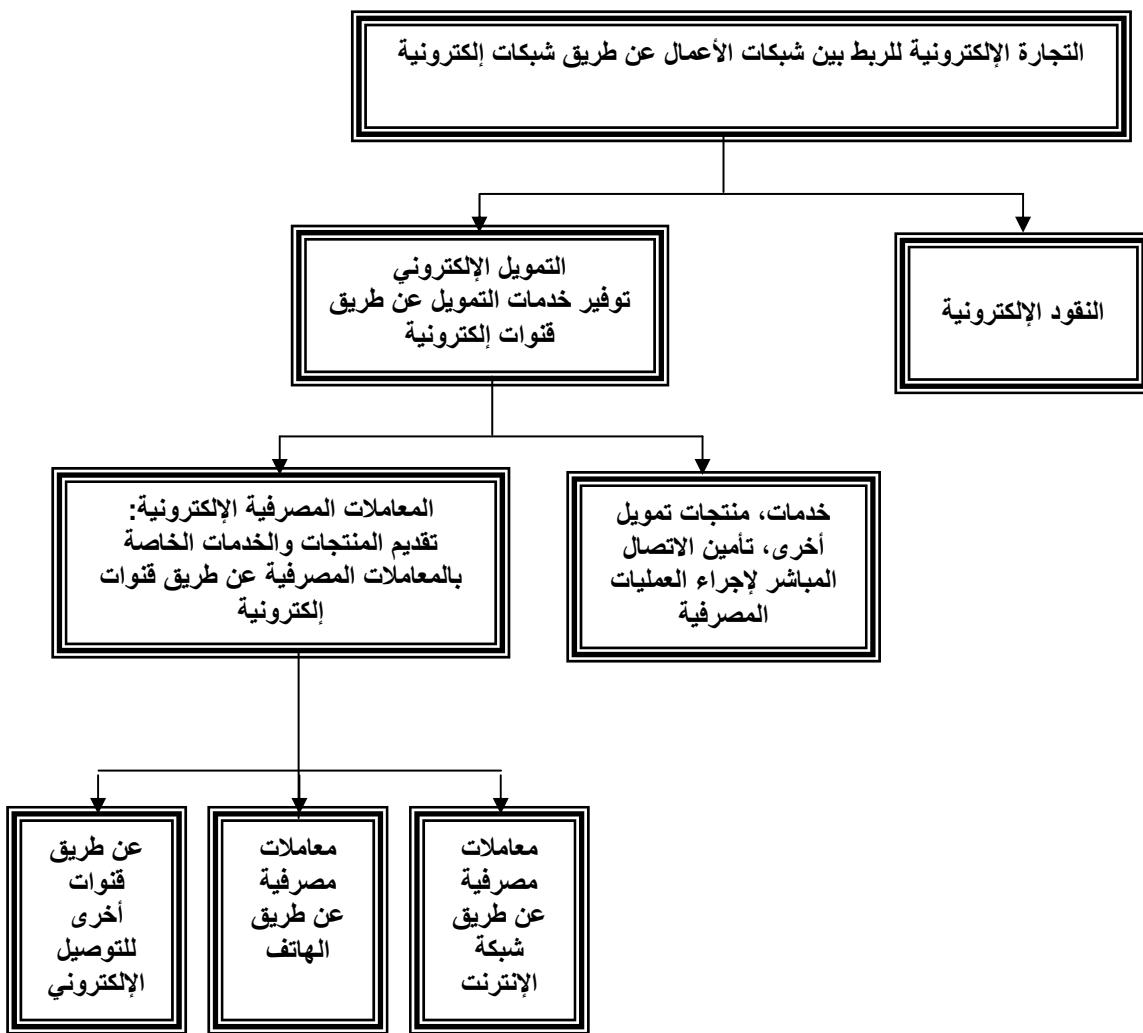
في البداية كانت المعاملات المصرفية الإلكترونية تتم في شكل آلات الصرف الآوتوماتيكية والمعاملات الهاتفية، ثم انتقلت هذه العمليات إلى شبكة الإنترنت (web) وشبكة الهاتف الجوال (wap) وكفتاتين جديدين لتقديم الخدمات المصرفية التي تحقق مزايا لكل من العملاء والبنوك، إضافة إلى

¹ جاسر السنوسي، "المصارف الإلكترونية"، (10-07-2003) <http://www.bankofcd.com>

كونها سريعة، مريحة ومتاحة على مدار الأربع والعشرين ساعة أيا كان مكان العميل، ويوضح الشكل

الموالي صورة المعاملات المصرفية الإلكترونية كما يلي:

شكل رقم 6: المعاملات المصرفية الإلكترونية



المصدر: صالح نصولي وأندريا شايختر، تحديات المعاملات المصرفية الإلكترونية، مجلة التمويل والتتميمية، العدد الثالث، سبتمبر،

48، ص. 2002

١-٢- تكلفة العمل المصرفي الإلكتروني:

يقدم الجدول أدناه صورة مبسطة عن تكلفة الصفقات باستخدام كل من أنظمة التوزيع التقليدي وأنظمة التجارة الإلكترونية، والهدف من وراء هذا كله هو محاولة تحديد الفوارق بين تكلفة العمل المصرفي الإلكتروني وتكلفة العمل المصرفي التقليدي:

الجدول رقم ٤: نسبة التوفير بين استعمال القنوات التقليدية واستعمال الإنترنٰت

الوحدة: دولار

تذاكر الطيران	المعاملات البنكية	توزيع البرمجيات	دفع الفواتير	
9.10	1.08	15.00	3.32-3.22	القنوات التقليدية
1.18	0.13	0.10 - 0.20	1.1-0.65	عبر الإنترنٰت
7.92	0.95	14.90 - 14.80	2.57-2.22	الفرق

Source: <http://www.itvqrqbic.org/e-business/presebtqtion5%cdoc10-sudans.doc>.(14/3/2007) P.02.

من خلال الجدول يتبين أن تكلفة إجراء المعاملات الإلكترونية عن طريق الإنترنٰت أقل بكثير من تكلفة إجراء نفس المعاملات بالطرق التقليدية، وتكون بذلك نسب التوفير مرتفعة في هذه المعاملات حيث تصل إلى ٧٠% بالنسبة لدفع الفواتير، حوالي ٩٨% في توزيع البرمجيات و٩٧% بالنسبة لتذاكر الطيران، أما بالنسبة للمعاملات البنكية فتصل نسبة التوفير إلى ٨٩% ، وبالتالي يُستنتج أن التعاملات عبر الإنترنٰت تقلل التكاليف بنسبة كبيرة.

كما يُقدر العاملون في القطاع المصرفي أن تكون تكلفة تقديم الخدمة من خلال القنوات التقليدية لا تقل عن ستة أضعاف تقديمها من خلال القنوات الإلكترونية الحديثة، وبالتالي فإن من أهداف العمل المصرفي هو تقليل التكلفة وتقديم الخدمات بكفاءة أعلى،^١ ويوضح الجدول التالي بعض التقديرات لتكلفة بعض الخدمات المقدمة عبر قنوات مصرافية مختلفة:

^١ فريد النجار، *الاقتصاد الرقمي: الإنترنٰت وإعادة هيكلة الاستثمار، البورصات والبنوك الإلكترونية*، الإسكندرية: الدار الجامعية، الطبعة الأولى، 2007، ص. 475.

الجدول رقم 5: تقدير التكالفة عبر قنوات الخدمات

تقدير التكالفة (دون التكالفة الإنسانية) وحدة نقدية، في المتوسط	قنوات الخدمات
295 ون	عبر فرع البنك
56 ون	من خلال مراكز الاتصال الهاتفية
4 ون	من خلال الإنترن特
1 ون	باستعمال الصرافة الآلية

المصدر: عز الدين كامل أمين، "الصيরفة الإلكترونية"
[\(12/01/2007\), p.02](http://www.bankofsudan.org/arabic/period/masrafi/vol-26/arsrafi-26.htm)

يتضح من خلال الجدول أن تقديم الخدمات المصرفية من خلال الإنترن特 يوفر 98.64% من التكالفة دون الأخذ بتكالفة اليد العاملة (التكالفة الإنسانية) وتصل هذه النسبة إلى حوالي 99.67% في حالة استخدام الصرافة الآلية.

2- وسائل تقديم خدمات الصيরفة الإلكترونية:

تشمل الصيরفة الإلكترونية المعاملات المالية بين المؤسسات المالية، الأفراد والشركات التجارية والحكومية، وتتعدد خدمات الصيروفة حسب الوسيلة المستخدمة، فنجد من أهم تلك الخدمات أو الوسائل

¹ ما يلي:

2- أ- الخدمات المصرفية من خلال الصرافات الآلية:

يسمح هذا النوع من الخدمات للعميل بإجراء بعض العمليات المصرفية، دون الدخول إلى المصرف وانتظار الموظفين لتلبية طلباته، مثل الحصول على مبالغ نقدية أو كشف حساب أو غيره؛ والصراف الآلي هو كناية عن آلة مُبرمجَة تحفظ فيها النقود بطريقة معينة، تستطيع التعرف على بطاقة العميل من خلال

¹ أمين، المرجع السابق، ص. 02 - 03

وضعها في مكان مخصص لها ثم إدخال الرقم السري المحدد من طرف إدارة المصرف الخاص بكل بطاقة، وتحديد العملية التي يريدها العميل وإتباع التعليمات بشأنها.

إن آلة الصراف الآلي ذات سعة محددة من العملات، لذلك، فهي تعتمد لخدمة الحالات الطارئة للعميل حفاظاً على وقته وتسهيلاً لحاجاته، وهي محدودة من ناحية عدد مرات السحب وكمية النقود، لذلك يحدد سقف للمبالغ النقدية الممكن سحبها بالاستاد إلى ظروف العميل.¹

2- ب- خدمات الصيرفة الإلكترونية عبر الهاتف:

تسمح الخدمات المصرفية عبر الهاتف للعملاء بإتمام عملياتهم المصرفية من أي جهاز هاتف حول العالم وفي أي وقت، ويمكن للعملاء أن يتحققوا من رصيد حسابهم الجاري، دفع فواتير بطاقاتهم الائتمانية، القيام بمدفعات بمساعدة طرف ثالث مثل طلب دفع من أمين الصندوق، طلب حواله أو تحويل الأموال بالتلغراف، إيقاف عملية دفع شيك أو تحديد موعد جديد لاستحقاق حسابات الوديعة لأجل محدد. لقد وصلت آخر التطورات الآن إلى استخدام مراكز للاتصال في الإجابة على رسائل البريد الإلكتروني والذي أصبح أداة فعالة في التخاطب بين المصرف والعميل، وأصبح الاتجاه اليوم نحو الدمج وتكوين المؤسسات الكبيرة عن طريق لجوء بعض المصارف إلى المشاركة في مراكز الخدمات الهاتفية المصرفية مما أدى إلى تقليل التكالفة الكلية وتوحيد الجهد.

2- ج- الصيرفة عبر شبكة الإنترنت:

ينتمي هذا النوع من الخدمات إلى مجموع الخدمات التي يطلق عليها الخدمات المصرفية من المنزل، (Online Banking)، الخدمات الفورية (Remote Banking)، الخدمات عن بعد (Home Banking) أو الخدمات المصرفية الذاتية (Self-Serving Banking).

بدأت المصارف تدريجياً في تبني تقديم خدمات مصرفية عبر الإنترنت نظراً لانخفاض تكاليفها، وقد ساعد هذا التدرج في تقبل العملاء لهذه الخدمة والتأقلم معها والتدريب عليها، وكان الهدف من

¹ نادر شابي، "استخدام الصراف الآلي إلى مزيد من التطور"، <http://www.lebarmy.gov.lb/arabic/article.asp?ln=ar%id=11579>; 2007/04/23

استعمال الإنترنٍت في المصارف هو إقامة مصرف كامل يقدم خدماته للعملاء وهو ما يطلق عليه المصرف الاعتباري أو الافتراضي (**Virtual Bank**)

- د- الصيرفة عبر الهاتف الجوال :

يعرف استخدام الهاتف الجوال في عالم اليوم انتشاراً مذهلاً، حيث قدر عدد خطوط الهاتف الجوال المستخدمة في نقل البيانات سنة 2003 بـ 12 بليون جهاز والرقم مرجع للارتفاع، بينما وصل عدد مشتركى الإنترنٍت عبر الشبكة الثابتة (**Fixed Internet**) إلى 750 مليون لنفس الفترة؛ ويتتيح هذا النوع من التكنولوجيا خدمات متعددة مثل استخدامه للدخول إلى الشبكة العالمية وقراءة البريد الإلكتروني، تصفح المنتجات المعروضة والترويج لها ومن ثم إمكانية استخدامه في تقديم خدمات الصيرفة.

- ه- الصيرفة عبر التلفزيون:

يعتبر التلفزيون من الوسائل الناجحة في الإعلام الجماهيري ولذلك تم تطوير نظام التلفزيون ليتيح المراسلة بين المشترك ومقدمي خدمة الإرسال وهو ما اصطلاح عليه "بالتلفزيون التخاطبي" الذي بدأ في الانتشار في الدول المتقدمة وكمثال على ذلك قام البنك البريطاني "HSBC" باستخدام التقنيات في الصيرفة عبر التلفزيون باستثمار ما يقدر بـ 100 مليون دولار في شبكة "أوبن" التلفزيونية.¹

- 3- دوافع التحول نحو الصيرفة الإلكترونية:

تسعى البنوك والمؤسسات المصرفية من خلال تقديم خدمات جديدة ومتعددة لعملائها وإجراء المعاملات المصرفية إلكترونياً إلى تحقيق جملة من الأهداف أهمها:²

- 3-1- تحقيق ميزة تنافسية:

تحقق المعاملات المصرفية الإلكترونية ميزة تنافسية للبنوك من خلال تمكينها من التعامل مع الأسواق المستهدفة وعناصر البيئة المحيطة بها بصورة أفضل، وحيث أن الهدف الأساسي هو كسب العديد من العملاء والحفاظ عليهم، فتقديم خدمات مصرفية متعددة دون توقف وبسرعة فائقة بالإضافة إلى التطور في أنظمة الدفع النقدي الإلكتروني ساعد البنوك على المنافسة والتميز، كما أن التحويل الإلكتروني

¹ <http://www.alexbande.com/nashra>. 23/04/2007

² Sam Lubbe & Johanna Maria Van Keerdan, The economic and social jump acts of Ecommerce, IDEA group publishing, 2003, p.p.142-154

للاموال أعطى البنوك ميزة تنافسية في الأسواق العالمية، إذ مكّنها من إجراء التسويات الفردية، من دفع وتلقي الأموال عبر حساباتها الجارية لدى البنوك المركزية وتوفير دفع فوري لعملائها.

- 3 - تحقيق الربحية في الأجل الطويل:

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

- انخفاض تكلفة الخدمات المصرفية المؤداة من خلال الإنترن特 عن مثيلتها المؤداة بواسطة البنوك التقليدية،

- ارتفاع ربحية قطاع عملاء الخدمة المصرفية الإلكترونية، بسبب انخفاض حساسيتهم السعرية إذا ما قورنت بعملاء الخدمة المصرفية التقليدية، حيث تأتي الملاءمة الزمنية والمكانية للخدمة المصرفية في مرحلة متقدمة بالنظر إلى أولويات تفضيلاتهم، مما يتيح للبنوك مرونة كبيرة في تسعير خدماتها المصرفية،

- 3 - توفير فرص تسويقية جديدة:

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

- 3 - توزيع واسع الانتشار:

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

3-5- تحسين جودة الخدمة المصرفية:

تم جميع المعاملات المصرفية الإلكترونية بين البنك والعميل بصورة مبرمجة وسريعة، تنخفض فيها احتمالات الخطأ في الأداء إلى حدوده الدنيا فمثلاً تقدر نسبة الخطأ في البطاقات المغناطيسية بـ 250 خطأ لكل مليون معاملة، في حين أن نسبة الخطأ للبطاقات الذكية تصل إلى مئة لكل مليون معاملة. وسوف تسمح التطورات المستمرة في تقنية المعالجات في المستقبل القريب بتخفيض قيمة نسبة الخطأ إلى المستويات الدنيا¹ بالإضافة إلى هذا فإن المعاملات المصرفية الإلكترونية سوف تفتح قناة للتسويق المصرفي ذات كفاءة تعاملية عالية، وكذلك نقل التفاعل بين العميل وموظفي البنك إلى الإنترنت.

¹ رحيم حسن، "التجارة الإلكترونية والنقد الإلكتروني"، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسليه، جامعة الأغواط، 2005، ص. 04
(<http://www.startimes.com/fasp?x=3061542; 28/11/2006>)

المبحث الثاني:

البنوك الإلكترونية وأثرها على الخدمة المصرفية:

ساهم الانتشار المذهل للتجارة الإلكترونية عبر العالم في استقطاب الكثير من الأموال الضخمة واستثمارها في هذا المجال، مما خلق الحاجة لوجود نوعية جديدة من البنوك غير التقليدية تستطيع التعامل مع هذا النوع من التجارة ولا تقييد بمكان معين أو بأوقات عمل محددة بالإضافة إلى القيام بكافة العمليات المصرفية التقليدية في وقت أقل وبجودة أكبر مما يساعد رجال الأعمال، الشركات وحتى الحكومات على القيام بكافة أعمالهم التجارية الإلكترونية دون أن يعانون من طريقة عمل البنك التقليدية.

1. ماهية البنوك الإلكترونية:

يشير البنك الإلكتروني إلى النظام الذي يتيح للزبون الوصول إلى حساباته أو أية معلومات يريدها فضلاً عن الحصول على مختلف الخدمات والمنتجات المصرفية من خلال شبكة معلومات (الإنترنت) يرتبط بها جهاز الحاسوب الخاص به أو أية وسيلة أخرى كالهاتف النقالة ضمن مفهوم بنوك الويب أو غيرها من الوسائل التقنية.¹

كما يستخدم تعبير أو اصطلاح البنك الإلكتروني (Electronic Banking) أو بنوك الإنترنت (Internet banking) كتعبير متتطور وشامل للمفاهيم التي ظهرت مع مطلع التسعينيات من القرن الماضي كمفهوم الإدارة المالية عن بعد، البنك الإلكتروني عن بعد (Remote Electronic Banking)، البنك المنزلي (Self-Service Banking)، البنك على الخط (Online Bank)، أو الخدمات الذاتية (Home Banking)، وكل هذه المصطلحات تعبر عن قيام العملاء بإدارة معاملاتهم وحساباتهم وإنجاز متطلباتهم من خلال منازلهم أو أماكن عملهم أو أي مكان آخر دون الحاجة إلى الذهاب إلى البنك وبصرف النظر عن أوقات العمل الرسمية للبنوك.²

¹ يومن عرب، "البني التحتية لمشروعات البنوك الإلكترونية"، - (article.doc.21/03/2007)

² أحمد عبد البديع نصر، "البنوك الإلكترونية"، (http://www.alqabas.com.kw/final/newspaperwebsit/newspaper/backoffice/issues/18-01-2007/28tech.pdf.p. 01

في البداية، كان العميل يستطيع الدخول إلى حسابه والاستفادة من الخدمات الموجودة عن طريق استخدام خط خاص يصل بينه وبين البنك، ومع تطور الخدمات التي يقدمها البنك لعملائه أصبح يقوم بتقديم مجموعة من البرامج الالزمة لكي يتمكن العميل من الدخول عبرها إلى الكمبيوتر الخاص بالبنك والقيام بما يريد من أعمال،

إن التقدم الهائل الذي يشهده العالم، من تطور الاتصالات إلى وجود الإنترنت واستخدامها بشكل يكاد يكون رئيسيا في مجال التجارة الدولية قد طال الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك إلى عملائها عبر الخطوط الخاصة التي كانت توفرها لهم، حيث أصبح البنك نفسه ككيان ليس له مقر على الأرض وإنما مقره هو شبكة الإنترنت فقط، إذ يمكن للعميل أن يدخل إليه في أي ساعة لقضاء جميع أعماله دون التقيد بما إذا كانت تلك الخدمة تتم عن طريق الخط المتاح أم لا، فكل الخدمات التي تقدمها البنك متاحة للعميل طوال الساعة دون أي انقطاع ولم يعد العميل يبذل مجاهدا في الانتقال إلى البنك، ومن المهم أن البنوك الإلكترونية لا تعد فرعا لأي بنك تقليدي وإنما هي بنك مستقل بذاته، والتحدي الذي تواجهه هذه البنوك هو العمل على تقديم الخدمات التي كانت تقدمها البنوك التقليدية وذلك باستخدام التطور الهائل في عالم البرمجيات التي أتاحت للبنوك الإلكترونية تقديم نفس الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك التقليدية وهو ما قضى على أي فارق كان موجودا بين هذه الأخيرة والبنوك الإلكترونية الحديثة، بل إن الكثير منها لم يعد يقتصر نشاطها على تلك الخدمات التي تقدمها البنوك التقليدية بل تعدتها إلى تقديم الاستشارات المالية وكافة الخدمات التي كانت تقدمها الشركات التجارية والمكاتب التجارية الدولية.¹

تعد الشركات الناشطة عبر شبكة الإنترنت من أهم عمالء هذه البنوك حيث تستخدمها في تحصيل مبيعاتها من العملاء الذين يقومون بالشراء وذلك باستخدام وسائل الدفع الحديثة أو ما يسمى بـ

¹ منير محمد الجنبي ومدحوح محمد الجنبي، **البنوك الإلكترونية**، الإسكندرية: دار الفكر الجامعي، 2006، ص. 11 - 13

النقود الإلكترونية مما أدى إلى تزايد حركات البيع والشراء عبر الشبكة، وعليه نجد أن البنوك الإلكترونية قد قامت بدور كبير سواء في توفير وتسهيل الخدمات البنكية (المصرفية) المقدمة عبر شبكة الإنترنت وكذلك في انتشار عمليات البيع والشراء أيضاً عبر الشبكة.¹

2. خصائص البنوك الإلكترونية:

تتمتع البنوك الإلكترونية بجملة من الخصائص تتلخص في:

أ. أوقات العمل:

من أهم ما تميز به البنوك الإلكترونية أنها تقدم خدماتها لعملائها طوال الوقت دون التقييد بأوقات عمل معينة أي دون أن تكون هناك إجازات للموظفين مثلاً أو غياب مما يخلق نوعاً من المرونة في تقديم الخدمات طوال أيام الأسبوع وعلى مدار الأربع والعشرين ساعة.

ب. كيفية الاتصال بالبنك:

يقوم العميل بالاتصال بالبنك من أي مكان عن طريق الإنترنت ليرد عليه البنك ممثلاً في جهاز للرد الآلي يستعلم منه عن رقمه السري المخصص له، ليتمكن بعد ذلك من أن يطلب ما يشاء من الخدمات بمجرد إدخال ذلك الرقم حيث تتم كافة الإجراءات التي يريد لها في ثوان معدودة، ذلك أن إدخال الرقم السري الخاص بالعميل يظهر للموظف المختص كافة البيانات الخاصة به ويكون له أن يأمر بإجراء أي من تلك الخدمات التي يقدمها البنك لعملاً فتتم في لحظات.

ج. العمليات المصرفية التي يقدمها البنك:

كانت البنوك الإلكترونية عند بداية ظهورها تقدم تعريفاً لما تقدمه البنوك التقليدية من عمليات مصرفية متعددة، ولم تكن هناك أي عملية تتم من خلال الإنترنت، ثم تطور الوضع لتصبح البنوك الإلكترونية تقدم كافة العمليات المصرفية من خلال الإنترنت.

وتعتبر الخدمات التي تقدمها البنوك الإلكترونية أحد أشكال الاتصال التبادلي بين العملاء والبنوك من خلال الإنترنت ومن أهم هذه الخدمات:

¹ الجنبيهي، المرجع السابق، ص. 13

1. تقديم الاستعلامات الخاصة للعملاء،

2. إتمام عمليات التحويل بين الحسابات الداخلية وبنوك وشركات أخرى،

3. الحصول على كشوف الحسابات وغيرها من التقارير التي يحتاجها العميل،

4. سداد الأقساط المستحقة أو الفواتير الدورية،

5. تقديم الطلبات الشخصية، مثل طلبات الحصول على بطاقات ائتمانية،

6. الحصول على القروض المختلفة.

د. الطبيعة القانونية للبنوك الإلكترونية:

مع التقدم التكنولوجي وازدياد نمو التجارة الإلكترونية بدأت البنوك الإلكترونية بالظهور

والتطور، وعليه لا بد من الحديث عن الطبيعة القانونية لهذه البنوك وهذا بالطرق إلى جوانب ثلاثة:¹

د-1 مدى سريان القواعد القانونية الخاصة بالبنوك التقليدية على البنوك الإلكترونية:

من حيث الكيان القانوني فإن للبنوك التقليدية كياناً قانونياً، وواعداً ملماساً على الأرض متمثلاً

في فروعها الكثيرة المنتشرة، وعدداً كبيراً من الموظفين منتشرة في تلك الفروع، بينما ليس للبنوك

الإلكترونية فروع منتشرة على الأرض وإنما هو فرع واحد يستطيع أي من العملاء الوصول إليه من أي

مكان وفي أي وقت، كذلك فإن البنوك الإلكترونية ليس لها هذا العدد المهوول من الموظفين، أما من

حيث الخدمات المقدمة فإن البنوك التقليدية تقدم كافة الخدمات المصرفية لعملائها ولكن بطريقة

تقليدية مكلفة نوعاً ما، وتقدم بنوك الوب نفسم الخدمات وبطريقة إلكترونية توفر كلًا من الوقت

والجهد.

لذلك يجب أن تخضع هذه البنوك لذات القواعد القانونية المنظمة لعمل البنوك بشكلها التقليدي

وذلك حتى يتتوفر للعملاء الحد المناسب من الطمأنينة عند قيامهم بالتعامل مع تلك النوعية من البنوك.

د-2 مدى خضوع البنوك الإلكترونية لإشراف البنوك المركزية:

¹ الجنبي، المرجع السابق، ص.ص. 28 - 31

إن خصوصية البنوك سواء التقليدية أو الإلكترونية لإشراف البنوك المركزية الموجودة في كل دولة يوفر الكثير من الحماية للعملاء على ما يقوم به البنك من عمليات مصرافية وذلك لحماية أموالهم المودعة بذلك البنك ولcki لا تبقى تلك الأموال دون إشراف أو مراقبة فتستخدم في عمليات مرتبطة بـ كفسيل الأموال التي تنتشر في كثير من البلدان التي لا يتتوفر فيها أي قدر من الإشراف والمراقبة على العمليات المصرفية التي تقوم بها البنوك بنوعيها التقليدية والإلكترونية،

د-3 مدى قانونية قيام البنوك الإلكترونية بالعمليات المصرفية:

في بداية انتشار البنوك الإلكترونية، كان الغرض من وجودها التعريف بالبنك وما يقدمه من خدمات مصرافية إلى عملائه بالطرق التقليدية ثم تطور الأمر وأصبحت تلك البنوك تقوم بالعمليات المصرفية الإلكترونية عبر موقعها الإلكتروني الموجود على شبكة الإنترنت.

وقد أثير الكثير من الجدل في البداية عما إذا كان من حق تلك البنوك القيام بهذه العمليات، إلا أنه ما لبث إلا وحسم لصالح تلك البنوك في أنه من حقها القيام بكل خدمات المصرفية بطريقة إلكترونية وذلك لما فيه من مميزات عن البنوك التقليدية من توفير الوقت والجهد والأموال سواء للعملاء أو البنك نفسه، وحيث أن تلك البنوك تتمتع بنفس الكيان القانوني للبنوك التقليدية وت تخضع لنفس الإشراف والمراقبة وتقوم بتقديم خدمات جديدة لا تستطيع البنوك في شكلها التقليدي أن تقدمها فإن لهذه البنوك الإلكترونية الحق قانونيا في تقديم الخدمات المصرفية لعملائها.¹

3. أشكال البنوك الإلكترونية على الإنترنت:

حددت مؤسسات الإشراف الأمريكية والأوروبية ثلاثة أشكال أساسية للبنك الإلكتروني على الإنترنت هي:²

أ. الموقع المعلوماتي: وهو الحد الأدنى من النشاط الإلكتروني المصرفي، يقدم البنك من خلاله جميع المعلومات الأساسية حول خدماته المصرافية وهو موقع أشبه بإعلان عن البنك ولا يوجد اتصال فيه بين العملاء والبنك،

¹ الجنبيهي، المرجع السابق، ص. 40- 42

² نصر، المرجع السابق، ص. 02

بـ. الموقع التفاعلي والاتصال: يوجد فيه نوع من الاتصال بين البنك والعملاء حيث يستطيع العميل

تقبئه طلبات أو نماذج من خلال الموقع، إرسال واستقبال بريد إلكتروني من وإلى البنك،

جـ. الموقع التبادلي: يكون التواصل هنا كاملاً بين العميل والبنك من خلال الموقع ويستطيع العميل

انجاز كل معاملاته المصرفية من خلال بيئه إلكترونية بالكامل.

٤. تقييم البنوك الإلكترونية:^١

٤-١- مزايا البنوك الإلكترونية:

تتمتع البنوك الإلكترونية من خلال الخدمات التي تقدمها بجملة من المزايا منها:

أـ. إمكانية الوصول إلى قاعدة أوسع من العملاء:

من أهم مميزات البنوك الإلكترونية هو إمكانية الوصول إلى قاعدة عريضة من العملاء طالبي الخدمات المصرفية السريعة - دون التقيد بمكان أو زمان معينين - وغالبيتهم ممن يعملون بالتجارة الإلكترونية دون أن ينحصر في العملاء المقيمين بجوار فروع البنوك التقليدية، فالتجارة الإلكترونية ألغت الحدود الجغرافية بين الدول والشعوب وكذلك ألغت عامل الوقت الذي كان يعيق الكثير من المعاملات التجارية الدولية التي أصبحت لا تستغرق إلا وقتاً قصيراً للغاية لتلبية مما يتواافق وعمليات التجارة الإلكترونية التي زاد انتشارها في كافة أنحاء العالم،

بـ. تقديم خدمات مصرفية كاملة و جديدة:

يمكن للبنوك الإلكترونية تقديم كافة العمليات المصرفية التقليدية المعروفة، مثلها في ذلك مثل البنوك التقليدية، ونتيجة انتشار التجارة الإلكترونية على مستوى العالم أصبحت هناك عمليات مصرفية جديدة لا يمكن لأي بنك أداؤها إلى عملائه إلا إذا كان إلكترونياً لما تتميز به تلك العمليات المصرفية من سرعة في الأداء وهو ما لا تستطيع البنوك التقليدية القيام به.

جـ. خفض تكاليف التشغيل:

^١ الجنبيهي، المرجع السابق، ص.ص. 20-14

من أهم العوامل التي تقييد أي بنك عندما يفكر في القيام بافتتاح فروع جديدة له، هو مصاريف تشغيل هذا الفرع وهل ستغطي الأرباح تلك المصاريف؟ مثل تكاليف شراء الموقع، تأسيسه، تكاليف العمالة والصيانة، في حين تعتبر هذه المصاريف مدعومة في حالة البنوك الإلكترونية، لاختلاف طبيعتها عن طبيعة البنوك العادية نظراً لعدم احتياجها إلى مقر، تأسيس وعمالة كبيرة وإن كان إنشاء بنك إلكتروني قد يتطلب مصاريف ذات طبيعة مختلفة مثل مصاريف إنشاء موقع البنك على الإنترنت وتفعيله وما إلى ذلك، غير أنها تبقى منخفضة جداً مقارنة بسابقتها،

د. زيادة كفاءة أداء البنوك الإلكترونية:

تتميز البنوك الإلكترونية بسرعة الأداء وإنجاز الأعمال مقارنة بالبنوك العادية، فدخول العميل إلى موقع البنك الإلكتروني أسهل بكثير من انتقاله جسدياً إلى مقر البنك لإنجاز ما يريد من العمليات المصرفية، فلا يوجد أبسط أو أسهل من أن يدخل العميل إلى الموقع الخاص بالبنك على شبكة الإنترنت والمror إلى الجزء الذي يريد ومن ثم يبدأ في طلب ما يرغب من خدمات التي سرعان ما تتم وتنتهي في أجزاء صغيرة من الدقيقة الواحدة دون أن يتحمل عناء الذهاب إلى البنك العادي والتعامل مع الموظفين والتقييد بأوقات العمل الرسمية خاصة إذا تعلق الأمر بإتمام بعض العمليات المصرفية السريعة التي لا تحتمل التأخير لارتباطها بعمليات التجارة الإلكترونية.

4-2- مخاطر البنوك الإلكترونية:

لا أحد يستطيع أن ينكر المزايا التي تقدمها البنوك الإلكترونية، إلا أن ذلك لا يعني أن التعامل من خلالها ليس له مخاطر وعيوب حيث يحذر الخبراء الاقتصاديون من عيوب محتملة الحدوث في نظام التعامل مع البنك الإلكترونية منها:

أ. مخاطر التشغيل:

ينشأ هذا النوع من المخاطر نتيجة ما يلي:

أ-أ- عدم التأمين الكافي للنظم:

يتمثل هذا الخطر في إمكانية الاختراق غير المرخص لنظم حسابات البنك بهدف التعرف على المعلومات الخاصة بالعملاء واستغلالها أو سرقة أرقام البطاقات الائتمانية الخاصة بهم، سواء تم ذلك من خارج البنك أو من طرف العاملين به بما يستلزم توافر إجراءات كافية للكشف وإعاقة ذاك الاختراق حيث تقع على عاتق البنك مسؤولية كبيرة لتأمين معلوماتها الموجودة على الإنترنت واستخدام أفضل وأحدث البرمجيات واستخدام التشفير بدرجة عالية ومعقدة، ويعتبر أيضا جزءاً من المسؤولية على العملاء في تأمين أجهزتهم واستخدام مضادات الفيروسات وعمل التحديثات بشكل دوري.

أ- ب- عدم ملاءمة تصميم النظم أو التنفيذ أو أعمال الصيانة:

ينشأ هذا الخطر من إخفاق النظم أو عدم كفاءتها لمواجهة متطلبات المستخدمين وعدم السرعة في حل هذه المشاكل وصيانة النظم وخاصة إذا زاد الاعتماد على مصدر خارج البنك لتقديم الدعم الفني بشأن البنية الأساسية الالزامية، وهنا لا بد أن يقوم البنك الإلكتروني بالاعتماد على مصادره الخاصة لتقديم الدعم الفني له دون الاعتماد على مصادر خارجية سواء لدعم البرمجيات التي يعمل بها البنك أو تلك النظم الإلكترونية التي تقوم على حماية النظم البرمجية التي يؤدي بها البنك عمله بالنسبة لعملائه الذين يتوقعون منه السرعة الفائقة في تقديم ما يريدون من خدمات مصرافية.

أ- ج- إساءة الاستخدام من قبل العملاء:

يرد هذا النوع من الأخطار نتيجة عدم إحاطة العملاء بإجراءات التأمين والوقاية، أو سماحهم لعناصر إجرامية بالدخول إلى حسابات عملاء آخرين أو القيام بعمليات غسيل الأموال باستخدام معلوماتهم الشخصية أو بعدم إتباع إجراءات التأمين الواجبة،

ب مخاطر السمعة:

تنشأ مخاطر السمعة في حالة توافر رأي عام سلبي تجاه البنك، والذي قد ينشأ من عدم توفر وسائل الحماية الكافية والمؤكدة للبيانات التي يحتفظ بها البنك وخاصة بعملائه، وهذا يؤثر تأثيراً كبيراً على سمعة البنك وعلى نشاطه مما يؤدي إلى تراجع عدد العملاء لدى هذا البنك وينخفض نشاطه إلى أقصى حد مما يقلل من الأرباح،

ج المخاطر القانونية:

تقع هذه المخاطر في حالة انتهاك القوانين والضوابط المقررة خاصة تلك المتعلقة بمكافحة غسيل الأموال، أو نتيجة عدم التحديد الواضح للحقوق والالتزامات القانونية الناتجة عن العمليات المصرفية الإلكترونية مثل عدم وضوح القواعد المتعلقة بحماية المستهلكين في بعض الدول أو لعدم المعرفة القانونية لبعض الاتفاقيات المبرمة باستخدام وسائل الوساطة الإلكترونية،

د مخاطر أخرى:

يرتبط أداء العملات المصرفية الإلكترونية بالمخاطر الخاصة بالعمليات المصرفية التقليدية، مثل مخاطر الائتمان، السيولة، السوق مع احتمال زيادة حدتها، فعلى سبيل المثال، فإن استخدام قنوات غير تقليدية للاتصال بالعملاء وامتداد نشاط منح الائتمان سيزيد من صعوبة السيطرة على حجم السيولة في البنوك وذلك لأن العملاء يستطيعون تحويل أي مبلغ من خلال الكمبيوتر ومن دول أخرى مما يؤثر بالسلب على اقتصادات الدول و يؤدي إلى حدوث أزمات سيولة.¹

5- اتجاهات التعامل المالي على شبكة الإنترنت وواقع البنوك الإلكترونية:

5-1- اتجاهات البنوك العالمية في حقل العمل المصرفي الإلكتروني:

جاء في دراسة حول البنوك الإلكترونية أجرتها مجلة إنترنت العالم العربي سنة 2001، أن إحدى الدراسات المسحية التي قامت بها شركة "Efunds"، وهي شركة لتحويل الأموال إلكترونياً تابعة لمؤسسة "Deluxe Corporation" تشير إلى أن إنجاز الأعمال المصرفية على الشبكة، مازال معقداً جداً، وأن الكثير من العملاء ما زالوا متوفين من الناحية الأمنية، ويقول "ماشيو لاولر"، كبير المديرين التنفيذيين لشركة "Online Resources"، التي توفر الخدمات المصرفية الفورية لحوالي 400 شركة في الولايات المتحدة: "يبدو أن هناك تذمراً على نطاق واسع بين المستهلكين الذين يطالبون بتبسيط هذه الخدمات".²

استقطبت الدراسة المسحية التي أجرتها شركة "Delux"، تعليقات من 400 شخص لديهم حسابات مصرفية فورية، أو أبدوا رغبة في فتح حسابات من هذا النوع حيث قال 365 شخصاً منهم أي 83%， أن

¹ نصر، المرجع السابق، ص. 02

² <http://www.onlinebanking.com/news&documents.asp>; 13-07-2007

تعاملاتهم مع المصارف عبر الإنترت أفضل من تعاملاتهم مع المصارف التقليدية، ومن أفضل المنافع التي يتمتع بها هؤلاء، قدرتهم على الوصول إلى حساباتهم خلال الأربع والعشرين ساعة، يومياً، وقدرتهم على مشاهدة أرصدة حساباتهم، واستعراض كشوف الحركات التي يجرونها على حساباتهم، فورياً، بالإضافة لتمتعهم بخدمة دفع فواتيرهم عبر الشبكة، وقال 88 شخصاً أي 20% من الذين شاركوا في الدراسة أنهما باشروا عملية التسجيل للحصول على حساب مصرفي عبر الإنترنت، إلا أنهم لم يتموا تلك الإجراءات، حيث يرجع 28% منهم سبب توقفهم إلى عدم الثقة بأمن التعاملات الفورية وأفاد 26% أن هذه العملية تتطلب طباعة العديد من النماذج وإرسالها بالبريد أو الفاكس وقال 25% منهم أن عملية إيداع الأموال غير ملائمة لأنها تتطلب إيداع الشيكات الورقية، وأضافت المجلة أن نتائج دراسة مسحية أخرى أجرتها مؤسسة "Pis Global" أظهرت أن 7% من المنازل الأمريكية تستخدم الخدمات المصرفية عبر الإنترنت وهي زيادة تبلغ بـ 67% مما كانت عليه عام 1998، وتثبت الدراسة أن ترتفع نسبة المنازل الأمريكية التي تستعمل الخدمات المصرفية عبر الإنترنت إلى 20% عام 2002 و37% سنة 2004.

على الرغم من أن مستقبل الخدمات المالية المتكاملة عبر الإنترنت يبشر بنجاح كبير إلا أن نتائج الدراسة تذكر أن المسائل المتعلقة بخدمة العملاء ما زالت بحاجة إلى جهود كبيرة لتحسينها.¹

تظهر الدراسات التحليلية البحثية الصادرة عن مؤسسات الأبحاث المختلفة ما يلي:

1. غالبية موقع البنوك على الإنترت مواقع تعريفية معلوماتية وليس موقع خدمات مصرفية على الخط،
2. هناك اتجاه دولي للتواجد على الإنترت لكن مجرد الوجود على الإنترت ليس هو الغرض المطلوب بقدر ما هو مطلوب استثمار هذه البيئة في نشاط فعال وبكماءة،
3. إن الكثير من موقع الإنترت البحثية توفر مداخل شاملة لكافحة موقع البنوك على الإنترت، وهذا يعني قدرة المستخدم على التحرك بين هذه الموقع بسهولة للوصول إلى أفضل عروض متاحة، ومن هنا

¹ يمكن الوصول مباشرة إلى أهم البنوك الإلكترونية الناشطة على شبكة الإنترت من خلال الموقع www.onlinebanking.com وهي: Citibank , WingspanBank.com , Net.B@nk , CompuBank , Security First , Network Bank , USAcces Bank , First Internet Bank , First National Bank of the Internet , Chase , Bank of America, NationsBank , First Union , Bank One , Wells Fargo, Norwest, Fleet Financial Group, PNC Bank, KeyCorp, Bank of New York, SunTrust, National City, Wachovia, Republic Bank & Trust, Mellon

فإن أهم إستراتيجية في واقع البنوك على الإنترنت هي أن يدرك القائمون عليها الحكمـة التي تقول "إن الكل يراك وما تظنه مميـزا قد يكون عاديا بالنسبة لـلـغير" ،

4. لا تزال الولايات المتحدة الأمريكية في مقدمة الدول في حقل أتمـة العمل المصرـي، ومع ذلك فإن من بين 10 آلاف بنـك ومؤسسة مالية ثـمة ما يقارب 3500 موقعـاً تشارـك في بعضـها العـديد من المؤسسـات، وأن محركـات الـبحث الأوسـع انتشارـاً غير قادرـة على جـلب أكثرـ من 30% تقريـباً من هـذه المـواضع، وفيـ محركـات الـبحث تـكرر أسمـاء ما يقارب 20 إلى 30 موقعـاً للبنـوك الكـبرـى وبـعضـها من البنـوك الصـغـيرـة، ويرجـع ذلك لـنجاح هـذه البنـوك في اعتمـاد آليـات انتشارـ عبر محركـات الـبحث العالميـة تـتيـح لـمـختلف المستـخدمـين الوصولـ إليها أفضـل من غـيرـها من المـواضع.

ما فـتـئتـ أن تحـولـتـ موقعـ البنـوك الإـلكـتروـنيةـ منـ موقعـ تعـريفـيةـ وـمـعلومـاتـيةـ إـلـىـ موقعـ خـدمـيـةـ تـقيـيمـ عـلـاقـاتـ تـفـاعـلـ مـباـشـرـةـ معـ الزـبـونـ وـفيـ وقتـ قـصـيرـ،ـ فـماـ بـيـنـ عـامـيـ 1997ـ وـ2000ـ ارـتفـعـتـ نـسـبةـ الـاتـجـاهـ إـلـىـ المـوـاقـعـ التـفـاعـلـيـةـ بـماـ يـقـارـبـ 80%¹.

5-2- حقائق حول العمليات المصرفية عبر الشبكة:

إن أول بنـكـ افتراضـيـ أـنشـئـ عـلـىـ شبـكةـ الإنـترـنـتـ هوـ الـ "Netbank"ـ (www.netbank.com)ـ الذيـ نـمـتـ أـعـمالـهـ مـنـ سـنةـ 1995ـ إـلـىـ غـايـةـ 2001ـ بـماـ يـقـارـبـ 717%ـ؛ـ وـتـرـىـ مؤـسـسـةـ الـأـبـحـاثـ الـدـولـيـةـ (www.idc.com)ـ أنـ تـطـبـيقـاتـ وـبـرـامـجـ التـعـامـلـاتـ المـصـرـفـيـةـ الإـلـكـتروـنـيـةـ ستـكـونـ بمـثـابـةـ الـوـصـفـةـ الـجـاهـزـةـ لـمسـاعـدةـ البنـوكـ عـلـىـ دـخـولـ سـوقـ البنـوكـ الإـلـكـتروـنـيـةـ وـالـاحـفـاظـ بـزـيـانـتهاـ؛ـ وـقـدـ بلـغـتـ مـبـيعـاتـ الـحـزمـ الـجـاهـزـةـ 93ـ مـلـيـونـ وـ326ـ مـلـيـونـ دـولـارـ عـامـيـ 1998ـ وـ1999ـ عـلـىـ التـرـتـيبـ أيـ بـمـعـدـلـ زـيـادـةـ يـقـدرـ بـ 250%ـ،ـ وـفيـ أمـريـكاـ وـحدـهاـ وـقـعـتـ 1200ـ مـؤـسـسـةـ اـئـمـانـيـةـ عـامـ 1998ـ اـتـقـاـقـيـاتـ توـريـدـ حلـولـ بـرـمـجيـةـ إـلـكـتروـنـيـةـ لـتـرـقـعـ إـلـىـ 7200ـ عـامـ 1999ـ.

ليـسـ البنـوكـ الإـلـكـتروـنـيـةـ حـكـراـ عـلـىـ المؤـسـسـاتـ المـصـرـفـيـةـ بلـ رـبـماـ تكونـ الـرـيـادـةـ فيـ مـشـروعـاتـهاـ رـاجـعـةـ إـلـىـ تـدـخلـ جـهـاتـ غـيرـ مـصـرـفـيـةـ لـتـلـيـةـ اـحـتـيـاجـاتـ التـسـويـقـ الإـلـكـتروـنـيـ التـيـ تـمـارـسـهاـ عـبـرـ مـوـاقـعـهاـ،ـ

¹ <http://www.onlinebanking.com>; 13-07-2007

والمتتبع لوضع سوق الإنترنـت يجد أن قطاعات غير بنكـية قد دخلـت بقوـة سوق الاستثمار في البنوك الإلكترونية ، إما عن طريق :

أ- الاستثمار المباشر، مثل شركة "Sony" (www.sony.com) حيث أنشأت بنـكا افتراضـيا يقدم خدمات الإقراض والائتمـان، وشركة "Soft Bank" (www.softbanck.com) التي تملك كل من موقع "E-trade" (www.zdnet.com) "Zdnet" ، (www.yahoo.com) "Yahoo"

(www.etrade.com) ، وليس لها عـلاقة بالعمل البنـكي الفـعلي ،

ب- توفير منصـات خدمات للـتعاملـات المـصرفـية، مثل "America Online" (www.aol.com) التي أقامت بنـكا افتراضـيا منذ 1996 لتـضمـ إلـيـهـ فيما بـعـدـ كـلـ مـنـ :

• City bank

• Bank of America

• Union bank of California

ج- تقديم خدمات بنـكـية بالـنيـابةـ، مثل شـركـةـ بـيعـ وـتأـجيرـ السـيـارـاتـ "Autobytel" (www.autobytel.com) تـقدمـ خـدمـةـ التـموـيلـ المـجاـنيـ وـمـقارـنةـ أـسـعـارـ الفـائـدـةـ عـلـىـ الـقـرـوـضـ.

• المشاريع الشاملة:

يكـمنـ التـحدـيـ فيـ مـيدـانـ الصـنـاعـةـ الـبـنـكـيـةـ الـإـلـكـتـرـوـنـيـةـ فيـ مـحتـوىـ الخـدـمـةـ وـالـقـدـرـةـ عـلـىـ جـذـبـ الزـبـائـنـ، ولـغـاـيـةـ الـآنـ، تـقـومـ استـراتـجيـاتـ التـسـويـقـ فيـ هـذـاـ المـيـدانـ عـلـىـ تـقـديـمـ بـرـامـجـ تـحـفيـزـيـةـ إـلـىـ جـانـبـ بـرـامـجـ التـروـيجـ وـالتـوـعـيـةـ، لـكـنـ اـتسـاعـ نـشـاطـ بـعـضـ المـؤـسـسـاتـ عـنـ غـيرـهـاـ يـرـجـعـ فيـ الحـقـيقـةـ إـلـىـ مـدـىـ شـمـولـ الخـدـمـاتـ المـقـدـمةـ، وـالـفـكـرـةـ هـنـاـ، أـنـ مـوـقـعـ الـبـنـكـ يـتـعـينـ أـنـ يـتـيحـ لـالـمـسـتـخـدـمـ الـبـقـاءـ عـلـىـ الـمـنـصـةـ إـنـ جـازـ التـعبـيرـ لـأـنـ اـنـتـقـالـهـ إـلـىـ مـوـقـعـ خـدـمـةـ أـخـرىـ قـدـ لاـ يـعـيـدـهـ إـلـىـ مـوـقـعـ الـبـنـكـ خـاصـةـ وـأـنـ كـثـيرـاـ مـنـ المـؤـسـسـاتـ غـيرـ المـصـرـفـيـةـ تـقـدـمـ الخـدـمـةـ المـصـرـفـيـةـ مـنـ مـوـقـعـهاـ مـباـشـرـةـ، وـمـنـ أـمـثلـةـ الـبـنـوـكـ الـتـيـ تـسـعـيـ لـتـقـديـمـ الخـدـمـةـ الشـامـلـةـ، "Soft

Bank" الذي قـامـتـ الشـرـكـةـ الفـرعـيـةـ التـابـعـةـ لـهـ "E-Trade" (www.etrade.com) والـتـيـ تـعـملـ فيـ مـيدـانـ "tele bank" ثمـ معـ شـرـكـةـ تـأـمـينـ إـلـكـتـرـوـنـيـةـ لـتـحـقـقـ بـذـلـكـ تـحـالـفـاـ مـالـيـاـ، بـنـكـيـاـ وـتـأـمـينـيـاـ، وـمـنـ جـهـةـ أـخـرىـ قـامـتـ شـرـكـةـ فـرعـيـةـ لـلـبـنـوـكـ وـهـيـ "E-Loan" (www.eloan.com) والـتـيـ

تعمل في الإقراض العقاري بعقد اتفاقيات شراكة مع شركات أوروبية وأخرى يابانية لتمكن من تقديم خدماتها في أوروبا وفي شرق آسيا أيضا؛ بالإضافة كذلك إلى الاندماجات البنكية التي قامت بها ثلاثة بنوك أمريكية وهي "First Union" (www.Chasemanhattan.com) "chase manhattan" (www.Wellsfargo.com) و "Wells Fargo" (www.firstunion.com) لتشكل شركة واحدة تقدم خدمات دفع الفواتير الإلكترونية لأكثر من 60 مليون زبون حول العالم و 60 ألف شركة ومؤسسة أمريكية.

المبحث الثالث:

وسائل ونظم الدفع الإلكترونية

مع ظهور التجارة الإلكترونية وانتشارها أصبحت وسائل الدفع تمثل حجر الزاوية لنجاح وتطور هذا النوع من التجارة، فقد اعتمد نجاح التجارة الإلكترونية في مراحله الأولى على استخدام بعض وسائل الدفع المتأصلة، ومع التطور الذي طرأ على تكنولوجيا الإعلام تم استخدام وسائل جديدة تعد أكثر ملاءمة لطبيعة ومتطلبات التجارة الإلكترونية بمفهومها الشامل والذي يتضمن إجراء كافة أنواع المعاملات التجارية باستخدام الطرق الإلكترونية، ثم إن إدخال المعلوماتية في مجال وسائل الدفع أدى إلى تحول عميق في منظومة التبادل، تامي اللاوساطة وتحولٍ في شكل النقد وطبيعته؛ غير أن هذا التطور رافقه بالمقابل تطوير لفنون الاحتيال والقرصنة، فإن كان القراصنة وقطاع الطرق قد يمتهنون القوافل عبر البحار والطرق النائية، فإن قراصنة التجارة الإلكترونية يستخدمون فن الاحتيال الإلكتروني وسرقة البطاقات والأرقام السرية لتنفيذ عملياتها على حساب الآخرين.

على الرغم من الحرص المتامٍ على إحاطة أنظمة الدفع الحديثة بالثقة والأمان، ما تزال هذه الأنظمة تعاني من اختلالات تعكس سلباً على تطور التجارة الإلكترونية، هذا الواقع الجديد يتطلب من السلطات النقدية تكثيف الجهود في مجال إصدار ومراقبة هذا النقد الجديد بغية تحقيق نظام نقدٍ مستقرٍ يساعد على تحسين الخدمات المصرفية المقدمة ويسمّهم بدوره في تطوير وتوسيع نطاق التجارة الإلكترونية.

-1 نظم الدفع المعتمدة في التجارة الإلكترونية:

تتضمن نظم الدفع المستخدمة في التجارة الإلكترونية الوسائل التالية:

- التسديد نقداً عند الاستلام،
- الدفع باستخدام بطاقات البنوك،
- الدفع من خلال استخدام بطاقات الذكاء،
- الدفع باستخدام الشيكات الإلكترونية،

- الدفع من خلال استخدام النقود الإلكترونية.

1-1 التسديد نقداً عند الاستلام:

يعتبر هذا الأسلوب المستخدم في عملية الدفع من الأساليب الأولى التي اعتمدت في بداية ظهور التجارة الإلكترونية، وقد سميت هذه الفترة بالمرحلة البدائية للتجارة الإلكترونية، حيث كان الموقع التجاري يُظهر كل المعلومات الخاصة بالسلع المعروضة للبيع، وما كان على الزبون إلا اختيار السلعة أو السلع المراد اقتناها مباشرة عن طريق الإنترنت، أما تسديد قيمة السلع المشتراء فكان يتم نقداً عند الاستلام.

تجدر الإشارة هنا، إلى أنه لا يمكن اعتبار هذا الأسلوب من أساليب الدفع الإلكتروني بل هي

طريقة تقليدية تسند بتسديد قيمة المشتريات التي يتم اقتناها من الموقع التجاري.¹

2-1 الدفع باستخدام البطاقات البنكية:

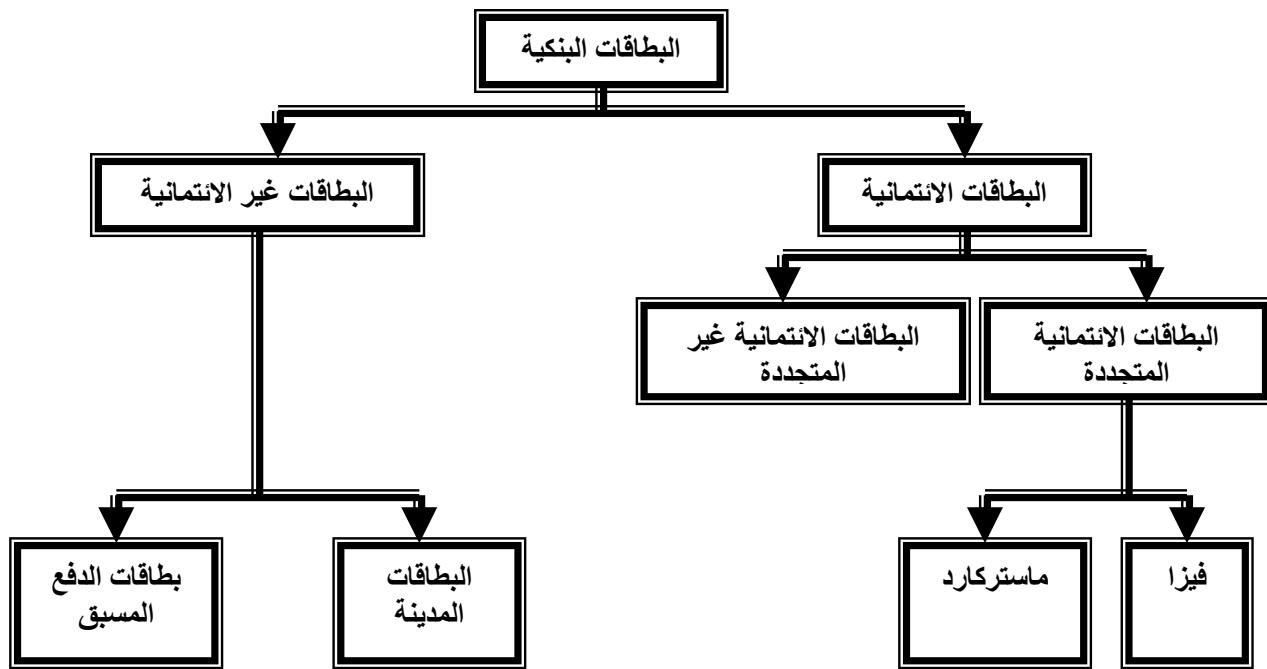
تسمى كذلك بالنقود البلاستيكية ويستطيع حاملها استخدامها في شراء معظم احتياجاته أو أداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات عبر الإنترنت أو من المحلات التقليدية دون الحاجة لحمل مبالغ كبيرة من الأموال والتي تتعرض لمخاطر السرقة أو الضياع أو التلف.² بالإضافة إلى إمكانية حصوله على النقد من خلال آلات الصرف الذاتي (Automatic Teller Machines: ATM)

تقسم البطاقات البنكية إلى قسمين كما يوضحها الشكل التالي:

¹ فريد النجار، المرجع السابق، ص.ص. 483 - 485

² رأفت رضوان، عالم التجارة الإلكترونية، مصر، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 1999، ص. 48

الشكل رقم 7 : أنواع البطاقات البنكية



المصدر: نواف عبد الله باتوباره، "أنواع بطاقات الائتمان وأشهر مصادرها"، مجلة الدراسات المالية والمصرفية، المجلد 6، العدد 4، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، الأردن، ديسمبر 1998، ص. 47

أ- البطاقات غير الائتمانية: والتي تعني عدم قدرة حاملها على الحصول على ائتمان (قرض) وتقسم

إلى:

أ-1- البطاقات المدينية: تسمى كذلك بطاقة الخصم وبطاقة الدفع الفوري (Debit Card)

ويعتمد هذا النوع من البطاقات على وجود أرصدة فعلية للعميل لدى البنك في صورة حسابات جارية

ل مقابلة المسحوبات المتوقعة للعميل حامل البطاقة، حيث تسمح له بتسديد مشترياته، ويتم السحب في

البنك مباشرة ،

أ-2- بطاقات الدفع المسبق: تقوم على أساس تثبيت مبلغ محدد يمكن استعماله بواسطة هذه

البطاقة، يتم التخفيض التدريجي في قيمتها بعد كل استخدام ومن أمثلة هذا النوع بطاقة الخدمة

الهاتفية وبطاقات النقل الداخلي العام،

ب- البطاقات الائتمانية:

يمكن تعريفها على أنها عقد يتعهد بمقتضاه مصدر البطاقة بفتح اعتماد بمبلغ معين لمصلحة شخص آخر هو حامل البطاقة الذي يستطيع بواسطتها الوفاء بقيمة المشتريات لدى المحلات التجارية التي ترتبط مع مصدر البطاقة بعقد تعهد فيه بقبولها الوفاء بمشتريات حاملي البطاقات عن الطرف الأول، على أن تتم التسوية النهائية بعد كل مدة محددة، وتقسم بدورها إلى¹:

ب-1- البطاقات الائتمانية التجددية:

ظهرت هذه البطاقات إلى الوجود في أواخر السبعينيات من القرن الماضي في الولايات المتحدة الأمريكية من خلال بطاقتين شهيرتين وهما "فيزا" (Visa) و"ماستر كارد" (Master Card)، هذا النوع تصدره البنوك في حدود مبالغ معينة، حيث يكون حامل البطاقة مُخيّراً بين تسديد كلي لقيمة فاتورة البطاقة خلال فترة الاستفادة أو جزء منها فقط على فترات لاحقة، وفي كلتا الحالتين السابقتين يتم تجديد القرض الأول لحامل البطاقة لذلك سميت بطاقة الائتمان التجددية، وتميز بأنها توفر كلاً من الوقت والجهد لحملتها، وتزيد من إيرادات البنك المصدر لها بما يحصل عليه من رسوم مقابل الخدمات أو فوائد التأخير عن السداد ولا يتم إصدار هذه البطاقات إلا بعد دراسة جيدة لوقف العميل، وتلجم بعض البنوك لطلبة العميل بإيداع مبلغ مالي تبقى له رهنا مقابل عمليات البطاقة، ويسمى هذا النوع بالبطاقة الائتمانية المضمونة حيث إذا قام العميل باستخدامها يقوم البنك بإرسال فاتورة شاملة مصنفة للعميل حسب المبلغ الذي في ذمته بنسبة معلومة شهرياً تصل إلى 1.5% ولكن لو لم يسدّ في الأجل المحدد، يقوم البنك بإيقاف البطاقة وسداد الدين المطلوب على حاملها من المبلغ المودع لدى البنك.²

نتيجة للتطور المستمر أصدرت البنوك بطاقات صراف دولية تمكّن حامليها من الوصول إلى حسابه من أي مكان في العالم تقريباً، ويتميز هذا النوع باتساع النطاق الجغرافي الذي تقبّل فيه مما جعل البنك المصدر يتحمل تكاليف عالية، أدت إلى فرض رسم نقدٍ على كل عملية يقوم بها العميل.³

¹ نوال بن عمارة، "وسائل الدفع الإلكترونية (الآفاق والتحديات)"، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقانة، ص. 03 (http://www.douis.free.fr/article/e-commerce-ogx/Benamara.pdf, 28/11/2006)

² إبراهيم بختي بـ، "دور الانترنت وتطبيقاته في المؤسسة، أطروحة دكتراه غير منشورة، جامعة الجزائر، سبتمبر 2002، ص. 37

³ بن عمارة، المرجع السابق، ص. 04

ب-2- البطاقات الائتمانية غير التجدددة:

تسمى كذلك ببطاقة الصرف (Charge Card) أو بطاقة الخصم الشهري ويختلف هذا النوع من البطاقات عن سابقه في أن السداد يجب أن يتم بالكامل من قبل العميل للبنك خلال الشهر الذي تم فيه السحب، أي أن الفترة الائتمانية في هذه الحالة لا تتجاوز شهرًا.¹

تتيح هذه البطاقة لحامليها فرصة الشراء الآني والتسديد لاحقاً، إذ يترتب على حامليها تسديد فاتورة البطاقة بالكامل خلال فترة السماح وفي حالة عدم التسديد لا يمنح حامليها قرضاً جديداً وتسحب منه البطاقة مباشرة.²

من خلال التصنيفات السابقة، يمكن تحديد الأطراف المعنية بتبادل بطاقات الائتمان كما يلي:³

1. **المركز العالمي للبطاقة**: وهي مؤسسة عالمية تتولى إنشاء البطاقة ورعايتها، والموافقة على عضوية البنك في جميع أنحاء العالم للمشاركة في إصدارها والقيام بدور الحكم لحل أي نزاعات قد تنشأ بين المتعاملين بالبطاقة،

2. **مصدر البطاقة**: هي البنوك المنتشرة في جميع أنحاء العالم، حيث تقوم بالإعلان عنها، ترويجها، تسويقها و التعاقد مع التجار وربط شبكة أجهزة الصراف الآلي لديها بشبكة المنظمة العالمية للبطاقة لتسهيل عملية السحب في أي جهاز صراف آلي في العالم مرتبط بالشبكة،

3. **التاجر**: هو اصطلاح يطلق على الشركات والمؤسسات التي يتعاقد معها المصدر للبيع لحامل البطاقة،

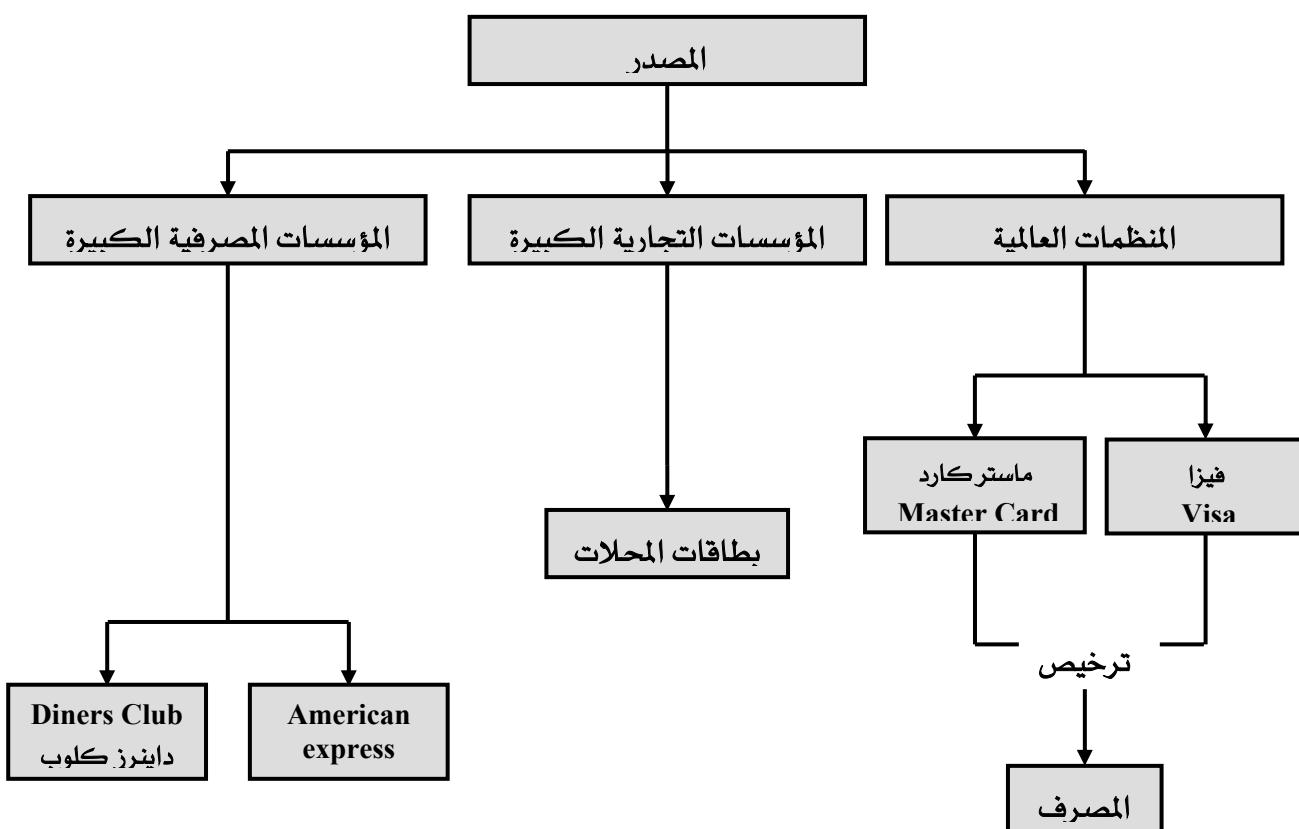
4. **حامل البطاقة**: هو الفرد الذي يحصل على البطاقة لاستخدامها في معاملاته المختلفة. وفيما يتعلق بمصدري البطاقات الائتمانية فيمكن تلخيص ذلك في الشكل الموجي:

¹ رضوان، المرجع السابق، ص. 47.

² بن عمارة، المرجع السابق، ص. 04.

³ فريد النجار، المرجع السابق ص. 538 - 541.

الشكل رقم 8: مصادر البطاقات البنكية



المصدر: بختي أ، **التجارة الإلكترونية**، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2005، ص. 74.

ينقسم مصادر البطاقات البنكية حسب الشكل إلى ثلاثة مجموعات وهي:

- أ- المجموعة الأولى وهي المنظمات العالمية مثل "فيزا وماستر كارد"، التي تقوم بإصدار البطاقات البنكية ذات الاستعمال العالمي بالإضافة إلى القيام بمنح تراخيص للمصارف التي تتولى عملية التسويق وتسهيل عمليات التداول النقدي الناتجة عن استخدام هذه البطاقات،
- ب- المجموعة الثانية وهي المؤسسات التجارية الكبيرة التي تتولى عملية إصدار البطاقات المستخدمة على مستوى المحلات التجارية التابعة لها كوسيلة لتسديد ثمن المشتريات أو المدفوعات الجارية،
- ج- المجموعة الثالثة وهي المؤسسات المصرفية الكبيرة مثل "Diners Club" و "American Express" التي تتولى عملية إصدار البطاقات البنكية وتسهيلها.

ويلخص الجدول التالي أوجه التشابه والاختلاف بين البطاقات الصادرة عن المحلات التجارية والصادرة عن المصارف والمؤسسات المالية:

الجدول رقم 6: أوجه التشابه والاختلاف بين البطاقات البنكية

أوجه التشابه	أوجه الاختلاف	الجهة المصدرة
<ul style="list-style-type: none"> ❖ وجود سقف ائتماني محدد ❖ طرق التسديد متشابهة 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ أطراف عقد البطاقة اشان: حامل البطاقة والمحل ❖ تقبل البطاقة في المحل الذي أصدرها فقط 	المحلات التجارية
	<ul style="list-style-type: none"> ❖ أطراف عقد البطاقة ثلاثة: مصدرها، حاملها والتاجر ❖ تستخدم في الشراء من جهات مختلفة تقبل التعامل بالبطاقة 	المنظمات العالمية والمؤسسات المصرفية

المصدر : ابراهيم بختي أ، التجارة الإلكترونية، 2005، ص. 74

وبالحديث عن الثقة والأمان في التعامل بواسطة هذه البطاقات، توجد شهادات رقمية مدعاة "بروتوكول Certificat Sockets Layer (CSL)" للتشغيل يمكن أن يحصل عليها الموقع التجاري ليصبح جديراً بالثقة وهذه الشهادات تعرف باسم محدد هوية الخادم (Server ID) الذي يتم تحميله على الخادم الشبكي للشركة، وهو عبارة عن أوراق اعتماد رقمية تسمح للزبائن بالتأكد من موثوقية وأصالة الموقع التجاري بمعنى التأكد من أن المعاملات والصفقات التي يجريونها هي مع موقع الشركة الأصلي.

3-1 الدفع باستخدام البطاقات الذكية: (Smart Card)

يُعرف هذا النوع على أنه بطاقة بلاستيكية تضم شريحة إلكترونية ذات سعة تخزينية كبيرة للبيانات، مقارنة بتلك التي تستوعبها البطاقات ذات الشرائط المغネットة، تحتوي هذه البطاقات على سجل

البيانات، المعلومات، الأرصدة والمصروفات المالية والرقم السري، لذلك سميت بـ دفتر الشيكات

¹ الإلكتروني.

تعد هذه البطاقة من النوع الذي يختار العميل طريقة التعامل بها سواء كان التعامل عن طريق الدفع أو الائتمان،² ولقد تم تطوير تكنولوجيا البطاقة الذكية منذ منتصف السبعينيات من القرن الماضي، إلا أن القفزة الكبيرة في انتشار استعمالها قد تحققت في الثمانينيات في كل من أوروبا وآسيا خاصة في مجال تسديد تكاليف الرعاية الصحية وخدمات النقل الداخلي في المدن، إلا أنها شهدت تطوراً كبيراً سنة 1994 حيث تضاعفت اهتمامات المصارف وشركات الخدمات المالية لاستعمال هذا النوع من البطاقات وذلك

³ للأسباب التالية:

- تناقص تكلفة البطاقة الذكية التي أصبحت تقدر في حدود 1 دولار إلى 2.5 دولار،
- تزايد المخاوف حول احتمالات التزوير التي ترافق استعمال نظم البطاقات الاعتيادية،
- تعاظم الاهتمام بالتعامل عن بعد عبر الهواتف والحواسيب الشخصية،
- البحث عن فرص جديدة من قبل شركة الاتصالات والحواسيب، حيث يمكن تحويل هذه البطاقة إلى حافظة نقود إلكترونية أو إلى بطاقة لتعريف الهوية أو بطاقة صحية، ومثال على ذلك ما قامت به شركة "Sun Micro Systems" الأمريكية من تطوير في البطاقات ليتمكن مشتركو الشبكات الإلكترونية من استعمالها لتعريف هويتهم والحصول على بريدهم الإلكتروني بدلاً من استخدام الشيفرات والرموز التي تكون غير آمنة.

بلغ عدد البطاقات الذكية في العالم بداية سنة 2003 ما يقارب 800 مليون بطاقة يتم التعامل بها في عمليات الدفع الإلكتروني، وأهم وظيفة يمكن أن تقوم بها هذه البطاقات هي تأمين إجراء التحويلات المالية داخل شبكة الإنترنت نظراً لاعتمادها على تكنولوجيا شديدة التعقيد والتخصص يجعل عملية تزويرها أو التلاعب فيها أمراً صعباً إن لم يكن مستحيلاً، ومن أمثلة هذا النوع من البطاقات بطاقة

¹ فريد النجار، المرجع السابق، ص. 546.

² رضوان، المرجع السابق، ص. 54.

³ مركز البحوث المالية والمصرفية، "دليل المصارف لاستخدام البطاقات البلاستيكية من قبل المستهلك"، مجلة الدراسات المالية والمصرفية، المجلد

3، العدد 3، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، الأردن، ديسمبر 1995، ص. 13.

"Mandex Card" وهي بطاقة ذات شريحة إلكترونية قادرة على تخزين المعلومات، وتعد بمثابة كمبيوتر صغير تحمله البطاقة مما يعطيها مرونة كبيرة في الاستخدام يجعلها تجمع بين مميزات النقود الورقية وبطاقات الدفع الحديثة.¹

ولقد دعمت المنظمات الدولية إنتاج هذا النوع من البطاقات، ففي سنة 1997 شاركت منظمة "Master Card" في رأس مال الشركة بنسبة 51% بينما 49% الباقية تقاسمتها 27 شركة أوروبية بنسبة متفاوتة.

4-1 الدفع باستخدام الشيكات الإلكترونية:

تعتبر الشيكات الإلكترونية شكلاً جديداً للدفع الإلكتروني فهي تمثل المكافئ الإلكتروني للشيكات الورقية التقليدية غير أنها رسالة إلكترونية موثقة ومؤمن عليها يرسلها حامل الشيك ليعتمده لدى البنك الذي يعمل عبر الإنترنت، ليقوم البنك بعد ذلك بتحويل قيمته إلى حساب حامل الشيك ثم يقوم بعد ذلك بإلغائه أو إعادة إلكترونياً إلى مستلم الشيك ليكون دليلاً على أنه قد تم صرفه فعلاً.²

تستخدم هذه الشيكات لإتمام عمليات السداد الإلكترونية بين طرفيين من خلال وسيط وهي تختلف في شكلها من بنك إلكتروني إلى آخر وتتضمن البيانات التالية:

رقم الشيك، اسم الدافع، رقم حساب الدافع، اسم البنك، اسم المستفيد، القيمة التي ستدفع، وحدة العملة المستعملة، تاريخ الصلاحية والتوكيل الإلكتروني للدفعة، ويوضح الشكل التالي نموذجاً مبسطاً عن الشيك الإلكتروني:

¹ رضوان، المرجع السابق، ص. 56.

² دانييل زيليوس، ترجمة هاني مهدي الجمل، المرشد الأساسي في التجارة الإلكترونية، القاهرة: مجموعة النيل العربية، الطبعة الأولى، 2002، ص. 124.

الشكل رقم 9: الشيك الإلكتروني

Enter the numbers from the bottom of your check as illustrated below.

Bank Routing Code	Bank Account Number
1 2 3 4 5 6 7 8 9	1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 1 2 3

Your name as it appears on your check: John Doe
Your address as it appears on your check: 1234 Any Street
Your city, state & zip code: Any Town, WA 98000
Pay To The Order of: Test Transactions Only
Amount: One Hundred Ninety-Five Dollars and 99 Cents
Memo: PayByCheck Demo
Signature: John Doe
Bank Routing Code and Bank Account Number: 123456789 1234567890123
Type your full name here: John Doe
\$195.99 US Dollars
08/21/2001 11:11:14 AM
Secure. Accurate.
Reliable. *

For security reasons, please enter the last four digits of your social security number:

Enter your email address so that we may send you a receipt:
 Continue >

Remember me the next time I use PayByCheck.com
(This information will be stored securely on your computer using a SubCrypted cookie)

Your computer is identified as: 10.10.2.64

المصدر: إبراهيم بختي، التجارة الإلكترونية، 2005، ص. 183

تحاول المؤسسات المالية تطوير كافة وسائل الدفع المعروفة لتناسب مع مقتضيات التجارة

الإلكترونية وأهم نظمها حالياً للشيك الإلكتروني هما¹:

نظام (Financial Services Technology Corporation) FSTC . 1.

هو نظام معتمد من قبل اتحاد مالي لمجموعة كبيرة من البنوك والهيئات المصرفية الأمريكية، يوفر للمستهلك إمكانية الاختيار بين مجموعة من وسائل الدفع الإلكترونية أهمها الشيك الإلكتروني المؤكّد وألات الصرف الذاتي (ATM) وذلك باستعمال نفس دفتر الشيك الإلكتروني الذي يرصد كل المعاملات على نفس الحساب البنكي.

¹نظم الدفع المعتمدة في التجارة الإلكترونية، المرجع السابق، ص. 09

2. نظام السيبرانية النقدية:

- عبارة عن نظام دفع يعتمد على الشيكات الإلكترونية لشركة "Cyber Cash" الأمريكية، تتعامل به مجموعة من البنوك والمؤسسات التجارية المشتركة بهذا النظام
- ¹ عمليا يتم التعامل بين المشتري والبائع على النحو التالي:
- يقوم كل من المشتري والبائع بالتسجيل لدى جهة تقوم بعملية المقاصلة والتي تكون في الغالب بنكا، حيث يتم فتح حساب جاري للمشتري وتوحيد توقيعه الإلكتروني ثم تسجيله في قاعدة بيانات ذلك البنك وكذلك الأمر بالنسبة للبائع،
 - يقوم المشتري بتحرير شيك إلكتروني يقوم بتوقيعه إلكترونيا ثم إرساله بالبريد الإلكتروني إلى البائع،
 - يقوم البائع باستلام الشيك ليوقع عليه إلكترونيا كمستفيد ثم إرساله مرة أخرى إلى البنك،
 - يقوم البنك بمراجعة الشيك والتحقق من صحة الأرصدة والتوقعات وبناء على ذلك يقوم بإخطار كل من المشتري والبائع بتمام إجراء المعاملة المالية.

يتحقق استعمال الشيكات الإلكترونية المزايا التالية:

- يوفر 50% من رسوم التشغيل مقارنة ببطاقات الائتمان،
- يتم تسوية المدفوعات من خلال الشيكات الإلكترونية في 48 ساعة فقط مقارنة بالشيكات العادية التي يتم تسويتها في وقت أطول من خلال غرف المقاصلة،
- يقضي على المشاكل التي تواجهها الشيكات العادية كالضياع والتأخير.

5-1 الدفع باستخدام النقود الإلكترونية (الرقمية):

قبل تقديم تعريف مباشر للنقد الإلكتروني، يجب التنوية أولا إلى أن هناك اختلافا في تصنيف هذا النوع من النقود وفي تسميته أيضا، فمن المؤلفين من يعتبر أن النقود الإلكترونية يمكن أن تتجسد في صورتين:² حامل النقد الإلكتروني والذي ينطوي على قيمة تمثل حقا لصاحبها على مصدر هذا النقد،

¹ حسن، المرجع السابق، ص. 03

يسُمِح بإِجْرَاء الدُّفُع مِن احْتِيَاطِي نَقْدِي مَعْدُ سَلْفًا مجَسَدٌ في بَطَاقَة، هَذَا النَّوْع هُو مَا تم التَّطْرُقُ لَه بِشَيْءٍ مِن التَّفْصِيل في هَذَا الْمَبْحُث، أَمَّا الصُّورَة الثَّانِيَة فَهِي النَّقْد الْأَفْتَرَاضِي وَالَّذِي يَمْثُل صُورَةً جَدِيدَةً وَمَتَطَوَّرَةً لِلنَّقْد وَوَسَائِل الدُّفُع، وَتَمْتَثِل في بَرَامِج تُسَمِح بإِجْرَاء الدُّفُع عَبْر شبَّوكَات مَفْتُوحَة لَا سِيمَا الإِنْتَرْنَت وَهُنَّا يَكُونُ الْاحْتِيَاطِي النَّقْدِي المَعْدُ سَلْفًا مَخْزُنًا في الْحَاسُوب دون أَن يَكُون مجَسَدًا في حَامِلِ مَا؛ وَالْمَقْصُودُ بِالنَّقْد الرَّقْمِيَّة في هَذَا الْمَبْحُث هُو الصُّنْف الثَّانِي مِن النَّقْد أي النَّقْد الْأَفْتَرَاضِيَّة.

أ- تعريف النقود الإلكترونية (الافتراضية)¹:

تُعرَف النقود الإلكترونية بِأنَّهَا مَجْمُوعَة مِن "البروتوكولات" والتَّوَاقِيع الرَّقْمِيَّة الَّتِي تُتَيحُ لِلرسالة الْإِلْكْتَرُونِيَّة أَن تَحْلِ فعليًا محلَّ الْعَمَلَاتِ الْقَلِيلِيَّة، بِعَبَارَةٍ أُخْرَى هِي المَكَافِئ الْإِلْكْتَرُونِي لِلنَّقْد الْقَلِيلِيَّة.

بُنِيَت فَكْرَة النَّقْد الْإِلْكْتَرُونِي عَلَى قِيَامِ العُمَيل بِشَرَاءِ عَمَلَات إِلْكْتَرُونِيَّة مِنَ الْبَنَكِ الَّذِي يَقُومُ بِإِصْدَارِهَا، حِيثُ يَتَم تَحمِيلُ هَذِهِ الْعَمَلَات عَلَى الْحَاسِبِ الْخَاص أَو عَلَامَة خَاصَّة مِنَ الْبَنَكِ الْمُصْدِر، وَبِالْتَّالِي تَحْلِ هَذِهِ الْعَمَلَات إِلْكْتَرُونِيَّة محلَّ الْعَمَلَاتِ الْعَادِيَّة، وَتَكُونُ بِنَفْسِ القيمة المُحدَّدة عَلَيْهَا وَتُسَمَّى "Tokens".

ب- إجراءات استخدام النقد الإلكتروني:

تُنقَسِّمُ عَمَلِيَّة الشَّرَاء بِاستِخدَامِ النَّقْد الْإِلْكْتَرُونِي إِلَى مَرْحَلَتَيْن، تَتَم كُلُّ مَرْحَلَة عَلَى أَرْبَع خطوات:

المرحلة الأولى: تكون سابقة لعملية الشراء، وتتم كما يلي:

- يقوم المشتري باقتناة النقد الإلكتروني من أحد البنوك المصدرة بالقدر الكافي لاحتياجاته، و تكون على شكل وحدات صغيرة جداً،
- اقتناة برنامج إلكتروني مجاني يتم الحصول عليه من شركة Cyber Cash والمسمى بـ

"E-cash" ، الذي يحمي البرنامج من المحو والنسخ ويُعْمَلُ عَلَى حَسَابِ الأَرْصَدَة في ضوء عمليات اقتناة النقد الإلكتروني،

¹ <http://www.itep.ae/arabiceducational/center/comm.net/encryption.asp.p.01,12/06/2007>

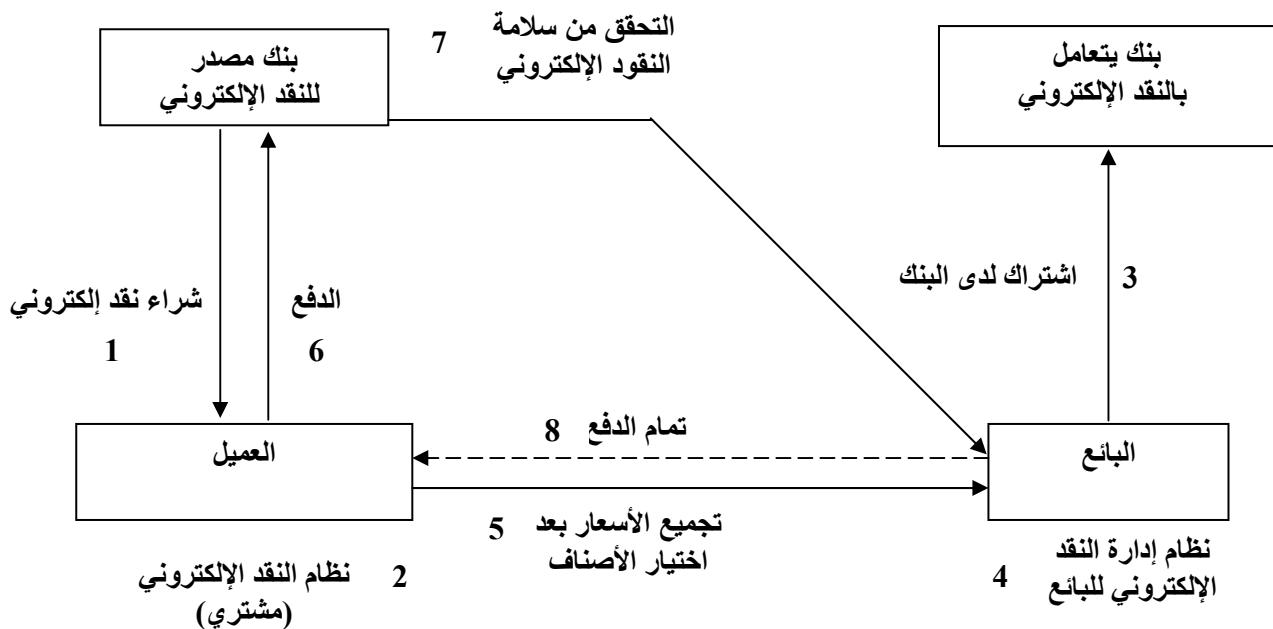
- يجب على البائع أن يشترك في أحد البنوك التي تتعامل في النقد الإلكتروني وهذه البنوك تعمل عبر شبكة الإنترنت،
- يحصل البائع أيضاً على نفس البرنامج (E-Cash) الذي يقوم بتسجيل المدحولات وإضافتها على رصيده (البائع)، كما تقوم أيضاً بالسيطرة على عملية تحويل الأرصدة من نقد إلكتروني إلى نقد حقيقي.

المرحلة الثانية: بعد إتمام الخطوات المتعلقة بإدارة النقد الإلكتروني، تأتي الخطوات المتعلقة بعملية الشراء، وتبدأ بعد قيام المشتري بتصفح مقر البائع و اختيار السلع والتعرف على أسعارها:

- يقوم برنامج إدارة النقد الإلكتروني بـ:
 - ❖ اختبار الرصيد والتحقق من إمكانية السماح بالسداد أو عدمه،
 - ❖ إذا كان الرصيد يسمح بالسداد، يقوم البرنامج باختيار وحدات النقد التي سيتم الدفع بها، حيث يتم تحديد هذه الوحدات بالرقم الخاص لكل وحدة في كشف خاص لإرساله إلى البائع عن طريق البنك المصدر،
- يتلقى البنك كشف الدفع من المشتري ويتأكد من صحة النقود الإلكترونية بطرق التأكيد المختلفة (صحة الأرقام الخاصة بوحدات النقد الإلكترونية، البصمات الإلكترونية)، ليتم إرسال كشف وحدات النقد إلى البائع،
- يتلقى برنامج إدارة النقد الإلكتروني الخاص بالبائع العملات الإلكترونية الموقعة من البنك، ويقوم بإضافة وحدات النقد الجديدة بأرقامها، وعلامات التأمين الخاص بها إلى خزينة البائع الرقمية،
- يقوم برنامج إدارة النقد الإلكتروني للبائع بإخبار المشتري بتمام عملية السداد، ثم يقوم نظام النقد الإلكتروني للمشتري بمحو هذه الوحدات المخصصة بهذا الكشف من محفظة المشتري بصورة نهائية.

وتتلخص الخطوات السابقة في المخطط التالي:

الشكل رقم 10: دورة استخدام النقد الإلكتروني في التعاملات الحديثة عبر شبكة الإنترنت



المصدر: رأفت رضوان، 1999، ص. 60

حتى يكتسب هذا النوع الجديد من النقود (النقود الافتراضية) صفة النقدية يجب أن يحظى بالقبول

كوسيلة دفع لدى المؤسسات، فضلاً عن أداء وظائفه المعروفة؛ غير أن القوانين الحالية لا تلزم الأفراد أو

الباعة عموماً بقبول سداد مستحقاتهم عن طريق هذا النقد، ولذلك يمكن القول بأن النقد الإلكتروني

لازال محدود التعامل، ولعل التوسيع المتمامي في التبادل الإلكتروني سيدفع الهيئات التشريعية إلى تقنين النقد

الكتروني وفرض إلزاميته كأداة دفع عامة؛ وهذا ما سيعزز من التجارة الإلكترونية، وعلى سبيل المثال

تستعد "سنغافورة" لإعداد "مجتمع الإلكتروني بسعر رسمي" بحلول عام 2008 وتحصص لذلك مبلغ 359

مليون دولار سنوياً من أجل فرز وتخزين الورق النقدي الموجود، في حين أن تكلفة إقامة البنية الضرورية لهذا

المشروع قدرت بنحو 197 مليون دولار.¹

¹ http://www.observateur_ocde/news/fullstory.php/aid/422/cybermonnaie,léavenir.html;17/06/2007

الطلب على العملة الورقية في العقود الأخيرة وإمكانية إحلال النقود الإلكترونية:¹

أثار الإقبال المتزايد على العملة الورقية في السنوات الأخيرة - خاصة مع استخدام عملة اليورو "EURO" الورقية والمعدنية في مطلع سنة 1999- انتباه المهتمين باقتصاد العملة، فعلى عكس التكهنات الخاصة باستخدام النقود عن طريق الإنترنت، وعلى الرغم من وجود بطاقات الائتمان والمعاملات المصرفية الهاتفية واستخدام شبكة الإنترنت في المجال النقدي، المالي والمصرفي، ليست هناك أي بادرة تشير إلى أن الأفراد على وشك التخلي عن استعمال العملات الورقية بصفة نهائية، ولعل المزايا التي تتمتع بها النقود الورقية لا زالت محفزة لتجديد الطلب عليها، وسيادة النقود الإلكترونية في أي شكل من الأشكال لا زال يحتاج إلى وقت وإلى تقنيات جديدة أكثر كفاءة.

2- نظام التحويلات المالية الإلكترونية:

2-1- ماهيته:

يعرف نظام التحولات المالية الإلكترونية (Electronic Funds Transfer)، بعملية منح الصلاحية لبنك ما، للقيام بحركات التحويلات المالية (الدائنة والمدينة) إلكترونياً عبر الهاتف، أجهزة "المودم" عوضاً عن استخدام الأوراق.²

تتم عملية التحويل المالي الإلكتروني بتوقيع العميل نموذجاً معتمداً لصالح الجهة المستفيدة (التاجر مثلاً)، ويتيح هذا النموذج اقتطاعاً للقيمة من حسابات العميل وفق ترتيب زمني معين (يومي، أسبوعي أو شهري)، ويختلف نموذج التحويل المالي الإلكتروني عن الشيك في أن صلاحيته تسري لأكثر من عملية تحويل واحدة، وفي العادة، يتعامل البنك والعميل مع وسطاء وظيفتهم توفير البرمجيات اللازمة للتحويلات.³ يعتبر هذا النظام جزءاً بالغ الأهمية من البنية التحتية لأعمال البنوك الإلكترونية التي تعمل عبر الإنترنت، ويتيح هذا النظام بطريقة آمنة، نقل التحويلات المالية أو الدفعات من حساب بنكي إلى حساب بنكي آخر، إضافة إلى نقل المعلومات المتعلقة بهذه التحويلات، ويتميز هذا النظام بدرجة عالية من الأمان وبسهولة الاستخدام والموثوقية.

¹ محمود سحنون، "النظام المصري والبطاقات البلاستيكية"، (http://www.arablawinfo 24/04/2007)، ص. 09- 11

² http://www.itep.com. 20/06/2007

³ بختي ب، المرجع السابق، ص. 139

٢- منافع نظام التحويلات المالية الإلكترونية:

يقدم نظام التحويلات المالية الإلكترونية العديد من المنافع سواء للبنوك، العملاء وحتى تجار التجزئة

¹ وهي:

أ- **تحفيض تكاليف الخدمات المصرفية:** قالت شبكة المقاصة الآلية من تكاليف

الخدمات المصرفية من خلال:

- تحفيض خسائر منح الائتمان،

- تقليل مصاريف معالجة الشيكولات إلى الحد الأدنى الناتجة عن استخدام الشيكولات الورقية وانخفاض مصاريف المعالجة بالنسبة للشركات، كما تسهيل البنوك أيضاً من هذه الميزة لانخفاض المصاريف التشغيلية نتيجة الاستغناء عن معالجة الشيكولات الورقية وبذلك تحقق البنوك نسبة عالية من الأرباح التشغيلية وتحفيض حجم العمالة،

- تقليل الخدمات التي تقدمها البنوك لتسوية الحسابات الجارية مع الشركات والأفراد لأن النظام الإلكتروني يحل محل استخدام الشيكولات الورقية في عمليات الدفع التي تتم بين الشركات والأفراد، وتقلب بذلك الحاجة إلى إعداد كشوف تسوية الحسابات بمقدار استخدام النظم الآلية،

ب- **توفير النقديّة بصورة فوريّة:** يؤدي نظام التحويلات المالية الإلكترونية إلى تحسين التدفق النقدي، من خلال ما توفره التحويلات من موثوقية التدفق، بالإضافة إلى تسريع دورة النقد،

ج- **تيسير العمل:** ألغت عملية المقاصة الآلية حاجة العميل وال الحاجة إلى زيارة البنك لإيداع قيمة التحويلات المالية، مما يؤدي إلى رفع فعالية نظام العمل.

٣- أمن نظام التحويلات المالية الإلكترونية:

من الجانب العملي هناك وسائل أساسية لتأمين المعاملات الإلكترونية وهما:²

¹ Markx.Xu ; Siobhan wilkes and Mahmood H. Shah, **e-banking application and Issues in abbey national PLC**, (Encyclopedia of E-commerce, E-government and Mobile commerce), Idea group publishing. 2006, pp. 25-29

² بختي ب، المرجع السابق، ص. 128

أ- الأمن البرمجي (security soft ware)

يعتمد هذا النوع على تشفير المعلومات البنكية عن طريق برنامج خاص يعمل على تشفير المعلومات الخاصة بإتمام عمليات الشراء بحيث لا يمكن قراءتها في حالة اعترافها، ومن أمثلة هذه البرامج.

• بروتوكول الطبقات الأمنية (SSL: Secure Socket Layer)

يسمح بروتوكول SSL التابع لشركة "Netscape Communication Corp" بمعرفة هوية البائع دون المشتري، وهو الأمر الذي قد يربك البائعين، بل وقد يربك حتى المشتري نفسه الذي يتبع عليه إرسال رقم بطاقة للبائع على الخط، إذ قد يؤدي ذلك إلى استعمال رقمه من طرف غيره، وأهم ميزة في هذا البروتوكول، البساطة في الاستعمال؛ حيث يتم إدماجه ضمن برامج التعامل عبر الإنترنت المعروفة مثل Opera، Internet explorer أو Netscape وبالتالي فهو لا يتطلب توفير أجهزة خاصة، وهو متاح لكل مستخدمي الإنترنت.¹

ب- الأمن العتادي (Security Hardware)

يتم هذا النوع باستعمال البطاقات الذكية الخاصة بالمستهلك، فعندما يقوم هذا الأخير بعملية الشراء يدخل بطاقة بقارئ خاص يسمى "Pin Pad" ثم يكتب عليه مبلغ الشراء ورمزه السري، لتنتمي عملية التأكيد من الرمز محلياً، أي أن الرمز السري يترجم مباشرة من قبل القارئ ولا يرسل عبر الشبكة لتتم مراقبته عن بعد؛ ومن أمثلة هذه البرامج:

• بروتوكول الحركات المالية الآمنة (SET: Security Electronic Transaction)

يسمح بروتوكول SET لشركة "Visa International" و "Master Card" ، بمعرفة أطراف التبادل من خلال التوقيعات الرقمية، حتى إنه أضحي يعتبر بمثابة الحلم في أغلب عمليات الدفع التي تتم عبر الإنترنت، غير أن الاستفادة من مزايا هذا النظام، تقتضي وصل قارئ البطاقات بجهاز الكمبيوتر، إذ أن هذا القارئ يجعل البطاقة تدقق الرقم السري المدخل وتتأكد من مطابقته للرقم المخزن في البطاقة والذي

¹ حسن، المرجع السابق، ص. 08.

² المرجع نفسه، ص. 09.

لا يمكن البائع من قراءته لأنه مشفر ولا تتم قراءته إلا من قبل المؤسسة المالية التي تتولى تنفيذ العملية المالية، إلا أن ما يعاب على هذا النظام هو تكلفته الثابتة التي لا تتلاءم والمدفوعات الصغيرة.

الفصل الثالث:

أثر التجارة الإلكترونية على نشاط المصرف، حالة البنك الإلكتروني monabanq.

من الناحية النظرية، تسهم التجارة الإلكترونية في تحسين نوعية الخدمة المصرفية من خلال تأثيرها على أنظمة الصيرفة وطرق تسويية المدفوعات، فمواكبة الاقتصاد الجديد تتطلب أنظمة نقدية حديثة وأساليب وتقنيات إلكترونية تتلاءم وطبيعة المعاملات التي تتم في التجارة الإلكترونية، لأن سعي البنوك دائماً إلى تحقيق الربح، توفير السيولة والأمان بالإضافة إلى تحقيق الميزة التافسية، يجعلها تعمل دائماً على ابتكار منتجات جديدة تتوافق ورغبة العميل الذي يتطلع دوماً إلى الأفضل ويسعى إلى اقتناء المنتجات التي تسهل حياته اليومية وبأفضل الأسعار.

من أجل إعطاء مصداقية أكبر لهذا البحث ومحاكاة للواقع ورغبة في معرفة فيما إذا كانت المعلومات المقدمة نظرياً لديها ما يقابلها عملياً، دعم القسم النظري من هذا البحث بدراسة تطبيقية تم من خلالها إسقاط الدراسة النظرية على أحد البنوك الإلكترونية للاطلاع على آخر التطورات التي مست الخدمة المصرفية ومدى تأثير التقدم التكنولوجي على تحسين نوعيتها؛ لكن قبل ذلك ارتأينا أنه من الضروري إلقاء نظرة عامة على واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر للاطلاع على أهم الإنجازات التي تم تحقيقها، بالإضافة إلى معرفة فيما إذا كانت المؤسسات المصرفية تعمل على الالتحاق بركب المؤسسات الأجنبية التي بلغت مراحل متقدمة جداً في مجال تكنولوجيات الإعلام والاتصال، دفعت بنا إلى اختيار واحدة من مؤسساتها كنموذج للدراسة، والتي سنتم وفقاً لمحثين:

المبحث الأول: واقع التجارة الإلكترونية والبنوك الإلكترونية في الجزائر،

المبحث الثاني: دراسة حالة، البنك الإلكتروني "monabanq."

المبحث الأول:

يُخطئ الكثيرون من الناس عندما يعتقدون أن الجزائر لم تعرف لحد الآن أي شكل من أشكال التجارة الإلكترونية، فمُورِّدو الإنترنت (Providers) يُعيّنون مثلاً وأضحا ممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر، فتزويـد المؤسسات والأفراد بالإنترنت يدخل في نطاق التجارة الإلكترونية التي تعني في أبسط تعريفاتها "مجموعة التبادلات التجارية التي تتم عبر شبكة اتصالات"، وليس بالضرورة أن يتم الدفع إلكترونياً فحتى لو قام الزبون بدفع ثمن اشتراكاته بالإنترنت نقداً أو عبر الشيك فإن ذلك يعد أيضاً ضمن معاملات التجارة الإلكترونية، وهذا رغم توفر بطاقات الدفع الإلكترونية.

١. الإطار القانوني للتجارة الإلكترونية في الجزائر:

رغم التطور الهائل الذي يعرفه العالم في ميدان التجارة الإلكترونية التي صارت تنافس التجارة التقليدية من حيث الحجم، والتي يتوقع الخبراء أن تتجاوزها خلال السنوات القادمة في ظل نسب النمو العالمية التي تسجلها، إلا أن الجزائر لم تنسن لحد الآن قانوناً خاصاً بالتجارة الإلكترونية رغم الحديث عن تدارك هذا الأمر خلال تعديل القانون المدني، الذي من المنتظر أن يفرد لها مواداً قانونية خاصة بها تحدها وتضييق قواعدها.

غير أن هناك بعض القوانين والنصوص التطبيقية التي سنتها الجزائر حديثاً والتي تمس بشكل أو آخر أحد جوانب التجارة الإلكترونية، كالقانون الخاص بموردي الإنترن特، أو المواد المتعلقة بالجريمة الإلكترونية، أو تلك المتعلقة بملكية الفكرية والتي تتضمن مواداً متعلقة بملكية الصناعية خاصة وأن عدة شركات عالمية تصنف الجزائر كإحدى أكبر المناطق التي ترتفع فيها نسب قرصنة البرمجيات والجريمة الإلكترونية مما حدا بشركات "مايكروسوفت" إلى تنصيب مكتبهما الجمهوري في الجزائر.¹

غير أن هذه القوانين التي تم إصدارها جاءت بناء على الحاج دولي ورغبة الجزائر في الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة، الأمر الذي جعلها تعد ترسانة هامة من القوانين حتى تتوافق المنظومة التشريعية مع

¹ مصطفى دالع، "التجارة الإلكترونية في الجزائر: رهانات قطاع لا يزال يبحث عن ذاته"، (www.ialamtic.com/spip.php?article432007/06/25)، ص. 1-2.

القوانين العالمية وهو ما يعني أن الجزائر مقبلة في المستقبل القريب على إصدار قانون خاص بالتجارة الإلكترونية بحكم الالتزامات الدولية التي يفرضها الاندماج العالمي ورغبة الجزائر في اللحاق بركب التطور في مجال تكنولوجيات الإعلام والاتصال والاستفادة من المزايا التي تتيحها التجارة عبر الإنترنيت، علماً أن عدة دول عربية كتونس، الإمارات العربية المتحدة، السعودية ومصر قطعت أشواطاً هامة في المجال التشريعي الخاص بتنمية التجارة الإلكترونية.

في هذا الصدد، وفي محاولة تعد الأولى من نوعها أمر وكيل الجمهورية الجزائرية لدى محكمة "تبسة" رسمياً بفتح تحقيق في وقائع قضية تدخل رواق العدالة الجزائرية لأول مرة، بالنظر لاستعمال شبكة الإنترنت في تفزيذ وقائعها، والتي تتعلق بانتهاك شخصية للنصب والاحتيال وحسب آراء بعض أساتذة القانون فإن جريمة الإنترنت حدثت العهد في العدالة الجزائرية وتتطلب انباتات قضائية وتسويقاً دولياً لفك وقائعها.¹

2. استخدام الإنترنت في الجزائر:

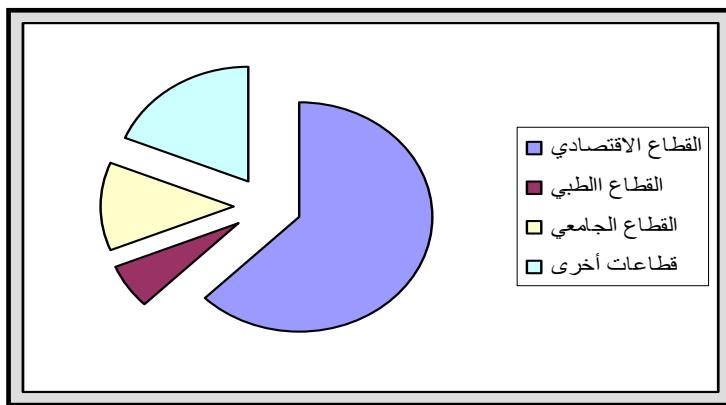
سعت الجزائر إلى الاستفادة من خدمات شبكة الإنترنت والتقنيات المرتبطة بها من خلال ارتباطها بالشبكة العالمية في شهر مارس من سنة 1994 عن طريق مركز البحث في الإعلام العلمي والتكنولوجي (CERIST)، الذي أُنشئ في شهر أبريل سنة 1986 من قبل وزارة التعليم العالي والبحث العلمي حيث كانت مهمته الأساسية آنذاك، العمل على إقامة شبكة وطنية وربطها بشبكات إقليمية ودولية، وقد تم ذلك في إطار مشروع تعاون مع منظمة "اليونسكو" بهدف إقامة شبكة معلوماتية في إفريقيا تسمى "RINAF" وتكون الجزائر هي النقطة المحورية للشبكة في شمال إفريقيا، حيث كانت مرتبطة بالإنترنت عن طريق إيطاليا بسرعة ارتباط بطيئة جداً تقدر بـ 9600 حرفاً شائرياً في الثانية لتصل سنة 1996 إلى 64 ألف حرفاً شائرياً في الثانية يمر عن طريق العاصمة الفرنسية "باريس" ثم إلى 1 ميغابايت في الثانية ليصل فيما بعد إلى 140 ميغابايت في الثانية سنة 2002، وتم إنشاء 30 خطًا هاتفيًا جديداً من خلال نقاط الوصول التابعة للمركز المتواجدة عبر مختلف الولايات الوطنية بنقطة خروج وحيدة هي الجزائر العاصمة.

¹ عبد الله زرفاوي، "جرائم الإنترنت لأول مرة في العدالة الجزائرية"، عن وكيل الجمهورية، محضر ضبط، قسم الجنح، محكمة تبسة، منشور في يومية الخبر، العدد 5148، الأربعاء 17 أكتوبر 2007، ص. 16.

في البداية، كان استخدام الإنترنت مقتصرًا على الهيئات ومرتكز البحث العلمي دون الأفراد، فقد

قدر عدد الهيئات المشتركة في الشبكة سنة 1996 بـ 130 هيئة ليصل على 800 هيئة سنة 1999.

الشكل رقم 11: مختلف الهيئات المشتركة في الإنترت سنة 1999



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على إحصائيات مركز البحث في الإعلام العلمي والتكنولوجيا "CERIST"

تقدر الهيئات المشتركة في الإنترنت والتابعة للقطاع الاقتصادي بـ 500 هيئة يليها القطاع الجامعي بـ 100 هيئة ثم القطاع الطبي بـ 50 هيئة أما الـ 150 هيئة المتبقية فهي موزعة على باقي القطاعات بنسبة متفاوتة، ولعل اشتراك القطاع الاقتصادي بأكبر عدد من الهيئات يعكس أهمية استخدام الإنترت في هذا القطاع نظراً لطبيعة المعاملات التجارية والمالية اللتان تحتاجان إلى الدقة وسرعة التنفيذ والتي لا يمكن أن تتوفر إلا بوجود شبكة تربط بين مختلف شركات هذا القطاع المحلية منها والأجنبية.

في نفس السنة، أي 1999 كان لمركز البحث في الإعلام العلمي والتكنولوجيا 3500 مشترك، ولأن هناك تبايناً كبيراً بين عدد المشتركين ومستعملي الإنترت في الجزائر نظراً لأنخفاض نسبة الاشتراك الفردي بالمقارنة مع نسبة اشتراك الهيئات بسبب ارتفاع تكلفة الربط بالشبكة، فإنه يمكن تقدير حوالي 180 ألف مستعمل للإنترنت أي حوالي 50 مستعمل لكل اشتراك حيث يمثل هذا العدد نسبة أكبر بقليل من

¹ في الألف من عدد مستخدمي الإنترنت في العالم.

¹ بختي، المرجع السابق، ص. 20

تجدر الإشارة إلى أن أول من أسس شركة تجارية خاصة بتزويد الإنترنت في الجزائر هو "يونس قرار"، الذي قام بمعاهدة فريدة من نوعها عندما استغل الفراغ القانوني في مجال توريد الإنترنت حيث استورد سنة 1997 تجهيزات خاصة بشركة "جيكسوس" متعلقة بربط الأفراد بالإنترنت بشكل جماهيري، بعد أن احتكر مركز البحث والإعلام العلمي والتقني (CERIST) المملوك للدولة التعامل بالإنترنت وحصره في نطاق ضيق خاص بالباحثين فقط وذلك لمدة أربع سنوات،¹ وعلى الرغم من العارقين التي واجهت هذا المشروع في البداية فقد باشرت شركة "جيكسوس" نشاطها، وأنشأت أول نادي للإنترنت في "حيدرة" بالجزائر العاصمة وصار بإمكان أبسط جزائري لأول مرة الإبحار في عالم الإنترنت، ولم يكن أمام السلطات العمومية في هذه المرحلة سوى إصدار نص تشريعي متعلق بالسماح للخواص بإنشاء شركات لتزويد الإنترنت ملء الفراغ القانوني في هذا الجانب وذلك بإصدار المرسوم التنفيذي رقم 275-98 بتاريخ 25 أوت 1998، والمعدل بمرسوم تنفيذي آخر يحمل رقم 2000-307 بتاريخ 14 أكتوبر 2000 الذي يحدد شروط وكيفية وضع واستغلال خدمة الإنترنت، وقد وصل عدد الرخص المنوحة إلى الخواص عبر القطر الجزائري إلى 65 رخصة حتى نهاية سنة 2001.

إن وجود هذه المؤسسات في سوق الإنترنت كان سبباً للتحسين من خدمات الوصول إلى الشبكة في تلك الفترة وساهم في تقديم أسعار تافيسية للاشتراك بخدمات الإنترنت لأن ظهور مزودين جدد خواص عموميين إلى جانب مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني رفع من عدد مستخدمي الشبكة، الشيء الذي دفع بهذا الأخير إلى محاولة تقوية بنية التحتية وذلك بإقامة مشروع يربطه بموزعه في الولايات المتحدة الأمريكية بخط تصل سعته إلى 30 ميغابايت/ ثا، حيث زود المشتركين العوام بأكثر من 20 نقطة وصول للإنترنت و43 خطًا مخصصًا لقطاع التعليم العالي والهيئات البحثية و48 خطًا مخصصًا لبقية القطاعات الأخرى من بينها الموزعين الخواص، وقد قدر عدد خطوط الهاتف المستخدمة في الولوج إلى الشبكة بـ 2000 خط، وحسب مصادر المركز فإن عدد المستخدمين في نفس سنة 2001 بلغ 250 ألف مستخدم

¹ دالع، المرجع السابق، ص. 03.

منهم 20000 مشترك، وقد حضر المركز نفسه لخوض غمار التجارة الإلكترونية من خلال تتميم البرامج،

بناء الواقع التجارية، أي تحضير البنية التحتية لهذا النوع من التجارة.¹

على الرغم من هذا، فقد أوضح السيد "يونس قرار" رئيس جمعية موزعي الإنترنت بالجزائر أن هذه الأخيرة لا زالت تعاني من انخفاض عدد المشتركين في الإنترنت، إذ على الرغم من تسطير الحكومة لهدف الوصول إلى 3 ملايين مشترك إلا أن عددهم لم يتجاوز بعد أربع سنوات من انطلاق العملية 200 ألف مشترك، مؤكدا أن الحل للرفع من عدد هؤلاء يكمن في وضع هيئة مستقلة تسير القطاع وتجبر المؤسسات على تطوير استعمالها للإنترنت والرفع من مستوى المحتوى، كما أشار أيضا إلى أن الإنترت تقوم على ثلاثة محاور وهي جهاز كمبيوتر، اشتراك ومحظى، وإن كان المحور الأولان متوفرين، فإن المحتوى يبقى بعيدا عما هو موجود في الدول المتقدمة أين يمكن للمواطن أن يحصل على وثائقه الإدارية من الإنترت، وأضاف إلى أن الحل لتطوير قطاع التكنولوجيات الحديثة في الجزائر هو وضع إستراتيجية شاملة لكل القطاع، بالإضافة إلى اتخاذ الحكومة قرارات تدفع بالمؤسسات مهما كان نوعها إلى استخدام التكنولوجيات الحديثة، خاصة إذا أرادت تحقيق هدف الحكومة الإلكترونية وهو المشروع المتوقف حاليا؛ ومن جهة أخرى تبقى أسعار أجهزة الإعلام الآلي والاشتراك في الإنترت عالية جدا مقارنة بالدول الأوربية مما يحول دون تشجيع استعمال هذه الوسيلة وتطوير أساليب استخدامها.²

3. التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في الجزائر:

استقبل قطاع البريد والمواصلات (سابقا، البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال حاليا) الألفية الثالثة بتنظيم عدة ملتقيات وندوات تتمحور جميعها حول كيفية استغلال التكنولوجيا الحديثة في الإعلام والاتصال، والتسطير لتشكيل شبكة وطنية تربط بين جميع الجهات المختصة؛ ويعتبر الإنترت واحدا من أهم التكنولوجيات الجديدة التي يقر الخبراء بضرورة اعتمادها دائما كمرجع في الاتصالات والذي

¹ بختي ب، المرجع السابق، ص. 20

² سفيان بو عياد، "لا بد من هيئة مستقلة لتطوير التكنولوجيات الحديثة في الجزائر"، حوار مع رئيس جمعية موزعي الإنترت يونس قرار، منشور في يومية الخبر، العدد 5133، الثلاثاء 02 أكتوبر 2007، ص. 04

أصبح ضرورة حتمية يتطلب تطبيقها في كل المؤسسات، المعاهد، الشركات الخاصة والعمومية التي ترغب في تحقيق معدلات نمو عالية وتطمح إلى الرفع من مستوى الإنتاجية ورقم الأعمال،¹ لذلك عملت الإدارة على تجسيد مجموعة من المشاريع تمثلت في:²

أ. النظام الشامل للهاتف النقال: (Global System for Mobile:GSM)

قامت إدارة البريد والمواصلات بالإعلان عن مناقصة وطنية تهدف إلى تحقيق ما يلي:

- توسيع شبكة الهاتف النقال من 100 ألف وحدة إلى 600 ألف وحدة،

- اختيار شبكة مقاولة تتکفل بتمويل، إنشاء وتجهيز الشبكة مع ضمان نوعية جيدة للخدمة

ابتداء من 2002

ب. الإنترن特:

شرعت إدارة البريد والمواصلات بعد المرسوم التنفيذي رقم 98 - 257 المؤرخ في 25 أوت 2001

بالتعاون مع الموزع الأمريكي "LUCENT Technologies" في إقامة شبكة لتقديم خدمات الإنترنرت

كموزع للمؤسسات والأفراد بحيث تستهدف شبكتها كل ولايات الوطن، تفوق قدرتها عشرة آلاف خط

ومائة ألف مشترك بالإضافة إلى ارتباط ما لا يقل عن 20 موزع جديد، تتميز بضمها لمختلف الخدمات التي

يوفّرها الويب بالإضافة إلى الخدمات التي تتطلّبها التجارة الإلكترونية والتي سعىت الإدارة من أجل تطبيقها

إلى الإعلان عن العديد من المناقصات بغية اختيار أكفاء المقاولين لتعهد إليهم بوضع إستراتيجية شاملة

للتطوير.

ج. نظام "WESTERN UNION":

يستخدم هذا النظام للزيادة في سرعة تحويل الأموال على المستوى الدولي والذي تم تطبيقه في العديد

من مؤسسات البريد الوطنية ابتداء من 19 ماي 2001، حيث تسمح هذه الخدمة للعملاء أو المستفيدين

بتحويل الأموال من مصدرها في أكثر من 190 دولة ليتم الحصول على قيمة هذه المبالغ بالعملة الوطنية

على مستوى مكاتب البريد.

¹ [http://www.poste.dz/home/l/internet et p&t.29-09-2007](http://www.poste.dz/home/l'internet et p&t.29-09-2007)

² <http://www.poste.dz/home/les nouvelles technologies de l'information et de la communication. 28-09-2007>

في البداية، انطلق العمل بهذا النظام على مستوى 46 مكتبا بريديا ليترتفع العدد فيما بعد سنة 2002 إلى 300 مكتب موزعين على كامل التراب الوطني.

تتميز هذه الخدمة بالبساطة في التنفيذ، الأمان والسرعة، ولكن لكي تكون فعالة وترقى إلى المستوى الذي يطمح إليه العملاء يجب أن تدعم بمجموعة أخرى من الخدمات الثانوية بالإضافة إلى مراعاة العملاء لبعض الأمور وهي:

- الحصول على الأموال المحولة بالعملة الصعبة يستوجب فتح حساب بنكي لدى أحد البنوك التجارية،
- عند تحويل الأموال إلى الخارج، يجب مراعاة الفوارق في أسعار صرف العملات التي قد تؤثر على قيمة المبالغ المحولة،
- لا تسلم المبالغ أو الأموال المحولة إلا لصاحبها شخصيا.

من أجل التحسين دائما وعلى نفس المنوال، تقدمت الوزارة بمناقصة وطنية دولية تحمل رقم 2001/41، نشرت بتاريخ 01 أوت 2001 تخص تقديم حلول ومعدات مالية تدعم السحب والدفع محليا وخارجيا وتشكل من:¹

- نظام الإدارة والتسيير (معدات وبرامج: تخص السحب والاطلاع على الرصيد المتبقى وإمكانية طلب دفتر الصكوك، القيام بالتحويلات النقدية بين البنوك واستخدام البطاقات المالية الدولية كبطاقة فيزا أو ماستر كارد)،
- مائتا ألف بطاقة بنكية مزودة بشريحة،
- ورشة تحضير البطاقات البنكية بسعة 300 بطاقة في الساعة،
- 500 محطة دفع آمنة، تتصب في واجهة وكالات البريد ليتمكن الزبون من التسديد عن بعد، وعن طريق الإنترنت، تحضيرا للدخول إلى عالم التجارة الإلكترونية؛ ويمكن الوصول لهذه المحطات عن طريق الحاسبات الشخصية الموصولة بالهاتف أو عن طريق الهاتف النقال GSM،

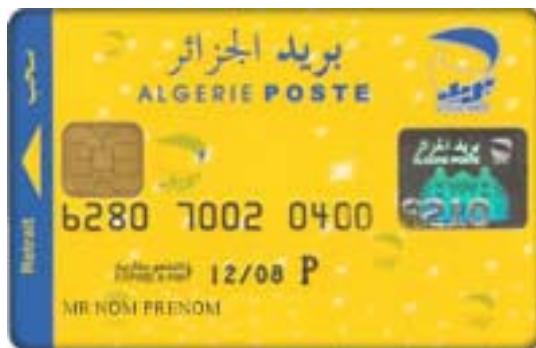
¹ <http://www.poste.dz/offre.htm>. 27-10-2007

- 100 موزع آلي للأوراق النقدية تُصب في واجهات وكالات البريد وترتبط مباشرةً مع الشبكة المالية الداخلية.

د. بطاقة السحب CIB:

هي بطاقة مغناطيسية مجانية خاصة بالحساب البريدي الجاري تسمح لصاحبها بإجراء عمليات سحب انطلاقاً من الشباك الآلي للأوراق النقدية، حيث يتلقى الزبون إشعاراً بوصول بطاقة ليتجه بعدها إلى مكتب البريد لتسلم له البطاقة شخصياً، بالإضافة إلى إمكانية استخدامها عدة مرات يومياً لسحب مبالغ قد تصل إلى عشرين ألف دينار جزائري يومياً.

الشكل رقم 12: بطاقة السحب التابعة لبريد الجزائر



Source:<http://www.eccp.poste.dz/work8.php.29-09-2007>

أوضحت المديرة العامة لبريد الجزائر في الكلمة الافتتاحية التي تنشرها مجلة "ساعي البريد" (مجلة شهرية مخصصة لعمال البريد)، أن بطاقة السحب قد تكون منتجاً في غاية الأهمية، بل ومن شأنه أن يحدث ثورة في السوق، لكن ذلك لن يتم إلا إذا رافق هذا المنتج حملة تسويق بفرض الترويج له، وهي العملية التي يجب أن تكون مبنية على إستراتيجية مدروسة، إعلامية وتنقية، من شأنها أن تلبي أكثر فأكثر حاجيات العملاء وما يصبوون إليه، ليس لشيء إلا لبلوغ غاية واحدة وهي إرضاء زبائن ما فتئت طلباتهم تزداد إلزامية يوماً بعد يوم.

كشف وزير البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال، في شهر سبتمبر 2007، عن بلوغ تغطية شاملة ببطاقات السحب الآلي خلال سنة 2008، حيث يتوقع أن يصل عددها إلى 4.5 مليون بطاقة مع نهاية 2007

كما أوضح الوزير أن مديرية بريد الجزائر تعمل على ضمان تغطية شاملة لزيائتها بالبطاقات المغناطيسية للسحب الآلي، مشيرا إلى أن عدد البطاقات التي تم توزيعها حتى شهر سبتمبر من سنة 2007 قد بلغ 2.5 مليون بطاقة، وحسبه فإن العمل على تعميم التعامل بهذه الآلية يرجع لميزتها في الحد من السرقة من الحسابات البريدية والقضاء على عمليات تبييض الأموال.¹

الجدول رقم 7 : توزيع البطاقات المغناطيسية حسب الولايات

توزيع البطاقات حسب الولايات السداسي الأول 2007		عدد الحسابات
الجزائر		701886
وهران		230059
سطيف		218794
باتنة		183540
قسنطينة		181179
تizi وزو		181179
البليدة		197306
الشلف		161325
تلمسان		156943
المدية		147265
سكيكدة		136012
جيجل		131534
بشار		130780
الدار		110056
البيض		97567
النعامة		63302
تندو		59265
ورقلة		41977
بسكرة		39498
جيجلية	10 جانفي	7334
2.5 مليون بطاقة		2546623

المصدر: توزيع بطاقات ccp للحساب البريدي الجاري، منشورات مديرية الاتصال لبريد الجزائر (مجلة ساعي البريد)، رقم 04، أبريل 2007، ص.

من جهة ثانية أشارت المديرية العامة لبريد الجزائر إلى أن التعامل عن طريق بطاقات السحب الآلي التي بوشرت سنة 2005 سيتم تطويرها لتمكين الزبائن من شراء حاجياتهم عن طريق الشبكة المعلوماتية بداية من سنة 2008، بالإضافة إلى تمكينها الزبون من سحب أمواله من الأجهزة المتواجدة عبر مختلف البنوك ذات العلاقة مع بريد الجزائر الذي يُسيّر حالياً أكثر من 16 مليار دينار.

¹ <http://www.poste.dz/offre.htm>

الشكل رقم 13: بطاقة الدفع البنوكية التابعة لبريد الجزائر



Source: <http://www.eccp.poste.dz/work8.php.29-09-2007>

تستخدم البطاقة البنوكية كوسيلة للسحب والدفع معا، يستفيد منها كل شخص لديه حساب بنكي في أحد البنوك التي تتعامل مع بريد الجزائر، حيث تسمح هذه البطاقة للعميل بتسديد قيمة مشترياته مباشرة من المتجر الذي يقبل التعامل بها.

للإشارة فقط، ينحصر استخدام هذه البطاقة في كل من ولايتي "الجزائر العاصمة" و"تيبيازة" ، مع شريحة واسعة من التجار، على اختلاف الأنشطة التي يمارسونها، وهذا في نهاية سنة 2007.

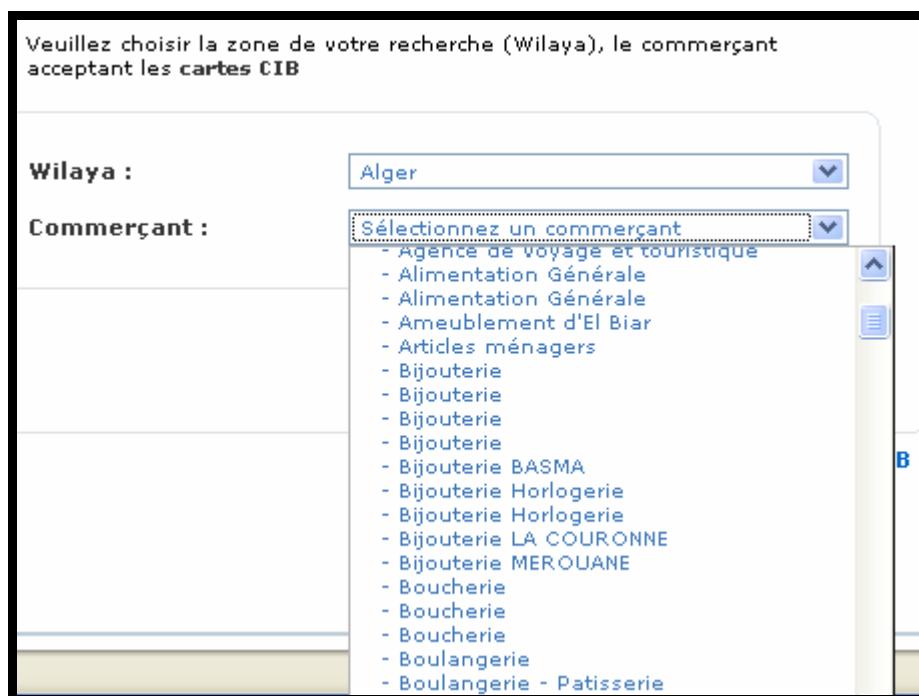
الشكل رقم 14: الولايات التي تتعامل ببطاقة الدفع البنوكية التابعة لبريد الجزائر

The screenshot shows a search interface for merchants accepting CIB cards. At the top, there is a note in French: "Cette page contient les coordonnées des commerçants acceptant les cartes CIB organisés par wilaya." Below this, another note says: "Pour visualiser les coordonnées de ces commerçants, sélectionnez la wilaya de votre recherche et le commerçant en question". A small image shows a hand using an ATM. Below the notes, there is a message: "Veuillez choisir la zone de votre recherche (Wilaya), le commerçant acceptant les cartes CIB". The search form includes fields for "Wilaya:" and "Commerçant:". The "Wilaya:" field has a dropdown menu with options: "Sélectionnez une Wilaya", "Sélectionnez une Wilaya", "Alger", and "Tipaza". The "Commerçant:" field is empty.

Source: <http://www.cpa-bank.com/reseau.htm.03-11-2007>

من خلال موقع بنك القرض الشعبي الجزائري على الإنترنت (www.cpa-bank.com) يمكن الإطلاع على قائمة المتاجر التي تتعامل بالبطاقة والتابعة لـ كل ولاية، حيث بمجرد أن ينقر العميل على اسم المتجر يحصل مباشرة على عنوانه التجاري.

الشكل رقم 15: جزء من قائمة المتاجر التي تتعامل ببطاقة الدفع البنوكية في ولاية الجزائر



Source: <http://www.cpa-bank.com/reseau.htm.03-11-2007>

إن تحقيق النتائج المرجوة من خلال استخدام بطاقة السحب يرجع أساسا إلى توفير الظروف الحسنة لاستخدامها من الأمان، الثقة والسهولة، لأنه وعلى الرغم من المزايا التي يعدها استخدام هذا النوع من البطاقات إلا أن الإقبال عليها في بداية الأمر قد لاقى مجموعة من الصعوبات رغم الفوائد التي تطوي عليها، حيث وبمجرد البدء في استعمالها من طرف المواطنين أصبحت المكاتب البريدية الخاصة بتلقي الشكاوى خاصة بالمواطنين الذين قدموا لهم يجدون حلولاً لمشاكلهم الناتجة عن استخدام البطاقة، فقد اعترف العشرات منهم أن ثغرات مالية تحدث في حساباتهم كلما استعملوا بطاقة السحب المغناطيسية، بالإضافة إلى أنها عملية في بعض مكاتب البريد وغير عملية في مكاتب أخرى، وغيرها من المشاكل التي يفترض أن تكون بسيطة وعادية لكون العملية (استخدام البطاقة) حدث العهد، ولكن إن تم حلها بشكل فوري بغية تشجيع العملاء على الاستمرار في استخدام هذه البطاقة، حيث أرجع وزير البريد

وتكنولوجيات الإعلام والاتصال المشاكل التي يقع فيها زبائن بريد الجزائر لدى القيام بسحب المبالغ المالية عن طريق شباك الدفع الآلي إلى عدم وضع الأوراق النقدية الكافية أو أوراق نقدية في حالة سيئة تؤدي إلى تعطيل الجهاز، وأعطى تعليمات بهذا الشأن بهدف وضع حد لهذه التصرفات التي تضر بمصلحة زبائن بريد الجزائر الذين بلغ عددهم 9 ملايين مشترك.

الجدول رقم 8: توزيع الشبابيك الآلية للأوراق البنكية

المديريات الإقليمية	عدد الشبابيك الآلية الموضوعة تحت الخدمة
الجزائر	72
وهران	37
الشلف	35
قسنطينة	33
ورقلة	26
سطيف	25
عنابة	24
بشار	15

المصدر: توزيع بطاقات ccp للحساب البريدي الجاري، [منشورات مديرية الاتصال لبريد الجزائر](#) (مجلة ساعي البريد)، رقم 42، أبريل 2007، ص. 42

إن استخدام الشبابيك الآلية بطريقة جيدة يتطلب بالدرجة الأولى توفرها لهذه الأخيرة بشكل يسمح باستخدامها من طرف الزبائن بكل أمان وثقة، وبالاطلاع على بيانات الجدول أعلاه يتضح أنه يوجد ما يعادل 267 شبابكا آلياً على مستوى الجزائر ككل نهاية شهر فيفري 2007، وهو ما يدعو إلى ضرورة تكثيف الجهود من أجل إنشاء عدد أكبر من الشبابيك، لأنه ليس من المعقول أن يتتوفر 267 شبابكا فقط لحوالي 2.5 مليون مشترك؛ وبأخذ ولاية الجزائر كمثال، نجد أنه في شهر فيفري كان عدد البطاقات الموزعة (بفرض أن جميعها جاهزة للاستعمال) 701886 بطاقة يقابلها 72 شبابكا آلياً للأوراق البنكية على مستوى المديرية الإقليمية أي بمعدل شباك واحد لكل 9748 زبون. مما قد يعيق استخدام هذه البطاقة، ولا يشجع اللجوء إلى هذا النوع من السحب

4- النظام البنكي وبطاقات المعاملات المالية:

يعيش النظام المصرفي الجزائري مشاكل عديدة ومعقدة تظهر أثاء تقديمها لخدماته، بحيث تقف عائقاً أمام تطوره وحاجزاً في وجه الاستثمار، نظراً للدور البارز الذي يلعبه هذا القطاع في حلقة التنمية الاقتصادية، وتعلق هذه المشاكل عادة بالكفاءة والسرعة في الأداء، حتى وإن تعلق الأمر بالعمل على المستوى المحلي، خاصة في ظل غياب شبكات محلية تربط مختلف الهيئات المالية وتتسق العمل بينها، إن هذه الحالة تفرض إيجاد حلول جديدة من شأنها تقديم خدمات أحسن وأسرع مثل النقود الإلكترونية التي تسهل عمليات التسديد أو الدفع المباشر.¹

بادرت بعض المؤسسات بتطوير شبكات إلكترونية للدفع والتسديد، منتشرة في نقاط محدودة من التراب الوطني، لكن عدم القدرة على التحكم فيها وتسويتها، جعل بعضها تتوقف عن تقديم خدماتها، بسبب اعتماد هذه المؤسسات على حلول وأنظمة مستوردة، غير متوافقة وخصائص السوق الجزائرية، وكذا عدم وجود الكفاءات الوطنية القادرة على صيانة مثل هذه الأنظمة؛ لكن وجود الطلب المتزايد على هذه الخدمات مثل التسديد والدفع ببطاقات المعاملات المالية، شجع بعض المؤسسات على مواصلة تقديمها، مثل: بطاقة الدفع المسبق لخدمات الهاتف، بطاقة السحب من الصرافات الآلية لمؤسسة البريد والبطاقات البنكية للسحب والدفع مثل: القرض الشعبي الجزائري، بنك الجزائر الخارجي، الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط وبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) الذي قطع أشواطاً متقدمة مقارنة بالبنوك الأخرى في مجال تكنولوجيا الاتصال بدلائل امتلاكه لشبكة اتصال تعم جل ولايات الوطن، مخصصة للتحويلات المالية بين وكلائه والتي أعلن عنها في 21 سبتمبر 2004، لذلك سيتم في هذه الدراسة التطرق للخدمات الإلكترونية التي يقدمها هذا البنك بالإضافة إلى عرض موجز لبطاقته المالية.

4- 1 خدمات بنك "BADR" الإلكترونية:

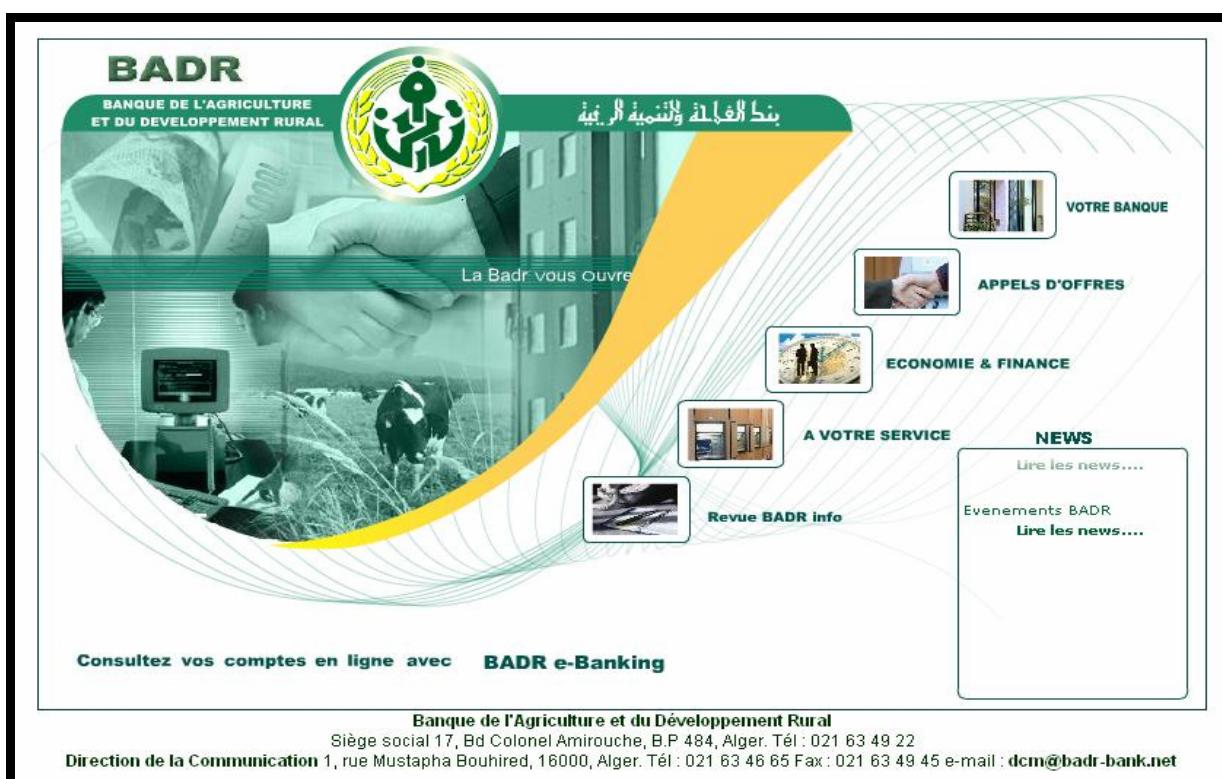
يُعد بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) واحداً من أهم البنوك العمومية التي سعت إلى تحسين نوعية الخدمات الإلكترونية التي تدرج ضمن ما يسمى بـ "E_Banking". فإمكانية الاطلاع على الحساب

¹ بختي ب، المرجع السابق، ص. 202

الكترونيا، السحب أو الدفع بواسطة البطاقة الإلكترونية يعتبر نقطة تحول جيدة في مستوى تقديم الخدمات وعلاج للكثير من المشاكل التي من الممكن أن يتعرض لها العملاء من سرقة، ضياع، طوابير الانتظار، كما أن استخدام التكنولوجيات الحديثة على مستوى البنك من شأنه أن يسرع من وتيرة العمل (علاج الشيكات، تحويل الأموال تسيير الحسابات، ...) ويقلل من التكالفة أيضا.¹

وفيما يلي عرض موجز لأهم ما يحتويه الموقع الإلكتروني للبنك، فضلا عن الخدمات المتاحة:

الشكل رقم 16: الصفحة الرئيسية لبنك BADR



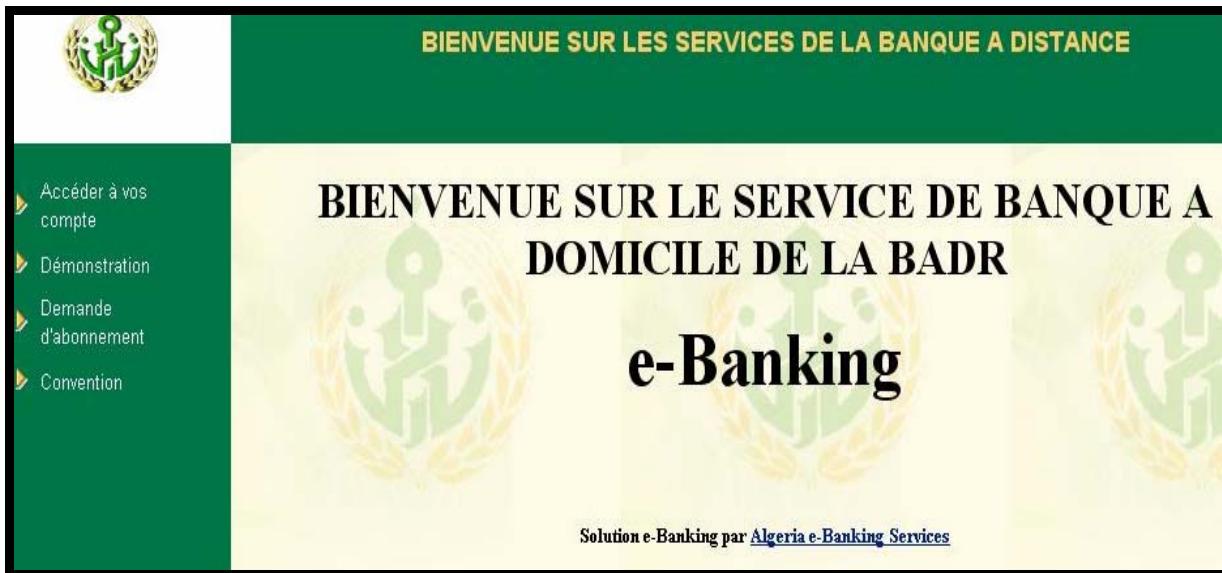
Source: <http://www.badr.dz>

بعد النقر على الجملة الموجودة أسفل الصفحة الرئيسية إلى اليسار (consultez vos comptes en)

ننتقل مباشرة إلى خدمات "BADR" ligne avec BADR e-banking الإلكترونية.

¹ Abderraffiq khenifsa, "la BADR lance son services", (<http://www.ebanking.badr.dz/part/fr/archive2004>>it mag 44).31-10-2007

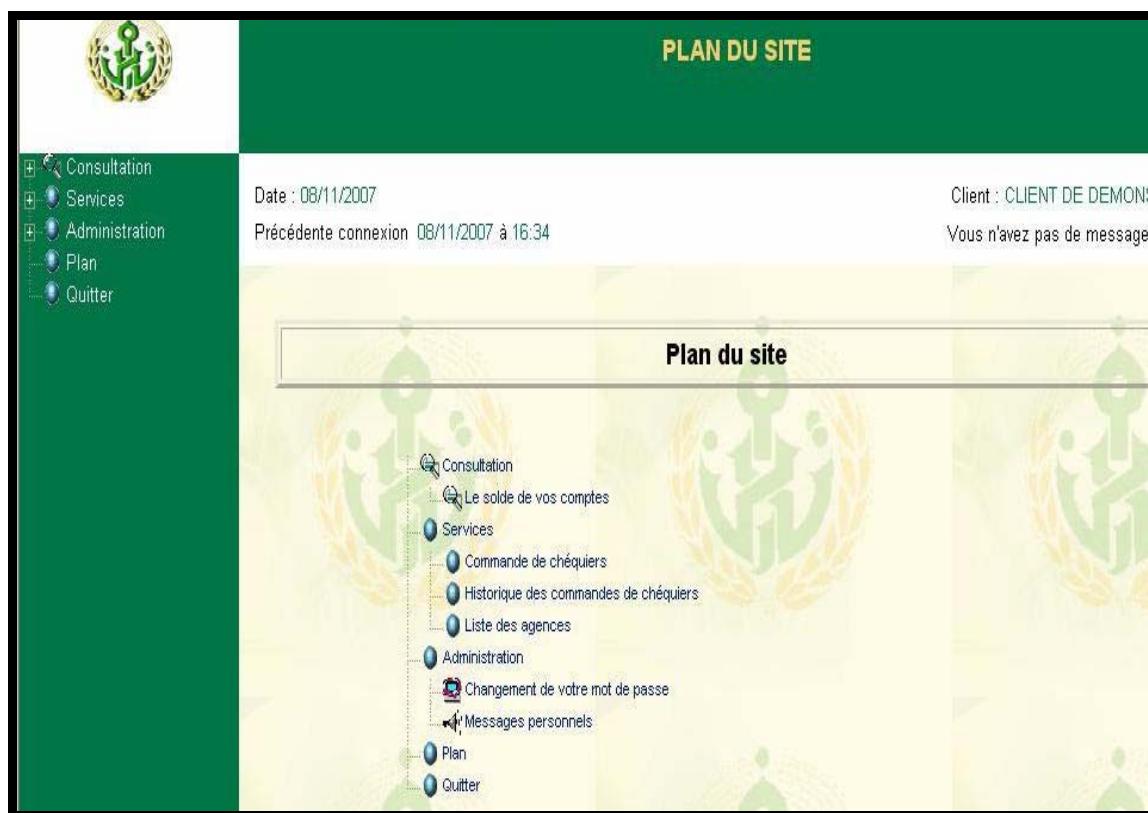
الشكل رقم 17: صفحة خدمات بنك "BADR" الإلكترونية



Source: <http://www.ebanking.badr.dz>

عند زيارة موقع بنك "BADR" على الإنترنت (<http://www.ebanking.badr.dz>) يمكن للعميل طلب الاشتراك في البنك مجاناً بالإضافة إلى مجموعة أخرى من الخدمات وفق المخطط الموضح في الشكل:

الشكل رقم 18: مخطط الموقع



Source: <http://www.ebanking.badr.dz>

١. طلب الاشتراك مجانا:

في هذه المرحلة يقوم العميل بإدخال بياناته الشخصية بشكل جدي وصارم، بالإضافة إلى إتباع مجموعة من الخطوات تهدف إلى تمكين البنك من حفظ هذه المعلومات بطريقة آمنة تحول دون إمكانية التلاعب بها.

الشكل رقم 19: طلب الاشتراك

The screenshot shows a web-based subscription application. At the top right, it says "DEMANDE D'ABONNEMENT". Below that is a title "Formulaire d'abonnement en ligne". The form contains several input fields and dropdown menus. On the left side of the form, there is a vertical sidebar with some text and icons. At the bottom right of the form area, there is a "Valider" button with a small circular icon next to it.

Source: <http://www.ebanking.badr.dz>

بعد تأكيد الاشتراك، يمكن للعميل الاستفادة من الخدمات الإلكترونية المتاحة، حيث يقوم في البداية، بإثبات هويته عن طريق رقم الاشتراك وكلمة المرور كما في الشكل، ليكون له الخيار فيما بعد لطلب الخدمة التي يريد.

الشكل رقم 20: إثبات الهوية

Accéder à vos comptes
Démonstration
Demande d'abonnement
Convention

IDENTIFICATION

Les données présentées dans les écrans qui suivent sont fictives, et n'ont de sens que dans le cadre de la visite guidée.

Tapez votre numéro d'abonne

Tapez votre mot de passe

Valider

Nota : Après avoir validé votre identification, BADR e-BANKING vous propose d'accepter un cookie qui vous permet de créer une "session" entre le serveur BADR e-BANKING et votre poste, vous évitant ainsi d'avoir à vous identifier pour chaque fonction de BADR e-BANKING.
Le cas échéant, pensez à désactiver la fonction de filtrage des cookies sur votre logiciel de navigation, sinon il vous sera impossible d'accéder à vos comptes.

Source: <http://www.ebanking.badr.dz>

ب. الاطلاع على الحساب:

توفر هذه الخدمة للعميل إمكانية الإطلاع على الحساب الجاري وحساب التوفير في أي وقت وأي مكان دون أن يضطر إلى التوجه إلى مقر البنك والالتزام بساعات العمل اليومية.

الشكل رقم 21: كشف الرصيد

Consultation
Services
Administration
Changement de votre mot de passe
Messages personnels
Plan
Quitter

LE SOLDE DE VOS COMPTES

Date : 08/11/2007
Précédente connexion 08/11/2007 à 16:34
Client : CLIENT DE DEMONSTRATION
Vous n'avez pas de message personnel

Liquidités et épargne	Titulaire	Date du solde	Devise du compte	Solde
Compte Courant 01000583576A	CLIENT DE DEMONSTRATION	27/10/2007	DZD	74,25
Compte Epargne 01000878782C	CLIENT DE DEMONSTRATION	27/10/2007	DZD	8 743,68
Total de vos avoirs (exprimé en GBP)				8 817,93

Source: <http://www.ebanking.badr.dz>

ج. طلب دفتر الشيكات:

تم هذه العملية عن طريق ملء استماراة إلكترونية يحدد فيها العميل نوع وحجم الدفتر الذي يريد،

كما هو موضح في الشكل

الشكل رقم 22: الاستماراة الإلكترونية لطلب دفتر الشيكات

The screenshot shows a web-based application for requesting a checkbook. At the top, there are status messages: 'Date : 08/11/2007', 'Précédente connexion 08/11/2007 à 16:34', 'Client : CLIENT DE DEMONSTRATION', and 'Vous n'avez pas de message personnel'. Below this, a main title reads: 'Pour commander votre chéquier, cochez et sélectionnez dans la liste suivante les informations correspondantes'. The form fields include:

- Veuillez**: A section with three radio button options:
 - Tenir à ma disposition à mon agence.
 - M'expédier par pli recommandé et à mes frais à mon adresse.
 - M'expédier sous pli recommandé et à mes frais à l'adresse saisie ci-dessous
- Compte chèque N°**: A dropdown menu labeled 'Sélectionnez votre compte'.
- Titulaire**: A dropdown menu showing 'CLIENT DE DEMONSTRATION'.
- Agence**: A dropdown menu showing 'BANQUE AGRICOLE'.
- Nombre de chéquiers**: A text input field containing '1'.
- Type de chéquiers**: A dropdown menu showing 'Carnet de 25 chèques'.
- Adresse**: A dropdown menu showing 'DU DEVELOPPEMENT RURAL'.

At the bottom of the form are two buttons: 'Valider' (Validate) and 'Annuler' (Cancel).

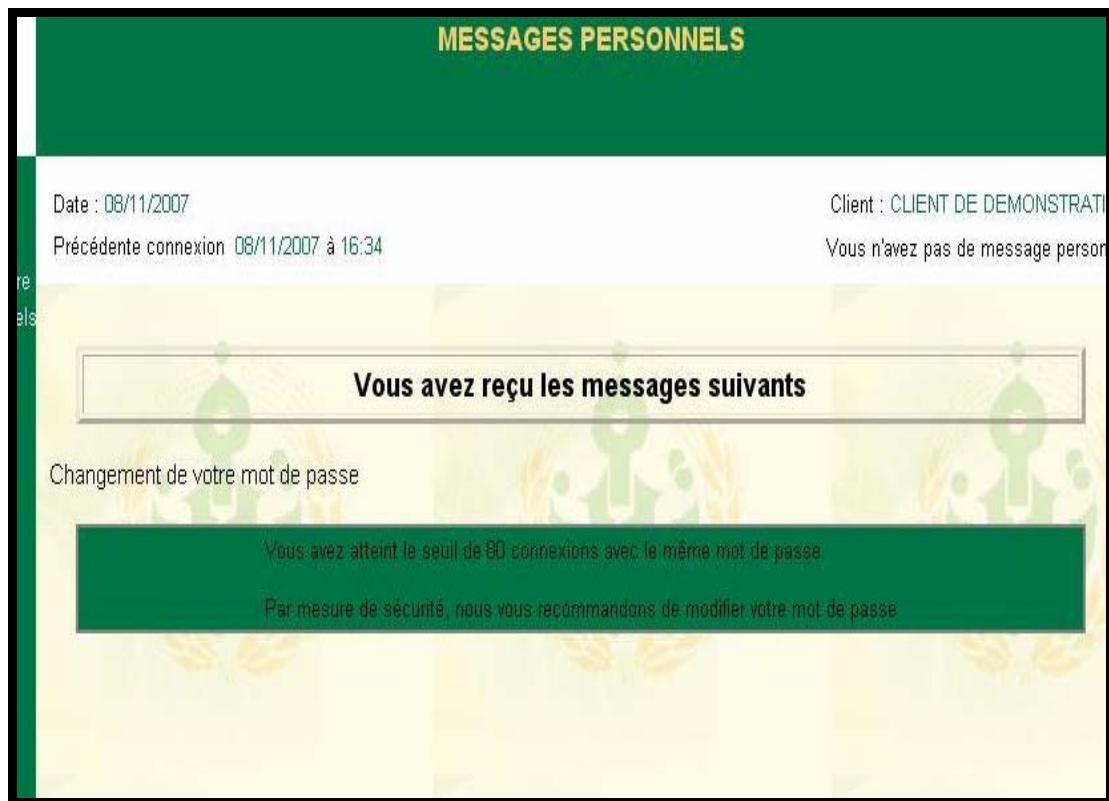
Source: <http://www.ebanking.badr.dz>

د. تغيير كلمة المرور:

تسمح هذه الخدمة للعميل بتغيير كلمة المرور التي يستخدمها في حالة ما إذا أحس أن الكلمة

السابقة سهلة ومن الممكن اكتشافها، وهذا النوع من الحيطة من طرف العميل والسرية والأمن من طرف البنك، الذي عادة ما ينصح الزبون بتغييرها عندما يتجاوز استخدامها حدا معينا.

الشكل رقم 23: طلب تغيير كلمة المرور



Source: <http://www.ebanking.badr.dz>

الشكل رقم 24: تغيير كلمة المرور

The screenshot shows a web interface titled 'CHANGEMENT MOT DE PASSE'. On the left sidebar, there are navigation links: 'Accès', 'Administration', 'Changement de votre mot de passe', and 'Messages personnels'. At the top, there are status messages: 'Date : 08/11/2007', 'Précédente connexion 08/11/2007 à 16:34', 'Client : CLIENT DE DEMONSTRATION', and 'Vous n'avez pas de message personnel'. A central message box contains the text: 'Pour modifier votre mot de passe, saisissez les informations correspondantes :'. Below this, there are three input fields: 'Ancien mot de passe', 'Nouveau mot de passe', and 'Confirmation du nouveau mot de passe'. At the bottom, there are two buttons: 'Valider' (Validate) and 'Annuler' (Cancel).

Source: <http://www.ebanking.badr.dz>

٤- ٢ بطاقة الدفع لبنك الفلاحة والتممية الريفية:^١

تعتبر بطاقة الدفع "BADR" أداة للسحب والدفع، وينظر إليها البنك كوسيلة لتحسين خدمة الزبائن، لهذا فإن تطوير البطاقة يتوقف على عنصرين هامين هما:

التجار الذين يقبلون الدفع عن طريق البطاقة،

الأفراد الحاملين للبطاقة.

أ. خصائص البطاقة المالية:

• على الوجه:

- رقم البطاقة ويكون من ستة عشر رقماً،

- تاريخ انتهاء الصلاحية: الشهر والسنة،

- اسم ولقب المستفيد، يكتبهان بلون ذهبي.

• على الظهر:

- الشريط المغناطيسي، يحتوي على معلومات: حامل البطاقة، البنك، استعمالات البطاقة،

- شريط أبيض خاص بإمضاء حامل البطاقة،

- نص مرفق مع عنوان البنك من أجل إرسال البطاقات الضائعة.

ب. وظائف البطاقة المالية:

تعتبر بطاقة الدفع "BADR" بطاقة وطنية للدفع والسحب، صالحة في الجزائر فقط، تسمح لحامليها

: بـ

- تسديد المشتريات من السلع والخدمات من مختلف المحلات التجارية، فاتورة الفندق أو

المطعم، وذلك بمجرد الإمضاء على فاتورة التاجر المشترك في شبكة "BADR"،

- القيام بسحبوبات نقدية من الوكالات البنكية "BADR" وصرافات الآلية للأوراق النقدية

الخاصة بشبكة "BADR" أيضاً.

^١ بختي ب، المرجع السابق، ص. 203- 206

تجب الإشارة إلى أن عملية الدفع والسحب التي تتم باستعمال بطاقة الدفع تؤدي إلى خصم فوري من حساب حامل البطاقة وذلك بقيمة المعاملة.

ج. حامل البطاقة:

يمكن أن يكون المستفيدين من بطاقة الدفع "BADR" :

- أشخاصاً لديهم حساب بالدينار الجزائري ويمارسون مهناً معترف بها،

- أشخاصاً مفوضين وينشطون باسم أشخاص معنوبين لديهم حساب بالدينار الجزائري.

يتم اختيار حاملي بطاقات الدفع من بين الزبائن الممثلين في: صناعيين، تجار، إطارات سامية، موظفين سامين، أفراد يمارسون مهناً حرّة، أجراء لديهم دخل ثابت، ويمكن أن تسلم البطاقة كذلك إلى إطارات مفوضين وممثلين لمؤسسات وشركات لديها حساب بالدينار الجزائري، (في هذه الحالة تصدر البطاقة بحساب المؤسسة وباسم الإطار المفوض).

يكون السحب أو الدفع بمبلغ محدود يسمح به أسبوعياً، ويحسب السقف الأسبوعي بعد التأكيد من مبلغ الدخل الصافي الشهري المصرح به (تصريح أو شهادة الأجر).

د. شروط تسلیم البطاقة:

يعتمد تسلیم البطاقة على شروط داخلية خاصة بالبنك، ويتوقف على قرار لجنة منح البطاقات، وهذه اللجنة تعيّن بقرار تنظيمي من المديرية العامة في إطار شروط البنك؛ إن منح هذه البطاقة يمكن أن يقترحه البنك كما يمكن أن يكون بطلب من الزبون.

تُمنح البطاقة باقتراح من البنك، لمن يمثل نشاطاً تجاريًا يسمح به: ضمان ترقية منتج جديد وله موارد كافية، وقد تمنح البطاقة بطلب من الزبون، بعد استلام الطلب والتأكد من أن لديه حساباً بنكياً، فإن لم يكن كذلك، يُطلب منه فتح حساب لدى البنك، ولا يُقبل إلا الأشخاص الذين يعرف البنك سلوكهم ويمتلكون مداخيل ثابتة.

هـ. التزامات البنك:

يحمل البنك على عاتقه مخاطر عدم الدفع أو عدم الملاءة المالية لحاملي البطاقة، حيث إن لم تسدد الفواتير المقدمة في آجال لا تتجاوز ثلاثة أيام، فإن حساب التاجر يصبح مدينا في اليوم نفسه، وفي الحالات التالية فإن البنك يحتفظ بحق الإرجاع (عدم القبول) للتاجر:

- الفواتير التي تحمل معلومات خاطئة،
- الفواتير التي تم إعدادها ببطاقات انتهت مدة صلاحيتها،
- الفواتير التي تم إعدادها ببطاقات وردت في قائمة المعارضة، والتي تم إرسالها إلى التاجر قبل تاريخ العملية.

وـ. التزامات حامل البطاقة:

- يجب على حامل البطاقة التأكد قبل كل عملية سحب أو دفع من وجود رصيد كاف،
- البطاقة شخصية ولا يمكن استعمالها إلا من قبل صاحبها؛ يجب أن يضع عليها إمضاءه وذلك بحضور مسؤول البنك، الذي يسلمه لها شخصياً،
- صاحب البطاقة الذي لا يريد تجديد اشتراكه، يقوم بإبلاغ البنك كتابياً وذلك قبل فترة التجديد بشهرين،
- يتعهد صاحب البطاقة بالمحافظة عليها وإبقاء رمزه الشخصي سراً لا يدلّي به لأحد مهما كان، ولا يكلّف أي شخص آخر للقيام بأي عملية كانت في مكانه، لأنّه سيسلمه البطاقة مع الرمز،
- في حالة ضياع أو سرقة البطاقة، يجب على صاحبها إبلاغ وكتالته مباشرة عن طريق تحرير عريضة أو الاتصال عن طريق الهاتف، الفاكس، أو التقدم إلى الوكالة.

زـ. التزامات التاجر:

- يقوم التاجر بـ:
- إشعار الزبائن بحصوله على الاعتماد عن طريق لافتات وملصقات تحمل شعار "BADR"، والتي يجب أن تكون مرئية داخل المحل،

- قبول الدفع بكل بطاقة مالية، تتوفّر فيها شروط الصلاحية لـكل المبيعات أو الخدمات المقدمة من التاجر إلى الزبون،
- تطبيق نفس الأسعار المطبقة على زبائنه الآخرين،
- عدم فرض على حامل البطاقة أي شكل آخر من أشكال الدفع (بالحاضر أو بالأجل) وعدم القيام، بشكل مباشر أو غير مباشر مع حامل البطاقة بأي عمليات أخرى خارجة عن تلك التي تدخل في إطار نشاطاته التجارية وخاصة التسبيقات على الأموال.

وفي كل مرة يتم فيها التسديد عن طريق البطاقة يقوم التاجر بالتأكد من أن:

- البطاقة ما تزال صالحة،
- رقم البطاقة غير وارد في قائمة المعارضة المرسلة من طرف البنك،
- البطاقة المقدمة غير ملغاة (مثقوبة).

على التاجر أيضا استخراج الفاتورة من الطابعة (جهاز ملك للبنك يوضع تحت تصرف التاجر في متجره) حيث يتم طبع المعلومات التالية:

- اسم الزبون، رقم البطاقة، تاريخ انتهاء صلاحية البطاقة،
- رمز التاجر، الاسم، الصفة الاجتماعية وعنوان التاجر،
- تحديد المبلغ والتاريخ على الفاتورة،
- إمضاء حامل البطاقة على الفاتورة والتأكد من تطابقه مع إمساء البطاقة،
- تسجيل رقم الرخصة على الفاتورة،
- إرسال الفواتير إلى البنك خلال الثلاثة أيام التي تتبع إمساءها من طرف الزبون.
- المبلغ المسموح به موجود في العقد،
- يمنع إعداد أكثر من فاتورة لنفس عملية الشراء.

على الرغم من أن هذه البطاقة المالية، غير كافية للتعامل على المستوى الدولي، لكنها بداية للانطلاق في التجارة الإلكترونية في الجزائر وعلى الرغم من أنه بإمكان بنك الفلاحة والتنمية الريفية، أن

يجعل من بطاقة المالية دولية الدفع، عن طريق التعامل مع الهيئات المالية الدولية مثل "فيزا" أو "ماستر كارد"، كما كان الحال في بنك الخليفة سابقاً، الذي أصدر بطاقات مالية بالتعاون مع "ماستر كارد" وأمركان إكسبرس، وتتجدر هنا الإشارة إلى أننا نقوم بعرض أهم الانجازات التي قامت بها المؤسسات المالية والمصرفية سواء الخاصة منها أو العمومية، تحسباً للدخول إلى عالم التجارة الإلكترونية، على سبيل الذكر فقط، بغض النظر عن خلفيات هذه المؤسسات ومصيرها.

5- محاولات إصلاح الجهاز المصري:

إن الإصلاحات المصرفية التي عكفت الجزائر على القيام بها منذ مطلع سنة 2006 تفتح المجال لتطوير التجارة الإلكترونية والتسوق عبر الانترنت والتسريع في تطويرهما، من خلال تحديث وسائل الدفع الإلكترونية مثل بطاقة الدفع العالمية "سي- بي- أ- فيزا- غولد" وهي عبارة عن بطاقة ائتمانية ترخصها هيئة "فيزا" العالمية، تسمح ل أصحابها بشراء السلعة التي يرغبها على الانترنت من أي مكان في العالم وتحويل الأموال إلى البائع عن طريق إرسال المعلومات البنكية عبر البريد الإلكتروني بشكل مشفر لضمان عدم قراءتها في حالة اعتراضها، غير أن ما يعيق هذه العملية في الجزائر هو ببطء إجراءات تحويل الأموال عبر البنوك، فحسب مستثمر سعودي، فإن تحويل الأموال من وكالة بنكية في "بسكرة" إلى وكالة أخرى في "الجزائر العاصمة" تابعة لنفس البنك يتطلب عشرة أيام كاملة، ناهيك عن تحويل الأموال إلى مصرف آخر خارج البلاد، فهذا حتماً سيتطلب وقتاً أطول قد يتجاوز الشهرين، غير أن وزير المالية "مراد مدلسي" أكد بأن الإصلاحات الجارية في القطاع المصرفي ستقلص مدة التحويلات.¹

إلى جانب الاتفاق مع "فيزا"، صرحت "غنية هودادية" المديرة العامة لبريد الجزائر عن مفاوضات تجريها الجزائر مع "ماستر كارد" للانضمام إلى نطاقها، أما بطاقة الدفع الإلكترونية "كاش يو" المنتشرة في منطقة الخليج العربي والشرق الأوسط فقد أبدت إدارتها اهتماماً خاصاً بالسوق الجزائرية، حيث نشرت عدة إعلانات في موقع مكتوب (www.maktoob.com) - الذي يشتهر في بريده الإلكتروني

¹ دالع، المرجع السابق، ص. 03.

أكثر من أربعة ملايين عربي - تبحث عن موزعين لبطاقاتها الإلكترونية في الجزائر رغم أن المديرة العامة

لبريد الجزائر نفت وجود أي اتفاق أو حتى مفاوضات مع إدارة "كاش يو" لتوزيعها في الجزائر.¹

إن الحديث عن صعوبات التحويلات المالية بين البنوك يقود إلى الإقرار بضرورة إنشاء شبكة وطنية للتحويلات المالية، حيث أن سلasse العمل ما بين البنوك لا تتحقق إلا بإنشاء شبكة لنقل المعطيات على مستوى عال، وهو المشروع الذي شرعت الجزائر في إنجاز المرحلة الأخيرة منه ما بين سنتي 2000 و 2001 والذى جاء كثمرة اتفاق بين وزارة المالية ووزارة البريد والمواصلات سابقا، ليسمح بربط جميع البنوك بعضها البعض، من أجل إنشاء وسائل دفع جديدة واستعمال النقود الإلكترونية وجعل الاتصال بين البنوك يتم في زمن حقيقي (Real Time)، وهو ما يعتبر إعادة هيكلة وتطوير لقطاع البنوك، وقد كلفت بهذا المشروع شركتان: الأولى برتغالية، أوكلت لها مهمة دراسة المشروع وتقييم احتياجات القطاع المعنى، أما الثانية فهي هولندية مكلفة بمهمة المساعدة التقنية

❖ مراحل إنجاز المشروع:

قام المشروع على أربع مراحل وهي:²

المراحل الأولى: تمت فيها دراسة الاحتياجات المتعلقة بالخدمات ذات القيمة المضافة، كما هو الحال في البنوك المتطرفة في العالم، وقد أنجزت في جانفي 2000،

المراحل الثانية: استوجب اختباراً ذا طابع تكنولوجي وتقني للشبكة، حيث تم اختيار نظام سهل وبسيط وبأقل تكلفة يدعى (Wireless Fixed Access)، وقد تم اختبار العملية بنجاح بين المدن الثلاث الجزائر العاصمة، البليدة وتيزي وزو،

المراحل الثالثة: وضع مخطط الإنجاز وتكلفة المشروع لعمميتها في باقي ولايات الوطن، المرحلة الرابعة: الاعتماد على تنظيم وتكوين المستخدمين (موظفي البنوك) حيث تم تكوين 3400 عوناً لمدة 12 شهراً، ابتداءً من شهر ماي 2000، كما قامت وزارتا العدل والمالية بتكوين كبار موظفيها في ميادين التسيير المالي والبنكي، وتم توسيع الشبكة على خدمات التأمين، الضرائب والجمارك.

¹ دالع، المرجع السابق، ص. 04

² <http://www.anep.eldjazair.net.dz/bomop/bomop.htm.23-09-2007>

وُضعت هذه الشبكة لغطفي كامل التراب الوطني بحوالي 1000 موقع للربط، يتميز مجموع هذه المواقع بمركز قوي في الواقع السكينة، ويتم التقسيم بإنشاء مراكز جهوية ومركز وطني للتسير، حيث يعتبر هذا الأخير وحدة الإدارة والقيادة لهذه الشبكة، فقد تمت هندسة هذه الشبكة بشكل يضمن الأمان في تدفق المعلومات عبر المحطات القاعدية المنتشرة عبر التراب الوطني، كما أن عقد الربط عبارة عن أنظمة ذكية تستعمل تقنيات عالية تمكّنها من تجاوز جميع العقبات.

ولكن السؤال الذي يطرح نفسه، هو ما هي الأسباب التي عطلت إتمام هذا المشروع وحالت دون إنجاز هذه الشبكة على الرغم من توفر كل الإمكانيات؟

إن المحاولات المتكررة لإصلاح الجهاز المصري وتهيئته للتكيف ومعطيات الاقتصاد العالمي الجديد والسعى لتطبيق التجارة الإلكترونية والاستفادة من المزايا التي تقدمها دليل على الأهمية التي توليهما المصارف الجزائرية للتغيرات الحاصلة في مجال الصيرفة على الصعيد العالمي، ولكن رغم اعتماد مسار إصلاح بنكي ومصري في منذ سنة 1999، إلا أن هذا المسار لا يزال حسب آخر تقدير للبنك العالمي وصندوق النقد الدولي بطيئاً، ولا تزال الانتقادات توجهه من المتعاملين الاقتصاديين والخبراء وحتى المسؤولين إلى المنظومة البنكية التي تشكل حسبيهم عاملًا كابحا أمام الاستثمار.

رغم اعتماد برنامج الدفع الآلي منذ منتصف التسعينيات إلا أن النظام المالي والمصري لا يزال يعاني من نقصان عديدة جعلته حبيس آليات التسier التقليدية؛ ومن بين المؤشرات التي تبين ذلك إقدام السلطات العمومية على إلغاء إلزامية التعامل بالصلك البنكي في كافة المعاملات المصرفية التي تفوق الـ 50 ألف دينار المعتمدة نهاية 2005 لتكون ملزمة في سبتمبر 2006، وإدراج بند متعلق بخصوصية القرض الشعبي الجزائري يفيد بإمكانية لجوء الدولة إلى توقيف مسار البيع دون الحاجة إلى أن تكون ملزمة

¹ بتقديم مبررات على ذلك.

اعتبر الخبير المالي الدكتور "كاميل ساري" الذي قام بدراسات خاصة بتطوير النظام المصرفي والمالي في الجزائر ودول المغرب العربي ورئيس جمعية الأعمال بين الجزائر ومقاطعة "مونتروي" أن إعلان

¹ <http://www.cpa-bank.com/services.informations.htm>. 03-11-2007

النوايا الحسنة لا يكفي وحده لإصلاح نظام مصرفي وبنكي خضع سنوات عديدة لتسخير مركزي أبعده عن اعتماد المقاييس التجارية والاقتصادية في مجال التسيير،¹ واستنادا إلى الأرقام المقدمة من قبل بنك الجزائر يلاحظ بأن المنظومة البنكية والمصرفية الجزائرية لم يطرأ عليها تغيير جوهري من حيث الهيكل والبنية، إذ حتى وإن كانت تتشكل من أكثر من 34 بنكاً ومؤسسة مصرافية فإن البنوك العمومية تستحوذ لوحدها على أكثر من 92 بالمائة من المحافظ وحصص السوق، مقابل 8 بالمائة للبنوك الخاصة الأجنبية، فيما اختفت البنوك الخاصة ذات الرأس المال الوطني كلية.²

¹ حفيظ صواليلي، "برامج إصلاحات البنوك الجزائرية بقيت حبرا على ورق"، حوار مع الخبير الاقتصادي كاميل ساري، منشور في يومية الخبر، العدد 5157، أكتوبر 2007، ص. 11.

² <http://www.bna-bank.com.25-09-2007>

المبحث الثاني:

دراسة حالة: البنك الإلكتروني "monabanq."

يفترض بنا عند إسقاط الجانب النظري للبنوك الإلكترونية على الواقع، أن نقوم باختيار بنك وطني (خاص أو عمومي)، أو بنك عربي على الأقل، ولكن نظراً لعدم توفر الجزائر أو الجهاز المصري في الجزائر على هذا النوع من البنوك من جهة وامتلاع بعض البنوك العربية (الإلكترونية طبعاً) الموجودة على مستوى الوطن العربي عن تقديم المعلومات الضرورية (بغض النظر عن المعلومات التي يعرضها موقع البنك على الإنترنت) التي قد تفيينا في إعداد هذه الدراسة من جهة أخرى، إضافة إلى أن أغلب البنوك الإلكترونية العربية الأخرى لا ترقى إلى المستوى المطلوب الذي قد يشجع على اتخاذها كنموذج في هذه الدراسة، فقد تم اختيار بنك إلكتروني أجنبي يتتوفر على مزايا عديدة، تجمع بين تلك التي تتتوفر عليها البنوك التقليدية والإلكترونية على حد سواء والتي سوف نعرضها في هذا البحث.

1. تقديم البنك الإلكتروني "monabanq."

1-1 التعريف بالبنك:

هو بنك إلكتروني، فرنسي ذو طراز حديث، يعرض أفضل الخدمات التي من الممكن أن تقدمها البنوك التقليدية والإلكترونية على حد سواء، بدأ هذا البنك بتقديم خدماته سنة 1997 ليكون له بذلك أكثر من 200 ألف زبون أو متعامل على الخط، ينشط تحت رقابة اللجنة المصرفية الفرنسية التي تحرص على المتابعة الدورية لوضعية البنك المالية ومدى التزامه بالقوانين المطبقة على المؤسسات المصرفية الفرنسية عموماً، شعاره الاحترافية، الالتزام والصرامة في العمل، موقعه على الإنترنت

<http://www.monabanq.com>

يُقدر رأس مال هذا البنك بسبعة عشر مليون أورو، ترجع ملكيتها إلى مؤسسات اقتصادية،

مصرفية ومالية فرنسية ذات أهمية كبرى وهي:

- مجموعة "3 Suisses" الدولية، بنسبة 66% ،

- شركة "Cetelem" ، بنسبة 34% .

يتميز بوضعية مالية مستقرة جداً، تعتبر بمثابة عامل مشجع لأي متعامل اقتصادي يرغب في استثمار أمواله في هذا النوع من البنوك وهو أقل ما يتطلبه العمل المباشر على شبكة الإنترنت،¹ وكمثال على هذا، قدرت العوائد الصافية لهذا البنك سنة 2003 بـ 4.5 مليون أورو و 2004 بـ 4.9 مليون أورو و 2005 بـ 5.1 مليون أورو

الشكل رقم 25: الصفحة الرئيسية للبنك الإلكتروني monabanq.



Source: <http://www.monabanq.com/banque-en-ligne/accueil.asp>

يعتبر البنك "monabanq."^{'''} بمثابة شكل جديد لأحد البنوك الفرنسية الذي كان يحمل اسم "Covefi" والذي أسس وأعتمد بتاريخ الثامن عشر ديسمبر سنة 1987، حيث بدأ بالتحول تدريجياً من شكله التقليدي إلى الإلكتروني ابتداءً من الثاني أكتوبر سنة 1996، ليحمل اسماً جديداً ومظهراً حديثاً يتلاءم والتغيرات المحيطة بنشاط العمل المصرفي بشكل عام، ولعل السبب الرئيسي وراء هذا التحول هو الوصول لتحقيق هدف في غاية من الأهمية وهو الرغبة في إرضاء أكبر للعملاء الذين يرغبون دائماً في:

¹ <http://www.monabanq.com/banque-en-ligne/qui-est-monabanq.asp>

- علاقة واضحة ومحددة مع طرف محدد ينتمي إلى البنك (محاور، منسق) لا يتغير وبدون توقف أو انقطاع،
- أن لا يكون محل مسألة أو مقاضاة من طرف البنك،
- الوضوح والشفافية في التعامل في جميع الأوقات بما فيها الصعبة منها،
- دفع الثمن المحدد للحصول على الخدمة المحددة وبأحسن طريقة،
- الحصول على الحلول المناسبة لكل انشغال أو مسألة عالقة،
- التعامل مع البنك بطريقة بسيطة، فعالة ومتاحة في كل الأوقات،
- التقليل قدر المستطاع من الإجراءات الإدارية المعقدة والتقليل المستمر للبنك ذهابا وإيابا،
- الحصول، وفي أقل وقت ممكن، عن طريق الإنترنت على جميع الخدمات البنكية التي تقدمها البنوك التقليدية.

ولعل تبديل الاسم من "Covefi" إلى "monabanq."¹ ما هو إلا إجراء للدلالة على التغيير والتجدد، فالنقطة في نهاية الاسم ترمز إلى الإنترنوت وترمي إلى التطوير والتحديث أما عن الكلمة ككل بما فيها الأحرف الثلاثة الأولى "Mon" فهي ترمي إلى الكلمتين اللاتينيتين: "Ma" و "argent"

¹ ."banque

¹ http://www.monabanq.com/banque-en-ligne/decouvrir-ma-banque/acces-presse/Communique_Presse_120307.pdf

الشكل رقم 26: بطاقة تعريف البنك

<p>Où sommes-nous ?</p> <p>Nos locaux se situent sur Wasquehal près de Lille dans le Nord de la France.</p> 	<p>الاسم الاجتماعي: Monabanq.</p> <p>الوضعية: بنك AFB</p> <p>الشكل القانوني: مؤسسة خاضعة لتسخير مجلس الإدارة</p> <p>رأسمال إجمالي: 17 مليون أورو</p> <p>الموظفون الفاعلون: 330 شخصا</p> <p>الرئيس: Annie Gain</p> <p>المدير العام: Alain Colin</p> <p>المساهمون: مجموعة "3 Suisses" الدولية (66%)، ومؤسسة "Cetelem" (34%).</p> <p>الوضعية المالية: بتاريخ 31 ديسمبر 2005 (مليون أورو)</p> <ul style="list-style-type: none">• الناتج الوطني الخام (PNB): 64.8• النتيجة الصافية: 5.1• رأس المال الخاص: 53.5 <p>للاتصال بالبنك:</p> <ul style="list-style-type: none">• الإنترن特: www.monabanq.com• المستشار الشخصي: متصل مباشرة على الخط مع عملاء البنك (الإنترن特)• المستشار الدائم: 0810176176 (بسعر المكالمة المحلية) من الإثنين إلى الجمعة من 8:00 إلى 22:00 (يوم السبت)• خدمة صوتية 0891675995 N°: (طيلة أيام الأسبوع) Monafil• البريد: 1, rue du Molinel -59448 Wasquehal Cedex
--	---

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على وثائق البنك

٢.١. كيفية التسجيل في البنك^١:

توجد ثلاثة طرق للتسجيل في البنك الإلكتروني وهي:

أ. عن طريق الإنترنت (على الخط)،

ب. عن طريق البريد،

ج. عبر الهاتف.

أ. عن طريق الإنترنت (على الخط):

يمكن لأي متعامل اقتصادي أن يقوم بالتسجيل المباشر عن طريق الإنترنت على مستوى الموقع

الكتروني للبنك (www.monabanq.com)، حيث وبمجرد النقر على الأيقونة الخاصة بالتسجيل الموجودة

في الصفحة الرئيسية للموقع تظهر له استماراة إلكترونية تتضمن مجموعة من البيانات يتوجب على المتعامل

أن يقوم بملئها ثم النقر على أيقونة التسجيل.

تقسم البيانات المطلوبة إلى جزئين، جزء خاص بالمعلومات أو البيانات الشخصية يتوجب على

الشخص المعنى ملؤه بالكامل وهي الوضعية الاجتماعية (سيد، سيدة أو آنسة)، الاسم واللقب، تاريخ

الازدياد (اليوم، الشهر والسنة)، مكان الازدياد،

في حالة ما إذا نسي المتعامل ملء خانة من الخانات فإنها تتلون بلون أحمر مباشرةً بعد النقر على

أيقونة التسجيل للدلالة على أهمية هذه المعلومة الشخصية بالنسبة للبنك والتي تؤدي إلى الحيلولة دون إتمام

عملية التسجيل.

أما الجزء الثاني فيتعلق بمحيط الشخص مثل طبيعة الموقع الذي يقطنه (حي، شارع، ممر، شارع

رئيسي،...)، اسم المكان، العنوان بالكامل، اسم المدينة، الرمز البريدي، رقم الهاتف، البريد

الكتروني...

¹ <http://www.monabanq.com/produits-bancaires-services/carte-compte-bancaire.asp>

توجد على مستوى هذا الجزء أيضا خانة صغيرة تتعلق بإرسال البنك مجاناً وعن طريق البريد الإلكتروني جميع مستجدات البنك (منتجات، مجلات، أخبار...)، يقوم الشخص بوضع علامة الموافقة "✓" إذا كان يرغب في هذه الخدمة.

بعد ملء جميع البيانات الضرورية لا يبقى أمام المتعامل سوى النقر على أيقونة الموافقة، ثم إرسال بقية الوثائق الإدارية عن طريق البريد إلى عنوان البنك.

شكل رقم 27: الاستماراة الإلكترونية

The screenshot shows a web-based application for requesting documentation. The main title is "Demande de documentation en ligne". The form is divided into several sections:

- Vos informations personnelles:** Fields for Civilité (Gender), Nom (Last Name), Prénom (First Name), Date de naissance (Birth Date), and Département de naissance (Birth Department).
- Vos coordonnées:** Fields for Nº et type de voie (Street number and type), Nom de voie (Street name), Complément d'adresse (Address complement), Code Postal (Postcode), Nº de téléphone (Phone number), and Adresse email (Email address). There is also a checkbox for receiving newsletters and a field for a parrain's code.
- Conditions générales:** A section containing terms and conditions, a lock icon indicating security, and the website URL www.monabanq.com.

Source: <http://www.monabanq.com/produits-bancaire-services.asp>.

ب. عن طريق البريد:

يقدم "monabanq" للمتعاملين الاقتصاديين الراغبين في التسجيل في البنك فرصة التسجيل عن طريق البريد، حيث يقدم المتعامل بطلب إلى البنك يتمثل في إرسال استماراة التسجيل له بريدياً، ليقوم بملء البيانات المطلوبة ثم إعادتها إلى البنك مرفقة بالوثائق المطلوبة، كذلك يستطيع الشخص تحميل استماراة التسجيل (في شكل Portable Document Format: pdf) مباشر من الموقع وإنتمام بقية الإجراءات.

ج. عبر الهاتف:

إذا تعذر على المتعامل الاقتصادي التسجيل في البنك بواسطة الطريقتين السابقتين، يكفي أن يقوم بإجراء اتصال هاتفي للبنك ويبدي الرغبة في التسجيل وفتح حساب بنكي، ليعين له البنك موظفاً خاصاً يتکفل بملء استمارة التسجيل نيابة عنه مباشرة على الهاتف ثم يقوم بإرسالها له على بريده الإلكتروني ليتأكد من صحة المعلومات المسجلة ثم التوقيع عليها.

بعد إتمام إجراءات التسجيل يقوم البنك بدراسة ملف الزبون ليخطره فيما بعد عن طريق البريد الإلكتروني بنتائج هذه الدراسة، وبعد أيام قلائل من إمضاء العقد، إذا كان الرد بالموافقة، يصبح من حق العميل أو الزبون الاستفادة من جميع الخدمات والامتيازات التي تقدمها وكالته البنكية على الخط، نذكر منها:

- أ- فتح حساب بنكي: بعد القيام بفتح حساب بنكي على مستوى البنك، يستلم الزبون إثباتاً مرفقاً بكلمة المرور التي تسمح له بتفعيل حسابه على مستوى خدمة العملاء،
- ب- وسيلة الدفع: يستلم الزبون كذلك وسائل الدفع الخاصة به (شيكات، بطاقات الدفع) بعد أقل من عشرة أيام من فتح الحساب البنكي في ظرف خاص محكم الإغلاق مرفقاً بالرمز السري لبطاقته البنكية،
- ج- المستشار الخاص: يستلم الزبون أيضاً جميع البيانات الخاصة بمستشاره الخاص الذي يستطيع الاتصال به في أي وقت للاستفسار أو طلب أي خدمة من الخدمات التي يقدمها البنك،
- د- تغيير البنك: يسمح البنك لزيائته دائماً في حالة ما أرادوا تغيير البنك أن يقوموا بذلك دون أي عناء أو أخذ الكثير من الوقت، كما يسمح لهم أيضاً بفتح حساب بنكي لديه دون القيام بتغيير فوري لبنكهم السابق.

2. تشكيلة "monabanq" الإلكترونية:

يقدم البنك الإلكتروني تشكيلة متنوعة من المنتجات والخدمات التي يسعى من خلالها إلى تسهيل وتبسيط حياة العملاء اليومية، وتوجيههم لاختيار ما يناسبهم؛ ويعد "monabanq" البنك الوحيد الذي يقدم هذا النوع من الخدمات والمنتجات والتي تبقى تكفلتها الأفضل والأنسب للعملاء على مستوى القطاع المصرفي الفرنسي بصفة خاصة والدولي بصفة عامة.¹

الخدمات الإلكترونية للبنك:

تصنف هذه الخدمات وفق الغرض التي وضعت لأجله وفق ما يلي:

- أ- خدمات تسهل التعامل مع البنك،
 - ب- خدمات المتابعة الدورية للحسابات البنكية،
 - ج- خدمات تقلص من الإجراءات الإدارية والتوريق (استخدام الورق) دون فائدة،
 - د- خدمات تسهل الاتصال المباشر مع البنك.
- أ- خدمات تسهل التعامل مع البنك (Services qui vous Simplifient la Banque):

أ- 1 الحافظة الرقمية (le Bordereau Numérique):

يوفر "monabanq" لزبائنه خدمة الحافظة الرقمية على الإنترنت من أجل تسهيل استخدام الشيكات الإلكترونية دون أن يكون هناك تاريخ للقيمة (Date de Valeur)، هذه الحافظة تشكل وفق حاجات الزبون ورغباته وذلك وفق الخطوات التالية:

- يقدم الزبون بطلب للبنك الإلكتروني يتعلق بفتح حافظة رقمية لاستلام الشيكات وذلك في المساحة المخصصة لذلك بعد تسجيل كافة البيانات المطلوبة، ليقوم البنك بعد ذلك مباشرة بإرسال إشعار للزبون عبارة عن رسالة قصيرة (SMS) أو رسالة إلكترونية (E-mail) يعلمه بتأكيد فتح الحافظة،
- يقوم الزبون بعد ذلك بتسجيل جميع المعلومات الخاصة بالشيك (المبلغ ورقم الشيك أو الشيكات المرغوب في تسليمها) مع كتابة رقم الحساب الدائن والإمضاء على ظهر الشيك،

¹ <http://www.monabanq.com/produits-bancaires-services/notre-gamme-produits-et-services-bancaires.asp>

• يُقدم الزيون في الخطوة الموالية على إرسال الشيك عن طريق البريد إلى البنك وذلك خلال الأيام

الأربعة الأولى التي تلي تاريخ فتح الحافظة ليتم تقييد أو تسجيل الشيك وفق ذلك التاريخ (أي تاريخ فتح الحافظة الرقمية) وليس تاريخ وصول الشيك.

• بعد مرور الأيام الأربع، وفي حالة ما لم يقم الزيون بإرسال الشيك، يمنح له البنك فرصه عشرة أيام

أخرى، في هذه الحالة يتم تقييد الشيك وفق تاريخ وصوله إلى البنك ولكن بعد حذف أربعة أيام من تاريخ فتح الحافظة،

• بعد انتهاء الفترة المحددة سابقاً (عشرة أيام)، تلغى الحافظة الرقمية تلقائياً ويقيد الشيك وفق

تاريخ وصوله إلى البنك،

• في حالة الضياع أو السرقة، يتوجب على الزيون إبلاغ البنك بالإضافة إلى مصالح الشرطة أو الدرك،

وإرسال نسخة عن البلاغ للبنك حتى يتسعى له اتخاذ الإجراءات اللازمة التي تحول دون الاستخدام غير

الشرعى لهذا الشيك،

• على الزيون أن يتتأكد أولاً قبل طلب فتح الحافظة الرقمية من أن رصيد حسابه كاف لتفعيل

العمليات قيد التنفيذ أو صرف الشيكات مضمون الحافظة الرقمية، لأنه وفي الحالة العكسية سيتخد

البنك إجراءات صارمة اتجاه العميل، مثل التحفظ على حساب العميل وكل وسائل الدفع الخاصة به إلى

حين تسوية وضعيته المالية.

مثال:

إذا افترضنا أن الزيون "x" قام بتقديم طلب فتح حافظة رقمية بتاريخ 13 سبتمبر 2007 وتلقى رسالة

من البنك تعلمته بأن العملية قد تمت بنجاح وفي نفس التاريخ،

• خلال الأيام الأربع الموالية، إذا قام العميل بإرسال الشيكات عبر البريد إلى البنك لتصل مثلاً في

17 سبتمبر 2007 فإن تقييد هذه الشيكات في حساب العميل سيكون بتاريخ 13 سبتمبر 2007 وليس

17 سبتمبر 2007،

- إذا قام العميل بإرسال الشيكات بعد انقضاء مهلة الأيام الأربع التي تلي فتح الحافظة الرقمية، ولكن خلال المهلة الثانية (فترة عشرة أيام) ول يكن مثلًا 19 سبتمبر 2007 و تاريخ الوصول إلى البنك هو 21 سبتمبر 2007 ، فإن تقييد هذه الشيكات سيتم بتاريخ 17 سبتمبر 2007 أي بعد حذف اليوم 21، 20، 19 و 18 (أربعة أيام).
- إذا انقضت المهلة المخصصة لإرسال الشيكات فإنها تقييد بنفس تاريخ الوصول إلى البنك ول يكن مثلًا 30 سبتمبر 2007.

الشكل رقم 28 : طلب إلكتروني لفتح الحافظة الرقمية

اختيار نوع الخدمة ضمن قائمة اختيارات وملء البيانات المطلوبة ثم الضغط على يتبع

source:<http://www.monabanq.com/produits-bancaires-services/notre-gamme-produits-et-services-bancaires/lebordereau-numerique.asp>

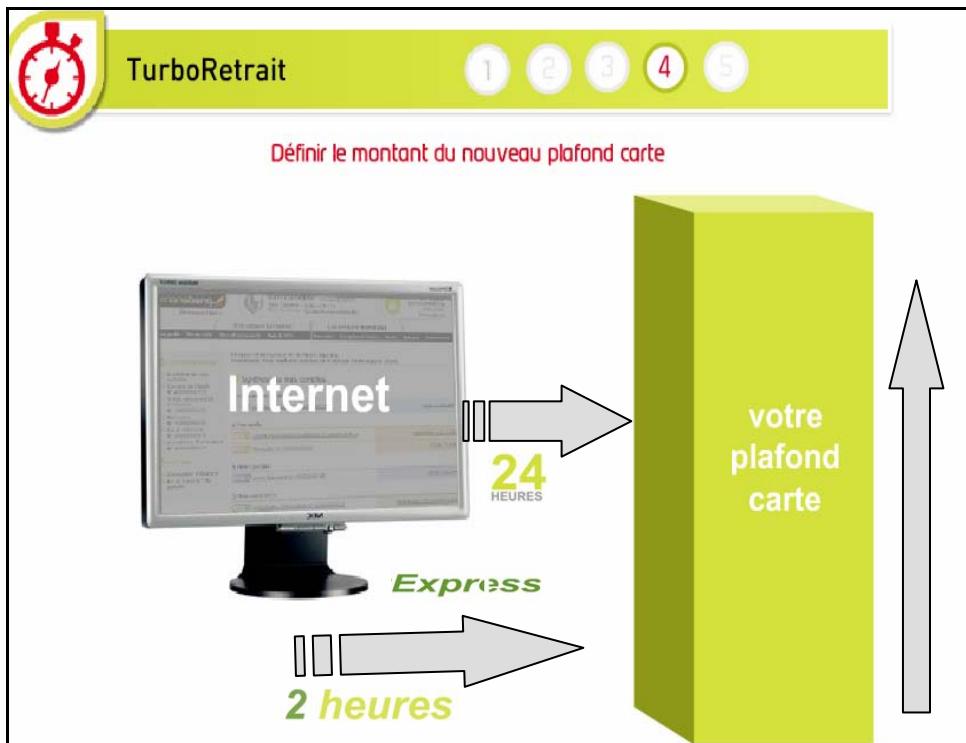
أ- 2 زيادة سقف المسوحات إلكترونيا:

للاستفادة من هذه الخدمة يوفر البنك الإلكتروني لعملائه تقنيتين هما:

"Le Turbo Retrait Express" و "Le Turbo Retrait"

تقدّم هذه الخدمة لكل عملاء البنك بصفة مجانية وهي تسمح للعميل بذلك باستخدام التقنية (plafonds de retrait et d'achat) الأولى "Le Turbo Retrait" برفع سقف المسوحات والمشتريات الخاصة بالبطاقة البنكية (la Carte Bleue) وذلك بشكل قطعي، منتظم ووفق ما يسمح به السقف المحدد للعميل في حالة ما إذا احتاج هذا الأخير إلى سيولة معتبرة، في هذه الحالة يقوم الزبون أو العميل بالاتصال بمصلحة العملاء حيث يعمل البنك على تعيين مستشار خاص لكل عميل يتکفل بمهام التوجيه والإرشاد ويكون بمثابة الوسيط بين البنك والزبون الذي يكون باستطاعته الاتصال به إما عن طريق الهاتف الخلوي أو البريد الإلكتروني، بالإضافة إلى إمكانية تقديم طلب بذلك على مستوى موقع البنك الإلكتروني ليتم تحديد سقف السحب المخصص للعميل في أقل من 24 ساعة عمل (24^h Ouvrées) في حالة ما إذا قام بتقديم طلبه قبل الساعة السابعة والنصف ليلاً ابتداء من يوم الاثنين والثلاثة مساء خلال يوم السبت، إذا كانت وضعية حسابه البنكى (حساب الإيداع Compte de Dépôt) تسمح بذلك، فمثلاً لو قام الزبون "X" بتقديم طلبه إلى مستشاره الخاص يوم السبت وكانت وضعيته المالية تسمح بذلك فإن زيادة سقف المسوحات ستكون يوم الثلاثاء صباحاً، أما إذا كان الزبون في حاجة ملحة لسحب مبالغ مالية معتبرة وبشكل فوري وهذا في الحالات المستعجلة فيمكنه تمديد سقف المسوحات بعد ساعتين فقط من تقديم الطلب وذلك وفق تقنية "Le Turbo Retrait Express"، لكن هذه العملية ليست مجانية كسابقتها وإنما تم مقابل عمولة تخصم قيمتها مباشرة من حساب العميل وتقدر بـ 25 أورو للطلب (حسب الشروط العامة للبنك في 01 مارس 2007).

الشكل رقم 29: تقنيتا زيادة سقف المسحوبات



source: <http://www.monabanq.com/produits-bancaires-services/notre-gamme-produits-et-services-bancaires/turbo-retrait&expresse.asp>

ب - خدمات المتابعة الدورية للحسابات البنكية :

يوفر البنك الإلكتروني مجموعة من الخدمات والتقنيات التي تسهل للعميل عملية المتابعة الدورية لحساباته البنكية وهذا وفق الشروط العامة للبنك والتي تكون محل اتفاق بينه وبين الزبون وهي كما يلي:

ب-1 خدمة الإخطار الدوري للعميل عن طريق الرسائل القصيرة / البريد الإلكتروني (Info Sms/Mails et Gestion Info Sms/Mails)

تتمثل هذه الخدمة في قيام البنك الإلكتروني بإرسال رسائل نصية قصيرة (SMS) لهاتف العميل الجوال أو رسائل إلكترونية على بريده الإلكتروني لإخباره بمختلف التغيرات التي تحصل على مستوى حسابه البشكي في الأشهر الأخيرة وذلك بصفة دورية حسب الاتفاق الذي يتم بينهما أثناء الاشتراك أو التسجيل في البنك، حيث يتعين على العميل أن يقوم بتحديد المزايا أو الخصائص التي يرغب أن تتوفر في

هذه الخدمة كطبيعة ومضمون الرسائل بالإضافة إلى تحديد دورية هذه الرسائل بمعنى عدد المرات التي تصل فيها الرسائل إلى الزبون خلال فترة زمنية معينة كما يمكن للزبون أن يحدد ما يلي:

- تاريخ إرسال هذه الإشعارات، (من الاثنين إلى الجمعة)،
- رصيد الحساب البنكي،
- إشعارات تتبه عندما يصل رصيد الحساب البنكي إلى العتبة الدنيا والتي يحددها الزبون بنفسه مثل: ترخيص بالسحب على المكتشوف (**Autorisation de Découvert**) ،
- إشعار بالعمليات الدائنة الدورية أي تلك التي تؤدي إلى زيادة في رصيد الحساب البنكي بصفة منتظمة مثل الراتب الشهري، حيث يتغير على الزبون في هذا تحديد هذه المبالغ ،
- إشعار بالعمليات المدنية التي تؤدي إلى نقصان في رصيد الحساب البنكي وبصفة دورية ،
- إشعار بتفعيل السحب على الكشوف عندما يقارب رصيد الحساب البنكي الصفر.

بالنسبة للرسائل القصيرة التي تتضمن إشعارات تتبه بوصول رصيد الزبون إلى حد الأدنى، فإن البنك لا يكتفي بإرسال رسالة واحدة فقط بل يكرر هذه العملية أسبوعيا إلى أن يقوم العميل بتسوية رصيد حسابه البنكي.

بالإضافة إلى الرسائل السابقة، يمكن للعميل أن يتلقى رسائل تجارية مجانية من البنك تكون إما رسائل قصيرة "SMS" أو رسائل إلكترونية "E-mail" ، إلا في حالة ما لم يرغب العميل في تلقي هذا النوع من الرسائل فإنه يكتفي فقط بالاتصال بالبنك أو بمصلحة الإدارة البنكية عن طريق البريد العادي أو البريد الإلكتروني contact@monabanq.fr

يوجد نوع آخر من الرسائل المجانية التكميلية وال المتعلقة بتأكيد إتمام العمليات التي يقوم بها الزبون مع البنك، مثل استلام شيك أو مجموعة من الشيكات (الحافظة الرقمية)، تأكيد فتح حساب بنكي، تحويل مبالغ مالية من حساب إلى آخر، أما عن تكافلة الرسائل السابقة فهي تختلف باختلاف طبيعة الرسالة في حد ذاتها وعدد مرات إرسالها إلى العميل.

تعتبر خدمة الإخطار عن طريق الرسائل ذات أمد غير محدود، فهي عبارة عن اتفاقية دائمة تربط بين الزبون والبنك ويبقى لها الأخير حق التغيير في طبيعة وطرق تقديم هذه الخدمة كما يبقى للعميل كذلك حق الرفض أو الموافقة، كما يمكن للبنك أن يقوم بفسخ العقد في حالة ما تماطل العميل في تسديد تكلفة الرسائل التي يتلقاها.

بـ-2 خدمة تحليل الحساب البنكي بيانيا (Monascope)

توفر هذه الخدمة للعميل فرصة متابعة التطورات التي تحدث في حسابه البنكي بطريقة بيانية مجاناً وهذا من خلال حاسوبه الشخصي بعد الاتصال بالبنك إلكترونياً والدخول إلى المساحة الخاصة بالعملاء حيث يتم عرض العمليات الدائنة والمدينة باستخدام برنامج "Monasope".

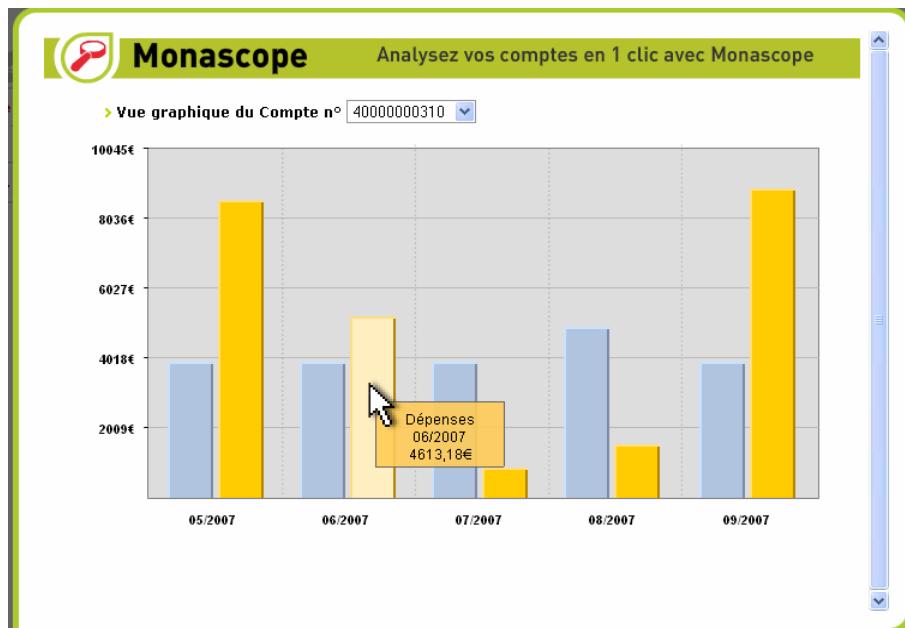
الشكل رقم 30: تقنية "Monasope"



Source:<http://www.monabanq.com/produits-bancaires-services/notre-gamm-produits-et-services-bancaires/monasope.asp>

يقوم العميل أولاً باختيار رقم الحساب البنكي (حسابه البنكي طبعاً) الذي يرغب في تحليله بيانياً، ليظهر له شكل بياني يمثل الجانب الدائن والمدين من حسابه في شكل أعمدة بيانية.

الشكل رقم 31: عرض الحساب البنكي بطريقة الأعمدة البيانية



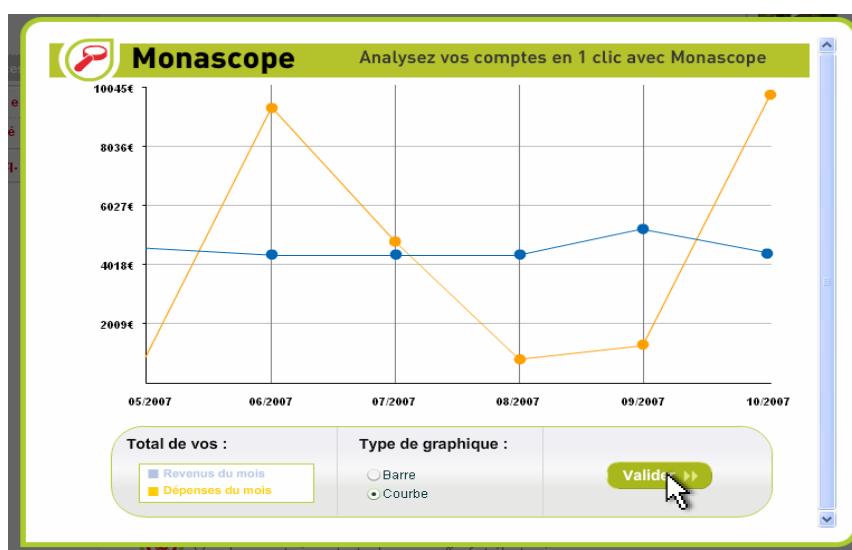
Source:<http://www.monabanq.com/produits-bancaires-services/notre-gamme-produits-et-services-bancaires/monoscope.asp>

في هذا المثال تقدر النفقات الممثلة بأعمدة صفراء اللون في شهر جوان 2007 بـ € 4613.19 وتمثل المدخل

الممثلة بأعمدة زرقاء في نفس التاريخ € 3791.10 .

يمكن للعميل اختيار طريقة أخرى لتحليل الحساب البنكي، وهي طريقة المنحنيات

الشكل رقم 32 : عرض الحساب البنكي بطريقة المنحنى البياني



Source:<http://www.monabanq.com/produits-bancaires-services/notre-gamme-produits-et-services-bancaires/monoscope2.asp>

يمثل المحور الأفقي تاريخ العمليات ويمثل المحور العمودي المبالغ
 يستطيع العميل بالإضافة إلى الطريقتين السابقتين، أن يسير ميزانيته اعتماداً على العمليات المصرفية التي
تحدث على مستوى حسابه البنكي، حيث يقدم "Monascope" عرضاً مفصلاً لمختلف نفقات أو
مصاريف الحساب وزونها في الميزانية كما في الشكل:

الشكل رقم 33: عرض النفقات بواسطة نموذج تحليل العمليات

The screenshot shows the Monasope software interface. At the top, it says "Monasope Analysez vos comptes en 1 clic avec Monasope". Below that, it says "Synthèse des mouvements du Compte n° 40000000310". A table follows, showing monthly movements from May to September 2007. The table has three columns: "Somme des mouvements créditeurs", "Somme des mouvements débiteurs", and "Votre trésorerie nette". The net balance remains constant at -5920,16 throughout the period.

Below the table, it says "Vue des dépenses du Compte n° 40000000310 par type d'opération". Another table shows spending by category: Chèques, Achats Carte, Retraits Carte, Prélèvements, and Virements. The "Prélèvements" column is circled in red. A callout box points to this column with the text "Enfin analysez vos types de dépenses et leur poids dans votre budget : Chèques, Achats cartes, prélèvement...".

Source:<http://www.monabanq.com/produits-bancaires-services/notre-gamma-produits-et-services-bancaires/monascope3.asp>

تتلخص مزايا هذه التقنية في:

- أداة مجانية متاحة لجميع عملاء البنك دون استثناء في المساحة المخصصة لهم على مستوى البنك
- العرض البياني لمختلف المدخرات والمصاريف يتم في الوقت الحقيقي (Temps Réel)
- ترتيب مختلف النفقات حسب الأولوية وزونها في الميزانية، مسحوبات، مشتريات البطاقة البنكية، تحويلات مالية، اقتطاعات، ...
- زيادة القدرة على الادخار نتيجة المتابعة اليومية للحساب البنكي والاطلاع على جميع التغيرات التي تحدث، الشيء الذي يعطي صورة واضحة و كاملة عن القدرة المالية للزبون.

بـ.3 خدمة تحليل الميزانية وتسخيرها بيانيا (Service Monabudget Optima)

يستطيع كل زبون مسجل على مستوى البنك الإلكتروني "monabanq." الاستفادة من هذه الخدمة، التي تمثل في تسهيل تسخير إيرادات ونفقات العميل المالية، وهذا باستخدام "برنامج تسخير الميزانية" مزود بخدمة التحميل (Logiciel De Gestion Du Budget Avec Service De Téléchargement) يطلق عليه اسم "Monabudget Optima" للاستخدام على الإنترنت.

تحتوي هذه الخدمة من جهة على برنامج تسخير الميزانية انطلاقا من تحديد أو ترتيب النفقات، يمكن تحميله انطلاقا من القسم المخصص للعملاء، بالإضافة إلى برنامج لتحميل العمليات من جهة أخرى.

يشترط للتسجيل في هذه الخدمة أن يكون للعميل جهاز حاسوب شخصي (PC) مرتبط بالإنترنت ويتمتع بالخصائص التالية:

- معالج من نوع "Intel Pentium" أو ما يعادله،
- ذاكرة ذات سعة تقدر بـ 256 ميغابايت (Mo) للذاكرة الحية (RAM)،
- شاشة عرض ذات مساحة 768×1024 وحدة ثنائية(bits)،
- طابعة نافثة للحبر أو ليزرية (laser) تتوافق مع نظام التشغيل "Windows" ،
- أنظمة تشغيل "وينداوز" (Windows®98/Me/NT/2000/XP) التابعة لشركة مايكروسوفت.

سير العملية: 

لتشغيل هذا البرنامج، يقترح البنك مستويين للخدمة:

- المستوى الأول: الخاص بتسخير الميزانية العادية في الحياة اليومية وهو برنامج مزود بخدمة تحميل العمليات المرتبطة بحساب الإيداع فقط والخاص بالعميل المسجل بالبنك، وهي عملية مجانية دون أية تكلفة،
- المستوى الثاني: ذو استخدام شامل وهو عبارة عن برنامج مزود بخدمة تحميل العمليات التي تحصل على مستوى حسابات العميل بأكملها، تقدر تكلفة هذه العملية بـ € 24 سنويا،

ج. خدمات تقلص من الإجراءات الإدارية واستخدام الورق دون فائدة

ج-1 الخزنة الإلكترونية أو الرقمية (Le coffre-fort électronique)

تعتبر الخزنة الرقمية الشكل الرقمي أو الإلكتروني الجديد للخزنة البنكية التقليدية، تستخدم لحفظ جميع الوثائق التي يعتبرها العميل في غاية من الأهمية مثل العقود، الصور، الاتفاقيات، الوثائق الإدارية، والتي يخشى أن تضيع أو يتم إتلافها تحت أي ظرف من الظروف.

تميز هذه الخزنة بسعة تخزين أو حفظ غير منتهية للوثائق في شكل إلكتروني وتكون تحت تصرف صاحبها في كل زمان ومكان.

"OFSAD" يقدم "monabanq." هذه الخدمة بمعية الوكالة الفرنسية لحفظ وتوثيق الملفات (L'office Français Pour La Sécurité Et L'archivage Des Documents) مسؤلية محدودة يقدر رأس المال بـ 17000 أورو، مقرها مدينة "Montpellier".

الشكل رقم 34: طلب التسجيل في الخزنة الرقمية



Source:<http://www.monabanq.com/produits-bancaires-services/notre-gamma-produits-et-services-bancaires/coffre-fort-electronique.asp>

يقدم العميل بطلب إلى البنك يتضمن رغبته في التسجيل أو الحصول على خزنة رقمية، حيث يقوم في المساحة المخصصة بالخزنة الإلكترونية - بملء استمارة إلكترونية تتضمن جميع بياناته الشخصية بالإضافة إلى تحديد كلمة المرور والاسم المقترن لهذه الخزنة.

الشكل رقم 35: استمارة التسجيل في الخزنة الرقمية

The screenshot shows a registration form for an electronic safe. It has two main sections: 'IDENTIFICATION' and 'INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES'. In the 'IDENTIFICATION' section, fields are filled with '006521B ****', 'BASOL', 'AYDUGAN', and an email address. In the 'INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES' section, a password is chosen ('*****'), a hobby is selected ('Mon hobby favori'), and a checkbox for accepting terms and conditions is checked. A large yellow box surrounds the 'Valider' button at the bottom.

Source:<http://www.monabanq.com/produits-bancaires-services/notre-gamma-produits-et-services-bancaires/coffre-fort électronique.asp>

يقوم الزيون بحفظ الوثائق في الخزانة عن طريق:

أ- **الماسح الضوئي:** إذا كان بحوزة الزيون جهاز الماسح الضوئي (Scanner) فيمكنه تحميل وتنبيت برنامج خاص توفره الوكالة الفرنسية يسمى "Scandirect™" يسمح بواسطة نقرة واحدة (un seul clic) بتسخير توجيه الماسح الضوئي تلقائياً بالإضافة إلى إيداع الوثائق الإلكترونية في الخزنة الرقمية مباشرةً دون أي تعقيدات تقنية.

الشكل رقم 36: حفظ الوثائق في الخزانة بواسطة الماسح الضوئي



Source:<http://www.Ecoffre.fr>.24-12-2007

بـ. **الفاكس:** يمكن للعميل باستخدام جهاز الفاكس القيام بحفظ وثائقه في الخزانة الرقمية والتي يجب أن ترافق دائمًا بوثيقة أخرى تحمل بيانات شخصية للعميل متوفرة على مستوى خزانته الرقمية كنوع من الحماية للزيون، وضمان السير الحسن للعملية، حيث تحمل هذه الورقة في آخرها رقما تسلسليا يسهل عملية المعالجة الآلية لهذه الوثائق؛ يستلم العميل في نهاية كل عملية، رسالة إلكترونية تخطره بإتمام العملية وحفظ الوثائق المرسلة.

الشكل رقم 37: حفظ الوثائق في الخزانة بواسطة الفاكس



Source:<http://www.Ecoffre.fr>.24-12-2007

يجب على العميل أن يأخذ في الحسبان ما يلي:

- أنه المسؤول الوحيد عن استخدام اسم وكلمة مرور الخزنة الرقمية وبالتالي فهو المسئول عن أي

تلاعيب قد يحدث فيها ،

• إبلاغ البنك والوكلالة الفرنسية بأي إشكال قد يحدث نتيجة ضياع أو سرقة من الممكن أن تحدث

على مستوى الخزنة أو كلمة السر،

• أن يرفق الملفات المرسلة بواسطة الفاكس بالوثيقة الخاصة التي تحمل الرقم التسلسلي،

• أن لا يتعدى عدد الأوراق المرسلة بالفاكس 20 صفحة، والأوراق المحمولة إلكترونياً 3 ميغابايت،

• إمكانية ترتيب الملفات المحفوظة في الخزانة الرقمية، تغييرها أو حذفها بمجرد الدخول إلى المساحة

المخصصة لذلك على مستوى هذه الخدمة،

• يجب أن تتوفر لديه مجموعة من الأجهزة والتكنيات تمثل في:

✓ جهاز حاسوب مزود بمتتصفح إنترنت "Internet Explorer^{5.5}" من نوع "Navigateur" لنظام

تشغيل "Windows" أو من نوع "Firefox 1.0" لأنظمة التشغيل "Mac" ، "Windows" أو

، "Unix"

✓ وصلات مرتبطة بالإنترنت عالية المحتوى والتدفق (مثل: ADSL: Asymmetric Digital

Digital، (Subscriber Line

✓ جهاز ماسح ضوئي "Twain" لاستخدام برنامج "ScandirectTM" فقط مع أنظمة التشغيل

. "XP" و "Windows 2000"

• وجود مستويين لهذه الخدمة:

✓ المستوى الأول، متاح لجميع المتعاملين الاقتصاديين الذين يملكون حساباً للإيداع على مستوى

البنك وهو مجاني،

✓ المستوى الثاني (متقدم)، بتكلفة € 7 شهريا.

ج.3. التوقيع الإلكتروني: (Signature Electronique)

من أجل تبسيط عملية التعاقد عبر الإنترنت وإتمام الإجراءات الإدارية إلكترونياً، يستطيع الزبون أو

العميل أن يوقع الوثائق الإلكترونية باستخدام التوقيع الإلكتروني الذي تكون له نفس فعالية التوقيع

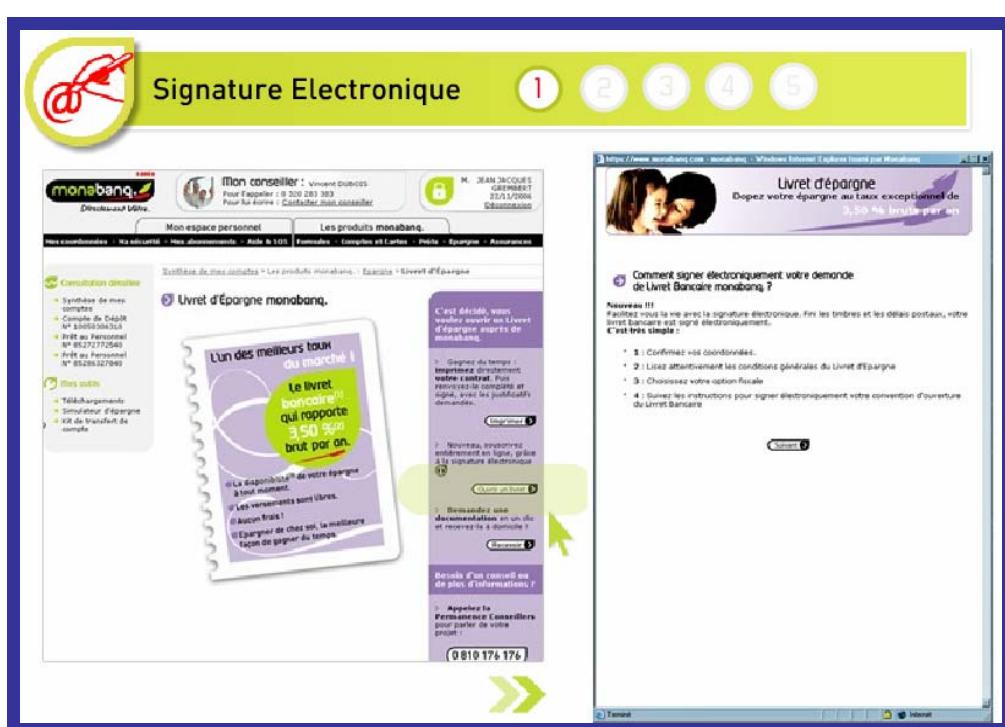
الخطي،

بداية يقوم العميل باختيار المنتج المصري الذي يرغب في اقتتاله، ول يكن مثلا طلب فتح حساب توفير وهذا على مستوى المساحة المخصصة للعملاء، بعد ذلك يقوم بالتأكيد على المنتج بعد أن يقوم البنك بعرض جميع الشروط والخصائص المتعلقة به.

يقوم الزيون بعد ذلك بإتباع كل الخطوات المطلوبة والتي تعرض على مستوى حاسوبه الشخصي المرتبط بالبنك عن طريق الإنترنـت، ليصادق على العقد النهائي مستعملا التوقيع الإلكتروني في المساحة المخصصة بذلك.

يتـكـفـلـ المستـشـارـ الخـاصـ بـدـرـاسـةـ الـطـلـبـ وإـخـطـارـ العـمـيلـ فـيـمـاـ بـعـدـ بـرـسـالـةـ قـصـيرـةـ "SMS"ـ أوـ رسـالـةـ إـلـكـتـرـوـنيـةـ بـنـتـيـجـةـ هـذـهـ الـدـرـاسـةـ (ـالـمـوـافـقـةـ أـوـ الرـفـضـ)،ـ وـفـيـمـاـ يـليـ عـرـضـ بـالـصـورـ لـهـذـهـ الـخـدـمـةـ.

الشكل رقم 38: اختيار المنتج ضمن قائمة خيارات



Source:<http://www.monabanq.com/produits-bancaires-services/notre-gamma-produits-et-services-bancaires/ signature electronique.asp>

**الشكل رقم 39: عرض لجميع خصائص المنتج والشروط العامة
لاستعماله**

Merci de bien vouloir choisir la fiscalité adaptée à vos besoins.

Pour la fiscalité, je choisis :

- Intégration des intérêts annuels perçus dans ma déclaration de revenus.** L'administration fiscale applique d'abord 11 % de prélèvements sociaux et intègre le reste à votre déclaration de revenus.
- Prélèvement forfaitaire libératoire.** Les prélèvements sociaux (11 %) et les impôts (16 %) sont prélevés à la source. Les intérêts vous sont donc versés net d'impôts.

Le Conseil monabanq.

Si le taux marginal d'imposition appliqué à votre tranche de revenus est supérieur à 16 %, mieux vaut opter pour le Prélèvement Forfaitaire Libératoire.

L'ouverture de votre livret d'épargne ne pourra être effective qu'après réception et encaissement de votre chèque de 15€ à l'ordre de monabanq. Merci de nous le transmettre au plus vite.

souscrire en ligne

Source:<http://www.monabanq.com/produits-bancaires-services/notre-gamma-produits-et-services-bancaires/ signature électronique.asp>

الشكل رقم 40: التأكيد على المنتج

Code postal* : 59650 VILLENEUVE D'ASCQ

N° de téléphone fixe* :

N° de téléphone Portable :

Adresse mail* :

* Champs obligatoire

Je confirme que mes coordonnées sont exactes

Conditions Générales du Livret Bancaire

Oui, j'ai lu les conditions générales du livret Bancaire et je souhaite signer électroniquement le contrat

Je souhaite recevoir gratuitement à l'adresse mail indiquée ci-dessus :

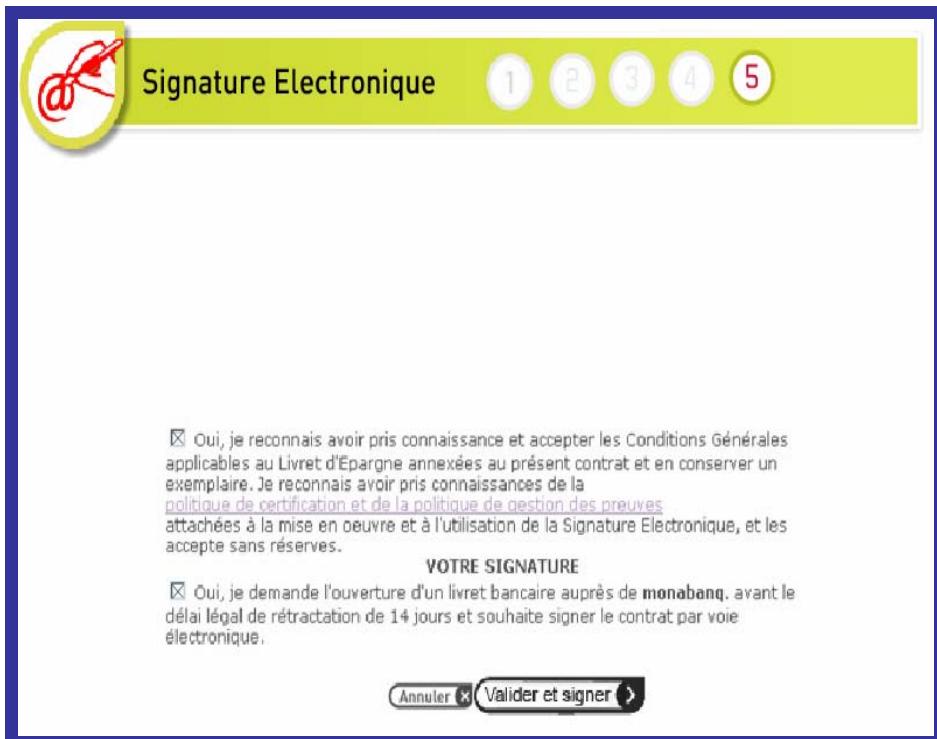
les bons plans (nouveautés, newsletters, jeux concours...) et les offres commerciales de **monabanq**.

les bons plans et les offres commerciales des sociétés partenaires sélectionnées par **monabanq**.

Suivant

Source:<http://www.monabanq.com/produits-bancaires-services/notre-gamma-produits-et-services-bancaires/ signature électronique.asp>

الشكل رقم 41: الموافقة والتوفيق إلكترونيا



Source:<http://www.monabanq.com/produits-bancaires-services/notre-gamma-produits-et-services-bancaires/ signature electronique.asp>

الشكل رقم 42: رسالة إخطار العميل بنتيجة الدراسة

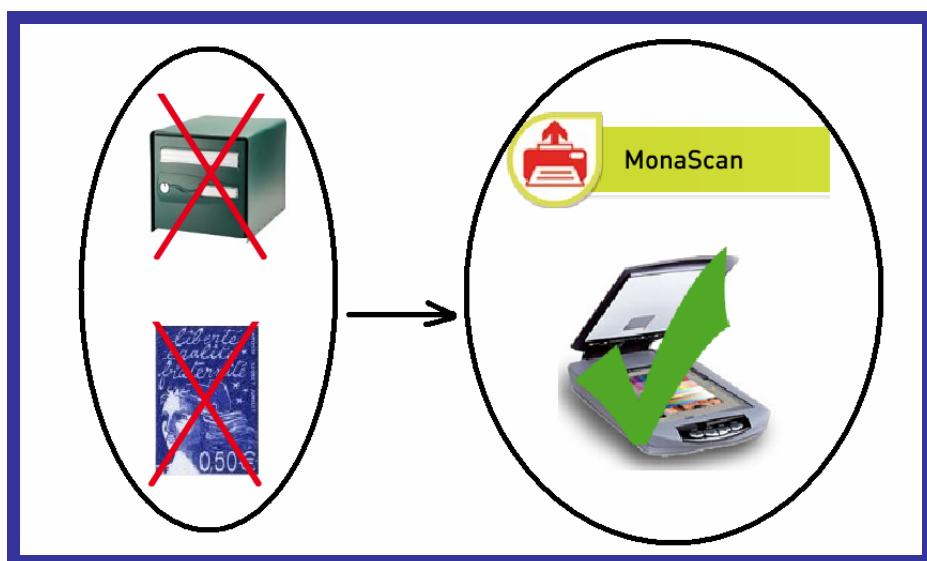


Source:<http://www.monabanq.com/produits-bancaires-services/notre-gamma-produits-et-services-bancaires/ signature electronique.asp>

ج. 4 تحويل الوثائق إلكترونيا (Service Monascan)

يتوفر "Monabanq" لعملائه تقنية جديدة وهي "MonaScan" التي تسمح بتسهيل عملية تحويل الوثائق إلى البنك من طرف العميل الإلكتروني سواء تلك التي يطلبها البنك أو التي يرغب العميل في إرسالها من تلقاء نفسه، في هذه الحالة، يقوم العميل أولاً بالتسجيل في هذه الخدمة، أين يجب أن يحدد رقمه السري وكلمة المرور الخاصة باستخدام هذه التقنية والتي تبقى صالحة لمدة 30 يوماً، بعد ذلك يقوم بإعداد نسخة إلكترونية باستخدام جهاز الماسح الضوئي على الوثيقة التي يريد إرسالها في شكلها الإلكتروني.

"MonaScan": تقنية رقم 43



Source:<http://www.monabanq.com/produits-bancaires-services/notre-gamma-produits-et-services-bancaires/MonaScan.asp>

سير العملية:

يتم الاستعانة بهذه التقنية وفق الخطوات التالية:

- إرسال الوثيقة إلى البنك في شكلها الإلكتروني من خلال العنوان المخصص لذلك <http://www.doc.monabanq.com>

- اختيار نوعية الوثيقة المرسلة ضمن قائمة تعرض على مستوى "MonaScan" ثم النقر على الأيقونة الخاصة بإضافة ملفات جديدة ثم النقر مرة أخرى على أيقونة التحميل ثم أيقونة حفظ الملفات، ليتم حفظ هذا الملف أو الوثيقة على مستوى "MonaScan"

الشكل رقم 44: تحويل الملفات بواسطة تقنية "MonaScan"



Source:<http://www.monabanq.com/produits-bancaires-services/notre-gamma-produits-et-services-bancaires/MonaScan.asp>

- يقوم المستشار الخاص بالعميل بمعالجة هذه الوثيقة أو الملف بكل أمان وشفافية، كما يمكن للمستشار أيضا أن يقوم بنفس الطريقة بإرسال مجموعة من الوثائق إلى العميل في المساحة المخصصة بهذه التقنية، مثل معلومات عن منتج معين، الشروط العامة، حيث يستطيع العميل الاطلاع عليها بالنقر مرتين على اسم الملف المرسل بعد تحميله مباشرة، ونشير هنا إلى أن هذه المعلومات أو الوثائق المرسلة تبقى متاحة للاستخدام مدة شهر واحد.

توفر تقنية "MonaScan" أمانا أكبر للعملاء، خاصة بالنسبة لأولئك الذين يرغبون في إرسال وثائق مهمة ذات سرية أكبر، فهي تجنبهم من جهة عناء الانتقال إلى الوكالة البنكية وتتوفر لهم من جهة أخرى وسيلة أكثر ضمانا من البريد التقليدي.

يستخدم البنك تقنية عالية لحفظ المعلومات المتدولة بين حاسوب العميل الشخصي ومقدم الخدمة على مستوى البنك وهو "بروتوكول SSL" الذي تم الحديث عنه في البحث الثالث من الفصل الثاني من هذا البحث، بالإضافة كذلك إلى ضرورةأخذ العميل بمبدأ الحيطة والحذر أثناء التعامل وتزويد حاسوبه الشخصي بجميع البرامج التي تحول دون التلاعب بمحفوبياته عن طريق قراصنة الإنترنت أو إتلافها عن طريق الفيروسات.

د. خدمات تسهل الاتصال المباشر مع البنك: خدمة الاتصال المرئي: (Le Visio Rendez vous)

تتمثل هذه الخدمة في إعطاء فرصة للعميل بالاتصال المرئي المباشر مع البنك، وتحديداً، الاتصال بمستشاره الشخصي لتقوية العلاقة التي تربط بين موظفي البنك وزبائنه كوسيلة لكسب ثقتهم ووفائهم. على كل زبون يرغب في الاستفادة من هذه الخدمة، أن يقوم أولاً بالاطلاع على جميع محتوياتها، خصائصها وشروط استخدامها حتى لا يتحمل فيما بعد مسؤولية أي خطأ ناتج عن سوء الاستخدام، وتتلخص هذه الشروط وخطوات سير العملية في:

- يمكن لكل زبائن أو عملاء البنك الذين يملكون حساباً أو أكثر استخدام هذه التقنية دون أي تفرقة،
- لاستخدام هذه التقنية يستوجب أن يكون حاسوب العميل موصولاً بشبكة الإنترنت بوسائل عالية المحتوى والتدفق،
- كاميرا مصغرة خاصة بالإنترنت (Webcam)، مكبر صوت ومايكروفون (Microphone)،
- برنامج خاص بالكلمات الهاتفية (Conversation Téléphonique) مزود بتقنية التخاطب المرئي (Visio-Conférence)، يمكن تحميله مجاناً من الإنترت،
- تتاح هذه الخدمة لعملاء البنك من يوم الثلاثاء إلى يوم الجمعة، من الثامنة صباحاً إلى العاشرة ليلاً مع أخذ موعد مسبق قبل 24 ساعة على الأقل مع المستشار الخاص الذي يقوم بتحديد الموعد باليوم والساعة والمدة (مدة الموعد) بالإضافة إلى الموضوع الذي سيكون محل النقاش،

- في حالة تأخر العميل عن الموعد المحدد بـ 15 دقيقة، فإن مستشاره الشخصي سيتصل به إما عن طريق الهاتف أو البريد الإلكتروني ليعلمه بإلغاء الموعد، أما في حالة غياب المستشار فإن البنك سيتケفل بإخطار العميل بتأجيل الموعد أو الاتصال بمستشار آخر،
 - لأسباب أمنية ولمزيد من الحيطة، لا يسمح للعميل بإرسال أي نوع من الوثائق أو المعلومات إلى المستشار أو البنك تزامناً مع هذه الخدمة،
 - يتحمل الزبون تكالفة هذا الاتصال وفق التسعير المعمول به محلياً.
- تعتبر هذه الخدمة وسيلة أكثر شفافية، يستطيع العميل من خلالها الاتصال المباشر بمستشاره الخاص، الأمر الذي يفتح مجالاً أكبر لتوطيد الروابط بينهما من جهة، وفرصة للزبون لطرح انشغالاته ومسائله العالقة أو استفساراته من جهة أخرى، مثل الحصول على توجيهات تتعلق بمشروع استثماري، شراء منتج معين، ...

2.2 منتجات البنك الإلكتروني¹: "monabanq."

أصبحت الخدمات التي يقدمها البنك عبارة عن منتجات تختلف وتتعدد باختلاف حاجة الزبون إليها، حيث أصبحت تخضع لجميع المقاييس التي تخضع لها المنتجات المادية ليزول بذلك الحاجز الفاصل بين السلع كمنتجات مادية والخدمات بمفهومها التقليدي، فالخدمة الآن، بما فيها المصرفية منها، تُسوق مثلها في ذلك مثل بقية السلع الأخرى وتأثر بقوى السوق ومدى اتساع نطاق التناقض بين البنوك التي تقدمها وتسعى إلى تطويرها بغية تحقيق الميزة التنافسية وجلب عدد أكبر من العملاء وكسب ثقتهم ووفائهم.

لا تختلف المنتجات التي يقدمها البنك الإلكتروني "monabanq" في طبيعتها عن بقية المنتجات التي تقدمها البنوك الأخرى، التقليدية منها أو الإلكترونية، ففي اقتصاد تشتد فيه المنافسة لا مجال للخطأ أو التراجع بل للتجديد والابتكار، لذلك فإن الاختلاف الذي من الممكن أن نجده هنا يكمن في كيفية تقديم هذه المنتجات (التي تحولت من شكلها التقليدي إلى الإلكتروني)، وهذا بالاستعانة بجملة من التقنيات الرقمية والخدمات الإلكترونية التي ذكرت في الجزء الأول من هذا البحث)، طريقة تسويقها،

¹ <http://www.monabanq.com/produits-bancaires-services/notre-gamme-produits-et-services-bancaires.asp>

المزايا التي يستفيد منها العميل عند استهلاكه لها، وأخيراً وهو الأهم، ما يتحمله الزيون من عبء مادي إذا اختار هذا المنتوج دون غيره، أي تكلفة المنتوج،

تتمثل المنتجات المصرفية التي يقدمها البنك عموماً في:¹

- أ. حسابات بنكية وبطاقات ائتمان،
- ب. القروض المختلفة،
- ج. حسابات التوفير،
- د. حسابات وعمليات البورصة.

أ. الحسابات البنكية والبطاقات الائتمانية:

1- حساب بنكي للإيداع (حساب الودائع الجارية: (Compte De Dépôt :

يستطيع كل شخص مسجل في البنك الإلكتروني أن يفتح حساباً بنكياً مباشراً بعد إتمام إجراءات التسجيل، وتكون هذه العملية خاضعة لموافقة البنك الذي يقوم بتفعيل هذا الحساب والبطاقات البنكية التابعة له بعد أربعة عشر يوماً من إعلام الزيون بالموافقة، ليكون له الحق بعد ذلك في الاستفادة من خدمات البنك ومنتجاته،

2- حساب بنكي للشباب (وديعة جارية للشباب: (Compte Chèque Jeune :

يُسمح للشباب الذين تتراوح أعمارهم ما بين 16 و18 سنة (بعد الحصول على موافقة الممثل أو الوكيل القانوني) بفتح أو تسجيل ودية جارية على مستوى البنك الإلكتروني "Monabanq."، بالإضافة إلى إمكانية استخدام هذا الحساب بواسطة بطاقة "فيزا" الدولية أو بطاقة ببنكية للسحب أو دفتر صكوك مجاني.

يستطيع صاحب هذا النوع من الحساب أن يقوم بـ:

- تسهيل مختلف العمليات الجارية مباشرة على الخط،

¹ <http://www.monabanq.com/produits-bancaires-services/notre-gamme-produits-et-services-bancaires.asp>

- تحويلات مالية داخلية وخارجية (لا تتعدي منطقة الاتحاد الأوروبي) مجانية،
- سقف المسوحوبات بواسطة البطاقة "فيزا" الدولية يصل إلى **300** أورو أسبوعياً،
- سقف المسوحوبات بواسطة البطاقة البنوكية يتراوح بين **30** أورو و**150** أورو أسبوعياً يحدده الوكيل القانوني.

الشكل رقم 45: نسخة عن طلب فتح الحساب البنكي للشباب

1 Complétez le formulaire ci-dessous:

Civilité* :	<input type="text" value="M."/>
Nom* :	<input type="text"/>
Prénom* :	<input type="text"/>
Date de Naissance* :	<input type="text"/> JJ <input type="text"/> MM <input type="text"/> AAAA
Département de naissance* :	<input type="text"/>
Situation familiale :	<input type="text"/>
N° :	<input type="text"/>
Type de voie :	<input type="text"/>
Voie* :	<input type="text"/>
Complément d'adresse :	<input type="text"/>
Code postal* :	<input type="text"/> --Ville--
N° de téléphone fixe :	<input type="text"/>
Portable :	<input type="text"/>
Adresse mail* :	<input type="text"/> ①

***Champs obligatoires**

2 Prenez connaissance des Conditions Générales et Tarifaires et cochez la case d'acceptation.

Je reconnais avoir pris connaissance et conservé un exemplaire des [conditions générales de fonctionnement du Compte Epargne Jeune et des produits associés](#) ainsi que [des conditions tarifaires en vigueur](#) au jour de la souscription de la présente convention. Je déclare les accepter sans réserve.

Source:<http://www.monabanq.com/produits-bancaires-services/notre-gamme-produits-et-services-bancaires/compte-cheque-jeune.asp>

٣.١ البطاقات الائتمانية:

يتعامل البنك الإلكتروني "monabanq." مع المؤسسة العالمية "فيزا" (Visa) التي ترخص له استخدام بطاقتين للدفع هما :

- بطاقة "فيزا" الدولية (Visa International): سهلة الاستعمال بتكلفة قدرها 30€ في السنة للبطاقة ذات الدفع المسبق و35€ للبطاقة ذات الدفع المؤجل أو اللاحق.

يمكن باستخدام هذه البطاقة تسوية جميع المدفوعات وتسديد قيمة المشتريات أو سحب الأموال في جميع أنحاء العالم، حيث يتم التعامل بها على مستوى 23 مليون تاجر ومن خلال 1043306 موزع آلي في 200 دولة،

- بطاقة فيزا الأولى (Visa Premier): والتي يمكن للزبون استخدامها في جميع الوضعيّات بتكلفة تقدر بـ 95€ سنوياً سواء لذات الدفع المسبق أو المؤخر بالإضافة إلى بطاقة "فيزا" يوجد أيضاً:

- البطاقة الوطنية ذات رخصة نظامية بتكلفة 24€ سنوياً،
- بطاقة الدفع المزدوج (Coup Double) بتكلفة 20€ سنوياً،
- بطاقة "Complicio" بنفس التكلفة،
- بطاقة السحب (Carte De Retrait) بتكلفة قدرها 14€ سنوياً،
- بطاقة السحب للشباب (ما بين 12 و18 سنة) مجانية.

يمكن أن يكون هناك تخفيض في تكلفة الحصول على هذه البطاقات يصل إلى 50% من تكلفة البطاقة الثانية للحساب البنكي (إذا كان للزبون بطاقتان) يخصم من تكلفة البطاقة ذات التكلفة الأعلى.

بالنسبة لتكلفة استخدام الموزع الآلي للأوراق النقدية بالنسبة لبطاقة "Visa Premier" فهي مجانية، أما بقية البطاقات فتكون مجانية للسحبات الستة الأولى فقط لتقدر بـ 1€ لكل سحب.

ب- القروض المختلفة:

يقدم البنك الإلكتروني لزيائته أنواعاً مختلفة من القروض التي تتبادر فيما بينها من ناحية المدة (مدة الإقراض) والغرض وهي كما يلي:

ب-1 قروض مصغرة لتمويل شراء المركبات (سيارة- دراجة نارية) (Prêt Auto-Moto)

تتراوح قيمة هذه القروض من € 3000 إلى € 30000 تسدد على دفعات شهرية لمدة محصورة بين 12 شهراً و 72 شهراً أي من سنة إلى ست سنوات،

- يمكن أن تصل نسبة التمويل إلى 100%，
- يتم استلام قيمة القرض مباشرةً بعد 48 ساعة من الموافقة النهائية للبنك على تقديم القرض،
- تحضع هذه القروض لمعدل فائدة يتراوح ما بين 3.85% و 6.7% حسب مدة الإقراض.

فمثلاً لو كانت قيمة القرض € 10000 لمدة 24 شهراً، بمعدل فائدة ثابت 3.85% فإن الزيون سيُسدد 24 دفعة شهرية بقيمة كل دفع€ 433.27 وبالنطاق تقدر التكلفة الكلية للقرض بـ € 398.48 وفق الشروط العامة لـ 13 جوان 2007،

$$(10398.48 \text{ €} = 24 \times 433.27 \text{ €})$$

• تقدر تكلفة ضمان القرض في هذا النوع بنسبة مئوية تتراوح ما بين 0.07% و 0.1% من قيمة المبلغ المقترض شهرياً،

• للحصول على القرض المصغر "Auto-moto" يجب أن يرسل العميل نسخة عن البطاقة الرمادية للمركبة (سيارة- دراجة نارية) المؤجرة التي يرغب في شرائها أو قسيمة الطلب لصاحب الملكية.

ب-2 قروض مصغرة لتمويل الأعمال المصغرة (Prêt Travaux):

إذا كان العميل يرغب في إنجاز بعض الأعمال، خاصة المنزلية منها مثل: تغيير ديكور المنزل أو المحل، ترميم الواجهة، ...، يوفر له monabanq قروضاً مصغرة لتمويل إنجاز هذه الأشغال تتراوح قيمتها من € 3000 إلى € 21500 يتم تسديدها بدفعات شهرية محصورة بين 12 شهراً و 72 شهراً بمعدل إجمالي حقيقي (TEG: Taux Effectif Global) دون احتساب التأمين، يتراوح بين 4.29% و 7.39%.

فمثلا لو كانت قيمة المبلغ المقترض هي 10000€ ومدة القرض هي 12 شهرا بمعدل حقيقي %4.29، فإن تسديد مبلغ القرض سيتم على 12 دفعه شهرية، قيمة كل دفعه 852.46€ تكون التكالفة الإجمالية لهذا القرض هي € 229.52، وفق الشروط العامة للبنك بتاريخ 13 جوان 2007.

يُشترط للحصول على هذا القرض، تقديم كشف أو تصميم مصدق عليه من طرف أحد الحرفيين (مهندس ديكور، بناء).

بـ-3 قروض مصغرة أخرى: (Un Prêt Autre Travaux)

لتمويل مشاريع أخرى مثل شراء تجهيزات طبية، أثاث مكتبي وغيرها، يوفر البنك لزبائنه إمكانية الحصول على قروض مصغرة تتراوح قيمتها ما بين 3000€ و30000€ تسدد هي الأخرى على دفعات شهرية ما بين 12 شهرا و72 شهرا بمعدل حقيقي إجمالي يتراوح ما بين %4.29 و %8.30، ولكن يشترط للحصول على هذا القرض، أن يقدم الزيون للبنك نسخة عن كشف طبيب مختص أو قسيمة الطلب مصدق عليها من طرف صاحب محل أو المتجر.

يوفر البنك على مستوى موقعه على الإنترنت من أجل تسهيل عملية الاطلاع على جميع المعلومات المتعلقة بالقرض (المبلغ، فترة التسديد، قيمة الدفعات...) برنامجا خاصا يقوم من خلاله الزيون بتسجيل المعطيات المرغوب فيها وفق شروط الإقراض ويكتفي بالنقر على أيقونة "التفعيل" أو التنفيذ ليتحصل بذلك على جميع المعلومات الضرورية الخاصة بنوع القرض المطلوب مثل عدد الدفعات، قيمة كل دفعه، مدة التسديد.

الشكل رقم 46: برنامج المحاكاة الخاص بالقروض المصرفية

Vous rêvez d'une voiture neuve ou d'occasion ? D'une moto ? C'est le moment de l'acheter !

Veuillez remplir les champs ci-dessous et cliquez sur le bouton valider pour effectuer une simulation

1. Simulation

Montant souhaité	5000	€	Durée souhaitée	18	Mois
Valider ➔					

Résultat de votre simulation pour un prêt

2. Résultat

• Mensualité hors assurance facultative	288,43 €
• Montant emprunté	5 000,00 €
• Durée de remboursement	18 Mois
• TEG (Taux Effectif Global)	4,90 %
• Coût total du crédit hors assurance facultative	191,74 €

Modifier ma simulation ➔ **Demander un prêt ➔**

Source:<http://www.monabanq.com/produits-bancaires-services/notre-gamme-produits-et-services-bancaires /prêt-auto-moto.asp#>

بـ-4 قروض عقارية: (Crédit Immobilier)

يتيح البنك لزبائنه فرصة الحصول على قروض عقارية لتمويل مختلف المشاريع التي تدرج ضمن هذا النشاط (النشاط العقاري) مثل شراء منزل، قطعة أرض، محل تجاري وغيرها و يتميز هذا النوع من القروض بـ:

- يمكن للعميل أن يحصل على تمويل كامل لمشروعه العقاري 100% ،
- مدة الإقراض قد تصل إلى 40 سنة ،
- دفعات تسديد القرض متغيرة حسب قدرة العميل المادية ،
- إذا كان سن العميل أقل من 35 سنة فإنه يستطيع الاستفادة من تخفيض في نسبة التأمين على القرض (حالة الوفاة- عدم القدرة على التسديد أو العمل) تصل إلى 50% في السنوات الخمس الأولى ،
- يترك للعميل حرية اختيار تاريخ تسديد أول دفعه للقرض.

الشكل رقم 47: استمارة طلب القرض إلكترونياً (على الخط)

The screenshot shows a Mozilla Firefox browser window with the URL <https://www.monabanq.com>. The page is titled "Demande de prêt en ligne". The form contains the following fields:

- Civilité*: M.
- Nom* :
- Prénom* :
- N° de téléphone Portable :
- Date de Naissance* : JJ MM AAAA
- Département de naissance* :
- Lieu de naissance :
- Pays de naissance : FRANCE
- Nationalité* : Française
- Situation familiale* : -
- N° et type de voie :
- Voie* :
- Complément d'adresse :
- Code postal* : --Ville--
- Situation de logement* : depuis (aaaa)* :
- N° de téléphone fixe* :
- Adresse mail* :

A note at the bottom right of the form area says "*Champs obligatoires".

Below the form, there is a yellow box containing the text "Je souhaite recevoir gratuitement à l'adresse mail indiquée ci-dessus :" followed by two checkboxes:

- les bons plans (nouveautés, newsletters, jeux concours...) et les offres commerciales de **monabanq**.
- les bons plans et les offres commerciales des sociétés partenaires sélectionnées par **monabanq**.

At the bottom of the page are navigation buttons: "Précédent" and "Suivant".

Source : <http://www.monabanq.com/produits-bancaires-services/notre-gamme-produits-et-services-bancaires/Credit-Immobilier.asp#>

بـ-5 قروض قابلة للتتجديد: (Crédit Renouvelable Coup Double)

تقدر مدتھا بسنة واحدة، يمنحھا البنك في الحالات الطارئة أو المستعجلة والتي يكون فيها العميل

بحاجة ملحة إلى تمويل ضروري، تتراوح قيمته ما بين 500€ و 5000€

يلخص الجدول التالي المبالغ المتاحة في هذا النوع من القروض وطريقة التسديد:

الجدول رقم 9: أقساط تسديد القروض المتجددة

المدى الطويل(€)	التسديد على المدى المتوسط(€)	المدى السريع (قيمة الدفعه)(€))	المبلغ(€)
15	30	45	500
30	60	90	100
45	90	135	1500
60	120	180	2000
90	180	270	3000
150	300	450	5000

Source :<http://www.monabanq.com/produits-bancaires-services//notre-gamme-produits-et-services-bancaires/credit-renewable-coup-double.asp#>

مثلا: من أجل قرض بمبلغ 500€ يتم تسديده وفق الصيغة الثالثة (التسديد على المدى الطويل)
وبمعدل 11.99% فإن تسديد القرض يتم على 42 دفعه، 41 دفعه بقيمة 15€ للدفعه و 7.97€ للدفعه
الأخيرة، لتكون بذلك تكلفة القرض تساوي إلى 122.97€.

يتميز هذا النوع من القروض بـ:

- السهولة أو البساطة: لأنه لا يتطلب إثباتا للاستخدام أو تحديد مجال الاستعمال،
- السرعة في التنفيذ: لأن الزبون يتلقى الرد مباشرة بعد دراسة طلبه على الخط،
- حرية الاختيار: لأن العميل هو من يختار طريقة تسديد القرض وهذا باستخدام دفعات صغيرة ابتداء من 15€ شهريا ،
- أقل تكلفة: مقارنة بالمعدلات المطبقة في السوق بالإضافة إلى مجانية التسجيل وعدم تحمل الزبون لأي تكلفة في حالة عدم استخدامه للقرض.

ج- حسابات التوفير أو الأدخار (Epargne):

يوفر "monabanq." لزائنه مجموعة مختلفة من حسابات التوفير نذكرها في:

ج-1 دفتر التوفير والتوظيف (Livret D'épargne Et Placements) "monabanq."

يستطيع كل شخص طبيعي، بالغ وعاقل أن يتقدم بطلب فتح دفتر للتوفير على مستوى الوكالة الإلكترونية "monabanq."، شريطة أن يقوم بإيداع ما لا يقل عن 15€ كرصيد أولي.

في البداية يقوم الزبون بتقديم الطلب الإلكتروني إلى البنك وذلك في المساحة المخصصة بحسابات التوفير، حيث يقوم بملء جميع البيانات المطلوبة مع تحديد نوع الدفتر ثم يرسل جميع الوثائق المطلوبة (وثائق إثبات الهوية) إلى البنك عن طريق البريد.

بعد أربعة عشر يوماً من تقديم الطلب يتلقى الزبون رسالة إلكترونية تفيد بموافقة البنك على فتح

دفتر توفير بمعدل توفير سنوي يصل إلى 3.5% إلى غاية 10000€ و 2.5% إلى غاية 100000€.

ج-2 دفتر توفير للشباب (Livret Jeune)

يعتبر دفتر توفير للشباب دفتر التوفير الإلكتروني الذي يناسب الأشخاص الذين يبلغون سن الثامنة عشرة و يتراوحون بين 12 و 25 سنة، حيث يتم إنشاؤه بخطوات سهلة و سريعة.

يتم إتمام عملية التسجيل الإلكتروني إرسال الوثائق التالية:

- نسخة من بطاقة تعريف المعنى،
- نسخة من بطاقة تعريف الوصي إذا كان صاحب الحساب قاصراً،
- نسخة من وثيقة إثبات الحالة العائلية مثل الدفتر العائلي، شهادة ميلاد المعنى...،
- وثيقة تثبت مكان إقامة صاحب الحساب.

يُفتح دفتر التوفير بوديعة مبدئية لا تقل عن 15€ كما يصل سقف المبالغ المودعة على مستوى هذا الدفتر إلى 1600€، بمعدل صاف يقدر بـ 4.5%， حيث يتم حساب الفوائد كل أسبوعين حسب الشروط

العامة للفاتح أوت 1997 وتكون المبالغ المودعة تحت تصرف صاحبها في أي وقت وأي مكان، إلا بالنسبة للعملاء الذين تقل أعمارهم عن 16 سنة فيطلب الأمر رخصة أبوية لأي عملية سحب أو إيداع.

يتميز هذا الحساب بما يلي:

- يفتح هذا الدفتر لكل شخص راشد ينتمي مالياً للإقليم الفرنسي،
- وديعة أولية 15€ كحد أدنى،
- يصل سقف الإيداعات إلى 6000€،
- المدة غير محدودة،
- يقدر معدل الفوائد الصافية: 3% حسب الشروط العامة للفاتح أوت 2007،
- لا توجد أي شروط على عمليات السحب أو الإيداع،
- يتم حساب الفوائد كل أسبوعين دون إخضاعها للضريبة أو أي اقتطاع آخر.

يوفر البنك إمكانية التوفير الآلي، حيث يتم كل شهر اقتطاع المبلغ المحدد من طرف العميل من حساب الودائع (الإيداع) ليتم تحويله مباشرة وبكل شفافية إلى حسابه الادخاري.

ج-3 ودائع ادخارية- سكنية "PEL & CEL"

يفتح هذا النوع من الحساب للعملاء الراغبين في استثمارات مستقبلية أو انجاز مشاريع عقارية وتتلخص شروط فتح هذا النوع من الحسابات في الجدول التالي:

الجدول رقم 10: حساب التوفير "PEL & CEL"

CEL Compte épargne logement حساب الادخار السكاني	PEL plan épargne logement مخطط الادخار السكاني	
مستثمر خاص مهما كان السن	كل مستثمر خاص مهما كان سن، حيث يحق له وديعة ادخارية واحدة فقط	المستفيدين
300€ على الأقل	225€ على الأقل	الرصيد المبدئي
منتظمة أو دقيقة بما لا يقل عن 75€ في كل عملية	إيداعات دورية، إجبارية في السنوات الأربع الأولى، قيمتها لا تقل عن 540€ سنويا	طريقة التوفير
15300€	61200€	سقف الإيداعات
مسمح به في جميع الأوقات شريطة الإبقاء على ما لا يقل عن 300€	يتم وفق أوقات محددة	السحب
18 شهرًا كحد أدنى يمكن العميل من الاستفادة من قرض عقاري بمعدل تفضيلي	أربع سنوات كحد أدنى وعشر سنوات كحد أقصى	المدة

Source:<http://www.monabanq.com/produits-bancaires-services/notre-gamme-produits-et-services-bancaires/épargne-placements/pel-cel.asp>

- تتحدد معدلات الفائدة الصافية على حساب "PEL" خارج الاقطاعات الاجتماعية، الضرائب والإعانات الحكومية بـ 2.5%， حيث تساهم هذه الأخيرة بـ 1% (سقف الإعانة يحدد بـ € 1525) ليارتفاع معدل الادخار إلى 3.5% أما بالنسبة للحساب CEL فيقدر معدل الادخار خارج الاقطاعات الاجتماعية، الضرائب والإعانات بـ 2% ليترتفع إلى 3% باحتساب الإعانات الحكومية (سقف الإعانة يقدر بـ € 1144)،
- تحسب الفوائد كل 15 يوما وهي غير خاضعة للضرائب، أما الإعانات الحكومية فتخضع للاقطاعات الاجتماعية،
- في حالة ما أراد العميل فتح الحسابين معا أي "CEL" و "PEL" فإنه يستفيد من مزايا الحسابين معا بالإضافة إلى تمويل عقاري بمعدل تفضيلي قد يصل على € 92000.

يستطيع كل عميل من عملاء البنك لديه حساب ادخار وانطلاقاً من معلومات معطاة مثل نوع الحساب. معدل الفائدة ومبلغ الدفعية معرفة قيمة مبلغ التوفير والتطور البياني لهذا الحساب، باستخدام برنامج خاص يسمى "Simulateur D'épargne"، ويلخص النموذج التالي كيفية عمل هذا البرنامج.

الشكل رقم 48: اختيار نوع الحساب المرغوب في محاكماته

Source: <http://www.monabanq.com/produits-bancaires-services/simulateur-épargne.asp>

يقوم العميل بعد إدخال جميع المعلومات المتعلقة بحساب التوفير بالنقر على أيقونة "أحسب" (Calculate) فيحصل على النتيجة المبينة أسفل الشريط الأخضر، فمثلاً وكما هو مبين في الشكل أعلاه، إذا تمت عملية توظيف رأس المال على مستوى حساب التوفير LEP بمبلغ € 5000 وإيداعات شهرية متساوية تقدر بـ € 200 لمدة أربع سنوات وبمعدل فائدة يصل إلى 4 % ، فإن النتائج ستكون كما يلي:

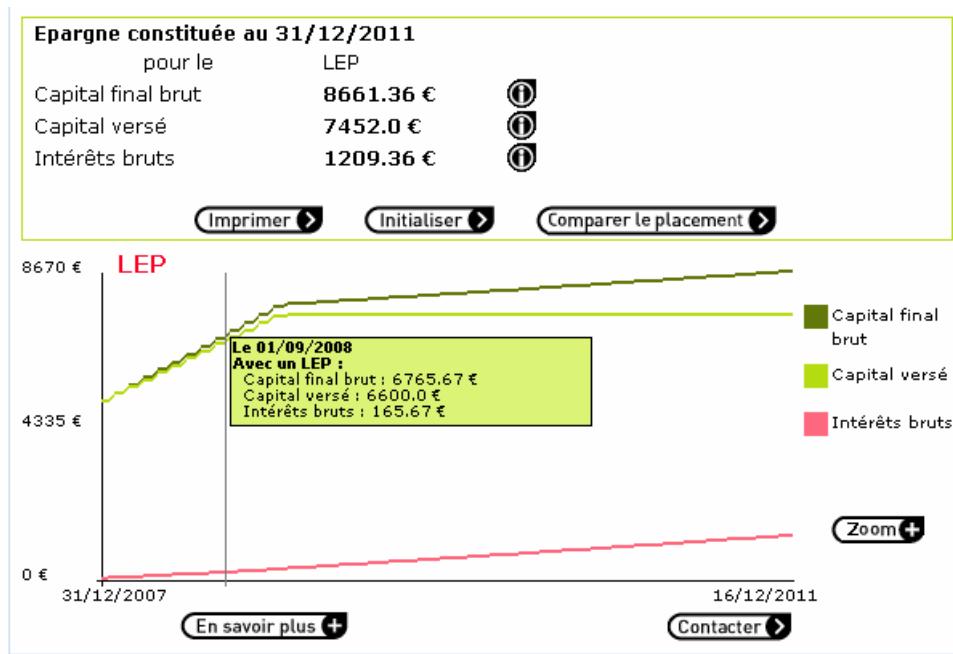
- المبلغ النهائي الخام: € 8661.36

- المبلغ الإجمالي المودع: € 7452.0

- الفوائد الخام: € 1209.36

يستطيع العميل كذلك الحصول على تحليل بياني لمختلف التطورات التي تحصل على مستوى حساب التوفير والبالغ المحققة في كل فترة زمنية.

الشكل رقم 49: تحليل تطورات حساب التوفير بيانيا



Source: <http://www.monabanq.com/produits-bancaires-services/simulateur-épargne.asp#>

ج-4 دفتر الادخار الشائع أو الاجتماعي (Livre D'épargne Publique)

يستطيع كل شخص غير خاضع للضريبة أو يدفع ما قيمته 722€ أو أقل التسجيل أو طلب فتح دفتر ادخار اجتماعي برصيد مبدئي لا يقل عن 30€ ولمدة غير محددة، يحدد سقف الإيداعات بـ 7700€ بمعدل صاف 4%， بالإضافة إلى إمكانية التصرف في رصيد هذا الدفتر أي السحب أو الإيداع في أي وقت، يتم احتساب الفوائد كل أسبوعين دون إخضاعها للضريبة أو أي اقتطاعات اجتماعية.

ج-5 الادخار الأبدى أو الدائم (Epargne Vie)

يستطيع كل شخص طبيعي أن يقوم بفتح وديعة ادخارية أبدية (دائمة) على مستوى البنك الإلكتروني "monabanq." حيث يتم تغذية هذا الحساب بإيداعات شهرية منتظمة لا تقل عن 30€ تتطلب فتح حساب بنكي للإيداع أو دفعات عشوائية تقدر بـ 75€ كحد أدنى.

ج-6 وديعة ادخارية للشباب (Compte D'epargne Jeune)

يوفر البنك الإلكتروني لكل شخص يقل سنه عن 18 سنة إمكانية فتح أو تسجيل وديعة ادخارية برصيد أولي لا يقل عن 15€ وسقف مدفوعات يصل إلى 100000€ ولمدة غير محدودة، بمعدل خام يصل إلى 3.5% إلى غاية 10000€ ثم 2.5% إلى غاية 1000000€.

- يستطيع صاحب هذا الحساب التصرف في وديعته الادخارية في أي وقت، بعد حصوله على الموافقة الأبوية أو رخصة من الوصي القانوني،
- يتم حساب الفوائد كل أسبوعين، مع إمكانية تحويل منتظم لمبالغ مالية مباشرة من حساب العميل البنكي،
- عند بلوغ الطفل سن 12 سنة يتحول حساب الادخار مباشرة إلى دفتر للادخار.

د. حسابات وعمليات البورصة:

د-1 مخطط الادخار عن طريق الاستثمار في الأسهم (Plan Epargne En Actions PEA)

يعتبر مخطط الادخار عن طريق الاستثمار في الأسهم وسيلة فعالة جداً ومثالية للاستثمار في البورصة وبكل ربحية في إطار ضريبي ومالي مغر للغاية، وبعد السنوات الخمس الأولى تصبح القيم الإضافية غير خاضعة للضريبة.

يستطيع كل شخص عاقل ذو تبعية مالية فرنسية أن يقوم بالاستثمار بواسطة هذا النوع من الحسابات الادخارية عن طريق شراء أسهم تابعة لمؤسسات تتمي إلى الاتحاد الأوروبي، لمدة لا تقل عن 5 سنوات وبرصيد أولي يقدر بـ 500€ كحد أدنى مع إمكانية استخدام الرصيد في كل الأوقات وبدون رسوم، تتم تغذية هذا الحساب نقدياً، بحيث لا يسمح بتحويل أوراق مالية أخرى إلا إذا كانت في مجلها

"PEA" عبارة عن

يوضح الشكل التالي مختلف العمليات التي تتم على مستوى هذا الحساب وفق المدة الزمنية المرفقة:

الجدول رقم 11: التوظيف والتكاليف المرافقة

عمر الحساب	سنستان	ما بين 2 إلى 5 سنوات	ما بين 5 و 8 سنوات	8 سنوات فما فوق
المسحوبات (retraits)	غير محدودة مع مراعاة الرصيد المبدئي			غير محدودة مع إمكانية تحوله إلى مدخل دائم غير خاضع للاقتطاعات الاجتماعية
الإيداعات (Versements)	يمكن أن تصل إلى € 13200			
الضريبة على القيمة الإضافية (plus -valeur)	22.50 % خارج الاقتطاعات الاجتماعية تصل إلى 11 % على الدخول الصافية المحققة من تاريخ فتح الحساب	16 % خارج الاقتطاعات الاجتماعية تصل إلى 11 % على الدخول الصافية المحققة من تاريخ فتح الحساب		غير خاضعة للضريبة مع احتساب معدل 11 % كاقتطاعات اجتماعية على الدخول الصافية المحققة من تاريخ فتح الحساب

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على وثائق البنك

د- 2 حساب الأوراق المالية (compte titres):

يوفر "monabanq." لكل شخص طبيعي إمكانية فتح حساب للأوراق المالية الخاص بالاستثمار في البورصة عن طريق شراء أوراق مالية (أسهم وسندات) ولمدة غير محدودة، برصيد مبدئي 500€ كحد أدنى.

يمكن تغذية هذا الحساب عن طريق تحويل قيمة أوراق أخرى من حسابات أخرى، لا يتم إخضاع القيمة الإضافية المحققة على مستوى هذا الحساب إلى الضريبة إذا كان الرصيد لم يتجاوز € 20000، خلال

سنة 2007

أما إذا كانت النتيجة المحققة قد تجاوزت هذا الحد فإنها تخضع للضرائب بمعدل 27% مع احتساب الاقتطاعات الاجتماعية ابتداء من الأورو الأول.

د-3 إستراتيجية الاستثمار من خلال مؤسسات الاستثمار ذات رأس مال متغير "SICAV"

يوفر البنك لزبائنه وانطلاقاً من حساب الأوراق المالية (**compte titres**) ومخطط "PEA" إستراتيجية مثل للاستثمار في البورصة، حيث يتکفل البنك بإدارة هذه الحسابات الذي يقوم بتوظيف أرصادتها في مجال التكنولوجيات الحديثة، المواد الأولية أو توجيهها نحو الأسواق الآسيوية أو الفرنسية.

3. النظام الأمني للبنك الإلكتروني: "monabanq."¹

إن التعامل المباشر على شبكة الإنترنت، وما يتصل به من تحويل للمعلومات يجعل من إقامة بنية أمنية مشددة هدفاً رئيسياً تسعى جميع البنوك الإلكترونية إلى تحقيقه، فتوفير الحماية والأمان لزبائن البنك فيما يتعلق بحفظ بياناتهم وأموالهم وجميع المعلومات الخاصة بهم والمسجلة إلكترونياً على صفحات البنك الرقمية لا يقل أهمية عن تقديم منتجات وخدمات مصرافية بجودة عالية وتكلفة أقل.

يسعى البنك الإلكتروني "monabanq." كغيره من البنوك إلى التحسين دائماً في أنظمة الحماية الأمنية التي يستخدمها لحماية أموال زبائنه وبياناتهم الشخصية، كنوع من الحرص اللامتهلي على الحفاظ على علاقته بعملائه المبنية على الثقة وحسن الخدمة، وإن كانت المسؤولية هنا لا تقع على البنك وحده، فالعميل أيضاً دور مهم في إنشاء نظام أمني فعال وذلك بالتطبيق الصارم والمنتظم لتوجيهات البنك وتنفيذ جميع الإجراءات الأمنية التي تحول دون أي استغلال أو تلاعب من الممكن أن يحدث، ولا يتحقق هذا الأمر إلا بالاستيعاب أو الفهم الجيد للقواعد الأمنية المطبقة على شبكة الإنترنت وتنفيذها بكل بساطة.

¹ <http://www.monabanq.com/banque-en-ligne/securite-bancaire.asp>

1-3 التزامات البنك الأمنية:

تم عملية تسيير حسابات العملاء المختلفة مباشرة على الخط بنسبة مائة في المائة (100%)، الأمر الذي يجعل من مهمة الحفاظ عليها وحمايتها من أولويات البنك، لذلك تلتزم الفرق التقنية وأكثر منها الفرق المكلفة بالأمن الرقمي اتجاه عملاء البنك بـ:

- توفير وضمان الأمان والحماية لجميع تحويلاتهم مهما كان نوعها،
- المتابعة المستمرة لأحدث التكنولوجيات المتعلقة بالبرامج والأنظمة الأمنية الرقمية،
- تطبيق رقابة صارمة ومستمرة على أساليب ووسائل القرصنة،
- اتخاذ جميع التدابير الاحتياطات التي تحول دون أي هجوم للقرصنة أو الفيروسات.

يخضع البنك الإلكتروني "monabanq." لرقابة أمنية مستمرة من طرف اللجنة المصرفية الفرنسية (Commission Bancaire Française: CBF) بالإضافة إلى وصاية بعض المؤسسات المصرفية الأخرى، الشيء الذي يُكسب هذا البنك نوعاً من الثقة والشفافية في التعامل فحماية المعلومات التي يحتويها الموقع الإلكتروني لا تتم وفق نظام آمني وحيد ومركزي بل متعدد الأطراف.

2-3 معايير البنك:

يتم إجراء التحويلات المالية والمعلوماتية للعملاء والأفراد على مستوى البنوك الإلكترونية، بكل أمان وأكادة، فالنصوص الأمنية المطبقة توافق دائماً أحدث التكنولوجيات في هذا المجال. ولتطبيق نظام أمني مشدد لا بد من تطبيق مجموعة من المعايير واتخاذ التدابير المتمثلة في:

أ- النظام الآمني أو "بروتوكول" الحماية:
من أجل حماية جميع العمليات التي تجري على مستوى الموقع الإلكتروني يطبق البنك بروتوكول الطبقات الآمنية (SSL : Secure Socket Layer) الذي يوفر الحماية المُحْكَمة لجميع المعلومات المتبادلة بين حاسوب العميل ومقدم الخدمة على مستوى البنك بشكل يحول دون إمكانية حصول طرف آخر عليها أو إعداد نسخة عنها، فضلاً عن ذلك، تقوم الفرق الآمنية بتقدير دورى لنظام البنك الآمنى على الإنترنت بالإضافة إلى توفير حماية فعالة للموقع ضد الفيروسات الرقمية.

ب- ارتباط الحساب البنكي للعميل بشبكة الإنترن트:

يتلقى كل عميل أو زبون مسجل بالبنك بشكل منفرد وعن طريق البريد رقم تفعيل حسابه بالإضافة إلى رقم التعريف الشخصي، حيث يقوم البنك بطلبهما في كل مرة يرغب فيها العميل بإجراء عملية بنكية وهذا كنوع من الحماية والضمان، فضلاً عن ذلك، يستطيع العميل تغيير هذه المعلومات مباشرة من موقع البنك كإجراء احتياطي، يجب على العميل أن يستخدم بياناته الشخصية الرقمية (رقم التعريف وكلمة المرور) بشكل صارم لا تهاون فيه، لأنه وفي حالة حدوث خطأ ما على مستوى هذه البيانات كإدخال أرقام مغایرة في المكان المخصص لها سيؤدي إلى توقيف تفعيل هذه البيانات بعد ثلاثة محاولات متتالية. كإجراء احتياطي، يتوجب على الزبون التأكد من قطع الاتصال (**déconnecter**) مباشرة بعد إنتهاء العمليات التي يقوم بها على مستوى حسابه البنكي حتى لا يتسرى لأطراف غير قانونية الاستيلاء على بياناته الشخصية من خلال ما يسمى بعمليات الـ "**Phishing**".

ج- حماية خصوصية العميل:

يعتبر إدخال الرقم الشخصي وكلمة المرور بمثابة دعامتين أساسيتين لتشكيل حاجز أمني لحماية خصوصية العميل وجميع المعلومات المتعلقة به، يمكن الاستدلال على وجود مثل هذا الحاجز بدلاليتين:

- الإشارة "https://" التي تكتب قبل عنوان الموقع،
- أيقونة رمز المفتاح أو القفل الذي يظهر في أسفل يمين نافذة متصفح الإنترن特.

د- حماية المساحة المخصصة للعملاء (**Espace Client**):

يجد العميل في أول اتصال له بالمصلحة المخصصة للعملاء عن طريق الإنترنرت مجموعة من التوجيهات التي تقوده أو تُبيّن له الكيفية التي يستطيع بها تشكيل خط أمني يربط بينه وبين البنك والذي يسمح لهذا الأخير بتحديد موقع كل زبون في المساحة المخصصة له، حيث وفي كل مرة يتصل فيها العميل بالبنك أو مصلحة العملاء فإن هذا الخط أو الرابط يظهر بطريقة آلية.

3-3 توجيهات ونصائح أمنية:

يقترح "monabanq." على كل المتعاملين معه مجموعةً من الإجراءات والتوجيهات التي تحسن أو تزيد من فاعلية النظام الأمني المطبق على الموقع، والتي تتلخص في:

أ- تحديث بيانات نظام التشغيل:

يجب على العميل أن يقوم وبشكل دوري بتحديث نظام التشغيل المثبت على جهاز الحاسوب الخاص به، بتثبيت ما يسمى بـ"مصححات البرامج" (Correctifs) والتي يمكن تحميلها مباشرةً من الإنترنت مثل "Madriva" أو "Red Hat" ، "Apple" ، "Microsoft" (les logiciels) :

تحديث البرامج التي يتوجب على العميل تغذيتها في :

• متصفح الإنترنت (Safari, Opera, Nescape, Firefox, Internet Explorer)

• برنامج نقل المحادثات والاتصال مثل (Google talk,Yahoo Messenger, MSN)

(Messenger

• اللواحة المكتبية (M Office, Oppen Office, J Work)

• برنامج الرسائل مثل "Mail" ، "Thunder bird" ، "outlook"

ج- استخدام مضادات الفيروسات وتحديثها مباشرةً من الإنترنت آلياً أو يدوياً.

د- استخدام برامج خاصة تسمى بـ"Antispyware" و "FireWall"

بالنسبة للبرنامج الأول فهو عبارة عن معدات أمنية تسمى بالأنسياب التلقائي للمعلومات المتداقة

على شبكة الإنترنت والتي تستخدم في حالة الروابط عالية المحتوى أو التدفق على مستوى الشبكة،

أما البرنامج الثاني فهو يستخدم للحيلولة دون الاستيلاء على المعلومات المتداقة عبر الشبكة وتحويلها إلى جهات أخرى، عن طريق برامج خاصة بهذا النوع من العمليات.

ه- تطبيق الإجراءات الأمنية من طرف العميل للحيلولة دون عمليات الـ "Pharming" و "Phishing"

تتمثل عمليات الـ "Pharming" في توجيه المتعامل أو العملاء إلى موقع غير قانونية دون علم منهم عن طريق استخدام فيروسات رقمية خاصة بإعادة تصميم البيانات المحلية للموقع على مستوى حاسوب العميل.

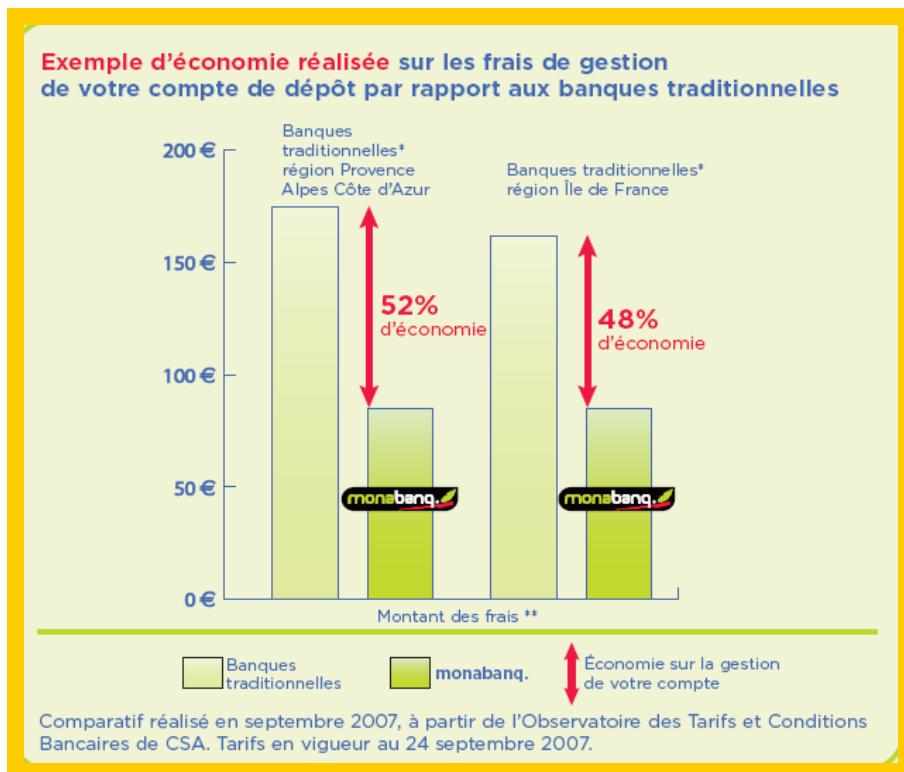
أما "Phishing" فهي تقنية خاصة بالاستيلاء على المعلومات والبيانات الشخصية مثل كلمة المرور ورمز الحساب البنكي، تتم هذه العملية بإرسال رسالة إلكترونية إلى العميل تظهر وكأنها من طرف هيئة رسمية بنكية أو غيرها لطلب تغيير أو تعديل بياناته الشخصية، وما إن يقوم العميل بذلك يتم إعداد نسخ إلكترونية عنها، بغرض الاستعمال غير القانوني.

لتجنب مثل هذا النوع من العمليات يجب التأكد أولاً من قانونية المواقع ومدى خضوعها للرقابة الأمنية مع تثبيت مضادات الفيروسات فعالة النشاط، كما يقع على عاتق جميع الزبائن والعملاء التأكد والثاني قبل استخدام بياناتهم الشخصية في أي مجال أو نشاط على شبكة الإنترنت، خاصة إذا تعلق الأمر بأرقام حساباتهم البنكية أو بطاقات الائتمان أو ما شابه.

4. تقييم البنك الإلكتروني "monabanq."

في دراسة مقارنة أعدها المجلس الأعلى الفرنسي للسمعي البصري " CSA Conseil Supérieur" في شهر سبتمبر 2007 وانطلاقاً من مراقبة التسعير والشروط البنكية بين البنك الإلكتروني "monabanq." وبنوك تقليدية أخرى وعددتها اثنان وعشرون بنكاً، إحدى عشر منها موجود على مستوى فرنسا والإحدى عشر المتبقية موزعة على حوض البحر المتوسط ومنطقة الألب (Alpes)، تبين أن المعدلات المطبقة على مستوى البنك الإلكتروني (معدلات الإقراض، التوفير، تكلفة تسخير الحسابات والبطاقات البنكية) أقل بنسبة 52% مقارنة ببنوك المجموعة الأولى و48% مقارنة ببنوك المجموعة الثانية.

الشكل رقم 50: نسبة التوفير بين "monabanq." والبنوك التقليدية



Source: <http://www.monabanq.com/extrait-de-tarification-monabanq-19-novembre-2007.pdf>

إن تحقيق البنك الإلكتروني لهذه الميزة يرجع أساساً لكونه بنكاً على الخط يوفر مجموعة من الخدمات الإلكترونية التي توفر على العملاء عناء الانتقال إلى الوكالة البنكية التقليدية وتقلل من تكلفة الحصول على العديد من المنتجات والخدمات الأخرى وهذا بتوفيرها مباشرةً على الإنترنت، تسهيل عملية متابعة الحسابات، سحب المبالغ المالية مهما كانت قيمتها دون اللجوء إلى البنك، تسهيل عملية الاتصال بالبنك والاستفسار عن جميع الانشغالات بالإضافة إلى التكلفة المناسبة حيث تعتبر التسعيرة المطبقة هي الأفضل فيما يتعلق بالبطاقات البنكية، ناهيك عن توفير العديد من الخدمات المجانية مثل الحافظة الرقمية، زيادة سقف المسوحات، الخزانة الإلكترونية وغيرها من الخدمات.

يقدم الموقع الإلكتروني "argentmagazine.com" - وهو موقع متخصص - جميع المعلومات التي تتعلق بنشاط المؤسسات المصرفية والبنوك عالية النشاط وبخاصة تلك التي تمارس أعمالها على الخط¹، كما يعرض هذا الموقع أيضاً مجموعة من المقارنات التي يجريها بين البنوك الإلكترونية المختلفة

¹ www.argentmagazine.com/banques-online/comp-gene.asp

من حيث تكلفة الخدمات والمنتجات التي تقدمها هذه البنوك، مثل الحسابات الجارية، حسابات التوفير "monabanq."، عمليات البورصة، القروض العقارية والبطاقات البنكية، ويعد "LCL, Groupama, AGF, Ing-Directe, AxA" واحداً من هذه البنوك المأخوذة في عينة الدراسة وهي . ويلخص الجدول التالي النتيجة النهائية لهذه المقارنة.

الجدول رقم 12: نتائج المقارنة النهائية

البنوك	AGF	Groupama	AxA	LCL	Monabanq.	المؤسسة	العمليات
معدلات الادخار %3.30	105€	96€	82€	109€	43€	خارج الرسم	تكلفة السنوية لتسخير الحسابات الجارية
	6€	51€	54€	67€	61€	مع الرسم	البنكية الجارية
%2.73 %3.75	%2.26 %3.50	%2.56 %3.50	%1.5 %2	إلى غاية %3.5 ما فوق %2.55	10000€ 10000€	معدلات الادخار	
				"Visa" الدفع المسبق: 28€ "Visa" الدفع المؤجل: 35.20€ البطاقة الأولى: 62€	"Visa" الدفع المسبق: 30€ "Visa" الدفع المؤجل: 35€ البطاقة الأولى: 95€	البطاقات البنكية	
معدلات مغربية للادخار % كل ثلاثة أشهر إلى غاية 100000€					<ul style="list-style-type: none"> تصميم جيد للموقع مستشار خاص على الخط تسخير تام (%) 100 على الخط مجانية تسخير وفتح أغلب الحسابات 		

Source: www.argentmagazine.com/banques-online/comp-gene.asp

يتضح من خلال المقارنة النهائية المبينة في الجدول أعلاه، أن للبنك الإلكتروني "Monabanq." مركزاً تافسياً جيداً مقارنة بالبنوك الأخرى محل الدراسة حيث نجد أن له ميزة تافسية فيما يخص تصميم الموقع، فتح وتسخير الحسابات الإلكترونية على الخط بالإضافة إلى حافزية معدلات الادخار المقدمة وانخفاض تكلفة البطاقات البنكية المتعدة.

بالاطلاع على بعض الآراء المسجلة حول تقييم مستوى البنك الإلكتروني "monabanq." والتي هي على الأرجح لأشخاص يتعاملون مع البنك أو سبق لهم التعامل معه، نجد أنها على سبيل الذكر لا الحصر تختلف وتتبادر فيما بينها، فالبعض يعتبره بنكاً مثالياً يقدم شروطاً تلائم جميع العملاء وبتكلفة مناسبة ومعدلات توظيف مغربية، فضلاً عن أنه بسيط وفعال نتيجة الخدمات الرقمية التي يقدمها بالإضافة إلى سرعة تدفق عالية للمعلومات وأنظمة أمنية مشددة، أما البعض الآخر فيعتبر أن أسعار بعض الخدمات والمنتجات المقدمة ليست تافسية خاصة إذا تعلق الأمر بعمليات البورصة وعقود التأمين كما أن اتصال البنك برابط مثل "ADSL" قد يحول دون تمكّن بعض العملاء من الاتصال به خاصة في أشاء السفر أو في الواقع التي لا يتوفّر فيها مثل هذا النوع من الروابط، من جهة أخرى يبدي البعض شيئاً من عدم الرضا حول مردودية معدلات الادخار التي حسب رأيهما أقل من المستوى المطلوب.

خلاصة الدراسة:

يتبيّن من خلال الدراسة التي أُجريت على البنك الإلكتروني "monabanq."، أنه لا يوجد فرق كبير بين المعلومات المقدمة في القسم النظري من هذا البحث المتعلقة بالبنوك الإلكترونية وانعكاساتها على الخدمة المصرفية وبين ما أُدرج في دراسة الحالة الخاصة بالبنك، ويتبين ذلك من خلال النتائج التالية:

- يستطيع البنك الإلكتروني تقديم نفس الخدمات والمنتجات التي تقدمها البنوك التقليدية الأخرى، وذلك لقاعدة عريضة من العملاء تصل إلى مائتي ألف عميل أو زبون،
- يعمل البنك من أجل ترسیخ قواعده في السوق المصرفية ومواجهة منافسة البنوك الأخرى على تطوير منتجاته وخدماته لتكون له بذلك ميزة تنافسية تمكّنه من المحافظة على عملائه وكسب ثقة المزيد منهم، ولعل التحول من بنك تقليدي إلى بنك يعمل على الخط لأكبر دليل على ذلك،
- يساهم البنك في توفير الوقت والتكلفة من خلال الوسائل المتبعة في تقديم خدماته والتي تتم بطريقة إلكترونية من خلال أحدث التكنولوجيات المستخدمة في مجال الصيرفة مثل "Turbo-retrait" ، "Monascope" ، "Monascan"
- تسهيل عملية استخدام الحسابات البنكية في أي وقت ومن أي مكان من خلال التعامل بأنواع مختلفة من البطاقات البنكية مثل بطاقة "Visa" العالمية،
- تسهيل عملية الاتصال المباشر بالبنك عن طريق المستشار الشخصي الذي يعينه البنك لكل عميل من عملائه، يكون على استعداد دائم لتقديم خدماته،
- يعمل البنك على توفير الحماية والأمن الرقمي لجميع المعاملين معه بالاعتماد على بروتوكولات أمنية مشددة، وإتباع طرق وقائية تحول دون إمكانية التلاعب بمختلف المعلومات والبيانات المتداولة كحل للقضاء على المخاوف والشكوك التي تحيط بهذا النوع من التعاملات البنكية، لذلك يحرص البنك على إخطار عملائه بجميع القوانين والالتزامات التي تحدّد الضوابط التي يتم وفقها التعامل المباشر على الخط ونتائج التجاوزات التي من الممكن أن تحدث،

- يخضع البنك لرقابة لجنة متخصصة (اللجنة المصرفية الفرنسية) تحرص على المتابعة الدورية لنشاط البنك للحيلولة دون تعرض هذا الأخير للمخاطر الناتجة عن انتهاك القوانين التي تضبط العمل المصرفي خاصة المتعلقة بمكافحة غسيل الأموال،

الخاتمة:

توشك أن تصبح منظومة التبادل الدوليّة عبارة عن سوق إلكترونية مشكّلة من مئات الآلاف من شاشات الحواسب المنتشرة عبر أرجاء العالم خاصة وأنه يمكن الاتصال بالإنترنت عن طريق الهاتف المحمول مثل بروتوكول "WAP" أو الدفع من خلال استعمال الهاتف المحمول (SMS)، فنحن الآن إذا على عتبة تشكيل سوق افتراضية، حيث يتوقع الخبراء نمواً متسارعاً لهذه السوق في السنوات القليلة المقبلة، وموازاة لذلك سيزيد استخدام النقد الإلكتروني على نطاق أوسع، غير أن هذا الوضع الجديد سوف يثير عدّة تحديات جديدة، سواء بالنسبة للحكومات أو بالنسبة للنظام المصرفي أو بالنسبة للأفراد؛ فبالنسبة للحكومات يتعين عليها تطوير البنية الأساسية التي يقتضيها تشييد اقتصاد رقمي وإقامة حكومة إلكترونية، وحيث أن الدول الصناعية هي التي تمتلك ناصية إنتاج المعرفة، وما تزال البلدان العربية مجرد مستهلك للتكنولوجيات الجديدة، فإن الاستثمار في مجال البحث والتطوير، خاصة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، أضحت من مقتضيات الاندماج في هذا الاقتصاد الجديد، الشيء الذي يدفع بهذه الدول إلى تحديث تشريعاتها بحيث تشمل التجارة الإلكترونية والنقد الإلكتروني.

في إطار مسؤولية الدولة، ثُطّرَ مسألة مراقبة عمليات تبييض الأموال وجرائم الإنترنيت عموماً كما طرح أيضاً مشكلة التحكم في الكتلة النقدية، حيث يتوجب على البنك المركزي - في ظل التوسيع في إصدار النقد الإلكتروني - أن تكون قادرة على مراقبة الكتلة النقدية الجديدة وباستمرار، ذلك أن التوسيع سيؤثر حتماً على مستوى الأسعار، وبالتالي على الاستقرار الاقتصادي.

أما بالنسبة للبنوك، وهي المصدرة للنقد الإلكتروني، فإن أكبر تحدٍ تواجهه، فضلاً عن تحدي المنافسة، هو ضرورة التجديد في طرق ووسائل الدفع، مع الأخذ بعين الاعتبار ضرورة توفير الأمان لزيائتها المستفيدين من النقود الإلكترونية، فهي إذا مطلبة بمزيد من الاستثمار في هذا المجال، أما البنك التي ما تزال تعتمد على وسائل الدفع التقليدية فهي مهددة بفقدان المزيد من زبائنها الذين يفضلون التعامل الرقمي على الأقل في بعض معاملاتهم، وبالتالي ستتجدد هذه البنوك نفسها مجبرة على الاستثمار من أجل عصرنة أنظمتها.

أما على مستوى الأفراد فإن الاقتصاد الرقمي يمثل أولاً تهديداً على الفقراء وعلى الأميين. فمن الواضح أن الأغنياء سيكونون الأكثر استفادة من المزايا التي يقدمها هذا الاقتصاد الجديد، غير أن نمو الاقتصاد الرقمي، مع ما يوفره من السرعة ونقص في التكلفة، يقابله أيضاً تزايد في المخاوف، ذلك أن كلاً من البائع والمشتري مجهول، كما أن عدد ممارسي الاحتيال على الإنترنت يزداد يوماً بعد يوم.

إن التطرق إلى واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر كشف على جهود بُذلت ولا تزال تبذل في هذا المجال من أجل إقامة بنية تحتية ضرورية لهذا النوع من التجارة، فضلاً عن محاولات تقوم بها بعض المؤسسات المصرفية والمالية العمومية للارتقاء بنوعية الخدمات التي تقدمها والسماح للشركاء والمعاملين الاقتصاديين بالاستثمار في الجزائر، لكن! وعلى الرغم من كل ذلك لا تزال البنوك العمومية أو الخاصة التي تمارس نشاطها على كامل التراب الوطني بعيدة كل البعد عن المستوى الذي وصلت إليه المؤسسات المصرفية الأجنبية، فإن كنا لا نزال نتحدث عن إقامة بنية تحتية للتجارة الإلكترونية، فالعالم المتقدم يتحدث الآن عن جيل ثان لهذا النوع من التجارة.

قائمة المراجع

باللغة العربية:

أ. الكتب:

1. الإباصيري، فاروق محمد أحمد ، عقد الاشتراك في قواعد المعلومات عبر شبكة الانترنت، الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة للنشر، 2002.
2. بختي، إبراهيم، التجارة الإلكترونية، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2005.
3. برس، يورك، استراتيجيات التسويق الإلكتروني، لبنان: مكتبة لبنان ناشرون، الطبعة الأولى، 2003.
4. الجنبيهي، منير محمد وممدوح محمد ، البنوك الإلكترونية، الإسكندرية: دار الفكر الجامعي، 2006.
5. حماد، طارق عبد العال، التجارة الإلكترونية، المفاهيم، التجارب، الأبعاد التكنولوجية، المالية، التسويقية والقانونية، مصر: الدار الجامعية، 2003.
6. رضوان، رافت، عالم التجارة الإلكترونية، مصر، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 1999.
7. زيليوكس، دانييل، ترجمة هاني مهدي الجمل، المرشد الأساسي في التجارة الإلكترونية، القاهرة: مجموعة النيل العربية، 2002.
8. السالمي، علاء عبد الرزاق محمد وحسين علاء عبد الرزاق، شبكات الإدارة الإلكترونية، عمان: دار وائل للنشر، 2005.
9. شاهين، بهاء، العولمة والتجارة الإلكترونية، القاهرة: دار الفاروق الحديثة للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، 2000.
10. العجارمة، تيسير، التسويق المصري، الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2005.
11. عليوة، السيد، التجارة الإلكترونية ومهارات التسويق العلمي، القاهرة: الأمين للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2002.
12. المهدى، أحمد، الإثبات في التجارة الإلكترونية، مصر: دار الكتب القانونية، 2004.
13. النجار، فريد ، الاقتصاد الرقمي: الإنترن特 وإعادة هيكلة الاستثمار، البورصات والبنوك الإلكترونية، الإسكندرية: الدار الجامعية، 2007.
14. نجم، نجم عبود ، الإدارة الإلكترونية: الاستراتيجية، الوظائف والمشكلات، السعودية: دار المريخ، 2004.

ب. مراجع أخرى:

15. باتوبارة، نواف عبد الله، "أنواع بطاقات الائتمان وأشهر مصدرها"، مجلة الدراسات المالية والمصرفية، المجلد 6، العدد 4، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية،الأردن، ديسمبر 1998.
16. بختي، إبراهيم، "دور الانترنت وتطبيقاته في المؤسسة"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر، سبتمبر 2002.
17. سهاونة، مهند، "التجارة الإلكترونية وأثرها على الصناعة"، ورقة عمل مقدمة إلى المنظمة العربية للتربية الصناعية والتعدين، الأردن: الجمعية العلمية الملكية، 2004.
18. نصولي، صالح وشايختر، أندربيا ، "تحديات المعاملات المصرفية الإلكترونية"، مجلة التمويل والتربية، العدد الثالث، سبتمبر، 2002.
19. مركز البحوث المالية والمصرفية، "دليل المصارف لاستخدام البطاقات البلاستيكية من قبل المستهلك" ، مجلة الدراسات المالية والمصرفية، المجلد 3، العدد 3، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية،الأردن، ديسمبر 1995.

ج. منشورات على الإنترت:

20. أمين، عز الدين كامل، "الصيغة الإلكترونية"
<http://www.bankofsudan.org/arabic/period/masrafi/vol-26/arsrafi-26.htm>, 12/01/2007)
21. بن عمارة، نوال ، "وسائل الدفع الإلكترونية (الآفاق والتحديات)" ، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، 2005
<http://www.douis.free.fr/article/e-commerce-ogx/Benamara.pdf>)
22. بوحنية، قوي، "الاطار المؤسساتي والقانوني للتجارة الإلكترونية: المفاهيم والمرتكزات" ،
<http://www.douis.free.fr/article/e-commerce-ogx/bouhania.pdf>)

23. حسن، رحيم ، "التجارة الإلكترونية والنقد الإلكتروني" ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الأغواط، 2005.

(<http://www.startimes.com/faspx?=3061542>. 28/11/2006)

24. زيدان، محمد وبريش، عبد القادر ، "دور البنوك الإلكترونية في تطوير التجارة الإلكترونية" ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة شاف، 2005.

(<http://www.douis.free.fr/article/e-commerce-ogx/zidane.pdf>. 28/11/2006

25. سحنون، محمود، "النظام المصري والبطاقات البلاستيكية" ، (<http://www.arablaw.info>)

26. السنوسي، جاسر ، "المصارف الإلكترونية" ، (<http://www.bankofcd.com>. 10-07-2003)

27. شافيف، نادر، "استخدام الصراف الآلي إلى مزيد من التطور" ،

(<http://www.lebarmy.gov.lb/arabic/article.asp?ln=ar%id=1157923/04> / 2007)

28. طواهر، محمد التهامي ، حني، شفيقة، و دادن عبد الوهاب ، "تحديات التجارة الإلكترونية للنظم الضريبية" . (<http://www.douis.free.fr/article/e-commerce-ogx/touaher.pdf> 28/11/2006)

29. غنيم، رأفت عبد العزيز، "دور الجامعة العربية في تمية وتسخير التجارة الإلكترونية بين الدول العربية" ، ملحق أول نوفمبر 2002

(<http://www.ecommercetechonology.org/data/42htm> 23/03/2007)

30. عرب، يونس ، "البني التحتية لمشروعات البنوك الإلكترونية" ،

(<http://www.arablaw.org/download/e-banking-inrastructure-article.doc>. 21/03/2007)

31. ناصر، أحمد عبد البديع ، "البنوك الإلكترونية" ، (<http://www.alqabas.com.kw/final/newspaperwebsit/newspaper.pdf>)

32. دالع، مصطفى، "التجارة الإلكترونية في الجزائر: رهانات قطاع لا يزال يبحث عن ذاته" ، (<http://www.ialamtic.com/spip.php?article43>)

33. نظير، المدفوع المعتمدة في التجارة الإلكترونية" ، (<http://www.startimes2.com/f.aspx?t=3061542>)

د. الجرائد والمجلات:

34. "توزيع بطاقات CCP للحساب البريدي الجاري"، منشورات مديرية الاتصال لبريد الجزائر (مجلة ساعي البريد)، رقم 42، أبريل 2007.

35. بو عياد، سفيان ، "لا بد من هيئة مستقلة لتطوير التكنولوجيات الحديثة في الجزائر" ، حوار مع رئيس جمعية موزعي الإنترنت "يونس قرار" ، منشور في يومية الخبر، العدد 5133، الثلاثاء 02 أكتوبر 2007.

36. زرفاوي، عبد الله ، "جرائم الإنترن特 لأول مرة في العدالة الجزائرية" ، عن وكيل الجمهورية، محضر ضبط، قسم الجنائيات، محكمة تبسة، منشور في يومية الخبر، العدد 5148، الأربعاء 17 أكتوبر 2007.

37. صواليلي، حفيظ ، "برامج إصلاحات البنوك الجزائرية بقيت حبرا على ورق" ، حوار مع الخبير الاقتصادي "كاميل ساري" ، منشور في يومية الخبر، العدد 5157 ، أكتوبر، 2007

باللغة الأجنبية:

Books:

38. STRAUSS, Judy & FROST, R.: E-marketing, New York: Prentice Hall, 2001.
39. AMOR, D, The E-Business Revolution, New jersey : Prentice Hall, 2000.
40. TAPSCOTT, Don, Digital Capital, Boston: Harvard Business School Press, 2000.
41. LUBBE, Sam & VAN KEERDAN, Johanna Maria, The Economic and Social Jump Acts of Ecommerce, IDEA group publishing, 2001
42. XU, Markx.; WILKES, Siobhan and SHAH, Mahmood H, E-Banking Application and Issues in Abbey National PLC, (Encyclopedia of E-commerce, E-government and Mobile commerce), Idea group publishing. 2006

b. Other:

43. COLIN, Jacques: "les effets du commerce électronique sur le transport", session 2 (E-commerce et logistique), Séminaire conjoint OCDE/CEMT, Paris, 2001.
44. KHENIFSA, Abderraffiq, "laBADR lance son services", (<http://www.ebanking.badr.dz/part/fr/archive2004>>it mag 44).

c. Site web:

- 45.** <http://www.opendirectorysite.info/e-commerce/02.htm>.
- 46.** <http://www.itvqrqbic.org/e-business/presebtqtion5%cdoc10-sudans.doc>.
- 47.** <http://www.opendirectorysite.info/e-commerce/03.htm>.
- 48.** <http://www.alexbande.com/nashra>.
- 49.** <http://www.onlinebanking.com>.
- 50.** <http://www.itep.ae/arabiceducational/center/comm.net/encryption.asp>.
- 51.** http://www.observateur_ocde/news/fullstory.php/aid/422/cybermonnaie,lévenir.
- 52.** <http://www.itep.com>.
- 53.** <http://www.poste.dz/home/l'internet et p&t>.
- 54.** <http://www.poste.dz/home/les nouvelles technologies de l'information et de la communication>.
- 55.** <http://www.poste.dz/offre.htm>.
- 56.** <http://www.eccp.poste.dz/work8.php>.
- 57.** <http://www.cpa-bank.com/reseau.htm>.
- 58.** <http://www.anep.eldjazair.net.dz/bomop/bomop.htm>.
- 59.** <http://www.monabanq.com/banque-en-ligne/qui-est-monabanq.asp>.
- 60.** http://www.monabanq.com/banque-en-ligne/dcouvrir-ma-banque/acces-presse/Communique_Presse_120307.
- 61.** <http://www.monabanq.com/produits-bancaires-services>.
- 62.** <http://www.Ecoffre.fr>.
- 63.** <http://www.monabanq.com/produits-bancaires-services/notre-gamme-produits-et-services-bancaires.asp>.
- 64.** <http://www.monabanq.com/extrait-de-tarification-monabanq-19-novembre-2007.pdf>.
- 65.** <http://www.argentmagazine.com/banques-online/comp-gene.asp>.

Communiqué de presse

La Banque Covefi devient



Un nouveau nom pour un autre rapport à la banque

Créée en 1987 par deux entités reconnues, le Groupe 3 Suisses International (66%) et Cetelem (34%), la Banque Covefi franchit une nouvelle étape dans son développement en devenant **monabanq.**, une banque de nouvelle génération qui innove dans les prestations et le relationnel bancaires tout en préservant les qualités de souplesse et de compétitivité qui lui ont toujours été reconnues.

monabanq. la personnalisation au cœur de la relation

L'ambition de **monabanq.** est de rassembler le meilleur de l'agence traditionnelle (la proximité et la relation personnalisée) et l'innovation d'une banque directe souple, qui place Internet au service de ses clients et qui les accompagne dans leur vie et dans leurs projets.

Chaque client bénéficie désormais d'un **Conseiller personnel** qui le suit dans la durée et qu'il peut joindre sur sa ligne directe. Son rôle est de répondre à toutes ses interrogations dans le fonctionnement de ses comptes, de le conseiller dans la gestion de son budget au quotidien, de l'aider à réaliser ses projets En cas d'absence du conseiller personnel, **une permanence Conseillers** renseigne les clients sur la totalité de leurs comptes.

Un superviseur du Service Conseillers, garant de la qualité de la relation, oriente les nouveaux clients vers leur Conseiller.

monabanq. des services innovants qui transforment les freins en atouts en illustrant bien la philosophie du concept

Le **Bordereau Numérique** de remise de chèques permet d'enregistrer une remise de chèque au moment de son envoi, sans aucune date de valeur.

Le **TurboRetrait**, une solution pour retirer une somme d'argent importante. Un simple appel ou un mail et il se met en place en 24h, par une augmentation du plafond carte bleue (retrait et achat).

Le service **MonaCoffre**, un coffre-fort numérique, pour mettre à l'abri en toute confidentialité et en toute sécurité des documents précieux et essentiels.

Le logiciel **MonaBudgetOptima**, un logiciel simple et intuitif qui permet à chaque client de piloter son budget familial en toute facilité.

monabanq. une offre en adéquation avec le style de vie de chacun mais avec la liberté en plus

Trois formules sont proposées au client, en complément de l'offre monabanq. à la carte, elles reflètent la diversité des situations financières et le rapport à l'argent de chacun sans porter de jugement de valeur, sans décider de ce qui est bien ou pas.

- La formule « **Confort et Souplesse** »* pour ceux et celles qui vivent pleinement,
- La formule « **Epargne et Budget** »* pour ceux et celles qui aiment anticiper, planifier et prévoir pour faire face aux aléas de la vie,
- La formule « **MonaMixte** »* pour ceux et celles qui aiment la souplesse parfois cigale, parfois fourmi,

Pour les sceptiques, une Offre Découverte* permet de découvrir l'univers monabanq. en le testant, pendant six mois.

monabanq. souhaite récompenser la fidélité de ses clients, ses taux et ses tarifs la placent parmi les banques les plus compétitives du marché

Pour les clients détenteurs de formules ...

- Le **livret bancaire**, meilleur taux du marché, sur- rémunéré à **4% brut** jusqu'à 5 000 euros (formule « Epargne budget » ou « MonaMixte »),
- Le compte de **dépôt rémunéré à 1%** brut l'an dès le 1^{er} euro,
- **Pas de frais de tenue de compte**,
- Le **cash back** qui permet de rembourser de 50 à 100% de sa cotisation carte bleue selon le montant de ses achats par mois,
- Un **découvert à taux préférentiel** (12,50% ou 13,50%) qui prend en compte dans la détermination de son montant, les revenus ou les placements effectués, à hauteur de 50%,
- Un achat en **3 fois sans frais** (formule « Confort et souplesse » ou « MonaMixte »),
- Des alertes SMS,
- Un **accès gratuit** à tous les **services astucieux**...

Lorsque le client domicilie ses revenus ...

- **L'absence de frais de tenue de compte**,
- Un accès gratuit à **MonaCoffre**

Pour tous ...

- Le **livret bancaire** qui reste le meilleur taux du marché, **3,50% jusqu'à 5000 euros**, 2,50% l'an brut au-delà et jusqu'à 150 000 euros (suppression de la tranche à 1,50% entre 20 000 et 150000 euros),
- **Pas de dates de valeur**,
- Bordereau numérique et **MonaBudgetOptima**,
- Les virements externes gratuits sur Internet,
- Consultation et gestion des comptes gratuites sur Internet,
- Chéquiers gratuits
Et sous condition d'âge
- **Le livret jeune** (18 à 25 ans) à **4,50% l'an net** jusqu'à 1600 euros, le meilleur taux du marché.

* Cf. détail des formules en annexe et ensemble des conditions dans le dépliant « tarifs et rémunérations » ;

Extrait de tarification monabang.

tarifs TTC au 19 novembre 2007



L'intégralité de notre tarification est disponible
sur l'espace client du site **monabang**.

Directement Vôtre.

Les cartes

Cartes de paiement

Carte Visa Internationale - à débit immédiat	30€ / an
- à débit différé	35€ / an
Carte Visa Premier - à débit immédiat ou débit différé	95€ / an
Carte Nationale à autorisation systématique	24€ / an

Cartes de crédit

Carte "Coup Double" 20€ / an
Carte "Complicio" 20€ / an

Cartes de retrait

Carte de retrait 14€ / an
Carte de retrait Jeune (de 12 à 18 ans) Gratuit

* 50% offerts sur la seconde carte de votre compte de dépôt (sur la base de la carte la moins chère)

Retraits d'espèces à un distributeur automatique dans toute la zone euro

Pour les détenteurs d'une carte Visa Premier **Gratuits et illimités**
Pour les détenteurs d'une autre carte **6 retraits mensuels gratuits, au delà 1€ par retrait**

Garantie Sécurité - Assurance perte et vol de votre carte bancaire

1^{er} assuré 24€ / an*
2nd assuré 12€ / an

* prélèvement mensuel de 2€ pour les titulaires de la carte Coup Double ou Complicio

Opérations diverses

Renvoi du code confidentiel de la carte	6€
Frais d'opposition suite à la perte ou au vol de la carte	14€
Réédition anticipée de la carte	10€
Réédition en urgence de la carte	60€
Frais d'opposition sur carte pour utilisation abusive	45,5€
Frais de recherche sur contestation à tort d'achat par carte	30€
Frais de capture de carte	50€
Destruction de carte non retirée	15€



Les chèques

Renouvellement de votre chéquier	Gratuit
Frais d'envoi de chéquier	
envoi simple	Gratuit
envoi en recommandé	Frais postaux en vigueur
Chèque de banque	10€
Photocopie de chèque émis	10€
Frais d'opposition sur chèque ou chéquier formulée par lettre	12€

Formule sans chéquier

[Offre réservée aux clients interdits de chéquier, ne détenant pas de carte bancaire, et comprenant une carte Visa Nationale à débit immédiat et à autorisation systématique, la gratuité des virements par Internet et des prélèvements hors opérations internationales] 2€ / mois

Services spécifiques, ouverts à tout détenteur d'un compte de dépôt **monabanq**.

Service de gestion de votre épargne	9€ / an
Service de passerelle crédit renouvelable	12€ / an
Service Gestion Plus SMS / mails ⁽¹⁾ - <i>forfait de 8 alertes SMS / mails mensuels sur les mouvements de votre compte de dépôt</i>	2€ / mois

Dépôt d'espèces par mandat compte	2 gratuits par an, au delà 15€ par opération
Relevé de compte décadaire	6€ / trimestre
Frais de tenue de compte - <i>Gratuits si détention d'une carte de paiement monabanq</i> ..	3€ / trimestre
Liste des opérations automatiques et récurrentes exécutées sur votre compte	30€

Virements : *si enregistrement de l'ordre par téléphone, email, courrier, fax :*

Occasionnel	3€
Permanent	3€ à la mise en place puis Gratuit
Modification du virement permanent	3€

Les découverts :

Découvert autorisé - TEG 14,8% ⁽²⁾ l'an	
Découvert non autorisé - TEG 17% ⁽²⁾ l'an	
Commission sur découvert non autorisé	7,50€ par opération

(1) 0,30€ par alerte supplémentaire

(2) Taux susceptible de variation



Les opérations avec l'étranger (hors zone euro et opérations particulières)

Virement en euros (<u>> 50 000 €</u>) émis zone euro*	0,1% du montant (mini 23€)
Virement en euros (<u>> 50 000 €</u>) reçu zone euro	3€

Paiement par Carte VISA hors zone euro	2% de l'achat
--	---------------

Virement hors de la zone euro (et en devises dans la zone euro) - frais par opération⁽¹⁾

Emis en euros	0,1% du montant (mini 23€)
Emis en devises	0,1% du montant (mini 23€) + commission de change
Reçu en euros	0,1% du montant (mini 10€)
Reçu en devises	0,1% du montant (mini 10€) + commission de change

Retraits d'espèces en devises hors zone euro

aux distributeurs automatiques de banque	0,45% du montant retiré + 3,81€
aux guichets de banque	2% du montant retiré + 3 €

Autres

Rejet de virement	25€
Frais par prélèvement impayé	30€
Frais de passage au recouvrement	32€
Frais d'enregistrement d'une interdiction bancaire initiée par une autre banque	15€
Frais de tenue de compte épargne monabanq. inactif	17,50€
Autres opérations entraînant une irrégularité de fonctionnement du compte	7,50€
Frais par avis à tiers détenteur	80€
Frais par saisie attribution	80€
Frais par opposition administrative	80€
Réquisition judiciaire	30€



Votre épargne

Livret d'Epargne monabanq. - taux brut annuel de 3,50% jusqu'à 10 000 euros, 2,5% jusqu'à 1 000 000 euros⁽¹⁾ **Ouverture gratuite**

Compte Epargne Jeune - taux brut annuel de 3,50% jusqu'à 10 000 euros, 2,5% jusqu'à 1 000 000 euros⁽¹⁾ **Ouverture gratuite**

Livret Jeune - Taux net annuel de 4,50%⁽²⁾ jusqu'à 1 600 euros, **Ouverture gratuite**

Epargne Vie monabanq. - Contrat d'assurance Vie, Taux garanti fixé chaque année **Nous consulter**

Les taux réglementés :

Livret de Développement Durable - Taux annuel net de 3%⁽²⁾ jusqu'à 6 000 euros

Livret d'Epargne Populaire - Taux annuel net de 4%⁽²⁾ jusqu'à 7 700 euros

Epargne logement **Nous consulter**

Transfert d'un CEL/PEL venant d'un autre établissement **Gratuit**

Transfert d'un CEL/PEL vers un autre établissement 55€

(1) Taux hors prélèvements fiscaux et sociaux, plafonds et taux susceptibles de variations.

(2) Plafonds et taux susceptibles de variations.



Financements

Prêt personnel pour financer un véhicule, des travaux ou un autre projet

Prêt amortissable Mensualis

Crédits renouvelables « Coup Double » et « Complicio »

Crédit immobilier

Conditions financières : Taux, assurances, garanties **Nous consulter**

Services gratuits, ouverts à tout détenteur d'un compte de dépôt* monabanq.

Gestion du compte

Ouverture de compte - <i>simple ou joint</i>	Gratuit
Clôture de compte - <i>simple ou joint</i>	Gratuit
Accès au site www.monabanq.com - <i>hors coûts de connexion et de communication</i> ..	Gratuit
Renvoi du code confidentiel d'accès au compte sur Internet	Gratuit
Paiement par carte Visa <u>en zone euro</u>	Gratuit
Service d'Info SMS / emails - <i>Réception d'un chèque, Annonce à l'approche de votre plafond d'achats carte, etc</i>	Gratuit
Relevé de compte mensuel - papier ou <i>e-relevé de compte</i>	Gratuit
Délivrance de RIB / IBAN	Gratuit
Demande et mise en place d'une autorisation de prélèvement	Gratuit
Frais d'envoi d'un chéquier par courrier simple	Gratuit
Renouvellement de votre chéquier	Gratuit
Kit de transfert de compte	Gratuit
Procuration : mise en place, modification, et suppression	Gratuit
Changement d'adresse ou modification d'intitulé	Gratuit
Frais de recherche sur contestation d'achat par carte sur réclamation fondée du porteur ..	Gratuit

Virements : enregistrement de l'ordre depuis votre Espace Client

Création du bénéficiaire en ligne instantanément	Gratuit
Virement interne (<i>au sein de monabanq.</i>) occasionnel	Gratuit
Virement interne permanent	Gratuit
Virement externe (<i>vers un autre établissement bancaire</i>) occasionnel	Gratuit
Virement externe permanent	Gratuit
Virement en euros (\leq à 50 000 €) émis <u>en zone euro</u>	Gratuit
Virement en euros (\leq à 50 000 €) reçu de l'étranger <u>en zone euro</u>	Gratuit

*Les services présentés et applicables au Livret d'Épargne monabanq. sont également gratuits.

Services exclusifs monabanq.

	Bordereau Numérique - pour enregistrer instantanément vos chèques par Internet, sans date de valeur ⁽¹⁾	Gratuit
	VisioRendezVous - pour dialoguer en face à face avec votre conseiller grâce à Internet	Gratuit
	Le Coffre-fort électronique - pour accéder en toute sécurité et de partout à vos documents importants : factures, justificatifs,... Niveau Essentiel ⁽²⁾ Niveau Avancé - capacité illimitée + Certificat de conformité	Gratuit 7€/mois
	Signature électronique - pour souscrire à certains des produits monabanq. directement par Internet	Gratuit
	Monascope - pour analyser vos comptes en un clic !	Gratuit
	MonaScan - pour échanger directement vos documents avec votre conseiller grâce à Internet	Gratuit
	MonaBudgetOptima - logiciel pour gérer votre budget Niveau Essentiel ⁽²⁾ - gestion de votre compte de dépôt Niveau Avancé - gestion de tous vos comptes	Gratuit 24€ / an
	TurboRetrait⁽³⁾ - pour augmenter les plafonds retraits/achats CB en 24h ouvrées sur simple envoi par mail du formulaire spécifique	Gratuit
	TurboRetrait express⁽³⁾ - pour augmenter en urgence les plafonds retraits/achats CB sous 2h selon horaires d'ouverture	25€

(1) Si réception du chèque par monabanq. dans les 4 jours calendaires suivant la date de saisie du Bordereau numérique.

(2) Service disponible pour tout titulaire d'un compte de dépôt monabanq.

(3) Contactez votre Conseiller Personnel pour connaître vos plafonds d'achats et retraits ainsi que les conditions d'application de ce service.

Bourse

Ouverture de compte	Gratuit
Clôture de compte	Gratuit
Droits de garde (Euronext Paris)	Gratuit
Ordres non exécutés ou annulés (Euronext Paris)	Gratuit
Affectation de titres lors d'une introduction	Gratuit
Transfert entrant de titres	Gratuit
Cours en temps réel	Gratuit

Opération sur OPCVM

Droits d'entrée	de 0 à 2%
Droits de sortie	0€
Droits de garde	0€

Courtage sur Euronext Paris

Frais de courtage online	0,4% - minimum 9,30 €
Abonnement Gratuit si 2 ordres exécutés dans le mois	5€ / mois
Minimum d'ouverture de compte	15€ si client monabanq. / 500 € si nouveau client

Service de Règlement Différé

Commission de Règlement Différé	0,025%
Commission de prorogation	0,50%
Frais de dépassement de couverture des ordres de bourse avec SRD	32€

Autres

Frais de courtage online sur les bourses étrangères	0,8 % - minimum 50€
Transfert de titres vers un autre établissement	15€ par ligne
Commission fixe supplémentaire pour tout ordre de bourse transmis par un autre canal que l'espace Bourse du site www.monabanq.com	15€
Frais d'intervention sur compte espèces débiteur	32€
Recherche ou réédition exceptionnelle	15€
Commission d'inactivité*	10€
Transmission au contentieux	90€

*Solde à 0€ au 31 décembre et aucune opération entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre.

Le meilleur des coffres-forts pour vos documents PAPIER et fichiers numériques

Que vous soyez un particulier, une famille, une association ou un professionnel, les circonstances de la vie moderne vous conduisent à accumuler une foule de documents qu'il est devenu indispensable de conserver pour un avenir plus ou moins prévisible... Des documents qui sont le plus souvent difficile, parfois même impossible à retrouver le moment venu...

E-coffreft est une solution de protection installé pour votre sécurité en dehors de votre domicile ou de votre bureau. Vous disposerez enfin d'une copie de vos documents, contrats, documents administratifs, fichiers... à l'abri de tous sinistres, et disponibles à partir de tout ordinateur connecté à internet.

D'une capacité illimitée et totalement sécurisé, votre coffre-fort personnel sera le cœur de vos classements, assurera la stricte confidentialité de vos documents papiers ou électroniques, et permettra à votre discréetion sa consultation par un tiers et même par le notaire chargé de votre succession. Un système intégré d'alarme vous préviendra sans faille des échéances importantes, et vos documents pourront profiter en cas de litige d'une preuve sur leur date de dépôt et leur non-falsification.

Pourquoi un coffre ?

Pour VOUS PRESERVER contre toute atteinte à vos intérêts et vos biens. Comment ? En mettant à l'abri dès maintenant vos documents nécessaires à la gestion d'un sinistre, à votre départ en retraite, à la gestion d'une succession ou à toute autre occasion...

Pour TRANSMETTRE AVEC CERTITUDE le fruit des efforts de toute une vie. Ainsi, vos contrats d'assurance vie, d'épargne salariale, de prévoyance et autres contrats ne resteront pas en déshérence faute d'être

réclamés par les bénéficiaires au décès du souscripteur, ce dont la presse se fait régulièrement l'écho. E-coffreft peut vous apporter la certitude que le Notaire chargé de votre succession traitera tout le contenu de votre coffre-fort.



Parce que c'est un coffre PERSONNEL ET CONFIDENTIEL qui permet de concilier sécurité et discréetion pour abriter des documents que l'on souhaite soustraire à certains regards tant familiaux (assurance-vie, donations...) que professionnels (note, rapport, expertise...) tout en restant accessibles 24h/24.



Pour donner VALEUR PROBANTE et date certaine à tous vos documents, y compris vos photographies numériques. En effet, l'OFSAD en qualité de Tiers de Confiance CERTIFIE que les documents restitués n'ont pas été modifiés, ainsi que leur date de dépôt au coffre (en référence norme AFNOR NF Z42-013).



Parce que c'est PRATIQUE en voyage, en déplacement, lors d'un déménagement ou d'une expatriation, de disposer de ses documents sans avoir à les faire suivre ni à les garder avec soi.

Par OBLIGATION ! La sauvegarde et la conservation de vos principaux documents sont une obligation légale. Pour plus d'informations, consultez les sites du Service-Public.fr ou celui de la Concurrence & Répression des Fraudes.

Et c'est URGENT ! Il est toujours trop tard lorsqu'il nous manque un papier ou un document pour faire valoir ses droits.

OFSAD
Office Français pour la Sécurité
et l'Archivage des Documents

e-coffreft.fr
L'assurance tous risques de vos documents

Notre vocation : Contribuer à la défense des particuliers, des familles et des professionnels, en leur garantissant la restitution à valeur probante de tous leurs documents à tout moment et en tout lieu.

E-coffreft est un service de l'OFSAD (Office Français pour la Sécurité et l'Archivage des Documents)
SAS au capital de 165.000 € - Siret 450 413 778 00017 - Ape 724 Z - Siège : 8 rue Baqué 34070 Montpellier - France
Copyright © OFSAD 2007 - Tous droits réservés - Document non contractuel - 09/07

Tableau comparatif des offres

	Pack Solo	Pack Duo	Pack Pro	Pack Découverte
FONCTIONNALITES				
Gestion des documents papier :				
■ Dépôt direct par scanner d'un simple clic	✓	✓	✓	✓
■ Dépôt par télécopie	✓	✓	✓	✓
■ Dépôt par courrier	✓	✓	✓	
■ Visualisation en ligne / impression	✓	✓	✓	✓
Gestion des fichiers numériques :				
■ Dépôt par téléchargement		✓	✓	✓
■ Un dépôt initial par CD-Rom		✓	✓	
■ Récupération par téléchargement		✓	✓	✓
Services :				
■ MémoDirect - création de mémo en ligne	✓	✓	✓	✓
■ ScanDirect® - assistant scanner	✓	✓	✓	✓
■ Accusés de dépôt au coffre	✓	✓	✓	✓
■ Gestion de procuration	✓	✓	✓	✓
■ Testament simplifié	✓	✓	✓	✓
■ Annotation des documents		✓	✓	✓
■ Traçabilité des documents			✓	✓
Alarmes programmables				
■ sur les documents		✓	✓	✓
■ sur les mémos		✓	✓	✓
Transfert de documents				
■ par email	✓	✓	✓	✓
Certificat de Conformité				
■ Preuve de la date de dépôt			✓	✓
■ Preuve de l'intégrité du document			✓	✓
■ Vérification en ligne du Certificat par un tiers			✓	✓
Gestion des documents :				
■ renommer / déplacer / supprimer	✓	✓	✓	✓
■ créer / modifier les dossiers	✓	✓	✓	✓
■ Recherche sur coffre entier et annotations	✓	✓	✓	✓
Caractéristiques				
■ Capacité du coffre	illimitée	illimitée	illimitée	limitée
■ Nombre de dossier	illimité	illimité	illimité	illimité
■ Durée de conservation	illimitée	illimitée	illimitée	1 mois
■ Frais de mise en service	offerts	offerts	offerts	offerts
■ Modes de paiement	✓	✓	✓	/
■ Période minimale de facturation	12 mois	3 mois	3 mois	/
Tarifs Euros / mois	3,00 €	4,20 €	7,20 €	Gratuit

E-coffreft est un service de l'OFSAD (Office Français pour la Sécurité et l'Archivage des Documents)
SAS au capital de 165.000 € - Siret 450 413 778 00017 - Ape 724 Z - Siège : 8 rue Baqué 34070 Montpellier - France
Copyright © OFSAD 2007 - Tous droits réservés - Document non contractuel - 09/07

الملخص:

يهدف هذا العمل إلى تبيان الأثر الذي تفرزه التجارة الإلكترونية على نوعية الخدمة المصرفية وذلك بالإجابة على التساؤلات المطروحة في الإشكالية. كما يهدف أيضاً إلى معرفة الوسائل التي تطبقها البنوك لتحسين الخدمة في ظل هذا النوع من التجارة.

في هذا السياق، تم تحديد الإطار المفاهيمي للتجارة الإلكترونية ودوافع التحول إلى تطبيقها بالإضافة إلى الاقتصاد الرقمي الذي ما فتئت ملامحه تتضح شيئاً فشيئاً. إضافة إلى البنوك الإلكترونية ووسائل ونظم الدفع المستخدمة في التجارة الإلكترونية، بالإضافة إلى إدراج دراسة حالة البنك الإلكتروني "monabanq." لتدعم القسم النظري لهذا البحث، والاطلاع على التغيرات التي تطرأ على نوعية الخدمة المصرفية المقدمة.

وقد تم التوصل إلى أن التجارة الإلكترونية تؤثر إيجابياً على نوعية الخدمة المصرفية، على الرغم من وجود بعض المخاطر، من خلال التأثير على وسيلة تقديم هذه الخدمة وليس على طبيعة الخدمة في حد ذاتها، ويتبين ذلك من خلال تغيير شكل أو مكان تقديم هذه الخدمة (البنك أو المصرف) من الحقيقي إلى الإلكتروني ثم الافتراضي بالإضافة إلى تقليل وقت الحصول على الخدمة المصرفية مما يعطي للعمل المصرفي مرونة أكبر للوصول إلى شريحة واسعة من العملاء، ويساعد على تخفيض تكاليف هذه الخدمات

Abstract:

This work deals with the effects of the E-commerce on the quality of banking services. It is hoped to shed lights efficiently on research questions of this work. Accordingly, the emphasis will put on the tools that are being utilized by banks to improve their services in this kind of trade in today's world.

In this context, conceptual settings of the E-commerce and the digital economy that has been developed during the last decades of the twentieth century until now will treated in depth. Yet, the focal point will be the electronic banks to disclose the ways of payment pursued so that we can achieve the desired consequences of the E-commerce. To accomplish this goal, the case study of the electronic bank will be carried out to support theoretical section of this research and to find out changes taking place in the quality of banking services.

This study concluded that the E-commerce has positive effects on the quality of banking services. Even though, there are some risks that may appear once this services is introduced on a large scale. This can be depicted as either changing the form or the place where the services are introduced by banks ranging from the real to electronic to digital ones, in addition to reduction time to obtain the banking services. This provides more flexibility to deal with a large number of customers and the possibility of lowering the cost of services.

Résumé:

Ce mémoire, a pour but de montrer l'effet que fait le Commerce Electronique (CE) sur la qualité des services bancaires et de répondre à la problématique posée par la connaissance des outils et des moyens que les banques les utilisent pour améliorer ses services sous ce genre de commerce.

Après fixer le cadre conceptuel du CE, les causes qui conduisent à l'appliquer et l'économie numérique (digital) qui est notamment développé, on était intéressé par les Banques Electroniques et les façons de paiement utilisées, comme des conséquences essentielles du CE, et en fin on a introduit l'étude de cas de la banque électronique "**monabanq.**" Pour soutenir la partie théorique de cette recherche, et superviser les changements qui interviennent sur la qualité des services bancaires offerts.

On a déduit que, le Commerce Electronique a une influence positive sur la qualité du service bancaire en agissant sur les moyens de ce service, et non pas sur la nature du service lui-même, cela par le biais de Changement du lieu de présentation du service (la banque) de sa forme concrète (réelle) à sa forme électronique, puis virtuelle; la Réduction du temps nécessaire à l'obtention du service, ainsi que l'allongement de la durée de possibilité de l'obtenir et la Réduction du coût du service bancaire.